

2022-2028年中国移动互联网+消费金融行业发展趋势与投资可行性报告

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

《2022-2028年中国移动互联网+消费金融行业发展趋势与投资可行性报告》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/202204/281349.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

消费金融是指为居民个人或家庭提供以生活消费为目的的小额、短期借贷融资服务。消费金融的参与方包括终端消费者、资金端企业、消费场景入口及征信、第三方服务企业等。消费金融服务企业处于产业链条的核心，它所提供的消费信贷产品具有单笔授信额度小、审批速度快、无需抵押担保、服务方式灵活、贷款期限短等特点。

费金融市场产品分类

分类

定义

销售点贷款

销售点贷款在零售销售点提供为购买特定货品及服务所需资金，贷款所得款项直接支付给零售商、产品制造商或服务供应商

现金贷款

根据每个市场的监管规定，现金贷款直接提供给个人借款人用于其特定消费范围如旅游、教育、或购买消费产品，或用作一般个人消费用途

循环贷款循环贷款

让个人可酌情提取款项以购买产品及服务，直至达到其个人预先批核信贷限额为止，而该限额以循环基准维持

技术进步是消费金融的核心支撑。互联网、云计算、大数据和人工智能等先进技术的发展及应用得以解决消费信贷中核心风控的痛点，降低行业壁垒，并创造便捷、普适的消费支付体验，是消费金融发展的核心支撑。

政策利好消费金融规范化、普惠化发展。2009年至今，国家以实现普惠金融为战略目标，以消费金融为主体，陆续出台相关政策接触消费金融的地域和参与主体限制，将消费金融试点推广至全国，并支持符合条件的民间资本、互联网平台等参与，倡导数字化技术应用降低金融服务门槛，不断为消费金融发展注入催化剂。2017年起现金贷监管趋严，有利于行业规范化发展。

支撑消费金融发展的核心技术

技术

主要作用

大数据信息采集

大数据应用不仅在数量级上不断突破，在数据采集和处理分析方面实现多维度和精确化
智能化风险控制

通过人工智能和机器学习技术从0构建个人信用模型并实时监控调整，解决传统消费信贷无法
覆盖无信贷记录人群和风控模型落后的痛点

便捷化消费体验

移动互联网技术应用打破时空限制，加速终端消费场景的渗透

扫码支付、近场支付

有效提升购物便利性和支付效率，间接提高了大众的消费意愿

政策促进消费金融规范化、普惠化发展

-

时间

政策/会议

内容

地域开放

2009,07

《消费金融公司试点管理办法》

首次成立消费金融公司，并设立成立条件

2013.11

十八届三中全会

由最初4家试点公司扩充到16家

2015.11

国务院颁布《关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给动力指导意见》

消费金融试点范围扩大至全国

主体开放

2015.06

国务院常务会议

鼓励符合条件的民间资本、国内外银行业机构和互联网企业发起设立消费金融公司

2015.07

《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》

支持有条件的互联网平台开展网络消费金融

普惠金融

2016.01

《推进普惠金融发展规划（2016-2020年）》

国家层面确立普惠金融的实施战略，明确提出要促进消费金融公司发展

2016.09

《G20数字普惠金融高级原则》

提出降低金融服务门槛，倡导利用数字技术推动普惠金融发展监管趋严

2017.04

《中国银监会关于银行业风险防控工作的指导意见》

信贷机构应合法合规开展业务，禁止欺诈、虚假宣传，不得违法高利放贷及暴力催收

2017.12

《关于规范整顿“现金贷”业务的通知》

无牌照禁止放贷，不得继续发放无消费场景的网络小额贷款，综合年化费率、杠杆比率需符合规定，传统现金贷被叫停

鼓励发展

2018.08

《关于进一步做好信贷工作提升服务实体经济质效的通知》

要积极发展消费金融，增强消费对经济的拉动作用。适应多样化多层次消费需求，提供和改进差异化金融产品与服务。支持发展消费信贷，创新金融服务方式。

2019.08

《关于加快发展流通促进商业消费的意见》

加大金融支持力度。鼓励金融机构创新消费信贷产品和服务，推动专业化消费金融组织发展。加大对新消费领域金融支持力度

中企顾问网发布的《2022-2028年中国移动互联网+消费金融行业发展趋势与投资可行性报告》共十一章。首先介绍了中国移动互联网+消费金融行业市场发展环境、移动互联网+消费金融整体运行态势等，接着分析了中国移动互联网+消费金融行业市场运行的现状，然后介绍了移动互联网+消费金融市场竞争格局。随后，报告对移动互联网+消费金融做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国移动互联网+消费金融行业发展趋势与投资预测。您若想对移动互联网+消费金融产业有个系统的了解或者想投资中国移动互联网+消费金融行业，本报告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 中国移动互联网+消费金融行业发展

