

2026-2031年中国互联网理财行业全景调研与投资趋势预测报告

报告简介

互联网理财市场全体定位日渐清晰。在2018年底中国银行保险监督管理委员会《商业银行理财子公司管理办法》发布后，银行理财业务布局逐步加快。2019年2月，中国证券监督管理委员会下发《公开募集证券投资基金销售机构监督管理办法(征求意见稿)》明确基金销售业务边界和互联网信息技术服务机构的职责定位，禁止互联网流量导入、系统嵌套等变相涉足基金销售业务的行为。市场全体定位进一步厘清，将加速形成互联网理财行业健康、规范的生态，不仅有助于降低金融市场风险，也有利于金融机构、互联网科技企业二者在相关领域开展合作，充分发挥各自在产品、客户、渠道和技术领域的优势，构建合作共赢的行业生态。

互联网理财市场从快速扩张进入到提质升级的新发展阶段。在新监管政策下，互联网理财市场由规模扩张转向产品升级。2019年上半年，互联网货币基金规模扩张放缓，其中天弘基金旗下“余额宝”产品资产净值规模较2018年底下降8.8%。资产管理机构内生动力进一步释放，通过聚焦产品创新和风险管理等方式，不断扩大现金管理类和固定收益类理财范围，如推出智能投顾、智能投研等智能金融理财服务，不断丰富市场产品种类。

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、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国互联网金融协会、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，对中国互联网理财行业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、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中国互联网理财行业发展状况和特点，以及中国互联网理财行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球互联网理财行业发展态势作了详细分析，并对互联网理财行业进行了趋向研判，是互联网理财经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前互联网理财行业发展动态，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 互联网理财行业发展背景

