

2022-2028年中国消费金融 行业发展态势与投资方向研究报告

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发展态势与投资方向研究报告》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/202201/264685.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。当前的环境下，政府相关部门为零售消费金融行业的发展提供了政策支持；第三方支付、大数据、人工智能、云计算等技术的发展为零售消费金融行业的发展打下了坚实的技术和数据基础；阿里、腾讯、苏宁、百度等行业领军企业的动作则体现了市场头部从业者对于行业未来前景的看好。政策、技术、市场从业者三者协同促进零售消费金融行业的发展。网络红利消退，在线获客成本增加，电商巨头着眼线下市场部分电商公司单个活跃用户年度营销成本（元） 中企顾问网发布的

《2022-2028年中国消费金融行业发展态势与投资方向研究报告》共十五章。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 中国消费金融行业概述第一节 消费金融基本介绍一、传统消费金融二、百度消费金融三、消费金融发展意义第二节 消费金融主要业务一、个人住房贷款二、信用卡贷款三、汽车消费信贷四、其他消费贷款第三节 消费金融市场主体一、商业银行二、消费金融公司三、汽车金融公司四、小额贷款公司五、互联网金融公司 第二章 中国消费金融行业发展环境分析第一节 消费金融体系及其主要内容一、消费金融监管机构二、《消费金融公司试点管理办法》三、消费金融体系及主要内容（一）法律制度体系建设（二）个人征信体系建设（三）消费金融机构建设（四）消费金融产品（五）监管体系建设第二节 消费金融行业宏观环境分析一、国内GDP增长分析2015-2019年全国GDP及同比增速二、工业经济增长分析三、居民收入增长情况第三节 消费金融行业金融环境分析一、货币余额分析二、金融机构贷款余额三、社会融资规模分析四、金融机构存款利率第四节 消费金融行业消费环境分析一、城市消费步入更新换代期二、农村消费追赶城市三、人口结构推动消费四、转型期支持国内消费 第三章 中国消费金融机构所属行业发展状况分析第一节 银行机

构发展情况分析一、银行业金融机构资产规模二、银行业金融机构负债规模三、银行业金融机构存款情况四、银行业金融机构贷款情况五、银行业金融机构盈利分析六、银行业金融机构监管指标第二节 小额贷款公司发展分析一、小额贷款公司机构数量二、小额贷款公司从业人员三、小额贷款公司资金规模四、小额贷款公司贷款余额五、小额贷款公司盈利状况第三节 汽车金融公司发展分析一、汽车金融公司主要企业二、汽车金融公司发展情况三、汽车金融公司注册条件四、汽车金融行业发展前景第四节 消费金融公司发展分析一、消费金融公司历程分析二、消费金融公司发展情况三、消费金融公司设立条件四、消费金融公司业务范围五、消费金融公司定位与特点六、消费金融公司发展前景 第四章 全球消费金融行业发展状况分析第一节 国外消费金融综合比较一、市场定位（一）美国模式（二）欧盟模式（三）中国模式二、风险控制（一）美国模式（二）欧盟模式（三）中国模式三、金融监管（一）美国模式（二）欧盟模式（三）日本模式（四）中国模式四、立法保障（一）美国模式（二）欧盟模式（三）中国模式第二节 主要国家消费金融发展分析一、美国消费金融行业发展分析（一）消费金融发展现状分析（二）消费金融经营特点分析（三）代表性的消费金融公司二、欧盟消费金融行业发展分析（一）消费金融发展现状分析（二）消费金融经营特点分析（三）代表性的消费金融公司三、日本消费金融行业发展分析（一）消费金融发展现状分析（二）消费金融经营特点分析（三）代表性的消费金融公司第三节 国外消费金融公司经验借鉴分析一、国内消费金融公司与国外的差距（一）设立方式上（二）资金来源方面（三）产品品种方面二、国外消费金融公司发展经验分析（一）美国（二）欧洲（三）日本三、国外消费金融公司对我国的启示（一）具有广泛的设立主体（二）实施多元化的营销模式（三）建立完善的信用体系（四）健全的法律法规体系 第五章 中国消费金融所属行业发展状况分析第一节 消费金融行业发展现状虽然消费金融公司在融资渠道、杠杆率等方面相比较小贷公司有着较为明显的优势，但是目前由于我国消费金融牌照门槛极高，牌照获取难度较大，因此更多的企业还是通过参股或成立网络小贷公司的形式来进行零售消费金融市场的布局。图表中部分公司的实缴资本为美金，易观根据注册或增资当日或当月汇率进行换算部分网络小贷公司相关信息不完全统计表（截至2019年7月31日）

