

2016-2022年中国互联网金融市场前景研究与投资前景报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国互联网金融市场前景研究与投资前景报告》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/hulianwang/I58532Y5RS.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

2014年中国互联网金融产品和服务的网民渗透率达61.3%，超过六成网民使用过互联网金融产品和服务。当前第三方支付发展进入成熟期，增长速度放缓，互联网金融产品和服务渗透率的提升主要来自P2P个人借贷、众筹融资、理财APP等互联网金融模式的发展。在资本推动和中国网民投融资和支付需求逐步释放的大背景下，互联网金融产品(服务)的渗透率将进一步提升和壮大，成为整个互联网领域炙手可热的分支。

2014年中国各类互联网金融产品(服务)的网民认知度分布中，“第三方支付”的网民认知度最高，占比76.3%，其次为“基于互联网渠道的金融产品销售”与“P2P个人借贷”，分别占比41.9%与39.3%。

电子商务的兴起较早，第三方支付率先获得用户认知，近两年来线下支付场景的丰富，第三方支付应用功能的增多，第三支付的网民认知度相对较高。基于互联网渠道的基金销售以及P2P个人借贷近两年在互联网巨头以及资本的推动下，网民认知度提升较快。

45.1%的互联网金融产品(服务)用户通过“亲友介绍”获知相关信息，其次为“专家介绍”、“媒体报告”，分别占比20.4%、18.2%。当前，中国网民对互联网金融产品(服务)信息获取的诸多方式中，“亲友介绍”的接受度更高，因此，其推广方式应以用户的口碑宣传为主，并辅以专家解读。

2014年，超过六成的互联网金融用户以每月固定收入投资于互联网金融产品，占比64.3%。18.3%的用户投资资金来自于“其他理财资金转移”。

根据大多数互联网金融用户的投资资金来源，互联网金融产品(服务)的一次性投资规模较小，投资门槛低，灵活性相对较高，更能吸引工薪阶层。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国互联网金融市场前景研究与投资前景报告》共十章。首先介绍了中国互联网金融行业发展环境以及全球互联网金融产业发展现状，接着分析了中国互联网金融行业规模及消费需求，然后对中国互联网行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国互联网金融行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国互联网金融行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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1章 互联网金融行业投资总论 11

