互联网金融对银行业的冲击挑战及应对策略专项咨询报告

目 录

CONTENTS

第1章：互联网金融发展及对银行业的冲击与重构
1.1 我国互联网金融的异军突起
1.1.1 互联网金融主要模式及特点
1.1.2 互联网金融在我国发展现状
（1）第三方支付
（2）P2P网贷
（3）众筹融资
（4）电商小贷
（5）互联网理财
（6）虚拟货币
（7）金融产品互联网销售
1.1.3 互联网金融兴起的原因剖析
1.1.4 互联网金融的优势及风险评估
1.1.5 互联网金融未来的发展趋向
（1）行业监管趋向
（2）行业演进趋势
（3）行业技术趋向
1.2 互联网金融对银行业的冲击与挑战
1.2.1 互联网给金融业带来了什么
（1）极为低廉的交易成本
（2）更有效的大数据分析方法
（3）打破了信息的不对称性格局
（4）摆脱了时间与空间的限制
（5）改变了消费者的行为与习惯
1.2.2 互联网金融对银行业的冲击与挑战
（1）对银行业收入端的冲击
1）支付平台——冲击多项中收
2）理财平台——冲击代理业务
3）综合平台——冲击理财业务
4）网贷平台——争夺中小客户信贷资源
（2）对银行业成本端的冲击
1）支付平台——冲击活期存款
2）网贷平台——冲击定存理财
3）理财平台——冲击存款理财
4）综合平台——冲击存款理财
1.2.3 互联网金融对银行业冲击程度测算
（1）对银行业收入端冲击的测算
（2）对银行业成本端冲击的测算
1.3 互联网金融对银行业的颠覆与重构
1.3.1 银行的金融中介功能边缘化
1.3.2 颠覆银行业传统经营方式和盈利模式
1.3.3 银行业的发展版图和竞争格局面临重构
1.3.4 传统金融生态链面临重大变局
1.4 互联网金融时代银行客户行为变化趋势
1.4.1 银行客户经历的四个时代
1.4.2 银行客户的行为变化趋势
（1）第一阶段：网点依赖型行为模式
（2）第二阶段：半自助化行为模式
（3）第三阶段：多渠道的互联网化行为模式
（4）第四阶段：“自我为中心+平台化”行为趋势
1.5 互联网金融背景下银行业经营业绩

1.5.1 2014年银行业总体经营业绩
（1）银行业资产负债规模
（2）银行业经营利润
（3）银行业资本充足率
（4）银行业流动性水平
（5）银行业资产质量和拨备水平
1.5.2 2014年上市银行经营情况
（1）上市银行经营规模分析
（2）上市银行盈利水平分析
（3）上市银行资产质量分析
（4）上市银行资本充足率分析
第2章：银行业转型突围方向及互联网金融布局策略
2.1 银行业转型突围方向与路径
2.1.1 银行业转型突围方向与思路
（1）开辟非网点渠道，打造立体式服务渠道
（2）切入互联网金融，推动金融业务创新
（3）线下网点智能化改造，助力传统渠道转型
（4）重视大数据运用，改造银行业务流程
（5）客户下沉，进军长尾市场
2.1.2 银行业布局互联网金融的可行性与路径选择
（1）银行业互联网金融建设的必要性
（2）银行业与互联网金融融合的可行性
（3）银行业布局互联网金融的战略步骤
（4）银行业发展互联网金融的路径选择
（5）当前银行业互联网金融的实践探索
2.2 银行业互联网金融建设路径之——直销银行
2.2.1 直销银行的定位与特点
（1）定位中端客户群
（2）组织结构扁平化
（3）去“实体化”的营销模式
（4）吸引客户的方式灵活多样
（5）追求便捷性和安全性的统一
2.2.2 直销银行的优势及价值
（1）直销银行的优势体现
（2）银行业开展直销银行的价值
2.2.3 银行业开展直销银行的可行性
（1）客户群体适应性
（2）规模适应性
（3）政策环境适应性
（4）技术支持可行性
2.2.4 直销银行建设的关键因素
（1）直销银行建设的基础
（2）直销银行建设的前提
（3）对目标客户定位的要求
（4）对营销体系的要求
2.2.5 银行业直销银行战略部署与经营策略
（1）直销银行的战略部署
（2）直销银行的组织模式
（3）直销银行的经营策略
1）产品策略
2）营销策略
3）成本管控策略
2.2.6 直销银行成功关键：如何处理好内部竞合关系
（1）战略定位的重叠——差异化的战略定位
（2）客户资源的重叠——补充性的客户定位
（3）产品种类的重叠——专属化的产品体系
（4）服务渠道的重叠——包容性的渠道平台
2.2.7 直销银行外部联盟合作战略选择
（1）与大型电商平台合作

