

2022-2028年中国消费金融 行业前景展望与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国消费金融行业前景展望与投资战略研究报告》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.cction.com/report/202201/264683.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

传统消费金融是指向各阶层消费者提供消费贷款的现代金融服务方式。无论从金融产品创新还是扩大内需角度看，消费金融试点都具有积极意义。

在我国当前的宏观经济形势下，适时地出台相关管理办法是适应客观经济形势的趋势和需要的。从金融产品创新看，个人信贷业务是传统银行难以全面惠及的领域，建立专业化的个人消费金融系统，能够更好地服务于居民个体。2014-2019上半年全国百家重点大型零售企业零售额的增速最高仅为3.1%，2014、2016年上半年甚至出现了负增长。而2019年上半年网下实体店消费品零售额的同比增长率为5.6%，也小于同期社会商品零售总额和实物商品网上零售额的同比实际增长率。这也反映出线下零售业态在近几年增长的疲软。在这样的大背景下，苏宁、国美等传统线下零售巨头纷纷开始进行新的零售商业模式的探索

。2014H1-2019H1全国百家重点大型零售企业零售额增速

从网络小贷股东的公司类型来看，传统制造&零售企业、综合&垂直电商平台、分期电商和非电商互联网公司都在零售消费金融领域进行了布局，但是互联网企业的比例明显更高，总体占比达到了68.4%；从实缴资本金来看，蚂蚁金服成为旗下互联网小贷公司累计注册资本金最高的公司，总体注册资本金达到了123亿元人民币，百度、京东、苏宁、万达、小米等巨头旗下的网络小贷公司的注册资本金也都超过了10亿元人民币。相比之下，更多公司旗下的网络小贷公司的注册资本金在10亿元以下，金额相对较小。从注册地来看，重庆成为网络小贷公司注册最多的省份，上海、江西、广东也都有较多的公司进行注册

部分网络小贷公司股东类型统计

中企顾问网发布的《2022-2028年中国消费金融行业前景展望与投资战略研究报告》共五章。首先介绍了中国消费金融行业市场发展环境、消费金融整体运行态势等，接着分析了中国消费金融行业市场运行的现状，然后介绍了消费金融市场竞争格局。随后，报告对消费金融做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国消费金融行业发展趋势与投资预测。您若想对消费金融产业有个系统的了解或者想投资中国消费金融行业，本报告是您不可或缺的重要工具。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 消费金融行业运行情况分析1.1 消费金融行业发展现状调研1.1.1 消费金融公司发展概况部分网络小贷公司实缴资本金统计1.1.2 消费金融公司发展规模（1）银行系消费金融公司规模（2）产业系消费金融公司规模（3）电商系消费金融公司规模1.2 消费金融行业经营状况分析1.2.1 消费金融公司资产规模分析1.2.2 消费金融公司贷款余额分析1.2.3 消费金融公司净利润分析1.3 消费金融行业成本收益分析1.3.1 消费金融公

司资金成本分析1.3.2 消费金融公司服务收益分析1.3.3 消费金融公司坏账水平分析1.3.4 消费金融公司盈利能力分析1.4 消费金融公司应用场景分析1.4.1 旅游消费金融场景分析1.4.2 健康消费金融场景分析1.4.3 零售业消费金融分析1.4.4 教育消费金融场景分析1.4.5 农村消费金融场景分析

第二章 消费金融行业市场主体竞争分析2.1 消费金融公司市场竞争主体2.1.1 银行系消费金融公司2.1.2 电商系消费金融公司2.1.3 产业系消费金融公司2.2 消费金融公司市场竞争格局2.2.1 消费金融公司区域竞争格局2.2.2 消费金融公司企业竞争格局2.3 消费金融公司市场竞争趋势预测分析

