

2016-2022年中国银行理财 产品市场需求态势展望及投资风险研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国银行理财产品市场需求态势展望及投资风险研究报告》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/yinxing/4410439UG5.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年上半年，随着A股市场的大热，权益类资产成为银行理财关注的焦点，权益类产品的暴增极大的减缓了银行理财收益率下滑的幅度，使得该产品会逐步取代债券与货币市场类产品成为银行理财的主流投向的言论尘嚣日上。不过随着股灾的爆发，权益类理财产品的收益率及发行数量均出现了断崖式的下跌，在2015年下半年一蹶不振。进入2016年后，优质资产稀缺，国内经济数据持续下行等问题仍然没有得到明显改善，银行理财产品面临投资渠道受限，产品种类较少，收益率持续下滑等问题的困扰，较难真正的满足客户资产管理的需求。在此前提下，加大权益类资产配置，从新将理财资金引向资本市场是否会成为银行理财业务发展的新突破口成为了业内探讨的新热点。

整体来看，2016年债券与货币市场整体表现较为平稳，同时投资者风险偏好降低，导致理财产品收益率虽然一降再降，但整体规模并没有受到过大影响，仍然是避险投资的首选。权益类市场经过半年的缓冲，已经逐渐缓过劲来，有一定的获利空间，因此通过控制该类产品的整体规模，设立全面的风险监测体系，推进该产品向净值化发展，并配合优秀的投资管理人、第三方机构形成内外联动的话，仍然可以获取相对理想的收益以及保持可控的风险。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国银行理财产品市场需求态势展望及投资风险研究报告》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：中国银行理财产品行业发展环境

