

2024-2030年中国消费金融 产业发展现状与投资前景评估报告

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

《2024-2030年中国消费金融产业发展现状与投资前景评估报告》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/202401/436486.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

传统消费金融是指向各阶层消费者提供消费贷款的现代金融服务方式。无论从金融产品创新还是扩大内需角度看，消费金融试点都具有积极意义。在我国当前的宏观经济形势下，适时地出台相关管理办法是适应客观经济形势的趋势和需要的。从金融产品创新看，个人信贷业务是传统银行难以全面惠及的领域，建立专业化的个人消费金融系统，能够更好地服务于居民个体。从目前非银行零售消费金融提供方主要的成本构成来看，获客成本仍然为目前占比最高的成本之一。随着线上线下流量获取成本的逐渐升高，越来越多的公司在继续获取新流量的同时开始将更多的精力放在老用户的精细化运营上面，很多互金公司的复借率相较之前都有了不同程度的提升。中企顾问网发布的《2024-2030年中国消费金融产业发展现状与投资前景评估报告》共十一章。首先介绍了中国消费金融行业市场发展环境、消费金融整体运行态势等，接着分析了中国消费金融行业市场运行的现状，然后介绍了消费金融市场竞争格局。随后，报告对消费金融做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国消费金融行业发展趋势与投资预测。您若想对消费金融产业有个系统的了解或者想投资中国消费金融行业，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 消费金融的相关概述 第一节 消费信贷的理论基础 一、国外理论综述 二、国内理论综述 第二节 消费金融的基本概述 一、消费金融的界定 二、消费金融与消费的关系 三、消费金融体系及其主要内容 第三节 消费金融公司的相关介绍 一、消费金融公司的概念 二、消费金融公司的定位 三、消费金融公司的积极意义 第二章 2024-2030年消费金融的发展状况及经验借鉴 第一节 综述 一、消费金融的产生和发展 二、消费金融公司的发展特点 三、消费金融公司的发展经验 第二节 美国 一、美国消费金融机构的主要类型 二、美国消费金融公司的发展环境 三、美国消费金融公司的运营特点 四、美国消费金融相关法律解析 五、美国消费金融发展对中国的启示 第三节 欧盟 一、欧盟消费金融公司发展简况 二、欧盟消费金融的客户及产品定位 三、欧盟消费金融公司的营销模式 四、欧盟消费金融公司的信贷模式 五、欧盟消费金融公司的风险管理模式 六、欧盟主要国家的消费金融公司发展模式 第四节 日本 一、日本消费金融机构的发展状况 二、日本主要消费金融公司的经营特点 三、日本消费金融公司运营模式及启示 第五节 其他国家或地区 一、新兴市场消费金融的发展状况 二、东欧消费金融迅速发展的经验 三、印度消费金融快速发展的原因 四、韩国消费金融的发展路径探析 第三章 2024-2030年中国消费金融行业发展环境分析 第一节 宏观经济环境 一、经

