



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国信用评级市场 分析与投资规划研究报告

一、调研说明

《2011-2015年中国信用评级市场分析与投资规划研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/157646.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

第一章 信用评级相关概述

第一节 信用评级基础概述

一、信用评级的界定

二、信用评级的特点

三、信用评级的作用

四、评级分类

五、评级方法

六、评级程序

七、评级指标体系

第二节 信用评级的指导意义

一、投资者的指导

二、金融机构的参考

三、市场监管的依据

第三节 信用评级对不同主体的影响

一、投资者

二、企业

三、商业银行

四、政府部门

五、资本市场

第四节 信用评级在社会信用体系中的地位

一、信用活动体系和信用监管体系的中心环节

二、度量、检测、预警信用风险的主导

三、信息评级处理信用信息的数量和重要性不断增强

四、可督促企业强化信用意识防范风险

第二章 2009-2010年中国信用评级运行环境分析

第一节 2009-2010年中国信用评级经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2010年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2009-2010年中国信用评级政策环境

- 一、规范信用评级行业的基础性法律及评价
- 二、监管方式及部门之间的协调问题
- 三、评级市场机构准入与业务准入制度
- 四、各地相继出台了加强信用建设的地方性法规
- 五、国家信息化发展战略
- 六、国务院办公厅关于社会信用体系建设的若干意见

第三节 2009-2010年中国信用评级市场的社会环境

- 一、融资体制改革
- 二、企业信用意识增强
- 三、征信体制建设
- 四、信用交易和活动集中于银行体系
- 五、社会舆论对信用评级认识上的误区

第三章 2009-2010年全球信用评级市场环境分析

第一节 2009-2010年全球信用评级的经济发展环境

- 一、全球经济景气度
- 二、金砖四国成带动全球经济增长主力
- 三、全球宏观经济主要指标监测
- 四、金融危机对全球经济和评级机构的影响

第二节 2009-2010年全球信用评级的政策环境分析

- 一、发达国家对信用评级体系进行反思
- 二、信用评级机构的独立性受到质疑
- 三、信用评级机构的职业操守问题曝光
- 四、全球金融体系有可能进行重构

第三节 2009-2010年全球信用评级的技术发展环境

- 一、西方信用风险评估技术
- 二、现代信息技术
- 三、全球信用评级行业标准缺失
- 四、信用评级的从业人员技术要求高

第四章 2009-2010年全球信用评级市场运行态势分析

第一节 2009-2010年全球信用评级市场发展概况

- 一、全球信用评级的三个发展阶段
- 二、三大机构依旧主宰国际市场
- 三、欧亚各国的信用评级各具特色
- 四、独立公正地位频遭质疑
- 五、各国政府加强对信用评级服务的监管改革

第二节 影响信用评级市场发展的相关因素

- 一、资本市场的发展水平和成熟程度
- 二、信用评级机构的声望和信誉
- 三、高信用风险事件的发生

第三节 美国的信用评级市场发展情况

- 一、美国对信用评级机构的管理体制
- 二、美国信用评级机构分析
- 三、美国信用评级体系分析
- 四、美国信用评级机构进行评级体系改革

第四节 其他国家的信用评级市场发展情况

- 一、英国信用评级市场的发展情况
- 二、德国信用评级市场的发展情况
- 三、日本的信用评级市场发展情况

第五节 2011-2015年国际信用评级发展的新趋势

第五章 2009-2010年中国信用评级产业运行形态分析

第一节 中国信用评级市场概述

- 一、中国信用评级行业发展的五个阶段
- 二、中国信用评级的产品和服务范围
- 三、中国信用评级体系

第二节 2009-2010年中国信用评级产业动态分析

- 一、中国信用评级大事记
- 二、“中国信用评级高峰论坛”将聚焦信用评级体系
- 三、中国信用评级机构亟需监管法律 争取金融话语权
- 四、中国独立信用评级机构登上国际信用评级舞台

五、中国信用评级业发展与国际金融秩序重构

第三节 2009-2010年中国信用评级业热点问题探讨

- 一、相关立法滞后
- 二、监管体系有效性差
- 三、信用评估市场规模小、市场化程度低
- 四、市场供给与需求不相适应

第六章 2009-2010中国信用评级市场运行分析

第一节 2009-2010年中国信用评级市场总况

- 一、中国信用评级市场规模分析
- 二、违约现象刺激市场需求增长
- 三、中资信用评级发展将提速，提高信息透明度
- 四、短期融资券和创新性结构性融资证券化评级业务将得到快速发展

第二节 2009-2010年中国信用评级市场责综述

- 一、全国性评级机构数量少
- 二、业务范围狭窄且费率低下
- 三、评级机构存在管理风险
- 四、独立而客观的权威性尚未真正树立
- 五、存在不规范运营和机构间的恶性竞争
- 六、市场需求不足
- 七、受评级资料的限制准确度差
- 八、缺乏统一的行业规范

