

2024-2030年中国互联网保 险市场评估与行业竞争对手分析报告

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

《2024-2030年中国互联网保险市场评估与行业竞争对手分析报告》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/202403/448463.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国互联网保险市场评估与行业竞争对手分析报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。在一个客户需求主导趋势的经济时代，企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢的锁定并捕捉到它。那些成功的企业往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求!在互联网的浪潮下，近年来大批国内保险公司、保险中介纷纷触网。险企对互联网的争夺一发不可收拾，而这一变化对保险行业的颠覆也迅速体现在了保费成绩单中，行业排名格局已经悄然生变。在当前态势下，对于保险企业而言，必须将互联网纳入未来的发展战略中，而如何快速而有效地借力互联网进行业务扩展，在行业中脱颖而出，显得尤为迫切。这就要求企业密切关注行业最新动向，对他人经验进行总结、提炼，通过借鉴与升华，形成自身独特的竞争力。本报告利用长期对互联网保险行业市场跟踪搜集的一手市场数据，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。报告首先分析了国内互联网保险行业的发展环境，在此基础上对国内当前互联网保险行业的经营情况进行详细地分析，并对互联网财险与人身险各细分领域市场状况做出具体地描述。此后，深入剖析互联网保险行业的商业模式，并对每一种模式辅以案例阐述;接下来通过海外互联网保险领先企业与国内领先企业在经营战略上的深度分析，给企业经营商予以借鉴。最后，对互联网保险行业发展趋势做出审慎的预测，并给出性地投资建议。

报告目录：第1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 互联网保险必要性分析 1.2.1 销售渠道分析 1.2.2 政策规定分析 1.2.3 发展意义分析 (1) 增加新渠道 (2) 扩大客户群 (3) 降低产品费率 (4) 提供个性化的产品 1.3 中国互联网保险的过去与现状 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) 国民经济增长趋势分析 (2) 居民收入储蓄状况分析 (3) 居民消费状况分析 (4) 金融市场运行环境 1.4.3 互联网保险行业社会环境 (1) 网民规模分析 (2) 网购市场分析 (3) 消费需求分析 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) 互联网金融发展趋势 第2章：互联网保险行业经营情况分析 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 互联网保险渗透率分析 2.1.4 互联网保险渠道收入占比分析 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 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 互联网保险行业企业产品创新情况 (1) 渠道革新 (2) 产品革新 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 (1) 互联网人身险企业保费排名 (2) 互联网财产险企业保费排名 2.4.2 互联网保险企业持牌情况分析 (1) 保险公司持牌情况 (2) 保险中介机构持牌情况 2.4.3 互联网保险与传统保险的竞争 2.4.4 互联网保险行业议价能力分析 2.4.5 互联网保险行业潜在威胁分析 2.5 互联网保险发展对保险业格局的影响 2.5.1 互联网保险产销影响分析 2.5.2 互联网保险机会影响分析 2.5.3 互联网保险场景影响分析

第3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 互联网财险地区保费收入 3.1.5 互联网财险行业竞争格局 3.1.6 互联网财险细分渠道运营分析 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 (1) 获得车辆驾驶行为的数据 (2) 车险公司的配合 3.3 互联网非车险市场运营情况分析 3.3.1 互联网非车险行业基本面分析 3.3.2 互联网非车险市场痛点分析 (1) 过度依赖第三方平台 (2) 产品同质化严重 (3) 企业创新动力不足 (4) 风险防范能力薄弱 3.3.3 互联网非车险产品热销情况 3.3.4 互联网非车险行业竞争格局 3.3.5 互联网非车险产品销售模式 3.3.6 互联网非车险行业前景分析 (1) 销售渠道从保险公司走向第三方 (2) 技术发展迅猛 (3) 线上场景更加丰富 (4) 风险管理需求旺盛

第4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 互联网人身险发展概况 (1) 业务规模 (2) 企业规模 4.1.2 互联网人身险投保业务结构 4.1.3 互联网人身险行业竞争格局 4.1.4 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 互联网意外险产品竞争格局 4.2.4 互联网意外险营销模式创新 4.2.5 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 互联网健康险产品竞争格局 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 互联网寿险产品保费结构 4.4.5 互联网寿险产品创新方向 4.4.6 互联网寿险行业前景分析

第5章：互联网保险行业商业模式体系分析 5.1 模式一：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 (1) 官方网站直销模式含义 (2) 官方网站直销模式规模 5.1.2 自建官方网站需具备的条件 (1

