

2022-2028年中国互联网+ 财富管理行业发展态势与发展前景报告

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

《2022-2028年中国互联网+财富管理行业发展态势与发展前景报告》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/202203/276042.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

通过总结欧洲和北美成功的财富管理经营模式经营经验，我们可知选择财富管理模式最为重要的因素是服务对象的需求，即应该根据不同的服务对象采取相应的财富管理模式。我国高净值客户的需求与欧洲和北美有着很大的区别，因此在选择财富管理模式时，应当结合我国的实际情况。用户体验是互联网财富管理模式的中心工作，是财富管理应当首先考虑的问题，由于其商业模式的成本较低，价值链的创新速度较快，从而可以满足我国高净值客户的不同需求。

我国在选择互联网财富管理时可以有以下三种选择。

1

一站式服务模式

一站式服务模式的服务范围很广，包括企业和个人的金融服务。我国目前高净值客户资产格局中，企业财富和家庭财富往往结合在一起，而一站式服务模式不仅仅只在金融管理方面，还包含了其他非金融方面，例如慈善、教育、救济、投资等，这使得高净值客户的整体财富管理变得更加方便快捷。

2

用户体验模式

用户体验是互联网财富管理的主要工作重心，在财富管理的过程中应以用户至上为前提，以满足客户需求为目的。传统的互联网金融模式由于时间和空间上的界限，其财富管理产品和服务过于标准化，无法灵活应对高净值客户不同的需求，阻碍了财富管理模式的的发展。而用户体验模式从客户的需求出发，解决了这一问题。财富管理机构在推出产品和服务前，应当深入市场，针对客户的不同需求对市场分门别类，将个性化和定制化的需求融入产品与服务中去，以实现互联网金融下财富管理的普及，使得产品与服务能符合不同客户的需求，适用于不同层次的客户。

3

线上线下互动服务模式

如今，我国互联网金融的发展快速，在将传统经济和互联网进行结合后，推出了一批新型的第三方支付软件，这些软件的普及都是互联网金融迅速发展的产物。互联网财富管理是通过线上线下互动服务模式来实现的。线上服务模式和线下服务模式应当结合，不应忽视其中任何一项，在线上服务模式的发展过程中，也应当大力发展线下模式。因为线下模式主要是为了更加高效地满足高净值客户对于产品和服务独特需求。

高净值客户在挑选财富管理产品和服务时，会从自身的角度出发来提出定制化、唯一化

的要求，线下模式就可以有效地针对不同客户的需求来推出更适合的产品与服务。线上服务模式的特点是普及性、大众性，其覆盖面广、操作方便、使用简单，可以有效满足广大客户的需求。

线上线下互动服务模式也是我国财富管理模式的一个选择，但目前还存在一些问题，主要是当前缺少新型的财富管理专业人才，因此应加大对专业性人才的培养力度，并结合我国的实际状况对这种模式进行研究，并通过互联网大数据技术具有的优势，将这种模式应用到产品和服务的各个阶段，为我国互联网金融财富管理模式探索出新的出路。 中企顾问网发布的《2022-2028年中国互联网+财富管理行业发展态势与发展前景报告》共八章。首先介绍了中国互联网+财富管理行业市场发展环境、互联网+财富管理整体运行态势等，接着分析了中国互联网+财富管理行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+财富管理市场竞争格局。随后，报告对互联网+财富管理做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+财富管理行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+财富管理产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+财富管理行业，本报告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：

第一章 电子商务与“互联网+”

第一节 电子商务发展分析

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

四、电子商务支撑环境

五、电子商务基本模式

六、电子商务规模分析

第二节 “互联网+”的相关概述

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

三、“互联网+”的发展

四、“互联网+”的评价

五、“互联网+”的趋势

第二章 互联网环境下财富管理行业的机会与挑战

第一节 2019年中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

(一) 总体网民规模分析

(二) 分省网民规模分析

(三) 手机网民规模分析

(四) 网民属性结构分析

二、网民互联网应用状况

(一) 信息获取情况分析

(二) 商务交易发展情况

(三) 交流沟通现状分析

(四) 网络娱乐应用分析

第二节 互联网环境下财富管理行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

第三节 互联网财富管理行业的改造与重构

一、互联网重构行业的供应链格局

二、互联网改变生产厂商营销模式

三、互联网导致行业利益重新分配

四、互联网改变行业未来竞争格局

第四节 财富管理与互联网融合创新机会孕育

一、电商政策变化趋势分析

二、电子商务消费环境趋势分析

三、互联网技术对行业支撑作用

四、电商黄金发展期机遇分析

第三章 财富管理行业发展现状分析

第一节 财富管理行业发展现状分析

一、财富管理行业产业政策分析

二、财富管理行业发展现状分析

财富管理的主要内容由产品、服务、对象三部分组成。其中产品与服务主要由各自金融机构提供，银行、基金、证券、第三方理财中心和互联网金融机构组成了财富管理的平台。平台的服务主要针对各种高净值客户，与客户之间的法律关系错综复杂。在发达国家，财富管理是金融服务业的一个中心业务，在全球金融各种服务类型中发展最为迅速。但由于我国与互联网和财富管理有关的理念还没有深入人心，这使得我国对财富管理的概念还没有清楚的定义。我国互联网财富管理存在的问题

