

2018年中国互联网金融市场分析报告- 行业运营态势与投资前景预测

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《2018年中国互联网金融市场分析报告-行业运营态势与投资前景预测》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/316884316884.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

2014年是以资金融通为核心的互联网金融大发展的一年，随着行业发展进入高潮，各路资本纷纷涌入，投资同时进入高潮。

一 互联网金融行业的发展

(一) 互联网金融的兴起和基础

互联网金融是指以互联网为服务平台所进行的一切金融活动，目前主要包括线上支付、线上投融资以及线上理财等金融服务。

互联网金融以互联网为依托和载体，突破了传统金融受制于网点与上下班的空间和时间限制，降低了获取信息的成本，增强了信息的透明性，使得以资金为主要经营对象的金融业运行效率更方便、快捷、透明、有效。

中国互联网，尤其是移动互联网的普及和电子商务的快速发展，成为互联网金融快速发展的支撑。

根据中国互联网信息中心数据和工信部数据，2014年中国已成为全球网民数量最多的国家，拥有网民6.49亿；全年信息消费规模达到2.8万亿元，其中电子商务交易额达到了12万亿元，网上零售额27898亿元，比2013年增长49.7%，占社会消费品零售总额超过10%。

图：1997 ~ 2014年中国网民规模

(二) 线上支付

根据公开数据，目前央行已经分7批共发放269张线上支付牌照。

根据艾瑞咨询的统计数据，2014年中国第三方互联网支付交易规模达到8万亿元，同比增长50.3%。但快速增长的同时，互联网支付竞争格局基本保持寡头垄断的市场结构，支付宝占据了互联网支付的半壁江山。预计到2018年，中国第三方互联网支付交易规模将达到22万亿元。

2014年第四季度，第三方互联网支付交易的整体结构变动较小，网购、基金占比小幅上升。其中，网络购物占比为31.4%，基金占比为14.7%，航空旅行占比为10.6%，电信缴费占比为4.3%，电商B2B占比为7.4%，网络游戏占比为2.4%，其他占比为29.2%。

图：2010 ~ 2018年中国第三方互联网支付交易规模趋势

注：1. 互联网支付是指客户通过台式电脑、便携式电脑等设备，依托互联网发起支付指令，实现货币资金转移的行为；2. 统计企业类型中不含银行、银联，仅指规模以上非金融机构支付企业。

从2014年中国第三方互联网支付交易规模的市场份额来看，支付宝仍然占据了半壁江山，竞争格局仅出现微调。具体来看，支付宝占比为49.6%，财付通占比为19.5%，银商占比为11.4%，快钱占比为6.8%，汇付天下占比为5.2%，易宝支付占比为3.2%，环迅

支付占比为2.7%，其他占比为1.6%（见图10 - 3）。

相对于2014年第三季度，2014年第四季度由于受到央行降息和股市利好的影响，基金申购逐渐回暖，天弘增利宝申购额有较大幅度提高。此外，网络购物市场也在第四季度迎来旺季，对促进第三方支付交易规模的增长起到较大支撑作用，其中支付宝受益最大。

就其他核心竞争企业而言，2014年均获得了相应的发展契机。2014年第四季度航空及高铁市场增速较稳，对财付通及银商交易规模产生一定促进作用；2014年京东上市、京东与腾讯达成合作协议，也使得网购格局产生变动。

此外，快钱、银商借助与京东的合作关系，也实现了侧面获益。总体来看，财付通、银商、快钱市场份额均有所上升，而易宝支付、汇付天下、环讯支付均在P2P 资金托管领域继续深耕，但其红利还未全面爆发。

图：2014年中国第三方互联网支付规模市场份额

注：1. 互联网支付是指客户通过台式电脑、便携式电脑等设备，依托互联网发起支付指令，实现货币资金转移的行为；2. 统计企业中不含银行、银联，仅指规模以上非金融机构支付企业；3. 2014年中国第三方互联网支付交易规模为80767.0 亿元。

