

2024-2030年中国征信服务 市场深度评估与市场调查预测报告

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

《2024-2030年中国征信服务市场深度评估与市场调查预测报告》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.cction.com/report/202312/430036.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国征信服务市场深度评估与市场调查预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录：第一章 征信服务业研究概述 11 第一节 征信服务定义及特性 11 第二节 征信行业产生和发展的历史背景 11 一、市场经济和信用经济的发展推动了商业领域征信的产生 11 二、金融体制改革催生了金融领域征信的产生 11 三、对外开放促进了中国征信机构的产生和发展 12 四、社会信用体系建设推动了征信业的发展 12 第三节 中国征信业发展历程 12 一、探索阶段 12 二、起步阶段 13 三、发展阶段 13 第四节 征信来源分类 13 一、按业务模式可分为企业征信和个人征信两类 13 二、按服务对象可分为信贷征信、商业征信、雇佣征信以及其他征信 14 三、按征信范围可分为区域征信、国内征信、跨国征信等 14 四、按征信产品与服务的性质可分为公共征信、准公共征信和私营征信 14 第五节 征信的发展意义 15 第二章 征信产业运行态势分析 17 第一节 征信行业运行环境分析 17 一、经济运行基本情况 17 二、经济运行的主要特点 23 三、经济对信用服务机构的影响 25 四、征信行业的政策环境 27 第二节 征信行业产业背景分析 27 一、信用评级行业发展历程分析 27 二、国际信用评级行业存在问题分析 29 三、三大信用评级机构情况分析 32 四、债券发行规模情况分析 34 第三节 信用行业现状综述 35 一、信用制度三种不同模式 35 二、发达国家征信体系模式分析 37 三、主要国家信用模式产生背景 38 四、三种模式法律框架比较 39 五、三种模式信息征集范围 40 六、三种模式信息使用范围 42 七、三种模式监管方式分析 43 八、三种模式体系结构多样化 44 第四节 未来征信业趋势探析及对中国的影响分析 44 一、征信业趋势分析 44 二、征信行业发展对中国的影响分析 45 （一）完善信用评级行业的立法和监管模式 45 （二）完善信用评级行业的准入和退出机制 46 （三）改革收费模式，保持“独立性” 47 （四）建立利益冲突规避机制 47 （五）完善信息披露制度，提高透明度 47 （六）完善信用评级机构的法律责任 48 第三章 部分国家征信业运行透析 49 第一节 美国 49 一、美国征信法律监管体系 49 二、三大信用评级机构迫于压力改革评级体系 49 三、美国消费者征信服务公司的运作模式与特点 50 四、美国征信机构商业模式 58 五、美国征信体系模式 59 六、美国个人征信行业发展 60 （一）美国个人征信发展历程 60 （二）美国个人征信行业发展背景 64 （三）美国个人征信行业法律及监管体系 72 （四）美国个人征信行业运作模式 76 （五）美国个人征信行业领先企业研究 80 七、美国消费者个人信用服务的特点 86 第二节 欧洲国家 89 一、德国 89 （一）德国的征信体系模式 89 （二）德国个人信用体系建设及应用情况 89 二、英国 93 （一）英国征信法律