第一节 互联网理财相关概述

- 一、互联网理财行业相关特征
- 二、互联网理财产品主要大类
- 三、互联网理财发展历程分析

第二节 互联网理财市场增长内因

- 一、超高收益类的竞争优势
- 二、产品创新实现替代效应
- 三、平台优势着重用户体验
- 四、低门槛提供普惠金融

第三节 影响互联网理财市场外因

- 一、金融行业市场化趋势影响
- 二、宏观经济增长放缓影响
- 三、监管层监管方式变化影响

第四节 互联网理财对银行的影响

- 一、对银行活期存款的影响
- 二、对银行成本的影响测算
- 三、对银行体系的深层影响

第二章 互联网理财行业市场环境分析

第一节 互联网理财监管政策分析

一、互联网理财行业监管机构

二、理财业务投资管理政策分析

三、互联网理财业务监管趋势

第二节 国内理财产品发行环境分析

一、国内理财产品发行规模分析

二、国内理财产品发行主体结构

三、国内理财产品投向类型分析

四、国内理财产品期限类型分析

第三节 互联网金融发展模式分析

一、P2P网络借贷发展模式分析

二、大数据金融发展模式分析

三、信息化金融发展模式分析

四、第三方支付发展模式分析

五、互联网金融门户发展模式分析

六、众筹模式分析

第二部分 行业深度分析

第三章 互联网理财平台发展现状分析

第一节 互联网理财平台类型分析

一、集成服务型互联网理财平台

二、与知名互联网公司合作理财平台

三、p2p理财平台

四、基金公司直销平台

五、银行发行的银行端现金管理工具

第二节 互联网理财平台经营状况

一、互联网理财平台发展规模

二、互联网理财平台损益情况

三、互联网理财平台竞争格局

1、互联网理财行业竞争主体

2、互联网理财潜在竞争者分析

3、互联网理财行业未来竞争格局

第三节 类互联网理财主体swot分析

一、互联网企业理财业务swot分析

二、金融机构理财业务swot分析

三、大运营商理财业务swot分析

第三部分 市场全景调研

第四章 不同细分群体理财偏好分析

第一节 互联网理财人群特征解析

一、互联网初次理财环境分析

二、互联网理财人群年龄分布

三、互联网理财产品交易时段

四、互联网理财金额区域分布

五、互联网理财投资金额分布

第二节 互联网理财产品选择偏好

一、互联网理财产品选择因素

二、互联网理财产品购买渠道

三、互联网理财客户风险偏好

第三节 互联网理财广告调查分析

一、互联网理财广告接受程度

二、互联网理财广告形式偏好

三、互联网理财广告内容偏好

第四节 互联网理财群体调研结论

一、互联网理财平台优化建议

二、互联网理财产品研发建议

三、互联网理财广告投放建议

第五章 互联网理财投资领域分析

第一节 互联网理财领域投资综述

一、互联网理财主要信息发布平台

二、互联网理财投资领域景气度对比

第二节 互联网理财货币投资市场前景

一、同业拆借市场发展分析

二、票据贴现市场发展分析

三、可转让大额定期存单市场

四、短期证券市场分析

第三节 互联网理财资本投资市场前景

一、股权投资市场发展走势

二、债券投资市场发展走势

第四节 互联网理财商品投资市场前景

一、基础原材料现货市场分析

二、能源商品现货市场分析

三、大宗农产品现货市场分析

第五节 互联网理财衍生投资市场

一、远期投资市场分析

二、期权投资市场分析

三、期货投资市场分析

四、互换投资市场分析

第四部分 竞争格局分析

第六章 互联网理财产业集群发展及区域市场分析

第一节 互联网理财重点区域市场分析预测

一、区域结构总体特征

二、行业区域分布特点分析

三、行业企业数的区域分布分析

第二节 互联网理财重点区域市场分析

一、北京

二、上海

三、浙江

四、江苏

五、广东

第七章 重点互联网理财平台运营分析

第一节 阿里巴巴理财平台运营分析

一、阿里巴巴理财平台核心优势

二、阿里巴巴平台产品发行情况

三、阿里巴巴理财产品投资分布

四、阿里巴巴理财营销费用分析

五、阿里巴巴理财平台技术分析

第二节 腾讯理财平台运营分析

一、腾讯理财平台核心优势

二、腾讯平台产品发行情况

三、腾讯理财产品投资分布

四、腾讯理财营销费用分析

五、腾讯理财平台技术分析

第三节 百度理财平台运营分析

一、百度理财平台核心优势

二、百度平台产品发行情况

三、百度理财产品投资分布

四、百度理财营销费用分析

五、百度理财平台技术分析

第四节 网易理财平台运营分析

一、网易理财平台核心优势

二、网易平台产品发行情况

三、网易理财产品投资分布

四、网易理财营销费用分析

五、网易理财平台技术分析

第五节 京东理财平台运营分析

一、京东理财平台核心优势

二、京东平台产品发行情况

三、京东理财产品投资分布

四、京东理财营销费用分析

五、京东理财平台技术分析

第六节 天天基金网运营分析

一、天天基金网平台核心优势

二、天天基金网产品发行情况

三、天天基金网产品投资分布

四、天天基金网营销费用分析

五、天天基金网平台技术分析

第七节 数米基金网运营分析

一、数米基金网平台核心优势

二、数米基金网产品发行情况

三、数米基金网产品投资分布

四、数米基金网营销费用分析

五、数米基金网平台技术分析

第五部分 发展前景展望

第八章 互联网理财行业发展趋势分析

第一节 互联网理财行业发展趋势

一、互联网理财平台化趋势分析

二、互联网理财专业化趋势分析

三、互联网理财功能化趋势分析

第二节 互联网理财平台发展风险

一、互联网理财平台流动性风险

二、互联网理财平台技术故障风险

三、互联网理财平台内部管控风险

四、移动端个人信息泄露风险

五、产品收益下滑与系统性风险

第三节 互联网理财行业拓展空间

一、互联网理财用户挖掘空间

1、互联网理财潜在用户分析

2、已有客户深度需求挖掘

二、互联网理财潜在余额市场

1、国内居民活期存款规模分析

2、金融机构账户沉淀资金规模

3、公共事业账户资金规模分析

4、其他形式沉淀资金规模分析

三、互联网理财市场容量预测

第四节 互联网理财行业发展前景

一、美版“余额宝”发展轨迹解析

- 1、贝宝兴起环境及原因分析
- 2、贝宝业务发展过程分析
- 3、贝宝理财衰退原因分析
- 二、未来互联网理财产品撤资风险
- 三、未来互联网理财产品竞争风险
- 四、未来国内互联网理财行业前景分析

