

2016-2022年中国银行理财产品市场发展现状及战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国银行理财产品市场发展现状及战略咨询报告》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/187643.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。

截至2014年末，中国银行业理财市场存续理财产品共计55,012只，理财资金余额15.02万亿元，较2013年末增长4.78万亿元，增幅为46.68%；2014年日均理财余额13.75万亿元，较2013年增长4.16万亿元。中国各类金融机构资产管理业务规模 指标 2014年末 2013年末 变化率 银行理财资金总额 15.02 10.24 +46.68% 信托公司信托资产总额 13.98 10.91 +28.17% 保险业资金运用余额 9.33 7.69 +21.39% 证券公司受托管理本金总额 7.97 5.20 +53.27% 证券投资基金管理资产总额 6.68 4.22 +58.27%

注：“信托公司信托资产总额”来自中国信托业协会；“保险业资金运用余额”来自中国保险业协会；“证券公司受托管理本金总额”来自中国证券业协会；“证券投资基金管理资产总额”来自证券投资基金业协会。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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1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

1.1.3 银行理财产品运作原理

1.1.4 银行理财产品收益来源

1.1.5 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 行业新政解读

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

1.3 银行理财产品行业经济环境

1.3.1 国内经济增长分析

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

1.4 银行理财产品行业市场环境

1.4.1 利率市场

1.4.2 汇率市场

1.4.3 商品市场

1.4.4 股票市场

第2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

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

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

2015年9月银行理财产品平均预期年化收益率为4.49%，再创年内新低，较8月份下降0.05个百分点，连续五个月下跌。今年前四个月理财产品收益率尚且稳定并维持在5%上方，不过自5月份收益跌破5%开始便直线下降并屡创新低，这与市场资金流动性息息相关。其实自2014年开始市场流动性就在逐渐加强，央行接连降息及降准，并且多次开展大额逆回购，理财产品收益率也断崖式下滑。预计四季度货币政策将继续保持宽松，央行仍有降息及降准可能，理财产品收益也将继续小幅走低。 2015年1-9月理财产品收益走势

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 收益率回升空间有限

2.5.3 竞争加剧及渠道多元化

第3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 对一模式

- (1) 一对一模式简介
- (2) 一对一模式规模
- (3) 一对一模式优势

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) 银基合作的产品规模
- (4) 银基合作的潜在风险
- (5) 银基合作的政策监管
- (6) 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) 银证合作的产品规模
- (4) 银证合作的潜在风险
- (5) 银证合作的政策监管
- (6) 银证合作的模式创新

第4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) 重点法规及监管情况
- (3) 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) 债券类理财产品收益情况
- (6) 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趋势
- (3) 债券类理财产品市场前景
- 4.2 信托类理财产品发行现状及前景
 - 4.2.1 信托类理财产品介绍
 - (1) 产品特点及适合人群
 - (2) 重点法规及监管情况
 - (3) 信托类产品运作模式
 - 4.2.2 信托类理财产品发行情况及风险
 - (1) 信托类理财产品发行规模
 - (2) 信托类理财产品发行主体
 - (3) 信托类理财产品期限分布
 - (4) 信托类理财产品市场地位
 - (5) 信托类理财产品收益情况
 - (6) 信托类理财产品投资风险
 - 4.2.3 信托类理财产品市场趋势及前景
 - (1) 信托资产规模预测
 - (2) 信托类理财产品市场趋势
 - (3) 信托类理财产品市场前景
- 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) 重点法规及监管情况
 - (3) 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) 结构性理财产品发行主体
 - (3) 结构性理财产品期限分布
 - (4) 结构性理财产品市场地位
 - (5) 结构性理财产品收益情况
 - (6) 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 QDII理财产品发行现状及前景

4.4.1 QDII理财产品介绍

- (1) 产品特点及适合人群
- (2) 重点法规及监管情况
- (3) QDII产品运作模式

4.4.2 QDII理财产品发行情况及风险

- (1) QDII理财产品发行规模
- (2) QDII理财产品发行主体
- (3) QDII理财产品期限分布
- (4) QDII理财产品市场地位
- (5) QDII理财产品收益情况
- (6) QDII理财产品投资风险

