

2023-2029年中国消费金融 市场评估与发展趋势研究报告

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

《2023-2029年中国消费金融市场评估与发展趋势研究报告》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/202306/374111.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国消费金融市场评估与发展趋势研究报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

当前我国经济发展已经进入“新常态”，传统的依靠投资与出口带动经济增长的方式越来越难以为继，粗放式增长所暴露出来的经济发展模式和产业结构问题已经引起了社会的重视，如何调整产业结构、促进经济转型成为了摆在我们面前亟待解决的问题。

有效扩大居民的消费需求，成为解决我国经济增长方式转型的重要途径。当前，我国居民消费在GDP中所占的比重在35%以下，这与成熟的发达国家的经济结构有明显差异。以美国和日本为例，自20世纪70年代以来，美国居民消费在GDP中的比重一直保持在60%以上，日本也保持在50%以上，且其消费占GDP的比重呈逐渐上升趋势。美国和日本的数据说明，我国经济增长方式从依靠投资带动转向依靠消费带动存在巨大的提升空间，同时也向我们展示了中国未来以消费带动经济增长的无限潜力。为此，新一届政府高度重视消费对国民经济的拉动作用，并出台了一系列关于消费金融的政策。产业研究院预计，未来几年我国消费信贷市场规模将会维持20%以上的年复合增长率，到2020年消费信贷规模将超过35万亿元，巨大的蛋糕吸引了众多巨头加入消费金融行业。

