

2018-2024年中国互联网理财市场深度分析与投资 前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国互联网理财市场深度分析与投资前景预测报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201711/582063.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

互联网理财是指通过互联网管理理财产品，获取一定利益。从互联网特性来看，互联网的便捷性打通资金链条，降低了理财品管理及运营成本，互联网的长尾效应聚合个人用户零散资金，既提高了互联网理财运营商在商业谈判中的地位，也使得个人零散资金获得更高的收益回报。

以P2P网贷模式为代表的创新理财方式受到了广泛的关注和认可，专家认为，P2C模式更接近于众筹，P2I产业链金融模式不仅在年化收益率上对投资者有着极高的吸引力，通过P2C、P2I产业链金融模式可有效整合各角色参与度，高度发挥各自优势，实现资源高效利用，帮助广大中小企业“速效”融资，并让投资者的收益最大化体现，从而实现多方共赢。

作为互联网理财代表的余额宝。是由第三方支付平台为个人用户打造的一项余额增值服务。那么作为一项服务，当然不能缺少提供服务者和服务对象，天弘基金作为余额宝背后的基金公司。通过使余额宝前端用户将资金存入余额宝，以用户购买货币基金的形式使用户获得收益。余额宝能在如此短的时间内获得如此成绩绝非偶然，一方面货币基金风险小，成本低，投资周期短的特点使得其一下子俘获了大量用户的心，同时，相比较银行活期存款利率，余额宝年度收益率是活期的14倍，对于用户额无疑更具吸引力。腾讯、百度、苏宁等国内互联网巨头理财运营模式也类似于余额宝。

截至2017年6月，我国网民规模达到7.51亿，半年共计新增网民1992万人。互联网普及率为54.3%，较2016年底提升1.1个百分点。

2016年6月-2017年6月我国网民规模及互联网普及率统计		年份	网民数（万人）
互联网普及率（%）	2012年6月	53760	39.9
	2012年12月	56400	42.1
	2013年6月	59056	44.1
	2013年12月	61758	45.8
	2014年6月	63200	46.9
	2014年12月	64875	47.9
	2015年6月	66769	48.8
	2015年12月	68826	50.3
	2016年6月	70958	51.7
	2016年12月	73125	53.2
	2017年6月	75116	54.3

我国网民规模及互联网普及率走势图

2017年上半年，我国网民规模增长趋于稳定，互联网行业持续稳健发展，互联网已成为推动我国经济社会发展的重要力量。以互联网为代表的数字技术正在加速与经济社会各领域深度融合，成为促进我国消费升级、经济社会转型、构建国家竞争新优势的重要推动力。同时，在线政务、共享出行、移动支付等领域的快速发展，成为改善民生、增进社会福祉的强力助推器。

伴随着我国互联网的高速发展，相关行业监管体系也逐步完善。2017年上半年，国家互联网信息办公室出台《互联网新闻信息服务许可管理实施细则》，对互联网站、应用程序、即时通信工具、微博、直播等服务提出规范化管理要求，进一步提高互联网服务管理规范化、科学化水平，促进互联网服务行业健康有序发展。

经过2013年基金互联网的金融元年以后，如今的互联网理财市场是机遇与挑战并存，成

功和风险同在。热门的余额宝也有它的潜在风险，余额宝本质就是货币基金在支付宝平台上买卖，这种理财方式对于投资者来说有三层风险，包括货币基金本身的风险、互联网风险、监管风险。互联网机构未来应加强风险意识与风险防范，还应重点关注信息安全、法律法规等方面，以保障用户的合法利益。总体而言，互联网理财的优势仍十分明显，还有许多市场暂未充分发掘，其行业前景依然可观。

智研咨询发布的《2018-2024年中国互联网理财市场深度分析与投资前景预测报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

