

2013年(上)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：二〇一三年八月二十七日

目 录

报告概要.....	3
（一）报告特色	3
（二）调查目的	3
（三）调查方法	3
（四）报告执行	3
（五）报告声明	3
（六）报告时间	4
（七）报告鸣谢	4
一、核心数据摘要.....	5
二、2013年上半年中国电子商务投融资金额数据.....	6
三、2013年上半年中国电子商务细分行业融资数据	8
四、2013年上半年中国电子商务融资金额同比数据	9
五、2013年上半年中国电子商务投融资基金种类数据	10
六、2013年上半年中国电子商务投融资城市分布数据	11
七、2013年上半年中国电子商务融资单笔金额额度数据.....	12
八、2013年上半年中国电子商务企业季度融资数据与案例.....	13
九、部分电商投融资典型案例	15
十、 报告附录.....	18
（一）关于我们	18
（二）研究报告	19
（三）关于《中国互联网金融发展报告（2013）》约稿函	23
（四）中国电子商务研究中心会员服务	26
（五）编委会	27

报告概要

（一）报告特色

——**全面性**：报告对目前国内电商融资情况经行详细调查，对重点的 48 家电商融资企业进行全面调研、解剖与分析。

——**专业性**：针对电商融资企业开展广泛深入调研，分别从整体、融资币种、时间、投资方、电商类型、电商模式、项目所处行业、融资额度、融资轮次、项目地域等角度切入。

——**权威性**：由我国权威电子商务第三方行业研究机构——中国电子商务研究中心编著。

——**客观性**：基于客观监测、调研、统计数据基础上，展开分析、评论。

（二）调查目的

本报告通过 2013 年上半年对电商融资的数据监测、行业分析，掌握了电商企业投融资状况。报告旨在为国内电商领域的业内人士、专家学者、投融资机构、新闻媒体、政府监管部门等，提供一份可靠的数据参考资料。

（三）调查方法

中国电子商务研究中心秉承科学严谨的市场研究方法，通过行业监测、企业问卷调查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，提高数据与信息准确性，并尽可能确保数据与信息的可靠性、客观性与前瞻性。

（四）报告执行

本报告由中国电子商务研究中心通过对 2013 年上半年我国电商行业的投融资数据监测、行业调查与深度总结，以及行业呈现出来的特征及趋势等进行了分析所得。

（五）报告声明

由于电商投融资行业部分电商企业投融资情况未对外公开，难以进行完全的其进行监测，难免有疏漏之处。

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，由此带来的投资风险本中心不承担法律责任。

（六）报告时间

- 调查监测阶段：2013年01月-2013年06月
- 数据统计阶段：2013年07月
- 报告成文阶段：2013年08月月
- 报告发布时间：2013年08月27日

（七）报告鸣谢

值此《2013年（上）中国电子商务投融资市场数据监测报告》顺利发布之际，我们对为本报告编撰过程中，受访，提供数据、案例和观点等材料的各投资机构、投资者、相关电商企业、政府部门以及行业协会对我们调研的支持，表示由衷感谢！（兹不一一列举）

2013年（上）中国电子商务市场投融资数据监测报告

据中国电子商务研究中心发布的《2013年（上）中国电子商务市场投融资监测报告》显示，2013年上半年监测到的已披露的中国电子商务融资事件共有**48**起，总额**91.19**亿美元。其中风险投资**44**起，融资金额为**78.36**亿人民币；并购**3**起，金额为**7.57**亿人民币；IPO**1**起，募资总额**5.33**亿人民币。

一、核心数据摘要

1、市场规模：2013年上半年已披露且监测到的中国电子商务投融资事件共有**48**起，其中风险投资**44**起，总额逾**78.36**亿元人民币；并购**3**起，金额为**7.57**亿元人民币；IPO**1**起，募资总额**5.33**亿元人民币。

其中，Q1已披露且监测到的电子商务投融资事件有**21**起，金额为**56.89**亿元人民币；Q2已披露且监测到的电子商务投融资事件有**27**起，金额为**34.11**亿元人民币。

2、细分行业：在细分行业方面，电商服务商的投融资占全行（**37.5%**，位列全行业第一位，B2C电商占全行业（**22.92%**）第二位，之后是O2O行业占比**20.83%**）、其他电商领域占比**10.42%**等。

3、同比融资金额：2012年Q1电商行业投融资金额为**28.57**亿元，2013年电商行业Q1投融资金额为**56.89**亿元，同比上涨**99.12%**。2012年Q2投融资金额为**29.18**亿元，2013年Q2投融资金额为**34.11**亿元，同比上涨**19.19%**。

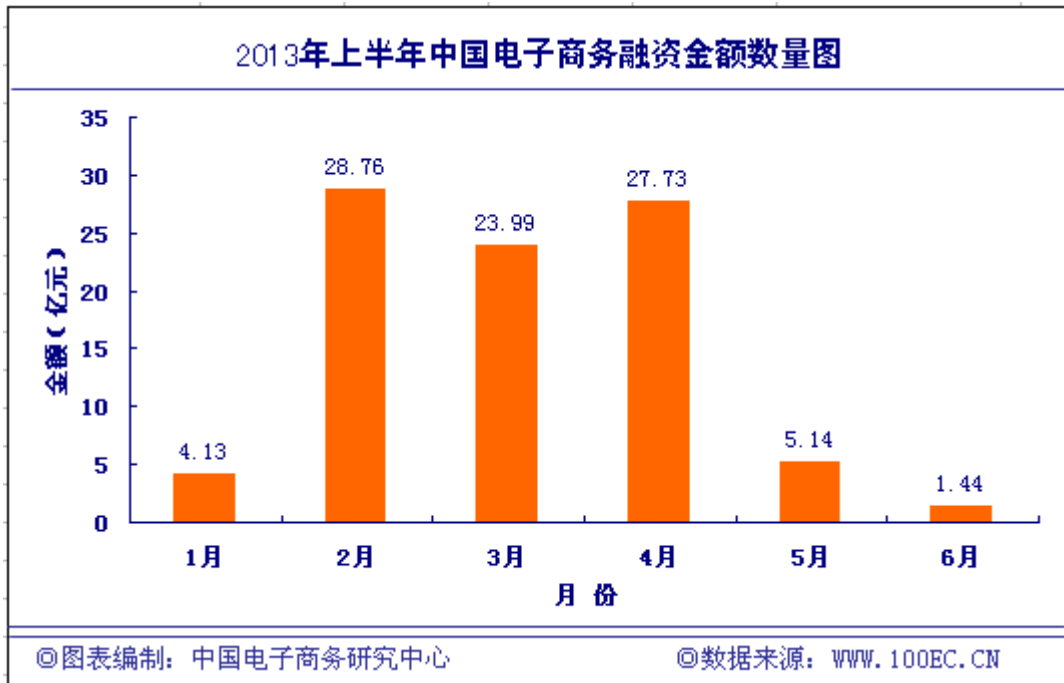
4、投资基金种类：2013年上半年中国电子商务行业投资主要以外币为主，已经披露的外币投资金额占全部融资的**70.67%**，相比于外币投资而言，已经披露的人民币投资金额占总额的**29.33%**。

