# 信贷产品 - 中国 - 2016年7月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

“信贷产品的设计和运作更多地受到监管部门，而不是信贷机构本身的影响。在中国，受益于普惠金融政策，网络借贷平台、互联网银行和股权众筹平台等互联网金融企业蒸蒸日上。消费者亦享受着因这些平台机构与传统银行竞争而带来的便利。错败不应被忽略，但也不应被放大。随着更多相应的条例出台，住户贷款市场预计将继续增长，涌现更多负责任的企业和创新性产品。”

– 过人，高级研究分析师，中国

## 在这篇报告中我们回答了以下问题:

- 可以从互联网金融企业身上借鉴什么？
- 信用卡普及是否即将饱和？
- 如何吸引年轻人申请贷款？

目前市场上充斥着关于中国所面临的越来越高的坏账率，非法集资的公司和排斥借贷行为的中国消费者的讨论。那么，市场真相到底是什么？本报告将从监管部门、信贷机构和借款者的角度探讨针对住户的借贷产品。此报告包括三大部分——市场、重点企业和消费者，并讨论了三个关键问题：可以从互联网金融企业身上借鉴什么？信用卡普及是否即将饱和？如何吸引年轻人申请贷款？


**购买**
**这篇报告**

**地址**:
store.mintel.com

**电话**:
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

中国
+86 (21) 6032 7300

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

**邮件**:
reports@mintel.com


**想要了解更多内容？**

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

reports.mintel.com © 2016 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

# 信贷产品 - 中国 - 2016年7月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

## 目录


### 概述

您所需要了解的

报告定义

不包括

数据1: 低/中/高家庭月收入群体的定义（按城市线级区分）

### 综述

市场

数据2: 住户贷款总额，2011-2021年

数据3: 住户贷款总额占国内生产总值比例，2011-2016年

数据4: 消费贷款余额（按短期和长期区分），2007-2016年

数据5: 经营贷款余额（按短期和长期区分），2007-2016年

公司与品牌

数据6: 住户贷款市场份额，2011-2015年

数据7: 信用卡余额市场份额，2014-2015年

消费者

数据8: 信贷产品的使用情况，2016年对比2014年

数据9: 借贷目的，2016年4月

数据10: 部分信用卡办理渠道（按个人月收入区分），2016年4月

数据11: 选择信用卡的因素，2016年4月

数据12: 信用卡的使用习惯与态度（按性别区分），2016年4月

数据13: 对不同贷款渠道的认知，2016年4月

我们的观点

### 议题与洞察

可以从互联网金融企业身上借鉴什么？

现状

启示

信用卡普及是否即将饱和？

现状

启示

如何吸引年轻人申请贷款？

现状

启示

### 市场——您所需要了解的

住户贷款占比继续上升……

……但不同类别情况不同

创新产品推动市场



现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

# 信贷产品 - 中国 - 2016年7月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变


## 市场规模与预测

住户贷款继续上行

数据14: 住户贷款总额，2011-2021年

数据15: 住户贷款总额占国内生产总值比例，2011-2016年

数据16: 住户贷款总额占国内生产总值比例（按国家区分），2011-2015年

快速增长的消费贷款

数据17: 消费贷款余额，2011-2021年

数据18: 消费贷款余额（按短期和长期区分），2007-2016年

经营贷款低迷

数据19: 经营贷款余额，2011-2021年

数据20: 经营贷款余额（按短期和长期区分），2007-2016年

## 市场因素

利率市场化

消费者消费态度

信用卡使用情况

数据21: 信用卡业务收入在1亿元人民币以上的银行数量，2011-2015年

房贷增加

数据22: 商品房交易面积和均价，2011-2015年

网络借贷

民营银行和互联网银行

数据23: 中国五家民营银行资料

去杠杆

## 重点企业——您所需要了解的

传统银行面临激烈竞争

互联网金融

更多监管和新晋企业指日可待

## 市场份额

四大银行称霸住户贷款市场

数据24: 住户贷款市场份额，2011-2015年

中国招商银行是表现最抢眼的信用卡发行机构

数据25: 信用卡余额市场份额，2014-2015年

