

2025-2030年中国消费信贷行业市场前瞻与投资规划分析报告

目 录

CONTENTS

- 第1章：消费信贷行业发展综述
 - 1.1 消费信贷的基本介绍
 - 1.1.1 消费信贷的概念
 - 1.1.2 消费信贷的基本类型
 - 1.1.3 消费信贷的主要形式
 - 1.2 消费信贷行业市场环境及影响
 - 1.2.1 消费信贷行业政治法律环境（P）
 - （1）行业政策法规汇总
 - （2）行业重要政策解读
 - 1.2.2 行业经济环境分析（E）
 - （1）宏观经济形势分析
 - （2）宏观经济环境对行业的影响分析
 - 1.2.3 行业社会环境分析（S）
 - （1）消费信贷产业社会环境
 - （2）社会环境对行业的影响
 - （3）消费信贷产业发展对社会发展的影响
- 第2章：国际消费信贷行业发展分析及经验借鉴
 - 2.1 国际消费信贷主要应用场景分析
 - 2.1.1 住房消费信贷发展分析
 - （1）公共住房银行模式
 - （2）强制住房储蓄模式
 - （3）合同住房储蓄模式
 - （4）商业资本市场模式
 - 2.1.2 汽车消费信贷发展分析
 - 2.1.3 其他领域消费信贷发展分析
 - （1）助学贷款发展分析
 - （2）旅游信贷发展分析
 - 2.2 美国消费信贷市场分析
 - 2.2.1 美国消费信贷发展历程
 - 2.2.2 美国的消费信贷市场监管体系
 - 2.2.3 美国消费信贷市场主要产品及参与主体
 - 2.2.4 美国消费信贷市场规模分析
 - 2.3 韩国消费信贷市场分析
 - 2.3.1 韩国消费信贷发展历程
 - 2.3.2 韩国的消费信贷市场监管体系
 - 2.3.3 韩国消费信贷市场主要产品及参与主体
 - 2.3.4 韩国消费信贷市场规模分析
 - 2.4 日本消费信贷市场分析
 - 2.4.1 日本消费信贷发展历程
 - 2.4.2 日本的消费信贷市场监管体系
 - （1）日本征信体系
 - （2）日本法律保障体系
 - 2.4.3 日本消费信贷市场主要产品及参与主体
 - （1）市场参与主体
 - （2）消费信贷产品
 - 2.4.4 日本消费信贷市场规模分析
 - 2.5 主要地区消费信贷市场发展对中国的启示
- 第3章：我国消费信贷行业发展现状分析
 - 3.1 中国消费信贷市场发展特点分析
 - 3.1.1 消费信贷产品体系日益丰富
 - 3.1.2 消费成为经济增长驱动力

