

2018年中国互联网保险行业分析报告- 市场深度调研与发展趋势预测

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《2018年中国互联网保险行业分析报告-市场深度调研与发展趋势预测》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/346566346566.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

近年来，随着互联网技术的迅速发展、信息通信技术的进步和智能手机的普及，保险行业逐渐改变传统的发展方式，利用互联网开展业务、管理公司成为新的发展趋势。《2017年中国互联网保险研究报告》显示，2016年我国共有117家保险机构经营互联网保险业务，截至2017年上半年，又有12家保险中介机构开展经纪业务，这使得经营互联网保险业务的机构增至129家。互联网保险业务突破了上门销售的限制，降低了地域的制约，可以利用大数据、云计算等对客户的真实需求进行精准定位，是未来我国保险行业发展的一个趋势。

从政策层面看，国务院于2014年8月10日印发《关于加快发展现代保险服务业的若干意见》，支持保险机构积极运用移动互联网、区块链、大数据、人工智能、机器学习等新技术促进保险行业服务模式和销售渠道创新，为互联网保险的爆发式发展提供了新的契机。

一、互联网保险的概念、主要模式及行业特征

（一）互联网保险的界定及主要模式

1、互联网保险的界定

2015年7月26日中国保监会发布《互联网保险业务监管暂行办法》，对互联网保险的经营资质和行业发展进行了规定，并将保险机构依托互联网和移动通信等技术，通过自营网络平台、第三方网络平台等订立保险合同，提供保险服务的业务界定为互联网保险业务。此次界定放宽了互联网保险业务的范围，明确保险公司在具有相应内控管理能力且能满足客户服务需求的情况下，可将以下四类险种的互联网保险业务经营区域扩展至未设立分公司的省、自治区和直辖市：（1）人身意外伤害保险、定期寿险和普通型终身寿险；（2）投保人或被保险人为个人的家庭财产保险、责任保险、信用保险和保证保险；（3）能够独立、完整地通过互联网实现销售、承保和理赔全流程服务的财产保险业务；（4）中国保监会规定的其他险种。对互联网保险业务的明确界定，也意味着中国互联网保险行业正逐步走向规范。

2、互联网保险的主要模式

一般来讲，目前我国互联网保险的商业模式主要有以下五种：

（1）传统保险公司自营互联网保险业务。如今我国保险公司大多建立了自己的官方网站，可以进行有关保险咨询、产品购买、理赔等业务，截至2016年底，已有117家保险机构

经营互联网保险业务，并作为其补充销售渠道。

(2) 第三方电子商务平台。这类平台为交易双方提供信息服务，流程专业且相对独立，网络化程度较高，降低了销售成本，便于用户进行产品之间的对比，也有利于初入保险领域的从业机构快速完成初期客户的积累和品牌推广。

(3) 互联网保险公司。2013年，阿里巴巴、腾讯、携程等互联网企业联合平安保险发起成立了我国第一家专业的互联网保险公司---众安在线财产保险公司。互联网保险公司不设立分支机构，完全通过互联网进行销售和理赔服务，这有利于解决互联网保险发展过程中不同于传统行业的风险。随后，中国保监会又新批准了易安财险、泰康在线等互联网保险公司的筹建申请，因此，专业互联网保险公司的参与主体逐渐呈现多元化。

(4) 保险中介代理。该模式包括兼业代理模式和专业代理模式，是由具有经纪或代理牌照的中介机构建立网络销售平台，集合多家保险公司的产品和服务，打破保险公司的壁垒，方便客户进行筛选和比较，提供一站式保险服务。

(5) 网络互助保险。2016年6月，保监会批准人寿相互保险社、众惠财险相互保险社和汇友建工财产相互保险社的筹建，其账户资金来自按一定比例提取的保费收入及会员捐赠，向会员提供援助，这种保险在社会保障体系中起到重要的补充作用。

(二) 与传统保险相比互联网保险的优劣势分析

1、优势

(1) 产品场景化

在网络时代，保险产品碎片化是一个重要发展趋势，保险供给者通过在场景的互动中向客户提供风险管理服务，这有利于激发客户的风险规避需求。场景化保险的代表性产品有退货运费险、共享单车险等，结合特定场景，更加便捷、透明、低成本。随着大数据、区块链和人工智能技术的深入应用，社交、购物、理财等领域将出现更多场景，不断催生新的保险需求。

