

2018-2023年中国银行理财产品行业市场运营现状 调查及投资价值前景评估报告

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《2018-2023年中国银行理财产品行业市场运营现状调查及投资价值前景评估报告》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：<https://baogao.chinabaogao.com/jinrongyinhang/301999301999.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

一、我国商业银行理财产品的发展历程

我国商业银行理财产品的发展从萌芽期到发展期再到成熟期，数量上从少到多，品种上从单一到丰富，整体来说，随着相关监管政策的调整，法律法规的日渐完善，我国商业银行理财产品主要经历了以下三个阶段。

图:银行理财标的资产占比 图:2007-2015年银行理财产品余额及占GDP比例

（一）萌芽阶段

从2003年11月中国银行发行了我国第一款外币理财产品——“汇聚宝”外汇理财产品，到2004年11月光大银行推出了我国第一款人民币理财产品，再到2005年底，我国约有26家银行开展了理财业务，理财产品余额约为2000亿元，这表示我国商业银行理财产品进入了以外资银行产品、结构化产品、外币理财产品等为主，种类趋于多样化，设计创新有了明显突破的萌芽阶段。

（二）发展阶段

从2006年起至2008年我国商业银行理财业务逐步开始规范，发展速度也逐步加快，投资方式也开始多元化，理财产品运作模式也丰富起来，获取了大量的理财客户。但也出现了一些深层次矛盾，如市场稳定性不足，导致泡沫积聚以后引致的市场低迷；投资者忽视投资潜在的风险进一步助长了市场泡沫的膨胀；金融机构自身缺乏相关的专业人才，不能合理引导投资者进行理性投资，从而加剧了市场的不稳定性。

（三）成熟阶段

从2009年至今，由于监管部门对银行理财业务的监管力度不断加强，监管制度不断完善，多项规则制度规范的相继出台，我国商业银行理财业务在发行理财产品的银行数量与种类上取得了很大突破，理财产品在发行数量与规模上也呈现了高速增长态势。人民币理财产品占比较大，成为主流产品。

二、我国商业银行理财产品的发展现状

根据“全国银行业理财信息登记系统”发布的《中国银行业理财市场年度报告（2016上半年）》，从机构类型来看，自2015年3月份开始，全国性股份制银行理财资金余额超过

国有大型银行以来，全国性股份制银行理财产品余额一直处于领先地位。

（一）期限上趋于短期

根据“全国银行业理财信息登记系统”发布的《中国银行业理财市场年度报告（2016 上半年）》，尽管我国商业银行理财产品募集资金按期限划分只有2015年以及2016年上半年的数据（图1），但也可以反映出我国商业银行理财产品在期限上呈短期化的趋势。

（二）主要为标准化资产

在我国理财产品的结构中，债券与货币类的产品占比较大，且仍有增长趋势。主要是由于这一类投资产品易受市场利率的变化而产生波动，能够将现阶段资金成本的具体情况较好的表达出来。在市场资金较为紧缺的时候，对这类产品进行投资仍可能获得理想的收益。非标准化债权类资产由于其监管限制较为严格，导致其投资量下降。

三、银行理财产品在银行销售中的作用与前景

银行理财产品在银行负债类资产中占据着举足轻重的地位。理财产品属于表外资产，具有一些常规存款所不具备的优势。同时，由于存款量增长越发艰难，很多银行把部分理财产品纳入基层网点存款考核的范围。

2016 年末，城乡居民储蓄存款余额为57 万亿元，同比增长了4 万亿元，与理财产品相比，其规模虽高但增速却低。因此，理财客户的争夺已经成为银行间竞争的“主战场”。

1. 银行间资金与客户竞争的主要手段虽然人民银行的利率管制已经部分放开，允许银行在一定范围内实施利率浮动，但多数银行已经将利率上调到浮动范围的上限，即使没有“一浮到顶”，也相差无几。由于客户多数的可投资金融资产依然以存款或理财产品的形式存在，但存款的利率差异化不大，对客户的吸引力较低，银行竞争客户的“主战场”从存款慢慢转移到理财产品上，银行理财产品成为个人理财的基本配置。

不同时间段的理财产品收益率差别较大，银行一线营销人员可以在较高收益率理财产品发行时吸引来新客户。同时，由于理财产品的可选期限较多，且不同期限的理财产品收益率差异较大（相较于存款利率的差异），多数客户选择1～6个月的中短期理财产品，使得银行一线营销人员有更多的机会与客户进行沟通，进而增强客户黏性，使新客户变成老客户，老客户变成忠诚客户，从而实现效益最大化。

2. 刚性兑付的延续

虽然根据银监会的相关规定，理财产品不得标写“保本”两字，但绝大多数银行依然奉行着“刚性兑付”的原则。由于银行间竞争的激烈程度较高，谁也不敢率先放开 免 蓝 门，因此，所有理财产品投资项目的风险都由银行背书。

