

2026-2031年中国银行理财产品行业发展全景调研与投资趋势预测研究报告

报告简介

从2019年首家银行理财子公司建信理财开业以来，理财子公司在2020年迎来了规模上的大幅增长，发展态势良好。截至2020年末，24家银行理财子公司获准成立，20家已经开门营业，产品存续余额达到6.67万亿，占银行理财市场的25.79%。在24家获批银行理财子公司中，从股东性质看，国有大行有6家，股份制行有9家，城商行6家，农商行1家，外资合资2家。从注册资本看，工银理财、建银理财、农银理财、中银理财注册资本在百亿量级，分别为160亿、150亿、120亿、100亿元。截至2020年末，银行理财子公司发行的理财产品合计超过3000只，产品类型仍以固收类为主，理财产品内部风险等级集中分布在R2与R3。

银行理财顺应监管要求，积极创新研发净值型产品，加快搭建投研团队及框架，推动金融科技在银行理财中的应用。2018年，资管新规和理财办法的落地，明确了新规下银行理财的转型方向，要求2020年后理财产品全面打破刚兑，向净值型模式转化。目前，我国普通居民的理财需求持续膨胀，银行在业务转型中开展理财业务的压力持续加大，而近年来金融市场快速发展为理财产品提供了越来越丰富的投资工具，银行理财业务继续发展将成为必然趋势。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国银行业协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国银行理财产品及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新成果与技术等进行了分析，并重点分析了我国银行理财产品行业发展状况和特点，以及中国银行理财产品行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的银行理财产品行业发展态势作了详细分析，并对银行理财产品行业进行了趋向研判，是银行理财产品开发、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前银行理财产品业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 中国银行理财产品行业发展环境

第一节 银行理财产品行业定义及内涵

一、银行理财产品定义

二、银行理财产品分类

1、按标价货币分类

2、按收益类型分类

三、银行理财产品运作原理

四、银行理财产品运作特征

五、银行理财产品收益来源

六、银行理财产品与各类理财产品的比较

第二节 银行理财产品行业监管政策

一、行业监管机制

二、行业主要政策解读

1、《关于加强商业银行存款偏离度管理有关事项的通知》

2、《关于规范商业银行理财业务投资运作有关问题的通知》

3、《关于银行业金融机构代销业务风险排查的通知》

4、《关于加强银行理财产品销售自律工作的十条约定》

5、《商业银行理财产品销售管理办法》

三、行业监管政策小结

第三节 银行理财产品行业经济环境

一、宏观经济环境

1、GDP增长情况

2、经济走势预测

二、居民消费价格指数

三、国内货币供应量分析

四、人民币存贷款利率

五、人民币存贷款余额

六、宏观经济环境小结

1、房地产先行指标持续恶化

2、宽货币未导向宽信用

第四节 银行理财产品行业市场经济环境

一、利率市场

二、汇率市场

1、美元指数持续走强

2、欧元汇率低位徘徊

3、澳元理财依旧强势

三、商品市场

四、股票市场

第二部分 行业深度分析

第二章 中国银行理财产品行业发展现状及展望

第一节 银行理财产品发行规模及增长因素

一、银行理财产品发行规模及特点

1、银行理财产品发行规模

2、银行理财产品发行特点

二、银行理财产品增长驱动因素

1、供给方因素

2、需求方因素

3、市场结构性因素

第二节 银行理财产品发行结构

一、本外币发行结构

1、本外币理财产品发行规模及结构

2、外币理财产品主要币种发行情况

二、发行期限结构

三、发行主体结构

第三节 银行理财产品收益情况

一、人民币理财产品收益情况

二、外币理财产品收益情况

三、结构性理财产品收益情况

第四节 银行理财产品影响分析

一、理财产品对银行流动性的影响

二、理财产品对银行业绩的影响

第五节 银行理财产品市场展望

一、发行规模增速放缓

二、收益率将持续低迷

三、竞争加剧及渠道多元化

第三章 我国银行理财产品行业整体运行指标分析

第一节 2021-2026年中国银行理财产品行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 2021-2026年中国银行理财产品行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

