



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国消费金融市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2017-2022年中国消费金融市场发展现状及战略咨询报告》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/281987.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

2011-2015年我国社会消费品零售总额

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 中国消费金融行业概述 24

第一节 消费金融基本介绍 24

一、传统消费金融 24

二、百度消费金融 24

三、消费金融发展意义 24

第二节 消费金融主要业务 26

一、个人住房贷款 26

二、信用卡贷款 26

三、汽车消费信贷 26

四、其他消费贷款 27

第三节 消费金融市场主体 27

一、商业银行 27

二、消费金融公司 28

三、汽车金融公司 28

四、小额贷款公司 28

五、互联网金融公司 28 2011-2019年中国互联网消费金融交易规模及增速

第二章 中国消费金融行业发展环境分析 30

第一节 消费金融体系及其主要内容 30

一、消费金融监管机构 30

二、《消费金融公司试点管理办法》 30

三、消费金融体系及主要内容 35

(一) 法律制度体系建设 35

(二) 个人征信体系建设	35
(三) 消费金融机构建设	35
(四) 消费金融产品	35
(五) 监管体系建设	36
第二节 消费金融行业宏观环境分析	36
一、国内GDP增长分析	36
二、工业经济增长分析	37
三、居民收入增长情况	38
第三节 消费金融行业金融环境分析	39
一、货币余额分析	39
二、金融机构贷款余额	40
三、社会融资规模分析	40
四、金融机构存款利率	41
第四节 消费金融行业消费环境分析	41
一、城市消费步入更新换代期	42
二、农村消费追赶城市	42
三、人口结构推动消费	42
四、转型期支持国内消费	42
第三章 中国消费金融机构发展状况分析	44
第一节 银行机构发展情况分析	44
一、银行业金融机构资产规模	44
二、银行业金融机构负债规模	44
三、银行业金融机构存款情况	45
四、银行业金融机构贷款情况	45
五、银行业金融机构盈利分析	45
六、银行业金融机构监管指标	46
第二节 小额贷款公司发展分析	47
一、小额贷款公司机构数量	47
二、小额贷款公司从业人员	47
三、小额贷款公司资金规模	48
四、小额贷款公司贷款余额	48

五、小额贷款公司盈利状况	48
第三节 汽车金融公司发展分析	50
一、汽车金融公司主要企业	50
二、汽车金融公司发展情况	50
三、汽车金融公司注册条件	51
四、汽车金融行业发展前景	51
第四节 消费金融公司发展分析	51
一、消费金融公司历程分析	51
二、消费金融公司发展情况	52
三、消费金融公司设立条件	52
四、消费金融公司业务范围	52
五、消费金融公司定位与特点	53
六、消费金融公司发展前景	53

第四章 全球消费金融行业发展状况分析 54

第一节 国外消费金融综合比较 54

一、市场定位	54
（一）美国模式	54
（二）欧盟模式	54
（三）中国模式	54
二、风险控制	55
（一）美国模式	55
（二）欧盟模式	56
（三）中国模式	56
三、金融监管	56
（一）美国模式	56
（二）欧盟模式	57
（三）日本模式	57
（四）中国模式	57
四、立法保障	58
（一）美国模式	58
（二）欧盟模式	58

(三) 中国模式	59
第二节 主要国家消费金融发展分析	59
一、美国消费金融行业发展分析	59
(一) 消费金融发展现状分析	59
(二) 消费金融经营特点分析	60
(三) 代表性的消费金融公司	60
二、欧盟消费金融行业发展分析	61
(一) 消费金融发展现状分析	61
(二) 消费金融经营特点分析	61
(三) 代表性的消费金融公司	62
三、日本消费金融行业发展分析	63
(一) 消费金融发展现状分析	63
(二) 消费金融经营特点分析	63
(三) 代表性的消费金融公司	63
第三节 国外消费金融公司经验借鉴分析	64
一、国内消费金融公司与国外的差距	64
(一) 设立方式上	64
(二) 资金来源方面	64
(三) 产品品种方面	65
二、国外消费金融公司发展经验分析	65
(一) 美国	65
(二) 欧洲	65
(三) 日本	66
三、国外消费金融公司对我国的启示	66
(一) 具有广泛的设立主体	66
(二) 实施多元化的营销模式	66
(三) 建立完善的信用体系	66
(四) 健全的法律法规体系	67
第五章 中国消费金融行业发展状况分析	68
第一节 消费金融行业发展现状	68
一、消费金融信贷规模分析	68

