

2020-2026年中国互联网保 险市场深度研究与战略咨询报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2020-2026年中国互联网保险市场深度研究与战略咨询报告》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.chinairr.org/report/R13/R1301/202004/17-343728.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

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）互联网金融商业模式分析（3）互联网金融发展趋势

第2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2.4.2 互联网保险企业持牌情况分析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）政策环境良好（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（1）互联网人身险行业保费规模分析（2）互联网人身险行业承保件数分析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5.4 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 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 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——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7.1.2 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势

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7.2 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

7.2.3 平安人寿保险股份有限公司(1) 公司基本情况(2) 公司网销业务经营策略(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

7.2.4 中国太平洋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

7.2.5 太平人寿保险有限公司(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

7.3 专业中介代理机构网销经营战略及业绩

7.3.1 中民保险网(1) 公司基本情况(2) 公司网销业务经营情况(3) 公司网销业务发展战略(4) 公司网销业务经营优劣势

7.3.2 慧择保险网(1) 公司基本情况(2) 公司网销业务经营情况(3) 公司网销业务发展战略(4) 公司网销业务经营优劣势

7.3.3 新一站保险网(1) 公司基本情况(2) 公司网销业务经营情况(3) 公司网销业务发展战略(4) 公司网销业务经营优劣势

7.3.4 慧保网(1) 公司基本情况(2) 公司网销业务经营情况(3) 公司网销业务发展战略(4) 公司网销业务经营优劣势

7.3.5 大童网(1) 公司基本情况(2) 公司网销业务经营情况(3) 公司网销业务发展战略(4) 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

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6：2017-2019年9月保险中介渠道占比
保险总销售情况（单位：%）
图表7：适合互联网渠道销售的产品一览
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：国内互联网保险发展历程
图表11：客户的保险需求（单位：%）
图表12：互联网保险存在的问题简析
图表13：互联网保险相关监管法规
图表14：2017-2019年9月中国GDP增长趋势图（单位：万亿元，%）
图表15：2017-2019年9月全国居民人均可支配收入情况（单位：元）
图表16：2017-2019年9月中国居民储蓄变化情况（单位：万亿元，%）
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18：2017-2019年9月我国网民规模及互联网普及率（单位：万人，%）
图表19：2017-2019年9月我国手机网民规模及占有所有网民比例（单位：万人，%）
图表20：2017-2019年9月中国网络购物用户数（单位：亿人）
图表21：2017-2019年9月中国电子商务交易额增长趋势（单位：万亿元，%）
图表22：新时代网络购买者消费行为特征
图表23：2017-2019年中国第三方支付市场交易规模（单位：亿元，%）
图表24：2019年9月中国第三方支付互联网支付市场（单位：%）
图表25：第三方在线支付收费方式分析
图表26：支付网关模式分析
图表27：信用增强型支付模式分析
图表28：PayPal账户支付型模式分析
图表29：移动支付模式分析
图表30：2017-2019年9月我国经营互联网保险业务的公司数量（单位：家）

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1301/202004/17-343728.html>