|  |
| --- |
| [中国互联网消费金融行业现状调研分析及市场前景预测报告（2025版）](https://www.20087.com/3/62/HuLianWangXiaoFeiJinRongFaZhanQu.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [中国互联网消费金融行业现状调研分析及市场前景预测报告（2025版）](https://www.20087.com/3/62/HuLianWangXiaoFeiJinRongFaZhanQu.html) |
| 报告编号： | 2097623　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8500 元　　纸介＋电子版：8800 元 |
| 优惠价： | 电子版：7600 元　　纸介＋电子版：7900 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/3/62/HuLianWangXiaoFeiJinRongFaZhanQu.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　互联网消费金融通过在线平台提供贷款、信用卡、分期付款等金融服务，极大地便利了消费者获取信贷。近年来，随着金融科技的创新，如大数据风控、区块链和人工智能，互联网消费金融的风险管理能力得到提升，服务效率和用户体验得到优化。同时，监管政策的完善促进了行业的规范化发展。  
　　未来，互联网消费金融将更加注重个性化和普惠金融。利用大数据和AI技术进行精准营销和个性化服务，满足不同消费者群体的特定需求。同时，金融科技将助力金融服务向农村和偏远地区延伸，提高金融服务的可得性和包容性。此外，强化数据安全和隐私保护，建立信任和透明的金融生态系统，将是行业发展的关键。  
　　《[中国互联网消费金融行业现状调研分析及市场前景预测报告（2025版）](https://www.20087.com/3/62/HuLianWangXiaoFeiJinRongFaZhanQu.html)》通过对互联网消费金融行业的全面调研，系统分析了互联网消费金融市场规模、技术现状及未来发展方向，揭示了行业竞争格局的演变趋势与潜在问题。同时，报告评估了互联网消费金融行业投资价值与效益，识别了发展中的主要挑战与机遇，并结合SWOT分析为投资者和企业提供了科学的战略建议。此外，报告重点聚焦互联网消费金融重点企业的市场表现与技术动向，为投资决策者和企业经营者提供了科学的参考依据，助力把握行业发展趋势与投资机会。  
  