- 3.1.3 政策促进与监管趋严并存
 - 3.1.4 线上成消费信贷产品竞争新赛道
 - 3.2 中国消费信贷市场存在问题剖析**
 - 3.2.1 市场不规范现象时有发生
 - 3.2.2 信息不对称制约市场发展
 - (1) 共债率问题
 - (2) 征信信息不对称问题
 - 3.2.3 产品同质化现象严重
 - 3.2.4 企业资金成本上升
 - 3.3 中国消费信贷市场发展规模分析**
 - 3.3.1 金融机构消费信贷余额分析
 - (1) 金融机构信贷收支分析
 - (2) 金融机构按部分信贷收支分析
 - (3) 金融机构中长期贷款分析
 - (4) 金融机构境内专项贷款分析
 - (5) 金融机构涉农贷款分析
 - (6) 金融机构消费贷款分析
 - 3.3.2 互联网平台消费信贷余额分析
 - (1) P2P网贷贷款余额分析
 - (2) 小额贷款公司贷款余额分析
 - (3) 互联网消费金融平台信贷分析
 - 3.4 中国消费信贷市场风控分析**
 - 3.4.1 消费信贷市场主要风控机制
 - (1) 美国模式
 - (2) 欧盟模式
 - (3) 中国模式
 - (4) 总结
 - 3.4.2 消费信贷不良率分析
 - (1) 商业银行不良率分析
 - (2) 消费金融公司不良率分析
 - (3) P2P网贷企业不良率分析
 - (4) 小贷公司不良率分析
 - 3.4.3 消费信贷风控建议
 - 3.5 中国消费信贷主要参与主体分析**
 - 3.5.1 中国消费信贷参与主体基本概况
 - (1) 商业银行
 - (2) 消费金融公司
 - (3) 基于电商平台互联网金融公司
 - (4) 其他互联网金融公司
 - (5) 小额贷款公司
 - 3.5.2 中国消费信贷主要参与主体产品类型分析
 - (1) 商业银行产品分析
 - (2) 消费金融公司产品分析
 - (3) 互联网金融公司产品分析
 - (4) 小额贷款公司产品分析
 - 3.5.3 中国消费信贷各参与主体核心竞争力分析
 - (1) 商业银行开展信贷业务核心竞争力分析
 - (2) 消费金融公司开展信贷业务核心竞争力分析
 - (3) 互联网金融公司开展信贷业务核心竞争力分析
 - (4) 小贷公司开展信贷业务核心竞争力分析
 - 3.6 中国消费信贷市场发展策略分析**
 - 3.6.1 促进消费信贷业务发展的因素分析
 - 3.6.2 规范我国消费信贷外部环境势在必行
 - 3.6.3 从观念和供给角度推动消费借贷扩张
 - 3.6.4 创新个人消费信贷发放模式的路径分析
 - 3.6.5 商业银行消费信贷业务营销策略多样化分析
- 第4章：我国消费信贷细分市场分析及预测**
- 4.1 中国住房消费信贷市场分析**
 - 4.1.1 房地产行业发展现状分析

- (1) 房地产行业投资规模
- (2) 房地产行业销售规模
- 4.1.2 住房消费信贷消费者行为分析
 - (1) 消费者贷款购房比重
 - (2) 贷款购房消费者年龄分布
 - (3) 消费者贷款购房原因分析
- 4.1.3 住房消费信贷业务运营模式
- 4.1.4 我国住房租赁市场发展的现状及趋势
 - (1) 住房租赁市场需求旺盛
 - (2) 供应体系不健全成为当前住房租赁市场的突出矛盾
 - (3) 政策支持下住房租赁市场空间巨大
 - (4) 住房租赁市场未来发展方向预判
- 4.1.5 住房消费信贷业务风险控制
- 4.1.6 住房消费信贷业务发展潜力
- 4.1.7 住房租赁金融市场的布局
 - (1) 建设银行
 - (2) 中国银行
 - (3) 农业银行
- 4.1.8 我国住房租赁市场发展的现状及趋势
 - (1) 政策推动住房租赁市场进入发展新阶段
 - (2) 住房租赁市场需求旺盛
 - (3) 供应体系不健全成为当前住房租赁市场的突出矛盾
 - (4) 政策支持下住房租赁市场空间巨大
 - (5) 住房租赁市场未来发展方向预判
- 4.2 中国汽车消费信贷市场分析**
 - 4.2.1 中国汽车消费信贷市场状况
 - (1) 汽车销量情况
 - (2) 汽车金融渗透率
 - (3) 汽车金融市场规模
 - 4.2.2 汽车消费信贷消费者行为分析
 - (1) 贷款购车市场结构
 - (2) 消费者贷款购车原因分析
 - 4.2.3 汽车消费信贷业务典型平台
 - 4.2.4 汽车消费信贷行业投融资情况
 - 4.2.5 中国汽车消费信贷模式研究
 - (1) 传统的信贷模式—银行汽车信贷模式
 - (2) 变通的信贷模式—经销商汽车信贷模式
 - (3) 新型汽车信贷模式—汽车金融信贷模式
 - (4) 非专门的汽车信贷新模式—信用卡分期付款购车模式
 - 4.2.6 汽车消费信贷发展趋势
 - (1) 风险管理专业化
 - (2) 产品个性化
 - (3) 主体多样化
 - (4) 向品牌化、网络化、规模化方向发展
 - 4.2.7 中国汽车消费信贷市场存在问题
 - (1) 法律体系不健全，政策不明朗
 - (2) 国内信用体系不完善
 - 4.2.8 中国汽车消费信贷市场的发展策略
 - (1) 我国汽车消费信贷市场发展的对策
 - (2) 我国汽车消费信贷产业链完善路径
 - 4.2.9 汽车消费信贷业务平台风险控制
 - (1) 汽车消费信贷的风险分析
 - (2) 汽车消费信贷的风险防范措施
- 4.3 消费信贷其他细分领域分析**
 - 4.3.1 农村消费信贷市场业务分析
 - (1) 农村消费信贷概述
 - (2) 农村消费信贷发展现状
 - (3) 农村消费信贷市场竞争主体
 - (4) 农业消费信贷业务运营模式

