

2024-2030年中国互联网理 财行业研究与产业竞争格局报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2024-2030年中国互联网理财行业研究与产业竞争格局报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1301/202407/30-621612.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

互联网理财是指通过互联网管理理财产品，获取一定利益。中国互联网络信息中心(CNNIC)2016年在北京发布第38次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2016年6月，我国网民规模达到7.10亿。其中，我国手机网民规模达6.56亿。网民上网设备中，手机在上网设备中占据主导地位。同时，仅通过手机上网的网民达到1.73亿，占整体网民规模的24.5%。

产业研究报告网发布的《2024-2030年中国互联网理财行业研究与产业竞争格局报告》共十二章。首先介绍了中国互联网理财行业市场发展环境、互联网理财整体运行态势等，接着分析了中国互联网理财行业市场运行的现状，然后介绍了互联网理财市场竞争格局。随后，报告对互联网理财做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网理财行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网理财产业有个系统的了解或者想投资中国互联网理财行业，本报告是您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：

第一部分行业发展概述

第一章互联网理财行业相关概述

第一节互联网理财行业定义

第二节互联网理财产品的五大类型

一、集支付、收益、资金周转于一身的理财产品

二、与知名互联网公司合作的理财产品

三、P2P平台的理财产品

四、基金公司自己的直销平台上推广的产品

五、银行自己发行银行端现金管理工具

第二章余额宝概述

第一节宝宝军团概述

第二节余额宝概述

一、余额宝含义

二、余额宝产品特点

三、余额宝优势

四、余额宝服务特点

五、余额宝收益

六、余额宝风险分析

第三节余额宝革命

第四节余额宝重点事件脉络

第三章2020年中国互联网理财所属行业发展环境分析

第一节2020年国际宏观经济形势分析

一、美国经济复苏的实证

二、美国经济复苏对中国影响

第二节2020年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、工业发展形势

三、城乡居民偿债分析

四、消费价格指数分析

五、社会消费品零售总额

六、固定资产投资分析

七、对外贸易和进出口情况

八、货币信贷发展情况

九、财政收支分析

第三节2020年中国社会环境分析

一、中国城镇化及对互联网理财的影响

二、居民生活方式和消费习惯分析

第四节2020年中国技术环境分析

一、互联网技术水平

二、互联网金融行业技术水平

第四章2020年互联网理财行业现状分析

第一节2020年互联网理财行业现状分析

一、互联网理财行业总体现状

二、中国互联网理财行业规模

三、中国互联网理财行业供给情况

四、中国互联网理财行业的商业模式分析

第二节互联网理财行业存在的风险

一、货币基金本身的风险

二、互联网风险

三、监管风险

第三节选择互联网理财产品误区

一、以收益论英雄

二、不确定资金用途

三、不合理收益预期和比较

第四节春节期间互联网理财产品规则变化

一、网易-现金宝

二、百度 - 百赚

三、支付宝-余额宝

四、微信-理财通

五、网易-现金宝

六、百度-百赚

第二部分行业竞争格局

第五章2020年中国银行发展分析

第一节四大银行发展状况分析

一、农业银行

二、工商银行

三、建设银行

四、交通银行

第二节四大银行竞争格局

一、市场竞争总体状况

二、四大银行竞争地位

第三节四大银行布局分析

第四节2020年银行理财能力分析

第六章宝宝类产品深入研究分析

第一节银行对宝宝类产品的调整政策

- 一、下调支付宝快捷支付额度
- 二、银行下调举动的影响
- 三、投资者应对下调举动的措施

第二节银行向余额宝买存款举措分析

- 一、银行向余额宝买存款的情况
- 二、银行向余额宝买存款行为分析

第三节深度问题剖析

