

# 2017-2022年中国银行理财产品行业发展现状分析及市场供需预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国银行理财产品行业发展现状分析及市场供需预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/296778.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

银行理财产品，按照标准的解释，应该是商业银行在对潜在目标客户群分析研究的基础上，针对特定目标客户群开发设计并销售的资金投资和管理计划。在理财产品这种投资方式中，银行只是接受客户的授权管理资金，投资收益与风险由客户或客户与银行按照约定方式双方承担。

银监会出台的《商业银行个人理财业务管理暂行办法》对于“个人理财业务”的界定是，“商业银行为个人客户提供的财务分析、财务规划、投资顾问、资产管理等专业化服务活动”。商业银行个人理财业务按照管理运作方式的不同，分为理财顾问服务和综合理财服务。我们一般所说的“银行理财产品”，其实是指其中的综合理财服务。

10日从银监会获悉，截至2012年11月末，全国银行业金融机构理财产品余额达7.61万亿元。

商业银行理财业务自2005年开办以来发展迅速。2011年商业银行共发行8.91万款理财产品，2011年末银行理财产品余额为4.59万亿元。

近八成银行家对理财产品业务发展持支持态度。同时，理财产品市场高速发展背后的风险也引起关注。50.9%的银行家认为理财产品形成的大量表外资产，可能会对银行的资产质量和经营稳定性带来影响。

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 中国银行理财产品行业发展环境

#### 1.1 银行理财产品行业定义及内涵

##### 1.1.1 银行理财产品定义

##### 1.1.2 银行理财产品分类

###### (1) 按标价货币分类

###### (2) 按收益类型分类

##### 1.1.3 银行理财产品运作原理

##### 1.1.4 银行理财产品运作特征

##### 1.1.5 银行理财产品收益来源

##### 1.1.6 银行理财产品与各类理财产品的比较

#### 1.2 银行理财产品行业监管政策

### 1.2.1 行业监管机制

### 1.2.2 行业主要政策解读

- (1) 《关于加强商业银行存款偏离度管理有关事项的通知》
- (2) 《关于规范商业银行理财业务投资运作有关问题的通知》
- (3) 《关于银行业金融机构代销业务风险排查的通知》
- (4) 《关于加强银行理财产品销售自律工作的十条约定》
- (5) 《商业银行理财产品销售管理办法》

### 1.2.3 行业监管政策小结

## 1.3 银行理财产品行业经济环境

### 1.3.1 宏观经济环境

- (1) GDP增长情况
- (2) 经济走势预测

### 1.3.2 居民消费价格指数

### 1.3.3 国内货币供应量分析

### 1.3.4 人民币存贷款利率

### 1.3.5 人民币存贷款余额

### 1.3.6 宏观经济环境小结

- (1) 房地产先行指标持续恶化
- (2) 宽货币未导向宽信用

## 1.4 银行理财产品行业市场经济环境

### 1.4.1 利率市场

### 1.4.2 汇率市场

- (1) 美元指数持续走强
- (2) 欧元汇率低位徘徊
- (3) 澳元理财依旧强势

### 1.4.3 商品市场

### 1.4.4 股票市场

## 第二章 中国银行理财产品行业发展现状及展望

### 2.1 银行理财产品发行规模及增长因素

#### 2.1.1 银行理财产品发行规模及特点

- (1) 银行理财产品发行规模

#### 2010-2015年我国银行理财产品发行规模及增速预测

- (2) 银行理财产品发行特点

## 2.1.2 银行理财产品增长驱动因素

- (1) 供给方因素
- (2) 需求方因素
- (3) 市场结构性因素

## 2.2 银行理财产品发行结构

### 2.2.1 本外币发行结构

- (1) 本外币理财产品发行规模及结构
- (2) 外币理财产品主要币种发行情况

### 2.2.2 发行期限结构

### 2.2.3 发行主体结构

## 2.3 银行理财产品收益情况

### 2.3.1 人民币理财产品收益情况

### 2.3.2 外币理财产品收益情况

### 2.3.3 结构性理财产品收益情况

## 2.4 银行理财产品影响分析

### 2.4.1 理财产品对银行流动性的影响

### 2.4.2 理财产品对银行业绩的影响

## 2.5 银行理财产品市场展望

### 2.5.1 发行规模增速放缓

### 2.5.2 收益率将持续低迷

### 2.5.3 竞争加剧及渠道多元化

## 第三章 中国银行理财产品行业运营模式分析

### 3.1 银行理财产品运营模式分析

#### 3.1.1 资产池模式

- (1) 资产池模式简介
- (2) 资产池类产品规模
- (3) 资产池模式存在缺陷
- (4) 资产池模式存在风险
- (5) 资产池模式监管动向
- (6) 资产池模式转型思路