公司类型	公司名称	注册省份	注册时间	相关股东	实缴资本（亿人民币）	当地监管杠杆率（最高融资杠杆率）	易观测算可放贷金额（亿人民币）
制造&零售企业	重庆永辉小额贷款有限公司	重庆	2017/4/25	永辉超市	3	230%	9.9
	北京美通小额贷款有限公司	北京	2016/12/1	物美	1	50%	1.5
	重庆万达小额贷款有限公司	重庆	2017/9/14	万达	25	230%	82.5
	上海万达小额贷款有限公司	上海	2016/1/26	5	50%	7.5	
	广州万达普惠网络小额贷款有限公司	广东	2017/8/7	10	100%	20	
	国美小额贷款有限公司	天津	2015/5/21	国美电器	3	50%	4.5
	广州TCL互联网小额贷款有限公司	广东	2016/10/28	TCL集团	5	100%	10
	惠州市仲恺TCL智融科技小额贷款股						

份有限公司 广东 2014/10/14 5 100% 10 上海黄浦红星小额贷款有限公司 上海
2016/8/15 红星美凯龙 3 50% 4.5 重庆海尔小额贷款有限公司 重庆 2014/3/27 青岛海
尔&海尔电器 15.1 (注册资本) 230% 50 宁波美的小额贷款有限公司 浙江
2015/11/9 美的集团 5 50% 7.5 佛山市顺德区美的小额贷款股份有限公司 广东 2010/5/12
2 100% 4 综合&垂直电商 上海唯品会小额贷款有限公司 上海 2015/2/16唯品会 唯
品会 5 50% 7.5 广州唯品会小额贷款有限公司 广东 2014/7/30 3 100% 6 重庆苏宁小
额贷款有限公司 重庆 2012/12/19 苏宁易购 40 230% 132 重庆市南岸区崇天小额贷款有
限公司 重庆 2012/9/28 聚美优品 4 (注册资本) 230% 13.1 上海京汇小额贷款有限公司
上海 2013/12/31 京东 9 50% 13.5 北京京汇小额贷款有限公司 北京 2014/9/12 10 50%
15 分期电商 赣州快乐生活网络小额贷款有限公司 江西 2016/12/14 趣店 9 200% 27
抚州高新区趣分期小额贷款有限公司 江西 2016/5/19 10 200% 30 吉安市分期乐网络小
额贷款有限公司 江西 2016/12/2 乐信 3 200% 9 西藏美第奇互联网小额贷款有限公司
西藏 2017/5/9 买单侠 1 不详 1 非电商互联网公司 海南宜信普惠小额贷款有限公司 海
南 2014/10/10 宜信 2 250% 7 成都维仕小额贷款有限公司 四川 2011/12/8 维信金科 3
50% 4.4 上海静安维信小额贷款有限公司 上海 2014/9/16 2 50% 3 抚州微贷网络小额
贷款有限公司 江西 2017/6/23 微贷网 2 (注册资本) 200% 6 重庆市黑卡小额贷款有限
公司 重庆 2015/12/8 人人贷 3.2 230% 10.6 赣州积木小额贷款有限公司 江西 2016/4/28
积木盒子 2 200% 6 乌苏和信互联网小额贷款有限公司 新疆 2017/8/28 和信贷 1 50%
1.5 重庆度小满小额贷款有限公司 重庆 2015/10/21 百度 70 230% 231 一、消费金融信
贷规模分析二、消费金融业务模式分析 (一) 结合消费场景的消费金融 (二) 直接发放个人
贷款的消费金融 (三) 校园市场分期三、消费金融发展存在问题 (一) 消费者权益保护不当
(二) 消费金融市场混乱 (三) 对于消费金融认识不足 (四) 有关部门监管力度不够第二节
消费金融试点推进情况一、消费金融试点城市推进情况二、第一批消费金融公司试点城市 (一)
北京 (二) 天津 (三) 上海 (四) 成都三、第二批消费金融公司试点城市 (一) 沈阳 (二) 南京
(三) 杭州 (四) 合肥 (五) 泉州 (六) 武汉 (七) 广州 (八) 重庆 (九) 西安 (十) 青岛四、
消费金融试点取得成效情况第三节 消费金融行业发展策略分析一、监管部门的政策二、消
费者和金融机构两个方面的保护措施三、消费金融体系的完善 第六章 中国个人住房
贷款市场分析第一节 房地产行业运行分析一、房地产开发投资情况二、房地产市场供给结
构三、房地产商品房建筑面积四、房地产商品房销售情况五、房地产价格趋势分析第二节 个
人住房贷款业务分析一、个人住房贷款委托贷款二、个人住房贷款自营贷款三、个人住房
贷款组合贷款第三节 个人住房贷款一、个人住房贷款政策二、个人住房贷款业务经营管理方
式三、公积金个人住房贷款发放情况 (一) 公积金个人住房贷款累计发放情况 (二) 公积金个