二、消费金融业务模式分析	68
(一) 结合消费场景的消费金融	68
(二) 直接发放个人贷款的消费金融	69
(三) 校园市场分期	69
三、消费金融发展存在问题	69
(一) 消费者权益保护不当	69
(二) 消费金融市场混乱	69
(三) 对于消费金融认识不足	70
(四) 有关部门监管力度不够	70
第二节 消费金融试点推进情况	70
一、消费金融试点城市推进情况	70
二、第一批消费金融公司试点城市	71
(一) 北京	71
(二) 天津	71
(三) 上海	72
(四) 成都	72
三、第二批消费金融公司试点城市	73
(一) 沈阳	73
(二) 南京	73
(三) 杭州	74
(四) 合肥	74
(五) 泉州	75
(六) 武汉	76
(七) 广州	77
(八) 重庆	77
(九) 西安	78
(十) 青岛	78
四、消费金融试点取得成效情况	79
第三节 消费金融行业发展策略分析	80
一、监管部门的政策	80
二、消费者和金融机构两个方面的保护措施	80
三、消费金融体系的完善	80

第六章 中国个人住房贷款市场分析	82
第一节 房地产行业运行分析	82
一、房地产开发投资情况	82
二、房地产市场供给结构	82
三、房地产商品房建筑面积	83
四、房地产商品房销售情况	84
五、房地产价格趋势分析	84
第二节 个人住房贷款业务分析	87
一、个人住房贷款委托贷款	87
二、个人住房贷款自营贷款	87
三、个人住房贷款组合贷款	87
第三节 个人住房贷款	87
一、个人住房贷款政策	87
二、个人住房贷款业务经营管理方式	88
三、公积金个人住房贷款发放情况	89
（一）公积金个人住房贷款累计发放情况	89
（二）公积金个人住房贷款发放情况	90
四、公积金个人住房贷款回收情况	91
五、个人住房贷款存量情况	91
（一）个人住房贷款余额增长情况	91
（二）个人住房贷款占比情况	92
六、个人住房抵押贷款资产证券化	92
第四节 住房公积金	93
一、中国的住房公积金制度解析	93
（一）住房公积金的性质和特点	93
（二）住房公积金的缴存和提取	94
（三）住房公积金的利率和税收	95
（四）现行住房公积金的管理制度	96
（五）现行住房公积金制度存在的问题	96
二、住房公积金发展现状	97
（一）住房公积金实缴单位和人数	97

(二) 住房公积金缴存总额	99
(三) 住房公积金缴存余额	100
(四) 住房公积金提取额	101
(五) 住房公积金贷款余额	101
第七章 中国汽车消费信贷市场分析	103
第一节 汽车行业发展分析	103
一、汽车行业发展概况	103
二、汽车产销数据分析	104
(一) 汽车产量	104
(二) 汽车销量	104
三、汽车保有量分析	105
(一) 民用汽车保有量情况	105
(二) 私人汽车保有量情况	105
(三) 公路营运汽车拥有量	106
四、汽车市场规模预测	106
第二节 汽车金融行业发展分析	107
一、汽车金融发展历程	107
(一) 摸索发展阶段(1998-年)	107
(二) 竞争发展阶段(年)	107
(三) 稳定发展阶段(2016-2025年)	108
二、汽车金融业务发展模式分析	108
(一) 传统消费贷款模式	108
(二) 信用卡分期模式	108
(三) 汽车金融公司"一站式"服务	108
三、汽车金融市场现状分析	109
(一) 渗透率不高	109
(二) 汽车金融最受年轻消费者接受	110
(三) 资产支持证券发行：汽车金融公司的融资渠道多样化	110
(四) 增加汽车金融产品种类	110
(五) 租赁：另一种汽车金融	111
四、汽车贷款市场规模分析	111