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  
　　3.2 2020-2025年互联网消费金融行业发展现状  
　　　　3.2.1 2020-2025年中国互联网消费金融行业市场规模  
　　　　2015年，中国互联网消费金融交易规模322.8亿元，相比的156.4亿元增长106.4%；预计将达1080亿元。近几年我国互联网消费金融行业市场规模情况如下图所示：  
　　　　2020-2025年中国互联网消费金融行业市场规模情况  
　　　　3.2.2 2020-2025年中国互联网消费金融行业发展分析  
　　　　3.2.3 2020-2025年中国互联网消费金融企业发展分析  
　　3.3 2020-2025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  
　　　　中国的消费金融公司概念，最早出现在2025年。当时，银监会发布《消费金融公司试点管理办法》，此后第二年，北银、锦程、中银和捷信等四家消费金融试点公司获批成立，发起人分别为北京银行、成都银行、中国银行和外资PPF集团。  
　　　　首批成立的4家消费金融公司业务快速扩张，但贷款规模仍然不足100亿元，只占一般性消费信贷中非常少的一部分。而且由于4家消费金融公司有3家是以银行为主导，所以在成立之初，消费金融遭遇了一个尴尬的现实：消费信贷业务基本被银行信用卡覆盖，那些无法申请信用卡的客户也比较难获得消费信贷。在行业发展最初的几年间，消费金融业务模式与业绩饱受争议，参与主体数量也没有进一步放开。  
　　　　2013年，消费金融公司试点进一步扩大，消费金融公司准入门槛放宽，银监会陆续批复招联、兴业和苏宁云商等消费公司筹建。2014年初京东白条的上线和2025年天猫分期的推出标志着大型电商平台介入消费金融领域，另外，互联网金融平台大举发展消费金融业务，逐渐成为消费金融服务的新兴力量。  
　　　　至2025年日，国务院常务会议决定将消费金融公司试点扩至全国之后，消费金融政策限制破冰。2015年7月，经党中央、国务院同意，由人民银行等十部委联合发布的《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》，更加加速了消费金融产品的诞生。  
　　　　2015年6月之后的两个月内，超过12家消费金融公司获准开业，这一数量已接近过去五年消费金融公司的总和。在消费贷款规模上，6月份当月，消费贷款在短期贷款中的占比就上升到43%，消费贷款投放余额占比与年初相比，提高了1个百分点。  
　　　　受政府放开消费金融领域政策的鼓励，日，国内首家专注二手车与3c消费分期服务的互联网消费金融公司——美利金融正式上线，采用一端对接线上有投资需求的投资人、一端对接线下有消费需求的借款人的商业模式。上线不久，迅速发展成为互联网金融业界异军突起的一匹黑马。  
　　　　2015年11月5日，美利金融获得由贝塔斯曼亚洲基金领投，晨兴创投、光信资本、挖财等6家基金及战略投资人跟投的6500万美元A轮融资，创下近一年以来互联网消费金融圈最大的A轮融资规模纪录。  
　　　　2015年的互联网消费金融市场正处于一个异常涌动的节点，互联网金融专家张达志指出，消费金融一定是下一个比较重要的爆发点或者增长点，而在这其中，互联网消费金融会成为其中发展的重要力量，其利用互联网技术手段的创新，将会给消费金融行业带来新的商业模式和观念。  
　　　　3.3.2 中国互联网消费金融行业需求分析  
　　　　所谓互联网消费金融，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。  
　　　　互联网消费金融的分类  
　　　　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；  
　　　　3.3.3 中国互联网消费金融行业供需平衡  
　　　　互联网消费金融的产业链简述  
　　　　完整的互联网消费金融产业链包括上游的资金供给方、消费金融核心圈及下游的催收方或坏账收购方，其中消费金融核心圈又包括消费金融服务提供商、零售商、消费者和征信/评级机构四部分组成。  
　　　　上游的资金供给方包括消费金融服务商的股东、消费金融服务商的资产受让方、P2P网贷平台投资人等。消费金融服务提供商包括银行、互联网消费金融公司、大学生消费分期平台、提供消费分期服务的电商平台、P2P网贷平台等。零售商是广义的零售商，包括各种消费品和服务的经销商。下游的催收方是专业的催收公司，坏账收购方是专门收购坏账的金融机构。  
　　　　消费金融产业链  
　　　　其中，消费金融核心圈分为消费者支付和消费金融服务提供商支付两大模式，第三方独立征信与评级在现阶段缺失，消费金融服务提供商风险控制成本较高。  
　　　　消费者支付模式是消费金融服务提供商先给消费者发放贷款，消费者在消费时自行支付给零售商，这种模式的产品主要有信用卡和综合性消费贷款，对于综合性消费贷款消费金融服务提供商难以控制消费者的资金流向。  
　　　　消费金融服务提供商支付模式是消费者在进行相应消费时消费金融服务提供商直接向零售商支付，这一模式可以保证专款专用，但需要消费金融服务提供商拓展更多合作商户。目前，互联网消费金融平台美利金融采用的就是消费金融服务提供商支付模式，其旗下的力蕴汽车金融和深圳有用分期，在消费者提出购买二手汽车和3C电子产品的借款申请后，直接将钱款支付给零售商，贷款目的更为明确且真实。  
　　　　在消费金融核心圈中，第三方征信与评级是消费金融服务提供商风险控制的关键环节，但目前国内信用体系建设滞后，个人征信与信用评级体系在现阶段处于缺位状态。  
　　　　互联网消费金融未来发展的趋势  
　　　　总的来说，互联网消费金融未来的发展有以下一些趋势：  
　　　　第一，消费场景化。在体验经济时代，昔日企业通过满足消费者对产品功能需求创造利润的模式，已经转化为企业与特定消费者在特定时刻、特定地点、特定情境下共同创造体验的盈利模式。而对于互联网消费金融来说，在消费场景中为消费者提供消费贷款的金融服务已经成为趋势，其中，最关键的就是基于消费场景的体验。此外，个人消费贷款是和消费场景相结合来获取借款客户的，借款目的更明确，反欺诈审核也更精准。  
　　　　京东消费金融事业部总经理许凌举例，在花乡二手车消费的场景里，客户想买二手车需要二手车贷款，如果你告诉客户要填厚厚的一沓资料，然后回家等半个月审批，这事肯定要黄。但是美利金融的产品通过移动互联网技术解决了消费金融信贷的“快”需求，消费场景产生需求，渗透到场景里面获取需求并且通过移动互联网的产品快速完成这样需求服务，这就是很快的互联网消费金融产品体验。  
　　　　第二，细分化和垂直化。消费金融正在向更加细分化和垂直化的方向发展，根据不同人群、不同消费产品的互联网消费金融产品分化得越来越细，而细分、垂直化带来的也是行业的优化，每个领域，每一条行业线，都有更为专业的互联网消费金融公司出现。  
　　　　第三、普惠性、覆盖性。互联网特别是移动互联网技术在消费金融领域的应用，使得消费金融服务更具普惠性和覆盖性，不仅覆盖到生活消费的各个场景，还能够覆盖更多的中低端用户群体，包括农民工等流动人口，以及大学生等中低端用户群体，比如专门针对农民工、蓝领工人的互联网消费金融产品“51酷卡”的出现，就具有普惠金融的性质。  
　　　　行业数据显示，人民币消费信贷余额仅有172亿元，而到了，人民币消费信贷余额已经高达18.18万亿元。而来自的一组数据预计，中国消费信贷规模依然将维持20%以上的复合增长率，预计将超过27万亿元。可以说，国内消费金融一直在在高速发展中。随着消费群体的年轻化、消费观念的改变和消费习惯的升级，消费信贷理念将逐渐被中国消费者所接受，未来的消费金融领域，将会是互联网金融企业踏足的新“蓝海”。  
  
