

2020年中国商业银行行业分析报告- 市场深度分析与发展趋势预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国商业银行行业分析报告-市场深度分析与发展趋势预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/jinrongyinhang/314810314810.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

考虑到国内商业银行所处的市场地位和资源禀赋的差异，我们认为未来商业银行在推动自身零售业务发展时，会分别侧重于三种不同获客方式：1) 做“大”：结合现有网点众多、渠道广泛及品牌优势，覆盖更多的区域和不同层次的客户；2) 做“专”：通过提供优质专业的产品和服务，获得高质量客户群体；3) 做“精”：提供差异化产品，专注于某地区或者某类特定需求的客户。

1、工商银行：线上线下结合，第一大行优势领先

工商银行零售业务贡献占比较为稳定，16年末零售营业贡献占比达到37%（VS15年36%），个人贷款占比32%（VS15年30%），储蓄存款占比46%（VS15年47%）。工行线下网点众多，获客优势明显，网点数仅次于农行，但与农行相比，工行网点大多位于城镇内，客户质量及贡献相对较高。依托国内第一大行的优势，工行的零售业务在理财（管理规模第一）、信用卡贷款（规模第一）、私行（管理资产第事）等众多领域具有领先优势。

工行信用卡贷款排名第一（16年）数据来源：WIND、观研天下数据中心整理

工行非保本理财排名第一（16年）数据来源：WIND、观研天下数据中心整理

工行积极在互联网金融领域布局，不论是客户基础、线下网点渠道还是大数据沉淀，均领先其他银行。目前工商银行“EICBC”整合了分散的互联网金融产品，在电商(融E购)/直销银行(融E行)/大数据应用线上贷款审批(逸贷)/线上缴费(工银E缴费)/线上支付(工银E支付)，已经形成了生活、支付、投资、融资等多场景的线上闭环。16年末公司电子银行交易额突破600万亿，占国内商业银行40%的市场份额；融E购平台交易量达到1.27万亿，客户数5000万，商户数超1万户。

打造面向未来的互联网金融体系 数据来源：公司网站、观研天下数据中心整理

2、招商银行：零售为体，专业优势突出

招行2016年末零售利润占比提升为53%，零售业务贡献已经超过一半；16年网均储蓄存款706万元，大幅领先于其他上市公司，反映出较优的零售客户质量。16年末招商银行个人贷款余额1.54万亿元，仅次于四大国有银行。个人贷款在贷款中占比达到47.2%，为上市银行中最高比例，零售业务为主的倾向性明显。

招行网均储蓄存款最高（16年）数据来源：WIND、观研天下数据中心整理

招行个人贷款占比最高（16年）数据来源：WIND、观研天下数据中心整理

建立了由51家私人银行中心、63家财富管理中心组成的高端客户服务网络，为高净值客户在投资、税务、法务、开购、融资和清算等方面的多元化需求提供服务。私人银行客户（月日均总资产在1,000万元及以上）数为59,560户，同比增长21.5%；私人银行客户总资产为16,595亿元，同比增32.5%，位居上市公司第一。

拥有业务专精的理财队伍，理财产品口碑较好，市场占有率高。16年累计实现个人理财产品销售额76,541亿元，受托理财收入48.14亿元，同比增长50.02%，非保本理财规模仅

次于工行。

招行私行管理资产规模排名第一（16年）数据来源：WIND、观研天下数据中心整理

招行非保本理财产品仅次于工行（16年）数据来源：WIND、观研天下数据中心整理

坚持“手机优先”策略，16年末手机银行累计下载客户总数达到4,152万户，年活跃登录客户达到2,578万户，手机银行交易笔数7.35亿笔，交易金额达12.10万亿元。值得一提的是，招行于16年12月6日宣布上线“摩羯智投”，在国内率先推出智能投顾产品。该产品提供机器学习算法的智能理财服务，通过以公募基金为基础的全球资产配置，实现客户理财服务向个性化、智能化的初步转型。虽然目前人工智能的技术应用尚处于初级阶段，但借助于多年积累的大数据及雄厚的客户及产品优势，招行在智能投顾领域有望获得快速成长。

