中国国互联网+保安服务行业商业模式创新与投资机会深度研究报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国互联网+保安服务行业发展综述

1.1 “互联网+保安服务”行业概念界定

1.1.1 “互联网+”的提出及内涵

（1）“互联网+”的提出

（2）“互联网+”的内涵

1.1.2 “互联网+保安服务”行业的定义

1.1.3 本报告的研究范围

1.2 中国互联网+保安服务行业发展背景

1.2.1 中国互联网+保安服务行业政策背景分析

（1）行业管理体制分析

（2）《公安机关实施保安服务管理条例办法》解读

（3）行业政策动向分析

（4）政策环境对行业的影响

1.2.2 中国互联网+保安服务行业经济背景分析

（1）宏观经济环境分析

1）国际宏观经济运行分析

2）国内宏观经济运行分析

3）宏观经济发展对行业的影响

（2）关联产业发展背景

1）中国电子商务发展状况分析

2）中国大数据产业发展状况分析

3）中国云计算产业发展状况分析

4）中国物联网行业发展状况分析

5）关联产业发展对行业的影响

1.2.3 中国互联网+保安服务行业社会背景分析

（1）中国网民规模及普及率情况

（2）各类互联网应用使用率情况

（3）移动网民规模情况

1.2.4 中国互联网+保安服务行业技术背景分析

（1）云计算技术发展现状及未来趋势分析

（2）物联网技术发展现状及未来趋势分析

（3）通信技术的发展现状及未来趋势分析

（4）互联网相关技术对行业的影响总结

第2章：中国互联网+保安服务行业发展现状及前景

2.1 中国互联网+保安服务行业市场发展阶段分析

2.1.1 前瞻对互联网+保安服务行业发展阶段的研究

2.1.2 中国互联网+保安服务行业细分阶段发展特点

2.2 互联网给保安服务行业带来的冲击和变革分析

2.2.1 互联网时代保安服务行业大环境变化分析

2.2.2 互联网给保安服务行业带来的突破机遇分析

（1）互联网如何解决传统保安服务行业消费痛点

（2）互联网如何助力保安服务行业企业开拓市场

（3）电商如何成为传统保安服务企业市场突破口

（4）互联网技术如何助力企业改善管理

2.2.3 互联网给保安服务行业带来的挑战分析

（1）互联网下保安服务行业研发环节面临的挑战

（2）保安服务行业电商所需要解决的难题和挑战

2.2.4 互联网对保安服务行业的重构分析

（1）互联网对保安服务产业链格局的重构分析

（2）互联网对保安服务行业企业营销模式的重构

（3）互联网对保安服务行业利益分配的重构

2.2.5 互联网+保安服务行业融合创新机会分析
2.3 中国互联网+保安服务行业市场发展现状分析
2.3.1 保安服务行业目标客户互联网渗透率分析
2.3.2 中国互联网+保安服务行业市场规模分析
2.3.3 中国互联网+保安服务行业竞争格局分析
（1）中国互联网+保安服务行业参与者结构
（2）中国互联网+保安服务行业竞争者类型
（3）中国互联网+保安服务行业市场占有率
2.4 中国互联网+保安服务行业市场发展前景分析
2.4.1 中国互联网+保安服务行业市场增长动力分析
2.4.2 中国互联网+保安服务行业市场发展瓶颈剖析
2.4.3 中国互联网+保安服务行业市场发展趋势分析
2.5 中国保安服务行业电商发展现状及前景预测
2.5.1 中国保安服务行业电商总体开展情况
2.5.2 中国保安服务行业电商交易规模分析
2.5.3 中国保安服务行业电商产品品类分析
2.5.4 中国保安服务行业电商盈利情况分析
2.5.5 中国保安服务行业电商市场现存问题
2.5.6 中国保安服务行业电商市场趋势分析
第3章：中国互联网+保安服务行业商业模式创新策略
3.1 前瞻关于商业模式研究的基本思想介绍
3.1.1 商业模式的定义及与其他模式的比较
3.1.2 商业模式的核心构成要素及构建流程
（1）商业模式的核心构成要素
（2）商业模式的构建流程
3.2 中国互联网+保安服务行业市场定位创新分析
3.2.1 中国保安服务行业企业主流的市场定位分析
3.2.2 互联网对保安服务行业市场定位的变革分析
3.2.3 互联网下保安服务行业市场定位优秀案例分析
3.3 中国互联网+保安服务行业价值主张创新分析
3.3.1 中国保安服务行业主要的客户价值主张要素分析
3.3.2 互联网+保安服务行业价值主张创新策略分析
（1）保安服务行业企业如何利用互联网升级产品使用体验
（2）保安服务行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验
（3）保安服务行业企业如何利用互联网节约客户成本
3.3.3 互联网+保安服务行业价值主张创新优秀案例
3.4 中国互联网+保安服务行业渠道通路创新分析
3.4.1 中国保安服务行业渠道通路的主要类别及特点分析
（1）价值传递通路的定义及特点
（2）产品销售渠道的定义及特点
（3）现有渠道通路特点的优势及不足
（4）互联网对渠道通路的改造分析
3.4.2 互联网对保安服务行业渠道通路的颠覆性变革分析
3.4.3 互联网+保安服务行业网络媒体广告宣传策略分析
3.4.4 互联网+保安服务行业电商渠道构建策略分析
3.4.5 互联网+保安服务行业渠道通路创新优秀案例
3.5 中国互联网+保安服务行业客户关系创新分析
3.5.1 中国保安服务行业客户关系的类别及关系成本分析
（1）保安服务行业客户关系的类别分析
（2）保安服务行业客户关系成本分析
3.5.2 中国互联网+保安服务行业客户关系创新路径分析
3.5.3 中国互联网+保安服务行业客户关系创新优秀案例
3.6 中国互联网+保安服务行业收入来源创新分析
3.6.1 中国保安服务行业收入的主要来源渠道及特点
3.6.2 中国互联网+保安服务行业收入来源的创新分析
3.6.3 中国互联网+保安服务行业收入来源创新优秀案例
3.7 中国互联网+保安服务行业合作伙伴创新分析
3.7.1 中国保安服务行业主要的合作伙伴及其特点分析
3.7.2 互联网如何改变保安服务行业合作伙伴结构

