

# 2020-2026年中国互联网保 险市场深度分析与市场全景评估报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2020-2026年中国互联网保险市场深度分析与市场全景评估报告》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/202003/156517.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

在互联网保险的险种结构方面，出现了明显转变的趋势。其一是由产险向寿险的转变，在2013年时互联网保险中产寿险占比为8:2，而到2016年及以后变为了2:8；其二是由标准化险种逐渐向非标准化险种转变，曾经互联网上销售的产品主要是车险、意外险等类型产品，而到2016年投连险、年金险和万能险等非标准化险种占据了互联网保险绝大多数的保费规模收入，2017年以来年金险和健康险占比又在持续上升。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国互联网保险市场深度分析与市场全景评估报告》共八章。首先介绍了互联网保险相关概念及发展环境，接着分析了中国互联网保险规模及消费需求，然后对中国互联网保险市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国互联网保险面临的机遇及发展前景。您若想对中国互联网保险有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 互联网保险行业发展背景分析

#### 1.1 互联网保险概述

##### 1.1.1 互联网保险定义

##### 1.1.2 互联网保险分类

##### 1.1.3 互联网保险渠道分析

##### 1.1.4 互联网保险产业链分析

#### 1.2 为什么保险需要互联网

##### 1.2.1 传统代理人渠道增长乏力

##### 1.2.2 银保渠道受限量价齐跌

##### 1.2.3 互联网保险发展的意义

###### (1) 拓展销售渠道

###### (2) 扩大客户群

(3) 降低产品费率

(4) 提供更有针对性的产品

(5) 提升与银行谈判的地位

### 1.3 中国互联网保险的去与现状

#### 1.3.1 互联网保险发展历程

#### 1.3.2 互联网保险主要模式与特征

(1) 互联网保险模式

(2) 互联网保险主要特征

#### 1.3.3 互联网保险存在的问题

### 1.4 互联网保险行业发展环境分析

#### 1.4.1 互联网保险行业政策环境

#### 1.4.2 互联网保险行业经济环境

(1) 国民经济增长趋势

(3) 居民消费结构升级

(4) 金融市场运行环境

#### 1.4.3 互联网保险行业社会环境

(1) 网络普及带动网民增长

(2) 网购市场日益成熟

(3) 网络消费群体需求多样化

(4) 网民对保险业关注度提升

#### 1.4.4 互联网金融发展形势分析

(1) 互联网金融发展现状分析

(2) 互联网金融商业模式分析

(3) 互联网金融发展趋势

## 第二章 互联网保险行业经营数据分析

### 2.1 互联网保险行业经营规模分析

#### 2.1.1 经营互联网保险业务公司数量

#### 2.1.2 互联网保险保费收入规模分析

#### 2.1.3 互联网保险渠道收入占比分析

#### 2.1.4 互联网保险投保客户数量分析

### 2.2 互联网保险行业经营效益分析

- 2.2.1 互联网保险行业经营成本分析
- 2.2.2 互联网保险行业盈利能力分析
- 2.3 互联网保险行业险种结构及创新互联网保险逐渐以寿险为主
  - 2.3.1 互联网保险行业险种结构特征
  - 2.3.2 互联网保险行业产品主要类别
    - (1) 车险、意外险等条款简单的险种
    - (2) 投资理财型保险产品
    - (3) “众筹”类健康保险
    - (4) 众安在线“参聚险”
  - 2.3.3 互联网保险行业产品创新情况
- 2.4 互联网保险行业竞争分析
  - 2.4.1 互联网保险企业保费排名
  - 2.4.2 互联网保险与传统保险的竞争
  - 2.4.3 中外资互联网保险企业的竞争
  - 2.4.4 互联网保险行业议价能力分析
  - 2.4.5 互联网保险行业潜威胁分析
- 2.5 互联网保险发展对保险业格局的影响
  - 2.5.1 保险网销给小企业带来机会
  - 2.5.2 经营风格分化市场排名生变

### 第三章 互联网财险细分市场运营情况分析

- 3.1 互联网财险行业运营数据分析
  - 3.1.1 财产险行业基本面分析
  - 3.1.2 互联网财险公司数量规模
  - 3.1.3 互联网财险保费规模分析
  - 3.1.4 互联网财险投保客户数量
  - 3.1.5 互联网财险行业竞争格局
    - (1) 财险公司网站流量格局
    - (2) 财险公司独立访客数格局
    - (3) 财险公司保费收入排名
    - (4) 互联网财险市场集中度
    - (5) 互联网财险市场竞争格局