第四章 中国互联网消费金融行业发展前景分析  
　　4.1 2025-2031年中国互联网消费金融市场发展前景  
　　　　4.1.1 2025-2031年互联网消费金融市场发展潜力  
　　　　4.1.2 2025-2031年互联网消费金融市场发展前景展望  
　　　　4.1.3 2025-2031年互联网消费金融细分行业发展前景分析  
　　4.2 2025-2031年中国互联网消费金融市场发展趋势预测  
　　　　4.2.1 2025-2031年互联网消费金融行业发展趋势  
　　　　4.2.2 2025-2031年互联网消费金融市场规模预测  
　　　　4.2.3 2025-2031年互联网消费金融行业应用趋势预测  
　　　　4.2.4 2025-2031年细分市场发展趋势预测  
　　4.3 2025-2031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  
　　4.4 2025-2031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  
　　　　互联网消费金融是以“互联网+消费金融”的新型金融服务方式，满足个人或家庭对最终商品和服务的消费需求而提供的金融服务。随着信息技术不断革新和消费需求不断升级，互联网消费金融渐渐渗人社会生活的各个领域。  
　　　　从阿里推出支付宝解决了网购消费的信用问题开始，互联网消费开始对传统实体消费领域持续渗透。  
　　　　2014年，互联网电商悄然进人消费金融领域，京东率先推出了“京东自条”，阿里推出了“天猫分期”、“蚂蚁花呗”，从而开启了互联网消费金融时代。2014年以后，网贷平台、支付征信机构相继通过小贷、分期类产品进人该消费金融领域，如趣分期等。随着消费金融试点的逐步放开，从2025年开始一些实体产业类机构也相竞引人互联网平台和新一代信息技术，推进消费金融业务，使得传统和互联网消费金融逐渐进人了融合阶段。  
　　　　我国互联网消费金融的主要特点  
　　　　一是以供应链为依托，基于线上化的消费生态体系创造了需求。互联网消费金融主要基于互联网突破地域限制的特征，以自有供应链和他有供应链为依托，在教育、校园、装修、医疗、租房等多领域渗透，拥有更广、更易得、更精准的客户覆盖面，再通过分期的方式解决客户需求与即时购买能力之间的矛盾，从而创造了更多的需求。  
　　　　二是以风控为核心，应用新一代信息技术识别风险，提供小额、便捷的消费金融服务。互联网消费金融风控体系在贷前、贷中的风控手段与传统金融机构比，在模型运用、信息获取、风险识别、审批效率等方面均加强了新一代信息技术的应用，实现了小额授信即时秒批，还可进行流程前期、中期实时欺诈风险识别，并即时中断授信。  
　　　　三是以竞合为导向，存在政策监管风险和融资局限，但拥有广泛紧密共赢的合作。较为大型的互联网消费金融机构逐渐重视政策监管风险，努力达到监管准人、合规方面的标准，积极争取业务牌照，控制法律风险，提高融资资质。同时广泛的与银、证、保、商户紧密合作，促进消费者、商户、金融机构、互联网企业多方共赢。  
　　　　5.1.2 行业服务结构分析  
　　　　2020-2025年我国互联网消费金融细分领域分布格局（亿元）  
　　　　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  
　　　　7.1.5 企业最新发展动态  
　　　　7.1.6 企业发展战略分析  
　　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  
　　　　7.2.5 企业最新发展动态  
　　　　7.2.6 企业发展战略分析  
　　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  
　　　　7.3.5 企业最新发展动态  
　　　　7.3.6 企业发展战略分析  
　　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  
　　　　7.4.5 企业最新发展动态  
　　　　7.4.6 企业发展战略分析  
　　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  
　　　　7.5.5 企业最新发展动态  
　　　　7.5.6 企业发展战略分析  
  
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——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——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 中.智.林：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  
略……

了解《[中国互联网消费金融行业现状调研分析及市场前景预测报告（2025版）](https://www.20087.com/3/62/HuLianWangXiaoFeiJinRongFaZhanQu.html)》，报告编号：2097623，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/3/62/HuLianWangXiaoFeiJinRongFaZhanQu.html>

热点：消费金融行业发展趋势、互联网消费金融产品有哪些、互联网金融的未来趋势、互联网消费金融公司有哪些、互联网消费金融的模式、互联网消费金融产品、互联网消费贷款、互联网消费金融资产证券化、互联网消费金融影响了

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！