5、投资案例城市分布：从地域分布情况来看，上半年的电商行业融资主要集中在北京、上海、杭州、香港和广州等一线城市。其中，上半年内，北京发生**25**起电子商务融资案例排名第一，上海也发生**10**起融资案例紧随其后。

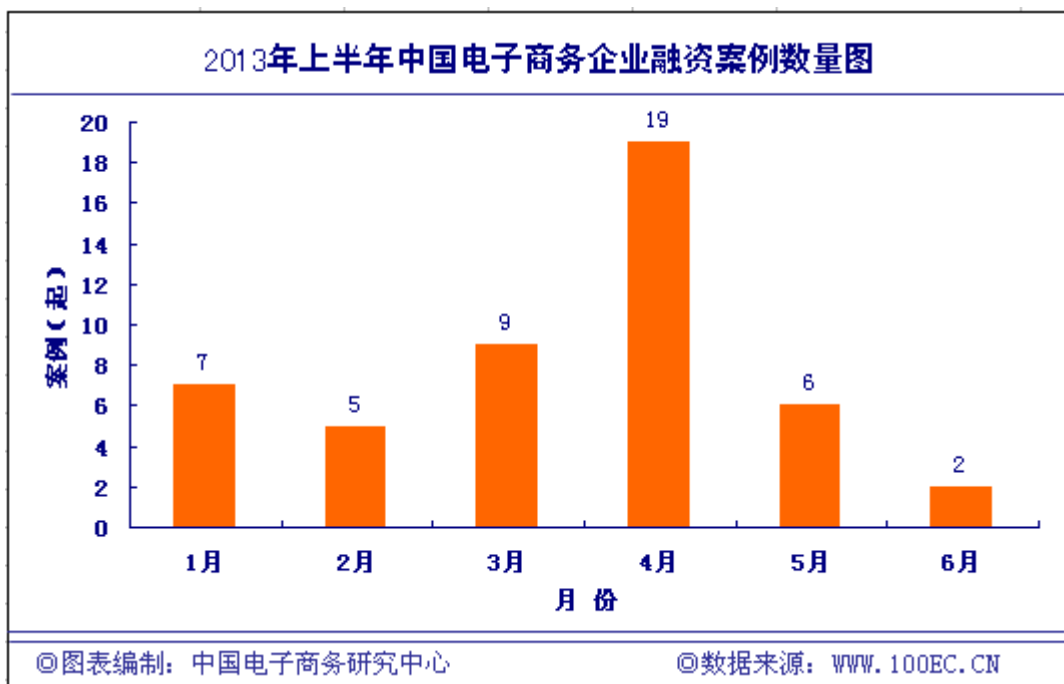
6、单笔投资规模：在2013年上半年电子商务企业的单笔投资中，单笔投资金额主要集中在**2000**万元至**3**亿元这个区间，显示2013年风险投资投资电子商务行业不再追求盲目估值的提升，而更重视价值发现。

二、2013年上半年中国电子商务投融资金额数据

2013年上半年，资本对电子商务的追逐开始回升。在2012年电子商务融资规模热度降下来之后、中国电子商务企业估值重新恢复焦点，再加上国际融资环境良好，整体融资热度有所回升。



2013年上半年，投融资金额最大是2月的**28.76**亿元人民币，案例数仅为**5**起；而投融资案例数最大的则是4月份的**19**起，其投融资金额为**27.73**亿元人民币，位列投融资金额数的第二名。



据中国电子商务研究中心(100EC.CN)监测：2013年上半年监测到的已披露的中国电子商务融资事件共有 **48** 起，其中风险投资 **44** 起，总额逾 **78.36** 亿人民币；并购 **3** 起，金额为 **7.57** 亿人民币；IPO **1** 起，募资总额 **5.33** 亿元。

