

# 2019-2025年中国互联网金融行业市场监测与发展战略研究报告

## 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年中国互联网金融行业市场监测与发展战略研究报告》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.abaogao.com/b/zhengquan/N03827PV24.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

互联网金融（ITFIN）是指传统金融机构与互联网企业利用互联网技术和信息通信技术实现资金融通、支付、投资和信息中介服务的新型金融业务模式。互联网金融ITFIN不是互联网和金融业的简单结合，而是在实现安全、移动等网络技术水平上，被用户熟悉接受后（尤其是对电子商务的接受），自然而然为适应新的需求而产生的新模式及新业务，是传统金融行业与互联网精神相结合的新兴领域。

当前互联网+金融格局，由传统金融机构和非金融机构组成。传统金融机构主要为传统金融业务的互联网创新以及电商化创新、APP软件等；非金融机构则主要是指利用互联网技术进行金融运作的电商企业、（P2P）模式的网络借贷平台，众筹模式的网络投资平台，挖财类（模式）的手机理财APP(理财宝类)，以及第三方支付平台等。中国金融业的改革是全球瞩目的大事，尤其是利率市场化、汇率市场化和金融管制的放松。而全球主要经济体每一次重要的体制变革，往往伴随着重大的金融创新。中国的金融改革，正值互联网金融潮流兴起，在传统金融部门和互联网金融的推动下，中国的金融效率、交易结构，甚至整体金融架构都将发生深刻变革。

互联网金融估值维持较高水准。当前互联网金融板块市盈率(TTM)73倍，处于2006-2017年（除2015年极高估值外）平均估值62倍上方。互联网金融热潮从2014年下半年开启，第三方支付、P2P、消费金融相继成为市场热点。互联网金融2013-2017年估值（剔除2015年）数据来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国互联网金融行业市场监测与发展战略研究报告》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1章 互联网金融发展及对银行业的冲击与重构321.1我国互联网金融的异军突起321.1.1互联网金融主要模式及特点321.1.2互联网金融在我国发展现状35（1）第三方支付35（2）P2P网贷36（3）众筹融资37（4）电商小贷38（5）互联网理财40（6）虚拟货币41（7）金融产品互联网销售431.1.3互联网金融兴起的原因剖析441.1.4互联网金融的优势及风险评

估461.1.5互联网金融未来的发展趋向48（1）行业监管趋向48（2）行业演进趋势49（3）行业技术趋向491.2互联网金融对银行业的冲击与挑战501.2.1互联网给金融业带来了什么50（1）极为低廉的交易成本50（2）更有效的大数据分析方法50（3）打破了信息的不对称性格局51（4）摆脱了时间与空间的限制52（5）改变了消费者的行为与习惯531.2.2互联网金融对银行业的冲击与挑战56（1）对银行业收入端的冲击561）支付平台&mdash;&mdash;冲击多项中收562）理财平台&mdash;&mdash;冲击代理业务573）综合平台&mdash;&mdash;冲击理财业务574）网贷平台&mdash;&mdash;争夺中小客户信贷资源57（2）对银行业成本端的冲击581）支付平台&mdash;&mdash;冲击活期存款582）网贷平台&mdash;&mdash;冲击定存理财593）理财平台&mdash;&mdash;冲击存款理财594）综合平台&mdash;&mdash;冲击存款理财601.2.3互联网金融对银行业冲击程度测算61（1）对银行业收入端冲击的测算61（2）对银行业成本端冲击的测算611.3互联网金融对银行业的颠覆与重构621.3.1银行的金融中介功能边缘化621.3.2颠覆银行业传统经营方式和盈利模式631.3.3银行业的发展版图和竞争格局面临重构641.3.4传统金融生态链面临重大变局651.4互联网金融时代银行客户行为变化趋势661.4.1银行客户经历的四个时代661.4.2银行客户的行为变化趋势68（1）第一阶段：网点依赖型行为模式68（2）第二阶段：半自助化行为模式69（3）第三阶段：多渠道的互联网化行为模式69（4）第四阶段：“自我为中心+平台化”行为趋势711.5互联网金融背景下银行业经营业绩721.5.1银行业总体经营业绩72

