

# 《2013 年度中国 P2P 网贷发展研究报告》

共 3.5 万字

## 一、 P2P 网贷综述

- (一) P2P 网贷的定义
- (二) P2P 网贷的起源
- (三) P2P 网贷的背景
  - 1. 国外模式的复制
  - 2. 中小企业融资难
  - 3. 网贷平台利率高
- (四) P2P 网贷合法性来源
- (五) P2P 网贷和传统金融业
  - 1. 助力金融改革
  - 2. 促进直接融资
  - 3. 融资渠道对比
- (六) P2P 网贷大事记

## 二、 P2P 网贷现状

- (一) P2P 网贷数据
  - 1. 行业数据
  - 2. 交易规模数据
- (二) P2P 网贷黑榜
  - 1. P2P 网贷涉黑名单
  - 2. P2P 网贷倒闭类型
- (三) P2P 网贷模式
  - 1. 纯平台模式和债权转让模式
  - 2. 纯线上模式和线上线下相结合模式
  - 3. 无担保模式和有担保模式
- (四) P2P 网贷特征
  - 1. P2P 网贷优势
  - 2. P2P 网贷标种
- (五) P2P 网贷格局
  - 1. P2P 企业格局
  - 2. P2P 五大典型平台
- (六) P2P 网贷交易流程
  - 1. 实名认证
  - 2. 等待审核
  - 3. 寻求融资
  - 4. 等待投标
  - 5. 按时还款
  - 6. 各方行为
- (七) 地方态度
  - 1. 杭州
  - 2. 上海

### 3. 北京

#### (八) 专家观点

1. 温家斌 刘佳羽：浅析 P2P 网络借贷平台拆标始末
2. 唐春荣：P2P 网贷金融模式中国化几个相关问题初探

### 三、 P2P 网贷问题

#### (一) 法律风险

#### (二) 行业风险

1. 缺乏监管以及自律
2. 偏离小额贷款范畴
3. 股东金融知识欠缺
4. 违法资金成本较低
5. 拆标引发多类风险

#### (三) 平台风险

1. 平台资质风险
2. 平台管理风险
3. 平台技术风险
4. 资金来源难以审查
5. 沉淀资金安全性低
6. 贷后用途难以监管
7. 借贷方隐私难保障

### 四、 P2P 网贷建议

#### (一) 国外的先进模式

1. 美国
2. 英国

#### (二) 纳入金融监管体系

#### (三) 完善相关法律法规

#### (四) 完善信用体系建设

#### (五) 推进网贷行业自律

#### (六) 加强网络安全

#### (七) 优化产品服务流程

#### (八) 完善风险处理机制

#### (九) 行业市场合理扩张

### 五、 P2P 网贷趋势

#### (一) 市场走向微观

#### (二) 商业银行介入

#### (三) 企业细化转型

#### (四) 企业优胜劣汰

#### (五) 形成产业集群

#### (六) 监管更加明晰

### 六、 P2P 网贷案例

#### 陆金所：网络投融资平台

1. 基本介绍
2. 主要特点
3. 发展现状

#### 4. 盈利来源

拍拍贷：纯线上模式网贷平台

1. 基本介绍
2. 主要特点
3. 业务违规
4. 发展现状
5. 盈利来源

融 360：把申请模式搬到线上

1. 基本介绍
2. 主要特点
3. 发展现状
4. 盈利来源

有利网：基于个人间小额借贷

1. 基本介绍
2. 主要特点
3. 发展现状
4. 盈利来源

99 贷：贷款产品垂直搜索服务平台

1. 基本介绍
2. 主要特点
3. 发展现状
4. 盈利来源

Prosper：美国第一家 P2P 企业

1. 基本介绍
2. 主要特点
3. 业务违规
4. 发展现状
5. 盈利来源

Lending Club：俱乐部贷款模式

1. 基本介绍
2. 主要特点
3. 发展历程
4. 盈利来源
5. 成功因素

# “2013-2014 年度中国电子商务系列专题调研报告”征订启动

◎**报告特色**：专业性、科学性、权威性、中立性、前瞻性……

◎**报告用途**：投资/创业、并购/IPO、市场调查、汇报引用、数据分析、申报项目、课题研究、竞争者情报、品牌提升、战略咨询……

## 报告研究资源

- 【合作伙伴】：由数十家国内专业电商院校、科研机构、行业协会与咨询机构等组成
- 【研究专家】：100余位国内一流知名专业分析师、特约研究员组成的杰出专家团队
- 【企业资源】：全国首创含超过5000家主要电子商务服务商的企业数据库系统
- 【用户资源】：通过网站联盟、中心网站辐射2000万家中小企业、5千万网购用户
- 【传播资源】：逾500家媒体注册为中心“特约记者”，第一时间密切关注报告
- 【人脉资源】：近1万名行业精英人士注册加入“中国电子商务中高层俱乐部”