#### 3.1.2 一对一模式

- (1) 一对一模式简介
- (2) 一对一模式规模

### 3.2 银行与其他机构合作运营模式分析

### 3.2.1 银信合作运营模式

- (1) 银信合作的产生背景
- (2) 银信合作的操作模式
- (3) 银信合作的产品规模
- (4) 银信合作的潜在风险
- (5) 银信合作的政策监管
- (6) 银信合作的发展趋势
- (7) 银信合作的模式创新

### 3.2.2 银基合作运营模式

- (1) 银基合作的产生背景
- (2) 银基合作的操作模式
- (3) 银基合作的潜在风险
- (4) 银基合作的政策监管
- (5) 银基合作的模式创新

### 3.2.3 银保合作运营模式

- (1) 银保合作的产生背景
- (2) 银保合作模式的变迁
- (3) 银保合作的产品规模
- (4) 银保合作的潜在风险
- (5) 银保合作的政策监管
- (6) 银保合作的模式创新

### 3.2.4 银证合作运营模式

- (1) 银证合作的产生背景
- (2) 银证合作的操作模式
- (3) 银证合作的潜在风险
- (4) 银证合作的政策监管
- (5) 银证合作的模式创新

## 第四章 中国银行理财产品行业产品市场现状及前景分析

### 4.1 债券类理财产品发行现状及前景

#### 4.1.1 债券类理财产品介绍

- (1) 产品特点及适合人群
- (2) 债券类产品运作模式

#### 4.1.2 债券类理财产品发行情况及风险

- (1) 债券类理财产品发行规模

- (2) 债券类理财产品发行主体
- (3) 债券类理财产品期限分布
- (4) 债券类理财产品市场地位
- (5) 债券类理财产品投资风险
- 4.1.3 债券类理财产品市场趋势及前景
  - (1) 债券发行规模预测
  - (2) 债券类理财产品市场前景
- 4.2 信贷类理财产品发行现状及前景
  - 4.2.1 信贷类理财产品介绍
    - (1) 产品特点及适合人群
    - (2) 信贷类理财产品运作模式
  - 4.2.2 信贷类理财产品发行情况及风险
    - (1) 信贷类理财产品发行规模
    - (2) 信贷类理财产品发行主体
    - (3) 信贷类理财产品期限分布
    - (4) 信贷类理财产品市场地位
    - (5) 信托资产收益情况
    - (6) 信贷类理财产品投资风险
  - 4.2.3 信贷类理财产品市场趋势及前景
    - (1) 信托资产规模预测
    - (2) 信托行业市场前景
- 4.3 结构性理财产品发行现状及前景
  - 4.3.1 结构性理财产品介绍
    - (1) 产品特点及适合人群
    - (2) 结构性产品运作模式
  - 4.3.2 结构性理财产品发行情况及风险
    - (1) 结构性理财产品发行规模
    - (2) 结构性理财产品期限分布
    - (3) 结构性理财产品市场地位
    - (4) 结构性理财产品收益情况
    - (5) 结构性理财产品投资风险
  - 4.3.3 结构性理财产品市场趋势及前景
    - (1) 结构性理财产品市场趋势
    - (2) 结构性理财产品市场前景
- 4.4 利率类理财产品发行现状及前景

