

# 2018年中国互联网理财行业分析报告- 市场深度调研与投资前景预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国互联网理财行业分析报告-市场深度调研与投资前景预测》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/hulianwang/314872314872.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

对比传统的跑银行网点买基金、买理财、买保险的方式，互联网途径确实可以令零售客户的投资理财活动更高效——买入卖出可以随时随地，无论金额大小都可以投资理财，并且同类产品的比价筛选也更加容易，互联网渠道的优势已经把零售客户“宠坏”。但我们发现零售客户的需求在2015年走向成熟。

### （一）要求更高便捷性，其后是收益

新浪金融研究院发布的《2015 国民理财投资行为差异研究报告》显示，投资者对高收益的敏感性排在便捷性和投资自由度之后。这一结论显然超过市场预期。这也许是很多银行IT 团队花费重金、耗时长久所开发出来的终端并不为投资者接受的原因——传统银行IT 团队注重安全的思维逻辑很难把用户体验放在第一位，也很难在便捷性、自由度方面做出让步。

可见，互联网理财平台对零散资金的归集、带来的友好便捷的体验是投资者关注的重点。正是凭借着随时随地、操作流程短的优势，各类互联网理财平台脱颖而出，这些平台对于“小白”用户而言极其便捷。

这背后的逻辑也有投资者基于安全角度考虑的成分。一般而言，操作越复杂的平台，客户体验度越差，越容易被认为综合能力低下。再者，操作的烦琐容易让客户认为是产品复杂，风险不可知，自然受到客户排斥——虽然这些认识在单个平台风险来临之时可能并不正确，可这样的思路实实在在影响到了客户的偏好。

在风险既定的情况下，投资者对收益的敏感度并不低。互联网理财的资深投资者，往往会关注多个符合自己风险标准的平台。据观察，50BP 的利差就足以使投资者的资金在这些平台中发生流动。

### （二）长尾客户尤其偏爱互联网理财

互联网理财通常户均金额较低，以至于业界普遍认为其目标客户是不在银行服务之列的长尾客户。这样的局面，一方面是因为便捷性第一的互联网理财渠道确实在安全性方面有所妥协，个人投资者不敢放大量资金在某一互联网理财产品上；另一方面是由各家商业银行严格限制每日、每月的网络转账额度所带来的“不便捷”所致。

以最具代表性的天弘基金余额宝为例，过去三年，户均投资额持续下降，然而客户数仍在增加。2014年各路宝宝纷纷亮相，余额宝客户数仍然增长了两倍多，稳居江湖老大的

地位。到了2015年，随着股市好转，大众客户需求转向高风险投资，余额宝逐渐回归基础资金账户定位，主要作用在于消费余额资金的管理，反向刺激消费者持续进行大额消费。

图：增加互联网理财投资额的关键因素调研 由于与支付宝的排他性绑定，消费场景成为余额宝的独门绝技，也是其相对于其他宝宝类产品屹立不倒、客户数持续增加的主要原因。

表：余额宝户均持有份额情况 观研天下发布的《2018年中国互联网理财行业分析报告-市场深度调研与投资前景预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

