

2021-2027年中国消费金融 行业研究与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2021-2027年中国消费金融行业研究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.chinairr.org/report/R13/R1301/202105/07-404491.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

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

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。从目前非银行零售消费金融提供方主要的成本构成来看，获客成本仍然为目前占比最高的成本之一。随着线上线下流量获取成本的逐渐升高，越来越多的公司在继续获取新流量的同时开始将更多的精力放在老用户的精细化运营上面，很多互金公司的复借率相较之前都有了不同程度的提升。持牌消费金融公司&网络小贷公司主要成本构成情况

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国消费金融行业研究与投资战略研究报告》共十一章。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 消费金融的相关概述第一节 消费信贷的理论基础一、国外理论综述二、国内理论综述第二节 消费金融的基本概述一、消费金融的界定二、消费金融与消费的关系三、消费金融体系及其主要内容第三节 消费金融公司的相关介绍一、消费金融公司的概念二、消费金融公司的定位三、消费金融公司的积极意义第二章 2015-2019年全球消费金融的发展状况及经验借鉴第一节 全球综述一、国际消费金融的产生和发展二、国际消费金融公司的发展特点三、国际消费金融公司的发展经验第二节 美国一、美国消费金融机构的主要类型二、美国消费金融公司的发展环境三、美国消费金融公司的运营特点四、美国消费金融相关法律解析五、美国消费金融发展对中国的启示第三节 欧盟一、欧盟消费金融公司发展简况二、欧盟消费金融的客户及产品定位三、欧盟消费金融公司的营销模式四、欧盟消费金融公司的信贷模式五、欧盟消费金融公司的风险管理模式六、欧盟主要国家的消费金融公司发展模式第四节 日本一、日本消费金融机构的发展状况二、日本主要消费金融公司的经营特点三、日本消费金融公司运营模式及启示第五节 其他国家或地区一、新兴市场消费金融的发展状况二、东欧消费金融迅速发展的经验三、印度消费金融快速发展的原因四、韩国消费金融的发展路径探析第三章 2015-2019年中国消费金融行业发展环境分析第一节 宏观经济环境一、全球经济金融环境简况二、全球经济运行趋势预测三、中

国宏观经济环境分析四、中国宏观经济发展趋势五、中国各行业产能过剩严重六、中国宏观经济发展预期良好

第二节 政策环境一、国内消费金融发展已具备相应条件二、政策利好消费金融公司试点发展三、消费金融公司试点管理办法修订版的影响四、现有的消费金融政策尚未形成体系

第三节 金融行业环境一、中国金融业发展改革历程回顾二、中国金融业发展改革现状分析三、中国农村金融业发展状况分析四、中国金融业运行数据统计分析五、中国信用卡行业的发展状况

第四节 消费市场环境一、我国消费信贷的发展特征二、中国经济内生消费拉动不足三、消费肩负中国经济增长的重任四、信息消费成为新的消费增长点五、中国消费市场的发展趋势分析

第五节 社会和技术环境一、人口增长及结构变化二、社会保障制度日趋完善三、人们消费观念逐步转变五、人们的投资意识增强

第四章 2015-2019年中国消费金融所属行业发展分析

第一节 中国消费金融行业发展综述一、当代经济环境下消费金融新特点二、我国消费金融仍处于初级阶段三、消费金融在中国的发展模式四、消费金融将成经济转型助推器五、消费金融行业推进普惠金融覆盖

第二节 2015-2019年中国消费金融所属行业发展状况一、我国消费金融发展现状分析部分网络小贷公司注册地统计二、我国消费金融取得显著成绩三、中国消费金融供需状况分析四、我国消费金融公司试点运行状况五、网络交易为消费金融带来发展机会

第三节 2015-2019年中国消费金融所属行业竞争状况一、消费金融公司与商业银行的竞争关系二、外资小贷公司抢滩消费市场三、消费金融公司与社区金融机构的竞争四、互联网金融与银行在消费金融领域的竞争

第四节 我国消费金融行业发展存在的问题一、消费观念的制约二、产品趋同的制约三、审批繁琐的制约四、信用制度的制约

第五节 我国消费金融行业发展的策略选择一、大力推动消费金融的发展二、建立准确的市场定位三、加快建设信用法规制度体系四、增加网点布局五、拓宽消费金融的资金来源六、建立宽领域消费金融信息平台

