

2017-2022年中国个人贷款行业市场全景评估及发展趋势研究预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国个人贷款行业市场全景评估及发展趋势研究预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/309703.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

个人贷款，又称零售贷款业务，经过几十年的发展，已成为一项重要的贷款业务。个人贷款是指银行或其他金融机构向符合贷款条件的自然人发放的用于个人消费、生产经营等用途的本、外币贷款。贷款人发放个人住房贷款时，借款人必须提供担保。借款人到期不能偿还贷款本息的，贷款人有权依法处理其抵押物或质物，或由保证人承担偿还本息的连带责任。

2015年全球部分国家消费信贷规模

国家

信贷规模

美国

3.54 万亿美元

德国

2250亿欧元

韩国

1207.0万亿韩元

中国

20.3万亿元

资料来源：公开资料整理

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：

第一部分 个人贷款行业发展现状1

第一章 个人贷款行业相关概述1

第一节 个人贷款行业定义及分类1

一、行业定义1

二、行业主要分类1

三、行业特性及在国民经济中的地位2

第二节 个人贷款行业统计标准3

一、统计部门和统计口径3

二、行业主要统计方法介绍3

三、行业涵盖数据种类介绍3

第三节 中国个人贷款行业经济指标分析9

- 一、赢利性9
- 二、成长速度10
- 三、附加值的提升空间10
- 四、进入壁垒 / 退出机制12
- 五、风险性13
- 六、行业周期15
- 七、竞争激烈程度指标17
- 八、行业及其主要子行业成熟度分析17

第四节 个人贷款行业产业链分析18

- 一、产业链结构分析18
- 二、主要环节的增值空间21
- 三、与上下游行业之间的关联性22
- 四、上下游行业影响及风险提示22

第二章 个人贷款行业规划概述25

第一节 个人贷款行业发展回顾25

- 一、个人贷款行业运行情况25
- 二、个人贷款行业发展特点25
- 三、个人贷款行业发展成就26

第二节 个人贷款行业总体规划26

- 一、个人贷款行业规划纲要26
- 二、个人贷款行业规划指导思想27
- 三、个人贷款行业规划主要目标27

第三节 规划解读28

- 一、规划的总体战略布局28
- 二、规划对经济发展的影响34

第三章 经济环境分析36

第一节 世界经济发展趋势36

- 一、世界经济将逐步恢复增长36
- 二、经济全球化曲折发展37
- 三、新能源与节能环保将引领全球产业39
- 四、跨国投资再趋活跃39
- 五、气候变化与能源资源将制约世界经济40

六、美元地位继续削弱41

七、世界主要新兴经济体大幅提升42

第二节 我国经济面临的形势42

一、我国经济将长期趋好42

二、我国经济将围绕三个转变42

三、我国工业产业将全面升级44

四、我国以绿色发展战略为基调45

第四章 个人贷款行业全球发展分析47

第一节 全球个人贷款市场总体情况分析47

一、全球个人贷款行业的发展特点47

二、2015年全球个人贷款市场结构48

三、2015年全球个人贷款行业发展分析48

四、2015年全球个人贷款行业竞争格局49

五、2015年全球个人贷款市场区域分布49

第二节 全球主要国家（地区）市场分析50

一、欧洲50

1、欧洲个人贷款行业发展概况50

2、欧洲个人贷款行业发展前景预测51

二、北美51

1、北美个人贷款行业发展概况51

美国是全球最大的消费金融市场。第二次世界大战后，得益于美国“消费主导型”经济增长模式和“婴儿潮”一代消费观念的转变，消费金融快速发展起来。

最初，美国消费金融由生产商发起，他们为了扩大商品销量而向消费者提供消费贷款。随后，商业银行、专业消费金融公司等其他机构逐渐加入。目前，除商业银行外，专业消费金融公司、信用社、联邦政府和储蓄机构、证券化信贷资产池机构、非金融机构等均为消费金融服务的提供主体。其中，非银行金融机构是美国消费金融的重要组成部分。

