

2017-2022年中国互联网+保险产业竞争现状及十三五投资动向研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国互联网+保险产业竞争现状及十三五投资动向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/baoxian/274865274865.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

互联网保险是新兴的一种以计算机互联网为媒介的保险营销模式，有别于传统的保险代理人营销模式。互联网保险是指保险公司或新型第三方保险网以互联网和电子商务技术为工具来支持保险销售的经营管理活动的经济行为。

作为一项新兴事物，互联网保险在我国发展的历史只有短短十几年时间。但在这十几年间，互联网正深刻影响着保险业的方方面面。

2011-2015年互联网保险分析

统计数据显示，目前我国共有50余家保险企业涉足互联网业务，2012年我国保险网销保费收入规模达到39.6亿元，较2011年增长123.8%。中国保险报业股份有限公司董事长赵健曾公开表示，2006年中国的网络保险市场规模还不足2亿，而2011年中国的网络保险已有着300多个亿的规模，年均增速超过200%。

2012-2014年互联网保险发展巨大

在保险业革新的道路上，专业模式将扮演更重要的角色。据麦肯锡发布的报告称，预计到2015年，中国的网民人数将从4亿多增加到7.5亿。IBM预测，到2020年，保险业电子自助渠道将从2005年的0.16%上升到10%。

互联网保险虽然保持着高速发展，但其在整个保险市场中所占的比重还很低，不足3%。这和欧美发达国家相比还有着巨大的差距，数据显示，2011年美国险保费收入中，网上直销份额将增至8%左右，美国车险保费收入中，网上直销业务将占到30%。美国独立保险人协会则预测，今后10年内，全球保险业务中将有近30%的商业险种和40%的个人险种交易通过互联网进行。

据预计，2016年中国保险电子商务市场在线保费收入规模将达到590.5亿，渗透率将达到2.6%，互联网保险销售正在迎来爆发期。

根据中国保险行业协会公布的数据，2015年上半年我国通过互联网渠道销售的保险累计保费收入816亿元，是上年同期的2.6倍，占行业总保费4.7%，这一收入已逼近去年互联网保险全年保费水平，对全行业保费增长的贡献率达到14%。不可否认的是，随着《互联网保险业务监管暂行办法》的下发，互联网保险逐渐崭露头角，在所有互联网金融的子行业中，成为最具发展前景的细分子行业。

传统保险定价模式是基于历史数据的静态精算模型，而互联网保险公司会更多基于大数据的动态精算模型，满足客户差异化的需求。传统的精算很难获得，只有通过行为数据，动态的精算，可以最低的价格服务于消费者。传统保险公司在用户行为数据上没有办法像互联网公司那么快掌握。这对整个保险行业来说其实是好事，保险市场空间非常大，有利于促进保险行业的互联网化。

电子商务发展金字塔

2005-2011年中国网民规模及增长率

中国报告网发布的《2017-2022年中国互联网+保险产业竞争现状及十三五投资动向研究报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

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
 - (一) 电子商务分类
 - (二) 电子商务功能
 - (三) 电子商务运营模式
- 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

第二章中国互联网环境下保险行业的机会与挑战

第一节2015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
- (三) 交流沟通现状分析
- (四) 网络娱乐应用分析

三、移动互联网发展状况

- (一) 移动互联网市场规模
- (二) 移动互联网流量情况
- (三) 移动互联网产业结构
- (四) 移动互联网主要特点

第二节互联网环境下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、保险业电子商务的机遇和挑战
- 三、互联网+保险进入“新常态”
- 四、电商成为传统企业发展突破口

第三节在大数据时代下的中国保险业发展思考

- 一、大数据技术对保险需求的影响
- 二、大数据技术对保险经营、定价的革新
- 三、中国保险业在大数据时代下的展望

第四节互联网金融背景下保险及其营销模式

- 一、中国互联网金融发展概况
- 二、互联网金融背景下的保险产品创新
- 三、与保险传统营销相比，互联网的优势
- 四、互联网发展给保险营销带来的变化
- 五、互联网背景下保险营销应对策略

