

2015-
2020年中国互联网理财深度调查与投资前
景研究报告

ASKCI CONSULTING CO.,LTD

一、调研说明

中商产业研究院全新发布的《2015-2020年中国互联网金融深度调查与投资前景研究报告》主要依据国家统计局、国家发改委、商务部、中国海关、国务院发展研究中心、行业协会、工商、税务、海关、国内外相关刊物的基础信息以及行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调研资料，由中商产业研究院的资深专家和研究人员的分析。首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述，其次，对本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局等进行了细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，并分析相关经营财务数据。最后，对该行业未来的发展前景，投资风险及投资策略给出科学的建议。本报告是行业生产、贸易、经销等企业在激烈的市场竞争中洞察市场先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告名称	2015-2020年中国互联网金融深度调查与投资前景研究报告
出版日期	动态更新
报告格式	PDF电子版或纸介版
交付方式	Email发送或EMS快递
中文价格	印刷版 9500元 电子版 9500元 中文印刷版+电子版 9800元
订购热线	400-666-1917 400-788-9700

【版权声明】

本报告由中商产业研究院出品，报告版权归中商产业研究院所有。本报告是中商产业研究院的研究与统计成果，报告为有偿提供给购买报告的客户使用。未获得中商产业研究院书面授权，任何网站或媒体不得转载或引用，否则中商产业研究院有权依法追究其法律责任。如需订阅研究报告，请直接联系本网站，以便获得全程优质完善服务。中商产业研究院是中国拥有研究人员数量最多，规模最大，综合实力最强的咨询研究机构，公司每天都会接受媒体采访及发布大量产业经济研究成果。在此，我们诚意向您推

□□□□□□□□□□

□□□□□ □□□□□ □□□□□□ □□□□□ □□□□□

□□□□□□□□□□

IPO□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□□□



二、研究报告目录

提供第三方支付行业调查咨询[报告](#),中商情报网(<http://www.askci.com>)具有11年行业市场研究领域的研究咨询经验,专业为您提供2015-2020年中国第三方支付行业市场[前景](#)及融资战略咨询报告,报告标题为第一章 网上银行相关概述 17