消费金融公司瞄准收入水平偏低但较稳定的消费者群体，这类群体以年轻人为主，在教育、结婚、装修、旅游等方面有较大的资金需求。然而，他们或因收入较低，或因工作年限较短而积累的储蓄较少，难以获得商业银行贷款。消费金融公司针对这类商业银行无法惠及的客户，提供各种与居民生活息息相关的消费金融产品，包括学生助学贷款、家庭住宅修缮贷款、购买消费品贷款、汽车贷款、医疗贷款等，产品期限长短不一，十分灵活。

虽然消费金融产品的目标群体以年轻人为主，信用风险较高，但美国发达的信用评估体系为消费金融公司提供了良好的支持。与消费金融公司有关的信用机构有两类，一类是专业的信用报告机构，它们收集并保存消费者的信用资料，其中最主要的三家为Experian

信息服务公司、Trans 联合公司及Equifax公司；另一类是信用调查机构，它们通过面对面访谈等方式收集消费者性格、声誉、生活方式等包括个人特征在内的调查性信用报告。

在监管环境方面，美国消费金融市场监管相对宽松。由于不吸收公众存款，消费金融公司不受银行法的限制，政府只对其业务进行监管；法律也未对其资金来源、业务范围、产品种类等做严格的限制，令消费金融公司得以灵活、便捷地提供服务。

美国消费金融产业兴起于第二次世界大战之后，伴随着战后人口膨胀、消费观念转变、居民可支配收入增长，科技创新进步以及法律监管和配套措施的成熟，美国消费金融实现了极为高速的发展，持续推动经济实现稳步增长。2015 年底，全美消费金融市场规模已达到 12.22 万亿美元。而 1950 年，这一数值仅为 250 亿美元。在过去几十年期间，美国消费金融发展主要是受益于居民收入与消费的增长，以及消费金融领域不断的创新这两方面。

在1950 年至 2015 年期间，每个美国人年可支配收入从\$10,033 美元增长至\$38,069，实际年复合平均增速为

1.59%。平均居民消费支出也随着收入增长而增长；美国家庭平均支出也由 1950 年\$11,320 增长至\$35,671。当居民收入出现平稳增长，推动消费保持稳步增长，也刺激对于消费金融产品的需求日益增长。

汽车抵押贷款证券化以及信用卡资产证券化也在 1985 年和 1986 年推出市场。截止 2006 年，共有 55%房地产贷款，45%信用卡借贷，16%非循环贷款（大部分是汽车分期付款）完成资产证券化。

美国消费信贷规模变化

资料来源：公开资料整理

2015 年美国消费信贷的规模达3.54 万亿美元，较 2014 年同等口径的 3.32 万亿美元，同比增长6.55%。在过去十几年期间，消费信贷规模一直伴随着美国居民消费总额持续的增长而稳步增长，为美国经济长期健康的发展提供充足的动力。

美国居民消费及消费信贷(\$, 十亿)

资料来源：公开资料整理

居民消费作为拉动经济的三驾马车之一，占美国 GDP 比重高到 70%；在崇尚消费以及“花明天的钱买今天的东西”的消费理念等各种因素驱动下，

美国消费信贷水平一直维持在较高水平，整体消费信贷渗透程度高。2015 年 年消费信贷/社会零售总额比例将近 70%，消费信贷占 GDP 比重也一直保持在 28.34%，这些数字也凸显了消费信贷对于美国经济所扮演着无可比拟的重要角色。