更值得注意的是在第三方移动支付市场，基本是支付宝一家的寡头垄断状态。

2014年，第三方移动支付市场交易规模达到59924.7 亿元，较2013 年增长391.3%，继续呈现出较高的增长状态。而2013 年，第三方移动支付的增长率达到了707.0%。移动支付已经连续两年保持超高增长。预计2015 年开始，移动支付的增速将放缓，2018 年移动支付的交易规模有望超过18 万亿元（见图10 - 4）。

2014年中国第三方移动支付的市场集中度更加明显，支付宝、财付通两家企业占据了92.9%的市场份额，其中支付宝的市场份额为82.3%，财付通的市场份额为10.6%（见图10 - 5）。

在移动支付时代，不同于传统的第三方互联网支付，同时拥有庞大用户群和应用场景的互联网企业掌握了绝对的市场份额优势。从网购支付通道慢慢成

长起来的支付宝，在支付用户量级、黏性和场景铺设的速度和力度等方面都遥遥领先；财付通凭借微信支付腾飞，在用户和支付场景方面有了质的飞跃，前景值得期待。

图：2009 ~ 2018 年中国第三方移动支付市场交易规模趋势

注：1. 统计企业类型中不含银行和中国银联，仅指第三方支付企业；
2. 自2014年开始不再计入短信支付交易规模。

图：2014年中国第三方移动支付交易市场份额

注：1. 统计企业类型中不含银行和中国银联，仅指第三方支付企业；
2. 自2014年第2 季度开始不再计入短信支付交易规模，历史数据已做删减处理。

2014年移动支付虽然在市场份额上呈现集中趋势，然而各个参与者都积极布局，发挥自身的资源和优势，走差异化发展的道路。

拉卡拉着重对社区电商和小微金融服务进行场景建设和发展；伴随移动互联众应用的

崛起，联动优势、快钱、连连支付等侧重In - APP 支付带来的机遇；翼支付在存量客户的发掘和新用户的拓展方面表现不俗。还有移动和包、壹钱包等应用依托母公司的资源和特色逐步发展。2014年以后的移动支付机遇与挑战并存，行业格局仍旧充满了不确定性。

（三）线上投融资

与低风险的以货币基金为主的“宝宝类”互联网理财产品不同，高风险、高收益的线上投融资业务目前主要包括P2P 和众筹行业。

1. P2P 行业的发展

目前整个互联网金融行业中，P2P 行业发展最为迅速。

根据网贷之家数据，2014年P2P 行业融资额从2013 年的约1058 亿元增加到2500 亿元，贷款余额从2013 年的268 亿元增加到1036 亿元，平台数量从2013 年的800 家暴增到近1600 家，投资人数从25 万人增加到116 万人，借款人数从15 万人增加到63 万人。

图：2010-2014年网贷运营平台数量

图：2010-2014年网贷贷款余额

图：2010-2014年网贷成交量

图：2013-2014年网贷投资人数与贷款人数

与此同时，伴随着行业爆发式增长的是问题平台数量的增多。2014年，P2P 行业问题平台从上年的76 家增加到275 家，仅12 月一个月“出事”平台就达92 家。

图：2010 ~ 2014年问题平台情况

按照成交额，2014年P2P 行业排在前10 位的平台包括陆金所、人人贷、宜人贷、拍拍贷、招财宝、有利网、积木盒子、投哪网、微贷网、红岭创投，交易额在80 亿元到100 亿元之间，第90 名成交额近50 亿元，行业第一名的市场份额不到4%，行业第90 名市场份额2%，第一名只有第100 名的2 倍，行业整体还处在没有拉开差距的乱战状态。表为网贷之家对前90 名所做的分析。

表：2014年网贷平台发展评级表

从目前状态看，P2P 行业从“春秋列国”时期进入“战国七雄”逐鹿中原，尚有2 年左右的窗口期；行业前三名占据50% 左右的市场份额从而奠定寡头市场格局，尚有4~5 年的时间。而未来四五年就是P2P 交易额的大爆发时期，估计交易额2 年以内就可跃上万亿元级，5 年跃上10 万亿元级。