摩羯智投流程介绍 数据来源：百度图片、平安证券研究所

3、宁波银行：结合地区优质客户，打造精品业务

宁波银行从融资、理财和支付结算三方面，分别打造了“白领通”、“鑫系列”、“汇通财务”三大零售业务品牌。16年末零售业务利润总额30.56亿元，同比增21.06%；占全部税前利润的32%，同比上升0.16个百分点。

个人贷款占贷款比重32%（VS15年30%），个人贷款中个人消费贷款占比达到90%，为上市公司最高，个人贷款“白领通”已成为国内个人消费贷款业务的主要品牌之一。

宁波个人消费贷款占比最大（16年）数据来源：WIND、观研天下数据中心整理

宁波个人消费贷款是个贷的主要投向 数据来源：WIND、观研天下数据中心整理

宁波银行“白领通”发展的原因：1）公司战略重视，根据市场情况及时业务调整。公司零售贷款集中在消费贷领域，14年开始加大个人消费贷款投放。截止16年末个人消费贷款占比为90%，个人住房贷款占比仅为1.76%；2）宁波主要业客户集中在长三角地区，地区经济发达，人均收入较高。发挥区域优势，提供零售业务领域专业化服务：一是优化业务流程、提高业务效率，努力为客户提供优质体验。事是对接公积金中心等外部机构，拓宽引客渠道，实现批量引客，朝“零售业务批收做”的方向发展，提升营销效率。

宁波银行白领通业务介绍 数据来源：公司官网、观研天下数据中心整理

积极发展资管业务，建立多层次的财富管理团队：一是满足客户多元化资产配置需求，完善财富管理体系，丰富代销产品种类，同时创新营销模式，推出黄金微店、网上营业厅等；事是提升财富管理服务水平，在各网点成立专职的财富管理业务团队，组建起总分支三级的私人银行团队。16年末，财富管理收入8.1亿元，同比增长47%；代理类业务收入35.03亿元，同比增152%。

宁波银行主要理财产品介绍 数据来源：公司官网、观研天下数据中心整理

4、香港恒生银行:零售驱动高回报，享受估值溢价

基本资料

香港恒生银行是一家本土注册的持牌银行，从资产规模看是香港第三大银行。客户以香港的个人及中小企业为主，是一家零售战略定位明确、发展稳健的银行。根据上市公司财

报，恒生银行的业务收入可以分为三个条线：零售银行业务（PersonalFinancialServices）、对公及商业银行业务

（CorporateandCommercialBanking）、环球及资本市场业务（GlobalBankingAndMarkets）。近年来随着公司业务、国际业务及资本市场业务的发展，零售银行及财富管理业务由06年的75%逐渐下降到16年的65%左右，但零售银行业务收入和利润贡献依旧占据着半壁江山的地位。

16年恒生银行零售银行业务收入占比约65% 资料来源：bloomberg、观研天下数据中心整理
16年恒生银行零售业务利润占比约46% 资料来源：bloomberg、观研天下数据中心整理

信贷以物业贷款为主

香港银行市场竞争激烈，各银行间净息差差距较小。恒生银行的净息差长期处于行业领先，近五年来净息差基本稳定在1.85-1.9%之间，较行业平均水平高出40BP左右，主要得益于恒生银行存款占比达到80%，高于大部分当地商业银行。存款占比高主要由于恒生银行在香港本地有260多家机构网点，网点分布广泛且长期以零售客户为主，通过提升服务质量、建立分级管理等方式提升客户体验。香港有一半以上的本地成年人都是恒生银行客户，广泛的零售客户基础利于吸收低成本存款资金。

恒生银行业务经营稳健，个人按揭贷款是本土贷款的第一大投向，在贷款中占比达到35%。其次主要投向工商企业物业投资、物业发展贷款，合计占比为33%。以低风险的高质押率物业贷款为主的信贷结构降低了信贷风险，近五年恒生银行平均不良率仅为0.33%，大幅度低于1.05%的平均水平。

