



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2023年中国网上银行产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2017-2023年中国网上银行产业发展现状及市场监测报告》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/287206.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

网上银行（Internetbank or E-bank），包含两个层次的含义：一个是机构概念，指通过信息网络开办业务的银行；另一个是业务概念，指银行通过信息网络提供的金融服务，包括传统银行业务和因信息技术应用带来的新兴业务。在日常生活和工作中，我们提及网上银行，更多是第二层次的概念，即网上银行服务的概念。网上银行业务不仅仅是传统银行产品简单从网上的转移，其他服务方式和内涵发生了一定的变化，而且由于信息技术的应用，又产生了全新的业务品种。网上银行又称网络银行、在线银行，是指银行利用Internet技术，通过Internet向客户提供开户、查询、对帐、行内转帐、跨行转账、信贷、网上证券、投资理财等传统服务项目，使客户可以足不出户就能够安全便捷地管理活期和定期存款、支票、信用卡及个人投资等。可以说，网上银行是在Internet上的虚拟银行柜台。网上银行又被称为"3A银行"，因为它不受时间、空间限制，能够在任何时间(Anytime)、任何地点(Anywhere)、以任何方式(Anyway)为客户提供金融服务。

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 网上银行相关概述

1.1 网上银行简术述 17

1.1.1 网上银行定义 17

1.1.2 网上银行分类 17

1.1.3 网上银行业务介绍 18

1.1.4 网上银行产生发展的动力与基础分析 19

1.2 网上银行的特点及优势 19

1.2.1 网络银行的基本特点 19

1.2.2 网上银行的优势 21

1.2.3 网上银行与传统银行的比较优势 22

1.3 网上银行的服务功能 23

1.3.1 网上银行提供的服务类别 23

- 1.3.2 网上银行基础服务 23
- 1.3.3 网上银行衍生服务 23
- 1.4 网上银行与传统银行的区别 23
 - 1.4.1 销售渠道不同 23
 - 1.4.2 服务存在差异 24
 - 1.4.3 业务范围不同 24
- 1.5 网上银行对社会经济产生三大影响 24
 - 1.5.1 促进商务创新 24
 - 1.5.2 推动经济活动虚拟化 24
 - 1.5.3 使基础货币虚拟化变为可能 25

第二章 世界网上银行运行浅析

- 2.1 国际网上银行发展综述 26
 - 2.1.1 国外网上银行发展概述 26
 - 2.1.2 国际网上银行发展进程 26
 - 2.1.3 国际网络银行业务范围浅析 27
 - 2.1.4 国际上典型网络银行特色业务分析 28
 - 2.1.5 全球网络银行发展地域性差异明显 28
- 2.2 美国 28
 - 2.2.1 美国网络银行业务与用户发展综述 29
 - 2.2.2 美国网络银行发展的主要特点 29
 - 2.2.3 美国网络银行快速发展的动力 30
 - 2.2.4 美国网络银行服务获较高满意度 31
 - 2.2.5 透视美国各收入阶层网络银行的使用情况 31
 - 2.2.6 网上银行成美国用户办理业务的首选途径 31
- 2.3 欧洲国家 31
 - 2.3.1 欧洲网上银行使用率分析 31
 - 2.3.2 安全隐患制约欧洲网络银行发展 32
 - 2.3.3 英国网络银行用户群庞大 33
 - 2.3.4 德国网络银行发展潜力巨大 33
 - 2.3.5 法国网上银行业务仍待升入拓展 34
 - 2.3.6 俄罗斯网络银行业务发展仍不成熟 35

- 2.3.7 西班牙网上银行积极争夺传统银行存款 36
- 2.4 亚洲国家 36
 - 2.4.1 韩国网上银行交易额分析 36
 - 2.4.2 韩国网上银行交易量分析 36
 - 2.4.3 日本提高网上银行使用安全性 37
 - 2.4.4 台湾网络银行使用率与日俱增 37

