艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国场景金融市场需求及投资前景分析报告

艾凯咨询网
www.icandata.com

一、调研说明

《2017-2022年中国场景金融市场需求及投资前景分析报告》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/28203/

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

场景金融是商家利用嵌入在消费场景中的金融服务，以刺激或促使消费者发生交易行为、助力实现商品的跨期交易。因互联网技术的普及，消费者的行为轨迹和消费方式随之发生变化，商业模式与渠道也同时进行重塑：消费者由最初的产生消费需求——去往各类实体购物场所——完成购买并运送回住地，到电商兴起后的产生消费需求——网络信息搜寻——电商网站购买——快递送货上门，再到移动端快速崛起后的产生消费需求——打开手机对应APP功能——线下直接完成交易or快递送货上门；因移动端可以随时随地的对消费者的消费需求产生回应，因而其是否贴近消费者逻辑和视角，功能设置能否在消费者产生消费需求的第一时间完成交易转换，就成为这类平台成功的关键。而这种贴近消费者逻辑和视角、以快速易用的功能设置完成消费需求转换的特质，便称为场景化。而场景金融则是通过对金融服务的嵌入，来刺激或促使消费者完成交易的一种服务类型，它是新商业生态下的商业价值洼地。

数据显示，近年我国居民的恩格尔系数一直在36%附近，距欧美国家20%左右的系数值尚存一定距离。我国GDP迅猛增长、经济融入全球化的同时，我国居民面对与欧美国家同质的商品，消费欲望相对被压抑，这也是我国消费市场的潜力所在。 2008-2015年中国居民家庭城乡恩格尔系数（单位：%） 2008-2015年中国国内生产总值及增长率（单位：万亿元） 本研究报告数据主要采用国家统计数据，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 场景金融相关概述 1.1 金融场景的定义 1.1.1 产品 1.1.2 分享 1.1.3 跨界 1.1.4 流量 1.2 场景金融概念 1.2.1 场景金融的定义 1.2.2 场景金融的内涵 1.2.3 场景金融的分类 1.2.4 场景金融的构成 1.3 场景金融是互联网金融的新形态 1.3.1 互联网金融1.0 1.3.2 互联网金融2.0 第二章 2015-2016年中国场景金融发展推动要素2.1 经济环境促进消费需求 2.1.1 宏观经济形势 2.1.2 供给侧改革 2.1.3 居民消费环境 2.1.4 消费信贷现状 2.1.5 消费文化转变 2.1.6 资金管理理念 2.2 互联网的普及强化用户基础 2.2.1 总体网民规模 2.2.2 手机网民规模 2.2.3 分省网民规模 2.2.4 上网使用设备 2.2.5 网络接入情况 2.3 大数据的发展提供技术基础 2.3.1 大数据市场规模 2.3.2 大数据市场特征 2.3.3 数据中心市场分析 2.3.4 大数据发展预测 2.3.5 大数据发展趋势 2.4 征信技术的进步加强

