

2009年中国商业银行个人信贷业务年度研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2009年中国商业银行个人信贷业务年度研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/yinxing/1043827E0V.html>

报告价格：纸质版：7800元 电子版：7800元

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

2009年中国商业银行个人信贷业务年度研究报告 内容介绍：

一、产品说明

个人银行业务研究部针对零售银行业务，推出了个人理财、个人信贷、银行卡一系列的年度研究报告，对于2009年的零售银行业务和市场发展状况，进行较深层次的总结和分析。本报告为零售银行业务年度研究系列报告之二个人信贷篇。

2009年，我国商业银行个人信贷业务可以用华丽转身一词来形容。虽然金融危机阴霾并未散尽，但丝毫不影响个人信贷业务成为中资商业银行2009年度业绩亮点，2009年新增贷款中，个人消费性住房贷款增速迅猛，同比增长47.9%。个人房贷业务的异军突起和个人汽车贷款的大举回归均见证了零售银行业务对金融危机的免疫力。2009年，我国各家商业银行个人信贷业务经历了怎样的跌宕起伏？2010年，商业银行个人信贷业务未来发展面临怎样的机遇和挑战？这些都是商业银行备为关注的问题。

基于此，推出《2009年中国商业银行个人信贷业务年度研究报告》，全方位俯视2009年商业银行个人信贷业务的经济、政策和市场运行环境，多角度关注商业银行个人住房贷款、个人汽车贷款、个人经营性贷款、个人信用贷款等同业发展情况，全面追踪2009年商业银行个人信贷业务经营管理、服务渠道、营销活动、风险管理和业务创新等同业竞争力分析，为2010年商业银行发展个人信贷业务提供有益的参考。

《2009年中国商业银行个人信贷业务年度研究报告》分为四部分十三章，其具体内容如下：

第一部分 2009年我国商业银行个人信贷业务总体情况回顾

第一章 2009年商业银行个人信贷市场四大特征

2009年，商业银行个人信贷市场呈现四大特征：一是商业银行个人信贷余额大幅增长；二是商业银行个人贷款余额在该行总贷款中所占比重不断提升；三是个人信贷业务产品种类日趋丰富；四是个人信贷业务参与主体呈现多元化。

第二章 2009年商业银行个人信贷业务经济环境分析

本章主要采用从宏观到微观的分析思路，主要分析2009年宏观经济运行、金融市场运行、银行业发展变化情况。2009年实施积极的财政政策和适度宽松的货币政策，为经济发展创造了良好的货币金融环境，推动了中国经济的复苏，为个人信贷业务提供发展契机。

第三章 2009年商业银行个人信贷业务政策环境分析

2009年是中国政府首次大力推动消费信贷的一年，国家出台了一系列刺激内需的政策，

并加大了对住房消费、汽车消费、农村消费等领域的金融支持力度。总的来看，上半年，银行采取扩规模，抢市场策略；下半年，银行则进行控规模，调结构。

第四章 2009年商业银行个人信贷业务市场环境分析

2009年，全国房地产市场调研市场经历了一个急转向上的行情。经济刺激计划和宽松货币政策是支持房地产市场回暖的重要宏观背景。2009年随着国际经济形势的好转和国内一系列刺激消费政策鼓励下，汽车行业呈现了快速复苏的态势。这些都为商业银行发展个人信贷业务提供空间。

第二部分 2009年我国商业银行个人信贷重点业务分析

第五章 2009年商业银行个人信贷业务规模分析

2009年，个人房贷的迅速崛起成为新增贷款的重要部分，个人房贷的异军突起无疑得益于去年火爆的楼市。车市的快速增长给汽车金融带来了更广阔的发展空间，银行汽车贷款业务增速接近20%。

第六章 2009年商业银行个人信贷产品分析

本章重点对2009年各商业银行个人住房贷款产品、个人汽车贷款产品、个人经营性贷款产品、个人信用贷款产品等产品进行同业分析，对各产品的特点、趋势进行深入剖析，找出银行自身与其他银行的差距，为商业银行发展个人信贷业务提供参考。

第七章 2009年银行个人信贷业务参与主体分析

从商业银行个人贷款业务的市场占比来看，商业银行向零售银行转型的趋势明显，目前国有商业银行凭借庞大的网点和资本金，在个贷市场上享有绝对优势。但股份制银行在个人信贷业务的发展仍不可小觑，个人信贷业务参与主体呈现多元化的趋势。

第三部分 2009年我国商业银行个人信贷重点业务分析

第八章 2009年商业银行个人信贷业务服务渠道分析

渠道为王是零售业务做大规模的核心。商业银行注重实体网点与虚拟渠道的结合，在零售转型的第三阶段，形成了营业网点与自助银行、网上银行、手机银行、电话银行五位一体的零售服务渠道。

第九章 2009年商业银行个人信贷业务营销策略分析

酒香也怕巷子深，各家商业银行通过报纸营销、网络营销、推介会营销等各种手段来吸引客户眼球，展开了以个人客户为主要营销对象，以拉引为主要促销策略的新的营销方式，招商银行则以营销创新走在同行的前列。

第十章 2009年商业银行个人信贷业务风险管理分析

2009年，面对不确定的宏观经济形势，银行重视个人贷款的风险管理，进一步完善个人贷款风险管理体系，加大了零售贷款的质量监测和不良贷款清收力度。明确了零售银行部作

为个人贷款风险政策执行和运营管理部门、以分行个人贷款中心为核心的运行管理组织架构，进一步统一和完善全行个贷风险管理体系。

第十一章 2009年商业银行个人信贷业务创新分析

创新是商业银行个人信贷业务发展的源泉，2009年商业银行不断进行产品创新、业务创新、模式创新，如招商银行推出了购车前贷款和购车后贷款介入两款全新贷款模式，民生银行全新推出的商贷通业务解决小企业融资难题等等。

第四部分 2010年我国商业银行个人信贷业务发展展望

第十二章 2010年商业银行个人信贷业务发展趋势

2010年，商业银行个人信贷业务将面临新的发展机遇和挑战。一方面，在内源性发展方式的要求下，零售成为业务转型的主要方向之一；另一方面，挑战接踵而至，零售业务所面临的同业竞争将更为激烈。公司认为，2010年商业银行个人信贷业务发展面临三大趋势：一是个人信贷业务差异化经营；二是银行谨慎发放房贷；三是车贷业务将成新的利润增长点。

第十三章 2010年商业银行个人信贷业务发展策略建议

2010年，从长远发展的战略高度和提高综合竞争力的角度，商业银行应大力发展消费信贷业务，这对促进银行业务转型、实现信贷资产多元化和优良化、扩大个人高端客户群体和加快中间业务发展都具有十分重要的积极作用。一是要转变经营管理理念，积极拓展个人信贷业务；二是完善风险管理机制，建立个人信用卡评分机制控制风险；三是产品和客户双轮驱动，实施全方位产品营销策略；四是优化激励与考核机制，提升客户经理的营销动力；五是加强金融同业合作，提高个贷核心竞争力。

二、产品特色

1、分析全面深入、重点定位同业分析

知己知彼，百战不殆。《报告》多角度关注商业银行个人住房贷款、个人汽车贷款、个人经营性贷款、个人信用贷款等业务的同业发展情况，全面追踪2009年商业银行个人信贷业务经营管理、服务渠道、营销活动、风险管理和业务创新等同业竞争力分析，并对国有商业银行、股份制商业银行、城市商业银行作分类剖析，为商业银行提供全方位的参考。

2、数据资料翔实

本次推出的《报告》，所采用的数据一方面来自2009年银行年报，另一方面来自于中国人民银行、国家统计局等权威网站，最大程度上保证了数据资料的权威性、准确性和全面性。

3、较强的指导性

《报告》的内容不仅仅停留在个人信贷业务层面，还对个人信贷业务运行的经济环境、市场环境加以分析。在对2009年我国个人信贷业务的全面分析基础之上，对我国2010年个人

