

社交金融



[社交金融 下载链接1](#)

著者:邵鹏

出版者:企业管理出版社

出版时间:2016-12-1

装帧:平装

isbn:9787516413654

本书前三章论述了社交金融的相关理论，回顾了互联网金融的发展阶段。第四章到第八章，从社交众筹、社交化的P2P、社交基金、社交保险、社交银行五个方面对社交金融的各个门类进行研究，探讨了目前国内外具代表性的社交金融商业模式。第九章重点阐述社交金融的未来发展和局限。

作者介绍:

邵鹏，西安交通大学管理学院博士研究生，互联网商业模式研究者，陕西中华文促会产

业研究中心助理研究总监。他有多管理咨询从业经验，近年来多次前往北京、上海、广州、深圳等城市调研，相关研究成果发表于《中国管理科学》、《科学学与科学技术管理》、《科研管理》等学术期刊及网易、新华网等网络媒体。

目录: 媒体评论

推荐序一 社交金融：新时代的新金融

推荐序二 以客户为中心创新金融服务

推荐序三 基于链接关系，提供股权交易服务

前言 社交金融，真的来了

第一章 社交金融——互联网金融的新玩法

互联网时代的金融业正朝着社交化、移动化、专业化和场景化方向发展。以用户为核心的基于社交网络的互联网金融3.0也极大提升个人用户在金融交易中的话语权。共享经济的基础就在于已经建立起来的人与人之间的社交网络，社交金融成为共享经济时代金融业商业模式创新的重要方向。

第一节 未来互联网金融的趋势:从网点到平台

一、网点模式的困局：成本上升和满意度下降

二、社交网络普及，用户行为改变

三、共享经济时代的金融创新

第二节 互联网金融发展的3个阶段

一、互联网金融的本质：互联网or金融

二、从1.0到3.0，互联网金融都做了什么

第三节 社交金融时代的正式到来

一、社交投资平台兴起，普通用户转身基金经理

二、资金融通与信用评价，基于关系链的金融服务

三、从SoFi到WeChat，社交金融时代的到来

第二章 社交金融——大金融体系中的终极拼图

社交金融体系下，很多产品都是基于对人与人、人与企业、企业与企业等经济社会主体关系的深入理解。在互联网时代，金融的互联网化是必然的趋势；在社交网络时代，互联网金融的社交化是必然的趋势。越来越多的互联网巨头和传统金融机构加入社交金融的队伍，纷纷建立了自己的社交金融网络。

第一节 金融源自商品交易，金融依赖社交关系

一、原始社会的以物易物

二、金融基础的演进：从金属到信任

三、商帮、票号与金融中介的形成

第二节 金融体系中的社交基因

一、从富人的“游戏”到穷人的银行

二、交易所的平台机制

三、现代金融中的社交基因

第三节 社交网络时代的社交金融

一、在线社交网络的出现

二、互联网金融的六大体系

三、社交金融的江湖，类型与地位

第三章 如何构建社交金融——基础步骤模式

社交金融必须有金融的逻辑、互联网的体验和社交的基因。银行、金融机构作为社交网络中的个体，通常都有社交需求，也有金融需求，从而逐步形成了社交金融的业务模式，模式纷繁复杂，如何构建社交金融体系成为很多金融性企业必须考虑的问题。

第一节 社交金融的三大基础：金融 互联网 社交

一、金融的逻辑：收益与风险并存

二、互联网的体验：以用户为中心

三、社交的基因：管道、棱镜与关系羊群

第二节 构建社交金融的三个步骤：个体 关系 目的

一、确定网络的个体，用户是谁

二、构建个体之间的网络，关系如何建立

三、实现金融目的，四种定位的交叉组合

第三节 社交金融的商业模式：金融社交 (X)

一、社交金融：微信的金融模式

二、金融社交：支付宝的社交模式

三、X金融：跨界的混合模式

第四章 社交化的众筹——基于关系网络的资金融通

众筹是一种依靠大众力量的低门槛融资模式，如债权众筹、股权众筹、回报众筹和捐赠众筹等。但随着社交网络平台的发展，很多众筹也逐渐呈现出社交化的确实，利用好社交关系网络对众筹成败至关重要。

第一节 社交驱动的众筹

一、众筹的源起：美国还是中国

二、众筹的类别：购买与投资

三、众筹的商业模式：辛迪加模式

四、众筹的社交基因：基于微信的轻松筹

第二节 项目众筹

一、梦想众筹：追梦网和梦想帮

二、出版众筹：《我的诗篇》和《狼图腾》

三、房地产众筹：Fundrise和万达

四、众筹转型电商：点名时间

第三节 股权众筹

一、实体店的股权众筹：人人投

二、类风投的股权众筹：京东金融

三、四板市场的股权中心：陕西股权交易中心

第五章 社交化的P2P——资源互通与财富增值

社交化的P2P是基于熟人关系之间而出现的匿名借贷服务。如基于校友关系提供信用建设和资金互助的P2P服务，专注于特定人群并提供个性化、社交化的P2P理财服务。此外，P2P产品和P2P平台纷纷拥抱以社交网络为核心的在线媒体，进行社会化营销。