2016年末广义货币供应量（M2）余额155.0万亿元，比上年末增长11.3%；狭义货币供应量（M1）余额48.7万亿元，增长21.4%；流通中货币（M0）余额6.8万亿元，增长8.1%。2016年社会融资规模增量17.8万亿元，比上年多2.4万亿元。年末全部金融机构本外币各项存款余额155.5万亿元，比年初增加15.7万亿元，其中人民币各项存款余额150.6万亿元，增加14.9万亿元。全部金融机构本外币各项贷款余额112.1万亿元，增加12.7万亿元，其中人民币各项贷款余额106.6万亿元，增加12.6万亿元。

全球经济一体化及经济金融环境的不确定性，也使商业银行面临的风险显现出复杂性、突发性、扩散性和快速传播性等新特征。在市场竞争方面，随着金融市场发育程度和开放程度的不断提高，大型银行面临的竞争格局、竞争的空间范围和竞争对手已经并正在继续发生深刻的变化。

在中国经济高速增长的同时，中国银行业亦得到快速发展。根据中国人民银行数据，2012年至2016年中国银行业人民币贷款与存款总额年均复合增长率分别为15.42%和14.35%。

项目	2012年12月31日	2013年12月31日	2014年12月31日	2015年12月31日	2016年12月31日	年均复合增长率
人民币贷款总额（亿元）	629,910	718,961	816,770	992,902	1,117,809	15.42%
人民币存款总额（亿元）	917,555	1,043,847	1,138,645	1,409,061	1,568,869	14.35%
外币贷						

款总额(亿美元) 6,836 7,769 8,351 8,303 7,858 3.54% 外币存款总额(亿美元) 4,065 4,386 5,735 6,272 7,119 15.04% 数据来源:公开资料、智研数据研究中心整理

根据中国银监会统计口径,国内银行业金融机构主要分为大型商业银行、股份制商业银行、城市商业银行、农村金融机构和其他类金融机构等。下表列示截至2016年12月31日的中国银行业金融机构资产负债情况(单位:万亿元)

项目	总资产	总负债	金额	占比	金额	占比
大型商业银行	86.60	37.29%	79.93	37.21%	40.80	18.99%
股份制商业银行	43.47	18.72%	40.80	18.99%	27.72	12.91%
城市商业银行	28.24	12.16%	26.40	12.29%	27.72	12.91%
农村金融机构	29.90	12.87%	27.72	12.91%	214.82	100.00%
其他银行业金融机构	44.05	18.97%	39.97	18.61%		
合计	232.25	100.00%	214.82	100.00%		

