

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（ ）

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>