

2020-2026年中国消费金融 市场深度分析与投资战略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国消费金融市场深度分析与投资战略报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202008/183456.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

消费金融市场高速增长。互联网消费金融从2013年到2016年，其交易规模从60亿元增长到4367亿元，年均复合增长率达到317.5%。整体市场高速增长原因主要源于：1) 参与主体逐步丰富，从之前P2P为主导拓展到目前以电商生态和网络分期平台为基础，参与其中的企业数量和类型有明显突破；2) 新兴市场不断被开拓，大学生、蓝领等新兴消费金融市场被深耕，长期被压抑的消费金融需求爆发式释放。中国消费信贷市场规模及增速

中企顾问网发布的《2020-2026年中国消费金融市场深度分析与投资战略报告》共十六章。首先介绍了消费金融相关概念及发展环境，接着分析了中国消费金融规模及消费需求，然后对中国消费金融市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国消费金融面临的机遇及发展前景。您若想对中国消费金融有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 消费金融的相关概述

1.1 消费金融的基本概述

1.1.1 消费金融的界定

1.1.2 消费金融与消费的关系

1.1.3 消费金融体系及其主要内容

1.2 消费信贷基本介绍

1.2.1 个人消费信贷

1.2.2 消费信贷种类

1.3 消费金融公司的相关介绍

1.3.1 消费金融公司的概念

1.3.2 消费金融公司的定位

1.3.3 消费金融公司的意义

第二章 2016-2018年中国消费金融行业发展环境分析

- 2.1 宏观经济环境
 - 2.1.1 宏观经济概况
 - 2.1.2 对外经济分析
 - 2.1.3 工业运行情况
 - 2.1.4 固定资产投资
 - 2.1.5 宏观经济展望
- 2.2 行业政策环境
 - 2.2.1 消费金融政策试点期
 - 2.2.2 消费金融政策修订期
 - 2.2.3 消费金融政策推广期
 - 2.2.4 消费金融政策发展解读
- 2.3 金融行业环境
 - 2.3.1 国际金融市场形势
 - 2.3.2 金融市场总体综述
 - 2.3.3 货币金融运行状况
 - 2.3.4 银行业运行状况
 - 2.3.5 体系建设不断完善
 - 2.3.6 信用环境建设推进
 - 2.3.7 金融消费者权益保护
- 2.4 消费市场环境
 - 2.4.1 居民收入水平
 - 2.4.2 社会消费规模
 - 2.4.3 居民消费水平
 - 2.4.4 消费市场特征
 - 2.4.5 居民贷款发展

第三章 2016-2018年中国消费金融行业发展状况剖析

- 3.1 世界消费金融发展状况及经验借鉴
 - 3.1.1 国际市场发展综述
 - 3.1.2 国际企业发展方式
 - 3.1.3 主要国家运营模式
 - 3.1.4 国际发展经验借鉴

- 3.2 中国消费金融行业发展现状解析
 - 3.2.1 发展历程分析
 - 3.2.2 行业发展动力
 - 3.2.3 市场发展现状
 - 3.2.4 市场发展特点
 - 3.2.5 发展结构分析
 - 3.2.6 行业发展思路
 - 3.2.7 市场发展态势
- 3.3 中国消费信贷市场发展状况分析
 - 3.3.1 市场发展规模
 - 3.3.2 市场运营现状
 - 3.3.3 场景细分发展
 - 3.3.4 市场竞争状况
- 3.4 中国消费金融市场主体竞争分析
 - 3.4.1 商业银行
 - 3.4.2 消费金融公司
 - 3.4.3 电商
 - 3.4.4 第三方平台
- 3.5 中国消费金融发展存在问题
 - 3.5.1 行业发展缺乏创新
 - 3.5.2 固有观念与习惯障碍
 - 3.5.3 不同地区发展不平衡
 - 3.5.4 制度体系建设不足
 - 3.5.5 纠纷解决方式不足
- 3.6 中国消费金融发展对策建议
 - 3.6.1 多举措促进创新发展
 - 3.6.2 转变居民消费观念
 - 3.6.3 着重发展不发达地区
 - 3.6.4 增强信用体系建设
 - 3.6.5 加快制定相关法律

