

中国互联网消费金融市场研究报告

2016年

www.iresearch.com.cn



海量行研报告免费读



1

宏观环境分析

2

消费信贷发展现状

3

新金融行业的消费金融案例——京东金融

4

互联网消费金融趋势前瞻

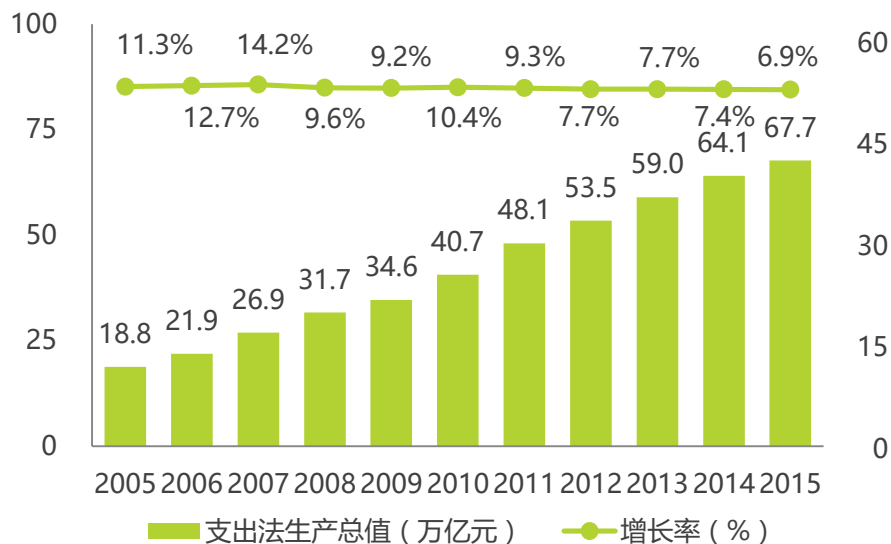
消费促进宏观经济转型

中国国民经济稳中求进，社会消费品零售总额超过30万亿

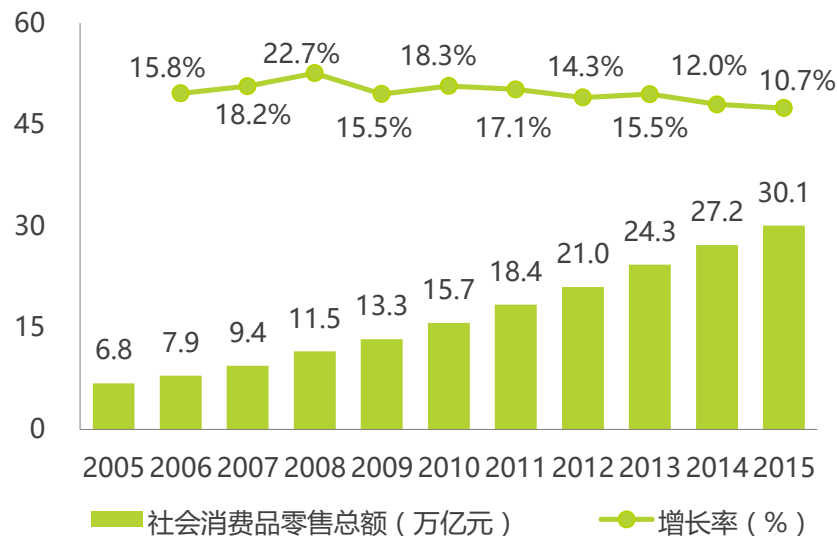
自改革开放以来，中国国民经济长期保持快速增长的态势。数据显示，截止2015年，中国国内生产总值近68万亿元，且依然保持着6.9%的增长速度。艾瑞咨询认为，虽然增速有所下降，但中国国民经济快速增长的态势将长期持续，其中消费对于GDP的贡献将获得显著提升。

2015年中国社会消费品零售总额为300931亿元，同比增长10.7%，高于GDP平均每年约7%的增速。随着我国民间财富的增长，以及国家对消费的刺激政策，我国居民的消费意愿逐年增高。

