

# 2024-2030年中国银行理财 产品市场深度分析与市场前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2024-2030年中国银行理财产品市场深度分析与市场前景预测报告》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.cction.com/report/202310/413719.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

从2019年首家银行理财子公司建信理财开业以来，理财子公司在2020年迎来了规模上的大幅增长，发展态势良好。2021年全年，全市场新发行银行理财产品数量约4.8万只，较2020年同比减少37.4%，整体发行节奏上呈现前高后低的走势。理财子公司运行良好，全年新发行产品数量约7,800只，产品发行数量逐季增加。截至2021年末，全市场存续银行理财产品约3.8万只，一季度后存续数量逐渐减少。2022年4月份，银行理财子公司共发行了984款理财产品，环比下降12.38%。2022年一季度末集中出现的理财产品“破净”现象，确实对银行理财子公司在2022年4月份的产品发行造成了一定的压力，部分理财子公司的发行策略趋向谨慎。

银行理财顺应监管要求，积极创新研发净值型产品，加快搭建投研团队及框架，推动金融科技在银行理财中的应用。2022年2月11日，中国银保监会发布《关于贝莱德建信理财有限责任公司开展养老理财产品试点的通知》，明确贝莱德建信理财有限责任公司参与为期一年的养老理财产品试点工作，试点城市包括广州和成都，募集资金总规模先期将限制在100亿元人民币以内。2022年8月25日，中国银保监会发布《理财公司内部控制管理办法》，《办法》坚持问题导向、行业对标、风险底线和保护投资者合法权益原则，要求理财公司建立全面、制衡、匹配和审慎的内控管理机制和组织架构，强化理财业务账户管理，完善投资决策分级授权机制，健全交易全流程管理制度，实行重要岗位关键人员全方位管理，加强关联交易管理与风险隔离，保护投资者合法权益，充分发挥内控职能部门和内审部门的内部监督作用。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国银行理财产品市场深度分析与市场前景预测报告》共八章。首先介绍了银行理财产品的分类、人民币理财产品的定义与类型等，接着分析了银行理财产品的发展环境、国内银行理财产品的运行情况及市场发展概况。然后，报告具体介绍了商业银行个人理财产品市场情况、银行理财产品细分市场的发展及主要发行机构的经营状况，最后报告分析了银行理财产品的投资潜力与未来前景。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、商务部、财政部、中国银行业监督管理委员会、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国银行业协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对银行理财产品市场有个系统深入的了解、或者想投资银行理财产品，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 银行理财产品相关概述

## 1.1 银行理财产品的基本分类

### 1.1.1 按标价货币分类

### 1.1.2 按收益类型分类

## 1.2 人民币理财产品介绍

### 1.2.1 人民币理财产品的定义

### 1.2.2 人民币理财产品的类型

### 1.2.3 人民币理财产品的风险

## 1.3 外币保本理财产品介绍

### 1.3.1 外币保本理财产品的定义

### 1.3.2 外币保本理财产品的优势

### 1.3.3 外币保本理财产品的选择

## 第二章 2021-2023年银行理财产品市场发展环境分析

### 2.1 经济环境

#### 2.1.1 宏观经济运行状况

#### 2.1.2 宏观经济转型态势

#### 2.1.3 宏观经济运行特征

#### 2.1.4 宏观经济发展趋势

### 2.2 政策环境

#### 2.2.1 中国货币政策实施成效分析

#### 2.2.2 银行理财合规性监管的成就概述

#### 2.2.3 银监会重拳出击规范银信理财合作业务

#### 2.2.4 银行理财产品行业政策监管趋严

#### 2.2.5 银监会出台新政规范银行理财投资运作

#### 2.2.6 《商业银行资本管理办法（试行）》解读

#### 2.2.7 中央利率下调对理财业务的影响

### 2.3 社会环境

#### 2.3.1 我国居民消费情况分析

#### 2.3.2 中国居民金融资产结构变化剖析

#### 2.3.3 中国城镇居民消费金融行为

#### 2.3.4 居民投资理财意愿透析

### 2.4 产业环境

- 2.4.1 中国银行业实现快速健康发展
- 2.4.2 中国银行业的国际化发展
- 2.4.3 中国银行业发展影响因素分析
- 2.4.4 我国银行业发展状况综述

