

# 2024年中国银行理财产品行业现状 调研及发展趋势预测报告

产业调研网

[www.cir.cn](http://www.cir.cn)

## 一、基本信息

报告名称： 2024年中国银行理财产品行业现状调研及发展趋势预测报告

报告编号： 1A39988 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：10200 元 纸质+电子版：10500 元

优惠价格： 电子版：9100 元 纸质+电子版：9400 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： [kf@Cir.cn](mailto:kf@Cir.cn)

详细内容： <https://www.cir.cn/8/98/YinHangLiCaiChanPinShiChangQianJingYuCe.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

## 二、内容介绍

银行理财产品在全球范围内是个人和企业财富管理的重要工具，近年来，随着金融市场的开放和金融科技的发展，银行理财产品的种类和投资策略日益多样化，从传统的定期存款和债券型产品到混合型和股票型理财产品，满足了不同风险偏好和收益预期的客户需求。同时，互联网金融和智能投顾的兴起，提高了理财产品的便捷性和个性化服务水平。

未来，银行理财产品将更加注重风险管理和智能化服务。一方面，通过加强风险评估和资产配置，提供更稳健和透明的理财产品，如绿色金融产品和ESG（环境、社会 and 治理）主题基金，满足客户对社会责任和可持续发展的投资需求。另一方面，利用大数据和人工智能技术，实现理财产品的智能推荐和个性化服务，如智能投顾平台，提升客户体验和投资效率。

2013年以来，全球经济复苏并不稳固，欧洲经济衰退严重，新兴国家经济增速放缓。近期，国际货币基金组织（IMF）在《世界经济展望报告》中下调2013年和2014年全球经济增速预期，并指出：新兴经济体目前面临着增长减速和金融市场收紧的双重挑战。在“用好增量，盘活存量”的货币政策总方针指导下，中国经济正在忍受“结构调整”带来的增速下滑。持续偏紧的政策环境加之长期以来短期资金和长期资产的期限错配，使得商业银行面临较大的资金筹集压力，甚至在个别时点出现了短暂的流动性危机。这为作为商业银行“吸储利器”的银行理财业务之再续辉煌埋下伏笔。然而，2013年对银行理财产品市场而言，是举步维艰的一年。一方面，商业银行理财业务和同业业务因其逃避管制的信用扩张机制屡遭监管政策围堵，最具影响力的便是银监会下发《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》。另一方面，券商、基金、信托等其他财富管理机构纷纷崛起，银行理财产品市场迎来更为复杂多变的竞争环境。尽管如此，作为财富管理市场的领军者，银行理财产品市场依然在与监管机构的互动博弈及与金融机构的合作竞争中寻得生机，发行数量和管理资产规模再创辉煌。2013年前三季度，商业银行共发行理财产品2.9万余款，募集资金规模约达19.3万亿元人民币。

2013年1~9月，191家商业银行共发行理财产品2.9万余款，募集资金规模约达19.3万亿元人民币

，已接近2012年全年的发行水平。相比2012年同期，数量和规模分别增长38.1%和37.2%。从季度数据看，2012年三季度以来，银行理财产品的发行量趋于稳定，单季度发行数量约在1万款，资金规模徘徊在6万亿元，2013年三季度达到前所未有的7.7万亿元。

当前银行理财产品的兴起和迅速壮大，是中国利率市场化稳步推进、货币信贷政策总体偏紧、流动性监管趋严等条件下，商业银行顺应融资多元化和客户资产管理需求而进行的一种创新行为。从整个金融结构演变的角度看，这种更为市场化的创新是符合金融市场发展的总体趋势的，通过相应的市场和监管制度的完善，是可以更好地引导其发展的。中国银行理财产品市场尚处培育发展阶段，风险可控，总体平稳，但需进一步规范，潜在风险须重视。一些重要环节和领域的风险不容忽视。包括：滚动发行、期限错配中可能存在的流动性风险；资金池类产品的信息不透明和资产安全风险，与此同时，还存在银行表外业务风险可能向表内传导的可能性。2013年，国内财富管理市场竞争格局将更加激烈，银行理财产品市场和信托产品市场受到的“监管关注度”将会加大，证券投资基金市场和券商集合理财产品市场受到的“创新支持力度”将会加大，“一增一减”将明显改变未来国内财富管理市场的总体格局。中国理财产品的快速发展主要是市场需求推动的，发展速度虽然较快，但只占银行业资产的5%，相比美国2008年理财产品超过金融业资产的70%，还有较大空间。由此可见，理财市场空间巨大。

