

2019-2025年中国汽车保险行业竞争格局分析及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国汽车保险行业竞争格局分析及投资战略咨询报告》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/389115.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

机动车辆保险即汽车保险（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。

机动车辆保险即“车险”，是以机动车辆本身及其第三者责任等为保险标的一种运输工具保险。

其保险客户，主要是拥有各种机动交通工具的法人团体和个人；其保险标的，主要是各种类型的汽车，但也包括电车、电瓶车等专用车辆及摩托车等。

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。

报告目录:

第一章 中国汽车保险所属行业发展状况分析

1.1 国外汽车保险行业发展经验借鉴

1.1.1 美国汽车保险行业发展经验

1.1.2 德国汽车保险行业发展经验

（1）德国车险改革简介

（2）德国车险改革对我国的启示

1.1.3 加拿大汽车保险行业发展经验

1.2 中国汽车保险所属行业发展状况分析

1.2.1 中国汽车保险行业发展概况

（1）汽车保险业发展状况

（2）汽车保险业务比例

1.2.2 中国汽车保险行业发展特点

1.2.3 中国汽车保险行业经营情况

（1）汽车保险行业承保状况分析

1）车辆承保数量

2）保费规模分析

3）承保深度分析

（2）汽车保险行业理赔情况

1）车险赔付率分析

2）车险赔付支出规模

（3）汽车保险行业经营效益分析

（4）汽车保险行业区域分布

- 1) 财产保险保费收入
 - 2) 赔付支出区域分布
 - 1.3 汽车保险行业需求环境分析
 - 1.3.1 汽车市场发展状况分析
 - (1) 全球汽车市场发展状况
 - 1) 概述
 - 2) 美国
 - 3) 巴西
 - 4) 日本
 - 5) 德国
 - (2) 中国汽车产销情况分析
 - (3) 中国汽车保有量
 - 1.3.2 汽车保险需求现状分析
 - (1) 需求规模分析
 - 1) 经济因素
 - 2) 交通因素
 - 3) 风险因素
 - (2) 需求渠道分析
 - 1.3.3 汽车保险需求趋势分析
 - 1.4 中国汽车保险行业竞争状况分析
 - 1.4.1 汽车保险市场竞争情况分析
 - (1) 汽车保险竞争程度加剧
 - (2) 竞争方式创新
 - (3) 营销渠道多样化
 - (4) 市场集中度有所下降
 - 1.4.2 产业链视角下的车险竞争策略
 - (1) 汽车保险产业链构成分析
 - 1) 汽车保险产业链构成
 - 2) 汽车保险与上下游之间的关系
 - (2) 汽车保险产业链合作现状
 - (3) 产业链视角下的保险公司竞争策略
 - 1) 差异化竞争策略
 - 2) 规模化经验策略
 - 3) 资本化运作策略
- ## 第二章 中国汽车保险市场化及定价机制分析