人住房贷款发放情况四、公积金个人住房贷款回收情况五、个人住房贷款存量情况（一）个人住房贷款余额增长情况（二）个人住房贷款占比情况六、个人住房抵押贷款资产证券化

第四节 住房公积金

一、中国的住房公积金制度解析（一）住房公积金的性质和特点（二）住房公积金的缴存和提取（三）住房公积金的利率和税收（四）现行住房公积金的管理制度（五）现行住房公积金制度存在的问题二、住房公积金发展现状（一）住房公积金实缴单位和人数（二）住房公积金缴存总额（三）住房公积金缴存余额（四）住房公积金提取额（五）住房公积金贷款余额

第七章 中国汽车消费信贷所属行业市场分析

第一节 汽车行业发展分析

一、汽车行业发展概况二、汽车产销数据分析（一）汽车产量（二）汽车销量三、汽车保有量分析（一）民用汽车保有量情况（二）私人汽车保有量情况（三）公路营运汽车拥有量四、汽车市场规模预测

第二节 汽车金融行业发展分析

一、汽车金融发展历程（一）摸索发展阶段（1998-2005年）（二）竞争发展阶段（2006-2015年）（三）稳定发展阶段（2016-2025年）二、汽车金融业务发展模式分析（一）传统消费贷款模式（二）信用卡分期模式（三）汽车金融公司“一站式”服务三、汽车金融市场现状分析（一）渗透率不高（二）汽车金融最受年轻消费者接受（三）资产支持证券发行：汽车金融公司的融资渠道多样化（四）增加汽车金融产品种类（五）租赁：另一种汽车金融四、汽车贷款市场规模分析五、汽车消费金融市场总体格局（一）四大行在汽车消费金融中占主导地位（二）股份制商业银行成汽车高端市场竞争主体（三）汽车金融公司异军突起六、汽车消费金融发展存在问题（一）业务渠道难以建立（二）审批链条较长，申请手续繁琐（三）产品种类创新能力不足（四）人员专业素质有待提高七、汽车消费金融发展建议分析（一）从战略上重视汽车分期消费业务开展（二）细分市场和客户，合理、灵活确定信用额度（三）简化和优化审批和制卡环节，以“短流程”应对“短消费”（四）加强与上游厂商和经销商战略合作，拓展产业链金融