1、我国银行理财产品行业销售利润率

2、我国银行理财产品行业成本费用利润率

3、我国银行理财产品行业亏损面

二、行业偿债能力分析

1、我国银行理财产品行业资产负债比率

2、我国银行理财产品行业利息保障倍数

三、行业营运能力分析

1、我国银行理财产品行业应收帐款周转率

2、我国银行理财产品行业总资产周转率

3、我国银行理财产品行业流动资产周转率

四、行业发展能力分析

1、我国银行理财产品行业总资产增长率

2、我国银行理财产品行业利润总额增长率

3、我国银行理财产品行业主营业务收入增长率

4、我国银行理财产品行业资本保值增值率

第三部分 市场全景调研

第四章 银行理财产品行业产业结构分析

第一节 银行理财产品产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析(所有制结构)

第二节 产业价值链的结构及整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国银行理财产品行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第五章 中国银行理财产品行业产品市场现状及前景分析

第一节 债券类理财产品发行现状及前景

一、债券类理财产品介绍

1、产品特点及适合人群

2、债券类产品运作模式

二、债券类理财产品发行情况及风险

1、债券类理财产品发行规模

2、债券类理财产品发行主体

3、债券类理财产品期限分布

4、债券类理财产品市场地位

5、债券类理财产品投资风险

三、债券类理财产品市场趋势及前景

1、债券发行规模预测

2、债券类理财产品市场前景

第二节 信贷类理财产品发行现状及前景

一、信贷类理财产品介绍

1、产品特点及适合人群

2、信贷类理财产品运作模式

二、信贷类理财产品发行情况及风险

1、信贷类理财产品发行规模

2、信贷类理财产品发行主体

3、信贷类理财产品期限分布

4、信贷类理财产品市场地位

5、信托资产收益情况

6、信贷类理财产品投资风险

三、信贷类理财产品市场趋势及前景

1、信托资产规模预测

2、信托行业市场前景

第三节 结构性理财产品发行现状及前景

一、结构性理财产品介绍

1、产品特点及适合人群

2、结构性产品运作模式

二、结构性理财产品发行情况及风险

1、结构性理财产品发行规模

2、结构性理财产品期限分布

3、结构性理财产品市场地位

4、结构性理财产品收益情况

5、结构性理财产品投资风险

三、结构性理财产品市场趋势及前景

1、结构性理财产品市场趋势

2、结构性理财产品市场前景

第四节 利率类理财产品发行现状及前景

一、利率理财产品介绍

1、产品特点及适合人群

2、利率类理财产品运作模式

二、利率类理财产品发行情况及风险

1、利率类理财产品发行主体

2、利率类理财产品期限分布

3、利率类理财产品市场地位

4、利率类理财产品投资风险

三、利率类理财产品市场趋势及前景

1、利率类理财产品市场趋势

2、利率类理财产品市场前景

第五节 票据类理财产品发行现状及前景

一、票据类理财产品介绍

1、产品特点及适合人群

2、票据类理财产品运作模式

二、票据类理财产品发行情况及风险

1、票据类理财产品发行主体

2、票据类理财产品市场地位

3、票据类理财产品投资风险

三、票据类理财产品市场趋势及前景

1、票据类理财产品市场趋势

2、票据类理财产品市场前景

第六章 中国银行理财产品行业销售渠道及营销策略分析

第一节 银行理财产品行业销售渠道分析

一、银行网点

1、银行网点的优劣势

2、银行网点发展现状

3、银行网点理财业务趋势

二、网上银行

1、网上银行的优劣势

2、网上银行交易规模

3、网上银行理财业务趋势

三、手机银行

1、手机银行的优劣势

2、手机银行交易规模

3、手机银行理财业务趋势

第二节 银行理财产品行业营销策略分析

一、银行理财产品营销SWOT分析

1、银行理财产品营销优势分析

2、银行理财产品营销劣势分析

3、银行理财产品营销机遇分析

4、银行理财产品营销挑战分析

二、银行理财产品营销存在问题

1、目标定位

2、信息披露

3、营销渠道

4、职业素质

5、客户维护

6、品牌营销

7、投资者利益保护机制

三、银行理财产品营销策略建议

- 1、提高产品设计创新能力
- 2、加强营销流程管控
- 3、拓展产品营销渠道
- 4、完善营销团队建设
- 5、实施品牌形象管理
- 6、完善投诉处理机制
- 7、提高风险管控能力
- 8、加强业务规范监督

