

# 2022-2028年中国互联网理 财平台行业发展趋势与战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国互联网理财平台行业发展趋势与战略咨询报告》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/202202/268731.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

随着互联网的飞速发展，传统理财无法满足人们日益增长的投资消费需求，中美居民投资理财存在差距，互联网理财趁势发展。本文针对互联网理财的产品、涉及领域、给人们带来的好处等方面展开论述，与传统理财方式进行对比，讨论总结出其优点。互联网金融主要有三个方面的优势，分别是理财产品多样化、智能投顾降低交易成本和降低交易门槛。互联网理财促进了资金的全球化流动，资源的有效利用和分配，使更多的人参与进来，推动了金融市场的不断进步。美国居民互联网理财占可支配性收入的比例 美国居民的财产性收入占总收入的比例远高于中国居民，是中国居民的五倍之多，中国居民的理财观念较为淡薄，很多中国居民对于理财了解尚浅，难以继续深入下去。我国居民各种理财方式比例对比

中企顾问网发布的《2022-2028年中国互联网理财平台行业发展趋势与战略咨询报告》共和章。首先介绍了中国互联网理财平台行业市场发展环境、互联网理财平台整体运行态势等，接着分析了中国互联网理财平台行业市场运行的现状，然后介绍了互联网理财平台市场竞争格局。随后，报告对互联网理财平台做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网理财平台行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网理财平台产业有个系统的了解或者想投资中国互联网理财平台行业，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1章 互联网理财行业发展背景1.1 互联网理财相关概述1.1.1 互联网理财行业相关特征1.1.2 互联网理财产品主要大类1.1.3 互联网理财发展分析中国居民互联网理财占可支配性收入的比例1.2 互联网理财市场增长内因1.2.1 超高收益类的竞争优势1.2.2 产品创新实现替代效应1.2.3 平台优势着重用户体验1.2.4 低门槛提供普惠金融1.3 影响互联网理财市场外因1.3.1 金融行业市场化趋势的影响1.3.2 宏观经济增长放缓影响1.3.3 监管层监管方式变化影响1.4 互联网理财对银行的影响1.4.1 对银行活期存款的影响1.4.2 对银行成本的影响测算1.4.3 对银行体系的深层影响 第2章 互联网理财行业市场环境分析2.1 互联网理财监管政策分析2.1.1 互联网理财行业监管机构2.1.2 理财业务投资管理政策分析2.1.3 互联网理财业务监管趋势2.2 国内理财产品发行环境分析2.2.1 国内理财产品发行规模分析2.2.2 国内理财产品发行主体结构2.2.3 国内理财产品投向类型分析2.2.4 国内理财产品期限类型分析2.3 互联网金融发展模式分析2.3.1 P2P网络借贷发展模式分析2.3.2 大数据金融发展模式分析2.3.3 虚拟电子货币模式分析2.3.4 第三方支付发展模式分析2.3.5 互联网金融门户发展模式分析2.3.6 众筹模式分析 第3章 不同细分群体理财偏好分析3.1 互联网理财人群特征解析3.1.1 互联网初次理财环境分析3.1.2 互联网理财人群年龄分布3.1.3 互联网理财产品交易时段3.1.4 互联网理财金额区域分布3.1.5 互联网理财投资金额分

布3.2 互联网理财产品选择偏好3.2.1 互联网理财产品选择因素3.2.2 互联网理财产品购买渠道3.2.3 互联网理财客户风险偏好3.3 互联网理财广告调查分析3.3.1 互联网理财广告接受程度3.3.2 互联网理财广告形式偏好3.3.3 互联网理财广告内容偏好3.4 互联网理财群体调研结论3.4.1 互联网理财平台优化建议3.4.2 互联网理财产品研发建议3.4.3 互联网理财广告投放建议

第4章 互联网理财投资领域分析4.1 互联网理财领域投资综述4.1.1 互联网理财主要信息发布平台4.1.2 互联网理财投资领域景气度对比4.2 互联网理财货币投资市场分析4.2.1 同业拆借市场发展分析4.2.2 票据贴现市场发展分析4.2.3 可转让大额定期存单市场4.2.4 短期证券市场分析4.3 互联网理财资本投资市场分析4.3.1 股权投资市场发展走势4.3.2 债券投资市场发展走势4.4 互联网理财商品投资市场分析4.4.1 基础原材料现货市场分析4.4.2 能源商品现货市场分析4.4.3 大宗农产品现货市场分析4.5 互联网理财衍生投资市场4.5.1 期权投资市场分析4.5.2 期货投资市场分析