（2）与第三方支付等金融企业合作
（3）与非金融领域最佳实践公司的合作
2.2.8 银行业开展直销银行业务的建议
（1）中国式直销银行的发展困境
（2）中国银行业开展直销银行的建议
2.3 银行业互联网金融建设路径之——电商平台
2.3.1 银行进军电商的可行性分析
2.3.2 银行发展电商的条件与基础
2.3.3 银行发展电商的差异化定位
（1）与银行的业务价值对接
（2）与银行的客户群体对接
（3）与银行的发展策略对接
2.3.4 银行业进军电商的路径与模式选择
2.3.5 银行业电商业务的优劣势分析
2.3.6 银行系电商的症结及突破对策
（1）客户总量限制问题及突破对策
（2）价格优势缺乏问题及突破对策
（3）物流配送问题及突破对策
（4）用户权益保障方面问题及解决对策
（5）平台风险方面问题及解决对策
（6）法律政策方面问题及解决对策
2.3.7 银行系电商平台典型案例研究
（1）建行“善融商务”
（2）交行“交博汇”
（3）农行“E商管家”
（4）工行“融e购“
2.3.8 前瞻银行系电商运营策略建议
（1）增强客户黏性的实施方案
（2）改进服务产品的实施方法
（3）加强风险管理优势的举措
（4）如何深入挖掘与利用大数据
2.4 银行业互联网金融建设路径之——P2P
2.4.1 银行业P2P投资价值
2.4.2 银行业开展P2P的优势
2.4.3 银行业开展P2P的可行性
（1）政策环境适应性
（2）对风险管理的可行性
（3）客户与技术可行性
2.4.4 银行业开展P2P的战略规划
（1）平台定位
（2）组织架构
（3）运行模式
（4）介入策略
（5）推广策略
（6）客户筛选
（7）贷款定价
（8）风险控制
2.4.5 国内银行开展P2P案例研究
（1）平安银行：陆金所
（2）国家开发银行：金开贷
（3）国开金融：开鑫贷
（4）招商银行：小企业e家
（5）民生银行：民生易贷
（6）包商银行：小马bank
（7）兰州银行：e融e贷
2.4.6 国内银行P2P业务开展情况
（1）银行系P2P平台发展模式
（2）银行系P2P平台组织形式
（3）银行系P2P平台收益水平