第四部分 竞争格局分析

第七章 中国重点区域银行理财产品行业投资潜力分析

第一节 北京银行理财产品市场投资潜力

- 一、北京金融环境简述
- 二、北京金融竞争力评价
- 三、北京银行存款余额规模
- 四、北京居民投资消费意愿
- 五、北京理财产品业务投资风险
- 六、北京理财产品业务投资前景

第二节 上海银行理财产品市场投资潜力

- 一、上海金融环境简述
- 二、上海金融竞争力评价
- 三、上海银行存款余额规模
- 四、上海居民投资消费意愿

五、上海理财产品业务投资风险

六、上海理财产品业务投资前景

第三节 广东银行理财产品市场投资潜力

一、广东金融环境简述

二、广东金融竞争力评价

三、广东银行存款余额规模

四、广东居民投资消费意愿

五、广东理财产品业务投资风险

六、广东理财产品业务投资前景

第四节 江苏银行理财产品市场投资潜力

一、江苏金融环境简述

二、江苏金融竞争力评价

三、江苏银行存款余额规模

四、江苏居民投资消费意愿

五、江苏理财产品业务投资风险

六、江苏理财产品业务投资前景

第五节 浙江银行理财产品市场投资潜力

一、浙江金融环境简述

二、浙江金融竞争力评价

三、浙江银行存款余额规模

四、浙江居民投资消费意愿

五、浙江理财产品业务投资风险

六、浙江理财产品业务投资前景

第六节 山东银行理财产品市场投资潜力

一、山东金融环境简述

二、山东金融竞争力评价

三、山东银行存款余额规模

四、山东居民投资消费意愿

五、山东理财产品业务投资风险

六、山东理财产品业务投资前景

第七节 福建银行理财产品市场投资潜力

一、福建金融环境简述

二、福建金融竞争力评价

三、福建银行存款余额规模

四、福建居民投资消费意愿

五、福建理财产品业务投资风险

六、福建理财产品业务投资前景

第八节 湖南银行理财产品市场投资潜力

一、湖南金融环境简述

二、湖南金融竞争力评价

三、湖南银行存款余额规模

四、湖南居民投资消费意愿

五、湖南理财产品业务投资风险

六、湖南理财产品业务投资前景

第八章 中国银行理财产品行业发行主体特征及竞争分析

第一节 银行理财产品发行主体特征分析

一、国有商业银行理财产品发行特征

- 1、投资币种分布特点
- 2、期限跨度分布特点
- 3、资产标的分布特点
- 4、银行个体分布特点

二、城市商业银行理财产品发行特征

- 1、投资币种分布特点
- 2、期限跨度分布特点
- 3、资产标的分布特点
- 4、银行个体分布特点

三、股份制商业银行理财产品发行特征

- 1、投资币种分布特点
- 2、期限跨度分布特点
- 3、资产标的分布特点
- 4、银行个体分布特点

四、外资银行理财产品发行特征

- 1、投资币种分布特点
- 2、期限跨度分布特点
- 3、资产标的分布特点
- 4、银行个体分布特点

第二节 银行理财产品发行主体排名分析

一、各银行理财产品分类排名

- 1、发行能力排名
- 2、产品收益率排名
- 3、风险控制能力排名
- 4、理财产品丰富性排名

二、各主体分期限收益率排名

- 1、1个月期收益率排名
- 2、3个月期收益率排名
- 3、6个月期收益率排名
- 4、12个月期收益率排名

第三节 银行理财产品发行主体竞争分析

一、国有商业银行竞争实力

- 1、品牌优势
- 2、网络优势
- 3、客户优势

二、城市商业银行竞争实力

- 1、理财产品规模扩大
- 2、区域优势明显增强

三、股份制商业银行竞争实力

- 1、理财综合实力较强