上半年融资在二月在达到峰值，融资总额达到 **28.76** 亿元，2月、3月、4月融资金额相近，都大幅超过剩下几个月份的融资额度。

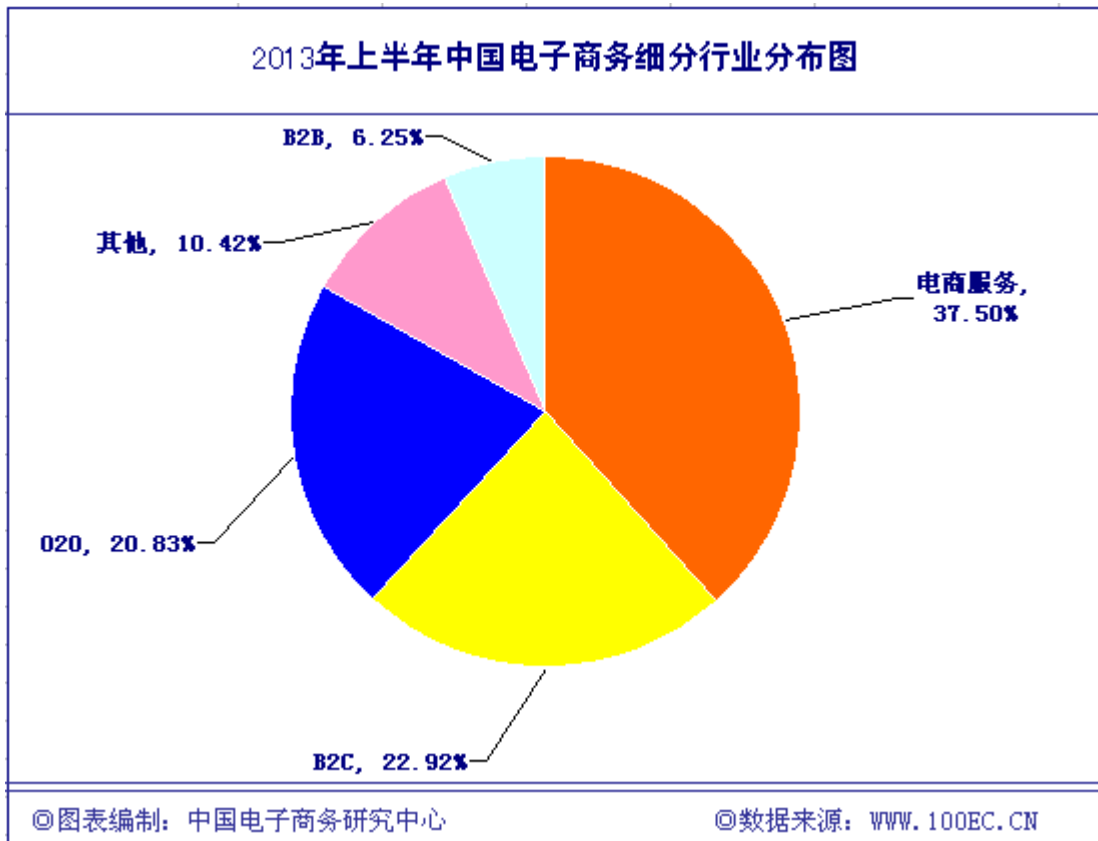
在二月份，以京东商城为代表的垂直电商 B2C 获得加拿大安大略教师退休基金和沙特王国控股公司投资 4 亿美元，标志着垂直电商领域受到资本关注。

而兰亭集势的成功 IPO，则表明风险投资机构对于跨境外贸电商具有良好前景的判断是正确的，成功发行 IPO 后，兰亭集势可迎来更广阔的发展机遇。

对此，中国电子商务研究中心曹磊研究员认为，消费者对价格的敏感度在提高，因此电子商务所具有的价格优势能够吸引一定的客户群，从而抢占商场的市场份额，中国电子商务还有进一步成长的空间。

三、2013年上半年中国电子商务细分行业融资数据

2013年上半年，电子商务企业的融资在2、3、4月份回升势头迅猛，各类细分领域均有融资案例，未来，中小自营服务类电商精耕细作市场具有较大的发展前景。



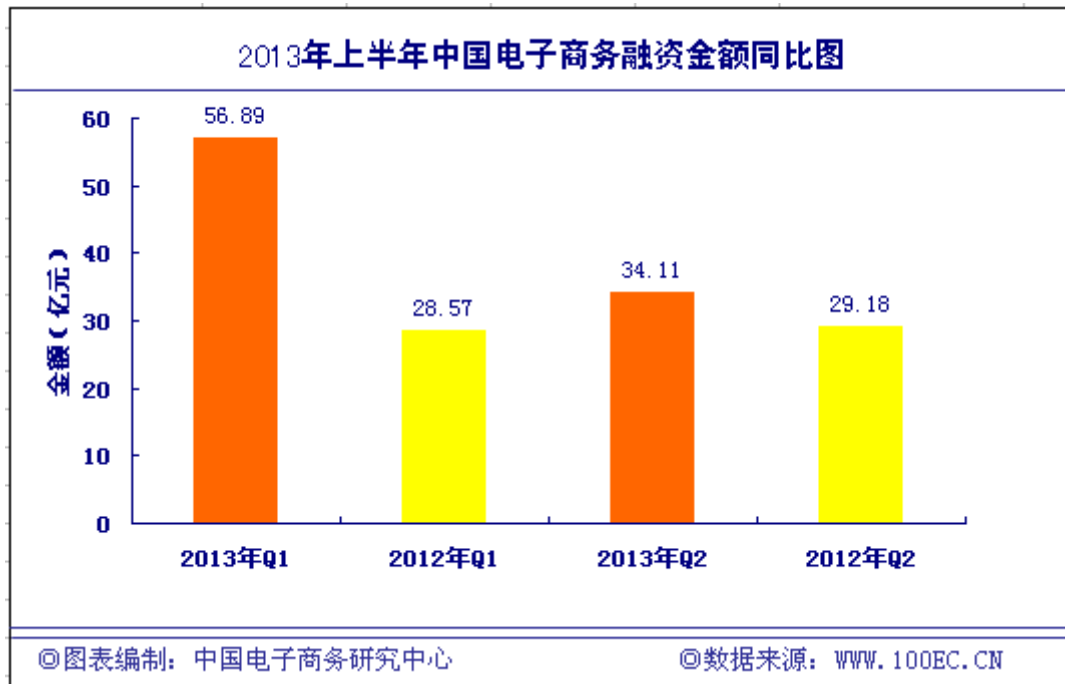
电商企业在融资金额及数量方面均刷新同期记录，同时，融资金额方面同比大幅扩大，在细分行业方面，电商服务商的投融资占全行（**37.5%**，位列全行业第一位，B2C 电商占全行业（**22.92%**）第二位，之后是 O2O 行业占比 **20.83%**）、其他电商领域占比 **10.42%**等。

其中，电商服务商和 B2C 的融资金额位列全行业第一位和第二位。原因是高朋网、京东商城这些电商被市场所看好。B2C 细分市场中垄断性企业还很少，通过对细分市场的开发，企业能获得较好的发展空间，估值的上升空间也较大。作为电商细分行业的代表，电商服务商和垂直电商 B2C 显然受到了资本的追捧。垂直类 B2C 平台目标客户一般比较固定，产品往往以一类或几类为主，具有专业优势，可以预见，B2C 将成为网购未来发展趋势。