消费及消费信贷相关数据

资料来源：公开资料整理

2、2015年北美个人贷款市场结构54

三、韩国60

1、韩国个人贷款行业发展概况60

2、2015年韩国个人贷款市场结构61

第五章 个人贷款行业总体发展状况63

第一节 个人贷款行业特性分析63

第二节 个人贷款产业特征与行业重要性64

第三节 个人贷款行业发展分析64

一、个人贷款行业发展态势分析64

二、个人贷款行业发展特点分析66

第四节 个人贷款相关行业（银行业）规模情况分析68

一、行业单位规模情况分析68

二、行业人员规模状况分析68

三、行业资产规模状况分析69

四、行业市场规模状况分析69

第五节 个人贷款相关行业（银行业）财务能力分析70

一、行业盈利能力分析与预测70

二、行业偿债能力分析与预测70

三、行业营运能力分析与预测71

四、行业发展能力分析与预测72

第二部分 个人贷款行业深度分析73

第六章 中国个人贷款市场规模分析73

第一节 中国个人贷款市场规模分析73

2015年我国个人贷款余额为20.3万亿元，其中个人住房贷款余额为14.18万亿元，车贷规模为0.85万亿元。

2011- 2015年我国个人贷款余额变动趋势

资料来源：公开资料整理

第二节 我国个人贷款区域结构分析74

第三节 中国个人贷款区域市场规模74

一、东北地区市场规模分析74

二、华北地区市场规模分析77

三、华东地区市场规模分析80

四、华中地区市场规模分析83

五、华南地区市场规模分析86

六、西部地区市场规模分析89

第四节 中国个人贷款市场规模预测93

第七章 我国个人贷款行业运行分析94

第一节 我国个人贷款行业发展状况分析94

一、我国个人贷款行业发展阶段94

二、我国个人贷款行业发展总体概况94

三、我国个人贷款行业发展特点分析94

四、我国个人贷款行业商业模式分析95

第二节 2015年个人贷款行业发展现状100

一、2015年我国个人贷款行业市场规模100

二、2015年我国个人贷款行业发展分析101

三、2015年中国个人贷款企业发展分析102

第三节 我国个人贷款市场价格走势分析105

一、个人贷款市场定价机制组成105

二、个人贷款市场价格影响因素107

三、2012-2015年个人贷款价格走势分析111

四、个人贷款价格走势预测113

第八章 2015年我国个人贷款市场供需形势分析123

第一节 我国个人贷款市场供需分析123

一、2012-2015年我国个人贷款行业供给情况123

1、我国个人贷款行业供给分析123

2、重点企业供给及占有份额128

二、2012-2015年我国个人贷款行业需求情况129

1、个人贷款行业需求市场129

2、个人贷款行业客户结构130

3、个人贷款行业需求的地区差异133

三、2012-2015年我国个人贷款行业供需平衡分析133

第二节 个人贷款产品（服务）市场应用及需求预测134

一、个人贷款产品（服务）应用市场总体需求分析134

二、重点行业个人贷款产品（服务）需求分析预测138

第九章2015年个人贷款行业产业结构调整分析139

第一节 个人贷款产业结构分析139

一、市场细分充分程度分析139

三、领先企业的结构分析（所有制结构）141

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析142

一、产业价值链的构成142

二、产业链条的竞争优势与劣势分析142

第三节 产业结构发展预测143

一、产业结构调整指导政策分析143

二、中国个人贷款行业参与国际竞争的战略市场定位144

三、产业结构调整方向分析144

第三部分 个人贷款行业竞争格局145

第十章 个人贷款行业竞争力优势分析145

第一节 个人贷款行业竞争力优势分析145

一、行业地位分析145

二、行业整体竞争力评价145

三、行业竞争力评价结果分析146