#### 4.4.1 利率理财产品介绍

- (1) 产品特点及适合人群
- (2) 利率类理财产品运作模式

#### 4.4.2 利率类理财产品发行情况及风险

- (1) 利率类理财产品发行主体
- (2) 利率类理财产品期限分布
- (3) 利率类理财产品市场地位
- (4) 利率类理财产品投资风险

#### 4.4.3 利率类理财产品市场趋势及前景

- (1) 利率类理财产品市场趋势
- (2) 利率类理财产品市场前景

#### 4.5 票据类理财产品发行现状及前景

##### 4.5.1 票据类理财产品理财产品介绍

- (1) 产品特点及适合人群
- (2) 票据类理财产品运作模式

##### 4.5.2 票据类理财产品发行情况及风险

- (1) 票据类理财产品发行主体
- (2) 票据类理财产品市场地位
- (3) 票据类理财产品投资风险

##### 4.5.3 票据类理财产品市场趋势及前景

- (1) 票据类理财产品市场趋势
- (2) 票据类理财产品市场前景

### 第五章 中国银行理财产品行业销售渠道及营销策略分析

#### 5.1 银行理财产品行业销售渠道分析

##### 5.1.1 银行网点

- (1) 银行网点的优劣势
- (2) 银行网点发展现状
- (3) 银行网点理财业务趋势

##### 5.1.2 网上银行

- (1) 网上银行的优劣势
- (2) 网上银行交易规模
- (3) 网上银行理财业务趋势

##### 5.1.3 手机银行

- (1) 手机银行的优劣势



- (2) 手机银行交易规模
- (3) 手机银行理财业务趋势
- 5.2 银行理财产品行业营销策略分析
  - 5.2.1 银行理财产品营销SWOT分析
    - (1) 银行理财产品营销优势分析
    - (2) 银行理财产品营销劣势分析
    - (3) 银行理财产品营销机遇分析
    - (4) 银行理财产品营销挑战分析
  - 5.2.2 银行理财产品营销存在问题
    - (1) 目标定位
    - (2) 信息披露
    - (3) 营销渠道
    - (4) 职业素质
    - (5) 客户维护
    - (6) 品牌营销
    - (7) 投资者利益保护机制
  - 5.2.3 银行理财产品营销策略建议
    - (1) 提高产品设计创新能力
    - (2) 加强营销流程管控
    - (3) 拓展产品营销渠道
    - (4) 完善营销团队建设
    - (5) 实施品牌形象管理
    - (6) 完善投诉处理机制
    - (7) 提高风险管控能力
    - (8) 加强业务规范监督

## 第六章 中国银行理财产品行业发行主体特征及竞争分析

- 6.1 银行理财产品发行主体特征分析
  - 6.1.1 国有商业银行理财产品发行特征
    - (1) 投资币种分布特点
    - (2) 期限跨度分布特点
    - (3) 资产标的分布特点
    - (4) 银行个体分布特点
  - 6.1.2 城市商业银行理财产品发行特征
    - (1) 投资币种分布特点

- (2) 期限跨度分布特点
- (3) 资产标的分布特点
- (4) 银行个体分布特点
- 6.1.3 股份制商业银行理财产品发行特征
  - (1) 投资币种分布特点
  - (2) 期限跨度分布特点
  - (3) 资产标的分布特点
  - (4) 银行个体分布特点
- 6.1.4 外资银行理财产品发行特征
  - (1) 投资币种分布特点
  - (2) 期限跨度分布特点
  - (3) 资产标的分布特点
  - (4) 银行个体分布特点
- 6.2 银行理财产品发行主体排名分析
  - 6.2.1 各银行理财产品分类排名
    - (1) 发行能力排名
    - (2) 产品收益率排名
    - (3) 风险控制能力排名
    - (4) 理财产品丰富性排名
  - 6.2.2 各主体分期限收益率排名
    - (1) 1个月期收益率排名
    - (2) 3个月期收益率排名
    - (3) 6个月期收益率排名
    - (4) 12个月期收益率排名
- 6.3 银行理财产品发行主体竞争分析
  - 6.3.1 国有商业银行竞争实力
    - (1) 品牌优势
    - (2) 网络优势
    - (3) 客户优势
  - 6.3.2 城市商业银行竞争实力
    - (1) 理财产品规模扩大
    - (2) 区域优势明显增强
  - 6.3.3 股份制商业银行竞争实力
    - (1) 理财综合实力较强
    - (2) 产品管理能力领先

