

2012 年 Q3 中国电子商务市场投融资数据 监 测 报 告

发布机构：中国电子商务研究中心

报告编制：中国电子商务研究中心

报告发布：中国电子商务之都·杭州

发布时间：二〇一二年十月十一日

(目录)

一、核心数据	4
二、调查介绍	5
2.1 报告背景	5
2.2 报告目的	6
2.3 研究方法	6
2.4 报告执行	6
2.5 报告时间	6
2.6 报告声明	7
三、数据篇	8
3.1、2012 年 Q3 中国电子商务投融资市场回暖.....	8
3.2、2012Q3 中国电子商务细分行业汽车租赁行业最受追捧 ..	10
3.3、2012Q3 中国电子商务投融资基金以美元基金为主	11
3.4、2012 年 Q3 中国电子商务投融资呈地域集中性趋势	12
3.5、2012 年 Q3 中国电子商务单笔融资回归理性.....	13
3.6、2012 年 Q3 中国电子商务企业季度融资数据与案例总表 ..	14
四、报告附录	17
4.1 名词解释	17
4.2 中国电子商务研究中心简介.....	20
4.3 研究报告	22
4.4 联系分析师.....	27

更多免费报告下载: <http://www.100ec.cn/zt/2010bgdz/>

报告编委会

主 编：

中国电子商务研究中心研究员、主任

曹 磊

执行主编：

中国电子商务研究中心 网络金融部 助理分析师

周 翔

联系分析师：<http://www.100ec.cn/research/>

报告鸣谢

值此《2012 年 Q3 中国电子商务市场投融资数据监测报告》成功出炉并顺利发布之际，我们对为本报告编撰过程中，提供数据、案例和观点的各电子商务有关部门、地方政府、行业协会，以及广大受访的电子商务企业对我们调研的支持，表示由衷感谢！（兹不一一列举）

一、核心数据

据中国电子商务研究中心发布的《2012 年 Q3 中国电子商务市场投融资监测报告》显示，在 2012 年 Q3，监测到的且已披露的中国电子商务融资事件共有 20 起，融资总额为 127.86 亿元，其中风险投资 13 起，融资金额为 34.68 亿人民币；企业并购案例 5 起，融资金额为 4.39 亿元，另发行企业债券案例 2 起，融资金额为 88.79 亿元。

1、**市场规模**：2012 年 Q3 监测到的已披露的中国电子商务融资事件共有 20 起，融资总额为 127.86 亿元，其中风险投资 13 起，融资金额为 34.68 亿人民币；企业并购案例 5 起，融资金额为 4.39 亿元。发行企业债券案例 2 起，融资金额为 88.79 亿元。

2、**细分行业**：汽车租赁 B2C 的融资金额占全行业（28.9%）位列全行业第一位，百货 B2C 网站占全行业（26.2%）排在第二位，之后则是奢侈品（7.8%）等。

3、**投资基金种类**：2012 年 Q3 中国电子商务行业投资主要以外币为主，已经披露的外币投资投资金额占全部融资的 64.4%，相比于外币投资而言，已经披露的人民币投资金额占总额的 17.7%，与中国互联网行业相同，中国互联网投资仍以外币为主。

4、**投资案例城市分布**：2012 年 Q3 从地域分布情况来看，电子商务企业融资主要集中在北京、上海等特大城市。其中，北京发生 11 起电子商务融资案例排名第一，上海已发生 7 起融资案例紧随其后。

5、**单笔投资规模**：在 2012 年 Q3 电子商务企业的单笔投资中，单笔投资金额主要集中在 1 亿元至 5 亿元这个区间，显示 2012 年风险投资投资电子商务行业不再追求盲目估值的提升，而更重视价值发现。

二、调查介绍

2.1 报告背景

2012 年 Q3，中国政府在积极发展电子商务，完善面向中小企业的电子商务服务的基本方向没有改变，中国政府在多份政府工作报告中也提出要积极发展电子商务、网络购物等，抓住战略机遇期。

当今，融资对于一家电子商务企业的成长至关重要。一家电子商务企业刚创立阶段需要天使投资，高速发展阶段需要 VC 投资，发展成熟阶段需要 PE 投资，上市阶段需要进行 IPO。投融资这一主题贯彻着一家电商企业发展的所有阶段。

据中国电子商务研究中心助理分析师周翔预测，2012 年将成为 PE/VC 投资的理性回归年，但电子商务仍然是最重要的投资领域。伴随中国政府出台各种产业调控措施以及市场的优胜劣汰规律，只靠创新概念与做大销售业绩已经很难赢得投资机构的青睐，具有可预期盈利能力的高成长型电商企业更容易融资成功。

随着我国经济的快速发展和国家对企业信息化的大力支持，电子商务近年来有着飞速的发展。据中国电子商务研究中心最新数据显示，2012 年 Q3 监测到的已披露的中国电子商务融资事件共有 **20** 起，融资总额为 **127.86** 亿元，其中风险投资 **13** 起，融资金额为 **34.68** 亿人民币；企业并购案例 **5** 起，融资金额为 **4.39** 亿元。发行企业债券案例 **2** 起，融资金额为 **88.79** 亿元。

在电子商务领域 B2C 类由于交易量大，市场规模大，涉及融资金额较为巨大。几家巨头企业融资金额之大，让人确切感受到行业的上升趋势。电子商务由于向纵深化发展，善于挖掘行业空白、提供专业化的资讯、开发行业个性服务等，几年间以惊人的发展速度迅速壮大。同时，第三季度电商企业并购也较往期活跃，据中国电子商务研究中心监测显示，第三季度总共 **5** 起电商并购事件，其中亿苏宁电器 **6600 万** 美元并购母婴 B2C 红孩子最为典型。