4.4.3 QDII理财产品市场趋势及前景

- (1) QDII理财产品市场趋势
- (2) QDII理财产品市场前景

4.5 新股申购类理财产品发行现状及前景

4.5.1 新股申购类理财产品介绍

- (1) 产品特点及适合人群
- (2) 重点法规及监管情况
- (3) 新股申购类产品运作模式

4.5.2 新股申购类理财产品发行情况及风险

- (1) 新股申购类理财产品发行情况
- (2) 新股申购类理财产品投资风险

4.5.3 新股申购类理财产品市场趋势及前景

- (1) 新股申购类理财产品市场趋势
- (2) 新股申购类理财产品市场前景

第5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) 银行网点交易规模
- (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 银行理财产品营销现状

5.2.2 银行理财产品营销模式

5.2.3 银行理财产品营销存在问题

5.2.4 银行理财产品营销策略建议

第6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 按理财产品发行量排名

6.2.2 分期限预期收益率排名

- (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

6.3.2 城市商业银行竞争实力

6.3.3 股份制商业银行竞争实力

6.3.4 外资银行竞争实力

第7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) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.1.2 交通银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.1.3 深圳发展银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

7.1.4 中信银行理财产品分析

(1) 银行简介

(2) 银行网点规模

(3) 银行存款规模

(4) 银行理财产品现状

(5) 银行理财收入分析

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

7.1.5 中国光大银行理财产品分析

(1) 银行简介

(2) 银行网点规模

(3) 银行存款规模

(4) 银行理财产品现状

(5) 银行理财收入分析

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

7.1.6 华夏银行理财产品分析

(1) 银行简介

(2) 银行网点规模

(3) 银行存款规模

(4) 银行理财产品现状

(5) 银行理财收入分析

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

7.1.7 广东发展银行理财产品分析

(1) 银行简介

(2) 银行网点规模

(3) 银行存款规模

(4) 银行理财产品现状

(5) 银行理财收入分析

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

7.1.8 福建兴业银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.1.9 上海浦东发展银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.1.10 中国民生银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

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) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.2.2 中国邮政储蓄银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模

- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.2.3 徽商银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.2.4 北京银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.2.5 包商银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.2.6 青岛银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

7.2.7 南京银行理财产品分析

(1) 银行简介

(2) 银行网点规模

(3) 银行存款规模

(4) 银行理财产品现状

(5) 银行理财收入分析

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

7.2.8 宁波银行理财产品分析

(1) 银行简介

(2) 银行网点规模

(3) 银行存款规模

(4) 银行理财产品现状

(5) 银行理财收入分析

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

7.2.9 厦门银行理财产品分析

(1) 银行简介

(2) 银行网点规模

(3) 银行存款规模

(4) 银行理财产品现状

(5) 银行理财收入分析

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

7.2.10 上海银行理财产品分析

(1) 银行简介

(2) 银行网点规模

(3) 银行存款规模

(4) 银行理财产品现状

(5) 银行理财收入分析

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

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) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入现状
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.3.2 中国农业银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入现状
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.3.3 中国银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入现状
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.3.4 中国建设银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入现状
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.4 外资银行个案分析

7.4.1 渣打银行理财产品分析

- (1) 银行简介

- (2) 银行在华网点布局
- (3) 银行在华理财产品现状
- (4) 银行理财收入分析
- (5) 银行在华发展战略

7.4.2 荷兰银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行在华网点布局
- (3) 银行在华理财产品现状
- (4) 银行理财收入分析
- (5) 银行在华发展战略

7.4.3 汇丰银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行在华网点布局
- (3) 银行在华理财产品现状
- (4) 银行理财收入分析
- (5) 银行在华发展战略

7.4.4 南洋商业银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行在华网点布局
- (3) 银行在华理财产品现状
- (4) 银行理财收入分析
- (5) 银行在华发展战略

7.4.5 大华银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行在华网点布局
- (3) 银行在华理财产品现状
- (4) 银行理财收入分析
- (5) 银行在华发展战略

7.4.6 星展银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行在华网点布局
- (3) 银行在华理财产品现状
- (4) 银行理财收入分析
- (5) 银行在华发展战略

第8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

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

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

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

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

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 广东银行理财产品发行情况

(1) 广东银行理财产品发行规模

(2) 广东银行理财产品收益类型

(3) 广东银行理财产品期限结构

8.3.6 广东理财产品业务投资风险

8.3.7 广东理财产品业务投资前景

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

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

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
- 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
- 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
 - 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
- 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
 - 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
- 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
 - 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