#### 6.3.4 外资银行竞争实力

- (1) 自主创新能力
- (2) 品牌建设优势

### 第七章 中国银行理财产品行业发行主体个案分析

#### 7.1 股份制商业银行个案分析

##### 7.1.1 招商银行理财产品分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

##### 7.1.2 交通银行理财产品分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

##### 7.1.3 中信银行理财产品分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

##### 7.1.4 中国光大银行理财产品分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

##### 7.1.5 华夏银行理财产品分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

##### 7.1.6 广发银行理财产品分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

##### 7.1.7 兴业银行理财产品分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

##### 7.1.8 上海浦东发展银行理财产品分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- 7.1.9 中国民生银行理财产品分析
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业经营情况分析
  - (3) 企业经营优劣势分析
- 7.2 城市商业银行个案分析
  - 7.2.1 平安银行理财产品分析
    - (1) 企业发展简况分析
    - (2) 企业经营情况分析
    - (3) 企业经营优劣势分析
  - 7.2.2 中国邮政储蓄银行理财产品分析
    - (1) 企业发展简况分析
    - (2) 企业经营情况分析
    - (3) 企业经营优劣势分析
  - 7.2.3 徽商银行理财产品分析
    - (1) 企业发展简况分析
    - (2) 企业经营情况分析
    - (3) 企业经营优劣势分析
  - 7.2.4 北京银行理财产品分析
    - (1) 企业发展简况分析
    - (2) 企业经营情况分析
    - (3) 企业经营优劣势分析
  - 7.2.5 包商银行理财产品分析
    - (1) 企业发展简况分析
    - (2) 企业经营情况分析
    - (3) 企业经营优劣势分析
  - 7.2.6 青岛银行理财产品分析
    - (1) 企业发展简况分析
    - (2) 企业经营情况分析
    - (3) 企业经营优劣势分析
  - 7.2.7 南京银行理财产品分析
    - (1) 企业发展简况分析
    - (2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 7.2.8 宁波银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 7.2.9 厦门银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 7.2.10 上海银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

### 7.3 国有商业银行个案分析

#### 7.3.1 中国工商银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 7.3.2 中国农业银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 7.3.3 中国银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 7.3.4 中国建设银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

### 7.4 外资银行个案分析

#### 7.4.1 渣打银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 7.4.2 汇丰银行理财产品分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

#### 7.4.3 南洋商业银行理财产品分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

#### 7.4.4 大华银行理财产品分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

#### 7.4.5 星展银行理财产品分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

### 第八章 中国重点区域银行理财产品行业投资潜力分析

#### 8.1 北京银行理财产品市场投资潜力

##### 8.1.1 北京金融环境简述

##### 8.1.2 北京金融竞争力评价

- (1) 金融业快速平稳发展
- (2) 要素市场交易活跃
- (3) 股权投资基金回暖
- (4) 新兴业态运行平稳
- (5) 北京市银行业发展情况

##### 8.1.3 北京银行存款余额规模

##### 8.1.4 北京居民投资消费意愿

##### 8.1.5 北京理财产品业务投资风险

##### 8.1.6 北京理财产品业务投资前景

- (1) 北京市对理财产品需求较大
- (2) 2017-2022年北京市理财产品募集金额预测

#### 8.2 上海银行理财产品市场投资潜力

##### 8.2.1 上海金融环境简述

##### 8.2.2 上海金融竞争力评价

- (1) 资本市场快速发展
- (2) 金融市场成交额大幅上升
- (3) 保险规模快速增长
- (4) 上海市银行业运行情况
- 8.2.3 上海银行存款余额规模
- 8.2.4 上海居民投资消费意愿
- 8.2.5 上海理财产品业务投资风险
- 8.2.6 上海理财产品业务投资前景
  - (1) 上海经济快速发展，理财产品需求持续增强
  - (2) 2017-2022年上海市理财产品募集金额预测
- 8.3 广东银行理财产品市场投资潜力
- 8.3.1 广东金融环境简述
- 8.3.2 广东金融竞争力评价
  - (1) 股权市场情况
  - (2) 广东省银行业金融机构情况
- 8.3.3 广东银行存款余额规模
- 8.3.4 广东居民投资消费意愿
- 8.3.5 广东理财产品业务投资风险
- 8.3.6 广东理财产品业务投资前景
  - (1) 广东省经济发展情况
  - (2) 2017-2022年广东省（包含深圳）理财产品募集金额预测
- 8.4 江苏银行理财产品市场投资潜力
- 8.4.1 江苏金融环境简述
- 8.4.2 江苏金融竞争力评价
  - (1) 农村小额贷款发展情况
  - (2) 保险行业发展情况
  - (3) 证券期货发展情况
  - (4) 江苏股权交易中心
  - (5) 银行业发展情况
- 8.4.3 江苏银行存款余额规模
- 8.4.4 江苏居民投资消费意愿
- 8.4.5 江苏理财产品业务投资风险
- 8.4.6 江苏理财产品业务投资前景
  - (1) 江苏省经济增长情况
  - (2) 2017-2022年江苏省理财产品募集金额预测