这种现象是危机的火苗，特别是当理财产品的存续余额越来越大时，银行系统所承受的风险也在不断累积。虽然“存款保险制度”的实行与落地将银行的存款风险降低到了相对较小的程度，但目前还没有与理财产品相关的明确法规为银行减负。在金融“去杠杆”行动中，“一行三会”最为重视的是资金池的清缴，这为打破“刚性兑付”打下了坚实的政策基础。

3. 净值型理财产品销售占比逐渐增加从各银行的态度来看，预期收益型理财产品在未来较长一段时间内依然会是主流，但随着部分净值型理财产品在银行销售中的占比越来越大，我们看到了银行理财产品发展的另一条路。净值型理财产品的销售及后续管理需要零售条线有更好的服务能力、专业能力和沟通能力，且要能体现出差异化，为银行赢得客户。因此，我们看到，部分零售条线有较好客户基础的银行已经积极行动起来，在理财意识较强的客户群体中，用更高收益率的净值型理财产品吸引客户的资金。

2016 年，工商银行的私人银行专项产品中，已经有近20% 的产品是净值型理财产品，招商银行也有类似的情况。

整体来看，理财产品已经是目前银行间竞争的主要战场，未来在预期年化收益率、服务、期限设计、流动性等多方面依然存在激烈的拼杀。虽然理财产品“刚性兑付”将在较长时间内存在，但部分银行已经着手进行客户群的培养与产品创新，未来银行间的竞争将会持续白热化。

观研天下发布的报告书内容严谨、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。

【报告目录】

第一章 2016-2017年中国银行理财产品行业发展概述

第一节 2016-2017年银行理财产品行业发展情况概述

一、银行理财产品行业相关定义

二、银行理财产品行业基本情况介绍

三、2016-2017年银行理财产品行业国内发展特点分析

第二节 2016-2017年中国银行理财产品行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、银行理财产品行业产业链条分析

三、2016-2017年中国银行理财产品行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 2016-2017年中国银行理财产品行业生命周期分析

一、银行理财产品行业生命周期理论概述

二、2017年银行理财产品行业所属的生命周期分析

第四节 2016-2017年银行理财产品行业经济指标分析

一、2016-2017年银行理财产品行业的赢利性分析

二、2016-2017年银行理财产品行业的经济周期分析

三、银行理财产品行业附加值的提升空间分析

第五节 2016-2017年国中银行理财产品行业进入壁垒分析

一、银行理财产品行业技术壁垒分析

二、银行理财产品行业规模壁垒分析

三、银行理财产品行业品牌壁垒分析

四、银行理财产品行业其他壁垒分析

第二章 2016-2017年全球银行理财产品行业市场发展现状分析

第一节 全球银行理财产品行业发展历程回顾

第二节 2016-2017年全球银行理财产品行业市场区域分布情况

第三节 2016-2017年亚洲银行理财产品行业地区市场分析

一、2016-2017年亚洲银行理财产品行业市场现状分析

二、2016-2017年亚洲银行理财产品行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2023年亚洲银行理财产品行业市场前景分析

四、2018-2023年亚洲银行理财产品发展趋势分析

第四节 2016-2017年北美银行理财产品行业地区市场分析

一、2016-2017年北美银行理财产品行业市场现状分析

二、2016-2017年北美银行理财产品行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2023年北美银行理财产品行业市场前景分析

四、2018-2023年北美银行理财产品行业发展趋势分析

第五节 2016-2017年欧盟银行理财产品行业地区市场分析

一、2016-2017年欧盟银行理财产品行业市场现状分析

二、2016-2017年欧盟银行理财产品行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2023年欧盟银行理财产品行业市场前景分析

四、2018-2023年欧盟银行理财产品行业发展趋势分析

第六节 2018-2023年世界银行理财产品行业分布走势预测

第七节 2018-2023年全球银行理财产品行业市场规模预测

一、2018-2023年亚洲银行理财产品行业市场规模预测

二、2018-2023年北美银行理财产品行业市场规模预测

三、2018-2023年欧盟银行理财产品行业市场规模预测

第三章 2016-2017年中国银行理财产品产业发展环境分析

第一节 2016-2017年我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 2016-2017年中国银行理财产品行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第四节 2016-2017年中国银行理财产品产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国银行理财产品产业运行情况

第一节 中国银行理财产品行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业技术现状分析

三、行业发展特点分析

第二节 2015-2017年中国银行理财产品行业市场规模分析

第三节 2015-2017年中国银行理财产品行业供应情况分析

一、行业生产企业分析

二、2015-2017年中国银行理财产品行业产能情况分析

三、2015-2017年中国银行理财产品行业产能区域分布情况

第四节 2015-2017年中国银行理财产品行业需求情况分析

一、2015-2017年中国银行理财产品行业行业需求量分析

二、2015-2017年中国银行理财产品行业行业需求区域分布

第五节 2018-2023年中国银行理财产品行业发展趋势分析

第五章 2016-2017年中国银行理财产品市场格局分析

第一节 2016-2017年中国银行理财产品行业竞争现状分析

一、中国银行理财产品行业竞争情况分析

二、中国银行理财产品行业主要品牌分析

第二节 2016-2017年中国银行理财产品行业集中度分析

一、中国行业市场集中度分析

二、中国行业企业集中度分析

第三节 2016-2017年中国银行理财产品行业存在的问题

第四节 2016-2017年中国银行理财产品行业解决问题的策略分析

第五节 2016-2017年中国银行理财产品行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第六章 2016-2017年中国银行理财产品市场价格走势分析