第三章 中国网上银行发展环境分析

- 3.1 宏观经济环境 38
 - 3.1.1 中国GDP增长分析 38
 - 3.1.2 中国工业经济运行情况分析 39
 - 3.1.3 中国商品进出口贸易 41
 - 3.1.4 中国居民收入与消费状况 44
- 3.2 金融环境分析 47
 - 3.2.1 中国金融业发展概况 47
 - 3.2.2 中国金融市场经济运行状况 48
 - 3.2.3 中国银行卡市场发展情况 55
 - 3.2.4 中国银行结算帐户情况统计 56
 - 3.2.5 中国支付系统发展情况统计 56
 - 3.2.6 中国POS机及ATM业务发展情况统计 60
- 3.3 网上支付分析 61
 - 3.3.1 中国网络购物市场规模分析 61
 - 3.3.2 中国网上支付市场规模分析 64
 - 3.3.3 中国网上支付市场竞争状况 65
 - 3.3.4 未来中国网上支付的发展趋势分析 67

第四章 中国网上银行整体运行状况透析

- 4.1 中国网上银行运行概述 69
 - 4.1.1 网上银行的产生及发展历程 69
 - 4.1.2 中国网上银行发展特点分析 71
 - 4.1.3 中国网络银行产品及业务范畴 72
 - 4.1.4 网上银行产业链结构及战略地位 76

- 4.1.5 中国网上银行业务发展进入快车道 78
- 4.1.6 网银业务成为银行新的盈利增长点 78
- 4.2 中国网上银行业务规模 79
 - 4.2.1 中国网上银行业务总体情况 79
 - 4.2.2 中国网上银行业务规模分析 82
 - 4.2.3 个人网上银行业务规模分析 83
 - 4.2.4 企业网上银行业务规模分析 84
- 4.3 中国网银与现代金融组织理论发展综述 84
 - 4.3.1 浅析金融组织的经济学 84
 - 4.3.2 透析不完全信息与金融组织理论的框架 87
 - 4.3.3 网络银行组织的理论解读 88
 - 4.3.4 现代金融组织理论的发展动力及机理 90
- 4.4 中小银行开展网上银行业务分析 93
 - 4.4.1 发展网上银行业务提升中小银行竞争力 93
 - 4.4.2 中小银行开展网上银行业务的特殊优势 93
 - 4.4.3 中小商业银行开展网上银行业务的定位 93
 - 4.4.4 中小银行开展网上银行业务的策略探讨 94
- 4.5 中国网上银行的全面收费分析 95
 - 4.5.1 中国网上银行进入收费时代 95
 - 4.5.2 国内网上银行的收费类别 95
 - 4.5.3 中国各大网上银行收费标准透析 96
- 4.6 中国网上银行发展存在的问题 99
 - 4.6.1 网络银行业务发展与国外的差距 99
 - 4.6.2 网上银行发展仍未达到成熟阶段 100
 - 4.6.3 中国网上银行发展中存在的问题 102
 - 4.6.4 制约中国网上银行发展的瓶颈问题 104
- 4.7 中国网上银行发展的对策 105
 - 4.7.1 网络银行业务的整体发展策略 105
 - 4.7.2 促进中国网上银行发展的对策 110
 - 4.7.3 金融机构开展网上银行业务的策略 112
 - 4.7.4 推动网上银行健康有序发展的建议 115