1.1 互联网金融相关概述 11

1.1.1 报告对互联网金融的定义 11

1.1.2 互联网金融两大产业板块 11

1.1.3 互联网金融三大核心要素 12

1.2 互联网金融行业进入壁垒分析 13

1.2.1 互联网金融行业资质壁垒 13

1.2.2 互联网金融行业资金壁垒 13

1.2.3 互联网金融行业技术壁垒 13

1.2.4 互联网金融用户群体壁垒 13

1.3 互联网金融行业投资效益分析 14

1.3.1 互联网金融行业经济效益 14

1.3.2 互联网金融行业社会效益 14

1.4 互联网金融行业发展机遇与挑战 15

1.4.1 互联网金融存在的问题分析 15

1.4.2 中小企业融资市场机会分析 15

第2章 互联网金融行业发展环境分析 19

2.1 互联网金融行业监管环境分析 19

2.1.1 互联网金融行业监管形态 19

2.1.2 互联网金融行业监管政策 19

2.1.3 互联网金融监管趋势前瞻 21

2.2 互联网金融行业经济环境分析 22

2.2.1 互联网行业周期分析 22

2.2.2 金融子行业周期分析 23

2.3 互联网金融行业其他环境分析 24

2.3.1 消费者行为对行业的影响 24

2.3.2 信息通讯技术发展对行业的影响 25

2.3.3 社会信用环境变化对行业的影响 25

第3章 互联网金融行业支撑体系分析 26

3.1 互联网金融行业核心系统综述	26
3.1.1 互联网金融行业支付系统分析	26
(1) 互联网金融支付技术基础分析	26
(2) 互联网金融支付系统发展趋势	26
3.1.2 互联网金融行业信息处理系统	26
(1) 互联网金融行业信息处理模式	26
(2) 互联网金融信息处理组成结构	27
3.1.3 互联网金融行业资源配置系统	27
(1) 互联网金融行业资源配置模式	27
(2) 互联网金融行业资源配置案例	27
3.2 互联网金融行业数据体系分析	28
3.2.1 云计算服务应用状况分析	28
3.2.2 大数据服务应用状况分析	28
(1) 互联网金融大数据应用对象	28
(2) 大数据服务领域竞争格局	30
(3) 大数据服务对互联网金融的影响	31
3.2.3 搜索引擎对互联网金融的影响	34
(1) 搜索引擎市场规模分析	34
(2) 搜索引擎请求量规模分析	35
(3) 搜索引擎用户规模分析	36
(4) 搜索引擎市场格局分析	37
3.3 互联网金融行业平台体系分析	38
3.3.1 电子商务平台发展格局分析	38
(1) 电子商务平台客户结构分析	38
(2) 电子商务市场竞争格局分析	40
(3) 电子商务领先企业优势分析	41
(4) 电子商务行业投资并购分析	43
3.3.2 社交网络平台发展格局分析	43
(1) 社交网络流量统计排名分析	43
(2) 社交网络市场竞争格局分析	45
(3) 社交网络领先企业优势分析	47
(4) 社交网络平台投资并购分析	48

3.3.3 第三方支付平台发展格局分析	49
(1) 第三方支付市场规模分析	49
(2) 第三方支付细分市场份额	50
(3) 第三方支付用户规模分析	52
(4) 第三方支付市场竞争格局	53
(5) 第三方支付企业并购分析	54
3.3.4 信息服务平台发展格局分析	55
(1) 门户网站综合统计排名	55
(2) 门户网站流量统计分析	55
1) 综合类门户网站	55
2) 生活服务门户网站	56
3) 科技资讯门户网站	57
4) 财经资讯门户网站	58
5) 休闲娱乐门户网站	58
(3) 地区性门户网站流量分析	60
(4) 门户网站竞争格局分析	60
(5) 门户网站投资并购分析	61
3.4 移动互联网支撑体系分析	62
3.4.1 移动互联网硬件配置情况	62
(1) 智能手机渗透程度分析	62
(2) 平板电脑普及程度分析	62
3.4.2 移动支付平台发展分析	63
3.4.3 移动软件使用排名分析	63
3.4.4 移动互联网发展趋势分析	64
3.5 互联网金融行业金融体系分析	67
3.5.1 金融机构经营效益对比分析	67
3.5.2 金融机构风险管理特点分析	68

第4章 互联网金融重点细分市场投资前景分析 70

4.1 网络银行市场投资前景分析	70
4.1.1 传统银行所面临的挑战分析	70
4.1.2 网络银行市场经营规模分析	71

4.1.3 银行的互联网金融服务模式	72
4.1.4 网络银行业务开展现状分析	73
4.1.5 新一代互联网银行发展方向	74
4.1.6 网络银行市场投资前景预测	76
(1) 商业银行利润规模分析	76
(2) 网络银行市场容量预测	77
4.2 网络保险市场投资前景分析	77
4.2.1 网络保险的电子化程度分析	77
4.2.2 网络保险交易市场规模分析	78
4.2.3 网络保险细分产品经营分析	79
4.2.4 网络保险业务开展风险分析	82
4.2.5 互联网与保险投资并购分析	84
4.2.6 国外网络保险行业成熟经验	85
4.2.7 网络保险市场投资前景预测	86
4.3 网络证券市场投资前景分析	87
4.3.1 券商业务的电子化程度分析	87
4.3.2 网络证券交易市场规模分析	87
4.3.3 网络证券细分业务经营分析	88
4.3.4 网络证券业务开展风险分析	88
4.3.5 国外网络证券行业成熟经验	89
4.3.6 网络证券市场投资前景预测	91
4.4 网络基金市场投资前景分析	91
4.4.1 基金业务的电子化程度分析	91
4.4.2 网络基金交易市场规模分析	91
4.4.3 网络基金业务发展困境分析	92
4.4.4 互联网与基金投资并购分析	93
4.4.5 国外网络基金行业成熟经验	93
4.4.6 网络基金市场投资前景预测	94
4.5 网络借贷市场投资前景分析	95
4.5.1 网络借贷行业投资门槛分析	95
4.5.2 网络借贷行业监管环境分析	95
4.5.3 网络借贷行业发展规模分析	95

- 4.5.4 网络借贷行业经营效益分析 96
- 4.5.5 网络借贷行业发展瓶颈分析 97
- 4.5.6 国外网络借贷发展成熟经验 97
- 4.5.7 网络借贷市场投资前景预测 98

