

# 2019-2025年中国银行助贷 业务产业深度调研与发展趋势研究报告

## 报告目录及图表目录

## 一、报告报价

《2019-2025年中国银行助贷业务产业深度调研与发展趋势研究报告》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.chinairr.org/report/R13/R1301/201904/11-292236.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

目前，银行的互联网业务主要有两种，一种是直销银行模式，另一种是传统的银行零售业务线上化。这两种模式都在很大程度上借助与助贷机构进行合作，谋求快速发展。不少银行一边自己做直销银行，一边与助贷机构合作做传统零售贷款。直销银行的具体业务主要表现为代理理财，但以上海银行为例，其将旗下的直销银行定位为获客入口：上海银行同京东白条的合作使白条的应用领域从商城扩大到所有移动网点和POS机上的同时，将银行的贷款和支付能力植入平台并展开获客。直销银行业务目前体量尚小，但发展如火如荼。银行零售业务线上化的主线条则是与机构合作放款，属于银行零售业务条线，业务规模一般高于直销银行。考虑到银行零售转型发展态势迅猛，助贷在其中的贡献不可忽视。

助贷从资金来源角度上看，包括银行、保险、信托、资管、大集团自有资金、财务公司、网贷、小贷、消费金融公司和自然人都可以作为助贷的资金提供方。其中，银行/信托助贷合计占资金来源的80%以上，又信托背后的资金来源同样以银行为主，可见银行是真正的放贷主体。由于缺乏具体的数据，我们可以根据全国消费金融市场的规模做一个替代性的近似。截至2018年底，全国消费金融市场规模(不含房贷)约为8万亿元左右。其中存款性机构短期消费贷款余额达到6.7万亿元，占总规模80%以上，发展速度在35%左右。互联网个贷机构参与方分类表

有贷款资质（持牌）

无贷款资质（无牌）

互联网小贷

P2P平台

小贷公司

数据技术公司

银行

现金贷平台

消费金融公司

信用卡代偿公司

数据来源：公开资料整理

中国产业研究报告网发布的《2019-2025年中国银行助贷业务产业深度调研与发展趋势研究报告》共十四章。首先介绍了银行助贷业务相关概念及发展环境，接着分析了中国银行助贷业务规模及消费需求，然后对中国银行助贷业务市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国银行助贷业务面临的机遇及发展前景。您若想对中国银行助贷业务有个系统的了解或者

想投资该行业，本报告将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1章 中国银行助贷业务发展背景与机遇24

### 1.1 银行助贷业务发展背景分析24

#### 1.1.1 银行助贷业务相关定义解析24

#### 1.1.2 银行助贷业务产生背景分析27

##### （1）银行网点标准化转型27

##### （2）银行网点系统化转型27

##### （3）银行网点智能化转型27

#### 1.1.3 银行助贷业务发展有利因素28

##### （1）国家智慧城市发展战略28

##### （2）移动互联网技术加快发展31

### 1.2 中国银行业发展阶段分析32

#### 1.2.1 传统银行发展阶段分析32

##### （1）传统银行主要业务模式分析32

##### （2）传统银行面临的转型与挑战33

#### 1.2.2 网络银行发展阶段分析35

##### （1）网络银行主要业务模式分析35

##### （2）网络银行面临的转型与挑战36

### 1.3 银行助贷业务典型特征分析38

#### 1.3.1 银行助贷业务多功能特征38

#### 1.3.2 银行助贷业务大数据特征38

#### 1.3.3 银行助贷业务O2O特征38

### 1.4 银行助贷业务变革方向分析39

#### 1.4.1 银行助贷业务转型方向39

##### （1）银行服务提升方向39

##### （2）工作效率提升方向39

- (3) 管理能力提升方向40
- 1.4.2 银行助贷业务创新方向40
  - (1) 更透彻的感应度量40
  - (2) 更全面的互联互通41
  - (3) 更深入的智能洞察42