2. 众筹行业的发展

众筹主要分为奖励众筹、捐赠众筹、债权众筹和股权众筹。中国互联网众筹主要有奖励众筹和股权众筹两种，前者主要指以互联网网站为筹资平台，以单纯的实物产品或服务为回报的众筹模式，类似于“团购+ 预售”；后者指的是融资方通过出让一定比例的股份，面向普通投资者募资，而投资者通过出资入股公司，以分红或者股权变现的方式获得未来收益。

根据融360 金融搜索平台发布的《中国互联网众筹2014年度报告》，截至2014年底

，中国股权类和奖励类众筹平台总数已达116家，一年内新增平台78家。股权类众筹平台由2014年1月的5家增至年底的27家，奖励类众筹模式在量上仍处于主导地位。

但从融资规模上看，在中国众筹2014年9亿多元募资总额中，股权类众筹又处于主导地位。数据显示，2014年第一季度国内众筹募资总金额为5245万元，股权众筹募资4725万元，奖励众筹募资仅520万元。到第四季度，我国众筹募资总金额累计突破4.5亿元，其中包括奖励众筹10435万元，股权众筹34682万元。

图：2014年各季度众筹募资规模

图：2014年综合类众筹平台募集金额分布

IT桔子收录的股权众筹平台共21家，其中第一梯队有天使汇、创投圈、原始会。众投邦、天使街、创业易、V2IPO 创客、路演吧、微投网、大家投等为第二梯队。天使客、云筹网、爱合投、奇点集、股权易、币帮、爱创业等为第三梯队。第一梯队的三家平台就服务能力和成熟度来讲，已经遥遥领先于其他平台。

2014年第一梯队的三家平台共计发布48394个项目，占到总体的98%，获得融资的项目为274个，占到总体获投项目的83.7%，融资金额13.2亿元，占到总体的85.4%。

（四）线上理财

根据中国互联网信息中心数据，自2013年6月余额宝引燃互联网理财热潮后，互联网理财用户一年内呈现爆发增长，达到6383万，但转入2014年下半年，已基本结束了其用户规模爆发式增长的态势，年底用户规模为7849万，较2014年6月份增长1466万人，在网民中使用率为12.1%，较2014年6月的使用率仅增长2个百分点。余额宝的证名开启了互联网金融元年，2013年共有25个宝宝类理财产品相继问世。进入2014年，“宝宝军团”扩容步伐大提速，目前已经有56家机构共推出79个宝宝类理财产品。

据融360统计分析，按发行机构的主体类型来分类，即把基金公司发行的宝宝类产品归类为“基金系”，把银行发行的归类为“银行系”，把基金代销机构发行的归类为“基金代销系”；而互联网公司、电商平台、移动运营商等机构由于发行宝宝类理财产品依靠的是自身的第三方支付平台，我们将它们统一归为“第三方支付系”。

根据分类，目前基金系宝宝产品共有32个；属于银行系的宝宝类产品共有25个；属于第三方支付系的宝宝产品共有14个；属于代销系的宝宝类共有8个。

从整体规模变化来看，2014年前三季度宝宝类产品的规模不断增长，到9月30日，该类产品的规模达15638.93亿元。但随着收益率的不断下降，宝宝类产品的规模增速从下半年开始放缓，到第四季度甚至出现下降，较第三季度减少557.46亿元至15081.47亿元。

宝宝类理财产品的规模增减与其收益率呈正相关。据统计，宝宝类理财产品的7日年化收益率已由2014年1月的6.5%~7.5%的收益区间跌至12月的4%~4.5%的区间范围，“宝宝”高收益神话破灭。

除了收益率下降之外，各系宝宝同质化严重，应用功能单一也让投资者热情消退、日

趋疲软。随着货币市场化进程的推进，货币基金优势消失，依赖于货币基金的传统宝宝类理财产品也将逐步走向衰退。

恰在此时，2014年第四季度央行降息、A股行情暴涨，使得投资者从众多“宝宝”撤资“入股”，导致“宝宝”规模出现下降。

此外，随着非金融机构的三方理财机构被禁止代销信托产品（实际上禁而不止），以及好买、诺亚、东方财富等三方机构获得公募基金销售牌照，2014年线上信托产品销售出现较大波动，而线上公募基金销售则出现了惊人暴增。

