

2017-2022年中国互联网+ P2P行业深度调研与市场供需预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国互联网+P2P行业深度调研与市场供需预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/E17161YFAS.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

在P2P结构中，每一个节点（peer）大都同时具有信息消费者、信息提供者和信息通讯等三方面的功能。从计算模式上来说，P2P打破了传统的Client/Server (C/S)模式，在网络中的每个节点的地位都是对等的。每个节点既充当服务器，为其他节点提供服务，同时也享用其他节点提供的服务。简单的说，P2P就是直接将人们联系起来，让人们通过互联网直接交互。P2P使得网络上的沟通变得容易、更直接共享和交互，真正地消除中间商。P2P另一个重要特点是改变互联网现在的以大网站为中心的状态、重返“非中心化”，并把权力交还给用户。

2015年3月我国资本市场因受到股票市场火热市场的冲击，大量资本从银行资金池向股票市场流出，而P2P网贷市场由于投资风险小受益高，成交量没有随之减少，反而继续持续走高。春节过后，3月网贷市场逐步开始回暖，并且随着文化艺术品贷款项目的纷纷上线，更是刺激该市场的火速增长。3月份网贷平台数据进一步保持稳定增长趋势，正常运行平台书达到1730家，环比增长4.7%。P2P网贷市场随着国字头企业与传统金融大鳄的进入，市场格局将产生调整。

全国P2P网贷总成交额趋势图

从中国P2P网贷总成交额趋势图可以看出，2015年3月份，全国P2P网贷成交额达492.6亿元，较上月份339.56亿元，增长153.04亿元，环比增长45%。3月p2p市场相较2月，成交量增长速度集剧上涨，随着长假的结束，众多平台不断推出更多的投资项目，并且推出更多地优惠计划，刺激投资者进入该市场。3月份，P2P网贷市场成交量再创新高，同比增长183%，按照这个发展趋势2016年P2P网贷市场将继续走高，投资者人数将会有爆发式增长。但是强大的传统金融企业与国字头企业进入该市场后，对现有平台冲击力度较大，小型网贷平台将进入寒冷的冬季。

2015年3月全国P2P网贷日均人数走势图

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国互联网+P2P行业深度调研与市场供需预测报告》共八章。首先介绍了互联网+P2P行业市场发展环境、互联网+P2P整体运行态势等，接着分析了互联网+P2P行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+P2P市场竞争格局。随后，报告对互联网+P2P做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网+P2P行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+P2P产业有个系统的了解或者想投资互联网+P2P行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 电子商务与“互联网+”

