

2022-2028年中国银行系电 商行业发展趋势与市场供需预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国银行系电商行业发展趋势与市场供需预测报告》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/202201/263295.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

“银行系电商”，其实对于我们广大网民来说不是一个新词。国内的几大商业银行，如中行、建行、工行、交行、招行、光大银行、兴业银行、民生银行等多家银行都在很早的时候涉足电商，只是体现形式为信用卡商城和积分商城。服务对象都是本行的用户，而商品提供商均由行方内部招标。这种规则一方面限制了消费者的群体及数量，另一方面也限制了商城所供商品的品类、数量、样式等。

近期“银行系电商”这个词被各大报刊、媒体频频提及，是由于建设银行推出的“善融商务”电商平台。据了解，该平台结合了传统的金融服务优势和新兴电子商务的服务应用，是全流程、综合性的电子商务金融服务平台，提供企业商城（B2B）、个人商城（B2C）和房e通入口，涵盖商品批发、商品零售和房屋交易等领域，可以为客户提供信息发布、交易撮合、社区服务、在线财务管理、在线客服等配套服务；在金融服务方面，为客户提供从支付结算、托管、担保到融资的全方位金融服务。“善融商务”的模式，被形容为“银行搭台，商户唱戏”，由建行在幕后搭建平台，签约商户在商城做生意，目前在银行界尚属首创，从而突破以往银行网上（信用卡和积分）商城所采用的B2C的模式。“善融商务”完全是一个开放的平台，与其他电商平台一样，消费者也是开放性，并不局限于本行用户。而在商户监管和入驻门槛方面更为严格，建行利用遍布全国的物理网点，通过工商资质验证和各地分行、网点人员实地考察相结合的方式对申请入驻的商户进行审查，大大提高了入驻商户的质量。作为金融行业的电商平台，融资服务成为善融商务的最大亮点。建行在“善融商务”平台上推出了：普通支付、贷款支付、信用卡分期或组合支付（普通支付+贷款支付），客户可根据自己的实际情况选择支付形式。记者日前登录“善融商务”个人商城进行了支付体验，当记者选购支持组合支付的商品时，可以根据自身的财务状况自由的选择支付和贷款的百分比。申请贷款支付前申请人只需在建行信贷体系里有贷款授信额度即可（是否可以展开点：如在建行申请60万元的住房贷款，已还了20万元；60万元即为建行的贷款授信额度，20万元可以在商城内进行贷款消费），据了解那些尚未有建行授信额度的客户，建行即将会开放线上申请。电子商务与第三方支付平台的蓬勃发展改变了银行客户的消费习惯和交易模式，对银行业务的发展提出了更新、更高的要求。建行“善融商务”电商平台为金融业电商做了一个很好的榜样，但是金融系电商的路还很远，我们将共同期待“善融商务”的未来。中企顾问网发布的《2022-2028年中国银行系电商行业发展趋势与市场供需预测报告》共十四章。首先介绍了中国银行系电商行业市场发展环境、银行系电商整体运行态势等，接着分析了中国银行系电商行业市场运行的现状，然后介绍了银行系电商市场竞争格局。随后，报告对银行系电商做