1.1 银行理财产品行业定义及内涵

1.1.1 银行理财产品定义

1.1.2 银行理财产品分类

(1) 按标价货币分类

(2) 按收益类型分类

1.1.3 银行理财产品运作原理

1.1.4 银行理财产品运作特征

1.1.5 银行理财产品收益来源

1.1.6 银行理财产品与各类理财产品的比较

1.2 银行理财产品行业监管政策

1.2.1 行业监管机制

1.2.2 行业主要政策解读

(1) 《关于加强商业银行存款偏离度管理有关事项的通知》

(2) 《关于规范商业银行理财业务投资运作有关问题的通知》

(3) 《关于银行业金融机构代销业务风险排查的通知》

(4) 《关于加强银行理财产品销售自律工作的十条约定》

(5) 《商业银行理财产品销售管理办法》

1.2.3 行业监管政策小结

1.3 银行理财产品行业经济环境

1.3.1 宏观经济环境

(1) GDP增长情况

(2) 经济走势预测

1.3.2 居民消费价格指数

1.3.3 国内货币供应量分析

1.3.4 人民币存贷款利率

1.3.5 人民币存贷款余额

1.3.6 宏观经济环境小结

(1) 房地产先行指标持续恶化

(2) 宽货币未导向宽信用

1.4 银行理财产品行业市场经济环境

1.4.1 利率市场

1.4.2 汇率市场

(1) 美元指数持续走强

(2) 欧元汇率低位徘徊

(3) 澳元理财依旧强势

1.4.3 商品市场

1.4.4 股票市场

第2章：中国银行理财产品行业发展现状及展望

2.1 银行理财产品发行规模及增长因素

2.1.1 银行理财产品发行规模及特点

(1) 银行理财产品发行规模

(2) 银行理财产品发行特点

2.1.2 银行理财产品增长驱动因素

(1) 供给方因素

(2) 需求方因素

(3) 市场结构性因素

2.2 银行理财产品发行结构

2.2.1 本外币发行结构

(1) 本外币理财产品发行规模及结构

(2) 外币理财产品主要币种发行情况

2.2.2 发行期限结构

2.2.3 发行主体结构

2.3 银行理财产品收益情况

2.3.1 人民币理财产品收益情况

2.3.2 外币理财产品收益情况

2.3.3 结构性理财产品收益情况

2.4 银行理财产品影响分析

2.4.1 理财产品对银行流动性的影响

2.4.2 理财产品对银行业绩的影响

2.5 银行理财产品市场展望

2.5.1 发行规模增速放缓

2.5.2 收益率将持续低迷

2.5.3 竞争加剧及渠道多元化

第3章：中国银行理财产品行业运营模式分析

3.1 银行理财产品运营模式分析

3.1.1 资产池模式

(1) 资产池模式简介

- (2) 资产池类产品规模
- (3) 资产池模式存在缺陷
- (4) 资产池模式存在风险
- (5) 资产池模式监管动向
- (6) 资产池模式转型思路

3.1.2 一对一模式

- (1) 一对一模式简介
- (2) 一对一模式规模

3.2 银行与其他机构合作运营模式分析

3.2.1 银信合作运营模式

- (1) 银信合作的产生背景
- (2) 银信合作的操作模式
- (3) 银信合作的产品规模
- (4) 银信合作的潜在风险
- (5) 银信合作的政策监管
- (6) 银信合作的发展趋势
- (7) 银信合作的模式创新

3.2.2 银基合作运营模式

- (1) 银基合作的产生背景
- (2) 银基合作的操作模式
- (3) 银基合作的潜在风险
- (4) 银基合作的政策监管
- (5) 银基合作的模式创新

3.2.3 银保合作运营模式

- (1) 银保合作的产生背景
- (2) 银保合作模式的变迁
- (3) 银保合作的产品规模
- (4) 银保合作的潜在风险
- (5) 银保合作的政策监管
- (6) 银保合作的模式创新

3.2.4 银证合作运营模式

- (1) 银证合作的产生背景

- (2) 银证合作的操作模式
- (3) 银证合作的潜在风险
- (4) 银证合作的政策监管
- (5) 银证合作的模式创新

第4章：中国银行理财产品行业产品市场现状及前景分析

4.1 债券类理财产品发行现状及前景

4.1.1 债券类理财产品介绍

- (1) 产品特点及适合人群
- (2) 债券类产品运作模式

4.1.2 债券类理财产品发行情况及风险

- (1) 债券类理财产品发行规模
- (2) 债券类理财产品发行主体
- (3) 债券类理财产品期限分布
- (4) 债券类理财产品市场地位
- (5) 债券类理财产品投资风险

4.1.3 债券类理财产品市场趋势及前景

- (1) 债券发行规模预测
- (2) 债券类理财产品市场前景

4.2 信贷类理财产品发行现状及前景

4.2.1 信贷类理财产品介绍

- (1) 产品特点及适合人群
- (2) 信贷类理财产品运作模式

4.2.2 信贷类理财产品发行情况及风险

- (1) 信贷类理财产品发行规模
- (2) 信贷类理财产品发行主体
- (3) 信贷类理财产品期限分布
- (4) 信贷类理财产品市场地位
- (5) 信托资产收益情况
- (6) 信贷类理财产品投资风险

