

# 2014-2020年中国银行理财 产品市场分析与投资前景研究报告

## 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

《2014-2020年中国银行理财产品市场分析与投资前景研究报告》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/jinrong1410/943827A9BN.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-10-24

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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

## 报告说明:

博思数据发布的《2014-2020年中国银行理财产品市场分析与投资前景研究报告》共十三章。介绍了银行理财产品行业相关概述、中国银行理财产品产业运行环境、分析了中国银行理财产品行业的现状、中国银行理财产品行业竞争格局、对中国银行理财产品行业做了重点企业经营状况分析及中国银行理财产品产业发展前景与投资预测。您若想对银行理财产品产业有个系统的了解或者想投资银行理财产品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

2012年，银行理财产品余额达7.1万亿元，已超过信托业、保险业的资产规模。2012年理财产品的年化收益率平均达到了4.11%，高于目前一年期整存整取定期存款利率，全国开展理财业务的18家主要银行为客户实现投资收益2464亿元，已经购买理财产品的银行客户超过了2000万。同时，理财产品市场高速发展背后的风险也引起关注。50.9%的银行家认为理财产品形成的大量表外资产，可能会对银行的资产质量和经营稳定性带来影响。2012年全年的发售量将不低于30000款，募集资金规模流量不低于20万亿元。作为国内新兴的财富管理工具，银行理财产品市场募资规模已远远超过国内同业如证券投资基金、券商集合理财产品和信托产品募资规模的总和。

当前银行理财产品的兴起和迅速壮大,是中国利率市场化稳步推进、货币信贷政策总体偏紧、流动性监管趋严等条件下,商业银行顺应融资多元化和客户资产管理需求而进行的一种创新行为。从整个金融结构演变的角度看,这种更为市场化的创新是符合金融市场发展的总体趋势的,通过相应的市场和监管制度的完善,是可以更好地引导其发展的。中国银行理财产品市场尚处培育发展阶段,风险可控,总体平稳,但需进一步规范,潜在风险须重视。一些重要环节和领域的风险不容忽视。包括:滚动发行、期限错配中可能存在的流动性风险;资金池类产品的信息不透明和资产安全风险,与此同时,还存在银行表外业务风险可能向表内传导的可能性。展望2013年,国内财富管理市场竞争格局将更加激烈,银行理财产品市场和信托产品市场受到的“监管关注度”将会加大,证券投资基金市场和券商集合理财产品市场受到的“创新支持力度”将会加大,“一增一减”将明显改变未来国内财富管理市场的总体格局。中国理财产品的快速发展主要是市场需求推动的,发展速度虽然较快,但只占银行业资产的5%,相比美国2008年理财产品超过金融业资产的70%,还有较大空间。由此可见,理财市场空间巨大。