制度 93 (二) 英国个人信用体系建设及应用情况 93 (三) 英国征信苛刻惩戒严厉 96 三、法国 97 四、意大利 98 第三节 日本 100 一、日本征信法律监管体系 100 二、日本的中小企业融资和信用担保制度 100 三、日本征信系统发展现状 103 (一) 发展历程 103 (二) 市场空间 104 (三) 竞争格局 104 四、日本征信模式 105 五、日本企业征信体系发展的特点 107 六、日本企业征信体系建设 109 七、日本企业征信业已经步入成熟发展的轨道 110 第四节 韩国 110 一、韩国金融体系的改革概况 110 二、韩国征信业的法律环境 116 三、韩国信用担保基金的信用保证业务 118 四、韩国中小企业信用担保体系建设情况 126 五、韩国征信行业的竞争分析 127 第四章 中国征信行业运行环境解析 129 第一节 中国宏观经济环境分析 129 一、中国GDP增长情况分析 129 二、工业经济发展形势分析 130 三、社会固定资产投资分析 131 四、全社会消费品零售总额 132 五、城乡居民收入增长分析 133 六、居民消费价格变化分析 134 七、对外贸易发展形势分析 135 第二节 中国征信行业政策环境分析 136 一、中国涉及征信行业的相关法律法规政策 136 二、信贷和银行债券市场信用评级规范 137 三、《征信业管理条例》实施中存在的问题及建议 137 四、《征信机构管理办法》执行中存在的问题与建议 142 五、各省市的社会信用体系建设规划 145 第三节 中国征信行业社会环境分析 146 一、诚信已成为制约经济发展的毒瘤 146 二、信用缺失导致中国经济受到巨大损失 147 三、政府在企业征信行业发展过程中应当发挥重要作用 148 四、征信行业为社会诚信环境建设起到重要作用 149 第四节 中国征信行业的技术环境 149 一、信用数据库的建立与完善是企业征信行业发展的关键 149 二、人行相继建立了全国统一的企业和个人信用信息基础数据库 151 三、征信行业标准建设 153 四、征信行业标准化体系 154 第五章 中国征信行业运行新格局透析 158 第一节 中国征信业现状综述 158 一、征信业管理的法律框架初步建立 158 二、金融信用信息基础数据库建成并日趋完善 158 三、征信机构和行业发展初具规模 164 四、市场化运作模式已经基本形成 165 五、征信市场开放度比较高 165 六、征信管理逐步规范 165 七、国内征信行业发展情况 167 第二节 中国征信行业发展特点 168 一、行业小 168 二、影响大 168 三、前景好 169 第三节 中国现有征信机构布局分析 169 一、政府背景的信用信息服务机构 169 二、社会征信机构 169 三、信用评级机构 169 第四节 中国征信市场透析 170 一、征信产品需求分析 170 二、征信产品供给分析 171 三、征信产品定价原则 172 四、完善征信市场应处理好的几个重要关系 173 五、国外征信市场的发展经验及对中国的启示 175 第五节 互联网金融背景下中国征信业发展现状 178 一、中国互联网金融领域的征信服务情况 178 二、互联网金融背景下征信业发展的新机遇 178 三、互联网金融背景下征信业发展的制约因素 179 四、促进中国征信业发展的建议 180 第六节 大数据时代征信业发展面临的挑战及发展对策 182 一、大数据时代征信业发展面临的挑战 182 二、大数据时代征信业发展对策与建议 183 第六章 中国征信产业价值及核心环节分析 185 第一节 征信行业产业链分析 185 第二节 征信行业产业价值