恒生银行净息差高于行业平均水平 资料来源：bloomberg、观研天下数据中心整理

恒生银行存款占比较高 资料来源：bloomberg、观研天下数据中心整理

恒生银行本土贷款前五大贷款投向 资料来源：bloomberg、观研天下数据中心整理

恒生银行不良贷款率较低 资料来源：bloomberg、观研天下数据中心整理

财富管理业务的发展

以2000年7月香港金融管理局取消《利率贬则》作为标志性事件，香港开始实行全面利率市场化。香港的银行开始改变传统以存贷利差为主的经营策略，致力于发展多元化的产品和服务，零售户银行逐渐受到各大银行的青睐。恒生银行亦开始向零售转型，凭借在香港地区的庞大的零售客户基础、多元化的经营战略和良好的品牌知名度，近十年手续费收入复合增速达到6.9%，高于近十年营业收入增速1.9个百分点。截止至16年末，手续费收入中零售业务贡献占比达到60%以上，转型零售为恒生银行带来了财富管理、证券经纪、信用卡佣金等非息收入的快速增长。零售方面非息收入的快速增长一方面可以降低经济波动对业绩的影响，另一方面可以通过多种产品和服务提升客户的忠诚度。

16年恒生银行手续费来源以财富管理为主 资料来源：bloomberg、观研天下数据中心整理

恒生银行手续费收入以零售银行业务为主 资料来源：bloomberg、观研天下数据中心整理

得益于零售业务领域的持续贡献及精细化管理成本管理，恒生银行的盈利能力领先于香港同业，恒生银行最近五年平均ROE为18.9%，香港上市银行五年平均ROE为14.9%，恒生银行高出平均值4个百分点。恒生银行最近五年平均ROA为1.78%，香港持牌银行五年平均ROA为1.14%，恒生银行超过均值0.64个百分点。

恒生银行近五年ROE平均水平高于行业 资料来源：bloomberg、观研天下数据中心整理

恒生银行近五年ROA平均水平高于行业 资料来源：bloomberg、观研天下数据中心整理

以零售为主的运营机制给恒生银行带来了稳定的业绩增长及较低的业务风险，外加精细化的成本管理，在资本市场也享受着较高的溢价。16年末，恒生银行的PB2.15倍（VS当地上市银行平均0.72倍），PE值16.98倍（VS行业平均5.56倍）。

恒生银行PB值在当地上市银行中处于领先地位 资料来源：bloomberg、观研天下数据中心整理

恒生银行PE值在当地上市银行中处于领先地位 资料来源：bloomberg、观研天下数据中心整理

5、小结：国内零售业务的发展方向及竞争格局

在MPA考核日渐趋严和金融去杠杆的背景下，银行由重规模的外延式发展为主转向重质效的内涵式发展为主显得更为迫切。零售业务具有低资本消耗、长期贡献稳定等优点，符合商业银行的战略转型方向。

未来国内零售业务的主要发展方向有：1）信贷业务方面，随着人均收入的提高及消费升级，以信用卡、个人消费贷款为主的消费金融业务会得到快速发展；2）居民财富方面，理财业务、代理业务等与财富管理相关的业务会持续有较大的发展空间；3）银行零售业务由于客户群体庞大、分布较广的特点，互联网金融有更大的场景应用空间。从行业竞争的角度，我们认为：1）建立起“护城河”的银行（如工行、招行）有明显的领先优势，短期内其它银行难以超越，将继续引领国内零售银行市场；2）地方性银行（如宁波）受益于区域优质的客户群体，有望在个人消费信贷、理财等精品领域获得差异化竞争优势。（XZJ）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国商业银行行业分析报告-市场深度分析与发展趋势预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协

会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国商业银行行业发展概述

第一节 商业银行行业发展情况概述

- 一、商业银行行业相关定义
- 二、商业银行行业基本情况介绍
- 三、商业银行行业发展特点分析

第二节 中国商业银行行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、商业银行行业产业链条分析
- 三、中国商业银行行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国商业银行行业生命周期分析

- 一、商业银行行业生命周期理论概述
- 二、商业银行行业所属的生命周期分析

第四节 商业银行行业经济指标分析

- 一、商业银行行业的赢利性分析
- 二、商业银行行业的经济周期分析
- 三、商业银行行业附加值的提升空间分析

第五节 中国商业银行行业进入壁垒分析

- 一、商业银行行业资金壁垒分析
- 二、商业银行行业技术壁垒分析
- 三、商业银行行业人才壁垒分析
- 四、商业银行行业品牌壁垒分析
- 五、商业银行行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球商业银行行业市场发展现状分析