## 8.5 浙江银行理财产品市场投资潜力

### 8.5.1 浙江金融环境简述

### 8.5.2 浙江金融竞争力评价

#### (1) 上市公司

#### (2) 保险业情况

#### (3) 银行业情况

### 8.5.3 浙江银行存款余额规模

### 8.5.4 浙江居民投资消费意愿

### 8.5.5 浙江理财产品业务投资风险

### 8.5.6 浙江理财产品业务投资前景

#### (1) 浙江经济发展情况

#### (2) 2017-2022年浙江省（包含宁波）理财产品募集金额预测

## 8.6 山东银行理财产品市场投资潜力

### 8.6.1 山东金融环境简述

### 8.6.2 山东金融竞争力评价

#### (1) 上市公司运行

#### (2) 山东省银行业经营情况

#### (3) 证券、期货业经营机构运行情况

#### (4) 保险业经营情况

### 8.6.3 山东银行存款余额规模

### 8.6.4 山东居民投资消费意愿

### 8.6.5 山东理财产品业务投资风险

### 8.6.6 山东理财产品业务投资前景

#### (1) 山东经济增速较快

#### (2) 2017-2022年山东省（包含青岛）理财产品募集金额预测

## 8.7 福建银行理财产品市场投资潜力

### 8.7.1 福建金融环境简述

### 8.7.2 福建金融竞争力评价

#### (1) 上市公司

#### (2) 福建省银行业情况

#### (3) 保险业经营情况

### 8.7.3 福建银行存款余额规模

### 8.7.4 福建居民投资消费意愿

### 8.7.5 福建理财产品业务投资风险

### 8.7.6 福建理财产品业务投资前景



- (1) GDP增长较快
- (2) 2017-2022年福建省理财产品募集金额预测
- 8.8 湖南银行理财产品市场投资潜力
  - 8.8.1 湖南金融环境简述
  - 8.8.2 湖南金融竞争力评价
    - (1) 湖南省银行业运行情况
    - (2) 社会融资情况
  - 8.8.3 湖南银行存款余额规模
  - 8.8.4 湖南居民投资消费意愿
  - 8.8.5 湖南理财产品业务投资风险
  - 8.8.6 湖南理财产品业务投资前景
    - (1) 湖南省经济总量持续增长
    - (2) 2017-2022年湖南省理财产品募集金额预测

## 第九章 中国银行理财产品行业调查与设计分析

- 9.1 银行理财产品行业市场调查分析
  - 9.1.1 居民投资理财产品意愿调查
  - 9.1.2 居民获取理财产品信息渠道调查
  - 9.1.3 居民理财产品关注要素调查
    - (1) 吸引力要素调查
    - (2) 购买障碍调查
  - 9.1.4 居民理财产品类型偏好调查
    - (1) 类型偏好调查
    - (2) 不同年龄段购买意愿调查
    - (3) 不同年龄段渗透率调查
  - 9.1.5 银行理财产品误导现象调查
  - 9.1.6 银行理财产品弱化风险现象调查
  - 9.1.7 银行理财产品夸大收益水平调查
- 9.2 银行理财产品行业设计创新分析
  - 9.2.1 银行理财产品的设计创新
  - 9.2.2 银行理财产品的定价方法
    - (1) 银行理财产品各构成部分的定价方法
    - (2) 银行理财产品定价特点
- 9.3 银行理财产品行业风险管理
  - 9.3.1 银行理财产品的风险识别