第五章 中国网上银行的用户全面调研

5.1 个人网上银行的用户特征透析 116

5.1.1 使用率与渗透率 116

5.1.2 用户细分 116

5.1.3 用户特征 117

5.1.4 用户上网时长分布 118

5.1.5 用户主要了解渠道 118

5.2 网上银行用户使用情况分析 119

5.2.1 各种网银产品在用户中的使用情况 119

5.2.2 各种网银产品在不同属性用户中使用情况的差异 120

5.2.3 个人用户对网银安全性的态度 121

5.2.4 不同属性个人用户使用网银的安全意识及行为差异 123

5.2.5 突发事件影响用户对网银安全的态度及使用 124

5.2.6 用户对网银收费的态度及当前满意度 125

5.3 年网上银行用户调查分析 126

5.3.1 个人网银用户的发展特征 126

5.3.2 企业网银用户的发展特征 127

5.3.3 安全因素成为用户开展网银业务的关键 127

5.3.4 用户对网银身份认证方式的改进要求 128

5.4 银行电子商务业务用户调研情况 128

5.4.1 银行网上商城的用户渗透率 128

5.4.2 网银用户实现缴费支付的方式 129

5.4.3 不同网银在第三方支付平台的渗透率排名 130

第六章 中国网上银行的安全与风险分析

6.1 中国网上银行的安全性浅析 133

6.1.1 网上银行的安全问题思考 133

6.1.2 银行交易系统的安全性分析 134

6.1.3 网络通讯的安全性探讨 134

6.1.4 客户的安全意识分析 135

6.2 美国网上银行面临的风险及控制 136

6.2.1 九大风险 136

- 6.2.2 风险管理 141
- 6.2.3 内部控制 142
- 6.2.4 技术策略 144
- 6.2.5 其他方面 145
- 6.3 中国发展网上银行存在的风险 148
 - 6.3.1 从技术角度分析 148
 - 6.3.2 从业务角度分析 149
 - 6.3.3 从法律角度分析 150
- 6.4 中国网上银行的风险控制体系探索 150
 - 6.4.1 宏观层面的风险控制 151
 - 6.4.2 中观层面的风险控制 151
 - 6.4.3 微观层面的风险控制 151
- 6.5 中国网上银行的风险管理探讨 152
 - 6.5.1 内涵保证的管理 152
 - 6.5.2 外延保证的管理 153

第七章 中国网上银行的监管分析

- 7.1 全球网上银行的监管分析 154
 - 7.1.1 世界网银的法律定义和分类 154
 - 7.1.2 世界网银的法律实施和安全保障 154
 - 7.1.3 世界网银的监管方式和监管内容 156
 - 7.1.4 世界网银的消费者权益保护 156
 - 7.1.5 世界网银的监管层次和监管模式 160
- 7.2 中国网上银行监管发展的成就 161
 - 7.2.1 网上银行监管制度初步成形 161
 - 7.2.2 网上银行市场准入已初具经验 161
 - 7.2.3 网上银行日常监管工作渐入佳境 161
- 7.3 中央银行网上银行监管体系的建设 162
 - 7.3.1 央行在制定网银监管体制中面临的难题 162
 - 7.3.2 央行实施网上银行监管的主要内容 163
 - 7.3.3 央行完善网上银行监管体制的对策 164
- 7.4 现行网上银行监管体制存在的问题 165

- 7.4.1 监管意识滞后 165
- 7.4.2 监管体系尚不完善 165
- 7.4.3 监管实效有待提高 166
- 7.5 完善网上银行监管体制的对策 166
 - 7.5.1 加强监管工作的针对性 166
 - 7.5.2 健全网上银行准入制度 166
 - 7.5.3 完善法律法规和相关金融监管办法 167
 - 7.5.4 建立有效安全认证体系 167
 - 7.5.5 完善网上银行的信息披露制度 168
 - 7.5.6 加强国际间的监管合作 168