（4）银行系P2P平台定位差异
2.4.7 银行P2P业务市场潜力分析
（1）国内P2P网贷市场潜力
（2）银行系P2P的竞争力分析
（3）银行系P2P面临的阻碍及对策
2.5 银行业互联网金融建设路径之——移动金融
2.5.1 移动互联网带来的商机
（1）移动金融的商机
（2）银行业移动金融发展路线
（3）银行业移动金融客户定位
2.5.2 移动金融之——移动支付
（1）移动支付市场潜力
（2）移动支付商业模式分析
（3）银行在移动支付市场中的定位
（4）银行业移动支付业务发展模式
（5）银行业移动支付产业布局规划
（6）银行业移动支付业务合作战略
（7）国外银行业移动支付创新经验
（8）银行移动支付业务风险防范策略
2.5.3 移动金融之——手机银行
（1）手机银行的核心价值
（2）手机银行的竞争力分析
（3）手机银行发展潜力分析
（4）手机银行当前存在的问题
（5）手机银行优化与创新建议
（6）手机银行新媒体营销策略
（7）手机银行未来发展方向
2.5.4 移动金融之——微信
（1）微信平台对于银行的价值
（2）银行业微信服务切入点
1）宣传营销
2）客户服务
3）金融交易
4）电商平台
5）数据挖掘
（3）微信银行建设方案及推广策略
1）微信银行特点及业务
2）微信银行发展前景分析
3）微信银行未来创新方向
4）微信银行服务模式选择
5）微信银行建设方案及案例
6）微信银行的营销推广策略
7）微信银行面临的风险及防范
第3章：银行业网点转型升级路径设计及推进方案
3.1 银行网点转型路径设计与实施
3.1.1 网点运营发展阶段成熟度诊断
（1）片区化运营阶段
（2）标准化运营阶段
（3）区域化运营阶段
（4）全渠道运营阶段
3.1.2 网点运营体系成熟度诊断
（1）网点运营体系成熟度诊断指标
（2）网点运营体系成熟度诊断案例
3.1.3 建立网点转型架构体系
3.1.4 结构体系化转型实施路径设计
3.1.5 进入转型实施
3.2 渠道下沉——社区银行
3.2.1 社区银行的发展定位
（1）社区银行目标市场

（2）社区银行目标客户
（3）社区银行核心信贷产品
（4）社区银行业务类型
3.2.2 政府对社区银行的监管
3.2.3 国内社区银行设立标准
3.2.4 社区银行投资效率测算
（1）传统零售网点投资效率
（2）社区银行业务效率测算
3.2.5 社区银行业务模式及比较分析
3.2.6 社区银行的设立路径及适应性
3.2.7 社区银行的最佳发展模式
3.2.8 社区银行运营重点与策略
（1）创新业务策略
（2）差异化服务策略
（3）提升客户体验策略
（4）完善运营管理体系策略
（5）O2O一体化服务体系构建
3.2.9 社区银行核心竞争力构建
（1）人力资本层面竞争力打造
（2）市场层面竞争力打造
（3）产品层面竞争力打造
（4）资产层面竞争力打造
（5）服务渠道竞争力打造
（6）社区银行品牌内涵创新
3.2.10 社区银行的典范-富国银行（Wells Fargo）
（1）富国银行的成长历史
（2）富国社区银行的产品与服务
（3）富国社区银行的布局特点
（4）富国社区银行资产结构调整
（5）富国社区银行精细化业务模型
1）密度模型——社区网店的数量与质量决策
2）交叉销售模型——如何运用多渠道满足客户需求
3）效率模型——如何提升单个网店的经营效率
4）投资模型——如何优化网店建设提升客户体验
（6）富国社区银行风险控制措施
3.3 网点智能化转型——构建智慧银行网点
3.3.1 智慧网点与传统网点的区别
3.3.2 银行智慧网点构建与发展思路
（1）智慧银行核心能力分析
1）智能分析客户需求能力
2）整合多种服务渠道能力
3）银行前台业务开拓能力
4）中后台整合和优化能力
5）大数据的分析处理能力
6）集成风险管理体系能力
（2）智慧银行构建路线解析
1）新锐洞察能力建设路径
2）整合、优化与创新路径
3）集成式风险管理
4）动态的业务支持基础设施
3.3.3 社区化智慧银行建设案例研究
（1）社区化智慧银行建设背景
（2）社区银行功能分区
（3）社区化智慧银行功能与流程
（4）社区化智慧银行运营服务外包
（5）社区化智慧银行设备规划与投入
3.3.4 国外标杆银行智慧化建设经验
（1）汇丰银行智慧化建设经验
（2）华旗银行智慧化建设经验