对此，中国电子商务研究中心主任曹磊研究员认为，规模化扩张将成为电商行业 2013 年的主旋律，以资本力量整合并购的趋势会更为突出，未来电商市场的结构会更加复杂。这种整合的背后，一方面是缺乏后续资本助力和规模效应的电商企业欲寻求庇护，成为继续生存下去的手段；另一方面，综合性电商平台也试图通过并购快速扩张，建立自身电商帝国。

四、2013年上半年中国电子商务融资金额同比数据

据中国电子商务研究中心(100EC.CN)监测数据显示：2013年Q1中国电子商务融资事件共有**21**起。其中风险投资**20**起，总额逾**49.4**亿人民币；并购**1**起，募资总额**7.49**亿元。2013年Q2中国电子商务融资事件共有**27**起。其中风险投资**24**起，总额逾**28.96**亿人民币；并购**2**起；IPO**1**起，募资总额**5.35**亿元。



2013年第一季度，资本对电子商务的追逐逐渐升温。投资金额同比上涨**99.12%**。2013年第二季度，中国电子商务融资市场投资热度仍保持一定热度。投资金额同比仍小幅上涨**16.9%**，上涨幅度较小。

第一季度，2月份的京东D轮融资，金额高达**4**亿美元，由加拿大安大略教师退休基金、沙特王国控股公司领投，表明中国大型垂直类电商获一些国际上风投青睐，潜力无限。

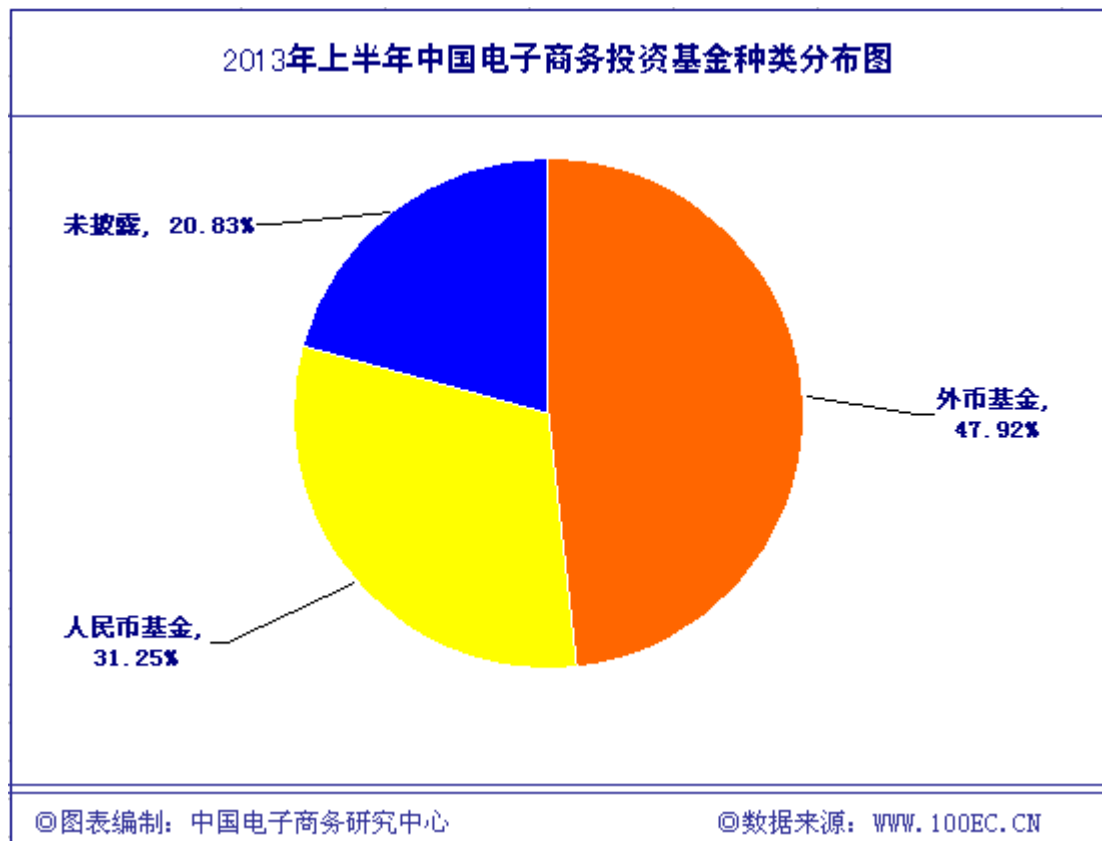
第二季度开始，4月份中国电子商务企业获投资不论是数量还是金额同比都大幅增加。但是转战5月、6月，投融资的数量和金额比4月份开始逐渐下降，据不完全统计6月份只有**2**笔投融资交易。

据不完全统计，目前大部分电商品牌都属A轮融资，但是随着资本对于优秀电商品牌企业的深度挖掘，加上电商全品类运营模式的推进，部分品牌电商将相继获得资本的二次投资。多数A轮融资的电商品牌分为两大类，一类是垂直电商，一类是生活服务电商。可以看出VC/PE投资的趋势越来越偏向专业化和生活化的电商领域。

五、2013年上半年中国电子商务投融资基金种类数据

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，中国电子商务企业海外上市普遍采用“VIE 结构”，从 2000 年开始，通过 VIE 结构实现海外上市的国内企业为 260 余家，其中在纽交所和纳斯达克市场上市的中国企业，几乎全部采用了通用的“VIE 模式”。