第八章 中国开展网银服务的各大银行竞争力对关键性财务数据分析

- 8.1 中国银行股份有限公司（601988）169
 - 8.1.1 企业简介 169
 - 8.1.2 企业营业范围 170
 - 8.1.3 企业主要财务指标 170
 - 8.1.4 主营收入分布及网银业务发展情况 192
 - 8.1.5 财务比率分析 193
 - 8.1.6 中国银行个人网银和企业网银服务内容 195
 - 8.1.7 中国银行电子银行产品网络营销费用分布 198
- 8.2 中国工商银行股份有限公司（601398）198
 - 8.2.1 企业简介 199
 - 8.2.2 企业营业范围 199
 - 8.2.3 企业主要财务指标 200
 - 8.2.4 主营收入分布情况 215
 - 8.2.5 财务比率分析 223
 - 8.2.6 工商银行电子银行产品网络营销费用分布 225
 - 8.2.7 工商银行网上银行业务发展状况分析 225
- 8.3 中国建设银行股份有限公司（601939）225
 - 8.3.1 企业简介 225
 - 8.3.2 企业主要财务指标 226
 - 8.3.3 主营收入分布情况 234

- 8.3.4 财务比率分析 235
- 8.3.5 建设银行电子银行产品网络营销费用分布 237
- 8.3.6 建行网上银行业务发展状况分析 238
- 8.4 中国农业银行股份有限公司 239
 - 8.4.1 企业简介 239
 - 8.4.2 农业银行经营状况分析 240
 - 8.4.3 农行网上银行业务透析 250
 - 8.4.4 农业银行网上银行业务发展状况分析 251
- 8.5 招商银行股份有限公司 (600036) 251
 - 8.5.1 企业简介 251
 - 8.5.2 企业营业范围 253
 - 8.5.3 企业主要财务指标 254
 - 8.5.4 主营收入分布情况 263
 - 8.5.5 财务比率分析 264
 - 8.5.6 招商银行电子银行产品网络营销费用分布 266
 - 8.5.7 招行企业网银业务进展分析 267
- 8.6 交通银行股份有限公司 (601328) 268
 - 8.6.1 企业简介 268
 - 8.6.2 企业营业范围 269
 - 8.6.3 企业主要财务指标 270
 - 8.6.4 主营收入分布情况 280
 - 8.6.5 财务比率分析 282
 - 8.6.6 公司网上银行业务开展概况 283
 - 8.6.7 交通银行电子银行产品网络营销费用分布 284
- 8.7 中国民生银行股份有限公司 (600016) 284
 - 8.7.1 企业简介 284
 - 8.7.2 企业营业范围 285
 - 8.7.3 企业主要财务指标 285
 - 8.7.4 主营收入分布情况 293
 - 8.7.5 财务比率分析 294
 - 8.7.6 民生银行电子银行产品网络营销费用分布 296
 - 8.7.7 企业网银业务进展分析 296