以行业领导者东方财富而言，其旗下的天天基金网2014年年基金销售额大幅增长5.37倍至2297亿元，营收达到3.73亿元。

观研天下发布的《2018年中国互联网金融市场分析报告-行业运营态势与投资前景预测》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 互联网金融行业相关概述

1.1 互联网金融行业定义及特点

1.1.1 互联网金融行业的定义

1.1.2 互联网金融行业产品/服务特点

1.2 互联网金融的模式

1.2.1 众筹

1.2.2 P2P网贷

1.2.3 第三方支付

1.2.4 数字货币

1.2.5 大数据金融

1.2.6 信息化金融机构

1.2.7 互联网金融门户

第二章 互联网金融行业市场特点概述

2.1 行业市场概况

2.1.1 行业市场特点

2.1.2 行业市场化程度

2.1.3 行业利润水平及变动趋势

2.2 进入本行业的主要障碍

2.2.1 资金准入障碍

2.2.2 市场准入障碍

2.2.3 技术与人才障碍

2.2.4 其他障碍

2.3 行业的周期性、区域性

2.3.1 行业周期分析

1、行业的周期波动性

2、行业产品生命周期

2.3.2 行业的区域性

2.4 行业与上下游行业的关联性

2.4.1 行业产业链概述

2.4.2 上游产业分布

2.4.3 下游产业分布

第三章 2016-2017年中国互联网金融行业发展环境分析

3.1 互联网金融行业政治法律环境分析

3.1.1 互联网金融行业监管政策

1、《金融支持经济结构调整和转型升级的指导意见》

2、《中国人民银行关于进一步推进利率市场化改革的通知》

3、《非金融机构支付服务管理办法》

4、《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》

3.1.2 地方互联网金融政策解析

3.2 互联网金融行业经济环境分析

3.2.1 中国GDP增长情况分析

3.2.2 工业经济发展形势分析

- 3.2.3 社会固定资产投资分析
- 3.2.4 全社会消费品零售总额
- 3.2.5 城乡居民收入增长分析
- 3.2.6 居民消费价格变化分析
- 3.2.7 对外贸易发展形势分析
- 3.3 互联网金融行业网络环境分析
 - 3.3.1 中国网民规模及互联网普及率
 - 3.3.2 手机网民规模分析
 - 3.3.3 网民上网接入方式

第四章 全球互联网金融行业发展概述

- 4.1 2016-2017年全球互联网金融行业发展情况概述
 - 4.1.1 全球互联网金融行业发展现状
 - 4.1.2 全球互联网金融行业发展特征
 - 4.1.3 全球互联网金融行业市场规模
- 4.2 2016-2017年全球主要地区互联网金融行业发展状况
 - 4.2.1 欧洲互联网金融行业发展情况概述
 - 4.2.2 美国互联网金融行业发展情况概述
 - 4.2.3 日韩互联网金融行业发展情况概述
- 4.3 2018-2024年全球互联网金融行业趋势预测分析
 - 4.3.1 全球互联网金融行业市场规模预测
 - 4.3.2 全球互联网金融行业趋势预测分析
 - 4.3.3 全球互联网金融行业发展趋势分析
- 4.4 全球互联网金融行业重点企业发展动态分析

第五章 中国互联网金融行业发展概述

- 5.1 2016-2017年中国互联网金融行业运行现状
 - 5.1.1 互联网金融的发展历程
 - 5.1.2 互联网金融行业发展现状
 - 5.1.3 企业加快布局互联网金融
 - 5.1.4 互联网金融的发展逻辑
 - 5.1.5 互联网金融的创新思路
- 5.2 2016-2017年大数据与互联网金融发展分析
 - 5.2.1 大数据金融战略实施的必要性
 - 5.2.2 大数据助力互联网金融的创新