## 报告影响力

- 【国家影响力】：屡获包括商务部、工信部、发改委、国新办在内的多部委引用
- 【行业影响力】：屡获国家、省、市各级互联网协会、电子商务协会等认可引述
- 【企业影响力】：累计10余万家电子商务及相关企业长期订阅、并引用报告数据
- 【用户影响力】：累计5000多万应用电商的中小企业、网络购物用户长期阅读
- 【媒体影响力】：累计不少于600家新闻媒体与1000家门户、新闻网站纷纷转载
- 【网络影响力】：累计不少于14,000,000篇网络稿转载报告观点、数据与评论等
- 【投资者影响力】：至少1亿股民、500家以上VC/PE作为重要投资参考依据

》》 付费报告购买/预订：

### 1.1 电子商务领域：

- 1.1.1 《2011-2012 年度全球电子商务研究报告》 [专题](#)
- 1.1.2 《2012-2013 年度中国社交移动电子商务市场报告》 [专题](#)
- 1.1.3 《2013-2014 年度中国行业电子商务网站调研报告》
- 1.1.4 《2013-2014 年度中国 B2B 行业网站运营实战报告》
- 1.1.5 《2013-2014 年度中国移动电子商务行业调研报告》
- 1.1.6 《2013-2014 年度中国网民电子商务行为调研报告》
- 1.1.7 《2013-2014 年度中国电子商务人才调研报告》
- 1.1.8 《2013-2014 年度中国电子商务产业园区调研报告》
- 1.1.9 《2013-2014 年度中国电子商务信用评估调研报告》
- 1.1.10 《2011-2012 年度中国大宗商品电子交易市场调研报告》 [专题](#)
- 1.1.11 《2013 年度\*\*市网络经济(电子商务)发展调研报告》
- 1.1.12 《2013-2014 年度中国电子商务法律问题调研报告》
- 1.1.13 《2013-2014 年度中国物流电子商务研究报告》
- 1.1.14 《2013-2014 年度中国城市电子商务发展调研报告》
- 1.1.15 《2013-2014 年度中国电子商务政策法规调研报告》
- ……

### 1.2 企业电商领域：

- 1.2.1 《2013-2014 年度中国中小企业电子商务应用调研报告》
- 1.2.2 《2013-2014 年度中国中小企业移动电子商务调研报告》
- 1.2.3 《2013-2014 年度中国中小企业电子商务搜索调研报告》
- 1.2.4 《2013-2014 年度全球买家网络采购行为调研报告》
- 1.2.5 《2013-2014 年度中国小额外贸电子商务调研报告》

1.2.6 《2013-2014 年度中国外贸企业电子商务实战调研报告》  
.....

### **1.3 网络零售领域:**

1.3.1 《2013-2014 年度中国电子商务用户体验调研报告》  
1.3.2 《2013-2014 年度中国网络零售市场调研报告》  
1.3.3 《2013-2014 年度中国数字商品电子商务调研报告》  
1.3.4 《2013-2014 年度中国时尚百货业电子商务调研报告》  
1.3.5 《2013-2014 年度中国奢侈品行业电子商务调研报告》  
1.3.6 《2013-2014 年度中国 3D 购物调研报告》  
1.3.7 《2013-2014 年度中国返利购物调研报告》  
1.3.8 《2013-2014 年度中国导航购物调研报告》  
1.3.9 《2013-2014 年度中国海外代购调查报告》  
1.3.10 《2013-2014 年度中国传统品牌电子商务调研报告》  
1.3.11 《2013-2014 年度中国移动应用商店用户调研报告》  
.....

### **1.4 行业电商领域:**

1.4.1 《2013-2014 年度中国服装行业电子商务调研报告》  
1.4.2 《2013-2014 年度中国茶叶行业电子商务调研报告》  
1.4.3 《2013-2014 年度中国化妆品行业电子商务调研报告》  
1.4.4 《2013-2014 年度中国鞋/箱包行业电子商务调研报告》  
1.4.5 《2013-2014 年度中国 3C 数码行业电子商务调研报告》  
1.4.6 《2013-2014 年度中国家电行业电子商务调研报告》  
1.4.7 《2013-2014 年度中国房地产行业电子商务调研报告》  
1.4.8 《2013-2014 年度中国汽车行业电子商务调研报告》  
1.4.9 《2013-2014 年度中国医药行业电子商务调研报告》  
1.4.10 《2013-2014 年度中国母婴行业电子商务调研报告》  
1.4.11 《2013-2014 年度中国玩具/礼品行业电子商务调研报告》  
1.4.12 《2013-2014 年度中国钢铁行业电子商务调研报告》  
1.4.13 《2013-2014 年度中国酒水行业电子商务调研报告》  
1.4.14 《2013-2014 年度中国食品行业电子商务调研报告》  
1.4.15 《2013-2014 年度中国保健品行业电子商务调研报告》  
1.4.16 《2013-2014 年度中国眼镜电子商务调研报告》  
1.4.17 《2013-2014 年度中国农业电子商务调研报告》  
1.4.17 《2013-2014 年中国教育培训业电子商务调研报告》  
.....