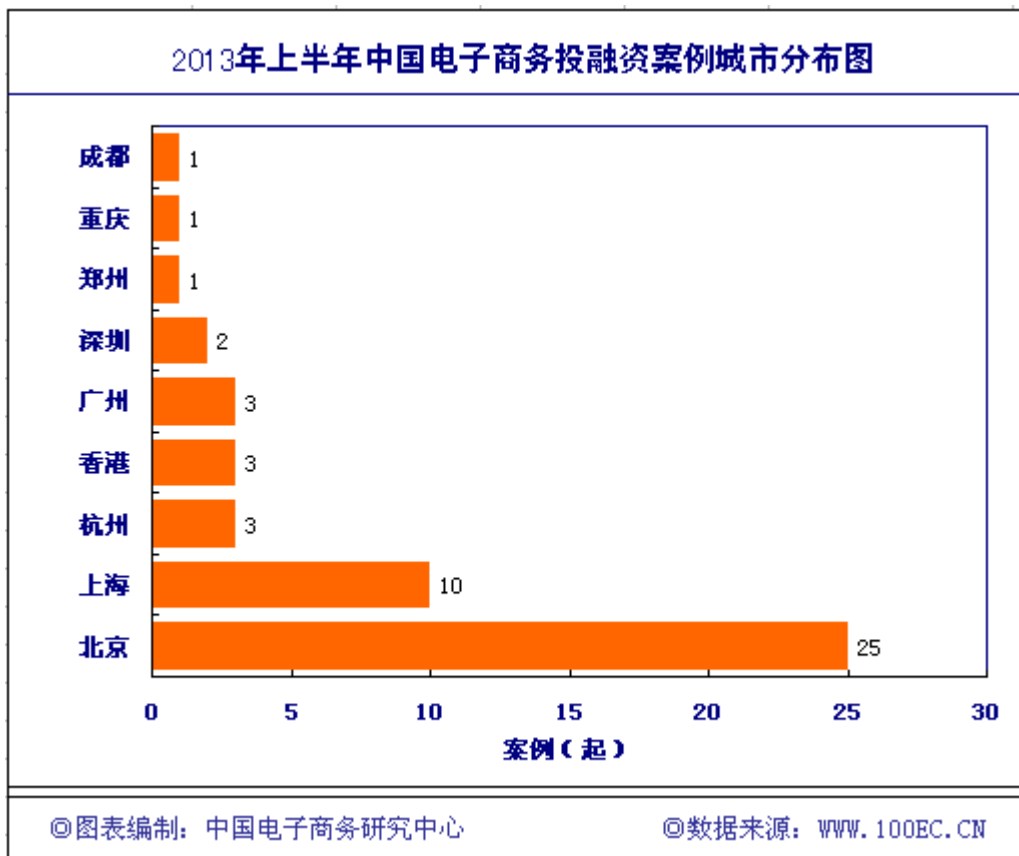


据中国电子商务研究中心(100EC.CN)数据显示，2013年上半年中国电子商务行业投资主要以外币为主，已经披露的外币投资投资金额占全部融资的 **70.67%**，相比于外币投资而言，已经披露的人民币投资金额占总额的 **29.33%**，与中国互联网行业相同，中国互联网投资仍以外币为主。

对此，中国电子商务研究中心主任曹磊研究员认为，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。

六、2013年上半年中国电子商务投融资城市分布数据

根据中国电子商务研究中心（100EC.CN）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（25起）、上海（10起）、杭州（3起）、香港（3起）和广州（3起）等一线城市。其中，北京发生25起电子商务融资案例排名第一，上海也发生10起融资案例紧随其后。



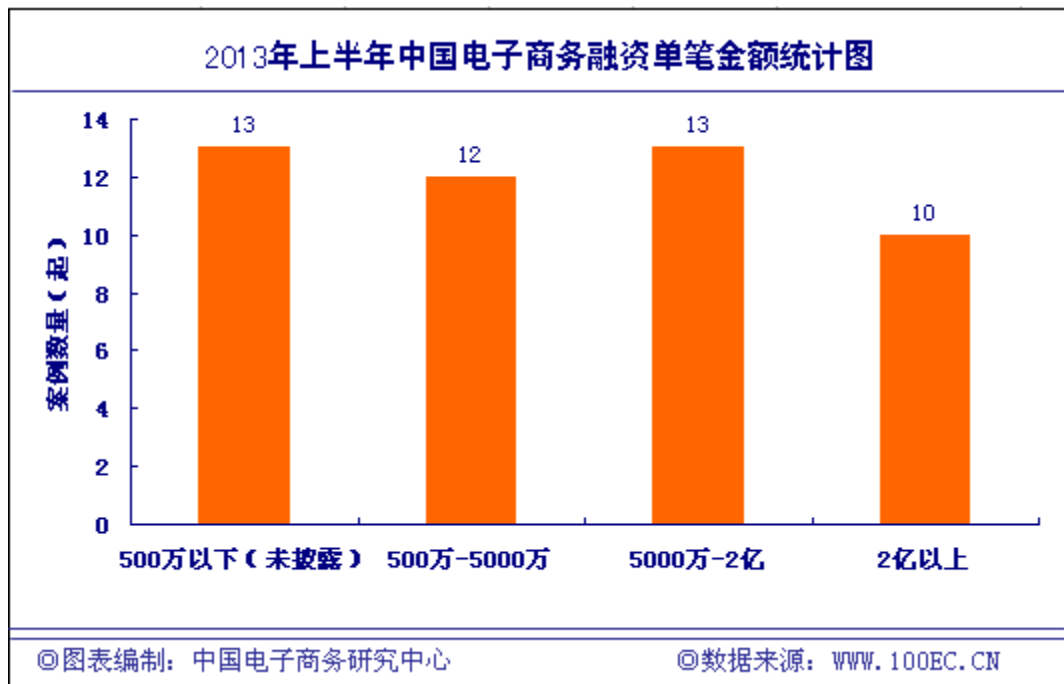
根据中国电子商务研究中心(100EC.CN)调查统计显示，2012年上半年投融资案例24起，2013年上半年投融资案例48起，同比增长100%。目前我国的电子商务服务企业多分布在经济较为发达的省市，且电子商务配套产业环境良好，主要与其这些地方环境承载能力较强、政府扶持力度较大、经济和人口聚集条件较好有关。

对此，中国电子商务研究中心主任曹磊研究员认为，经济的发达使这些地方网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付，以及各种商务、交易、金融、物流和相关的综合服务活动也较为活跃。

七、2013年上半年中国电子商务融资单笔金额额度数据

在信息披露和中国电子商务研究中心监测到的数据显示，在2013年上半年电子商务企业的单笔投资中，单笔投资金额主要集中在**5000**万元至**2**亿元这个区间。

这表明2013年VC/PE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。



由于未披露的资金的案例数量为**10**起且统一放在**500**万以下里面，所以**500**万以下的资金案例数量为**13**起。

对此，中国电子商务研究中心主任曹磊研究员认为，中国电子商务企业相比于国外成熟的企业来说，整体上还处于上升阶段，特别是生活服务领域和垂直领域方面，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。