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。

## 【报告目录】

### 第一章 电子商务与“互联网+”

#### 第一节 电子商务发展分析

##### 一、电子商务基本定义

##### 二、电子商务发展阶段

##### 三、电子商务基本特征

##### 四、电子商务支撑环境

##### 五、电子商务基本模式

##### 六、电子商务规模分析

#### 第二节 “互联网+”的相关概述

##### 一、“互联网+”的提出

##### 二、“互联网+”的内涵

##### 三、“互联网+”的发展

#### 四、“互联网+”的评价

#### 五、“互联网+”的趋势

### 第二章 互联网环境下理财行业的机会与挑战

#### 第一节 2017年中国互联网环境分析

##### 一、网民基本情况分析

###### (一) 总体网民规模分析

##### 2017年我国网民规模及互联网普及率预测

###### (二) 分省网民规模分析

###### (三) 手机网民规模分析

##### 2017年我国手机网民规模及互联网普及率预测

###### (四) 网民属性结构分析

##### 网民城乡结构情况分析

##### 二、网民互联网应用状况

###### (一) 信息获取情况分析

###### (二) 商务交易发展情况

###### (三) 交流沟通现状分析

###### (四) 网络娱乐应用分析

#### 第二节 互联网环境下理财行业的机会与挑战

##### 一、互联网时代行业大环境的变化

##### 二、互联网直击传统行业消费痛点

##### 三、互联网助力企业开拓市场

##### 四、电商成为传统企业突破口

#### 第三节 互联网理财行业的改造与重构

##### 一、互联网重构行业的供应链格局

##### 二、互联网改变生产厂商营销模式

##### 三、互联网导致行业利益重新分配

##### 四、互联网改变行业未来竞争格局

#### 第四节 理财与互联网融合创新机会孕育

##### 一、电商政策变化趋势分析

##### 二、电子商务消费环境趋势分析

##### 三、互联网技术对行业支撑作用

##### 四、电商黄金发展期机遇分析

### 第三章 理财行业发展现状分析

## 第一节 理财行业发展现状分析

- 一、理财行业产业政策分析
- 二、理财行业发展现状分析
- 三、理财行业主要企业分析
- 四、理财行业市场规模分析

## 第二节 理财行业市场前景分析

- 一、理财行业发展机遇分析
- 二、理财行业市场规模预测
- 三、理财行业趋势预测分析

## 第四章 理财行业市场规模与电商未来空间预测

### 第一节 理财电商市场规模与渗透率

- 一、理财电商总体开展情况
- 二、理财电商交易规模分析
- 三、理财电商渠道渗透率分析

### 第二节 理财电商行业盈利能力分析

- 一、理财电子商务发展有利因素
- 二、理财电子商务发展制约因素
- 三、理财电商行业经营成本分析
- 四、理财电商行业盈利模式分析
- 五、理财电商行业盈利水平分析

### 第三节 电商行业未来前景及趋势预测

- 一、理财电商行业市场空间测算
- 二、理财电商市场规模预测分析
- 三、理财电商发展趋势预测分析

## 第五章 理财企业互联网战略体系构建及平台选择

### 第一节 理财企业转型电商构建分析

- 一、理财电子商务关键环节分析
  - (一) 产品采购与组织
  - (二) 电商网站建设
  - (三) 网站品牌建设及营销
  - (四) 服务及物流配送体系
  - (五) 网站增值服务
- 二、理财企业电子商务网站构建

(一) 网站域名申请

(二) 网站运行模式

(三) 网站开发规划

(四) 网站需求规划

## 第二节 理财企业转型电商发展途径

一、电商B2B发展模式

二、电商B2C发展模式

三、电商C2C发展模式

四、电商O2O发展模式

## 第三节 理财企业转型电商平台选择分析

一、理财企业电商建设模式

二、自建商城网店平台

(一) 自建商城概况分析

(二) 自建商城优势分析

三、借助第三方网购平台

(一) 电商平台的优劣势

(二) 电商平台盈利模式

四、电商服务外包模式分析

(一) 电商服务外包的优势

(二) 电商服务外包可行性

(三) 电商服务外包前景

五、理财企业电商平台选择策略

## 第六章 理财行业电子商务运营模式分析

### 第一节 理财电子商务B2B模式分析

一、理财电子商务B2B市场概况

二、理财电子商务B2B盈利模式

三、理财电子商务B2B运营模式

四、理财电子商务B2B的供应链

### 第二节 理财电子商务B2C模式分析

一、理财电子商务B2C市场概况

二、理财电子商务B2C市场规模

三、理财电子商务B2C盈利模式

四、理财电子商务B2C物流模式

五、理财电商B2C物流模式选择

### 第三节 理财电子商务C2C模式分析

- 一、理财电子商务C2C市场概况
- 二、理财电子商务C2C盈利模式
- 三、理财电子商务C2C信用体系
- 四、理财电子商务C2C物流特征
- 五、重点C2C电商企业发展分析

### 第四节 理财电子商务O2O模式分析

- 一、理财电子商务O2O市场概况
- 二、理财电子商务O2O优势分析
- 三、理财电子商务O2O营销模式
- 四、理财电子商务O2O潜在风险

## 第七章 2017-2017年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
- 六、公司竞争事件

### 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
- 六、公司竞争事件

### 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
- 六、公司竞争事件

### 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

六、公司竞争事件

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

六、公司竞争事件

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

### 第八章 理财企业进入互联网领域投资前景研究分析

#### 第一节 理财企业电子商务市场投资要素

##### 一、企业自身发展阶段的认知分析

##### 二、企业开展电子商务目标的确定

##### 三、企业电子商务发展的认知确定

##### 四、企业转型电子商务的困境分析

#### 第二节 理财企业转型电商物流投资分析

##### 一、理财企业电商自建物流分析

###### （一）电商自建物流的优势分析

###### （二）电商自建物流的负面影响

##### 二、理财企业电商外包物流分析

###### （一）快递业务量完成情况

###### （二）快递业务的收入情况

###### （三）快递业竞争格局分析

#### 第三节 理财企业电商市场策略分析

#### 图表目录

图表 2015-2017年我国网民规模及互联网普及率

图表 2016-2017年中国网民各类网络应用的使用率

图表 2016-2017年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表 2016-2017年我国网络零售市场交易规模

图表 2015-2017年我国移动网民规模及增长速度

图表 移动端网购增长仍处爆发阶段

图表 移动端网购占比大幅提升

图表 传统理财消费存在的“痛点”

图表 理财电子商务重构供应链流程

图表 中国电商相关政策汇总

图表 2016-2017年理财电商交易规模趋势图

图表 2016-2017年理财电商市场渗透率趋势图

图表 2018年理财电商交易规模预测趋势图

图表 2018年理财电商市场渗透率预测趋势图

图表详见报告正文（BGZQJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/314872314872.html>