（3）渣打银行智慧化建设经验
3.3.5 国内智慧银行创新实践探索
（1）建设银行智慧银行创新实践
（2）广发银行智慧银行创新实践
（3）工商银行智慧银行创新实践
（4）农业银行智慧银行创新实践
（5）光大银行智慧银行创新实践
第4章：银行业大数据生态系统构建及落地应用
4.1 银行业大数据应用基础
4.1.1 银行业的大数据基础
4.1.2 银行业大数据的应用价值
4.2 银行业大数据应用战略与实施
4.2.1 银行业大数据应用方向及案例
（1）风险管理优化中的应用
（2）客户管理中的应用
（3）产品/业务创新中的应用
（4）营销创新中的应用
（5）业务经营管理精细化中的应用
4.2.2 银行业整合多渠道数据的模式
（1）银行与电商平台形成战略合作
（2）银行自主搭建电商平台
（3）银行建立第三方数据分析中介
4.2.3 银行与大数据公司的合作样板
4.2.4 银行业大数据生态系统的构建
（1）如何将大数据技术融入到现有IT架构中
（2）如何进行数据的集成与整合
（3）如何对大数据技术系统进行部署与维护
4.2.5 银行业大数据应用中的挑战及建议
（1）银行业大数据应用中的挑战
（2）前瞻银行业大数据应用建议
4.2.6 银行业大数据应用风险及应对策略
4.3 国际同业大数据运用的经验教训
4.3.1 利用大数据快速判断宏观经济形势
4.3.2 利用大数据分析预测客户及交易对手行为
4.3.3 利用大数据分析防范欺诈
4.3.4 利用大数据分析改进内部效率
4.4 大数据时代银行与电商的合作与分化
4.4.1 银行与电商合作的必要性
4.4.2 银行与电商合作的典型案例
（1）建行与阿里巴巴
（2）招行与微信平台及微信客服
（3）民生银行与阿里巴巴
（4）中信银行与腾讯
4.4.3 银行与电商未来可能的合作模式
（1）银行与电商继续深化合作
（2）分别发展，形成银行电商化和电商金融化
第5章：国外互联网银行模式研究及经验启示
5.1 ING Direct——银行业的“沃尔玛”
5.1.1 ING Direct成立背景
5.1.2 ING Direct盈利模式
5.1.3 ING Direct商业模式
（1）“薄利多销”的经营策略
（2）线上线下的渠道补充
（3）产品策略：高利率、简单、标准化
（4）品牌宣传：区别于传统银行
（5）产品设计与服务以客户为中心
（6）独立的组织管理架构
（7）风险控制措施
5.1.4 金融危机的影响及策略转变

（1）金融危机前经营情况
（2）金贷危机中经营受挫
（3）金融危机后策略转变
5.1.5 最成功分支ING-DiBa的成功经验
（1）ING-DiBa发展历史
（2）ING-DiBa独特的商业模式
（3）ING-DiBa的成功因素
5.1.6 ING Direct对国内银行发展的启示
5.2 Bof——线上线下相结合的互联网银行模式
5.2.1 Bofi概况
5.2.2 Bofi的业务模式特点
5.2.3 Bofi负债端经营策略
（1）网络吸引+线下合作伙伴
（2）吸引客户的策略
（3）存款端经营业绩
5.2.4 Bofi贷款端经营策略
（1）资产运用方向
（2）线上与线下的结合
（3）贷款端经营业绩
5.2.5 Bofi互联网技术杠杆的应用
5.2.6 Bofi规模与盈利情况
5.2.7 Bofi对国内银行的经验启示
5.3 Simple——传统银行进入互联网金融的一种模式
5.3.1 Simple发展历程
5.3.2 Simple的业务模式特点
5.3.3 Simple的运营渠道
5.3.4 Simple的服务内容及优势
5.3.5 Simple客户数量及市场份额
5.3.6 Simple盈利情况
5.3.7 Simple被BBVA收购后的业务发展
5.3.8 Simple对国内银行的经验启示
5.4 HSBC Direct
5.4.1 HSBC Direct概况
5.4.2 HSBC Direct业务模式特点
5.4.3 HSBC Direct的服务策略
5.4.4 HSBC Direct的营销模式
5.4.5 HSBC Direct经营情况
5.4.6 HSBC Direct对国内银行业的启示
5.5 SFNB失败的经验教训
5.5.1 SFNB的发展历程
5.5.2 SFNB的服务内容
5.5.3 SFNB的营销策略
5.5.4 SFNB失败的原因及经验教训
第6章：国内银行应对互联网金融的战略转型实践梳理
6.1 民生银行
6.1.1 民生银行经营情况分析
6.1.2 民生银行转型思路与路径
6.1.3 民生银行互联网金融业务布局
6.1.4 民生银行网点转型升级模式
6.1.5 民生银行大数据战略部署
6.1.6 民生银行创新营销推广模式
6.1.7 民生银行组织结构建设与调整
6.1.8 民生银行转型成效分析
6.1.9 民生银行未来发展战略规划
6.2 中信银行
6.2.1 中信银行经营情况分析
6.2.2 中信银行转型思路与路径
6.2.3 中信银行互联网金融业务布局
6.2.4 中信银行网点转型升级模式