3.7.3 互联网下保安服务行业新增合作伙伴的特点
3.7.4 互联网下保安服务行业新增合作伙伴优秀案例
3.8 中国互联网+保安服务行业成本机构优化分析
3.8.1 中国保安服务行业主要成本结构及特点分析
3.8.2 互联网如何改变保安服务行业成本结构
3.8.3 互联网下保安服务行业成本结构的优化路径
3.8.4 互联网下保安服务行业成本结构优化优秀案例
第4章：中国保安服务行业企业电商战略规划及模式选择
4.1 中国保安服务行业企业电商战略规划分析
4.1.1 保安服务行业企业电商如何正确定位
（1）抢占市场份额
（2）企业核心业务电商化提升企业竞争力
（3）打造线上线下一体化的经营体系
（4）在电商进化中取得长久的发展
4.1.2 保安服务行业电商核心业务确定策略
4.1.3 保安服务行业企业电商化组织变革策略
（1）保安服务行业电商组织结构变革策略分析
（2）保安服务行业电商业务流程重构策略分析
4.2 中国保安服务行业典型电商发展模式的优劣势
4.2.1 中国电子商务主流模式分析
4.2.2 B2B电商模式的优劣势
（1）B2B电商模式的定义及特点
1）定义
2）分类
3）特点
（2）B2B电商模式的盈利模式分析
（3）B2B电商模式的运营成本分析
1）技术成本
2）安全成本
3）物流成本
4）客户成本
（4）B2B电商模式的经营风险分析
1）管理风险
2）技术安全风险
3）政策法律风险
4）信用风险
（5）B2B电商模式的关键资源能力
（6）B2B电商模式的优劣势分析
（7）B2B电商模式优秀案例分析——阿里巴巴B2B模式
1）发展历程
2）电子商务模式
4.2.3 B2C电商模式的优劣势
（1）B2C电商模式的定义及特点
1）定义
2）特点
（2）B2C电商模式的盈利模式分析
（3）B2C电商模式的运营成本分析
1）采购成本
2）营销推广
3）仓储物流
4）运营费用
5）人力及其他费用
（4）B2C电商模式的经营风险分析
（5）B2C电商模式的关键资源能力
1）规模效应
2）供应链
3）物流
4）IT信息系统
（6）B2C电商模式的优劣势分析

