



《互联网金融时代》图书出版

& 《2013-2014年度中国互联网金融市场报告》(系列)

合作方案

中国电子商务研究中心



方案目录

一、背景

二、概述

- 内容
- 特点
- 影响力
- 报告核心目标群
- 周期
- 编制团队
- 研究方法
- 发行渠道

三、方案





2013年，“互联网金融”成为继O2O、物联网、大数据、云计算、移动互联网之后，又一经济社会广泛关注的焦点领域。

互联网金融不仅对我国现有金融体系造成一定的冲击，更是现有金融体系的有益补充。

详见如下六方面：





1. 促传统银行业的转型

弥补传统银行在资金处理效率、信息流整合等方面的不足

2. 扩宽金融产品渠道

为保险、基金、理财产品等提供了销售、推广的新渠道

3. 融合电商与传统金融业

促使两者充分融合，从中探索新的服务模式与盈利模式

4. 对于广大中小企业而言

便捷地拓宽融资渠道，降低了融资门槛，提升了资金效率

5. 对广大网民而言

更好借助电商平台开展互联网金融领域的信息消费、扩大内需

6. 对国民经济转型升级而言

互联网金融的发展起着无可替代的催化剂作用





为此，中国电子商务研究中心将决定编辑出版《**互联网金融时代**》一书并同步发布《**2013-2014年度中国互联网金融市场系列报告**》，并通过各大电商平台、实体书店、银行等金融机构大客户团购等渠道。面向公开发行。





一、内容

- | | |
|--------------|---|
| 综述篇 | 概念与特征、形式与本质、内涵与外延、背景与前景、理论与实践 |
| 行业篇 | 网销基金、P2P 网贷、银行系电商、电商金融之B2B、电商金融之B2C、网销保险、众筹模式、网络支付、虚拟货币各成体系一章 |
| 政策篇 | 海内外、国家、地区相关法律法规、政策文件、监管建议等 |
| 专家分析篇 | 学术论文，理论、模型研究，报告，数据分析，调查成果 |
| 案例篇 | 行业篇各细分领域中筛选典型企业或产品案例 |





二、特点

《互联网金融时代》将全面记载我国互联网金融发展至今的总体情况，及各种代表模式，注重反映互联网金融中的热点、难点、重点和焦点问题，注重突出案例、数据、商业模式、典型应用等。报告具备如下八大特点：

系统性

全面性

行业性

理论性

实用性

可读性

唯一性

专业性





三、影响力

本书为国内首部以电商、互联网思维为核心的金融著作，继“大数据时代”之后又一全新领域的开篇巨著。

本书既为我国互联网金融行业相关企业探索提供实践指引，又为该领域理论研究探讨交流提供平台。

中国电子商务研究中心系列丛书

国内首部以电商、互联网思维为核心的金融巨著

继“大数据时代”之后

互联网金融时代

>>>>

中国电子商务研究中心◎著

100位互联网金融行业、电商行业、传统金融业CEO

联袂推荐

浙江大学出版社



报告影响力



国家影响力

屡获包括国家商务部、工信部、工商总局、发改委、国新办、央行、海关总署在内的**国家各大部委**引用、认可；

行业影响力

屡获国家省市各级互联网电商协会及行业各大协会认可及引述

企业影响力

累计**5万余家**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**平面媒体独立报道，**1000家**各类门户、新闻网站转载

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

投资者影响力

至少**1亿股民**、**500家以上**VC/PE作为重要投资、决策、评估的参考依据



核心用户





本书项目周期： 2013年9月至2014年5月

阶段一：可行性方案确定；

2013年9月

阶段二：深度调研及数据分析；

2013年9月-10月

阶段三：专业分析师撰稿及行业权威专家征稿；

2013年10月-12月

阶段四：制图、校对、数据更新、招商、定稿；

2014年4月

阶段五：公开出版发行。

2014年5月（预计）



调研方法



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**。

通过对行业专家、卖家、渠道等进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。

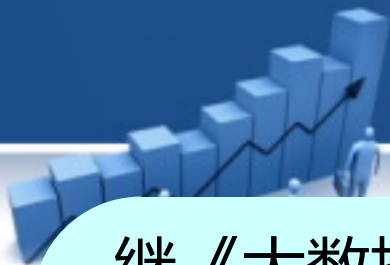
对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照调研数据，最终分析研究获得行业数据。

