

# 《2013 年度中国众筹模式发展研究报告》

约 3 万字

## 一、众筹模式综述

- (一) 众筹模式的概念
- (二) 众筹模式的起源
- (三) 众筹的商业模式
  - 1. 众筹商业模式组成部分
  - 2. 众筹商业模式逻辑分析
  - 3. 众筹商业模式的优势

## 二、众筹模式发展现状

- (一) 众筹的交易规模
- (二) 众筹模式的分类
  - 1. 股权型众筹
  - 2. 债权型众筹
  - 3. 项目型众筹
- (三) 众筹模式的特征
  - 1. 投资门槛低参与性强
  - 2. 投资人多为普通民众
  - 3. 项目注重丰富多样性
  - 4. 项目注重创新与创意
- (四) 众筹模式国内外发展情况
  - 1. 国外典型众筹网站
    - Kickstarter: 全球最大最知名的众筹平台
    - Crowdcube: 全球首个股权众筹平台
    - Indiegogo: 所筹资金直接分配给创始人
  - 2. 国内主要众筹网站
    - 点名时间: 中国上线最早的众筹平台
    - 追梦网: 创意和梦想汇聚的众筹社区
    - 众筹网: 人人都是创业家
    - 天使汇: 国内首家天使众筹平台
  - 3. 国内外发展差异

## 三、众筹模式存在的问题

- (一) 众筹模式发展瓶颈
  - 1. 项目缺乏创新力
  - 2. 民众收入水平低
  - 3. 筹资过程较复杂
  - 4. 或涉及非法集资
- (二) 众筹模式的风险与监管
  - 1. 众筹模式面临的风险
  - 2. 众筹模式的国家监管

## 三、众筹模式发展建议

- (一) 众筹模式风险控制建议

(二) 众筹模式未来发展趋势

## “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:

