

# 2018-2024年中国消费金融 市场深度评估与发展前景预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2018-2024年中国消费金融市场深度评估与发展前景预测报告》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/qita/O11651DA6A.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

### （一）消费金融是经济转型的催化剂

中国处在经济结构调整的关键时期,投资和出口增速回落,消费对GDP增长贡献率超过50%,已成为推动经济发展的第一驱动力。消费金融的发展可以有力地拉动内需,改善居民消费结构,必将成为推动经济转型的催化剂。当前,以服务消费、信息消费、绿色消费、时尚消费、品质消费和带有梯度追赶型特征的农村消费,正成为消费升级的新热点、新模式,为稳增长提供新供给和新动力,也亟需消费金融转型升级,适应变化。

### （二）消费金融助推商业银行转型

面对经济“新常态”、金融脱媒、利率市场化冲击,商业银行亟需转变重资产、重资本的传统盈利模式,走“轻”型发展道路。消费金融的服务对象是个人,风险分散、抗周期能力强;单笔风险权重低,有助于银行的资本节约;客户尤其是年轻客群对线上消费和线上消费金融服务接受程度不断提升,易与方便快捷的互联网模式相结合。此外,银行具备低资金成本、大量的客户资源、丰富的授信风控技术和品牌优势。消费金融有助于商业银行业务转型,增加收入和盈利来源,符合商业银行现阶段转型升级的内在要求。

消费金融公司是指不吸收公众存款,以小额、分散为原则,为中国境内居民个人提供以消费为目的的贷款的非银行金融机构,包括个人耐用消费品贷款及一般用途个人消费贷款等。由于消费金融公司发放的贷款是无担保、无抵押贷款,风险相对较高,银监会因而设立了严格的监管标准。消费金融在提高消费者生活水平、支持经济增长等方面发挥着积极的推动作用,这一金融服务方式目前在成熟市场和新兴市场均已得到广泛使用。

2016年消费金融公司TOP20 排名 名称 1 蚂蚁花呗 2 平安普惠 3 分期乐 4 微粒贷 5 京东白条 6 拿去花 7 趣分期 8 爱学贷 9 融360 10 玖富钱包 11 海尔消费金融 12 建行分期优选 13 我来贷 14 工行逸贷 15 苏宁消费金融 16 中银消费金融 17 随心贷 18 易贷网 19 借贷宝 20 途牛——牛客贷

资料来源:公开资料整理

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	1
第一节 消费金融基本介绍	1
一、传统消费金融	1
二、百度消费金融	1
三、消费金融发展意义	1
第二节 消费金融主要业务	2
一、个人住房贷款	2
二、信用卡贷款	3
三、汽车消费信贷	3
四、其他消费贷款	5
第三节 消费金融市场主体	7
一、商业银行	7
二、消费金融公司	10
三、汽车金融公司	12
四、小额贷款公司	12
五、互联网金融公司	14
第二章 中国消费金融行业发展环境分析	16
第一节 消费金融体系及其主要内容	16
一、消费金融监管机构	16
二、《消费金融公司试点管理办法》	16
三、消费金融体系及主要内容	22
（一）法律制度体系建设	22
（二）个人征信体系建设	22
（三）消费金融机构建设	24
（四）消费金融产品	25
（五）监管体系建设	26
第二节 消费金融行业宏观环境分析	26
一、国内GDP增长分析	26
二、工业经济增长分析	29
三、居民收入增长情况	35
第三节 消费金融行业金融环境分析	37

一、货币余额分析	37
二、金融机构贷款余额	38
三、社会融资规模分析	38
四、金融机构存款利率	39
第四节 消费金融行业消费环境分析	39
一、城市消费步入更新换代期	39
二、农村消费追赶城市	39
三、人口结构推动消费	40
四、转型期支持国内消费	40
第三章 中国消费金融机构发展状况分析	41
第一节 银行机构发展情况分析	41
一、银行业金融机构资产规模	41
二、银行业金融机构负债规模	42
三、银行业金融机构存款情况	42
四、银行业金融机构贷款情况	43
五、银行业金融机构盈利分析	44
六、银行业金融机构监管指标	45
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	48
三、小额贷款公司资金规模	48
四、小额贷款公司贷款余额	49
五、小额贷款公司盈利状况	50
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	53
三、汽车金融公司注册条件	54
四、汽车金融行业发展前景	54
第四节 消费金融公司发展分析	55
一、消费金融公司历程分析	55
二、消费金融公司发展情况	56

