

2012-2016年中国汽车保险行业市场调查与未来前景预测研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2012-2016年中国汽车保险行业市场调查与未来前景预测研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/104673.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

汽车保险，即机动车辆保险，简称车险，是指对机动车辆由于自然灾害或意外事故所造成的人身伤亡或财产损失负赔偿责任的一种商业保险。汽车保险是财产保险的一种，在财产保险领域中，汽车保险属于一个相对年轻的险种，这是由于汽车保险是伴随着汽车的出现和普及而产生和发展的。同时，与现代机动车辆保险不同的是，在汽车保险的初期是以汽车的第三者责任险为主险的，并逐步扩展到车身的碰撞损失等风险。我国自1980年国内保险业务恢复以来，汽车保险业务已经取得了长足的进步，尤其是伴随着汽车进入百姓的日常生活，汽车保险正逐步成为与人们生活密切相关的经济活动，其重要性和社会性也正逐步突现，作用越加明显。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年中国汽车保险行业市场调查与未来前景预测研究报告》共十二章。首先介绍了汽车保险相关概述、中国汽车保险市场运行环境等，接着分析了中国汽车保险市场发展的现状，然后介绍了中国汽车保险重点区域市场运行形势。随后，报告对中国汽车保险重点企业经营状况分析，最后分析了中国汽车保险行业发展趋势与投资预测。您若想对汽车保险产业有个系统的了解或者想投资汽车保险行业，本报告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。