1.1 网上银行简术述 17

1.1.1 网上银行定义 17

1.1.2 网上银行分类 17

1.1.3 网上银行业务介绍 18

1.1.4 网上银行产生发展的动力与基础分析 19

1.2 网上银行的特点及优势 19

1.2.1 网络银行的基本特点 19

1.2.2 网上银行的优势 21

1.2.3 网上银行与传统银行的比较优势 22

1.3 网上银行的服务功能 23

1.3.1 网上银行提供的服务类别 23

1.3.2 网上银行基础服务 23

1.3.3 网上银行衍生服务 23

1.4 网上银行与传统银行的区别 23

1.4.1 销售渠道不同 23

1.4.2 服务存在差异 24

1.4.3 业务范围不同 24

1.5 网上银行对社会经济产生三大影响 24

1.5.1 促进商务创新 24

1.5.2 推动经济活动虚拟化 24

1.5.3 使基础货币虚拟化变为可能 25

第二章 2013-2014年世界网上银行运行浅析 26

2.1 2013-2014年国际网上银行发展综述 26

2.1.1 国外网上银行发展概述 26

2.1.2 国际网上银行发展进程 26

2.1.3 国际网络银行业务范围浅析 27

2.1.4 国际上典型网络银行特色业务分析 28

2.1.5 全球网络银行发展地域性差异明显 28

2.2 美国 28

2.2.1 美国网络银行业务与用户发展综述 29

2.2.2 美国网络银行发展的主要特点 29

2.2.3 美国网络银行快速发展的动力 30

2.2.4 美国网络银行服务获较高满意度 31

2.2.5 透视美国各收入阶层网络银行的使用情况 31

2.2.6 2014年网上银行成美国用户办理业务的首选途径 31

2.3 欧洲国家 31

2.3.1 欧洲网上银行使用率分析 31

2.3.2 安全隐患制约欧洲网络银行发展 32

2.3.3 英国网络银行用户群庞大 33

2.3.4 德国网络银行发展潜力巨大 33

2.3.5 法国网上银行业务仍待升入拓展 34

2.3.6 俄罗斯网络银行业务发展仍不成熟 35

2.3.7 西班牙网上银行积极争夺传统银行存款 36

2.4 亚洲国家 36

2.4.1 2013年韩国网上银行交易额分析 36

2.4.2 2014年韩国网上银行交易量分析 36

2.4.3 日本提高网上银行使用安全性 37

2.4.4 台湾网络银行使用率与日俱增 37

第三章 2012-2013年中国网上银行发展环境分析 38

- 3.1 宏观经济环境 38
 - 3.1.1 2013-2014年中国GDP增长分析 38
 - 3.1.2 2014年中国工业经济运行情况分析 39
 - 3.1.3 2013-2014年中国商品进出口贸易 41
 - 3.1.4 2014年中国居民收入与消费状况 44
- 3.2 金融环境分析 47
 - 3.2.1 2014年中国金融业发展概况 47
 - 3.2.2 2014年中国金融市场经济运行状况 48
 - 3.2.3 2014年中国银行卡市场发展情况 55
 - 3.2.4 2014年中国银行结算帐户情况统计 56
 - 3.2.5 2014年中国支付系统发展情况统计 56
 - 3.2.6 2014年中国POS机及ATM业务发展情况统计 60
- 3.3 网上支付分析 61
 - 3.3.1 2014年中国网络购物市场规模分析 61
 - 3.3.2 2014年中国网上支付市场规模分析 64
 - 3.3.3 2014年中国网上支付市场竞争状况 65
 - 3.3.4 未来中国网上支付的发展趋势分析 67
- 第四章 2013-2014年中国网上银行整体运行状况透析 69
 - 4.1 2013-2014年中国网上银行运行概述 69
 - 4.1.1 网上银行的产生及发展历程 69
 - 4.1.2 中国网上银行发展特点分析 71
 - 4.1.3 中国网络银行产品及业务范畴 72
 - 4.1.4 网上银行产业链结构及战略地位 76
 - 4.1.5 中国网上银行业务发展进入快车道 78
 - 4.1.6 网银业务成为银行新的盈利增长点 78
 - 4.2 2013-2014年中国网上银行业务规模 79
 - 4.2.1 2013年中国网上银行业务总体情况 79
 - 4.2.2 2014年中国网上银行业务规模分析 82

- 4.2.3 2014年个人网上银行业务规模分析 83
- 4.2.4 2014年企业网上银行业务规模分析 84
- 4.3 中国网银与现代金融组织理论发展综述 84
 - 4.3.1 浅析金融组织的经济学 84
 - 4.3.2 透析不完全信息与金融组织理论的框架 87
 - 4.3.3 网络银行组织的理论解读 88
 - 4.3.4 现代金融组织理论的发展动力及机理 90
- 4.4 2013-2014年中小银行开展网上银行业务分析 93
 - 4.4.1 发展网上银行业务提升中小银行竞争力 93
 - 4.4.2 中小银行开展网上银行业务的特殊优势 93
 - 4.4.3 中小**商业银行**开展网上银行业务的定位 93
 - 4.4.4 中小银行开展网上银行业务的策略探讨 94
- 4.5 2013-2014年中国网上银行的全面收费分析 95
 - 4.5.1 中国网上银行进入收费时代 95
 - 4.5.2 国内网上银行的收费类别 95
 - 4.5.3 中国各大网上银行收费标准透析 96
- 4.6 2013-2014年中国网上银行发展存在的问题 99
 - 4.6.1 网络银行业务发展与国外的差距 99
 - 4.6.2 网上银行发展仍未达到成熟阶段 100
 - 4.6.3 中国网上银行发展中存在的问题 102
 - 4.6.4 制约中国网上银行发展的瓶颈问题 104
- 4.7 2013-2014年中国网上银行发展的对策 105
 - 4.7.1 网络银行业务的整体发展策略 105
 - 4.7.2 促进中国网上银行发展的对策 110
 - 4.7.3 金融机构开展网上银行业务的策略 112
 - 4.7.4 推动网上银行**健康**有序发展的建议 115
- 第五章 2013-2014年中国网上银行的全面用户调研 116
 - 5.1 个人网上银行的用户特征透析 116