(2) 降低销售成本

传统渠道的保险佣金和人工费用不断攀升，降低了传统渠道的产品收益，而互联网保

险打破先前的销售渠道，将佣金直接转为客户收益，大大降低了管理成本和产品费率，提高了同一险种的年化收益率。另外，互联网保险公司将产品开发、核保、核赔等经营管理工作通过互联网开展，极大地减少了分支机构和经营网点的设立，降低了固定设备支出和经营成本。

（3）信息透明，便于互动

互联网保险具有直销特点。在保险产品销售过程中，客户由传统营销方式中的被动接受者转变为主动参与者，提高了买方与卖方的互动，有助于保险公司更好地了解客户的需求，开发有针对性的产品，进行精准营销。互联网保险大多是标准化的产品，条款清晰简单，信息公开透明，也便于客户与电子客服更有效的沟通。另外，互联网保险打破了消费者与卖方之间的信息不对称性，客户可以自主选择产品并在不同的平台在线比较，这使得销售渠道更透明、C2B成为现实。

（4）打破上门销售的限制

互联网保险可以超越时间和空间的限制进行买卖双方的信息交换，随时随地为客户提供24小时的全球性保险营销服务，并能深入到不同需求的人群，拓展业务客户。

2、劣势

（1）技术风险突出，客户独立操作有难度

互联网保险线上销售的模式，使得行业对互联网技术和计算机硬件系统的依赖程度上升，而互联网的开放性和计算机操作系统的漏洞会放大互联网保险在技术应用方面的风险，难以保障线上客户隐私信息与合法权益。另外，由于互联网保险载体的虚拟化，客户在购入相关保险产品时无需当面问询，这就需要客户在购入产品时自行了解承保条件等，无形中增加了独立操作的难度，在理赔过程中也使得发生纠纷的可能性提高。

（2）非标准化产品不易实现，产品同质化程度高

互联网保险的销售过程无需面对面问询，因此产品相对标准化，条款透明且简单易懂。新产品一经开发，会立刻被模仿和复制，使得产品同质化程度高。而条款复杂的非标准化产品在互联网载体中实现难度加大，销售和理赔过程易发生纠纷，互联网保险主体开发动力不足，使得产品种类受到局限，不利于互联网保险产品的创新。

二、我国互联网保险发展现状

（一）我国互联网保险发展历程

根据互联网保险的表现形态，我国互联网保险行业的发展历程可以总结为信息化阶段、渠道化阶段和公司化阶段。

1、信息化阶段

20世纪末，中国保险学会和北京维信投资顾问有限公司共同发起成立中国保险信息网；此外，新华人寿保险公司促成的国内第一份互联网保险单。这些标志着我国互联网和保险两个领域结合的开始，互联网保险正式进入信息化阶段。由于存在技术瓶颈，信息化阶段主要以企业门户网站的建立和咨询传播为主，互联网在保险行业中仍作为工具辅助销售。

2、渠道化阶段

随着互联网技术的蓬勃发展与电子商务的广泛应用以及对保险行业降低成本、提高效率的行业需求，互联网保险逐步进入渠道化阶段。传统保险中介渠道在提高保险公司的成本的同时，增加保险公司与客户的信息不对称，挤压公司的盈利空间。然而通过互联网向客户提供服务可以节省费用，改善经营效益，这为互联网保险进一步的发展创造了契机。因此，更多的保险公司开始通过自助服务平台等方式开展互联网保险业务，保险超市也随之诞生。

3、公司化阶段

随着保险产品需求的多元化，保险公司需要逐步实现业务转型，以客户为中心，并加速对保险需求的反应。大数据和移动互联技术的飞速发展结合保险公司运营降本增效的需求，促进了互联网保险公司化进程。在公司化进程中，专业的互联网保险公司以承保、理赔、运营线上化为依托，提高碎片化需求产品的研发能力和服务水平。互联网保险产业爆发出无限潜力，但也需要形成完善的体系。