- (5) 农村消费信贷市场规模
- (6) 农村消费信贷存在的问题
- (7) 农村消费信贷应对政策
- 4.3.2 信用卡消费信贷市场业务分析
 - (1) 中国信用卡产业发展概况
 - (2) 信用卡发卡量
 - (3) 信用卡使用情况
 - (4) 信用卡授信额度使用率情况
- 4.3.3 旅游消费信贷市场业务分析
 - (1) 旅游行业发展规模分析
 - (2) 旅游消费信贷消费者行为分析
 - (3) 旅游消费信贷业务运营模式
 - (4) 旅游消费信贷竞争主体
 - (5) 旅游消费信贷业务典型平台——首付游
 - (6) 旅游消费信贷业务平台风险控制
 - (7) 旅游消费信贷业务平台收益来源
 - (8) 旅游消费信贷业务发展潜力分析
- 4.3.4 装修消费信贷市场业务分析
 - (1) 装修消费信贷业务运营模式
 - (2) 互联网装修行业市场规模
 - (3) 装修消费信贷存在的问题
 - (4) 家装消费信贷市场竞争主体
- 4.3.5 教育消费信贷市场业务分析
 - (1) 教育消费信贷行业竞争主体
 - (2) 教育消费信贷业务模式
 - (3) 在线教育市场规模
- 4.3.6 医疗消费信贷市场业务分析
 - (1) 医疗消费信贷发展现状
 - (2) 医疗消费信贷市场竞争主体
 - (3) 医疗美容行业市场规模
 - (4) 医疗消费信贷发展的制约因素
- 4.3.7 电商消费信贷场景分析
 - (1) 电商消费信贷概述
 - (2) 电商消费信贷竞争主体
 - (3) 电商消费信贷市场发展现状
 - (4) 电商消费信贷业务运营模式
 - (5) 电商消费信贷产品分析

第5章：中国消费信贷行业用户分析

5.1 中国消费信贷用户画像分析

- 5.1.1 用户性别画像
- 5.1.2 用户年龄画像
- 5.1.3 用户设备画像
- 5.1.4 用户消费能力画像
- 5.1.5 用户地域分布画像

5.2 中国消费信贷用户场景偏好分析

- 5.2.1 不同性别用户消费场景偏好
- 5.2.2 各年龄层次用户消费场景偏好
- 5.2.3 不同城市用户消费场景偏好

5.3 中国消费信贷用户借款行为分析

- 5.3.1 人均借款额
- 5.3.2 借款期限
- 5.3.3 人均申请次数
- 5.3.4 借款次数分布
- 5.3.5 借款用途分布
- 5.3.6 逾期情况
- 5.3.7 用户了解信贷产品渠道分析

