

2021-2027年中国互联网+ 意外险行业分析与投资潜力分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国互联网+意外险行业分析与投资潜力分析报告》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.cction.com/report/202012/195790.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

2019年人身险公司各板块发展态势进一步分化，在回归保险保障本源背景下，以理财型产品、银行渠道为主导的中小公司市场占有率快速下降，而大型寿险公司则发挥传统优势，更加聚焦以个险渠道发展为核心的价值转型，大力发展保障型、长期储蓄型产品，不断加快业务转型和结构调整，市场集中度有所提升。2016-2018年行业主要寿险公司总保费市场份额情况

2019年大型寿险公司发挥自身在产品、队伍、科技及生态圈布局的优势，转型升级占得先机。老七家寿险公司市场份额占比62.5%，较2017年底提升4.9个百分点，原保费收入共计1.6万亿元，同比增长9.4%，增速明显高于行业（0.9%）、银邮系（1.7%）和中小保险公司（-29%）。2018年人身险各板块公司发展情况

中企顾问网发布的《2021-2027年中国互联网+意外险行业分析与投资潜力分析报告》共八章。首先介绍了中国互联网+意外险行业市场发展环境、互联网+意外险整体运行态势等，接着分析了中国互联网+意外险行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+意外险市场竞争格局。随后，报告对互联网+意外险做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+意外险行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+意外险产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+意外险行业，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 互联网+意外险行业发展环境

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 互联网环境下意外险行业的机会与挑战

第一节 2019年中国互联网环境分析

- 一、网民基本情况分析
 - 1、总体网民规模分析
 - 2、分省网民规模分析
 - 3、手机网民规模分析
 - 4、网民属性结构分析
- 二、网民互联网应用状况
 - 1、信息获取情况分析
 - 2、商务交易发展情况
 - 3、交流沟通现状分析
 - 4、网络娱乐应用分析

第二节 互联网环境下意外险行业的机会与挑战

- 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 互联网意外险行业的改造与重构

- 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 意外险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

第五节 中国宏观环境分析

第二部分 意外险所属行业运营分析

第三章 意外险行业发展现状分析

第一节 意外险行业发展现状分析

一、意外险行业产业政策分析

二、意外险行业发展现状分析

2019年，由于监管政策及利率环境等因素影响，寿险业个人业务新单保费同比下降32.1%，其中新单趸交同比下降44.8%，受2017年新单期交快速增长影响，续期保费同比增长34.7%。

2019年行业健康险保费收入5444.5亿元，同比增长35.1%，占保险业总保费比重提升了2.3个百分点；意外险保费收入1075.6亿元，同比增长19.3%。2012-2018年中国行业健康险和人身意外伤害险保费增速情况

三、意外险行业主要企业分析

四、意外险行业市场规模分析

第二节 意外险行业市场前景分析

一、意外险行业发展机遇分析

二、意外险行业市场规模预测

三、意外险行业发展前景分析

第四章 意外险所属行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 意外险电商市场规模与渗透率

一、意外险电商总体开展情况

二、意外险电商交易规模分析

三、意外险电商渠道渗透率分析

第二节 意外险电商行业盈利能力分析

一、意外险电子商务发展有利因素

二、意外险电子商务发展制约因素

三、意外险电商行业经营成本分析

四、意外险电商行业盈利模式分析

五、意外险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、意外险电商行业市场空间测算
- 二、意外险电商市场规模预测分析
- 三、意外险电商发展趋势预测分析

第三部分 电商运营分析

第五章 意外险企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 意外险企业转型电商构建分析

一、意外险电子商务关键环节分析

- 1、产品采购与组织
- 2、电商网站建设
- 3、网站品牌建设及营销
- 4、服务及物流配送体系
- 5、网站增值服务

二、意外险企业电子商务网站构建

- 1、网站域名申请
- 2、网站运行模式
- 3、网站开发规划
- 4、网站需求规划

第二节 意外险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 意外险企业转型电商平台选择分析

一、意外险企业电商建设模式

二、自建商城网店平台

- 1、自建商城概况分析
- 2、自建商城优势分析

三、借助第三方网购平台

- 1、电商平台的优劣势
- 2、电商平台盈利模式

四、电商服务外包模式分析

- 1、电商服务外包的优势
- 2、电商服务外包可行性
- 3、电商服务外包前景
- 五、意外险企业电商平台选择策略

第六章 意外险行业电子商务运营模式分析

第一节 意外险电子商务B2B模式分析

- 一、意外险电子商务B2B市场概况
- 二、意外险电子商务B2B盈利模式
- 三、意外险电子商务B2B运营模式
- 四、意外险电子商务B2B的供应链

第二节 意外险电子商务B2C模式分析

- 一、意外险电子商务B2C市场概况
- 二、意外险电子商务B2C市场规模
- 三、意外险电子商务B2C盈利模式
- 四、意外险电子商务B2C物流模式
- 五、意外险电商B2C物流模式选择

第三节 意外险电子商务C2C模式分析

- 一、意外险电子商务C2C市场概况
- 二、意外险电子商务C2C盈利模式
- 三、意外险电子商务C2C信用体系
- 四、意外险电子商务C2C物流特征
- 五、重点C2C电商企业发展分析

第四节 意外险电子商务O2O模式分析

- 一、意外险电子商务O2O市场概况
- 二、意外险电子商务O2O优势分析
- 三、意外险电子商务O2O营销模式
- 四、意外险电子商务O2O潜在风险

第七章 意外险主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节 平安保险官方商城

- 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 众安保险
 - 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 泰康在线
 - 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 小雨伞
 - 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 豆包网
 - 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 意外险企业进入互联网领域投资策略分析（I）

第一节 意外险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 意外险企业电商市场策略分析（）

图表目录：

图表：2011-2019年中国跨境电子商务市场规模统计

图表：2011-2019年中国跨境电子商务交易在对外贸易中占比统计

图表：2011-2019年中国跨境电子商务市场结构

图表：2005-2019年中国网民规模和互联网普及率

图表：2011-2019年新网民互联网接入设备使用情况

图表：2019年我国非网民不使用互联网的原因

图表：2019年我国非网民未来上网意向

图表：2019年中国内地分省网民规模及互联网普及率

图表：2019年中国手机网民规模及网民比例

图表：2019年中国电子商务市场细分行业构成

图表：2011-2019年中国互联网基础资源对比情况

图表：2011-2019年中国IPv6地址数量

图表：2011-2019年中国网站数量变化情况

图表：2009-2019年中国IPv4地址资源变化情况

图表：2011-2019年国内生产总值及其增长速度

图表：2011-2019年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表：2011-2019年全社会固定资产投资

图表：2019年按领域分固定资产投资（不含农户）及其占比

图表：2019年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2019年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表：2019年房地产开发和销售主要指标及其增长速度

图表：2019年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2019年居民消费价格比2019年涨跌幅度

图表：2019年新建商品住宅月同比价格城市数量变化情况

图表：2011-2019年全国一般公共预算收入

图表：2011-2019年年末国家外汇储备

图表：2011-2019年粮食产量

图表：2011-2019年全部工业增加值及增长速度

图表：2019年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2011-2019年建筑业增加值及其增长速度

图表：2011-2019年社会消费品零售总额

图表：2011-2019年货物进出口总额

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/195790.html>