总体而言，2012 年第三季度，资本对电子商务的追逐相对保守。在 2011 年电子商务融资规模疯狂增长之后、中国电子商务企业估值已偏高，再加上国际融资环境的趋紧，整体融资热度有所下降。

为此，我国专业第三方电子商务研究机构——中国电子商务研究中心(100ec.cn)，通过对 2011 年我国电子商务投融资事件进行数据监测、行业调查与深度总结（因条件限制，本报告涉及行业数据暂不包括港澳台地区），对电子商务呈现出来的特征及趋势等问题进行了分析。

2.2 报告目的

本报告对 2012 年 Q3 国内电子商务投融资市场的行业运行动态与详细数据监测，对电子商务各领域的投融资规模、以及未来发展趋势等方面做了较为系统的梳理与盘点。

旨在为国内电子商务领域的创业者、VC/PE、专家学者、业内人士、投资机构、政府协会等，提供一份对国内电子商务投融资行业整体的运行状况与数据的参考资料。

2.3 研究方法

中国电子商务研究中心秉承科学严谨的市场研究方法设计，通过行业监测、企业调研与深度访谈获取一手资料，利用产业链各环节深访信息的交叉验证，提高数据与信息的准确性。

同时，通过严谨的研究与信息数据进行交叉核实，尽可能确保数据与信息的可靠性、客观性与前瞻性。

2.4 报告执行

本报告由国内目前唯一一家以研究与传播电子商务为己任的第三方机构——中国电子商务研究中心数位资深电子商务分析师及相关工作人员，通过对 2012 年 Q3 电子商务投融资市场运行数据、行业动态、发展特征与呈现趋势监测，并通过对电子商务行业与典型企业进行抽样调查、数据统计与研究分析所得。

2.5 报告时间

- 2012 年 7 月 1 日——2012 年 9 月 31 日（调查监测阶段）
- 2012 年 9 月 1 日——2012 年 10 月 10 日（研究成文阶段）
- 2012 年 10 月 11 日起（公开发布阶段）

（注：本次电子商务市场数据监测报告调查数据截止时间为 2012 年 9 月 31 日。）

2.6 报告声明

（1）由于绝大对数行业电子商务企业为非上市公司，未披露投融资、财务与运营状况、会员信息，本《报告》编委会掌握的信息难免有所遗漏，部分数据未必能够完全反映真实市场情况，加上企业可能存在的主营业务、人员、股权、区域、注册地变更等情况；

（2）因此，本报告仍难免有不少疏漏之处，待继续予以完善，敬请谅解；

（3）此外，本报告提供给个人或单位仅为参考研究资料，不构成投资等任何建议，由此带来的风险请慎重考虑，本中心不承担因使用报告而产生的法律责任。

三、数据篇

3.1、2012 年 Q3 中国电子商务投融资市场回暖

近年来，电子商务行业在全球得到了迅速的发展，网络经济成为带动全球经济发展的主要力量，电子商务企业则成为这次全球经济发展大潮的主角。在经济运行中，资金问题一直是电子商务企业生存与发展的关键因素之一。



2012 年第三季度，资本对电子商务的追逐相对保守。在 2011 年电子商务融资规模疯狂增长之后、中国电子商务企业估值已偏高，再加上国际融资环境的趋紧，整体融资热度有所下降。

据中国电子商务研究中心监测：2012 年 Q3 监测到的已披露的中国电子商务融资事件共有 **20** 起，融资总额为 **127.86** 亿元，其中风险投资 **13** 起，融资金额为 **34.68** 亿人民币；企业并购案例 **5** 起，融资金额为 **4.39** 亿元。发行企业债券案例 **2** 起，融资额为 **88.79** 亿元。

在第三季度中国电子商务投融资市场中，电商企业的风险投资金额为 **34.68** 亿元，较去年同期有所下降。这与电商企业估值偏高，回报不确定以及国际融资环境不佳有关，风险投资机构观望情绪较重。



对于已上市的电商相关企业来说，发行企业债券是个不错的融资手段。第三季度中，苏宁电器（002024，SZ）和携程网（纳斯达克股票代码：ctrip）先后发行 **80 亿元** 和 **1.4 亿** 美元的企业债券，为企业募集到了长期发展资金，对企业发展非常有利。



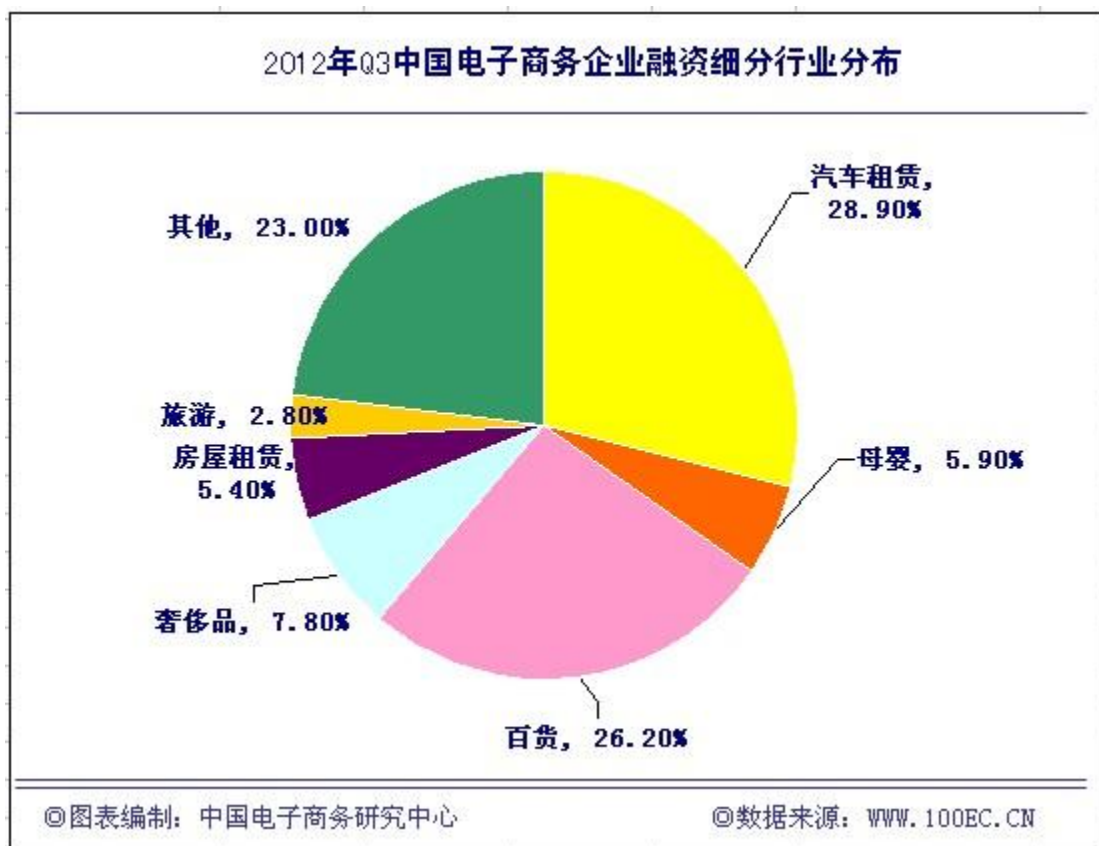
同时，第三季度电商企业并购也较往期活跃，据中国电子商务研究中心监测显示，第三季度总共 **5** 起电商并购事件，其中亿苏宁电器 **6600** 万美元并购母婴 B2C 红孩子最为典型。