第三章全球互联网保险行业

第一节全球互联网保险发展状况

- 一、全球互联网保险现状
- 二、互联网保险随Fintech大势蓬勃发展
- 三、全球互联网保险发展特点

第二节全球互联网保险商业模式

一、互联网保险商业模式

二、国外典型互联网保险公司

第三节全球互联网保险发展分析

一、美国互联网保险分析

二、欧洲互联网保险分析

三、日本互联网保险分析

第四章中国保险行业发展现状及前景分析

第一节中国保险行业发展现状分析

一、保险行业对外开放历程

二、保险行业发展现状分析

三、保险行业相关政策分析

四、保险行业主要企业分析

五、保险业发展面临的问题

六、保险行业市场规模分析

第二节中国保险各细分行业发展概况

一、财产保险市场运行分析

二、人身保险市场运行分析

三、人寿保险市场运行分析

四、健康保险市场运行分析

五、人身意外伤害险市场运行

第三节中国保险行业市场前景分析

一、中国保险行业发展机遇分析

（一）城镇化带来市场空间

（二）市场化带来政策红利

（三）老龄化带来市场需求

（四）保险意识的逐渐提升

二、中国保险行业市场规模预测

三、中国保险行业发展前景分析

四、中国保险行业发展趋势分析

五、保险行业信息化趋势日益明显

第五章中国保险行业市场规模与电商未来空间预测

第一节互联网保险业相关概括

一、互联网保险发展历程分析

二、互联网保险业参与者分析

三、互联网对保险业的变革分析

四、保险企业互联网创新排行榜

五、互联网保险大发展时机已成熟

第二节 保险电商市场规模与渗透率

一、互联网保险总体开展情况

二、互联网保险相关政策法规

三、互联网保险市场规模分析

四、保险电商渠道渗透率分析

五、互联网保险销售特征分析

第三节 保险电商行业盈利能力分析

一、保险电子商务发展有利因素

二、保险电子商务发展制约因素

三、保险电商行业经营成本分析

四、保险电商行业盈利模式分析

五、保险电商行业盈利水平分析

第四节 互联网保险消费者调研分析

一、互联网保险业结构情况

二、消费者对保险网销渠道调研

三、互联网保险用户性别年龄分析

四、互联网保险用户学历收入分析

第五节 互联网保险行业发展前景及趋势预测

一、互联网保险市场空间测算

二、互联网保险市场规模预测

三、互联网车险发展潜力巨大

四、互联网+大养老投资前景

五、互联网保险发展前景分析

六、互联网保险发展趋势分析

第六章 中国保险企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 保险企业转型电商构建分析

一、保险电子商务关键环节分析

(一) 电商网站建设

(二) 网站品牌建设及营销

(三) 服务体系

(四) 网站增值服务

二、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 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O2O发展模式

第三节 保险企业转型电商平台选择分析

一、 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、 借助第三方电商平台

(一) 保险电商平台概括

(二) 电商平台盈利模式

四、 保险中介平台模式分析

(一) 保险中介销售平台概括

(二) 保险中介销售平台优势

五、 众安在线平台模式分析

六、 保险企业电商平台选择策略

第七章 中国保险行业电子商务运营模式分析

第一节 保险电子商务B2B模式分析

一、 保险电子商务B2B市场概况

二、 保险电子商务B2B客户分析

三、 保险电子商务B2B发展趋势

第二节 保险电子商务B2C模式分析

一、 保险电子商务B2C市场概况

二、 保险电子商务B2C盈利模式

三、 保险电子商务B2C平台规划

第三节 保险电子商务O2O模式分析

一、 保险电子商务O2O市场概况

二、 保险电子商务O2O优势分析

三、 保险电子商务O2O营销模式

四、 保险电子商务O2O潜在风险

五、中国人寿电商O2O销售模式

第八章中国保险主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节国寿e家

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站经营业务分析
- 四、网站主要功能分析
- 五、网站发展策略分析

第二节淘宝保险

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站经营业务分析
- 四、网站经营情况分析
- 五、网站发展策略分析

第三节众安在线

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站经营业务分析
- 三、网站覆盖人群分析
- 四、网站经营情况分析
- 五、网站发展策略分析

