

2015-2020年中国零售银行市场发展现状及投资前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国零售银行市场发展现状及投资前景分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/169761.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

第一章 我国零售银行业发展环境分析	9
第一节 国际银行业发展金融环境分析	9
一 全球资本扩张趋势	9
二 金融重商主义分析	10
三 双重夹击下零售银行业务发展分析	10
第二节 宏观经济环境分析	11
一 银行业相关指标分析	17
二 零售银行业务相关影响因素重点分析	19
三 2010年2014年经济环境-	20
第三节 2014年我国零售银行业发展政策环境分析	24
一 财政政策	24
二 金融货币政策	26
三 汇率政策	31
第四节 -零售银行业务重点关注行业分析	33
一 证券市场发展解析	33
二 房地产 汽车行业回暖	34
第五节 新巴塞尔协议对中资银行未来发展的影响	59
一 新巴塞尔协议对中国银行业的考验	59
二 执行新巴塞尔协议对我国银行业的影响分析	62
1 2014年起部分银行执行新巴塞尔协议	62
2 加强银行系统在遭遇突发事件时抵御风险的能力	62
3 对国内商业银行资本充足率的监管	62
三 新巴塞尔协议与中国商业银行提高资本充足率的对策研究	63
第二章 2014年我国零售银行业务总体发展情况分析	65
第一节 零售银行业务总体发展情况	65
一 信贷规模扩大，而息差收入下降	65
二 以手续费及佣金为主的中间业务的占比提高	66
三 在衍生金融工具 理财产品创新等方面仍有许多不足	66
第二节 国内零售银行业务市场发展格局分析	67
一 中资银行零售银行业务发展情况	67
二 外资银行在华发展动态分析	70
第三节 国内上市银行零售银行业务对比分析	73
一 商业银行零售业务发展策略分析	73

二 零售银行重点业务同业对比分析	74
1 零售存款业务同业对比分析	74
2 零售贷款业务同业对比分析	75
3 个人理财业务同业对比分析	76
4 信用卡业务同业对比分析	78
三 零售银行业务服务渠道同业对比分析	79
1 手机银行业务	79
2 自助设备投放	80
3 网上银行业务	80
第四节 全国重点省市银行零售业务市场发展状况调查	82
一 上海市	82
二 北京市	84
三 深圳市	84
四 天津市	85
五 重庆市	86
六 其他省市	87
第五节 2012-2014年我国商业银行零售银行业务发展趋势分析	88
第三章 零售银行存款业务市场分析及预测	92
第一节 存款规模分析	92
一 2014年存款数据及解析	92
1 增长迅速	92
2 7月份居民户存款负增长	92
二 经济态势对居民储蓄存款的影响分析	93
第二节 2014年存款结构分析	94
一 人民币各项存款持续增加	94
二 居民户存款呈少增态势	95
三 企业存款增加较多	95
第三节 2014年我国居民储蓄存款特点分析	96
一 货币活期化趋势明显	96
二 再现储蓄“搬家”现象	97
第四节 2014年2010我国商业银行存款市场发展预测	98
第四章 2012-2014年我国商业银行存款产品创新研究	100
第一节 国外商业银行存款产品设计	100
一 国外商业银行存款产品设计与创新研究	100
二 国外商业银行存款产品设计的特点及对我国的借鉴	101