- 4.1 金融消费者态度分析
 - 4.1.1 对金融消费者教育的态度
 - 4.1.2 对消费和储蓄的态度
 - 4.1.3 对信用的态度
- 4.2 金融消费者行为分析
 - 4.2.1 对家庭开支的规划
 - 4.2.2 对未来支出的计划
 - 4.2.3 对合同和对账单的使用
 - 4.2.4 对贷款的申请
 - 4.2.5 对信用卡的使用
 - 4.2.6 对自动取款机的使用
 - 4.2.7 对金融知识的获取
 - 4.2.8 对金融纠纷的投诉
- 4.3 消费者金融知识水平分析
 - 4.3.1 总体知识情况
 - 4.3.2 储蓄知识
 - 4.3.3 银行卡知识
 - 4.3.4 贷款知识
 - 4.3.5 信用知识
 - 4.3.6 投资知识
 - 4.3.7 保险知识
- 4.4 消费者金融技能分析
 - 4.4.1 对金融产品或服务的选择
 - 4.4.2 对银行卡的使用
 - 4.4.3 对假币的识别与处理
- 4.5 金融知识需求分析
 - 4.5.1 知识需求总体情况
 - 4.5.2 城镇和农村知识需求差异
 - 4.5.3 不同区域知识需求差异
 - 4.5.4 不同职业知识需求差异
 - 4.5.5 不同收入知识需求差异
 - 4.5.6 不同文化程度需求差异

4.5.7 了解金融知识的有效方式

4.6 消费者金融素养指数分析

4.6.1 总体金融素养指数

4.6.2 地方金融素养指数

第五章 2016-2018年中国大学生消费金融市场分析

5.1 中国大学生消费金融发展概述

5.1.1 发展基础分析

5.1.2 积极影响因素

5.1.3 发展限制因素

5.1.4 产业链条分析

5.2 中国大学生消费金融市场分析

5.2.1 市场交易规模

5.2.2 市场发展特点大学生分期消费使用意愿大学生分期消费使用频次

5.2.3 市场差异比较

5.2.4 市场延伸方向

5.2.5 未来发展趋势

5.3 企业发展案例详解

5.3.1 企业发展背景

5.3.2 企业战略布局

5.3.3 业务模式分析

5.3.4 风险控制对策

5.3.5 金融科技创新

5.3.6 品牌升级战略

第六章 2016-2018年中国蓝领人群消费金融市场发展

6.1 中国蓝领人群消费金融市场状况

6.1.1 用户规模分析

6.1.2 市场消费能力

6.1.3 市场发展规模

6.1.4 主要业务模式

6.2 中国蓝领人群消费金融行为分析

- 6.2.1 用户基础属性
- 6.2.2 用户借贷行为
- 6.2.3 用户分期意愿
- 6.3 企业发展案例解析
 - 6.3.1 企业业务现状
 - 6.3.2 企业业务模式
 - 6.3.3 风险控制策略
 - 6.3.4 用户审核机制
 - 6.3.5 核心竞争力分析
 - 6.3.6 未来发展趋势

第七章 2016-2018年中国住房消费金融市场发展分析

- 7.1 国外住房消费金融模式经验借鉴
 - 7.1.1 互助合同型住房模式
 - 7.1.2 强制储蓄型住房模式
 - 7.1.3 资本市场型住房模式
 - 7.1.4 住房消费金融模式比较
- 7.2 中国住房消费金融市场发展状况
 - 7.2.1 市场相关概述
 - 7.2.2 发展模式分析
 - 7.2.3 市场贷款余额
 - 7.2.4 主要业务分析
 - 7.2.5 抵押贷款风险
- 7.3 我国住房消费金融面临的问题分析
 - 7.3.1 支付能力与住房价格矛盾
 - 7.3.2 传统消费观念的制约
 - 7.3.3 消费信用制度不完善
 - 7.3.4 住房消费信贷的风险
- 7.4 我国住房消费金融市场发展策略
 - 7.4.1 完善我国社会保障制度
 - 7.4.2 增加住房消费金融需求
 - 7.4.3 开发创新型金融产品