- 5.1.1 使用率与渗透率 116
- 5.1.2 用户细分 116
- 5.1.3 用户特征 117
- 5.1.4 用户上网时长分布 118
- 5.1.5 用户主要了解渠道 118
- 5.2 2013-2014年网上银行用户使用情况分析 119
 - 5.2.1 各种网银产品在用户中的使用情况 119
 - 5.2.2 各种网银产品在不同属性用户中使用情况的差异 120
 - 5.2.3 个人用户对网银安全性的态度 121
 - 5.2.4 不同属性个人用户使用网银的安全意识及行为差异 123
 - 5.2.5 突发事件影响用户对网银安全的态度及使用 124
 - 5.2.6 用户对网银收费的态度及当前满意度 125
- 5.3 2013-2014年年网上银行用户调查分析 126
 - 5.3.1 个人网银用户的发展特征 126
 - 5.3.2 企业网银用户的发展特征 127
 - 5.3.3 安全因素成为用户开展网银业务的关键 127
 - 5.3.4 用户对网银身份认证方式的改进要求 128
- 5.4 银行电子商务业务用户调研情况 128
 - 5.4.1 银行网上商城的用户渗透率 128
 - 5.4.2 网银用户实现缴费支付的方式 129
 - 5.4.3 不同网银在第三方支付平台的渗透率排名 130
- 第六章 2013-2014年中国网上银行的安全与风险分析 133
 - 6.1 2013-2014年中国网上银行的安全性浅析 133
 - 6.1.1 网上银行的安全问题思考 133
 - 6.1.2 银行交易系统的安全性分析 134
 - 6.1.3 网络通讯的安全性探讨 134
 - 6.1.4 客户的安全意识分析 135
 - 6.2 2013-2014年美国网上银行面临的风险及控制 136

- 6.2.1 九大风险 136
- 6.2.2 风险管理 141
- 6.2.3 内部控制 142
- 6.2.4 技术策略 144
- 6.2.5 其他方面 145
- 6.3 2013-2014年中国发展网上银行存在的风险 148
 - 6.3.1 从技术角度分析 148
 - 6.3.2 从业务角度分析 149
 - 6.3.3 从法律角度分析 150
- 6.4 2013-2014年中国网上银行的风险控制体系探索 150
 - 6.4.1 宏观层面的风险控制 151
 - 6.4.2 中观层面的风险控制 151
 - 6.4.3 微观层面的风险控制 151
- 6.5 2013-2014年中国网上银行的风险管理探讨 152
 - 6.5.1 内涵保证的管理 152
 - 6.5.2 外延保证的管理 153
- 第七章 2013-2014年中国网上银行的监管分析 154
 - 7.1 2013-2014年全球网上银行的监管分析 154
 - 7.1.1 世界网银的法律定义和分类 154
 - 7.1.2 世界网银的法律实施和安全保障 154
 - 7.1.3 世界网银的监管方式和监管内容 156
 - 7.1.4 世界网银的消费者权益保护 156
 - 7.1.5 世界网银的监管层次和监管模式 160
 - 7.2 2013-2014年中国网上银行监管发展的成就 161
 - 7.2.1 网上银行监管制度初步成形 161
 - 7.2.2 网上银行市场准入已初具经验 161
 - 7.2.3 网上银行日常监管工作渐入佳境 161
 - 7.3 2013-2014年中央银行网上银行监管体系的建设 162

- 7.3.1 央行在制定网银监管体制中面临的难题 162
- 7.3.2 央行实施网上银行监管的主要内容 163
- 7.3.3 央行完善网上银行监管体制的对策 164
- 7.4 2013-2014年现行网上银行监管体制存在的问题 165
 - 7.4.1 监管意识滞后 165
 - 7.4.2 监管体系尚不完善 165
 - 7.4.3 监管实效有待提高 166
- 7.5 2013-2014年完善网上银行监管体制的对策 166
 - 7.5.1 加强监管工作的针对性 166
 - 7.5.2 健全网上银行准入制度 166
 - 7.5.3 完善法律法规和相关金融监管办法 167
 - 7.5.4 建立有效安全认证体系 167
 - 7.5.5 完善网上银行的信息披露制度 168
 - 7.5.6 加强国际间的监管合作 168
- 第八章 2013-2014年中国开展网银服务的各大银行竞争力对关键性财务数据分析 169
 - 8.1 中国银行股份有限公司（601988） 169
 - 8.1.1 企业简介 169
 - 8.1.2 企业营业范围 170
 - 8.1.3 企业主要财务指标 170
 - 8.1.4 主营收入分布及网银业务发展情况 192
 - 8.1.5 财务比率分析 193
 - 8.1.6 中国银行个人网银和企业网银服务内容 195
 - 8.1.7 2013年中国银行电子银行产品网络营销费用分布 198
 - 8.2 中国工商银行股份有限公司（601398） 198
 - 8.2.1 企业简介 199
 - 8.2.2 企业营业范围 199
 - 8.2.3 企业主要财务指标 200
 - 8.2.4 主营收入分布情况 215

