

2016-2022年中国银行理财产品市场发展态势及十三五盈利战略分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国银行理财产品市场发展态势及十三五盈利战略分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/jinrongyinhang/241761241761.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

中国报告网发布的《2016-2022年中国银行理财产品市场发展态势及十三五盈利战略分析报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

第一章：中国银行理财产品行业发展环境

1.1 银行理财产品行业定义及内涵

1.1.1 银行理财产品定义

1.1.2 银行理财产品分类

1.1.3 银行理财产品运作原理

1.1.4 银行理财产品收益来源

1.1.5 银行理财产品与各类理财产品的比较

1.2 银行理财产品行业监管政策

1.2.1 行业监管机制

1.2.2 行业新政解读

(1) 《关于规范商业银行理财业务投资运作有关问题的通知》

(2) 《关于银行业金融机构代销业务风险排查的通知》

(3) 《关于加强银行理财产品销售自律工作的十条约定》

(4) 《商业银行理财产品销售管理办法》

1.3 银行理财产品行业经济环境

1.3.1 国内经济增长分析

1.3.2 居民消费价格指数

1.3.3 国内货币供应量分析

1.3.4 人民币存贷款利率

1.3.5 人民币存贷款余额

1.3.6 宏观经济环境小结

1.4 银行理财产品行业市场环境

1.4.1 利率市场

1.4.2 汇率市场

1.4.3 商品市场

1.4.4 股票市场

第二章：中国银行理财产品行业发展现状及展望

2.1 银行理财产品发行规模及增长因素

2.1.1 银行理财产品发行规模及特点

2.1.2 银行理财产品增长驱动因素

（1）供给方因素

（2）需求方因素

（3）市场结构性因素

2.2 银行理财产品发行结构

2.2.1 本外币发行结构

2.2.2 发行期限结构

2.2.3 发行主体结构

2.3 银行理财产品收益情况

2.3.1 人民币理财产品收益情况

2.3.2 外币理财产品收益情况

2.3.3 结构性理财产品收益情况

2.4 银行理财产品影响分析

2.4.1 理财产品对银行流动性的影响

2.4.2 理财产品对银行业绩的影响

2.5 银行理财产品市场展望

2.5.1 发行规模增速放缓

2.5.2 收益率回升空间有限

2.5.3 竞争加剧及渠道多元化

第三章：中国银行理财产品行业运营模式分析

3.1 银行理财产品运营模式分析

3.1.1 资产池模式

（1）资产池模式简介

（2）资产池类产品规模

（3）资产池模式存在缺陷

（4）资产池模式存在风险

（5）资产池模式监管动向

(6) 资产池模式转型思路

3.1.2 对一模式

(1) 一对一模式简介

(2) 一对一模式规模

(3) 一对一模式优势

3.2 银行与其他机构合作运营模式分析

3.2.1 银信合作运营模式

(1) 银信合作的产生背景

(2) 银信合作的操作模式

(3) 银信合作的产品规模

(4) 银信合作的潜在风险

(5) 银信合作的政策监管

(6) 银信合作的发展趋势

(7) 银信合作的模式创新

3.2.2 银基合作运营模式

(1) 银基合作的产生背景

(2) 银基合作的操作模式

(3) 银基合作的产品规模

(4) 银基合作的潜在风险

(5) 银基合作的政策监管

(6) 银基合作的模式创新

3.2.3 银保合作运营模式

(1) 银保合作的产生背景

(2) 银保合作模式的变迁

(3) 银保合作的产品规模

(4) 银保合作的潜在风险

(5) 银保合作的政策监管

(6) 银保合作的模式创新

3.2.4 银证合作运营模式

(1) 银证合作的产生背景

(2) 银证合作的操作模式

(3) 银证合作的产品规模

(4) 银证合作的潜在风险

(5) 银证合作的政策监管

(6) 银证合作的模式创新

第4章：中国银行理财产品行业市场现状及前景分析

4.1 债券类理财产品发行现状及前景

4.1.1 债券类理财产品介绍

- (1) 产品特点及适合人群
- (2) 重点法规及监管情况
- (3) 债券类产品运作模式

4.1.2 债券类理财产品发行情况及风险

- (1) 债券类理财产品发行规模
- (2) 债券类理财产品发行主体
- (3) 债券类理财产品期限分布
- (4) 债券类理财产品市场地位
- (5) 债券类理财产品收益情况
- (6) 债券类理财产品投资风险