100.0 数据来源:公开资料、智研数据研究中心整理

### 1.5.2 上市银行经营情况

## 第2章 银行业转型突围方向及互联网金融布局策略

### 802.1 银行业转型突围方向与路径

#### 802.1.1 银行业转型突围方向与思路

(1) 开辟非网点渠道,打造立体式服务渠道

(2) 切入互联网金融,推动金融业务创新

(3) 线下网点智能化改造,助力传统渠道转型

(4) 重视大数据运用,改造银行业务流程

(5) 客户下沉,进军长尾市场

#### 872.1.2 银行业布局互联网金融的可行性与路径选择

(1) 银行业互联网金融建设的必要性

(2) 银行业与互联网金融融合的可行性

(3) 银行业布局互联网金融的战略步骤

(4) 银行业发展互联网金融的路径选择

(5) 当前银行业互联网金融的实践探索

### 1002.2 银行业互联网金融建设路径之——直销银行

#### 1012.2.1 直销银行的定位与特点

(1) 定位中端客户群

(2) 组织结构扁平化

(3) 去“实体化”的营销模式

(4) 吸引客户的方式灵活多样

(5) 追求便捷性和安全性的统一

#### 1022.2.2 直销银行的优势及价值

(1) 直销银行的优势体现

(2) 银行业开展直销银行的价值

#### 1042.2.3 银行业开展直销银行的可行性

(1) 客户群体适应性

(2) 规模适应性

(3) 政策环境适应性

(4) 技术支持可行性

#### 1072.2.4 直销银行建设的关键因素

(1) 直销银行建设的基础

(2) 直销银行建设的前提

(3) 对目标客户定位的要求

(4) 对营销体系的要求

#### 1092.2.5 银行业直销银行战略部署与经营策略

(1) 直销银行的战略部署

(2) 直销银行的组织模式

(3) 直销银行的经营策略

(11) 产品策略

(112) 营销策略

(1143) 成本管控策略

#### 1162.2.6 直销银行成功关键:如何处理好内部竞合关系

(1) 战略定位的重叠——差异化的战略定位

(2) 客户资源的重叠——补充性的客户定位

(3) 产品种类的重叠——专属化的产品体系

(4) 服务渠道的重叠——包容性的渠道平台

#### 1182.2.7 直销银行外部联盟合作战略选择

(1) 与大型电商平台合作

(2) 与第三方支付等金融企业合作

(3) 与非金融领域最佳实践公司的合作

#### 1192.2.8 银行业开展直销银行业务的建议

(1) 中国式直销银行的发展困境

(2) 中国银行业开展直销银行的建议

### 1202.3 银行业互联网金融建设路径之——电商平台

#### 1222.3.1 银行进军电商的可行性分析

#### 1222.3.2 银行发展电商的条件与基础

#### 1242.3.3 银行发

展电商的差异化定位124 (1) 与银行的业务价值对接124 (2) 与银行的客户群体对接125 (3) 与银行的发展策略对接1252.3.4银行业进军电商的路径与模式选择1252.3.5银行业电商业务的优劣势分析1272.3.6银行系电商的症结及突破对策1272.3.7银行系电商平台典型案例研究131 (1) 建行&ldquo;善融商务&rdquo;131 (2) 交行&ldquo;交博汇&rdquo;133 (3) 农行&ldquo;E商管家&rdquo;133 (4) 工行&ldquo;融e购&ldquo;1342.3.8银行系电商运营策略建议136 (1) 增强客户黏性的实施方案136 (2) 改进服务产品的实施方法136 (3) 加强风险管理优势的举措137 (4) 如何深入挖掘与利用大数据1372.4银行业互联网金融建设路径之&mdash;&mdash;P2P1382.4.1 银行业P2P投资价值1382.4.2银行业开展P2P的优势1392.4.3银行业开展P2P的可行性140 (1) 政策环境适应性140 (2) 对风险管理的可行性141 (3) 客户与技术可行性1412.4.4银行业开展P2P的战略规划141 (1) 平台定位141 (2) 组织架构142 (3) 运行模式142 (4) 介入策略142 (5) 推广策略142 (6) 客户筛选143 (7) 贷款定价143 (8) 风险控制1432.4.5国内银行开展P2P案例研究144 (1) 平安银行：陆金所144 (2) 国家开发银行：金开贷145 (3) 国开金融：开鑫贷146 (4) 招商银行：小企业e家147 (5) 民生银行：民生易贷147 (6) 包商银行：小马bank148 (7) 兰州银行：e融e贷1502.4.6国内银行P2P业务开展情况150 (1) 银行系P2P平台发展模式150 (2) 银行系P2P平台组织形式151 (3) 银行系P2P平台收益水平152 (4) 银行系P2P平台定位差异1522.4.7银行P2P业务市场潜力分析153 (1) 国内P2P网贷市场潜力153 (2) 银行系P2P的竞争力分析154 (3) 银行系P2P面临的阻碍及对策1552.5银行业互联网金融建设路径之&mdash;&mdash;移动金融1582.5.1移动互联网带来的商机158 (1) 移动金融的商机158 (2) 银行业移动金融发展路线159 (3) 银行业移动金融客户定位1602.5.2移动金融之&mdash;&mdash;移动支付161 (1) 移动支付市场潜力161 (2) 移动支付商业模式分析161 (3) 银行在移动支付市场中的定位166 (4) 银行业移动支付业务发展模式168 (5) 银行业移动支付产业布局规划168 (6) 银行业移动支付业务合作战略172 (7) 国外银行业移动支付创新经验172 (8) 银行移动支付业务风险防范策略1742.5.3移动金融之&mdash;&mdash;手机银行175 (1) 手机银行的核心价值175 (2) 手机银行的竞争力分析176 (3) 手机银行发展潜力分析177 (4) 手机银行当前存在的问题178 (5) 手机银行优化与创新建议180 (6) 手机银行新媒体营销策略181 (7) 手机银行未来发展方向1832.5.4移动金融之&mdash;&mdash;微信184 (1) 微信平台对于银行的价值184 (2) 银行业微信服务切入点1851) 宣传营销1852) 客户服务1853) 金融交易1864) 电商平台1865) 数据挖掘186 (3) 微信银行建设方案及推广策略1871) 微信银行特点及业务1872) 微信银行发展前景分析1883) 微信银行未来创新方向1884) 微信银行服务模式选择1905) 微信银行建设方案及案例1926) 微信银行的营销推广策略1937) 微信银行面临的风险及防范196 第3章 银行业网点转型升级路径设计及推进方案2003.1银行网点转型路径设计与实施2003.1.1网点运营发展阶段成熟度诊断200 (1) 片区化运营阶段200 (2) 标准化运营阶