第一章 汽车保险行业概述

第一节 汽车保险的概念及起源发展

- 一、汽车保险的概念
- 二、汽车保险的起源发展
- 三、中国汽车保险的发展进程

第二节 汽车保险的分类、职能及作用

- 一、汽车保险的分类
- 二、汽车保险的职能
- 三、汽车保险的作用

第三节 汽车保险的要素、特征及原则

- 一、汽车保险的要素
- 二、汽车保险的特征
- 三、汽车保险的原则

第二章 世界汽车保险行业发展概况分析

第一节 2011-2012年世界汽车保险业概述及对中国的启示

一、世界汽车保险业概述

二、车险更充分体现了保险的补偿和保障功能

三、车险费率厘定因素众多而各国侧重不同

四、车险营销以代理为主以服务竞争

第二节 美国

一、美国的汽车保险制度

二、美国汽车保险简介

三、美国车险科学的费率厘定和多元化的销售方式

四、美国未婚低龄男性个人汽车险费率最高

五、美国强制车险制度设计与运作的几点启示

第三节 英国

一、英国是汽车保险业的发源地

二、英国汽车保险业发展成熟

三、英国汽车保险的特点

四、英国车险承保的分析及启示

第四节 德国

一、德国汽车保险市场的发展概况

二、德国汽车保险分等级

三、车险改革对德国车险市场的影响

四、德国机动车辆法定第三者责任保险简介

五、德国车险改革对中国的启示

第五节 日本

一、日本汽车保险制度

二、日本汽车保险市场变革分析

三、日本汽车保险风险细分

四、日本强制汽车第三者责任保险零利润

第六节 其他国家或地区

一、法国汽车保险业的社会管理功能突出

二、俄罗斯汽车保险市场总体水平还不高

三、韩国车险费率的自由化发展

第七节 2012-2016年世界汽车保险产业发展前景预测分析

第三章 中国汽车保险行业营运态势分析

第一节 2011-2012年中国汽车保险业的发展概况

一、发展汽车保险业对建设和谐社会意义重大

二、汽车保险已稳居中国产险业第一大险种

三、汽车保险业欲谋汽车产业链中主角地位

四、电话直销触发中国汽车保险市场新增长点

第二节 2011-2012年中国汽车保险市场发展局势分析

一、政策层面

二、经济层面

三、社会层面

四、技术层面

第三节 2011-2012年中国汽车保险市场信息不对称问题分析

一、中国汽车保险市场的信息不对称问题

二、健全BMS定价模式

三、行业联合与车险信息平台的共建

四、政府干预

第四节 2011-2012年中国车险市场的发展面临的问题及对策

一、价格大战削弱了行业盈利能力

二、渠道混乱增加了不必要的交易费

三、理赔漏洞大造成赔付成本过大

四、参与不足外资保险公司贡献小

五、中国车险市场健康发展对策

第五节 中国汽车保险业发展的五种思维

一、产业链思维

二、价值链思维

三、创新思维

四、共赢思维

五、责任思维

第四章 中国汽车保险产业链的分析

第一节 2011-2012年中国汽车保险产业链的发展概况

一、汽车保险产业链思维因势而起

二、构建和谐共赢的汽车保险产业链正逢其时

三、汽车保险产业链相关主体协同发展已成共识

四、人保财险先行一步打造汽车保险产业链

第二节 2011-2012年中国汽车保险产业链的发展存在的问题

一、缺乏专业化的分工协作机制

二、缺乏合理有效的利益分配机制

三、缺乏长效的协调合作机制

第三节 2011-2012年中国汽车保险产业链各主体间实现和谐发展的对策

- 一、坚持走科学发展的道路
- 二、树立合作共赢的理念
- 三、主体间的分工需要进一步深化
- 四、探索进行深层次的合作
- 五、建立科学合理的利益分配机制

第五章 中国机动车第三者责任强制保险分析

第一节 机动车第三者强制保险与机动车第三者责任险的根本区别

- 一、法律性质不同
- 二、法律功能不同
- 三、投保义务不同
- 四、经营目的不同
- 五、承担保险责任的条件不同
- 六、法律依据不同

第二节 机动车第三者责任强制保险的制度体系演变分析

- 一、机动车第三者责任强制保险的历史演变
- 二、道交法确立法定赔偿规则
- 三、实行商业化运营
- 四、实行强制缔约制度
- 五、确立保险人对第三人的保护义务
- 六、设立道路交通事故社会救助基金

第三节 机动车第三者责任强制保险的制度的出台及思考

- 一、《机动车交通事故责任强制保险条例》
- 二、《条例》出台的重大意义
- 三、《条例》名称演变的过程
- 四、《条例》存在的弊端思考

第四节 《机动车交通事故责任强制保险条例》剖析

- 一、《条例》鲜明的强制性特点
- 二、《条例》体现“奖优罚劣”
- 三、《条例》坚持社会效益原则
- 四、《条例》保障及时理赔
- 五、《条例》明确保障对象
- 六、《条例》实行无过错责任原则
- 七、《条例》关于救助基金制度
- 八、《条例》规定过渡期

第六章 中国汽车保险业企业运行格局分析

第一节 天平汽车保险股份有限公司

- 一、天平汽车保险开创车险市场先河
- 二、天平汽车保险公司信息化建设取得进展

第二节 盛大车险连锁

- 一、盛大车险连锁打造低价先锋
- 二、盛大车险连锁打造车险业“国美”模式

第三节 中国人民财产保险股份有限公司

- 一、中国人保财险领跑北京车险市场
- 二、中国人保财险乌鲁木齐车险营业部超常发展
- 三、中国人保财险车险业务谋变

第七章 中国汽车保险重点上市企业分析

第一节 中国太平洋保险（集团）股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节 中国平安保险（集团）股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第八章 中国汽车保险营销模式及中介组织发展分析