红孩子被苏宁易购收购，也从侧面反映出资本希望沿袭以往互联网 IPO 经验已经越来越困难。这是资本希望沿袭以往互联网 IPO 经验的一个失败。

对此，中国电子商务研究中心助理分析师周翔认为，按电商目前的盈利规模情况还不足以达到能够规模性盈利的程度，IPO 的困难必然导致行业内 VC 投资的减少和收购案例的增多，电商“大鱼吃小鱼”的并购现象将越来越普遍。

3.2、2012Q3 中国电子商务细分行业汽车租赁行业最受追捧

2012 年第三季度，细分电子商务企业投资相对集中，各类细分领域均有领头羊，未来，中小垂直自营类电商精耕细作市场仍具有较大的发展前景。



电商企业在融资金额及数量方面均刷新同期记录，同时，融资金额方面同比大幅扩大，在细分行业方面，汽车租赁 B2C 的融资金额占全行业（**28.9%**）位列全行业第一位，百货 B2C 网站占全行业（**26.2%**）排在第二位，之后则是奢侈品（**7.8%**）等。

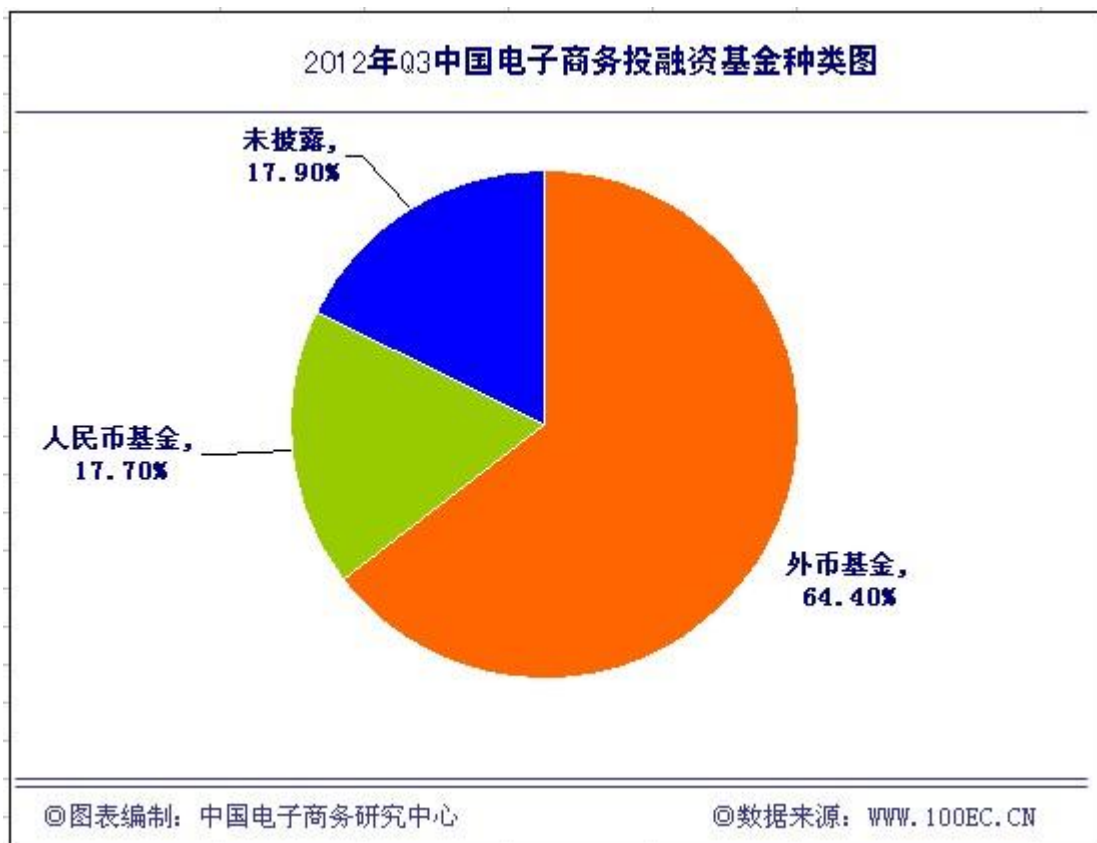
其中，汽车租赁 B2C 的融资金额位列全行业第一位。原因是神州租车新颖的商业模式和广阔的未来发展空间赢得了风险投资的青睐。风险投资资金仍继续抢滩布局，在行业竞争上暂居领先地位。

