

# 2018-2023年中国互联网+意外险产业市场竞争现状调查及投资前景规划预测报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国互联网+意外险产业市场竞争现状调查及投资前景规划预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/baoxian/308071308071.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

现行保险法允许财险公司经营意外险业务，虽然现行保险法仍坚持分业经营原则，但认可了意外伤害险和短期健康险等非寿险的人身保险与财产保险一样具有补偿性质，将此作为兼营范围。截至2015年11月末，全国共有产寿险保险公司147家（不包括集团公司、再保险公司、资产管理公司等）。按产寿险分类，财产保险公司72家，人身保险公司75家；按中外资分类，中资保险公司97家，外资保险公司50家。因此，截止2015年11月30日，理论上意外险公司有147家。

2015年，全国开通互联网保险业务的保险公司数量已超过100家。其中，互联网业务的财产险保险公司49家，互联网业务的人身险保险公司61家。2015年，意外险业务原保险保费收入635.56亿元，同比增长17.14%。意外险业务赔款151.84亿元，同比增长18.24%。发达国家人身险市场中，意外险三分天下。当前我国意外险保费收入仅占人身险4%。假设意外险保费收入占人身险保费收入的10%，那么按2015年人身险16288亿元来计算，这类产品每年至少应该有1600亿元的市场。假设意外险保费收入占人身险保费收入的30%，那么这类产品每年至少应该有4880亿元的市场。

互联网意外险产品拥有单价低、创新性高的特点，并结合用户各种消费或使用场景而推出，满足用户的需求。初步核算，2016年第一季度，中国互联网意外险保费收入30.5亿元。2015年中国意外险电商渠道购买占意外险总保费的15.3%，初步核算，2016年第一季度，中国互联网意外险网购渗透率15.5%。

保险各险种的互联网化程度目前并不处于同一起跑线，发展并不均衡，且均处于发展初期。其中最适合互联网化的要数意外险大类，包括航空意外险、旅行意外险、机动车驾驶员意外险等。意外险标准化程度高，线上线下营销成本差距大，产品单价比较便宜，故非常适合通过互联网渠道销售。然而，目前互联网意外险仍只占意外险整体保费规模的15%，未来互联网将成为意外险最主要的售卖渠道之一。《2018-2023年中国互联网+意外险产业市场竞争现状调查及投资前景规划预测报告》由观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）领衔撰写，在周密严谨的市场调研基础上，主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。

报告主要研行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。【报告大纲】

### 第一部分 行业发展环境

第一章 电子商务与“互联网+”	1
第一节 电子商务发展分析	1
一、电子商务基本定义	1
二、电子商务发展阶段	3
三、电子商务基本特征	7
四、电子商务支撑环境	8
五、电子商务基本模式	9
六、电子商务规模分析	12
第二节 “互联网+”的相关概述	28
一、“互联网+”的提出	28
二、“互联网+”的内涵	29
三、“互联网+”的发展	30
四、“互联网+”的评价	31
五、“互联网+”的趋势	32
第二章 互联网环境下意外险行业的机会与挑战	34
第一节 2015年中国互联网环境分析	34
一、网民基本情况分析	34
1、总体网民规模分析	34
2、分省网民规模分析	37
3、手机网民规模分析	38
4、网民属性结构分析	39
二、网民互联网应用状况	44
1、信息获取情况分析	44
2、商务交易发展情况	47
3、交流沟通现状分析	52
4、网络娱乐应用分析	54
第二节 互联网环境下意外险行业的机会与挑战	60
一、互联网时代行业大环境的变化	60
二、互联网直击传统行业消费痛点	72
三、互联网助力企业开拓市场	72
四、电商成为传统企业突破口	73
第三节 互联网意外险行业的改造与重构	74
一、互联网重构行业的供应链格局	74
二、互联网改变生产厂商营销模式	75

三、互联网导致行业利益重新分配	78
四、互联网改变行业未来竞争格局	78
第四节 意外险与互联网融合创新机会孕育	79
一、电商政策变化趋势分析	79
二、电子商务消费环境趋势分析	79
三、互联网技术对行业支撑作用	80
四、电商黄金发展期机遇分析	85
第五节 中国宏观环境分析	87

## 第二部分 行业运营分析

第三章 意外险行业发展现状分析	112
第一节 意外险行业发展现状分析	112
一、意外险行业产业政策分析	112
二、意外险行业发展现状分析	118
三、意外险行业主要企业分析	119
四、意外险行业市场规模分析	123
第二节 意外险行业市场前景分析	124
一、意外险行业发展机遇分析	124
二、意外险行业市场规模预测	127
三、意外险行业发展前景分析	127
第四章 意外险行业市场规模与电商未来空间预测	128
第一节 意外险电商市场规模与渗透率	128
一、意外险电商总体开展情况	128
二、意外险电商交易规模分析	129
三、意外险电商渠道渗透率分析	130
第二节 意外险电商行业盈利能力分析	130
一、意外险电子商务发展有利因素	130
二、意外险电子商务发展制约因素	132
三、意外险电商行业经营成本分析	133
四、意外险电商行业盈利模式分析	134
五、意外险电商行业盈利水平分析	135
第三节 电商行业未来前景及趋势预测	136
一、意外险电商行业市场空间测算	136