（二）我国互联网保险行业发展情况

1、互联网保险保费收入增长放缓

互联网保险保费收入自2011年起逐年递增，起初的增长速度较为缓慢。2013年11月，国内首家互联网保险公司众安在线财产保险股份有限公司成立，互联网保险由此进入渠道创新和产品创新阶段，保费收入增长较快。2016年，我国互联网保费收入增至2347.97亿元，但增长速度有所下降。随着保险行业严监管的到来，我国互联网保险保费收入也面临一定的增长压力。银保监会公布的数据表明，2017年我国互联网保险保费收入1835.29亿元，同比下降21.83%，下降的原因主要与保险业业务结构调整有关：一是投资型业务大幅收缩，二是车险商车改促使线上销售渠道进一步受到影响，即通过互联网渠道销售的车险和投资型业务出现较大幅度下降。

图：2011-2017年我国互联网保险收入占比情况（单位：亿元）数据来源：公开数据整理

2、开展互联网保险业务的机构逐渐增加

中国银保监会披露的数据显示，2017年上半年有12家新保险中介机构获批开展互联网保险经纪业务，截至2017年6月，我国开展互联网保险业务的公司达129家。就行业发展趋势来看，我国开展互联网保险业务的机构家数在不断增加，而传统的保险公司大都通过自建网站或与第三方平台合作等模式开展互联网保险业务。

图：截至2017年6月我国经营互联网保险业务的机构数量（单位：家）

数据来源：公开数据整理

3、互联网保险市场参与主体种类逐渐丰富

除传统保险企业增设直销官网以外，随着政策的开放，我国互联网巨头纷纷布局互联网保险市场。2013年阿里、腾讯和中国平安联手设立了我国第一家互联网保险公司---众安在线，随后陆续有泰康在线、易安保险和安心保险三家专业的互联网保险公司开业。另外，京东设立京东互联网理财保险公司，百度合资组建百安保险，苏宁设立金诚保险，大型互联网电商设立互联网保险公司逐步成为推动互联网保险市场发展的重要力量。

此外，2015年9月保监会发布的《关于深化保险中介市场改革的意见》和同年10月份《互联网保险业务监督暂行监管办法》鼓励发展保险独立个人代理人，各类保险中介、保险代理公司也加入到互联网保险行业，利用各自平台流量优势，为客户提供保险产品和服务。因此，我国互联网保险市场的主要参与主体早已不限于传统保险企业的网络营销，而是呈现多元化发展态势。

4、互联网保费收入结构出现了巨变

2013年以前，我国互联网保险产品以财险为主，占比高达90.8%。自2013年以来，随着互联网车险保费收入的减少，互联网财险占比在不断下降，而人身险保费收入占比在不断上升。根据中国银保监会的最新统计数据，人身险保费收入在互联网保费中的占比达到73.7%，成为互联网保费收入的主要组成部分。

图：2013-2017年我国互联网人身险与财产险保费收入对比（单位：亿元）

数据来源：公开数据整理 从互联网财险的保费收入结构来看，互联网车险的保费贡献最大，但从2016年6月份商业车险费率改革后，互联网车险受到很大冲击，保费出现明显下降，2017年互联网车险保费收入为307.19亿元，同比下降23%；而非车险保费收入占比则从20.58%上升到37.75%，其重要性不断上升；在互联网人身险方面，业务结构在逐步优化。2017年互联网人寿保费收入在人身险保费收入中的占比为57.7%，。另外，年金保险也有较大幅度的增长。

5、对互联网保险的监管力度在加大

近年来我国陆续出台的政策文件显示，监管部门对互联网保险监管的重视程度逐步提高。2011年4月，《互联网保险业务监管规定（征求意见稿）》对互联网保险欺诈风险进行有效防范，保护被保险人和受益人的合法权益；2014年4月，《关于规范人身保险公司经营互联网保险有关问题的通知（征求意见稿）》对涉及经营互联网保险的人身保险公司设定了严格的操作规范。这些监管文件的出台，极大地促进了我国互联网保险的健康发展。