第五章 2015-2019年中国住房消费金融所属行业市场发展分析

第一节 国外主要住房消费金融模式比较分析一、互助合同型住房消费金融模式二、强制储蓄型住房消费金融模式三、资本市场型住房消费模式四、住房消费金融模式特点比较

第二节 2015-2019年中国住房消费金融所属行业市场发展状况一、住房消费金融与经济理论发展的理论基础二、我国住房消费金融模式的发展分析三、我国住房消费金融市场需求状况四、政策性住房消费金融服务发展分析

第三节 住房消费金融产品的种类及风险分析一、住房消费金融产品的分类二、固定利率抵押贷款的种类及风险三、可调利率抵押贷款的种类及风险

第四节 我国住房消费金融面临的问题分析一、支付能力与住房价格的矛盾二、传统消费观念的制约三、消费信用制度不完善四、住房消费信贷的风险

第五节 我国住房消费金融市场的发展策略一、完善我国社会保障制度二、增加住房消费金融需求三、开发创新型金融产品四、建立良好住房信贷制度五、加强金融风险监管

第六章 2015-2019年中国汽车消费金融所属行业市场发展分析

第一节 2015-2019年中国汽车消费金融所属行业市场发展状况一、消费金融成为汽车业增长新动力二

、我国汽车消费金融市场发展迅速三、我国汽车消费金融市场格局四、我国汽车消费金融业务发展模式五、我国主流汽车消费金融产品介绍第二节 2015-2019年中国汽车消费金融消费者行为研究一、贷款购车消费者占比二、贷款购车消费者年龄分布三、各区域贷款购车比例四、主流国别乘用车贷款购车占比五、消费者贷款购车原因及障碍六、消费者对贷款提供方选择意愿七、未来消费者购车贷款意愿八、汽车贷款促销方式的吸引力第三节 汽车金融公司提供汽车消费金融服务的优势一、汽车金融公司和母公司利益紧密相关二、汽车金融公司贷款手续快速便捷三、汽车金融公司专业化经营程度高四、汽车金融公司提供全方位综合服务第四节 我国汽车消费金融发展中存在的问题一、业务渠道较难建立二、业务申请手续繁琐三、产品创新能力不足四、人员专业素质待提高第五节 促进我国汽车消费金融发展的若干建议一、推动我国汽车消费金融市场发展的对策二、商业银行改善汽车消费金融业务的策略三、汽车金融公司业务发展运营方案 第七章 2015-2019年中国消费金融公司发展分析第一节 消费金融公司在中国的兴起与发展一、我国消费金融公司的设立初衷二、国内消费金融公司的发展历程三、我国消费金融公司的成长悖论四、我国消费金融公司面临发展契机第二节 中国消费金融公司的特点一、设立门槛二、资金来源三、贷款门槛四、贷款额度五、业务范围六、利率设定第三节 中国消费金融公司的成立条件及主要业务分析一、中国消费金融公司的主要设立条件二、中国消费金融公司的业务范围三、中国消费金融公司的业务特点四、中国消费金融公司业务存在的问题第四节 消费金融公司信贷与其它同级信贷的比较分析一、与信用卡的比较二、与银行无担保产品比较三、与典当行小额贷款比较四、与小额贷款公司比较第五节 中国消费金融公司SWOT分析一、内部优势二、内部劣势三、外部优势四、外部威胁第六节 中国消费金融公司发展存在的问题一、现阶段我国消费金融公司发展的障碍二、消费金融公司业务发展的限制因素三、在中国成立消费金融公司存在的问题四、我国与国际消费金融公司发展的差距第七节 中国消费金融公司的经营管理策略一、市场定位二、目标客户三、营销模式四、人才培养五、产品和服务六、加强风险管理 第八章 2015-2019年中国商业银行消费金融服务发展分析第一节 2015-2019年中国商业银行消费金融服务发展状况一、商业银行是消费金融发展主要力量二、商业银行个人消费金融的发展状况三、消费金融公司对商业银行业务的冲击四、商业银行将加快汽车消费金融发展第二节 商业银行与消费金融公司业务比较分析一、业务范围比较分析二、吸引资金容易度比较分析三、目标客户比较分析四、经营渠道比较分析五、信贷利率与信贷额度比较分析六、业务操作比较分析第三节 中国商业银行消费金融服务存在的问题一、供给主体为国有商业银行二、业务发展定位的制约三、产品品种十分有限四、城乡发展不平衡第四节 中国商业银行消费金融服务的发展对策一、加强消费信贷服务力度二、加强产品创新三、信息化建设四、规范个人信用体系五、把握利率市场化的机遇 第九章 2015-2019年中国的金融消费者分析第一节 金融消费者概念和权利一、金融消费