信贷业务趋势进行了预测，并且为商业银行发展个人信贷业务提出了有价值的策略建议，为2010年商业银行开展个人信贷业务起到较强的指导作用。

三、目标客户

营销重点定位：各商业银行的个人银行部、零售银行部、个人信贷部、住房金融部。

目标客户定位：上述各部门的管理人员和业务人员。

四、价格建议

本报告共154页，103882字，服务价格：7800元/份（电子版同时赠送一套精美印刷版）。

第一部分 2009年我国商业银行个人信贷业务总体情况回顾

第一章 2009年商业银行个人信贷市场四大特征

- 一、商业银行个贷余额：大幅增长
- 二、商业银行个贷比重：不断提升
- 三、商业银行产品种类：日趋丰富
- 四、个贷市场参与主体：呈现多元化

第二章 2009年商业银行个人信贷业务经济环境分析

一、2009年宏观经济运行分析

- （一）货币供应量增加，流动性增强
- （二）人民币存款同比增加5.4万亿元
- （三）人民币贷款同比增长31.7%

二、2009年金融市场运行分析

- （一）货币市场交易活跃，货币市场利率整体下浮
- （二）债券发行规模快速扩大，银行债券收益率总体上移

三、2009年银行业发展情况分析

- （一）资本充足率基本维持8%
- （二）不良贷款资产保持“双降”
- （三）银行业资产总额超78万亿元
- （四）国有银行股份制改革取得重大进展

第三章 2009年商业银行个人信贷业务政策环境分析

一、2009年消费信贷政策监管分析

- （一）经济政策对房贷的调控是“上半年松下半年紧”
- （二）鼓励发展消费信贷是2009年信贷结构调整的一大亮点
- （三）银监会加大力度推进银行中小企业金融服务
- （四）五部门联手支持小额林农贷款

(五) 征信制度日趋完善，将有法可依

二、2009年商业银行个人信贷政策分析

(一) 上半年主要是“扩规模，抢市场”

(二) 下半年主要是“控规模，调结构”