- 8.2.5 财务比率分析 223
- 8.2.6 2013年工商银行电子银行产品网络营销费用分布 225
- 8.2.7 2013-2014年工商银行网上银行业务发展状况分析 225
- 8.3 中国建设银行股份有限公司（601939） 225
 - 8.3.1 企业简介 225
 - 8.3.2 企业主要财务指标 226
 - 8.3.3 主营收入分布情况 234
 - 8.3.4 财务比率分析 235
 - 8.3.5 2013年建设银行电子银行产品网络营销费用分布 237
 - 8.3.6 2013-2014年建行网上银行业务发展状况分析 238
- 8.4 中国农业银行股份有限公司 239
 - 8.4.1 企业简介 239
 - 8.4.2 2009-2013年农业银行经营状况分析 240
 - 8.4.3 2013-2014年农行网上银行业务透析 250
 - 8.4.4 2014年农业银行网上银行业务发展状况分析 251
- 8.5 招商银行股份有限公司（600036） 251
 - 8.5.1 企业简介 251
 - 8.5.2 企业营业范围 253
 - 8.5.3 企业主要财务指标 254
 - 8.5.4 主营收入分布情况 263
 - 8.5.5 财务比率分析 264
 - 8.5.6 2014年招商银行电子银行产品网络营销费用分布 266
 - 8.5.7 2013-2014年招行企业网银业务进展分析 267
- 8.6 交通银行股份有限公司（601328） 268
 - 8.6.1 企业简介 268
 - 8.6.2 企业营业范围 269
 - 8.6.3 企业主要财务指标 270
 - 8.6.4 主营收入分布情况 280

- 8.6.5 财务比率分析 282
- 8.6.6 2014年公司网上银行开展概况 283
- 8.6.7 2014年交通银行电子银行产品网络营销费用分布 284
- 8.7 中国民生银行股份有限公司（600016） 284
 - 8.7.1 企业简介 284
 - 8.7.2 企业营业范围 285
 - 8.7.3 企业主要财务指标 285
 - 8.7.4 主营收入分布情况 293
 - 8.7.5 财务比率分析 294
 - 8.7.6 2013年民生银行电子银行产品网络营销费用分布 296
 - 8.7.7 2013-2014年企业网银业务进展分析 296
- 8.8 深圳发展银行股份有限公司（000001） 297
 - 8.8.1 企业简介 297
 - 8.8.2 企业营业范围 299
 - 8.8.3 企业主要财务指标 300
 - 8.8.4 主营收入分布情况 305
 - 8.8.5 财务比率分析 307
- 第九章 2013-2014年中国网上银行市场竞争与营销分析 309
 - 9.1 2013-2014年中国网上银行市场竞争综述 309
 - 9.1.1 网上银行的竞争环境透析 309
 - 9.1.2 网上银行的竞争优势分析 310
 - 9.1.3 网上银行进入品牌竞争时代 311
 - 9.1.4 中国网上银行竞争策略探讨 312
 - 9.2 2013-2014年中国网上银行的营销环境透析 313
 - 9.2.1 宏观环境 313
 - 9.2.2 微观环境 314
 - 9.2.3 SWOT分析 315
 - 9.3 2013-2014年中国网上银行的市场定位及发展战略 316

- 9.3.1 客户群体的细分 316
- 9.3.2 目标市场定位 317
- 9.3.3 营销战略选择 317
- 9.4 2013-2014年中国网上银行营销分析 318
 - 9.4.1 中国网上银行营销的内涵 318
 - 9.4.2 网上银行的整合营销策略分析 318
 - 9.4.3 以客户为目标的集中化营销策略 320
 - 9.4.4 以品牌为中心的立体化营销策略 321
 - 9.4.5 注重成本领先的差异化营销策略 321
- 第十章 2013-2014年中国网上银行的法律环境分析 323
 - 10.1 2013-2014年中国网上银行的相关法律法规 323
 - 10.1.1 中华人民共和国中国人民银行法 323
 - 10.1.2 网上银行业务管理暂行办法 330
 - 10.1.3 电子银行业务管理办法 335
 - 10.1.4 中华人民共和国银行业监督管理法（2008修正） 350
 - 10.1.5 中华人民共和国电子签名法 360
 - 10.2 2013-2014年中国网上银行的相关法律问题 366
 - 10.2.1 网上银行的市场准入条件 366
 - 10.2.2 网上贷款的相关法律问题 367
 - 10.2.3 电子签名的法律效力问题 367
 - 10.2.4 网上银行的税收征管法规 369
 - 10.3 2013-2014年中国网上支付面临的法律环境分析 370
 - 10.3.1 浅析网上支付手段的法律效力 370
 - 10.3.2 电子支票的法律效力分析 370
 - 10.3.3 电子现金的法律地位探讨 371
 - 10.3.4 网上支付违法活动的惩罚规定 371
 - 10.4 2013-2014年中国网上银行业务纠纷的政策法规 372
 - 10.4.1 归责原则 372

