

# 2019-2025年中国互联网理财行业市场监测与发展前景评估报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

# 一、报告报价

《2019-2025年中国互联网理财行业市场监测与发展前景评估报告》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.abaogao.com/b/zhengquan/7741286XMP.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、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，降低了理财产品管理及运营成本，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。

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国互联网理财行业市场监测与发展前景评估报告》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！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

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 and 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 2019-2025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 2019-2025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APP6.4.1 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

2019-2025年中国互联网理财行业发展趋势与前景分析11.1 2019-2025年中国互联网理财市场发展前景11.1.1 2019-2025年互联网理财市场发展潜力11.1.2 2019-2025年互联网理财市场发展前景展望11.1.3 2019-2025年互联网理财细分行业发展前景分析11.2 2019-2025年中国互联网理财市场发展趋势预测11.2.1 2019-2025年互联网理财行业发展趋势11.2.2 2019-2025年互联网理财市场规模预测11.2.3 2019-2025年互联网理财行业应用趋势预测11.2.4 2019-2025年细分市场发展趋势预测11.3 2019-2025年中国互联网理财行业供需预测11.3.1 2019-2025年中国互联网理财行业供给预测11.3.2 2019-2025年中国互联网理财行业需求预测11.3.3 2019-2025年中国互联网理财供需平衡预测 第十二章 2019-2025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 2019-2025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：2019-2025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：2019-2025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：2019-2025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：2019-2025年中国互联网理财发展趋势预测略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/zhengquan/7741286XMP.html>