报告目录：

第1章：中国消费金融行业背景综述

1.1 消费金融行业相关概述

1.1.1 消费金融的定义

1.1.2 消费金融公司定义

1.1.3 消费金融的类型

1.1.4 消费金融产业链

1.2 消费金融行业体系分析

1.2.1 法律制度体系分析

1.2.2 个人征信体系分析

1.2.3 消费金融机构建设

1.2.4 消费金融产品建设

1.2.5 催收与监管体系建设

1.3 消费金融发展模式分析

1.3.1 消费金融美国模式

(1) 发展情况

(2) 发展特点

1.3.2 消费金融欧盟模式

(1) 发展情况

(2) 发展特点

1.3.3 消费金融日本模式

(1) 发展情况

(2) 发展特点

(3) 代表性公司

1.4 消费金融发展路径分析

1.4.1 消费金融发展的必要性

1.4.2 经济驱动消费金融发展

1.4.3 消费金融运营质量分析

1.5 消费金融发展背景分析

1.5.1 经济增长方式转变

1.5.2 居民消费习惯转变

1.5.3 世界经济环境转变

(1) 国际经济环境

(2) 国内经济环境

1.6 消费金融公司发展条件

1.6.1 我国消费金融公司的设立门槛

1.6.2 我国消费金融公司的设立条件

(1) 申请设立消费金融公司应当具备下列条件：

(2) 金融机构作为消费金融公司主要出资人，应当具备下列条件：

(3) 非金融企业作为消费金融公司主要出资人，应当具备下列条件：

1.6.3 我国消费金融公司的资金来源

1.6.4 我国消费金融公司的业务范围

1.6.5 我国消费金融公司的利率设定

第2章：中国金融市场总体状况分析

2.1 中国金融市场运行情况

2.1.1 货币投资市场运行分析

（1）调控机制

（2）货币市场运行分析

2.1.2 有价证券市场运行分析

（1）现阶段资本市场特征

（2）有价证券运行情况

2.1.3 外汇市场运行情况分析

（1）外汇储备规模

（2）金融机构外汇信贷

（3）人民币汇率

2.1.4 黄金市场运行情况分析

（1）我国黄金储备

（2）2018年黄金市场运行状况

2.2 中国货币政策操作

2.2.1 公开市场操作政策分析

2.2.2 存款准备金率调整分析

2.2.3 利率杠杆调控政策分析

2.2.4 信贷结构调整政策分析

2.3 中国金融管理机构管理趋势

2.3.1 中国人民银行管理方向

2.3.2 外汇管理局管理方向

2.3.3 银行保险监督管理委员会管理方向

（1）补齐监管短板

（2）严厉整治乱象

（3）防范创新风险

2.3.4 证券监督委员会管理方向

2.4 金融机构信贷业务统计分析

2.4.1 金融机构按币种信贷收支分析

2.4.2 金融机构按部门信贷收支分析

2.4.3 金融机构中长期行业贷款分析

(1) 工业中长期贷款余额

(2) 服务业中长期贷款余额

(3) 房地产中长期贷款余额

2.4.4 住户贷款余额分析

2.4.5 小额贷款公司人民币信贷分析

2.4.6 金融机构境内企业专项贷款分析

2.4.7 金融机构本外币涉农贷款分析

2.5 金融行业景气周期分析

2.5.1 金融行业景气周期相关指标

2.5.2 金融主要子行业景气周期对比

第3章：中国主要金融机构经营分析

3.1 商业银行经营状况分析

3.1.1 不同类型银行资产规模对比

3.1.2 商业银行盈利能力分析

3.1.3 商业银行经营风险分析

3.1.4 商业银行股权变化趋势

(1) 大型商业银行股权集中度较高

(2) 中小股份制商业银行股东数量少

3.2 证券行业经营状况分析

3.2.1 证券行业收入规模分析

3.2.2 证券行业收入结构分析

3.2.3 证券行业盈利能力分析

3.2.4 证券行业经营风险分析

(1) 经纪业务风险

(2) 承销业务风险

(3) 自营业务风险

(4) 资产管理业务风险

(5) 金融创新业务风险

3.2.5 证券行业成本变化趋势

3.2.6 证券机构股权变化趋势

(1) 股权结构不合理

(2) 股东数量较少

(3) 股东性质比较单一

3.3 保险行业经营状况分析

3.3.1 保险行业保费收入分析

3.3.2 保险细分行业保费收入

3.3.3 保险行业赔付情况分析

3.3.4 保险行业细分赔付情况

3.3.5 保险公司资产规模分析

3.3.6 保险公司经营风险分析

3.3.7 保险公司成本变化趋势

3.3.8 保险公司股权变化趋势

3.4 信托行业经营状况分析

3.4.1 信托行业收入规模分析

3.4.2 信托资金来源结构分析

(1) 信托资产总额

(2) 资产按来源分布情况

(3) 资产按功能分布情况

3.4.3 信托行业经营风险分析

3.4.4 信托行业成本变化趋势

3.4.5 信托行业股权变化趋势

3.5 金融租赁经营状况分析

3.5.1 金融租赁市场规模分析

3.5.2 金融租赁收入结构分析

3.5.3 金融租赁经营效益分析

3.5.4 金融租赁经营风险分析

3.5.5 金融租赁成本变化趋势

3.5.6 金融租赁股权变化趋势

3.6 财务公司经营状况分析

3.6.1 财务公司数量规模分析

3.6.2 财务公司盈利能力分析

3.6.3 财务公司资产质量分析

3.6.4 财务公司经营风险分析

- (1) 信用风险
- (2) 市场风险
- (3) 资本风险
- (4) 流动性风险
- (5) 财务公司的经营管理风险