随后，2015年10月1日开始实施的《互联网保险业务监管暂行办法》（以下简称“办法”），是目前我国互联网保险的基础监管规范。其出发点是鼓励创新、防范风险和保护消费者权益，并从监管管理、信息披露、经营区域和经营条件等几个方面明确互联网保险行业的基本经营规则，该办法结合互联网保险的自身特性，细化现存规则并进行相应的延伸，为我国互联网保险行业的健康持续发展创造了良好的市场监管基础。

2016年10月，中国保监会联合中国人民银行等十四个部门联合印发了《互联网保险风险专项整治工作实施方案》（下文简称“方案”），该方案的整治工作重点包括保险机构依托互联网跨界开展业务、非法经营互联网保险业务、互联网高现金价值业务等。2016年11月，保监会发文表示，对于未取得从业资质的互联网企业以互助名义变相开展互联网保险业务，涉嫌违规向社会公众“承诺赔偿给付责任”，保监会持零容忍态度。互联网保险行业的监管规范接连出台，标志着监管部门加强了对我国互联网保险行业的监管。

此外，根据中国银保监会近日下发《2018年保险监管现场检查工作方案》的安排，监管机构计划分三个阶段对包括财险公司分支机构、人身险公司分支机构、法人机构评估、中介法人及分支机构、法人机构综合等5个现场检查，其中在2018年8-10月份的第三阶段，监管机构将开展法人机构综合检查，强调财会部的偿付能力数据真实性全面检查、风险综合评级全面检查，资金部的保险资金运用现场检查，这些检查都强化了对互联网保险的监管。

6、消费者投诉原因较为集中

随着互联网科技在保险行业的深度应用，涉及互联网保险的消费投诉逐渐增多。2017年保监系统共接收到互联网保险投诉4303件，较2016年同期增长63.05%，其中以非保险公司自营销售平台的投诉为主，占互联网保险消费投诉的88.8%。消费投诉反映的主要问题集中于销售告知不充分或有歧义、理赔条件不合理、拒赔理由不充分等。

7、互联网保险融资更加多元化、垂直化

互联网保险融资近年来逐渐走入投资者的视野，不仅获得投资的企业增加，投资金额也在不断加大。2015年共有26起互联网保险投资事件，相对往年有较大幅度的增长；2016年我国互联网保险领域共发生39起融资事件；2017年有所减少，共发生34起融资事件，融资金额超过10亿元。从获得投资的公司来看，呈现多元化、垂直化的特点，涵盖包括健康险、车险、代理人等领域，另外在垂直细分领域也有创新，如专注运动保险的运动保和专注理赔的和金在线等。

三、我国互联网保险行业发展中存在的主要问题

（一）行业方面

1、保险产品同质化严重，场景化开发深度不足

我国互联网保险的产品渗透率最高的主要为意外险、车险、理财险等标准化产品，具有费率低、易核保、条款简单等特点，方便线上销售。但保险产品的长期性和无形性为互联网保险的网上销售增加了风险，也不利于精算定价，这增加了互联网保险新产品的开发。因此客户常常面临不同公司和平台相似互联网保险产品的问题，当前互联网保险产品条款相似、费率接近，市场上有大量的同质化产品，无法满足客户的个性化需求。除此之外，对产品场景化的开发不够深入，由互联网经济活动场景衍生的保险需求仍有待挖掘。

2、数据垄断使得中小互联网保险公司缺乏竞争优势

大数据的运用是互联网保险发展的基础，由于我国保险行业没有完善公开的大数据平台，互联网保险主体需依靠自身的数据平台积累和收集数据，并利用数据和模型精准营销。互联网巨头如阿里、腾讯等公司牵头建立的互联网保险公司有着纯熟的互联网思维、强大的互联网信息技术和优秀的人才资源，同时利用流量优势和平台优势获取大量信息和获客渠道。相比之下，小型互联网保险公司无法获得被垄断的数据，在企业发展过程中容易形成瓶颈，缺乏竞争优势，不利于互联网保险行业主体多元化。

3、信息系统的安全性与可靠性无保障降低了客户的信任度

互联网保险对数据共享的需求较高，然而目前我国计算机技术水平相对落后，在兼容问题、容错能力等方面较易出现问题，由此引发的系统性安全风险，如黑客攻击、系统障碍等极易造成系统故障，泄露用户的隐私，给互联网保险产品的客户带来巨大损失。另外，全球范围内出现数据信息泄露事故的可能性和实际案件不断上升，以及互联网保险行业缺乏完善的信息保护机制，也都极大程度的降低了客户对互联网保险产品的安全性预期。

