



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国零售银行市场发展现状及投资前景分析报告

# 一、调研说明

《2015-2020年中国零售银行市场发展现状及投资前景分析报告》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/259787.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](mailto: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

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| 第一章 我国零售银行业发展环境分析           | 9  |
| 第一节 国际银行业发展金融环境分析           | 9  |
| 一 全球资本扩张趋势                  | 9  |
| 二 金融重商主义分析                  | 10 |
| 三 双重夹击下零售银行业务发展分析           | 10 |
| 第二节 宏观经济环境分析                | 11 |
| 一 银行业相关指标分析                 | 17 |
| 二 零售银行业务相关影响因素重点分析          | 19 |
| 三 2010年2014年经济环境-           | 20 |
| 第三节 2014年我国零售银行业发展政策环境分析    | 24 |
| 一 财政政策                      | 24 |
| 二 金融货币政策                    | 26 |
| 三 汇率政策                      | 31 |
| 第四节 -零售银行业务重点关注行业分析         | 33 |
| 一 证券市场发展解析                  | 33 |
| 二 房地产 汽车行业回暖                | 34 |
| 第五节 新巴塞尔协议对中资银行未来发展的影响      | 59 |
| 一 新巴塞尔协议对中国银行业的考验           | 59 |
| 二 执行新巴塞尔协议对我国银行业的影响分析       | 62 |
| 1 2014年起部分银行执行新巴塞尔协议        | 62 |
| 2 加强银行系统在遭遇突发事件时抵御风险的能力     | 62 |
| 3 对国内商业银行资本充足率的监管           | 62 |
| 三 新巴塞尔协议与中国商业银行提高资本充足率的对策研究 | 63 |
| 第二章 2014年我国零售银行业务总体发展情况分析   | 65 |
| 第一节 零售银行业务总体发展情况            | 65 |
| 一 信贷规模扩大，而息差收入下降            | 65 |
| 二 以手续费及佣金为主的中间业务的占比提高       | 66 |
| 三 在衍生金融工具 理财产品创新等方面仍有许多不足   | 66 |
| 第二节 国内零售银行业务市场发展格局分析        | 67 |
| 一 中资银行零售银行业务发展情况            | 67 |

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| 二 外资银行在华发展动态分析                   | 70 |
| 第三节 国内上市银行零售银行业务对比分析             | 73 |
| 一 商业银行零售业务发展策略分析                 | 73 |
| 二 零售银行重点业务同业对比分析                 | 74 |
| 1 零售存款业务同业对比分析                   | 74 |
| 2 零售贷款业务同业对比分析                   | 75 |
| 3 个人理财业务同业对比分析                   | 76 |
| 4 信用卡业务同业对比分析                    | 78 |
| 三 零售银行业务服务渠道同业对比分析               | 79 |
| 1 手机银行业务                         | 79 |
| 2 自助设备投放                         | 80 |
| 3 网上银行业务                         | 80 |
| 第四节 全国重点省市银行零售业务市场发展状况调查         | 82 |
| 一 上海市                            | 82 |
| 二 北京市                            | 84 |
| 三 深圳市                            | 84 |
| 四 天津市                            | 85 |
| 五 重庆市                            | 86 |
| 六 其他省市                           | 87 |
| 第五节 2012-2014年我国商业银行零售银行业务发展趋势分析 | 88 |
| 第三章 零售银行存款业务市场分析及预测              | 92 |
| 第一节 存款规模分析                       | 92 |
| 一 2014年存款数据及解析                   | 92 |
| 1 增长迅速                           | 92 |
| 2 7月份居民户存款负增长                    | 92 |
| 二 经济态势对居民储蓄存款的影响分析               | 93 |
| 第二节 2014年存款结构分析                  | 94 |
| 一 人民币各项存款持续增加                    | 94 |
| 二 居民户存款呈少增态势                     | 95 |
| 三 企业存款增加较多                       | 95 |
| 第三节 2014年我国居民储蓄存款特点分析            | 96 |
| 一 货币活期化趋势明显                      | 96 |