段200 (3) 区域化运营阶段201 (4) 全渠道运营阶段2013.1.2网点运营体系成熟度诊断202 (1) 网点运营体系成熟度诊断指标202 (2) 网点运营体系成熟度诊断案例2023.1.3建立网点转型架构体系2033.1.4结构体系化转型实施路径设计2043.1.5进入转型实施2043.2渠道下沉——社区银行2063.2.1社区银行的发展定位206 (1) 社区银行目标市场206 (2) 社区银行目标客户207 (3) 社区银行核心信贷产品208 (4) 社区银行业务类型2093.2.2政府对社区银行的监管2093.2.3国内社区银行设立标准2123.2.4社区银行投资效率测算2123.2.5社区银行业务模式及比较分析2133.2.6社区银行的设立路径及适应性2143.2.7社区银行的最佳发展模式2173.2.8社区银行运营重点与策略219 (1) 创新业务策略219 (2) 差异化服务策略221 (3) 提升客户体验策略223 (4) 完善运营管理体系策略223 (5) O2O一体化服务体系构建2243.2.9社区银行核心竞争力构建227 (1) 人力资本层面竞争力打造227 (2) 市场层面竞争力打造228 (3) 产品层面竞争力打造228 (4) 资产层面竞争力打造228 (5) 服务渠道竞争力打造229 (6) 社区银行品牌内涵创新2293.2.10社区银行的典范-富国银行 (WellsFargo) 230 (1) 富国银行的成长历史230 (2) 富国社区银行的产品与服务231 (3) 富国社区银行的布局特点232 (4) 富国社区银行资产结构调整232 (5) 富国社区银行精细化业务模型2331) 密度模型——社区网店的数量与质量决策2332) 交叉销售模型——如何运用多渠道满足客户需求2333) 效率模型——如何提升单个网店的经营效率2334) 投资模型——如何优化网店建设提升客户体验234 (6) 富国社区银行风险控制措施2343.3网点智能化转型——构建智慧银行网点2433.3.1智慧网点与传统网点的区别2433.3.2银行智慧网点构建与发展思路244 (1) 智慧银行核心能力分析2441) 智能分析客户需求能力2442) 整合多种服务渠道能力2443) 银行前台业务开拓能力2444) 中后台整合和优化能力2455) 大数据的分析处理能力2456) 集成风险管理体系能力245 (2) 智慧银行构建路线解析2451) 新锐洞察能力建设路径2452) 整合、优化与创新路径2453) 集成式风险管理2464) 动态的业务支持基础设施2463.3.3社区化智慧银行建设案例研究246 (1) 社区化智慧银行建设背景246 (2) 社区银行功能分区248 (3) 社区化智慧银行功能与流程249 (4) 社区化智慧银行运营服务外包258 (5) 社区化智慧银行设备规划与投入2603.3.4国外标杆银行智慧化建设经验262 (1) 汇丰银行智慧化建设经验262 (2) 花旗银行智慧化建设经验267 (3) 渣打银行智慧化建设经验2683.3.5国内智慧银行创新实践探索270 (1) 建设银行智慧银行创新实践270 (2) 广发银行智慧银行创新实践271 (3) 工商银行智慧银行创新实践274 (4) 农业银行智慧银行创新实践276 (5) 光大银行智慧银行创新实践277 第4章 银行业大数据生态系统构建及落地应用2824.1银行业大数据应用基础2824.1.1银行业的大数据基础2824.1.2银行业大数据的应用价值2834.2银行业大数据应用战略与实施2854.2.1银行业大数据应用方向及案例285 (1) 风险管理优化中的应用285 (2) 客户管理中的应用286 (3) 产品/业务创新中的应用287 (4) 营销创