四、竞争优势评价及构建建议146

第二节 中国个人贷款行业竞争力分析148

一、我国个人贷款行业竞争力剖析148

二、我国个人贷款企业市场竞争的优势148

三、民企与外企比较分析149

第三节 个人贷款行业SWOT分析149

一、个人贷款行业优势分析149

二、个人贷款行业劣势分析149

三、个人贷款行业机会分析150

四、个人贷款行业威胁分析151

第十一章2015年个人贷款行业市场竞争策略分析152

第一节 行业总体市场竞争状况分析152

一、个人贷款行业竞争结构分析152

1、现有企业间竞争152

2、潜在进入者分析152

3、替代品威胁分析153

4、供应商议价能力153

5、客户议价能力153

二、个人贷款行业企业间竞争格局分析153

1、不同地域企业竞争格局153

2、不同规模企业竞争格局154

3、不同所有制企业竞争格局155

三、个人贷款行业集中度分析155

第二节 中国个人贷款行业竞争格局综述156

一、个人贷款行业竞争概况156

1、中国个人贷款行业品牌竞争格局156

2、个人贷款业未来竞争格局和特点156

二、个人贷款行业主要企业竞争力分析157

第三节 2015年个人贷款行业竞争格局分析159

第四节 个人贷款企业竞争策略分析159

一、提高个人贷款企业核心竞争力的对策159

二、影响个人贷款企业核心竞争力的因素及提升途径160

三、提高个人贷款企业竞争力的策略162

第十二章 2015年个人贷款行业重点企业发展形势分析163

第一节 工商银行163

一、企业概况163

二、企业经营情况分析163

三、企业经济指标分析169

四、企业盈利能力分析170

五、企业偿债能力分析171

六、企业成长能力分析172

第二节 农业银行172

一、企业概况172

二、企业经营情况分析173

三、企业经济指标分析179

四、企业盈利能力分析180

五、企业偿债能力分析181

六、企业成长能力分析182

第三节 中国银行182

一、企业概况182

二、企业经营情况分析183

三、企业经济指标分析189

四、企业盈利能力分析190

五、企业偿债能力分析191

六、企业成长能力分析192

第四节 建设银行192

一、企业概况192

二、企业经营情况分析193

三、企业经济指标分析198

四、企业盈利能力分析199

五、企业偿债能力分析200

六、企业成长能力分析201

第五节 交通银行201

一、企业概况201

二、企业经营情况分析202

三、企业经济指标分析206

四、企业盈利能力分析207

五、企业偿债能力分析208

六、企业成长能力分析209

第六节 招商银行209

一、企业概况209

二、企业经营情况分析210

三、企业经济指标分析215

四、企业盈利能力分析216

五、企业偿债能力分析217

六、企业成长能力分析218

第七节 浦发银行218

一、企业概况218

二、企业经营情况分析220

三、企业经济指标分析225

四、企业盈利能力分析225

五、企业偿债能力分析226

六、企业成长能力分析227

第八节 兴业银行228

- 一、企业概况228
- 二、企业经营情况分析229
- 三、企业经济指标分析233
- 四、企业盈利能力分析234
- 五、企业偿债能力分析235
- 六、企业成长能力分析236
- 第九节 广发银行236
 - 一、企业概况236
 - 二、企业经营情况分析237
 - 三、企业经济指标分析238
 - 四、企业盈利能力分析239
 - 五、企业偿债能力分析239
 - 六、企业成长能力分析239
- 第十节 光大银行240
 - 一、企业概况240
 - 二、企业经营情况分析241
 - 三、企业经济指标分析245
 - 四、企业盈利能力分析245
 - 五、企业偿债能力分析246
 - 六、企业成长能力分析248