- (1) 银行理财产品风险评级分级
- (2) 通过投资范围判断理财产品风险
- 9.3.2 银行理财产品对银行风险的影响
  - (1) 银行理财产品误导风险
  - (2) 银行理财产品缺陷风险
  - (3) 与自营业务隔离不明风险
  - (4) 与第三方机构合作管理风险
- 9.3.3 银行理财业务的风险防控
  - (1) 保证收益类理财产品回归自营
  - (2) 积极试行银行资产管理计划业务
  - (3) 完善理财业务风险隔离制度
  - (4) 加强理财产品流动性风险管理
  - (5) 强化理财业务声誉风险管理
  - (6) 建立理财业务风险拨备制度
  - (7) 强化理财从业员工业务技能

## 第十章 电商行业发展分析

- 10.1 电子商务发展分析
  - 10.1.1 电子商务定义及发展模式分析
  - 10.1.2 中国电子商务行业政策现状
  - 10.1.3 2013-2015年中国电子商务行业发展现状
- 10.2 “互联网+”的相关概述
  - 10.2.1 “互联网+”的提出
  - 10.2.2 “互联网+”的内涵
  - 10.2.3 “互联网+”的发展
  - 10.2.4 “互联网+”的评价
  - 10.2.5 “互联网+”的趋势
- 10.3 电商市场现状及建设情况
  - 10.3.1 电商总体开展情况
  - 10.3.2 电商案例分析
  - 10.3.3 电商平台分析（自建和第三方网购平台）
- 10.4 电商行业未来前景及趋势预测
  - 10.4.1 电商市场规模预测分析
  - 10.4.2 电商发展前景分析