- 2、产品管理能力领先

四、外资银行竞争实力

1、自主创新能力

2、品牌建设优势

第九章 2026-2031年银行理财产品行业领先企业经营形势分析

第一节 北京银行理财产品

一、银行简介

二、银行网点规模

三、银行存款规模

四、银行理财产品现状

五、银行理财市场地位

六、银行发展战略规划

第二节 徽商银行理财产品

一、银行简介

二、银行网点规模

三、银行存款规模

四、银行理财产品现状

五、银行理财市场地位

六、银行发展战略规划

第三节 中国邮政储蓄银行理财产品

一、银行简介

二、银行网点规模

三、银行存款规模

四、银行理财产品现状

五、银行理财市场地位

六、银行发展战略规划

第四节 中国民生银行理财产品

一、银行简介

二、银行网点规模

三、银行存款规模

四、银行理财产品现状

五、银行理财市场地位

六、银行发展战略规划

第五节 上海浦东发展银行理财产品

一、银行简介

二、银行网点规模

三、银行存款规模

四、银行理财产品现状

五、银行理财市场地位

六、银行发展战略规划

第六节 兴业银行理财产品

一、银行简介

二、银行网点规模

三、银行存款规模

四、银行理财产品现状

五、银行理财市场地位

六、银行发展战略规划

第七节 广发银行理财产品

一、银行简介

二、银行网点规模

三、银行存款规模

四、银行理财产品现状

五、银行理财市场地位

六、银行发展战略规划

第八节 华夏银行理财产品

一、银行简介

二、银行网点规模

三、银行存款规模

四、银行理财产品现状

五、银行理财市场地位

六、银行发展战略规划

第九节 中国光大银行理财产品

一、银行简介

二、银行网点规模

三、银行存款规模

四、银行理财产品现状

五、银行理财市场地位

六、银行发展战略规划

第十节 中信银行理财产品

一、银行简介

二、银行网点规模

三、银行存款规模

四、银行理财产品现状

五、银行理财市场地位

六、银行发展战略规划

第五部分 发展前景展望

第十章 2026-2031年银行理财产品行业前景及趋势预测

第一节 2026-2031年银行理财产品市场发展前景

一、2026-2031年银行理财产品市场发展潜力

二、2026-2031年银行理财产品市场发展前景展望

三、2026-2031年银行理财产品细分行业发展前景分析

第二节 2026-2031年银行理财产品市场发展趋势预测

一、2026-2031年银行理财产品行业发展趋势

1、技术发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

3、产品应用趋势分析

二、2026-2031年银行理财产品市场规模预测

1、银行理财产品行业市场容量预测

2、银行理财产品行业销售收入预测

三、2026-2031年银行理财产品行业应用趋势预测

四、2026-2031年细分市场发展趋势预测

第三节 2026-2031年中国银行理财产品行业供需预测

一、2026-2031年中国银行理财产品行业供给预测

二、2026-2031年中国银行理财产品行业产量预测

三、2026-2031年中国银行理财产品市场销量预测

四、2026-2031年中国银行理财产品行业需求预测

五、2026-2031年中国银行理财产品行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十一章 中国银行理财产品行业调查与设计分析