## 第2章 中国银行助贷业务发展环境分析43

- 2.1 银行助贷业务监管要求分析43
  - 2.1.1 《网上银行系统信息安全通用规范》 43
  - 2.1.2 新巴塞尔协议下的资本监管要求71
  - 2.1.3 银行混业经营监管趋势分析75
  - 2.1.4 银行风险及合规管理的监管84
  - 2.1.5 其他相关法律法规分析86
- 2.2 银行助贷业务经济环境分析88
  - 2.2.1 全球经济发展前景分析88
  - 2.2.2 国内经济发展前景分析93
  - 2.2.3 国内金融政策调整分析94
  - 2.2.4 国内相关指标运行分析98
    - (1) 固定资产投资增速预期98
    - (2) 工业经济增长前景预测100
    - (3) 服务行业发展趋势分析109
- 2.3 银行助贷业务竞争环境分析111
  - 2.3.1 金融脱媒化趋势分析111
  - 2.3.2 外资银行竞争威胁分析115
  - 2.3.3 非金融机构进入威胁分析120
- 2.4 银行助贷业务客户需求环境121

近年来，随着我国居民消费提升，在技术进步的引领下，银行零售迎来了前所未有的大发展。2018年，金融监管大幅度提升，进一步激发和加速了银行零售转型的需求。在这样的大背景下，银行和助贷机构的合作日益紧密。一种新型的、助贷零售业务快速发展。据统计，截至2018年年底，除房贷外的消费信贷市场规模达9.8万亿；除个人购房贷款、汽车贷款、信用卡贷款以外的其他消费信贷规模约达5.2万亿，占到前者的五成左右，五年年复合增速（CAGR）在45%左右。同时数据显示，互联网消费信贷发展更为迅猛，截至2018年年末，预

计达到4.38万亿的规模，五年CAGR在350%以上。互金消费金融交易规模指数级增长（亿）

数据来源：公开资料整理

2.4.1 银行客户需求结构分析121

2.4.2 银行客户需求趋势分析122

2.4.3 银行客户细分趋势分析124

2.4.4 银行服务水平不足分析125

### 第3章 银行智慧网点构建与发展思路131

3.1 银行助贷业务核心能力分析131

3.1.1 智能分析客户需求能力131

3.1.2 整合多种服务渠道能力131

3.1.3 银行前台业务开拓能力131

3.1.4 中后台整合和优化能力132

3.1.5 大数据的分析处理能力132

3.1.6 集成风险管理体系能力132

3.2 银行助贷业务构建路线解析133

3.2.1 新锐洞察能力建设路径133

（1）打造新锐洞察关键133

（2）新锐洞察能力建设133

（3）银行助贷业务案例分析134

3.2.2 整合、优化与创新路径135

（1）整合优化与创新概述135

（2）核心系统革新与转型135

（3）多种服务渠道整合136

（4）网点规划与转型136

（5）私人银行/财富管理137

（6）银行助贷业务案例分析138

3.2.3 集成式风险管理138

（1）集成式风险管理概述138

（2）集成式风险管理建设139

（3）银行助贷业务案例分析139

3.2.4 动态的业务支持基础设施139

- (1) 动态的业务支持基础设施概述139
- (2) 动态的业务支持基础设施建设140
- 3.3 社区化银行助贷业务建设案例分析141
- 3.3.1 社区化银行助贷业务建设背景141
  - (1) 社区银行建设目标141
  - (2) 社区银行建设原则142
  - (3) 社区银行差异化定位142
- 3.3.2 社区银行功能分区143
  - (1) 传统银行网点功能分区143
  - (2) 社区银行网点功能分区模式143
  - (3) 银行社区银行助贷业务设备布局分区模式144
- 3.3.3 社区化银行助贷业务功能与流程145
  - (1) 自助服务区建设145
  - (2) 客户体验区建设147
  - (3) 便民服务区建设150
  - (4) 休闲娱乐区建设153
- 3.3.4 社区化银行助贷业务运营服务外包153
  - (1) 大堂外包工作人员职责153
  - (2) 运营服务外包服务介绍154
  - (3) 运营服务外包客户价值154
  - (4) 运营服务外包的管理155
- 3.3.5 社区化银行助贷业务设备规划与投入156

## 第4章 银行助贷业务终端设备投放状况分析159

- 4.1 传统银行运行效益分析159
  - 4.1.1 传统银行业务效率分析159
  - 4.1.2 传统银行服务水平分析159
  - 4.1.3 传统银行成本费用分析161
  - 4.1.4 传统银行客户管理分析163
- 4.2 网络银行运行状况分析165
  - 4.2.1 网上银行运行状况分析165
    - (1) 网上银行发展规模分析165