- 第二节 我国商业银行存款产品设计 103
 - 一 我国商业银行存款产品及其特点 103
 - 二 近年我国商业银行存款产品创新及其评价 104
- 第三节 2014年我国商业银行存款产品设计创新研究 107
 - 一 中外商业银行存款产品设计的差异分析 107
 - 二 2014年我国商业银行存款产品设计的背景分析 111
 - 三 我国商业银行存款产品设计的创新研究 112
- 第五章 零售银行贷款业务市场分析及预测 114
 - 第一节 2014年信贷数据及特点解析 114
 - 一 信贷资金主要集中于政府投资 114
 - 二 空转资金占今年新增信贷资金的20%左右 114
 - 三 票据融资与短期贷款替代关系 114
 - 四 7月份个人信贷业务发展趋势抬头 115
 - 第二节 个人消费信贷业务主要拉动因素分析 116
 - 一 资本市场异常活跃 116
 - 二 经济转暖激发个人消费活力 117
 - 第三节 零售银行个人经营性贷款发展的市场机遇分析 117
 - 一 个人经营性贷款市场机遇分析 117
 - 二 个人经营性贷款的客户定位分析 119
 - 第四节 金融脱媒现象分析 119
 - 一 间接融资比例下降趋势不可逆转 120
 - 二 金融脱媒对我国商业银行业的压力已经显现 120
 - 三 金融脱媒背景下我国银行业经营模式转型分析 121
 - 四 汽车金融公司市场占有率首次超过商业银行 123
 - 第五节 下半年货币信贷增速运行预测 125
 - 一 下半年个人信贷将成主力 125
 - 二 货币供应保持较快增长具备有利条件 126
 - 三 下半年存贷款结构将有所优化 126
 - 四 2014年新增贷款绝对额依然不低 127
- 第六章 零售银行中间业务市场分析及预测 129
 - 第一节 中间业务市场整体分析 129
 - 一 2014年商业银行中间业务总体运行分析 129
 - 1 中间业务占比快速增加 129
 - 2 中间业务多元盈利格局正逐步形成 129
 - 3 代销基金业务下降明显 129

- 4 理财和代理保险等业务量上升 130
 - 二 各行中间业务均有较大突破 131
 - 三 下半年中间业务面临较大挑战 131
- 第二节 我国商业银行中间业务细分分析 131
 - 一 商业银行第三方存管业务对比分析 132
 - 1 股份制银行间第三方存管业务竞争激烈 132
 - 2 股份制商业银行第三方存款业务特点比较 132
 - 二 商业银行基金代销业务对比分析 133
 - 1 银行基金代销业务收入下降 133
 - 2 银行垄断的基金销售模式正被多元化渠道弱化 134
 - 三 商业银行银保业务对比分析 134
 - 1 银保业务成为银行利润新增长点 134
 - 2 2014年银保业务动态监测 135
 - 四 2014年短期融资券发行情况与利差分析 135
- 第三节 2012-2014年我国商业银行中间业务发展SWOT分析 140
 - 一 优势分析 140
 - 二 劣势分析 141
 - 三 机遇分析 142
 - 四 挑战分析 142
- 第四节 未来我国商业银行中间业务发展对策分析 145
 - 一 走差异化道路 145
 - 二 建立科学管理体系 145
 - 三 培养高素质人才 145
- 第七章 2012-2014年私人银行业务发展现状及趋势预测 147
 - 第一节 中国私人银行业务发展现状 147
 - 一 私人银行业务发展前景广阔 147
 - 二 私人银行业务需要专业化经营 154
 - 三 私人银行业务经营模式有待进一步完善 154
 - 第二节 设立私人银行专营机构的意义与重要作用 157
 - 一 建立和完善低 中 高端客户相结合的零售银行服务体系 157
 - 二 改善国内银行的收入结构 157
 - 三 建立健全私人银行风险管理体系,完善内部控制制度 158
 - 四 加强国内商业银行成本控制和核算管理 158
 - 五 培养专业高素质的营销队伍 158
 - 第三节 国内商业银行设立私人银行专营机构的可行性分析 159

