

2020-2025年中国互联网众筹行业竞争格局分析及 投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国互联网众筹行业竞争格局分析及投资战略咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/481583.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

互联网众筹是基于“互联网+金融”所创新的一种模式。

互联网众筹最重要的意义不仅在金融创新本身，而在于对传统金融领域和金融业态提出的挑战，并且在一定意义上具有颠覆性。正像互联网金融对传统金融业态提出挑战一样，互联网众筹这种深化能够对传统的一些同行基金的业务提出挑战。众筹的模式大大改变了融资形态，应该引起足够的认识，今天互联网众筹同样面临这样一个大趋势，所以我们应该从战略高度来认知。

互联网众筹是指以互联网为平台进行的大众筹资活动。随着社会的不断进步与发展，互联网金融开始发挥其相较于传统金融行业的优势，而其中，互联网众筹是继第三方支付和金融模式后的又一兴起之秀。

在国内，互联网众筹虽然总体规模落后于美国等其他国家，但是发展速度很快，2011年7月国内第一家众筹网站“点名时间”正式上线。截至2019年9月底，我国处于运营状态的众筹平台共有87家。8月份尚处于运营状态的平台中，有5家平台链接失效。

2019年1-9月我国众筹平台运营数量

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：

第一部分 产业环境透视

第一章 互联网众筹行业发展综述

第一节 互联网众筹行业相关概念概述

一、互联网众筹行业的定义

二、互联网众筹行业的特点

三、互联网众筹行业的起源和发展

四、互联网众筹行业的业务类型

第二节 最近3-5年中国互联网众筹所属行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 互联网众筹行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