五、汽车消费金融市场总体格局	111
(一) 四大行在汽车消费金融中占主导地位	111
(二) 股份制商业银行成汽车高端市场竞争主体	112
(三) 汽车金融公司异军突起	112
六、汽车消费金融发展存在问题	112
(一) 业务渠道难以建立	112
(二) 审批链条较长, 申请手续繁琐	113
(三) 产品种类创新能力不足	113
(四) 人员专业素质有待提高	113
七、汽车消费金融发展建议分析	113
(一) 从战略上重视汽车分期消费业务开展	113
(二) 细分市场和客户, 合理、灵活确定信用额度	114
(三) 简化和优化审批和制卡环节, 以"短流程"应对"短消费"	114
(四) 加强与上游厂商和经销商战略合作, 拓展产业链金融	114
第三节 汽车消费信贷业务分析	114
一、银行汽车贷款	114
(一) 贷款手续	114
(二) 首付情况	115
(三) 利率水平	115
二、汽车金融公司	115
(一) 贷款手续	115
(二) 首付情况	115
(三) 利率水平	115
(四) 主要企业	115
三、整车厂财务公司	115
(一) 贷款手续	115
(二) 首付情况	116
(三) 利率水平	116
(四) 主要企业	116
四、信用卡购车分期	116
五、汽车融资租赁	116
(一) 贷款手续	116

(二) 首付情况 116

(三) 利率水平 116

(四) 产权 117

第四节 汽车消费金融市场的发展前景 117

一、汽车消费金融市场渗透率进一步提高 117

二、业务重点将向二三线及中西部城市转移 117

三、专业化经营趋势进一步增强 118

四、年轻消费群体将为推动市场发展的重要引擎 118

第八章 中国信用卡消费信贷市场分析 119

第一节 信用卡市场运行总况 119

一、信用卡市场发展历程 119

(一) 初创期：激进时代 119

(二) 高速成长期：产品时代 122

(三) 成熟期：成本时代 124

二、信用卡市场运行特点分析 125

第二节 信用卡发行情况分析 127

一、信用卡市场需求分析 127

(一) 影响信用卡的使用因素 127

(二) 支付体系发展趋势及影响 128

(三) 信用卡的支付结算需求 129

(四) 信用卡的消费信贷需求 130

二、国内信用卡发卡现状分析 131

(一) 总体发卡规模分析 131

(二) 发卡模式变化趋势 131

三、信用卡人均拥有量分析 133

四、信用卡用户开发策略选择 134

第三节 信用卡消费收单分析 135

一、信用卡授信总额分析 135

二、信用卡消费情况分析 136

(一) 使用场所 136

(二) 使用功能 136

(三) 使用率	137
(四) 月用卡额度	138
(五) 还款渠道	138
(六) 账单管理	139
三、信用卡交易金额	140
四、信用卡收单现状分析	140
(一) 信用卡受理市场情况	140
(二) 信用卡收单业务发展策略	140
四、信用卡贷款余额分析	142
第四节 信用卡主要品种分析	143
一、女性信用卡市场分析	143
(一) 产品定位解析	143
(二) 各行产品比较	143
(三) 市场发展现状	144
(四) 品牌定位策略	144
二、大学生信用卡市场分析	146
(一) 产品定位解析	146
(二) 产品功能分析	146
(三) 各行产品比较	146
(四) 市场发展现状	147
三、联名信用卡市场分析	148
(一) 产品定位解析	148
(二) 产品特点分析	149
(三) 各行产品比较	149
(四) 产品优势分析	151
四、公务信用卡市场分析	152
(一) 产品定位解析	152
(二) 产品特点分析	153
(三) 各行推行条件	153
(四) 发展现状及建议	154
五、白金信用卡市场分析	155
(一) 产品定位解析	155