) 充沛的现金流量 (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 自建官方网站模式经典案例 (1) 项目背景 (2) 项目展示 (3) 渠道价值 5.2 模式二：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) 小米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 模式三：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动态情况分析 5.3.4 兼业代理开展网络销售的制约因素 5.3.5 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 5.4 模式四：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 兼业代理开展网络销售的有利影响 5.4.3 保险专业中介机构开展网销准入门槛 5.4.4 保险专业中介机构垂直网站建设情况 5.4.5 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 5.4.6 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 模式五：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案例研究 5.5.3 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 5.5.4 专业互联网保险公司运营模式探索 第6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) 韩国互联网保险市场发展现状 (2) 韩国互联网保险市场概况 (3) 韩国互联网保险发展特点 (4) 韩国主要险企发展情况 6.1.6 港台地区 (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——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 6.3 国外互联网保险发展的经验启示 6.3.1 线上线下结合 6.3.2 多方互利共赢 6.3.3 提高服务品质 6.3.4 增加平台互动

6.3.5 拓展增值服务 第7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) 公司业务经营业绩 (4) 公司网销业务发展战略 (5) 公司网销业务发展规划 (6) 公司网销业务经营优劣势 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 (5) 公司网销业务发展规划 (6) 公司网销业务经营优劣势 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 (5) 公司网销业务发展规划 (6) 公司网销业务经营优劣势 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 7.1.7 泰康在线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 7.1.8 众安在线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 7.2 人身险公司网销经营战略及业绩 7.2.1 泰康人寿保险股份有限公司 (1) 公司基本情况 (2) 公司网销业务经营模式 (3) 公司业务经营业绩 (4) 公司网销业务发展战略 (5) 公司网销业务发展成就 (6) 公司网销业务发展规划 (7) 公司网销业务经营优劣势 7.2.2 中国人寿保险股份有限公司 (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 (5) 公司网销业务发展规划 (6) 公司网销业务经营优劣势 第8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 (1) 科技机遇 (2) 合作机遇 (3) 生态机遇 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 (1) 基于移动互联网的统一通信平台 (2) 基于移动互联网的财务与资产管理平台 (3) 基于移动互联网的企业培训平台 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 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 8.3 我国互联网保险的未来发展方向 8.3.1 持牌互联网保险公司将迎黄金发展期 8.3.2 互联网保险O2O生态圈初步成形 8.3.3 “互联网+相互保险”模式落地 8.3.4 “长尾客户”成重要消费群体 8.3.5 专业人员作用凸显 8.3.6 金融科技深度应用 8.4 发展互联网保险应具备的条件 8.4.1 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 8.4.2 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 8.5 互联网保险行业风险防范对策 8.5.1 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 8.5.2 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 8.6 互联网保险行业投资机会与建议 8.6.1 互联网保险行业投资潜力评价 8.6.2 互联网保险行业投资机会分析 8.6.3 互联网保险行业投资建议 (1) 创新模式的改变 (2) 大数据时代依托技术开发产品 (3) 互联网销售意识的转变 图表目录 图表1: 互联网保险产品分类(按传统保险产品划分) 图表2: 互联网保险产品分类(按服务类型划分) 图表3: 互联网保险渠道的优势简介 图表4: 传统保险渠道与互联网保险渠道比较 图表5: 互联网保险产业链 图表6: 互联网保险产业链环节和主要参与公司 图表7: 2012-2021年保险中介渠道占比保险总销售情况(单位:%) 图表8: 2021年各类保险中介渠道占比保险总销售情况(单位:%) 图表9: 适合互联网渠道销售的产品一览 图表10: 互联网改善保险产品的运作模式 图表11: 国内互联网保险发展历程 图表12: 互联网保险存在的问题简析 图表13: 截至2021年互联网保险相关监管法规 图表14: 2013-2021年中国GDP增长趋势分析(单位:亿元,%) 图表15: 2014-2021年全国居民人均可支配收入情况(单位:元) 图表16: 中国居民储蓄变化情况(单位:%) 图表17: 建国以来我国居民消费经历的三次升级转型情况 图表18: 2014-2021年我国网民规模及互联网普及率(单位:万人,%) 图表19: 2014-2021年我国手机网民规模及增长速度(单位:亿人,%) 图表20: 2013-2021年中国网络购物用户规模(单位:亿人) 图表21: 新时代网络购买者消费行为特征 图表22: 互联网金融发展与监管历程 图表23: 互联网金融合规与创新发展方向 图表24: 2013-2021年我国经营互联网保险业务的公司数量(单位:家) 图表25: 2013-2021年中国互联网保险规模及变化情况(单位:亿元,%) 图表26: 2013-2021年中国互联网保险渗透率(单位:%) 图表27: 2016-2021年中国互联网财产险第三方渠道保费收入及占比(单位:亿元,%) 图表28: 2016-2021年中国互联网人身险第三方渠道保费收入及占比(单位:亿元,%) 图表29: 互联网保险节约成本的作用 图表30: 2016-2021年众安在线财产保险股份有限公司经营利润统计表(单位:亿元)

详细请访问: <http://www.cction.com/report/202403/448463.html>