第三节 汽车消费信贷业务分析

一、银行汽车贷款（一）贷款手续（二）首付情况（三）利率水平二、汽车金融公司（一）贷款手续（二）首付情况（三）利率水平（四）主要企业三、整车厂财务公司（一）贷款手续（二）首付情况（三）利率水平（四）主要企业四、信用卡购车分期五、汽车融资租赁（一）贷款手续（二）首付情况（三）利率水平（四）产权

第四节 汽车消费金融市场的发展前景

一、汽车消费金融市场渗透率进一步提高二、业务重点将向二三线及中西部城市转移三、专业化经营趋势进一步增强四、年轻消费群体将为推动市场发展的重要引擎

第八章 中国信用卡消费信贷所属行业市场分析

第一节 信用卡市场运行总况

一、信用卡市场发展历程（一）初创期：激进时代（二）高速成长期：产品时代（三）成熟期：成本时代二、信用卡市场运行特点分析

第二节 信用卡发行情况分析

一、信用卡市场需求分析（一）影响信用卡的使用因素（二）支付体系发展趋势及影响（三）信用卡的支付结算需求（四）信用卡的消费信贷需求二、国内信用卡发卡现状分析（一）总体

发卡规模分析（二）发卡模式变化趋势三、信用卡人均拥有量分析四、信用卡用户开发策略选择

第三节 信用卡消费收单分析一、信用卡授信总额分析二、信用卡消费情况分析（一）使用场所（二）使用功能（三）使用率（四）月用卡额度（五）还款渠道（六）账单管理三、信用卡交易金额四、信用卡收单现状分析（一）信用卡受理市场情况（二）信用卡收单业务发展策略四、信用卡贷款余额分析

第四节 信用卡主要品种分析一、女性信用卡市场分析（一）产品定位解析（二）各行产品比较（三）市场发展现状（四）品牌定位策略二、大学生信用卡市场分析（一）产品定位解析（二）产品功能分析（三）各行产品比较（四）市场发展现状三、联名信用卡市场分析（一）产品定位解析（二）产品特点分析（三）各行产品比较（四）产品优势分析四、公务信用卡市场分析（一）产品定位解析（二）产品特点分析（三）各行推行条件（四）发展现状及建议五、白金信用卡市场分析（一）产品定位解析（二）各行产品比较（三）市场发展现状（四）品牌定位策略六、其他信用卡市场分析（一）主题信用卡市场分析（二）旅游信用卡市场分析（三）汽车信用卡市场分析（四）航空信用卡市场分析

第九章 中国其他消费信贷市场分析第一节 家装贷款市场分析一、家装消费市场分析（一）家装消费市场需求（二）家装消费市场趋势二、家装贷款渠道分析（一）银行装修消费信贷（二）消费金融公司贷款三、家装贷款业务流程四、家装贷款案例分析五、家装贷款需求潜力

第二节 旅游信贷市场分析一、旅游消费市场分析（一）旅游消费需求分析（二）旅游消费趋势分析二、旅游贷款主要形式三、旅游贷款市场现状（一）出国旅游保证金贷款（二）旅游消费贷款四、旅游贷款案例分析五、旅游贷款需求潜力

第三节 教育信贷市场分析一、教育消费市场分析（一）教育消费需求（二）教育消费趋势二、教育贷款市场分析（一）国家助学贷款（二）商业助学贷款（三）出国留学贷款三、建设银行“学易贷”四、教育贷款余额分析

第四节 个人耐用品贷款分析一、个人耐用品消费市场分析（一）个人耐用品消费需求（二）个人耐用品消费趋势二、个人耐用品贷款现状（一）消费电子（二）家用电器三、个人耐用品贷款余额四、个人耐用品贷款案例

