

# 2017-2022年中国银行理财 产品市场深度调查与投资前景报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2017-2022年中国银行理财产品市场深度调查与投资前景报告》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/yinxing/X05043OD25.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

2015年，理财规模增长迅速，理财产品资金余额突破20万亿元大关，年末达23.5万亿元，较2014年末增长56.46%，高于2014年末同比47.11%的增速。理财市场的变化是资金存量博弈和转移的结果，受股市大幅震荡影响，2015年下半年大量资金由股市回流到固定收益市场，对银行理财的需求也随之扩大，下半年银行理财的增长幅度明显快于上半年。

### 银行理财产品规模及收益率变动

从其投资者构成来看，个人客户仍是理财产品最主要的投资群体，体现出储蓄存款理财化的趋势；其次便是机构客户，机构客户投资理财产品余额达7.2万亿元，在中债登的统计口径中，非银金融机构和公司合计为机构专属类。

其中，银行同业理财增速大幅提升，较2014年年末增速超过500%。2015年央行多次降准并通过其他货币政策工具释放流动性，而对于缺乏资产配置实力的中小银行来说，充裕的流动性使得“资产荒”更为明显，使得其对于资产配置能力较强的银行同业理财产品需求强烈；其次，机构客户投资理财产品的规模在2015年也有提升，经济增速下滑导致公司寻求更高的投资回报渠道、以闲置资金认购理财产品的动力增强。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国银行理财产品市场深度调查与投资前景报告》共十三章。首先介绍了银行理财产品行业市场发展环境、银行理财产品整体运行态势等，接着分析了银行理财产品行业市场运行的现状，然后介绍了银行理财产品市场竞争格局。随后，报告对银行理财产品做了重点企业经营状况分析，最后分析了银行理财产品行业发展趋势与投资预测。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。

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：

第一部分 行业发展现状分析

第一章 银行理财产品相关概述 1

第一节 银行理财产品基本分类 1

一、按标价货币分类 1

## 二、按收益类型分类 2

### 第二节 人民币理财产品概述 3

#### 一、人民币理财产品的概念 3

#### 二、人民币理财产品的类型 3

#### 三、人民币理财产品的风险 4

### 第三节 外币保本理财产品分析 6

#### 一、外币保本理财产品的定义 6

#### 二、外币保本理财产品的优势 7

#### 三、外币保本理财产品的选择 7

## 第二章 2013-2016年银行理财产品市场发展环境分析 9

### 第一节 2013-2016年中国宏观经济发展环境分析 9

#### 一、2013-2016年中国gdp增长情况分析 9

#### 二、2013-2016年工业经济发展形势分析 10

#### 三、2013-2016年全社会固定资产投资分析 12

#### 四、2013-2016年社会消费品零售总额分析 13

#### 五、2013-2016年对外贸易的发展形势分析 14

#### 六、2013-2016年中国城乡恩格尔系数分析 15

### 第二节 银行理财产品发展政策环境分析 15

#### 一、中国“双率”调整情况 15

#### 二、国务院出台九条保经济增长措施 17

#### 三、中国银监会信贷监管类政策解读 18

#### 四、银行间债券发行政策环境放宽 18

#### 五、银监会严守理财产品发行关卡 19

#### 六、银行理财相关政策法规解读 22

##### 1、修改金融机构衍生产品交易办法 22

##### 2、商业银行理财产品销售管理办法 25

##### 3、加强商业银行理财业务风险管理 29

##### 4、进一步规范银信理财合作业务的通知 31

##### 5、规范银信理财合作业务转表范围及方式 32

### 第三节 中国银行理财产品发展社会环境分析 39

#### 一、中国城乡居民收入情况分析 39

- 1、人均gdp增长分析 39
- 2、城乡居民收入分析 40
- 3、城乡居民储蓄存款分析 41
- 二、中国城乡居民消费能力分析 42
  - 1、城乡居民消费支出情况 42
  - 2、农村居民消费支出情况 42
  - 3、居民消费信心指数分析 43
- 三、中国居民投资渠道渐趋宽广 44
- 四、居民物价及收入感受指数统计 45
- 五、城市居民投资理财意愿调查 46

### 第三章 2013-2016年银行理财产品运行形势分析 48

#### 第一节 2013-2016年银行理财产品市场运行综述 48

- 一、信托类理财产品 48
- 二、债券类理财产品 49
- 三、外汇货币类理财产品 50
- 四、qdii理财产品 52
- 五、结构性理财产品 54
- 六、新股申购类理财产品 60
- 七、中外资银行比较 61