(二) 各行产品比较	155
(三) 市场发展现状	156
(四) 品牌定位策略	157
六、其他信用卡市场分析	157
(一) 主题信用卡市场分析	157
(二) 旅游信用卡市场分析	158
(三) 汽车信用卡市场分析	159
(四) 航空信用卡市场分析	159
第九章 中国其他消费信贷市场分析	161
第一节 家装贷款市场分析	161
一、家装消费市场分析	161
(一) 家装消费市场需求	161
(二) 家装消费市场趋势	161
二、家装贷款渠道分析	162
(一) 银行装修消费信贷	162
(二) 消费金融公司贷款	162
三、家装贷款业务流程	163
四、家装贷款案例分析	163
五、家装贷款需求潜力	164
第二节 旅游信贷市场分析	164
一、旅游消费市场分析	164
(一) 旅游消费需求分析	164
(二) 旅游消费趋势分析	164
二、旅游贷款主要形式	165
三、旅游贷款市场现状	165
(一) 出国旅游保证金贷款	165
(二) 旅游消费贷款	166
四、旅游贷款案例分析	166
五、旅游贷款需求潜力	166
第三节 教育信贷市场分析	167
一、教育消费市场分析	167

(一) 教育消费需求	167
(二) 教育消费趋势	168
二、教育贷款市场分析	168
(一) 国家助学贷款	168
(二) 商业助学贷款	169
(三) 出国留学贷款	169
三、建设银行“学易贷”	170
四、教育贷款余额分析	171
第四节 个人耐用品贷款分析	172
一、个人耐用品消费市场分析	172
(一) 个人耐用品消费需求	172
(二) 个人耐用品消费趋势	173
二、个人耐用品贷款现状	174
(一) 消费电子	174
(二) 家用电器	174
三、个人耐用品贷款余额	175
四、个人耐用品贷款案例	175
第五节 医疗保健消费贷款分析	176
一、医疗保健消费市场分析	176
(一) 医疗保健消费需求	176
(二) 医疗保健消费趋势	177
二、医疗保健消费贷款分析	177
(一) 医疗器械	177
(二) 健身器材	177
三、医疗保健贷款案例分析	178
四、医疗保健贷款需求潜力	178
第十章 中国消费金融业务创新分析	179
第一节 信用卡业务创新	179
一、组织创新分析	179
二、客户层面创新	179
三、业务层面创新	179

四、渠道创新分析	180
五、载体创新分析	180
六、风险管理创新	180
第二节 汽车金融业务创新	180
一、担保方式日趋简单	180
二、更加注重流程创新	180
三、费率不断降低	181
四、针对业务特性采取单独的授信政策	181
五、合理利用外部资源发展汽车分期业务	181
六、优化产品功能，树立分期品牌	181
第三节 小额信用贷款业务创新	181
一、担保和抵押的方式更加灵活多样	181
二、信用贷款的占比明显提高	182
三、借助政府力量撬动科技和文化信贷杠杆	182
四、银行贷款与资本市场联姻	182
五、互联网与小额信贷加速融合	182
六、保险进入小额贷款	182
第四节 金融服务方式创新	182
一、金融服务方式	182
(一) 网络银行	182
(二) 手机银行	183
二、商业银行服务模式创新	183
(一) 服务方式：打造开放平台	184
(二) 服务对象：构建普惠金融	187
(三) 服务内容：提供差异服务	189
第五节 消费金融产品发展方向分析	191
一、大宗耐用消费品	191
二、新型消费品	191
(一) 购买式消费	191
1、信息消费	191
2、医疗消费	192
3、文化消费	192

