

《2013 年度中国互联网金融发展研究报告》

约 4.5 万字

一、 互联网金融综述

- (一) 互联网金融概念
- (二) 互联网金融与传统金融
 - 1. 信息化与虚拟化
 - 2. 高效性与经济性
 - 3. 多元化与一体化
- (三) 互联网金融三大核心
 - 1. 支付方式
 - 2. 信息处理
 - 3. 资源配置
- (四) 互联网金融本质
 - 1. 用户体验是关键
 - 2. 得屌丝者得天下
- (五) 互联网金融引发浪潮原因
 - 1. 金融投资需求增加扩大
 - 2. 互联网金融“借船下海”
 - 3. 监督的“真空地带”
 - 4. 传统银行业收缩网点
 - 5. 互联网企业金融野性
- (六) 互联网金融发展意义
 - 1. 提高工作效率
 - 2. 降低交易成本
 - 3. 促进金融全球化
 - 4. 加快金融中介化

二、 互联网金融现状

- (一) 互联网金融积极因素
 - 1. 金融改革走向深水区
 - 2. 传统金融业业内骚动
 - 3. 互联网金融从渠道走向产品
- (二) 互联网金融投融资情况
- (三) 互联网金融的成绩
- (四) 互联网金融的不足
 - 1. 技术方面的制约
 - 2. 成就局限于产品类
 - 3. 人才流失影响核心能力
- (五) 互联网金融对相关行业冲击
 - 1. 互联网金融中的银行
 - 2. 互联网金融中的券商
 - 3. 互联网金融中的信托
- (六) 互联网金融大事记

- (七) 互联网金融生态圈
- (八) BAT 布局互联网金融
 - 1. BAT 布局路线
 - 2. BAT 各自优势
 - 3. BAT 高管态度
 - 4. BAT 发展趋势
- (九) 互联网金融行业组织
- (十) 互联网金融从业人员观点
 - 1. 保守派
 - 2. 支持派
 - 3. 拥抱对手派
 - 4. 强硬对抗派
- (十一) 互联网金融专家观点
 - 1. 侯文华 董坤祥 丁慧萍：互联网金融模式探析
 - 2. 周建华：2013 中小微金融创新十大领军人物
 - 3. 曹国钧：大数据将成互联网金融业的驱动力
 - 4. 黄浩：谁的互联网金融

三、 互联网金融风险

四、 互联网金融建议

- (一) 监管
 - 1. 加大政府扶持力度
 - 2. 完善风险防范的法律法规
 - 3. 打破分业监管模式
 - 4. 协调创新与监管
 - 5. 注重保护消费者利益
- (二) 业界
 - 1. 行业
 - 2. 从业者
- (三) 趋势

五、 中美互联网金融对比

- (一) 制度规则
- (二) 经济结构
- (三) 金融市场
- (四) 个人习惯

“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	报告影响力
 【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	 【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
 【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	 【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	 【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	 【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
 【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	 【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
 【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”	 【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：