第5章 移动互联网金融细分市场投资前景分析 99

5.1 移动银行市场投资前景分析 99

- 5.1.1 银行渠道交易成本对比 99
- 5.1.2 移动银行发展现状分析 99
- 5.1.3 移动银行软件市场分析 100
- 5.1.4 移动银行业务开展模式 100
- 5.1.5 移动银行发展前景分析 101

5.2 移动证券市场投资前景分析 102

- 5.2.1 移动证券覆盖情况分析 102
- 5.2.2 移动证券软件市场分析 102
- 5.2.3 移动证券交易品种分析 102
- 5.2.4 移动证券业务开展模式 104
- 5.2.5 移动证券业务发展前景 104

5.3 移动保险市场投资前景分析 105

- 5.3.1 移动保险超市推出现状 105
- 5.3.2 移动保险产品销售分析 106
- 5.3.3 移动保险业务开展模式 106
- 5.3.4 移动保险业务发展前景 107

5.4 移动基金市场投资前景分析 108

- 5.4.1 移动基金覆盖情况分析 108
- 5.4.2 移动基金软件市场分析 108
- 5.4.3 移动基金交易品种分析 110
- 5.4.4 移动基金业务开展模式 110
- 5.4.5 移动基金业务发展前景 111

第6章 互联网金融行业主体融合路径分析 112

6.1 互联网金融运行现状分析 112

- 6.1.1 互联网与金融的排他效应 112
- 6.1.2 互联网金融商业模式分析 112
- 6.1.3 互联网金融产品设计动向 116
- 6.1.4 互联网金融创新业务分析 117
- 6.2 互联网金融行业SWOT分析 117
 - 6.2.1 互联网金融行业优势分析 117
 - 6.2.2 互联网金融行业劣势分析 118
 - 6.2.3 互联网金融行业机会分析 118
 - 6.2.4 互联网金融行业威胁分析 119
- 6.3 互联网金融行业主体融合路径分析 119
 - 6.3.1 互联网与金融战略投资路径 119
 - 6.3.2 互联网与金融合资融合路径 119
 - 6.3.3 互联网与金融业务合作路径 120
 - 6.3.4 互联网与金融独立开发路径 120
- 6.4 互联网金融细分市场融合模式分析 120
 - 6.4.1 互联网与银行融合模式分析 120
 - 6.4.2 互联网与保险融合模式分析 121
 - 6.4.3 互联网与券商融合模式分析 121
 - 6.4.4 互联网与基金融合模式分析 122

第7章 互联网金融领先企业战略布局规划分析 124

- 7.1 阿里巴巴互联网金融布局规划分析 124
 - 7.1.1 企业组织架构分析 124
 - 7.1.2 企业战略资源分析 124
 - (1) 企业数据资源分析 124
 - (2) 企业平台资源分析 125
 - (3) 企业金融资源分析 126
 - 7.1.3 企业战略布局分析 126
 - 7.1.4 企业旗下网站流量分析 127
 - 7.1.5 企业最新投资并购动向 127
 - 7.1.6 企业金融业务经营效益 129
 - 7.1.7 企业金融风险管理体系 129

- 7.1.8 企业互联网金融业务优劣势 130
- 7.1.9 企业互联网金融业务发展前景 130
- 7.2 腾讯公司互联网金融布局规划分析 130
 - 7.2.1 企业组织架构分析 130
 - 7.2.2 企业战略资源分析 131
 - (1) 企业数据资源分析 131
 - (2) 企业平台资源分析 132
 - (3) 企业金融资源分析 133
 - 7.2.3 企业战略布局分析 133
 - 7.2.4 企业旗下网站流量分析 133
 - 7.2.5 企业最新投资并购动向 134
 - 7.2.6 企业金融业务经营效益 134
 - 7.2.7 企业金融风险管理体系 135
 - 7.2.8 企业互联网金融业务优劣势 135
 - 7.2.9 企业互联网金融业务发展前景 135
- 7.3 百度公司互联网金融布局规划分析 135
 - 7.3.1 企业组织架构分析 135
 - 7.3.2 企业战略资源分析 135
 - (1) 企业数据资源分析 136
 - (2) 企业平台资源分析 136
 - (3) 企业金融资源分析 136
 - 7.3.3 企业战略布局分析 137
 - 7.3.4 企业旗下网站流量分析 137
 - 7.3.5 企业最新投资并购动向 138
 - 7.3.6 企业金融业务经营效益 139
 - 7.3.7 企业金融风险管理体系 139
 - 7.3.8 企业互联网金融业务优劣势 140
 - 7.3.9 企业互联网金融业务发展前景 140
- 7.4 建设银行互联网金融布局规划分析 140
 - 7.4.1 企业组织架构分析 140
 - 7.4.2 企业战略资源分析 141
 - (1) 企业数据资源分析 141