4.2.3 信贷类理财产品市场趋势及前景

- (1) 信托资产规模预测

(2) 信托行业市场前景

4.3 结构性理财产品发行现状及前景

4.3.1 结构性理财产品介绍

(1) 产品特点及适合人群

(2) 结构性产品运作模式

4.3.2 结构性理财产品发行情况及风险

(1) 结构性理财产品发行规模

(2) 结构性理财产品期限分布

(3) 结构性理财产品市场地位

(4) 结构性理财产品收益情况

(5) 结构性理财产品投资风险

4.3.3 结构性理财产品市场趋势及前景

(1) 结构性理财产品市场趋势

(2) 结构性理财产品市场前景

4.4 利率类理财产品发行现状及前景

4.4.1 利率理财产品介绍

(1) 产品特点及适合人群

(2) 利率类理财产品运作模式

4.4.2 利率类理财产品发行情况及风险

(1) 利率类理财产品发行主体

(2) 利率类理财产品期限分布

(3) 利率类理财产品市场地位

(4) 利率类理财产品投资风险

4.4.3 利率类理财产品市场趋势及前景

(1) 利率类理财产品市场趋势

(2) 利率类理财产品市场前景

4.5 票据类理财产品发行现状及前景

4.5.1 票据类理财产品理财产品介绍

(1) 产品特点及适合人群

(2) 票据类理财产品运作模式

4.5.2 票据类理财产品发行情况及风险

(1) 票据类理财产品发行主体

(2) 票据类理财产品市场地位

(3) 票据类理财产品投资风险

4.5.3 票据类理财产品市场趋势及前景

(1) 票据类理财产品市场趋势

(2) 票据类理财产品市场前景

第5章：中国银行理财产品行业销售渠道及营销策略分析

5.1 银行理财产品行业销售渠道分析

5.1.1 银行网点

(1) 银行网点的优劣势

(2) 银行网点发展现状

(3) 银行网点理财业务趋势

5.1.2 网上银行

(1) 网上银行的优劣势

(2) 网上银行交易规模

(3) 网上银行理财业务趋势

5.1.3 手机银行

(1) 手机银行的优劣势

(2) 手机银行交易规模

(3) 手机银行理财业务趋势

5.2 银行理财产品行业营销策略分析

5.2.1 银行理财产品营销SWOT分析

(1) 银行理财产品营销优势分析

(2) 银行理财产品营销劣势分析

(3) 银行理财产品营销机遇分析

(4) 银行理财产品营销挑战分析

5.2.2 银行理财产品营销存在问题

(1) 目标定位

(2) 信息披露

(3) 营销渠道

(4) 职业素质

(5) 客户维护

(6) 品牌营销

(7) 投资者利益保护机制

5.2.3 银行理财产品营销策略建议

(1) 提高产品设计创新能力

(2) 加强营销流程管控

(3) 拓展产品营销渠道

(4) 完善营销团队建设

(5) 实施品牌形象管理

(6) 完善投诉处理机制

(7) 提高风险管控能力

(8) 加强业务规范监督

第6章：中国银行理财产品行业发行主体特征及竞争分析

6.1 银行理财产品发行主体特征分析

6.1.1 国有商业银行理财产品发行特征

(1) 投资币种分布特点

(2) 期限跨度分布特点

(3) 资产标的分布特点

(4) 银行个体分布特点

6.1.2 城市商业银行理财产品发行特征

(1) 投资币种分布特点

(2) 期限跨度分布特点

(3) 资产标的分布特点

(4) 银行个体分布特点

6.1.3 股份制商业银行理财产品发行特征

(1) 投资币种分布特点

(2) 期限跨度分布特点

(3) 资产标的分布特点

(4) 银行个体分布特点

6.1.4 外资银行理财产品发行特征

(1) 投资币种分布特点

(2) 期限跨度分布特点

(3) 资产标的分布特点

(4) 银行个体分布特点

6.2 银行理财产品发行主体排名分析

6.2.1 各银行理财产品分类排名

(1) 发行能力排名

(2) 产品收益率排名

(3) 风险控制能力排名

(4) 理财产品丰富性排名

6.2.2 各主体分期限收益率排名

(1) 1个月期收益率排名

(2) 3个月期收益率排名

(3) 6个月期收益率排名

(4) 12个月期收益率排名

6.3 银行理财产品发行主体竞争分析

6.3.1 国有商业银行竞争实力

(1) 品牌优势

(2) 网络优势

(3) 客户优势

6.3.2 城市商业银行竞争实力

(1) 理财产品规模扩大

(2) 区域优势明显增强

6.3.3 股份制商业银行竞争实力

(1) 理财综合实力较强

(2) 产品管理能力领先

6.3.4 外资银行竞争实力

(1) 自主创新能力

(2) 品牌建设优势

第7章：中国银行理财产品行业发行主体个案分析

7.1 股份制商业银行个案分析

7.1.1 招商银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.1.2 交通银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.1.3 中信银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.1.4 中国光大银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.1.5 华夏银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.1.6 广发银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.1.7 兴业银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.1.8 上海浦东发展银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.1.9 中国民生银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2 城市商业银行个案分析

7.2.1 平安银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2.2 中国邮政储蓄银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2.3 徽商银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2.4 北京银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2.5 包商银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2.6 青岛银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2.7 南京银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2.8 宁波银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2.9 厦门银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2.10 上海银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.3 国有商业银行个案分析

7.3.1 中国工商银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.3.2 中国农业银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.3.3 中国银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.3.4 中国建设银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.4 外资银行个案分析

7.4.1 渣打银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.4.2 汇丰银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.4.3 南洋商业银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.4.4 大华银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.4.5 星展银行理财产品分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第8章：中国重点区域银行理财产品行业投资潜力分析