第一节 直接营销模式的特征及利弊分析

- 一、直接营销模式的概念
- 二、个人营销模式
- 三、电话营销模式
- 四、网络营销模式

第二节 间接营销模式的特征及利弊分析

- 一、专业保险代理人模式
- 二、保险兼业代理制度
- 三、银行代理及邮政代理模式

四、网上保险超市

五、其他营销方式

第三节 汽车保险市场与中介机构概述

一、汽车保险市场的地位

二、保险市场机制

三、市场营销的模式

四、保险中介

第四节 2011-2012年中国汽车保险中介组织发展状况分析

一、发展汽车保险中介组织的现实意义

二、中国汽车保险中介组织发展现状

三、中国汽车保险中介组织面临的问题

四、发达国家汽车保险中介组织发展借鉴

五、中国汽车保险中介组织发展对策建议

第九章 中国保险行业运行新形势分析

第一节 2011-2012年中国保险市场概述

一、中国保险市场对外开放的特点

二、中国保险业市场结构分析

三、保险市场交易成本分析

四、保险市场亮点分析

五、中国保险市场步入发展新阶段

第二节 2011-2012年中国保险市场面临的问题

一、中国保险市场发展壮大的困境

二、中国保险市场六大瓶颈

三、保险代理方的问题

第三节 2011-2012年中国保险市场发展思考

一、开发新险种刺激有效需求。

二、端正保险公司经营指导思想

三、健全保险公司内部控制机制。

四、拓宽保险资金运用的渠道提高保险公司的经济效益。

五、加强监管力度创造良好市场环境

六、逐步建立独立的保险监管机构和保险评估机构，加强保险行业自律

七、建立和发展保险代理公司，促进保险业的健康发展

第十章 中国汽车产业运行新形势分析

第一节 2011-2012年中国汽车工业运行综述

一、中国汽车产业的发展阶段及特点

二、中国已成为世界最主要的汽车大国之一

三、我国汽车产业国际化进程概述

四、中国汽车工业投资控股情况分析

五、中国汽车重点企业的五大发展模式

第二节 2011-2012年中国汽车行业存在的问题探讨

一、中国汽车行业正遭受外资“全产业链”布局

二、中国汽车行业品牌国际化发展不足

三、中国汽车行业管理亟需改进

四、国内汽车企业联合重组面临的困境

第三节 2011-2012年中国汽车行业的发展策略分析

一、中国汽车产能过剩问题的对策

二、中国汽车行业品牌国际化的对策

三、国内汽车产业应对成本上升的发展战略

四、中国汽车产业竞争力提升的组织关系策略

五、政府推动汽车工业可持续发展的战略措施

第十一章 2012-2016年中国汽车保险业投资与经营前景分析

第一节 2012-2016年中国汽车保险业投资环境分析

一、中国汽车工业发展预示汽车保险产业广阔空间

二、中国汽车保险行业投资政策环境分析

三、中国车险费率市场化政策环境有待完善

第二节 2011-2012年中国汽车保险市场投资动态

一、广汽集团挺进汽车保险市场

二、一汽五子公司合资设立专业汽车保险公司

三、瑞士再保险公司瞄准中国高风险汽车保险业务

四、上海汽车集团斥巨资进军汽车保险市场

第三节 保险公司进入汽车保险业应对汽车金融公司的战略分析

一、保险公司与汽车金融公司相比在汽车保险业务存在的优势

二、汽车金融公司作为汽车保险代理人具有强势谈判能力

三、未来汽车金融公司或成保险公司的竞争对手

四、保险公司应对汽车金融公司发展的战略对策

第四节 车险经营的现实矛盾分析

一、车险经营的社会效益与企业效益之间的矛盾

二、车险经营中规模与效益之间的矛盾

三、车险与非车险的结构性矛盾

四、车险经营的内部矛盾

第五节 汽车保险经营的精细化分析

- 一、汽车保险面临更为复杂的局面
- 二、汽车保险的精细化经营管理
- 三、严格规范汽车保险未决管理
- 四、汽车保险精细化经营创新

第十二章 2012-2016年中国汽车保险业的前景趋势分析

第一节 2012-2016年中国保险业的发展前景及趋势

- 一、中国保险市场仍有广阔的发展前景和潜力
- 二、中国保险业的发展重点及方向
- 三、差距是中国保险业未来发展的最大潜力
- 四、中国保险业未来三大走向分析

第二节 2012-2016年中国汽车保险业的发展前景及趋势

- 一、中国汽车保险业发展空间广阔
- 二、2012年中国车险保费将增至2000亿元
- 三、电话直销将成为未来车险业务的主流发展方向
- 四、网络销售将是车险市场消费的大趋势

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：中国太平洋保险（集团）股份有限公司主要经济指标走势图

图表：中国太平洋保险（集团）股份有限公司经营收入走势图

图表：中国太平洋保险（集团）股份有限公司盈利指标走势图

图表：中国太平洋保险（集团）股份有限公司负债情况图

图表：中国太平洋保险（集团）股份有限公司负债指标走势图

图表：中国太平洋保险（集团）股份有限公司运营能力指标走势图

图表：中国太平洋保险（集团）股份有限公司成长能力指标走势图

图表：中国平安保险股份有限公司主要经济指标走势图

图表：中国平安保险股份有限公司经营收入走势图

图表：中国平安保险股份有限公司盈利指标走势图

图表：中国平安保险股份有限公司负债情况图

图表：中国平安保险股份有限公司负债指标走势图

图表：中国平安保险股份有限公司运营能力指标走势图

图表：中国平安保险股份有限公司成长能力指标走势图

图表：略.....

通过《2012-2016年中国汽车保险行业市场调查与未来前景预测研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/104673.html>