

# 2015-2020年中国互联网理财市场 市场监测及趋势分析报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

# 报告报价

《2015-2020年中国互联网理财市场市场监测及趋势分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/chuanmei1502/613827CWFA.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2025-05-10

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告目录：

### 第1章：互联网理财行业发展背景

#### 1.1 互联网理财相关概述

##### 1.1.1 互联网理财行业相关特征

##### 1.1.2 互联网理财产品主要大类

##### 1.1.3 互联网理财发展历程分析

#### 1.2 互联网理财市场增长内因

##### 1.2.1 超高收益类的竞争优势

##### 1.2.2 产品创新实现替代效应

##### 1.2.3 平台优势着重用户体验

##### 1.2.4 低门槛提供普惠金融

#### 1.3 影响互联网理财市场外因

##### 1.3.1 金融行业市场化趋势影响

##### 1.3.2 宏观经济增长放缓影响

##### 1.3.3 监管层监管方式变化影响

#### 1.4 互联网理财对银行的影响

##### 1.4.1 对银行活期存款的影响

##### 1.4.2 对银行成本的影响测算

##### 1.4.3 对银行体系的深层影响

### 第2章：互联网理财行业市场环境分析

#### 2.1 互联网理财监管政策分析

##### 2.1.1 互联网理财行业监管机构

##### 2.1.2 理财业务投资管理政策分析

##### 2.1.3 互联网理财业务监管趋势

#### 2.2 国内理财产品发行环境分析

##### 2.2.1 国内理财产品发行规模分析

##### 2.2.2 国内理财产品发行主体结构

##### 2.2.3 国内理财产品投向类型分析

##### 2.2.4 国内理财产品期限类型分析

## 2.3 互联网金融发展模式分析

### 2.3.1 P2P网络借贷发展模式分析

### 2.3.2 大数据金融发展模式分析

### 2.3.3 信息化金融发展模式分析

### 2.3.4 第三方支付发展模式分析

### 2.3.5 互联网金融门户发展模式分析

### 2.3.6 众筹模式分析

## 第3章：不同细分群体理财偏好分析

### 3.1 互联网理财人群特征解析

#### 3.1.1 互联网初次理财环境分析

#### 3.1.2 互联网理财人群年龄分布

#### 3.1.3 互联网理财产品交易时段

#### 3.1.4 互联网理财金额区域分布

#### 3.1.5 互联网理财投资金额分布

### 3.2 互联网理财产品选择偏好

#### 3.2.1 互联网理财产品选择因素

#### 3.2.2 互联网理财产品购买渠道

#### 3.2.3 互联网理财客户风险偏好

### 3.3 互联网理财广告调查分析

#### 3.3.1 互联网理财广告接受程度

#### 3.3.2 互联网理财广告形式偏好

#### 3.3.3 互联网理财广告内容偏好

### 3.4 互联网理财群体调研结论

#### 3.4.1 互联网理财平台优化建议

#### 3.4.2 互联网理财产品研发建议

#### 3.4.3 互联网理财广告投放建议

## 第4章：互联网理财投资领域分析

### 4.1 互联网理财领域投资综述

#### 4.1.1 互联网理财主要信息发布平台

#### 4.1.2 互联网理财投资领域景气度对比

### 4.2 互联网理财货币投资市场前景

#### 4.2.1 同业拆借市场发展分析

#### 4.2.2 票据贴现市场发展分析

#### 4.2.3 可转让大额定期存单市场

#### 4.2.4 短期证券市场分析

### 4.3 互联网理财资本投资市场前景

#### 4.3.1 股权投资市场发展走势

#### 4.3.2 债券投资市场发展走势

### 4.4 互联网理财商品投资市场前景

#### 4.4.1 基础原材料现货市场分析

#### 4.4.2 能源商品现货市场分析

#### 4.4.3 大宗农产品现货市场分析

### 4.5 互联网理财衍生投资市场

#### 4.5.1 远期投资市场分析

#### 4.5.2 期权投资市场分析

#### 4.5.3 期货投资市场分析

#### 4.5.4 互换投资市场分析

## 第5章：互联网理财平台发展现状分析

### 5.1 互联网理财平台类型分析

#### 5.1.1 集成服务型互联网理财平台

#### 5.1.2 