

2014-2020年中国消费信贷 行业监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2020年中国消费信贷行业监测及投资前景研究报告》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.bosidata.com/jinrong1410/K24775YMXQ.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-10-16

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2020年中国消费信贷行业监测及投资前景研究报告》共十二章。介绍了消费信贷行业相关概述、中国消费信贷产业运行环境、分析了中国消费信贷行业的现状、中国消费信贷行业竞争格局、对中国消费信贷行业做了重点企业经营状况分析及中国消费信贷产业发展前景与投资预测。您若想对消费信贷产业有个系统的了解或者想投资消费信贷行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

近年来，消费信贷市场越来越受关注。我国经济增长的结构中，消费对经济增长的贡献率偏低，而发展消费信贷可以直接提升消费，刺激内需，实现经济增长。我国消费信贷起源于房屋贷款。在政策上对银行松绑，开始对居民住房贷款“开闸”办理。随着房地产市场的发展，房贷的品类和费率趋于丰富和下降，2000年至2003年，首个房贷高峰到来，还款年限放宽至20年以上，年利率也下降到4%至5%。2012年以来很多首批商品房房贷族将迎贷款大限，为住了20年的房子，真正签上自己的名字。个人消费信贷业务是商业银行以消费者个人为对象发放的用于购买消费品或享受消费性服务支出的贷款，是在市场经济条件下，货币信用关系发展到一定阶段时的产物。消费信贷的快速发展，在促进消费、扩大内需以及提高人民生活水平等方面发挥了重要的作用。对银行而言，消费信贷业务以其低风险、高收益的特点成为各商业银行调整信贷结构、优化资产质量、提高赢利能力的战略选择，成为当前各家银行的竞争重点。目前，中国消费信贷开始腾飞，住房抵押贷款、信用卡和汽车贷款量保持强劲增长。这一趋势出现于各个财富阶层和年龄段，但中国最大城市的年轻和富裕消费者的借款可能性最大。然而，该市场仍处于初级阶段，许多金融机构正在努力开发有效的业务模式、建立优质的服务运作体系并深入分析消费者。为了抓住下一轮的增长势头并创造可持续的利润率，金融机构必须进一步提升内部能力，更加了解消费者的重点需求，更有针对性地选择目标市场、消费群体和产品线。

截至2013年一季度末，工行、农行、建行、中行、交行五大商业银行的消费贷款余额达65537亿元，较去年同期增加8998亿元，增长15.9%；较年初增加3423亿元，增长5.5%。2013年10月昆明市多家银行的个人消费贷款利率均在基准利率上出现了不同幅度的上浮。具体而言，在个人消费贷款业务中，国有大银行的贷款利率上浮30%，而包括中信银行、富滇银行等在内的股份制商业银行上浮则达50%；以“六个月之一年期”的贷款利率为例，央行规定的年化基准贷款利率为6%，上浮30%后贷款利率变为7.8%，上浮50%后则达到9%。2013年我国消费信贷市场面临着新起点、新机遇、新挑战，也将开启整个行业的新发展。纵观2012年的经济环境与市场格局，不难发现消费信贷市场将面临更为复杂的发展环境。消

费金融在拉动个人消费方面存在着巨大潜力，中国经济强势发展推动了收入、财富和消费的增长，随着贷款业态的丰富和渗透，2015年，中国消费信贷余额或将达到21万亿元。估计，到2020年，中国利用信贷的消费将占总消费额的40%，令消费者的消费能力大幅提升30%。消费信贷业务如何在更为复杂的市场环境中得到新发展。消费信贷业务如何才能顺利地走上壮大之路。这是本报告重点探讨的问题。

报告目录：

第一部分 行业现状分析

第一章 消费信贷相关概述

第一节 消费信贷的基本介绍

一、消费信贷的概念

二、消费信贷的基本类型

三、消费信贷的主要特征

第二节 消费信贷与同级产品的辨析

一、与信用卡的区别

二、与银行无担保产品的区别

三、与典当行小额贷款的区别

四、与小额贷款公司的区别

第二章 国际消费信贷市场分析

第一节 国际住房消费信贷

一、美国的住房抵押贷款模式

二、英国的住房协会模式

三、法国的住房金融市场政府干预模式

四、加拿大的住房抵押款证券化模式

五、国外住房消费信贷模式的经验

第二节 国际汽车消费信贷

一、国际汽车消费信贷业务发展概述

二、国际汽车消费信贷的经营运作模式

三、国际汽车消费信贷发展的特点解析

第三节 国际信用卡消费信贷

- 一、法国的信用卡消费信贷现状
- 二、日本的信用卡消费信贷近况
- 三、墨西哥的信用卡消费信贷情况
- 四、阿根廷的信用卡消费信贷现状
- 五、新加坡的信用卡消费信贷概况

第四节 美国消费信贷产业分析

- 一、美国消费信贷的产生及现状
- 二、美国消费信贷特色分析
- 三、美国的消费信贷体系解析
- 四、美国继续推动消费信贷刺激方案
- 五、年美国消费信贷市场分析