2005-2015年中国国内生产总值及增长率



2005-2015中国社会消费品零售总额及增长率



来源：国家统计局，艾瑞咨询。

中国消费的巨大潜力

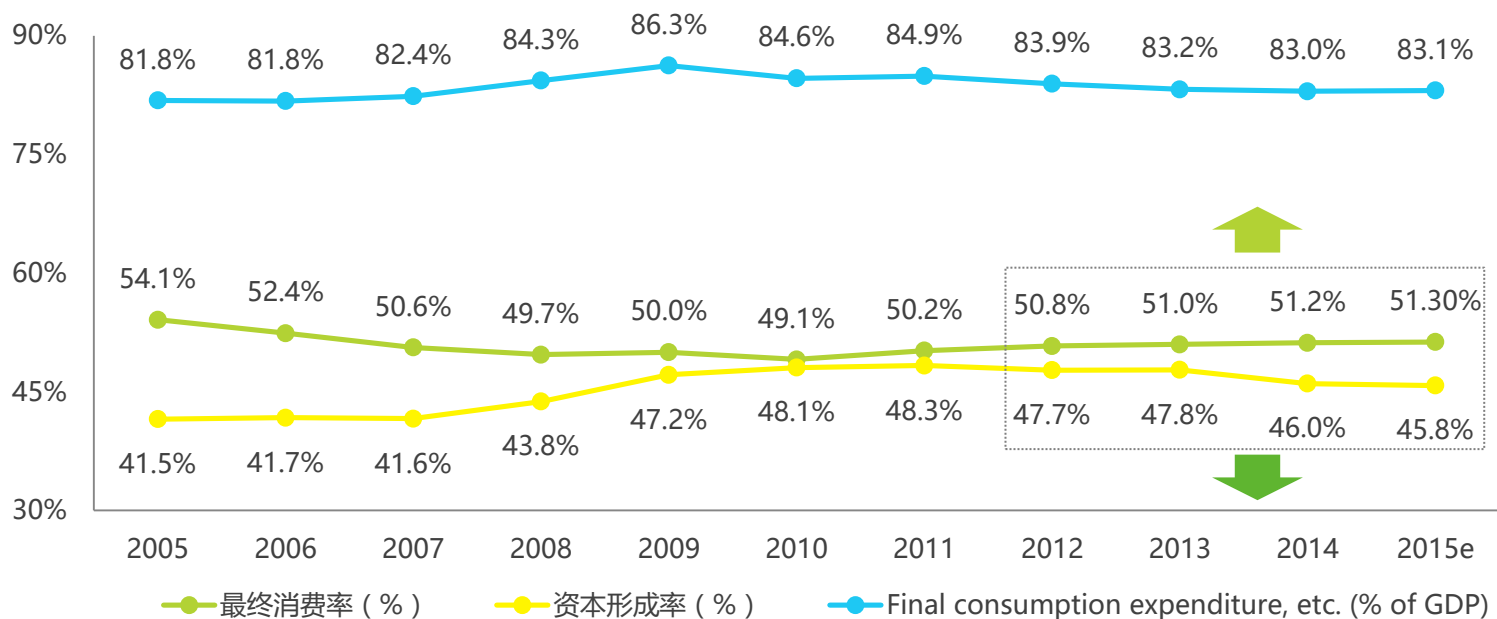
2015年我国最终消费支出对GDP增长的贡献率增加15.4%

数据显示，2015年我国全年最终消费支出对国内生产总值增长的贡献率为66.4%，比上年提高15.4个百分点，但与美国相比依然有较大的差距。

艾瑞咨询认为，经济危机后的中国经济增长过度依赖投资，导致经济结构失衡，同时，由于中国出口对美国 and 欧洲市场的依赖程度较高，因此，海外市场需求疲弱导致货物和服务净出口受负面影响严重。