第三章 银行系消费金融公司运作模式3.1 五大行背景消费金融公司运作模式3.1.1 五大行背景消费金融公司股东实力3.1.2 五大行背景消费金融公司经营状况分析3.1.3 五大行背景消费金融公司业务协同3.1.4 五大行背景消费金融公司业务运作3.1.5 五大行背景消费金融公司风险控制3.1.6 中邮消费金融有限公司运作案例分析（1）中邮消费金融有限公司股东背景（2）中邮消费金融有限公司经营业绩（3）中邮消费金融有限公司业务重点（4）中邮消费金融有限公司与中邮合作模式（5）中邮消费金融有限公司风险控制3.2 股份制商业银行背景消费金融公司运作模式3.2.1 股份制商业银行背景消费金融公司股东实力3.2.2 股份制商业银行背景消费金融公司经营状况分析3.2.3 股份制商业银行背景消费金融公司业务协同3.2.4 股份制商业银行背景消费金融公司业务运作3.2.5 股份制商业银行背景消费金融公司风险控制3.2.6 股份制商业银行背景消费金融公司与银行合作模式分析3.3 城市商业银行背景消费金融公司运作模式3.3.1 城市商业银行背景消费金融公司股东实力3.3.2 城市商业银行背景消费金融公司经营状况分析3.3.3 城市商业银行背景消费金融公司业务协同3.3.4 城市商业银行背景消费金融公司业务运作3.3.5 城市商业银行背景消费金融公司风险控制3.3.6 北银消费金融有限公司运作案例分析（1）北银消费金融有限公司股东背景（2）北银消费金融有限公司经营业绩（3）北银消费金融有限公司业务重点（4）北银消费金融有限公司与母公司合作模式3.3.7 湖北消费金融股份有限公司运作案例分析（1）湖北消费金融股份有限公司股东背景（2）湖北消费金融股份有限公司经营业绩（3）湖北消费金融股份有限公司业务重点（4）湖北消费金融股份有限公司与母公司合作模式（5）湖北消费金融股份有限公司风险控制3.3.8 陕西长银消费金融有限公司运作案例分析（1）陕西长银消费金融有限公司股东背景（2）陕西长银消费金融有限公司经营业绩（3）陕西长银消费金融有限公司业务重点（4）陕西长银消费金融有限公司与母公司合作模式（5）陕西长银消费金融有限公司风险控制3.3.9 杭银消费金融股份有限公司运作案例分析（1）杭银消费金融股份有限公司股东背景（2）杭银消费金融股份有限公司经营业绩（3）杭银消费金融股份有限公司业务重点3.3.10 晋商消费金融股份有限公司运作案例分析（1）晋商消费金融股份有限公司股东背景（2）晋商消费金融股份有限公司经营业绩（3）晋商消费金融股份有限公司业务重点（4）晋商消费金融股份有限公司与母公司合作模式（5）晋商消费金融股份有限公司风险控制3.3.11 盛银消费金融有限公司运作案例分析（1）盛银消费金融

融有限公司股东背景 (2) 盛银消费金融有限公司经营业绩 (3) 盛银消费金融有限公司业务重点 (4) 盛银消费金融有限公司与母公司合作模式 (5) 盛银消费金融有限公司风险控制

第四章 消费金融公司互联网金融业务运作

4.1 消费金融公司互联网金融业务模式分析

4.1.1 消费金融公司互联网金融业务类别

4.1.2 消费金融公司互联网金融业务布局

4.1.3 消费金融公司互联网金融业务模式

4.2 消费金融公司互联网金融业务发展现状调研

4.2.1 银行系消费金融公司互联网金融业务发展现状调研 (1) 银行从事消费金融的模式 (2) 银行的互联网消费金融服务模式 (3) 银行系消费金融公司数量规模

4.2.2 电商系消费金融公司互联网金融业务发展现状调研 (1) 电商的互联网消费金融服务模式 (2) 电商系消费金融公司互联网金融业务优势

4.2.3 产业系消费金融公司互联网金融业务发展现状调研

4.3 消费金融公司互联网金融业务案例分析

4.3.1 中银消费金融有限公司 (1) 中银消费金融有限公司互联网金融业务产品分析 (2) 中银消费金融有限公司互联网金融业务布局分析 (3) 中银消费金融有限公司互联网金融业务运作模式 (4) 中银消费金融有限公司互联网金融业务经营效益