第五节 欧盟消费信贷市场分析

- 一、欧盟消费信贷规模占全球
- 二、欧盟从政策高度促进跨境消费信贷发展
- 三、年英国消费信贷发展状况
- 四、年法国消费信贷市场分析

第三章 中国消费信贷市场的发展环境

第一节 经济环境

- 一、2012年我国宏观经济运行指标分析
- 二、2013年中国经济形势前瞻及政策走势分析

第二节 社会环境

- 一、中国社会民生环境现状
- 二、中国信用体系建设的成效
- 三、中国信用体系建设展望
- 四、居民消费价格总水平
- 五、影响我国居民消费状况的主要因素分析

第三节 政策环境

- 一、国九条重点推动国内消费信贷增长
- 二、部分银行调整房贷利率给予优惠
- 三、2013年以来国家多管齐下刺激消费信贷发展
- 四、2013年我国消费信贷政策发展分析

第四节 金融环境

一、国际金融市场发展形势分析

二、年中国金融市场运行综述

三、年中国金融市场运行情况

第四章 中国消费信贷市场分析

第一节 中国消费信贷发展综述

一、中国现代消费信贷发展历程

二、中国消费信贷发展现状分析

三、中国消费信贷市场发展特征

四、消费信贷与我国金融体系的发展探究

第二节 个人消费信贷市场概况

一、中国个人消费信贷业务发展状况浅析

二、中国银行业争夺个人消费信贷市场

三、年我国个人消费信贷驶入快车道

四、我国个人消费信贷存在的问题及原因

五、我国个人消费信贷管理对策分析

六、透析个人消费信贷中的信息不对称现象

第三节 消费信贷的市场需求分析

一、消费信贷需求与收入水平的相关性剖析

二、消费信贷是扩大内需的有效途径

三、发展消费信贷的具体途径

第四节 中国消费信贷市场存在的问题

一、我国消费信贷发展的主要瓶颈

二、我国消费信贷存在的问题分析

三、中小城市商业银行消费信贷发展的掣肘

第五节 中国消费信贷市场发展的策略

一、促进消费信贷业务发展的对策分析

二、规范我国消费信贷外部环境势在必行

三、加快消费信贷持续健康发展的建议

第六节 观点

第五章 中国住房消费信贷

第一节 中国房地产行业运行综述

- 一、2012-2013年房地产市场运行数据解读
- 二、2012-2013年季度房地产行业主要政策分析
- 三、2012-2013年季度房地产行业主要政策分析
- 四、2012-2013年房地产景气指数分析
- 五、2012-2013年房地产开发投资情况
- 六、2012-2013年房地产开发企业资金来源情况
- 七、2012-2013年商品房建筑与销售情况
- 八、2012-2013年全国房地产市场价格变动情况

第二节 中国房地产贷款市场概况

- 一、新时期房地产信贷市场发展概述
- 二、我国房贷转按揭市场发展透析
- 三、房贷紧缩对楼市的影响

第三节 2012-2013年中国房贷市场运行现状

- 一、2012-2013年中国房贷市场总体运行状况
- 二、2012-2013年个人房贷市场运行分析
- 三、2012-2013年国内个人房贷市场强劲回升
- 四、2012-2013年房地产开发贷款情况简述
- 五、2012-2013年我国房贷市场运行分析
- 六、2012-2013年二手房贷市场形势分析

第四节 商业银行房地产信贷加速扩张现象解读

- 一、我国商业银行房贷快速扩张现状浅析
- 二、我国商业银行房贷快速扩张典型范例
- 三、透析商业银行房贷快速扩张的潜在风险
- 四、商业银行房贷业务市场扩张的相关建议

第五节 住房信贷与住宅市场的相关性评析

- 一、住房消费信贷与住宅市场的关系浅析
- 二、中美住房市场对住房消费信贷的依赖度比较
- 三、当前住房消费信贷市场面临的主要问题
- 四、房贷新政对住宅市场调整周期的影响判断
- 五、我国住房消费信贷及住房市场发展的对策措施

第六节 房贷市场存在的问题与对策

- 一、我国房地产信贷市场存在的漏洞
- 二、房贷新政实施中面临的障碍
- 三、加强房地产金融监管的对策措施
- 四、商业银行房贷业务发展重点及建议
- 五、房地产开发企业信贷业务发展建议
- 六、完善中国房地产金融体系的对策建议

第六章 中国汽车消费信贷

第一节 中国汽车消费信贷的演进历程

- 一、起始阶段
- 二、发展阶段
- 三、竞争阶段
- 四、有序竞争阶段

第二节 汽车消费借贷市场发展概况

- 一、汽车市场与消费信贷的依存关系
- 二、我国汽车消费信贷市场稳健发展
- 三、年汽车消费信贷扶持政策将出台
- 四、年我国汽车消费信贷收紧
- 五、我国汽车消费信贷市场潜力巨大
- 六、我国各大银行汽车消费信贷现行政策

