



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国消费信贷产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2017-2022年中国消费信贷产业发展现状及市场监测报告》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/285083.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。截至2014年3月末，我国住户消费性贷款余额13.56万亿元，比上年同期增长22.9%。

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。

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：

第一部分 消费信贷行业发展分析

第一章 消费信贷相关概述

第一节 消费信贷的基本介绍

一、消费信贷的概念

二、消费信贷的基本类型

三、消费信贷的主要特征

第二节 消费信贷与同级产品的辨析

一、与信用卡的区别

二、与银行无担保产品的区别

三、与典当行小额贷款的区别

四、与小额贷款公司的区别

第二章 国际消费信贷市场分析

第一节 国际住房消费信贷

一、美国的住房抵押贷款模式

二、英国的住房协会模式

三、法国的住房金融市场政府干预模式

四、加拿大的住房抵押款证券化模式

五、国外住房消费信贷模式的经验

第二节 国际汽车消费信贷

一、国际汽车消费信贷业务发展概述

二、国际汽车消费信贷的经营运作模式

三、国际汽车消费信贷发展的特点解析

第三节 国际信用卡消费信贷

一、法国的信用卡消费信贷现状

二、日本的信用卡消费信贷近况

三、墨西哥的信用卡消费信贷情况

四、阿根廷的信用卡消费信贷现状

五、新加坡的信用卡消费信贷概况

第四节 美国消费信贷产业分析

一、美国消费信贷的产生及现状

二、美国消费信贷特色分析

三、美国的消费信贷体系解析

四、美国继续推动消费信贷刺激方案

五、2015年美国消费信贷市场分析

第五节 欧盟消费信贷市场分析

- 一、欧盟消费信贷规模占全球14
- 二、欧盟从政策高度促进跨境消费信贷发展
- 三、2015年英国消费信贷发展状况
- 四、2015年法国消费信贷市场分析

第三章 中国消费信贷市场的发展环境

第一节 经济环境

- 一、2015年宏观经济运行指标分析
- 二、保增长成为中央工作核心
- 三、2017-2022年中国经济发展预测

第二节 社会环境

- 一、2015年中国社会民生环境现状
- 二、2015年中国信用体系建设展望
- 三、2015年居民消费价格总水平
- 四、对诚信社会环境建设的思考
- 五、影响我国居民消费状况的主要因素分析

第三节 政策环境

- 一、国九条重点推动国内消费信贷增长
- 二、存量房贷执行新利率

第四节 金融环境

- 一、2015年国际金融市场发展形势分析
- 二、2015年中国金融市场运行综述
- 三、2015年中国货币市场运行情况
- 四、2015年金融机构贷款投向统计报告
- 五、2015年中国银行业回顾与展望

第四章 中国消费信贷市场分析

第一节 中国消费信贷发展综述

- 一、中国现代消费信贷发展历程
- 二、中国消费信贷发展现状分析
- 三、中国消费信贷市场发展特征
- 四、消费信贷与我国金融体系的发展探究

第二节 个人消费信贷市场概况

- 一、中国个人消费信贷业务发展状况浅析

- 二、中国银行业争夺个人消费信贷市场
- 三、我国个人消费信贷驶入快车道
- 四、我国个人消费信贷存在的问题及原因
- 五、我国个人消费信贷管理对策分析
- 六、透析个人消费信贷中的信息不对称现象

第三节 消费信贷的市场需求分析

- 一、消费信贷需求与收入水平的相关性剖析
- 二、消费信贷是扩大内需的有效途径
- 三、发展消费信贷的具体途径

第四节 中国消费信贷市场存在的问题

- 一、我国消费信贷发展的主要瓶颈
- 二、我国消费信贷存在的问题分析
- 三、中小城市商业银行消费信贷发展的掣肘

第五节 中国消费信贷市场发展的策略

- 一、促进消费信贷业务发展的对策分析
- 二、规范我国消费信贷外部环境势在必行
- 三、加快消费信贷持续健康发展的建议

第二部分 消费信贷细分市场分析

第五章 中国住房消费信贷

第一节 2015年中国房地产行业运行综述及展望

- 一、2015年房地产行业主要政策分析
- 四、2015年房地产景气指数分析
- 五、2015年房地产开发投资情况
- 六、2015年房地产开发企业资金来源情况
- 七、2015年商品房建筑与销售情况
- 八、2015年全国房地产市场价格变动情况
- 九、2016年房地产市场发展趋势预测