#### 第二节 2013-2016年银行理财产品市场发展分析 64

- 一、2013-2016年银行理财产品市场概况 64
  - 1、2013-2016年银行理财产品发行情况 64
  - 2、2013-2016年银行理财产品到期情况 66
- 二、2013-2016年银行理财产品分类统计 69
  - 1、银行理财产品收益类型 69
  - 2、银行理财产品委托期限 70
  - 3、银行理财产品币种分布 71
  - 4、银行理财产品基础资产 72
  - 5、银行理财产品预期收益率 73
- 三、2013-2016年银行理财排行榜情况 78
  - 1、2013-2016年银行理财发行能力排行榜 78

2、2013-2016年银行理财的收益率排行榜	78
3、2013-2016年理财产品到期收益率排行	79
第三节 2013-2016年银行理财产品市场存在的问题与对策	80
一、理财产品市场面临的问题	80
二、银行理财产品监管滞后带来的隐忧	81
三、银行理财产品自身存在不足	83
四、银行理财产品的投资渠道陷入尴尬境地	84
第四节 2013-2016年中国银行理财产品市场发展的对策	86
第四章 2013-2016年银行理财产品市场动态分析	88
第一节 2013-2016年银行理财产品市场发展综述	88
一、银行理财产品市场跨越式发展	88
二、银行理财产品主攻高端市场	89
三、境外理财产品渐成高端市场新宠	90
四、银行理财产品继续倾向于稳健型	93
五、2013-2016年中国理财产品的市场特点	95
六、2013-2016年外资行结构性理财产品崛起	96
七、银行理财产品市场避险情绪仍较浓	97
第二节 2013-2016年银行理财产品的市场调查分析	99
一、金融投资方式的选择	99
二、银行理财产品选择调查	99
三、中资银行理财产品分析	101
四、外资银行理财产品分析	102
五、银行理财产品或服务选择的关注因素	104
六、银行理财产品或服务信息的渠道	104
第三节 2013-2016年银行理财产品的零负收益现象透析	105
一、银行理财产品的收益率解析	105
二、银行理财零、负收益情况分析	106
三、银行理财产品收益情况分析	107
四、银行理财产品产生零收益现象的原因	108
五、理财产品零收益的正视与防范	110

## 第五章 2013-2016年中国商业银行个人理财产品市场概述 111

### 第一节 中国商业银行个人理财业务分析 111

- 一、中国商业银行个人理财业务发展概况 111
- 二、浅析中外银行个人理财业务的区别 113
- 三、透析中资银行个人理财业务的开发 115
- 四、中国商业银行个人理财业务面临的障碍 117
- 五、商业银行个人理财业务面临的风险及防御策略 119
- 六、中国商业银业个人理财业务发展的综合战略 123
- 七、中国商业银行的产品创新趋势分析 125

### 第二节 中国商业银行个人理财产品的市场供需探讨 126

- 一、商业银行个人理财产品的基本情况 126
- 二、商业银行个人理财产品的类型与特征 127
- 三、中国商业银行个人理财产品的市场需求概况 128
- 四、浅析影响个人理财产品需求的主要因素 130
- 五、中国商业银行个人理财产品的供给因素 132
- 六、商业银行个人理财产品市场开发对策 133
- 七、中国商业银行个人理财业务的创新策略 134

### 第三节 中国商业银行个人理财产品市场营销概述 136

- 一、商业银行个人理财产品营销的重要性阐述 136
- 二、中国商业银行个人理财产品营销目前的状况 137
- 三、中国商业银行个人理财产品营销面临的阻碍 138
- 四、探讨商业银行个人理财产品的市场营销对策 139
- 五、商业银行个人理财产品销售的诀窍分析 141

### 第四节 中国商业银行个人理财业务的法律问题探讨 143

- 一、相关法律界定 143
- 二、存在的法律风险 144
- 三、法律风险的成因分析 146
- 四、法律风险的防控对策 148

## 第六章 中国主要细分产品运行态势分析 150

### 第一节 信托类 150

- 一、银行信托类理财产品销售形势分析 150

- 二、银行信托产品占市场主导地位 151
- 三、银行信托产品创新开发的战略思考 152
- 第二节 债券类 153
  - 一、银行债券类理财产品市场供需格局 153
  - 二、银行债券类理财产品市场发展形势 153
  - 三、债券类理财产品成企业热门渠道 155
  - 四、银行债券型理财产品投资风险分析 156
- 第三节 外汇货币类 157
  - 一、银行外币理财产品发行现状分析 157
  - 二、银行外币理财产品收益情况盘点 158
  - 三、银行外币理财产品收益状况分析 159
  - 四、银行外汇理财产品投资风险透析 160
- 第四节 银行系qdii 160
  - 一、银行系qdii产品市场综述 160
  - 二、qdii理财产品表现良好 162
  - 三、qdii理财产品的市场风险透析 163
- 第五节 新股申购类 164
  - 一、新股申购市场行情回顾 164
  - 二、新股申购类产品收益现状 166
  - 三、新股申购理财产品运行态势 168
  - 四、单一打新理财产品困境重重 170
- 第六节 结构型 171
  - 一、结构性理财产品发展情况 171
  - 二、结构性理财产品获市场追捧 174
  - 三、结构性理财产品风险浅析 175