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| 二 再现储蓄"搬家"现象                 | 97  |
| 第四节 2014年2010我国商业银行存款市场发展预测  | 98  |
| 第四章 2012-2014年我国商业银行存款产品创新研究 | 100 |
| 第一节 国外商业银行存款产品设计             | 100 |
| 一 国外商业银行存款产品设计与创新研究          | 100 |
| 二 国外商业银行存款产品设计的特点及对我国的借鉴     | 101 |
| 第二节 我国商业银行存款产品设计             | 103 |
| 一 我国商业银行存款产品及其特点             | 103 |
| 二 近年我国商业银行存款产品创新及其评价         | 104 |
| 第三节 2014年我国商业银行存款产品设计创新研究    | 107 |
| 一 中外商业银行存款产品设计的差异分析          | 107 |
| 二 2014年我国商业银行存款产品设计的背景分析     | 111 |
| 三 我国商业银行存款产品设计的创新研究          | 112 |
| 第五章 零售银行贷款业务市场分析及预测          | 114 |
| 第一节 2014年信贷数据及特点解析           | 114 |
| 一 信贷资金主要集中于政府投资              | 114 |
| 二 空转资金占今年新增信贷资金的20%左右        | 114 |
| 三 票据融资与短期贷款替代关系              | 114 |
| 四 7月份个人信贷业务发展趋势抬头            | 115 |
| 第二节 个人消费信贷业务主要拉动因素分析         | 116 |
| 一 资本市场异常活跃                   | 116 |
| 二 经济转暖激发个人消费活力               | 117 |
| 第三节 零售银行个人经营性贷款发展的市场机遇分析     | 117 |
| 一 个人经营性贷款市场机遇分析              | 117 |
| 二 个人经营性贷款的客户定位分析             | 119 |
| 第四节 金融脱媒现象分析                 | 119 |
| 一 间接融资比例下降趋势不可逆转             | 120 |
| 二 金融脱媒对我国商业银行业的压力已经显现        | 120 |
| 三 金融脱媒背景下我国银行业经营模式转型分析       | 121 |
| 四 汽车金融公司市场占有率首次超过商业银行        | 123 |
| 第五节 下半年货币信贷增速运行预测            | 125 |
| 一 下半年个人信贷将成主力                | 125 |

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| 二 货币供应保持较快增长具备有利条件               | 126 |
| 三 下半年存贷款结构将有所优化                  | 126 |
| 四 2014年新增贷款绝对额依然不低               | 127 |
| 第六章 零售银行中间业务市场分析及预测              | 129 |
| 第一节 中间业务市场整体分析                   | 129 |
| 一 2014年商业银行中间业务总体运行分析            | 129 |
| 1 中间业务占比快速增加                     | 129 |
| 2 中间业务多元盈利格局正逐步形成                | 129 |
| 3 代销基金业务下降明显                     | 129 |
| 4 理财和代理保险等业务量上升                  | 130 |
| 二 各行中间业务均有较大突破                   | 131 |
| 三 下半年中间业务面临较大挑战                  | 131 |
| 第二节 我国商业银行中间业务细分分析               | 131 |
| 一 商业银行第三方存管业务对比分析                | 132 |
| 1 股份制银行间第三方存管业务竞争激烈              | 132 |
| 2 股份制商业银行第三方存款业务特点比较             | 132 |
| 二 商业银行基金代销业务对比分析                 | 133 |
| 1 银行基金代销业务收入下降                   | 133 |
| 2 银行垄断的基金销售模式正被多元化渠道弱化           | 134 |
| 三 商业银行银保业务对比分析                   | 134 |
| 1 银保业务成为银行利润新增长点                 | 134 |
| 2 2014年银保业务动态监测                  | 135 |
| 四 2014年短期融资券发行情况与利差分析            | 135 |
| 第三节 2012-2014年我国商业银行中间业务发展SWOT分析 | 140 |
| 一 优势分析                           | 140 |
| 二 劣势分析                           | 141 |
| 三 机遇分析                           | 142 |
| 四 挑战分析                           | 142 |
| 第四节 未来我国商业银行中间业务发展对策分析           | 145 |
| 一 走差异化道路                         | 145 |
| 二 建立科学管理体系                       | 145 |
| 三 培养高素质人才                        | 145 |

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| 第七章 2012-2014年私人银行业务发展现状及趋势预测 | 147 |
| 第一节 中国私人银行业务发展现状              | 147 |
| 一 私人银行业务发展前景广阔                | 147 |
| 二 私人银行业务需要专业化经营               | 154 |
| 三 私人银行业务经营模式有待进一步完善           | 154 |
| 第二节 设立私人银行专营机构的意义与重要作用        | 157 |
| 一 建立和完善低 中 高端客户相结合的零售银行服务体系   | 157 |
| 二 改善国内银行的收入结构                 | 157 |
| 三 建立健全私人银行风险管理体系,完善内部控制制度     | 158 |
| 四 加强国内商业银行成本控制和核算管理           | 158 |
| 五 培养专业高素质的营销队伍                | 158 |
| 第三节 国内商业银行设立私人银行专营机构的可行性分析    | 159 |
| 一 商业银行综合实力显著增强                | 159 |
| 二 私人银行业务体系已基本形成               | 159 |
| 三 私人银行业务具备较有效的内部控制和风险管理制度     | 159 |
| 第四节 国内商业银行私人银行业务专营化经营案例分析     | 160 |
| 一 探索私人银行专营机构的运作模式             | 160 |
| 二 强化私人银行业务风险控制体制              | 160 |
| 三 加强私人银行业务系统基础设施建设            | 161 |
| 四 加强与国际先进银行建立深层次私人银行业务合作      | 161 |
| 第八章 我国零售银行消费者偏好分析             | 162 |
| 第一节 零售银行消费者偏好分析               | 162 |
| 第二节 零售银行消费者偏好分析的价值体现          | 162 |
| 一 消费者偏好是决定银行产品价值的关键因素         | 162 |
| 二 消费者偏好分析是体现市场细分的主要内容         | 163 |
| 三 消费者偏好分析是银行实现差异化服务的坚实基础      | 163 |
| 四 消费者偏好分析是国内银行提升竞争力的重要手段      | 164 |
| 第三节 零售银行消费者偏好的分析方法            | 164 |
| 一 零售银行消费者偏好的分类                | 165 |
| 1 显性偏好                        | 165 |
| 2 隐性偏好                        | 165 |
| 3 未来偏好                        | 166 |