与知名互联网公司合作理财平台

#### 5.1.3 P2P理财平台

#### 5.1.4 基金公司直销平台

#### 5.1.5 银行发行的银行端现金管理工具

### 5.2 互联网理财平台经营状况

#### 5.2.1 互联网理财平台发展规模

#### 5.2.2 互联网理财平台损益情况

#### 5.2.3 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

### 5.3 类互联网理财主体SWOT分析

#### 5.3.1 互联网企业理财业务SWOT分析

#### 5.3.2 金融机构理财业务SWOT分析

### 5.3.3 大运营商理财业务SWOT分析

## 第6章：重点互联网理财平台运营分析

### 6.1 阿里巴巴理财平台运营分析

#### 6.1.1 阿里巴巴理财平台核心优势

#### 6.1.2 阿里巴巴平台产品发行情况

#### 6.1.3 阿里巴巴理财产品投资分布

#### 6.1.4 阿里巴巴理财营销费用分析

#### 6.1.5 阿里巴巴理财平台技术分析

### 6.2 腾讯理财平台运营分析

#### 6.2.1 腾讯理财平台核心优势

#### 6.2.2 腾讯平台产品发行情况

#### 6.2.3 腾讯理财产品投资分布

#### 6.2.4 腾讯理财营销费用分析

#### 6.2.5 腾讯理财平台技术分析

### 6.3 度理财平台运营分析

#### 6.3.1 度理财平台核心优势

#### 6.3.2 度平台产品发行情况

#### 6.3.3 度理财产品投资分布

#### 6.3.4 度理财营销费用分析

#### 6.3.5 度理财平台技术分析

### 6.4 网易理财平台运营分析

#### 6.4.1 网易理财平台核心优势

#### 6.4.2 网易平台产品发行情况

#### 6.4.3 网易理财产品投资分布

#### 6.4.4 网易理财营销费用分析

#### 6.4.5 网易理财平台技术分析

### 6.5 京东理财平台运营分析

#### 6.5.1 京东理财平台核心优势

#### 6.5.2 京东平台产品发行情况

#### 6.5.3 京东理财产品投资分布

#### 6.5.4 京东理财营销费用分析

#### 6.5.5 京东理财平台技术分析

## 6.6 天天基金网运营分析

### 6.6.1 天天基金网平台核心优势

### 6.6.2 天天基金网产品发行情况

### 6.6.3 天天基金网产品投资分布

### 6.6.4 天天基金网营销费用分析

### 6.6.5 天天基金网平台技术分析

## 6.7 数米基金网运营分析

### 6.7.1 数米基金网平台核心优势

### 6.7.2 数米基金网产品发行情况

### 6.7.3 数米基金网产品投资分布

### 6.7.4 数米基金网营销费用分析

### 6.7.5 数米基金网平台技术分析

## 第7章：互联网理财产品分类发展模式

### 7.1 货币基金支付应用

#### 7.1.1 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

#### 7.1.2 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

#### 7.1.3 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

## 7.2 团购概念短期理财基金

7.2.1 团购概念短期理财基金运行模式

7.2.2 团购概念短期理财基金代表产品

7.2.3 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

## 7.3 固定收益类分级优先份额

7.3.1 固定收益类分级优先份额运行模式

7.3.2 固定收益类分级优先份额代表产品

7.3.3 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

## 7.4 互联网补贴应用产品

7.4.1 互联网补贴应用产品运行模式

7.4.2 互联网补贴应用产品代表产品

7.4.3 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8章：标杆互联网理财产品运营经验分析

### 8.1 互联网理财产品细节对比

8.1.1 平台操作流程对比分析

8.1.2 产品申购起点对比分析

8.1.3 平台增值功能对比分析

8.1.4 产品收益情况对比分析

### 8.2 互联网企业主导的理财产品

8.2.1 余额宝运营经验分析



- (1) 余额宝运作模式分析
- (2) 余额宝收益率走势分析
- (3) 余额宝竞争优势劣势分析
- (4) 余额宝营销经验深度分析
- (5) 余额宝规模增长潜力分析
- (6) 余额宝挂钩基金公司损益状况