10.4.2 民事责任 373

第十一章 2015-2020年中国网上银行的发展前景与趋势分析 375

11.1 2015-2020年中国网上银行的市场前景展望 375

11.1.1 未来中国网上银行发展的动力 375

11.1.2 中国网上银行的增长潜力分析 376

11.1.3 中国网上银行的发展前景分析 377

11.2

第一章 [互联网理财](#)发展背景综述

第一节 [互联网理财](#)的定义

一、互联网理财的定义

二、互联网理财产品大类

三、互联网理财发展历程

第二节 互联网理财增长因素

一、互联网理财市场增长内因

（一）超高收益类的竞争优势

（二）产品创新实现替代效应

（三）平台优势注重用户体验

（四）低门槛提供普惠金融

二、互联网理财市场影响外因

（一）金融业市场化趋势影响

（二）宏观经济增长放缓影响

（三）监管层监管方式变化影响

第三节 互联网理财对银行的影响

一、对银行活期存款的影响

二、对银行成本的影响测算

三、对银行体系的深层影响

第二章 互联网理财市场环境分析

第一节 [互联网金融](#)监管体系

一、互联网金融监管形态

二、互联网金融监管政策

- (一) 《金融业发展和改革“十二五”规划》
- (二) 《金融支持经济结构调整和转型升级的指导意见》
- (三) 《中国人民银行关于进一步推进利率市场化改革的通知》
- (四) 《非金融机构支付服务管理办法》
- (五) 《互联网行业“十二五”发展规划》

三、互联网金融监管体系对策建议

第二节 互联网金融发展模式

- 一、P2P网络借贷发展模式
- 二、大数据金融发展模式
- 三、信息化金融发展模式
- 四、第三方支付发展模式
- 五、互联网金融门户发展模式
- 六、众筹模式

第三节 国内理财产品发行环境

- 一、国内理财产品发行规模分析
- 二、国内理财产品发行主体结构
- 三、国内理财产品投向类型分析
- 四、国内理财产品期限类型分析

第三章 互联网理财投资领域分析

第一节 互联网理财领域投资综述

- 一、互联网理财主要信息发布平台
- 二、互联网理财投资领域景气度对比

第二节 互联网理财货币投资市场前景

- 一、同业拆借市场发展分析
- 二、票据贴现市场发展分析
- 三、可转让大额定期存单市场
- 四、短期证券市场分析

第三节 互联网理财资本投资市场前景

一、股权投资市场发展走势

二、[债券](#)投资市场发展走势

第四节 互联网理财商品投资市场前景

一、基础原材料现货市场分析

二、能源商品现货市场分析

三、大宗农产品现货市场分析

第五节 互联网理财衍生投资市场

一、远期投资市场分析

二、期权投资市场分析

三、[期货](#)投资市场分析

四、互换投资市场分析

第四章 互联网理财平台运营现状与竞争分析

第一节 互联网理财平台类型分析

一、集成服务型互联网理财平台

二、与知名互联网公司合作理财平台

三、P2P理财平台

四、[基金](#)公司直销平台

五、银行发行的银行端[现金管理工具](#)

第二节 互联网理财平台经营状况

一、互联网理财平台发展规模

二、互联网理财平台损益情况

第三节 互联网理财平台竞争分析

一、互联网理财竞争主体

二、互联网理财潜在竞争者分析

三、互联网理财未来竞争格局

第四节 类互联网理财主体SWOT分析

一、互联网企业理财业务SWOT分析

二、金融机构理财业务SWOT分析

三、大[运营商](#)理财业务SWOT分析

第五章 典型互联网理财平台运营分析

第一节 阿里巴巴理财平台运营分析

- 一、阿里巴巴理财平台核心优势
- 二、阿里巴巴平台产品发行情况
- 三、阿里巴巴理财产品投资分布
- 四、阿里巴巴理财营销费用分析
- 五、阿里巴巴理财平台技术分析