## 报告目录：

## 第一部分 行业现状

### 第一章 银行理财产品相关概述

#### 第一节 银行理财产品基本分类

##### 一、按标价货币分类

##### 二、按收益类型分类

#### 第二节 人民币理财产品概述

##### 一、人民币理财产品的概念

##### 二、人民币理财产品的类型

##### 三、人民币理财产品的风险

#### 第三节 外币保本理财产品分析

##### 一、外币保本理财产品的定义

##### 二、外币保本理财产品的优势

##### 三、外币保本理财产品的选择

## 第二章 2012-2013年中国银行理财产品市场发展环境分析

### 第一节 2012-2013年中国宏观经济发展环境分析

#### 一、2012-2013年中国GDP增长情况分析

#### 二、2012-2013年工业经济发展形势分析

#### 三、2012-2013年全社会固定资产投资分析

#### 四、2012-2013年社会消费品零售总额分析

#### 五、2012-2013年对外贸易的发展形势分析

#### 六、2012-2013年中国城乡恩格尔系数分析

### 第二节 中国银行理财产品发展政策环境分析

#### 一、中国“双率”调整情况

#### 二、国务院出台九条保经济增长措施

#### 三、中国银监会信贷监管类政策解读

#### 四、银行间债券发行政策环境放宽

#### 五、银监会严守理财产品发行关卡

#### 六、中国银行理财相关政策法规解读

##### （一）修改金融机构衍生产品交易办法

##### （二）商业银行理财产品销售管理办法

##### （三）加强商业银行理财业务风险管理

(四) 进一步规范银信理财合作业务的通知

(五) 规范银信理财合作业务转表范围及方式

### 第三节 中国银行理财产品发展社会环境分析

#### 一、中国城乡居民收入情况分析

(一) 人均GDP增长分析

(二) 城乡居民收入分析

(三) 城乡居民储蓄存款分析

#### 二、中国城乡居民消费能力分析

(一) 城乡居民消费支出情况

(二) 农村居民消费支出情况

(三) 居民消费信心指数分析

#### 三、中国居民投资渠道渐趋宽广

#### 四、居民物价及收入感受指数统计

#### 五、城市居民投资理财意愿调查

## 第三章 2012-2013年中国银行理财产品运行形势分析

### 第一节 年中国银行理财产品市场运行综述

#### 一、信托类理财产品

#### 二、债券融资类理财产品

#### 三、外汇货币类理财产品

#### 四、QDII理财产品

#### 五、结构性理财产品

#### 六、新股申购类理财产品

#### 七、中外资银行比较

### 第二节 2012-2013年中国银行理财产品市场发展分析

#### 一、2012-2013年中国银行理财产品市场概况

(一) 2012-2013年中国银行理财产品发行情况

(二) 2012-2013年中国银行理财产品到期情况

#### 二、2012-2013年中国银行理财产品分类统计

(一) 银行理财产品收益类型

(二) 银行理财产品委托期限

(三) 银行理财产品币种分布

(四) 银行理财产品基础资产

(五) 银行理财产品年化收益率

三、2012-2013年中国银行理财排行榜情况

(一) 2012-2013年银行理财发行能力排行榜

(二) 2012-2013年银行理财的收益率排行榜

(三) 2012-2013年理财产品到期收益率排行

第三节 2012-2013年中国银行理财产品市场存在的问题与对策

一、理财产品市场面临的问题

二、银行理财产品监管滞后带来的隐忧

三、银行理财产品自身存在不足

四、银行理财产品的投资渠道陷入尴尬境地

第四节 2012-2013年中国银行理财产品市场发展的对策

第二部分 行业市场

第四章 2012-2013年中国银行理财产品市场动态分析

第一节 2012-2013年中国银行理财产品市场发展综述

一、银行理财产品市场跨越式发展

二、中国银行理财产品主攻高端市场

三、境外理财产品渐成高端市场新宠

四、银行理财产品继续倾向于稳健型

五、2012-2013年中国理财产品的市场特点

六、2012-2013年外资行结构性理财产品崛起

七、银行理财产品市场避险情绪仍较浓

第二节 2012-2013年中国银行理财产品的市场调查分析

一、金融投资方式的选择

二、银行理财产品选择调查

三、中资银行理财产品分析

四、外资银行理财产品分析

五、银行理财产品或服务选择的关注因素

六、银行理财产品或服务信息的渠道

第三节 2012-2013年中国银行理财产品的零负收益现象透析

一、银行理财产品的收益率解析

- 二、中国银行理财零、负收益情况分析
- 三、年银行理财产品收益情况分析
- 四、银行理财产品产生零收益现象的原因
- 五、理财产品零收益的正视与防范

## 第五章 2012-2013年中国商业银行个人理财产品市场概述

### 第一节 年中国商业银行个人理财业务分析

- 一、中国商业银行个人理财业务发展概况
- 二、浅析中外银行个人理财业务的区别
- 三、透析中资银行个人理财业务的开发
- 四、中国商业银行个人理财业务面临的障碍
- 五、商业银行个人理财业务面临的风险及防御策略
- 六、中国商业银行业个人理财业务发展的综合战略
- 七、中国商业银行的产品创新趋势分析

### 第二节 年中国商业银行个人理财产品的市场供需探讨

- 一、商业银行个人理财产品的基本情况
- 二、商业银行个人理财产品的类型与特征
- 三、中国商业银行个人理财产品的市场需求概况
- 四、浅析影响个人理财产品需求的主要因素
- 五、中国商业银行个人理财产品的供给形势
- 六、商业银行个人理财产品市场开发对策
- 七、中国商业银行个人理财业务的创新策略