7.4.4 建立良好住房信贷制度

7.4.5 加强金融风险监管

第八章 2016-2018年中国汽车消费金融市场发展分析

8.1 中国汽车消费金融产品分析

8.1.1 卡贷垫资

8.1.2 汽车直租

8.1.3 售后回租

8.1.4 信用卡分期

8.1.5 按揭贷

8.2 中国汽车消费金融市场状况解析

8.2.1 市场发展概述

8.2.2 企业发展优势

8.2.3 经营机构特点

8.2.4 业务发展分析

8.2.5 中外发展对比

8.3 中国汽车消费信贷发展状况解读

8.3.1 市场发展历程

8.3.2 需求供给分析

8.3.3 风险管理状况

8.3.4 发展面临的问题

8.3.5 解决对策分析

8.4 中国汽车消费金融发展问题及对策分析

8.4.1 发展存在问题综述

8.4.2 解决对策总体思路

8.4.3 加强政策支持引导

8.4.4 加强企业与银行合作

8.4.5 建立良好征信体系

第九章 2016-2018年中国旅游消费金融市场运行状况

9.1 中国旅游消费金融发展有环境分析

9.1.1 居民消费升级

- 9.1.2 旅游消费扩张
- 9.1.3 互联网金融崛起
- 9.1.4 政策红利释放
- 9.2 中国旅游消费金融机构发展分析
 - 9.2.1 传统金融机构
 - 9.2.2 在线涉旅电商
 - 9.2.3 大型企业集团
- 9.3 旅游消费金融发展制约因素
 - 9.3.1 消费观念普及尚需时日
 - 9.3.2 监管政策缺失不容忽视
 - 9.3.3 完善征信体系任重道远
- 9.4 中国旅游消费金融未来趋势
 - 9.4.1 更完善的征信体系
 - 9.4.2 更规范的监管体系
 - 9.4.3 更健全的风控体系

第十章 2016-2018年中国消费金融其他热点细分市场分析

- 10.1 医美分期
 - 10.1.1 发展驱动因素
 - 10.1.2 市场发展状况
 - 10.1.3 消费群体特征
 - 10.1.4 行业发展问题
- 10.2 教育分期
 - 10.2.1 教育消费特性
 - 10.2.2 市场需求分析
 - 10.2.3 平台发展状况
 - 10.2.4 市场发展格局
 - 10.2.5 行业发展乱象
 - 10.2.6 风险控制状况
- 10.3 3C类分期
 - 10.3.1 3C分期概述
 - 10.3.2 市场发展环境

- 10.3.3 行业结构分析
- 10.3.4 消费群体特征
- 10.3.5 未来发展前景

第十一章 2016-2018年中国消费金融公司发展分析

- 11.1 世界消费金融公司发展经验借鉴
 - 11.1.1 发达国家消费金融公司发展
 - 11.1.2 国际消费金融公司运营模式
- 11.2 中国成立消费金融公司相关规定
 - 11.2.1 消费金融公司申请条件
 - 11.2.2 设立消费金融公司法定条件
 - 11.2.3 消费金融公司发起人（出资人）资质
 - 11.2.4 消费金融公司业务范围规定
- 11.3 中国消费金融公司发展状况分析
 - 11.3.1 公司性质分析
 - 11.3.2 公司运营模式
 - 11.3.3 公司业务特点
 - 11.3.4 发展SWOT分析
- 11.4 持牌消费金融公司发展状况
 - 11.4.1 持牌消费金融公司分类
 - 11.4.2 持牌消费金融公司现状
 - 11.4.3 持牌消费金融公司风险状况
 - 11.4.4 持牌消费金融公司风控对策
- 11.5 中国消费金融公司信贷风险管理
 - 11.5.1 信贷风险分类
 - 11.5.2 企业信贷风险管理
 - 11.5.3 信贷风险管理问题
 - 11.5.4 信贷风险管理对策
- 11.6 中国消费金融公司发展难题
 - 11.6.1 市场需求力度不足
 - 11.6.2 存在较大经营风险
 - 11.6.3 消费金融利率较高

- 11.6.4 有效监管存在困难
- 11.7 中国消费金融公司发展对策
 - 11.7.1 拓宽消费金融产品渠道
 - 11.7.2 提升自身行业竞争能力
 - 11.7.3 增加消费金融产品运用
 - 11.7.4 增强电子商务平台应用

第十二章 2016-2018年中国商业银行消费金融服务发展

- 12.1 中国商业银行消费金融发展状况
 - 12.1.1 国外商业银行发展经验借鉴
 - 12.1.2 商业银行消费金融发展特点
 - 12.1.3 商业银行消费金融业务优点
 - 12.1.4 商业银行消费金融制约因素
- 12.2 大中型银行消费金融发展分析
 - 12.2.1 发展消费金融特点
 - 12.2.2 发展消费金融禀赋
 - 12.2.3 发展消费金融策略
 - 12.2.4 未来发展方向
- 12.3 中小银行消费金融发展分析
 - 12.3.1 发展消费金融的意义
 - 12.3.2 发展消费金融的机遇
 - 12.3.3 发展消费金融的战略
- 12.4 中国商业银行发展消费金融存问题分析
 - 12.4.1 消费金融产品单一
 - 12.4.2 消费金融业务分散
 - 12.4.3 缺乏个人征信体系
 - 12.4.4 服务群体尚未完善
- 12.5 中国商业银行发展消费金融意见建议
 - 12.5.1 消费金融产品不断发展
 - 12.5.2 业务受众范围不断扩大
 - 12.5.3 加快征信体系建设完善
 - 12.5.4 加强监管完善法律制度