4.1.3 债券类理财产品市场趋势及前景

- (1) 债券发行规模预测
- (2) 债券类理财产品市场趋势
- (3) 债券类理财产品市场前景

4.2 信托类理财产品发行现状及前景

4.2.1 信托类理财产品介绍

- (1) 产品特点及适合人群
- (2) 重点法规及监管情况
- (3) 信托类产品运作模式

4.2.2 信托类理财产品发行情况及风险

- (1) 信托类理财产品发行规模
- (2) 信托类理财产品发行主体
- (3) 信托类理财产品期限分布
- (4) 信托类理财产品市场地位
- (5) 信托类理财产品收益情况
- (6) 信托类理财产品投资风险

4.2.3 信托类理财产品市场趋势及前景

- (1) 信托资产规模预测
- (2) 信托类理财产品市场趋势
- (3) 信托类理财产品市场前景

4.3 结构性理财产品发行现状及前景

4.3.1 结构性理财产品介绍

- (1) 产品特点及适合人群
- (2) 重点法规及监管情况
- (3) 结构性产品运作模式
- 4.3.2 结构性理财产品发行情况及风险
 - (1) 结构性理财产品发行规模
 - (2) 结构性理财产品发行主体
 - (3) 结构性理财产品期限分布
 - (4) 结构性理财产品市场地位
 - (5) 结构性理财产品收益情况
 - (6) 结构性理财产品投资风险
- 4.3.3 结构性理财产品市场趋势及前景
 - (1) 结构性理财产品市场趋势
 - (2) 结构性理财产品市场前景
- 4.4 QDII理财产品发行现状及前景
 - 4.4.1 QDII理财产品介绍
 - (1) 产品特点及适合人群
 - (2) 重点法规及监管情况
 - (3) QDII产品运作模式
 - 4.4.2 QDII理财产品发行情况及风险
 - (1) QDII理财产品发行规模
 - (2) QDII理财产品发行主体
 - (3) QDII理财产品期限分布
 - (4) QDII理财产品市场地位
 - (5) QDII理财产品收益情况
 - (6) QDII理财产品投资风险
 - 4.4.3 QDII理财产品市场趋势及前景
 - (1) QDII理财产品市场趋势
 - (2) QDII理财产品市场前景
- 4.5 新股申购类理财产品发行现状及前景
 - 4.5.1 新股申购类理财产品介绍
 - (1) 产品特点及适合人群
 - (2) 重点法规及监管情况
 - (3) 新股申购类产品运作模式
 - 4.5.2 新股申购类理财产品发行情况及风险
 - (1) 新股申购类理财产品发行情况