- 二、意外险电商市场规模预测分析 137
- 三、意外险电商发展趋势预测分析 137

### 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 139

### 第一节 意外险企业转型电商构建分析 139

#### 一、意外险电子商务关键环节分析 139

##### 1、产品采购与组织 139

##### 2、电商网站建设 142

##### 3、网站品牌建设及营销 144

##### 4、服务及物流配送体系 147

##### 5、网站增值服务 148

#### 二、意外险企业电子商务网站构建 151

##### 1、网站域名申请 151

##### 2、网站运行模式 151

##### 3、网站开发规划 151

##### 4、网站需求规划 151

### 第二节 意外险企业转型电商发展途径 154

#### 一、电商B2B发展模式 154

#### 二、电商B2C发展模式 154

#### 三、电商C2C发展模式 155

#### 四、电商O2O发展模式 160

### 第三节 意外险企业转型电商平台选择分析 161

#### 一、意外险企业电商建设模式 161

#### 二、自建商城网店平台 161

##### 1、自建商城概况分析 161

##### 2、自建商城优势分析 161

#### 三、借助第三方网购平台 162

##### 1、电商平台的优劣势 162

##### 2、电商平台盈利模式 162

#### 四、电商服务外包模式分析 162

##### 1、电商服务外包的优势 162

##### 2、电商服务外包可行性 162

##### 3、电商服务外包前景 163

五、意外险企业电商平台选择策略 164

第六章 意外险行业电子商务运营模式分析 165

第一节 意外险电子商务B2B模式分析 165

一、意外险电子商务B2B市场概况 165

二、意外险电子商务B2B盈利模式 166

三、意外险电子商务B2B运营模式 168

四、意外险电子商务B2B的供应链 170

第二节 意外险电子商务B2C模式分析 171

一、意外险电子商务B2C市场概况 171

二、意外险电子商务B2C市场规模 173

三、意外险电子商务B2C盈利模式 174

四、意外险电子商务B2C物流模式 175

五、意外险电商B2C物流模式选择 175

第三节 意外险电子商务C2C模式分析 175

一、意外险电子商务C2C市场概况 175

二、意外险电子商务C2C盈利模式 175

三、意外险电子商务C2C信用体系 177

四、意外险电子商务C2C物流特征 177

五、重点C2C电商企业发展分析 178

第四节 意外险电子商务O2O模式分析 178

一、意外险电子商务O2O市场概况 178

二、意外险电子商务O2O优势分析 180

三、意外险电子商务O2O营销模式 180

四、意外险电子商务O2O潜在风险 182

第七章 意外险主流网站平台比较及企业入驻选择 183

第一节 平安保险官方商城 183

一、网站发展基本概述 183

二、网站用户特征分析 183

三、网站覆盖人数分析 184

四、网站访问次数分析 184

五、网站发展策略分析 184

第二节 众安保险 185

一、网站发展基本概述 185

二、网站用户特征分析	185
三、网站覆盖人数分析	186
四、网站访问次数分析	186
五、网站发展策略分析	186
第三节 泰康在线	186
一、网站发展基本概述	186
二、网站用户特征分析	187
三、网站覆盖人数分析	187
四、网站访问次数分析	187
五、网站发展策略分析	187
第四节 小雨伞	188
一、网站发展基本概述	188
二、网站用户特征分析	188
三、网站覆盖人数分析	188
四、网站访问次数分析	188
五、网站发展策略分析	188
第五节 豆包网	189
一、网站发展基本概述	189
二、网站用户特征分析	189
三、网站覆盖人数分析	189
四、网站访问次数分析	189
五、网站发展策略分析	189
第八章 意外险企业进入互联网领域投资策略分析	191
第一节 意外险企业电子商务市场投资要素	191
一、企业自身发展阶段的认知分析	191
二、企业开展电子商务目标的确定	194
三、企业电子商务发展的认知确定	194
四、企业转型电子商务的困境分析	195
第二节 意外险企业转型电商物流投资分析	199
一、意外险企业电商自建物流分析	199
1、电商自建物流的优势分析	199
2、电商自建物流的负面影响	199
二、意外险企业电商外包物流分析	200
1、快递业务量完成情况	200