因此，未来的中国经济结构调整将重点依赖消费这架马车，而这一成果也在2015年的经济数据中有所显现，居民消费的快速增长与消费金融产业的发展相互促进。

2005-2015年中美两国消费对GDP贡献情况



注释：是指一个国家或地区在一定时期内的最终消费（用于居民个人消费和社会消费的总额）占当年GDP的比率，是衡量国民经济中消费比重的重要指标。资本形成率亦称投资率，通常指一定时期内资本形成总额占国内生产总值的比重。资本形成总额包括两部分，一部分是固定资本形成总额，另一部分是存货增加。

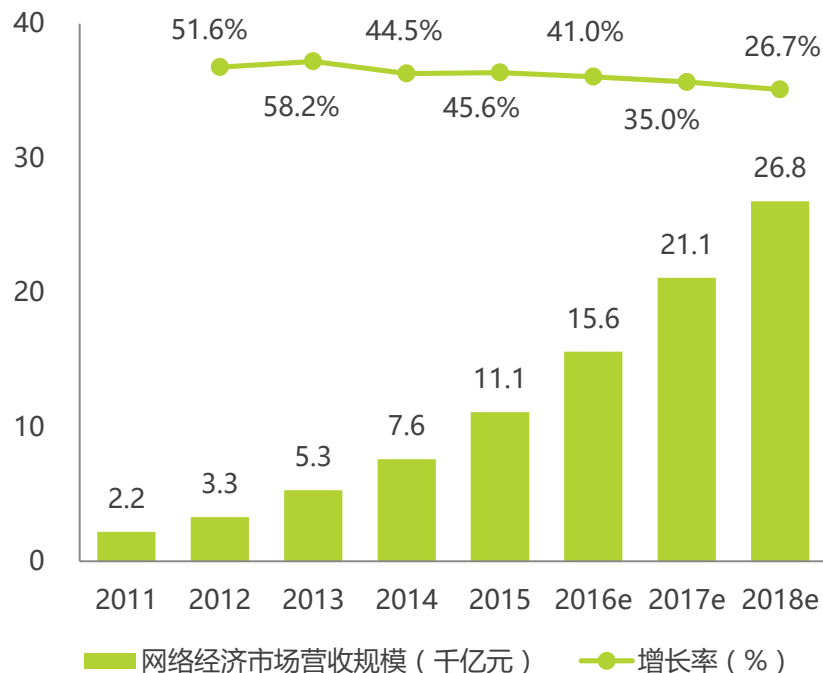
来源：国家统计局，World Bank。

互联网有效释放消费

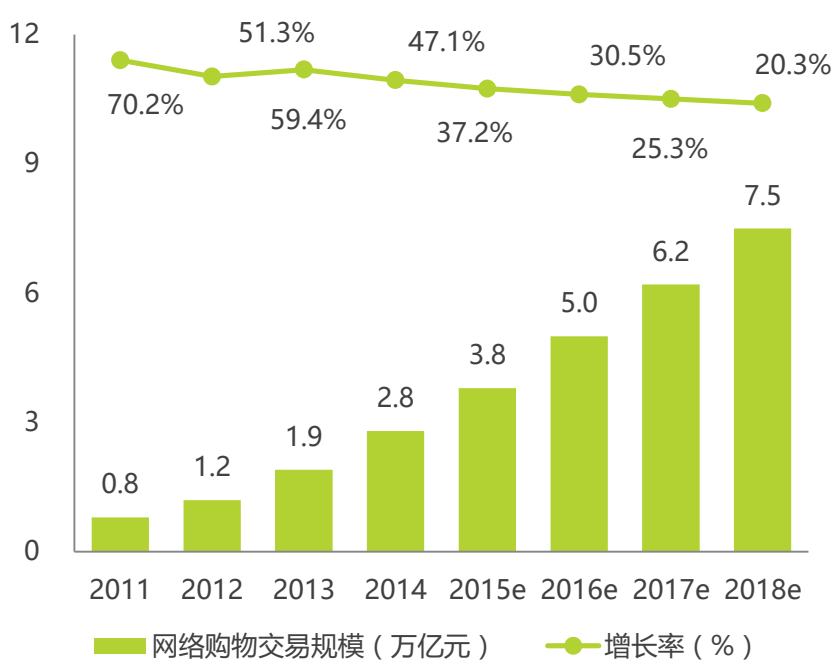
电子商务对于用户行为习惯的颠覆性变革

2015年中国网络经济市场营收规模高达1.1万亿元，同比增长45.6%，而2015年中国网络购物交易规模约为3.8万亿元，同比增长37.2%，未来几年，中国西部省份及中东部三四线城市的网络购物潜力将进一步释放，可以预计，未来国内电商行业整体将成为拉动消费的主要渠道。