第一节 电子商务发展分析

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

四、电子商务支撑环境

五、电子商务基本模式

六、电子商务规模分析

第二节 “互联网+”的相关概述

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

三、“互联网+”的发展

四、“互联网+”的评价

五、“互联网+”的趋势

第二章 互联网环境下P2P行业的机会与挑战

第一节 2015年中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

（一）总体网民规模分析

（二）分省网民规模分析

（三）手机网民规模分析

（四）网民属性结构分析

二、网民互联网应用状况

（一）信息获取情况分析

（二）商务交易发展情况

（三）交流沟通现状分析

(四) 网络娱乐应用分析

第二节 互联网环境下P2P行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

第三节 互联网P2P行业的改造与重构

一、互联网重构行业的供应链格局

二、互联网改变生产厂商营销模式

三、互联网导致行业利益重新分配

四、互联网改变行业未来竞争格局

第四节 P2P与互联网融合创新机会孕育

一、电商政策变化趋势分析

二、电子商务消费环境趋势分析

三、互联网技术对行业支撑作用

四、电商黄金发展期机遇分析

第三章 P2P行业发展现状分析

第一节 P2P行业发展现状分析

一、P2P行业产业政策分析

二、P2P行业发展现状分析

三、P2P行业主要企业分析

四、P2P行业市场规模分析

第二节 P2P行业市场前景分析

一、P2P行业发展机遇分析

二、P2P行业市场规模预测

三、P2P行业发展前景分析

第四章 P2P行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 P2P电商市场规模与渗透率

一、P2P电商总体开展情况

二、P2P电商交易规模分析

三、P2P电商渠道渗透率分析

第二节 P2P电商行业盈利能力分析

一、P2P电子商务发展有利因素

二、P2P电子商务发展制约因素

三、P2P电商行业经营成本分析

四、P2P电商行业盈利模式分析

五、P2P电商行业盈利水平分析

第三节 电商行业未来前景及趋势预测

一、P2P电商行业市场空间测算

二、P2P电商市场规模预测分析

三、P2P电商发展趋势预测分析

第五章 P2P企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 P2P企业转型电商构建分析

一、P2P电子商务关键环节分析

(一) 产品采购与组织

(二) 电商网站建设

(三) 网站品牌建设及营销

(四) 服务及物流配送体系

(五) 网站增值服务

二、P2P企业电子商务网站构建

(一) 网站域名申请

(二) 网站运行模式

(三) 网站开发规划

(四) 网站需求规划

第二节 P2P企业转型电商发展途径

一、电商B2B发展模式

二、电商B2C发展模式

三、电商C2C发展模式

四、电商O2O发展模式

第三节 P2P企业转型电商平台选择分析

一、P2P企业电商建设模式

二、自建商城网店平台

（一）自建商城概况分析

（二）自建商城优势分析

三、借助第三方网购平台

（一）电商平台的优劣势

（二）电商平台盈利模式

四、电商服务外包模式分析

（一）电商服务外包的优势

（二）电商服务外包可行性

（三）电商服务外包前景

五、P2P企业电商平台选择策略

第六章 P2P行业电子商务运营模式分析

第一节 P2P电子商务B2B模式分析

一、P2P电子商务B2B市场概况

二、P2P电子商务B2B盈利模式

三、P2P电子商务B2B运营模式

四、P2P电子商务B2B的供应链

第二节 P2P电子商务B2C模式分析

一、P2P电子商务B2C市场概况

二、P2P电子商务B2C市场规模

三、P2P电子商务B2C盈利模式

四、P2P电子商务B2C物流模式

五、P2P电商B2C物流模式选择

第三节 P2P电子商务C2C模式分析

一、P2P电子商务C2C市场概况

二、P2P电子商务C2C盈利模式

三、P2P电子商务C2C信用体系

四、P2P电子商务C2C物流特征

五、重点C2C电商企业发展分析

第四节 P2P电子商务O2O模式分析

一、P2P电子商务O2O市场概况

- 二、P2P电子商务O2O优势分析
- 三、P2P电子商务O2O营销模式
- 四、P2P电子商务O2O潜在风险

第七章 P2P主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节 网站A

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

第二节 网站B

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

第三节 网站C

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

第四节 网站D

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

第五节 网站E

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析

- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

第八章 P2P企业进入互联网领域投资策略分析 (ZY LII)

第一节 P2P企业电子商务市场投资要素

- 一、企业自身发展阶段的认知分析
- 二、企业开展电子商务目标的确定
- 三、企业电子商务发展的认知确定
- 四、企业转型电子商务的困境分析

第二节 P2P企业转型电商物流投资分析

- 一、P2P企业电商自建物流分析
 - (一) 电商自建物流的优势分析
 - (二) 电商自建物流的负面影响
- 二、P2P企业电商外包物流分析
 - (一) 快递业务量完成情况
 - (二) 快递业务的收入情况
 - (三) 快递业竞争格局分析

第三节 P2P企业电商市场策略分析

图表目录：

- 图表 2010-2015年我国网民规模及互联网普及率
- 图表 2013-2015年中国网民各类网络应用的使用率
- 图表 2013-2015年中国网民各类手机网络应用的使用率
- 图表 2012-2015年我国网络零售市场交易规模
- 图表 2010-2021年我国移动网民规模及增长速度
- 图表 移动端网购增长仍处爆发阶段
- 图表 移动端网购占比大幅提升
- 图表 传统P2P消费存在的“痛点”
- 图表 P2P电子商务重构供应链流程
- 图表 中国电商相关政策汇总
- 图表 2012-2015年P2P电商交易规模趋势图

图表 2012-2015年P2P电商市场渗透率趋势图

图表 2016-2022年P2P电商交易规模预测趋势图

图表 2016-2022年P2P电商市场渗透率预测趋势图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/E17161YFAS.html>