第四节平安保险商城

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站经营业务分析
- 三、网站访问次数分析
- 四、网站发展策略分析

第五节生命人寿

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站经营情况分析
- 三、网站经营业务分析
- 四、网站发展策略分析

第六节泰康在线

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站经营业务分析
- 三、网站经营情况分析
- 四、网站发展策略分析

第七节中民保险网

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站经营业务分析
- 三、网站合作伙伴分析
- 四、网站发展策略分析

第九章保险企业进入互联网领域投资策略及前景分析

第一节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

第二节保险企业转型电商投资风险分析

- 一、安全风险
- 二、法律风险

第三节中国互联网保险发展趋势

- 一、互联网保险繁荣发展是大势所趋
- 二、互联网巨头寻“保”是流量变现和公司战略的内在诉求
- 三、寿险：短期理财贡献巨大，长期寿险触网困难
- 四、财险：贡献看车险，创新靠场景
- 五、在线比价、销售平台发展前景有限

图表目录:

图表12011-2015年中国电子商务交易规模统计

图表22011-2015年中国网民规模和互联网普及率

图表32015年中国内地分省网民规模及互联网普及率

图表42011-2015年中国手机网民规模及其占网民比例

图表52014-2015年中国网民性别结构

图表62014-2015年中国网民年龄结构

图表72014-2015年中国网民学历结构

图表82014-2015年中国网民职业结构

图表92014-2015年中国网民个人月收入结构

图表10典型社交应用使用率

图表112011-2015年中国移动互联网市场规模增长趋势图

图表122011-2015年中国移动互联网流量增长趋势图

图表132015年中国移动智能设备品牌占比情况

图表142015年Android平台移动智能设备机型TOP10

图表152015年iOS平台移动智能设备机型TOP10

图表162015年移动网络上网方式频度分布

图表172016年偏早期互联网保险风险投资领域

图表18海外互联网保险公司

图表19美国人口结构

图表20中国保险行业主要政策一览表

图表212011-2015年中国保险机构数量统计

图表222016年中国财产保险企业按保费收入排名情况

图表232016年中国人身保险企业按保费收入排名情况

图表242011-2016年中国保险业原保费收入统计

图表252011-2016年财产保险原保费收入统计

图表262011-2016年人身保险原保费收入统计

图表272011-2016年中国人寿保险原保费收入统计

图表282011-2016年中国健康保险原保费收入情况统计

图表292011-2016年中国人身意外伤害险原保费收入情况统计

图表302017-2022年中国保险业原保费收入预测趋势图

图表31中国保险公司互联网创新排行榜

图表322012-2016年中国互联网保险相关政策法规

图表332011-2015年中国互联网保险保费收入增长趋势图

图表342011-2015年中国互联网保险渗透率变化趋势图

图表352015年中国保险业机构图

图表36消费者对保险网销渠道的各种期望

图表37网上保险和网民整体性别分布对比

图表38网上保险和网民整体年龄分布对比

图表39网上保险和网民整体学历分布对比

图表40网上保险和网民整体收入水平分布对比

图表412017-2022年中国互联网保险渗透率预测趋势图

图表422017-2022年中国互联网保险保费收入预测趋势图

图表43中国互联网保险六大趋势

图表44电子商务B2C产业链示意图

图表45中国主要保险公司自建网络平台情况

图表46中国主要电商平台保险销售情况

图表47中国专业第三方保险销售网站基本介绍

图表482016年国寿e家用户总量指标统计

图表49国寿e家经营保险品种统计

图表502016年淘宝用户总量指标统计

图表51淘宝保险产品和险种类型

图表52众安在线财产保险股份有限公司股权结构图

图表53众安在线财产保险股份有限公司主要产品统计

图表542014-2015年众安在线保险业务收入按险种划分统计

图表552013-2015年众安在线偿付能力统计

图表562014-2015年生命人寿偿付能力统计

图表572015年生命人寿保险业务收入按产品划分统计

图表58中民保险网发展历程一览表

图表59中民保险网合作网站统计

(GYZX)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baoxian/274865274865.html>