第五节 医疗保健消费贷款分析一、医疗保健消费市场分析（一）医疗保健消费需求（二）医疗保健消费趋势二、医疗保健消费贷款分析（一）医疗器械（二）健身器材三、医疗保健贷款案例分析四、医疗保健贷款需求潜力

第十章 中国消费金融业务创新分析第一节 信用卡业务创新一、组织创新分析二、客户层面创新三、业务层面创新四、渠道创新分析五、载体创新分析六、风险管理创新

第二节 汽车金融业务创新一、担保方式日趋简单二、更加注重流程创新三、费率不断降低四、针对业务特性采取单独的授信政策五、合理利用外部资源发展汽车分期业务六、优化产品功能，树立分期品牌

第三节 小额信用贷款业务创新一、担保和抵押的方式更加灵活多样二、信用贷款的占比明显提高三、借助政府力量撬动科技和文化信贷杠杆四、银行贷款与资本市场联姻五、互联网与小额信贷加速融合六、保险进入小额贷款

第四节 金融服务方式创新一、金融服务

方式（一）网络银行（二）手机银行二、商业银行服务模式创新（一）服务方式：打造开放平台（二）服务对象：构建普惠金融（三）服务内容：提供差异服务

第五节 消费金融产品发展方向分析

一、大宗耐用消费品二、新型消费品（一）购买式消费1、信息消费2、医疗消费3、文化消费4、养老消费（二）租赁式消费三、消费服务类（一）服务消费品内涵（二）服务消费品类型（三）服务消费品发展方向

第十一章 中国消费金融行业合作新创分析

第一节 消费金融与零售业发展

一、零售业发展分析（一）零售业发展历程（二）零售业发展现状（三）零售业发展前景二、商业预付卡发展分析（一）商业预付卡发展历程（二）商业预付卡市场特点（三）商业预付卡发展现状（四）商业预付卡消费特征（五）商业预付卡发展前景

第二节 消费金融与保险业发展

一、汽车消费信贷保证保险分析（一）汽车消费信贷保证保险特点（二）汽车消费信贷保证保险前景二、助学贷款信用保证保险分析（一）助学贷款信用保证保险的意义（二）助学贷款信用保证保险的原理（三）助学贷款信用保证保险的成效三、小额信贷保证保险分析（一）小额信贷保证保险内涵及意义（二）小额贷款保证保险发展现状（三）小额信贷保证保险的问题及前景

第三节 消费金融与互联网发展

一、消费金融互联网模式创新（一）P2P（二）众筹融资（三）P2C二、重点P2P理财产品对比（一）人人贷（二）陆金所（三）温州贷三、众筹融资主要平台分析（一）淘宝众筹（二）京东众筹（三）天使汇四、互联网金融模式P2C创新

第四节 消费金融机构合作案例

一、中信银行消费金融业务拓展（一）财富管理板块重构（二）消费金融版图扩围二、中信银行消费金融合作案例（一）搭建财富管理体系（二）以旗舰店模式打造智慧网点（三）与我爱我家和庞大集团合作（四）与海尔集团供应链网络金融合作（五）与易居中国合作开发“乐居贷”三、中银消费金融与腾讯财付通合作四、腾讯前海银行试水消费金融（一）以消费金融为特色（二）定位“大存小贷”（三）构筑风险管控防线

第十二章 中国消费金融第三方支付模式创新

第一节 网络交易拓宽消费金融空间

一、网络交易为消费金融提供机会二、第三方支付推动网上零售市场三、第三方支付平台与金融机构合作

第二节 第三方支付产业发展规模分析

一、第三方支付市场交易规模二、第三方支付细分市场份额（一）互联网支付行业交易规模（二）移动支付行业交易规模（三）固话支付行业市场规模（四）数字电视支付行业市场规模三、移动支付企业APP覆盖人数情况