对此，中国电子商务研究中心助理分析师周翔认为，随着行业内大型 B2C 网站的融资完成，市场竞争已进入白热化；中国 B2C 在资本的运作下纷纷走向 IPO。然而近期 IPO 市场的趋紧，导致 IPO 难发，VC 退出困难。风险投资进军具有新兴业务模式的电商的趋势越来越明显。

3.3、2012Q3 中国电子商务投融资基金以美元基金为主

2012 年第三季度，海外融资是中国电子商务企业融资的重要途径之一。越来越多的电子商务企业获得了来自海外投资公司的投资。海外融资不仅能为处于成长期的中国电子商务企业获得宝贵的运作资金，也能加强中国电子商务企业与国外机构的合作。

现今，中国电子商务采用“VIE”结构进行海外融资也变得越来越普遍，本季度苏宁电器收购红孩子事件也成为了 A 股上市公司收购 VIE 结构电商的范本，两家公司的交易涉及大量的架构、法律问题，此次交易成功的解决了上述问题，为未来类似交易提供了参考。



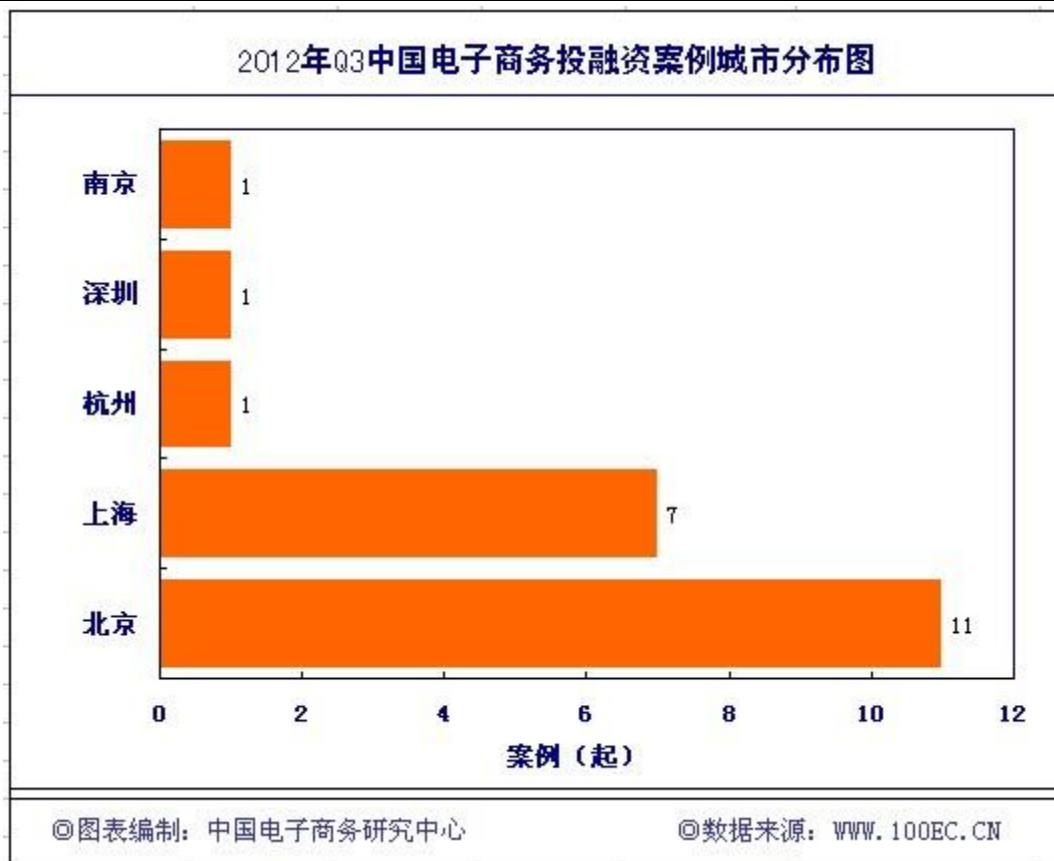
据中国电子商务研究中心数据显示，2012 年 Q3 中国电子商务行业投资主要以外币为主，已经披露的外币投资投资金额占全部融资的 **64.4%**，相比于外币投资而言，已披露的人民币投资金额占总额的 **17.7%**，与中国互联网行业相同，中国互联网投资仍以外币为主。

对此，中国电子商务研究中心助理分析师周翔认为，中国电子商务企业相比于国外成熟的企业来说，整体上还处于初升阶段，整体估值还偏低，投资回报的空间较大，这也是持续吸引国外风险投资进驻的原因之一。

3.4、2012 年 Q3 中国电子商务投融资呈地域集中性趋势

2012 年第三季度，根据中国电子商务研究中心数据显示；从地域分布情况来看，电子商务企业融资主要集中在北京、上海等互联网与各类投资基金最为活跃的一线大城市。

其中，北京发生 **11** 起电子商务融资案例排名第一，上海亿发生 **7** 起融资案例紧随其后。



根据中国电子商务研究中心调查统计显示，目前的电子商务服务企业多分布在经济较为发达的省市，且电子商务配套产业环境良好，主要与其这些地方环境承载能力较强、政府扶持力度较大、经济和人口聚集条件较好有关。

对此，中国电子商务研究中心助理分析师周翔认为，电商投融资的地域集中性越来越明显，风险投资扎堆资金跟风的现象较为普遍。一方面，资金的支持促进了发达地区电商的进一步发展，另一方面，也为估值泡沫的破裂埋下隐患。

