

# 2020-2026年中国互联网消 费金融市场深度评估与市场供需预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国互联网消费金融市场深度评估与市场供需预测报告》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/202005/166199.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

互联网消费金融，是以互联网技术为手段，向各阶层消费者提供消费贷款的金融服务，是传统消费金融活动各环节的电子化、网络化、信息化，其本质还是消费金融，但相较于传统消费金融，互联网消费金融大大提升了效率。

《个人征信行业研究报告2017》的数据显示，虽然短期消费信贷和互联网消费的规模仍在不断扩大，但未来几年的增速都会有所放缓。尽管如此，报告给出的增速预测中，互联网消费金融的交易规模依然将维持在70%以上的增速。中国互联网消费金融交易规模数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国互联网消费金融市场深度评估与市场供需预测报告》共十章。首先介绍了互联网消费金融相关概念及发展环境，接着分析了中国互联网消费金融规模及消费需求，然后对中国互联网消费金融市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国互联网消费金融面临的机遇及发展前景。您若想对中国互联网消费金融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：

### 第一章互联网消费金融行业相关概述

#### 1.1服务的内涵与特征

##### 1.1.1服务的内涵

##### 1.1.2服务的特征

#### 1.2互联网消费金融行业相关概述

##### 1.2.1互联网消费金融行业的定义

##### 1.2.2互联网消费金融行业的分类

##### 1.2.3互联网消费金融行业的产业链结构

##### 1.2.4互联网消费金融行业在国民经济中的地位

#### 1.3互联网消费金融行业统计标准介绍

##### 1.3.1行业统计部门和统计口径

##### 1.3.2行业研究机构介绍

1.3.3行业主要统计方法介绍

1.3.4行业涵盖数据种类介绍

## 第二章中国互联网消费金融行业发展环境

2.1中国互联网消费金融行业政策法律环境分析

2.1.1行业管理体制分析

2.1.2行业主要法律法规

2.1.3政策环境对行业的影响

2.2中国互联网消费金融行业经济环境分析

2.2.1宏观经济形势分析

2.2.2宏观经济环境对行业的影响分析

2.3中国互联网消费金融行业社会环境分析

2.3.1行业社会环境分析

2.3.2社会发展对行业的影响分析

2.4中国互联网消费金融行业消费环境分析

2.4.1行业消费驱动分析

2.4.2行业消费需求特点

2.4.3行业消费群体分析

2.4.4消费环境对行业的影响分析

## 第三章中国互联网消费金融行业发展概述

3.1中国互联网消费金融行业发展状况分析

3.1.1中国互联网消费金融行业发展阶段

3.1.2中国互联网消费金融行业发展总体概况

3.1.3中国互联网消费金融行业发展特点分析

3.1.4中国互联网消费金融行业商业模式分析

3.22014-2019年互联网消费金融行业发展现状

3.2.12014-2019年中国互联网消费金融行业市场规模

3.2.22014-2019年中国互联网消费金融行业发展分析

3.2.32014-2019年中国互联网消费金融企业发展分析

3.32014-2019年中国互联网消费金融行业市场供需分析

3.3.1中国互联网消费金融行业供给分析

### 3.3.2 中国互联网消费金融行业需求分析

关于互联网消费金融的分类，目前，根据针对的人群不同和产品不同，互联网消费金融可以分为以下几类：

- 一、综合性电商消费金融，以电商巨头天猫分期、京东白条等公司或产品为代表。
  - 二、3C产品消费金融，以深圳有用分期(美利金融旗下全资子公司)等公司或产品为代表；
  - 三、租房消费分期，以斑马王国、楼立方、房司令等公司或产品为代表；
  - 四、二手车消费分期市场，以上海力蕴二手车金融(美利金融旗下全资子公司)等公司或产品为代表；
  - 五、大学生消费分期市场，以分期乐、趣分期、优分期等公司或产品为代表；
  - 六、蓝领消费分期市场，以买单侠、51酷卡(美利金融旗下)等公司或产品为代表；
  - 七、装修消费分期市场，以小窝金服、家分期、土巴兔、绿豆家装等公司或产品为代表；
  - 八、旅游消费分期市场，以呼哧旅游、首付游、京东旅游等公司或产品为代表；
  - 九、教育消费分期市场，以蜡笔分期、学好贷等公司或产品为代表；
  - 十、农业消费分期市场，以可牛金融、农分期、领鲜理财等公司或产品为代表；
- 中国移动互联网用户规模资料来源：公开资料整理