九、部分电商投融资典型案例

(一)唯品会

奢侈品电商唯品会于2012年3月23日登陆纽交所，交易代码为“VIPS”。高盛和德银将担任此次IPO的主承销商。自2011年中国概念股在美国资本市场爆出诚信危机后，中国公司赴美IPO窗口被冰封，唯品会的IPO具有风向标作用，备受关注。

唯品会自2012年2月18日递交上市申请后，进展比较顺利，不久公布发行价区间并进行路演，但是认购情况不是太乐观，3月23日上市当天公布发行价为6.5美元，远低于此前8.5-10.5美元的发行价区间。

IPO(首次公开募股)发行价为6.5美元，该发行价比之前宣布的8.5至10.5美元的定价区间下限下调了23.5%。唯品会表示，本次计划发行1100万股，附加15%的超额配售权，融资规模达7150万美元。



2013年3月，高盛、德银证券和摩根大通的风险投资1.8亿美元。

唯品会成立于2008年，是广州唯品会信息科技有限公司旗下的B2C电子商务的一家名牌折扣网站。以低至一折起的价格售卖名牌商品，囊括品牌时装、箱包、鞋子、皮具、配饰、香水等。唯品会坚持以安全诚信的交易环境和服务平台、可对比的低价位、高品质的商品、专业的唯美设计、完善的售后服务，全方位地服务于每一位会员，打造成中国最大名牌折扣网。

(二) 京东

2010年，京东商城跃升为中国首家规模超过百亿的自营类网络零售企业。2013年5月京东商超业务正式上线，京东将超市也搬到线上。

2007年4月，京东商城获今日资本1000万美元投资。2008年12月获今日资本、雄牛资本及亚洲著名投资银行家梁伯韬的私人公司投资，总投资金额2100万美元。2011年初，京东商城获得俄罗斯投资者数字天空技术(DST)、老虎基金等共6家基金和社会知名人融资共计15亿美元。此次为京东商城的C轮融资。

2013年2月份，京东证实D轮融资由安大略教师退休基金领投，老虎基金继续跟投，金额达4亿美元。



京东在经过此轮融资后，对于它来说减少亏损率的同时保持销售额的高增长是个难点，如果做好这点能助其未来IPO一臂之力。

中国电子商务研究中心特约研究员、普华投资副总裁、经纬中国高级投资经理汪军认为，如京东商城为IPO铺路，此次融资将把费用性投入变成资本性投入，对其财务利润方面有所帮助。

中国电子商务研究中心网络金融部分分析师冯林指出，京东商城获得融资也是其自我价值的体现。从目前情况看，“价格战”仍是电商企业首选的营销手段，但随着电商模式的成熟，价格战或将逐渐向“价值战”转变，从商品价格、商品质量、物流快递、售后服务等全方位提升用户体验，扩大市场份额。电商要从“烧钱”中走出，避免效仿，做真正的自己。

》》详见中国电子商务研究中心案例研究专题——“京东完成7亿美元融资 新一轮融资竞赛或将开启” (http://www.100ec.cn/zt/an1_jdrz/)

(三)兰亭集势

2013年,6月6日,国内外贸零售商兰亭集势将在纽约证券交易所正式挂牌上市,股票代码“LITB”,详见中国电子商务研究中心专题(www.100ec.cn/zt/anl_ltjs/)。

今年,4月18日,兰亭集势首次向美国证券交易委员会(SEC)提交招股说明书。招股书显示上市地点为纽约证券交易所(NYSE)。瑞士信贷(Credit Suisse)和Stifel Financial Corp为此次LightInTheBox上市的主承销商。



兰亭集势最大公开发行规模为8625万美元。根据兰亭集势披露财务数据显示,兰亭集势从2012年第四季度开始盈利,净利润111.5万美元。截至2013年3月31日的12个月内,其营收为2.36亿美元;2013年第一季度净利润为261.0万美元。

对此,中国电子商务研究中心分析师张周平认为,兰亭集势作为2013年第一家在美上市的中国公司,也是中国赴美外贸电商第一股,证明了外贸B2C道路可以走通,外贸电商进入新的时代。相比内贸电商仅仅节省了零售环节不同,外贸电商的优势在于中国制造的明显,还节省了更多的费用环节。

张周平同事指出,虽兰亭集势的上市在一定程度上表明中国跨境电商受到了海外投资者的认可,但该行业本身还存在着诸多的如:货物通关、税收规范化等一系列问题。

》》详见中国电子商务研究中心案例研究专题——兰亭集势纽约证券交易所上市 外贸电子商务将迎来春天? (http://www.100ec.cn/zt/anl_ltjs/)

十、报告附录

（一）关于我们

中国电子商务研究中心

中国电子商务研究中心（www.100EC.cn），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。中心发布的电子商务报告屡获包括国家统计局、商务部、工信部、发改委、国新办在内的多部委引用和认可。

通过多年积累，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”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、1000 名记者的关注电商的中国电商媒体记者公共服务平台等全国范围内行业资源。

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。

■中心数据

- 平均每天有 **80 至 100 万人/次** (PV)，访问我们的电商门户网站（100EC.CN）
- 平均每年有 **5,000 余家** 海内外媒体，超过 **10 万** 篇新闻报道中引用我们的数据、报告、分析、榜单等，是媒体曝光度最高的电商信息服务机构
- 从中央到地方，超过 **20 家** 各级政府机构与我们结为合作伙伴
- 超过 **50 家** 公司在海内外上市及投融资时使用了我们的数据和分析
- 平均每年，超过 **1 万人** 参加我们主办或协办的各类电商论坛、沙龙活动
- 国内 **上百家** 券商/投行/机构在投资研究中参考我们的数据和信息
- 有超过 **1000 多家** 电商、**10000 多家** 中小企业、网商依靠我们的信息、服务和解决方案不同程度提升了他们的经营业绩。……

■中心荣誉

- 全国人大，以及国家统计局、发改委、国新办、商务部、工信部、教育部、工商总局等多部委，电子商务数据指定报送单位
- “中国诚信网络团购联盟” 会长单位
- 《浙江省电子商务产业“十二五”发展规划》 编制单位
- 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
- 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