2.1 中国车险费率市场化分析

2.1.1 车险费率市场化改革历程

2.1.2 亚洲车险费率市场化改革的经验

(1) 韩国车险费率市场化改革经验借鉴

1) 韩国车险费率市场化改革主要内容

2) 韩国车险费率市场化改革经验

(2) 日本车险费率市场化改革经验借鉴

1) 日本车险费率市场化改革

2) 日本车险费率市场化改革经验

2.1.3 车险费率市场化利弊分析

(1) 车险费率市场化的有利影响

1) 促进了车险市场的公平发展

2) 带动了车保需求

3) 无序竞争得到一定程度的缓解

4) 保障了被保险人的利益

(2) 车险费率市场化的不利影响

1) “两头难，中间紧”的现象更加突出

2) 道德风险进一步加大

2.1.4 车险费率市场化问题分析

2.1.5 车险费率市场化对策建议

2.1.6 中小车险公司的应对建议

2.2 中国汽车保险定价机制分析

2.2.1 中国车险定价发展现状分析

(1) 理论上车险定价

(2) 实践中车险定价

2.2.2 深圳车险定价改革试点解析

(1) 深圳车险定价改革目标

(2) 深圳车险定价改革路径分析

1) 试点方案实施步骤

2) 试点方案分类

3) 保险公司在深圳销售商业车险深圳专用产品

(3) 对其他城市的借鉴意义

(4) 深圳车险定价改革进展情况

1) 深圳车险试点方向

2) 深圳车险定价改革后行业经营情况

2.2.3 中国车险定价的合理性研究

- (1) 车辆损失险定价合理性分析
- (2) 第三责任险定价合理性分析
- (3) 交强险定价合理性分析

2.2.4 完善车险定价机制的建议

- (1) 促进市场的充分竞争
- (2) 提高精算水平
- (3) 加强信息披露
- (4) 进行具体调整

第三章 中国汽车保险行业细分市场分析

3.1 车辆损失险市场分析及前景

3.1.1 车辆损失险的定义

3.1.2 车辆损失险相关规定

- (1) 车辆损失险责任及免除
- (2) 车辆损失险保险金额的确定
- (3) 车辆损失险费率的确定

3.1.3 车辆损失险市场运营分析

- (1) 车辆损失险承保状况分析

1) 车辆承保数量

2) 保费收入规模

- (2) 车辆损失险赔付情况分析
- (3) 车辆损失险经济效益分析

3.1.4 车辆损失险市场前景

3.2 第三方责任险市场分析及前景

3.2.1 第三方责任险概述

- (1) 第三方责任险的定义
- (2) 与人身意外保险的区别

3.2.2 第三方责任险相关规定

- (1) 第三方责任险责任
- (2) 第三方责任险保费金额的确定

3.2.3 第三方责任险市场运营分析

- (1) 第三方责任险承保状况分析

1) 车辆承保数量

2) 保费收入规模

- (2) 第三方责任险赔付情况分析

(3) 第三方责任险经济效益分析

3.2.4 第三方责任险市场前景

3.3 交强险市场分析及前景

3.3.1 交强险概述

(1) 交强险的定义

(2) 交强险的特征

1) 强制性保险

2) 保障范围广

3) 费率全国统一

(3) 交强险运行成效

3.3.2 交强险相关规定

(1) 交强险责任规定

(2) 交强险保费金额的确定

3.3.3 交强险市场运营状况

(1) 交强险承保状况分析

1) 车辆承保数量

2) 保费收入规模

(2) 交强险赔付情况分析

1) 赔付率分析

2) 赔付支出规模

(3) 交强险经济效益分析

3.3.4 交强险市场趋前景

3.4 附加险市场分析及前景

3.4.1 附加险的概念及特征

(1) 概念

(2) 特征

3.4.2 附加险相关规定

(1) 附加险分类

(2) 附加险保费及费率

3.4.3 附加险市场现状分析

3.4.4 附加险市场前景

第四章 中国汽车保险行业营销模式分析

4.1 汽车保险营销模式分析

4.2 汽车保险直接营销模式分析

4.2.1 汽车保险柜台直接营销模式

- (1) 柜台直接营销模式的特征
- (2) 柜台直接营销模式优势分析
- (3) 柜台直接营销模式存在的问题
- (4) 柜台直接营销模式发展对策

4.2.2 汽车保险电话营销模式

- (1) 电话营销模式的特征
- (2) 电话营销模式发展现状
- 1) 车险市场电话营销发展规模
- 2) 电话营销监管情况
- (3) 电话营销模式优势分析
- (4) 电话营销模式存在的问题
- (5) 电话营销模式发展对策
- (6) 平安电话车险成功经验及启示

- 1) 平安电话车险成功的经验

- 2) 平安电话车险成功的启示

4.2.3 汽车保险网络营销模式

- (1) 网络营销模式的特征
- (2) 网络营销模式发展现状
- 1) 网络营销保险的方式
- 2) 网络营销发展规模
- (3) 网络营销模式优势分析
- (4) 网络营销模式存在的问题
- (5) 网络营销模式发展对策

4.3 汽车保险间接营销模式分析

4.3.1 专业代理模式

- (1) 专业代理模式的特征
- (2) 专业代理模式发展现状
- 1) 保险专业机构数量
- 2) 专业代理机构保费收入
- (3) 专业代理模式优势分析
- (4) 专业代理模式存在的问题
- (5) 专业代理模式发展对策