安全保障 2.4.1　征信的内涵及产业链 2.4.2　征信体系主要模式 2.4.3　中国征信行业发展格局 2.4.4　中国征信市场竞争情况 2.4.5　征信领域关键技术 2.5　移动支付技术的发展形成内生动力 2.5.1　移动支付方式 2.5.2　移动支付市场主体 2.5.3　第三方支付交易规模 2.5.4　第三方支付市场格局　第三章　2015-2016年中国互联网金融行业发展分析3.1　2015-2016年中国互联网金融行业发展综述 3.1.1　互联网金融的发展历程 3.1.2　互联网金融行业发展现状 3.1.3　企业加快布局互联网金融 3.1.4　互联网金融的发展逻辑 3.1.5　互联网金融的创新思路 3.2　2015-2016年中国互联网金融行业运行情况 3.2.1　互联网金融市场规模 3.2.2　互联网金融运行模式 3.2.3　互联网金融运行核心 3.2.4　互联网金融存在的问题 3.3　2015-2016年中国互联网金融监管政策 3.3.1　中国金融市场的监管综述 3.3.2　互联网金融监管缺失现状 3.3.3　互联网金融行业指导意见出台 3.3.4　政府出台网络借贷管理办法 3.3.5　互联网金融行业自律发展状况 3.3.6　互联网金融监管体系的构建建议 3.4　中国互联网金融发展前景及趋势分析 3.4.1　互联网金融发展趋势 3.4.2　互联网金融发展方向 3.4.3　互联网金融发展展望 3.4.4　消费金融成发展热点 3.4.5　互联网金融市场规模预测　第四章　2015-2016年中国场景金融行业发展分析4.1　2015-2016年中国消费金融行业运行分析　2015年的场景金融市场，因电商巨头在消费信贷领域纷纷推出关联产品，巨额交易量的集中性涌入导致了2014年和2015年场景金融市场的暴增。预计未来三年里，随着移动支付的线下布局的进一步完善和用户习惯的日渐养成，场景金融市场还将保持一定规模的增长，同时，随着互联网技术的普及，尤其是移动支付的快速发展，场景金融将更多的渗透于我国既有的经济运行中来。预计至2019年，我国社会消费品零售市场中，将有13.8%的销售额被场景金融覆盖，而在互联网消费金融领域，这一数字将达到95%。 2012-2019年中国场景金融交易规模及增速（单位：亿元）　2013年的场景金融市场主要由新生的网络分期占据，2014年已经出现电商巨头涉水电商生态消费信贷的情况，而此时的分期市场尚在成长中，因而电商消费信贷的份额被迅速拉升；2015年因如家电、旅游、游戏等行业的诸多垂直电商纷纷尝试网络分期业务形态，而部分巨头的电商生态消费信贷尚在布局当中，使得其网络分期的行业份额达到新高。随着电商巨头在2015年下半年的各行业场景及移动支付平台的布局完成，大量的流量涌入将会使电商生态的消费信贷的市场份额持续维持在高位，并稳步获得增长。 2013-2019年中国场景金融市场结构 4.1.1　消费金融发展模式 4.1.2　消费金融产业链分析 4.1.3　消费金融发展成果 4.1.4　市场发展现状分析 4.1.5　消费金融供需状况 4.2　2015-2016年中国场景金融市场规模 4.2.1　市场交易规模 4.2.2　市场渗透率 4.2.3　市场结构分析 4.3　场景金融需求场景分析 4.3.1　场景金融切入逻辑 4.3.2　支付需求场景 4.3.3　消费者需求场景 4.3.4　针对特定人群需求 4.4　场景金融运作模式分析 4.4.1　场景金融商业模式 4.4.2　场景金融技术模式 4.4.3　场景金融作用机理 4.5　2015-2016年中国场景金融市场格局分析 4.5.1　市场参与主体 4.5.2　市场竞争格局

4.5.3　市场竞争范式 4.5.4　各自优劣势对比 4.5.5　互联网企业优势 4.6　2015-2016年互联网企业布局场景金融 4.6.1　电商系企业 4.6.2　阿里集团 4.6.3　腾讯 4.6.4　百度 4.6.5　58集团 4.7　中国场景金融行业存在的问题 4.7.1　风控能力待加强 4.7.2　消费场景需增多 4.7.3　信用体系需完善 4.8　中国场景金融行业发展建议 4.8.1　完善社会保障制度 4.8.2　加快信用体系建设 4.8.3　发展多样性的机构 4.8.4　降低市场交易成本 4.8.5　加快推动资产证券化　第五章　2015-2016年中国场景金融行业重点场景分析5.1　金融理财场景 5.1.1　互联网理财行业规模 5.1.2　金融理财场景化变迁 5.1.3　网络理财企业布局动态 5.1.4　场景化理财运作模式 5.1.5　场景化理财发展阻碍 5.2　购物场景 5.2.1　零售行业发展规模 5.2.2　网络零售市场规模 5.2.3　零售行业趋势展望 5.2.4　线上线下合作发展 5.3　出行场景 5.3.1　移动出行市场特征 5.3.2　移动出行市场规模 5.3.3　移动出行竞争格局 5.3.4　企业布局出行场景 5.4　旅游场景 5.4.1　旅游行业运行统计数据 5.4.2　场景金融切入旅游场景 5.4.3　旅游+互联网金融业态剖析 5.4.4　旅游+互联网金融企业布局 5.4.5　旅游+互联网金融跨界动因 5.5　教育场景 5.5.1　教育市场消费金融需求 5.5.2　教育场景消费金融模式 5.5.3　青少年教育金融市场 5.5.4　企业布局教育信贷市场 5.5.5　主要教育场景产品介绍 5.6　汽车消费场景 5.6.1　汽车信贷市场规模 5.6.2　汽车金融市场格局 5.6.3　汽车互联网金融服务 5.6.4　汽车互联网金融的挑战 5.7　住房场景 5.7.1　购房贷款规模 5.7.2　住房证券化背景 5.7.3　租房分期市场 5.7.4　家装场景金融市场　第六章　2015-2016年传统金融机构布局场景金融6.1　传统金融机构布局场景金融的必要性 6.1.1　应对互联网冲击 6.1.2　提升机构竞争能力 6.1.3　构建金融生态圈 6.2　商业银行发力场景金融领域 6.2.1　银行布局动态 6.2.2　银行转型方向 6.2.3　营销模式转型 6.3　商业银行场景金融布局案例 6.3.1　平安集团 6.3.2　招商银行 6.3.3　中国银行 6.4　商业银行发展场景金融的挑战与建议 6.4.1　银行面临的挑战 6.4.2　银行发展原则 6.4.3　银行发展措施 6.4.4　未来发展建议　第七章　2015-2016年中国场景金融行业重点企业案例分析7.1　京东白条 7.1.1　产品基本介绍 7.1.2　场景覆盖范围 7.1.3　产品升级动态 7.1.4　企业整合动态 7.2　蚂蚁花呗 7.2.1　产品基本介绍 7.2.2　业务经营情况 7.2.3　服务场景升级 7.2.4　医疗场景布局 7.2.5　线上线下合作 7.3　搜易贷 7.3.1　产品基本介绍 7.3.2　业务经营情况 7.3.3　业务模式介绍 7.3.4　竞争优势分析 7.4　分期乐 7.4.1　产品基本介绍 7.4.2　产品营销体系 7.4.3　服务场景升级 7.4.4　业务经营模式 7.4.5　未来发展展望　第八章　2015-2016年中国场景金融行业相关政策分析8.1　场景金融政策概述 8.1.1　政府工作报告支持互联网金融发展 8.1.2　"十三五"规划支持互联网金融发展 8.1.3　行业政策尚未形成体系 8.2　场景金融利好政策 8.2.1　调整银行卡刷卡手续费 8.2.2　健全信用卡服务体系 8.3　场景金融领域重点政策盘点 8.3.1　促进消费金融发展政策 8.3.2　企业试点管理办法出台 8.3.3　企业试点修订版的影响 8.3.4　促进互联网金融发展 8.3.5　普惠金融发展规划 8.3.6　支持消费领域金融

