



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国汽车保险行业 运行态势与投资前景分析报告

一、调研说明

《2010-2015年中国汽车保险行业运行态势与投资前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/147883.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

摘要

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。

随着改革开放形势的发展，社会经济和人民生活也发生了巨大的变化，机动车辆迅速普及和发展，机动车辆保险业务也随之得到了迅速发展。1983年将汽车保险改为机动车辆保险使其具有更广泛的适应性，在此后的近20年过程中，机动车辆保险在我国保险市场，尤其在财产保险市场中始终发挥着重要的作用。到1988年，汽车保险的保费收入超过了20亿元，占财产保险份额的37.6%，第一次超过了企业财产险(35.99%)。从此以后，汽车保险一直是财产保险的第一大险种，并保持高增长率，我国的汽车保险业务进入了高速发展的时期。

与此同时，机动车辆保险条款、费率以及管理也日趋完善，尤其是中国保监会的成立，进一步完善了机动车辆保险的条款，加大了对于费率、保险单证以及保险人经营活动的监管力度，加速建设并完善了机动车辆保险中介市场，对全面规范市场，促进机动车辆保险业务的发展起到了积极的作用。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家经济信息中心、全国商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国汽车保险行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区汽车保险市场的发展状况、汽车保险消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国汽车保险市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对汽车保险未来发展趋势进行了研判，是汽车保险生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前汽车保险行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考依据。

目录

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 2009-2010年世界汽车保险行业发展概况

第一节 2009-2010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 2010-2015年世界汽车保险产业发展前景预测分析

第三章 2009-2010年中国汽车保险行业营运态势解析

第一节 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010年中国汽车保险产业链的分析

第一节 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010年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、2006年《机动车交通事故责任强制保险条例》出台

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透析

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
- 四、2009年中国人保财险车险电话投保专用产品全面获批

第七章 2009-2010年中国汽车产业运行新形势透析

第一节 2009-2010年中国汽车工业运行概况

- 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、中国汽车工业投资控股情况分析
- 四、中国汽车重点企业的五大发展模式

第二节 2007-2009年中国汽车市场数据监测

- 一、2006-2009年中国汽车经济运行指标分析
- 二、汽车产业产销分析
- 三、京津地区汽车产业集群发展分析

第三节 2009年中国三大城市汽车保有量分析

- 一、2008年中国民用汽车保有量
- 二、各省民用汽车保有量分析
- 三、不同类型民用汽车保有量
- 四、2008年中国私人汽车保有量
- 五、各省私人汽车保有量分析
- 六、不同类型私人汽车保有量

第八章 2009-2010年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 2009-2010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 2009-2010年中国保险行业运行新形势透析

第一节 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010年中国汽车保险重点上市企业关键性数据分析

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、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析

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、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析

第十一章 2010-2015年中国汽车保险业投资与经营前景分析

第一节 2010-2015年中国汽车保险业投资环境

- 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 2009-2010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 2010-2015年中国汽车保险业的前景趋势分析

第一节 2010-2015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 2010-2015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：

- 图表：中国财产保险保费收入结构
- 图表：中国车险保费收入及赔付
- 图表：车险市场战略群组分析
- 图表：中国车险产业链结构
- 图表：我国汽车保险市场核保体系的差异化
- 图表：汽车保险理赔时点图
- 图表：汽车保险赔案状态过程图
- 图表：保险市场经营数据
- 图表：全国各地原保险保费收入情况表

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/147883.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。