五、行业下游产业链相关行业分析

六、上下游行业影响及风险提示

第二章 互联网众筹行业市场环境及影响分析

第一节 互联网众筹行业政治法律环境

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

1、《私募股权众筹融资管理办法（征求意见稿）》

2、《场外证券业务备案管理办法》

3、《互联网金融风险专项整治工作实施方案》

三、互联网众筹行业相关标准

四、行业相关发展规划或意见

1、《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》

2、《关于对通过互联网开展股权融资活动的机构进行专项检查的通知》

第二节 行业经济环境分析（E）

一、2019年宏观经济形势分析

二、“十三五”时期我国经济形势预测

三、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析

一、互联网众筹产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、互联网众筹产业发展对社会发展的影响

五、技术环境对行业的影响

第四节 互联网众筹融资环境分析

一、中国民间借贷市场现状

二、民间融资市场发展状况

三、民间借贷市场风险分析

四、中国个人信贷市场现状

五、中国信用体系建设成效

第三章 互联网行业应用状况分析

第一节 互联网网民规模与结构特征调查

一、网民规模

二、接入方式

1、上网设备

2、上网时长

3、上网地点

三、网民属性

1、性别结构

2、年龄结构

3、学历结构

4、职业结构

5、收入结构

第二节 互联网基础资源状况

一、基础资源总体情况

二、IP地址

三、域名

四、网站

五、网络国际出口带宽

第三节 个人互联网应用状况

一、整体互联网应用状况

1、信息获取

2、商务交易

3、交流沟通

4、网络娱乐

二、手机网络应用状况

1、手机即时通信

2、手机搜索

3、手机微博

4、手机视频

5、手机游戏

6、手机在线支付

第四节 中小企业互联网应用状况

一、中小企业互联网应用发展状况

1、计算机使用状况

2、互联网使用状况

3、宽带使用状况

二、中小企业电子商务及网络营销发展状况

1、电子商务使用状况

2、网络营销使用情况

三、中小企业互联网应用特点与趋势

第四章 国际互联网众筹行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球互联网众筹市场总体情况分析

一、全球互联网众筹行业的发展概况及特点

二、全球互联网众筹市场结构

三、全球互联网众筹行业竞争格局

四、全球互联网众筹市场区域分布

五、国际知名众筹平台分析

1、ArtistShare

2、Kickstarter

第二节 全球主要国家（地区）市场分析

一、美国互联网众筹行业发展分析

二、欧洲互联网众筹行业发展分析

三、日本互联网众筹行业发展分析

第三节 国外互联网众筹行业发展经验借鉴

一、国外互联网众筹行业盈利模式分析

二、国外互联网众筹行业众筹结构分析

三、国外互联网众筹产品类型分析

第二部分 行业深度分析

第五章 我国互联网众筹所属行业运行现状分析

第一节 我国互联网众筹行业发展状况分析

一、我国互联网众筹行业发展历程

二、我国互联网众筹行业发展总体概况

三、互联网众筹行业发展存在的问题

1、监管机制不完善

2、投资门槛低

3、信用评判体系缺失

第二节 2015-2019年互联网众筹行业发展现状

一、2015-2019年我国互联网众筹行业发展分析

1、资本市场发展分析

2、产业纵深发展分析

3、商务服务转型升级分析

4、互联网众筹发展概况分析

5、传统媒体与新媒体的融合分析

6、网络安全进行情况分析

二、2015-2019年我国互联网众筹行业发展规模分析

1、我国互联网众筹行业交易规模分析

2、我国互联网众筹平台数量及结构分析

3、我国互联网众筹平台新增数量及结构分析

4、我国互联网众筹平台区域分布分析

5、我国互联网众筹平台累计成功项目数量分析

6、我国互联网众筹成功项目总融资额分析

7、我国互联网众筹总投资人次

第三节 我国互联网众筹行业模式分析

一、已经成熟的互联网众筹模式分析

1、债权众筹模式分析

2、股权众筹模式分析

3、产品众筹模式分析

4、公益众筹模式分析

5、房地产众筹模式分析

二、新兴的互联网众筹模式分析

1、科技众筹模式分析

2、软件众筹模式分析

3、艺术众筹模式分析

4、农业众筹模式分析

5、影视众筹模式分析

6、音乐众筹模式分析

7、设计众筹模式分析

8、动漫众筹模式分析

第四节 互联网众筹行业盈利模式分析

- 一、成交费
- 二、会员费
- 三、股权
- 四、广告和促销升级

第六章 互联网众筹市场供需形势分析

第一节 互联网众筹行业经营规模分析

- 一、互联网众筹行业资产总额
- 二、互联网众筹融资规模分析
- 三、互联网众筹利润总额分析

第二节 我国互联网众筹市场供给分析

- 一、全国正常运营的互联网众筹平台数量情况