- (6) 财务公司的政策风险

3.6.5 财务公司发展趋势分析

3.7 担保行业经营状况分析

3.7.1 担保行业机构数量

3.7.2 担保行业在保余额和融资性担保余额分析

3.7.3 担保行业担保企业分析

3.7.4 担保行业经营利润分析

3.7.5 担保行业代偿情况分析

3.8 小额贷款公司经营分析

3.8.1 小额贷款公司数量规模

3.8.2 小额贷款公司从业规模

3.8.3 小额贷款公司资本及贷款余额规模

3.8.4 小额贷款公司经营风险

- (1) 小额贷款利率风险
- (2) 小额贷款管理风险
- (3) 小额贷款信用风险

3.8.5 小额贷款公司发展趋势

- (1) 最终建立明确的市场定位
- (2) 几种未来发展模式
- (3) 加强金融服务产品的创新

第4章：中国消费金融发展可行性分析

4.1 消费金融行业经济环境可行性分析

4.1.1 国内生产总值

4.1.2 工业增加值分析

4.1.3 城乡居民收入

4.1.4 固定资产投资

4.1.5 中国进出口的基本情况

4.2 消费金融行业政策环境可行性分析

4.2.1 消费金融行业监管制度

4.2.2 消费金融行业政策法规

(1) 消费金融牌照发放政策

(2) 消费金融行业规范政策

(3) 消费金融行业政策汇总

4.3 消费金融行业金融环境可行性分析

4.3.1 互联网金融环境发展分析

(1) 中国互联网发展情况

(2) 互联网金融市场情况

4.3.2 传统金融行业发展分析

(1) 银行业发展情况

(2) 基金行业发展分析

(3) 财务公司发展分析

(4) 资产管理行业情况

(5) 金融租赁行业情况

4.3.3 信用消费市场发展分析

4.4 消费金融行业社会环境可行性分析

4.4.1 社会征信体系分析

4.4.2 社会公众接受程度

4.4.3 居民消费结构分析

第5章：国际消费金融行业发展经验借鉴

5.1 全球消费金融行业发展综述

5.1.1 国际消费金融行业的产生

5.1.2 国际消费金融行业的现状

5.1.3 国际消费金融行业的特点

5.2 典型国家消费金融行业运行情况

5.2.1 美国消费金融行业运行情况

(1) 美国消费金融行业发展现状

(2) 美国消费金融用途与资金来源

(3) 美国消费金融行业环境

(4) 美国消费金融行业模式

5.2.2 欧盟消费金融行业运行情况

(1) 欧盟消费金融行业现状

(2) 欧盟消费金融公司发展特点

(3) 欧盟消费金融行业模式

5.2.3 日本消费金融行业运行情况

(1) 日本消费金融行业现状

(2) 日本消费金融公司发展特点

(3) 日本消费金融行业模式

5.3 国际典型消费金融公司案例分析

5.3.1 美国运通

(1) 美国运通简介

(2) 美国运通发展历程

(3) 美国运通发展特点

(4) 美国运通案例启示

5.3.2 日本乐天

(1) 日本乐天金融简介

(2) 乐天金融发展历程

(3) 日本乐天发展特点

(4) 日本乐天案例启示

5.3.3 美国花旗金融公司

(1) 美国花旗金融公司基本简介

(2) 美国花旗金融公司业务分析

(3) 美国花旗金融公司消费金融特点

(4) 美国花旗金融公司最新动态

5.3.4 美国汇丰银行

(1) 美国汇丰银行基本简介

(2) 美国汇丰银行业务分析

5.3.5 GECS

(1) GECS基本简介

(2) GECS业务分析

(3) GECS消费金融特点

5.3.6 Cetelem

(1) Cetelem基本简介

(2) Cetelem业务分析

(3) Cetelem消费金融特点

5.4 典型国家消费金融行业经验借鉴

5.4.1 广泛的设立主体

5.4.2 实施多元化的营销模式

5.4.3 建立完善的信用体系

5.4.4 健全的法律法规体系

第6章：中国消费金融行业运营情况分析

6.1 消费金融行业整体概况

6.1.1 消费金融行业所处阶段

6.1.2 消费金融平台类型分析

(1) 平台分类与特点

(2) 平台对比

(3) P2P平台分析

6.1.3 消费金融市场规模分析

6.1.4 消费金融市场渗透率

6.1.5 消费金融市场结构

6.1.6 消费金融发展模式分析

6.1.7 消费金融对经济贡献分析

6.1.8 消费金融存在瓶颈分析

(1) 信用制度制约

(2) 企业资金成本上升

(3) 消费观念制约

(4) 产品趋同制约

(5) 征信体系不完善

6.2 互联网消费金融行业发展现状

6.2.1 互联网消费金融参与主体

6.2.2 互联网消费金融资金流向

6.2.3 互联网消费金融市场地位

6.2.4 互联网消费金融发展动力

(1) 网民群体的扩大是互联网消费金融产业快速发展的基石

(2) 互联网经济将向传统行业全面渗透

(3) 在线零售渗透率不断提升

6.2.5 互联网消费金融市场规模

(1) 交易规模

(2) 发展趋势

6.2.6 互联网消费金融细分领域

(1) 电商生态消费金融市场规模

(2) P2P消费金融市场规模分析

6.2.7 行业发展趋势分析

6.3 消费金融行业竞争状况分析

6.3.1 基于电商平台的消费金融公司

(1) 综合性电商平台

(2) 分期购物平台

(3) 市场地位

(4) 电商品牌影响排名

(5) 典型电商平台经营情况分析——蚂蚁金服

6.3.2 消费金融公司之间的竞争