第5章 互联网理财平台发展现状分析5.1 互联网理财平台类型分析5.1.1 集成服务型互联网理财平台5.1.2 与知名互联网公司合作理财平台5.1.3 P2P理财平台5.1.4 基金公司直销平台5.1.5 银行发行的银行端现金管理工具5.2 互联网理财平台经营状况5.2.1 互联网理财平台发展规模5.2.2 互联网理财平台损益情况5.2.3 互联网基金平台竞争格局（1）互联网基金行业竞争主体（2）互联网理财潜在竞争者分析5.3 三类互联网理财主体SWOT分析5.3.1 互联网企业理财业务SWOT分析5.3.2 金融机构理财业务SWOT分析5.3.3 三大运营商理财业务SWOT分析

第6章 重点互联网理财平台运营分析6.1 蚂蚁金服运营分析6.1.1 蚂蚁金服简介6.1.2 蚂蚁金服旗下品牌分析6.1.3 蚂蚁金服理财业务6.1.4 蚂蚁金服金融牌照分析6.1.5 蚂蚁金服平台优势6.2 腾讯理财平台运营分析6.2.1 腾讯理财平台简介6.2.2 理财通产品发行情况6.2.3 理财通平台运营情况6.2.4 理财通合作金融机构6.2.5 理财通平台优势分析6.3 百度理财平台运营分析6.3.1 百度理财平台简介6.3.2 百度金融产品发行情况6.3.3 百度金融产品收益分析6.3.4 百度金融优劣势分析6.4 网易理财平台运营分析6.4.1 网易理财平台简介6.4.2 网易理财发行情况分析6.4.3 网易理财运营情况分析6.4.4 网易理财合作伙伴分析6.4.5 网易理财平台优势分析6.5 京东理财平台运营分析6.5.1 京东理财平台简介6.5.2 京东理财产品发行分析6.5.3 京东理财合作伙伴分析6.5.4 京东理财优势分析6.6 天天基金网运营分析6.6.1 天天基金网平台简介6.6.2 天天基金网平台分析6.6.3 天天基金网产品分析6.6.4 天天基金网优势分析

第7章 互联网理财平台发展模式分析7.1 互联网基金平台发展模式分析7.1.1 余额类模式分析（1）典型余额类基金实现形式（2）余额类基金模式分类介绍（3）余额类基金发展前景分析7.1.2 基金公司自建平台模式分析（1）基金公司自建平台模式简介（2）嘉实财富分析（3）国金通用财富分析（4）基金公司自建平台模式优劣势分析7.1.3 第三方独立销售机构模式分析（1）第三方独立销售机构模式简介（2）第三方独立销售机构模式经营分析（3）第三方独立销售机构模式优劣势分析7.1.4 电子商务平台模式分析7.2 P2P网贷平台发展模式分析7.2.1 纯线上模式——拍拍贷（1）拍拍贷运营模式分析（2）拍拍贷

