



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国互联网理财市场 分析预测及战略咨询报告

一、调研说明

《2015-2020年中国互联网理财市场分析预测及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/248880.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

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 信息化金融发展模式分析

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前景

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前景

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前景

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 远期投资市场分析

4.5.2 期权投资市场分析

4.5.3 期货投资市场分析

4.5.4 互换投资市场分析

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 互联网理财平台竞争格局

(1) 互联网理财行业竞争主体

(2) 互联网理财潜在竞争者分析

(3) 互联网理财行业未来竞争格局

5.3 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 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 阿里巴巴理财平台运营分析
 - 6.1.1 阿里巴巴理财平台核心优势
 - 6.1.2 阿里巴巴平台产品发行情况
 - 6.1.3 阿里巴巴理财产品投资分布
 - 6.1.4 阿里巴巴理财营销费用分析
 - 6.1.5 阿里巴巴理财平台技术分析
- 6.2 腾讯理财平台运营分析
 - 6.2.1 腾讯理财平台核心优势
 - 6.2.2 腾讯平台产品发行情况
 - 6.2.3 腾讯理财产品投资分布
 - 6.2.4 腾讯理财营销费用分析
 - 6.2.5 腾讯理财平台技术分析
- 6.3 度理财平台运营分析
 - 6.3.1 度理财平台核心优势
 - 6.3.2 度平台产品发行情况
 - 6.3.3 度理财产品投资分布
 - 6.3.4 度理财营销费用分析
 - 6.3.5 度理财平台技术分析
- 6.4 网易理财平台运营分析
 - 6.4.1 网易理财平台核心优势
 - 6.4.2 网易平台产品发行情况
 - 6.4.3 网易理财产品投资分布
 - 6.4.4 网易理财营销费用分析
 - 6.4.5 网易理财平台技术分析
- 6.5 京东理财平台运营分析
 - 6.5.1 京东理财平台核心优势
 - 6.5.2 京东平台产品发行情况
 - 6.5.3 京东理财产品投资分布
 - 6.5.4 京东理财营销费用分析
 - 6.5.5 京东理财平台技术分析
- 6.6 天天基金网运营分析
 - 6.6.1 天天基金网平台核心优势

6.6.2 天天基金网产品发行情况

6.6.3 天天基金网产品投资分布

6.6.4 天天基金网营销费用分析

6.6.5 天天基金网平台技术分析

6.7 数米基金网运营分析

6.7.1 数米基金网平台核心优势

6.7.2 数米基金网产品发行情况

6.7.3 数米基金网产品投资分布

6.7.4 数米基金网营销费用分析

6.7.5 数米基金网平台技术分析

第7章：互联网理财产品分类发展模式

7.1 货币基金支付应用

7.1.1 嵌入消费场景模式分析

(1) 嵌入消费场景运行模式分析

(2) 嵌入消费场景模式代表产品

(3) 嵌入消费场景模式综合评价

1) 适用场景分析

2) 资金安全性分析

3) 规模增长潜力分析

7.1.2 金融投资支付模式分析

(1) 金融投资支付运行模式分析

(2) 金融投资支付模式代表产品

(3) 金融投资支付模式综合评价

1) 适用场景分析

2) 资金安全性分析

3) 规模增长潜力分析

7.1.3 移动手机钱包模式分析

(1) 移动手机钱包运行模式分析

(2) 移动手机钱包模式代表产品

(3) 移动手机钱包模式综合评价

1) 适用场景分析

2) 资金安全性分析

3) 规模增长潜力分析

7.2 团购概念短期理财基金

7.2.1 团购概念短期理财基金运行模式

7.2.2 团购概念短期理财基金代表产品

7.2.3 团购概念短期理财基金综合评价

(1) 适用场景分析

(2) 资金安全性分析

(3) 规模增长潜力分析

7.3 固定收益类分级优先份额

7.3.1 固定收益类分级优先份额运行模式

7.3.2 固定收益类分级优先份额代表产品

7.3.3 固定收益类分级优先份额综合评价

(1) 适用场景分析

(2) 资金安全性分析

(3) 规模增长潜力分析

7.4 互联网补贴应用产品

7.4.1 互联网补贴应用产品运行模式

7.4.2 互联网补贴应用产品代表产品

7.4.3 互联网补贴应用产品综合评价

(1) 适用场景分析

(2) 资金安全性分析

(3) 规模增长潜力分析

第8章：标杆互联网理财产品运营经验分析

8.1 互联网理财产品细节对比

8.1.1 平台操作流程对比分析

8.1.2 产品申购起点对比分析

8.1.3 平台增值功能对比分析

8.1.4 产品收益情况对比分析

8.2 互联网企业主导的理财产品

8.2.1 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) 余额宝营销经验深度分析
- (5) 余额宝规模增长潜力分析
- (6) 余额宝挂钩基金公司损益状况

8.2.2 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) 微信理财通营销经验深度分析
- (5) 微信理财通规模增长潜力分析
- (6) 微信理财通挂钩基金公司损益状况