（7）B2C电商模式优秀案例分析——当当网B2C模式
1）产业链
2）营销模式
3）盈利模式
4.2.4 C2C电商模式的优劣势
（1）C2C电商模式的定义及特点
1）定义
2）特点
（2）C2C电商模式的盈利模式分析
（3）C2C电商模式的运营成本分析
1）各项硬件和软件的投入和维护成本
2）物流成本
3）顾客成本
4）网络店铺的维护成本
5）产品成本
（4）C2C电商模式的经营风险分析
1）法律制度风险
2）信用风险
3）支付风险
4）技术风险
（5）C2C电商模式的关键资源能力
（6）C2C电商模式的优劣势分析
（7）C2C电商模式优秀案例分析——淘宝网C2C模式
1）商业模式
2）营销策略
3）收入来源
4.2.5 O2O电商模式的优劣势
（1）O2O电商模式的定义及特点
1）定义
2）特点
（2）O2O电商模式的盈利模式分析
（3）O2O电商模式的运营成本分析
1）技术成本
2）通讯成本
3）物流成本
4）线下运营成本
5）安全成本
（4）O2O电商模式的经营风险分析
（5）O2O电商模式的关键资源能力
（6）O2O电商模式的优劣势分析
（7）O2O电商模式优秀案例分析——美团网O2O商业模式
1）网站简介
2）网站会员规模
3）网站主营业务分析
4）网络营销策略
5）网站盈利模式
4.3 中国保安服务行业企业电商切入模式及路径
4.3.1 借助第三方平台模式
（1）借助第三方平台的优劣势分析
（2）借助第三方平台运营成本分析
（3）借助第三方平台的渠道通路分析
（4）借助第三方平台经营效益分析
（5）借助第三方平台的关键资源能力分析
（6）借助第三方平台的经营风险分析
4.3.2 自建B2C官网平台模式
（1）自建B2C官网平台的优劣势分析
（2）自建B2C官网平台运营成本分析
（3）自建B2C官网平台的渠道通路分析
（4）自建B2C官网平台的核心能力分析

（5）自建B2C官网平台的经营风险分析
（6）自建B2C官网平台的案例分析——北京市保安服务总公司网络安全保安分公司
4.3.3 开展O2O电商模式开展
（1）保安服务企业O2O模式的优劣势分析
（2）保安服务企业开展O2O电商模式的业务布局分析
（3）保安行业企业开展O2O电商模式的渠道通路分析
（4）保安服务行业企业开展O2O电商模式的关键资源能力
（5）保安服务行业企业开展O2O电商模式的经营风险分析
（6）保安服务行业企业开展O2O电商模式案例——“Soloman曜曜”APP
4.4 中国保安服务行业移动电商切入路径及典型产品
4.4.1 中国保安服务行业移动电商的商业价值分析
（1）移动电商的商业价值分析
（2）中国移动互联网发展现状
1）移动互联网市场规模
2）移动互联网网民数量变化趋势
3）移动互联网电子商务发展情况
（3）中国移动互联网前景预测
1）2019-2024年移动互联网市场规模预测
2）2019-2024年移动互联网用户规模预测
4.4.2 中国保安服务行业移动电商市场发展现状
4.4.3 中国保安服务行业移动电商市场切入路径
4.4.4 中国保安服务行业移动电商典型产品形式
4.4.5 中国保安服务行业移动电商发展趋势及前景
第5章：中国互联网+保安服务行业商业模式创新优秀案例剖析
5.1 河南中之盟实业有限公司
5.1.1 企业基本信息分析
5.1.2 企业经营情况分析
5.1.3 企业互联网+保安产品/服务分析
5.1.4 企业盈利模式分析
5.1.5 企业商业模式评价
5.2 北京安享科技有限公司
5.2.1 企业基本信息分析
5.2.2 企业经营情况分析
5.2.3 企业产品/服务分析
5.2.4 企业电商战略解析
5.2.5 企业盈利模式分析
5.2.6 企业渠道通路分析
5.2.7 企业商业模式评价
5.3 浙江捷信安保技术股份有限公司
5.3.1 企业基本信息分析
5.3.2 企业经营情况分析
5.3.3 企业互联网+产品/服务创新分析
5.3.4 企业互联网+战略解析
5.3.5 企业盈利模式分析
5.3.6 企业渠道通路分析
5.3.7 企业商业模式评价
5.3.8 企业最新动态
5.4 北京华远卫士保安服务有限公司
5.4.1 企业基本信息分析
5.4.2 企业经营情况分析
5.4.3 企业互联网+产品/服务分析
5.4.4 企业盈利模式分析
5.4.5 企业荣誉资质分析
5.4.6 企业商业模式评价
5.5 广西国盾保安服务集团有限公司
5.5.1 企业基本信息分析
5.5.2 企业经营情况分析
5.5.3 企业互联网+产品/服务分析
5.5.4 企业盈利模式分析