第6章：消费信贷行业重点企业经营分析

- 6.1 中国消费信贷企业总体发展状况分析
- 6.2 中国领先消费信贷企业经营形势分析

- 6.2.1 中银消费金融公司
 - (1) 企业发展概况分析
 - (2) 企业资产结构分析
 - (3) 企业服务体系分析
 - (4) 企业风险管理分析
 - (5) 企业经营模式分析
 - (6) 企业消费信贷经济指标分析
 - (7) 企业竞争优势劣势分析
 - (8) 企业最新发展动向
- 6.2.2 北银消费金融公司
 - (1) 企业发展概况分析
 - (2) 企业资产结构分析
 - (3) 企业服务体系分析
 - (4) 企业客户群体分析
 - (5) 企业经营模式分析
 - (6) 企业消费信贷经济指标分析
 - (7) 企业竞争优势劣势分析
- 6.2.3 中国工商银行
 - (1) 企业发展概况分析
 - (2) 企业资产结构分析
 - (3) 企业服务体系分析
 - (4) 企业风险管理分析
 - (5) 企业经营模式分析
 - (6) 企业消费信贷经济指标分析
 - (7) 企业竞争优势劣势分析
 - (8) 企业最新发展动向
- 6.2.4 中国建设银行
 - (1) 企业发展概况分析
 - (2) 企业资产结构分析
 - (3) 企业服务体系分析
 - (4) 企业风险管理分析
 - (5) 企业经营模式分析
 - (6) 企业消费信贷经济指标分析
 - (7) 企业竞争优势劣势分析
- 6.2.5 中国银行
 - (1) 企业发展概况分析
 - (2) 企业资产结构分析
 - (3) 企业服务体系分析
 - (4) 企业风险管理分析
 - (5) 企业经营模式分析
 - (6) 企业消费信贷经济指标分析
 - (7) 企业竞争优势劣势分析
- 6.2.6 中国农业银行
 - (1) 企业发展概况分析
 - (2) 企业资产结构分析
 - (3) 企业服务体系分析
 - (4) 企业风险管理分析
 - (5) 企业经营模式分析
 - (6) 企业消费信贷经济指标分析
 - (7) 企业竞争优势劣势分析
 - (8) 企业最新发展动向
- 6.2.7 招商银行
 - (1) 企业发展概况分析
 - (2) 企业资产结构分析
 - (3) 企业服务体系分析
 - (4) 企业风险管理分析
 - (5) 企业经营模式分析
 - (6) 企业消费信贷经济指标分析
 - (7) 企业竞争优势劣势分析

- (8) 企业最新发展动向
- 6.2.8 中信银行
 - (1) 企业发展概况分析
 - (2) 企业资产结构分析
 - (3) 企业服务体系分析
 - (4) 企业风险管理分析
 - (5) 企业经营模式分析
 - (6) 企业消费信贷经济指标分析
 - (7) 企业竞争优势分析
 - (8) 企业最新发展动向
- 6.2.9 交通银行
 - (1) 企业发展概况分析
 - (2) 企业资产结构分析
 - (3) 企业服务体系分析
 - (4) 企业风险管理分析
 - (5) 企业经营模式分析
 - (6) 企业消费信贷经济指标分析
 - (7) 企业竞争优势分析
- 6.2.10 华夏银行
 - (1) 企业发展概况分析
 - (2) 企业资产结构分析
 - (3) 企业服务体系分析
 - (4) 企业风险管理分析
 - (5) 企业经营模式分析
 - (6) 企业消费信贷经济指标分析
 - (7) 企业竞争优势分析
- 6.2.11 京东金融
 - (1) 白条产品简介
 - (2) 白条服务内容
 - (3) 白条风控管理模式
 - (4) 京东消费金融发展战略
- 6.2.12 蚂蚁金服
 - (1) 经营效益
 - (2) 五大业务