(2) 新股申购类理财产品投资风险

4.5.3 新股申购类理财产品市场趋势及前景

(1) 新股申购类理财产品市场趋势

(2) 新股申购类理财产品市场前景

第五章：中国银行理财产品行业销售渠道及营销策略分析

5.1 银行理财产品行业销售渠道分析

5.1.1 银行网点

(1) 银行网点的优劣势

(2) 银行网点交易规模

(3) 银行网点理财业务趋势

5.1.2 网上银行

(1) 网上银行的优劣势

(2) 网上银行交易规模

(3) 网上银行理财业务趋势

5.1.3 手机银行

(1) 手机银行的优劣势

(2) 手机银行交易规模

(3) 手机银行理财业务趋势

5.2 银行理财产品行业营销策略分析

5.2.1 银行理财产品营销现状

5.2.2 银行理财产品营销模式

5.2.3 银行理财产品营销存在问题

5.2.4 银行理财产品营销策略建议

第六章：中国银行理财产品行业发行主体特征及竞争分析

6.1 银行理财产品发行主体特征分析

6.1.1 国有商业银行理财产品发行特征

(1) 投资币种分布特点

(2) 期限跨度分布特点

(3) 资产标的分布特点

(4) 银行个体分布特点

6.1.2 城市商业银行理财产品发行特征

(1) 投资币种分布特点

(2) 期限跨度分布特点

(3) 资产标的分布特点

(4) 银行个体分布特点

6.1.3 股份制商业银行理财产品发行特征

- (1) 投资币种分布特点
- (2) 期限跨度分布特点
- (3) 资产标的分布特点
- (4) 银行个体分布特点

6.1.4 外资银行理财产品发行特征

- (1) 投资币种分布特点
- (2) 期限跨度分布特点
- (3) 资产标的分布特点
- (4) 银行个体分布特点

6.2 银行理财产品发行主体排名分析

6.2.1 按理财产品发行量排名

6.2.2 分期限预期收益率排名

- (1) 1个月期收益率排名
- (2) 3个月期收益率排名
- (3) 6个月期收益率排名
- (4) 12个月期收益率排名

6.3 银行理财产品发行主体竞争分析

6.3.1 国有商业银行竞争实力

6.3.2 城市商业银行竞争实力

6.3.3 股份制商业银行竞争实力

6.3.4 外资银行竞争实力

第七章：中国银行理财产品行业发行主体个案分析

7.1 股份制商业银行个案分析

7.1.1 招商银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.1.2 交通银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模

- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.1.3 深圳发展银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.1.4 中信银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.1.5 中国光大银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.1.6 华夏银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

7.1.7 广东发展银行理财产品分析

(1) 银行简介

(2) 银行网点规模

(3) 银行存款规模

(4) 银行理财产品现状

(5) 银行理财收入分析

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

7.1.8 福建兴业银行理财产品分析

(1) 银行简介

(2) 银行网点规模

(3) 银行存款规模

(4) 银行理财产品现状

(5) 银行理财收入分析

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

7.1.9 上海浦东发展银行理财产品分析

(1) 银行简介

(2) 银行网点规模

(3) 银行存款规模

(4) 银行理财产品现状

(5) 银行理财收入分析

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

7.1.10 中国民生银行理财产品分析

(1) 银行简介

(2) 银行网点规模

(3) 银行存款规模

(4) 银行理财产品现状

(5) 银行理财收入分析

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

7.2 城市商业银行个案分析

7.2.1 平安银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.2.2 中国邮政储蓄银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.2.3 徽商银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.2.4 北京银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.2.5 包商银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模

- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.2.6 青岛银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.2.7 南京银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.2.8 宁波银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.2.9 厦门银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

7.2.10 上海银行理财产品分析

(1) 银行简介

(2) 银行网点规模

(3) 银行存款规模

(4) 银行理财产品现状

(5) 银行理财收入分析

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

7.3 国有商业银行个案分析

7.3.1 中国工商银行理财产品分析

(1) 银行简介

(2) 银行网点规模

(3) 银行存款规模

(4) 银行理财产品现状

(5) 银行理财收入现状

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

7.3.2 中国农业银行理财产品分析

(1) 银行简介

(2) 银行网点规模

(3) 银行存款规模

(4) 银行理财产品现状

(5) 银行理财收入现状

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

7.3.3 中国银行理财产品分析

(1) 银行简介

(2) 银行网点规模

(3) 银行存款规模

(4) 银行理财产品现状

(5) 银行理财收入现状

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

7.3.4 中国建设银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入现状
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.4 外资银行个案分析

7.4.1 渣打银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行在华网点布局
- (3) 银行在华理财产品现状
- (4) 银行理财收入分析
- (5) 银行在华发展战略

7.4.2 荷兰银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行在华网点布局
- (3) 银行在华理财产品现状
- (4) 银行理财收入分析
- (5) 银行在华发展战略

7.4.3 汇丰银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行在华网点布局
- (3) 银行在华理财产品现状
- (4) 银行理财收入分析
- (5) 银行在华发展战略

7.4.4 南洋商业银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行在华网点布局
- (3) 银行在华理财产品现状
- (4) 银行理财收入分析
- (5) 银行在华发展战略

7.4.5 大华银行理财产品分析

- (1) 银行简介

- (2) 银行在华网点布局
- (3) 银行在华理财产品现状
- (4) 银行理财收入分析
- (5) 银行在华发展战略

7.4.6 星展银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行在华网点布局
- (3) 银行在华理财产品现状
- (4) 银行理财收入分析
- (5) 银行在华发展战略