8.1 北京银行理财产品市场投资潜力

8.1.1 北京金融环境简述

8.1.2 北京金融竞争力评价

(1) 金融业快速平稳发展

(2) 要素市场交易活跃

(3) 股权投资基金回暖

(4) 新兴业态运行平稳

(5) 北京市银行业发展情况

8.1.3 北京银行存款余额规模

8.1.4 北京居民投资消费意愿

8.1.5 北京理财产品业务投资风险

8.1.6 北京理财产品业务投资前景

(1) 北京市对理财产品需求较大

(2) 2016-2022年北京市理财产品募集金额预测

8.2 上海银行理财产品市场投资潜力

8.2.1 上海金融环境简述

8.2.2 上海金融竞争力评价

(1) 资本市场快速发展

(2) 金融市场成交额大幅上升

(3) 保险规模快速增长

(4) 上海市银行业运行情况

8.2.3 上海银行存款余额规模

8.2.4 上海居民投资消费意愿

8.2.5 上海理财产品业务投资风险

8.2.6 上海理财产品业务投资前景

(1) 上海经济快速发展，理财产品需求持续增强

(2) 2016-2022年上海市理财产品募集金额预测

8.3 广东银行理财产品市场投资潜力

8.3.1 广东金融环境简述

8.3.2 广东金融竞争力评价

(1) 股权市场情况

(2) 广东省银行业金融机构情况

8.3.3 广东银行存款余额规模

8.3.4 广东居民投资消费意愿

8.3.5 广东理财产品业务投资风险

8.3.6 广东理财产品业务投资前景

(1) 广东省经济发展情况

(2) 2016-2022年广东省（包含深圳）理财产品募集金额预测

8.4 江苏银行理财产品市场投资潜力

8.4.1 江苏金融环境简述

8.4.2 江苏金融竞争力评价

(1) 农村小额贷款发展情况

(2) 保险行业发展情况

(3) 证券期货发展情况

(4) 江苏股权交易中心

(5) 银行业发展情况

8.4.3 江苏银行存款余额规模

8.4.4 江苏居民投资消费意愿

8.4.5 江苏理财产品业务投资风险

8.4.6 江苏理财产品业务投资前景

(1) 江苏省经济增长情况

(2) 2016-2022年江苏省理财产品募集金额预测

8.5 浙江银行理财产品市场投资潜力

8.5.1 浙江金融环境简述

8.5.2 浙江金融竞争力评价

(1) 上市公司

(2) 保险业情况

(3) 银行业情况

8.5.3 浙江银行存款余额规模

8.5.4 浙江居民投资消费意愿

8.5.5 浙江理财产品业务投资风险

8.5.6 浙江理财产品业务投资前景

(1) 浙江经济发展情况

(2) 2016-2022年浙江省（包含宁波）理财产品募集金额预测

8.6 山东银行理财产品市场投资潜力

8.6.1 山东金融环境简述

8.6.2 山东金融竞争力评价

(1) 上市公司运行

(2) 山东省银行业经营情况

(3) 证券、期货业经营机构运行情况

(4) 保险业经营情况

8.6.3 山东银行存款余额规模

8.6.4 山东居民投资消费意愿

8.6.5 山东理财产品业务投资风险

8.6.6 山东理财产品业务投资前景

(1) 山东经济增速较快

(2) 2016-2022年山东省（包含青岛）理财产品募集金额预测

8.7 福建银行理财产品市场投资潜力

8.7.1 福建金融环境简述

8.7.2 福建金融竞争力评价

(1) 上市公司

(2) 福建省银行业情况

(3) 保险业经营情况

8.7.3 福建银行存款余额规模

8.7.4 福建居民投资消费意愿

8.7.5 福建理财产品业务投资风险

8.7.6 福建理财产品业务投资前景

(1) GDP增长较快

(2) 2016-2022年福建省理财产品募集金额预测

8.8 湖南银行理财产品市场投资潜力

8.8.1 湖南金融环境简述

8.8.2 湖南金融竞争力评价

(1) 湖南省银行业运行情况