第九章　2015-2016年中国场景金融行业投融资分析9.1　2015-2016年中国互联网金融行业投融资现状 9.1.1　互联网金融投融资的特点 9.1.2　2014年互联网金融投融资规模 9.1.3　2015年互联网金融投融资规模 9.1.4　互联网金融投融资案例分析 9.1.5　互联网金融投融资市场发展趋势 9.2　2015-2016年互联网金融公司的融资状况 9.2.1　国外重点互联网金融公司 9.2.2　中国上市互联网金融公司 9.2.3　中国互联网金融创业公司 9.2.4　中国热门互联网金融公司 9.2.5　中国众筹平台融资典型案例 9.3　2015-2016年场景金融投资分析 9.3.1　京东投资美利金融 9.3.2　随手攒获天使投资 9.3.3　校园市场成投资热点 9.3.4　场景金融投资建议　第十章　中国场景金融行业发展前景展望10.1　中国场景金融发展趋势预测 10.1.1　形式多样化 10.1.2　垂直细分化 10.1.3　技术要求提高 10.1.4　引领商业发展变革 10.2　中国场景金融行业发展前景展望 10.2.1　机遇与挑战并存 10.2.2　金融与场景融合 10.2.3　规范化发展趋势 10.2.4　市场发展机遇 10.3　中国场景金融行业未来发展预测 10.3.1　场景金融发展因素分析 10.3.2　场景金融市场空间预测 10.3.3　场景金融交易规模预测(AK HT)　图表目录：图表　消费者行为轨迹 图表　场景金融的分类 图表　场景金融产业构成图 图表　场景金融发展基础 图表　2005-2015年中国国内生产总值及增速 图表　2006-2015年中国居民家庭城乡恩格尔系数 图表　2006-2016年中国市场巨无霸价格指数 图表　2005-2015年中美两国消费对GDP贡献影响 图表　2010-2019年中国消费信贷余额规模及增长率 图表　2004-2013年城乡居民人民币储蓄存款年底余额 图表　2014-2018年中国网络理财用户规模 图表　2005-2015年中国网民规模和互联网普及率 图表　2015年新网民互联网接入设备使用情况 图表　2007-2015年中国手机网民规模及其占网民比例 图表　2015年中国内地分省网民规模及互联普率 图表　2014-2015年中国互联网接入设备使用情况 图表　2015年中国网民网络接入情况 图表　2013-2015年中国大数据市场规模及增速 图表　2014年中国大数据市场行业结构图 图表　2009-2015年数据中心市场规模 图表　2016-2018年中国大数据市场规摸及增速 图表　征信产业链 图表　征信体系模式 图表　中国征信市场运营模式 图表　中国征信市场竞争地图 图表　移动支付市场三大主体 图表　2011-2019年中国第三方互联网支付交易规模 图表　2014-2015年中国第三方互联网支付交易规模结构 图表　2015年中国第三方互联网支付交易规模市场份额 图表　互联网金融巨头行业布局汇总 图表　2014年中国互联网金融不同业务发展规模 图表　2017-2022年中国互联网金融行业市场规模预测 图表　2017-2022年中国互联网金融行业用户规模预测
更多图表见正文.....

详细请访问：https://www.icandata.com/view/28203/

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提供专业投资咨询报告、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。