三、消费金融公司设立条件	57
四、消费金融公司业务范围	57
五、消费金融公司定位与特点	59
六、消费金融公司发展前景	59
第四章 全球消费金融行业发展状况分析	61
第一节 国外消费金融综合比较	61
一、市场定位	61
(一) 美国模式	61
(二) 欧盟模式	61
(三) 中国模式	62
二、风险控制	62
(一) 美国模式	62
(二) 欧盟模式	63
(三) 中国模式	63
三、金融监管	63
(一) 美国模式	63
(二) 欧盟模式	64
(三) 日本模式	65
(四) 中国模式	65
四、立法保障	65
(一) 美国模式	65
(二) 欧盟模式	66
(三) 中国模式	67
第二节 主要国家消费金融发展分析	67
一、美国消费金融行业发展分析	67
(一) 消费金融发展现状分析	67
(二) 消费金融经营特点分析	68
(三) 代表性的消费金融公司	68
二、欧盟消费金融行业发展分析	70
(一) 消费金融发展现状分析	70
(二) 消费金融经营特点分析	70

(三) 代表性的消费金融公司	71
三、日本消费金融行业发展分析	71
(一) 消费金融发展现状分析	71
(二) 消费金融经营特点分析	72
(三) 代表性的消费金融公司	73
第三节 国外消费金融公司经验借鉴分析	73
一、国内消费金融公司与国外的差距	73
(一) 设立方式上	73
(二) 资金来源方面	74
(三) 产品品种方面	74
二、国外消费金融公司发展经验分析	75
(一) 美国	75
(二) 欧洲	76
(三) 日本	76
三、国外消费金融公司对我国的启示	77
(一) 具有广泛的设立主体	77
(二) 实施多元化的营销模式	78
(三) 建立完善的信用体系	78
(四) 健全的法律法规体系	78
第五章 中国消费金融行业发展状况分析	79
第一节 消费金融行业发展现状	79
一、消费金融信贷规模分析	79
二、消费金融业务模式分析	79
(一) 结合消费场景的消费金融	79
(二) 直接发放个人贷款的消费金融	80
(三) 校园市场分期	80
三、消费金融发展存在问题	80
(一) 消费者权益保护不当	80
(二) 消费金融市场混乱	81
(三) 对于消费金融认识不足	81
(四) 有关部门监管力度不够	81

第二节 消费金融试点推进情况	81
一、消费金融试点城市推进情况	81
二、第一批消费金融公司试点城市	82
(一) 北京	82
(二) 天津	86
(三) 上海	90
(四) 成都	94
三、第二批消费金融公司试点城市	95
(一) 沈阳	95
(二) 南京	96
(三) 杭州	97
(四) 合肥	100
(五) 泉州	101
(六) 武汉	104
(七) 广州	106
(八) 重庆	107
(九) 西安	110
(十) 青岛	111
四、消费金融试点取得成效情况	112
第三节 消费金融行业发展策略分析	113
一、监管部门的政策	113
二、消费者和金融机构两个方面的保护措施	113
三、消费金融体系的完善	114
第六章 中国个人住房贷款市场分析	115
第一节 房地产行业运行分析	115
一、房地产开发投资情况	115
二、房地产市场供给结构	118
三、房地产商品房建筑面积	119
四、房地产商品房销售情况	121
五、房地产价格趋势分析	123
第二节 个人住房贷款业务分析	126