- 一、余额宝对中国互联网理财行业的影响
- 二、余额宝对应行业的影响

第七章银行宝宝类产品重点分析

第一节兴业掌柜钱包

- 一、产品概述
- 二、经营情况
- 三、发展规划

第二节民生如意宝

- 一、产品概述
- 二、经营情况
- 三、发展规划

第三节广发智能金

- 一、产品概述
- 二、经营情况
- 三、发展规划

第四节现金快线

- 一、产品概述
- 二、经营情况
- 三、发展规划

第五节天天益

- 一、产品概述
- 二、经营情况

三、发展规划

第六节平安盈

一、产品概述

二、经营情况

三、发展规划

第七节货币基金T+0实时提现

一、产品概述

二、经营情况

三、发展规划

第八节微信银行闪电理财

一、产品概述

二、经营情况

三、发展规划

第九节其他理财产品

一、产品概述

二、经营情况

三、发展规划

第八章2020年银行宝宝类产品和互联网宝宝类产品的竞争分析

第一节互联网理财行业的竞争格局

第二节银行宝宝类产品和互联网宝宝类产品的比较分析

一、规模

二、认购门槛

三、认购资金

四、到账速度

五、安全性

六、收益

第三节余额宝与其他宝类理财产品收益比较分析

第九章互联网理财行业重点企业竞争分析

第一节阿里巴巴网络有限公司

一、基本概况

二、盈利分析

三、偿债分析

四、成长分析

五、核心竞争力

第二节苏宁云商集团股份有限公司

一、基本概况

二、盈利分析

三、偿债分析

四、成长分析

五、核心竞争力

第三节腾讯控股有限公司

一、基本概况

二、盈利分析

三、偿债分析

四、成长分析

五、核心竞争力

第四节百度公司

一、基本概况

二、盈利分析

三、偿债分析

四、核心竞争力

五、竞争分析

第五节人人友信集团

一、基本概况

二、盈利分析

三、偿债分析

四、成长分析

五、公司竞争分析

第六节中国平安保险（集团）股份有限公司

一、基本概况

二、盈利分析

三、偿债分析

四、成长分析

五、核心竞争力

第七节上海仟邦营冠创业投资发展有限公司

一、基本概况

二、盈利分析

三、偿债分析

四、成长分析

五、核心竞争力

第八节汇添富基金管理有限公司

一、基本概况

二、盈利分析

三、偿债分析

四、成长分析

五、公司竞争分析

第九节兴业全球基金管理有限公司

一、基本概况

二、盈利分析

三、偿债分析

四、成长分析

五、公司竞争分析

第十节广发银行股份有限公司

一、基本概况

二、盈利分析

三、偿债分析

四、成长分析

五、核心竞争力

第三部分前景趋势分析

第十章2024-2030年互联网理财行业投资趋势分析

第一节2024-2030年互联网理财行业投资分析

一、互联网金融信息对金融市场的影响

二、2024-2030年互联网理财行业规模趋势

第二节互联网理财行业收益趋势

一、互联网理财行业收益趋势

二、余额宝收益趋势

第三节互联网理财金融监管趋势

一、分级持牌

二、分类监管

第四节互联网理财行业健康发展意见

一、遵守法律法规

二、宝类产品“退烧”，结合中长期收益选产品

三、其他意见

第十一章2024-2030年互联网理财行业投资前景分析

第一节2024-2030年互联网理财行业投资前景

一、2024-2030年互联网理财行业投资前景

二、2024-2030年互联网理财行业发展方向

第二节行业投资风险及控制策略分析

一、2024-2030年行业市场风险及控制策略

二、2024-2030年行业政策风险及控制策略

三、2024-2030年行业经营风险及控制策略

四、2024-2030年行业技术风险及控制策略

五、2024-2030年同业竞争风险及控制策略

六、2024-2030年行业其他风险及控制策略

第十二章2024-2030年互联网理财行业发展建议（）

第一节行业发展建议

第二节行业投资建议

部分图表目录：

图表2020年国内生产总值及其增长速度

图表国内生产总值增长速度

图表2020年居民消费价格指数

图表2020年社会消费品零售总额及其增长速度

图表2020年固定资产投资

图表2020年对外贸易和进出口情况

图表2020年货币信贷发展情况

图表2020年财政收支分析

图表中国互联网理财行业规模

图表中国互联网理财行业供给情况

图表中国互联网理财行业市场格局

图表银行宝宝类产品和互联网宝宝类产品的比较

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1301/202407/30-621612.html>