

2025-2031年中国银行理财 产品市场深度评估与投资可行性报告

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

《2025-2031年中国银行理财产品市场深度评估与投资可行性报告》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/202410/471018.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

中企顾问网发布的《2025-2031年中国银行理财产品市场深度评估与投资可行性报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

在一个需求经济时代，企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢的锁定并捕捉到它。那些成功的企业往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求！

截至2024年6月底，全国共有454家银行业金融机构有存续的理财产品，理财产品数68961只；理财资金账面余额26.28万亿元。剔除通道因素，约占资产管理市场总规模的34%，成为资管上最大的资金利率。从2024年规模扩张开始，银行理财资金的身影陆续出现在非标、定增、打新、配资、量化投资等市场上。

2024年银行理财产品规模扩张降速、预期收益率下行降速、城商行与农商行市场份额提升；理财产品期限延长、外币理财市场持续遭挤压，理财产品市场日趋激烈。

本报告利用资讯长期对银行理财产品行业跟踪搜集的一手市场数据，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。报告主要分析了银行理财产品行业发展环境；银行理财产品行业的发展现状及前景；银行理财产品行业的运营模式；银行理财产品行业的产品现状及前景；银行理财产品行业的销售渠道及销售策略；银行理财产品行业的发行主体竞争情况；银行理财产品行业的竞争对手经营情况。同时，佐之以全行业近5年来全面详实的一手连续性市场数据，让您全面、准确地把握整个银行理财产品行业的市场走向和发展趋势。

报告目录：

第1章：中国银行理财产品行业发展环境分析

1.1银行理财产品行业政策环境

1.1.1行业监管机制分析

1.1.2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》

1.1.3行业监管政策小结

1.2银行理财产品行业经济环境

1.2.1宏观经济环境

(1) GDP增长情况

(2) 经济走势预测

1.2.2居民消费价格指数

1.2.3国内货币供应量分析

1.2.4人民币存贷款利率

1.2.5人民币存贷款余额

1.2.6宏观经济环境小结

1.3银行理财产品行业市场经济环境

1.3.1利率市场

1.3.2汇率市场

1.3.3商品市场

1.3.4股票市场

第2章：中国银行理财产品行业发展现状及趋势

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

(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分析

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分析

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银行理财产品市场发展趋势

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4章：中国银行理财产品行业细分产品发展前景

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5章：中国银行理财产品行业营销策略分析

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 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 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

7.1.4 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

7.1.5 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

7.1.6 广发银行理财产品分析

(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 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

7.2.3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

7.2.4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) 银行理财市场地位

(6) 银行发展战略规划

图表目录

图表1：2020-2024年中国GDP及其增长情况（单位：万亿元，%）

图表2：2024年我国宏观经济指标预测（单位：%）

图表3：“十四五”时期中国经济所面临的趋势性变化

图表4：2020-2024年居民消费价格指数走势

图表5：2020-2024年中国货币供应量分析（单位：亿元）

图表6：2020-2024年人民币活期存款利率走势（单位：%）

图表7：2020-2024年人民币存贷款余额规模（单位：亿元）

图表8：2020-2024年年美元实际有效汇率指数走势

图表9：2020-2024年银行理财产品发行数量（单位：款，%）

图表10：2024年各月银行理财产品发行规模变化趋势（单位：款）

图表11：2024年我国银行外币理财产品占比情况（单位：%）

图表12：2024年各月外币银行理财产品发行规模（单位：款）

图表13：2024年银行外币理财产品分布情况（按币种）（单位：%）

图表14：2024年银行理财产品期限分布情况（单位：%）

- 图表15：2024年银行理财产品发行主体分布情况（单位：%）
- 图表16：2024年人民币非结构性理财产品收益率走势（单位：%）
- 图表17：2024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18：2020-2024年外币理财产品收益率曲线对比（单位：%）
- 图表19：2024年人民币结构性理财产品收益率走势（单位：%）
- 图表20：资产池模式示意图
- 图表21：一对一模式示意图
- 图表22：银信理财产品发行情况一览表（单位：个，亿元，天，%）
- 图表23：2024年各月我国银信合作理财产品发行规模（单位：亿元，%）
- 图表24：银信合作主要政策分析
- 图表25：2024年银保市场新单规模保费排名（单位：亿元）
- 图表26：银保合作主要政策
- 图表27：银行理财产品按投资标的分类情况
- 图表28：2020-2024年债券类理财产品发行规模（单位：款，%）
- 图表29：2024年债券类理财产品发行主分布（单位：%）
- 图表30：2020-2024年债券类理财产品市场发行占比（单位：%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202410/471018.html>