智研咨询是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第一章 互联网理财行业相关概述

1.1 互联网理财行业定义

1.2 互联网理财产品的五大类型

1.2.1 集支付、收益、资金周转于一身的理财产品

1.2.2 与知名互联网公司合作的理财产品

1.2.3 P2P平台的理财产品

1.2.4 基金公司自己的直销平台上推广的产品

1.2.5 银行自己发行银行端现金管理工具

1.3 互联网金融概况

1.3.1 互联网用户

1、网民

2、手机网民

截至2017年6月，我国手机网民规模达7.24亿，较2016年底增加2830万人。网民使用手机上网的比例由2016年底的95.1%提升至96.3%。

2012-2017年中国手机网民规模及其占网民比例

随着我国移动互联网进入稳健发展期，行业整体向内容品质化、平台一体化和模式创新化方向发展。首先，各移动应用平台进一步深化内容品质提升，专注细分寻求差异化竞争优势；其次，各类综合应用不断融合社交、信息服务、交通出行及民生服务等功能，打造一体化服务平台，扩大服务范围和影响力；最后，移动互联网行业从业务改造转向模式创新，引领智能社会发展，从智能制造到共享经济，移动互联网的海量数据及大数据技术的应用，为社会生产优化提供更多可能。

3、网上支付用户

1.3.2 金融机构存款及社会融资

1、金融机构存款

2、社会融资

1.3.3 互联网金融定义

1.3.4 互联网金融商业模式

1.3.5 互联网金融支付模式

1.3.6 互联网金融投资案例

第二章 互联网理财行业市场特点概述

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 2014-2017年中国互联网理财行业发展环境分析

3.1 互联网理财行业政治法律环境（P）

3.1.1 行业主管部门分析

3.1.2 行业监管体制分析

3.1.3 行业主要法律法规

3.1.4 相关产业政策分析

3.1.5 行业相关发展规划

3.1.6 政策环境对行业的影响

3.2 互联网理财行业经济环境分析（E）

3.2.1 宏观经济形势分析

3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

3.3 互联网理财行业社会环境分析（S）

3.3.1 互联网理财产业社会环境

3.3.2 社会环境对行业的影响

3.4 互联网理财行业技术环境分析（T）

3.4.1 互联网理财技术分析

3.4.2 互联网理财技术发展水平

3.4.3 行业主要技术发展趋势

3.4.4 技术环境对行业的影响

第四章 全球互联网理财行业发展概述

4.1 2014-2017年全球互联网理财行业发展情况概述

4.1.1 全球互联网理财行业发展现状

4.1.2 全球互联网理财行业发展特征

4.1.3 全球互联网理财行业市场规模

4.2 2014-2017年全球主要地区互联网理财行业发展状况

4.2.1 欧洲互联网理财行业发展情况概述

4.2.2 美国互联网理财行业发展情况概述

4.2.3 日韩互联网理财行业发展情况概述

4.3 2018-2024年全球互联网理财行业发展前景预测

4.3.1 全球互联网理财行业市场规模预测

4.3.2 全球互联网理财行业发展前景分析

4.3.3 全球互联网理财行业发展趋势分析

第五章 中国互联网理财行业发展概述

5.1 中国互联网理财行业发展状况分析

5.1.1 中国互联网理财行业发展阶段

5.1.2 中国互联网理财行业发展总体概况

5.1.3 中国互联网理财行业发展特点分析

5.2 2014-2017年互联网理财行业发展现状

5.2.1 2014-2017年中国互联网理财行业市场规模

2013-2018互联网理财市场交易规模

数据来源：公开数据整理

5.2.2 2014-2017年中国互联网理财行业发展分析

5.2.3 2014-2017年中国互联网理财企业发展分析

5.3 2018-2024年中国互联网理财行业面临的困境及对策

5.3.1 中国互联网理财行业面临的困境及对策

1、中国互联网理财行业面临困境

2、中国互联网理财行业对策探讨

5.3.2 中国互联网理财企业发展困境及策略分析

1、中国互联网理财企业面临的困境

2、中国互联网理财企业的对策探讨

第六章 中国互联网理财平台市场

6.1 概况

6.1.1 中国互联网理财平台

6.1.2 国外互联网理财平台

6.2 综合性理财平台

6.3 基金销售平台

6.3.1 基金发展情况

6.3.2 基金销售模式

6.3.3 平台盈利模式

6.3.4 基金销售收入

6.4手机理财APP

6.4.1 概况

6.4.2 挖财

6.4.3 铜板街

第七章 中国主要互联网理财产品

7.1 阿里余额宝

7.1.1 简介