### 第三章 2021-2023年银行理财产品市场分析

- 3.1 中国银行理财业务发展的三大阶段
  - 3.1.1 萌芽阶段
  - 3.1.2 起步阶段
  - 3.1.3 快速发展阶段
- 3.2 银行理财产品市场发展综述
  - 3.2.1 银行理财产品业务发展的重要意义
  - 3.2.2 中国商业银行理财业务发展概况
  - 3.2.3 中国银行理财产品市场发展迅速
  - 3.2.4 中国银行理财产品发展的新趋势
  - 3.2.5 银行理财产品显露向基金化转型趋向
- 3.3 利率市场化中的银行理财业务发展探析
  - 3.3.1 利率市场化的背景与进程
  - 3.3.2 对银行理财市场的影响
  - 3.3.3 城商行激进策略应对利率市场化
  - 3.3.4 银行理财业务发展方向
- 3.4 中国市场外资银行理财产品分析
  - 3.4.1 外资银行理财产品发展概况
  - 3.4.2 外资银行理财产品运营状况
  - 3.4.3 中外资银行理财产品的区别简析
  - 3.4.4 外资银行发力中国高端理财产品市场
  - 3.4.5 外资银行理财产品存在的问题分析
- 3.5 银行理财产品的市场调查分析
  - 3.5.1 基本背景信息介绍
  - 3.5.2 金融投资方式选择
  - 3.5.3 中资银行理财产品渗透率分析
  - 3.5.4 外资银行理财产品渗透率分析

- 3.5.5 银行理财产品细分产品渗透率
- 3.5.6 银行理财产品或服务选择的关注因素
- 3.5.7 银行理财产品或服务信息的渠道
- 3.6 银行理财产品市场存在的问题
  - 3.6.1 银行理财产品面临的主要问题
  - 3.6.2 银行理财产品信息披露问题较多
  - 3.6.3 银行理财产品市场发展的主要障碍
- 3.7 银行理财产品市场发展的对策
  - 3.7.1 促进银行理财业务健康运行的策略
  - 3.7.2 加快银行理财产品发展的政策建议
  - 3.7.3 我国商业银行理财市场发展战略
  - 3.7.4 商业银行发展理财业务的七点建议

#### 第四章 2021-2023年银行理财产品运行分析

- 4.1 2018年银行理财产品市场运行分析
  - 4.1.1 银行理财产品发行状况
  - 4.1.2 银行QDII产品运营状况
  - 4.1.3 到期银行理财产品发展状况
- 4.2 2019年银行理财产品市场运行现状
  - 4.2.1 银行理财产品发行状况
  - 4.2.2 银行理财产品市场运行态势
  - 4.2.3 银行理财产品市场特征
- 4.3 2020年银行理财产品市场运行现状
  - 4.3.1 银行理财产品发行状况
  - 4.3.2 银行理财产品市场运行态势
  - 4.3.3 银行理财产品市场特征

#### 第五章 2021-2023年商业银行个人理财产品市场概述

- 5.1 中国商业银行个人理财业务分析
  - 5.1.1 中国商业银行个人理财业务发展概况
  - 5.1.2 浅析中外银行个人理财业务的区别
  - 5.1.3 中国商业银行个人理财业务面临的障碍

- 5.1.4 商业银行个人理财业务面临的风险及防御
- 5.1.5 商业银行开展个人理财业务的国际经验借鉴
- 5.2 商业银行个人理财产品的市场供需探讨
  - 5.2.1 商业银行个人理财的需求影响因素
  - 5.2.2 商业银行个人理财的供给影响因素
  - 5.2.3 商业银行个人理财业务客户需求特征
  - 5.2.4 商业银行个人理财供求方面存在的矛盾
  - 5.2.5 商业银行个人理财产品市场开发思路
- 5.3 商业银行个人理财产品市场营销概述
  - 5.3.1 商业银行个人理财产品营销的现状
  - 5.3.2 商业银行个人理财产品营销面临的阻碍
  - 5.3.3 探讨商业银行个人理财产品的市场营销对策
  - 5.3.4 商业银行个人理财产品销售的八大诀窍
- 5.4 商业银行个人理财业务的法律问题探讨
  - 5.4.1 相关法律界定
  - 5.4.2 存在的法律风险
  - 5.4.3 法律风险的成因分析
  - 5.4.4 法律风险的防控对策
- 5.5 商业银行开展个人理财业务的策略
  - 5.5.1 细分目标客户群体
  - 5.5.2 建立个人理财业务品牌
  - 5.5.3 广泛运用信息技术
  - 5.5.4 提高产品的研发速度
  - 5.5.5 借鉴国外银行经验
- 5.6 商业银行个人理财产品创新研究
  - 5.6.1 银行理财产品创新的必要性分析
  - 5.6.2 国外银行个人理财产品创新策略分析
  - 5.6.3 我国商业银行开展个人理财产品创新的建议