新中的应用288 (5) 业务经营管理精细化中的应用2894.2.2银行业整合多渠道数据的模式290  
(1) 银行与电商平台形成战略合作290 (2) 银行自主搭建电商平台290 (3) 银行建立第三方  
数据分析中介2904.2.3银行与大数据公司的合作样板2904.2.4银行业大数据生态系统的构建291  
(1) 如何将大数据技术融入到现有IT架构中291 (2) 如何进行数据的集成与整合292 (3) 如  
何对大数据技术系统进行部署与维护2924.2.5银行业大数据应用中的挑战及建议293 (1) 银行  
业大数据应用中的挑战293 (2) 银行业大数据应用建议2954.2.6银行业大数据应用风险及应对  
策略2954.3国际同业大数据运用的经验教训2974.3.1利用大数据快速判断宏观经济形势2974.3.2  
利用大数据分析预测客户及交易对手行为2984.3.3利用大数据分析防范欺诈2984.3.4利用大数据  
分析改进内部效率2984.4大数据时代银行与电商的合作与分化2994.4.1银行与电商合作的必要  
性2994.4.2银行与电商合作的典型案例300 (1) 建行与阿里巴巴300 (2) 招行与微信平台及微  
信客服302 (3) 民生银行与阿里巴巴303 (4) 中信银行与腾讯3074.4.3银行与电商未来可能的  
合作模式309 (1) 银行与电商继续深化合作309 (2) 分别发展, 形成银行电商化和电商金融  
化309 第5章 国外互联网银行模式研究及经验启示3105.1INGDirect——银行业  
的“沃尔玛”;3105.1.1INGDirect成立背景3105.1.2INGDirect盈利模  
式3115.1.3INGDirect商业模式311 (1) “薄利多销”的经营策略311 (2) 线上线下的  
渠道补充312 (3) 产品策略: 高利率、简单、标准化313 (4) 品牌宣传: 区别于传统银  
行314 (5) 产品设计与服务以客户为中心315 (6) 独立的组织管理架构316 (7) 风险控制措  
施3165.1.4金融危机的影响及策略转变316 (1) 金融危机前经营情况316 (2) 金贷危机中经营  
受挫317 (3) 金融危机后策略转变3175.1.5最成功分支ING-DiBa的成功经验319 (1) ING-DiBa  
发展历史319 (2) ING-DiBa独特的商业模式319 (3) ING-DiBa的成功因素3205.1.6INGDirect对  
国内银行发展的启示3215.2Bof——线上线下相结合的互联网银行模式3235.2.1Bofi  
概况3235.2.2Bofi的业务模式特点3235.2.3Bofi负债端经营策略324 (1) 网络吸引+线下合作伙  
伴324 (2) 吸引客户的策略325 (3) 存款端经营业绩3255.2.4Bofi端经营策略325 (1) 资产运用  
方向325 (2) 线上与线下的结合325 (3) 端经营业绩3265.2.5Bofi互联网技术杠杆的应  
用3265.2.6Bofi规模与盈利情况3265.2.7Bofi对国内银行的经验启示3275.3Simple——  
传统银行进入互联网金融的一种模式3285.3.1Simple发展历程3285.3.2Simple的业务模式特  
点3285.3.3Simple的运营渠道3295.3.4Simple的服务内容及优势3295.3.5Simple客户数量及市场份  
额3295.3.6Simple盈利情况3295.3.7Simple被BBVA收购后的业务发展3295.3.8Simple对国内银行的  
经验启示3315.4HSBCDirect3325.4.1HSBCDirect概况3325.4.2HSBCDirect业务模式特  
点3335.4.3HSBCDirect的服务策略3335.4.4HSBCDirect对国内银行业的启示3335.5SFNB失败的经  
验教训3355.5.1SFNB的发展历程3355.5.2SFNB的服务内容3355.5.3SFNB的营销策略3355.5.4SFNB  
失败的原因及经验教训336 第6章 国内银行应对互联网金融的战略转型实践梳理3376.1民生银