第八章：中国重点区域银行理财产品行业投资潜力分析

8.1 北京银行理财产品市场投资潜力

- 8.1.1 北京金融环境简述
- 8.1.2 北京金融竞争力评价
- 8.1.3 北京银行存款余额规模
- 8.1.4 北京居民投资消费意愿
- 8.1.5 北京理财产品业务投资风险
- 8.1.6 北京理财产品业务投资前景

8.2 上海银行理财产品市场投资潜力

- 8.2.1 上海金融环境简述
- 8.2.2 上海金融竞争力评价
- 8.2.3 上海银行存款余额规模
- 8.2.4 上海居民投资消费意愿
- 8.2.5 上海理财产品业务投资风险
- 8.2.6 上海理财产品业务投资前景

8.3 广东银行理财产品市场投资潜力

- 8.3.1 广东金融环境简述
- 8.3.2 广东金融竞争力评价
- 8.3.3 广东银行存款余额规模
- 8.3.4 广东居民投资消费意愿
- 8.3.5 广东银行理财产品发行情况
 - (1) 广东银行理财产品发行规模
 - (2) 广东银行理财产品收益类型
 - (3) 广东银行理财产品期限结构
- 8.3.6 广东理财产品业务投资风险

- 8.3.7 广东理财产品业务投资前景
- 8.4 江苏银行理财产品市场投资潜力
 - 8.4.1 江苏金融环境简述
 - 8.4.2 江苏金融竞争力评价
 - 8.4.3 江苏银行存款余额规模
 - 8.4.4 江苏居民投资消费意愿
 - 8.4.5 江苏理财产品业务投资风险
 - 8.4.6 江苏理财产品业务投资前景
- 8.5 浙江银行理财产品市场投资潜力
 - 8.5.1 浙江金融环境简述
 - 8.5.2 浙江金融竞争力评价
 - 8.5.3 浙江银行存款余额规模
 - 8.5.4 浙江居民投资消费意愿
 - 8.5.5 浙江理财产品业务投资风险
 - 8.5.6 浙江理财产品业务投资前景
- 8.6 山东银行理财产品市场投资潜力
 - 8.6.1 山东金融环境简述
 - 8.6.2 山东金融竞争力评价
 - 8.6.3 山东银行存款余额规模
 - 8.6.4 山东居民投资消费意愿
 - 8.6.5 山东理财产品业务投资风险
 - 8.6.6 山东理财产品业务投资前景
- 8.7 福建银行理财产品市场投资潜力
 - 8.7.1 福建金融环境简述
 - 8.7.2 福建金融竞争力评价
 - 8.7.3 福建银行存款余额规模
 - 8.7.4 福建居民投资消费意愿
 - 8.7.5 福建理财产品业务投资风险
 - 8.7.6 福建理财产品业务投资前景
- 8.8 湖南银行理财产品市场投资潜力
 - 8.8.1 湖南金融环境简述
 - 8.8.2 湖南金融竞争力评价
 - 8.8.3 湖南银行存款余额规模
 - 8.8.4 湖南居民投资消费意愿
 - 8.8.5 湖南理财产品业务投资风险