5.5.5 企业商业模式评价
5.6 八保网
5.6.1 企业基本信息分析
5.6.2 企业经营情况分析
5.6.3 企业互联网+产品/服务创新分析
5.6.4 企业融资分析
5.6.5 企业盈利模式分析
5.6.6 企业商业模式评价
第6章：中国互联网+保安服务行业市场投资机会及建议
6.1 中国互联网+保安服务行业投资特性及风险
6.1.1 互联网+保安服务行业投资壁垒分析
（1）政策壁垒
（2）技术壁垒
（3）从业经验壁垒
6.1.2 互联网+保安服务行业投资风险分析
6.2 中国互联网+保安服务行业投资潜力分析
6.2.1 行业投资热潮分析
6.2.2 行业投资推动因素
6.3 中国互联网+保安服务行业投资现状分析
6.3.1 行业投资主体分析
6.3.2 行业投资切入方式
6.3.3 行业投资案例分析
（1）与互联网巨头企业合作案例
（2）自建电商平台案例
6.4 中国互联网+保安服务行业投资机会及建议
6.4.1 中国互联网+保安服务行业投资机会分析
6.4.2 前瞻关于互联网+保安服务行业的投资建议
第7章：大型企业互联网+保安服务投资布局
7.1 主要保安服务公司“互联网+保安服务”投资布局
7.1.1 北京市保安服务总公司网络安全保安分公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+保安服务投资布局
（4）企业互联网+保安产品/服务分析
（5）企业最新发展动向
7.1.2 广西恒泰保安服务有限公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+保安服务投资布局
7.1.3 广西友邦保安服务有限责任公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+保安服务投资布局
（4）企业最新发展动向
7.1.4 浙江红鼎保安服务有限公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业服务/产品分析
（4）企业互联网+保安服务投资布局
（5）企业最新发展动向
7.1.5 江西高创保安服务技术有限公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业互联网+保安服务投资布局
（3）企业互联网+保安服务产品/服务分析
（4）企业互联网+保安服务案例——吉安“地网工程”
（5）企业最新发展动向
7.2 主要互联网企业“互联网+保安服务”投资布局
7.2.1 奇虎360
（1）公司简介

（2）公司“互联网+保安服务”投资布局
7.2.2 百川信（厦门）网络信息服务有限公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况
（3）企业互联网+保安服务投资布局
（4）企业互联网+保安服务/产品分析

图表目录

图表1：互联网+概念简介
图表2：互联网+概念的提出
图表3：“互联网+”的主要特征
图表4：2019-2023年全球主要经济体经济增速及预测（单位：%）
图表5：2018-2023年我国国内生产总值及其增长率变化情况（单位：亿元，%）
图表6：2018-2023年中国规模以上工业增加值及增长率走势图（单位：万亿元，%）
图表7：2018-2023年我国经济增速与保安行业营业额增速对比情况（单位：%）
图表8：2018-2023年中国网络购物市场交易规模及增速（单位：万亿元，%）
图表9：2018-2023年中国网络购物在社会消费品零售总额中的占比（单位：%）
图表10：2019-2023年网络购物市场交易规模结构及预测（单位：%）
图表11：2019-2023年电子商务市场交易规模情况及预测（单位：万亿元，%）
图表12：2019-2023年中国大数据市场规模及预测（单位：亿元，%）
图表13：中国大数据行业投资分布情况（单位：%）
图表14：中国云计算产业产品和服务发展趋势简析
图表15：中国云计算产业链企业潜在发展方向
图表16：2019-2023年中国云计算市场规模及预测（单位：亿元）
图表17：2018-2023年中国物联网行业应用市场规模（单位：亿元）
图表18：关联产业发展对行业的影响总结表
图表19：2018-2023年中国网民规模与普及率（单位：亿人，%）
图表20：2016-2023年中国网民各类互联网应用的使用率（单位：万，%）
图表21：2018-2023年我国移动网民规模及占网民比例（单位：亿人，%）
图表22：中国物联网行业的发展趋势分析
图表23：互联网相关技术对行业的影响总结表
图表24：行业生命周期各阶段发展特征
图表25：互联网+保安服务行业各发展阶段特点（单位：%）
图表26：中国社会信用体系建设发展现状
图表27：中国电子商务领域信用建设规划
图表28：2018-2023年中国第三方支付市场交易规模（单位：万亿元，%）
图表29：2015-2023年中国互联网基础资源对比（单位：个，块/32，Mbps，%）
图表30：2018-2023年中国Ipv6地址数（单位：块/32）
图表31：2018-2023年中国Ipv4地址资源变化情况（单位：万个）
图表32：2023年中国分类域名数（单位：个，%）
图表33：2023年中国分类CN域名数（单位：个，%）
图表34：2018-2023年移动互联网网民比例（单位：%）
图表35：中国互联网+保安服务行业市场增长动力分析
图表36：中国互联网+保安服务行业市场发展瓶颈分析
图表37：2019-2023年电子商务市场交易规模情况及预测（单位：万亿元，%）
图表38：中国保安服务行业电商产品/服务品类
图表39：中国保安服务行业电商市场现存问题分析
图表40：商业模式与其它模式的区别
图表41：商业模式框架图
图表42：一般行业盈利公式
图表43：商业模式构建流程
图表44：商业模式中客户细分的群体类型
图表45：互联网下保安服务行业重点企业市场定位
图表46：互联网+保安服务行业价值主张
图表47：互联网+保安服务行业企业改善个性化服务体验路径