济金融环境简况 二、经济运行趋势预测 三、中国宏观经济环境分析 四、中国宏观经济发展趋势 五、中国各行业产能过剩严重 六、中国宏观经济发展预期良好 第二节 政策环境 一、国内消费金融发展已具备相应条件 二、政策利好消费金融公司试点发展 三、消费金融公司试点管理办法修订版的影响 四、现有的消费金融政策尚未形成体系 第三节 金融行业环境 一、中国金融业发展改革历程回顾 二、中国金融业发展改革现状分析 三、中国农村金融业发展状况分析 四、中国金融业运行数据统计分析 五、中国信用卡行业的发展状况 第四节 消费市场环境 一、我国消费信贷的发展特征 二、中国经济内生消费拉动不足 三、消费肩负中国经济增长的重任 四、信息消费成为新的消费增长点 五、中国消费市场的发展趋势分析 第五节 社会和技术环境 一、人口增长及结构变化 二、社会保障制度日趋完善 三、人们消费观念逐步转变 五、人们的投资意识增强 第四章 2024-2030年中国消费金融所属行业发展分析 第一节 中国消费金融行业发展综述 一、当代经济环境下消费金融新特点 二、我国消费金融仍处于初级阶段 三、消费金融在中国的发展模式 四、消费金融将成经济转型助推器 五、消费金融行业推进普惠金融覆盖 第二节 2024-2030年中国消费金融所属行业发展状况 一、我国消费金融发展现状分析 二、我国消费金融取得显著成绩 三、中国消费金融供需状况分析 四、我国消费金融公司试点运行状况 五、网络交易为消费金融带来发展机会 第三节 2024-2030年中国消费金融所属行业竞争状况 一、消费金融公司与商业银行的竞争关系 二、外资小贷公司抢滩消费金融市场 三、消费金融公司与社区金融机构的竞争 四、互联网金融与银行在消费金融领域的竞争 第四节 我国消费金融行业发展存在的问题 一、消费观念的制约 二、产品趋同的制约 三、审批繁琐的制约 四、信用制度的制约 第五节 我国消费金融行业发展的策略选择 一、大力推动消费金融的发展 二、建立准确的市场定位 三、加快建设信用法规制度体系 四、增加网点布局 五、拓宽消费金融的资金来源 六、建立宽领域消费金融信息平台 第五章 2024-2030年中国住房消费金融所属行业市场发展分析 第一节 国外主要住房消费金融模式比较分析 一、互助合同型住房消费金融模式 二、强制储蓄型住房消费金融模式 三、资本市场型住房消费模式 四、住房消费金融模式特点比较 第二节 2024-2030年中国住房消费金融所属行业市场发展状况 一、住房消费金融与经济发展的理论基础 二、我国住房消费金融模式的发展分析 三、我国住房消费金融市场供需状况 四、政策性住房消费金融服务发展分析 第三节 住房消费金融产品的种类及风险分析 一、住房消费金融产品的分类 二、固定利率抵押贷款的种类及风险 三、可调利率抵押贷款的种类及风险 第四节 我国住房消费金融面临的问题分析 一、支付能力与住房价格的矛盾 二、传统消费观念的制约 三、消费信用制度不完善 四、住房消费信贷的风险 第五节 我国住房消费金融市场的发展策略 一、完善我国社会保障制度 二、增加住房消费金融需求 三、开发创新型金融产品 四、建立良好住房信贷制度 五、加强金融风险监管 第六章 2024-2030年中国汽车消费金融所属行业市场发展分析 第一

节 2024-2030年中国汽车消费金融所属行业市场发展状况 一、消费金融成为汽车业增长新动力 二、我国汽车消费金融市场发展迅速 三、我国汽车消费金融市场竞争格局 四、我国汽车消费金融业务发展模式 五、我国主流汽车消费金融产品介绍 第二节 2024-2030年中国汽车消费金融消费者行为研究 一、贷款购车消费者占比 二、贷款购车消费者年龄分布 三、各区域贷款购车比例 四、主流国别乘用车贷款购车占比 五、消费者贷款购车原因及障碍 六、消费者对贷款提供方选择意愿 七、未来消费者购车贷款意愿 八、汽车贷款促销方式的吸引力 第三节 汽车金融公司提供汽车消费金融服务的优势 一、汽车金融公司和母公司利益紧密相关 二、汽车金融公司贷款手续快速便捷 三、汽车金融公司专业化经营程度高 四、汽车金融公司提供全方位综合服务 第四节 我国汽车消费金融发展中存在的问题 一、业务渠道较难建立 二、业务申请手续繁琐 三、产品创新能力不足 四、人员专业素质待提高 第五节 促进我国汽车消费金融发展的若干建议 一、推动我国汽车消费金融市场发展的对策 二、商业银行改善汽车消费金融业务的策略 三、汽车金融公司业务发展运营方案 第七章 2024-2030年中国消费金融公司发展分析 第一节 消费金融公司在中国的兴起与发展 一、我国消费金融公司的设立初衷 二、国内消费金融公司的发展历程 三、我国消费金融公司的成长悖论 四、我国消费金融公司面临发展契机 第二节 中国消费金融公司的特点 一、设立门槛 二、资金来源 三、贷款门槛 四、贷款额度 五、业务范围 六、利率设定 第三节 中国消费金融公司的成立条件及主要业务分析 一、中国消费金融公司的主要设立条件 二、中国消费金融公司的业务范围 三、中国消费金融公司的业务特点 四、中国消费金融公司业务存在的问题 第四节 消费金融公司信贷与其它同级信贷的比较分析 一、与信用卡的比较 二、与银行无担保产品比较 三、与典当行小额贷款比较 四、与小额贷款公司比较 第五节 中国消费金融公司SWOT分析 一、内部优势 二、内部劣势 三、外部优势 四、外部威胁 第六节 中国消费金融公司发展存在的问题 一、现阶段我国消费金融公司发展的障碍 二、消费金融公司业务发展的限制因素 三、在中国成立消费金融公司存在的问题 四、我国与消费金融公司发展的差距 第七节 中国消费金融公司的经营管理策略 一、市场定位 二、目标客户 三、营销模式 四、人才培养 五、产品和服务 六、加强风险管理 第八章 2024-2030年中国商业银行消费金融服务发展分析 第一节 2024-2030年中国商业银行消费金融服务发展状况 一、商业银行是消费金融发展主要力量 二、商业银行个人消费金融的发展状况 三、消费金融公司对商业银行业务的冲击 四、商业银行将加快汽车消费金融发展 第二节 商业银行与消费金融公司业务比较分析 一、业务范围比较分析 二、吸引资金容易度比较分析 三、目标客户比较分析 四、经营渠道比较分析 五、信贷利率与信贷额度比较分析 六、业务操作比较分析 第三节 中国商业银行消费金融服务存在的问题 一、供给主体为国有商业银行 二、业务发展定位的制约 三、产品品种十分有限 四、城乡发展不平衡 第四节 中国商业银行消费金融服务的发展对策 一、加强消费信贷服务

