2016-2022年中国互联网理财行业市场分析及投资机遇预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2016-2022年中国互联网理财行业市场分析及投资机遇预测报告》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.chinairr.org/report/R09/R0904/201601/08-195263.html

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936
传真: 010-60343813
网址: http://www.chinairr.org
Email: sales@chyxx.com
联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

截至2015年6月，购买过互联网理财产品的网民规模为7849万，与2014年底持平，网民使用率为11.8%，较2014年底下降了0.3个百分点。2014年12月-2015年6月互联网理财用户规模及使用率

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深度分析及发展趋势研究报告》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：

第一章互联网金融概况
1.1 互联网用户
1.1.1 网民
截至2014年12月，我国网民规模达6.49亿，全年共计新增网民3117万人。互联网普及率为47.9%，较2013年底提升了2.1个百分点。2005-2014年中国网民数量及互联网普及率（万人，%） 资料来源：公开资料整理

1.1.2 手机网民2007-2014年我国手机网民规模及占网民比例（万人，%） 资料来源：公开资料整理
2014年新网民最主要的上网设备是手机，使用率为64.1%，由于手机带动网民增长的作用有所减弱，故新网民手机使用率低于2013年的73.3%。由于2014年新增网民学生群体占比为38.8%，远高于老网民中的22.7%，而学生群体的上网场景多为学校、家庭，故新网民使用台式电脑的比例相比2013年上升明显，达51.6%。新网民互联网设备使用情况（%） 资料来源：公开资料整理

1.1.3 网上支付用户
1.2 金融机构存款及社会融资
1.2.1 金融机构存款
1.2.2 社会融资
1.3 互联网金融概况
1.3.1 定义
1.3.2 商业模式
1.3.3 支付模式
1.3.4 投资案例
1.4 市场现状及发展趋势
1.4.1 市场现状
1.4.2 发展趋势

第二章互联网理财产品市场
2.1 定义及分类
2.1.1 定义
2.1.2 分类

2.2 相关政策及机构
2.2.1 相关政策
2.2.2 基金销售机构
2.2.3 基金销售支付机构
2.3 市场概况及竞争格局
2.3.1 市场概况
2.3.2 竞争格局
2.4 互联网理财对银行影响
2.4.1 互联网理财产品与银行理财产品对比
2.4.2 互联网理财对银行理财业务影响
2.4.3 银行对互联网金融（理财）的反击

第三章互联网理财平台市场
3.1 概况
3.1.1 中国互联网理财平台
3.1.2 国外互联网理财平台
3.2 综合性理财平台
3.3 基金销售平台
3.3.1 基金发展情况
3.3.2 基金销售模式
3.3.3 平台盈利模式
3.3.4 基金销售收入
3.4手机理财APP
3.4.1 概况
3.4.2 挖财
3.4.3 铜板街
3.5 发展趋势

第四章主要互联网理财产品
4.1 阿里余额宝
4.1.1 简介
4.1.2 盈利模式

4.1.3 申购额
4.1.4 资金投向
4.1.5 收益
4.2 腾讯理财通
4.2.1 简介
4.2.2 申购额
4.2.3 资金投向
4.2.4 收益
4.3 百度理财产品
4.3.1 简介
4.3.2 申购额
4.3.3 资金投向
4.3.4 收益
4.4 苏宁零钱宝
4.4.1 简介
4.4.2 申购额
4.4.3 资金投向
4.4.4 收益
4.5 京东小金库和京东8.8
4.5.1 京东小金库
4.5.2 京东8.8
4.6 天天基金网旗下理财产品
4.6.1 活期宝
4.6.2 定期宝
4.6.3 财富债添利
4.6.4 2015年理财产品
4.7 其他互联网理财产品
4.7.1 阿里娱乐宝
4.7.2 苏宁对公理财产品及定期理财产品