一、个人住房贷款委托贷款	126
二、个人住房贷款自营贷款	127
三、个人住房贷款组合贷款	128
第三节 个人住房贷款	128
一、个人住房贷款政策	128
二、个人住房贷款业务经营管理方式	129
三、公积金个人住房贷款发放情况	132
(一) 公积金个人住房贷款累计发放情况	132
(二) 公积金个人住房贷款发放情况	132
四、公积金个人住房贷款回收情况	134
五、个人住房贷款存量情况	136
(一) 个人住房贷款余额增长情况	136
(二) 个人住房贷款占比情况	137
六、个人住房抵押贷款资产证券化	138
第四节 住房公积金	140
一、中国的住房公积金制度解析	140
(一) 住房公积金的性质和特点	140
(二) 住房公积金的缴存和提取	141
(三) 住房公积金的利率和税收	142
(四) 现行住房公积金的管理制度	142
(五) 现行住房公积金制度存在的问题	144
二、住房公积金发展现状	145
(一) 住房公积金实缴单位和人数	145
(二) 住房公积金缴存总额	145
(三) 住房公积金缴存余额	145
(四) 住房公积金提取额	146
(五) 住房公积金贷款余额	146
第七章 中国汽车消费信贷市场分析	148
第一节 汽车行业发展分析	148
一、汽车行业发展概况	148
二、汽车产销数据分析	148

(一) 汽车产量	148
(二) 汽车销量	149
三、汽车保有量分析	150
(一) 民用汽车保有量情况	150
(二) 私人汽车保有量情况	150
(三) 公路营运汽车拥有量	151
四、汽车市场规模预测	152
第二节 汽车金融行业发展分析	153
一、汽车金融发展历程	153
(一) 摸索发展阶段(1998-2005年)	153
(二) 竞争发展阶段(2006-2015年)	153
(三) 稳定发展阶段(2016-2025年)	154
二、汽车金融业务发展模式分析	155
(一) 传统消费贷款模式	155
(二) 信用卡分期模式	155
(三) 汽车金融公司“一站式”服务	156
三、汽车金融市场现状分析	157
(一) 渗透率不高	157
(二) 汽车金融最受年轻消费者接受	157
(三) 资产支持证券发行：汽车金融公司的融资渠道多样化	158
(四) 增加汽车金融产品种类	158
(五) 租赁：另一种汽车金融	159
四、汽车贷款市场规模分析	159
五、汽车消费金融市场总体格局	160
(一) 四大行在汽车消费金融中占主导地位	160
(二) 股份制商业银行成汽车高端市场竞争主体	161
(三) 汽车金融公司异军突起	161
六、汽车消费金融发展存在问题	161
(一) 业务渠道难以建立	161
(二) 审批链条较长，申请手续繁琐	161
(三) 产品种类创新能力不足	162
(四) 人员专业素质有待提高	162

七、汽车消费金融发展建议分析	162
(一) 从战略上重视汽车分期消费业务开展	162
(二) 细分市场和客户,合理、灵活确定信用额度	163
(三) 简化和优化审批和制卡环节,以“短流程”应对“短消费”	163
(四) 加强与上游厂商和经销商战略合作,拓展产业链金融	163
第三节 汽车消费信贷业务分析	164
一、银行汽车贷款	164
(一) 贷款手续	164
(二) 首付情况	164
(三) 利率水平	164
二、汽车金融公司	164
(一) 贷款手续	164
(二) 首付情况	164
(三) 利率水平	165
(四) 主要企业	165
三、整车厂财务公司	165
(一) 贷款手续	165
(二) 首付情况	165
(三) 利率水平	165
(四) 主要企业	165
四、信用卡购车分期	165
五、汽车融资租赁	166
(一) 贷款手续	166
(二) 首付情况	166
(三) 利率水平	166
(四) 产权	166
第四节 汽车消费金融市场的发展前景	166
一、汽车消费金融市场渗透率进一步提高	166
二、业务重点将向二三线及中西部城市转移	167
三、专业化经营趋势进一步增强	167
四、年轻消费群体将为推动市场发展的重要引擎	168