结合中国电子商务研究中心自身数据监测系统进行分析。



发行渠道





继《大数据时代》之后，
国内首本以电商互联网思维为核心的金融巨著

——《互联网金融时代》即将问世发行！

各渠道发行量预计逾30000册！

平台、资源“高、大、上”

现编委会限量开放若干协办单位名额

本次报告将在业界内充分展示合作企业品牌形象，为合作企业扩大知名度，扩宽业务渠道，纵深战略发展布局，被行业所聚焦。

合作赞助方可获得以下丰厚回报



赞助方案一：鸣谢单位



- 1、入选图书《编委会》或“鸣谢单位”；
- 2、企业案例图书入选（3P以内）；
- 3、300册图书赠送客户；
- 4、受邀出席新书首发新闻发布会；
- 5、入选相关行业年度报告(参见下下页)/图书新闻通稿，并面向中心注册3000位记者媒体库发送。

合作费用：5万元RMB



赞助方案二：协编单位



- 1、高管入选图书副主编，公司“协编单位”特别鸣谢（含LOGO）；
 - 2、企业案例重点入选（大于3P）与所在细分领域市场份额鉴定；
 - 3、颁发年度行业评选颁奖，并公开授牌表彰；
 - 4、入选相关行业年度报告(参见下页)/图书新闻通稿，并中心注册3000位记者媒体库发送；
 - 5、企业名与CEO题词刊登封面推荐；
 - 6、500册含企业个性化定制书腰赠送；
 - 7、受邀发出席新书首发新闻发布会言，并接受媒体采访等回报；
 - 8、制作企业案例专题，并通过中心电商门户网站、微信公众端、企业库等推送。
- 合作费用：10万元RMB**





在2013“互联网金融元年”大背景下，中心编制2013年度中国互联网金融各细分市场系列报告，包括：互联网金融、B2B金融、B2C金融、网销基金（网络理财）、网销保险、银行电商、P2P网贷、网络支付、众筹融资、虚拟货币等报告共十份，目前均已完成。报告还将面向全国人大，以及国家发改委、工信部、商务部、教育部、工商总局、统计局、央行、银监会、证监会等10余个电商、互联网金融相关部委高层报送。

序号	报告名称
1	《2013-2014年度中国互联网金融发展研究报告》
2	《2013-2014年度中国P2P网贷发展研究报告》
3	《2013-2014年度中国网销基金(网络理财)发展研究报告》
4	《2013-2014年度中国B2B电商金融发展研究报告》
5	《2013-2014年度中国B2C电商金融发展研究报告》
6	《2013-2014年度中国银行电商发展研究报告》
7	《2013-2014年度中国网销保险发展研究报告》
8	《2013-2014年度中国网络支付发展研究报告》
9	《2013-2014年度中国众筹融资发展研究报告》
10	《2013-2014年度中国虚拟货币发展研究报告》

更多报告：www.100ec.cn/zt/2010bgdz

——国内专业第三方电子商务研究与服务机构



联系我们



**中国电子商务研究中心，是我国最早创办、也是目前唯一一家
以研究、传播与服务电子商务的第三方行业专业研究机构**

中国电子商务研究中心
CECRC www.100EC.cn

《2013年度电子商务/互联网金融系列研究报告》通知!

[查看详情](#)

输入关键词 搜索

政府 零售 行业 金融 研究 人物 权益

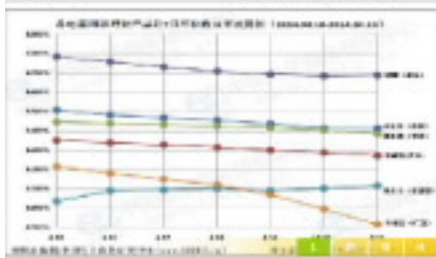
全球电商 部委/省市 B2C/传统 网购/团购 B2B/外贸 营销/移动 金融/支付 P2P/基金 报告/数据 信息/图表 专家/微博 分析师 网购维权 曝光台
信息化 法规/会议 C2C/品牌 导购/平台 O2O/物流 网络/社交 上市电商 投融资 图书/案例 运营实战 人才培训 电商记者 法律援助 企业库