3.5、2012 年 Q3 中国电子商务单笔融资回归理性

在 2012 年 Q3 电子商务企业的单笔投资中，单笔投资金额主要集中在 1 亿元至 5 亿元这个区间，显示 2012 年 Q3 风险投资投资电子商务行业不再追求盲目估值的提升，而更重视价值发现，投资具有潜力的细分行业公司。



对此，中国电子商务研究中心助理分析师周翔认为：中国电子商务企业相比于国外成熟的企业来说，整体上还处于初升阶段，特别是细分领域方面，整体估值还偏低，投资回报的空间较大，这也是持续吸引国外风险投资进驻的原因之一。

3.6、2012 年 Q3 中国电子商务企业季度融资数据与案例总表

2012 年第三季度中国电子商务投融资是市场较前两个季度有所活跃，对于底蕴不深的中国电子商务企业来说，上风险投资是改善资本结构，提升行业竞争力，对于电商发展必不可少。

2012 年 Q3 中国电子商务融资案例监测表					
融资方	时间	投资方	融资方式	所属行业	融资金额
2012 年 7 月	 神州租车	美国华平	风险投资	汽车租赁 B2C	2 亿美元
2012 年 7 月	 上海希伊艾斯快递	红楼集团	并购	电商服务商	未披露
2012 年 7 月	 若邻网	海纳亚洲	风险投资	职场社交 SNS	未披露
2012 年 7 月	 红孩子	北极光、NEA、凯旋创投	风险投资	母婴 B2C	2000 万美元
2012 年 7 月	 天品网	嘉信资本领投	风险投资	百货类 B2C	1000 万美元

2012 年 8 月	 F 团、高朋网	/	并购	网络团购	/
2012 年 8 月	 戴欧妮	金大幅	风险投资	奢侈品 B2C	2000 万美元
2012 年 8 月	 大众点评网	红杉资本	风险投资	网络团购	6000 万美元
2012 年 8 月	 1 号店	沃尔玛	并购	百货 B2C	未披露
2012 年 8 月	 苏宁电器	/	公司债券	百货 B2C	80 亿元
2012 年 8 月	 天天快递	申通快递	并购	电商服务商	2500 万人民币
2012 年 8 月	 聚尚网	银瑞达、清科、IDG、韩国 SK	风险投资	百货 B2C	3000 万美元
2012 年 8 月	 酒仙网	沃衍资本、华兴资本	风险投资	酒类 B2C	2 亿元
2012 年 8 月	 酒美网	未披露	风险投资	酒类 B2C	1 亿元
2012 年 9 月	 爱乐活	IDG、启明创投	风险投资	网络团购	5000 万美元
2012 年 9 月	 蚂蚁短租	赶集网	风险投资	房屋租赁 B2C	1000 万美元
2012 年 9 月	 中科金财电子商务公司	中科金财	风险投资	百货类 B2C	9000 万元
2012 年 9 月	 阿里巴巴	/	回购	综合类 B2B	76 亿美元
2012 年 9 月	 携程网	/	公司债券	旅游 B2C	1.4 美元
2012 年 9 月	 蚂蜂网	今日资本	风险投资	旅游 B2C	1500 万美元
2012 年 9 月	 红孩子	苏宁电器	并购	母婴 B2C	6600 万美元
©图表编制：中国电子商务研究中心			©数据来源：WWW.100EC.CN		

据中国电子商务研究中心监测：2012 年 Q3 监测到的已披露的中国电子商务融资事件共有 **20** 起，融资总额为 **127.86** 亿元，其中风险投资 **13** 起，融资金额为 **34.68** 亿人民币；

企业并购案例 5 起，融资金额为 **4.39** 亿元。发行企业债券案例 2 起，融资金额为 **88.79** 亿元。

在第三季度投融资市场中，融资方式呈现多样化趋势。过去中国电子商务投融资市场主要以风险投资这种融资方式为主，本季度则呈现出上市公司发行公司债券，企业并购活跃的特征。

其中值得注意的是，本季度网络团购融资案例往期有所增加，这显示在经过市场洗牌后，部分团购公司的估值已经得到风险投资的认可。

对此，中国电子商务研究中心助理分析师周翔认为，随着市场竞争的不断加剧已经资本市场活跃度的降低，风险投资更加看重企业的核心竞争力以及盈利情况，如何提高行业地位去吸引资本关注已经成了电商前进道路上必须跨越的障碍。

四、报告附录

4.1 名词解释

●**电子商务**：是在全球各地广泛的商业贸易活动中，在因特网开放的网络环境下，基于浏览器/服务器应用方式，买卖双方不谋面地进行各种商贸活动，实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式。

●**中小企业**：是与所处行业的大企业相比人员规模、资产规模与经营规模都比较小的经济单位。不同国家、不同经济发展的阶段、不同行业对其界定的标准不尽相同，且随着经济的发展而动态变化。目前我国对中小企业划分为中型、小型、微型三种类型，具体标准根据企业从业人员、营业收入、资产总额等指标，结合行业特点制定。

●**B2B**：是指一个市场的领域的一种，是企业对企业之间的营销关系。电子商务是现代 B2B marketing 的一种具体主要的表现形式。它将企业内部网，通过 B2B 网站与客户紧密结合起来，通过网络的快速反应，为客户提供更好的服务，从而促进企业的业务发展。

●**B2C**：是电子商务的一种模式，即企业通过互联网为消费者提供一个新型的购物环境——网上商店，消费者通过网络在网上购物、在网上支付。这种模式节省了客户和企业的时间和空间，大大提高了交易效率。

●**C2C**：是一种网络交易的方式，它是指个人对个人的交易形式。较著名的例子有 EBay 和 Taobao 等。

●**O2O**：即 Online To Offline，也即将线下商务的机会与互联网结合在了一起，让互联网成为线下交易的前台。这样线下服务就可以用线上来揽客，消费者可以用线上来筛选服务，还有成交可以在线结算，很快达到规模。该模式最重要的特点是：推广效果可查，每笔交易可跟踪。