第三节 第三方支付产业商业模式分析

一、第三方支付主流商业模式二、第三方支付细分商业模式（一）支付网关模式（二）信用增强型支付模式（三）账户支付型模式（四）移动支付模式三、重点企业商业模式解析（一）支付宝商业模式分析（二）财付通商业模式分析（三）银联支付商业模式分析（四）快钱支付商业模式分析（五）网银在线商业模式分析四、第三方支付发展瓶颈分析五、第三方支付企业营销管理建议六、第三方支付商业模式发展建议七、第三方支付产业创新模式探析

第四节 第三方支付产业竞争格局分析

一、第三方支付产业运营主体分类（一）互联网巨头企业（二）电信运

营商企业（三）银联和银行企业（四）地方性国资企业（五）发卡为主类企业（六）独立第三方支付运营商二、获牌照支付企业业务分析三、发放牌照企业竞争格局分析四、第三方支付产业牌照发放情况（一）第一批支付牌照企业分析（二）第二批支付牌照企业分析（三）第三批支付牌照企业分析（四）第四批支付牌照企业分析（五）第五批支付牌照企业分析第五节 第三方支付行业产品创新方向一、支付产品多元化趋势二、移动支付多场景趋势二、第三方支付金融化趋势 第十三章 中国消费金融机构发展分析第一节 银行金融机构一、中国银行（一）银行机构基本情况（二）银行机构经营情况（三）银行信贷业务规模（四）银行信贷业务结构（五）银行信贷业务质量二、中国工商银行（一）银行机构基本情况（二）银行机构经营情况（三）银行信贷业务规模（四）银行信贷业务结构（五）银行信贷业务质量三、中国建设银行（一）银行机构基本情况（二）银行机构经营情况（三）银行信贷业务规模（四）银行信贷业务结构（五）银行信贷业务质量四、中国农业银行（一）银行机构基本情况（二）银行机构经营情况（三）银行信贷业务规模（四）银行信贷业务结构（五）银行信贷业务质量五、平安银行（一）银行机构基本情况（二）银行机构经营情况（三）银行信贷业务规模（四）银行信贷业务结构（五）银行信贷业务质量第二节 汽车金融公司一、上汽通用汽车金融有限公司（一）企业发展基本介绍（二）企业车贷套餐分析（三）企业营销服务网点（四）企业竞争优势分析二、宝马汽车金融（中国）有限公司（一）企业发展基本介绍（二）企业车贷套餐分析（三）企业营销服务网点（四）企业竞争优势分析三、大众汽车金融（中国）有限公司（一）企业发展基本介绍（二）企业车贷套餐分析（三）企业营销服务网点（四）企业竞争优势分析四、丰田汽车金融（中国）有限公司（一）企业发展基本介绍（二）企业经营情况分析（三）企业车贷套餐分析（四）企业营销服务网点（五）企业竞争优势分析五、奇瑞徽银汽车金融有限公司（一）企业发展基本介绍（二）企业车贷套餐分析（三）企业营销服务网点第三节 小额贷款公司一、苏州高新区鑫庄农村小额贷款股份有限公司（一）企业发展基本情况（二）企业贷款业务分析（三）企业经营情况分析（四）企业竞争优势分析二、济南市高新区东方小额贷款股份有限公司（一）企业发展基本情况（二）企业贷款业务分析（三）企业经营情况分析（四）企业竞争优势分析三、常州市武进区通利农村小额贷款股份有限公司（一）企业发展基本情况（二）企业贷款业务分析（三）企业经营情况分析（四）企业竞争优势分析（五）企业发展战略分析四、诸暨市海博小额贷款股份有限公司（一）企业发展基本情况（二）企业贷款业务分析（三）企业经营情况分析（四）企业竞争优势分析五、苏州市沧浪区昌信农村小额贷款股份有限公司（一）企业发展基本情况（二）企业贷款业务分析（三）企业经营情况分析（四）企业竞争优势分析第四节 消费金融公司一、北银消费金融公司（一）企业发展基本介绍（二）企业业务经营范围（三）企业竞争优势分析二、中银消费金融公司（一）企业发展基本介绍（二）企业业务经营范围（三）