数据26: 领先银行的不良贷款率，2014-2015年

## 竞争策略

定制信用卡

高端卡

联名信用卡

网络借贷平台的专业金融产品

借力大数据



现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

# 信贷产品 - 中国 - 2016年7月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变


## 谁在创新？

基于使用场合推销产品

无所不能买的分期支付

瞄准大学生

股权众筹

第三方信用核查

## 消费者——您所需要了解的

消费者借贷增多

信用卡遭遇推销难题

信用卡使用态度千差万别

网络借贷平台崛起

## 信贷产品的使用情况

网络消费信用额度成为继信用卡之后的第二大信贷产品

数据27: 信贷产品的使用情况，2016年4月

男性贷款更多

数据28: 信贷产品的使用情况（按性别区分），2016年4月

年轻消费者是信用卡消费生力军

数据29: 信用卡使用情况（按年龄和性别区分），2016年4月

年轻人是网络消费信用额度粉丝

数据30: 网络消费信用额度使用情况（按年龄和性别区分），2016年4月

25-39岁的消费者最需要贷款产品

数据31: 信贷产品的使用情况（按年龄区分），2016年4月

高收入者乐于尝试新型借贷产品

数据32: 信贷产品的使用情况（按家庭月收入区分），2016年4月

## 借贷目的

更贴近生活消费

数据33: 借贷目的，2016年4月

不同产品为了不同目的

数据34: 借贷目的（按产品类型区分），2016年4月

不同使用场合的渗透率

数据35: 不同借贷目的时的首选方式，2016年4月

年轻人要求升级

数据36: 借贷目的（按年龄区分），2016年4月

数据37: 20-24岁消费者的借贷目的（按产品类型区分），2016年4月

中低收入群体的贷款需求更广泛

数据38: 借贷目的（按家庭月收入区分），2016年4月

## 信用卡办理渠道

约有一半到银行网点办理



现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

# 信贷产品 - 中国 - 2016年7月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变


数据39: 信用卡办理渠道，2016年4月

不同年龄群体选择不同渠道

数据40: 部分信用卡办理渠道（按性别和年龄区分），2016年4月

发卡机构缺乏精准促销

数据41: 部分信用卡办理渠道（按个人月收入区分），2016年4月

数据42: 续）部分信用卡办理渠道（按个人月收入区分），2016年4月

选择信用卡的因素

实际需要优先

数据43: 选择信用卡的因素，2016年4月

对卡费的不同态度

数据44: 选择信用卡的因素——非常重要（按年龄区分），2016年4月

按申请渠道区分

数据45: 选择信用卡因素的重要性均值（按办理渠道区分），2016年4月

信用卡的使用习惯与态度

熟知信用卡

数据46: 信用卡的使用习惯与态度，2016年4月

男性更爱使用信用卡

数据47: 信用卡的使用习惯与态度（按性别区分），2016年4月

开展更多业务员推销

数据48: 信用卡的使用习惯与态度（按办理渠道区分），2016年4月

对不同贷款渠道的认知

网络借贷平台蓄势待发

数据49: 对不同贷款渠道的认知，2016年4月

认识英敏特城市精英人群

更依赖金融产品而不是亲朋好友

数据50: 信贷产品的使用情况（按消费者分类区分），2016年4月

把信用卡当作借贷工具，而不是支付方式……

数据51: 借贷目的（按消费者分类区分），2016年4月

……因此信用额度大非常重要

数据52: 选择信用卡的因素——非常重要（按消费者分类区分），2016年4月

附录——市场规模与预测

数据53: 住户贷款总额，2011-2021年

附录——市场细分

数据54: 消费贷款余额，2011-2021年

数据55: 经营贷款余额，2011-2021年

附录——研究方法

研究方法



现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

# 信贷产品 - 中国 - 2016年7月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

扇形图预测

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com
电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094
美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300
亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |
邮件: reports@mintel.com