8.2.3 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) 百度百赚营销经验深度分析
- (5) 百度百赚规模增长潜力分析
- (6) 百度百赚挂钩基金公司损益状况

8.2.4 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) 零钱宝营销经验深度分析
- (5) 零钱宝规模增长潜力分析
- (6) 零钱宝挂钩基金公司损益状况

8.2.5 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) 京东小金库营销经验深度分析
- (5) 京东小金库规模增长潜力分析
- (6) 京东小金库挂钩基金公司损益状况

8.2.6 网易添金计划运营经验分析

- (1) 网易添金计划运作模式分析
- (2) 网易添金计划收益率走势分析
- (3) 网易添金计划竞争优劣势分析
- (4) 网易添金计划营销经验深度分析
- (5) 网易添金计划规模增长潜力分析
- (6) 网易添金计划挂钩基金公司损益状况

8.2.7 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) 收益宝竞争优劣势分析
- (4) 收益宝营销经验深度分析
- (5) 收益宝规模增长潜力分析
- (6) 收益宝挂钩基金公司损益状况

8.3 基金公司主导的理财产品

8.3.1 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钱包竞争优劣势分析
- (4) E钱包营销经验深度分析
- (5) E钱包规模增长潜力分析
- (6) E钱包挂钩基金公司损益状况

8.3.2 钱袋子运营经验分析

- (1) 钱袋子运作模式分析
- (2) 钱袋子收益率走势分析
- (3) 钱袋子竞争优劣势分析
- (4) 钱袋子营销经验深度分析
- (5) 钱袋子规模增长潜力分析
- (6) 钱袋子挂钩基金公司损益状况

8.3.3 活期通运营经验分析

- (1) 活期通运作模式分析
- (2) 活期通收益率走势分析

- (3) 活期通竞争优劣势分析
- (4) 活期通营销经验深度分析
- (5) 活期通规模增长潜力分析
- (6) 活期通挂钩基金公司损益状况

8.3.4 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) 南方现金通竞争优劣势分析
- (4) 南方现金通营销经验深度分析
- (5) 南方现金通规模增长潜力分析
- (6) 南方现金通挂钩基金公司损益状况

8.3.5 现金宝运营经验分析

- (1) 现金宝运作模式分析
- (2) 现金宝收益率走势分析
- (3) 现金宝竞争优劣势分析
- (4) 现金宝营销经验深度分析
- (5) 现金宝规模增长潜力分析
- (6) 现金宝挂钩基金公司损益状况

8.3.6 活期通运营经验分析

- (1) 活期通运作模式分析
- (2) 活期通收益率走势分析
- (3) 活期通竞争优劣势分析
- (4) 活期通营销经验深度分析
- (5) 活期通规模增长潜力分析
- (6) 活期通挂钩基金公司损益状况

8.3.7 活期乐运营经验分析

- (1) 活期乐运作模式分析
- (2) 活期乐收益率走势分析
- (3) 活期乐竞争优劣势分析
- (4) 活期乐营销经验深度分析
- (5) 活期乐规模增长潜力分析
- (6) 活期乐挂钩基金公司损益状况

8.4 商业银行主导的理财产品

8.4.1 活期宝运营经验分析

- (1) 活期宝运作模式分析
- (2) 活期宝收益率走势分析
- (3) 活期宝竞争优劣势分析
- (4) 活期宝营销经验深度分析
- (5) 活期宝规模增长潜力分析
- (6) 活期宝挂钩基金公司损益状况

8.4.2 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) 如意宝竞争优劣势分析
- (4) 如意宝营销经验深度分析
- (5) 如意宝规模增长潜力分析
- (6) 如意宝挂钩基金公司损益状况

8.4.3 薪金宝运营经验分析

- (1) 薪金宝运作模式分析
- (2) 薪金宝收益率走势分析
- (3) 薪金宝竞争优劣势分析
- (4) 薪金宝营销经验深度分析
- (5) 薪金宝规模增长潜力分析
- (6) 薪金宝挂钩基金公司损益状况

8.4.4 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) 平安盈竞争优劣势分析
- (4) 平安盈营销经验深度分析
- (5) 平安盈规模增长潜力分析
- (6) 平安盈挂钩基金公司损益状况

8.5 保险公司主导的理财产品

8.5.1 陆金宝运营经验分析

- (1) 陆金宝运作模式分析

- (2) 陆金宝收益率走势分析
- (3) 陆金宝竞争优势分析
- (4) 陆金宝营销经验深度分析
- (5) 陆金宝规模增长潜力分析
- (6) 陆金宝挂钩基金公司损益状况

8.5.2 活钱宝运营经验分析

- (1) 活钱宝运作模式分析
- (2) 活钱宝收益率走势分析
- (3) 活钱宝竞争优势分析
- (4) 活钱宝营销经验深度分析
- (5) 活钱宝规模增长潜力分析
- (6) 活钱宝挂钩基金公司损益状况

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 互联网理财平台化趋势分析
- 9.1.2 互联网理财专业化趋势分析
- 9.1.3 互联网理财功能化趋势分析

