



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国消费信贷市场 研究及投资战略研究报告

一、调研说明

《2015-2020年中国消费信贷市场研究及投资战略研究报告》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/250546.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

消费信贷是商业企业、银行或其他金融机构对消费者个人提供的信贷，主要用于消费者购买耐用消费品（如家具、家电、汽车等）、房屋（房产抵押贷款例外）和各种劳务。

中国的消费信贷始于20世纪80年代，以亚洲金融危机为分水岭，可以分为两个不同的阶段。1997年亚洲金融危机爆发前，中国消费信贷业务处于试点探索阶段，消费信贷业务发展较为缓慢，信贷规模小、品种少，仅限于住房、汽车、教育助学等有限的领域，消费信贷并没有引起商业银行的重视，在很大程度上是作为一项政策性贷款实施的。1997年亚洲金融危机爆发后，中国受到较大的外部冲击，出口规模锐减，消费和投资需求严重不足，就业压力增加，为此，中国政府制定了以扩大内需为目标的宏观经济政策，支持和鼓励商业银行开展消费信贷业务。自此，消费信贷业务摆上了各家商业银行的重要议事日程，驶入了规模扩张的快车道。

目前，中国的消费信贷市场获得了巨大发展。我国消费信贷主要有住房、汽车、助学贷款、大件耐用消费品、个人信用卡透支和其他贷款等品种。自开办消费信贷以来，住房信贷一直居于主导地位，其比重基本在60%-75%之间。截止2012年末，中国人民银行所统计的全国消费信贷余额已达到10.27万亿元，比1997年末增长了600倍左右，消费信贷占金融机构信贷余额比例达到16.42%，其中个人住房按揭贷款占了绝对的比重。截至2013年12月，我国消费性贷款接近13万亿，去除以房贷为代表的中长期消费贷款，短期消费性贷款仅为2.7万亿。2014年上半年，住户消费性贷款余额 14.2 万亿元，同比增长20.7%，增速比上季末低2.2个百分点，上半年增加1.21万亿元，同比少增1080亿元

个人消费信贷顺应了国民日益增长的金融产品多元化需要，优化了商业银行的信贷资产结构，增加了商业银行的创利渠道，有利于启动市场、扩大内需，增加消费品生产，形成生产—消费—生产的良性循环，促进国民经济健康发展。随着国民经济的增长、人民生活水平的提高，今后个人消费信贷投入将逐步成为各商业银行信贷业务新的利润增长点。

2012年9月1日，国务院办公厅印发了《国内贸易发展“十二五”规划》，指出要稳步发展消费信贷市场，有针对性地培育和巩固消费信贷增长点，集中推进汽车、家电、教育、旅游等与改善民生密切相关的信贷消费发展。此规划是在国家实施扩大内需特别是消费需求战略的背景下出台的，必将推动诸如家电、教育、旅游、电子商务等领域消费信贷快速发展。

艾凯咨询网发布的《2015-2020年中国消费信贷市场研究及投资战略研究报告》共十一章。首先介绍了消费信贷的概念、基本类型、与同级产品的比较情况等，接着分析了国际消费信贷市场、中国消费信贷市场的发展环境及具体现状，然后详细介绍了住房消费信贷、汽车消

费信贷、农村消费信贷、信用卡消费信贷与旅游消费信贷市场的发展，随后报告对开展消费信贷业务的重点机构、消费信贷的风险和法律问题做了细致分析，最后预测了消费信贷市场的发展前景及未来趋势。

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家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。