第二节 中国房地产贷款市场概况

- 一、新时期房地产信贷市场发展概述
- 二、我国房贷转按揭市场发展透析
- 三、房贷紧缩对楼市的影响

第三节 2012-2014年中国房贷市场运行现状

- 一、2015年中国房贷市场总体运行状况
- 二、2014年个人房贷市场运行分析
- 三、2015年个人房贷市场运行分析
- 四、中资行房贷紧张及外资行首套情况分析
- 五、多个二三线城市首套房贷利率上调调查分析
- 六、2016年房贷市场形势分析
- 第四节 2015年商业银行房地产信贷业务现状及风险解读
 - 一、目前银行房地产信贷业务的现状
 - 二、我国银行房贷业务面临的问题
 - 三、我国银行房贷业务应该注意改进的措施
 - 四、2015年商业银行房地产信贷业务现状及风险解读
- 第五节 住房信贷与住宅市场的相关性评析
 - 一、住房消费信贷与住宅市场的关系浅析
 - 二、中美住房市场对住房消费信贷的依赖度比较
 - 三、当前住房消费信贷市场面临的主要问题
 - 四、房贷新政对住宅市场调整周期的影响判断
 - 五、我国住房消费信贷及住房市场发展的对策措施
- 第六节 房贷市场存在的问题与对策
 - 一、我国房地产信贷市场存在的漏洞
 - 二、房贷新政实施中面临的障碍
 - 三、加强房地产金融监管的对策措施
 - 四、商业银行房贷业务发展重点及建议
 - 五、房地产开发企业信贷业务发展建议
 - 六、完善中国房地产金融体系的对策建议
- 第六章 中国汽车消费信贷
 - 第一节 中国汽车消费信贷的演进历程
 - 一、起始阶段（1995年-1998年9月）
 - 二、发展阶段（1998年10月-2002年末）
 - 三、竞争阶段（2002年末-2003年）
 - 四、有序竞争阶段（2003年以后）
 - 第二节 汽车消费借贷市场发展概况
 - 一、汽车市场与消费信贷的依存关系

二、我国汽车消费信贷市场稳健发展

三、我国汽车消费信贷的现状

四、汽车消费信贷法规建设研讨会召开

五、中国汽车消费信贷调研报告

六、我国汽车消费信贷市场潜力巨大

七、我国各大银行汽车消费信贷现行政策

第三节 汽车消费信贷市场面临的问题与对策

一、我国汽车消费信贷市场存在的问题

二、我国汽车消费信贷存在六大难题

三、我国汽车消费信贷发展策略分析

第七章 其他细分领域

第一节 农村消费信贷

一、我国农村消费信贷发展的特征透析

二、农村消费信贷将成金融机构新增长点

三、我国农村消费信贷相关问题探析

四、农村消费信贷发展缓慢的原因及对策

第二节 信用卡消费信贷

一、中国信用卡市场发展历程

二、国外信用卡消费信贷业务给中国带来的启示

三、我国信用卡信贷消费市场的完善分析

四、2015年中国信用卡市场发展现状分析

五、中国信用卡市场发展趋势分析

第三节 旅游消费信贷

一、我国旅游信用消费发展缓慢的原因

二、旅游消费信贷的市场定位策略剖析

三、加快旅游消费信贷市场发展的建议

第三部分 消费信贷重点机构分析

第八章 开展消费信贷业务的重点机构

第一节 中国银行

一、企业简介

二、中国银行公司贷款业务

三、中国银行消费信贷发展迅速

第二节 中国工商银行

一、企业简介

二、工商银行重开汽车消费贷款

三、工商银行个人消费贷款情况

第三节 中国建设银行

一、企业简介

二、建行推出可循环使用个人消费贷款业务

三、2015年建设银行信贷业务发展情况

第四节 中国农业银行

一、企业简介

二、农行个人消费信贷投放力度持续加大

第五节 招商银行

一、企业简介

二、2015年招商银行个人消费贷款情况

第四部分 消费信贷市场风险及法律

第九章 消费信贷市场的风险分析

第一节 中国个人消费信贷的风险探究

一、个人消费信贷风险特征浅析

二、我国个人消费信贷风险产生的原因

三、发达国家消费信贷风险管理的启示

四、我国个人消费信贷风险的防范对策

第二节 我国汽车消费信贷面临的风险及应对策略

一、信用风险

二、担保风险

三、抵押物处置风险

四、汽车消费信贷风险管理系统的的设计

第三节 消费信贷风险机制的构建

一、个人信用制度

二、商业保险机制

三、资产保全和风险转化机制

四、风险基金制度

五、资产损失责任追究制度

第四节 中国消费信贷风险评估体系的构建

- 一、中国消费信贷风险评估工作的现状评析
- 二、探索适合中国国情的信贷风险评估体系
- 三、商业银行的内部风险控制要点剖析
- 四、商业银行信贷风险的法规保护
- 五、消费信贷风险评估体系的具体操作方案