## 第八章 中国信用卡消费信贷市场分析 169

### 第一节 信用卡市场运行总况 169

#### 一、信用卡市场发展历程 169

(一) 初创期：激进时代 169

(二) 高速成长期：产品时代 170

(三) 成熟期：成本时代 172

#### 二、信用卡市场运行特点分析 172

### 第二节 信用卡发行情况分析 175

#### 一、信用卡市场需求分析 175

(一) 影响信用卡的使用因素 175

(二) 支付体系发展趋势及影响 175

(三) 信用卡的支付结算需求 176

(四) 信用卡的消费信贷需求 177

#### 二、国内信用卡发卡现状分析 179

(一) 总体发卡规模分析 179

(二) 发卡模式变化趋势 181

#### 三、信用卡人均拥有量分析 183

#### 四、信用卡用户开发策略选择 184

### 第三节 信用卡消费收单分析 189

#### 一、信用卡授信总额分析 189

截至2015年末，信用卡授信总额为7.08万亿元，同比增长26.43%；信用卡应偿信贷余额为3.09万亿元，同比增长32.05%。信用卡卡均授信额度1.79万元，授信使用率643.77%，较上年末增加2.08个百分点。信用卡逾期半年未偿信贷总额380.27亿元，较上年末增加22.63亿元，增长6.33%；信用卡逾期半年未偿信贷总额占信用卡应偿信贷余额的1.23%，占比较上年末下降0.30个百分点。

截至第三季度末，银行卡授信总额为8.62万亿元，同比增长27.94%，环比增长7.02%。

2009-2016年信用卡授信总额走势图资料来源：央行

#### 二、信用卡消费情况分析 190

(一) 使用场所 190

2016年3月51credit通过论坛和其它方式，随机进行了信用卡用户在线调查，共有7430名消费者参与调查，由16家A股上市银行加广发、上海两家银行作为对象。由于用卡行为状况调查

带有参与者的一定主观性，该调研尽可能选择较为客观的数据，较为客观地反映持卡人的用卡行为状况。

在信用卡使用场景的调查中，网络购物占了第一位，为 80.71%；餐饮消费占第二位，为 70.21%；商场购物占第三位，为 68.24%。

前三大使用信用卡的场所资料来源：51Credit

## （二）使用功能 190

购物仍是用户信用卡的第一支出，有 64.83% 的信用卡支出被花在血拼购物了，相比 2014 年的 54.2% 提升近 10 个点。并且，2015 年的信用卡购物呈现了“高频次、高质量”的趋势，越来越多的人愿意花更多的钱买更好的东西，国人的消费升级呈加速态势。

## （三）使用率 191

沿海地区申请和使用信用卡的用户依旧是信用卡的主力，以调查结果来看，广东、江苏、山东、浙江和北京位居前五位。

调查结果显示，拥有四张以上信用卡的人为 14.98%，两张信用卡的为 32.45%，有一张信用卡的为 21.43%，三张信用卡的为 26.07%，也有 5.07% 的人表示没有信用卡。

参与调查的用户中，拥有信用卡最多的前五位是招商银行，为 47.97%；其次是工商银行，为 43.51%；第三位是交通银行，为 42.6%；第四位是建设银行，为 41.81%；第五位是中信银行，为 40.1%。

使用频率最高的前五位为招行银行，有 28.08%；第二位是浦发银行，有 18.77%；第三位是工行，为 18.37%；第四位是交通银行，为 17.45%；第五位是中信银行，为 17.19%。从使用频率的银行分布来看，优惠力度大的银行对信用卡的活跃度影响很大。

## （四）月用卡额度 194

在月均刷卡消费金额的调查结果显示，1000 元以下范围为 8%，1000-2000 元范围为 23%，2000-5000 元范围为 33%；5000-10000 元范围为 19%；10000-20000 元范围为 10%。20000 元以上范围为 7%。

## （五）还款渠道 195

还款方式中，采取全额还款方式的占了 83.33%，采取最低还款方式的为 4.04%，采取账单分期方式的仅有 3.65%。还款渠道中第三方平台占了 55.81%，银行自动转账占 29.63%。