●**第三方支付**：是一些和产品所在国家以及国外各大银行签约、并具备一定实力和信誉保障的第三方独立机构提供的交易支持平台。在通过第三方支付平台的交易中，买方选购商品后，使用第三方平台提供的账户进行货款支付，由第三方通知卖家货款到达、进行发货；买方检验物品后，就可以通知付款给卖家，第三方再将款项转至卖家账户。

● **网络团购**：网络团购借助互联网，将具有相同购买意向的零散消费者集合起来，向商家大批量购买，求得最优惠的价格。网站向消费者提供同城商家的优惠商品和服务，并从中抽取佣金，消费者得到优惠的价格，而商家也从中赚取费用。

● **海外代购**：是指由个人或由代购商帮国内消费者买到商海外品。海外代购主要分两种，一种是个人代购，另一种就是专业的代购网站。前者一般在 C2C 网站上开个网店，为顾客提供代购服务；而后者则多为专业的大型代购网站，他们可以提供更完整的海外代购流程和服务。

● **移动电子商务**：是利用手机、PDA 及掌上电脑等无线终端进行的 B2B、B2C 或者 C2C 的电子商务。它将因特网、移动通信技术、短距离通信技术及其它技术完善的结合，使人们可以在任何时间、任何地点进行各种商贸活动，实现随时随地的线上线下购物与交易、在线电子支付以及各种交易活动、商务活动、金融活动和相关的综合服务活动等。

● **网络零售**：指通过互联网或其他电子渠道，针对个人或者家庭的需求销售商品或者提供服务，属于针对终端顾客（而非生产性顾客）的电子商务活动，因此属于 B2C（企业对消费者）的电子商务范畴。其提供的产品包括有形商品和无形商品。

● **网络贷款**：最早发源于欧美，近年来开始传入我国，是指贷款人在网上填写贷款需求申请与企业信息等资料，通过第三方网络平台或直接向银行提出贷款申请而获得的一种新型贷款方式。

● **网商**：最初专指那些网络服务提供商（接入商、ISP、ICP、应用平台提供商等等），比如电讯盈科、TOM、新浪、搜狐，包括阿里巴巴等。现在指运用电子商务工具，在互联网上进行商业活动的个人，包括企业家、商人和个人店主。网商是 2004 年始正式浮出水面的一个具有划时代特征商人群体，网商在 3 年的时间中充分的运用网络创造着一个个财富的神话。自网商群体正式浮出至今，“网商”已经作为一个新的商人群体的代名词。

● **网货**：以网络零售平台作为主营销渠道的时尚流行商品，被网民们称为“网货”。由于网络零售渠道的先进性，一模一样的两件商品，“网货”往往比“线下货”要便宜很多；另外，由于网络营销渠道的低成本性，网货新兴品牌的商品性价比远远高于传统品牌。

● **网规**：是新商业文明治理规则体系的总称，它与“网商”、“网货”共同构成新商业文明的三大支柱，以“开放、分享、透明、责任”为特质，以调整网商、网货、交易平台及

外部环境之间的关系为主要内容，不断成形、进化、衍生、升级，目前还处于发展初级阶段。

●**LBS**：英文全称为 Location Based Services，它包括两层含义：首先是确定移动设备或用户所在的地理位置；其次是提供与位置相关的各类信息服务。意指与定位相关的各类服务系统，简称“定位服务”，另外一种叫法为 MPS-Mobile Position Services，也称为“移动定位服务”系统。

●**SOLOMO**：即：Social（社交的）、Local（本地的）、Mobile（移动的），社交本地移动，即社交加本地化加移动，它代表着未来互联网发展的趋势。

4.2 中国电子商务研究中心简介

中国电子商务研究中心 (China e-Business Research Center), 于 2006 年底在“中国电子商务之都”杭州创办, 是我国最早创办、也是目前唯一一家以研究与服务电子商务为己任的第三方行业研究机构。

近年来, 由中心发布的各项电子商务数据报告屡获包括全国两会、国家统计局、发改委、国新办、商务部、工信部、工商总局在内的多部委引用和认可。中心每年还通过有关“内部渠道”, 不定期向中央发送内参, 引起数位中常委高度重视与批示, 并下发有关部委予以实施。

秉承一贯的专业性、科学性、权威性、中立性、前瞻性原则, 中心每年度编制数十部各类调研报告, 用于战略规划、政府调研、投资创业、并购 IPO、科研教学、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、政府咨询等诸多领域。

中心在全国各电子商务企业、各级政府有关部门、各地方行业协会、各大高校, 各大新闻媒体支持下, 取得了迅猛发展, 行业内影响力与用户数与日俱增, 并开发了多项紧密围绕电子商务为核心的各项专业服务, 深受行业内外欢迎。

目前, 中国电子商务研究中心正全力打造“中国首家电子商务产业链综合服务行业机构”, 并面向 B2B、B2C、C2C、中小企业、网店卖家、网购用户、推出更多基于电子商务的纵深化增值服务, 以更好满足用户对此需求。

通过多年在电商领域的专注与积累, 目前中国电子商务研究中心不仅拥有权威的机构品牌资源、专业的研究分析资源、庞大的电商数据库资源, 而且整合了广泛的社会传播资源、精准的百万用户资源等全国范围内的电子商务行业资源。

此外, 中国电子商务研究中心现有各类全职工作人员 20 余人, 拥有 100 余位兼职国内知名专业分析师、特约研究专家、院校专家教授、知名企业 CEO、顶尖实战专家, 并与包括中国社科院在内的数十家高等院校、科研机构、行业协会机构等达成各类合作关系。