4、专业人员缺乏引发服务质量风险

由于保险产品业务模式和销售理念的创新，相关人才的引进和培训滞后，导致我国互联网保险专业经营人才缺乏，这使得经营主体在经营管理、网络技术、法律法规等方面不能适应互联网保险发展的要求。2017年保监系统接收到的互联网保险投诉中，销售渠道投诉占比突出，服务质量风险引发关注，其主要体现为从业人员不专业，没有及时告知客户除外责任等。因此，对精通互联网技术和保险专业知识的跨界人才的需求迫在眉睫。

（二）监管方面

1、相关法律法规不健全，纠纷解决机制匮乏

中国保监会陆续出台《互联网保险业务监管暂行办法》、《中国保监会关于弥补监管短板构建严密有效保险监管体系的通知》等监管文件，但从整体的法律环境看，互联网保险监管层面仍存在缺位现象，监管力度并没有跟上互联网保险发展的步伐，这也导致互联网保险业务纠纷问题不断出现，其中以跨地域投保纠纷、保险赔付电子化证据的法律效力等问题为主。虽然大额保险法律纠纷并不多，但为完善互联网保险监管机制，仍需建立针对解决互联网保险纠纷的平台，合规合理、快速高效地解决互联网保险法律纠纷问题。除纠纷解决机

制外，互联网保险缺乏专属的监管部门且监管机制同样不完善，对互联网保险的准入、运作、推出机制等仍不够成熟，监管主体的缺失增加了行业风险。

2、业务创新与对潜在风险的监管尚未平衡

目前我国互联网行业处于一个相对宽松的发展环境，创新速度快，新兴产品多，但鼓励创新环境和风险防范仍未找到一个恰当的平衡点。监管过于严格，不利于互联网保险业务的创新；但若是违背基本的保险原则和法规要求，一味追求创新，必将为互联网保险未来的健康发展带来隐患。

四、促进我国互联网保险行业稳健发展的建议

（一）优化产品设计，完善经营模式

优化互联网保险服务体系可考虑从以下两个方面进行。首先，要对产品进行适度创新。互联网保险的销售模式与传统保险行业有着很大区别，监管部门应鼓励互联网保险相关企业进行创新，通过差异化产品，为客户提供个性化的务。但与此同时，创新应在符合社会公众利益的前提下进行，要与社会发展相符合，创新需落到实处而非注重形式。其次，要对互联网保险产品的预期收益率进行精准计算。对预期收益率的准确估计关系到保险产品条款的设计和后期的理赔程序，也是保险资产投资方式与期限选择的基础。合理的预期收益率能够保证保险资产与负债在期限上的匹配，有利于保险公司兑现承诺，获得客户的信任。另外，互联网保险产品的销售与服务应形成一个完整的闭环，实现流程化，并加强线上线下服务的协同，这对用户提高对互联网保险的认可度大有益处。

（二）加快互联网保险相关法制建设，加强联合监管

完善互联网保险的法治体系要从多角度进行。首先，要适度完善《保险法》，增加互联网保险相关内容，使《保险法》能够作为互联网保险的基本法，为监管提供有力的法律依据。其次，，还要加快出台对互联网保险企业的运营资质审核、信用评级等方面的实施细则，并建立健全互联网保险网络安全和保费结算等方面的政策法规，规范业务运作并防范风险。第三，要加强联合监管，在政府部门建立互联网保险监管协调机制，加强信息交流，形成协同效应。政府部门也可与企业、行业等联合，进行多渠道监管，形成良好的监管氛围。

