

2008年中国私人理财业研究咨询 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

《2008年中国私人理财业研究咨询报告》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/meitan/L650437810.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

2008年中国私人理财业研究咨询报告 内容介绍：

在今天，理财已经是深入人心，越来越多的人积极参与到理财大潮之中，开放式基金、信托、人民币和外币理财产品逐步走进百姓生活中，并在家庭资产中占据的比例越来越大。在这个尚未成熟的市场中，有的人盲目乐观自信，有的则谨慎保守，有的梦想一夜暴富，有的则过分追求安全，每个人对于理财都有迥然不同的心态和期待。这种差异性受各种因素的影响，按照重要性依次是学历、工资性收入在家庭总收入的比例、年龄。

目前，我国的理财市场还存在着很大的问题，银行，保险，证券，信托分业经营，金融机构割据并立，每一业的理财产品都有很强的分业特征，理财产品单一；综合理财人员缺乏，很多银行等机构的理财人员无法使客户达到对理财产品的高度认知。而新诞生的这些由原各类理财专家组建的专业全面理财机构，又没有像银行、保险、信托等机构那样的资本实力去大规模地开展各类宣传。另外，对于个人理财者而言，风险意识不足，多存在理财产品“只赚不赔”的认识误区，并且与金融机构之间的双向沟通不良，金融机构存在片面夸大收益的倾向。因此降低了投资者对于风险的承受能力，增大了个人理财市场的不确定性。

中国的理财业还处于新生阶段，却已经颇具规模而且前景非常广阔。目前，中国是亚洲地区的第二大市场，其富有客户拥有大约1.44万亿美金的管理资产。近年以来，中国经济保持持续强劲增长，市场条件更加开放，各个理财客户群的资产也在进一步积累，这些因素都将支持理财业务的持续增长。2007年国内居民所拥有的金融资产将升至16.5万亿人民币；国内个人理财发展概况

第一节 个人理财基本情况

- 一、个人理财定义
- 二、个人理财的KISS法则
- 三、个人理财处理安排
- 四、个人理财目标分类

第二节 个人理财宏观环境分析

- 一、2007年1-9月工业生产分析
- 二、2007年1-9月社会消费分析
- 三、2007年1-9月固定资产投资分析
- 四、2007年1-9月对外贸易分析
- 五、2007年1-9月居民消费价格指数

第三节 个人理财政策环境分析

- 一、基金新政解读
- 二、货币政策分析
- 三、各国维护金融稳定的法规政策
- 四、商业银行个人理财业务管理分析

第二章 世界个人理财发展分析

第一节 美国商业银行理财业务发展分析

- 一、银行理财业务的组织架构
- 二、理财业务的服务和产品
- 三、理财业务的主要模式
- 四、理财业务的流程

第二节 加拿大个人理财业的发展分析

- 一、加拿大个人理财业的进程
- 二、加拿大个人理财业的特点
- 三、加拿大个人理财对我国的启示

第三节 其他国家个人理财市场发展分析

- 一、德国网络银行的作用
- 二、日本私人理财业务发展
- 三、法国家庭理财市场分析
- 四、新加坡家庭理财市场分析
- 五、韩国家庭理财市场分析
- 六、英国家庭理财市场分析
- 七、南非家庭理财市场分析
- 八、比利时家庭理财市场分析