小米米粉节 热点聚焦：互联网安全 直播0亿坏账 互联网证券试点 拍拍网完成轮融资 小米米粉节

中心下

属www.100EC.cn

**是我国领先的电
子商务新闻资
讯、数据门户网
站**



10号文剑指快捷支付合作：支付限额银行说了算

[艺龙网与携程网达成战略合作 在线旅游联盟初现]
[旺旺网独揽发薪：女主人同时任22家企业法定代表人]

- 复盘打车软件PK：同质化竞争下的微妙分化 10日
- 分析：京东金融的产品组合拳背后 老二怎么做市 10日
- 实战：如何做好线上线下商店的同步营销？ 10日
- 【海外案例】Watsi：众筹治愈世界 10日
- 分析：企业转型做跨境电商需要注意些什么？ 10日
- 【营销案例】读库：怎么用微信做营销的？ 10日
- 分析：新浪微博到底值不值钱？ 10日
- 余额宝、理财通、百赚、小金库等4月17日收益对 10日
- 实战：一件代发及代理代销淘宝网女装技巧 10日

研究报告

会议专题

专题策划

- 《2013年度中国电子商务分行业/产品市场调查报告》
- 《2013年度中国网络零售市场数据监测报告》
- 《2014年度中国网络购物市场调查报告》(四)
- 《2013年度中国互联网金融发展研究报告》(四)
- 《2013年度中国P2P网贷发展研究报告》(四)
- 《2013年度中国网络基金发展研究报告》(四)
- 《2013年度中国P2P电商金融发展研究报告》(四)
- 《2013年度中国网络银行电商发展研究报告》(四)
- 《2013年度中国网络保险发展研究报告》(四)
- 《2013年度中国网络支付发展研究报告》(四)
- 《2013年度中国众筹模式发展研究报告》(四)
- 《2013年度中国虚拟货币发展研究报告》(四)

【人物观点】

- 董建智：10号文件将有利于严控支付漏洞
- 钱海利：网络理财产品正向高风险转移
- 张周华：阿里收购高德地图打响O2O入口争夺战

**7天
无理由
退货**

电商VS消费者

电商“7天无理由退货”满月大阅兵



招股书背后机遇与挑战并存



中国电子商务研究中心
CECRC www.100EC.cn

——国内专业第三方电子商务研究与服务机构



中国电子商务研究中心不仅拥有“权威的机构品牌资源”和“专业的研究分析资源”，还整合了“广泛的社会传播资源”、“精准的百万用户资源”、“庞大的中高端人脉资源”（建立了涵盖近5000企业的“中国电子商务中高层人脉数据库”），以及近500家、3000名记者的关注电子商务的“中国电子商务媒体记者公共服务平台”等全国范围内的行业资源。

中心现有各类全职工作人员近30人，拥有100余位兼职国内知名专业分析师、特约国内最权威电商研究专家、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、行业协会与咨询机构等达成各类合作伙伴关系。





全国人大，国家统计局、发改委、国新办、商务部、工信部、工商总局等各大部委，电子商务数据指定报送单位

中国互联网金融报告研制，推动发起单位

国家六部委联合打击“中国网络传销调查专项行动” 推动单位

“中国电子商务市场经济数据” 定期 发布单位

我国首部电商监管立法：《网络商品交易及服务监管条例》 副组长编写单位

“中国诚信网络团购联盟” 会长单位

我国首个互联网安全与外资VIE结构控制 倡导单位

《浙江省电子商务产业“十二五”发展规划》 等多省市 编制单位



联系我们

中心电商产业链职能

研究服务

政府服务

园区服务

会议服务

融资顾问

法律顾问

媒体服务

营销服务

认证服务

团购联盟



中国电子商务研究中心
www.100EC.cn

——国内专业第三方电子商务研究与服务机构



联系我们



联系人：中国电子商务研究中心 钱老师

联系电话：**0571-85337218, 15088655377**

E-mail: **JR@netsun.com**

联系地址：中国杭州市莫干山路**187**号
易盛大厦**10-12F** (**310012**)

中心网站：**www.100EC.cn**

