

《2013 年度中国银行电商发展研究报告》

约 4 万字

一、银行系电商综述

- (一)银行系电商定义
- (二)银行系电商起源
- (三)银行系电商背景
 - 1. 利率市场化
 - 2. 客户需求变化
 - 3. 生活方式转变
 - 4. 非金融企业入局
- (四)银行系电商大事记
- (五)银行系电商生态圈

二、银行系电商现状

- (一)银行系电商特征
- (二)银行系电商模式
- (三)客户行为
 - 1. 银行客户忠诚度高
 - 2. 互联网金融接受程度
 - 3. 网络支付深入人心
 - 4. 便捷是重要的客户体验
 - 5. 安全性是客户的基本要求
 - 6. 移动支付空间大
- (四)银行电商发展模式
 - 1. 银行互联网化模式
 - (1)电子银行
 - (2)网络支付
 - (3)信用卡商城
 - (4)银行电商
 - (5)直销银行
 - (6)P2P 网贷业务
 - (7)微信银行
 - 2. 传统银行的互联网金融模式
 - 民生电商——还是“空架子”
 - 兴业银行——剥离银银平台
 - 平安银行——结盟搭建混业平台
 - 光大银行——为电商企业量身定做“金融钱包”
 - 工行开“融E购”商城银行系电商拉更多商家入驻
- (五)银行系电商发展情况
 - 1. 发展历程
 - 2. 发展规模
 - 3. 用户分析
 - 4. 运营情况

5. 相关产品
6. 国内典型银行系电商评测

(六)对传统电商的冲击与影响

1. 银行系电商优势
2. 银行系电商劣势

(七)专家观点

刘明康梁晓钟：银行与互联网金融：不一样的风控

三、银行系电商发展瓶颈

(一)从行业方面分析

1. 客户有限
2. 缺乏价格优势
3. 无自建物流送货时间长

(二)从用户权益保障方面分析

(三)从平台风险方面分析

(四)从法律政策方面分析

四、银行电商建议

(一)对银行的建议

1. 提升互联网技术水平
 - (1)建立研究和实施机构
 - (2)积极学习寻求转型
2. 搭建交易平台
 - (1)发挥信用中介功能
 - (2)突出网上银行的功能
 - (3)提供数据整合服务
3. 加强客户的黏性
 - (1)宣传创新
 - (2)产品创新
 - (3)营销创新
4. 不断改进服务产品
 - (1)提升物理网点价值
 - (2)提升网络操作便捷
 - (3)简化整合业务流程
 - (4)重视小微企业诉求
 - (5)关注移动设备特点
5. 加强风险管理优势
 - (1)保证客户信息真实
 - (2)加强风险系统建设
 - (3)丰富安全支付手段
6. 培养复合型人才
7. 加强大数据理念
 - (1)深入挖掘现有数据
 - (2)不断积累客户行为数据

(二)对消费者的建议

(三)中小金融机构发展互联网金融

1. 引导原有资源着眼发展
2. 和口碑形象佳企业合作
3. 重视完善产品线的建立
4. 依托强大技术支撑力量

五、银行电商趋势

- (一) 银行产品趋势
 1. 从繁到简
 2. 从功能到体验
 3. 从自身角度到客户角度
 4. 从男性思维到女性情感
 5. 从物理网点到 EveryWhere
- (二) 扩张虚拟网络版图
- (三) 业务边界趋于无限
- (四) 发展模式转向范围经营
- (五) 商业模式转向合作共赢
- (六) 服务由共性转向个性

六、海外银行电商

- (一) 国外直销银行
- (二) 国外网络银行

“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率、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：