经营状况分析(3)拍拍贷模式特点分析7.2.2 混合模式——红岭创投(1)红岭创投运营模式分析(2)红岭创投经营状况分析(3)红岭创投模式特点分析7.2.3 线下特定行业模式——微贷网(1)微贷网运营模式分析(2)微贷网经营状况分析(3)微贷网模式特点分析 第8章 标杆互联网理财产品运营经验分析8.1 互联网企业主导的理财产品8.1.1 余额宝运营经验分析(1)余额宝运作模式分析(2)余额宝收益率走势分析(3)余额宝竞争优势分析(4)余额宝规模增长潜力分析(5)余额宝挂钩基金表现分析8.1.2 微信理财通运营经验分析(1)微信理财通运作模式分析(2)微信理财通收益率走势分析(3)微信理财通竞争优势分析(4)微信理财通规模增长潜力分析8.1.3 百度百赚运营经验分析(1)百度百赚运作模式分析(2)百度百赚收益率走势分析(3)百度百赚竞争优势分析(4)百度百赚规模增长潜力分析8.1.4 零钱宝运营经验分析(1)零钱宝运作模式分析(2)零钱宝收益率走势分析(3)零钱宝竞争优势分析(4)零钱宝规模增长潜力分析8.1.5 京东小金库运营经验分析(1)京东小金库运作模式分析(2)京东小金库收益率走势分析(3)京东小金库竞争优势分析(4)京东小金库规模增长潜力分析8.1.6 收益宝运营经验分析(1)收益宝运作模式分析(2)收益宝收益率走势分析(3)收益宝竞争优势分析(4)收益宝规模增长潜力分析8.2 基金公司主导的理财产品8.2.1 E钱包运营经验分析(1)E钱包运作模式分析(2)E钱包收益率走势分析(3)E钱包竞争优势分析(4)E钱包规模增长潜力分析8.2.2 广发钱袋子运营经验分析(1)广发钱袋子运作模式分析(2)广发钱袋子收益率走势分析(3)广发钱袋子竞争优势分析(4)广发钱袋子规模增长潜力分析8.2.3 南方现金通运营经验分析(1)南方现金通运作模式分析(2)南方现金通收益率走势分析(3)南方现金通竞争优势分析(4)南方现金通规模增长潜力分析8.2.4 汇添富现金宝运营经验分析(1)汇添富现金宝运作模式分析(2)汇添富现金宝收益率走势分析(3)汇添富现金宝竞争优势分析(4)汇添富现金宝规模增长潜力分析8.2.5 华夏财富宝运营经验分析(1)华夏财富宝运作模式分析(2)华夏财富宝收益率走势分析(3)华夏财富宝竞争优势分析(4)华夏财富宝规模增长潜力分析8.2.6 嘉实活期宝运营经验分析(1)嘉实活期宝运作模式分析(2)嘉实活期宝收益率走势分析(3)嘉实活期宝规模增长潜力分析8.3 商业银行主导的理财产品8.3.1 中银活期宝运营经验分析(1)中银活期宝运作模式分析(2)中银活期宝收益率走势分析(3)中银活期宝竞争优势分析(4)中银活期宝规模增长潜力分析8.3.2 如意宝运营经验分析(1)如意宝运作模式分析(2)如意宝收益率走势分析(3)如意宝竞争优势分析(4)如意宝规模增长潜力分析8.3.3 掌柜钱包运营经验分析(1)掌柜钱包运作模式分析(2)掌柜钱包收益率走势分析(3)掌柜钱包竞争优势分析(4)掌柜钱包规模增长潜力分析8.3.4 平安盈运营经验分析(1)平安盈运作模式分析(2)平安盈收益率走势分析(3)平安盈竞争优势分析(4)平安盈规模增长潜力分析 第9章 互联网理财行业发展趋势分析9.1 互联网理财行业发展趋势( ) 9.1.1 “产品+平台”是发展的核心,

积极拓展应用场景9.1.2 深挖用户数据，个性化定制产品加速发展9.1.3 加强账户体系打造，整合用户数据9.1.4 加速移动互联网基金布局9.2 互联网理财行业风险分析9.2.1 互联网理财风险的本质（1）源于理财平台的风险（2）源于理财产品的风险（3）源于外部环境的风险（4）源于投资者的风险9.2.2 互联网理财风险的特征（1）广泛外溢性（2）高度传染性（3）快速转化性9.2.3 互联网理财风险的防范（1）树立企业自控意识（2）强化行业自律功能（3）构建协同监管体系9.3 互联网理财行业发展前景9.3.1 互联网理财用户挖掘空间9.3.2 互联网理财潜在余额市场（1）国内居民存款规模分析（）（2）债券行业资金规模分析（3）保险行业资金规模分析9.3.3 互联网理财市场容量预测 图表目录：图表1：互联网理财行业的主要特征图表2：目前国内互联网现金理财产品主要分类图表3：互联网现金理财发展历程图表4：银行持有国债期货的相关账户图表5：居民活期存款流失对资金来源成本的影响图表6：企业居民活期存款流失对存款平均成本的影响图表7：企业居民活期存款流失对资金来源成本的影响图表8：一行三会对互联网金融的业务监管图表9：我国银行理财产品发行数量（单位：款）图表10：我国银行理财产品发行规模（单位：万亿元）图表11：国内理财产品发行主体结构（单位：%）图表12：国内理财产品投向类型分布（单位：%）图表13：国内理财产品期限类型分布（单位：%）图表14：P2P网络借贷模式图解图表15：国内主要P2P网络借贷平台一览图表16：国内主要的P2P网络借贷模式图表17：基于大数据的金融服务平台模式分析图表18：虚拟电子货币模式分析图表19：第三方支付平台模式分析图表20：众筹融资模式分析图表21：互联网初次理财环境分析（单位：%）图表22：淘宝基金活跃实名注册用户年龄分布情况（单位：%）图表23：互联网理财投资金额分布情况（单位：元，%）图表24：互联网理财产品选择考虑因素组成（单位：%）图表25：互联网理财产品主要购买渠道分布（单位：%）图表26：不同年龄的客户购买互联网理财产品渠道分布（单位：%）图表27：不同人群不同风险偏好（单位：%）图表28：您是否同意以下关于互联网/手机金融广告的描述？更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/268731.html>