第一节 2016-2017年银行理财产品行业价格影响因素分析

一、成本因素

二、供需因素

三、渠道因素

四、其他因素

第二节 2016-2017年中国银行理财产品行业价格现状分析

一、2016-2017年银行理财产品行业平均价格走势回顾分析

二、2018年银行理财产品行业平均价格走势预测

第三节 2018-2023年中国银行理财产品行业平均价格走势预测

一、价格预测依据

二、2018-2023年中国银行理财产品行业平均价格走势预测

三、2018-2023年中国银行理财产品行业平均价格增速预测

第七章 2015-2017年中国银行理财产品行业区域市场现状分析

第一节 2015-2017年中国银行理财产品行业区域市场规模分布

第二节 2015-2017年中国华东地区银行理财产品市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、2015-2017年华东地区银行理财产品市场规模分析

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、2015-2017年华中地区银行理财产品市场规模分析

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、2015-2017年华南地区银行理财产品市场规模分析

第五节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、2015-2017年华北地区银行理财产品市场规模分析

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、2015-2017年东北地区银行理财产品市场规模分析

第七节 西部地区市场分析

- 一、西部地区概述
- 二、西部地区经济环境分析
- 三、2015-2017年西部地区银行理财产品市场规模分析

第八章 2016-2017年中国银行理财产品行业竞争情况

第一节 2016-2017年中国银行理财产品行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 2016-2017年中国银行理财产品行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 2016-2017年中国银行理财产品行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第九章 中国银行理财产品所属行业数据监测

第一节 中国银行理财产品所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国银行理财产品所属行业产销与费用分析

- 一、产成品分析
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析
- 六、销售成本分析
- 七、销售费用分析
- 八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国*所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 我国银行理财产品行业重点生产企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业1

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业2

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业3

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业4

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业5

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第六节 企业6

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第七节 企业7

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第八节 企业8

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第九节 企业9

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十节 企业10

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章2018-2023年中国银行理财产品行业发展前景分析与预测

第一节2018-2023年中国银行理财产品行业未来发展前景分析

一、2018-2023年行业国内投资环境分析

二、2018-2023年中国银行理财产品行业市场机会分析

三、2018-2023年中国银行理财产品行业投资增速预测

第二节2018-2023年中国银行理财产品行业未来发展趋势预测

第三节2018-2023年中国银行理财产品行业市场发展预测

一、2018-2023年中国银行理财产品行业市场规模预测

二、2018-2023年中国银行理财产品行业市场规模增速预测

三、2018-2023年中国银行理财产品行业产值规模预测

四、2018-2023年中国银行理财产品行业产值增速预测

第四节2018-2023年中国银行理财产品行业盈利走势预测

一、2018-2023年中国银行理财产品行业毛利润同比增速预测

二、2018-2023年中国银行理财产品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2023年中国银行理财产品行业投资风险与营销分析

第一节 2018-2023年银行理财产品行业投资风险分析

一、2018-2023年银行理财产品行业政策风险分析

二、2018-2023年银行理财产品行业技术风险分析

三、2018-2023年银行理财产品行业竞争风险分析

四、2018-2023年银行理财产品行业其他风险分析

第二节 2018-2023年银行理财产品行业企业经营发展分析及建议

一、2018-2023年银行理财产品行业经营模式

二、2018-2023年银行理财产品行业生产模式

三、2018-2023年银行理财产品行业销售模式

第三节 2018-2023年银行理财产品行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2023年中国银行理财产品行业发展策略及投资建议

第一节 2018-2023年中国银行理财产品行业品牌战略分析

- 一、银行理财产品企业品牌的重要性
- 二、银行理财产品企业实施品牌战略的意义
- 三、银行理财产品企业品牌的现状分析
- 四、银行理财产品企业的品牌战略
- 五、银行理财产品品牌战略管理的策略

第二节 2018-2023年中国银行理财产品行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 2018-2023年中国银行理财产品行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2023年中国银行理财产品行业发展策略及投资建议

第一节 2018-2023年中国银行理财产品行业产品策略分析

- 一、产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 2018-2023年中国银行理财产品行业营销渠道策略

- 一、2018-2023年银行理财产品行业营销模式
- 二、2018-2023年银行理财产品行业营销策略

第三节 2018-2023年中国银行理财产品行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、2018-2023年中国银行理财产品行业投资区域分析
- 二、2018-2023年中国银行理财产品行业投资产品分析

图表详见正文

更多图表详见正文（GYGSLJP）

特别说明：观研天下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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/jinrongyinhang/301999301999.html>