6.2.5 中信银行大数据战略部署
6.2.6 中信银行创新营销推广模式
6.2.7 中信银行组织结构建设与调整
6.2.8 中信银行转型成效分析
6.2.9 中信银行未来发展战略规划
6.3 兴业银行
6.3.1 兴业银行经营情况分析
6.3.2 兴业银行转型思路与路径
6.3.3 兴业银行互联网金融业务布局
6.3.4 兴业银行网点转型升级模式
6.3.5 兴业银行大数据战略部署
6.3.6 兴业银行创新营销推广模式
6.3.7 兴业银行组织结构建设与调整
6.3.8 兴业银行转型成效分析
6.3.9 兴业银行未来发展战略规划
6.4 平安银行
6.4.1 平安银行经营情况分析
6.4.2 平安银行转型思路与路径
6.4.3 平安银行互联网金融业务布局
6.4.4 平安银行网点转型升级模式
6.4.5 平安银行大数据战略部署
6.4.6 平安银行创新营销推广模式
6.4.7 平安银行组织结构建设与调整
6.4.8 平安银行转型成效分析
6.4.9 平安银行未来发展战略规划
6.5 招商银行
6.5.1 招商银行经营情况分析
6.5.2 招商银行转型思路与路径
6.5.3 招商银行互联网金融业务布局
6.5.4 招商银行网点转型升级模式
6.5.5 招商银行大数据战略部署
6.5.6 招商银行创新营销推广模式
6.5.7 招商银行组织结构建设与调整
6.5.8 招商银行转型成效分析
6.5.9 招商银行未来发展战略规划
6.6 工商银行
6.6.1 工商银行经营情况分析
6.6.2 工商银行转型思路与路径
6.6.3 工商银行互联网金融业务布局
6.6.4 工商银行网点转型升级模式
6.6.5 工商银行大数据战略部署
6.6.6 工商银行创新营销推广模式
6.6.7 工商银行组织结构建设与调整
6.6.8 工商银行转型成效分析
6.6.9 工商银行未来发展战略规划
6.7 建设银行
6.7.1 建设银行经营情况分析
6.7.2 建设银行转型思路与路径
6.7.3 建设银行互联网金融业务布局
6.7.4 建设银行网点转型升级模式
6.7.5 建设银行大数据战略部署
6.7.6 建设银行创新营销推广模式
6.7.7 建设银行组织结构建设与调整
6.7.8 建设银行转型成效分析
6.7.9 建设银行未来发展战略规划
6.8 交通银行
6.8.1 交通银行经营情况分析
6.8.2 交通银行转型思路与路径
6.8.3 交通银行互联网金融业务布局