第二部分 行业市场现状

第三章 中国个人理财(个人理财市场分析)市场分析

第一节 中国个人理财(个人理财市场分析)市场现状分析

- 一、个人理财市场概况
- 二、个人理财市场的规模
- 三、个人理财市场状态
- 四、2007年个人理财流行观念

第二节 中国个人理财(个人理财市场分析)市场变化分析

- 一、学历收入年龄左右理财观
- 二、国人理财的偏好分析
- 三、国人理财存在的顾忌分析
- 四、对理财产品的了解程度分析

第三节 理财规划师市场分析

- 一、我国理财规划师队伍的现状
- 二、理财规划师的具体职责
- 三、理财规划师的作用
- 四、理财规划师培训市场状况

第四节 农村个人理财的障碍与对策分析

- 一、农村个人理财现状
- 二、农村个人理财的障碍
- 三、农村个人理财的对策

第四章 中国个人理财形态分析

第一节 中国个人理财(个人理财市场分析)市场分布及理财信心分析

- 一、具有理财能力的人群分布
- 二、中国个人理财信心分析
- 三、理财者对投资理财产品的期望

第二节 国人投资理财观念分析

- 一、认为赚钱是第一位的比例
- 二、认为该把钱存银行的比例
- 三、认为节俭是理财关键的比例
- 四、不相信银行顾问的比例
- 五、认为自己没有时间的比例

第三节 个人理财信息的来源及影响

- 一、理财者理财信息的来源渠道
- 二、来源渠道对最终决策的影响

第五章 中国个人理财行为分析

第一节 中国个人理财分年龄状况

- 一、人生各年龄段理财分析
- 二、20-40年龄段的置业理财
- 三、不同年龄段的人理财策略

第二节 不同收入群个人理财状况

一、年收入5万元以下理财状况

二、中等收入阶层理财状况

三、高等收入阶层理财状况

第三节 不同区域个人理财市场分析

一、上海投资理财人群调查

二、北京、上海、深圳理财人群比较

第三部分 行业产品分析

第六章 个人理财产品分析

第一节 银行个人理财产品分析

一、2007年1-9月银行理财市场热点

二、国内银行业考察行业理财业务的开展情况

三、银行个人理财产品的供需分析

四、中外资银行外币理财大盘点

五、银行理财产品收益率调查

六、银行理财业务监管分析

七、银行理财业务发展路径选择

第二节 保险理财市场发展分析

一、投连险和基金的区别

二、农村保险理财市场现状

三、社会保险认识误区分析

四、寿险产品在个人理财中的不足

五、财产保险在个人理财中的优势和不足

第三节 基金理财市场发展分析

一、基金理财知识

二、中低收入家庭的基金理财

三、“定投”频繁操作的影响分析

四、基金理财高收益的挑战

五、2007年基金排行分析

第四节 楼市理财市场发展分析

一、2007年1-9月中国房地产(房地产市场分析)市场状况

二、中国房地产的市场政策分析

三、楼市“寒流”下的投资理财分析

四、房产在个人理财中的优势与不足

第五节 外汇理财市场发展分析

一、2007年1-8月外汇市场状况

二、外汇理财产品价值分析

三、选择外汇理财产品的策略

四、美元走势对外汇理财的影响

第六节 期货理财市场发展分析

一、2007年1-10月期货市场分析

二、期货理财市场发展状况

三、期权在个人理财中的不足

第七节 股市理财市场发展分析

一、2007年1-8月股票市场分析

二、中国股市规模远景分析

三、股市理财市场风险分析

第八节 其他理财产品市场分析

一、信托理财产品分析

二、普通纪念金属币在个人理财中的优势与不足

三、金银纪念币在个人理财中的优势与不足

四、黄金在个人理财中的优势与不足

五、古玩在个人理财中的优势

六、彩票在个人理财中的优势与不足

第四部分 行业市场竞争

第七章 个人理财(个人理财市场分析)市场竞争分析

第一节 个人理财市场竞争现状

一、上班族投资理财比较分析

二、外汇理财竞争升级

三、国际风险投资积极进入

第二节 中国理财(理财市场分析)市场(理财市场竞争力)竞争格局分析

一、理财新品种层出不穷

二、理财市场亟待监管

三、银行理财的竞争焦点

第三节 个人理财市场产品的竞争分析

一、中外理财产品竞争分析

二、国内个人理财产品(个人理财产品市场考察)市场竞争

第四节 银行的个人理财业务竞争分析

一、工行深圳分行个人理财业务的转变

二、中信银行个人理财业务的整合

三、荷兰银行瞄准个人理财高端市场

四、光大银行领跑国内个人理财(个人理财市场考察)市场

第五部分 行业趋势及策略

第八章 个人理财(个人理财市场分析)市场发展趋势

第一节 个人理财市场走势分析

一、黄金期货成个人理财“新宠”