#### 8.2.2 微信理财通运营经验分析

- (1) 微信理财通运作模式分析
- (2) 微信理财通收益率走势分析
- (3) 微信理财通竞争优势劣势分析
- (4) 微信理财通营销经验深度分析
- (5) 微信理财通规模增长潜力分析
- (6) 微信理财通挂钩基金公司损益状况

#### 8.2.3 度百赚运营经验分析

- (1) 百度百赚运作模式分析
- (2) 百度百赚收益率走势分析
- (3) 百度百赚竞争优势劣势分析
- (4) 百度百赚营销经验深度分析
- (5) 百度百赚规模增长潜力分析
- (6) 百度百赚挂钩基金公司损益状况

#### 8.2.4 钱宝运营经验分析

- (1) 零钱宝运作模式分析
- (2) 零钱宝收益率走势分析
- (3) 零钱宝竞争优势劣势分析
- (4) 零钱宝营销经验深度分析
- (5) 零钱宝规模增长潜力分析
- (6) 零钱宝挂钩基金公司损益状况

#### 8.2.5 京东小金库运营经验分析

- (1) 京东小金库运作模式分析
- (2) 京东小金库收益率走势分析
- (3) 京东小金库竞争优势劣势分析
- (4) 京东小金库营销经验深度分析

- (5) 京东小金库规模增长潜力分析
- (6) 京东小金库挂钩基金公司损益状况

#### 8.2.6 网易添金计划运营经验分析

- (1) 网易添金计划运作模式分析
- (2) 网易添金计划收益率走势分析
- (3) 网易添金计划竞争优劣势分析
- (4) 网易添金计划营销经验深度分析
- (5) 网易添金计划规模增长潜力分析
- (6) 网易添金计划挂钩基金公司损益状况

#### 8.2.7 收益宝运营经验分析

- (1) 收益宝运作模式分析
- (2) 收益宝收益率走势分析
- (3) 收益宝竞争优劣势分析
- (4) 收益宝营销经验深度分析
- (5) 收益宝规模增长潜力分析
- (6) 收益宝挂钩基金公司损益状况

### 8.3 基金公司主导的理财产品

#### 8.3.1 E钱包运营经验分析

- (1) E钱包运作模式分析
- (2) E钱包收益率走势分析
- (3) E钱包竞争优劣势分析
- (4) E钱包营销经验深度分析
- (5) E钱包规模增长潜力分析
- (6) E钱包挂钩基金公司损益状况

#### 8.3.2 钱袋子运营经验分析

- (1) 钱袋子运作模式分析
- (2) 钱袋子收益率走势分析
- (3) 钱袋子竞争优劣势分析
- (4) 钱袋子营销经验深度分析
- (5) 钱袋子规模增长潜力分析
- (6) 钱袋子挂钩基金公司损益状况

#### 8.3.3 活期通运营经验分析

- (1) 活期通运作模式分析
- (2) 活期通收益率走势分析
- (3) 活期通竞争优劣势分析
- (4) 活期通营销经验深度分析
- (5) 活期通规模增长潜力分析
- (6) 活期通挂钩基金公司损益状况

#### 8.3.4 南方现金通运营经验分析

- (1) 南方现金通运作模式分析
- (2) 南方现金通收益率走势分析
- (3) 南方现金通竞争优劣势分析
- (4) 南方现金通营销经验深度分析
- (5) 南方现金通规模增长潜力分析
- (6) 南方现金通挂钩基金公司损益状况