- 5.2.3 大数据提升互联网金融风控能力
- 5.2.4 大数据对金融行业带来的改变
- 5.2.5 大数据和互联网金融的开放性
- 5.2.6 大数据与互联网对金融行业的影响
- 5.2.7 大数据与互联网对风控带来的变革
- 5.3 金融系与非金融系互联网金融对比分析
 - 5.3.1 概念界定
 - 5.3.2 优势借鉴
 - 5.3.3 风险管控
 - 5.3.4 应对策略
- 5.4 2016-2017年中国主要地区互联网金融发展状况
 - 5.4.1 北京市
 - 5.4.2 上海市
 - 5.4.3 广州市
 - 5.4.4 深圳市
 - 5.4.5 宁波市
 - 5.4.6 西安市
- 5.5 中国互联网金融行业的问题分析
 - 5.5.1 制约互联网金融发展的因素
 - 5.5.2 互联网金融的突出问题
 - 5.5.3 互联网金融面临的威胁
 - 5.5.4 互联网金融面临的挑战
- 5.6 中国互联网金融行业的发展对策
 - 5.6.1 打造产业生态链
 - 5.6.2 防止业务风险蔓延
 - 5.6.3 推动形成行业自律
 - 5.6.4 营造良好舆论环境
 - 5.6.5 出台国家法律法规

第六章 中国互联网金融行业市场运行分析

- 6.1 2016-2017年中国互联网金融行业总体规模分析
 - 6.1.1 企业数量结构分析
 - 6.1.2 人员规模状况分析
 - 6.1.3 行业资产规模分析
 - 6.1.4 行业市场规模分析