## 第六章 2021-2023年银行理财产品细分市场分析

- 6.1 结构性
  - 6.1.1 结构性理财产品的发展动因及特征

- 6.1.2 结构性理财产品在我国的早期发展
- 6.1.3 结构性理财产品的发行与到期状况
- 6.1.4 中资银行结构性理财产品发展提速
- 6.1.5 中外资银行结构性理财产品的收益比较
- 6.1.6 结构性理财产品面临的风险浅析
- 6.2 债券类
  - 6.2.1 银行债券型理财产品的基本介绍
  - 6.2.2 债券和货币类银行理财产品受市场青睐
  - 6.2.3 债券类理财产品发展形势分析
  - 6.2.4 债券型理财产品的投资风险分析
  - 6.2.5 银行债券类理财产品未来前景可期
- 6.3 外汇货币类
  - 6.3.1 外汇理财产品在我国的早期发展
  - 6.3.2 银行外汇理财产品的收益状况
  - 6.3.3 银行外汇理财产品发展形势分析
  - 6.3.4 外汇理财产品的投资风险透析
- 6.4 股票类
  - 6.4.1 股票类理财产品市场竞争格局
  - 6.4.2 股票类理财产品发行量增加
  - 6.4.3 挂钩股票银行理财产品收益与风险状况
- 6.5 银行系QDII
  - 6.5.1 银行QDII类产品早期发展概况
  - 6.5.2 银行QDII类产品发展现状
  - 6.5.3 银行QDII类产品市场表现分化
  - 6.5.4 银行QDII类产品亏损现象解析
  - 6.5.5 QDII理财产品的市场风险透析
- 6.6 资产池类
  - 6.6.1 银行资产池理财产品的定义及特点
  - 6.6.2 银行资产池理财产品产生背景及意义
  - 6.6.3 银行资产池理财业务发展现状
  - 6.6.4 银行资产池理财产品运作模式透析
  - 6.6.5 银行“资产池”理财面临新政冲击

6.6.6 资产池理财业务的风险管控漏洞及完善对策

## 6.7 另类理财产品

6.7.1 银行另类理财产品受市场追捧

6.7.2 另类投资理财产品的运作分析

6.7.3 另类投资理财产品的创新分析

6.7.4 另类投资理财产品的发展趋势

## 第七章 2020-2023年银行理财产品重点发行机构分析

### 7.1 工商银行

7.1.1 企业发展概况

7.1.2 经营效益分析

7.1.3 业务经营分析

7.1.4 财务状况分析

7.1.5 理财业务发展综况

7.1.6 理财产品发行动态

### 7.2 建设银行

7.2.1 企业发展概况

7.2.2 经营效益分析

7.2.3 业务经营分析

7.2.4 财务状况分析

7.2.5 理财业务发展综况

7.2.6 理财产品发行动态

### 7.3 交通银行

7.3.1 企业发展概况

7.3.2 经营效益分析

7.3.3 业务经营分析

7.3.4 财务状况分析

7.3.5 理财业务发展综况

7.3.6 理财产品发行动态

### 7.4 招商银行

7.4.1 企业发展概况

7.4.2 经营效益分析

- 7.4.3 业务经营分析
- 7.4.4 财务状况分析
- 7.4.5 理财业务发展综况
- 7.4.6 理财产品发行动态
- 7.5 民生银行
  - 7.5.1 企业发展概况
  - 7.5.2 经营效益分析
  - 7.5.3 业务经营分析
  - 7.5.4 财务状况分析
  - 7.5.5 理财业务发展综况
  - 7.5.6 理财产品发行动态
- 7.6 光大银行
  - 7.6.1 企业发展概况
  - 7.6.2 经营效益分析
  - 7.6.3 业务经营分析
  - 7.6.4 财务状况分析
  - 7.6.5 理财业务发展综况
  - 7.6.6 理财产品发行动态
- 7.7 北京银行
  - 7.7.1 企业发展概况
  - 7.7.2 经营效益分析
  - 7.7.3 业务经营分析
  - 7.7.4 财务状况分析
  - 7.7.5 理财业务发展综况
  - 7.7.6 理财产品发行动态