2011-2018年中国网络经济市场营收规模



2011-2018年中国网络购物交易规模



来源：1.此处指广义网络经济，艾瑞将广义的网络经济定义为PC网络经济与移动网络经济之和。网络经济市场规模统计各细分行业企业的营收规模；2.从2011Q4开始，移动互联网市场规模包括手机和平板电脑两类移动设备上创造的市场规模总和；3.电子商务市场包含中小企业B2B电子商务、网络购物和在线旅行预订市场；4.网络购物市场规模为C2C交易额和B2C交易额之和。根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

1

宏观环境分析

2

消费信贷发展现状

3

新金融行业的消费金融案例——京东金融

4

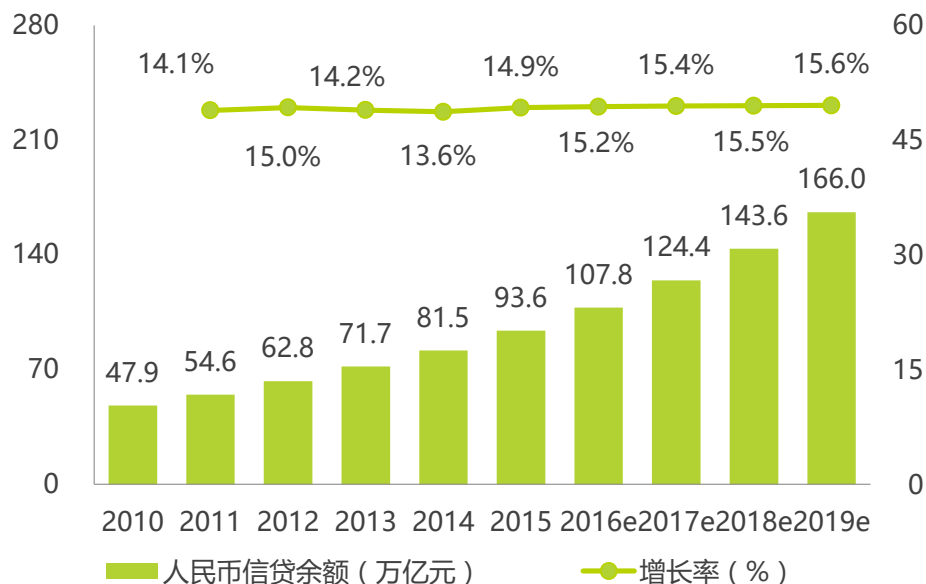
互联网消费金融趋势前瞻

消费是未来信贷主要动力来源

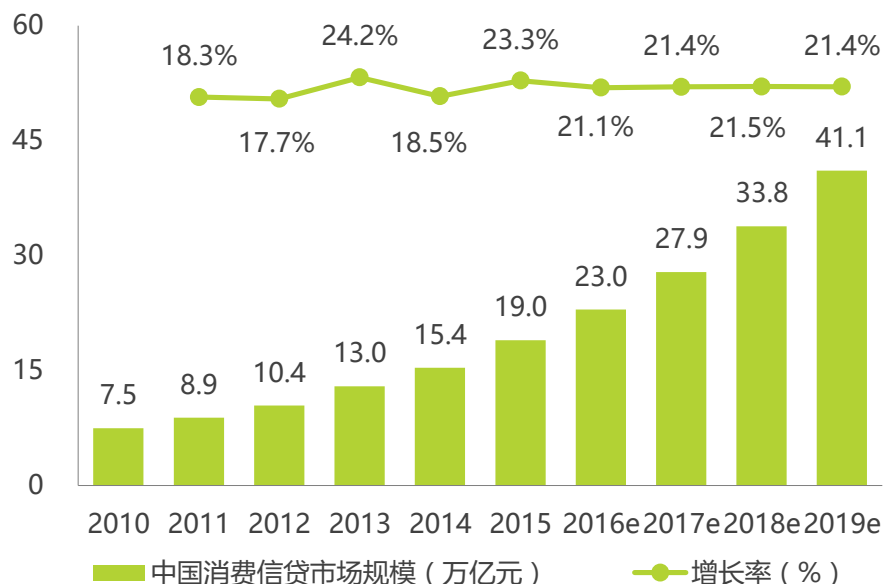
2015年中国消费信贷规模达到19.0万亿，同比增长23.3%

