

## 2015-2020年中国互联网理财行业深度调研与发展前景分析报告

## 目 录

## CONTENTS

- 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 互联网理财发展历程分析
  - 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9：2013-2014年我国银行理财产品发行数量（单位：款）
- 图表10：2013-2014年我国银行理财产品发行规模（单位：万亿元）
- 图表11：2014年国内理财产品发行主体结构（单位：%）
- 图表12：2014年国内理财产品投向类型分布（单位：%）
- 图表13：2013-2014年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: 2013-2014年淘宝基金活跃实名注册用户年龄分布情况 (单位: %)
- 图表23: 2013-2014年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?
- 图表29: 富媒体广告与banner广告对消费者吸引度对比 (单位: %)
- 图表30: 富媒体广告与banner广告受消费者喜欢度对比 (单位: %)
- 图表31: 富媒体广告与banner广告对消费者点击吸引力对比 (单位: %)
- 图表32: 吸引消费者点击广告诉求点 (单位: %)
- 图表33: 互联网理财产品信息发布平台
- 图表34: 互联网理财投资四大领域景气度对比
- 图表35: 《同业拆借管理办法》三个重要条件
- 图表36: 2004-2014年银行间市场成交量变化情况 (单位: 亿元)
- 图表37: 购买短期证券的其中渠道
- 图表38: 2009-2014年中国私募股权投资市场年度投资规模 (单位: 起, 亿美元)
- 图表39: 2009-2014年中国创业投资市场投资规模 (单位: 起, 亿美元)
- 图表40: 2004-2014年债券市场发行量趋势图 (单位: 亿元)
- 图表41: 2015-2020年中国债券市场发行量预测 (单位: 万亿元)
- 图表42: 部分现货交易市场列表
- 图表43: 1991-2012年中国能源消费增速与GDP增速对比情况 (单位: %)
- 图表44: 2008-2014年全球期权交易量变化情况 (单位: 亿张, %)
- 图表45: 2015-2020年沪深300股指期货期权成交额预测 (单位: 万亿元, %)
- 图表46: 期货商品主要品种分类
- 图表47: 2010-2014年我国期货市场成交量与成交额变化趋势 (单位: 亿手, 万亿元)
- 图表48: 集成服务型互联网理财平台典型代表及特点
- 图表49: 与知名互联网公司合作理财平台典型代表及特点
- 图表50: P2P理财平台典型代表及特点
- 图表51: 基金公司直销平台典型代表及特点
- 图表52: 银行发行的银行端现金管理工具典型代表及特点
- 图表53: 2010-2014年P2P平台运营数量变化趋势 (单位: 家)
- 图表54: 互联网理财行业的四大竞争主体
- 图表55: 互联网企业理财业务SWOT分析
- 图表56: 金融机构理财业务SWOT分析
- 图表57: 三大运营商理财业务SWOT分析
- 图表58: 蚂蚁金服旗下品牌分析
- 图表59: 蚂蚁金服金融牌照分析
- 图表60: 理财通平台产品
- 图表61: 百度金融产品收益分析
- 图表62: 百度金融优劣势分析
- 图表63: 网易理财产品情况
- 图表64: 京东理财产品分类
- 图表65: 京东理财产品发行分析
- 图表66: 天天基金网各大板块介绍
- 图表67: 天天基金网某日基金排名情况
- 图表68: 典型余额类基金实现形式
- 图表69: 余额宝模式实现形式
- 图表70: 余额宝模式优劣势分析
- 图表71: 理财通模式实现形式
- 图表72: 理财通模式优劣势分析
- 图表73: 基金主导模式实现形式
- 图表74: 基金主导模式优劣势分析
- 图表75: 基金公司自建平台模式实现形式
- 图表76: 上海国金通用财富资产管理有限公司组织架构

- 图表77: 基金公司自建平台模式优劣势分析  
图表78: 第三方独立销售机构模式实现形式  
图表79: 第三方独立销售机构模式优劣势分析  
图表80: 电子商务平台模式实现形式  
图表81: P2P网贷发展模式的界定  
图表82: 拍拍贷运营模式分析  
图表83: 2008-2015年拍拍贷P2P贷款平台交易规模情况(单位: 元, %)  
图表84: 2009-2013年拍拍贷营收规模情况(单位: 万元, %)  
图表85: 2014年拍拍贷平台借款用途分布情况(单位: %)  
图表86: 2015年一季度拍拍贷平台借款期限分布情况(单位: %)  
图表87: P2P网贷线上与线下模式的主要差异  
图表88: 红岭创投平台运营原理  
图表89: 2009-2014年红岭创投平台交易规模情况(单位: 亿元)  
图表90: 2014年红岭创投成交金额按贷款类型分布情况(单位: %)  
图表91: 2014年红岭创投平台借款期限分布情况(单位: %)  
图表92: 2014年红岭创投平台投资人接待收金额分布情况(单位: %)  
图表93: 微贷网运营模式分析  
图表94: 2014年微贷网月交易量统计(单位: 万元)  
图表95: 2013-2014年微贷网各季度交易量对比情况(单位: 万元)  
图表96: 2014年微贷网平台借款期限分布情况(单位: %)  
图表97: 2013-2015年余额宝挂钩的天弘增利宝7日年化收益率走势(单位: %)  
图表98: 余额宝主要竞争优势与劣势  
图表99: 2015年二季度宝宝规模前三名情况(单位: 亿元)  
图表100: 2014-2015年华夏财富宝货币基金7日年化收益率分析(单位: %)  
图表101: 近一年货币基金收益率大比拼(单位: %)  
图表102: 微信理财通竞争优势分析  
图表103: 2013-2015年华夏现金增利货币E7日年化收益率分析(单位: %)  
图表104: 2014年各类互联网理财产品日均七日年化收益率(单位: %)  
图表105: 2014年各类互联网理财产品日均万份收益(单位: 元)  
图表106: 2015年6月30日广发天天红货币基金资产配置(单位: %)  
图表107: 2015年6月30日汇添富现金宝货币基金资产配置(单位: %)  
图表108: 2013-2015年广发天天红货币基金持有情况(单位: 亿份)  
图表109: 2013-2015年汇添富现金宝货币基金持有情况(单位: 亿份)  
图表110: 2014-2015年广发天天红货币基金7日年化收益率分析(单位: %)  
图表111: 2014-2015年汇添富现金宝货币基金7日年化收益率分析(单位: %)  
图表112: 零钱宝竞争优势分析  
图表113: 2015年6月30日嘉实活钱包货币基金资产配置(单位: %)  
图表114: 2015年6月30日鹏华增值宝货币基金资产配置(单位: %)  
图表115: 2014-2015年嘉实活钱包货币基金持有情况(单位: 亿份)  
图表116: 2014-2015年鹏华增值宝货币基金持有情况(单位: 亿份)  
图表117: 2014-2015年嘉实活钱包货币基金7日年化收益率分析(单位: %)  
图表118: 2014-2015年鹏华增值宝货币基金7日年化收益率分析(单位: %)  
图表119: 京东小金库竞争优势分析  
图表120: 宝宝理财产品认知度分析(单位: %)

……略

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：[service@qianzhan.com](mailto:service@qianzhan.com)

或登录网站：<https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务！