- (2) 企业平台资源分析 141
- (3) 企业金融资源分析 142
- 7.4.3 企业战略布局分析 142
- 7.4.4 企业旗下网站流量分析 142
- 7.4.5 企业最新投资并购动向 142
- 7.4.6 企业金融业务经营效益 143
- 7.4.7 企业金融风险管理体系 143
- 7.4.8 企业互联网金融业务优劣势 144
- 7.4.9 企业互联网金融业务发展前景 144
- 7.5 工商银行互联网金融布局规划分析 144
- 7.5.1 企业组织架构分析 144
- 7.5.2 企业战略资源分析 145
 - (1) 企业数据资源分析 145
 - (2) 企业平台资源分析 145
 - (3) 企业金融资源分析 145
- 7.5.3 企业战略布局分析 145
- 7.5.4 企业旗下网站流量分析 146
- 7.5.5 企业最新投资并购动向 147
- 7.5.6 企业金融业务经营效益 147
- 7.5.7 企业金融风险管理体系 147
- 7.5.8 企业互联网金融业务优劣势 148
- 7.5.9 企业互联网金融业务发展前景 149
- 7.6 招商银行互联网金融布局规划分析 149
- 7.6.1 企业组织架构分析 149
- 7.6.2 企业战略资源分析 150
 - (1) 企业数据资源分析 150
 - (2) 企业平台资源分析 151
 - (3) 企业金融资源分析 151
- 7.6.3 企业战略布局分析 151
- 7.6.4 企业旗下网站流量分析 151
- 7.6.5 企业最新投资并购动向 152
- 7.6.6 企业金融业务经营效益 152

- 7.6.7 企业金融风险管理体系 153
- 7.6.8 企业互联网金融业务优劣势 153
- 7.6.9 企业互联网金融业务发展前景 153
- 7.7 平安集团互联网金融布局规划分析 154
 - 7.7.1 企业组织架构分析 154
 - 7.7.2 企业战略资源分析 154
 - (1) 企业数据资源分析 154
 - (2) 企业平台资源分析 154
 - (3) 企业金融资源分析 155
 - 7.7.3 企业战略布局分析 155
 - 7.7.4 企业旗下网站流量分析 155
 - 7.7.5 企业最新投资并购动向 156
 - 7.7.6 企业金融业务经营效益 156
 - 7.7.7 企业金融风险管理体系 156
 - 7.7.8 企业互联网金融业务优劣势 157
 - 7.7.9 企业互联网金融业务发展前景 157

第8章 互联网潜在合作企业经营特色分析 158

- 8.1 其他三大门户网站运营状况分析 158
 - 8.1.1 新浪公司运营状况分析 158
 - (1) 公司信息服务领域分析 158
 - (2) 公司重要流量入口分析 159
 - (3) 公司门户访客特征分析 159
 - (4) 公司应用软件开发状况 159
 - (5) 公司最新投资并购动向 159
 - (6) 公司最新产品研发动向 160
 - 8.1.2 网易公司运营状况分析 161
 - (1) 公司信息服务领域分析 161
 - (2) 公司重要流量入口分析 161
 - (3) 公司门户访客特征分析 161
 - (4) 公司应用软件开发状况 162
 - (5) 公司最新投资并购动向 163