7.1.2 盈利模式

7.1.3 申购额

7.1.4 资金投向

7.1.5 收益

7.2 腾讯理财通

7.2.1 简介

7.2.2 盈利模式

7.2.3 申购额

7.2.4 资金投向

7.2.5 收益

7.3 百度理财产品

7.3.1 简介

7.3.2 盈利模式

7.3.3 申购额

7.3.4 资金投向

7.3.5 收益

7.4 苏宁零钱宝

7.4.1 简介

7.4.2 盈利模式

7.4.3 申购额

7.4.4 资金投向

7.4.5 收益

7.5 京东小金库和京东白条

7.5.1 京东小金库

7.5.2 京东白条

7.6 天天基金网旗下理财产品

7.6.1 活期宝

7.6.2 定期宝

7.6.3 财富债添利

7.7 其他互联网理财产品

7.7.1 阿里娱乐宝

7.7.2 苏宁对公理财产品及定期理财产品

第八章 中国主要互联网理财平台

8.1 阿里旗下理财平台

8.1.1 淘宝理财

1、简介

2、理财产品

3、销售模式

4、盈利模式

5、经营业绩

6、最新动态

8.1.2 淘宝基金网店

1、简介

2、理财产品

3、销售模式

4、盈利模式

5、经营业绩

6、最新动态

8.1.3 招财宝

1、简介

2、理财产品

3、销售模式

4、盈利模式

5、经营业绩

6、最新动态

8.2 百度理财平台

8.2.1 百度理财

1、简介

2、理财产品

3、销售模式

4、盈利模式

5、经营业绩

8.2.2 百度财富

1、简介

2、理财产品

3、销售模式

4、盈利模式

5、经营业绩

8.3 腾讯理财平台

8.3.1 理财汇

1、简介

2、理财产品

3、销售模式

4、盈利模式

5、经营业绩

8.3.2 理财超市

1、简介

2、理财产品

3、销售模式

4、盈利模式

5、经营业绩

8.4 和讯理财客

8.4.1 简介

8.4.2 理财产品

8.4.3 销售模式

8.4.4 盈利模式

8.4.5 经营业绩

8.5 京东金融

8.5.1 简介

8.5.2 理财产品

8.5.3 销售模式

8.5.4 盈利模式

8.5.5 经营业绩

8.6 新浪微财富

8.6.1 简介

8.6.2 理财产品

8.6.3 销售模式

8.6.4 盈利模式

8.6.5 经营业绩

8.7 天天基金网

8.7.1 简介

8.7.2 理财产品

8.7.3 销售模式

8.7.4 盈利模式

8.8 数米基金网

8.8.1 简介

8.8.2 理财产品

8.8.3 销售模式

8.8.4 盈利模式

8.8.5 经营业绩

8.9 好买基金网

8.9.1 简介

8.9.2 理财产品

8.9.3 销售模式

8.9.4 盈利模式

8.9.5 经营业绩

8.10 基金买卖网

8.10.1 简介

8.10.2 理财产品

8.10.3 销售模式

8.10.4 盈利模式

8.10.5 经营业绩

8.11 爱基金网

8.11.1 简介

8.11.2 理财产品

8.11.3 销售模式

8.11.4 盈利模式

8.11.5 经营业绩

第九章 中国互联网理财行业市场竞争格局分析

9.1 中国互联网理财行业竞争格局分析

9.1.1 互联网理财行业区域分布格局

9.1.2 互联网理财行业企业规模格局

9.1.3 互联网理财行业企业性质格局

9.2 中国互联网理财行业竞争五力分析

9.2.1 互联网理财行业上游议价能力

9.2.2 互联网理财行业下游议价能力

9.2.3 互联网理财行业新进入者威胁

9.2.4 互联网理财行业替代产品威胁

9.2.5 互联网理财行业现有企业竞争

9.3 中国互联网理财行业竞争SWOT分析

9.3.1 互联网理财行业优势分析（S）

9.3.2 互联网理财行业劣势分析（W）

9.3.3 互联网理财行业机会分析（O）

9.3.4 互联网理财行业威胁分析（T）

9.4 中国互联网理财行业竞争策略建议

第十章 中国互联网理财行业领先企业竞争力分析

10.1 阿里巴巴（中国）网络技术有限公司

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业经营情况分析

10.1.3 企业发展战略分析

10.2 苏宁云商集团股份有限公司

- 10.2.1 企业发展基本情况
- 10.2.2 企业经营情况分析
- 10.2.3 企业发展战略分析
- 10.3 腾讯控股有限公司
 - 10.3.1 企业发展基本情况
 - 10.3.2 企业经营情况分析
 - 10.3.3 企业发展战略分析
- 10.4 百度公司
 - 10.4.1 企业发展基本情况
 - 10.4.2 企业经营情况分析
 - 10.4.3 企业发展战略分析
- 10.5 友众信业金融信息服务（上海）有限公司
 - 10.5.1 企业发展基本情况