第二节 腾讯理财平台运营分析

- 一、腾讯理财平台核心优势
- 二、腾讯平台产品发行情况
- 三、腾讯理财产品投资分布
- 四、腾讯理财营销费用分析
- 五、腾讯理财平台技术分析

第三节 百度理财平台运营分析

- 一、百度理财平台核心优势
- 二、百度平台产品发行情况
- 三、百度理财产品投资分布
- 四、百度理财营销费用分析
- 五、百度理财平台技术分析

第四节 网易理财平台运营分析

- 一、网易理财平台核心优势
- 二、网易平台产品发行情况
- 三、网易理财产品投资分布
- 四、网易理财营销费用分析
- 五、网易理财平台技术分析

第五节 京东理财平台运营分析

- 一、京东理财平台核心优势
- 二、京东平台产品发行情况
- 三、京东理财产品投资分布

四、京东理财营销费用分析

五、京东理财平台技术分析

第六节 91旺财运营分析

一、91旺财平台核心优势

二、91旺财产品发行情况

三、91旺财产品投资分布

四、91旺财营销费用分析

五、91旺财平台技术分析

第七节 PPMoney运营分析

一、PPMoney平台核心优势

二、PPMoney产品发行情况

三、PPMoney产品投资分布

四、PPMoney营销费用分析

五、PPMoney平台技术分析

第六章 互联网理财产品分类发展模式

第一节 货币基金支付应用

一、嵌入消费场景模式分析

(一) 嵌入消费场景运行模式分析

(二) 嵌入消费场景模式代表产品

(三) 嵌入消费场景模式综合评价

(1) 适用场景分析

(2) 资金安全性分析

(3) 规模增长潜力分析

二、金融投资支付模式分析

(一) 金融投资支付运行模式分析

(二) 金融投资支付模式代表产品

(三) 金融投资支付模式综合评价

(1) 适用场景分析

(2) 资金安全性分析

(3) 规模增长潜力分析

三、移动手机钱包模式分析

(一) 移动手机钱包运行模式分析

(二) 移动手机钱包模式代表产品

(三) 移动手机钱包模式综合评价

(1) 适用场景分析

(2) 资金安全性分析

(3) 规模增长潜力分析

第二节 团购概念短期理财基金

一、团购概念短期理财基金运行模式

二、团购概念短期理财基金代表产品

三、团购概念短期理财基金综合评价

(一) 适用场景分析

(二) 资金安全性分析

(三) 规模增长潜力分析

第三节 固定收益类分级优先份额

一、固定收益类分级优先份额运行模式

二、固定收益类分级优先份额代表产品

三、固定收益类分级优先份额综合评价

(一) 适用场景分析

(二) 资金安全性分析

(三) 规模增长潜力分析

第四节 互联网补贴应用产品

一、互联网补贴应用产品运行模式

二、互联网补贴应用产品代表产品

三、互联网补贴应用产品综合评价

(一) 适用场景分析

(二) 资金安全性分析

(三) 规模增长潜力分析

第七章 标杆互联网理财产品运营经验分析

第一节 互联网理财产品细节对比

- 一、平台操作流程对比分析
- 二、产品申购起点对比分析
- 三、平台增值功能对比分析
- 四、产品收益情况对比分析

第二节 互联网企业主导的理财产品

一、余额宝运营经验分析

- (一) 余额宝运作模式分析
- (二) 余额宝收益率走势分析
- (三) 余额宝竞争优势分析
- (四) 余额宝营销经验深度分析
- (五) 余额宝规模增长潜力分析
- (六) 余额宝挂钩基金公司损益状况

二、微信理财通运营经验分析

- (一) 微信理财通运作模式分析
- (二) 微信理财通收益率走势分析
- (三) 微信理财通竞争优势分析
- (四) 微信理财通营销经验深度分析
- (五) 微信理财通规模增长潜力分析
- (六) 微信理财通挂钩基金公司损益状况

三、百度百赚运营经验分析

- (一) 百度百赚运作模式分析
- (二) 百度百赚收益率走势分析
- (三) 百度百赚竞争优势分析
- (四) 百度百赚营销经验深度分析
- (五) 百度百赚规模增长潜力分析
- (六) 百度百赚挂钩基金公司损益状况

四、零钱宝运营经验分析

- (一) 零钱宝运作模式分析
- (二) 零钱宝收益率走势分析
- (三) 零钱宝竞争优势分析
- (四) 零钱宝营销经验深度分析
- (五) 零钱宝规模增长潜力分析
- (六) 零钱宝挂钩基金公司损益状况