- 1 监管力度不足 在财富管理行业借助互联网工具实现超常规发展的同时，也带了许多隐藏的风险。互联网具有隐蔽性、虚拟性与迭代创新性等特征，财富管理行业在依托其管理时当然会继承这些特征，导致监管机构在制定和改进财富管理制度时产生滞后性。虽然我国监管部门已经在金融机构的经营业务范围和流程方面制定了相应的对策，但仍存在许多互联网金融产品违法违规的现象。目前法律法规对一些创新型业务并没有明确的条文规定，这不利于行业的长期发展，需要进行完善。
- 2 消费维权不易 互联网财富管理领域法律体系不健全，从长远来看，对财富管理公司的发展有着不利的影响。不同于实体金融的投资，互联网金融投资过程存在虚拟化的特征，当消费者在投资过程中被欺骗或发生了道德风险问题，维权就比较困难。长此以往，在互联网财富管理的发展中，消费者与公司之间就产生了信任危机。
- 3 互联网财富管理平台问题层出不穷 互联网财富管理在过去几年的发展过程中，出现了许多问题，许多平台为了牟取不当利润，做出了许多违法违规的行为。截至2018年5月底，出现问题的平台共计1684家，并且仅前5个月就出现421家问题平台，行业内平台淘汰趋势正逐步加剧。

三、财富管理行业主要企业分析

四、财富管理行业市场规模分析

第二节 财富管理行业市场前景分析

一、财富管理行业发展机遇分析

二、财富管理行业市场规模预测

三、财富管理行业发展前景分析

第四章 财富管理行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 财富管理电商市场规模与渗透率

一、财富管理电商总体开展情况

二、财富管理电商交易规模分析

三、财富管理电商渠道渗透率分析

第二节 财富管理电商行业盈利能力分析

- 一、财富管理电子商务发展有利因素
- 二、财富管理电子商务发展制约因素
- 三、财富管理电商行业经营成本分析
- 四、财富管理电商行业盈利模式分析
- 五、财富管理电商行业盈利水平分析

第三节 电商行业未来前景及趋势预测

- 一、财富管理电商行业市场空间测算
- 二、财富管理电商市场规模预测分析
- 三、财富管理电商发展趋势预测分析

第五章 财富管理企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 财富管理企业转型电商构建分析

一、财富管理电子商务关键环节分析

- (一) 产品采购与组织
- (二) 电商网站建设
- (三) 网站品牌建设及营销
- (四) 服务及物流配送体系
- (五) 网站增值服务

二、财富管理企业电子商务网站构建

- (一) 网站域名申请
- (二) 网站运行模式
- (三) 网站开发规划
- (四) 网站需求规划

第二节 财富管理企业转型电商发展途径

- 一、电商B2B发展模式
- 二、电商B2C发展模式
- 三、电商C2C发展模式
- 四、电商O2O发展模式

第三节 财富管理企业转型电商平台选择分析

- 一、财富管理企业电商建设模式
- 二、自建商城网店平台

- (一) 自建商城概况分析
- (二) 自建商城优势分析
- 三、借助第三方网购平台
 - (一) 电商平台的优劣势
 - (二) 电商平台盈利模式
- 四、电商服务外包模式分析
 - (一) 电商服务外包的优势
 - (二) 电商服务外包可行性
 - (三) 电商服务外包前景
- 五、财富管理企业电商平台选择策略

第六章 财富管理行业电子商务运营模式分析

第一节 财富管理电子商务B2B模式分析

- 一、财富管理电子商务B2B市场概况
- 二、财富管理电子商务B2B盈利模式
- 三、财富管理电子商务B2B运营模式
- 四、财富管理电子商务B2B的供应链

第二节 财富管理电子商务B2C模式分析

- 一、财富管理电子商务B2C市场概况
- 二、财富管理电子商务B2C市场规模
- 三、财富管理电子商务B2C盈利模式
- 四、财富管理电子商务B2C物流模式
- 五、财富管理电商B2C物流模式选择

第三节 财富管理电子商务C2C模式分析

- 一、财富管理电子商务C2C市场概况
- 二、财富管理电子商务C2C盈利模式
- 三、财富管理电子商务C2C信用体系
- 四、财富管理电子商务C2C物流特征
- 五、重点C2C电商企业发展分析

第四节 财富管理电子商务O2O模式分析

- 一、财富管理电子商务O2O市场概况
- 二、财富管理电子商务O2O优势分析

三、财富管理电子商务O2O营销模式

四、财富管理电子商务O2O潜在风险

第七章 财富管理主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节 网站A

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第二节 网站B

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第三节 网站C

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第四节 网站D

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第五节 网站E

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第八章 财富管理企业进入互联网领域投资策略分析（ ）

第一节 财富管理企业电子商务市场投资要素

一、企业自身发展阶段的认知分析

二、企业开展电子商务目标的确定

三、企业电子商务发展的认知确定

四、企业转型电子商务的困境分析

第二节 财富管理企业转型电商物流投资分析

一、财富管理企业电商自建物流分析

（一）电商自建物流的优势分析

（二）电商自建物流的负面影响

二、财富管理企业电商外包物流分析

第三节 财富管理企业电商市场策略分析（ ）

图表目录：

图表 2015-2019年我国网民规模及互联网普及率

图表 2015-2019年中国网民各类网络应用的使用率

图表 2015-2019年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表 2015-2019年我国网络零售市场交易规模

图表 2015-2019年我国移动网民规模及增长速度

图表 移动端网购增长仍处爆发阶段

图表 移动端网购占比大幅提升

图表 传统财富管理消费存在的“痛点”

图表 财富管理电子商务重构供应链流程

图表 中国电商相关政策汇总

图表 2015-2019年财富管理电商交易规模趋势图

图表 2015-2019年财富管理电商市场渗透率趋势图

图表 2022-2028年财富管理电商交易规模预测趋势图

图表 2022-2028年财富管理电商市场渗透率预测趋势图

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/276042.html>