力度 二、加强产品创新 三、信息化建设 四、规范个人信用体系 五、把握利率市场化的机遇

第九章 2024-2030年中国的金融消费者分析 第一节 金融消费者概念和权利 一、金融消费者法律概念界定 二、金融消费者的权利 三、金融消费者保护立法的现实意义 第二节 我国城镇家庭消费金融意识与行为调查 一、调查背景 二、家庭经济情况 三、家庭投资行为 四、家庭借贷行为 五、家庭理财其他方面 第三节 我国消费者对消费金融的认知调查 一、使用比例及了解程度 二、消费者消费意愿调查 三、消费金融了解意愿 四、信用卡的接受程度 第四节 金融消费者权益保护的现状及缺陷 一、我国现有的金融消费者保护的现状 二、金融消费者权益维护的现实缺陷 三、金融消费者权益被侵害的主要形式 四、金融消费者权益被侵害的主要原因 五、消费类金融纠纷的特点及问题 第五节 我国金融消费者权益保护的发展建议 一、各国金融消费者保护的借鉴 二、加强金融消费者权益保护的对策 三、维护金融消费者权益的现实思考 四、完善消费类金融纠纷解决机制的建议

第十章 国内外消费金融重点企业的经营分析 第一节 主要消费金融公司经营模式和特点 一、Sears百货公司消费金融模式 二、戴尔和苹果电脑消费金融模式 三、通用电气金融服务公司模式 第二节 北银消费金融公司 一、企业简介 二、主要产品 三、经营状况 四、发展策略 第三节 锦程消费金融有限公司 一、企业简介 二、主要产品 三、经营状况 四、发展策略 第四节 中银消费金融公司 一、企业简介 二、主要产品 三、经营状况 四、发展策略 第五节 捷信消费金融公司 一、企业简介 二、主要产品 三、经营状况 四、发展策略 第六节 中国工商银行 一、企业简介 二、经营状况 三、发展策略 四、信用卡数量 第七节 中国建设银行 一、企业简介 二、经营状况 三、发展策略 四、信用卡数量 第八节 中国银行 一、企业简介 二、经营状况 三、发展策略 四、信用卡数量 第九节 中国农业银行 一、企业简介 二、经营状况 三、发展策略 四、信用卡数量 第十节 交通银行 一、企业简介 二、经营状况 三、发展策略 四、信用卡数量

第十一章 2024-2030年中国消费金融发展前景及趋势预测 第一节 中国消费金融市场的发展前景 一、中国消费信贷市场增长预测 二、消费金融在我国的发展机遇 三、城镇化成为消费金融成长动力 四、汽车消费金融发展前景展望 五、2024-2030年中国消费金融业发展预测 第二节 中国消费金融公司的发展前景 一、消费金融公司发展前景广阔 二、消费金融公司将成为金融新“蓝海” 三、新政为消费金融公司带来重大利好 四、民资将促消费金融公司进一步发展

图表目录： 图表 各组织近期下调及主要经济体经济增长率预测值（%） 图表 工业生产同比增长率（%） 图表 三大经济体GDP环比增长率（%） 图表 及主要经济体GDP同比增长率（%） 图表 三大经济体零售额同比增长率（%） 图表 贸易量同比增长率（%） 图表 波罗的海干散货运指数（%） 图表、发达国家和发展中国家消费价格同比上涨率（%） 图表 美国、日本和欧元区失业率（%） 图表 贸易量实际值和长期趋势 图表 2022年需求仍处于较低水平 图表 2022年降息经济体 图表 市场初级产品价格名义指数走势 图表 2024-2030年

我国国民经济GDP运行情况 图表 2024-2030年我国居民消费价格（CPI）涨跌幅 图表

2024-2030年我国猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况 图表 2024-2030年我国鲜菜、鲜果价格变动

情况 图表 2022年我国居民消费价格分类别同比涨跌幅 图表 2022年我国居民消费者价格分类

表环比涨跌幅 图表 2022年我国居民消费价格主要数据

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/436486.html>