行3376.1.1民生银行经营情况分析3376.1.2民生银行转型思路与路径3456.1.3民生银行互联网金融业务布局3496.1.4民生银行网点转型升级模式3526.1.5民生银行大数据战略部署3546.1.6民生银行创新营销推广模式3586.1.7民生银行组织结构建设与调整3596.1.8民生银行转型成效分析3606.1.9民生银行未来发展战略规划3636.2中信银行3646.2.1中信银行经营情况分析3646.2.2中信银行转型思路与路径3726.2.3中信银行互联网金融业务布局3736.2.4中信银行网点转型升级模式3746.2.5中信银行大数据战略部署3776.2.6中信银行创新营销推广模式3826.2.7中信银行组织结构建设与调整3856.2.8中信银行转型成效分析3896.2.9中信银行未来发展战略规划3926.3兴业银行3936.3.1兴业银行经营情况分析3936.3.2兴业银行转型思路与路径4016.3.3兴业银行互联网金融业务布局4046.3.4兴业银行网点转型升级模式4066.3.5兴业银行大数据战略部署4096.3.6兴业银行创新营销推广模式4106.3.7兴业银行组织结构建设与调整4126.3.8兴业银行转型成效分析4136.3.9兴业银行未来发展战略规划4166.4平安银行4176.4.1平安银行经营情况分析4176.4.2平安银行转型思路与路径4266.4.3平安银行互联网金融业务布局4296.4.4平安银行网点转型升级模式4326.4.5平安银行大数据战略部署4366.4.6平安银行创新营销推广模式4426.4.7平安银行组织结构建设与调整4436.4.8平安银行转型成效分析4456.4.9平安银行未来发展战略规划4466.5招商银行4526.5.1招商银行经营情况分析4526.5.2招商银行转型思路与路径4606.5.3招商银行互联网金融业务布局4636.5.4招商银行网点转型升级模式4676.5.5招商银行大数据战略部署4686.5.6招商银行创新营销推广模式4706.5.7招商银行组织结构建设与调整4746.5.8招商银行转型成效分析4746.5.9招商银行未来发展战略规划4756.6工商银行4776.6.1工商银行经营情况分析4776.6.2工商银行转型思路与路径4866.6.3工商银行互联网金融业务布局4896.6.4工商银行网点转型升级模式4936.6.5工商银行大数据战略部署4966.6.6工商银行创新营销推广模式4976.6.7工商银行组织结构建设与调整4986.6.8工商银行转型成效分析4996.6.9工商银行未来发展战略规划5036.7建设银行5046.7.1建设银行经营情况分析5046.7.2建设银行转型思路与路径5126.7.3建设银行互联网金融业务布局5206.7.4建设银行网点转型升级模式5246.7.5建设银行大数据战略部署5286.7.6建设银行创新营销推广模式5316.7.7建设银行组织结构建设与调整5336.7.8建设银行转型成效分析5356.7.9建设银行未来发展战略规划5386.8交通银行5396.8.1交通银行经营情况分析5396.8.2交通银行转型思路与路径5476.8.3交通银行互联网金融业务布局5486.8.4交通银行网点转型升级模式5496.8.5交通银行大数据战略部署5516.8.6交通银行创新营销推广模式5526.8.7交通银行组织结构建设与调整5536.8.8交通银行转型成效分析5546.8.9交通银行未来发展战略规划5576.9北京银行5586.9.1北京银行经营情况分析5586.9.2北京银行转型思路与路径5666.9.3北京银行互联网金融业务布局5696.9.4北京银行网点转型升级模式5706.9.5北京银行大数据战略部署5726.9.6北京银行创新营销推广模式5736.9.7北京银行组织结构建设与调整5756.9.8北京银行转型成效分析5756.9.9北京银行未来发展战略规划5766.10包商银行5776.10.1包商银行经营情况分