- 3.1.6 互联网财险细分平台运营分析
- 3.2 互联网车险市场运营情况分析
  - 3.2.1 车险行业基本面分析
  - 3.2.2 车险行业销售渠道格局
  - 3.2.3 互联网车险保费收入分析
  - 3.2.4 互联网车险运营效益分析
  - 3.2.5 互联网车险行业竞争格局
  - 3.2.6 互联网车险行业创新动向
  - 3.2.7 互联网车险行业前景分析
- 3.3 互联网家财险市场运营情况分析
  - 3.3.1 家财险行业基本面分析
  - 3.3.2 互联网家财险市场渗透率
  - 3.3.3 互联网家财险产品创新动向
  - 3.3.4 互联网家财险营销模式创新
  - 3.3.5 互联网家财险行业前景分析
- 3.4 互联网货运险市场运营情况分析
  - 3.4.1 货运险行业基本面分析
  - 3.4.2 互联网货运险市场发展现状
  - 3.4.3 互联网货运险运营效益分析
  - 3.4.4 互联网货运险产品创新动向
  - 3.4.5 互联网货运险营销模式创新
  - 3.4.6 互联网货运险行业前景分析
- 3.5 其它财险细分市场运营情况分析
  - 3.5.1 互联网责任险市场运营情况
  - 3.5.2 互联网保证险市场运营情况

#### 第四章 互联网人身险细分市场运营情况分析

- 4.1 互联网人身险行业运营数据分析
  - 4.1.1 互联网人身险公司数量规模
  - 4.1.2 互联网人身险保费规模分析
  - 4.1.3 互联网人身险投保客户数量
  - 4.1.4 互联网人身险行业竞争格局