- 二、全国区域正常运营的互联网众筹平台数量
- 三、主要城市正常运营的互联网众筹平台数量

第三节 我国互联网众筹平台金融市场需求分析

一、金融供给现状分析

- 1、金融供给体系分析
- 2、正规金融供给现状分析
- 3、非正规金融补充现状分析

二、金融需求现状分析

- 1、多元化金融需求分析
- 2、金融区域需求差异分析
- 3、金融需求发展趋势分析

三、融资渠道及用途分析

- 1、融资渠道及用途分析
- 2、中小企业融资渠道与用途

四、互联网众筹对互联网金融市场的影响分析

- 1、对P2P网贷的影响分析
- 2、对大数据金融的影响分析
- 3、对小额贷款公司的影响分析
- 4、对社会资本的影响分析

五、互联网众筹在我国互联网金融市场的定位

- 1、服务地域与服务目标定位
- 2、发展战略定位
- 3、经营方式定位

4、互联网众筹平台定位问题

5、互联网众筹平台定位对策

六、互联网众筹平台金融市场需求分析

1、互联网众筹平台金融市场需求现状

2、互联网众筹平台金融市场发展前景

第四节 我国互联网众筹中小企业市场需求分析

一、中小企业发展规模及分布

1、中小企业的划分标准

2、中小企业的数量规模

3、中小企业的行业分布状况

4、中小企业的区域分布状况

二、中小企业融资现状分析

1、中小企业融资渠道与规模

2、中小企业的融资体系分析

3、中小企业的融资特点分析

4、中小企业融资存在的问题

三、中小企业融资行为分析

1、中小企业融资需求程度分析

2、中小企业银行贷款满足程度

3、中小企业融资渠道偏好分析

4、中小企业融资成本分析

四、互联网众筹中小企业市场需求分析

1、互联网众筹中小企业市场融资可行性

2、互联网众筹中小企业市场发展前景

第三部分 市场全景调研

第七章 债权众筹市场分析

第一节 债权众筹的发展概况分析

一、债权众筹的定义

二、债权众筹的流程

三、债权众筹的运行规模分析

1、债权众筹正常运营的平台数量及新增数量分析

2、债权众筹正常运营的平台区域分布结构分析

3、债权众筹成功项目数量分析

4、债权众筹筹款金额分析

第二节 债权众筹投资收益分析

- 一、债权众筹收益率分析
- 二、中国债权众筹增长率分析
- 三、债权众筹收益稳定性分析

第三节 债权众筹模式分析

- 一、债权众筹发展模式分析
- 二、债权众筹盈利模式分析

- 1、居间费
- 2、会员费
- 3、股权
- 4、推广包装费

三、债权众筹商业模式分析

四、债权众筹具体模式分析

第四节 债权众筹风险及应对措施

一、债权众筹存在的风险

- 1、法律危险
- 2、政策风险
- 3、监管风险

二、债权众筹风险应对措施

- 1、树立法律合规意识
- 2、强化众筹平台管理义务
- 3、积极推进平台的信息披露
- 4、加强与政府部门的沟通
- 5、强化团队的专业性
- 6、引入战略合作伙伴

第八章 股权众筹市场分析

第一节 股权众筹的发展现状分析

- 一、股权众筹的定义
- 二、股权众筹的运行规模分析
 - 1、股权众筹正常运营的平台数量及新增数量分析
 - 2、股权众筹正常运营的平台区域分布结构分析
 - 3、股权众筹成功项目数量分析
 - 4、股权众筹筹款金额分析

第二节 股权众筹的基本模式

一、股权众筹运营的基本模式

- 1、有限合伙模式
- 2、代持模式
- 3、契约基金模式
- 4、公司模式

二、股权众筹盈利的基本模式

- 1、中介费/佣金模式
- 2、股权回报模式
- 3、增值服务费模式

三、未来股权众筹的模式创新

- 1、可转债
- 2、股权期权
- 3、股权众筹支付对价创新
- 4、组合式股权众筹

第三节 股权众筹的风险及防范措施

一、投资活动的固有风险

- 1、公司持续亏损
- 2、公司大股东利用控股地位侵害小股东权益
- 3、股东退出机制不完善

二、众筹融资的自有风险

- 1、公司估值不易确定
- 2、众筹平台融资款项的管理
- 3、融资结束后的监管

三、操作模式的特定风险

- 1、持股方式
- 2、领投“陷阱”

四、股权众筹风险的防范措施

- 1、加强对投资者的准入限制
- 2、加强信息披露
- 3、加强项目管控

第四节 股权众筹的机遇和挑战

一、股权众筹面临的机遇

二、股权众筹面临的挑战

第五节 股权众筹的发展趋势

一、股权众筹合规化

二、股权众筹O2O化

三、股权众筹生态化

第九章 产品众筹业务市场分析

第一节 产品众筹的发展现状分析

一、产品众筹的定义

二、产品众筹的运行规模分析

1、产品众筹平台数量及新增数量分析

2、产品众筹平台区域分布结构分析

3、产品众筹累计筹款金额

4、产品众筹累计支持人次

5、产品众筹累计成功项目数

三、产品众筹融资市场规模分析

第二节 产品众筹存在的问题及风险

一、产品众筹处于监管空白

二、发起人能力和经验不足

三、市场风险

四、法律风险

第三节 产品众筹风险控制措施

一、设定一般性的准入门槛

二、限制投资者的最大投资额

三、规范平台的责任风险控制

四、加强对平台融资方的监管

第四节 产品众筹发展趋势分析

一、强调平台“调性”

二、多元化的众筹机制

三、不断扩展的众筹标的范围

四、众筹的“社交属性”