(1) 商业模式

(2) 消费金融公司业务特征

(3) 市场地位

6.3.3 消费金融公司与商业银行的竞争

(1) 业务竞争关系

(2) 资金竞争关系

6.3.4 消费金融公司与小贷公司的竞争

6.4 国内外消费金融公司发展比较

6.4.1 市场定位

(1) 美国模式

(2) 欧盟模式

(3) 中国模式

(4) 总结

6.4.2 风险控制

(1) 美国模式

(2) 欧盟模式

(3) 中国模式

(4) 总结

6.4.3 金融监管

(1) 美国模式

(2) 欧盟模式

(3) 日本模式

(4) 中国模式

(5) 总结

6.4.4 立法保障

(1) 美国模式

(2) 欧盟模式

(3) 中国模式

(4) 总结

6.5 国内外消费金融公司差距分析

6.5.1 设立方式差距

6.5.2 资金来源差距

6.5.3 产品种类差距

第7章：中国消费金融市场细分业务发展潜力

7.1 住房消费金融业务吸引力

7.1.1 房地产行业发展现状分析

(1) 房地产行业投资规模

(2) 房地产行业销售规模

7.1.2 住房消费金融消费者行为分析

(1) 消费者贷款购房比重

(2) 贷款购房消费者年龄分布

(3) 消费者贷款购房原因分析

7.1.3 住房消费金融业务运营模式

7.1.4 住房消费金融业务市场供需

7.1.5 我国住房租赁市场发展的现状及趋势

- (1) 住房租赁市场需求旺盛
- (2) 供应体系不健全成为当前住房租赁市场的突出矛盾
- (3) 政策支持下住房租赁市场空间巨大
- (4) 住房租赁市场未来发展方向预判

7.1.6 住房消费金融业务风险控制

7.1.7 住房消费金融业务发展潜力

7.2 旅游消费金融业务吸引力

7.2.1 旅游行业发展规模分析

- (1) 旅游行业市场规模

7.2.2 旅游消费金融消费者行为分析

- (1) 旅游消费金融的特点分析
- (2) 消费者分期付款旅游原因分析

7.2.3 旅游消费金融业务运营模式

- (1) 旅游信用卡模式
- (2) 旅游信贷模式
- (3) 旅游保险模式

7.2.4 旅游消费金融业务典型平台——首付游

7.2.5 旅游消费金融业务平台风险控制

7.2.6 旅游消费金融业务平台收益来源

7.2.7 旅游消费金融业务发展潜力分析

7.3 汽车消费金融业务吸引力

7.3.1 汽车金融行业发展规模分析

- (1) 汽车销量情况
- (2) 汽车金融渗透率
- (3) 汽车金融市场规模

7.3.2 汽车消费金融消费者行为分析

- (1) 贷款购车市场结构
- (2) 消费者贷款购车原因分析

7.3.3 汽车消费金融业务运营模式

- (1) 信贷申请阶段

(2) 汽车信贷申请的审批阶段

(3) 贷款发放和业务实施阶段

(4) 汽车信贷监控阶段

(5) 违约处理阶段

7.3.4 汽车消费金融业务典型平台

7.3.5 汽车消费金融业务平台风险控制

(1) 汽车消费金融的风险分析

(2) 汽车消费金融的风险防范措施

7.3.6 汽车消费金融业务平台赢利模式

(1) 汽车消费贷款利息收入赢利模式

(2) 汽车产业利润转移赢利模式

(3) 汽车养护融资赢利模式

(4) 保险代理利润赢利模式

7.3.7 汽车消费金融业务发展潜力分析

7.4 消费金融新兴业务吸引力

7.4.1 装修消费金融市场业务分析

(1) 装修消费金融业务运营模式

(2) 互联网装修行业市场规模

(3) 装修消费金融存在的问题

7.4.2 教育消费金融市场业务分析

(1) 教育消费金融行业竞争主体

(2) 教育消费金融业务模式

(3) 在线教育市场规模

7.4.3 医疗消费金融市场业务分析

(1) 医疗消费金融市场竞争主体

(2) 医疗美容行业市场规模

(3) 医疗消费金融发展的制约因素

7.4.4 游戏消费金融市场业务分析

7.4.5 农村消费金融市场业务分析

(1) 农村消费金融发展现状

(2) 农村消费金融市场竞争主体

(3) 农村消费金融市场规模

(4) 农村消费金融存在的问题

第8章：中国消费金融行业重点企业经营分析

8.1 我国消费金融公司的发展特点

8.1.1 监管部门

8.1.2 融资成本

8.1.3 客户类型

8.1.4 盈利模式

8.2 典型消费金融公司经营分析

8.2.1 北银消费金融有限公司

(1) 企业基本简介

(2) 企业产品分析

(3) 企业客户群体

(4) 企业运营模式

(5) 企业优劣势分析

8.2.2 川锦程消费金融有限责任公司

(1) 企业基本简介

(2) 企业产品分析

(3) 企业客户群体

(4) 企业运营模式

(5) 企业优劣势分析

8.2.3 捷信消费金融有限公司

(1) 企业基本简介

(2) 企业产品分析

(3) 企业合作伙伴

(4) 企业客户群体

(5) 企业运营模式

(6) 企业经营效益

(7) 企业优劣势分析

8.2.4 兴业消费金融股份公司

(1) 企业基本简介

(2) 企业产品分析

- (3) 企业客户群体
- (4) 企业运营模式
- (5) 企业经营效益
- (6) 企业优劣势分析

8.2.5 海尔消费金融有限公司

- (1) 企业基本简介
- (2) 企业产品分析
- (3) 企业合作伙伴
- (4) 企业客户群体
- (5) 企业运营模式
- (6) 企业经营效益
- (7) 企业优劣势分析