9.2 互联网理财平台发展风险

- 9.2.1 互联网理财平台流动性风险
- 9.2.2 互联网理财平台技术故障风险
- 9.2.3 互联网理财平台内部管控风险
- 9.2.4 移动端个人信息泄露风险
- 9.2.5 产品收益下滑与系统性风险

9.3 互联网理财行业拓展空间

- 9.3.1 互联网理财用户挖掘空间
 - (1) 互联网理财潜在用户分析
 - (2) 已有客户深度需求挖掘
- 9.3.2 互联网理财潜在余额市场
 - (1) 国内居民活期存款规模分析
 - (2) 金融机构账户沉淀资金规模
 - (3) 公共事业账户资金规模分析
 - (4) 其他形式沉淀资金规模分析

9.3.3 互联网理财市场容量预测

9.4 互联网理财行业发展前景

9.4.1 美版"余额宝"发展轨迹解析

(1) 贝宝兴起环境及原因分析

(2) 贝宝业务发展过程分析

(3) 贝宝理财衰退原因分析

9.4.2 未来互联网理财产品撤资风险

9.4.3 未来互联网理财产品竞争风险

9.4.4 未来国内互联网理财行业前瞻

图表目录：

图表1：国内目前互联网现金理财产品主要分类

图表2：互联网现金理财发展历程

图表3：银行持有国债期货的相关账户

图表4：居民活期存款流失对资金来源成本的影响

图表5：企业居民活期存款流失对存款平均成本的影响

图表6：企业居民活期存款流失对资金来源成本的影响

图表7：2013-2014年国内理财产品发行主体结构（单位：%）

图表8：2013-2014年国内理财产品投向类型分布（单位：%）

图表9：2013-2014年国内理财产品期限类型分布（单位：%）

图表10：投资者开始接触互联网理财的背景（单位：%）

图表11：2013-2014年淘宝基金活跃实名注册用户年龄分布情况（单位：%）

图表12：2013-2014年互联网理财金额分省市分布情况

图表13：2013-2014年互联网理财投资金额分布情况（单位：元，%）

图表14：互联网理财产品选择考虑因素组成（单位：%）

图表15：互联网理财产品主要购买渠道分布（单位：%）

图表16：不同人群不同风险偏好（单位：%）

图表17：2013-2014年互联网理财营销活动一览表

图表18：2013-2014年阿里巴巴理财平台发行的产品及收益情况（单位：%）

图表19：2013-2014年腾讯理财平台发行的产品及收益情况（单位：%）

图表20：2013-2014年百度理财平台发行的产品及收益情况（单位：%）

图表21：2013-2014年网易理财平台发行的产品及收益情况（单位：%）

图表22：2013-2014年京东理财平台发行的产品及收益情况（单位：%）

图表23：2013-2014年天天基金网发行的产品及收益情况（单位：%）

图表24：2013-2014年百度理财平台发行的产品及收益情况（单位：%）

图表25：资金自动转入余额宝的流程

图表26：余额宝中的资金运转效率

图表27：2014年互联网理财产品收益率情况（单位：%）

图表28：2014年互联网理财产品7天年化收益率走势图（单位：%）

图表29：2013-2014年余额宝挂钩的天弘增利宝年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表30：余额宝主要竞争优势与劣势

图表31：2013-2014年微信理财通挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表32：微信理财通主要竞争优势与劣势

图表33：2013-2014年百度百赚挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表34：百度百赚主要竞争优势与劣势

图表35：2013-2014年零钱宝挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表36：零钱宝主要竞争优势与劣势

图表37：2013-2014年京东小金库挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表38：京东小金库主要竞争优势与劣势

图表39：2013-2014年网易添金计划挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表40：网易添金计划主要竞争优势与劣势

图表41：2013-2014年收益宝挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表42：收益宝主要竞争优势与劣势

图表43：2013-2014年E钱包挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表44：E钱包主要竞争优势与劣势

图表45：2013-2014年钱袋子挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表46：钱袋子主要竞争优势与劣势

图表47：2013-2014年活期通挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表48：活期通主要竞争优势与劣势

图表49：2013-2014年南方现金通的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表50：南方现金通主要竞争优势与劣势

图表51：2013-2014年现金宝挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表52：现金宝主要竞争优势与劣势

图表53：2013-2014年活期通挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表54：活期通主要竞争优势与劣势

图表55：2013-2014年活期乐挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表56：活期乐主要竞争优势与劣势

图表57：2013-2014年工银货币和广发货币A年化收益与其他货币基金稳定性对比（单位：%）

图表58：活期宝主要竞争优势与劣势

图表59：2013-2014年如意宝挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表60：如意宝主要竞争优势与劣势

图表61：2013-2014年薪金宝挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表62：薪金宝主要竞争优势与劣势

图表63：2013-2014年平安盈挂钩的天弘增利宝年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表64：平安盈主要竞争优势与劣势

图表65：2013-2014年陆金宝挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表66：陆金宝主要竞争优势与劣势

图表67：2013-2014年活钱宝挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表68：活钱宝主要竞争优势与劣势

图表69：2015-2020年互联网理财市场容量增长预测（单位：亿元，%）

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/248880.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。