6.8.4 交通银行网点转型升级模式
6.8.5 交通银行大数据战略部署
6.8.6 交通银行创新营销推广模式
6.8.7 交通银行组织结构建设与调整
6.8.8 交通银行转型成效分析
6.8.9 交通银行未来发展战略规划
6.9 北京银行
6.9.1 北京银行经营情况分析
6.9.2 北京银行转型思路与路径
6.9.3 北京银行互联网金融业务布局
6.9.4 北京银行网点转型升级模式
6.9.5 北京银行大数据战略部署
6.9.6 北京银行创新营销推广模式
6.9.7 北京银行组织结构北京与调整
6.9.8 北京银行转型成效分析
6.9.9 北京银行未来发展战略规划
6.10 包商银行
6.10.1 包商银行经营情况分析
6.10.2 包商银行转型思路与路径
6.10.3 包商银行互联网金融业务布局
6.10.4 包商银行网点转型升级模式
6.10.5 包商银行大数据战略部署
6.10.6 包商银行创新营销推广模式
6.10.7 包商银行组织结构包商与调整
6.10.8 包商银行转型成效分析
6.10.9 包商银行未来发展战略规划
第7章：银行业发展趋势前瞻与前景预测
7.1 银行业经营环境预判
7.1.1 中长期大环境
7.1.2 2014年行业外部环境
7.1.3 2015年行业形势预判
7.2 银行业发展机会分析
7.2.1 银行业存贷款业务发展空间预测
7.2.2 银行业中间业务发展空间预测
7.2.3 银行业中小企业金融服务空间预测
7.2.4 银行业微贷业务发展空间预测
7.2.5 银行业互联网金融业务发展空间预测
7.3 银行业发展趋势分析
7.3.1 银行业发展中的问题
（1）贵族化
（2）模式化
（3）逐利化
（4）中心化
7.3.2 银行业改革趋势分析
（1）利率市场化
（2）监管差异化
（3）民营银行趋势化
（4）消费者保护潮流化
7.3.3 银行业转型趋势分析

图表目录

图表1：互联网金融主要5种运行模式
图表2：2009-2016年中国第三方互联网支付市场交易规模
图表3：2009-2016年中国第三方移动支付市场交易规模
图表4：中国第三方互联网支付核心企业交易规模市场份额

图表5：2010-2014年我国P2P借贷机构数量
图表6：2010-2014年我国P2P借贷平台交易规模
图表7：阿里小贷产品
图表8：2013-2014年我国余额宝用户数量变化
图表9：2013-2014年我国余额宝规模变化
图表10：第三方支付平台的分流给商业银行带来的影响
图表11：银行客户经历的四个时代及特征
图表12：银行客户的行为变化趋势
图表13：多渠道的互联网化行为模式
图表14：2010-2014年商业银行资产增长情况
图表15：2010-2014年各类商业银行资产同比增速情况
图表16：2014年商业银行贷款主要行业投向
图表17：2010-2014年商业银行负债增长情况
图表18：2010-2014年商业银行净利润（季度）
图表19：2010-2014年商业银行非利息收入（季度）
图表20：2010-2014年商业银行成本收入情况
图表21：2010-2014年商业银行流动性比例情况
图表22：2014年全国银行间同业拆借市场月加权平均利率
图表23：2010-2014年商业银行不良贷款情况
图表24：2010-2014年商业银行贷款损失准备情况
图表25：2014年上市银行净利润增速
图表26：2014年上市银行不良贷款余额与不良贷款率
图表27：未来银行渠道体系将呈现多种新兴渠道并存的立体式结构
图表28：美国银行业的交易流向网银和手机银行
图表29：银行进军电商的SWOT分析
图表30：银行发展电商的PEST分析
图表31：银行系电商的优劣势分析
图表32：建行“善融商务”平台的服务内容
图表33：近期银行系P2P上线项目
图表34：近期银行系P2P上线项目收益率及期限一览
图表35：移动运营商签订战略合作的银行
图表36：网点结构体系化转型设计与实施的基本步骤
图表37：现有零售条线主要规模效率指标
图表38：社区银行成本估算
图表39：社区银行可比效率指标
图表40：户均存款规模敏感性分析-1
图表41：户均存款规模敏感性分析-2
图表42：户均存款规模敏感性分析-3
图表43：富国重网点人员投入轻ATM建设
图表44：富国银行在美国银行业地位显示其资产结构的特征
图表45：富国社区银行业务模型
图表46：富国银行社区网点客户数远超行业平均
图表47：富国家庭客户数超过美国家庭长期增长率
图表48：富国社区网点完成交易量上升
图表49：富国客户随着运用渠道增加购买产品数量也在上升
图表50：家庭客户选择富国社区银行产品类型比例
图表51：新增客户中第一次购买富国产品类型
图表52：富国对于网店建设的主要考虑
图表53：整合业务渠道为客户提供适用的服务和金融产
图表54：工商银行数据积累速度
图表55：大数据的用处
图表56：ING Direct在各国的状况表
图表57：ING Bank 策略转变：坚持简单、公平、低成本
图表58：ING-DiBa的历史
图表59：ING-DiBa的商业模式
图表60：Bofi存款付息率随着QE 逐渐下降
图表61：Bofi付息率大幅高于其他美国大银行
图表62：2004-2013年Bofi存款账户和户均存款变化
图表63：2004-2013年Bofi各类型存款增长情况