第十章 纯公益众筹市场分析

第一节 公益众筹的发展现状分析

一、公益众筹的概念

二、公益众筹的运行规模

1、公益众筹正常运营的平台数量

2、公益众筹正常运营的平台区域分布

3、公益众筹成功项目数量

4、公益众筹筹款金额分析

三、公益众筹的内容分析

四、公益众筹平台发展格局分析

第二节 我国社会网络捐助规模分析

一、2015-2019年我国社会网络捐助总额分析

二、公益众筹募集善款占比分析

三、社会捐助主要应用领域分析

四、社会捐赠对公益众筹的影响

第三节 公益众筹的渠道分析

一、综合类众筹平台

1、涉及公益的综合类众筹平台数量分析

2、综合类众筹平台公益众筹成功项目数量分析

3、综合类众筹平台公益众筹融资规模分析

4、综合类众筹平台公益众筹的优势分析

二、专业公益众筹平台

1、专业公益众筹平台数量分析

2、专业公益众筹平台公益众筹成功项目数量分析

3、专业公益众筹平台公益众筹融资规模分析

4、专业公益众筹平台公益众筹的方式分析

第四节 公益众筹面临的机遇和挑战

一、面临的机遇

1、公益热潮掀起

2、互联网普及率高

二、面临的挑战

1、发起门槛低

2、众筹成本高

第四部分 竞争格局分析

第十一章 互联网众筹行业区域市场分析

第一节 中国互联网众筹重点区域市场分析预测

一、行业区域结构特征及变化

二、行业区域众筹规模分析

三、行业区域分布特点分析

第二节 京津冀地区

- 一、地区互联网众筹发展概况
- 二、地区互联网众筹平台数量分析
- 三、地区互联网众筹金额分析
- 四、地区互联网众筹主要模式分析
- 五、地区互联网众筹发展趋势分析

第三节 长三角地区

- 一、地区互联网众筹发展概况
- 二、地区互联网众筹平台数量分析
- 三、地区互联网众筹金额分析
- 四、地区互联网众筹主要模式分析
- 五、地区互联网众筹发展趋势分析

第四节 珠三角地区

- 一、地区互联网众筹发展概况
- 二、地区互联网众筹平台数量分析
- 三、地区互联网众筹金额分析
- 四、地区互联网众筹主要模式分析
- 五、地区互联网众筹发展趋势分析

第十二章 2020-2025年互联网众筹行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

- 一、互联网众筹行业竞争结构分析
 - 1、现有企业间竞争
 - 2、潜在进入者分析
 - 3、替代品威胁分析
 - 4、供应商议价能力
 - 5、客户议价能力
- 二、互联网众筹行业企业间竞争格局分析
- 三、互联网众筹行业集中度分析
- 四、互联网众筹行业SWOT分析