综述第一节 “移动互联网+消费金融”概念界定一、“移动互联网+”的提出二、“移动互联网+”的内涵第二节 “移动互联网+消费金融”行业的内涵第三节 本报告的研究范围 第二章 消费金融行业发展现状与前景分析第一节 消费金融行业概况一、消费金融行业概念及分类二、全球消费金融行业概况三、中国消费金融行业概况 从消费群体看，我国消费金融用户整体具备年龄偏小、收入偏少、学历偏低等特点。根据易观2018年的调研数据，消费金融用户主要集中于18-40岁，且男性居多；用户平均月收入较低，月收入3000-8000元的用户占比达62.5%。近半用户借款用于资金周转，用于日常消费、购物、旅游、装修等场景的消费贷款占比分别为14.5%、8.5%、5.0%、4.0%。

消费金融用户月收入

消费金融用户借款用途

四、中国消费金融行业所处周期第二节 全球及我国消费金融行业发展前景展望一、全球消费金融行业发展趋势展望二、我国消费金融行业发展趋势展望三、我国消费金融行业发展前景展望第三节 中国消费金融行业产业链发展趋势一、中国消费金融行业产业链二、消费金融产业链利润分布三、消费金融上游产业链分析四、下游产业——消费金融机构分析 第三章 移动互联网+的作用——重构行业生态、促进产业链升级第一节 传统消费金融行业的痛点与缺陷一、消费金融行业痛点及根源二、消费金融营销受极大约束三、缺少精准营销的平台第二节 移动互联网有望重构消费金融行业生态一、移动消费金融助力解决行业痛点二、互联网催生渠道价值三、消费金融服务商的发展趋势第三节 产业链升级：互联网消费金融推动行业科学化、市场化一、精准营销改善行业痛点二、互联网消费金融推动产业链升级三、互联网消费金融模式的核心思路四、互联网消费金融未来趋势 第四章 中国移动互联网+消费金融行业发展背景第一节 中国移动互联网+消费金融行业政策背景分析一、行业管理体制分析二、行业发展规划分析三、行业政策动向分析四、政策环境对行业的影响第二节 中国移动互联网+消费金融行业经济背景分析一、宏观经济环境分析二、国际宏观经济运行分析三、国内宏观经济运行分析四、宏观经济发展对行业的影响第三节 关联产业发展背景一、中国电子商务发展状况分析二、中国大数据产业发展状况分析三、中国互联网产业发展状况分析四、关联产业发展对行业的影响第四节 中国移动互联网+消费金融行业技术背景分析一、云计算技术发展现状及投资前景调研分析二、物联网技术发展现状及投资前景调研分析三、通信技术的发展现状及投资前景调研分析四、互联网相关技术对行业的影响总结 第五章 中国移动互联网+消费金融所属行业发展现状分析第一节 中国移动互联网+消费金融行业市场发展阶段分析一、对移动互联网+消费金融行业发展阶段的研究二、中国移动互联网+消费金融