五、京东小金库运营经验分析

- (一) 京东小金库运作模式分析
- (二) 京东小金库收益率走势分析
- (三) 京东小金库竞争优势分析
- (四) 京东小金库营销经验深度分析
- (五) 京东小金库规模增长潜力分析
- (六) 京东小金库挂钩基金公司损益状况

六、网易添金计划运营经验分析

- (一) 网易添金计划运作模式分析
- (二) 网易添金计划收益率走势分析
- (三) 网易添金计划竞争优势分析
- (四) 网易添金计划营销经验深度分析
- (五) 网易添金计划规模增长潜力分析
- (六) 网易添金计划挂钩基金公司损益状况

七、收益宝运营经验分析

- (一) 收益宝运作模式分析
- (二) 收益宝收益率走势分析
- (三) 收益宝竞争优势分析
- (四) 收益宝营销经验深度分析
- (五) 收益宝规模增长潜力分析
- (六) 收益宝挂钩基金公司损益状况

第三节 基金公司主导的理财产品

一、E钱包运营经验分析

- (一) E钱包运作模式分析
- (二) E钱包收益率走势分析
- (三) E钱包竞争优势分析
- (四) E钱包营销经验深度分析
- (五) E钱包规模增长潜力分析
- (六) E钱包挂钩基金公司损益状况

二、钱袋子运营经验分析

- (一) 钱袋子运作模式分析
- (二) 钱袋子收益率走势分析
- (三) 钱袋子竞争优势分析
- (四) 钱袋子营销经验深度分析
- (五) 钱袋子规模增长潜力分析
- (六) 钱袋子挂钩基金公司损益状况

三、活期通运营经验分析

- (一) 活期通运作模式分析
- (二) 活期通收益率走势分析
- (三) 活期通竞争优势分析
- (四) 活期通营销经验深度分析
- (五) 活期通规模增长潜力分析
- (六) 活期通挂钩基金公司损益状况

四、南方现金通运营经验分析

- (一) 南方现金通运作模式分析
- (二) 南方现金通收益率走势分析
- (三) 南方现金通竞争优势分析
- (四) 南方现金通营销经验深度分析
- (五) 南方现金通规模增长潜力分析
- (六) 南方现金通挂钩基金公司损益状况

五、现金宝运营经验分析

- (一) 现金宝运作模式分析

- (二) 现金宝收益率走势分析
- (三) 现金宝竞争优势分析
- (四) 现金宝营销经验深度分析
- (五) 现金宝规模增长潜力分析
- (六) 现金宝挂钩基金公司损益状况

六、活期通运营经验分析

- (一) 活期通运作模式分析
- (二) 活期通收益率走势分析
- (三) 活期通竞争优势分析
- (四) 活期通营销经验深度分析
- (五) 活期通规模增长潜力分析
- (六) 活期通挂钩基金公司损益状况

七、活期乐运营经验分析

- (一) 活期乐运作模式分析
- (二) 活期乐收益率走势分析
- (三) 活期乐竞争优势分析
- (四) 活期乐营销经验深度分析
- (五) 活期乐规模增长潜力分析
- (六) 活期乐挂钩基金公司损益状况

第四节 商业银行主导的理财产品

一、活期宝运营经验分析

- (一) 活期宝运作模式分析
- (二) 活期宝收益率走势分析
- (三) 活期宝竞争优势分析
- (四) 活期宝营销经验深度分析
- (五) 活期宝规模增长潜力分析
- (六) 活期宝挂钩基金公司损益状况

二、如意宝运营经验分析

- (一) 如意宝运作模式分析

- (二) 如意宝收益率走势分析
- (三) 如意宝竞争优势分析
- (四) 如意宝营销经验深度分析
- (五) 如意宝规模增长潜力分析
- (六) 如意宝挂钩基金公司损益状况

三、薪金宝运营经验分析

- (一) 薪金宝运作模式分析
- (二) 薪金宝收益率走势分析
- (三) 薪金宝竞争优势分析
- (四) 薪金宝营销经验深度分析
- (五) 薪金宝规模增长潜力分析
- (六) 薪金宝挂钩基金公司损益状况

四、平安盈运营经验分析

- (一) 平安盈运作模式分析
- (二) 平安盈收益率走势分析
- (三) 平安盈竞争优势分析
- (四) 平安盈营销经验深度分析
- (五) 平安盈规模增长潜力分析
- (六) 平安盈挂钩基金公司损益状况