#### 8.3.5 现金宝运营经验分析

- (1) 现金宝运作模式分析
- (2) 现金宝收益率走势分析
- (3) 现金宝竞争优劣势分析
- (4) 现金宝营销经验深度分析
- (5) 现金宝规模增长潜力分析
- (6) 现金宝挂钩基金公司损益状况

#### 8.3.6 活期通运营经验分析

- (1) 活期通运作模式分析
- (2) 活期通收益率走势分析
- (3) 活期通竞争优劣势分析
- (4) 活期通营销经验深度分析
- (5) 活期通规模增长潜力分析
- (6) 活期通挂钩基金公司损益状况

#### 8.3.7 活期乐运营经验分析

- (1) 活期乐运作模式分析
- (2) 活期乐收益率走势分析
- (3) 活期乐竞争优劣势分析
- (4) 活期乐营销经验深度分析

- (5) 活期乐规模增长潜力分析
- (6) 活期乐挂钩基金公司损益状况

#### 8.4 商业银行主导的理财产品

##### 8.4.1 活期宝运营经验分析

- (1) 活期宝运作模式分析
- (2) 活期宝收益率走势分析
- (3) 活期宝竞争优劣势分析
- (4) 活期宝营销经验深度分析
- (5) 活期宝规模增长潜力分析
- (6) 活期宝挂钩基金公司损益状况

##### 8.4.2 如意宝运营经验分析

- (1) 如意宝运作模式分析
- (2) 如意宝收益率走势分析
- (3) 如意宝竞争优劣势分析
- (4) 如意宝营销经验深度分析
- (5) 如意宝规模增长潜力分析
- (6) 如意宝挂钩基金公司损益状况

##### 8.4.3 薪金宝运营经验分析

- (1) 薪金宝运作模式分析
- (2) 薪金宝收益率走势分析
- (3) 薪金宝竞争优劣势分析
- (4) 薪金宝营销经验深度分析
- (5) 薪金宝规模增长潜力分析
- (6) 薪金宝挂钩基金公司损益状况

##### 8.4.4 平安盈运营经验分析

- (1) 平安盈运作模式分析
- (2) 平安盈收益率走势分析
- (3) 平安盈竞争优劣势分析
- (4) 平安盈营销经验深度分析
- (5) 平安盈规模增长潜力分析
- (6) 平安盈挂钩基金公司损益状况

#### 8.5 保险公司主导的理财产品

### 8.5.1 陆金宝运营经验分析

- (1) 陆金宝运作模式分析
- (2) 陆金宝收益率走势分析
- (3) 陆金宝竞争优势分析
- (4) 陆金宝营销经验深度分析
- (5) 陆金宝规模增长潜力分析
- (6) 陆金宝挂钩基金公司损益状况

### 8.5.2 活钱宝运营经验分析

- (1) 活钱宝运作模式分析
- (2) 活钱宝收益率走势分析
- (3) 活钱宝竞争优势分析
- (4) 活钱宝营销经验深度分析
- (5) 活钱宝规模增长潜力分析
- (6) 活钱宝挂钩基金公司损益状况

## 第9章：互联网理财行业发展趋势分析

### 9.1 互联网理财行业发展趋势

- 9.1.1 互联网理财平台化趋势分析
- 9.1.2 互联网理财专业化趋势分析
- 9.1.3 互联网理财功能化趋势分析

### 9.2 互联网理财平台发展风险

- 9.2.1 互联网理财平台流动性风险
- 9.2.2 互联网理财平台技术故障风险
- 9.2.3 互联网理财平台内部管控风险
- 9.2.4 移动端个人信息泄露风险
- 9.2.5 产品收益下滑与系统性风险