第一节 银行理财产品行业市场调查分析

一、居民投资理财产品意愿调查

二、居民获取理财产品信息渠道调查

三、居民理财产品关注要素调查

1、吸引力要素调查

2、购买障碍调查

四、居民理财产品类型偏好调查

1、类型偏好调查

2、不同年龄段购买意愿调查

3、不同年龄段渗透率调查

五、银行理财产品误导现象调查

六、银行理财产品弱化风险现象调查

七、银行理财产品夸大收益水平调查

第二节 银行理财产品行业设计创新分析

一、银行理财产品的设计创新

二、银行理财产品的定价方法

1、银行理财产品各构成部分的定价方法

2、银行理财产品定价特点

第三节 银行理财产品行业风险管理

一、银行理财产品的风险识别

1、银行理财产品风险评级分级

2、通过投资范围判断理财产品风险

二、银行理财产品对银行风险的影响

1、银行理财产品误导风险

2、银行理财产品缺陷风险

3、与自营业务隔离不明风险

4、与第三方机构合作管理风险

三、银行理财业务的风险防控

1、保证收益类理财产品回归自营

- 2、积极试行银行资产管理计划业务
- 3、完善理财业务风险隔离制度
- 4、加强理财产品流动性风险管理
- 5、强化理财业务声誉风险管理
- 6、建立理财业务风险拨备制度
- 7、强化理财从业员工业务技能

第六部分 发展战略研究

第十二章 2026-2031年银行理财产品行业面临的困境及对策

第一节 2021-2026年银行理财产品行业面临的困境

第二节 银行理财产品企业面临的困境及对策

一、重点银行理财产品企业面临的困境及对策

- 1、重点银行理财产品企业面临的困境
- 2、重点银行理财产品企业对策探讨

二、中小银行理财产品企业发展困境及策略分析

- 1、中小银行理财产品企业面临的困境
- 2、中小银行理财产品企业对策探讨

三、国内银行理财产品企业的出路分析

第三节 中国银行理财产品行业存在的问题及对策

一、中国银行理财产品行业存在的问题

二、银行理财产品行业发展的建议对策

- 1、把握国家投资的契机
- 2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国银行理财产品市场发展面临的挑战与对策

第十三章 银行理财产品行业发展战略研究

第一节 银行理财产品行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国银行理财产品品牌的战略思考

一、银行理财产品品牌的重要性

二、银行理财产品实施品牌战略的意义

三、银行理财产品企业品牌的现状分析

四、我国银行理财产品企业的品牌战略

五、银行理财产品品牌战略管理的策略

第三节 银行理财产品经营策略分析

一、银行理财产品市场细分策略

二、银行理财产品市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、银行理财产品新产品差异化战略

第四节 银行理财产品行业投资战略研究

一、2021-2026年银行理财产品行业投资战略

二、2026-2031年银行理财产品行业投资战略

三、2026-2031年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

第一节 银行理财产品行业研究结论及建议

第二节 银行理财产品子行业研究结论及建议

第三节 中道泰和银行理财产品行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：银行理财产品行业生命周期

图表：银行理财产品行业产业链结构

图表：2021-2026年全球银行理财产品行业市场规模

图表：2021-2026年中国银行理财产品行业市场规模

图表：2021-2026年银行理财产品行业重要数据指标比较

图表：2021-2026年中国银行理财产品市场占全球份额比较

图表：2021-2026年银行理财产品行业销售收入

图表：2021-2026年银行理财产品行业利润总额

图表：2021-2026年银行理财产品行业资产总计

图表：2021-2026年银行理财产品行业负债总计

图表：2021-2026年银行理财产品行业竞争力分析

图表：2021-2026年银行理财产品市场价格走势

图表：2021-2026年银行理财产品行业主营业务收入

图表：2021-2026年银行理财产品行业主营业务成本

图表：2021-2026年银行理财产品行业销售费用分析

图表：2021-2026年银行理财产品行业管理费用分析

图表：2021-2026年银行理财产品行业财务费用分析

图表：2021-2026年银行理财产品行业销售毛利率分析

图表：2021-2026年银行理财产品行业销售利润率分析

图表：2021-2026年银行理财产品行业成本费用利润率分析

图表：2021-2026年银行理财产品行业总资产利润率分析

图表：2021-2026年银行理财产品行业集中度

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：22450

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170208/22450.shtml>

在线订购：[点击这里](#)