8.2.6 招联消费金融有限公司

- (1) 企业基本简介
- (2) 企业产品分析
- (3) 企业合作伙伴
- (4) 企业客户群体
- (5) 企业运营模式
- (6) 企业优劣势分析

8.2.7 苏宁消费金融有限公司

- (1) 企业基本简介
- (2) 企业产品分析
- (3) 企业合作伙伴
- (4) 企业客户群体
- (5) 企业运营模式
- (6) 企业优劣势分析

8.2.8 马上消费金融股份有限公司

- (1) 企业基本简介
- (2) 企业产品分析
- (3) 企业合作伙伴
- (4) 企业客户群体
- (5) 企业运营模式

(6) 企业优劣势分析

8.2.9 湖北消费金融股份有限公司

(1) 企业基本简介

(2) 企业产品分析

(3) 企业客户群体

(4) 企业运营模式

(5) 企业优劣势分析

8.2.10 中邮消费金融有限公司

(1) 企业基本简介

(2) 企业经营效益

(3) 企业优劣势分析

第9章：中国消费金融行业发展趋势与投资机会

9.1 消费金融行业未来趋势

9.1.1 互联网化趋势

9.1.2 金控化、平台化

(1) 金控化

(2) 平台化

9.1.3 服务人群：年轻化、普惠化

9.1.4 消费场景：“大而全”+“小而美”

9.1.5 科技驱动

9.1.6 服务主体间的合作与融合

9.2 消费金融行业发展机会

9.2.1 行业发展阶段分析

9.2.2 行业发展规模分析

9.2.3 行业利润水平分析

9.3 消费金融行业风险管理

9.3.1 行业政策法律风险管理

9.3.2 行业网络安全风险管理

9.3.3 行业金融系统风险管理

9.3.4 行业信用环境风险管理

9.4 消费金融行业投资壁垒

- 9.4.1 资金实力壁垒
- 9.4.2 政策环境壁垒
- 9.4.3 业务资质壁垒
- 9.4.4 业务技术壁垒

图表目录

- 图表1：消费金融行业分类表
- 图表2：消费金融产业链图
- 图表3：我国持牌消费金融公司一览（单位：亿元）
- 图表4：筹建但尾货审批的消费金融公司
- 图表5：美国消费金融公司的特点
- 图表6：消费金融日本模式的特点
- 图表7：日本消费金融四大巨头
- 图表8：消费金融发展的必要性
- 图表9：2013-2021年社会消费品零售总额及增速变动（单位：亿元，%）
- 图表10：居民消费习惯转变情况
- 图表11：2021年世界经济形势
- 图表12：2021年我国主要经济指标增长及预测（单位：%）
- 图表13：申请设立消费金融公司需具备的条件
- 图表14：金融机构作为主要出资人需具备的条件
- 图表15：非金融企业作为主要出资人需具备的条件
- 图表16：消费金融公司可经营的人民币业务
- 图表17：货币政策实施发展阶段
- 图表18：2018-2021年年货币市场利率走势（单位：%）
- 图表19：2011-2021年中央结算公司债券交易量（单位：万亿元）
- 图表20：现阶段资本市场特征
- 图表21：2021年两市股票成交量价走势（单位：万元）
- 图表22：2017-2021年股票市场交易规模（单位：亿元，亿股）
- 图表23：2009-2021年债券市场发行规模（单位：亿元）
- 图表24：2008-2021年中国外汇储备规模（单位：百亿美元）
- 图表25：2017-2021年金融机构外汇信贷资金运用月度统计（单位：万亿美元）
- 图表26：2017-2021年人民币汇率（一美元折合人民币）变化情况（单位：元）

图表27：2008-2021年黄金储备变化情况（单位：万盎司）

图表28：2012-2021年全球黄金需求总量及增长情况（单位：吨，%）

图表29：2021年全球黄金需求结构（单位：%）

图表30：2012-2021年全球黄金供给总量及增长情况（单位：吨，%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202306/374111.html>