第一章 消费信贷相关概述

1.1 消费信贷的基本介绍

1.1.1 消费信贷的概念

1.1.2 消费信贷的基本类型

1.1.3 消费信贷的主要形式

1.1.4 消费信贷发展的理论基础探析

1.2 消费信贷与同级产品的辨析

1.2.1 与信用卡的区别

1.2.2 与银行无担保产品的区别

1.2.3 与典当行小额贷款的区别

1.2.4 与小额贷款公司的区别

第二章 2013-2014年国际消费信贷市场分析

2.1 2013-2014年国际住房消费信贷的发展

2.1.1 美国的住房抵押贷款模式浅析

2.1.2 英国的住房协会模式剖析

2.1.3 法国的政府干预模式解析

2.1.4 加拿大的住房抵押贷款证券化模式透析

2.1.5 荷兰的住房抵押贷款市场行情分析

2.1.6 国外住房消费信贷发展的经验探析

2.2 2013-2014年国际汽车消费信贷的发展

2.2.1 国际汽车消费信贷业务发展概述

2.2.2 国际汽车消费信贷的经营运作模式

2.2.3 国际汽车消费信贷发展的特点解析

2.2.4 法国汽车消费信贷市场发展态势

- 2.2.5 印度汽车消费信贷市场蓬勃发展
- 2.2.6 澳大利亚汽车消费信贷市场现状
- 2.3 2013-2014年国际信用卡消费信贷的发展
 - 2.3.1 美国的信用卡消费信贷现况
 - 2.3.2 法国的信用卡消费信贷现状
 - 2.3.3 印度的信用卡消费信贷现状
 - 2.3.4 印尼的信用卡消费政策动态
 - 2.3.5 新加坡的信用卡消费信贷概况
- 2.4 2013-2014年美国消费信贷市场分析
 - 2.4.1 美国消费信贷的产生及发展
 - 2.4.2 美国的消费信贷体系解析及中国的借鉴
 - 2.4.3 美国消费信贷持久繁荣的原因透析
 - 2.4.4 2012年美国消费信贷市场发展状况
 - 2.4.5 2013年美国消费信贷市场现状
 - 2.4.6 2014年上半年美国消费信贷市场现状
- 2.5 2013-2014年欧洲消费信贷市场分析
 - 2.5.1 欧盟消费信贷规模占全球1/4强
 - 2.5.2 英国消费信贷回暖势头强劲
 - 2.5.3 俄罗斯消费信贷发展状况

第三章 2013-2014年中国消费信贷市场的发展环境

- 3.1 经济环境
 - 3.1.1 2012年中国宏观经济发展回顾
 - 3.1.2 2013年中国宏观经济运行状况
 - 3.1.3 2014年上半年宏观经济运行现状分析
 - 3.1.4 经济发展中需要关注的几个问题
- 3.2 社会环境
 - 3.2.1 中国社会民生状况分析
 - 3.2.2 中国居民消费情况分析
 - 3.2.3 中国居民消费理念分析
 - 3.2.4 中国城镇居民消费金融行为
 - 3.2.5 中国社会信用体系建设成就

