

2016-2022年中国互联网理财 市场监测及发展机遇预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2016-2022年中国互联网理财市场监测及发展机遇预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201601/129342.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

2013年6月13日阿里巴巴“余额宝”上线，它凭借其高于银行活期存款数倍收益率以及良好的流动性与取现的便利，吸引了大批用户，同时也引起诸多电商、互联网企业跟风入场，如今的理财市场已被各类“宝宝”占据，余额宝不到一年时间便成为国内最大、全球第四大的基金。

进入2014年，可与银行活期存款媲美的“T+0”实时赎回功能，在资金规模增大、流动性加强下，垫资压力剧增，余额宝、理财通等纷纷收紧大额资金赎回机制，这一优势已不再明显。

5月11日，余额宝的七日年化收益率回落至4.985%，自去年11月23日以来，七日年化收益率首次跌破5%。面对市场资金面较为宽松以及银行间同业拆借利率的下滑，部分产品存款协议到期后新协议利率下降，货币基金收益率日渐下滑，电商网络理财产品均已迈入4时代，尽管如此，用户的理财热情也丝毫没有减退。

据中国电子商务研究中心(100EC.CN)监测数据显示，各电商网络理财产品7日年化收益率已由一月份6.5%—7.5%的收益区间跌至七月4%—5%的区间范围，“宝宝”高收益神话正在破灭。

《2016-2022年中国互联网理财市场监测及发展机遇预测报告》共五章。首先介绍了中国互联网理财行业发展环境以及全球互联网理财产业发展现状，接着分析了中国互联网理财行业规模及消费需求，然后对互联网理财市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国互联网理财行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国互联网理财行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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：

第一部分 行业发展概述

第一章 互联网理财行业相关概述

第一节 互联网理财行业定义

第二节 互联网理财产品的五大类型

- 一、集支付、收益、资金周转于一身的理财产品
- 二、与知名互联网公司合作的理财产品
- 三、P2P平台的理财产品
- 四、基金公司在自己的直销平台上推广的产品
- 五、银行自己发行银行端现金管理工具

第二章 余额宝概述

第一节 宝宝军团概述

第二节 余额宝概述

- 一、余额宝含义
 - 二、余额宝产品特点
 - 三、余额宝优势
 - 四、余额宝服务特点
 - 五、余额宝收益
 - 六、余额宝风险分析
- ### 第三节 余额宝革命
- ### 第四节 余额宝重点事件脉络
- 一、余额宝正式上线
 - 二、余额宝因违规责令备案
 - 三、余额宝规模突破1000亿
 - 四、余额宝用户盈利17.9亿
 - 五、余额宝收益率跌破5%

第三章 2015年中国互联网理财行业发展环境分析

第一节 2015年国际宏观经济形势分析

- 一、美国经济复苏的实证
- 二、美国经济复苏对中国影响

第二节 2015年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析

- 二、工业发展形势
- 三、城乡居民偿债分析
- 四、消费价格指数分析
- 五、社会消费品零售总额
- 六、固定资产投资分析
- 七、对外贸易和进出口情况
- 八、货币信贷发展情况
- 九、财政收支分析