2、快递业务的收入情况	200
3、快递业竞争格局分析	201
第三节 意外险企业电商市场策略分析	202

## 图表目录

图表：2011-2017年中国跨境电子商务市场规模统计	22
图表：2011-2017年中国跨境电子商务交易在对外贸易中占比统计	23
图表：2011-2017年中国跨境电子商务市场结构	25
图表：2005-2017年中国网民规模和互联网普及率	34
图表：2014-2017年新网民互联网接入设备使用情况	35
图表：2015年我国非网民不使用互联网的原因	36
图表：2015年我国非网民未来上网意向	37
图表：2015年中国内地分省网民规模及互联网普及率	37
图表：2015年中国手机网民规模及网民比例	39
图表：2014-2017年中国网民城乡结构	40
图表：2014-2017年中国网民性别结构	40
图表：2014-2017年中国网民年龄结构	41
图表：2014-2017年中国网民学历结构	42
图表：2014-2017年中国网民职业结构	43
图表：2014-2017年中国网民个人月收入结构	44
图表：2014-2017年搜索用户规模及使用率	45
图表：2014-2017年网络新闻用户规模及使用率	46
图表：2014-2017年网络购物用户规模及使用率	48
图表：2014-2017年团购用户规模及使用率	49
图表：2014-2017年在线旅行预定用户规模及使用率	51
图表：2014-2017年即时通信用户规模及使用率	52
图表：2014-2017年典型社交应用使用率	54
图表：2014-2017年网络游戏用户规模及使用率	55
图表：2014-2017年网络文学用户规模及使用率	56
图表：2014-2017年网络视频用户规模及使用率	57
图表：2014-2017年网络音乐用户规模及使用率	59
图表：2015年中国电子商务市场细分行业构成	74
图表：2014-2017年中国互联网基础资源对比情况	80
图表：2011-2017年中国IPv6地址数量	81
图表：2010-2017年中国网站数量变化情况	81

- 图表：2009-2017年中国IPv4地址资源变化情况 82
- 图表：2011-2017年国内生产总值及其增长速度 88
- 图表：2011-2017年三次产业增加值占国内生产总值比重 88
- 图表：2011-2017年全社会固定资产投资 89
- 图表：2015年按领域分固定资产投资（不含农户）及其占比 90
- 图表：2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 90
- 图表：2015年固定资产投资新增主要生产与运营能力 91
- 图表：2015年房地产开发和销售主要指标及其增长速度 91
- 图表：2015年居民消费价格月度涨跌幅度 92
- 图表：2015年居民消费价格比2014年涨跌幅度 92
- 图表：2015年新建商品住宅月同比价格城市数量变化情况 93
- 图表：2011-2017年全国一般公共预算收入 94
- 图表：2011-2017年年末国家外汇储备 95
- 图表：2011-2017年粮食产量 96
- 图表：2011-2017年全部工业增加值及增长速度 97
- 图表：2015年主要工业产品产量及其增长速度 98
- 图表：2011-2017年建筑业增加值及其增长速度 99
- 图表：2011-2017年社会消费品零售总额 100
- 图表：2011-2017年货物进出口总额 101
- 图表：2015年货物进出口总额及其增长速度 101
- 图表：2015年主要商品出口数量、金额及其增长速度 102
- 图表：2015年主要商品进口数量、金额及其增长速度 102
- 图表：2015年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 102
- 图表：2015年外商直接投资（不含银行、证券、保险）及其增长速度 103
- 图表：2015年对外直接投资额（不含银行、证券、保险）及其增长速度 104
- 图表：2015年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 105
- 图表：2015年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 105
- 图表：2011-2017年快递业务量及其增长速度 106
- 图表：2011-2017年年末宽带用户数 107
- 图表：2015年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度 108
- 图表：2011-2017年全国居民人均可支配收入及其增长率速度 109
- 图表：2015年全国居民人均消费支出及其构成 110
- 图表：2016年Q1中国意外险经营占比统计 118
- 图表：2016年Q1中国意外险在保险业的地位 119
- 图表：2015年1-11月中国意外险公司数量结构 120

图表：2015年1-11月中国财产险公司数量结构——意外险	120
图表：保监会保险公司收录统计——人身险	121
图表：2015年财产保险公司排行榜TOP10	123
图表：2016年Q1中国意外险原保险保费收入统计	123
图表：2016年Q1中国意外险原保险赔偿支出统计	124
图表：2018-2023年中国意外险行业保费收入预测	127
图表：2013-2017年中国意外险电商企业规模统计	128
图表：2013-2017年Q1中国意外险电商保费收入统计	129
图表：2013-2017年Q1中国意外险电商渠道渗透率	130
图表：2018-2023年中国意外险电商市场规模预测	137
图表：意外险电商网站平台的使用流程	143
图表：保运通B2B平台运营模式	170
图表：平安保险网站访问次数	184
图表：2015年众安保险意外险经营统计	185
图表：众安保险访问次数分析	186
图表：泰康在线访问次数分析	187
图表：小雨伞访问次数分析	188
图表：豆包网访问次数分析	189

图表详见正文

特别说明：观研网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baoxian/308071308071.html>