## 第二部分 行业竞争格局分析

### 第七章 2013-2016年银行理财产品市场竞争态势分析 177

#### 第一节 银行理财产品竞争现状分析 177

- 一、中外银行市场竞争现状分析 177
- 二、中国五大国有银行竞争分析 182
  - 1、工行 182



- 2、建行 184
- 3、中行 186
- 4、农行 187
- 5、交行 190
- 三、银行理财产品服务竞争分析 191
- 四、银行尚缺有竞争力理财产品 195
- 第二节 银行理财产品竞争态势分析 196
  - 一、银行外币理财产品竞争分析 196
  - 二、主要银行理财产品市场分析 198
  - 三、理财产品成银行竞争的利器 198
  - 四、银行理财产品以创新体现竞争力 199
- 第三节 银行理财产品存在不正当竞争分析 202

## 第八章 2013-2016年中国主要银行理财产品发行机构关键性财务数据分析 204

- 第一节 中国银行股份有限公司 204
  - 一、企业基本情况 204
  - 二、企业经营分析 205
  - 三、企业财务分析 206
  - 四、企业发展战略 208
- 第二节 中国工商银行股份有限公司 209
  - 一、企业基本情况 209
  - 二、企业经营分析 210
  - 三、企业财务分析 211
  - 四、企业发展战略 213
- 第三节 中国建设银行股份有限公司 214
  - 一、企业基本情况 214
  - 二、企业经营分析 215
  - 三、企业财务分析 216
- 第四节 招商银行股份有限公司 219
  - 一、企业基本情况 219
  - 二、企业经营分析 221
  - 三、企业财务分析 223

## 第五节 中信银行股份有限公司 225

### 一、企业基本情况 225

### 二、企业经营分析 227

### 三、企业财务分析 228

## 第六节 北京银行股份有限公司 231

### 一、企业基本情况 231

### 二、企业经营分析 232

### 三、企业财务分析 233

## 第七节 兴业银行股份有限公司 235

### 一、企业基本情况 235

### 二、企业经营分析 237

### 三、企业财务分析 238

## 第三部分 行业运行形势透析

### 第九章 2017-2022年中国银行业运行新形势透析 241

#### 第一节 中国银行业运行总体概况 241

##### 一、中国银行业的分类及职能 241

##### 二、中国零售银行发展的新特征 242

##### 三、银行业产品创新呈现的特征 246

##### 四、国内的银行业发生历史性的巨变 249

##### 五、中国银行业信息化建设发展分析 253

##### 六、未来中国银行业发展环境特点分析 259

#### 第二节 中国银行业改革分析 262

##### 一、中国银行业股份制改革发展综述 262

##### 二、股份制改革后中国银行业实现的突破 263

##### 三、银行业改革面临国际化方向新思考 266

##### 四、浅析推进银行业监管改革的路径选择 267

#### 第三节 2017-2022年中国银行业总体发展分析 271

##### 一、银行业金融机构资产规模 271

##### 二、银行业金融机构负债规模 272

#### 第四节 2017-2022年中国银行业存在的问题与对策 272

##### 一、中国银行业发展存在创新不足 272

- 二、中国银行业创新政策建议分析 273
- 三、中国银行业发展面临多重转型 273
- 四、中国银行业战略转型发展建议 278
- 五、加快中国银行业发展的主要措施 278
- 六、解析国内银行业并购的战略选择 281

## 第十章 2017-2022年银行中间业务运行新形势分析 283

### 第一节 2017-2022年银行中间业务市场现状阐述 283

- 一、银行中间业务增长乏力 283
- 二、中间业务结构需要进一步优化 287
- 三、中间业务收费与定价成为焦点 287
- 四、大型上市银行中间业务发展分析 291
- 五、商业银行中间业务发展现状分析 294

### 第二节 2017-2022年银行中间业务市场热点问题探讨及策略应对 295

- 一、银行中间业务“八大瓶颈”制约其发展 295
- 二、中国商业银行中间业务发展问题与对策 296
- 三、基层商业银行中间业务收费中的问题及对策 299

### 第三节 2017-2022年国有商业银行中间业务运行分析 301

- 一、国有商业银行中间业务的发展浅谈 301
- 二、国有商业银行业务结构分析 304
- 三、国有商业银行中间业务的问题 306
- 四、国内主要国有商业银行中间业务对比 308
- 五、国有商业银行中间业务竞争力swot分析 309
- 六、国有商业银行中间业务发展趋势 312
- 七、国有商业银行中间业务发展建议分析 313