图表目录：

图表 1：银行理财产品分类

图表 2：“资金池 - 资金池”运作示意图

图表 3：“资金池 - 资产池”模式下的风险传递路径

图表 4：银行理财产品与其他理财产品比较

图表 5：2011-2015年中国GDP及其增长情况（单位：万亿元，%）

图表 6：2015年我国宏观经济指标预测（单位：%）

图表 7：“十三五”时期中国经济所面临的趋势性变化

图表 8：2010-2015年居民消费价格指数走势

图表 9：2010-2015年中国货币供应量分析（单位：亿元）

图表 10：2010-2015年人民币活期存款利率走势（单位：%）

图表 11：2010-2015年人民币存贷款余额规模（单位：亿元）

图表 12：2015-2015年年美元实际有效汇率指数走势

图表 13：2010-2015年银行理财产品发行数量（单位：款，%）

图表 14：2015年各月银行理财产品发行规模变化趋势（单位：款）

图表 15：2015年我国银行外币理财产品占比情况（单位：%）

图表 16：2015年各月外币银行理财产品发行规模（单位：款）

图表 17：2015年银行外币理财产品分布情况（按币种）（单位：%）

图表 18：2015年银行理财产品期限分布情况（单位：%）

图表 19：2015年银行理财产品发行主体分布情况（单位：%）

图表 20：2015年人民币非结构性理财产品收益率走势（单位：%）

图表 21：2015年不同期限人民币普通理财产品收益率最高产品情况（单位：%；天）

图表 22：2013-2015年外币理财产品收益率曲线对比（单位：%）

图表 23：2013年人民币结构性理财产品收益率走势（单位：%）

图表 24：资产池模式示意图

图表 25：一对一模式示意图

图表 26：银信理财产品发行情况一览表（单位：个，亿元，天，%）

图表 27：2015年各月我国银信合作理财产品发行规模（单位：亿元，%）

图表 28：银信合作主要政策分析

图表 29：2015年银保市场新单规模保费排名（单位：亿元）

图表 30：银保合作主要政策

图表 31：银行理财产品按投资标的分类情况

图表 32：2010-2015年债券类理财产品发行规模（单位：款，%）

图表 33：2015年债券类理财产品发行主分布（单位：%）

图表 34：2010-2015年债券类理财产品市场发行占比（单位：%）

图表 35：2017-2022年债券类理财产品发行规模及增长情况预测（单位：款，%）

图表 36：信贷类理财产品运作模式

图表 37：2010-2015年信贷类理财产品发行规模（单位：款，%）

图表 38：2015年我国信贷类银行理财产品发行主体分布（单位：%）

图表 39：2015年我国信贷类银行理财产品期限分布（单位：%）

图表 40：2015年我国信贷类银行理财产品市场发行占比（单位：%）

图表 41：2015年我国信托资产收益率变化（单位：%）

图表 42：2017-2022年信托资产规模预测（单位：万亿元）

图表 43：2010-2015年结构性理财产品发行规模及增速（单位：款，%）

图表 44：2015年我国银行结构性理财产品期限分布（单位：%）

图表 45：2015年我国银行结构性理财产品市场发行占比（单位：%）

图表 46：2015年我国银行结构性理财产品收益分布（单位：%）

图表 47：2015年我国利率类理财产品发行主体分布（单位：%）

图表 48：2015年我国银行利率类理财产品市场发行占比（单位：%）

图表 49：2017-2022年我国银行利率类理财产品市场发行占比预测（单位：%）

图表 50：票据类银行理财产品运作模式

图表 51：2015年我国票据类银行理财产品发行主体分布（单位：%）

图表 52：2010-2015年票据类理财产品市场发行占比（单位：%）

图表 53：2010-2015年中国网银用户规模变化趋势图（单位：万人，%）

图表 54：2012-2015年中国商业银行网上交易规模（单位：亿笔，万亿元，%）

图表 55：2015年电子银行用户投资理财购买渠道（单位：%）

图表 56：2011-2015年我国手机支付用户规模情况（单位：万人，%）

图表 57：2012-2015年商业银行移动支付交易规模（单位：亿笔，万亿元，%）

图表 58：2013-2015年中国第三方支付市场移动支付规模（单位：亿元，%）

图表 59：2015年中国第三方支付市场移动支付市场份额（单位：%）

图表 60：银行理财产品品牌营销架构

图表 61：2015年我国国有控股类产品投资币种分布（单位：%）

图表 62：2015年我国国有控股类产品期限跨度分布（单位：%）

图表 63：2015年我国国有控股类产品资产标的分布（单位：%）

图表 64：2015年国有商业银行发行产品数量前三名（单位：款，%）

图表 65：2015年我国城市商业类产品投资币种分布（单位：%）

图表 66：2015年我国城市商业类产品期限跨度分布（单位：%）

图表 67：2015年我国城市商业类产品资产标的分布（单位：%）

图表 68：2015年城市商业银行发行产品数量前三名（单位：款，%）

图表 69：2015年我国股份制商业类产品投资币种分布（单位：%）

- 图表 70：2015年我国股份制商业类产品期限跨度分布（单位：%）
  - 图表 71：2015年我国股份制商业类产品资产标的分布（单位：%）
  - 图表 72：2015年股份制商业银行发行产品数量前三名（单位：款，%）
  - 图表 73：2015年我国外资银行类产品投资币种分布（单位：%）
  - 图表 74：2015年我国外资银行类产品期限跨度分布（单位：%）
  - 图表 75：2015年我国外资银行类产品资产标的分布（单位：%）
  - 图表 76：2015年外资银行发行产品数量前三名（单位：款，%）
  - 图表 77：2015年全国性银行理财产品发行能力排名
  - 图表 78：2015年区域性银行理财产品发行能力排名
  - 图表 79：2015年全国性银行理财产品收益率排名
  - 图表 80：2015年区域性银行理财产品收益率排名
  - 图表 81：2015年全国性银行理财产品风险控制能力排名
  - 图表 82：2015年区域性银行理财产品风险控制能力排名
  - 图表 83：2015年全国性银行理财产品丰富性排名
  - 图表 84：2015年区域性银行理财产品丰富性排名
  - 图表 85：2015年银行理财产品不同期限最高预期收益率（单位：%）
  - 图表 86：2015年一个月以内各类型银行理财收益率（单位：%）
  - 图表 87：2015年1-3个月各类型银行理财收益率（单位：%）
  - 图表 88：2015年3-6个月各类型银行理财收益率（单位：%）
  - 图表 89：2015年6-12个月各类型银行理财收益率（单位：%）
- 略.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/296778.html>