4.3.2 马上消费金融股份有限公司 (1) 马上消费金融股份有限公司互联网金融业务产品分析 (2) 马上消费金融股份有限公司互联网金融业务布局分析 (3) 马上消费金融股份有限公司互联网金融业务运作模式 (4) 马上消费金融股份有限公司互联网金融业务经营效益

4.3.3 苏宁消费金融有限公司 (1) 苏宁消费金融有限公司互联网金融业务产品分析 (2) 苏宁消费金融有限公司互联网金融业务布局分析 (3) 苏宁消费金融有限公司互联网金融业务运作模式 (4) 苏宁消费金融有限公司互联网金融业务经营效益

4.3.4 海尔消费金融有限公司 (1) 海尔消费金融有限公司互联网金融业务产品分析 (2) 海尔消费金融有限公司互联网金融业务布局分析 (3) 海尔消费金融有限公司互联网金融业务运作模式 (4) 海尔消费金融有限公司互联网金融业务经营效益

4.4 消费金融公司互联网金融业务发展潜力

4.4.1 消费金融公司互联网金融业务发展趋势预测分析

4.4.2 消费金融公司各主体互联网金融业务发展潜力 (1) 银行系消费金融公司互联网金融业务发展潜力 (2) 电商系消费金融公司互联网金融业务发展潜力 (3) 产业系消费金融公司互联网金融业务发展潜力

第五章 消费金融公司市场前景预测

5.1 消费金融公司持续发展竞争力分析 ()

5.1.1 消费金融公司资金实力

5.1.2 消费金融公司丰富场景

5.1.3 消费金融公司征信系统

5.1.4 消费金融公司风控系统

5.2 消费金融公司业务发展策略分析

5.2.1 信贷业务发展策略分析 (1) 完善认证机制降低恶意欺诈 (2) 定制策略规则实现精准风控

5.2.2 细分市场发展策略分析 (1) 旅游消费金融成市场新的爆发点 (2) 医疗消费金融会成为医保的一种补充 (3) 教育消费金融正在培训、留学领域兴起 (4) 农村消费金融即将成为下一个风口 (5) 汽车消费金融需要突破4S店这道屏障

5.2.3 业务模式发展策略分析

5.2.4 业务协同发展策略分析

5.2.5 产品创新发展策略分析

5.3 消费金融公司市场发展前景预测

5.3.1 消费金融公司市场发展障碍

5.3.2 消费金融公司市场发展机遇 (1) 国民经济稳健发展 (2) 中国消费金融发展水平较低 (3) 电子商务与互联网发展驱动

(4) 信用体系建设的完善 (5) 国家政策扶持

5.3.3 消费金融公司市场空间测算

(1) 居民消费提升空间 (2) 消费信贷占消费支出比例上升空间 (3) 消费金融未来市场格局 () 图表目录

: 图表 1 : 中国消费金融公司发展历程 图表 2 : 银行系消费金融公司汇总 (单位 : 亿元) 图表 3 : 产业系消费金融公司汇总 (单位 : 亿元) 图表 4 : 2015-2019 年我国消费金融公司资产规模变化趋势图 (单位 : 亿元) 图表 5 : 2015-2019 年我国消费金融公司贷款余额变化趋势图 (单位 : 亿元) 图表 6 : 2015-2019 年我国消费金融公司净利润变化趋势图 (单位 : 亿元) 图表 7 : 2015-2019 年部分消费金融公司净利润变化情况 (单位 : 亿元) 图表 8 : 2015-2019 年中国消费信贷规模走势图 (单位 : 万亿元) 图表 9 : 2015-2019 年我国消费金融公司不良贷款率变化趋势图 (单位 : %) 图表 10 : 2015-2019 年部分消费金融公司总资产收益率变化情况 (单位 : %) 图表 11 : 2015-2019 年部分消费金融公司净资产收益率变化情况 (单位 : %) 图表 12 : 2015-2019 年我国社会消费品零售总额增长情况 (单位 : 万亿元) 图表 13 : 2015-2019 年中国银行系消费金融持牌公司情况 (单位 : 亿元) 更多图表见正文.....

详细请访问 : <http://www.cction.com/report/202201/264683.html>