### 第三节 年中国商业银行个人理财产品市场营销概述

- 一、商业银行个人理财产品营销的重要性阐述
- 二、我国商业银行个人理财产品营销面临的阻碍
- 三、探讨商业银行个人理财产品的市场营销对策
- 四、商业银行个人理财产品销售的诀窍分析

### 第四节 年中国商业银行个人理财业务的法律问题探讨

- 一、相关法律界定
- 二、存在的法律风险
- 三、法律风险的成因分析
- 四、法律风险的防控对策

## 第六章 中国主要细分产品运行态势分析

### 第一节 信托类

- 一、银行信托类理财产品销售形势分析
- 二、银行信托贷款产品占市场主导地位
- 三、银行信托产品创新开发的战略思考

### 第二节 债券融资类

- 一、银行债券类理财产品市场供需格局
- 二、银行债券类理财产品市场发展形势
- 三、债券类理财产品成企业融资热门渠道
- 四、银行债券型理财产品投资风险分析

### 第三节 外汇货币类

- 一、银行外币理财产品发行现状分析
- 二、银行外币理财产品收益情况盘点
- 三、银行外币理财产品收益状况分析
- 四、银行外汇理财产品投资风险透析

### 第四节 银行系QDII

- 一、银行系QDII产品市场综述
- 二、股市回暖QDII理财产品市场上扬
- 三、QDII理财产品的市场风险透析

### 第五节 新股申购类

- 一、新股申购市场行情回顾
- 二、新股申购类产品收益现状
- 三、新股申购理财产品运行态势
- 四、单一打新理财产品困境重重

### 第六节 结构型

- 一、结构性理财产品发展情况
- 二、结构性理财产品获市场追捧
- 三、结构性理财产品风险浅析

## 第七章 2012-2013年中国银行理财产品市场竞争态势分析

### 第一节 中国银行理财产品竞争现状分析

- 一、中外银行市场竞争现状分析

## 二、中国五大国有银行竞争分析

(一) 工行

(二) 建行

(三) 中行

(四) 农行

(五) 交行

## 三、银行理财产品服务竞争分析

## 四、银行尚缺有竞争力理财产品

### 第二节 中国银行理财产品竞争态势分析

一、银行外币理财产品竞争分析

二、主要银行理财产品市场分析

三、理财产品成银行竞争的利器

四、银行理财产品以创新体现竞争力

### 第三节 中国银行理财产品存在不正当竞争分析

## 第八章 2012-2013中国主要银行理财产品发行机构关键性财务数据分析

### 第一节 中国银行股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

### 第二节 中国工商银行股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

### 第三节 中国建设银行股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析

### 第四节 招商银行股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析

### 第五节 中信银行股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析

### 第六节 北京银行股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析

## 第七节 兴业银行股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析

## 第九章 2014-2020年中国银行业运行新形势透析

### 第一节 中国银行业运行总体概况

- 一、中国银行业的分类及职能
- 二、中国零售银行发展的新特征
- 三、银行业产品创新呈现的特征
- 四、国内的银行业发生历史性的巨变
- 五、中国银行业信息化建设发展分析
- 六、未来中国银行业发展环境特点分析

### 第二节 中国银行业改革分析

- 一、中国银行业股份制改革发展综述
- 二、股份制改革后中国银行业实现的突破
- 三、银行业改革面临国际化方向新思考
- 四、浅析推进银行业监管改革的路径选择

### 第三节 2014-2020年中国银行业总体发展分析

- 一、银行业金融机构资产规模
- 二、银行业金融机构负债规模
- 三、银行业金融机构存款情况
- 四、银行业金融机构贷款情况
- 五、银行业金融机构盈利分析

### 第四节 2014-2020年中国银行业存在的问题与对策

- 一、中国银行业发展存在创新不足
- 二、中国银行业创新政策建议分析
- 三、中国银行业发展面临多重转型

- 四、中国银行业战略转型发展建议
- 五、加快中国银行业发展的主要措施
- 六、解析国内银行业并购的战略选择

## 第十章 2014-2020年中国银行中间业务运行新形势分析

### 第一节 2014-2020年中国银行中间业务市场现状阐述

- 一、银行中间业务增长乏力
- 二、中间业务结构需要进一步优化
- 三、中间业务收费与定价成为焦点
- 四、年大型上市银行中间业务发展分析
- 五、商业银行中间业务发展现状及存在的问题
- 六、农业银行实行国际化中间业务创新抢占先机