第三节 促进中国信用评级行业发展的主要因素

- 一、金融体制改革和金融市场的完善
- 二、金融产品的创新
- 三、资本市场的繁荣
- 四、担保体系的发展
- 五、加入WTO后的有力条件

第七章 2009-2010中国信用评级细分市场分析

第一节 2009-2010年中国企业债券评级市场探析

- 一、中国企业债券评级市场的法律环境和市场管理

二、近几年中国企业债券市场的发展情况

三、中国企业债券市场的规模分析

四、中国企业债券评级市场动态

五、中国主要评级机构的企业债券评级情况

六、企业债券评级市场发展中的问题

第二节 2009-2010年中国金融债券评级市场透析

一、中国金融债券评级市场的法律环境和市场管理

二、近几年中国金融债券市场分析

三、中国金融债券市场的规模分析

四、中国金融债券评级市场动态分析

五、中国主要评级机构的金融债券评级情况

第三节 2009-2010年中国上市公司评级市场分析

一、中国上市公司评级市场的法律环境和市场管理

二、中国企业的上市情况

三、中国企业的上市筹资规模分析

四、中国上市公司评级市场聚焦

五、上市公司评级市场发展中的问题——国际评级遭遇尴尬

第四节 2009-2010年中国借款企业资信评级市场分析

一、中国借款企业资信评级市场的法律环境和市场管理

二、中国企业融资方式

三、中国企业信贷资金的规模

四、中国借款企业资信评级市场发展动态

五、中国主要评级机构的企业信贷评级情况

第八章 2009-2010年中国信用评级产业竞争格局分析

第一节 2009-2010年中国信用评级的竞争环境

一、中国信用评级业的竞争格局

二、中国信用评级的市场淘汰环境

三、中国信用评级机构遭遇国际市场的严重冲击

第二节 2009-2010年中国信用评级竞争总况

一、中国信用评级市场竞争将日益激烈

二、债券评级业务由外资评级机构主导

第三节 2011-2015年中国信用评级竞争趋势

第九章 2009-2010年中国信用评级市场优势企业竞争力分析

第一节 中诚信

- 一、企业发展背景分析
- 二、信用评级业务范围及运作流程
- 三、信用评级的客户数量规模
- 四、信用评级业务竞争力分析

第二节 大公国际

- 一、企业发展背景分析
- 二、信用评级业务范围及运作流程
- 三、信用评级的客户数量规模
- 四、信用评级业务竞争力分析

第三节 上海远东资信评估

- 一、企业发展背景分析
- 二、信用评级业务范围及运作流程
- 三、信用评级的客户数量规模
- 四、信用评级业务竞争力分析

第四节 深圳鹏元

- 一、企业发展背景分析
- 二、信用评级业务范围及运作流程
- 三、信用评级的客户数量规模
- 四、信用评级业务竞争力分析

第五节 上海新世纪

- 一、企业发展背景分析
- 二、信用评级业务范围及运作流程
- 三、信用评级的客户数量规模
- 四、信用评级业务竞争力分析

第六节 长城资信评估

- 一、企业发展背景分析
- 二、信用评级业务范围及运作流程
- 三、信用评级的客户数量规模

四、信用评级业务竞争力分析

第十章 2009-2010年外资信用评级机构竞争力分析

第一节 穆迪投资者公司

- 一、企业发展背景分析
- 二、公司经营业绩
- 三、穆迪信用评级流程介绍
- 四、主要在华信用评级业务范围
- 五、信用评级业务竞争力分析

第二节 标准普尔公司

- 一、企业发展背景分析
- 二、公司经营业绩
- 三、标准普尔公司信用评级标准
- 四、公司主要信用评级产品
- 五、信用评级业务竞争力分析

第三节 惠誉国际

- 一、企业发展背景分析
- 二、誉国际信用评级的基本原则
- 三、信用评级业务范围
- 四、信用评级业务竞争力分析

第四节 晨星公司

- 一、企业发展背景分析
- 二、晨星中国基金评级分析
- 三、晨星公司主要产品及服务分析
- 四、信用评级业务竞争力分析

第十一章 2011-2015年中国信用评级市场投资战略分析

第一节 2011-2015年中国信用评级投资概况

- 一、中国信用评级投资特性
- 二、中国信用评级投资环境分析

第二节 2011-2015年中国信用评级投资机会分析

第三节 2011-2015年中国信用评级存在及潜在的风险

- 一、技术风险
- 二、政策风险
- 三、金融风险
- 四、市场风险
- 五、信用风险
- 六、人才风险

第四节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：2005-2009年国内生产总值

图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2009年年末国家外汇储备 艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国信用评级市场分析与投资规划研究报告》，内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

图表：2005-2009年财政收入

图表：2005-2009年全社会固定资产投资

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/157646.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法

- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。