（三）建立互联网保险数据共享平台，防范安全性风险

互联网保险的发展基础是大数据，有效安全的保险数据共享平台不仅会增加客户的信任度，也能推动互联网保险行业发展。首先，银保监会等部门要尽快出台互联网保险数据信息安全管理相关法规，从制度上对互联网保险信息的安全问题作出明确规范。其次，加快建立完善的保险数据共享平台，在不侵犯个人信息安全的基础上，公开对行业发展有利的信息，便于精准营销。再次，要建立健全的客户信息安全机制，加强对保险从业人员的统一管理，加大审查力度，保护客户信息数据安全。目前，区块链技术的运用为互联网保险数据和信息平台的发展提供了新思路，区块链技术能够保障参与者信息不被他人窃取，也可以使参与者在完成交易的同时不受到其他信息的干扰。

（四）尽快完善保险信用体系，细化信息披露规则

目前我国还没有完全建立以市场为基础的信用服务体系，然而互联网保险这种以网络技术为载体的新兴商业模式，可能会增加道德风险和逆向选择的可能性，因此，完善互联网保险信用体系迫在眉睫。互联网保险行业应该引入第三方保险信用评级机构，利用互联网评级技术专业化的提供信用风险信息，提升参与主体对信用管理和风险控制意识和能力，提高信用审批的效率。另外，监管部门应定期跟踪评估保险机构的服务和信用等级，并建立起相应的信用奖罚机制。除此之外，保险信息的披露也至关重要。监管部门应监督互联网保险机构明确披露保险责任等条款，设立线上线下信息披露的公开标准，在防止销售误导的同时也利于监管的实施。

（五）加快培养互联网保险专业人才

互联网保险亟需培养一批年轻化、专业化的复合型人才，不仅拥有保险行业的专业知识，也要对互联网技术有较深入的了解。高校可开展分层次、分体系、分专业的适应性培养，提高保险业人才的精算、管理和营销能力，不断为互联网保险行业注入高质量的人力资源。第三方培训机构作为高校和企业之间的桥梁，可以将理论与实践结合，更适应互联网保险行业的人才需求。不仅如此，监管部门还需要加强监管队伍的建设，采取措施完善监管队伍的整体素质，加大对监管人员相关知识的培训和考核，明确职能分工，提高监管人员的工作效率。

（六）结合人工智能形成互联网保险价值链

目前我国互联网保险销售活动更多是单向的，产品结构相对简单，无法与客户进行及时的互动。基于大数据的人工智能技术可以与消费者实现互动，根据消费者的需求，及时完成投保、承保等保险流程，实现互联网保险的完整价值链。这不仅解决了互联网保险销售的

单向性问题，丰富网络销售产品的种类，也能就客户的询问、免责条款等进行介绍，减少人工成本并降低销售误导的可能性。另外，互联网保险行业可以结合生物识别、社会网络识别等多重手段交叉确认消费者的身份，不仅可以通过消费者亲自办理业务来提高时效性和服务质量，还能有效预防不法分子利用退保、账号变更等骗取保险公司和消费者钱财。在理赔方面，结合人工智能的理赔系统能够通过建立模型分析案件，对案件进行勘察和定损，减少人力资源成本。提高定损效率。人工智能的应用拓宽了互联网保险行业的发展道路，保险行业将进入全新的经营模式。

(GYWWJP)

观研天下发布的《2018年中国互联网保险行业分析报告-市场深度调研与发展趋势预测》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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国互联网保险行业发展概述

第一节 互联网保险行业发展情况概述

一、互联网保险行业相关定义

二、互联网保险行业基本情况介绍

三、互联网保险行业发展特点分析

第二节 中国互联网保险行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、互联网保险行业产业链条分析

三、中国互联网保险行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国互联网保险行业生命周期分析

一、互联网保险行业生命周期理论概述

二、互联网保险行业所属的生命周期分析

第四节 互联网保险行业经济指标分析

一、互联网保险行业的赢利性分析

二、互联网保险行业的经济周期分析

三、互联网保险行业附加值的提升空间分析

第五节 国内互联网保险行业进入壁垒分析

一、互联网保险行业资金壁垒分析

二、互联网保险行业技术壁垒分析

三、互联网保险行业人才壁垒分析

四、互联网保险行业品牌壁垒分析

五、互联网保险行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球互联网保险行业市场发展现状分析

第一节 全球互联网保险行业发展历程回顾

第二节 全球互联网保险行业市场区域分布情况

第三节 亚洲互联网保险行业地区市场分析

一、亚洲互联网保险行业市场现状分析

二、亚洲互联网保险行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲互联网保险行业市场前景分析

第四节 北美互联网保险行业地区市场分析

一、北美互联网保险行业市场现状分析

二、北美互联网保险行业市场规模与市场需求分析

三、北美互联网保险行业市场前景分析

第五节 欧盟互联网保险行业地区市场分析

- 一、欧盟互联网保险行业市场现状分析
- 二、欧盟互联网保险行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟互联网保险行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界互联网保险行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球互联网保险行业市场规模预测