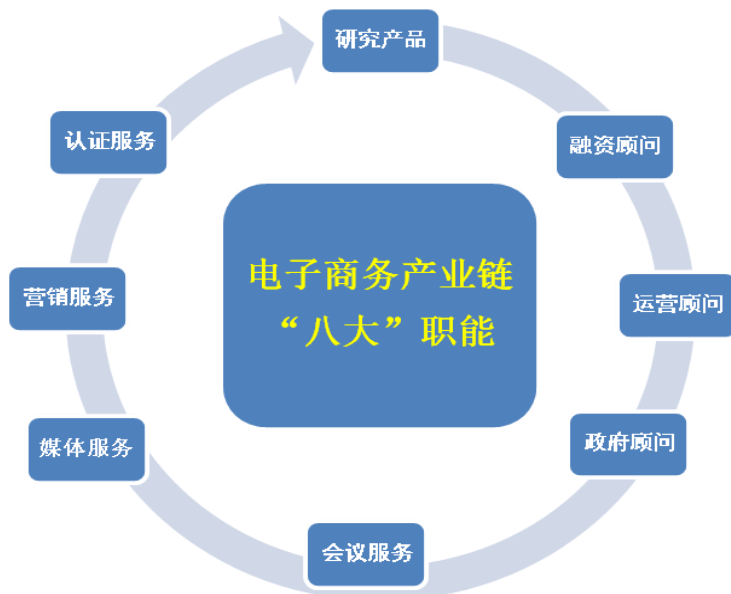
每年编制并公开发布电子商务主题的专业研究报告近百份, 并接受企业定制各项报告, 承接政府部门、行业协会与企业委托的课题研究、项目申报等专

业研究工作，并拥有最新研发的国内领先的电子商务行业数据监测分析系统。

其中，研究中心官方网站（www.100EC.cn）是我国百万电子商务业界人士与服务企业与产业链关联企业、千万电子商务应用大中小企业、亿万网购用户群体，以及电子商务有关师生、专家、媒体和行业有关部门，第一时间了解我国电子商务动态、掌握电子商务应用技巧、获悉国内外电子商务最新趋势与研究成果的首选平台，每日吸引了来自全球百余万电子商务用户访问。

中心还建立了“中国重点电子商务网站数据监测平台”、“中国电子商务专家库公共服务平台”、“中国电子商务投诉与维权公共服务平台”、“中国电子商务媒体记者公共服务平台”、“中国电子商务投融资顾问公共服务平台”、中国电子商务人才与培训公共服务平台、中国重点电子商务网站数据监测平台、中国电子商务投融资公共服务平台等等在内的十余项行业公共基础服务平台。

因此，无论是业界影响力与公信力、专业研究水平，还是资源整合能力、品牌推广能力，中心在国内均处于领先地位。中心也是“中国诚信网络团购联盟”（www.100ec.cn/zt/tg）组织发起单位。



有基于此，中心面向“电子商务链”环节的B2C、B2B、团购网、移动电商、服务商和网商等企业，以及各有关政府部门等核心用户群体，推出基于电商产业链的专业化解决方案，包括：研究报告定制、举办会议评选、法规规划编制、教材科研、招商引资、咨询顾问、投融资对接、项目评测论证等。

4.3 研究报告

“2011-2012 年度中国电子商务系列专题调研报告” 征订

◎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

一、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》
- 1.1.2 《2011-2012 年度中国行业电子商务网站调研报告》
- 1.1.3 《2011-2012 年度中国 B2B 行业网站运营实战报告》
- 1.1.4 《2011-2012 年度中国移动电子商务行业调研报告》
- 1.1.5 《2011-2012 年度中国网民电子商务行为调研报告》
- 1.1.6 《2011-2012 年度中国电子商务人才调研报告》
- 1.1.7 《2011-2012 年度中国电子商务产业园区调研报告》
- 1.1.8 《2011-2012 年度中国电子商务信用评估调研报告》
- 1.1.9 《2011-2012 年度中国大宗商品电子交易市场调研报告》
- 1.1.10 《2011 年度**市网络经济(电子商务)发展调研报告》
- 1.1.11 《2011-2012 年度中国电子商务法律问题调研报告》
- 1.1.12 《2011-2012 年度中国物流电子商务研究报告》
- 1.1.13 《2011-2012 年度中国城市电子商务发展调研报告》

1.1.14 《2011-2012 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 《2011-2012 年度中国中小企业电子商务应用调研报告》

1.2.2 《2011-2012 年度中国中小企业移动电子商务调研报告》

1.2.3 《2011-2012 年度中国中小企业电子商务搜索调研报告》

1.2.4 《2011-2012 年度全球买家网络采购行为调研报告》

1.2.5 《2011-2012 年度中国小额外贸电子商务调研报告》

1.2.6 《2011-2012 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 《2011-2012 年度中国电子商务用户体验调研报告》

1.3.2 《2011-2012 年度中国网络零售市场调研报告》

1.3.3 《2011-2012 年度中国数字商品电子商务调研报告》

1.3.4 《2011-2012 年度中国时尚百货业电子商务调研报告》

1.3.5 《2011-2012 年度中国奢侈品行业电子商务调研报告》

1.3.6 《2011-2012 年度中国 3D 购物调研报告》

1.3.7 《2011-2012 年度中国返利购物调研报告》

1.3.8 《2011-2012 年度中国导航购物调研报告》

1.3.9 《2011-2012 年度中国海外代购调查报告》

1.3.10 《2011-2012 年度中国传统品牌电子商务调研报告》

1.3.11 《2011-2012 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 《2011-2012 年度中国服装行业电子商务调研报告》