第一节 全球商业银行行业发展历程回顾

第二节 全球商业银行行业市场区域分布情况

第三节 亚洲商业银行行业地区市场分析

一、亚洲商业银行行业市场现状分析

二、亚洲商业银行行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲商业银行行业市场前景分析

第四节 北美商业银行行业地区市场分析

一、北美商业银行行业市场现状分析

二、北美商业银行行业市场规模与市场需求分析

三、北美商业银行行业市场前景分析

第五节 欧盟商业银行行业地区市场分析

一、欧盟商业银行行业市场现状分析

二、欧盟商业银行行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟商业银行行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界商业银行行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球商业银行行业市场规模预测

第三章 中国商业银行产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品商业银行总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国商业银行行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国商业银行产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国商业银行行业运行情况

第一节 中国商业银行行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国商业银行行业市场规模分析

第三节 中国商业银行行业供应情况分析

第四节 中国商业银行行业需求情况分析

第五节 中国商业银行行业供需平衡分析

第六节 中国商业银行行业发展趋势分析

第五章 中国商业银行所属行业运行数据监测

第一节 中国商业银行所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国商业银行所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国商业银行所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国商业银行市场格局分析

第一节 中国商业银行行业竞争现状分析

一、中国商业银行行业竞争情况分析

二、中国商业银行行业主要品牌分析

第二节 中国商业银行行业集中度分析

一、中国商业银行行业市场集中度分析

二、中国商业银行行业企业集中度分析

第三节 中国商业银行行业存在的问题

第四节 中国商业银行行业解决问题的策略分析

第五节 中国商业银行行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国商业银行行业需求特点与动态分析

第一节 中国商业银行行业消费市场动态情况

第二节 中国商业银行行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 商业银行行业成本分析

第四节 商业银行行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国商业银行行业价格现状分析

第六节 中国商业银行行业平均价格走势预测

一、中国商业银行行业价格影响因素

二、中国商业银行行业平均价格走势预测

三、中国商业银行行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国商业银行行业区域市场现状分析

第一节 中国商业银行行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区商业银行市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区商业银行市场规模分析

四、华东地区商业银行市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区商业银行市场规模分析

四、华中地区商业银行市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区商业银行市场规模分析

四、华南地区商业银行市场规模预测

第九章 2017-2020年中国商业银行行业竞争情况

第一节 中国商业银行行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国商业银行行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国商业银行行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 商业银行行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国商业银行行业发展前景分析与预测

第一节 中国商业银行行业未来发展前景分析

一、商业银行行业国内投资环境分析

二、中国商业银行行业市场机会分析

三、中国商业银行行业投资增速预测

第二节 中国商业银行行业未来发展趋势预测

第三节 中国商业银行行业市场发展预测

一、中国商业银行行业市场规模预测

二、中国商业银行行业市场规模增速预测

三、中国商业银行行业产值规模预测

四、中国商业银行行业产值增速预测

五、中国商业银行行业供需情况预测

第四节 中国商业银行行业盈利走势预测

一、中国商业银行行业毛利润同比增速预测

二、中国商业银行行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国商业银行行业投资风险与营销分析

第一节 商业银行行业投资风险分析

一、商业银行行业政策风险分析

二、商业银行行业技术风险分析

三、商业银行行业竞争风险

四、商业银行行业其他风险分析

第二节 商业银行行业企业经营发展分析及建议

一、商业银行行业经营模式

二、商业银行行业销售模式

三、商业银行行业创新方向

第三节 商业银行行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国商业银行行业发展战略及规划建议

第一节 中国商业银行行业品牌战略分析

一、商业银行企业品牌的重要性

二、商业银行企业实施品牌战略的意义

三、商业银行企业品牌的现状分析

四、商业银行企业的品牌战略

五、商业银行品牌战略管理的策略

第二节 中国商业银行行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国商业银行行业战略综合规划分析

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

第十四章 2021-2026年中国商业银行行业发展策略及投资建议

第一节 中国商业银行行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国商业银行行业定价策略分析

第三节 中国商业银行行业营销渠道策略

一、商业银行行业渠道选择策略

二、商业银行行业营销策略

第四节 中国商业银行行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国商业银行行业重点投资区域分析

二、中国商业银行行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jinrongyinhang/314810314810.html>