6.2 2016-2017年中国互联网金融行业市场供需分析

6.2.1 中国互联网金融行业供给分析

6.2.2 中国互联网金融行业需求分析

6.2.3 中国互联网金融行业供需平衡

6.3 2016-2017年中国互联网金融行业财务指标总体分析

6.3.1 行业盈利能力分析

6.3.2 行业偿债能力分析

6.3.3 行业营运能力分析

6.3.4 行业发展能力分析

第七章 中国互联网金融行业细分市场调研

7.1 中国第三方支付市场调研

7.1.1 互联网支付行业

1、互联网支付行业规模分析

2、互联网支付交易规模结构分析

3、互联网支付行业竞争格局分析

4、中国主要支付公司网站月度覆盖人数

7.1.2 移动支付行业规模分析

1、移动支付行业规模分析

2、移动支付交易规模结构分析

3、移动支付行业竞争格局分析

4、中国主要移动支付企业App月度覆盖人数

7.1.3 第三方支付产业竞争格局

1、第三方支付产业运营主体分类

(1) 互联网巨头企业

(2) 电信运营商企业

(3) 银联和银行企业

(4) 地方性国资企业

(5) 发卡为主类企业

(6) 独立第三方支付运营商

2、发放牌照企业竞争格局分析

7.2 P2P市场调研

7.2.1 P2P公司数量

7.2.2 P2P交易额

7.2.3 P2P交易期限

7.2.4 P2P利率变化

7.2.5 P2P借款人数及投资人数

7.3 中国众筹行业运营现状分析

7.3.1 众筹行业发展现状分析

1、平台类型分布

2、平台地域分布

3、主要众筹平台发展情况

7.3.2 公益众筹运行情况分析

7.3.3 产品众筹运行情况分析

7.3.4 众筹行业商业模式分析

1、众筹商业模式的构建

2、众筹商业模式的逻辑

3、众筹商业模式的优劣

4、众筹商业模式的法律风险与防范

7.4 中国电商小额贷款运行状况

7.4.1 电商小额贷款发展现状

1、贷款规模不断扩大

2、涉足小贷业务的电商不断增加

3、发展模式和保险产品不断成熟

7.4.2 电商小额贷款发展趋势

1、电商金融化进一步加强

2、金融机构积极建设自有数据平台

第八章 中国互联网金融行业产业链分析

8.1 互联网金融产业链综述

8.2 互联网金融产业链各环节价值分析

8.2.1 信息和技术的价值在于挖掘用户精准化需求

8.2.2 平台和产品的核心价值在提高资源配置的效率

8.2.3 账户和支付的价值在于实现支付，导入用户流量

第九章 中国互联网金融行业市场竞争格局分析

9.1 中国互联网金融行业竞争格局分析

9.1.1 互联网金融行业区域分布格局

9.1.2 互联网金融行业企业规模格局

9.1.3 互联网金融行业企业性质格局

9.2 中国互联网金融行业竞争五力分析

9.2.1 互联网金融行业上游议价能力

9.2.2 互联网金融行业下游议价能力

9.2.3 互联网金融行业新进入者威胁

9.2.4 互联网金融行业替代产品威胁

9.2.5 互联网金融行业现有企业竞争

9.3 中国互联网金融行业竞争SWOT分析

9.3.1 互联网金融行业优势分析（S）

9.3.2 互联网金融行业劣势分析（W）

9.3.3 互联网金融行业机会分析（O）

9.3.4 互联网金融行业威胁分析（T）

9.4 中国互联网金融行业投资兼并重组整合分析

9.4.1 投资兼并重组现状

9.4.2 投资兼并重组案例

9.5 中国互联网金融行业重点企业竞争策略分析

第十章 中国互联网金融行业领先企业竞争力分析

10.1 互联网金融企业分析

10.1.1 电商类

10.1.2 支付类

10.1.3 P2P类

10.2 （移动）互联网金融领先企业

10.2.1 阿里巴巴

1、企业简介

2、经营状况

3、互联网金融发展

4、互联网金融布局

10.2.2 中国平安

1、企业简介

2、经营状况

3、互联网金融发展

10.2.3 百度

1、企业简介

2、经营状况

3、互联网金融发展

10.2.4 腾讯

- 1、企业简介
- 2、经营状况
- 3、行业发展模式

10.2.5 京东

- 1、企业简介
- 2、经营状况
- 3、互联网金融发展

10.2.6 苏宁云商

- 1、企业简介
- 2、经营状况
- 3、互联网金融发展

10.2.7 万达集团

- 1、企业简介
- 2、经营状况
- 3、互联网金融发展
- 4、行业发展模式

10.3 （移动）互联网金融潜在合作企业

10.3.1 乐视

- 1、企业简介
- 2、经营状况
- 3、互联网金融发展

10.3.2 网易

- 1、企业简介
- 2、经营状况
- 3、互联网金融发展

10.3.3 小米

- 1、企业简介
- 2、经营状况
- 3、互联网金融发展

10.4 特色（移动）互联网企业

10.4.1 同花顺

- 1、企业简介
- 2、经营状况

10.4.2 东方财富网

- 1、企业简介
- 2、经营状况
- 10.4.3 宜人贷
 - 1、企业简介
 - 2、经营状况
- 10.4.4 奇虎
 - 1、企业简介
 - 2、经营状况
- 10.4.5 拍拍贷
 - 1、企业简介
 - 2、经营状况

第十一章 2018-2024年中国互联网金融行业发展趋势与前景分析

- 11.1 2018-2024年中国互联网金融市场趋势预测
 - 11.1.1 2018-2024年互联网金融市场发展潜力
 - 11.1.2 2018-2024年互联网金融市场趋势预测展望
 - 11.1.3 2018-2024年互联网金融细分行业趋势预测分析
- 11.2 2018-2024年中国互联网金融市场发展趋势预测
 - 11.2.1 2018-2024年互联网金融行业发展趋势
 - 11.2.2 2018-2024年互联网金融市场规模预测
 - 11.2.3 2018-2024年互联网金融行业应用趋势预测
 - 11.2.4 2018-2024年细分市场发展趋势预测
- 11.3 2018-2024年中国互联网金融行业供需预测
 - 11.3.1 2018-2024年中国互联网金融行业供给预测
 - 11.3.2 2018-2024年中国互联网金融行业需求预测
 - 11.3.3 2018-2024年中国互联网金融供需平衡预测
- 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势
 - 11.4.1 行业发展有利因素与不利因素
 - 11.4.2 市场整合成长趋势
 - 11.4.3 需求变化趋势及新的商业机遇预测
 - 11.4.4 企业区域市场拓展的趋势
 - 11.4.5 科研开发趋势及替代技术进展
 - 11.4.6 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2018-2024年中国互联网金融行业行业前景调研