企业竞争优势分析三、四川锦程消费金融公司（一）企业发展基本介绍（二）企业业务经营范围（三）企业竞争优势分析四、捷信消费金融公司（一）企业发展基本介绍（二）企业业务经营范围（三）企业竞争优势分析 第十四章 2022-2028年中国消费金融行业趋势及前景预测 第一节 2022-2028年消费金融行业发展态势分析一、个人住房贷款仍将占主导地位二、信用卡消费信贷将保持强劲增长三、汽车消费信贷市场日趋成熟四、一般性消费贷款发展潜力巨大 第二节 2022-2028年消费金融行业发展预测分析一、消费金融行业发展趋势分析二、消费金融行业发展前景分析三、消费金融行业发展规模预测（一）汽车贷款规模预测（二）信用卡贷款规模预测（三）教育贷款规模预测（四）个人耐用品贷款规模预测第三节 2022-2028年消费金融行业投资机会分析一、金融机构消费信贷投资机会二、大消费背景下消费信贷机会三、互联网消费金融投资机会第四节 2022-2028年消费金融行业投资策略分析 第十五章 中国消费金融行业风险防范策略分析（一）第一节 消费金融行业风险管理建议一、消费金融行业市场风险管理二、消费金融行业信用风险管理三、消费金融行业风险转移与风险分担第二节 消费金融行业风险防范及监管一、小额贷款信用风险级防范分析（一）小额贷款信用风险分析（二）小额贷款信贷过程的风险（三）小额贷款信用风险的成因（四）小额贷款信用风险的防范二、消费金融企业监管风险分析（一）消费金融企业外部监管风险（二）消费金融企业法律风险分析（三）消费金融管理风险防范措施第三节 消费金融行业风险防范对策建议一、完善制度促进消费金融发展（一）二、完善消费金融企业监管机制 图表目录：图表 1 2015-2019年中国国内生产总值及增长变化趋势图图表 2 2015-2019年国内生产总值构成及增长速度统计图表 3 2015-2019年中国规模以上工业增加值月度增长速度图表 4 2015-2019年中国城镇居民人均可支配收入增长趋势图图表 5 2015-2019年中国货币余额情况分析图表 6 2015-2019年中国金融机构贷款余额情况分析图表 7 2015-2019年中国社会融资规模存量分析图表 8 主要银行机构存款利率情况图表 9 2015-2019年中国银行业金融机构资产规模图表 10 2015-2019年中国银行业金融机构负债规模图表 11 2015-2019年中国银行业金融机构存款情况图表 12 2015-2019年中国银行业金融机构贷款情况表图表 13 2015-2019年银行业金融机构税后利润情况表图表 14 2015-2019年银行业金融机构监管指标分析图表 15 2015-2019年中国小额贷款机构数量统计图表 16 2015-2019年中国小额贷款公司从业人员数量统计图表 17 2015-2019年中国小额贷款公司实收资本统计图表 18 2015-2019年中国小额贷款公司贷款余额统计图表 19 国内主要汽车金融公司情况统计图表 20 适用于美国消费金融公司的法案简介图表 21 2015-2019年中国消费信贷市场规模变化趋势图图表 22 2015-2019年中国房地产开发投资额情况图表 23 2019年房地产开发投资结构图表 24 2015-2019年中国房地产商品房施工面积图表 25 2015-2019年中国房地产商品房新开工面积统计图表 26 2015-2019年中国房地产商品房竣工面积统计图表 27 2015-2019年中国房地产开发企业商品房销售面积情况图表 28 2015-2019年中国房地产开发企业商品房销售金额情况

图表 29 2019年份中国70个大中城市住宅销售价格指数图表 30 2019年公积金个人住房贷款累计
发放情况更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/264685.html>