第四部分 个人贷款行业投资前景249

第十三章2017-2022年个人贷款行业投资前景展望249

第一节 2017-2022年个人贷款行业投资机会分析249

- 一、个人贷款投资项目分析249
- 二、可以投资的个人贷款模式250
- 三、2017-2022年个人贷款投资机会250

第二节2017-2022年个人贷款行业发展预测分析251

- 一、2017-2022年个人贷款发展分析251
- 二、2017-2022年个人贷款行业技术开发方向252
- 三、总体行业整体规划及预测252

第三节 未来市场发展趋势253

- 一、产业集中度趋势分析253
- 二、2017-2022年行业发展趋势254

第十四章2017-2022年个人贷款行业投资价值评估分析255

第一节 个人贷款行业投资特性分析255

一、个人贷款行业进入壁垒分析255

二、个人贷款行业盈利因素分析256

三、个人贷款行业盈利模式分析257

第二节 2017-2022年个人贷款行业发展的影响因素258

一、有利因素258

二、不利因素259

第三节2017-2022年个人贷款行业投资价值评估分析260

一、行业投资效益分析260

1、行业投资收益率比较及分析260

2、行业投资效益评估261

二、产业发展的空白点分析261

三、投资回报率比较高的投资方向261

四、新进入者应注意的障碍因素262

第四节2017-2022年中国个人贷款行业投资收益预测263

一、预测理论依据263

二、2017-2022年中国个人贷款行业销售收入预测264

三、2017-2022年中国个人贷款行业利润总额预测265

四、2017-2022年中国个人贷款行业总资产预测265

第十五章2017-2022年个人贷款行业发展趋势及投资风险分析266

第一节个人贷款存在的问题266

第二节 2017-2022年发展预测分析268

一、2017-2022年个人贷款发展方向分析268

二、2017-2022年个人贷款行业发展规模预测269

三、2017-2022年个人贷款行业发展趋势预测270

第三节2017-2022年个人贷款行业投资风险分析270

一、竞争风险分析270

二、市场风险分析271

三、管理风险分析271

四、投资风险分析271

第十六章 个人贷款行业2017-2022年热点问题探讨273

第一节 推进城镇化和加快新农村建设，调整优化城乡结构273

第二节 发展绿色经济和个人贷款经济，增强可持续发展能力276

第三节 发挥地区比较优势，促进区域协调发展281

第四节 建立扩大消费需求的长效机制研究282

第五节 培育新型战略型产业，优化经济结构285

第六节 2017-2022年个人贷款行业自身热点问题研究290

一、行业技术发展热点问题290

二、产业增长方式转型问题291

三、行业产业链延伸问题292

四、行业产业转移及承接问题293

第十七章 2017-2022年个人贷款行业面临的困境及对策294

第一节 个人贷款行业面临的困境294

第二节 个人贷款企业面临的困境及对策295

一、重点个人贷款企业面临的困境及对策295

二、中小个人贷款企业发展困境及策略分析296

1、中小个人贷款企业面临的困境296

2、中小个人贷款企业对策探讨298

三、国内个人贷款企业的出路分析300

第三节 中国个人贷款行业存在的问题及对策302

一、中国个人贷款行业存在的问题302

二、个人贷款行业发展的建议对策302

三、市场的重点客户战略实施304

1、实施重点客户战略的必要性304

2、合理确立重点客户306

3、重点客户战略管理307

第四节 中国个人贷款市场发展面临的挑战与对策308

第十八章 2017-2022年个人贷款行业投资战略研究314

第一节 个人贷款行业发展战略研究314

一、战略综合规划314

二、技术开发战略314

三、业务组合战略316

四、区域战略规划317

五、产业战略规划317

六、营销品牌战略318

七、竞争战略规划319

第二节 对我国个人贷款品牌的战略思考319

- 一、个人贷款品牌的重要性319
- 二、个人贷款实施品牌战略的意义320
- 三、我国个人贷款企业的品牌战略321
- 四、个人贷款品牌战略管理的策略321

第三节 个人贷款经营策略分析322

- 一、个人贷款市场细分策略322
- 二、个人贷款市场创新策略322
- 三、品牌定位与品类规划322
- 四、个人贷款新产品差异化战略323

第四节 个人贷款行业投资战略研究323

- 一、2015年个人贷款行业投资战略323
- 二、2017-2022年个人贷款行业投资战略324

第十九章 研究结论及投资建议326

第一节 个人贷款行业研究结论及建议326

第二节 个人贷款行业2017-2022年投资建议327

- 一、行业发展策略建议327
- 二、行业投资方向建议329
- 三、行业投资方式建议329

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/309703.html>