### 第二节 2014-2020年中国银行中间业务市场热点问题探讨及策略应对

- 一、银行中间业务“八大瓶颈”制约其发展
- 二、中国商业银行中间业务发展问题与对策
- 三、基层商业银行中间业务收费中的问题及对策

### 第三节 2014-2020年国有商业银行中间业务运行分析

- 一、国有商业银行中间业务的发展浅谈
- 二、国有商业银行业务结构分析
- 三、国有商业银行中间业务的问题
- 四、国内主要国有商业银行中间业务对比
- 五、国有商业银行中间业务竞争力SWOT分析
- 六、国有商业银行中间业务发展趋势
- 七、国有商业银行中间业务发展建议分析

### 第四节 2014-2020年外资银行中间业务评述

- 一、中外资银行中间业务发展对比分析
- 二、外资银行中间业务的发展优势分析
- 三、外资行开始从利差收入转向中间业务收入
- 四、外资银行中间业务让利将拓展深度理财
- 五、中间业务成外资银行快速增长期的竞争重点

### 第五节 2014-2020年城市商业银行中间业务市场发展透析

- 一、中国城市商业银行中间业务分类

- 二、中国城市商业银行中间业务发展现状
- 三、城商行中间业务发展中存在的问题分析
- 四、中小城市商业银行中间业务弱质性分析
- 五、欠发达地区城市商业银行中间业务开展
- 六、城市商业银行中间业务发展策略研究

### 第三部分 行业预测

#### 第十一章 2014-2020年中国银行理财产品投资概况及发展前景预测分析

##### 第一节 2014-2020年中国银行理财产品投资概况分析

- 一、银行理财产品和券商理财产品的投资比较
- 二、银行理财产品投资者动向
- 三、银行养老理财产品逐渐兴起
- 四、银行理财产品基金化发展方向

##### 第二节 2014-2020年中国银行理财产品前景预测分析

- 一、2014-2020年银行理财产品市场走势分析
- 二、2014-2020年银行理财产品市场发展方向预测
- 三、自主研发产品将主导未来中国理财市场
- 四、投资者认可度将决定银行理财产品未来市场
- 五、未来十年我国银行理财产品市场将持续高速增长

##### 第三节 2014-2020年中国银行理财产品盈利预测分析

### 第四部分 投资战略

#### 第十二章 2014-2020年中国银行理财产品投资环境及机会分析

##### 第一节 中国银行理财产品投资环境

- 一、未来全球及主要经济体经济增长预测
- 二、“十二五”期间中国投资形势预测
- 三、未来中国居民资产配置趋势预测
- 四、金融业发展和改革“十二五”规划

##### 第二节 中国银行理财产品投资机会与风险分析

- 一、银信产品发行步入上行通道
- 二、银行理财产品进入收益增长期
- 三、商业银行开发银行理财产品的风险

### 第三节 中国银行理财产品投资策略及建议分析

## 第十三章 博思数据关于银行理财产品行业投资战略研究

### 第一节 银行理财产品行业发展战略研究

#### 一、战略综合规划

#### 二、业务组合战略

#### 三、区域战略规划

#### 四、产业战略规划

#### 五、营销品牌战略

#### 六、竞争战略规划

### 第二节 对银行理财产品品牌的战略思考

#### 一、企业品牌的重要性

#### 二、银行理财产品实施品牌战略的意义

#### 三、银行理财产品企业品牌的现状分析

#### 四、银行理财产品企业的品牌战略

#### 五、银行理财产品品牌战略管理的策略

### 第三节 银行理财产品行业投资战略研究

#### 一、2012年银行理财产品行业投资战略

#### 二、2013年银行理财产品行业投资战略

#### 三、2014-2020年银行理财产品行业投资战略

#### 四、2014-2020年细分行业投资战略

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jinrong1410/943827A9BN.html>