(6) 公司最新产品研发动向 163

8.1.3 搜狐公司运营状况分析 163

(1) 公司信息服务领域分析 163

(2) 公司重要流量入口分析 164

(3) 公司门户访客特征分析 165

(4) 公司应用软件开发状况 165

(5) 公司最新投资并购动向 165

8.2 其他特色（移动）互联网运营状况分析 166

8.2.1 凤凰网运营状况分析 166

(1) 公司信息服务领域分析 166

(2) 公司其他流量入口分析 167

(3) 公司访客资源特征分析 167

(4) 公司应用软件开发状况 167

8.2.2 东方财富网运营状况分析 168

(1) 公司信息服务领域分析 168

(2) 公司其他流量入口分析 168

(3) 公司访客资源特征分析 168

(4) 公司应用软件开发状况 168

8.2.3 人人网运营状况分析 168

(1) 公司用户规模及特征分析 168

(2) 公司用户访问频率分析 170

(3) 公司盈利模式分析 170

(4) 公司应用软件开发状况 170

(5) 公司投融资动向分析 170

(6) 公司最新产品研发动向 171

8.2.4 奇虎360运营状况分析 171

(1) 公司用户规模及特征分析 171

(2) 公司盈利模式分析 171

(3) 公司应用软件开发状况 171

(4) 公司投融资动向分析 172

(5) 公司最新产品研发动向 172

8.2.5 优酷视频运营状况分析 173

- (1) 公司用户规模及特征分析 173
- (2) 公司盈利模式分析 175
- (3) 公司应用软件开发状况 176
- (4) 公司投融资动向分析 176
- (5) 公司最新产品研发动向 176

第9章 互联网金融行业发展前景分析 188

9.1 互联网金融行业投资风险分析 188

9.1.1 互联网金融技术风险分析 188

9.1.2 互联网金融业务风险分析 188

9.1.3 互联网金融法律风险分析 188

9.2 互联网金融行业发展趋势分析 189

9.2.1 互联网金融技术发展趋势 189

9.2.2 互联网金融行业竞争趋势 190

9.2.3 互联网金融服务模式发展趋势 191

9.2.4 互联网金融服务业务管理趋势 191

9.2.5 互联网金融行业投资并购趋势 192

9.3 互联网金融业务链投资前景 192

9.3.1 互联网金融支付系统投资前景 192

9.3.2 互联网信息处理系统投资前景 (zyzl) 194

9.3.3 互联网金融资源配置系统投资前景 195

9.3.4 移动互联网金融应用软件投资前景 195

9.4 互联网金融主体市场份额预测 197

9.4.1 互联网行业及内部市场份额预测 197

9.4.2 金融行业及内部市场份额预测 198

第10章 互联网金融行业投资建议 200

10.1 互联网金融行业风险管理建议 200

10.1.1 行业市场风险管理 200

10.1.2 行业信用风险管理 200

10.1.3 行业风险转移与风险分担 200

10.2 互联网金融业务链投资规划 201

10.2.1 电子商务平台投资规划	201
10.2.2 支付平台投资规划	202
10.2.3 金融机构整合规划	203
10.2.4 应用软件投资规划	205
10.3 互联网金融服务发展出路分析(zyzl)	206
10.3.1 互联网金融业务发展方向	206
10.3.2 互联网金融服务发展方向	207
10.4 互联网金融生态圈规划建议	208
10.4.1 企业内部架构组织建议	208
10.4.2 企业外部并购策略建议	209
10.4.3 互联网金融业务整合建议	210

图表目录：

图表1：互联网金融三种类型	11
图表2：互联网金融三大核心要素概括	12
图表3：主要第三方支付公司经营状况	14
图表4：2007-2014年中小企业贷款余额及其占金融机构贷款余额比重（单位：万亿，%）	15
图表5：中国中小企业数量地区分布和占比情况（单位：家，%）	16
图表6：中小企业各地区融资需求情况（单位：亿元）	17
图表7：第三方支付监管政策演进	20
图表8：2004-2014年中国第三方支付相关法律法规一览	20
图表9：2005-2014年网民规模与互联网普及率（单位：万人，%）	22
图表10：2007-2013年手机网民数量及占比（单位：万人，%）	23
图表11：互联网行业发展走势	23
图表12：金融主要子行业的周期比较	24
图表13：2015-2019年金融领域大数据市场规模（单位：亿元，%）	29
图表14：2014年金融大数据市场投资结构（单位：%）	30
图表15：截至2014年5月全球大数据厂商收入（单位：百万美元）	30
图表16：2015-2019年全球大数据市场格局走势（单位：十亿美元）	31
图表17：经济形态的转变衍生出新的金融需求	32
图表18：中国金融业未来的三个层次竞争	33
图表19：金融业潜在进入者构成	34