 - 10.5.2 企业经营情况分析
 - 10.5.3 企业发展战略分析
- 10.6 中国平安保险（集团）股份有限公司
 - 10.6.1 企业发展基本情况
 - 10.6.2 企业经营情况分析
 - 10.6.3 企业发展战略分析
- 10.7 上海界信创业投资发展有限公司
 - 10.7.1 企业发展基本情况
 - 10.7.2 企业经营情况分析
 - 10.7.3 企业发展战略分析
- 10.8 汇添富基金管理股份有限公司
 - 10.8.1 企业发展基本情况
 - 10.8.2 企业经营情况分析
 - 10.8.3 企业发展战略分析
- 10.9 兴业全球基金管理有限公司
 - 10.9.1 企业发展基本情况
 - 10.9.2 企业经营情况分析
 - 10.9.3 企业发展战略分析
- 10.10 广发银行股份有限公司
 - 10.10.1 企业发展基本情况
 - 10.10.2 企业经营情况分析
 - 10.10.3 企业发展战略分析

第十一章 2018-2024年中国互联网理财行业发展趋势与前景分析

11.1 2018-2024年中国互联网理财市场发展前景

11.1.1 2018-2024年互联网理财市场发展潜力

11.1.2 2018-2024年互联网理财市场发展前景展望

11.1.3 2018-2024年互联网理财细分行业发展前景分析

11.2 2018-2024年中国互联网理财市场发展趋势预测

11.2.1 2018-2024年互联网理财行业发展趋势

11.2.2 2018-2024年互联网理财市场规模预测

11.2.3 2018-2024年互联网理财行业应用趋势预测

11.2.4 2018-2024年细分市场发展趋势预测

11.3 2018-2024年中国互联网理财行业供需预测

11.3.1 2018-2024年中国互联网理财行业供给预测

11.3.2 2018-2024年中国互联网理财行业需求预测

11.3.3 2018-2024年中国互联网理财供需平衡预测

第十二章 2018-2024年中国互联网理财行业投资前景

12.1 互联网理财行业投资现状分析

12.1.1 互联网理财行业投资规模分析

12.1.2 互联网理财行业投资资金来源构成

12.1.3 互联网理财行业投资项目建设分析

12.1.4 互联网理财行业投资资金用途分析

12.1.5 互联网理财行业投资主体构成分析

12.2 互联网理财行业投资特性分析

12.2.1 互联网理财行业进入壁垒分析

12.2.2 互联网理财行业盈利模式分析

12.2.3 互联网理财行业盈利因素分析

12.3 互联网理财行业投资机会分析

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 互联网理财行业投资风险分析

12.4.1 互联网理财行业政策风险

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 其他投资风险

12.5 互联网理财行业投资潜力与建议

12.5.1 互联网理财行业投资潜力分析

12.5.2 互联网理财行业最新投资动态

12.5.3 互联网理财行业投资机会与建议

第十三章 2018-2024年中国互联网理财企业投资战略分析

13.1 互联网理财企业发展战略规划背景意义

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 互联网理财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 互联网理财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

图表目录：

图表：互联网理财行业特点

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分析

图表：2014-2017年互联网理财行业市场规模分析

图表：2018-2024年互联网理财行业市场规模预测

图表：2014-2017年互联网理财行业需求规模分析

图表：2018-2024年互联网理财行业需求规模预测

图表：2014-2017年互联网理财行业供给规模分析

图表：2018-2024年互联网理财行业供给规模预测

图表：2014-2017年互联网理财重要数据指标比较

图表：2014-2017年中国互联网理财行业销售情况分析

图表：2014-2017年中国互联网理财行业利润情况分析

图表：2014-2017年中国互联网理财行业资产情况分析

图表：2014-2017年中国互联网理财竞争力分析

图表：2018-2024年中国互联网理财发展趋势预测

略.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201711/582063.html>