第9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 居民投资理财产品信息意愿调查
 - 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
 - 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 银行理财产品信息披露调查
- 9.1.6 银行理财产品风险提示调查
- 9.1.7 银行理财产品收益水平调查
- 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) 银行理财产品总价值的确定
 - (3) 银行理财产品定价注意问题
- 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
 - 9.3.2 银行理财产品对银行风险的影响
 - 9.3.3 银行理财产品的风险测度(AK WZY)

图表目录:

- 图表1：银行理财资产池和资金池的匹配
- 图表2：银行理财产品资产池的动态平衡
- 图表3：各类理财产品的比较
- 图表4：2005年以来中国GDP及增长分析
- 图表5：2005年以来居民消费价格指数走势
- 图表6：2005年以来中国货币供应量分析
- 图表7：2005年以来人民币存贷款利率调整
- 图表8：2005年以来人民币存贷款余额规模
- 图表9：2005年以来中国利率走势
- 图表10：2005年以来中国汇率走势
- 图表11：2008年以来银行理财产品发行规模
- 图表12：各月银行理财产品发行规模
- 图表13：各月外币银行理财产品发行规模
- 图表14：VS2013年银行理财产品期限分布
- 图表15：人民币理财产品收益率走势
- 图表16：2011年以来人民币理财产品收益率曲线对比
- 图表17：人民币普通理财产品收益率排名
- 图表18：2010年以来外币理财产品收益率曲线对比
- 图表19：资产池模式示意图

图表20：一对一模式示意图

图表21：2005年以来债券类理财产品发行规模

图表22：2005年以来债券发行规模及增长情况

图表23：2005年以来信托类理财产品发行规模

图表24：信贷类理财产品运作模式

图表25：2005年以来信托资产规模及增长情况

图表26：2005年以来结构性理财产品发行规模

图表27：2005年以来QDII理财产品发行规模

图表28：国有控股类产品投资币种分布

图表29：国有控股类产品期限跨度分布

图表30：国有控股类产品资产标的分布

图表31：城市商业类产品投资币种分布

图表32：城市商业类产品期限跨度分布

图表33：城市商业类产品资产标的分布

图表34：股份制商业类产品投资币种分布

图表35：股份制商业类产品期限跨度分布

图表36：股份制商业类产品资产标的分布

图表37：外资银行类产品投资币种分布

图表38：外资银行类产品期限跨度分布

图表39：外资银行类产品资产标的分布

图表40：银行理财产品发行能力排名

图表41：1个月期理财产品平均收益率排名

图表42：3个月期理财产品平均收益率排名

图表43：6个月期理财产品平均收益率排名

图表44：12个月期理财产品平均收益率排名

图表45：2010年以来招商银行理财产品手续费及佣金收入

图表46：2010年以来交通银行理财产品手续费及佣金收入

图表47：2010年以来深圳发展银行理财产品手续费及佣金收入

图表48：2010年以来中信银行理财产品手续费及佣金收入

图表49：2010年以来中国光大银行理财产品手续费及佣金收入

图表50：2010年以来华夏银行理财产品手续费及佣金收入

图表51：2010年以来广东发展银行理财产品手续费及佣金收入

图表52：2010年以来福建兴业银行理财产品手续费及佣金收入

图表53：2010年以来上海浦东发展银行理财产品手续费及佣金收入

图表54：2010年以来中国民生银行理财产品手续费及佣金收入

- 图表55：2010年以来平安银行理财产品手续费及佣金收入
- 图表56：2010年以来中国邮政储蓄银行理财产品手续费及佣金收入
- 图表57：2005年以来北京银行存款余额规模
- 图表58：2005年以来上海银行存款余额规模
- 图表59：2005年以来广东银行存款余额规模
- 图表60：2005年以来江苏银行存款余额规模
- 图表61：2005年以来浙江银行存款余额规模
- 图表62：2005年以来山东银行存款余额规模
- 图表63：2005年以来福建银行存款余额规模
- 图表64：2005年以来湖南银行存款余额规模
- 图表65：银行理财产品信息渠道分布
- 图表66：银行理财产品吸引力要素排名
- 图表67：银行理财产品购买障碍要素排名
- 图表68：不同年龄段客户未来购买不同理财产品的比例
- 图表69：不同年龄段银行理财产品渗透率分布
- 图表70：销售过程存在信息披露问题的银行排名
- 图表71：销售过程存在风险提示问题的银行排名
- 图表72：银行理财产品收益水平分
-略

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/187643.html>