## （六）账单管理 195

### 三、信用卡交易金额 196

### 四、信用卡收单现状分析 197

#### （一）信用卡受理市场情况 197

(二) 信用卡收单业务发展策略	198
五、信用卡贷款余额分析	199
第四节 信用卡主要品种分析	200
一、女性信用卡市场分析	200
(一) 产品定位解析	200
(二) 各行产品比较	200
(三) 市场发展现状	201
(四) 品牌定位策略	202
二、大学生信用卡市场分析	204
(一) 产品定位解析	204
(二) 产品功能分析	205
(三) 各行产品比较	205
(四) 市场发展现状	205
三、联名信用卡市场分析	206
(一) 产品定位解析	206
(二) 产品特点分析	206
(三) 各行产品比较	206
(四) 产品优势分析	208
四、公务信用卡市场分析	209
(一) 产品定位解析	209
(二) 产品特点分析	209
(三) 各行推行条件	209
(四) 发展现状及建议	210
五、白金信用卡市场分析	213
(一) 产品定位解析	213
(二) 各行产品比较	213
(三) 市场发展现状	213
(四) 品牌定位策略	214
六、其他信用卡市场分析	214
(一) 主题信用卡市场分析	214
(二) 旅游信用卡市场分析	215
(三) 汽车信用卡市场分析	216

(四) 航空信用卡市场分析	216
第九章 中国其他消费信贷市场分析	218
第一节 家装贷款市场分析	218
一、家装消费市场分析	218
(一) 家装消费市场需求	218
(二) 家装消费市场趋势	218
二、家装贷款渠道分析	219
(一) 银行装修消费信贷	219
(二) 消费金融公司贷款	220
三、家装贷款业务流程	220
四、家装贷款案例分析	221
五、家装贷款需求潜力	221
第二节 旅游信贷市场分析	222
一、旅游消费市场分析	222
(一) 旅游消费需求分析	222
(二) 旅游消费趋势分析	222
二、旅游贷款主要形式	223
三、旅游贷款市场现状	224
(一) 出国旅游保证金贷款	224
(二) 旅游消费贷款	224
四、旅游贷款案例分析	225
五、旅游贷款需求潜力	225
第三节 教育信贷市场分析	226
一、教育消费市场分析	226
(一) 教育消费需求	226
(二) 教育消费趋势	226
二、教育贷款市场分析	227
(一) 国家助学贷款	227
(二) 商业助学贷款	228
(三) 出国留学贷款	230
三、建设银行“学易货”	230

四、教育贷款余额分析	232
第四节 个人耐用品贷款分析	233
一、个人耐用品消费市场分析	233
(一) 个人耐用品消费需求	233
(二) 个人耐用品消费趋势	233
二、个人耐用品贷款现状	234
(一) 消费电子	234
(二) 家用电器	234
三、个人耐用品贷款余额	235
四、个人耐用品贷款案例	235
第五节 医疗保健消费贷款分析	235
一、医疗保健消费市场分析	235
(一) 医疗保健消费需求	235
(二) 医疗保健消费趋势	236
二、医疗保健消费贷款分析	236
(一) 医疗器械	236
(二) 健身器材	236
三、医疗保健贷款案例分析	237
四、医疗保健贷款需求潜力	237
第十章 中国消费金融业务创新分析	238
第一节 信用卡业务创新	238
一、组织创新分析	238
二、客户层面创新	238
三、业务层面创新	238
四、渠道创新分析	239
五、载体创新分析	239
六、风险管理创新	239
第二节 汽车金融业务创新	240
一、担保方式日趋简单	240
二、更加注重流程创新	240
三、费率不断降低	240



四、针对业务特性采取单独的授信政策	240
五、合理利用外部资源发展汽车分期业务	240
六、优化产品功能，树立分期品牌	241
第三节 小额信用贷款业务创新	241
一、担保和抵押的方式更加灵活多样	241
二、信用贷款的占比明显提高	241
三、借助政府力量撬动科技和文化信贷杠杆	241
四、银行贷款与资本市场联姻	242
五、互联网与小额信贷加速融合	242
六、保险进入小额贷款	242
第四节 金融服务方式创新	242
一、金融服务方式	242
（一）网络银行	242
（二）手机银行	242
二、商业银行服务模式创新	243
（一）服务方式：打造开放平台	243
（二）服务对象：构建普惠金融	246
（三）服务内容：提供差异服务	246
第五节 消费金融产品发展方向分析	247
一、大宗耐用消费品	247
二、新型消费品	247
（一）购买式消费	247
1、信息消费	247
2、医疗消费	248
3、文化消费	248
4、养老消费	248
（二）租赁式消费	248
三、消费服务类	249
（一）服务消费品内涵	249
（二）服务消费品类型	249
（三）服务消费品发展方向	250