第十三章 2016-2018年中国互联网消费金融发展深度解析

13.1 中国互联网消费金融相关概述

13.1.1 互联网金融概念

13.1.2 互联网金融产生

13.1.3 发展驱动因素

13.1.4 发展运作流程

13.2 中国互联网消费金融发展现状分析

13.2.1 市场发展动因

13.2.2 行业市场规模

13.2.3 场景化发展分析

13.2.4 市场竞争状况

13.2.5 发展模式分析

13.2.6 行业盈利能力

13.2.7 未来发展趋势

13.3 互联网金融发展模式

13.3.1 银行模式

13.3.2 电商模式

13.3.3 消费金融公司模式

13.3.4 分期购物平台模式

13.4 互联网金融标杆企业发展分析

13.4.1 京东白条

13.4.2 蚂蚁花呗

13.4.3 秦苍科技

13.5 中国互联网消费金融发展面临困境

13.5.1 观念尚未深入人心

13.5.2 风险防范机制不足

13.5.3 征信体系发展不健全

13.6 中国互联网消费金融创新发展建议

13.6.1 加大观念普及力度

13.6.2 完善风险管理机制

13.6.3 构建多元化征信体系

13.6.4 加强产品服务创新

第十四章 2016-2018年中国消费金融重点企业运营分析

14.1 中银消费金融公司

14.1.1 企业基本信息

14.1.2 主营产品介绍

14.1.3 企业营收状况

14.1.4 企业竞争优势

14.2 捷信消费金融公司

14.2.1 企业基本信息

14.2.2 主营产品介绍

14.2.3 企业营收状况

14.2.4 企业竞争优势

14.3 招联消费金融公司

14.3.1 企业基本信息

14.3.2 主营产品介绍

14.3.3 企业营收状况

14.3.4 企业荣誉

14.4 苏宁消费金融公司

14.4.1 企业基本信息

14.4.2 主营产品介绍

14.4.3 企业营收状况

14.4.4 未来发展规划

14.5 马上消费金融公司

14.5.1 企业基本信息

14.5.2 企业营收状况

14.5.3 企业竞争优势

14.5.4 未来发展规划

14.6 华融消费金融公司

14.6.1 企业基本信息

14.6.2 主营产品介绍

14.6.3 企业营收状况分析

14.6.4 未来发展规划

第十五章 2016-2018年中国消费金融行业投资发展分析

15.1 投资机遇

15.1.1 消费金融蕴含巨大市场机遇

15.1.2 传统金融机构加大转型力度

15.1.3 持牌消费金融公司加速扩容

15.1.4 互联网消费金融催生新业态

15.2 投资策略

15.2.1 明确客户定位

15.2.2 辩证看待盈亏

15.2.3 把握行业竞争重点

15.2.4 关注过度授信风险

第十六章 2020-2026年中国消费金融行业前景趋势及发展预测

16.1 中国消费金融行业发展前景分析

16.1.1 市场前景广阔

16.1.2 总体发展趋势

16.1.3 主体发展趋势

16.1.4 业务发展趋势

16.1.5 风险管理趋势

16.1.6 未来发展趋势

16.2 2020-2026年中国消费金融行业预测分析

16.2.1 影响因素分析

16.2.2 消费信贷余额预测

图表目录：

图表1 2016-2018年国内生产总值及其增长速度

图表2 2016-2018年三次产业增加值占全国生产总值比重

图表3 2016-2018年货物进出口总额

图表4 2016-2018年中国贸易顺差走势

图表5 2018年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表6 2018年外商直接投资（不含银行、证券、保险）及其增长速度

图表7 2018年对外直接投资额（不含银行、证券、保险）及其增长速度

图表8 2016-2018年全部工业增加值及其增速

图表9 2016-2018年工业增加值月度增速

图表10 2016-2018年全社会固定资产投资及增速

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/183456.html>