## 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

#### 1.1.3 银行理财产品运作原理

#### 1.1.4 银行理财产品收益来源

#### 1.1.5 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 行业新政解读

(1) 《关于规范商业银行理财业务投资运作有关问题的通知》

(2) 《关于银行业金融机构代销业务风险排查的通知》

(3) 《关于加强银行理财产品销售自律工作的十条约定》

(4) 《商业银行理财产品销售管理办法》

### 1.3 银行理财产品行业经济环境

#### 1.3.1 国内经济增长分析

#### 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

### 1.4 银行理财产品行业市场环境

#### 1.4.1 利率市场

#### 1.4.2 汇率市场

#### 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

#### 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

#### 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 收益率回升空间有限

#### 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 对一模式

- (1) 一对一模式简介
- (2) 一对一模式规模
- (3) 一对一模式优势

## 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) 银基合作的产品规模
- (4) 银基合作的潜在风险
- (5) 银基合作的政策监管
- (6) 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) 银证合作的产品规模
- (4) 银证合作的潜在风险
- (5) 银证合作的政策监管
- (6) 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) 重点法规及监管情况
- (3) 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) 债券类理财产品收益情况
- (6) 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趋势
- (3) 债券类理财产品市场前景

### 4.2 信托类理财产品发行现状及前景

#### 4.2.1 信托类理财产品介绍

- (1) 产品特点及适合人群
- (2) 重点法规及监管情况
- (3) 信托类产品运作模式

#### 4.2.2 信托类理财产品发行情况及风险

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

#### 4.2.3 信托类理财产品市场趋势及前景

- (1) 信托资产规模预测
- (2) 信托类理财产品市场趋势
- (3) 信托类理财产品市场前景

### 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) 重点法规及监管情况
- (3) 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) 结构性理财产品发行主体
- (3) 结构性理财产品期限分布
- (4) 结构性理财产品市场地位
- (5) 结构性理财产品收益情况
- (6) 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 qdii理财产品发行现状及前景

#### 4.4.1 qdii理财产品介绍

- (1) 产品特点及适合人群
- (2) 重点法规及监管情况
- (3) qdii产品运作模式

#### 4.4.2 qdii理财产品发行情况及风险

- (1) qdii理财产品发行规模
- (2) qdii理财产品发行主体
- (3) qdii理财产品期限分布
- (4) qdii理财产品市场地位
- (5) qdii理财产品收益情况
- (6) qdii理财产品投资风险

#### 4.4.3 qdii理财产品市场趋势及前景

- (1) qdii理财产品市场趋势
- (2) qdii理财产品市场前景

### 4.5 新股申购类理财产品发行现状及前景

#### 4.5.1 新股申购类理财产品介绍

- (1) 产品特点及适合人群
- (2) 重点法规及监管情况
- (3) 新股申购类产品运作模式

#### 4.5.2 新股申购类理财产品发行情况及风险

- (1) 新股申购类理财产品发行情况
- (2) 新股申购类理财产品投资风险

#### 4.5.3 新股申购类理财产品市场趋势及前景

- (1) 新股申购类理财产品市场趋势
- (2) 新股申购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) 银行网点交易规模
- (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 银行理财产品营销现状