## 第十一章 中国消费金融行业合作新创分析 252

### 第一节 消费金融与零售业发展 252

#### 一、零售业发展分析 252

(一) 零售业发展历程 252

(二) 零售业发展现状 254

(三) 零售业发展前景 258

#### 二、商业预付卡发展分析 258

(一) 商业预付卡发展历程 258

(二) 商业预付卡市场特点 260

(三) 商业预付卡发展现状 260

(四) 商业预付卡消费特征 261

(五) 商业预付卡发展前景 262

### 第二节 消费金融与保险业发展 262

#### 一、汽车消费信贷保证保险分析 262

(一) 汽车消费信贷保证保险特点 262

(二) 汽车消费信贷保证保险前景 263

#### 二、助学贷款信用保证保险分析 264

(一) 助学贷款信用保证保险的意义 264

(二) 助学贷款信用保证保险的原理 264

(三) 助学贷款信用保证保险的成效 265

#### 三、小额信贷保证保险分析 265

(一) 小额信贷保证保险内涵及意义 265

(二) 小额贷款保证保险发展现状 266

(三) 小额信贷保证保险的问题及前景 267

### 第三节 消费金融与互联网发展 267

#### 一、消费金融互联网模式创新 267

(一) P2P 267

(二) 众筹融资 268

(三) P2C 269

#### 二、重点P2P理财产品对比 269

(一) 人人贷 269

(二) 陆金所 271

(三) 温州贷	273
三、众筹融资主要平台分析	274
(一) 淘宝众筹	274
(二) 京东众筹	275
(三) 天使汇	275
四、互联网金融模式P2C创新	275
第四节 消费金融机构合作案例	276
一、中信银行消费金融业务拓展	276
(一) 财富管理板块重构	276
(二) 消费金融版图扩围	277
二、中信银行消费金融合作案例	278
(一) 搭建财富管理体系	278
(二) 以旗舰店模式打造智慧网点	280
(三) 与我爱我家和庞大集团合作	282
(四) 与海尔集团供应链网络金融合作	283
(五) 与易居中国合作开发“乐居贷”	283
三、中银消费金融与腾讯财付通合作	284
四、腾讯前海银行试水消费金融	284
(一) 以消费金融为特色	284
(二) 定位“大存小贷”	285
(三) 构筑风险管控防线	286
第十二章 中国消费金融第三方支付模式创新	287
第一节 网络交易拓宽消费金融空间	287
一、网络交易为消费金融提供机会	287
二、第三方支付推动网上零售市场	289
三、第三方支付平台与金融机构合作	290
第二节 第三方支付产业发展规模分析	291
一、第三方支付市场交易规模	291
二、第三方支付细分市场份额	292
(一) 互联网支付行业交易规模	292
(二) 移动支付行业交易规模	293

(三) 固话支付行业市场规模	296
(四) 数字电视支付行业市场规模	297
三、移动支付企业APP覆盖人数情况	298
第三节 第三方支付产业商业模式分析	300
一、第三方支付主流商业模式	300
二、第三方支付细分商业模式	301
(一) 支付网关模式	301
(二) 信用增强型支付模式	302
(三) 账户支付型模式	303
(四) 移动支付模式	303
三、重点企业商业模式解析	304
(一) 支付宝商业模式分析	304
(二) 财付通商业模式分析	306
(三) 银联支付商业模式分析	308
(四) 快钱支付商业模式分析	308
(五) 网银在线商业模式分析	309
四、第三方支付发展瓶颈分析	310
五、第三方支付企业营销管理建议	311
六、第三方支付商业模式发展建议	313
七、第三方支付产业创新模式探析	314
第四节 第三方支付产业竞争格局分析	315
一、第三方支付产业运营主体分类	315
(一) 互联网巨头企业	315
(二) 电信运营商企业	316
(三) 银联和银行企业	317
(四) 地方性国资企业	318
(五) 发卡为主类企业	318
(六) 独立第三方支付运营商	318
二、获牌照支付企业业务分析	319
三、发放牌照企业竞争格局分析	319
四、第三方支付产业牌照发放情况	320
(一) 第一批支付牌照企业分析	320