第五节 [保险](#)公司主导的理财产品

一、陆金宝运营经验分析

- (一) 陆金宝运作模式分析
- (二) 陆金宝收益率走势分析
- (三) 陆金宝竞争优势分析
- (四) 陆金宝营销经验深度分析
- (五) 陆金宝规模增长潜力分析
- (六) 陆金宝挂钩基金公司损益状况

二、活钱宝运营经验分析

- (一) 活钱宝运作模式分析

- (二) 活钱宝收益率走势分析
- (三) 活钱宝竞争优势分析
- (四) 活钱宝营销经验深度分析
- (五) 活钱宝规模增长潜力分析
- (六) 活钱宝挂钩基金公司损益状况

第八章 互联网理财投资群体调研分析

第一节 互联网理财人群特征解析

- 一、互联网初次理财环境分析
- 二、互联网理财人群年龄分布
- 三、互联网理财产品交易时段
- 四、互联网理财金额区域分布
- 五、互联网理财投资金额分布

第二节 互联网理财产品选择偏好

- 一、互联网理财产品选择因素
- 二、互联网理财产品购买渠道
- 三、互联网理财客户风险偏好

第三节 互联网理财广告调查分析

- 一、互联网理财广告接受程度
- 二、互联网理财广告形式偏好
- 三、互联网理财广告内容偏好

第四节 互联网理财群体调研结论

- 一、互联网理财平台优化建议
- 二、互联网理财产品研发建议
- 三、互联网理财广告投放建议

第九章 互联网理财发展趋势与前景预测

第一节 互联网理财发展趋势

- 一、互联网理财平台化趋势分析
- 二、互联网理财专业化趋势分析
- 三、互联网理财功能化趋势分析

第二节 互联网理财平台风险

- 一、互联网理财平台流动性风险
- 二、互联网理财平台技术故障风险
- 三、互联网理财平台内部管控风险
- 四、移动端个人信息泄露风险
- 五、产品收益下滑与系统性风险

第三节 互联网理财产品风险

- 一、互联网理财产品撤资风险
- 二、互联网理财产品竞争风险
- 三、互联网理财产品其他风险

第四节 互联网理财拓展空间预测

- 一、互联网理财用户挖掘空间
 - (一) 互联网理财潜在用户分析
 - (二) 已有客户深度需求挖掘
- 二、互联网理财潜在余额市场
 - (一) 国内居民活期存款规模分析
 - (二) 金融机构账户沉淀资金规模
 - (三) 公共事业账户资金规模分析
 - (四) 其他形式沉淀资金规模分析
- 三、互联网理财市场容量预测

注：报告中含有丰富的图表数据网上银行未来发展趋势探讨 379

11.2.1 网上银行业务将向多样化创新化发展 379

11.2.2 网银行业务创新推动金融市场网络化 379

11.2.3 网上银行全球化国际化发展趋势明显 379

11.3 2015-2020年中国网上银行业务规模预测 380

11.3.1 2015-2020年中国网上银行业务规模预测 380

11.3.2 2015-2020年个人网上银行业务规模预测 380

11.3.3 2015-

2020年企业网上银行业务规模预测 381中国第三方支付行业市场前景及融资战略咨询报告，是主要描述数字放像机调查的咨询报告。

核心优势

专业

团队

请选择报告版本： _____

1 PDF电子版9000元/份 2 印刷版9000元/份 3 PDF电子版+印刷版9000元/份

总计金额： _____万 _____仟 _____佰 _____拾 _____元 （小写： _____元）

预计付款日期： _____年 _____月 _____日

指定账号：

开户行：中国工商银行深圳市分行

开户名：深圳中商产业研究院有限公司

帐 号：4000 0230 0920 1417 009

款到后，发票随后寄发。此账号为唯一指定账号。

联系方式：

研究报告：400-666-1917

IPO咨询专线：400-788-9689

产业园区咨询专线：400-788-9700

可研报告¥商业计划书：400-788-9700

市场调研：400-666-1917

政府投资规划咨询热线：400-788-9700

北京：北京市朝阳区东四环中路41号嘉泰国际大厦B座13层（中国纺织科学研究院）

深圳：深圳市福田区中心区红荔路1001号银盛大厦7层（团市委办公大楼）

香港：香港皇后大道中183号中远大厦19楼

传真：0755-25407715/010-83525881

网址：<http://www.askci.com>

电邮：service@askci.com

备注：请将订阅信息填好后，传真至我中心客服部，款到后发票随后寄发。