图表64：Bofi存款付息率随着QE逐渐下降
图表65：Bofi付息率大幅高于其他美国大银行
图表66：Bofi资本回报率高于行业平均水平
图表67：2004-2013年Bofi规模
图表68：2004-2013年Bofi营收与净利润
图表69：Simple的发展历程
图表70：Simple的运营模式
图表71：Simple手机App界面一
图表72：Simple手机App界面二
图表73：2013年底Simple用户超过10万
图表74：2010-2014年民生银行收入与利润情况
图表75：2010-2014年民生银行资产与负债情况
图表76：2010-2014年民生银行收入结构分析
图表77：2010-2014年民生银行网点数量
图表78：民生银行互联网金融平台建设和产品创新
图表79：2010-2014年中信银行收入与利润情况
图表80：2010-2014年中信银行资产与负债情况
图表81：2010-2014年中信银行收入结构分析
图表82：2010-2014年中信银行网点数量
图表83：中信银行互联网金融平台建设和产品创新
图表84：2010-2014年兴业银行收入与利润情况
图表85：2010-2014年兴业银行资产与负债情况
图表86：2010-2014年兴业银行收入结构分析
图表87：2010-2014年兴业银行网点数量
图表88：兴业银行互联网金融平台建设和产品创新
图表89：2010-2014年平安银行收入与利润情况
图表90：2010-2014年平安银行资产与负债情况
图表91：2010-2014年平安银行收入结构分析
图表92：2010-2014年平安银行网点数量
图表93：平安银行互联网金融平台建设和产品创新
图表94：2010-2014年招商银行收入与利润情况
图表95：2010-2014年招商银行资产与负债情况
图表96：2010-2014年招商银行收入结构分析
图表97：2010-2014年招商银行网点数量
图表98：招商银行互联网金融平台建设和产品创新
图表99：2010-2014年工商银行收入与利润情况
图表100：2010-2014年工商银行资产与负债情况
图表101：2010-2014年工商银行收入结构分析
图表102：2010-2014年工商银行网点数量
图表103：工商银行互联网金融平台建设和产品创新
图表104：2010-2014年建设银行收入与利润情况
图表105：2010-2014年建设银行资产与负债情况
图表106：2010-2014年建设银行收入结构分析
图表107：2010-2014年建设银行网点数量
图表108：建设银行互联网金融平台建设和产品创新
图表109：2010-2014年交通银行收入与利润情况
图表110：2010-2014年交通银行资产与负债情况
图表111：2010-2014年交通银行收入结构分析
图表112：2010-2014年交通银行网点数量
图表113：交通银行互联网金融平台建设和产品创新
图表114：2010-2014年北京银行收入与利润情况
图表115：2010-2014年北京银行资产与负债情况
图表116：2010-2014年北京银行收入结构分析
图表117：2010-2014年北京银行网点数量
图表118：北京银行互联网金融平台北京和产品创新
图表119：2010-2014年包商银行收入与利润情况
图表120：2010-2014年包商银行资产与负债情况
略·····完整目录请咨询客服

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

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！