



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006-2007年中国网上银行市场 分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2006-2007年中国网上银行市场分析及发展趋势研究报告》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/42368.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

报告亮点：

（一） 通过市场调查和企业深度访谈，准确评估和预测中国网上银行市场的用户规模和交易额规模，并全面阐述中国网上银行市场的发展现状和特点。

（二） 通过国内外网上银行业务模式的研究，分析和比较新经济条件下中国网上银行的新业务模式，从而探讨适合中国网上银行发展现状的最佳业务模式。

（三） 通过研究中国网上银行市场的竞争结构，总结影响中国网上银行市场竞争力的各种因素，并对中国主要网上银行的核心竞争力进行分析。

（四） 着重对中国网上银行市场的典型银行企业进行研究，通过对各类企业进行业务特色、安全机制、营销策略和SWOT分析等方面的分析，为投资者制定竞争战略提供参考。

（五） 通过连续4年的中国网上银行市场用户研究，全面掌握网上银行产品/服务的用户消费特征和消费倾向，分析用户的付费可能和付费意愿，了解不同时间段的用户属性差异，为企业制定恰当的产品和营销策略提供参考。

Page5——I. 第四届中国网民网络消费行为大调研背景

Page6——II. 研究方法

Page7——III. 行业研究背景

Page7——IV 概念定义

Page9——V. 报告摘要

Page10——VI. 报告正文

Page10——1. 网上银行概述

Page10——1.1 网上银行的定义

Page10——1.2 网上银行的分类

Page11——1.3 网上银行的与传统银行的比较

Page15——1.4 网上银行业务介绍

Page16——2. 国外网上银行市场发展概述

Page16	——2.1 美国
Page17	——2.2 欧洲
Page18	——2.3 日本
Page19	——2.4 典型网上银行企业分析
Page19	——2.4.1 汇丰银行
Page20	——2.4.2 花旗银行
Page21	——3. 中国网上银行市场发展分析
Page21	——3.1 中国网上银行产业政策分析
Page23	——3.2 中国网上银行产业链结构分析
Page24	——3.3 中国网上银行市场发展现状分析
Page24	——3.3.1 中国网上银行市场发展现状
Page25	——3.3.2 中国网上银行市场存在的问题
Page26	——3.4 中国网上银行市场发展特征分析
Page28	——3.5 影响中国网上银行发展的因素分析
Page28	——3.5.1 促进因素
Page29	——3.5.2 障碍因素
Page30	——4. 中国网上银行市场规模分析
Page30	——4.1 2005-2010年中国网上银行用户规模
Page31	——4.1.1 个人网上银行
Page32	——4.1.2 企业网上银行
Page33	——4.2 2005-2010年中国网上银行交易额规模
Page34	——4.2.1 个人网上银行
Page35	——4.2.2 企业网上银行
Page36	——4.3 2006年中国网上银行交易额市场份额
Page36	——4.3.1 个人网上银行
Page37	——4.3.2 企业网上银行
Page38	——5. 中国网上银行市场竞争分析
Page38	——5.1 中国网上银行市场竞争环境分析
Page41	——5.2 中国网上银行市场竞争格局分析

Page41	—5.2.1 股份制中小银行
Page42	—5.2.2 国有商业银行
Page43	—5.2.3 外资银行
Page44	—5.2.4 市场竞争格局
Page45	—5.3 中国网上银行市场核心竞争力分析
Page45	—5.3.1 核心竞争力影响因素分析
Page48	—5.3.2 核心竞争力综合评比分析
Page49	—6.中国网上银行业务模式分析
Page49	—6.1 国外网上银行业务模式
Page49	—6.1.1 业务范围
Page50	—6.1.2 业务发展模式
Page51	—6.1.3 业务发展趋势
Page52	—6.2 国内网上银行业务模式
Page52	—6.2.1 业务范围
Page53	—6.2.2 业务发展模式
Page53	—6.2.3 业务发展趋势
Page54	—6.3 中外网上银行业务模式比较
Page54	—6.3.1 中外网上银行业务模式比较
Page55	—6.3.2 中外网上银行功能差距比较
Page56	—6.3.3 中外网上银行组织架构比较
Page57	—7. 中国各大网上银行业务比较分析
Page61	—7.1 基本业务
Page62	—7.2 新兴业务
Page63	—7.3 投资理财
Page64	—7.4 安全机制
Page65	—7.5 综合比较
Page67	—8. 中国典型网上银行企业分析
Page67	—8.1 中国工商银行
Page68	—8.1.1 业务特色

Page69——8.1.2 业务发展现状分析

Page72——8.1.3 安全机制

Page73——8.1.4 营销策略分析

Page75——8.1.5 SWOT分析

Page76——8.2 招商银行

Page76——8.2.1 业务特色

Page76——8.2.2业务发展现状分析

Page77——8.2.3 安全机制

Page78——8.2.4 营销策略分析

Page79——8.2.5 SWOT分析

Page80——8.3 交通银行

Page80——8.3.1业务特色

Page81——8.3.2业务发展现状分析

Page82——8.3.3安全机制

Page83——8.3.4营销策略分析

Page84——8.3.5 SWOT分析

Page85——9. 中国网上银行用户分析

Page85——9.1网上银行用户使用情况分析

Page85——9.1.1 绝大部分网民使用过网上银行服务

Page86——9.1.2工商银行网上银行在网民中的普及率最高

Page87——9.1.3 网民主要通过金融论坛和网络广告了解网上银行服务

Page88——9.1.4 绝大部分网民对网上银行感兴趣

Page89——9.1.5 近一半网民对网上银行服务功能感到满足

Page90——9.2个人网上银行用户使用情况分析

Page90——9.2.1 方便、快捷是网民选择使用个人网上银行服务的主要原因

Page91——9.2.2网民比较喜好"四大"和招商银行的网上银行服务

Page92——9.2.3 网民最常使用"查询"和"汇款"功能

Page93——9.2.4 网民使用频率主要集中在"每周一次及以上"