## 第八章 对银行理财产品市场投资与前景分析

- 8.1 投资概况
  - 8.1.1 银行理财产品投资环境简析
  - 8.1.2 银行理财产品和券商理财产品的投资比较
  - 8.1.3 投资收益与费用提取模式探讨
- 8.2 投资机会与风险

- 8.2.1 银行理财产品的投资价值分析
- 8.2.2 银行理财产品投资者面临的风险
- 8.2.3 商业银行开发理财产品的政策风险
- 8.2.4 商业银行开发理财产品的市场风险
- 8.3 前景预测
- 8.3.1 我国银行理财产品市场发展前景看好
- 8.3.2 我国银行理财产品市场形势展望
- 8.3.3 中国银行理财业务未来发展趋势
- 8.3.4 我国银行理财产品的发展趋向
- 8.3.5 政府对银行理财业务的监管趋势分析

## 附录

附录一：商业银行个人理财业务管理暂行办法

附录二：商业银行个人理财业务风险管理指引

附录三：商业银行理财产品销售管理办法

附录四：关于进一步加强商业银行理财业务风险管理有关问题的通知

附录五：中国银监会关于规范商业银行理财业务投资运作有关问题的通知

附录六：中国银监会关于完善银行理财业务组织管理体系有关事项的通知

附录七：商业银行理财业务监督管理办法

## 图表目录

图表 银行理财产品分类（按标价货币分类）

图表 银行理财产品分类（按收益类型划分）

图表 2017-2022年国内生产总值及其增长速度

图表 2017-2022年三次产业增加值占全国生产总值比重

图表 2017-2022年货物进出口总额

图表 2021年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表 2021年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表 2021年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表 2021年外商直接投资（不含银行、证券、保险）及其增长速度

图表 2021年对外直接投资额（不含银行、证券、保险）及其增长速度

图表 2016-2021年全部工业增加值及其增速

图表 2017-2022年中国三次产业投资占固定资产投资（不含农户）比重

图表 2021年按领域分固定资产投资（不含农户）及其占比

图表 2021年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表 2021年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表 2017-2022年全国居民人均可支配收入及其增速

图表 2017-2022年全社会消费品零售总额

图表 2021年全国居民人均消费支出及其构成

图表 商业银行资产增长情况

图表 商业银行贷款主要行业投向

图表 商业银行负债增长情况

图表 商业银行净利润情况

图表 银行个人理财产品发行机构数量

图表 利率市场化条件下人民币理财产品收益情况

图表 人民币理财产品收益各期限发行趋势

图表 城商行理财产品的发行情况

图表 城商行与其他机构的产品收益率比较

图表 城商行个人理财产品收益类型分布

图表 被访者城市分布（N=622）

图表 被访者年龄分布（N=622）

图表 被访者家庭平均月收入分布（N=622）

图表 被访者性别分布（N=622）

图表 主要的金融投资方式（N=622）

图表 曾经投资过的银行理财产品类型（N=622）

图表 分城市股票、基金、银行理财产品涉入程度TGI指数

图表 分年龄股票、基金、银行理财产品涉入程度TGI指数

图表 分家庭平均月收入股票、基金、银行理财产品涉入程度TGI指数

图表 中资行理财产品渗透率（N=622）

图表 外资行理财产品渗透率（N=622）

图表 银行理财产品品类渗透率（N=622）

图表 选择银行理财产品/服务时主要关注因素（N=622）

图表 分城市理财产品回报率、品牌知名度、理财产品种类关注度TGI指数

图表 分年龄理财产品回报率、品牌知名度、理财产品种类关注度TGI指数

图表 分家庭平均月收入理财产品回报率、品牌知名度、理财产品种类关注度TGI指数

图表 银行理财产品/服务信息渠道 ( N=622 )

图表 各类型银行的理财产品发行款数分布

图表 银行理财产品的风险收益特征分布

图表 银行理财产品投资币种分布

图表 银行理财产品期限结构分布

图表 银行理财产品投资对象分布

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/413719.html>