析5776.10.2包商银行转型思路与路径5776.10.3包商银行互联网金融业务布局5806.10.4包商银行网点转型升级模式5816.10.5包商银行大数据战略部署5816.10.6包商银行创新营销推广模式5836.10.7包商银行组织结构包商与调整5846.10.8包商银行转型成效分析5896.10.9包商银行未来发展战略规划590 第7章 银行业发展趋势与前景预测5927.1银行业经营环境预判5927.1.1中长期大环境5927.1.2行业外部环境5927.1.3行业形势预判5937.2银行业发展机会分析6047.2.1银行业存业务发展空间预测6047.2.2银行业中间业务发展空间预测6057.2.3银行业中小企业金融服务空间预测6067.2.4银行业微贷业务发展空间预测6077.2.5银行业互联网金融业务发展空间预测6077.3银行业发展趋势分析6087.3.1银行业发展中的问题608 (1) 贵族化608 (2) 模式化608 (3) 逐利化608 (4) 中心化6097.3.2银行业改革趋势分析609 (1) 利率市场化609 (2) 监管差异化610 (3) 民营银行趋势化610 (4) 消费者保护潮流化6117.3.3银行业转型趋势分析611 第8章 银行业相关数据6138.1信贷环境分析6138.1.1人民币规模6138.1.2人民币投向6138.1.3人民币存款规模6138.1.4人民币存款结构6148.2银行业景气指数6148.2.1银行家信心指数6148.2.2银行业景气指数6158.2.3需求景气指数6158.2.4货币政策感受指数6158.3银行移动支付业务分析6158.3.1移动支付用户规模分析6158.3.2移动支付行业市场规模6168.3.3银行业移动支付业务规模6168.3.4银行业移动支付金额分析6178.4电子银行发展现状6188.4.1银行电子渠道替代率6188.4.2不同业务渠道使用率6188.4.3网上银行监测数据619 (1) 网上银行用户规模619 (2) 网上银行交易规模619 (3) 网上银行交易市场份额6208.4.4手机银行监测数据620 (1) 手机银行用户规模620 (2) 手机银行交易笔数620 (3) 手机银行交易规模621 (4) 手机银行交易规模市场份额621 (5) 手机银行月度使用次数排名621 (6) 手机银行业务竞争力对比6228.4.5不同类型用户电子渠道使用情况622 (1) 个人电子渠道使用情况622 (2) 企业电子渠道使用情况6238.5电子银行用户调研分析6238.5.1电子银行用户本属性623 (1) 电子银行用户年龄分布623 (2) 电子银行用户地域分布624 (3) 电子银行用户收入水平6258.5.2电子银行用户使用行为626 (1) 网民使用电子银行服务分布情况626 (2) 网银/手机银行用户人均月度访问次数627 (3) 网银/手机银行功能使用情况627 (4) 网银/手机银行用户月均资金处理金额6278.5.3电子银行用户使用偏好628 (1) 网民最常使用网上银行排名628 (2) 网民最常使用手机银行排名628 (3) 网民最常使用网上银行功能使用满意度6298.5.4微信银行用户行为629 (1) 网民关注微信银行账号类型情况629 (2) 网民微信银行功能使用情况630 (3) 网民微信银行功能使用满意度631 (4) 网民不使用微信银行的原因631 图表目录：

图表1 第三方支付平台的分流直接带来商业银行支付结算、银行卡、代理业务等手续费收入的下降56

图表2 网贷平台与传统银面向客户不同58

图表3 收入端主要影响银行部分中间业务收入61

图表4 互联网金融不同程度地侵蚀银行负债，提高资金成本62

图表5 银行客户经历的四个时代及特征66

图表6 人们对于金融服务的需求的变迁68

图表7 多渠道的互联网化行为模式70

图表8 以运营商为主体的运营模式162

图表9 以银行为主体的运营模式162

图表10 以第三方支付服务提供商为主体的运营模式163

图表11 银行与运营商合作的运营模式164

图表12 “绑定方式”业务流程167

图表13 国内手机支付实现方式168

图表14 中国主要商业银行手机支付开展情况168

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/zhengquan/N03827PV24.html>