# 中国互联网理财行业市场发展现状及发展模式与投资发展研究报告(2026-2031版)

## 报告简介

随着社会进步，人们受教育程度进一步提高，再加上我国自古以来就有储蓄的优良传统存在。对理财的需求已经不满足于传统的储蓄。而人们传统的思想中，资金流入较大行业是传统金融行业的券商、银行、保险等机构，这些机构只能满足一小部分人的需求。而互联网投资理财投资门槛低、效率高可以为用户节省时间、省去许多繁琐的手续，回报率也相对较高的优势日益凸显，迎来了它的黄金时代。2020年以来，新冠疫情进一步强化了理财服务的线上化趋势。疫情期间，线下网点被迫关闭，难以直接接触到用户，使得传统理财业务在产品销售、贷后管理等方面都受到了极大影响。而互联网理财业务的无接触性、便利性等优势特点凸显。

报告显示，疫情暴发之后，购买线上理财产品的用户数迅速增加。随着疫情趋于缓和，用户数有所下降但仍高于疫情之前。这表明居民线上理财意识受疫情影响显著，线上理财群体规模进一步扩大。随着居民可支配结余资金的稳定增长，国人们对理财的潜在需求在持续提升。而在精准、高效等优势加持下，居民理财向互联网端转移将是大势所趋，互联网理财市场热度持续攀升。

随着互联网持续渗透到居民生活的方方面面，线上理财广受投资者的青睐。数据显示，近年来，中国互联网理财用户规模持续攀升，从2015年的2.4亿人快速增长至2022年的6.7亿人，增长了近1.8倍。数据显示，截至2022年年末，银行理财市场存续规模达到27.7万亿元，同比下降5%，是2018年以来首次下降。银行理财规模占中国资管市场的21%，较2021年下降1%。

随着互联网覆盖人群范围进一步扩大，互联网理财市场规模和用户数量均有大幅增长。互联网理财作为传统理财的重要补充，是数字时代的大势所趋。未来，随着大数据、人工智能等技术不断成熟，互联网理财产品优势更加凸显。伴随着中国居民财富的持续积累，全市场对于规范、健康和全面丰富的财富管理的呼声不断增加，众多机构也将未来展业的方向押注在互联网财富管理的蓝海市场。同时，在资管新规打破刚兑、全市场利率下行、传统互联网金融产品纷纷下架、房地产调控的时代大背景下，居民的财

富管理需求正在逐渐释放和转变，这为互联网财富管理行业的发展带来了机遇和挑战。

随着金融科技的发展，互联网理财行业将会更加注重风险控制和智能化服务。同时由于国家金融监管机构对互联网理财行业的监管力度不断加强，行业内将会出现更多的严格规范，保障了投资者的利益。随着中国互联网技术的不断提升和消费者金融知识水平的提高，未来中国互联网理财行业将会有更多的发展机会。

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、中国人民银行、国务院发展研究中心、中国互联网金融协会、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，对中国互联网理财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。报告还对全球的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，是互联网理财开发、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前互联网理财业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

**报告目录**

**第一章 互联网理财行业发展综述**

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、互联网理财的优劣势分析

第二节 互联网理财行业发展概况

一、互联网理财行业发展历程

二、互联网理财行业发展现状

三、老年互联网理财发展现状

四、互联网理财行业发展规模

五、互联网理财行业风险防范

1、信息安全风险与防范

2、流动性风险与防范

3、市场风险与防范

4、法律风险与防范

第三节 互联网理财市场增长因素分析

一、内因

1、超高收益类的竞争优势

2、产品创新实现替代效应

3、平台优势着重用户体验

4、低门槛提供普惠金融

二、外因

1、金融行业市场化趋势影响

2、宏观经济增长总体稳定

3、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

四、互联网理财政策进展及动态

1、《理财公司理财产品销售管理暂行办法》

2、《关于规范现金管理类理财产品管理有关事项的通知》

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、第三方支付

二、大数据金融

三、信息化金融

四、互联网金融门户

五、“互联网+票据”的理财模式应运而生

**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、转型助贷理财平台

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

**第六章 重点互联网理财平台运营分析**

第一节 蚂蚁集团理财平台运营分析

一、蚂蚁集团理财平台核心优势

二、蚂蚁集团平台产品发行情况

三、蚂蚁集团理财产品投资分布

四、蚂蚁集团理财营销费用分析

五、蚂蚁集团理财平台技术分析

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 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

第五节 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

第六节 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

**第七章 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

五、后疫情时代互联网理财发展前景展望

**第九章 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

**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年中国互联网理财用户规模

图表：2021-2026年中国个人可投资金融资产总量

图表：2021-2026年中国互联网普及率

图表：2021-2026年中国手机网民规模

图表：蚂蚁财富客群职业分布

图表：2021-2026年全球互联网理财行业市场规模

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年中国互联网理财市场占全球份额比较

图表：2021-2026年互联网理财行业销售收入

图表：2021-2026年互联网理财行业利润总额

图表：2021-2026年互联网理财行业资产总计

图表：2021-2026年互联网理财行业负债总计

图表：2021-2026年互联网理财行业竞争力分析

图表：2021-2026年互联网理财市场价格走势

图表：2021-2026年互联网理财行业主营业务收入

图表：2021-2026年互联网理财行业主营业务成本

图表：2021-2026年互联网理财行业销售费用分析

图表：2021-2026年互联网理财行业管理费用分析

图表：2021-2026年互联网理财行业财务费用分析

图表：2021-2026年互联网理财行业销售毛利率分析

图表：2021-2026年互联网理财行业销售利润率分析

图表：2021-2026年互联网理财行业成本费用利润率分析

图表：2021-2026年互联网理财行业总资产利润率分析

图表：2021-2026年互联网理财行业需求分析

图表：2021-2026年互联网理财行业集中度

把握投资 决策经营！

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

报告编号：443001

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20230527/443001.shtml

在线订购：点击这里