行业细分阶段发展特点

第二节 互联网给消费金融行业带来的冲击和变革分析

一、互联网时代消费金融行业大环境变化分析

二、互联网给消费金融行业带来的突破机遇分析

三、互联网给消费金融行业带来的挑战分析

四、移动互联网+消费金融行业融合创新机会分析

第三节 中国移动互联网+消费金融行业市场发展现状分析

一、中国移动互联网+消费金融行业投资布局分析

(1) 中国移动互联网+消费金融行业投资切入方式

(2) 中国移动互联网+消费金融行业投资规模分析

(3) 中国移动互联网+消费金融行业投资业务布局二、消费金融行业目标客户互联网渗透率分析三、中国移动互联网+消费金融行业市场规模分析四、中国移动互联网+消费金融行业竞争格局分析(1) 中国移动互联网+消费金融行业参与者结构(2) 中国移动互联网+消费金融行业竞争者类型(3) 中国移动互联网+消费金融行业市场占有率第六章 中国移动互联网+消费金融行业商业模式创新策略第一节 关于商业模式研究的基本思想介绍一、商业模式的定义及与其他模式的比较二、商业模式的核心构成要素及构建流程第二节 中国移动互联网+消费金融行业市场定位创新分析一、中国消费金融行业消费者特征分析二、中国消费金融行业企业主流的市场定位分析三、互联网对消费金融行业市场定位的变革分析四、互联网下消费金融行业市场定位优秀案例分析第三节 中国移动互联网+消费金融行业价值主张创新分析一、中国消费金融行业主要的客户价值主张要素分析二、移动互联网+消费金融行业价值主张创新策略分析(1) 消费金融行业企业如何利用互联网升级产品使用体验(2) 消费金融行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验(3) 消费金融行业企业如何利用互联网节约客户成本三、移动互联网+消费金融行业价值主张创新优秀案例第四节 中国移动互联网+消费金融行业渠道通路创新分析一、中国消费金融行业渠道通路的主要类别及特点分析(1) 价值传递通路的定义及特点(2) 产品销售渠道的定义及特点(3) 现有渠道通路特点的优势及不足(4) 互联网对渠道通路的改造分析二、互联网对消费金融行业渠道通路的颠覆性变革分析三、移动互联网+消费金融行业网络媒体消费金融宣传策略分析四、移动互联网+消费金融行业电商渠道构建策略分析五、移动互联网+消费金融行业渠道通路创新优秀案例第五节 中国移动互联网+消费金融行业客户关系创新分析一、中国消费金融行业客户关系的类别及关系成本分析(1) 消费金融行业客户关系的类别分析(2) 消费金融行业客户关系成本分析二、中国移动互联网+消费金融行业客户关系创新路径分析三、中国移动互联网+消费金融行业客户关系创新优秀案例第六节 中国移动互联网+消费金融行业收入来源创新分析一、中国消费金融行业收入的主要来源渠道及特点二、中国移动互联网+消费金融行业收入来源的创新分析三、中国移动互联网+消费金融行业收入来源创新优秀案例第七节 中国移动互联网+消费金融行业合作伙伴创新分析一、中国消费金融行业主要的合作伙伴及其特点分析二、互联网如何改变消费金融行业合作伙伴结构三、互联网下消费金融行业新增合作伙伴的特点四、互联网下消费金融行业新增合作伙伴优秀案例第八节 中国移动互联网+消费金融行业成本机构优化分

析一、中国消费金融行业主要成本结构及特点分析二、互联网如何改变消费金融行业成本结构三、互联网下消费金融行业成本结构的优化路径四、互联网下消费金融行业成本结构优化优秀案例

第九节 国外移动互联网+消费金融行业商业模式创新经验一、国外移动互联网+消费金融行业商业模式优秀案例剖析（1）案例一1）案例一基本信息分析2）案例一经营情况分析3）案例一盈利模式分析4）案例一商业模式评价（2）案例二1）案例二基本信息分析2）案例二经营情况分析3）案例二盈利模式分析4）案例二商业模式评价（3）案例三1）案例三基本信息分析2）案例三经营情况分析3）案例三盈利模式分析4）案例三商业模式评价二、国外移动互联网+消费金融行业商业模式创新经验借鉴