图表48：互联网+保安服务行业企业客户成本节约路径
图表49：互联网下保安服务行业重点企业价值主张
图表50：渠道通路的功能
图表51：中国传统渠道通路的优劣势
图表52：客户关系的类别介绍
图表53：互联网+保安服务行业收入来源创新优秀案例
图表54：中国传统保安服务行业企业主要合作伙伴
图表55：中国互联网下保安服务行业企业新增合作伙伴分析
图表56：传统成本结构特点
图表57：互联网+保安服务行业企业成本结构改变途径
图表58：电子商务对企业业务流程的重构
图表59：电子商务行业主要模式
图表60：B2B电商模式分类
图表61：B2B电商模式特点分析
图表62：B2B电商模式特点分析
图表63：美团网基本信息表
图表64：借助第三方平台切入模式的优劣势
图表65：保安服务行业企业借助第三方平台的关键资源能力
图表66：保安服务企业自建B2C官网的优劣势分析
图表67：中国B2C电子商务成本
图表68：保安服务行业企业自建B2C官网平台的关键资源能力分析
图表69：保安服务行业企业开展O2O电商模式的优劣势
图表70：保安服务行业企业开展O2O电商模式的业务布局
图表71：O2O模式线上线下渠道打通的策略
图表72：保安服务企业开展O2O电商模式的关键资源能力
图表73：2018-2023年中国移动互联网市场规模（单位：亿元，%）
图表74：2018-2023年上半年中国手机网民规模及占比变化趋势（单位：亿，%）
图表75：2015-2023年我国网络购物和手机网络购物用户规模及使用率（单位：万人，%）
图表76：2019-2024年我国移动互联网市场规模预测（单位：亿元）
图表77：2019-2024年我国移动互联网用户规模预测（单位：亿人）
图表78：河南中之盟实业有限公司基本信息表
图表79：“天安云保”六大业务模块介绍
图表80：京安享科技有限公司基本信息表
图表81：“人人安”安保超市三大业务板块
图表82：北京安享科技有限公司互联网平台服务模式及流程
图表83：浙江捷信安保技术股份有限公司基本信息表
图表84：2023年浙江捷信安保技术股份有限公司经营数据（万元）
图表85：浙江捷信安保技术股份有限公司智慧安保服务互联网平台内容介绍
图表86：北京华远卫士保安服务有限公司基本信息表
图表87：广西国盾保安服务集团有限公司基本信息表
图表88：浙江捷信安保技术股份有限公司智慧安保服务互联网平台内容介绍
图表89：保安服务行业主要投资风险
图表90：各投资主体投资优势分析
图表91：2023年各级法院审结各类案件情况
图表92：2018-2023年中国高净值人群数量情况（单位：万）
图表93：北京市保安服务总公司网络安全保安分公司基本信息表
图表94：北京市保安服务总公司网络安全保安分公司互联网+保安产品/服务分析表
图表95：广西恒泰保安服务有限公司基本信息表
图表96：广西恒泰保安服务有限公司基本信息表
图表97：浙江红鼎保安服务有限公司基本信息表
图表98：北京市保安服务总公司网络安全保安分公司互联网+保安产品/服务分析表
图表99：江西高创保安服务技术有限公司基本信息表
图表100：百川信（厦门）网络信息服务有限公司基本信息表
图表101：“百保盾”内容介绍

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！