### 第四节 2017-2022年城市商业银行中间业务市场发展透析 314

- 一、中国城市商业银行中间业务分类 314
- 二、城商行中间业务发展中存在的问题分析 319
- 三、中小城市商业银行中间业务弱质性分析 322
- 四、欠发达地区城市商业银行中间业务开展 324
- 五、城市商业银行中间业务发展策略研究 328

## 第四部分 行业投资前景及战略

### 第十一章 2017-2022年银行理财产品投资概况及发展前景预测分析 332

#### 第一节 2017-2022年中国银行理财产品投资概况分析 332

一、银行理财产品和券商理财产品的投资比较 332

二、银行理财产品投资者动向 334

三、银行养老理财产品逐渐兴起 336

四、银行理财产品基金化发展方向 338

#### 第二节 2017-2022年中国银行理财产品前景预测分析 339

一、2017-2022年银行理财产品市场走势分析 339

二、2017-2022年银行理财产品市场发展方向预测 341

三、自主研发产品将主导未来中国理财市场 342

四、未来十年中国银行理财产品市场将持续高速增长 344

#### 第三节 2017-2022年中国银行理财产品盈利预测分析 345

### 第十二章 2017-2022年银行理财产品投资环境及机会分析 348

#### 第一节 银行理财产品投资环境 348

一、未来全球及主要经济体经济增长预测 348

二、“十三五”期间中国投资形势预测 348

三、未来中国居民资产配置趋势预测 353

四、金融业发展和改革“十三五”规划 356

#### 第二节 银行理财产品投资机会与风险分析 362

一、银信产品发行步入上行通道 362

二、银行理财产品进入收益增长期 363

三、商业银行开发银行理财产品的风险 364

#### 第三节 银行理财产品投资策略及建议分析 366

### 第十三章 银行理财产品行业投资战略研究 371 (ZY GXH)

#### 第一节 银行理财产品行业发展战略研究 371

一、战略综合规划 371

二、业务组合战略 371

三、区域战略规划 373

四、产业战略规划 383

五、营销品牌战略	385
六、竞争战略规划	385
第二节 对银行理财产品品牌的战略思考	387
一、企业品牌的重要性	387
二、银行理财产品实施品牌战略的意义	388
三、银行理财产品企业品牌的现状分析	389
四、银行理财产品企业的品牌战略	389
五、银行理财产品品牌战略管理的策略	389
第三节 银行理财产品行业投资战略研究	393
一、2016年银行理财产品行业投资战略	393
二、2015年银行理财产品行业投资战略	397
三、2017-2022年银行理财产品行业投资战略	402 (ZY GXH)

图表目录：

图表：2009-2016年中国国内生产总值及增长速度	9
图表：2016年中国国内生产总值明细及同比	10
图表：2016年2季度国内生产总值环比增长速度	10
图表：2013-2016年规模以上工业增加值增速情况	11
图表：2013-2016年固定资产投资同比增速情况	13
图表：2013-2016年房地产开发投资同比增速情况	13
图表：2013-2016年社会消费品零售总额增速情况	14
图表：2013-2016年中国存款准备金率调整情况	15
图表：2009-2016年中国历次利率变动情况	16
图表：2009-2016年中国历次存款利率变动情况	16
图表：2009-2016年农村居民人均纯收入及其实际增长速度	40
图表：2009-2016年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度	40
图表：2016年年全部金融机构本外币存余额及其增长速度	41
图表：2015年年末全部金融机构本外币存余额及其增长速度	41
图表：2006-2015年中国城乡居民人民币储蓄存款余额及增长趋势图	42
图表：2009-2016年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度	42
图表：2009-2016年农村居民人均纯收入及其实际增长速度	43
图表：2009-2016年居民当期物价满意指数与未来物价预期指数	45

图表：2009-2016年居民当期收入满意指数与未来收入信心指数 46

图表：2009-2016年居民储蓄、投资和消费意愿 47 010-5602 5881

图表：2015年不同期限的人民币债券类理财产品预期收益率走势 49

图表：2016年不同期限的人民币组合投资类理财产品预期收益率走势 50

图表：2016年结构性理财产品的发行情况 54

图表：2016年结构性理财产品期限分布 55

图表：2015年结构性理财产品期限分布 56

图表：2016年结构性理财产品挂钩标的情况 56

图表：2015年结构性理财产品挂钩标的情况 57

图表：2016年结构性理财产品最高预期收益率情况 58

图表：2016年结构性理财产品到期收益率情况 59

图表：2016年到期收益率 7%的结构性理财产品在银行间的分布 60

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinxing/X05043OD25.html>