了重点企业经营状况分析，最后分析了中国银行系电商行业发展趋势与投资预测。您若想对银行系电商产业有个系统的了解或者想投资中国银行系电商行业，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：第一章 银行系电商行业发展综述1.1 银行系电商行业定义及分类1.1.1 行业定义1.1.2 行业主要产品分类1.1.3 行业主要商业模式1.2 银行系电商行业特征分析1.2.1 产业链分析1.2.2 银行系电商行业在国民经济中的地位1.2.3 银行系电商行业生命周期分析（1）行业生命周期理论基础（2）银行系电商行业生命周期1.3 最近3-5年中国银行系电商行业经济指标分析1.3.1 赢利性1.3.2 成长速度1.3.3 附加值的提升空间1.3.4 进入壁垒／退出机制1.3.5 风险性1.3.6 行业周期1.3.7 竞争激烈程度指标1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析 第二章 银行系电商行业运行环境分析2.1 银行系电商行业政治法律环境分析2.1.1 行业管理体制分析2.1.2 行业主要法律法规2.1.3 行业相关发展规划2.2 银行系电商行业经济环境分析2.2.1 国际宏观经济形势分析2.2.2 国内宏观经济形势分析2.2.3 产业宏观经济环境分析2.3 银行系电商行业社会环境分析2.3.1 银行系电商产业社会环境2.3.2 社会环境对行业的影响2.3.3 银行系电商产业发展对社会发展的影响2.4 银行系电商行业技术环境分析2.4.1 银行系电商技术分析2.4.2 银行系电商技术发展水平2.4.3 行业主要技术发展趋势 第三章 我国银行系电商行业运行分析3.1 我国银行系电商行业发展状况分析3.1.1 我国银行系电商行业发展阶段3.1.2 我国银行系电商行业发展总体概况3.1.3 我国银行系电商行业发展特点分析3.2 2015-2019年银行系电商行业发展现状3.2.1 2015-2019年我国银行系电商行业市场规模3.2.2 2015-2019年我国银行系电商行业发展分析3.2.3 2015-2019年中国银行系电商企业发展分析3.3 区域市场分析3.3.1 区域市场分布总体情况3.3.2 2015-2019年重点省市市场分析3.4 银行系电商细分产品/服务市场分析3.4.1 细分产品/服务特色3.4.2 2015-2019年细分产品/服务市场规模及增速3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测3.5 银行系电商产品/服务价格分析3.5.1 2015-2019年银行系电商价格走势3.5.2 影响银行系电商价格的关键因素分析（1）成本（2）供需情况（3）关联产品（4）其他3.5.3 2022-2028年银行系电商产品/服务价格变化趋势3.5.4 主要银行系电商企业价位及价格策略 第四章 我国银行系电商所属行业整体运行指标分析4.1 2015-2019年中国银行系电商所属行业总体规模分析4.1.1 企业数量结构分析4.1.2 人员规模状况分析4.1.3 行业资产规模分析4.1.4 行业市场规模分析4.2 2015-2019年中国银行系电商所属行业产销情况分析4.2.1 我国银行系电商所属行业工业总产值4.2.2 我国银行系电商所属行业工业销售产值4.2.3 我国银行系电商所属行业产销率4.3 2015-2019年中国银行系电商所属行业财务指标总体分析4.3.1 行业盈利能力分析4.3.2 行业偿债能力分析4.3.3 行业营运能力分析4.3.4 行业发展能力分析 第五章 我国银行系电商行业

供需形势分析5.1 银行系电商行业供给分析5.1.1 2015-2019年银行系电商行业供给分析5.1.2 2022-2028年银行系电商行业供给变化趋势5.1.3 银行系电商行业区域供给分析5.2 2015-2019年我国银行系电商行业需求情况5.2.1 银行系电商行业需求市场5.2.2 银行系电商行业客户结构5.2.3 银行系电商行业需求的地区差异5.3 银行系电商市场应用及需求预测5.3.1 银行系电商应用市场总体需求分析（1）银行系电商应用市场需求特征（2）银行系电商应用市场需求总规模5.3.2 2022-2028年银行系电商行业领域需求量预测（1）2022-2028年银行系电商行业领域需求产品/服务功能预测（2）2022-2028年银行系电商行业领域需求产品/服务市场格局预测5.3.3 重点行业银行系电商产品/服务需求分析预测 第六章 银行系电商行业产业结构分析6.1 银行系电商产业结构分析6.1.1 市场细分充分程度分析6.1.2 各细分市场领先企业排名6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）6.2 产业价值链条的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析6.2.1 产业价值链条的构成6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析6.3 产业结构发展预测6.3.1 产业结构调整指导政策分析6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素6.3.3 中国银行系电商行业参与国际竞争的战略市场定位6.3.4 产业结构调整方向分析 第七章 我国银行系电商行业产业链分析7.1 银行系电商行业产业链分析7.1.1 产业链结构分析7.1.2 主要环节的增值空间7.1.3 与上下游行业之间的关联性7.2 银行系电商上游行业分析7.2.1 银行系电商产品成本构成7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状7.2.3 2022-2028年上游行业发展趋势7.2.4 上游供给对银行系电商行业的影响7.3 银行系电商下游行业分析7.3.1 银行系电商下游行业分布7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状7.3.3 2022-2028年下游行业发展趋势7.3.4 下游需求对银行系电商行业的影响 第八章 我国银行系电商行业渠道分析及策略8.1 银行系电商行业渠道分析8.1.1 渠道形式及对比8.1.2 各类渠道对银行系电商行业的影响8.1.3 主要银行系电商企业渠道策略研究8.1.4 各区域主要代理商情况8.2 银行系电商行业用户分析8.2.1 用户认知程度分析8.2.2 用户需求特点分析8.2.3 用户购买途径分析8.3 银行系电商行业营销策略分析8.3.1 中国银行系电商营销概况8.3.2 银行系电商营销策略探讨8.3.3 银行系电商营销发展趋势 第九章 我国银行系电商行业竞争形势及策略9.1 行业总体市场竞争状况分析9.1.1 银行系电商行业竞争结构分析（1）现有企业间竞争（2）潜在进入者分析（3）替代品威胁分析（4）供应商议价能力（5）客户议价能力（6）竞争结构特点总结9.1.2 银行系电商行业企业间竞争格局分析9.1.3 银行系电商行业集中度分析9.1.4 银行系电商行业SWOT分析9.2 中国银行系电商行业竞争格局综述9.2.1 银行系电商行业竞争概况（1）中国银行系电商行业竞争格局（2）银行系电商行业未来竞争格局和特点（3）银行系电商市场进入及竞争对手分析9.2.2 中国银行系电商行业竞争力分析（1）我国银行系电商行业竞争力剖析（2）我国银行系电商企业市场竞争的优势（3）国内银行系电商企业竞争能力提升途径9.2.3 银行系电商市场竞争策略分析 第十章 银行系电商行业领先企业经营形势分析10.1 A公司10.1.1 企业概况10.1.2 企业优势分析10.1.3 产品/服务特色10.1.4 公司经营