#### 5.2.2 银行理财产品营销模式

#### 5.2.3 银行理财产品营销存在问题

#### 5.2.4 银行理财产品营销策略建议

## 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 按理财产品发行量排名

##### 6.2.2 分期限预期收益率排名

- (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

##### 6.3.2 城市商业银行竞争实力

##### 6.3.3 股份制商业银行竞争实力

##### 6.3.4 外资银行竞争实力

### 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) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

##### 7.1.2 交通银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

##### 7.1.3 深圳发展银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

#### 7.1.4 中信银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

#### 7.1.5 中国光大银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

#### 7.1.6 华夏银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

#### 7.1.7 广东发展银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状

(5) 银行理财收入分析

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

#### 7.1.8 福建兴业银行理财产品分析

(1) 银行简介

(2) 银行网点规模

(3) 银行存款规模

(4) 银行理财产品现状

(5) 银行理财收入分析

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

#### 7.1.9 上海浦东发展银行理财产品分析

(1) 银行简介

(2) 银行网点规模

(3) 银行存款规模

(4) 银行理财产品现状

(5) 银行理财收入分析

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

#### 7.1.10 中国民生银行理财产品分析

(1) 银行简介

(2) 银行网点规模

(3) 银行存款规模

(4) 银行理财产品现状

(5) 银行理财收入分析

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

### 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) 银行简介

(2) 银行网点规模

(3) 银行存款规模

(4) 银行理财产品现状

(5) 银行理财收入分析

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

### 7.2.2 中国邮政储蓄银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

### 7.2.3 徽商银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

### 7.2.4 北京银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

### 7.2.5 包商银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

### 7.2.6 青岛银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模

(4) 银行理财产品现状

(5) 银行理财收入分析

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

#### 7.2.7 南京银行理财产品分析

(1) 银行简介

(2) 银行网点规模

(3) 银行存款规模

(4) 银行理财产品现状

(5) 银行理财收入分析

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

#### 7.2.8 宁波银行理财产品分析

(1) 银行简介

(2) 银行网点规模

(3) 银行存款规模

(4) 银行理财产品现状

(5) 银行理财收入分析

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

#### 7.2.9 厦门银行理财产品分析

(1) 银行简介

(2) 银行网点规模

(3) 银行存款规模

(4) 银行理财产品现状

(5) 银行理财收入分析

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

#### 7.2.10 上海银行理财产品分析

(1) 银行简介

(2) 银行网点规模

(3) 银行存款规模

(4) 银行理财产品现状

(5) 银行理财收入分析

(6) 银行理财市场地位

(7) 银行发展战略规划

### 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) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入现状
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

#### 7.3.2 中国农业银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入现状
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

#### 7.3.3 中国银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入现状
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

#### 7.3.4 中国建设银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入现状
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

### 7.4 外资银行个案分析

#### 7.4.1 渣打银行理财产品分析

- (1) 银行简介

- (2) 银行在华网点布局
- (3) 银行在华理财产品现状
- (4) 银行理财收入分析
- (5) 银行在华发展战略
- 7.4.2 荷兰银行理财产品分析
  - (1) 银行简介
  - (2) 银行在华网点布局
  - (3) 银行在华理财产品现状
  - (4) 银行理财收入分析
  - (5) 银行在华发展战略
- 7.4.3 汇丰银行理财产品分析
  - (1) 银行简介
  - (2) 银行在华网点布局
  - (3) 银行在华理财产品现状
  - (4) 银行理财收入分析
  - (5) 银行在华发展战略
- 7.4.4 南洋商业银行理财产品分析
  - (1) 银行简介
  - (2) 银行在华网点布局
  - (3) 银行在华理财产品现状
  - (4) 银行理财收入分析
  - (5) 银行在华发展战略
- 7.4.5 大华银行理财产品分析
  - (1) 银行简介
  - (2) 银行在华网点布局
  - (3) 银行在华理财产品现状
  - (4) 银行理财收入分析
  - (5) 银行在华发展战略
- 7.4.6 星展银行理财产品分析
  - (1) 银行简介
  - (2) 银行在华网点布局
  - (3) 银行在华理财产品现状
  - (4) 银行理财收入分析
  - (5) 银行在华发展战略

## 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
- 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
- 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
  - 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
- 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
  - 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 广东银行理财产品发行情况
    - (1) 广东银行理财产品发行规模
    - (2) 广东银行理财产品收益类型
    - (3) 广东银行理财产品期限结构
  - 8.3.6 广东理财产品业务投资风险
  - 8.3.7 广东理财产品业务投资前景
- 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
  - 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
- 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
  - 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