分析 186 一、精确界定授信方可以接受的风险程度 186 二、加速授信过程 186 三、国家信用体系的基石 187 第三节 征信产业核心环节 187 一、数据来源 187 二、征信执业牌照 189 三、评分模型 192 第七章 中国征信业重点支撑行业探析 195 第一节 个人银行业务 195 一、国内外个人银行业务发展的比较与差距 195 二、目前中国个人银行业务发展的瓶颈制约 196 三、个人征信服务对个人银行业的重要作用 197 四、目前中国个人征信业发展的主要障碍 198 五、研究成果及战略建议 199 第二节 个人消费信贷 202 一、个人消费信贷发展概况 202 二、个人消费信贷产品结构 203 三、个人消费信贷存在的风险现状 203 四、个人消费信贷风险防范措施 205 五、个人征信业对个人消费信贷的重要作用 207 六、个人消费信贷业务存在的问题 208 七、研究成果及战略建议 209 第三节 中小企业信贷市场 211 一、中国中小企业数量 211 二、中小企业的融资渠道现状 212 三、中小企业融资存在的问题 214 四、征信视角下中小企业融资的SWOT分析 215 五、中小企业融资的发展趋势 218 六、企业征信对中小企业发展的作用 219 七、研究成果及战略建议 219 第四节 信用卡市场 224 一、中国信用卡数量及渗透率 224 二、中国信用卡的不良率分析 224 三、信用卡市场发展现状 225 四、主要银行信用卡发行量和收入 226 五、个人征信对信用卡市场的促进作用 229 六、中国信用卡消费信贷发展空间广阔 229 七、研究成果及战略建议 232 第八章 中国征信行业细分市场运作深度剖析 234 第一节 房屋信贷消费市场 234 一、房屋信贷消费市场规模 234 (一) 房地产开发规模 234 (二) 个人住房规模 234 二、房贷松绑将加剧实体企业经营困难 235 三、个人住房业务 236 四、中国商业银行个人住房的风险及防范 237 五、个人信用信息数据库运行过程中的问题 243 六、房地产信贷政策走势分析 245 第二节 汽车信贷消费市场 246 一、汽车总体销售情况分析 246 (一) 汽车销售情况分析 246 (二) 乘用车市场销售情况 246 (三) 商用车市场销售情况 247 二、乘用车细分车型销售情况 248 (一) 轿车市场销售情况 248 (二) SUV市场销售情况 248 (三) MPV市场销售情况 249 三、汽车保有量 249 (一) 民用汽车保有量情况 249 (二) 私人汽车保有量情况 250 (三) 公路营运汽车拥有量 251 四、中国汽车信贷消费市场现状 252 五、中国汽车信贷消费市场发展前景 253 第三节 信用卡征信服务市场 254 一、余额 254 二、消费额 255 三、消费行为 256 四、服务情况 257 第四节 中小企业征信市场 257 一、中小企业的征信发展现状 257 二、中国中小企业征信发展的瓶颈 258 三、解决瓶颈问题的思考 260 四、中小企业征信体系建设的制约因素及对策 261 第五节 小微企业征信市场 265 一、中国小微企业征信体系发展现状 265 二、小微企业征信体系建设面临的困境 266 三、加快中国小微企业征信体系建设的对策 270 第九章 中国征信业竞争态势分析 273 第一节 中国征信业竞争总况 273 一、中国现阶段多层次征信体系的竞争与协作机制研究 273 二、中国征信业竞争现状 277 第二节 中国征信行业竞争剖析 277 一、征信行业的垄断与竞争 277 二、征信行业的机构数量 277 三、征信行业的机构类型 277 四、征信行业企业发展模式 278 第三节 中国

征信业竞争格局探析 282 第十章 中国征信行业国际主体企业竞争力分析 284 第一节 邓白氏 (D&B) 284 一、企业发展概况 284 二、企业经营状况分析 284 三、企业竞争优势分析 286 第二节 益百利 (Experian) 288 一、企业发展概况 288 二、企业经营状况分析 288 三、企业竞争优势分析 291 第三节 全联 (Trans Union) 293 一、企业发展概况 293 二、企业经营状况分析 293 三、企业竞争优势分析 295 第四节 艾可菲 (Equifax) 296 一、企业发展概况 296 二、企业经营状况分析 296 三、企业竞争优势分析 298 第十一章 中国征信行业市场主体竞争力分析 299 第一节 新华信国际信息咨询 (北京) 有限公司 299 一、企业概述 299 二、企业经营状况分析 299 三、企业竞争优势分析 300 第二节 华夏国际信用咨询有限公司 301 一、企业概述 301 二、企业经营状况分析 302 三、企业竞争优势分析 302 第三节 上海中商 306 第四节 鹏元征信有限公司 310 第五节 北京北达国民征信公司 313 第六节 北京中诚信征信有限公司 316 第十二章 中国征信行业市场前景预测 320 第一节 中国征信业的发展趋势分析 322 一、企业征信市场发展趋势 322 二、企业征信机构发展趋势 323 三、现代信息技术将被广泛应用 323 第二节 中国征信业面临投资商机 323 第三节 中国征信业存在及潜在的风险 323 第四节 观点 325 略••••;完整报告请咨询客服

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202312/430036.html>