### 9.3 互联网理财行业拓展空间

#### 9.3.1 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

#### 9.3.2 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

### 9.3.3 互联网理财市场容量预测

## 9.4 互联网理财行业趋势预测

### 9.4.1 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

### 9.4.2 未来互联网理财产品撤资风险

### 9.4.3 未来互联网理财产品竞争风险

### 9.4.4 未来国内互联网理财行业前瞻

图表目录：

图表1：国内目前互联网现金理财产品主要分类

图表2：互联网现金理财发展历程

图表3：银行持有国债期货的相关账户

图表4：居民活期存款流失对资金来源成本的影响

图表5：企业居民活期存款流失对存款平均成本的影响

图表6：企业居民活期存款流失对资金来源成本的影响

图表7：2013-2014年国内理财产品发行主体结构（单位：%）

图表8：2013-2014年国内理财产品投向类型分布（单位：%）

图表9：2013-2014年国内理财产品期限类型分布（单位：%）

图表10：投资者开始接触互联网理财的背景（单位：%）

图表11：2013-2014年淘宝基金活跃实名注册用户年龄分布情况（单位：%）

图表12：2013-2014年互联网理财金额分省市分布情况

图表13：2013-2014年互联网理财投资金额分布情况（单位：元，%）

图表14：互联网理财产品选择考虑因素组成（单位：%）

图表15：互联网理财产品主要购买渠道分布（单位：%）

图表16：不同人群不同风险偏好（单位：%）

图表17：2013-2014年互联网理财营销活动一览表

图表18：2013-2014年阿里巴巴理财平台发行的产品及收益情况（单位：%）

图表19：2013-2014年腾讯理财平台发行的产品及收益情况（单位：%）

图表20：2013-2014年百度理财平台发行的产品及收益情况（单位：%）

图表21：2013-2014年网易理财平台发行的产品及收益情况（单位：%）

图表22：2013-2014年京东理财平台发行的产品及收益情况（单位：%）

图表23：2013-2014年天天基金网发行的产品及收益情况（单位：%）

图表24：2013-2014年百度理财平台发行的产品及收益情况（单位：%）

图表25：资金自动转入余额宝的流程

图表26：余额宝中的资金运转效率

图表27：2014年互联网理财产品收益率情况（单位：%）

图表28：2014年互联网理财产品7天年化收益率走势图（单位：%）

图表29：2013-2014年余额宝挂钩的天弘增利宝年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表30：余额宝主要竞争优势与劣势

图表31：2013-2014年微信理财通挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表32：微信理财通主要竞争优势与劣势

图表33：2013-2014年百度百赚挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表34：百度百赚主要竞争优势与劣势

图表35：2013-2014年零钱宝挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表36：零钱宝主要竞争优势与劣势

图表37：2013-2014年京东小金库挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表38：京东小金库主要竞争优势与劣势

图表39：2013-2014年网易添金计划挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表40：网易添金计划主要竞争优势与劣势

图表41：2013-2014年收益宝挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表42：收益宝主要竞争优势与劣势

图表43：2013-2014年E钱包挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表44：E钱包主要竞争优势与劣势

图表45：2013-2014年钱袋子挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表46：钱袋子主要竞争优势与劣势

图表47：2013-2014年活期通挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表48：活期通主要竞争优势与劣势

图表49：2013-2014年南方现金通的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表50：南方现金通主要竞争优势与劣势

图表51：2013-2014年现金宝挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表52：现金宝主要竞争优势与劣势

图表53：2013-2014年活期通挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表54：活期通主要竞争优势与劣势

图表55：2013-2014年活期乐挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表56：活期乐主要竞争优势与劣势

图表57：2013-2014年工银货币和广发货币A年化收益与其他货币基金稳定性对比（单位：%）

图表58：活期宝主要竞争优势与劣势

图表59：2013-2014年如意宝挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表60：如意宝主要竞争优势与劣势

图表61：2013-2014年薪金宝挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表62：薪金宝主要竞争优势与劣势

图表63：2013-2014年平安盈挂钩的天弘增利宝年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表64：平安盈主要竞争优势与劣势

图表65：2013-2014年陆金宝挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表66：陆金宝主要竞争优势与劣势

图表67：2013-2014年活钱宝挂钩的基金年化收益率与同类平均对比（单位：%）

图表68：活钱宝主要竞争优势与劣势

图表69：2015-2020年互联网理财市场容量增长预测（单位：亿元，%）

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1502/613827CWFA.html>