- 12.1 互联网金融行业投资现状分析
 - 12.1.1 互联网金融行业投资规模分析
 - 12.1.2 互联网金融行业投资资金来源构成
 - 12.1.3 互联网金融行业投资项目建设分析
 - 12.1.4 互联网金融行业投资资金用途分析
 - 12.1.5 互联网金融行业投资主体构成分析
- 12.2 互联网金融行业投资特性分析
 - 12.2.1 互联网金融行业进入壁垒分析
 - 12.2.2 互联网金融行业盈利模式分析
 - 12.2.3 互联网金融行业盈利因素分析
- 12.3 互联网金融行业投资机会分析
 - 12.3.1 产业链投资机会
 - 12.3.2 细分市场投资机会
 - 12.3.3 重点区域投资机会
 - 12.3.4 产业发展的空白点分析
- 12.4 互联网金融行业投资前景分析
 - 12.4.1 互联网金融行业政策风险
 - 12.4.2 宏观经济风险
 - 12.4.3 市场竞争风险
 - 12.4.4 关联产业风险
 - 12.4.5 产品结构风险
 - 12.4.6 技术研发风险
 - 12.4.7 其他投资前景
- 12.5 互联网金融行业投资潜力与建议
 - 12.5.1 互联网金融行业投资潜力分析
 - 12.5.2 互联网金融行业最新投资动态
 - 12.5.3 互联网金融行业投资机会与建议

第十三章 2018-2024年中国互联网金融企业投资规划建议与客户策略分析

- 13.1 互联网金融企业投资前景规划背景意义
 - 13.1.1 企业转型升级的需要
 - 13.1.2 企业做大做强的需要
 - 13.1.3 企业可持续发展需要
- 13.2 互联网金融企业战略规划制定依据
 - 13.2.1 国家政策支持

13.2.2 行业发展规律

13.2.3 企业资源与能力

13.2.4 可预期的战略定位

13.3 互联网金融企业战略规划策略分析

13.3.1 战略综合规划

13.3.2 技术开发战略

13.3.3 区域战略规划

13.3.4 产业战略规划

13.3.5 营销品牌战略

13.3.6 竞争战略规划

13.4 互联网金融中小企业投资前景研究

13.4.1 中小企业存在主要问题

- 1、缺乏科学的投资前景
- 2、缺乏合理的企业制度
- 3、缺乏现代的企业管理
- 4、缺乏高素质的专业人才
- 5、缺乏充足的资金支撑

13.4.2 中小企业投资前景思考

- 1、实施科学的投资前景
- 2、建立合理的治理结构
- 3、实行严明的企业管理
- 4、培养核心的竞争实力
- 5、构建合作的企业联盟

第十四章 研究结论及建议

14.1 研究结论

14.2 建议

14.2.1 行业投资策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

图表目录

图表：互联网金融行业特点

图表：互联网金融行业生命周期

图表：互联网金融行业产业链分析

图表：2017年全球互联网金融风险投资区域分布情况

图表：2017年全球互联网金融风险投资领域分布情况

图表：2017年全球互联网金融风险投资金额分布情况

图表：2016-2017年全球互联网金融细分领域风险投资数量对比

图表：2017年中国市场互联网金融风险投资领域分布

图表：2016-2017年欧洲替代性金融交易规模分布

图表：2016-2017年欧洲替代性金融平台数量分布

图表：2016-2017年欧洲（除英国外）不同替代性金融模式发展

图表：2016-2017年英国替代性金融市场情况

图表：2016-2017年法国替代性金融市场情况

图表：2016-2017年德国替代性金融市场情况

图表：2016-2017年荷兰替代性金融市场情况

图表：2016-2017年西班牙替代性金融市场情况

图表：2017年欧洲主要P2P平台区域统计

图表：2017年欧洲主要P2P平台基本情况（不含英国）

图表：2017年欧洲主要P2P平台总贷款量比例

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/316884316884.html>