第三节 汽车消费信贷市场面临的问题与对策

- 一、我国汽车消费信贷市场存在的问题
- 二、我国汽车消费信贷存在六大难题
- 三、我国汽车消费信贷发展策略分析

第七章 其他细分领域

第一节 农村消费信贷

- 一、我国农村消费信贷发展的特征透析
- 二、农村消费信贷将成金融机构新增长点
- 三、农村信用社开展消费信贷业务的必要性
- 四、我国农村消费信贷相关问题探析

五、中国农村消费信贷发展制约因素与建议

第二节 信用卡消费信贷

一、中国信用卡市场发展历程

二、国外信用卡消费信贷业务给中国带来的启示

三、我国信用卡信贷消费市场的完善分析

四、中国信用卡市场发展趋势分析

第三节 旅游消费信贷

一、我国旅游信用消费发展缓慢的原因

二、旅游消费信贷的市场定位策略剖析

三、加快旅游消费信贷市场发展的建议

第二部分 行业竞争格局

第八章 开展消费信贷业务的重点机构

第一节 中国银行

一、企业简介

二、中国银行公司贷款业务

三、中国银行消费信贷发展迅速

第二节 中国工商银行

一、企业简介

二、2009-2013年工商银行重开汽车消费贷款

三、工商银行个人消费贷款预测

第三节 中国建设银行

一、企业简介

二、建行推出可循环使用个人消费贷款业务

三、2009-2013年建设银行信贷业务发展情况

第四节 中国农业银行

一、企业简介

二、农行个人消费信贷投放力度持续加大

三、影响农行消费信贷业务的主要障碍及其化解办法

第五节 招商银行

一、企业简介

二、招行出新招房贷转身消费信贷

三、招商银行的信用卡消费信贷平台解析

第九章 消费信贷市场的风险分析

第一节 中国个人消费信贷的风险探究

- 一、个人消费信贷风险特征浅析
- 二、我国个人消费信贷风险产生的原因
- 三、发达国家消费信贷风险管理的启示
- 四、我国个人消费信贷风险的防范对策

第二节 我国汽车消费信贷面临的风险及应对策略

- 一、信用风险
- 二、担保风险
- 三、抵押物处置风险
- 四、汽车消费信贷风险管理系统的的设计

第三节 消费信贷风险机制的构建

- 一、个人信用制度
- 二、商业保险机制
- 三、资产保全和风险转化机制
- 四、风险基金制度
- 五、资产损失责任追究制度

第四节 中国消费信贷风险评估体系的构建

- 一、中国消费信贷风险评估工作的现状评析
- 二、探索适合中国国情的信贷风险评估体系
- 三、商业银行的内部风险控制要点剖析
- 四、商业银行信贷风险的法规保护
- 五、消费信贷风险评估体系的具体操作方案

第十章 消费信贷的法律问题分析

第一节 发达国家消费信贷市场的法律制度

- 一、英国
- 二、美国
- 三、德国

第二节 消费信贷保险合同的详细解读

- 一、消费信贷保证保险合同的基本介绍
- 二、消费信贷信用保险合同基本问题研究
- 三、消费信贷保证保险合同的风险及防范
- 四、消费信贷信用保险合同制度的完善
- 第三节 住房消费信贷保险的法律问题探析
 - 一、保证保险、信用保险及担保的区别
 - 二、住房消费信贷保证保险的特点浅析
 - 三、住房消费信贷保证保险的操作盲点及建议
 - 四、我国拓展住房消费信贷保证保险的对策
- 第四节 博思数据分析观点

第三部分 行业前景预测

第十一章 2014-2020年消费信贷市场前景预测

第一节 消费信贷市场发展的前景及趋势

- 一、中国消费信贷持续发展的驱动因素
- 二、未来决定中国消费信贷的主要因素
- 三、中国消费信贷市场发展展望分析

第二节 汽车消费信贷市场的前景展望

- 一、中国汽车消费信贷市场的发展趋势
- 二、汽车消费信贷或助推未来中国车市发展
- 三、国内汽车消费信贷未来前景可期

第三节 拓展农村消费信贷前景及对策探析

- 一、优化农村消费的发展环境
- 二、强化消费信贷的政策引导和业务宣传
- 三、提供适合农村需求的消费信贷产品和服务

第四部分 行业战略研究

第十二章 消费贷款行业投资战略研究

第一节 消费贷款行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、业务组合战略
- 三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节 对消费贷款品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、企业品牌的现状分析

四、企业的品牌战略

五、品牌战略管理的策略

第三节 消费贷款行业投资战略研究

一、2012年消费贷款行业投资战略

二、2013年消费贷款行业投资战略

三、2014-2020年消费贷款行业投资战略

四、2014-2020年细分行业投资战略

第四节 博思数据研究结论

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jinrong1410/K24775YMXQ.html>