(二) 第二批支付牌照企业分析	323
(三) 第三批支付牌照企业分析	324
(四) 第四批支付牌照企业分析	330
(五) 第五批支付牌照企业分析	334
第五节 第三方支付行业产品创新方向	338
一、支付产品多元化趋势	338
二、移动支付多场景趋势	338
二、第三方支付金融化趋势	339
第十三章 中国消费金融机构发展分析	341
第一节 银行金融机构	341
一、中国银行	341
(一) 银行机构基本情况	341
(二) 银行机构经营情况	342
(三) 银行信贷业务规模	346
(四) 银行信贷业务结构	346
(五) 银行信贷业务质量	346
二、中国工商银行	347
(一) 银行机构基本情况	347
(二) 银行机构经营情况	348
(三) 银行信贷业务规模	352
(四) 银行信贷业务结构	353
(五) 银行信贷业务质量	354
三、中国建设银行	355
(一) 银行机构基本情况	355
(二) 银行机构经营情况	355
(三) 银行信贷业务规模	359
(四) 银行信贷业务结构	359
(五) 银行信贷业务质量	360
四、中国农业银行	361
(一) 银行机构基本情况	361
(二) 银行机构经营情况	362

(三) 银行信贷业务规模	366
(四) 银行信贷业务结构	366
(五) 银行信贷业务质量	367
五、平安银行	368
(一) 银行机构基本情况	368
(二) 银行机构经营情况	370
(三) 银行信贷业务规模	374
(四) 银行信贷业务结构	374
(五) 银行信贷业务质量	376
六、中信银行	376
(一) 银行机构基本情况	376
(二) 银行机构经营情况	377
(三) 银行信贷业务规模	381
(四) 银行信贷业务结构	381
(五) 银行信贷业务质量	382
七、广发银行	383
(一) 银行机构基本情况	383
(二) 银行机构经营情况	384
(三) 银行信贷业务规模	384
(四) 银行信贷业务结构	385
(五) 银行信贷业务质量	387
八、南京银行	387
(一) 银行机构基本情况	387
(二) 银行机构经营情况	388
(三) 银行信贷业务规模	392
(四) 银行信贷业务结构	393
(五) 银行信贷业务质量	393
九、宁波银行	393
(一) 银行机构基本情况	393
(二) 银行机构经营情况	394
(三) 银行信贷业务规模	398
(四) 银行信贷业务结构	398

(五) 银行信贷业务质量	399
十、广州农商银行	400
(一) 银行机构基本情况	400
(二) 银行机构经营情况	400
(三) 银行信贷业务规模	401
(四) 银行信贷业务结构	401
(五) 银行信贷业务质量	402
第二节 汽车金融公司	402
一、上汽通用汽车金融有限公司	402
(一) 企业发展基本介绍	402
(二) 企业车贷套餐分析	403
(三) 企业营销服务网点	404
(四) 企业竞争优势分析	404
二、宝马汽车金融(中国)有限公司	404
(一) 企业发展基本介绍	404
(二) 企业车贷套餐分析	405
(三) 企业营销服务网点	405
(四) 企业竞争优势分析	406
三、大众汽车金融(中国)有限公司	406
(一) 企业发展基本介绍	406
(二) 企业车贷套餐分析	406
(三) 企业营销服务网点	407
(四) 企业竞争优势分析	407
四、丰田汽车金融(中国)有限公司	407
(一) 企业发展基本介绍	407
(二) 企业经营情况分析	407
(三) 企业车贷套餐分析	408
(四) 企业营销服务网点	409
(五) 企业竞争优势分析	409
五、奇瑞徽银汽车金融有限公司	409
(一) 企业发展基本介绍	409
(二) 企业车贷套餐分析	410