4、养老消费 192

(二) 租赁式消费 192

三、消费服务类 193

(一) 服务消费品内涵 193

(二) 服务消费品类型 193

(三) 服务消费品发展方向 194

第十一章 中国消费金融行业合作新创分析 195

第一节 消费金融与零售业发展 195

一、零售业发展分析 195

(一) 零售业发展历程 195

(二) 零售业发展现状 197

(三) 零售业发展前景 198

二、商业预付卡发展分析 198

(一) 商业预付卡发展历程 198

(二) 商业预付卡市场特点 201

(三) 商业预付卡发展现状 202

(四) 商业预付卡消费特征 202

(五) 商业预付卡发展前景 203

第二节 消费金融与保险业发展 204

一、汽车消费信贷保证保险分析 204

(一) 汽车消费信贷保证保险特点 204

(二) 汽车消费信贷保证保险前景 204

二、助学贷款信用保证保险分析 205

(一) 助学贷款信用保证保险的意义 205

(二) 助学贷款信用保证保险的原理 206

(三) 助学贷款信用保证保险的成效 207

三、小额信贷保证保险分析 208

(一) 小额信贷保证保险内涵及意义 208

(二) 小额贷款保证保险发展现状 209

(三) 小额信贷保证保险的问题及前景 209

第三节 消费金融与互联网发展 211

一、消费金融互联网模式创新	211
(一) P2P	211
(二) 众筹融资	214
(三) P2C	217
二、重点P2P理财产品对比	219
(一) 人人贷	219
(二) 陆金所	221
(三) 温州贷	222
三、众筹融资主要平台分析	223
(一) 淘宝众筹	223
(二) 京东众筹	225
(三) 天使汇	227
四、互联网金融模式P2C创新	231
第四节 消费金融机构合作案例	232
一、中信银行消费金融业务拓展	232
(一) 财富管理板块重构	232
(二) 消费金融版图扩围	233
二、中信银行消费金融合作案例	234
(一) 搭建财富管理体系	234
(二) 以旗舰店模式打造智慧网点	235
(三) 与我爱我家和庞大集团合作	237
(四) 与海尔集团供应链网络金融合作	237
(五) 与易居中国合作开发"乐居贷"	238
三、中银消费金融与腾讯财付通合作	238
四、腾讯前海银行试水消费金融	239
(一) 以消费金融为特色	239
(二) 定位"大存小贷"	239
(三) 构筑风险管控防线	240
第十二章 中国消费金融第三方支付模式创新	241
第一节 网络交易拓宽消费金融空间	241
一、网络交易为消费金融提供机会	241

二、第三方支付推动网上零售市场	242
三、第三方支付平台与金融机构合作	243
第二节 第三方支付产业发展规模分析	243
一、第三方支付市场交易规模	243
二、第三方支付细分市场份额	244
(一) 互联网支付行业交易规模	244
(二) 移动支付行业交易规模	245
(三) 固话支付行业市场规模	245
(四) 数字电视支付行业市场规模	246
三、移动支付企业APP覆盖人数情况	246
第三节 第三方支付产业商业模式分析	247
一、第三方支付主流商业模式	247
二、第三方支付细分商业模式	248
(一) 支付网关模式	248
(二) 信用增强型支付模式	248
(三) 账户支付型模式	249
(四) 移动支付模式	250
三、重点企业商业模式解析	250
(一) 支付宝商业模式分析	250
(二) 财付通商业模式分析	251
(三) 银联支付商业模式分析	252
(四) 快钱支付商业模式分析	253
(五) 网银在线商业模式分析	254
四、第三方支付发展瓶颈分析	254
五、第三方支付企业营销管理建议	255
六、第三方支付商业模式发展建议	257
七、第三方支付产业创新模式探析	258
第四节 第三方支付产业竞争格局分析	259
一、第三方支付产业运营主体分类	259
(一) 互联网巨头企业	259
(二) 电信运营商企业	259
(三) 银联和银行企业	260

