

2022-2028年中国互联网+ 海运保险行业发展态势与投资分析报告

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

《2022-2028年中国互联网+海运保险行业发展态势与投资分析报告》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/202201/266223.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

海运保险是指专门为海上运输设立的货物运输过程中涉及载运货物财产损失的保险。海运保险一般由承运人负责购买，也可以由委托方根据需要单独购买。海运保险分为基本险和附加险，其中基本险包括平安险、水渍险及一切险。被保险人应按照以下规定的应尽力义务办理有关事项，如因未履行规定的义务而影响保险人利益时，本公司对有关损失，有权拒绝赔偿。被保险人的义务

- 1 2015当被保险货物运抵保险单所载明的目的港（地）以后，被保险人应及时提货，当发 被保险货物遭受任何损失，应即向保险单上所载明的检验、理赔代理人申请检验，如发现被保险货物整件短少或有明显残损痕迹应即向承运人、受托人或有关当局（海关、港务当局等）索取货损货差证明。如果货损货差是由于承运人、受托人或其他有关方面的责任所造成，应以书面方式向他们提出索赔，必要时还须取得延长时效的认证。
- 2 2015对遭受承保责任内危险的货物，被保险人和本公司都可迅速采取合理的抢救措施，防止或减少货物的损失。被保险人采取此项措施，不应视为放弃委付的表示，本公司采取此项3
- 2015如遇航程变更或发现保险单所载明的货物、船名或航程有遗漏或错误时，被保险人应在获悉后立即通知保险人并在必要时加缴保险费，本保险才继续有效。
- 4 2015在向保险人索赔时，必须提供下列单证： 保险单正本、提单、发票、装箱单、磅码单、货损货差证明、检验报告及索赔清单。如涉及第三者责任，还须提供向责任方追偿的有关函电及其他必要单证或文件。
- 5 2015在获悉有关运输契约中“船舶互撞责任”条款的实际责任后，应及时通知保险人。

- 中企顾问网发布的《2022-2028年中国互联网+海运保险行业发展态势与投资分析报告》共七章。首先介绍了中国互联网+海运保险行业市场发展环境、互联网+海运保险整体运行态势等，接着分析了中国互联网+海运保险行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+海运保险市场竞争格局。随后，报告对互联网+海运保险做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+海运保险行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+海运保险产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+海运保险行业，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海运保险行业的机会与挑战第.一
节2015-2019年中国互联网环境分析一、网民基本情况分析（一）总体网民规模分析（二）分
省网民规模分析（三）手机网民规模分析（四）网民属性结构分析二、网民互联网应用状况
（一）信息获取情况分析（二）商务交易发展情况2019年中国电子商务交易规模预计（三）
交流沟通现状分析（四）网络娱乐应用分析第二节互联网环境下海运保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海运保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海运保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 第三章海运保险所属行业发展现状分析第.一节海运保险所属行业发展现状分析
一、海运保险行业产业政策分析二、海运保险行业发展现状分析三、海运保险行业主要企业
分析四、海运保险行业市场规模分析第二节海运保险所属行业市场前景分析一、海运保险行
业发展机遇分析二、海运保险行业市场规模预测三、海运保险行业趋势预测分析 第四章海运
保险所属行业市场规模与电商未来空间预测第.一节海运保险电商所属行业市场规模与渗透率
一、海运保险电商总体开展情况二、海运保险电商交易规模分析三、海运保险电商渠道渗透
率分析第二节海运保险电商所属行业盈利能力分析一、海运保险电子商务发展有利因素二、
海运保险电子商务发展制约因素三、海运保险电商行业经营成本分析四、海运保险电商行业
盈利模式分析五、海运保险电商行业盈利水平分析第三节电商所属行业未来前景及趋势预测
一、海运保险电商行业市场空间测算二、海运保险电商市场规模预测分析三、海运保险电
商发展趋势预测分析 第五章海运保险企业互联网战略体系构建及平台选择第.一节海运保险企业
转型电商构建分析一、海运保险电子商务关键环节分析（一）产品采购与组织（二）电
商网站建设（三）网站品牌建设及营销（四）服务及物流配送体系（五）网站增值服务二、海
运保险企业电子商务网站构建（一）网站域名申请（二）网站运行模式（三）网站开发规
划（四）网站需求规划第二节海运保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发展模式第三节海运保险企业转型电
商平台选择分析一、海运保险企业电商建设模式二、自建商城网店平台（一）自建商
城概况分析（二）自建商城优势分析三、借助第三方网购平台（一）电商平台的优劣势
（二）电商平台盈利模式四、电商服务外包模式分析（一）电商服务外包的优势（二）
电商服务外包可行性（三）电商服务外包前景五、海运保险企业电商平台选择策略 第
六章海运保险行业电子商务运营模式分析第.一节海运保险电子商务B2B模式分析一、海
运保险电子商务B2B市场概况二、海运保险电子商务B2B盈利模式三、海运保险电
子商务B2B运营模式四、海运保险电子商务B2B的

供应链第二节海运保险电子商务B2C模式分析一、海运保险电子商务B2C市场概况二、海运保险电子商务B2C市场规模三、海运保险电子商务B2C盈利模式四、海运保险电子商务B2C物流模式五、海运保险电商B2C物流模式选择第三节海运保险电子商务C2C模式分析一、海运保险电子商务C2C市场概况二、海运保险电子商务C2C盈利模式三、海运保险电子商务C2C信用体系四、海运保险电子商务C2C物流特征五、重点C2C电商企业发展分析第四节海运保险电子商务O2O模式分析一、海运保险电子商务O2O市场概况二、海运保险电子商务O2O优势分析三、海运保险电子商务O2O营销模式四、海运保险电子商务O2O潜在风险 第七章海运保险企业进入互联网领域投资前景研究分析（一）第一节海运保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海运保险企业转型电商物流投资分析一、海运保险企业电商自建物流分析（一）电商自建物流的优势分析（二）电商自建物流的负面影响（二）二、海运保险企业电商外包物流分析第三节海运保险企业电商市场策略分析 图表目录：
图表：2015-2019年我国网民规模及互联网普及率
图表：2015-2019年中国网民各类网络应用的使用率
图表：2015-2019年中国网民各类手机网络应用的使用率
图表：2015-2019年我国网络零售市场交易规模
图表：2015-2019年我国移动网民规模及增长速度
图表：移动端网购增长仍处爆发阶段
图表：移动端网购占比大幅提升
图表：传统海运保险消费存在的“痛点”
图表：海运保险电子商务重构供应链流程图
图表：中国电商相关政策汇总
图表：2015-2019年海运保险电商交易规模趋势图
图表：2015-2019年海运保险电商市场渗透率趋势图
：2022-2028年海运保险电商交易规模预测趋势图
图表：2022-2028年海运保险电商市场渗透率预测趋势图
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/266223.html>