第二节 中国互联网众筹行业竞争格局综述

- 一、互联网众筹行业竞争概况
- 二、中国互联网众筹行业竞争力分析

在运营中的平台，互联网非公开股权融资型平台有32家，权益型平台有29家，物权型平台有12家，综合型平台有8家，公益型平台有6家。

2019年9月众筹平台类型结构

三、中国互联网众筹竞争力优势分析

四、互联网众筹行业主要企业竞争力分析

第三节 2015-2019年互联网众筹行业竞争格局分析

一、2015-2019年国内外互联网众筹竞争分析

二、2015-2019年我国互联网众筹市场竞争分析

三、2015-2019年我国互联网众筹市场集中度分析

四、2015-2019年国内主要互联网众筹企业动向

第四节 互联网众筹市场竞争策略分析

第十三章 2020-2025年互联网众筹行业领先平台分析

第一节 京东众筹

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业业务结构分析

四、企业竞争优势分析

五、企业用户规模分析

六、企业发展战略分析

第二节 淘宝众筹

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业业务结构分析

四、企业竞争优势分析

五、企业用户规模分析

六、企业发展战略分析

第三节 苏宁众筹

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业业务结构分析

四、企业竞争优势分析

五、企业用户规模分析

六、企业发展战略分析

第四节 众筹网

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业业务结构分析

四、企业竞争优势分析

五、企业用户规模分析

六、企业发展战略分析

第五节 追梦网

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业业务结构分析

四、企业竞争优势分析

五、企业用户规模分析

六、企业发展战略分析

第六节 点名时间

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业业务结构分析

四、企业竞争优势分析

五、企业用户规模分析

六、企业发展战略分析

第七节 乐童音乐

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业业务结构分析

四、企业竞争优势分析

五、企业用户规模分析

六、企业发展战略分析

第八节 5SING众筹

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业业务结构分析

四、企业竞争优势分析

五、企业用户规模分析

六、企业发展战略分析

第九节 淘梦网

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业业务结构分析

四、企业竞争优势分析

五、企业用户规模分析

六、企业发展战略分析

第十节 摩点网

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业业务结构分析

四、企业竞争优势分析

五、企业用户规模分析

六、企业发展战略分析

第五部分 发展前景展望

第十四章 2020-2025年互联网众筹行业前景及趋势预测

第一节 2020-2025年互联网众筹市场发展前景

一、2020-2025年互联网众筹市场发展潜力

二、2020-2025年互联网众筹市场发展前景展望

三、2020-2025年互联网众筹细分业务发展前景分析

第二节 2020-2025年互联网众筹市场发展趋势预测

一、2020-2025年互联网众筹行业发展趋势

1、监管进一步加强，行业趋向规范发展

2、产品众筹平台积极探索新模式

3、平台社群化、系统化、生态化趋势明显

4、股权众筹项目多元化更好地支持创业发展

二、2020-2025年互联网众筹市场规模预测

三、2020-2025年互联网众筹行业产业链发展趋势预测

第三节 2020-2025年中国互联网众筹行业供需预测

一、2020-2025年中国互联网众筹平台数量预测

二、2020-2025年中国互联网众筹行业融资规模预测

三、2020-2025年中国互联网众筹成功项目数量预测

四、2020-2025年中国互联网众筹行业需求预测

五、2020-2025年中国互联网众筹行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十五章 2020-2025年互联网众筹行业投资机会分析

第一节 互联网众筹行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、互联网众筹行业投资现状分析

第二节 2020-2025年互联网众筹行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、互联网众筹行业投资机遇

第三节 2020-2025年互联网众筹行业投资风险及防范

- 一、互联网众筹的风险分析
 - 1、众筹平台的道德风险
 - 2、资金的使用缺乏监管的风险
 - 3、易触碰非法集资和非法发行股票的法律风险
- 二、互联网众筹风险的应对措施
 - 1、加强对投资者的权益保护
 - 2、严格限制股权或资金回报
 - 3、赋予相关机构相应的监管职责

第四节 中国互联网众筹行业投资建议

- 一、互联网众筹行业未来发展方向
- 二、互联网众筹行业主要投资建议
- 三、中国互联网众筹企业融资分析

第六部分 研究结论建议

第十六章 互联网众筹行业案例分析研究

第一节 天使汇自众筹案例分析

- 一、天使汇自众筹案例简介
- 二、天使汇自众筹融资模式分析
- 三、天使汇自众筹发展优势分析

第二节 乐童音乐众筹案例分析

一、乐童音乐众筹案例简介

二、乐童音乐众筹模式分析

三、乐童音乐众筹带来的启示

第三节 乐视开创企业众筹营销先河案例分析

一、乐视众筹营销概述

二、乐视众筹营销的特点分析

三、乐视众筹营销带来的影响

第四节 “小树成长”众筹案例分析

一、“小树成长”众筹案例概述

二、“小树成长”众筹案例性质及意义

三、“小树成长”众筹案例带来的启示

第十七章 研究结论及发展建议

第一节 互联网众筹行业研究结论及建议

第二节 互联网众筹子行业研究结论及建议

第三节 互联网众筹行业发展建议(AK LCY)

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：2015-2019年我国互联网众筹行业相关专利

图表：2015-2019年中国互联网众筹行业发展能力分析

图表：2019年我国互联网众筹所属行业市场规模

图表：2015-2019年产品众筹累计成功项目数

图表：2015-2019年公益众筹正常运营的平台数量

图表：2015-2019年公益众筹成功项目数量

图表：2015-2019年公益众筹筹款金额分析

图表：2020-2025年中国互联网众筹平台数量预测

图表：2020-2025年中国互联网众筹投资规模预测

图表：2020-2025年中国互联网众筹所属行业市场规模预测

图表：2020-2025年中国互联网众筹行业营业收入预测

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/481583.html>