### **1.5 金融投资领域:**

1.5.1 《2012 年度中国电子商务投融资市场数据监测报告》专题

- 1.5.2 《2013-2014 年度中国电子商务市场投融资调研报告》
- 1.5.3 《2013-2014 年度中国第三方支付行业调研报告》
- 1.5.4 《2013-2014 年度中国创业型电子商务项目投资评估报告》
- 1.5.5 《2013-2014 年度中国上市公司电子商务调研报告》
- 1.5.6 《2013-2014 年度中国中小企业金融服务市场调研报告》
- 1.5.7 《2013-2014 年度中国 B2B 网络贷款市场调研报告》
- 1.5.8 《2013-2014 年度中国银行业网络商城市场调研报告》
- 1.5.9 《2013-2014 年度中国保险业电子商务市场调研报告》
- 1.5.10 《2013-2014 年度中国基金业电子商务市场调研报告》
- .....

## **1.6 O2O 领域:**

- 1.6.1 《2013-2014 年度中国 O2O 市场调研报告》
- 1.6.2 《2013-2014 年度中国网络团购市场调查报告》
- 1.6.3 《2013-2014 年度中国在线旅游市场调研报告》
- 1.6.4 《2013-2014 年度中国在线票务市场调研报告》
- 1.6.5 《2013-2014 年度中国家居电子商务市场调研报告》
- .....

## **1.7 新媒体营销领域:**

- 1.7.1 《全球社会化媒体营销行业研究报告》
- 1.7.2 《2013-2014 年度中国中小企业网络营销调研报告》
- 1.7.3 《2013-2014 年度中国中小企业网络营销实战报告》
- 1.7.4 《2013-2014 年度中国中小企业 SaaS 应用调研报告》
- 1.7.5 《2013-2014 年度中国中小企业微博营销调研报告》
- .....

**》》 部分免费报告下载**（下载地址：<http://www.100ec.cn/zt/2010bgdz/>）:

- 2.1 《2012 年度中国电子商务市场数据监测报告》
- 2.2 《2012 年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告》
- 2.3 《2012 年度中国网络零售市场数据监测报告》
- 2.4 《2012 年度中国网络团购市场数据监测报告》
- 2.5 《2011-2012 中国电子商务法律报告》
- 2.6 《2012 年 Q3 中国电子商务市场系列数据报告》
- 2.7 《2012 年 Q3 中国电子商务市场数据监测报告》
- 2.8 《2012 年 Q3 中国网络团购市场数据监测报告》
- 2.9 《2012 年 Q3 中国网络零售市场数据监测报告》
- 2.10 《2012 年 Q3 中国电子商务用户体验与投诉监测报告》
- 2.11 《2012 年 Q3 中国电子商务市场投融资数据监测报告》
- 2.12 《2012 年(上)中国电子商务市场数据监测报告》

- 2.13 《2012 年(上)中国网络团购市场数据监测报告》
- 2.14 《2012 年(上)中国电子商务用户体验与投诉监测报告》
- 2.15 《2012 年(上)中国网络零售市场数据监测报告》
- 2.16 《2012 年(上)中国电子商务市场投融资数据监测报告》
- 2.17 《2012 年(上)中国 B2B 电子商务市场数据监测报告》
- 2.18 《2012 中国电子商务人才状况调查报告》
- 2.19 《2011 年度中国 B2C 电子商务市场调查报告》

》》更多免费电子商务研究报告在线查询：

- ☞ 电商综合与 B2B 课题研究：<http://www.100ec.cn/list--24--1.html>
- ☞ B2C/团购/快递支付课题研究：<http://www.100ec.cn/list--33--1.html>
- ☞ 网络经济综合课题研究 <http://www.100ec.cn/list--34--1.html>

》》报告说明：

- 1、上述课题会随行业变化有所调整，请以实际编制为准，若有其他选题可与我们联系；
- 2、**报告订购**：指购买本中心编制的各项非公开付费报告产品（费用：0.5-5 万元/份）；
- 3、**委托定制**：委托或联合中心编制课题某项调研报告（费用：2-10 万元/份）；
- 4、**报告赞助**：指赞助中心年度既定报告编制计划，在不影响报告客观中立性前提下，给予企业多项增值回报服务（费用：5-20 万元/份，鉴于部分行业报告排他性，赞助名额有限，敬请提前预约）；
- 5、**数据定制**：委托中心调研、出具或公开发布某细分市场占有、行业排名等数据；
- 6、欢迎各有关政府、协会、企事业单位、机构等来函、来电咨询洽谈；
- 7、咨询电话：0571-87756579，88228186，85337328（传真）；
- 8、中心地址：杭州市西湖区莫干山路 187 号 10F（邮编：310012）；
- 9、特别提示：发布信息若非上述地址与联系电话，均为仿冒本中心，欢迎举报。
- 10、以下为本中心报告/数据委托定制服务流程图：