第五章主要互联网理财平台
5.1 阿里旗下理财平台

5.1.1 淘宝理财
5.1.2 淘宝基金网店
5.1.3 招财宝
5.2 百度理财平台
5.2.1 百度理财
5.2.2 百度财富
5.3 腾讯理财平台
5.3.1 理财汇
5.3.2 理财超市
5.4 和讯理财客
5.5 京东金融
5.6 新浪微财富
5.7天天基金网
5.7.1 简介
5.7.2 理财产品
5.7.3 销售模式
5.7.4 盈利模式
5.7.5 经营业绩
5.8 数米基金网
5.9 好买基金网
5.10 基金买卖网
5.11 爱基金网

图表目录：

图表：2013-2015年中国网民数量及互联网渗透率
图表：2013-2015年中国手机网民数量及其在网民中占比
图表：2013-2015年中国网上支付用户数量及其在网民中占比
图表：2013-2015年中国金融机构存款余额及同比增长
图表：2013-2015年中国金融机构中单位存款及个人存款余额
图表：2013-2015年中国社会融资规模及融资构成
图表：中国互联网金融商业模式、盈利来源及代图表企业
图表：中国互联网企业进入金融领域发展模式

图表：2012-2015年中国互联网金融投资案例数及投资总额（分细分行业）
图表：中国互联网理财产品分类
图表：2015年中国获得基金销售牌照的机构
图表：2015年中国获得基金销售牌照的独立基金销售机构
图表：2015年中国获得基金销售支付牌照的公司
图表：2015年中国主要互联网理财产品（对接基金）申购额及收益对比
图表：2015年中国主要互联网理财产品收益率对比
图表：中国互联网理财产品和银行理财产品对比
图表：国外主要互联网理财平台经营模式
图表：中国主要综合性互联网理财平台及其支付工具
图表：2013-2015年中国公募基金发行数量及构成
图表：2013-2014年中国开放式基金发行量构成（分基金类型）
图表：2013-2015年中国货币基金数量及资产净值
图表：2013-2015年中国货币基金与其他基金收益对比
图表：中国基金互联网销售渠道
图表：中国基金销售互联网渠道与其他销售渠道模式对比
图表：2013-2015年中国基金销售渠道占比
图表：2013-2015年中国基金销售机构基金销售收入及同比增长
图表：2014年中国基金销售收入构成（分销售机构）
图表：2014年中国独立基金销售机构基金销售收入
图表：挖财产品介绍、融资情况及盈利模式
图表：铜板街产品介绍、融资情况及盈利模式
图表：2014-2015年余额宝用户数及申购额
图表：2014-2015年余额宝用户平均存入金额
图表：2014-2015年余额宝（对接基金）资金投向构成
图表：2014-2015年余额宝（对接基金）收益率
图表：2014-2015年余额宝对接的基金收益及环比增长（分季度）
图表：2014年余额宝对接基金管理费、托管费及销售服务费收入
图表：2014-2015年理财通对接基金申购额
图表：2014-2015年理财通对接基金资金投向构成
图表：2015年理财通（对接基金）收益率
图表：2015年第一季度理财通对接基金收益

图表：2014-2015年百度推出的理财产品及特点
图表：2014-2015年百赚（对接基金）申购额及环比增长
图表：2014-2015年百赚（对接基金）投资投向构成
图表：2014-2015年百赚（对接基金）分季度收益及环比增长
图表：2014-2015年百赚（对接基金）收益率
图表：2015年百度百赚利滚利版（对接基金）收益率
图表：2014-2015年苏宁零钱宝对接基金资金投向结构
图表：2015年零钱宝（对接基金）收益率
图表：2015年小金库（对接基金）收益率
图表：2015年活期宝对接基金及收益率
图表：2014-2015年活期宝（对接基金）申购笔数及申购金额
图表：定期宝对接基金及收益率
图表：招财宝与余额宝对比
图表：天天基金网盈利模式
图表：2013-2015年东方财富网营业收入及同比增长
图表：2013-2015年东方财富网净利润及同比增长
图表：2014-2015年天天基金网分季度基金交易笔数及环比增长
图表：2014-2015年天天基金网分季度基金销售额及环比增长
图表：数米基金网盈利模式
图表：好买基金网盈利模式
略……

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/201601/08-195263.html