(2) 社会融资情况

8.8.3 湖南银行存款余额规模

8.8.4 湖南居民投资消费意愿

8.8.5 湖南理财产品业务投资风险

8.8.6 湖南理财产品业务投资前景

(1) 湖南省经济总量持续增长

(2) 2016-2022年湖南省理财产品募集金额预测

第9章：中国银行理财产品行业调查与设计分析

9.1 银行理财产品行业市场调查分析

9.1.1 居民投资理财产品意愿调查

9.1.2 居民获取理财产品信息渠道调查

9.1.3 居民理财产品关注要素调查

(1) 吸引力要素调查

(2) 购买障碍调查

9.1.4 居民理财产品类型偏好调查

- (1) 类型偏好调查
- (2) 不同年龄段购买意愿调查
- (3) 不同年龄段渗透率调查
- 9.1.5 银行理财产品误导现象调查
- 9.1.6 银行理财产品弱化风险现象调查
- 9.1.7 银行理财产品夸大收益水平调查
- 9.2 银行理财产品行业设计创新分析
 - 9.2.1 银行理财产品的设计创新
 - 9.2.2 银行理财产品的定价方法
 - (1) 银行理财产品各构成部分的定价方法
 - (2) 银行理财产品定价特点
- 9.3 银行理财产品行业风险管理
 - 9.3.1 银行理财产品的风险识别
 - (1) 银行理财产品风险评级分级
 - (2) 通过投资范围判断理财产品风险
 - 9.3.2 银行理财产品对银行风险的影响
 - (1) 银行理财产品误导风险
 - (2) 银行理财产品缺陷风险
 - (3) 与自营业务隔离不明风险
 - (4) 与第三方机构合作管理风险
 - 9.3.3 银行理财业务的风险防控
 - (1) 保证收益类理财产品回归自营
 - (2) 积极试行银行资产管理计划业务
 - (3) 完善理财业务风险隔离制度
 - (4) 加强理财产品流动性风险管理
 - (5) 强化理财业务声誉风险管理
 - (6) 建立理财业务风险拨备制度
 - (7) 强化理财从业员工业务技能

第10章 电商行业发展分析

10.1 电子商务发展分析

10.1.1 电子商务定义及发展模式分析

- 10.1.2 中国电子商务行业政策现状
- 10.1.3 2013-2015年中国电子商务行业发展现状
- 10.2 “互联网+”的相关概述
 - 10.2.1 “互联网+”的提出
 - 10.2.2 “互联网+”的内涵
 - 10.2.3 “互联网+”的发展
 - 10.2.4 “互联网+”的评价
 - 10.2.5 “互联网+”的趋势
- 10.3 电商市场现状及建设情况
 - 10.3.1 电商总体开展情况
 - 10.3.2 电商案例分析
 - 10.3.3 电商平台分析（自建和第三方网购平台）
- 10.4 电商行业未来前景及趋势预测
 - 10.4.1 电商市场规模预测分析
 - 10.4.2 电商发展前景分析

图表目录：

- 图表1：银行理财产品分类
- 图表2：“资金池 - 资金池”运作示意图
- 图表3：“资金池 - 资产池”模式下的风险传递路径
- 图表4：银行理财产品与其他理财产品比较
- 图表5：2011-2015年中国GDP及其增长情况（单位：万亿元，%）
- 图表6：2015年我国宏观经济指标预测（单位：%）
- 图表7：“十三五”时期中国经济所面临的趋势性变化
- 图表8：2010-2015年居民消费价格指数走势
- 图表9：2010-2015年中国货币供应量分析（单位：亿元）
- 图表10：2010-2015年人民币活期存款利率走势（单位：%）
- 图表11：2010-2015年人民币存贷款余额规模（单位：亿元）
- 图表12：2015-2015年年美元实际有效汇率指数走势
- 图表13：2010-2015年银行理财产品发行数量（单位：款，%）
- 图表14：2015年各月银行理财产品发行规模变化趋势（单位：款）
- 图表15：2015年我国银行外币理财产品占比情况（单位：%）