3.3 政策环境

3.3.1 信贷调整十意见明确国家银行房贷政策

3.3.2 银监会强化汽车金融公司监管

3.3.3 消费金融公司监管政策重磅出台

3.3.4 国家实行严厉的住房信贷政策

3.3.5 政府下发促进消费的政策措施

3.4 金融环境

3.4.1 2012年金融市场运行状况

3.4.2 2013年金融市场运行情况

3.4.3 2014年上半年金融市场运行情况

3.4.4 中国金融生态环境状况评价

3.4.5 消费信贷与我国金融体系的发展探究

第四章 2013-2014年中国消费信贷市场分析

4.1 中国消费信贷市场发展综述

4.1.1 中国发展消费信贷具有多重积极意义

4.1.2 中国消费信贷市场发展趋向及特征

4.1.3 中国个人消费信贷市场发展迅猛

4.1.4 中国个人消费信贷获政策利好

4.1.5 中国国民消费信贷行为分析

4.2 2013-2014年中国消费信贷市场发展现状

4.2.1 金融机构消费贷款规模简析

4.2.2 2012年中国消费信贷行业状况综述

4.2.3 2012年第四季度消费贷款利率普涨

4.2.4 2013年我国消费贷款行业发展状况

4.2.5 2014年上半年我国消费贷款行业动态

4.3 消费信贷的市场需求分析

4.3.1 消费信贷需求与收入水平的相关性剖析

4.3.2 消费信贷需求疲软的缘由

4.3.3 促进消费信贷需求增长的主要措施

4.4 2013-2014年消费金融公司的发展探析

4.4.1 消费金融公司的发展现状综述

- 4.4.2 消费金融公司的发展模式剖析
- 4.4.3 消费金融公司的盈利状况分析
- 4.4.4 消费金融公司向外扩张迈出实质步伐
- 4.4.5 本土消费金融公司面临外资冲击
- 4.5 2013-2014年重点地区消费信贷市场分析
 - 4.5.1 陕西省消费信贷发展状况
 - 4.5.2 安徽省消费信贷发展状况
 - 4.5.3 浙江省消费信贷发展状况
 - 4.5.4 沈阳市消费信贷发展状况
 - 4.5.5 天津市消费信贷发展状况
- 4.6 中国消费信贷市场存在的问题
 - 4.6.1 国内消费信贷发展的制约因素
 - 4.6.2 现阶段中国消费信贷面临的主要挑战
 - 4.6.3 个人消费贷款市场存在不规范现象
 - 4.6.4 透析个人消费信贷中的信息不对称问题
 - 4.6.5 中小城市商业银行消费信贷发展的掣肘
- 4.7 中国消费信贷市场发展的策略
 - 4.7.1 促进消费信贷业务发展的对策分析
 - 4.7.2 规范我国消费信贷外部环境势在必行
 - 4.7.3 从观念和供给角度推动消费借贷扩张
 - 4.7.4 创新个人消费信贷发放模式的路径分析
 - 4.7.5 商业银行消费信贷业务的营销策略分析

第五章 2013-2014年中国住房消费信贷市场分析

- 5.1 2013-2014年中国房贷市场运行状况综述
 - 5.1.1 我国个人住房贷款状况回顾
 - 5.1.2 我国商业银行房贷快速扩张现象浅析
 - 5.1.3 2011年我国住房信贷市场发展状况
 - 5.1.4 2012年住房贷款情况分析
 - 5.1.5 2012年商业银行个人住房信贷政策
 - 5.1.6 2013-2014年商业银行个人住房信贷现状
- 5.2 住房消费信贷与住宅市场的相关性评析

- 5.2.1 住房消费信贷直接促进了住宅产业的发展
- 5.2.2 住房消费信贷为居民购房提供了支付能力
- 5.2.3 住房消费贷款与住房市场是相互作用的
- 5.2.4 金融政策直接影响银行住房贷款
- 5.3 我国住宅消费信贷市场的问题及对策
 - 5.3.1 住房消费信贷发展的困扰分析
 - 5.3.2 住宅消费信贷市场存在的主要不足
 - 5.3.3 住宅消费信贷市场健康发展的政策建议
 - 5.3.4 扩展住房消费信贷市场的对策

第六章 2013-2014年中国汽车消费信贷市场分析

- 6.1 2013-2014年中国汽车消费信贷市场状况
 - 6.1.1 我国汽车消费信贷的基本情况
 - 6.1.2 我国汽车个人消费信贷市场竞争激烈
 - 6.1.3 汽车消费信贷开始覆盖中低端车型
 - 6.1.4 各大汽车金融公司的信贷政策比较
 - 6.1.5 我国高端车型掀起信贷促销热潮
- 6.2 2011-2012年汽车消费信贷市场消费者行为分析
 - 6.2.1 消费者群体特征
 - 6.2.2 2011年市场调查状况
 - 6.2.3 2012年市场调查状况
- 6.3 中国汽车消费信贷模式研究
 - 6.3.1 我国汽车金融信贷业务模式分析
 - 6.3.2 我国汽车金融信贷模式的优势分析
 - 6.3.3 我国汽车消费信贷模式风险分析
 - 6.3.4 我国汽车消费信贷运营模式趋势
- 6.4 中国汽车消费信贷市场存在问题
 - 6.4.1 国外汽车信贷对我国的影响
 - 6.4.2 我国汽车信贷市场问题的成因
 - 6.4.3 我国汽车消费信贷市场的不足
 - 6.4.4 制约我国汽车消费信贷发展的因素
- 6.5 中国汽车消费信贷市场的发展策略

- 6.5.1 我国汽车消费信贷市场发展的对策
- 6.5.2 我国汽车消费信贷产业链完善路径
- 6.5.3 打通我国汽车信贷渠道的对策
- 6.5.4 我国汽车信贷市场发展建议
- 6.5.5 推动汽车消费信贷发展的政策建议

第七章 2013-2014年消费信贷其他细分领域分析

7.1 农村消费信贷

- 7.1.1 中国农村消费现状及信贷形势分析
- 7.1.2 中国农村消费信贷的有效需求不足
- 7.1.3 金融机构对农村消费贷款的资金供给
- 7.1.4 推动农村消费信贷发展的若干建议
- 7.1.5 农村信用社开展消费信贷业务的阻碍与对策