- 一 商业银行综合实力显著增强 159
- 二 私人银行业务体系已基本形成 159
- 三 私人银行业务具备较有效的内部控制和风险管理制度 159
- 第四节 国内商业银行私人银行业务专营化经营案例分析 160
 - 一 探索私人银行专营机构的运作模式 160
 - 二 强化私人银行业务风险控制体制 160
 - 三 加强私人银行业务系统基础设施建设 161
 - 四 加强与国际先进银行建立深层次私人银行业务合作 161
- 第八章 我国零售银行消费者偏好分析 162
 - 第一节 零售银行消费者偏好分析 162
 - 第二节 零售银行消费者偏好分析的价值体现 162
 - 一 消费者偏好是决定银行产品价值的关键因素 162
 - 二 消费者偏好分析是体现市场细分的主要内容 163
 - 三 消费者偏好分析是银行实现差异化服务的坚实基础 163
 - 四 消费者偏好分析是国内银行提升竞争力的重要手段 164
 - 第三节 零售银行消费者偏好的分析方法 164
 - 一 零售银行消费者偏好的分类 165
 - 1 显性偏好 165
 - 2 隐性偏好 165
 - 3 未来偏好 166
 - 二 构建零售银行消费者偏好指标体系 167
 - 三 零售银行消费者偏好的主要研究方法 168
 - 第四节 运用零售银行消费者偏好分析实施差异化策略 168
- 第九章 中国商业银行零售客户终身价值管理分析 170
 - 第一节 银行业零售客户终身价值应用现状 170
 - 一 客户识别现状 170
 - 二 客户维系现状 170
 - 三 客户区分现状 171
 - 第二节 中国商业银行零售客户终身价值构成因素分析 172
 - 第三节 中国商业银行零售客户终身价值的影响因素 173
 - 一 个人因素对于客户终身价值的影响 173
 - 二 微观环境对商业银行零售客户终身价值的影响 175
 - 三 宏观环境对商业银行零售客户终身价值的影响 177
 - 第四节 2012-2014年我国零售银行客户价值开发策略分析 178
- 第十章 2012-2014年零售银行渠道建设情况分析 180

第一节 2014年我国零售银行渠道建设现状	180
第二节 提升商业银行零售渠道竞争力的策略分析	181
一 优化网点网络体系	181
二 产品创新提升销售成功率	182
三 构建营销服务平台	182
四 加快流程再造以及渠道整合	182
五 注重信息反馈	183
六 打造高素质人才体系	183
第三节 我国零售银行网点建设分析	184
一 我国零售银行网点建设的现状及不足	184
二 国外银行业先进经验分析	184
三 网点建设的决定因素分析	185
四 未来物理网点选择及转型研究	185
第四节 我国商业银行财富管理中心建设情况	189
一 我国财富管理中心建设及业务发展情况分析	189
1 国内银行财富管理中心建设情况分析	189
2 财富客户服务需求调研	190
二 我国商业银行财富管理中心理财业务核心竞争力分析	190
1 业务模式整合	190
2 产品研发	191
3 市场开拓	191
4 服务提升	192
5 专家团队建设	192
6 风险管理	193
三 财富中心财富管理业务模式分析	193
1 以专业理财为基础，打造特色理财规划核心竞争力	194
2 以优质服务为支持，确保客户利益最大化	194
3 以特色活动为手段，提高高端客户忠诚度	194
4 以“走出去”营销为辅助，大力挖掘高端潜力客户	195
四 我国商业银行财富管理中心业务改进举措分析	195
1 建议制定专属理财预约制度，凸现财富中心管理优势	195
2 建议增加理财经理的后备支持，确保理财经理专业理财	195
3 建议实行高端客户推荐制度，确保高端客户的稳定积累	195
第十一章 2012-2014年我国零售银行定价策略分析	197
第一节 我国零售银行业务定价权变迁分析	197

一 定价权归属的背景 197

二 商业银行中间业务价格的内容及其定价的目标 197

第二节 商业银行定价原则分析 198

一 实现利润最大化 198

二 提高市场份额 198

三 适应价格竞争 198

四 筛选客户 199

第三节 我国商业银行零售银行业务产品定价存在的问题 199

一 客户对商业银行中间业务产品定价存在误区 199

二 忽视产品和服务成本核算的重要性 199

三 传统的中间业务产品定价体制缺乏弹性 200

第四节 2012-2014年我国商业银行零售银行业务产品合理定价的对策 200

一 建立会计核算体系，推行全面成本管理 200

二 实施市场细分 200

三 建立中间业务的监督机制 201

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/169761.html>