4.3.2 兼业代理模式

- (1) 兼业代理模式的特征
- (2) 兼业代理模式发展现状

1) 车险兼业代理机构发展数量

2) 车险兼业代理机构保费收入

(3) 兼业代理模式优势分析

(4) 兼业代理模式存在的问题

(5) 兼业代理模式发展对策

(6) 兼业代理模式发展动向

4.3.3 个人代理销售模式

(1) 个人代理模式的特征

(2) 个人代理模式发展现状

(3) 个人代理模式优势分析

(4) 个人代理模式存在的问题

(5) 个人代理模式发展对策

4.3.4 其他间接营销模式

(1) 产寿险交叉销售模式分析

1) 产寿险交叉销售模式介绍

2) 产寿险交叉销售模式优势

3) 产寿险交叉销售模式存在的问题

(2) 设立社区服务中心模式分析

第五章 中国汽车保险重点区域市场分析

5.1 北京市汽车保险行业发展分析

5.1.1 北京市经济发展现状分析

(1) 北京市GDP情况

(2) 北京市居民收入情况

5.1.2 北京市机动车辆保有量统计

5.1.3 北京市汽车保险市场发展状况

(1) 北京市财险市场概况

(2) 北京市车险保费收入

(3) 北京市车险赔付支出

5.2 上海市汽车保险行业发展分析

5.2.1 上海市经济发展现状分析

(1) 上海市GDP情况

(2) 上海市居民收入情况

5.2.2 上海市民用汽车保有量统计

5.2.3 上海市汽车保险市场发展状况

(1) 上海市财险市场概况

(2) 上海市车险保费收入

(3) 上海市车险赔付支出

5.3 江苏省汽车保险行业发展分析

5.3.1 江苏省经济发展现状分析

(1) 江苏省GDP情况

(2) 江苏省居民收入情况

5.3.2 江苏省民用汽车保有量统计

5.3.3 江苏省汽车保险市场发展状况

(1) 江苏省财险市场概况

(2) 江苏省车险保费收入

(3) 江苏省车险赔付支出

5.4 广东省汽车保险行业发展分析

5.4.1 广东省经济发展现状

(1) 广东省GDP情况

(2) 广东省居民收入情况

5.4.2 广东省民用汽车保有量统计

5.4.3 广东省汽车保险市场发展状况

(1) 广东省保险市场体系

(2) 广东省车险保费收入

(3) 广东省车险赔付支出

5.5 浙江省汽车保险行业发展分析

5.5.1 浙江省经济发展现状

(1) 浙江省GDP情况

(2) 浙江省居民收入情况

5.5.2 浙江省民用汽车保有量统计

5.5.3 浙江省汽车保险市场发展状况

(1) 浙江省财险市场概况

(2) 浙江省车险保费收入

(3) 浙江省车险赔付支出

5.6 山东省汽车保险行业发展分析

5.6.1 山东省经济发展现状

(1) 山东省GDP情况

(2) 山东省居民收入情况

5.6.2 山东省民用汽车保有量统计

5.6.3 山东省汽车保险市场发展状况

(1) 山东省财险市场概况

(2) 山东省车险保费收入

(3) 山东省车险赔付支出

第六章 中国汽车保险行业重点企业经营分析

6.1 汽车保险企业总体发展状况分析

6.1.1 汽车保险企业保费规模

6.1.2 汽车保险企业赔付支出

6.1.3 汽车保险企业利润总额

6.2 汽车保险行业领先企业个案分析

6.2.1 中国人民财产保险股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业人员规模及结构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业营销模式及渠道

(6) 企业经营状况优劣势分析

6.2.2 中国平安财产保险股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业人员规模及结构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业营销模式分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

6.2.3 中国太平洋财产保险股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业人员规模及结构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业营销模式分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

6.2.4 中华联合财产保险股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业人员规模及结构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业营销模式分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

6.2.5 中国大地财产保险股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业人员规模及结构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业营销模式分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

6.2.6 中国人寿财产保险股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业人员规模及结构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业营销模式分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

6.2.7 天安财产保险股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业人员规模及结构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业营销模式分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

6.2.8 永安财产保险股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业人员规模及结构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业营销模式分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

6.2.9 阳光财产保险股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业人员规模及结构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业营销模式分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

6.2.10 安邦财产保险股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业人员规模及结构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业营销模式分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

第七章 中国汽车保险行业发展趋势及前景分析 (AK LT)

7.1 汽车保险发展存在的问题及建议

7.1.1 汽车保险市场发展存在的问题分析

(1) 投保意识及投保心理问题

(2) 保险品种及保险费率单一问题

(3) 保险监管的问题

(4) 人才的匮乏问题

7.1.2 加强汽车保险市场建设的策略建议

(1) 提高保险技术, 推动产品创新

(2) 加强市场拓展, 拓宽营销渠道

(3) 建立科学的风险规避机制

(4) 加强汽车保险的市场营销创新

(5) 加快提升人员素质

7.2 汽车保险行业发展趋势分析

7.2.1 行业监管环境变化趋势分析

7.2.2 营销渠道模式发展趋势分析

7.2.3 车险险种结构变化趋势分析

7.2.4 客户群体结构变化趋势分析

7.2.5 企业竞争核心转向趋势分析

7.2.6 企业经营理念转变趋势分析

7.3 汽车保险行业发展前景预测

7.3.1 汽车保险行业相关因素前景预测

(1) 宏观经济预测

(2) 汽车销量预测

(3) 承保数量预测

7.3.2 汽车保险行业发展前景预测

7.4 汽车保险行业投资风险及防范

7.4.1 行业投资特性分析

（1）行业进入壁垒分析

1）政策壁垒

2）品牌壁垒

3）资源壁垒

4）规模经济壁垒

（2）行业经营特色分析

7.4.2 行业投资风险分析

（1）政策风险分析

（2）经营管理风险分析

7.4.3 行业风险防范措施建议

（1）规范经营是基础

（2）内控建设是保障

（3）优质服务是关键

（4）精细管理是支撑

图表目录:

图表 1：美国汽车保险行业经验借鉴

图表 2：美国车险费率影响因素

图表 3：德国汽车保险行业经验借鉴

图表 4：加拿大汽车保险行业经验借鉴

图表 5：2013-2018年我国汽车保险业务占财险业务的比例（单位：%）

图表 6：机动车辆保险市场营销的集中特点

图表 7：2013-2018年中国机动车承保数量及增长率（单位：亿辆，%）

图表 8：2013-2018年全国车险保费收入变化情况（单位：亿元，%）

图表 9：2013-2018年中国机动车辆交强险投保率变化情况（单位：%）

图表 10：2013-2018年我国机动车辆保险赔付率情况（单位：%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/389115.html>