第四章 2009年商业银行个人信贷业务市场环境分析

一、2009年房地产市场运行分析

(一) 上半年：受房地产优惠政策刺激，投资需求重新活跃

(二) 下半年：遏制房价过快上涨，平稳调控房地产市场

二、2009年汽车行业市场运行分析

(一) 产销量方面：均呈爆发式增长

(二) 产品结构方面：调整效果明显，低排量品种表现良好

(三) 自主品牌方面：表现抢眼，稳居市场占有率第一

(四) 经济效益方面：加快改善，加速上升

(五) 进出口方面：出口降幅趋缓，进口止跌回升

第二部分 2009年我国商业银行个人信贷重点业务分析

第五章 2009年商业银行个人信贷业务规模分析

一、2009年商业银行个人住房贷款：异军突起

二、2009年商业银行个人汽车贷款：再度升温

三、2009年商业银行个人经营性贷款：后起之秀

第六章 2009年商业银行个人信贷产品分析

一、2009年商业银行个人住房贷款产品同业分析

(一) 种类多样化

(二) 市场细分化

(三) 产品创新化

(四) 服务层次化

二、2009年商业银行个人汽车贷款产品同业分析

(一) 创新经营模式

(二) 变换营销策略

(三) 拓展业务范围

(四) 加强合作力度

三、2009年商业银行个人经营性贷款产品同业分析

(一) 贷款对象基本条件对比

(二) 贷款金额与贷款利率对比

(三) 贷款期限和还款方式对比

四、2009年商业银行个人信用贷款产品同业分析

(一) 贷款门槛对比

(二) 贷款额度对比

(三) 贷款费用对比

(四) 贷款对象对比

第七章 2009年银行个人信贷业务参与主体分析

一、2009年国有商业银行个人信贷业务竞争力分析

(一) 工商银行

(二) 建设银行

(三) 中国银行

二、2009年股份制商业银行个人信贷业务竞争力分析

(一) 交通银行

(二) 招商银行

(三) 上海浦东发展银行

(四) 中信银行

(五) 民生银行

(六) 深圳发展银行

(七) 兴业银行

(八) 华夏银行

三、2009年城市商业银行个人信贷业务竞争力分析

(一) 北京银行

(二) 南京银行

(三) 宁波银行

第三部分 2009年我国商业银行个人信贷业务策略分析

第八章 2009年商业银行个人信贷业务服务渠道分析

一、2009年商业银行网点分布总体分析

二、2009年商业银行自助设备总体分析

三、2009年商业银行网上银行总体分析

四、2009年商业银行手机银行和电话银行总体分析

第九章 2009年商业银行个人信贷业务营销策略分析

一、2009年商业银行个人住房贷款业务营销活动

(一) 农业银行“好时贷”个贷品牌营销

(二) 招商银行个贷媒介营销

(三) 法国兴业银行房贷客户奖励计划

二、2009年商业银行其他个人贷款业务营销活动

(一) 招商银行携“车购易”参加车展营销活动

(二) 渣打银行“现贷派”网络论坛话题营销

第十章 2009年商业银行个人信贷业务风险管理分析

一、2009年商业银行个人住房贷款业务风险管理分析

(一) 管理层面：制定个贷差异化信贷政策

(二) 方法层面：采用个人信用评分卡工具

(三) 技术层面：提高个人贷款信息化管理水平

二、2009年商业银行个人汽车贷款业务风险管理分析

(一) 控制标准：关注交易的真实性

(二) 风险分散：展开合作降低风险

三、2009年商业银行个人经营性贷款业务风险管理分析

第十一章 2009年商业银行个人信贷业务创新分析

一、2009年商业银行个人住房贷款业务创新分析

(一) 产品创新：农业银行推出房贷组合拳

(二) 利率创新：深发展“点按揭”

(三) 模式创新：中信银行“二手房直通车”

(四) 方式创新：兴业银行“随薪供”

(五) 方式创新：渣打银行(中国)“活利贷”

二、2009年商业银行个人汽车贷款业务创新分析

(一) 模式创新：招商银行车贷新方案

(二) 产品创新：银行“车库车位”贷款业务

三、2009年商业银行个人经营性贷款创新分析

(一) 模式创新：工商银行“百荣模式”个人经营贷款

(二) 模式创新：中国银行“信贷工厂”

(三) 产品创新：招商银行个人“生意贷”

(四) 业务创新：民生银行“商贷通”业务

四、2009年商业银行其他个人信贷业务创新分析

(一) 担保方式的创新

(二) 网络贷款模式

第四部分 2010年我国商业银行个人信贷业务发展展望

第十二章 2010年商业银行个人信贷业务发展趋势

一、个贷同业竞争激烈，差异化经营方能突围

二、房价攀升暗藏风险，银行谨慎发放房贷

三、汽车金融快速增长，车贷业务或成新增长点

第十三章 2010年商业银行个人信贷业务发展策略建议

一、转变经营管理理念，积极拓展个人信贷业务

二、完善风险管理机制，建立个人信用评分卡机制

(一) 个人信用评分指标选取原则

(二) 消费信贷风险的分析评估

三、产品和客户双轮驱动，实施全方位产品营销策略

(一) 实施客户细分策略

(二) 建立个人信贷业务特色品牌

(三) 联动营销和交叉销售

(四) 实施关系营销策略

四、优化考核激励体系，提升客户经理的营销动力

(一) 建设个贷专业化团队

(二) 构建考核与激励体系

五、加强金融同业合作，提高个贷业务核心竞争力

附表一：2009年上市商业银行个人住房贷款产品一览表

附表二：2009年中小城市商业银行个人住房贷款产品一览表

附表三：2009年商业银行个人汽车贷款产品一览表

附表四：2009年度商业银行优秀个人贷款产品一览表

(一) 个贷产品综合排名评选获奖情况

(二) 个人房屋贷款单项排名获奖结果

(三) 个人汽车消费贷款单项排名获奖结果

(四) 持证抵押消费单项排名获奖结果

(五) 个人信用贷款单项排名获奖结果

(六) 个人经营性贷款单项排名获奖结果

(七) 个人教育贷款单项排名获奖结果

(八) 个人质押贷款单项排名获奖结果

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinxing/1043827E0V.html>