Page94——9.2.5 近一半网民平均每次交易金额集中在"100-500元"

Page95——9.3 企业网上银行用户使用情况分析

Page95——9.3.1 近一半网民使用过工商银行企业网上银行服务

Page96	——9.3.2 大部分网民选择公司开户行的企业网上银行服务
Page97	——9.3.3 绝大部分网民主要使用"付款"和"账户信息管理"服务功能
Page98	——9.3.4 网民使用频率主要集中在"每个工作日都用"
Page99	——9.3.5 网民平均每次交易额情况分析
Page100	——9.4 2007年网上银行用户使用情况分析
Page100	——9.4.1 绝大部分网民将使用网上银行服务
Page101	——9.4.2 网民最可能使用的网上银行服务分析
Page102	——9.4.3 大部分网民将增加交易付款比例
Page103	——9.4.4 绝大部分网民希望网上银行服务"安全更有保障"
Page104	——9.4.5 担心安全性成为网民不使用网上银行的主要原因
Page105	——9.5 艾瑞建议
Page106	——附录：艾瑞调研方法及调研流程
Page110	——法律声明：

图表目录

Page12	——表-网上银行与传统银行的区别
Page13	——表-银行业不同分销渠道的业务单位成本比较
Page16	——表-网上银行业务介绍
Page19	——表-日本网上银行发展阶段分析
Page22	——表-中国网上银行相关法律法规和文件一览表
Page24	——图-中国网上银行产业链结构图
Page26	——表-中国网上银行存在的问题分析
Page27	——图-中国网上银行市场发展特征分析
Page31	——图-2005-2010年中国网上银行用户规模
Page32	——图-2005-2010年中国个人网上银行用户规模
Page33	——图-2005-2010年中国企业网上银行用户规模
Page34	——图2005-2010年中国网上银行交易额规模
Page35	——图-2005-2010年中国个人网上银行交易额规模
Page36	——图-2005-2010年中国企业网上银行交易额规模
Page37	——图-2006年中国个人网上银行交易额市场份额
Page38	——图-2006年中国企业网上银行交易额市场份额
Page39	——图-中国网上银行市场竞争环境“波特五要素”分析

Page42——图-中国网上银行市场竞争格局

Page46——图-网上银行核心竞争力影响因素分析

Page47——图-产品导向和客户导向的不同关注点

Page49——表-影响网上银行核心竞争力因素分析

Page51——图-国外网上银行业务发展模式

Page55——表-中外网上银行业务模式比较

Page57——图-国外网上银行基本组织架构

Page58——表-中国各大银行网上银行业务介绍

Page59——表-中国各大银行网上银行业务得分情况

Page60——图-中国各大网上银行业务综合对比图

Page62——图-中国各大银行网上银行基本业务比较

Page63——图-中国各大银行网上银行新兴业务比较

Page64——图-中国各大银行网上银行投资理财业务比较

Page65——表-中国各大银行网上银行安全机制比较

Page66——图-中国网上银行综合排名前5名业务评比

Page67——表-中国主要网上银行按业务综合评分分类情况

Page68——表-中国工商银行网上银行业务介绍

Page69——表-中国工商银行个人网上银行业务特色介绍

Page70——图-中国工商银行网上银行客户情况

Page71——图-中国工商银行企业网上银行客户情况

Page72——表-中国工商银行网上银行业务交易情况

Page72——图-中国工商银行电子银行业务交易额情况

Page76——表-中国工商银行网上银行SWOT分析

Page77——表-招商银行网上银行业务发展现状

Page79——图-招商银行网上银行营销策略分析

Page80——表-招商银行网上银行SWOT分析

Page81——表-交通银行网上银行业务介绍

Page81——表-交通银行网上银行业务特色

Page82——表-2006年交通银行网上银行业务发展现状

Page82——图-中国交通银行网上银行交易额规模发展情况

Page85——表-交通银行网上银行SWOT分析

Page86——图-网民使用网上银行的情况

Page87——图-网民对各大网上银行的使用情况
Page88——图-网民了解网上银行服务的主要渠道
Page89——图-网民对网上银行的态度
Page90——图-网民对网上银行服务功能的满足情况
Page91——图-网民选择使用个人网上银行服务的原因
Page92——图-网民对各大网上银行的喜好度情况
Page93——图-网民对个人网上银行服务的使用情况
Page94——图-网民使用个人网上银行服务的频率
Page95——图-网民平均每次使用个人网上银行服务的交易金额
Page96——图-网民对各大银行企业网上银行的使用情况
Page97——图-网民使用企业网上银行服务的原因
Page98——图-网民使用企业网上银行服务的种类
Page99——图-网民使用企业网上银行服务的频率
Page100——图-网民平均每次使用企业网上银行服务的交易金额
Page101——图-2007年网民使用网上银行的情况
Page102——图-2007年网民最可能使用的网上银行服务
Page103——图-2007年网民增加网上银行交易付款比例情况
Page104——图-2007年网民希望网上银行改进的服务
Page105——图-网民不使用网上银行的原因

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42368.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提供专业投资咨询报告、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。