第三节 2015年中国社会环境分析

- 一、中国城镇化及对互联网理财的影响
- 二、居民生活方式和消费习惯分析

第四节 2015年中国技术环境分析

- 一、互联网技术水平
- 二、互联网金融行业技术水平

第四章 2015年互联网理财行业现状分析

第一节 2015年互联网理财行业现状分析

- 一、互联网理财行业总体现状
- 二、中国互联网理财行业规模
- 三、中国互联网理财行业供给情况
- 四、中国互联网理财行业的商业模式分析

第二节 互联网理财行业存在的风险

- 一、货币基金本身的风险
- 二、互联网风险
- 三、监管风险

第三节 选择互联网理财产品误区

- 一、以收益论英雄
- 二、不确定资金用途
- 三、不合理收益预期和比较

第四节 春节期间互联网理财产品规则变化

- 一、网易-现金宝
- 二、百度 - 百赚

- 三、支付宝-余额宝
- 四、微信-理财通
- 五、网易-现金宝
- 六、百度-百赚

第二部分 行业竞争格局

第五章 2015年中国银行业的发展分析

第一节 四大银行发展状况分析

- 一、农业银行
- 二、工商银行
- 三、建设银行
- 四、交通银行

第二节 四大银行竞争格局

- 一、市场竞争总体状况
- 二、四大银行竞争地位

第三节 四大银行布局分析

第四节 2015年银行理财能力分析

第六章 宝宝类产品深入研究分析

第一节 银行对宝宝类产品的调整政策

- 一、下调支付宝快捷支付额度
- 二、银行下调举动的影响
- 三、投资者应对下调举动的措施

第二节 银行向余额宝买存款举措分析

- 一、银行向余额宝买存款的情况
- 二、银行向余额宝买存款行为分析

第三节 深度问题剖析

- 一、余额宝对中国互联网理财行业的影响
- 二、余额宝对应行业的影响

第七章 2015年银行宝宝类产品重点分析

第一节 兴业掌柜钱包

一、产品概述

二、经营情况

三、发展规划

第二节 民生如意宝

一、产品概述

二、经营情况

三、发展规划

第三节 广发智能金

一、产品概述

二、经营情况

三、发展规划

第四节 现金快线

一、产品概述

二、经营情况

三、发展规划

第五节 天天益

一、产品概述

二、经营情况

三、发展规划

第六节 平安盈

一、产品概述

二、经营情况

三、发展规划

第七节 货币基金T+0实时提现

一、产品概述

二、经营情况

三、发展规划

第八节 微信银行闪电理财

一、产品概述

二、经营情况

三、发展规划

第九节 其他理财产品

- 一、产品概述
- 二、经营情况
- 三、发展规划

第八章 2015年银行宝宝类产品和互联网宝宝类产品的竞争分析

第一节 互联网理财行业的竞争格局

第二节 银行宝宝类产品和互联网宝宝类产品的比较分析

- 一、规模
- 二、认购门槛
- 三、认购资金
- 四、到账速度
- 五、安全性
- 六、收益

第三节 余额宝与其他宝类理财产品收益比较分析

第九章 2015年互联网理财行业重点企业竞争分析

第一节 阿里巴巴网络有限公司

- 一、基本概况
- 二、盈利分析
- 三、偿债分析
- 四、成长分析
- 五、核心竞争力
- 六、公司竞争事件

第二节 苏宁云商集团股份有限公司

- 一、基本概况
- 二、盈利分析
- 三、偿债分析
- 四、成长分析
- 五、核心竞争力
- 六、公司竞争事件

第三节 腾讯控股有限公司

- 一、基本概况

- 二、盈利分析
- 三、偿债分析
- 四、成长分析
- 五、核心竞争力
- 六、公司竞争事件

第四节 百度公司

- 一、基本概况
- 二、盈利分析
- 三、偿债分析
- 四、核心竞争力
- 五、竞争分析
- 六、公司竞争事件

第五节 人人友信集团

- 一、基本概况
- 二、盈利分析
- 三、偿债分析
- 四、成长分析
- 五、公司竞争分析
- 六、公司竞争事件

第六节 中国平安保险（集团）股份有限公司

- 一、基本概况
- 二、盈利分析
- 三、偿债分析
- 四、成长分析
- 五、核心竞争力

第七节 上海仟邦营冠创业投资发展有限公司

- 一、基本概况
- 二、盈利分析
- 三、偿债分析
- 四、成长分析
- 五、核心竞争力

第八节 汇添富基金管理有限公司

- 一、 基本情况
- 二、 盈利分析
- 三、 偿债分析
- 四、 成长分析
- 五、 公司竞争分析

第九节 兴业全球基金管理有限公司

- 一、 基本情况
- 二、 盈利分析
- 三、 偿债分析
- 四、 成长分析
- 五、 公司竞争分析

第十节 广发银行股份有限公司

- 一、 基本情况
- 二、 盈利分析
- 三、 偿债分析
- 四、 成长分析
- 五、 核心竞争力

第三部分 前景趋势分析

第十章 2016-2022年互联网理财行业投资趋势分析

第一节 2016-2022年互联网理财行业投资分析

- 一、 互联网金融信息对金融市场的影响
- 二、 2016-2022年互联网理财行业规模趋势

第二节 互联网理财行业收益趋势

- 一、 互联网理财行业收益趋势
- 二、 余额宝收益趋势

第三节 互联网理财金融监管趋势

- 一、 分级持牌
- 二、 分类监管

第四节 互联网理财行业健康发展意见

- 一、 遵守法律法规
- 二、 宝类产品“退烧”，结合中长期收益选产品

三、其他意见

第十一章 2016-2022年互联网理财行业投资前景分析

第一节 2016-2022年互联网理财行业投资前景

- 一、2016-2022年互联网理财行业投资前景
- 二、2016-2022年互联网理财行业发展方向

第二节 行业投资风险及控制策略分析

- 一、2016-2022年行业市场风险及控制策略
- 二、2016-2022年行业政策风险及控制策略
- 三、2016-2022年行业经营风险及控制策略
- 四、2016-2022年行业技术风险及控制策略
- 五、2016-2022年同业竞争风险及控制策略
- 六、2016-2022年行业其他风险及控制策略

第十二章 2016-2022年互联网理财行业发展建议

第一节 行业发展建议

第二节 行业投资建议

图表目录：

图表：2015年国内生产总值及其增长速度

图表：国内生产总值增长速度

图表：2015年居民消费价格指数

图表：2015年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2015年固定资产投资

图表：2015年对外贸易和进出口情况

图表：2015年货币信贷发展情况

图表：2015年财政收支分析

图表：中国互联网理财行业规模

图表：中国互联网理财行业供给情况

图表：中国互联网理财行业市场格局

图表：银行宝宝类产品和互联网宝宝类产品的比较

图表：2015年阿里巴巴盈利能力

图表：2015年阿里巴巴偿债能力

图表：2015年阿里巴巴运营能力

图表：2015年阿里巴巴发展能力

图表：2015年腾讯控股盈利能力

图表：2015年腾讯控股偿债能力

图表：2015年腾讯控股运营能力

图表：2015年腾讯控股发展能力

图表：2016-2022年中国互联网理财行业规模预测

图表：2016-2022年中国互联网理财行业供给预测

图表：2016-2022年中国互联网理财行业需求预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201601/129342.html>