(三) 企业营销服务网点	411
六、三一汽车金融有限公司	411
(一) 企业发展基本介绍	411
(二) 企业营销服务网点	411
(三) 企业竞争优势分析	412
七、一汽汽车金融有限公司	412
(一) 企业发展基本介绍	412
(三) 企业车贷套餐分析	413
(四) 企业营销服务网点	415
(五) 企业竞争优势分析	415
第三节 小额贷款公司	416
一、苏州高新区鑫庄农村小额贷款股份有限公司	416
(一) 企业发展基本情况	416
(二) 企业贷款业务分析	416
(三) 企业经营情况分析	417
(四) 企业竞争优势分析	418
二、济南市高新区东方小额贷款股份有限公司	418
(一) 企业发展基本情况	418
(二) 企业贷款业务分析	419
(三) 企业经营情况分析	420
(四) 企业竞争优势分析	421
三、常州市武进区通利农村小额贷款股份有限公司	422
(一) 企业发展基本情况	422
(二) 企业贷款业务分析	422
(三) 企业经营情况分析	423
(四) 企业竞争优势分析	425
(五) 企业发展战略分析	427
四、诸暨市海博小额贷款股份有限公司	427
(一) 企业发展基本情况	427
(二) 企业贷款业务分析	427
(三) 企业经营情况分析	428
(四) 企业竞争优势分析	429



五、苏州市沧浪区昌信农村小额贷款股份有限公司	430
(一) 企业发展基本情况	430
(二) 企业贷款业务分析	430
(三) 企业经营情况分析	430
(四) 企业竞争优势分析	431
六、镇江市丹徒区文广世民农村小额贷款股份有限公司	432
(一) 企业发展基本情况	432
(二) 企业贷款业务分析	432
(三) 企业经营情况分析	433
(四) 企业竞争优势分析	435
七、聊城市东昌府区天元小额贷款股份有限公司	438
(一) 企业发展基本情况	438
(二) 企业贷款业务分析	439
(三) 企业经营情况分析	440
(四) 企业竞争优势分析	441
第四节 消费金融公司	443
一、北银消费金融公司	443
(一) 企业发展基本介绍	443
(二) 企业业务经营范围	443
(三) 企业竞争优势分析	445
二、中银消费金融公司	445
(一) 企业发展基本介绍	445
(二) 企业业务经营范围	446
(三) 企业竞争优势分析	447
三、四川锦程消费金融公司	447
(一) 企业发展基本介绍	447
(二) 企业业务经营范围	448
(三) 企业竞争优势分析	449
四、捷信消费金融公司	449
(一) 企业发展基本介绍	449
(二) 企业业务经营范围	450
(三) 企业竞争优势分析	450

## 第十四章 2018-2024年中国消费金融行业趋势及前景预测 451

### 第一节 2018-2024年消费金融行业发展态势分析 451

- 一、个人住房贷款仍将占主导地位 451
- 二、信用卡消费信贷将保持强劲增长 451
- 三、汽车消费信贷市场日趋成熟 451
- 四、一般性消费贷款发展潜力巨大 452

### 第二节 2018-2024年消费金融行业发展预测分析 452

- 一、消费金融行业发展趋势分析 452
- 二、消费金融行业发展前景分析 453
- 三、消费金融行业发展规模预测 455
  - (一) 汽车贷款规模预测 455
  - (二) 信用卡贷款规模预测 456
  - (三) 教育贷款规模预测 456
  - (四) 个人耐用品贷款规模预测 458

### 第三节 2018-2024年消费金融行业投资机会分析 459

- 一、金融机构消费信贷投资机会 459
- 二、大消费背景下消费信贷机会 460
- 三、互联网消费金融投资机会 461

### 第四节 2018-2024年消费金融行业投资策略分析 462

## 第十五章 中国消费金融行业风险防范策略分析 465

### 第一节 消费金融行业风险管理建议 465

- 一、消费金融行业市场风险管理 465
- 二、消费金融行业信用风险管理 465
- 三、消费金融行业风险转移与风险分担 466

### 第二节 消费金融行业风险防范及监管 467

- 一、小额贷款信用风险级防范分析 467
  - (一) 小额贷款信用风险分析 467
  - (二) 小额贷款信贷过程的风险 468
  - (三) 小额贷款信用风险的成因 469
  - (四) 小额贷款信用风险的防范 471

二、消费金融企业监管风险分析	473
(一) 消费金融企业外部监管风险	473
(二) 消费金融企业法律风险分析	475
(三) 消费金融管理风险防范措施	475
第三节消费金融行业风险防范对策建议	477
一、完善制度促进消费金融发展	477
二、完善消费金融企业监管机制	477&mdash;&mdash;ZYXM

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/O11651DA6A.html>