第七章 中国消费金融行业企业电商战略规划及模式选择第一节 中国消费金融行业企业电商战略规划分析一、消费金融企业电商如何正确定位二、消费金融电商核心业务确定策略三、消费金融企业电商化组织变革策略第二节 中国消费金融行业典型电商发展模式总体分析一、中国电子商务主流模式分析二、B2B电商模式及其优劣势分析（1）B2B电商模式的特点（2）B2B电商模式的适用范围（3）B2B电商模式的优秀案例（4）B2B电商模式的优劣势三、B2C电商模式及其优劣势分析（1）B2C电商模式的特点（2）B2C电商模式的适用范围（3）B2C电商模式的优秀案例（4）B2C电商模式的优劣势四、C2C电商模式及其优劣势分析（1）C2C电商模式的特点（2）C2C电商模式的适用范围（3）C2C电商模式的优秀案例（4）C2C电商模式的优劣势五、O2O电商模式及其优劣势分析（1）O2O电商模式的特点（2）O2O电商模式的适用范围（3）O2O电商模式的优秀案例（4）O2O电商模式的优劣势六、中国消费金融行业最优电商模式的选择第三节 中国消费金融行业企业电商切入模式及发展路径一、模式一（1）模式一的特点及优劣势（2）模式一的业务布局分析（3）模式一的渠道通路分析（4）模式一的收入来源分析（5）模式一的关键资源能力分析（6）模式一的经营风险分析（7）模式一的优秀案例分析二、模式二（1）模式二的特点及优劣势（2）模式二的业务布局分析（3）模式二的渠道通路分析（4）模式二的收入来源分析（5）模式二的关键资源能力分析（6）模式二的经营风险分析（7）模式二的优秀案例分析三、模式三（1）模式三的特点及优劣势（2）模式三的业务布局分析（3）模式三的渠道通路分析（4）模式三的收入来源分析（5）模式三的关键资源能力分析（6）模式三的经营风险分析（7）模式三的优秀案例分析第四节 中国消费金融行业移动电商切入路径及典型产品一、中国消费金融行业移动电商的商业价值分析（1）移动电商的商业价值分析（2）中国移动互联网发展现状（3）中国移动互联网趋势分析二、中国消费金融行业移动电商市场发展现状三、中国消费金融行业移动电商市场切入路径四、中国消费金融行业移动电商典型产品形式五、中国消费金融行业移动电商发展趋势及前景

第八章 中国移动互联网+消费金融商业模式创新优秀案例剖析第一节 案例一一、案例一基本信息分析二、案例一经营情况分析三、案例一产品服务分析四、案例一盈利模式分析五、案例一渠道通路分析六、案例一合作伙伴

分析七、案例一融资情况分析八、案例一商业模式评价第二节 案例二一、案例二基本信息分析二、案例二经营情况分析三、案例二产品服务分析四、案例二盈利模式分析五、案例二渠道通路分析六、案例二合作伙伴分析七、案例二融资情况分析八、案例二商业模式评价第三节 案例三一、案例三基本信息分析二、案例三经营情况分析三、案例三产品服务分析四、案例三盈利模式分析五、案例三渠道通路分析六、案例三合作伙伴分析七、案例三融资情况分析八、案例四商业模式评价第四节 案例四一、案例四基本信息分析二、案例四经营情况分析三、案例四产品服务分析四、案例四盈利模式分析五、案例四渠道通路分析六、案例四合作伙伴分析七、案例四融资情况分析八、案例四商业模式评价第五节 案例五一、案例五基本信息分析二、案例五经营情况分析三、案例五产品服务分析四、案例五盈利模式分析五、案例五渠道通路分析六、案例五合作伙伴分析七、案例五融资情况分析八、案例五商业模式评价第九章 中国重点企业移动互联网+消费金融投资布局分析第一节 企业一一、企业基本信息分析二、企业经营情况分析三、企业移动互联网+消费金融投资布局四、企业移动互联网+消费金融产品服务分析五、企业最新发展动向第二节 企业二一、企业基本信息分析二、企业经营情况分析三、企业移动互联网+消费金融投资布局四、企业移动互联网+消费金融产品服务分析五、企业最新发展动向第三节 企业三一、企业基本信息分析二、企业经营情况分析三、企业移动互联网+消费金融投资布局四、企业移动互联网+消费金融产品服务分析五、企业最新发展动向第四节 企业四一、企业基本信息分析二、企业经营情况分析三、企业移动互联网+消费金融投资布局四、企业移动互联网+消费金融产品服务分析五、企业最新发展动向第五节 企业五一、企业基本信息分析二、企业经营情况分析三、企业移动互联网+消费金融投资布局四、企业移动互联网+消费金融产品服务分析五、企业最新发展动向第十章 2022-2028年中国移动互联网+消费金融行业市场发展趋势预测第一节 2022-2028年中国移动互联网+消费金融行业市场趋势预测分析一、中国移动互联网+消费金融行业市场增长动力分析二、中国移动互联网+消费金融行业市场发展瓶颈剖析三、中国移动互联网+消费金融行业市场发展趋势分析第二节 2022-2028年中国消费金融行业电商发展现状及趋势分析一、中国消费金融行业电商总体开展情况二、中国消费金融行业电商交易规模分析三、中国消费金融行业电商产品服务品类四、中国消费金融行业电商盈利情况分析五、中国消费金融行业电商市场现存问题六、中国消费金融行业电商市场趋势分析七、中国消费金融行业电商市场规模预测第十一章 2022-2028年中国移动互联网+消费金融行业市场投资机会及建议第一节 2022-2028年中国移动互联网+消费金融行业投资特性及风险一、移动互联网+消费金融行业投资壁垒分析() (1) 政策壁垒 (2) 技术壁垒 (3) 市场壁垒二、移动互联网+消费金融行业投资特性分析三、移动互联网+消费金融行业投资前景分析第二节 2022-2028年中国移动互联网+消费金融行业投融资现状及趋势一、中国移动互联网+消费金融行业投资现状及趋势 (1) 中国移动互联网+消费金融行