二、私人银行的兴起

三、百姓投资理财的走势

四、投资者心理变化分析

第二节 国内银行个人理财业务趋势

一、业务平台的发展趋势

二、服务网点的发展趋势

三、服务方向的转变

第三节 中国金融理财(金融理财市场分析)市场发展趋势

一、进入黄金10年阶段

二、各类金融机构理财市场的竞争

三、中国理财(理财市场分析)市场价值链的变化

四、法律与监管的重要作用

第九章 个人理财发展策略分析

第一节 商业银行个人理财业务的营销策略

一、水平营销理论及其运用

二、个人理财业务水平营销的实施

三、商业银行个人理财业务发展策略

第二节 个人理财的发展策略分析

一、个人理财领域的潜规则分析

二、个人理财业务市场的拓展分析

三、个人理财业务的挑战及对策

四、个人理财业务市场的竞争战略

第三节 代客境外理财业务的风险分析

一、代客境外理财业务的内涵

二、代客境外理财业务的操作流程

三、代客境外理财产品的风险分析

四、提高代客境外理财风险能力的对策

第四节 个人理财投资策略分析

一、个人理财投资现状分析

二、个人理财的投资方向

三、个人理财投资工具分析

四、2008年个人理财投资机会

图表目录

图表：1999年8月-2007年9月工业增加值月度同比增长率

图表：1999年8月-2007年9月社会消费品零售总额月度同比增长率

图表：1999年1-8月-2007年1-9月固定资产投资完成额月度累计同比增长率

图表：1999年8月-2007年9月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率

图表：1999年8月-2007年9月居民消费价格指数

图表：1999年8月-2007年9月工业品出厂价格指数

图表：1999年8月-2007年9月货币供应量月度同比增长率

图表：1998年至2006年中国基金(基金市场分析)市场规模变动情况

图表：美国共同基金规模与费率关系

图表：基金资产变动与管理费用的关系

图表：有关国家中央银行金融稳定政策目标

图表：银行向客户提供标准化服务框架

图表：加拿大注册金融理财师的数量增长图

图表：加拿大CFP的从业情况

图表：国内居民金融资产规模和个人理财市场规模

图表：国内个人理财(个人理财市场考察)市场构成

图表：影响个人理财市场的三大因素

图表：上海理财人群性别比例

图表：深圳理财人群性别比例

图表：上海理财人群年龄分布

图表：深圳理财人群年龄分布

图表：上海理财人群学历分布

图表：上海理财人群职业分布

图表：上海理财人群职务构成

图表：上海理财人群家庭组成情况

图表：上海理财人群月收入分布

图表：上海理财人群关注的消费领域

图表：上海理财人群关注的投资工具

图表：深圳、上海、北京不同性别理财人群比较

图表：深圳、上海、北京不同年龄理财人群分布

图表：深圳、上海、北京不同学历人群分布

图表：深圳、上海、北京理财人群家庭组成情况比较

图表：深圳、上海、北京理财人群消费倾向差异

图表：深圳、上海、北京理财人群对投资领域的关注差异

图表：2006年各商业银行人民币理财产品发行情况

图表：2006年-2007年4月我国商业银行新推人民币理财产品数

图表：几种常见的不同金融产品的收益率及风险水平比较

图表：2007年1月外汇市场汇率变化

图表：2007年1月银行间外汇市场期末加权平均汇率

图表：2007年2月外汇市场汇率变化

图表：2007年2月银行间外汇市场期末加权平均汇率

图表：2007年3月外汇市场汇率变化

图表：2007年3月银行间外汇市场期末加权平均汇率

图表：2007年4月外汇市场汇率变化

图表：2007年4月银行间外汇市场期末加权平均汇率

图表：2007年5月外汇市场汇率变化

图表：2007年5月银行间外汇市场期末加权平均汇率

图表：2007年6月外汇市场汇率变化

图表：2007年6月银行间外汇市场期末加权平均汇率

图表：2007年7月外汇市场汇率变化

图表：2007年7月银行间外汇市场期末加权平均汇率

图表：2007年8月外汇市场汇率变化

图表：2007年8月银行间外汇市场期末加权平均汇率

图表：2007年1月各交易所期货交易量

图表：2007年1月期货市场变化

图表：2007年2月各交易所期货交易量

图表：2007年2月期货市场变化

图表：2007年3月各交易所期货交易量

图表：2007年3月期货市场变化

图表：2007年4月各交易所期货交易量

图表：2007年4月期货市场变化

图表：2007年5月各交易所期货交易量

图表：2007年5月期货市场变化

图表：2007年6月各交易所期货交易量

图表：2007年6月期货市场变化

图表：2007年7月各交易所期货交易量

图表：2007年7月期货市场变化

图表：2007年8月各交易所期货交易量

图表：2007年8月期货市场变化

图表：2007年9月期货市场变化

图表：2007年10月期货市场变化

图表：2007年1月股票市场分析

图表：2007年1月股票市场筹资额

图表：2007年1月股票市场成交额

图表：2007年1月沪深股市指数走势

图表：2007年1月股票市价总值

图表：2007年2月股票市场分析

图表：2007年2月股票市场筹资额

图表：2007年2月股票市场成交额

图表：2007年2月沪深股市指数走势

图表：2007年2月股票市价总值

图表：2007年3月股票市场分析

图表：2007年3月股票市场筹资额

图表：2007年3月股票市场成交额

图表：2007年3月沪深股市指数走势

图表：2007年3月股票市价总值

图表：2007年4月股票市场分析

图表：2007年4月股票市场筹资额

图表：2007年4月股票市场成交额

图表：2007年4月沪深股市指数走势

图表：2007年4月股票市价总值

图表：2007年5月股票市场分析

图表：2007年5月股票市场筹资额

图表：2007年5月股票市场成交额

图表：2007年5月沪深股市指数走势

图表：2007年5月股票市价总值

图表：2007年6月股票市场分析

图表：2007年6月股票市场筹资额

图表：2007年6月股票市场成交额

图表：2007年6月沪深股市指数走势

图表：2007年6月股票市价总值

图表：2007年7月股票市场分析

图表：2007年7月股票市场筹资额

图表：2007年7月股票市场成交额

图表：2007年7月沪深股市指数走势

图表：2007年7月股票市价总值

图表：2007年8月股票市场分析

图表：2007年8月股票市场筹资额

图表：2007年8月股票市场成交额

图表：2007年8月沪深股市指数走势

图表：2007年8月股票市价总值

图表：外汇理财、人民币理财与境外理财大比拼

图表：美国理财产品分析

图表：美国3A级别的银行和金融的利率

图表：巴西国债收益率与美国国债比较

图表：垂直营销和水平营销的区别

图表：水平营销案例分析

图表：我国商业银行理财产品实施水平营销产生的创意

图表：商业银行个人理财业务服务流程

图表：代客境外理财产品操作步骤

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/meitan/L650437810.html>