状况10.1.5 公司发展规划10.2 B公司10.2.1 企业概况10.2.2 企业优势分析10.2.3 产品/服务特色10.2.4 公司经营状况10.2.5 公司发展规划10.3 C公司10.3.1 企业概况10.3.2 企业优势分析10.3.3 产品/服务特色10.3.4 公司经营状况10.3.5 公司发展规划10.4 D公司10.4.1 企业概况10.4.2 企业优势分析10.4.3 产品/服务特色10.4.4 公司经营状况10.4.5 公司发展规划10.5 E公司10.5.1 企业概况10.5.2 企业优势分析10.5.3 产品/服务特色10.5.4 公司经营状况10.5.5 公司发展规划10.6 F公司10.6.1 企业概况10.6.2 企业优势分析10.6.3 产品/服务特色10.6.4 公司经营状况10.6.5 公司发展规划

第十一章 2022-2028年银行系电商行业投资前景11.1 2022-2028年银行系电商市场发展前景11.1.1 2022-2028年银行系电商市场发展潜力11.1.2 2022-2028年银行系电商市场发展前景展望11.1.3 2022-2028年银行系电商细分行业发展前景分析11.2 2022-2028年银行系电商市场发展趋势预测11.2.1 2022-2028年银行系电商行业发展趋势11.2.2 2022-2028年银行系电商市场规模预测11.2.3 2022-2028年银行系电商行业应用趋势预测11.2.4 2022-2028年细分市场发展趋势预测11.3 2022-2028年中国银行系电商行业供需预测11.3.1 2022-2028年中国银行系电商行业供给预测11.3.2 2022-2028年中国银行系电商行业需求预测11.3.3 2022-2028年中国银行系电商供需平衡预测11.4 影响企业生产与经营的关键趋势11.4.1 市场整合成长趋势11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测11.4.3 企业区域市场拓展的趋势11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2022-2028年银行系电商行业投资机会与风险12.1 银行系电商行业投融资情况12.1.1 行业资金渠道分析12.1.2 固定资产投资分析12.1.3 兼并重组情况分析12.2 2022-2028年银行系电商行业投资机会12.2.1 产业链投资机会12.2.2 细分市场投资机会12.2.3 重点区域投资机会12.3 2022-2028年银行系电商行业投资风险及防范12.3.1 政策风险及防范12.3.2 技术风险及防范12.3.3 供求风险及防范12.3.4 宏观经济波动风险及防范12.3.5 关联产业风险及防范12.3.6 产品结构风险及防范12.3.7 其他风险及防范

第十三章 银行系电商行业投资战略研究13.1 银行系电商行业发展战略研究13.1.1 战略综合规划13.1.2 技术开发战略13.1.3 业务组合战略13.1.4 区域战略规划13.1.5 产业战略规划13.1.6 营销品牌战略13.1.7 竞争战略规划13.2 对我国银行系电商品牌的战略思考13.2.1 银行系电商品牌的重要性13.2.2 银行系电商实施品牌战略的意义13.2.3 银行系电商企业品牌的现状分析13.2.4 我国银行系电商企业的品牌战略13.2.5 银行系电商品牌战略管理的策略13.3 银行系电商经营策略分析13.3.1 银行系电商市场细分策略13.3.2 银行系电商市场创新策略13.3.3 品牌定位与品类规划13.3.4 银行系电商新产品差异化战略13.4 银行系电商行业投资战略研究13.4.1 2019年银行系电商行业投资战略13.4.2 2022-2028年银行系电商行业投资战略13.4.3 2022-2028年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议()14.1 银行系电商行业研究结论14.2 银行系电商行业投资价值评估14.3 银行系电商行业投资建议14.3.1 行业发展策略建议14.3.2 行业投资方向建议14.3.3 行业投资方式建议()

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/263295.html>