(二) 研究报告

“2012-2013 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】：荣获包括商务部、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】：荣获国家、省、市各级互联网协会、电子商务协会等认可引述
【企业资源】：全国首创涵盖超过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 《2012-2013 年度中国行业电子商务网站调研报告》
- 1.1.4 《2012-2013 年度中国 B2B 行业网站运营实战报告》
- 1.1.5 《2012-2013 年度中国移动电子商务行业调研报告》
- 1.1.6 《2012-2013 年度中国网民电子商务行为调研报告》
- 1.1.7 《2012-2013 年度中国电子商务人才调研报告》
- 1.1.8 《2012-2013 年度中国电子商务产业园区调研报告》
- 1.1.9 《2012-2013 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 《2012 年度**市网络经济(电子商务)发展调研报告》
- 1.1.12 《2012-2013 年度中国电子商务法律问题调研报告》
- 1.1.13 《2012-2013 年度中国物流电子商务研究报告》
- 1.1.14 《2012-2013 年度中国城市电子商务发展调研报告》
- 1.1.15 《2012-2013 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 《2012-2013 年度中国中小企业电子商务应用调研报告》
- 1.2.2 《2012-2013 年度中国中小企业移动电子商务调研报告》
- 1.2.3 《2012-2013 年度中国中小企业电子商务搜索调研报告》
- 1.2.4 《2012-2013 年度全球买家网络采购行为调研报告》

- 1.2.5 《2012-2013 年度中国小额外贸电子商务调研报告》
- 1.2.6 《2012-2013 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 《2012-2013 年度中国电子商务用户体验调研报告》
- 1.3.2 《2012-2013 年度中国网络零售市场调研报告》
- 1.3.3 《2012-2013 年度中国数字商品电子商务调研报告》
- 1.3.4 《2012-2013 年度中国时尚百货业电子商务调研报告》
- 1.3.5 《2012-2013 年度中国奢侈品行业电子商务调研报告》
- 1.3.6 《2012-2013 年度中国 3D 购物调研报告》
- 1.3.7 《2012-2013 年度中国返利购物调研报告》
- 1.3.8 《2012-2013 年度中国导航购物调研报告》
- 1.3.9 《2012-2013 年度中国海外代购调查报告》
- 1.3.10 《2012-2013 年度中国传统品牌电子商务调研报告》
- 1.3.11 《2012-2013 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 《2012-2013 年度中国服装行业电子商务调研报告》
- 1.4.2 《2012-2013 年度中国茶叶行业电子商务调研报告》
- 1.4.3 《2012-2013 年度中国化妆品行业电子商务调研报告》
- 1.4.4 《2012-2013 年度中国鞋/箱包行业电子商务调研报告》
- 1.4.5 《2012-2013 年度中国 3C 数码行业电子商务调研报告》
- 1.4.6 《2012-2013 年度中国家电行业电子商务调研报告》
- 1.4.7 《2012-2013 年度中国房地产行业电子商务调研报告》
- 1.4.8 《2012-2013 年度中国汽车行业电子商务调研报告》
- 1.4.9 《2012-2013 年度中国医药行业电子商务调研报告》
- 1.4.10 《2012-2013 年度中国母婴行业电子商务调研报告》
- 1.4.11 《2012-2013 年度中国玩具/礼品行业电子商务调研报告》
- 1.4.12 《2012-2013 年度中国钢铁行业电子商务调研报告》
- 1.4.13 《2012-2013 年度中国酒水行业电子商务调研报告》
- 1.4.14 《2012-2013 年度中国食品行业电子商务调研报告》
- 1.4.15 《2012-2013 年度中国保健品行业电子商务调研报告》
- 1.4.16 《2012-2013 年度中国眼镜电子商务调研报告》
- 1.4.17 《2012-2013 年度中国农业电子商务调研报告》
- 1.4.17 《2012-2013 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 《2012-2013 年度中国电子商务市场投融资调研报告》
- 1.5.3 《2012-2013 年度中国第三方支付行业调研报告》
- 1.5.4 《2012-2013 年度中国创业型电子商务项目投资评估报告》
- 1.5.5 《2012-2013 年度中国上市公司电子商务调研报告》
- 1.5.6 《2012-2013 年度中国中小企业金融服务市场调研报告》
- 1.5.7 《2012-2013 年度中国 B2B 网络贷款市场调研报告》
- 1.5.8 《2012-2013 年度中国银行业网络商城市场调研报告》
- 1.5.9 《2012-2013 年度中国保险业电子商务市场调研报告》
- 1.5.10 《2012-2013 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 《2012-2013 年度中国 O2O 市场调研报告》
- 1.6.2 《2012-2013 年度中国网络团购市场调查报告》
- 1.6.3 《2012-2013 年度中国在线旅游市场调研报告》
- 1.6.4 《2012-2013 年度中国在线票务市场调研报告》
- 1.6.5 《2012-2013 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 《2012-2013 年度中国中小企业网络营销调研报告》
- 1.7.3 《2012-2013 年度中国中小企业网络营销实战报告》
- 1.7.4 《2012-2013 年度中国中小企业 SaaS 应用调研报告》
- 1.7.5 《2012-2013 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：



中国电子商务研究中心

China e-Business Research Center

关于《中国互联网金融发展报告（2013）》

约稿函

各有关单位、专家：

2013年，“互联网金融”成为继物联网、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。**第一**，促进了传统银行业的转型，弥补传统银行在资金处理效率、信息流整合等方面的不足。**第二**，为保险、基金、理财产品等提供了销售、推广的新渠道。**第三**，促使电子商务行业，与传统金融业充分融合，探索新的服务模式与盈利模式。**第四**，对于广大中小企业而言，不仅更便捷地拓宽融资渠道，还大大降低了融资门槛，提升了资金使用效率。**第五**，对广大网民而言，将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。

为此，中国电子商务研究中心将决定编辑出版《中国互联网金融发展报告（2013）》，并通过各大电商平台、实体书店面向国内外同步发行。报告核心目标群体为：金融业（银行/证券/保险/理财/P2P）、VC/PE行业、互联网行业、政府/协会、研究机构、大专院校等单位与有关人士。