(2) 网上银行业务架构分析	165
(3) 网上银行服务状况分析	166
(4) 网上银行创新功能分析	166
(5) 网上银行使用频率分析	167
4.2.2 移动银行运行状况分析	167
(1) 移动银行发展规模分析	167
(2) 移动银行业务架构分析	168
(3) 移动银行服务状况分析	168
(4) 移动银行创新功能分析	169
(5) 移动银行使用频率分析	169
4.3 银行助贷业务终端发展分析	170
4.3.1 银行自助服务终端发展分析	170
(1) 自助服务终端概述	170
(2) POS机规模分析	170
(3) ATM机规模分析	173
4.3.2 银行业自助服务终端发展分析	174
(1) 各银行自助服务终端投放规模	174
(2) 银行业自助服务终端交易规模	174
(3) 银行业自助服务终端营运能力	175
(4) 银行业金融机构离柜交易情况	175
4.3.3 智能银行机(VTM)发展分析	176
(1) VTM布放情况	176
(2) VTM优势分析	176
(3) VTM价值分析	177
(4) VTM市场规模	178
4.4 金融行业大数据应用分析	179
4.4.1 行业的发展现状分析	179
4.4.2 行业大数据应用情况	180
(1) 大数据应用价值分析	180
(2) 大数据应用现状分析	182
(3) 大数据应用前景分析	185



## 第5章 国外标杆银行智慧化建设经验187

### 5.1 汇丰银行智慧化建设经验187

#### 5.1.1 汇丰银行总体情况分析187

#### 5.1.2 汇丰银行助贷业务运作模式187

#### 5.1.3 汇丰银行助贷业务建设经验188

### 5.2 花旗银行智慧化建设经验189

#### 5.2.1 花旗银行总体情况分析189

#### 5.2.2 花旗银行助贷业务运作模式189

#### 5.2.3 花旗银行助贷业务建设经验190

### 5.3 渣打银行智慧化建设经验191

#### 5.3.1 渣打银行总体情况分析191

#### 5.3.2 渣打银行助贷业务运作模式192

#### 5.3.3 渣打银行助贷业务建设经验192

### 5.4 富国银行智慧化建设经验193

#### 5.4.1 富国银行总体情况分析193

#### 5.4.2 富国银行助贷业务运作模式194

#### 5.4.3 富国银行助贷业务建设经验195

## 第6章 国内银行助贷业务实践状况分析198

### 6.1 工商银行银行助贷业务分析198

#### 6.1.1 工商银行主打概念分析198

#### 6.1.2 工商银行网络银行发展分析198

#### 6.1.3 工商银行VTM投放情况200

#### 6.1.4 工商银行大数据项目建设分析200

#### 6.1.5 工商银行智慧网点优劣势分析201

### 6.2 农业银行银行助贷业务分析201

#### 6.2.1 农业银行主打概念分析201

#### 6.2.2 农业银行网络银行发展分析203

#### 6.2.3 农业银行VTM投放情况206

#### 6.2.4 农业银行大数据项目建设分析206

#### 6.2.5 农业银行智慧网点优劣势分析206

### 6.3 中国银行银行助贷业务分析208

6.3.1 中国银行主打概念分析	208
6.3.2 中国银行网络银行发展分析	209
6.3.3 中国银行VTM投放情况	211
6.3.4 中国银行大数据项目建设分析	211
6.3.5 中国银行智慧网点优劣势分析	211
6.4 建设银行银行助贷业务分析	212
6.4.1 建设银行主打概念分析	212
6.4.2 建设银行网络银行发展分析	213
6.4.3 建设银行VTM投放情况	219
6.4.4 建设银行大数据项目建设分析	219
6.4.5 建设银行智慧网点优劣势分析	220
6.5 广发银行银行助贷业务分析	220
6.5.1 广发银行主打概念分析	220
6.5.2 广发银行网络银行发展分析	222
6.5.3 广发银行VTM投放情况	223
6.5.4 广发银行大数据项目建设分析	223
6.5.5 广发银行智慧网点优劣势分析	223
6.6 光大银行银行助贷业务分析	224
6.6.1 光大银行主打概念分析	224
6.6.2 光大银行网络银行发展分析	226
6.6.3 光大银行VTM投放情况	231
6.6.4 光大银行大数据项目建设分析	231
6.6.5 光大银行智慧网点优劣势分析	231
6.7 民生银行银行助贷业务分析	232
6.7.1 民生银行主打概念分析	232
6.7.2 民生银行网络银行发展分析	233
6.7.3 民生银行VTM投放情况	233
6.7.4 民生银行大数据项目建设分析	233
6.7.5 民生银行智慧网点优劣势分析	234
6.8 招商银行银行助贷业务分析	234
6.8.1 招商银行主打概念分析	234
6.8.2 招商银行网络银行发展分析	235

6.8.3 招商银行VTM投放情况	236
6.8.4 招商银行大数据项目建设分析	237
6.8.5 招商银行智慧网点优劣势分析	237
6.9 汉口银行银行助贷业务分析	238
6.9.1 汉口银行主打概念分析	238
6.9.2 汉口银行网络银行发展分析	243
6.9.3 汉口银行VTM投放情况	244
6.9.4 汉口银行大数据项目建设分析	244
6.9.5 汉口银行智慧网点优劣势分析	244
6.10 银行助贷业务解决方案与第三方分析	245
6.10 阿里	
6.10.1 企业基本情况介绍	245
6.10.2 企业主要经营指标分析	245
6.10.3 企业银行助贷业务业务分析	251
6.10.4 企业核心竞争能力分析	252
6.11 京东	
6.11.1 企业基本情况介绍	254
6.11.2 企业主要经营指标分析	255
6.11.3 企业银行助贷业务业务分析	261
6.11.4 企业核心竞争能力分析	261
6.12 小米	
6.12.1 企业基本情况介绍	263
6.12.2 企业主要经营指标分析	264
6.12.3 企业银行助贷业务业务分析	269
6.12.4 企业核心竞争能力分析	270
6.13 携程	
6.13.1 企业基本情况介绍	271
6.13.2 企业主要经营指标分析	272
6.13.3 企业银行助贷业务业务分析	277
6.13.4 企业核心竞争能力分析	278
6.14 链家	
6.14.1 企业基本情况介绍	279

- 6.14.2 企业主要经营指标分析280
- 6.14.3 企业银行助贷业务业务分析285
- 6.14.4 企业核心竞争能力分析286
- 6.15 腾讯
  - 6.15.1 企业基本情况介绍288
  - 6.15.2 企业主要经营指标分析289
  - 6.15.3 企业银行助贷业务业务分析294
  - 6.15.4 企业核心竞争能力分析295
- 6.16 萨摩耶
  - 6.16.1 企业基本情况介绍296
  - 6.16.2 企业主要经营指标分析296
  - 6.16.3 企业银行助贷业务业务分析302
  - 6.16.4 企业核心竞争能力分析302
- 6.17 神州信息
  - 6.17.1 企业基本情况介绍303
  - 6.17.2 企业主要经营指标分析303
  - 6.17.3 企业银行助贷业务业务分析309
  - 6.17.4 企业核心竞争能力分析310

## 第7章 银行助贷业务发展前景与投资建议328

- 7.1 银行助贷业务发展规划与战略实施328
  - 7.1.1 全渠道整合规划328
  - 7.1.2 客户关怀与智能洞察328
  - 7.1.3 大数据发展规划与实施战略329
  - 7.1.4 社区化发展规划与实施战略330
  - 7.1.5 商业银行银行助贷业务投资建议331
- 7.2 银行助贷业务模拟场景分析332
  - 7.2.1 银行助贷业务业务流程模拟332
  - 7.2.2 智能银行功能分区与渠道分流333
  - 7.2.3 科技与银行产品结合场景333
- 7.3 银行助贷业务终端设备需求预测334
  - 7.3.1 银行助贷业务终端设备竞争趋势334

### 7.3.2 银行助贷业务终端设备规模预测334

(1) 离行式ATM市场规模预测334

(2) 自助银行网点发展规模预测335

(3) VTM市场容量测算335

### 7.3.3 银行助贷业务终端设备投资建议336

1、技术应用注意事项336

2、项目投资注意事项337

3、生产开发注意事项339

4、销售注意事项340

图表目录：

图表 1 网上银行系统子安全域划分示例图48

图表 2 2011年&mdash;2018年固定资产投资完成额月度累计同比增长率(%) 98

图表 3 整合业务渠道为客户提供合用的银行服务和金融产品131

图表 4 智慧的银行需要引入新型的商业智能体系以应对数据挑战133

图表 5 多渠道整合平台136

图表 6 动态的基础架构不仅需要关注目前的挑战，而且要关注未来的机会140

图表 7 2018-2024年我国银行业行业销售利润率及增长情况175

图表 8 VTM相对其他服务渠道具备多项优势177

图表 9 与网点比较，VTM为银行减少30%成本(单位：千元)178

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1301/201904/11-292236.html>