第7章：消费信贷行业ABS发行情况

7.1 消费信贷ABS相关概述

- 7.1.1 消费信贷ABS的概念
- 7.1.2 消费信贷类ABS基本类型
- 7.1.3 消费信贷类ABS特点
- 7.1.4 消费信贷ABS发展历程

7.2 消费信贷ABS发行状况

- 7.2.1 消费信贷ABS发行规模
- 7.2.2 消费信贷ABS发行主体自持次级情况
- 7.2.3 消费信贷ABS发行结构
- 7.2.4 消费信贷ABS利率水平
- 7.2.5 消费金融公司增资情况

第8章：中国消费信贷行业前景及投资价值

8.1 中国消费信贷市场发展前景分析

- 8.1.1 中国消费信贷市场发展潜力
 - (1) 消费信贷服务场景延伸
 - (2) 中国消费信贷市场渗透率较低
- 8.1.2 年中国消费信贷市场发展前景展望
 - (1) 金控化、平台化
 - (2) 服务人群：年轻化、普惠化
 - (3) 消费场景：“大而全”+“小而美”
 - (4) 科技驱动
 - (5) 服务主体间的合作与融合
- 8.1.3 中国消费信贷细分领域发展前景分析
 - (1) 金融机构消费信贷前景分析

- (2) P2P消费信贷前景分析
- (3) 小额贷款企业消费信贷前景分析
- (4) 互联网金融平台消费信贷前景分析
- 8.2 中国消费信贷行业投资特性分析**
 - 8.2.1 消费信贷行业进入壁垒分析
 - 8.2.2 消费信贷行业盈利因素分析
 - 8.2.3 消费信贷行业盈利模式分析
- 8.3 中国消费信贷行业投资价值评估分析**
 - 8.3.1 行业投资效益分析
 - 8.3.2 产业发展的空白点分析
 - (1) 基于大数据线上融资服务创新
 - (2) 探索区块链技术融资服务
 - (3) 创新政府或平台增信融资服务模式
 - 8.3.3 新进入者应注意的障碍因素
- 8.4 中国消费信贷行业投资风险及防范**
 - 8.4.1 政策风险及防范
 - 8.4.2 技术风险及防范
 - 8.4.3 资金成本风险及防范
 - 8.4.4 宏观经济波动风险及防范
 - 8.4.5 产品结构风险及防范
- 8.5 中国消费信贷行业投资策略建议**
 - 8.5.1 消费信贷品牌化发展投资策略
 - 8.5.2 消费信贷产品多元化投资策略
 - 8.5.3 消费信贷产品差异化投资策略
- 8.6 中国消费信贷行业投资方式建议**
 - 8.6.1 行业主要投资方式
 - (1) 消费金融行业紧密结合新技术
 - (2) 互联网消费金融机构和传统金融巨头合作增加
 - (3) 向高频消费场景渗透
 - (4) 服务人群：年轻化、普惠化
 - (5) 落实消费场景
 - 8.6.2 前瞻投资方式建议
 - (1) 加强制度建设，完善专业体系
 - (2) 提升信息化水平，提升消费金融风险管控水平
 - (3) 征信与消费金融结合

图表目录

- 图表1：消费信贷分类表
- 图表2：消费信贷的主要形式
- 图表3：中国消费金融行业政策汇总
- 图表4：2014-2024年中国GDP增长走势图（单位：亿元，%）
- 图表5：2016-2024年社会消费品零售总额（单位：亿元，%）
- 图表6：2013-2024年中国城镇居民和农村居民人均可支配收入情况（单位：元，%）
- 图表7：2020-2024年中国居民人均消费支出情况（单位：元，%）
- 图表8：2017-2024年中国中长期及短期贷款利率（单位：%）
- 图表9：2024年中国主要经济指标增长及预测（单位：%）
- 图表10：2016-2024年我国网民规模及互联网普及率（单位：万人，%）
- 图表11：百行征信股东简介
- 图表12：传统消费信贷与线上分期对比
- 图表13：国际主要国家汽车信贷发展情况
- 图表14：美国北卡罗来纳州消费信贷监管体系分析
- 图表15：2016-2024年美联储消费信贷总额（单位：亿美元，%）
- 图表16：2020-2024年美联储消费信贷主要供给资金来源（单位：十亿美元）
- 图表17：韩国卡债危机后采取的措施
- 图表18：韩国消费信贷市场主要参与主体