业投资主体结构（2）各投资主体核心资源分析（3）各投资主体投资方式分析（4）各投资主体投资规模分析（5）2019年主要投资事件分析（6）各投资主体投资前景分析二、中国移动互联网+消费金融行业融资现状及趋势（1）中国移动互联网+消费金融行业融资主体构成（2）各融资主体核心资源分析（3）各融资主体融资方式分析（4）各融资主体融资规模分析（5）2019年主要融资事件及用途（6）各融资主体融资趋势分析

第三节 2022-2028年中国移动互联网+消费金融行业投资机会及建议

一、中国移动互联网+消费金融行业投资机会分析

二、关于移动互联网+消费金融行业的投资建议

图表目录

图表：消费金融分类

图表：大消费市场分类

图表：中国消费市场消费者的性别分布

图表：中国消费市场消费者的年龄分布

图表：中国消费市场消费者的职业分布

图表：中国消费市场消费者的学历分布

图表：中国消费市场消费者收入分布

图表：中国消费市场消费者的地域分布

图表：中国消费金融行业前景

图表：消费金融客户生命周期

图表：主要整型消费人群

图表：消费金融行业产业链

图表：消费金融产业是一个交叉产业

图表：我国消费金融市场地域分布特点

图表：消费金融行业痛点溯源

图表：消费金融行业获客渠道

图表：移动消费金融助力解决行业痛点

图表：新兴消费金融平台一览

图表：消费金融价值链——移动消费金融的作用

图表：互联网消费金融平台信息

图表：消费金融行业产业链目前呈现的“再分工”趋势

图表：消费金融行业产业链结构出现变化：传统模式与互联网模式交织的状态

图表：理想状态下互联网消费金融产业链格局

图表：消费金融宣传方式在进化

图表：互联网消费金融平台商业模式比较

图表：国内互联网消费金融平台比较

图表：整形消费金融医院招揽顾客的主要方式

图表：“互联网+消费金融”项目的类型分布

图表：“互联网+消费金融”项目的地域分布

图表：“互联网+消费金融”项目的融资方式分布

图表：“互联网+消费金融”项目的阶段分布

图表：移动互联网+消费金融行业发展规划汇总表

图表：移动互联网+消费金融行业主要政策汇总表

图表：政策环境对行业的影响分析表

图表：2015-2019年全球主要经济体经济增速预测

图表：2015-2019年中国GDP增长率变化趋势图

图表：2015-2019年中国工业增加值及增长率走势图

图表：2015-2019年中国服务业增加值及增长率走势图

图表：2015-2019年中国电商交易规模发展趋势

图表：2022-2028年中国电商交易规模预测

图表：2015-2019年我国网民规模及互联网普及率

图表：2015-2019年中国网民各类网络应用的使用率

图表：2015-2019年我国移动网民规模及增长速度

图表：关联产业发展对行业的影响总结表

图表：互联网相关技术对行业的影响总结表

图表：中国移动互联网+消费金融行业发展阶段

图表：主要企业移动互联网+消费金融行业投资切入角度

图表：2015-2019年中国移动互联网+消费金融行业主要投资事件

图表：中国移动互联网+消费金融行业投资业务布局

图表：2015-2019年中国移动互联网+消费金融行业市场规模发展趋势

图表：中国移动互联网+消费金融行业主要的市场参与者

场增长动力图表：中国移动互联网+消费金融行业市场发展瓶颈图表：2015-2019年中国消费金融行业电商交易规模图表：中国消费金融行业电商产品服务品类图表：中国消费金融行业电商市场现存问题图表：2022-2028年中国消费金融行业电商市场规模预测更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202204/281349.html>