(四) 地方性国资企业	260
(五) 发卡为主类企业	261
(六) 独立第三方支付运营商	261
二、获牌照支付企业业务分析	262
三、发放牌照企业竞争格局分析	262
四、第三方支付产业牌照发放情况	263
(一) 第一批支付牌照企业分析	264
(二) 第二批支付牌照企业分析	265
(三) 第三批支付牌照企业分析	266
(四) 第四批支付牌照企业分析	268
(五) 第五批支付牌照企业分析	270
第五节 第三方支付行业产品创新方向	274
一、支付产品多元化趋势	274
二、移动支付多场景趋势	274
二、第三方支付金融化趋势	275

第十三章 中国消费金融机构发展分析 277

第一节 银行金融机构 277

一、中国银行 277

(一) 银行机构基本情况 277

(二) 银行机构经营情况 277

(三) 银行信贷业务规模 278

(四) 银行信贷业务结构 278

(五) 银行信贷业务质量 279

二、中国工商银行 280

(一) 银行机构基本情况 280

(二) 银行机构经营情况 281

(三) 银行信贷业务规模 281

(四) 银行信贷业务结构 282

(五) 银行信贷业务质量 284

三、中国建设银行 285

(一) 银行机构基本情况 285

(二) 银行机构经营情况	285
(三) 银行信贷业务规模	286
(四) 银行信贷业务结构	286
(五) 银行信贷业务质量	287
四、中国农业银行	289
(一) 银行机构基本情况	289
(二) 银行机构经营情况	290
(三) 银行信贷业务规模	290
(四) 银行信贷业务结构	291
(五) 银行信贷业务质量	293
五、平安银行	295
(一) 银行机构基本情况	295
(二) 银行机构经营情况	296
(三) 银行信贷业务规模	296
(四) 银行信贷业务结构	297
(五) 银行信贷业务质量	298
六、中信银行	300
(一) 银行机构基本情况	300
(二) 银行机构经营情况	300
(三) 银行信贷业务规模	301
(四) 银行信贷业务结构	301
(五) 银行信贷业务质量	303
七、广发银行	303
(一) 银行机构基本情况	303
(二) 银行机构经营情况	304
(三) 银行信贷业务规模	305
(四) 银行信贷业务结构	305
(五) 银行信贷业务质量	306
八、南京银行	306
(一) 银行机构基本情况	306
(二) 银行机构经营情况	306
(三) 银行信贷业务规模	307

(四) 银行信贷业务结构	307
(五) 银行信贷业务质量	309
九、宁波银行	309
(一) 银行机构基本情况	309
(二) 银行机构经营情况	310
(三) 银行信贷业务规模	310
(四) 银行信贷业务结构	311
(五) 银行信贷业务质量	312
十、广州农商银行	313
(一) 银行机构基本情况	313
(二) 银行机构经营情况	313
(三) 银行信贷业务规模	314
(四) 银行信贷业务结构	314
(五) 银行信贷业务质量	315
第二节 汽车金融公司	315
一、上汽通用汽车金融有限公司	315
(1) 企业发展简况分析	
(2) 企业经营情况分析	
(3) 企业经营优劣势分析	
二、宝马汽车金融(中国)有限公司	318
(1) 企业发展简况分析	
(2) 企业经营情况分析	
(3) 企业经营优劣势分析	
三、大众汽车金融(中国)有限公司	320
(1) 企业发展简况分析	
(2) 企业经营情况分析	
(3) 企业经营优劣势分析	
四、丰田汽车金融(中国)有限公司	322
(1) 企业发展简况分析	
(2) 企业经营情况分析	
(3) 企业经营优劣势分析	
五、奇瑞徽银汽车金融有限公司	325