|                                |     |
|--------------------------------|-----|
| 二 构建零售银行消费者偏好指标体系              | 167 |
| 三 零售银行消费者偏好的主要研究方法             | 168 |
| 第四节 运用零售银行消费者偏好分析实施差异化策略       | 168 |
| 第九章 中国商业银行零售客户终身价值管理分析         | 170 |
| 第一节 银行业零售客户终身价值应用现状            | 170 |
| 一 客户识别现状                       | 170 |
| 二 客户维系现状                       | 170 |
| 三 客户区分现状                       | 171 |
| 第二节 中国商业银行零售客户终身价值构成因素分析       | 172 |
| 第三节 中国商业银行零售客户终身价值的影响因素        | 173 |
| 一 个人因素对于客户终身价值的影响              | 173 |
| 二 微观环境对商业银行零售客户终身价值的影响         | 175 |
| 三 宏观环境对商业银行零售客户终身价值的影响         | 177 |
| 第四节 2012-2014年我国零售银行客户价值开发策略分析 | 178 |
| 第十章 2012-2014年零售银行渠道建设情况分析     | 180 |
| 第一节 2014年我国零售银行渠道建设现状          | 180 |
| 第二节 提升商业银行零售渠道竞争力的策略分析         | 181 |
| 一 优化网点网络体系                     | 181 |
| 二 产品创新提升销售成功率                  | 182 |
| 三 构建营销服务平台                     | 182 |
| 四 加快流程再造以及渠道整合                 | 182 |
| 五 注重信息反馈                       | 183 |
| 六 打造高素质人才体系                    | 183 |
| 第三节 我国零售银行网点建设分析               | 184 |
| 一 我国零售银行网点建设的现状及不足             | 184 |
| 二 国外银行业先进经验分析                  | 184 |
| 三 网点建设的决定因素分析                  | 185 |
| 四 未来物理网点选择及转型研究                | 185 |
| 第四节 我国商业银行财富管理中心建设情况           | 189 |
| 一 我国财富管理中心建设及业务发展情况分析          | 189 |
| 1 国内银行财富管理中心建设情况分析             | 189 |
| 2 财富客户服务需求调研                   | 190 |



|                                     |     |
|-------------------------------------|-----|
| 二 我国商业银行财富管理中心理财业务核心竞争力分析           | 190 |
| 1 业务模式整合                            | 190 |
| 2 产品研发                              | 191 |
| 3 市场开拓                              | 191 |
| 4 服务提升                              | 192 |
| 5 专家团队建设                            | 192 |
| 6 风险管理                              | 193 |
| 三 财富中心财富管理业务模式分析                    | 193 |
| 1 以专业理财为基础，打造特色理财规划核心竞争力            | 194 |
| 2 以优质服务为支持，确保客户利益最大化                | 194 |
| 3 以特色活动为手段，提高高端客户忠诚度                | 194 |
| 4 以"走出去"营销为辅助，大力挖掘高端潜力客户            | 195 |
| 四 我国商业银行财富管理中心业务改进举措分析              | 195 |
| 1 建议制定专属理财预约制度，凸现财富中心管理优势           | 195 |
| 2 建议增加理财经理的后备支持，确保理财经理专业理财          | 195 |
| 3 建议实行高端客户推荐制度，确保高端客户的稳定积累          | 195 |
| 第十一章 2012-2014年我国零售银行定价策略分析         | 197 |
| 第一节 我国零售银行业务定价权变迁分析                 | 197 |
| 一 定价权归属的背景                          | 197 |
| 二 商业银行中间业务价格的内容及其定价的目标              | 197 |
| 第二节 商业银行定价原则分析                      | 198 |
| 一 实现利润最大化                           | 198 |
| 二 提高市场份额                            | 198 |
| 三 适应价格竞争                            | 198 |
| 四 筛选客户                              | 199 |
| 第三节 我国商业银行零售银行业务产品定价存在的问题           | 199 |
| 一 客户对商业银行中间业务产品定价存在误区               | 199 |
| 二 忽视产品和服务成本核算的重要性                   | 199 |
| 三 传统的中间业务产品定价体制缺乏弹性                 | 200 |
| 第四节 2012-2014年我国商业银行零售银行业务产品合理定价的对策 | 200 |
| 一 建立会计核算体系，推行全面成本管理                 | 200 |
| 二 实施市场细分                            | 200 |

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/259787.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](http://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提供投资咨询报告、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。