图表16：2015年各月外币银行理财产品发行规模（单位：款）

图表17：2015年银行外币理财产品分布情况（按币种）（单位：%）

图表18：2015年银行理财产品期限分布情况（单位：%）

图表19：2015年银行理财产品发行主体分布情况（单位：%）

图表20：2015年人民币非结构性理财产品收益率走势（单位：%）

图表21：2015年不同期限人民币普通理财产品收益率最高产品情况（单位：%；天）

图表22：2013-2015年外币理财产品收益率曲线对比（单位：%）

图表23：2013年人民币结构性理财产品收益率走势（单位：%）

图表24：资产池模式示意图

图表25：一对一模式示意图

图表26：银信理财产品发行情况一览表（单位：个，亿元，天，%）

图表27：2015年各月我国银信合作理财产品发行规模（单位：亿元，%）

图表28：银信合作主要政策分析

图表29：2015年银保市场新单规模保费排名（单位：亿元）

图表30：银保合作主要政策

图表31：银行理财产品按投资标的分类情况

图表32：2010-2015年债券类理财产品发行规模（单位：款，%）

图表33：2015年债券类理财产品发行主分布（单位：%）

图表34：2010-2015年债券类理财产品市场发行占比（单位：%）

图表35：2016-2022年债券类理财产品发行规模及增长情况预测（单位：款，%）

图表36：信贷类理财产品运作模式

图表37：2010-2015年信贷类理财产品发行规模（单位：款，%）

图表38：2015年我国信贷类银行理财产品发行主体分布（单位：%）

图表39：2015年我国信贷类银行理财产品期限分布（单位：%）

图表40：2015年我国信贷类银行理财产品市场发行占比（单位：%）

图表41：2015年我国信托资产收益率变化（单位：%）

图表42：2016-2022年信托资产规模预测（单位：万亿元）

图表43：2010-2015年结构性理财产品发行规模及增速（单位：款，%）

图表44：2015年我国银行结构性理财产品期限分布（单位：%）

图表45：2015年我国银行结构性理财产品市场发行占比（单位：%）

图表46：2015年我国银行结构性理财产品收益分布（单位：%）

图表47：2015年我国利率类理财产品发行主体分布（单位：%）

图表48：2015年我国银行利率类理财产品市场发行占比（单位：%）

图表49：2016-2022年我国银行利率类理财产品市场发行占比预测（单位：%）

图表50：票据类银行理财产品运作模式

图表51：2015年我国票据类银行理财产品发行主体分布（单位：%）

图表52：2010-2015年票据类理财产品市场发行占比（单位：%）

图表53：2010-2015年中国网银用户规模变化趋势图（单位：万人，%）

图表54：2012-2015年中国商业银行网上交易规模（单位：亿笔，万亿元，%）

图表55：2015年电子银行用户投资理财购买渠道（单位：%）

图表56：2011-2015年我国手机支付用户规模情况（单位：万人，%）

图表57：2012-2015年商业银行移动支付交易规模（单位：亿笔，万亿元，%）

图表58：2013-2015年中国第三方支付市场移动支付规模（单位：亿元，%）

图表59：2015年中国第三方支付市场移动支付市场份额（单位：%）

图表60：银行理财产品品牌营销架构

图表61：2015年我国国有控股类产品投资币种分布（单位：%）

图表62：2015年我国国有控股类产品期限跨度分布（单位：%）

图表63：2015年我国国有控股类产品资产标的分布（单位：%）

图表64：2015年国有商业银行发行产品数量前三名（单位：款，%）

图表65：2015年我国城市商业类产品投资币种分布（单位：%）

图表66：2015年我国城市商业类产品期限跨度分布（单位：%）

图表67：2015年我国城市商业类产品资产标的分布（单位：%）

图表68：2015年城市商业银行发行产品数量前三名（单位：款，%）

图表69：2015年我国股份制商业类产品投资币种分布（单位：%）

图表70：2015年我国股份制商业类产品期限跨度分布（单位：%）

图表71：2015年我国股份制商业类产品资产标的分布（单位：%）

图表72：2015年股份制商业银行发行产品数量前三名（单位：款，%）

图表73：2015年我国外资银行类产品投资币种分布（单位：%）

图表74：2015年我国外资银行类产品期限跨度分布（单位：%）

图表75：2015年我国外资银行类产品资产标的分布（单位：%）

图表76：2015年外资银行发行产品数量前三名（单位：款，%）

图表77：2015年全国性银行理财产品发行能力排名

图表78：2015年区域性银行理财产品发行能力排名

图表79：2015年全国性银行理财产品收益率排名

图表80：2015年区域性银行理财产品收益率排名

图表81：2015年全国性银行理财产品风险控制能力排名

图表82：2015年区域性银行理财产品风险控制能力排名

图表83：2015年全国性银行理财产品丰富性排名

图表84：2015年区域性银行理财产品丰富性排名

图表85：2015年银行理财产品不同期限最高预期收益率（单位：%）

图表86：2015年一个月以内各类型银行理财收益率（单位：%）

图表87：2015年1-3个月各类型银行理财收益率（单位：%）

图表88：2015年3-6个月各类型银行理财收益率（单位：%）

图表89：2015年6-12个月各类型银行理财收益率（单位：%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinxing/4410439UG5.html>