8.8.6 湖南理财产品业务投资前景

第九章：中国银行理财产品行业调查与设计分析

9.1 银行理财产品行业市场调查分析

9.1.1 居民投资理财产品意愿调查

9.1.2 居民获取理财产品信息渠道调查

9.1.3 居民理财产品关注要素调查

9.1.4 居民理财产品类型偏好调查

(1) 类型偏好调查

(2) 不同年龄段购买意愿调查

(3) 不同年龄段渗透率调查

9.1.5 银行理财产品信息披露调查

9.1.6 银行理财产品风险提示调查

9.1.7 银行理财产品收益水平调查

9.2 银行理财产品行业设计创新分析

9.2.1 银行理财产品的设计创新

9.2.2 银行理财产品的定价方法

(1) 银行理财产品各构成部分的定价方法

(2) 银行理财产品总价值的确定

(3) 银行理财产品定价注意问题

9.3 银行理财产品行业风险管理

9.3.1 银行理财产品的风险识别

9.3.2 银行理财产品对银行风险的影响

9.3.3 银行理财产品的风险测度

图表目录

图表1：银行理财资产池和资金池的匹配

图表2：银行理财产品资产池的动态平衡

图表3：各类理财产品的比较

图表4：2005年以来中国GDP及增长分析

图表5：2005年以来居民消费价格指数走势

图表6：2005年以来中国货币供应量分析

图表7：2005年以来人民币存贷款利率调整

图表8：2005年以来人民币存贷款余额规模

图表9：2005年以来中国利率走势

图表10：2005年以来中国汇率走势

图表11：2008年以来银行理财产品发行规模

- 图表12：各月银行理财产品发行规模
- 图表13：各月外币银行理财产品发行规模
- 图表14：VS2013年银行理财产品期限分布
- 图表15：人民币理财产品收益率走势
- 图表16：2011年以来人民币理财产品收益率曲线对比
- 图表17：人民币普通理财产品收益率排名
- 图表18：2010年以来外币理财产品收益率曲线对比
- 图表19：资产池模式示意图
- 图表20：一对一模式示意图
- 图表21：2005年以来债券类理财产品发行规模
- 图表22：2005年以来债券发行规模及增长情况
- 图表23：2005年以来信托类理财产品发行规模
- 图表24：信贷类理财产品运作模式
- 图表25：2005年以来信托资产规模及增长情况
- 图表26：2005年以来结构性理财产品发行规模
- 图表27：2005年以来QDII理财产品发行规模
- 图表28：国有控股类产品投资币种分布
- 图表29：国有控股类产品期限跨度分布
- 图表30：国有控股类产品资产标的分布
- 图表31：城市商业类产品投资币种分布
- 图表32：城市商业类产品期限跨度分布
- 图表33：城市商业类产品资产标的分布
- 图表34：股份制商业类产品投资币种分布
- 图表35：股份制商业类产品期限跨度分布
- 图表36：股份制商业类产品资产标的分布
- 图表37：外资银行类产品投资币种分布
- 图表38：外资银行类产品期限跨度分布
- 图表39：外资银行类产品资产标的分布
- 图表40：银行理财产品发行能力排名
- 图表41：1个月期理财产品平均收益率排名
- 图表42：3个月期理财产品平均收益率排名
- 图表43：6个月期理财产品平均收益率排名
- 图表44：12个月期理财产品平均收益率排名
- 图表45：2010年以来招商银行理财产品手续费及佣金收入
- 图表46：2010年以来交通银行理财产品手续费及佣金收入

图表47：2010年以来深圳发展银行理财产品手续费及佣金收入

图表48：2010年以来中信银行理财产品手续费及佣金收入

图表49：2010年以来中国光大银行理财产品手续费及佣金收入

图表50：2010年以来华夏银行理财产品手续费及佣金收入

图表51：2010年以来广东发展银行理财产品手续费及佣金收入

图表52：2010年以来福建兴业银行理财产品手续费及佣金收入

图表53：2010年以来上海浦东发展银行理财产品手续费及佣金收入

图表54：2010年以来中国民生银行理财产品手续费及佣金收入

图表55：2010年以来平安银行理财产品手续费及佣金收入

图表56：2010年以来中国邮政储蓄银行理财产品手续费及佣金收入

图表57：2005年以来北京银行存款余额规模

图表58：2005年以来上海银行存款余额规模

图表59：2005年以来广东银行存款余额规模

图表60：2005年以来江苏银行存款余额规模

图表61：2005年以来浙江银行存款余额规模

图表62：2005年以来山东银行存款余额规模

图表63：2005年以来福建银行存款余额规模

图表64：2005年以来湖南银行存款余额规模

图表65：银行理财产品信息渠道分布

图表66：银行理财产品吸引力要素排名

图表67：银行理财产品购买障碍要素排名

图表68：不同年龄段客户未来购买不同理财产品的比例

图表69：不同年龄段银行理财产品渗透率分布

图表70：销售过程存在信息披露问题的银行排名

图表71：销售过程存在风险提示问题的银行排名

图表72：银行理财产品收益水平分

.....略

图片详见报告正文••••• (GY LX)

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jinrongyinhang/241761241761.html>