第九章 2026-2031年互联网理财行业投资特性及风险防范

第一节 互联网理财行业投资特性分析

- 一、互联网理财行业进入壁垒分析
- 二、互联网理财行业盈利因素分析
- 三、互联网理财行业盈利模式分析

第二节 2026-2031年互联网理财行业发展的影响因素

- 一、有利因素
- 二、不利因素

第三节 2026-2031年互联网理财行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第十章 互联网理财产品分类发展模式

第一节 货币基金支付应用

一、嵌入消费场景模式分析

1、嵌入消费场景运行模式分析

2、嵌入消费场景模式代表产品

3、嵌入消费场景模式综合评价

(1)适用场景分析

(2)资金安全性分析

(3)规模增长潜力分析

二、金融投资支付模式分析

1、金融投资支付运行模式分析

2、金融投资支付模式代表产品

3、金融投资支付模式综合评价

(1)适用场景分析

(2)资金安全性分析

(3)规模增长潜力分析

三、移动手机钱包模式分析

1、移动手机钱包运行模式分析

2、移动手机钱包模式代表产品

3、移动手机钱包模式综合评价

(1)适用场景分析

(2)资金安全性分析

(3)规模增长潜力分析

第二节 团购概念短期理财基金

一、团购概念短期理财基金运行模式

二、团购概念短期理财基金代表产品

三、团购概念短期理财基金综合评价

1、适用场景分析

2、资金安全性分析

3、规模增长潜力分析

第三节 固定收益类分级优先份额

一、固定收益类分级优先份额运行模式

二、固定收益类分级优先份额代表产品

三、固定收益类分级优先份额综合评价

1、适用场景分析

2、资金安全性分析

3、规模增长潜力分析

第四节 互联网补贴应用产品

一、互联网补贴应用产品运行模式

二、互联网补贴应用产品代表产品

三、互联网补贴应用产品综合评价

1、适用场景分析

2、资金安全性分析

3、规模增长潜力分析

第六部分 发展战略研究

第十一章 互联网理财行业发展战略研究

第一节 互联网理财行业发展战略研究

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 对中国互联网理财品牌的战略思考

一、互联网理财品牌的重要性

二、互联网理财实施品牌战略的意义

三、互联网理财企业品牌的现状分析

四、中国互联网理财企业的品牌战略

五、互联网理财品牌战略管理的策略

第三节 互联网理财经营策略分析

一、互联网理财市场细分策略

二、互联网理财市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、互联网理财新产品差异化战略

第四节 互联网理财行业投资战略研究

一、2021-2026年互联网理财企业投资战略

二、2026-2031年互联网理财行业投资战略

三、2026-2031年细分行业投资战略

第十二章 研究结论及投资建议

第一节 互联网理财行业研究结论及建议

第二节 互联网理财子行业研究结论及建议

第三节 中道泰和互联网理财行业投资建议

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：互联网理财行业生命周期

图表：互联网理财行业产业链结构

图表：2021-2026年中国互联网理财行业市场规模

图表：2021-2026年互联网理财行业重要数据指标比较

图表：2021-2026年互联网理财平台发展规模

图表：2021-2026年互联网理财平台损益情况

图表：2021-2026年互联网理财人群年龄分布

图表：2021-2026年互联网理财产品交易时段

图表：2021-2026年互联网理财金额区域分布

图表：2021-2026年互联网理财投资金额分布

图表：2021-2026年互联网理财行业需求分析

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：145488

本文地址：<https://www.51baogao.cn/sc/20191108/145488.shtml>

在线订购：[点击这里](#)