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

六、三一汽车金融有限公司 327

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

七、一汽汽车金融有限公司 329

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第三节 小额贷款公司 331

一、苏州高新区鑫庄农村小额贷款股份有限公司 331

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

二、济南市高新区东方小额贷款股份有限公司 333

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

三、常州市武进区通利农村小额贷款股份有限公司 335

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

四、诸暨市海博小额贷款股份有限公司 338

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

五、苏州市沧浪区昌信农村小额贷款股份有限公司 339

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

六、镇江市丹徒区文广世民农村小额贷款股份有限公司 340

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

七、聊城市东昌府区天元小额贷款股份有限公司 341

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第四节 消费金融公司 343

一、北银消费金融公司 343

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

二、中银消费金融公司 344

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

三、四川锦程消费金融公司 346

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

四、捷信消费金融公司 347

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第十四章 年中国消费金融行业趋势及前景预测 349

第一节 年消费金融行业发展态势分析 349

- 一、个人住房贷款仍将占主导地位 349
- 二、信用卡消费信贷将保持强劲增长 349
- 三、汽车消费信贷市场日趋成熟 349
- 四、一般性消费贷款发展潜力巨大 350

第二节 年消费金融行业发展预测分析	350
一、消费金融行业发展趋势分析	350
二、消费金融行业发展前景分析	353
三、消费金融行业发展规模预测	354
（一）汽车贷款规模预测	354
（二）信用卡贷款规模预测	354
（三）教育贷款规模预测	355
（四）个人耐用品贷款规模预测	356
第三节 年消费金融行业投资机会分析	356
一、金融机构消费信贷投资机会	356
二、大消费背景下消费信贷机会	357
三、互联网消费金融投资机会	358
第四节 年消费金融行业投资策略分析	359
第十五章 中国消费金融行业风险防范策略分析(AK TL)	360
第一节 消费金融行业风险管理建议	360
一、消费金融行业市场风险管理	360
二、消费金融行业信用风险管理	360
三、消费金融行业风险转移与风险分担	361
第二节 消费金融行业风险防范及监管	362
一、小额贷款信用风险级防范分析	362
（一）小额贷款信用风险分析	362
（二）小额贷款信贷过程的风险	363
（三）小额贷款信用风险的成因	364
（四）小额贷款信用风险的防范	365
二、消费金融企业监管风险分析	366
（一）消费金融企业外部监管风险	366
（二）消费金融企业法律风险分析	367
（三）消费金融管理风险防范措施	368
第三节 消费金融行业风险防范对策建议	371
一、完善制度促进消费金融发展	371
二、完善消费金融企业监管机制	372

部分图表目录：

图表 1	年中国国内生产总值及增长变化趋势图	37
图表 2	年国内生产总值构成及增长速度统计	37
图表 3	年中国规模以上工业增加值月度增长速度	38
图表 4	年中国城镇居民人均可支配收入增长趋势图	39
图表 5	年中国货币余额情况分析	40
图表 6	年中国金融机构贷款余额情况分析	40
图表 7	年中国社会融资规模存量分析	40
图表 8	主要银行机构存款利率情况	41
图表 9	年中国银行业金融机构资产规模	44
图表 10	年中国银行业金融机构负债规模	44
图表 11	年中国银行业金融机构存款情况	45
图表 12	年中国银行业金融机构贷款情况表	45
图表 13	年银行业金融机构税后利润情况表	46
图表 14	年银行业金融机构监管指标分析	46
图表 15	年中国小额贷款机构数量统计	47
图表 16	年中国小额贷款公司从业人员数量统计	47
图表 17	年中国小额贷款公司实收资本统计	48
图表 18	年中国小额贷款公司贷款余额统计	48
图表 19	国内主要汽车金融公司情况统计	50
图表 20	适用于美国消费金融公司的法案简介	58
图表 21	年中国消费信贷市场规模变化趋势图	68
图表 22	年中国房地产开发投资额情况	82
图表 23	年房地产开发投资结构	82
图表 24	年中国房地产商品房施工面积	83
图表 25	年中国房地产商品房新开工面积统计	83
图表 26	年中国房地产商品房竣工面积统计	83
图表 27	年中国房地产开发企业商品房销售面积情况	84
图表 28	年中国房地产开发企业商品房销售金额情况	84
图表 29	年10月份中国70个大中城市住宅销售价格指数	85
图表 30	年公积金个人住房贷款累计发放情况	89

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/281987.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。