## 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

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

## 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

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

## 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

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

# 第9章 中智林—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

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 银行理财产品信息披露调查

9.1.6 银行理财产品风险提示调查

9.1.7 银行理财产品收益水平调查

## 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) 银行理财产品总价值的确定

#### (3) 银行理财产品定价注意问题

### 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

#### 9.3.2 银行理财产品对银行风险的影响

#### 9.3.3 银行理财产品的风险测度

## 图表目录

图表 1：银行理财资产池和资金池的匹配

图表 2：银行理财产品资产池的动态平衡

图表 3：各类理财产品的比较

图表 4：2024-2030年中国gdp及增长分析

图表 5：2024-2030年居民消费价格指数走势

图表 6：2024-2030年中国货币供应量分析

图表 7：2024-2030年人民币存贷款利率调整

图表 8：2024-2030年人民币存贷款余额规模

图表 9：2024-2030年中国利率走势

图表 10：2024-2030年中国汇率走势

图表 11：2024-2030年银行理财产品发行规模

图表 12：2024年各月银行理财产品发行规模

图表 13：2024年各月外币银行理财产品发行规模

图表 14：vs2013年银行理财产品期限分布

图表 15：2024年人民币理财产品收益率走势

图表 16：2024-2030年人民币理财产品收益率曲线对比

图表 17：2024年人民币普通理财产品收益率排名

图表 18：2024-2030年外币理财产品收益率曲线对比

图表 19：资产池模式示意图

图表 20：一对一模式示意图

图表 21：2024-2030年债券类理财产品发行规模

图表 22：2024-2030年债券发行规模及增长情况

图表 23：2024-2030年信托类理财产品发行规模

图表 24：信贷类理财产品运作模式

图表 25：2024-2030年信托资产规模及增长情况

图表 26：2024-2030年结构性理财产品发行规模

- 图表 27: 2024-2030年qdii理财产品发行规模
- 图表 28: 国有控股类产品投资币种分布
- 图表 29: 国有控股类产品期限跨度分布
- 图表 30: 国有控股类产品资产标的分布
- 图表 31: 城市商业类产品投资币种分布
- 图表 32: 城市商业类产品期限跨度分布
- 图表 33: 城市商业类产品资产标的分布
- 图表 34: 股份制商业类产品投资币种分布
- 图表 35: 股份制商业类产品期限跨度分布
- 图表 36: 股份制商业类产品资产标的分布
- 图表 37: 外资银行类产品投资币种分布
- 图表 38: 外资银行类产品期限跨度分布
- 图表 39: 外资银行类产品资产标的分布
- 图表 40: 2024年银行理财产品发行能力排名
- 图表 41: 2024年个月期理财产品平均收益率排名
- 图表 42: 2024年个月期理财产品平均收益率排名
- 图表 43: 2024年个月期理财产品平均收益率排名
- 图表 44: 2024年个月期理财产品平均收益率排名
- 图表 45: 2024-2030年招商银行理财产品手续费及佣金收入
- 图表 46: 2024-2030年交通银行理财产品手续费及佣金收入
- 图表 47: 2024-2030年深圳发展银行理财产品手续费及佣金收入
- 图表 48: 2024-2030年中信银行理财产品手续费及佣金收入
- 图表 49: 2024-2030年中国光大银行理财产品手续费及佣金收入
- 图表 50: 2024-2030年华夏银行理财产品手续费及佣金收入
- 图表 51: 2024-2030年广东发展银行理财产品手续费及佣金收入
- 图表 52: 2024-2030年福建兴业银行理财产品手续费及佣金收入
- 图表 53: 2024-2030年上海浦东发展银行理财产品手续费及佣金收入
- 图表 54: 2024-2030年中国民生银行理财产品手续费及佣金收入
- 图表 55: 2024-2030年平安银行理财产品手续费及佣金收入
- 图表 56: 2024-2030年中国邮政储蓄银行理财产品手续费及佣金收入
- 图表 57: 2024-2030年北京银行存款余额规模
- 图表 58: 2024-2030年上海银行存款余额规模
- 图表 59: 2024-2030年广东银行存款余额规模
- 图表 60: 2024-2030年江苏银行存款余额规模
- 图表 61: 2024-2030年浙江银行存款余额规模
- 图表 62: 2024-2030年山东银行存款余额规模

图表 63：2024-2030年福建银行存款余额规模  
图表 64：2024-2030年湖南银行存款余额规模  
图表 65：银行理财产品信息渠道分布  
图表 66：银行理财产品吸引力要素排名  
图表 67：银行理财产品购买障碍要素排名  
图表 68：不同年龄段客户未来购买不同理财产品的比例  
图表 69：不同年龄段银行理财产品渗透率分布  
图表 70：销售过程存在信息披露问题的银行排名  
图表 71：销售过程存在风险提示问题的银行排名  
图表 72：银行理财产品收益水平分  
略……

订阅“2024年中国银行理财产品行业现状调研及发展趋势预测报告”，编号：1A39988，  
请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099  
Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/8/98/YinHangLiCaiChanPinShiChangQianJingYuCe.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！