- 图表19: 韩国消费信贷主要产品
- 图表20: 1997-2024年韩国私人信贷规模占GDP比率 (单位: %)
- 图表21: 1997-2024年韩国私人信贷增长率 (单位: %)
- 图表22: 日本法定最高贷款利率变化 (单位: %)
- 图表23: 2018-2024年日本信贷规模 (单位: 万亿日元, %)
- 图表24: 2013-2024年日本个人按揭贷款和消费信贷需求分析 (单位: %)
- 图表25: 主要地区消费信贷市场发展对中国启示
- 图表26: 2018-2024年最终消费支出对经济增长贡献率 (%)
- 图表27: 五大国有商业银行个人消费信贷产品表
- 图表28: 2015-2024年金融机构各项存款规模 (单位: 万亿元)
- 图表29: 2015-2024年金融机构各项贷款规模 (单位: 万亿元)
- 图表30: 2024年金融机构分部门本外币存款来源规模情况 (单位: 万亿元, %)
- 图表31: 2018-2024年工业中长期贷款余额变化 (单位: 万亿元, %)
- 图表32: 2018-2024年服务业中长期贷款余额变化 (单位: 万亿元, %)
- 图表33: 2018-2024年房地产贷款余额变化 (单位: 万亿元, %)
- 图表34: 2018-2024年小微企业贷款余额变化 (单位: 万亿元, %)
- 图表35: 2018-2024年“三农”贷款余额变化 (单位: 万亿元)
- 图表36: 2020-2024年金融机构(本外币)居民消费贷款情况 (单位: 亿元, %)
- 图表37: 2018-2024年P2P网贷交易额与余额 (单位: 亿元)
- 图表38: 2017-2024年小额贷款公司贷款余额变化趋势 (单位: 亿元, %)
- 图表39: 2017-2024年中国互联网消费金融平台交易规模 (单位: 亿元, %)
- 图表40: 个人贷款不良率水平 (单位: 亿元, %)
- 图表41: 2018-2024年信用卡逾期半年未偿信贷总额 (单位: 亿元, %)
- 图表42: 2018-2024年信用卡逾期半年未偿信贷总额占比 (单位: %)
- 图表43: 消费金融企业不良率情况 (单位: %)
- 图表44: 截至2024年逾期率超过10%P2P网贷平台情况 (单位: 万元, %)
- 图表45: 2024年新三板小额贷款公司平均规模 (单位: 亿股, 亿元, 人, 元, %)
- 图表46: 商业银行消费信贷业务主要特征分析
- 图表47: 消费金融公司消费信贷业务商业模式
- 图表48: 消费金融公司主要特征分析
- 图表49: 互联网消费金融特点
- 图表50: 综合性电商平台消费金融商业模式
- 图表51: 典型分期购物平台商业模式分析
- 图表52: 部分分期购物平台主要情况
- 图表53: 2024年国内P2P平台排名前十
- 图表54: 平安消费金融产品简介
- 图表55: 平安消费金融业务模式
- 图表56: P2P系互联网消费金融公司主要特征分析
- 图表57: 小额贷款公司组织架构
- 图表58: 部分商业银行主要消费信贷产品
- 图表59: 部分消费金融公司产品分析
- 图表60: 互联网金融公司产品分析
- 图表61: 小贷公司现金贷产品分析
- 图表62: 2017-2024年中国房地产开发投资及增速 (单位: 万亿元, %)
- 图表63: 2017-2024年我国商品房销售面积及同比增速 (单位: 亿平方米, %)
- 图表64: 2017-2024年我国商品房销售金额及同比增速 (单位: 万亿元, %)
- 图表65: 消费者各购房方式占比 (单位: %)
- 图表66: 贷款购房消费者年龄分布 (单位: %)
- 图表67: 消费者贷款购房原因 (单位: %)
- 图表68: 住房消费信贷业务运营模式
- 图表69: 2025-2030年中国租赁人口数量及资金年收入预测 (单位: 亿人, 万亿元)
- 图表70: 住房消费信贷业务风险控制
- 图表71: 建设银行住房金融业务发展历程
- 图表72: 2025-2030年中国租赁人口数量及资金年收入预测 (单位: 亿人, 万亿元)
- 图表73: 中国汽车消费信贷的发展阶段及特征
- 图表74: 2016-2024年中国汽车销量情况 (单位: 万辆, %)
- 图表75: 世界各国汽车金融渗透率 (单位: %)
- 图表76: 2016-2024年汽车金融市场规模 (单位: 亿元, %)
- 图表77: 中国汽车零售金融的市场份额 (单位: %)