8.8 深圳发展银行股份有限公司（000001） 297

8.8.1 企业简介 297

8.8.2 企业营业范围 299

8.8.3 企业主要财务指标 300

8.8.4 主营收入分布情况 305

8.8.5 财务比率分析 307

第九章 中国网上银行市场竞争与营销分析

9.1 中国网上银行市场竞争综述 309

9.1.1 网上银行的竞争环境透析 309

9.1.2 网上银行的竞争优势分析 310

9.1.3 网上银行进入品牌竞争时代 311

9.1.4 中国网上银行竞争策略探讨 312

9.2 中国网上银行的营销环境透析 313

9.2.1 宏观环境 313

9.2.2 微观环境 314

9.2.3 SWOT分析 315

9.3 中国网上银行的市场定位及发展战略 316

9.3.1 客户群体的细分 316

9.3.2 目标市场定位 317

9.3.3 营销战略选择 317

9.4 中国网上银行营销分析 318

9.4.1 中国网上银行营销的内涵 318

9.4.2 网上银行的整合营销策略分析 318

9.4.3 以客户为目标的集中化营销策略 320

9.4.4 以品牌为中心的立体化营销策略 321

9.4.5 注重成本领先的差异化营销策略 321

第十章 中国网上银行的法律环境分析

10.1 中国网上银行的相关法律法规 323

10.1.1 中华人民共和国中国人民银行法 323

10.1.2 网上银行业务管理暂行办法 330

10.1.3 电子银行业务管理办法	335
10.1.4 中华人民共和国银行业监督管理法（2008修正）	350
10.1.5 中华人民共和国电子签名法	360
10.2 中国网上银行的相关法律问题	366
10.2.1 网上银行的市场准入条件	366
10.2.2 网上贷款的相关法律问题	367
10.2.3 电子签名的法律效力问题	367
10.2.4 网上银行的税收征管法规	369
10.3 中国网上支付面临的法律环境分析	370
10.3.1 浅析网上支付手段的法律效力	370
10.3.2 电子支票的法律效力分析	370
10.3.3 电子现金的法律地位探讨	371
10.3.4 网上支付违法活动的惩罚规定	371
10.4 中国网上银行业务纠纷的政策法规	372
10.4.1 归责原则	372
10.4.2 民事责任	373

第十一章 2017-2023年中国网上银行的发展前景与趋势分析

11.1 2017-2023年中国网上银行的市场前景展望	375
11.1.1 未来中国网上银行发展的动力	375
11.1.2 中国网上银行的增长潜力分析	376
11.1.3 中国网上银行的发展前景分析	377
11.2 2017-2023年网上银行未来发展趋势探讨	379
11.2.1 网上银行业务将向多样化创新化发展	379
11.2.2 网银行业务创新推动金融市场网络化	379
11.2.3 网上银行全球化国际化发展趋势明显	379
11.3 2017-2023年中国网上银行业务规模预测	380
11.3.1 2017-2023年中国网上银行业务规模预测	380
11.3.2 2017-2023年个人网上银行业务规模预测	380
11.3.3 2017-2023年企业网上银行业务规模预测	381 (AK LT)

部分图表目录：

图表 1 美国消费者对网上银行的满意度得分 31

图表 2 中国与欧洲主要国家网上银行使用情况 32

图表 3 英国网上银行服务满意度的差异对消费者的影响 33

图表 4 2008-我国季度GDP增长率 单位：% 38

图表 5 2010-我国三产业增加值季度增长率 单位：% 38

图表 6 2010-我国工业增加值走势图 单位：% 39

图表 7 2001年12月—工业增加值月度同比增长率（%） 41

图表 8 2010-进出口走势图 单位：% 42

图表 9 2001年12月—出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%） 43

图表 10 2010-我国社会消费品零售总额走势图 单位：亿元 % 44

图表 11 2001年12月—社会消费品零售总额月度同比增长率（%） 46

图表 12 2013 年1 月 ~ 12月人民币存款余额及同比增速 48

图表 13 2013 年1 季度 ~ 分部门存款增加额 49

图表 14 2013 年1 月 ~ 12 月分类别人民币存款 50

图表 15 2013 年1 月 ~ 12 月人民币贷款余额及同比增速 52

图表 16 2013 年1 月 ~ 12 月金融机构各项人民币贷款 52

图表 17 前四季度分机构人民币贷款新增额 53

图表 18 2013 年1 月 ~ 12 月金融机构境内中长期贷款及占比 54

图表 19 201我国POS机行业产量分析 60

图表 20 2013Q1-2015Q4中国网络购物市场交易规模 61

图表 21 2015Q4中国C2C购物网站市场份额 62

图表 22 2015Q4中国B2C购物网站市场份额 63

图表 23 2013Q4-2015Q4中国支付行业互联网支付业务交易规模 65

图表 24 2015Q4中国第三方网上支付核心企业互联网支付业务交易规模市场份额 66

图表 25 中国网上银行发展历程 69

图表 26 中国个人网上银行产品按功能分类 72

图表 27 中国企业网上银行产品按功能分类 73

图表 28 中国部分银行个人网上银行产品版本对比（以招行、农行、华夏为例） 74

图表 29 网上银行产业链结构图 77

图表 30 2010-中国网上银行交易额规模 80

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/287206.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。