#### 4.1.5 互联网人身险细分平台运营分析

### 4.2 互联网意外险市场运营情况分析

#### 4.2.1 意外险行业基本情况分析

#### 4.2.2 互联网意外险市场渗透率

#### 4.2.3 互联网意外险行业竞争格局

#### 4.2.4 互联网意外险产品创新动向

#### 4.2.5 互联网意外险营销模式创新

#### 4.2.6 互联网意外险行业前景分析

### 4.3 互联网健康险市场运营情况分析

#### 4.3.1 健康险行业基本情况分析

#### 4.3.2 互联网健康险市场渗透率

#### 4.3.3 互联网健康险行业竞争格局

#### 4.3.4 互联网健康险产品创新动向

#### 4.3.5 互联网健康险营销模式创新

#### 4.3.6 互联网健康险行业前景分析

### 4.4 互联网寿险市场运营情况分析

#### 4.4.1 寿险行业基本情况分析

#### 4.4.2 寿险行业竞争格局分析

#### 4.4.3 互联网寿险市场渗透率

#### 4.4.4 理财类寿险网销情况分析

#### 4.4.5 互联网寿险行业竞争格局

#### 4.4.6 互联网寿险产品创新方向

#### 4.4.7 互联网寿险行业前景分析

## 第五章 互联网保险行业商业模式体系分析

### 5.1 险企自建官方网站直销模式

#### 5.1.1 险企直销网站建设现状分析

#### 5.1.2 自建官方网站需具备的条件

(1) 资金充足

(2) 丰富的产品体系

(3) 运营和服务能力

#### 5.1.3 自建官方网站模式优劣势

#### 5.1.4 自建官方网站经营成效分析

#### 5.1.5 自建官方网站模式案例研究

(1) 人保财险官网直销

(2) 泰康在线

(3) 平安网上商城

#### 5.2 综合性电商平台模式

##### 5.2.1 综合性电商平台保险业务发展模式

##### 5.2.2 综合性电商平台保险业务开展情况

##### 5.2.3 综合性电商平台保险业务经营优劣势

##### 5.2.4 综合性电商平台保险业务经营情况

(1) 淘宝平台保险业务经营情况

(2) 苏宁平台保险业务经营情况

(3) 京东平台保险业务经营情况

(4) 网易平台保险业务经营情况

(5) 腾讯平台保险业务经营情况

##### 5.2.5 综合性电商平台模式存在的问题

#### 5.3 兼业代理机构网销模式

##### 5.3.1 保险兼业代理机构发展现状分析

##### 5.3.2 保险网络兼业代理机构主要类型

##### 5.3.3 保险网络兼业代理运营情况分析

##### 5.3.4 兼业代理开展网络销售的有利影响

##### 5.3.5 兼业代理开展网络销售的制约因素

##### 5.3.6 兼业代理机构网销业务经营情况

(1) 中国东方航空网站

(2) 携程旅行网

(3) 芒果网

(4) 翼华科技

(5) 工商银行官网

#### 5.4 专业中介代理机构网销模式

##### 5.4.1 保险专业中介机构发展现状分析

##### 5.4.2 保险专业中介机构开展网销准入门槛

##### 5.4.3 保险专业中介机构垂直网站建设情况



#### 5.4.4 保险专业中介代理模式存在的问题

- (1) 产品单一
- (2) 销售规模受到限制
- (3) 运营模式有待创新

#### 5.4.5 保险专业中介代理模式案例研究

- (1) 慧择保险网
- (2) 中民保险网
- (3) 新一站保险网

### 5.5 专业互联网保险公司模式

#### 5.5.1 专业互联网保险公司建设现状

#### 5.5.2 专业互联网保险公司主要类型

- (1) 产寿结合的综合性平台
- (2) 专注财险或寿险的平台
- (3) 纯互联网的“众安”模式

#### 5.5.3 专业互联网保险公司案例研究

- (1) 众安在线
- (2) 中国人寿电商
- (3) 平安新渠道
- (4) 新华电商

#### 5.5.4 专业互联网保险公司运营模式探索

## 第六章 海外互联网保险行业运营经验借鉴

### 6.1 海外互联网保险市场发展分析

#### 6.1.1 美国

- (1) 美国互联网保险市场现状
- (2) 美国互联网保险消费者特征
- (3) 美国移动互联网保险的发展
- (4) 美国互联网保险发展特点

#### 6.1.2 英国

- (1) 英国互联网保险发展背景
- (2) 英国互联网保险发展模式与阶段
- (3) 英国互联网保险发展趋势

### 6.1.3 德国

- (1) 德国互联网保险法律体系
- (2) 德国互联网保险市场现状
- (3) 德国互联网保险模式创新

### 6.1.4 日本

- (1) 日本互联网保险市场发展现状
- (2) 日本互联网保险发展原因
- (3) 日本互联网保险发展特点

### 6.1.5 韩国

- (1) 韩国互联网车险市场概况
- (2) 韩国互联网寿险市场概况
- (3) 韩国互联网保险发展特点
- (4) 韩国主要险企网络销售情况

### 6.1.6 境外地区

- (1) 香港互联网保险市场概况
- (2) 台湾互联网保险市场概况

## 6.2 海外不同类型互联网保险公司经验借鉴

### 6.2.1 寿险——日本Life Net

- (1) 公司基本情况
- (2) 公司互联网保险业务范畴
- (3) 公司销售模式与策略分析
- (4) 公司互联网保险经营业绩
- (5) 公司经营成功因素总结