第三章 中国互联网保险产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品互联网保险总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国互联网保险行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国互联网保险产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国互联网保险行业运行情况

第一节 中国互联网保险行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国互联网保险行业市场规模分析

第三节 中国互联网保险行业供应情况分析

第四节 中国互联网保险行业需求情况分析

第五节 中国互联网保险行业供需平衡分析

第六节 中国互联网保险行业发展趋势分析

第五章 中国互联网保险所属行业运行数据监测

第一节 中国互联网保险所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国互联网保险所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国互联网保险所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国互联网保险市场格局分析

第一节 中国互联网保险行业竞争现状分析

一、中国互联网保险行业竞争情况分析

二、中国互联网保险行业主要品牌分析

第二节 中国互联网保险行业集中度分析

一、中国互联网保险行业市场集中度分析

二、中国互联网保险行业企业集中度分析

第三节 中国互联网保险行业存在的问题

第四节 中国互联网保险行业解决问题的策略分析

第五节 中国互联网保险行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国互联网保险行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国互联网保险行业消费特点

第二节 中国互联网保险行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 互联网保险行业成本分析

第四节 互联网保险行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国互联网保险行业价格现状分析

第六节 中国互联网保险行业平均价格走势预测

- 一、中国互联网保险行业价格影响因素
- 二、中国互联网保险行业平均价格走势预测
- 三、中国互联网保险行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国互联网保险行业区域市场现状分析

第一节 中国互联网保险行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区互联网保险市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区互联网保险市场规模分析
- 四、华东地区互联网保险市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区互联网保险市场规模分析
- 四、华中地区互联网保险市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区互联网保险市场规模分析

第九章 2016-2018年中国互联网保险行业竞争情况

第一节 中国互联网保险行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国互联网保险行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国互联网保险行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 互联网保险行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第一节中国互联网保险行业未来发展前景分析

一、互联网保险行业国内投资环境分析

二、中国互联网保险行业市场机会分析

三、中国互联网保险行业投资增速预测

第二节中国互联网保险行业未来发展趋势预测

第三节中国互联网保险行业市场发展预测

一、中国互联网保险行业市场规模预测

二、中国互联网保险行业市场规模增速预测

三、中国互联网保险行业产值规模预测

四、中国互联网保险行业产值增速预测

五、中国互联网保险行业供需情况预测

第四节中国互联网保险行业盈利走势预测

一、中国互联网保险行业毛利润同比增速预测

二、中国互联网保险行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国互联网保险行业投资风险与营销分析

第一节 互联网保险行业投资风险分析

一、互联网保险行业政策风险分析

二、互联网保险行业技术风险分析

三、互联网保险行业竞争风险

四、互联网保险行业其他风险分析

第二节 互联网保险行业企业经营发展分析及建议

一、互联网保险行业经营模式

二、互联网保险行业销售模式

三、互联网保险行业创新方向

第三节 互联网保险行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国互联网保险行业发展策略及投资建议

第一节 中国互联网保险行业品牌战略分析

一、互联网保险企业品牌的重要性

二、互联网保险企业实施品牌战略的意义

三、互联网保险企业品牌的现状分析

四、互联网保险企业的品牌战略

五、互联网保险品牌战略管理的策略

第二节 中国互联网保险行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国互联网保险行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国互联网保险行业发展策略及投资建议

第一节 中国互联网保险行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国互联网保险行业定价策略分析

第三节 中国互联网保险行业营销渠道策略

一、互联网保险行业渠道选择策略

二、互联网保险行业营销策略

第四节 中国互联网保险行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国互联网保险行业重点投资区域分析

二、中国互联网保险行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baoxian/346566346566.html>