《报告》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》有望成为全国首份，也是年内唯一一份公开出版的互联网金融这一全新领域的开篇巨著。《报告》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是我国目前最具行业影响力的电子商务行业性研究机构。近年来，由中心发布的各项电子商务数据报告屡获包括国家统计局、发改委、商务部、工信部、央行、工商总局等在内的多部委引用，以及作为上千家电商企业、VC/PE等有关机构的决策参考依据，并成功为多家上市公司IPO提供数据与核心观点支撑。

为更全面、系统、专业地编著本报告，中心本着“开放共赢”的理念，特向全国有关单位、专家、政府协会等人士征稿。具体如下：

一、报告规划：

- 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：P2P网贷，网络担保，网络支付，电商在线供应链金融，网销保险、基金，上市公司概念股，众筹模式，虚拟货币，信用卡商城等各细分领域(重点)。
- 论文篇：上述领域的学术论文，理论、模型研究，报告，数据分析，调查成果。
- 案例篇：从上述行业篇各细分领域中筛选典型企业或产品案例。
- 海外篇：海外互联网金融发展现状、成功模式、分析研究、成功案例。
- 预测篇：互联网金融给金融业、电商业、传统企业等带来的风险、挑战及对策。
- 政策篇：海内外互联网金融相关法律法规、政策文件、监管建议等。

二、格式要求：

1、主题：来稿要求紧密围绕“互联网金融”展开，可以聚焦其中一点展开，包括但不限于以上内容。

2、要求：具有详实的数据、图表，立意新颖，观点明确，内容充实，论证严密，语言精炼，资料可靠，能充分反映互联网金融某细分领域发展。

3、引用：文章中引用部分需注明参考文献及数据来源。

4、字数：原则上在4000字—10000字间。

5、格式：正文（宋体、五号、首行缩进2个字符、段前段后距1行、行距固定值18磅）；小标题（黑体、小四、首行缩进2个字符、段前段后距1行、行距固定值18磅）。

6、时间：请于2013年9月15日前将稿件发至中国电子商务研究中心邮箱。

7、备注：稿件后请详细加注撰稿人单位、部门、职务、地址、邮编、电话、传真、电子邮件等联系方式。另，请附不少于200字的个人简介。

征文入选者将入选报告编委、受邀出席新书首发仪式——暨互联网金融研讨会、入选“中国互联网金融产业联盟”（筹）理事、聘请为“中国电子商务研究中心特约研究员”并颁发聘请证书、开辟专家专栏、推荐全国媒体采访等，并将第一时间获赠图书。

三、联系我们：

联系地址：杭州市莫干山路187号易盛大厦10楼中国电子商务研究中心《中国互联网金融研究报告（2013）》编委会

联系人：庞敏丽

编辑部电话：0571-87759023

传真：0571-85337328

编辑部邮箱：020@netsun.com

详情访问中心官网：www.100EC.cn

此致

敬礼！



二零一三年八月十九日

（四）中国电子商务研究中心会员服务

为更好服务电商行业，中国电子商务研究中心及下属国内领先的电商门户平台，应各电商企业与有关机构之需，特隆重推出《行业会员服务》套餐，以更好将中心资源服务电商行业。（详见：www.100ec.cn/zt/yhzc）

开放服务 B2B、B2C、C2C、支付、团购、O2O、OTA、P2P、移动电商、电商服务商（网络营销、物流快递、软件系统、教育培训、金融服务、法律咨询、互联网）、企业、有关行业机构、单位。以下为服务回报：

一、荣誉认证

【企业认证】由中心统一发放“中国电子商务研究中心会员单位”会员铜牌与电子标识，并允许用于企业自身形象宣传与业务推广。

【专家聘请】会员企业一名高管入选“中国电子商务研究中心特约研究员”，颁发《聘请证书》，并允许以此名义公开发表观点、开展有关合法工作与对外活动，开设专栏在“中国电子商务研究中心专家库公共服务平台”，并在中心相关频道首页展示，树立个人专业权威、奠定行业地位。

二、品牌宣传

【稿件发布】有权在电商门户网站 www.100EC.cn 发布企业自身商业报道，稿件甲方企业提供，中心负责发布与置顶推荐。

【企业专题】制作企业形象或事件报道专题一个，集中展示品牌，并在中心网站有关广告位置予以推荐。

【高管访谈】制作企业高管人物专访图文报道一次，并在中心网站首页重点位置予以推荐宣传。

三、研究报告

【中心点评】享受中心分析师在每年接到的上千次媒体采访中，择机推荐与好评，允许企业在新闻稿、网站介绍、宣传册、PPT 等资料中，援引中心分析师点评合理用于自身企业。

【行业报告】第一时间内，免费或优惠获得中心编制的电子商务行业研究、数据报告等一手调研材料。

四、推广展示

【导航推广】被中心网站、购物导航 Boogle.cn、B2B 导航 123.toocle.com 收录，首页重点推荐推广(3选1)。

【频道专栏】在中心相关频道首页，收录会员企业，并开设企业报道专栏，长期滚动报道展示。

【线下会议】优先获得中心主办、联合主办、协办的国内各电商主题论坛、研讨会、峰会门票与演讲机会。

（五）编委会

报告主编



曹磊

【中心职务】中国电子商务研究中心 主任 研究员

【社会职务】中国互联网金融研究中心主任、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、国家《网络商品与服务交易管理条例》起草小组副组长

【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、新兴互联网金融与移动电子商务领域等，以及电子商务投融资、人才培养服务等配套产业链等相关领域。

【咨询顾问】屡屡受邀为数百家电商企业、传统大型企业做高管内训与公司战略顾问，也为VC/PE等机构担任投融资咨询顾问，以及为数十家各地政府部委研修班、大学总裁班授课。

【专家专栏】 www.100ec.cn/detail_man--313.html

【联系电话】 0571-87756579

【E-mail】 CaoLei@NetSun.com

【个人微博】 <http://weibo.com/u/2738383473>

相关报告：

《2012年度中国电子商务投融资市场数据监测报告》

简版下载：<http://www.100ec.cn/zt/2012trzf/>

（欢迎各VC/PE、投资人、电商企业等有关机构与我们联系洽谈！）

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：二〇一三年八月二十七日