7.2 信用卡消费信贷

- 7.2.1 2012年中国信用卡产业发展概况
- 7.2.2 2013年信用卡产业运行情况
- 7.2.3 2014年上半年信用卡产业运行分析
- 7.2.4 规模管制限制信用卡消费信贷增长
- 7.2.5 国外信用卡消费信贷业务给中国带来的启示

7.3 旅游消费信贷

- 7.3.1 我国旅游消费信贷市场尚未成熟
- 7.3.2 我国旅游消费信贷市场发展的困境
- 7.3.3 旅游消费信贷的市场定位策略剖析
- 7.3.4 加快旅游消费信贷市场发展的建议

第八章 2013-2014年开展消费信贷业务的重点机构分析

8.1 中国银行股份有限公司

- 8.1.1 企业简介
- 8.1.2 中国银行信贷业务发展状况
- 8.1.3 中国银行的融资宝贷款业务详解
- 8.1.4 中国银行推出个人投资贷款业务

8.2 中国工商银行股份有限公司

- 8.2.1 企业简介
- 8.2.2 2012年工商银行信贷业务发展状况
- 8.2.3 2013年工商银行信贷业务状况
- 8.2.4 2014年上半年工商银行信贷业务状况
- 8.3 中国建设银行股份有限公司
- 8.3.1 企业简介
- 8.3.2 2012年建设银行信贷业务发展状况
- 8.3.3 2013年建设银行个人房贷业务发展状况
- 8.3.4 2014年上半年建设银行个人房贷业务发展状况
- 8.3.5 建设银行个人消费信贷业务发展的思考
- 8.4 中国农业银行股份有限公司
- 8.4.1 企业简介
- 8.4.2 2012年农业银行信贷业务发展状况
- 8.4.3 2013年农业银行信贷业务发展状况
- 8.4.4 2014年上半年农业银行信贷业务发展状况
- 8.5 北银消费金融有限公司
- 8.5.1 企业简介
- 8.5.2 北银消费金融公司经营状况分析
- 8.5.3 北银消费金融公司发展动态
- 8.6 捷信消费金融（中国）有限公司
- 8.6.1 企业简介
- 8.6.2 捷信中国消费金融业务发展概况
- 8.6.3 捷信消费金融公司消费信贷业务状况

第九章 2013-2014年消费信贷市场的风险分析

- 9.1 主要风险形式及成因
 - 9.1.1 贷款户数、期限与金额的问题
 - 9.1.2 消费者资信制度缺失
 - 9.1.3 抵押担保手续不严谨
 - 9.1.4 自我约束机制不健全
 - 9.1.5 借款人不信守借款合同
- 9.2 汽车消费信贷面临的风险及应对策略

- 9.2.1 信用风险
- 9.2.2 担保风险
- 9.2.3 抵押物处置风险
- 9.2.4 汽车消费信贷风险管理系统的設計
- 9.3 商业银行消费信贷的风险管理综述
- 9.3.1 目标与原则
- 9.3.2 利率风险管理
- 9.3.3 流动性风险管理
- 9.3.4 操作风险管理
- 9.4 消费信贷风险机制的构建
- 9.4.1 个人信用制度
- 9.4.2 商业保险机制
- 9.4.3 资产保全和风险转化机制
- 9.4.4 风险基金制度
- 9.4.5 资产损失责任追究制度
- 9.5 中国消费信贷风险评估体系的构建
- 9.5.1 中国消费信贷风险评估工作的现状评析
- 9.5.2 探索适合中国国情的信贷风险评估体系
- 9.5.3 商业银行的内部风险控制要点剖析
- 9.5.4 商业银行信贷风险的法规保护
- 9.5.5 消费信贷风险评估体系的具体操作方案解读

第十章 2013-2014年消费信贷的法律问题分析

- 10.1 发达国家消费信贷市场的法律制度
- 10.1.1 英国
- 10.1.2 美国
- 10.1.3 德国
- 10.1.4 法国
- 10.2 消费信贷保险合同的详细解读
- 10.2.1 消费信贷保证保险合同的基本介绍
- 10.2.2 消费信贷信用保险合同的内涵与特征浅析
- 10.2.3 消费信贷保证保险合同存在的隐忧及规避