第十章 消费信贷的法律问题分析

第一节 发达国家消费信贷市场的法律制度

- 一、英国
- 二、美国
- 三、德国

第二节 消费信贷保险合同的详细解读

- 一、消费信贷保证保险合同的基本介绍
- 二、消费信贷信用保险合同基本问题研究
- 三、消费信贷保证保险合同的风险及防范
- 四、消费信贷信用保险合同制度的完善

第三节 住房消费信贷保险的法律问题探析

- 一、保证保险、信用保险及担保的区别
- 二、住房消费信贷保证保险的特点浅析
- 三、住房消费信贷保证保险的操作盲点及建议
- 四、我国拓展住房消费信贷保证保险的对策

第五部分 消费信贷市场前景预测

第十一章 2017-2022年消费信贷市场前景预测

第一节 消费信贷市场发展的前景及趋势

- 一、中国消费信贷持续发展的驱动因素
- 二、未来决定中国消费信贷的主要因素
- 三、中国消费信贷市场发展展望分析

第二节 汽车消费信贷市场的前景展望

- 一、中国汽车消费信贷市场的发展趋势
- 二、汽车消费信贷或助推未来中国车市发展
- 三、国内汽车消费信贷未来前景可期

第三节 拓展农村消费信贷前景及对策探析

- 一、优化农村消费的发展环境
- 二、应拓展涉农消费信贷
- 三、强化消费信贷的政策引导和业务宣传
- 四、提供适合农村需求的消费信贷产品和服务

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：旅游消费贷款信用保证保险

附录四：消费金融公司试点管理办法

图表目录：

图表：2011-2015年国内生产总值季度累计同比增长率（%）

图表：2011-2015年工业增加值月度同比增长率（%）

图表：2011-2015年社会消费品零售总额月度同比增长率（%）

图表：2011-2015年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

图表：2011-2015年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长

图表：2011-2015年居民消费价格指数（上年同月=100）

图表：2011-2015年工业品出厂价格指数（上年同月=100）

图表：2011-2015年货币供应量月度同比增长率（%）

图表：2011-2015年各层次货币供应量同比增长趋势

图表：2011-2015年本外币贷款余额及增幅趋势

图表：2011-2015年本外币存款余额及增幅趋势

图表：美国按照户主年龄统计的持有债务的家庭比例

图表：美国按照户主年龄的家庭持有债务的中位数值

图表：美国按照收入水平统计的持有债务的家庭比例

图表：美国按照收入水平的家庭持有债务的中位数值

图表："新国八条"政策要点和主要内容

图表：加快推进保障性住房建设相关举措

图表：2015年35个大中城市房价控制目标

图表：2015年上半年加快推进保障性住房建设相关举措

图表：2015年上半年大型机构存款准备金率调整情况

图表：2014年以来央行上调一年期商业存贷款基准利率变动情况

图表：2015年加快推进保障性住房建设相关举措

图表：截至2015年部分已出台限购令城市相关情况

图表：2011-2015年房地产开发综合景气指数及主要分类指数走势

图表：2011-2015年累计全国房地产开发投资及同比增长率变动趋势

图表：2011-2015年累计不同用途房地产开发投资完成额构成情况

图表：2011-2015年累计不同用途房地产开发投资增长率变动趋势

图表：2011-2015年累计不同地区房地产投资额完成情况

图表：2011-2015年累计东、中、西部地区房地产投资增长率变动趋势

图表：2011-2015年累计全国房地产开发企业资金来源构成情况

图表：2011-2015年累计全国房地产开发企业资金来源构成增长率变动趋势

图表：2011-2015年累计全国房地产土地购置与待开发面积及同比增长率变动趋势

图表：2011-2015年累计全国商品房、商品住宅施工面积及同比增长率变动趋势

图表：2011-2015年累计全国商品房、商品住宅竣工面积及同比增长率变动趋势

图表：2011-2015年累计全国商品房、商品住宅销售面积及同比增长率变动趋势

图表：2011-2015年累计全国商品房、商品住宅销售额及同比增长率变动趋势

图表：2015年份70个大中城市住宅销售价格指数

图表：2015年份70个大中城市住宅销售价格指数（续）

图表：汽车金融公司、银行、信用卡优劣对比表

图表：2015年农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/285083.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。