### 3.3.3 中国互联网消费金融行业供需平衡

## 第四章 中国互联网消费金融行业发展前景分析

### 4.1 2020-2026年中国互联网消费金融市场发展前景

#### 4.1.1 2020-2026年互联网消费金融市场发展潜力

#### 4.1.2 2020-2026年互联网消费金融市场发展前景展望

#### 4.1.3 2020-2026年互联网消费金融细分行业发展前景分析

### 4.2 2020-2026年中国互联网消费金融市场发展趋势预测

#### 4.2.1 2020-2026年互联网消费金融行业发展趋势

#### 4.2.2 2020-2026年互联网消费金融市场规模预测

#### 4.2.3 2020-2026年互联网消费金融行业应用趋势预测

#### 4.2.4 2020-2026年细分市场发展趋势预测

### 4.3 2020-2026年互联网消费金融行业投资风险分析

#### 4.3.1 行业政策风险

#### 4.3.2 宏观经济风险

#### 4.3.3 市场竞争风险

#### 4.3.4 关联产业风险

#### 4.3.5其他投资风险

#### 4.42020-2026年中国互联网消费金融行业面临的困境及对策

##### 4.4.1中国互联网消费金融行业面临的困境及对策

- 1、中国互联网消费金融行业面临困境
- 2、中国互联网消费金融行业对策探讨

##### 4.4.2中国互联网消费金融企业发展困境及策略分析

- 1、中国互联网消费金融企业面临的困境
- 2、中国互联网消费金融企业的对策探讨

##### 4.4.3国内互联网消费金融企业的出路分析

### 第五章中国互联网消费金融行业服务领域分析

#### 5.1互联网消费金融行业服务领域概况

##### 5.1.1行业主要服务领域

##### 5.1.2行业服务结构分析

##### 5.1.3服务发展趋势分析

##### 5.1.4服务策略建议

#### 5.2服务领域——电商

##### 5.2.1市场发展现状概述

##### 5.2.2行业市场应用规模

##### 5.2.3行业市场需求分析

#### 5.3服务领域——P2P

##### 5.3.1市场发展现状概述

##### 5.3.2行业市场应用规模

##### 5.3.3行业市场需求分析

#### 5.4服务领域——网络分期

##### 5.4.1市场发展现状概述

##### 5.4.2行业市场应用规模

##### 5.4.3行业市场需求分析

### 第六章中国互联网消费金融行业市场竞争格局分析

#### 6.1互联网消费金融行业竞争格局分析

##### 6.1.1互联网消费金融行业区域分布格局

- 6.1.2互联网消费金融行业企业规模格局
- 6.1.3互联网消费金融行业企业性质格局
- 6.2互联网消费金融行业竞争状况分析
  - 6.2.1互联网消费金融行业上游议价能力
  - 6.2.2互联网消费金融行业下游议价能力
  - 6.2.3互联网消费金融行业新进入者威胁
  - 6.2.4互联网消费金融行业替代产品威胁
  - 6.2.5互联网消费金融行业内部竞争分析
- 6.3互联网消费金融行业投资兼并重组整合分析
  - 6.3.1投资兼并重组现状
  - 6.3.2投资兼并重组案例
  - 6.3.3投资兼并重组趋势