### 6.2.2 财险——美国Allstate

- (1) 公司基本情况
- (2) 公司互联网保险业务范畴
- (3) 公司互联网保险经营业绩

### 6.2.3 比价公司——美国INSWEB

- (1) 公司基本情况
- (2) 公司互联网保险业务范畴
- (3) 公司盈利模式与策略分析
- (4) 公司运营模式优势分析

(5) 公司发展中的制约因素

#### 6.2.4 比价公司——英国Money Super Market

(1) 公司基本情况

(2) 公司互联网保险业务范畴

(3) 公司销售模式与策略分析

(4) 公司互联网保险经营业绩

#### 6.3 国外互联网保险发展的经验启示

### 第七章 互联网保险领先企业经营战略及业绩

#### 7.1 财险公司网销经营战略及业绩

##### 7.1.1 中国人民财产保险股份有限公司

(1) 公司基本情况

(2) 公司网销业务经营模式

(3) 公司网销业务经营业绩

(4) 公司网销业务发展战略

##### 7.1.2 中国平安财产保险股份有限公司

(1) 公司基本情况

(2) 公司网销业务经营模式

(3) 公司网销业务经营业绩

(4) 公司网销业务发展战略

##### 7.1.3 中国太平洋财产保险股份有限公司

(1) 公司基本情况

(2) 公司网销业务经营模式

(3) 公司网销业务经营业绩

(4) 公司网销业务发展战略

##### 7.1.4 阳光财产保险股份有限公司

(1) 公司基本情况

(2) 公司网销业务经营情况分析

(3) 公司网销业务发展战略

(4) 公司网销业务经营优劣势

##### 7.1.5 美亚财产保险有限公司

(1) 公司基本情况

(2) 公司网销业务经营情况分析

(3) 公司网销业务发展战略

(4) 公司网销业务经营优劣势

#### 7.1.6 中国大地财产保险股份有限公司

(1) 公司基本情况

(2) 公司网销业务经营情况分析

(3) 公司网销业务发展战略

(4) 公司网销业务经营优劣势

### 第八章 互联网保险行业发展趋势与投资建议

#### 8.1 移动互联网带来的机遇分析

##### 8.1.1 移动互联网给行业带来的机遇

##### 8.1.2 保险行业移动互联网应用探索

##### 8.1.3 保险行业移动互联网应用方向

#### 8.2 互联网保险行业发展前景预测

##### 8.2.1 互联网保险行业发展机遇分析

(1) 网民规模不断不断扩大，网购市场加速发展

(2) 中国电子商务市场环境日臻成熟

(3) 法规环境逐步完善，扶持力度持续加大

##### 8.2.2 互联网保险行业面临的威胁分析

##### 8.2.3 互联网保险行业发展前景分析

(1) 2020-2026年互联网保险保费规模预测

(2) 2020-2026年互联网保险投保客户预测

(3) 2020-2026年互联网保险经营效益情况分析

#### 8.3 发展互联网保险应具备的条件

##### 8.3.1 能力要求

(1) 应对海量数据冲击的能力

(2) 鉴别客户身份的能力

(3) 保护客户信息和业务数据的能力

(4) 建立低成本资金和扣款方式的能力

(5) 建立用户友好的服务体系的能力

##### 8.3.2 管理要求

- (1) 在线产品设计的改变
- (2) 运营体系的支撑
- (3) 声誉管理，建立属于自己的品牌
- (4) 打造7\*24小时在线客服系统

#### 8.4 互联网保险行业风险防范对策

##### 8.4.1 互联网保险面临的风险分析

- (1) 行业面临的系统风险
- (2) 行业面临的管理风险
- (3) 行业面临的技术风险
- (4) 行业面临的逆选择风险
- (5) 行业面临的产品风险
- (6) 行业面临的其它风险

##### 8.4.2 互联网保险行业风险防范对策

- (1) 制定标准
- (2) 科学规划
- (3) 强化管理
- (4) 注重建设
- (5) 完善法规

#### 8.5 互联网保险行业投资机会与建议

##### 8.5.1 互联网保险行业投资潜力评价

##### 8.5.2 互联网保险行业投资机会分析

##### 8.5.3 互联网保险行业投资建议

#### 图表目录：

图表1：互联网保险产品分类

图表2：互联网保险渠道的优势简介

图表3：传统保险渠道与互联网保险渠道比较

图表4：互联网保险产业链

图表5：互联网保险产业链环节 和主要参与公司

图表6：适合互联网渠道销售的产品一览

图表7：泰康微互助可以获取简单客户信息

图表8：银保渠道与网销渠道手续费比较

图表9：互联网改善保险产品的运作模式

图表10：2019年以来银保手续费率增长情况（单位：%）

图表11：国内互联网保险发展历程

图表12：客户的保险需求（单位：%）

图表13：互联网保险存在的问题简析

图表14：2015-2019年互联网保险相关监管法规

图表15：《互联网保险业务监管暂行办法（征求意见稿）》重要条款

图表16：2015-2019年中国GDP及其增长情况（单位：亿元，%）

图表17：2015-2019年中国城镇居民和农村居民收入变化情况（单位：元，%）

图表18：2015-2019年居民储蓄存款余额变化情况（单位：万亿元，%）

图表19：2015-2019年居民储蓄存款占各项人民币存款余额比重变化情况（单位：%）

图表20：建国以来我国居民消费经历的三次升级转型情况

图表21：2015-2019年银行间债券市场主要债券品种发行量变化情况（单位：亿元）

图表22：2015-2019年银行间市场成交量变化情况（单位：亿元）

图表23：2015-2019年记账式国债柜台交易情况（单位：亿元）

图表24：2015-2019年上证综合指数和深圳成份指数走势图（单位：点）

图表25：2015-2019年中国网民规模和互联网普及率（单位：万人，%）

图表26：2015-2019年中国网民年龄结构（单位：%）

图表27：美国经验表明年轻的、中等收入是目标客群（单位：%）

图表28：日本Life Net网销客群经验数据（单位：%）

图表29：2015-2019年中国网络购物网民数及使用率（单位：万人，%）

图表30：新时代网络购买者消费行为特征

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202003/156517.html>