1.4.2 《2011-2012 年度中国茶叶行业电子商务调研报告》

1.4.3 《2011-2012 年度中国化妆品行业电子商务调研报告》

1.4.4 《2011-2012 年度中国鞋/箱包行业电子商务调研报告》

1.4.5 《2011-2012 年度中国 3C 数码行业电子商务调研报告》

1.4.6 《2011-2012 年度中国家电行业电子商务调研报告》

- 1.4.7 《2011-2012 年度中国房地产行业电子商务调研报告》
- 1.4.8 《2011-2012 年度中国汽车行业电子商务调研报告》
- 1.4.9 《2011-2012 年度中国医药行业电子商务调研报告》
- 1.4.10 《2011-2012 年度中国母婴行业电子商务调研报告》
- 1.4.11 《2011-2012 年度中国玩具/礼品行业电子商务调研报告》
- 1.4.12 《2011-2012 年度中国钢铁行业电子商务调研报告》
- 1.4.13 《2011-2012 年度中国酒水行业电子商务调研报告》
- 1.4.14 《2011-2012 年度中国食品行业电子商务调研报告》
- 1.4.15 《2011-2012 年度中国保健品行业电子商务调研报告》
- 1.4.16 《2011-2012 年度中国眼镜电子商务调研报告》
- 1.4.17 《2011-2012 年度中国农业电子商务调研报告》
- 1.4.17 《2011-2012 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 《2011-2012 年度中国电子商务市场投融资调研报告》
- 1.5.2 《2011-2012 年度中国第三方支付行业调研报告》
- 1.5.3 《2011-2012 年度中国创业型电子商务项目投资评估报告》
- 1.5.4 《2011-2012 年度中国上市公司电子商务调研报告》
- 1.5.5 《2011-2012 年度中国中小企业金融服务市场调研报告》
- 1.5.6 《2011-2012 年度中国 B2B 网络贷款市场调研报告》
- 1.5.7 《2011-2012 年度中国银行业网络商城市市场调研报告》
- 1.5.8 《2011-2012 年度中国保险业电子商务市场调研报告》
- 1.5.9 《2011-2012 年度中国基金业电子商务市场调研报告》
-

1.5 O2O 领域:

- 1.6.1 《2011-2012 年度中国 O2O 市场调研报告》
- 1.6.2 《2011-2012 年度中国网络团购市场调查报告》
- 1.6.3 《2011-2012 年度中国在线旅游市场调研报告》
- 1.6.4 《2011-2012 年度中国在线票务市场调研报告》
- 1.6.5 《2011-2012 年度中国家居电子商务市场调研报告》

.....

1.6 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 《2011-2012 年度中国中小企业网络营销调研报告》

1.7.3 《2011-2012 年度中国中小企业网络营销实战报告》

1.7.4 《2011-2012 年度中国中小企业 SaaS 应用调研报告》

1.7.5 《2011-2012 年度中国中小企业微博营销调研报告》

.....

二、部分免费报告下载:

2.1 《2011 年度中国电子商务市场数据监测报告》

2.2 《2011 年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告》

2.3 《2010 年度中国行业电子商务网站调查报告》

2.4 《2010 年度中国电子商务市场数据监测报告》

2.5 《中国大宗商品电子交易市场研究报告（简版）》

2.6 《2010 年中国网络团购调查报告》（[专题](#)）

2.7 《2010 年度中国网络传销调查报告》（[专题](#)）

2.8 《第三方电子商务企业网络融资服务模式研究报告》

2.9 《2010 年(上)中国电子商务市场数据监测报告》

2.10 《2009-2010 年全球买家网络采购的行为调查报告》（[专题](#)）

2.11 《2010 中国电子商务 100 位 CEO 调查报告》

2.12 《1997-2009：中国电子商务十二年调查报告》（[专题](#)）

2.13 《<网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法>解读报告》

2.14 《<非金融机构支付服务管理办法>解读报告》

2.15 《2010 我国电子商务政策解读与预测研究报告》

2.16 《广电总局整治电视购物行业政策解读与对策分析报告》

2.17 《我国境内资本市场媒体宣传功能研究报告》

2.18 《中国互联网外资控制调查报告(2009 版)》

2.19 《中国电子商务行业物流系统建设需求研究报告》

() 下载地址: <http://www.100ec.cn/zt/2010bgdz/> ()

》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>

☞ 网络营销/SEO 课题研究：<http://www.100ec.cn/list--32--1.html>

☞ 网络经济综合课题研究 <http://www.100ec.cn/list--34--1.html>

三、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；
- 3、**委托定制：**委托或联合中心编制课题某项调研报告；
- 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，鉴于名额有限，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：



4.4 联系分析师

曹 磊

中国电子商务研究中心研究员、主任

中国诚信网络团购联盟秘书长、浙江大学 EMBA 客座教授、中国电子商务专家库专家、中国互联网协会优秀教官、中国电子商务协会网络整合营销研究中心特聘专家、《浙江省电子商务“十二五”规划》编制组 专家

• 专家专栏: http://100ec.cn/detail_man--313.html

• 研究领域: 重点研究关注全球电子商务宏观发展趋势与主流电商企业, 国内部分主要包括: 行业发展特征与趋势、代表性商业模式、第三方电子商务平台服务、中小企业电子商务应用、网络零售与网络团购发展、新兴网络融资与移动电子商务领域等, 以及电子商务配套产业链等延伸领域。

• 联系方式: TEL: 0571-87756579; E-mail: caolei@netsun.com; MSN: caocaohe@hotmail.com; 微博: <http://weibo.com/caoshu1979>

周翔

中国电子商务研究中心 网络金融部 助理分析师

• 负责领域: 重点监测与研究: 电商创业项目、电商新模式、电商投融资(VC/PE)、并购、IPO, 网络金融、网络融资、网络贷款, 国内外资本市场、传统上市公司开展电子商务业务等主要细分和应用领域。

• TEL: 0571-85337218

• E-mail: zhouxiang@netsun.com

• MSN: zhouxiang002223@hotmail.com

》》联系更多分析师: <http://www.100ec.cn/research/>

编制机构: 中国电子商务研究中心

发布时间: 2012 年 10 月 11 日