者法律概念界定二、金融消费者的权利三、金融消费者保护立法的现实意义

第二节 我国城镇家庭消费金融意识与行为调查

一、调查背景二、家庭经济情况三、家庭投资行为四、家庭借贷行为五、家庭理财其他方面

第三节 我国消费者对消费金融的认知调查

一、使用比例及了解程度二、消费者消费意愿调查三、消费金融了解意愿四、信用卡的接受程度

第四节 金融消费者权益保护的现状及缺陷

一、我国现有的金融消费者保护的现状二、金融消费者权益维护的现实缺陷三、金融消费者权益被侵害的主要形式四、金融消费者权益被侵害的主要原因五、消费类金融纠纷的特点及问题

第五节 我国金融消费者权益保护的发展建议

一、各国金融消费者保护的借鉴二、加强金融消费者权益保护的三、维护金融消费者权益的现实思考四、完善消费类金融纠纷解决机制的建议

第十章 国内外消费金融重点企业的经营分析

第一节 主要国际消费金融公司经营模式和特点

一、Sears百货公司消费金融模式二、戴尔和苹果电脑消费金融模式三、通用电气金融服务公司模式

第二节 北银消费金融公司

一、企业简介二、主要产品三、经营状况四、发展策略

第三节 锦程消费金融有限公司

一、企业简介二、主要产品三、经营状况四、发展策略

第四节 中银消费金融公司

一、企业简介二、主要产品三、经营状况四、发展策略

第五节 捷信消费金融公司

一、企业简介二、主要产品三、经营状况四、发展策略

第六节 中国工商银行

一、企业简介二、经营状况三、发展策略四、信用卡数量

第七节 中国建设银行

一、企业简介二、经营状况三、发展策略四、信用卡数量

第八节 中国银行

一、企业简介二、经营状况三、发展策略四、信用卡数量

第九节 中国农业银行

一、企业简介二、经营状况三、发展策略四、信用卡数量

第十节 交通银行

一、企业简介二、经营状况三、发展策略四、信用卡数量

第十一章 2021-2027年中国消费金融发展前景及趋势预测 ()

第一节 中国消费金融市场的发展前景

一、中国消费信贷市场增长预测二、消费金融在我国的发展机遇三、城镇化成为消费金融成长动力四、汽车消费金融发展前景展望五、2021-2027年中国金融业发展预测

第二节 中国消费金融公司的发展前景

一、消费金融公司发展前景广阔二、消费金融公司将成为金融新“蓝海”三、新政为消费金融公司带来重大利好四、民资将促消费金融公司进一步发展 ()

图表目录：图表 各国际组织近期下调世界及主要经济体经济增长率预测值 (%) 图表 世界工业生产同比增长率 (%) 图表 三大经济体GDP环比增长率 (%) 图表 世界及主要经济体GDP同比增长率 (%) 图表 三大经济体零售额同比增长率 (%) 图表 世界贸易量同比增长率 (%) 图表 波罗的海干散货运指数 (%) 图表 世界、发达国家和发展中国家消费价格同比上涨率 (%) 图表 美国、日本和欧元区失业率 (%) 图表 全球贸易量实际值和长期趋势图 图表 2019年全球需求仍处于较低水平图 图表 2019年降息经济体图 图表 国际市场初级产品价格名义指数走势图 图表 2015-2019年我国国民经济GDP运行情况图 图表 2015-2019年我国居民消费价格 (CPI) 涨跌幅图 图表 2015-2019年我国猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况图 图表 2015-2019年我国鲜菜、鲜果价格变动情况图 图表 2019年我国居民消费价格分类别同比涨跌幅图

表 2019年我国居民消费者价格分类表环比涨跌幅图表 2019年我国居民消费价格主要数据更多
图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1301/202105/07-404491.html>