- 图表78: 消费者贷款购车原因分析 (单位: %)
- 图表79: 2024年汽车消费信贷公司排名前十
- 图表80: 汽车金融行业热度
- 图表81: 汽车金融行业2018年投融资情况
- 图表82: 国内商业银行、汽车金融公司与信用卡贷款的比较
- 图表83: 汽车消费信贷主体多元化体现
- 图表84: 汽车消费信贷的风险
- 图表85: 汽车消费信贷的风险防范措施
- 图表86: 农业分期主要参与主体
- 图表87: 农业消费信贷业务运营模式
- 图表88: 2019-2024年中国农村网民规模及互联网普及率情况 (单位: 亿人, %)
- 图表89: 2020-2024年农村网购市场规模 (单位: 亿元, %)
- 图表90: 2015-2024年中国信用卡累计发卡量及人均持卡量情况 (单位: 张, 亿张)
- 图表91: 截至2024年中国主要银行信用卡累计发卡量 (单位: 万张)
- 图表92: 2017-2024年上半年中国主要银行信用卡百度指数平均值
- 图表93: 截至2024年中国主要银行信用卡交易额 (单位: 亿元)
- 图表94: 截至2024年中国主要银行信用卡贷款余额 (单位: 亿元)
- 图表95: 截至2024年中国主要银行信用卡授信额度使用率 (单位: %)
- 图表96: 2014-2024年我国旅游产业收入变化情况 (单位: 亿元, %)
- 图表97: 2016-2024年前三季度在线旅游市场规模 (单位: 亿元, %)
- 图表98: 2015-2024年中国在线旅游行业用户规模 (单位: 万人, %)
- 图表99: 2014-2024年中国在线旅游行业渗透率 (单位: %)
- 图表100: 旅游消费信贷特点分析
- 图表101: 旅游信用卡模式构成图
- 图表102: 商业银行与旅游电子商务网站联合发行的旅游联名卡种类 (单位: 种)
- 图表103: 商业银行与旅游目的地或旅游景点合作的联名卡种类 (单位: 种)
- 图表104: 商业银行与航空公司或酒店合作的联名卡种类 (单位: 种)
- 图表105: 旅游消费信贷操作流程
- 图表106: 旅游分期主要参与主体
- 图表107: 首付游平台链条
- 图表108: 家装消费信贷业务模式
- 图表109: 住房装修贷款和家装分期的区别
- 图表110: 2017-2024年互联网装修行业市场规模 (单位: 亿元, %)
- 图表111: 装修消费信贷存在的问题
- 图表112: 家装消费分期主要参与主体
- 图表113: 教育分期主要参与主体
- 图表114: 教育消费信贷业务模式
- 图表115: 2018-2024年我国在线教育市场规模及增速 (单位: 亿元, %)
- 图表116: 医疗消费信贷行业布局情况
- 图表117: 医疗分期主要参与主体
- 图表118: “钱大夫”服务模式
- 图表119: 2019-2024年中国医疗美容行业市场规模 (单位: 亿元, %)
- 图表120: 医疗消费信贷发展的制约因素
- 略 . . . 完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: service@qianzhan.com

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务！