第一节 P2P从平台转型社交

一、什么是P2P？业务与模式

二、社交化的P2P：Prosper和Lending Club

第二节 P2P如何利用好社交网络：强连接和弱连接

一、弱关系、强参与度的熟人借贷：朋友范

二、平安做开放平台，陆金所成社会化营销先锋

第三节 面向特定群体的P2P服务

一、大学生借贷：速溶360、校友金服

二、女性理财：她理财

第六章 社交基金——投你所好，晒你所投

社交平台在传播信息、服务客户中起着至关重要的作用，基金公司也纷纷利用社交网络强化品牌形象、拓展销售渠道。社交平台的发展为基金营销的转型提供了必要的条件，微博、微信、视频等社交平台成为基金进入更大市场的重要入口。

第一节 基金对接社交平台

一、社交数据挖掘优化投资决策

二、基金与社交联姻

第二节 基金的“社交网络”

一、南方基金玩转视频社交

二、大成基金深耕投资者心理

三、嘉实基金搭建社交投资平台

第三节 社交基金的范例：天弘基金

一、定位为新生代服务

二、大数据提供技术支撑

第七章 社交保险——从线下关系到线上网络

对于保险公司而言，社交媒体可为其建立与客户持续的互动关系，倾听、了解个人与社区的需求，并据此进行高度个性化的交流互动。依托社交平台的大数据，保险公司可以

更加精准地捕捉用户的保险需求，开发出针对性更强的个性化产品。

第一节 保险业的网络关系营销

- 一、在线社交网络时代的保险业
- 二、保险业利用社交网络的三步曲

第二节 挖掘保险产品的社交基因

- 一、朋友互赠：太平洋保险的救生圈
- 二、微互助：泰康人寿的求关爱
- 三、好人险：小白保险
- 四、跑步社交保险：星运动和步步保

第三节 从平安到众安，保险的社交化创新

- 一、平安集团的金融板块布局
- 二、从330个生活场景到众安保险
- 三、三步走，平安天下通深耕社交网络

第四节 腾讯，从连接一切到医疗保险

- 一、“互联网医疗”的“贵州模式”
- 二、“腾爱医疗”的医保模式
- 三、共享医生资源，提供高效服务的“腾爱医生”

第八章 社交银行——从平台逻辑到万物互联

随着社交平台的发展，商业银行也开始积极利用社交媒体进行品牌建设，依托社交网络的微众银行、背靠电商小微企业的网商银行以及依托平安集团金融全牌照的平安银行则是社交银行领域的杰出代表。

第一节 社交网络时代的银行业

- 一、从做平台到拥抱互联网
- 二、社交网络时代的社交银行

第二节 银行的“社交网络”创新

- 一、四大国有商业银行的“社交网络”
- 二、大型股份制银行的“社交网络”
- 三、中小商业银行的“社交网络”

第三节 社交银行的三足鼎立

- 一、微众银行，社交网络发力个体金融
- 二、网商银行：电商基因服务小微商家
- 三、平安银行：综合金融，布局万物互联

第九章 社交金融的困惑与机遇

随着社交网络、位置服务、物联网的发展以及大数据、人工智能、虚拟现实等技术的不断应用，人与人、人与物、物与物之间将建立多维的连接。这种连接方式的改变为金融业务带来红利的同时，也带来了新的挑战。风险频发和模式失败的案例也引人侧目。

第一节 政策与扶持

- 一、国家战略：“互联网”与互联网金融
- 二、牌照准入：四个部门与七张牌照
- 三、地方扶持：补贴与奖励并重

第二节 风险与监管

- 一、乱象与危机
- 二、风险辨别与评价
- 三、监管与托管
- 四、信用基础设施建设

第三节 社交金融的机遇

- 一、互联网公司的跨界掘金
- 二、传统金融的倒逼变革
- 三、社交金融与共享金融

第四节 区块链技术与金融业的去中心化革命

- 一、从社群币到区块链的全球化
- 二、区块链是什么？数据库or分布式账本
- 三、社交金融、共享经济与区块链技术

后记 金融？社交？期待读者思考

主要参考文献
• • • • • ([收起](#))

[社交金融_下载链接1](#)

标签

社交金融

互联网金融

评论

[社交金融_下载链接1](#)

书评

[社交金融_下载链接1](#)