艾瑞咨询数据显示，2015年中国消费信贷规模达到19.0万亿，同比增长23.3%，依然处于快速发展阶段。艾瑞预计，2016年前后，我国信贷余额或将突破100万亿大关。中国消费信贷规模在未来依然仍将维持20%以上的快速增长趋势，预计2019年将达到41.1万亿，是2010年的5倍以上。消费拉动经济增长的趋势将持续显现。

2010-2019年中国人民币信贷余额及增长率



2010-2019年中国消费信贷余额规模及增长率



来源：中国人民银行，艾瑞咨询。

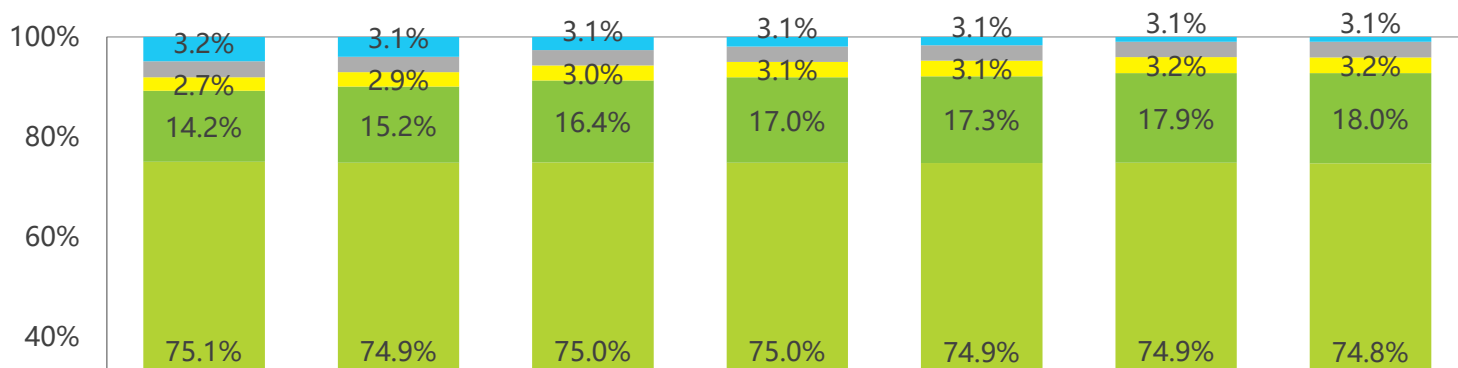
极不平衡的消费信贷

中国住房贷款占消费信贷规模75%

从2013年至今，中国消费信贷领域住房贷款占比始终维持在75%左右，是中国消费信贷的绝对主力。这种情况源于银行风控体系的局限性：必须依靠不动产的抵押物才可以发放贷款，这也是中国消费金融发展缓慢的主要原因。正是由于这种授信模式与消费闭环的制约。

在互联网、电子商务以及网络分期等新模式出现后，由于对用户信用程度和物流的把控，使的原有的风控体系得到升级，那么随着市场接受程度的增加，未来非房产或购车类的消费信贷会有更大的增长潜力，基于真实消费背景的互联网消费金融更具优越性。

2013-2019年中国信贷结构



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21622