## 第七章中国互联网消费金融行业企业经营分析

- 7.1京东金融集团经营分析
  - 7.1.1企业发展基本情况
  - 7.1.2企业主要服务分析
  - 7.1.3企业竞争优势分析
  - 7.1.4企业经营状况分析
- 7.2平安普惠金融有限公司经营分析
  - 7.2.1企业发展基本情况
  - 7.2.2企业主要服务分析
  - 7.2.3企业竞争优势分析
  - 7.2.4企业经营状况分析
- 7.3中银消费金融有限公司经营分析
  - 7.3.1企业发展基本情况
  - 7.3.2企业主要服务分析
  - 7.3.3企业竞争优势分析
  - 7.3.4企业经营状况分析
- 7.4上汽通用汽车金融有限责任公司经营分析
  - 7.4.1企业发展基本情况
  - 7.4.2企业主要服务分析

#### 7.4.3企业竞争优势分析

#### 7.4.4企业经营状况分析

### 7.5丰田汽车金融（中国）有限公司经营分析

#### 7.5.1企业发展基本情况

#### 7.5.2企业主要服务分析

#### 7.5.3企业竞争优势分析

#### 7.5.4企业经营状况分析

## 第八章互联网对互联网消费金融行业的影响分析

### 8.1互联网对互联网消费金融行业的影响

#### 8.1.1智能服务设备发展情况分析

##### 1、智能服务设备发展概况

##### 2、主要服务APP应用情况

#### 8.1.2服务智能设备经营模式分析

##### 1、智能硬件模式

##### 2、服务APP模式

##### 3、虚实结合模式

##### 4、个性化资讯模式

#### 8.1.3智能设备对互联网消费金融行业的影响分析

##### 1、智能设备对互联网消费金融行业的影响

##### 2、服务智能设备的发展趋势分析

### 8.2互联网+服务发展模式分析

#### 8.2.1互联网+服务商业模式解析

##### 1、商业银行&mdash;&mdash;传统信贷转型，注重产品创新和场景延伸

###### （1）服务模式

###### （2）盈利模式

##### 2、消费金融公司&mdash;&mdash;牌照价值仍旧明显

###### （1）服务模式

###### （2）盈利模式

#### 8.2.2互联网+服务案例分析

##### 1、互补京东零售业务京东消费金融战略地位显现

##### 2、分期乐升级变乐信集团布局消费金融共生体系



### 3、背靠联通和招行招联提升场景适配能力

### 8.3互联网背景下互联网消费金融行业发展趋势分析

## 第九章互联网消费金融企业市场营销策略探讨

### 9.1服务营销的特点

#### 9.1.1服务产品的无形性

#### 9.1.2服务的不可分离性

#### 9.1.3服务产品的可变性

#### 9.1.4服务产品的易失性

### 9.2互联网消费金融企业的营销策略

#### 9.2.1内部营销与交互作用营销

#### 9.2.2差别化管理

#### 9.2.3服务质量管理

#### 9.2.4平衡供求的策略

### 9.3互联网消费金融企业提高服务质量的营销策略

#### 9.3.1服务质量的主要影响因素模型

#### 9.3.2服务质量影响因素关系分析

#### 9.3.3互联网消费金融企业提高服务质量的营销策略分析

### 9.4互联网消费金融企业的品牌营销

#### 9.4.1互联网消费金融企业品牌营销中存在的问题

##### 1、品牌营销处于初级阶段

##### 2、缺乏品牌塑造意愿

##### 3、服务品牌理念脱离实质

##### 4、品牌营销定位不具备持续价值

#### 9.4.2互联网消费金融企业品牌营销策略分析

##### 1、实行差异化的服务

##### 2、树立服务品牌营销意识

##### 3、提高顾客满意度与忠诚度

##### 4、打造高品质的企业服务文化

## 第十章研究结论及建议

### 10.1研究结论

## 10.2建议

### 10.2.1行业发展策略建议

### 10.2.2行业投资方向建议

### 10.2.3行业投资方式建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/166199.html>