10.2.4 健全消费信贷信用保险合同制度的对策措施

10.3 住房消费信贷保险的法律问题探析

10.3.1 保证保险、信用保险及担保的区别

10.3.2 住房消费信贷保证保险的特点浅析

10.3.3 住房消费信贷保证保险的操作盲点及建议

10.3.4 住房消费信贷保证保险的隐患及防范策略

10.3.5 从保证保险方面完善我国的住房制度

第十一章 消费信贷市场的未来前景分析

11.1 消费信贷市场发展的前景及趋势

11.1.1 中国消费信贷持续发展的驱动因素

11.1.2 我国消费信贷的发展趋势预测

11.1.3 我国个人消费信贷市场发展前景分析

11.2 汽车消费信贷市场的前景展望

11.2.1 全球汽车消费信贷的发展趋势分析

11.2.2 我国汽车消费信贷市场容量预测

11.2.3 我国汽车消费信贷市场的发展趋势

11.2.4 我国汽车消费信贷市场朝专业化方向发展

附录

附录一：汽车贷款管理办法

附录二：个人住房贷款管理办法

附录三：消费金融公司试点管理办法

附录四：汽车金融公司管理办法

附录五：个人贷款管理暂行办法

图表目录：

图表1 美国汽车存货融资模式

图表2 美国汽车分期付款模式

图表3 日本汽车分期付款模式

图表4 美国、日本和台湾的汽车存货融资模式比较

图表5 美国、日本和台湾的汽车分期付款模式比较

图表6 新加坡信用卡月均消费状况

图表7 国内生产总值及其增长速度

图表8 粮食产量及其增长速度

图表9 全部工业增加值及其增长速度

图表10 全社会固定资产投资及其增长速度

图表11 社会消费品零售总额及其增长速度

图表12 货物进出口总额

图表13 居民消费价格月度涨跌幅度

图表14 农村居民人均纯收入及其实际增长速度

图表15 城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度

图表16 2011年-2012年规模以上工业增加值同比增速

图表17 2011年-2012年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表18 2011年-2012年全国房地产开发投资增速

图表19 2011 -2012年社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表20 2011年-2012年全国居民消费价格涨跌幅度

图表21 2011年-2012年工业生产者出厂价格涨跌幅度

图表22 2011年-2012年工业生产者购进价格涨跌幅度

图表23 2011年-2012年制造业PMI指数（经季节调整）

图表24 银行间债券市场主要债券品种发行量变化情况

图表25 银行间市场成交量变化情况

图表26 银行间市场国债收益率曲线变化情况

图表27 银行间债券市场参与者增长情况

图表28 上证指数走势图

图表29 美国按照户主年龄统计的持有债务的家庭比例

图表30 美国按照户主年龄统计的家庭持有债务的中位数值

图表31 美国按照收入水平统计的持有债务的家庭比例

图表32 美国按照收入水平统计的家庭持有债务的中位数值

图表33 我国个人住房贷款余额情况

图表34 全国个人住房贷款余额年度增长量与住房销售量对比分析

图表35 房地产投资与全社会固定资产投资、GDP比较

图表36 11家商业银行房地产贷款增长情况比较

图表37 城市居民人均住房面积的增长情况

图表38 城镇居民可支配收入历年增长情况
图表39 城乡居民人民币储蓄余额及增长情况
图表40 上海中资银行住房贷款余额增长情况
图表41 上海住房贷款余额环比增长量与商品住宅成交量对比分析
图表42 2012年豪车品牌信贷促销方案表
图表43 汽车消费贷款客户地区分布情况
图表44 汽车消费群体收入分布状况
图表45 汽车消费者的年龄分布特征
图表46 汽车消费者的职业分布特征
图表47 中国银行组织架构
图表48 工商银行贷款结构图
图表49 工商银行按业务类型划分的贷款结构
图表50 工商银行按品种划分的公司类贷款结构
图表51 工商银行个人贷款结构
图表52 建设银行客户贷款和垫款利息收入
图表53 农业银行按业务类型划分的发放贷款和垫款分布情况
图表54 农业银行按产品类型划分的个人贷款分布情况

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/250546.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。