图表20：2002-2014年中国搜索引擎市场规模（单位：亿元，%） 35

图表21：2014年中国搜索引擎市场PC端总搜索请求量趋势（单位：亿次，%） 36

图表22：2011-2014年中国搜索引擎用户数及使用率（单位：万人，%） 36

图表23：2014年中国主要搜索引擎运营商营收份额占比（单位：%） 37

图表24：2014年中国主电子商务市场客户规模（单位：家，亿人） 39

图表25：2014年中国典型网络零售商注册规模（单位：万人） 39

图表26：2009-2014年中国电子商务市场交易规模（单位：亿元，%） 40

图表27：2014年B2C平台网络购物市场份额（单位：%） 41

图表28：2014年C2C网络购物市场份额（单位：%） 41

图表29：电子商务领先企业对比 42

图表30：2012-2014年电子商务行业投资并购事件汇总 43

图表31：2014年5月全球最活跃社交网络排名（单位：%） 44

图表32：中国社会网络月度覆盖人数（单位：亿人，%） 45

图表33：中国主要社交媒体月度覆盖人数（单位：亿人） 46

图表34：中国主要社交媒体指标对比 46

图表35：中国主要社交媒体目标用户群体指数 48

图表36：2009-2014年中国第三方支付市场交易规模（单位：万亿元，%） 50

图表37：2009-2014年中国第三方银行卡收单市场交易规模分析（单位：万亿元，%） 50

图表38：2009-2014年中国第三方互联网支付市场交易规模分析（单位：亿元，%） 51

图表39：2009-2014年中国第三方移动支付市场交易规模分析（单位：亿元，%） 52

图表40：2008-2014年中国第三方支付注册账户规模（单位：亿户） 52

图表41：2012年第三方支付核心企业交易规模（单位：亿元） 53

图表42：2012年第三方支付企业市场份额占比情况（单位：%） 53

图表43：2005-2014年第三方支付平台并购事件汇总 54

图表44：2013/7/18门户网站综合统计排名情况（单位：人/百万人，页/人） 55

图表45：2013/7/18综合类门户网站流量排名情况（单位：人/百万人，页/人） 55

图表46：2013/7/18生活服务门户网站流量排名情况（单位：人/百万人，页/人） 56

图表47：2013/7/18科技资讯门户网站流量排名情况（单位：人/百万人） 57

图表48：2013/7/18财经资讯门户网站流量排名情况（单位：人/百万人，页/人） 58

图表49：2013/7/18休闲娱乐门户网站流量排名情况（单位：人/百万人，页/人） 58

图表50：2013/7/18地区性分类综合门户网站流量排名情况（单位：人/百万人，页/人） 60

图表51：2014年门户网站投资并购事件汇总 61

图表52：2015-2019年中国手机市场出货量分产品预测（单位：部） 62

图表53：2015-2019年全球平板及PC预测（单位：百万部） 63

图表54：2013.07.17手机应用软件排行榜 64

图表55：2013-2014年中国移动互联网市场规模预测（单位：亿元，%） 65

图表56：2013-2015年中国移动互联网用户规模预测（单位：亿，%） 66

图表57：2011.Q4-2013.Q4商业银行机构利润率季度变化（单位：%） 67

图表58：2011.Q4-2013.Q4商业银行机构净息差和成本收入比季度变化（单位：%） 68

图表59：2009-2016年中国电子银行交易笔数和替代率（单位：亿笔，%） 71

图表60：2009-2016年中国网银交易规模及增长率（单位：万亿，%） 72

图表61：银行的互联网金融服务模式分析 72

图表62：新一代互联网银行内部体系 75

图表63：2009-2014年商业银行利润规模走势（单位：亿元，%） 76

图表64：2015-2019年网络银行市场容量预测（单位：亿元，%） 77

图表65：2014年中国保险网销用户年龄分布（单位：亿元，%） 78

图表66：2014年中国保险网销用户性别分布（单位：亿元，%） 78

图表67：2009-2014年网络保险网上支付交易额及其增长率（单位：亿元，%） 79

图表68：旅游险网上投保情况分析（单位：元，人） 79

图表69：综合意外险网上投保情况分析（单位：元，人） 80

图表70：健康险网上投保情况分析（单位：元，人） 81

图表71：家财险网上投保情况分析（单位：元，人） 82

图表72：2015-2019年网络保险市场容量预测（单位：亿元，%） 87

图表73：美国电子化交易发展过程 90

图表74：中国基金销售整体市场及各渠道电商化水平情况（单位：亿元，%） 92

图表75：2007-2014年国内网络借贷交易规模变化情况（单位：亿元） 96

图表76：美国银行业不同服务渠道的交易成本（单位：美元） 99

图表77：非洲国家手机银行概览 100

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/I58532Y5RS.html>