



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国互联网保险市场发展现状及战略咨询报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国互联网保险市场发展现状及战略咨询报告》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/272513.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](mailto: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

互联网保险，指实现保险信息咨询、保险计划书设计、投保、交费、核保、承保、保单信息查询、保全变更、续期交费、理赔和给付等保险全过程的网络化。网络保险无论从概念、市场还是到经营范围，都有广阔的空间以待发展。

随着互联网的普及,网络保险逐渐盛行起来。由于保险产品线上线下营销成本差距大，产品单价比较便宜，故互联网产品可以迅速发展起来。 2015年中国互联网保险各险种用户购买率及网购渗透率

网络保险发展迅速，传统渠道仍是购买保险的主流。

数据显示，2015年，中国保险业收入17222亿元，其中电子商务市场在线保费收入规模达到了291亿元。互联网保险的低成本、服务的便捷性等优势，将给保险业带来巨大的冲击。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。

2015年，互联网保险规模约占原保险保费收入的1.7%，但年均202%的增长率较为可观，经过一段时间的消费者意识教育和市场培育之后，市场体量将大规模增长，市场主体也会有所增加。

相比银保，互联网保险的优势十分明显，操作更简便、成本更低、产品更接近、数据更丰富。但互联网保险可控性更差，可能面临的信誉风险、营销风险更高，在未形成规模效应之时，无序竞争、恶性竞争乃至各类没有底线的套现手法，因此在互联网保险行业的春天还没有到来之前，各保险企业需要建立规范的操作流程，做好准备，蓄势待发。

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家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1章：互联网保险行业发展背景分析

#### 1.1互联网保险概述

##### 1.1.1互联网保险定义

##### 1.1.2互联网保险分类

##### 1.1.3互联网保险渠道分析

## 1.2为什么保险需要互联网

### 1.2.1传统代理人渠道增长乏力

### 1.2.2银保渠道受限量价齐跌

### 1.2.3互联网保险发展的意义

(1) 拓展销售渠道

(2) 扩大客户群

(3) 降低产品费率

(4) 提供更有针对性的产品

(5) 提升与银行谈判的地位

## 1.3中国互联网保险的过去与现状

### 1.3.1互联网保险发展历程

### 1.3.2互联网保险主要模式与特征

(1) 互联网保险模式

(2) 互联网保险主要特征

### 1.3.3互联网保险存在的问题

## 1.4互联网保险行业发展环境分析

### 1.4.1互联网保险行业政策环境

### 1.4.2互联网保险行业经济环境

(1) 国民经济增长趋势

(2) 居民收入与储蓄状况

(3) 居民消费结构升级

(4) 金融市场运行环境

### 1.4.3互联网保险行业社会环境

(1) 网络普及带动网民增长

(2) 网购市场日益成熟

(3) 网络消费群体需求多样化

(4) 网民对保险业关注度提升

### 1.4.4互联网金融发展形势分析

(1) 互联网金融发展现状分析

(2) 互联网金融商业模式分析

(3) 互联网金融发展趋势

## 第2章：互联网保险行业经营数据分析

### 2.1互联网保险行业经营规模分析

#### 2.1.1经营互联网保险业务公司数量

#### 2.1.2互联网保险保费收入规模分析

#### 2.1.3互联网保险渠道收入占比分析

#### 2.1.4互联网保险投保客户数量分析

### 2.2互联网保险行业经营效益分析

#### 2.2.1互联网保险行业经营成本分析

#### 2.2.2互联网保险行业盈利能力分析

### 2.3互联网保险行业险种结构及创新

#### 2.3.1互联网保险行业险种结构特征

#### 2.3.2互联网保险行业产品主要类别

(1) 车险、意外险等条款简单的险种

(2) 投资理财型保险产品

(3) "众筹"类健康保险

(4) 众安在线"参聚险"

#### 2.3.3互联网保险行业产品创新情况

### 2.4互联网保险行业竞争分析

#### 2.4.1互联网保险企业保费排名

#### 2.4.2互联网保险与传统保险的竞争

#### 2.4.3中外资互联网保险企业的竞争

#### 2.4.4互联网保险行业议价能力分析

#### 2.4.5互联网保险行业潜威胁分析

### 2.5互联网保险发展对保险业格局的影响

#### 2.5.1保险网销给小企业带来机会

#### 2.5.2经营风格分化市场排名生变

## 第3章：互联网财险细分市场运营情况分析

### 3.1互联网财险行业运营数据分析

#### 3.1.1财产险行业基本面分析

#### 3.1.2互联网财险公司数量规模

#### 3.1.3互联网财险保费规模分析

- 3.1.4互联网财险投保客户数量
- 3.1.5互联网财险行业竞争格局
  - (1) 财险公司网站流量格局
  - (2) 财险公司独立访客数格局
  - (3) 财险公司保费收入排名
- 3.2互联网车险市场运营情况分析
  - 3.2.1车险行业基本面分析
  - 3.2.2车险行业销售渠道格局
  - 3.2.3互联网车险保费收入分析
  - 3.2.4互联网车险运营效益分析
  - 3.2.5互联网车险行业竞争格局
  - 3.2.6互联网车险行业创新动向
  - 3.2.7互联网车险行业前景分析#p#分页标题#e#
- 3.3互联网家财险市场运营情况分析
  - 3.3.1家财险行业基本面分析
  - 3.3.2互联网家财险市场渗透率
  - 3.3.3互联网家财险产品创新动向
  - 3.3.4互联网家财险营销模式创新
  - 3.3.5互联网家财险行业前景分析
- 3.4互联网货运险市场运营情况分析
  - 3.4.1货运险行业基本面分析
  - 3.4.2互联网货运险市场发展现状
  - 3.4.3互联网货运险运营效益分析
  - 3.4.4互联网货运险产品创新动向
  - 3.4.5互联网货运险营销模式创新
  - 3.4.6互联网货运险行业前景分析
- 3.5其它财险细分市场运营情况分析
  - 3.5.1互联网责任险市场运营情况
  - 3.5.2互联网保证险市场运营情况

#### 第4章：互联网人身险细分市场运营情况分析

- 4.1互联网人身险行业运营数据分析

4.2互联网意外险市场运营情况分析

4.3互联网健康险市场运营情况分析

4.4互联网寿险市场运营情况分析

## 第5章：互联网保险行业商业模式体系分析

5.1模式一：险企自建官方网站直销模式

5.1.1险企直销网站建设现状分析

5.1.2自建官方网站需具备的条件

(1) 资金充足

(2) 丰富的产品体系

(3) 运营和服务能力

5.1.3自建官方网站模式优劣势

5.1.4自建官方网站经营成效分析

5.1.5自建官方网站模式案例研究

(1) 人保财险官网直销

(2) 泰康在线

(3) 平安网上商城

5.2模式二：综合性电商平台模式

5.2.1综合性电商平台保险业务发展模式

5.2.2综合性电商平台保险业务开展情况

5.2.3综合性电商平台保险业务经营优劣势

5.2.4综合性电商平台保险业务经营情况

(1) 淘宝平台保险业务经营情况

(2) 苏宁平台保险业务经营情况

(3) 京东平台保险业务经营情况

(4) 网易平台保险业务经营情况

(5) 腾讯平台保险业务经营情况

5.2.5综合性电商平台模式存在的问题

5.3模式三：兼业代理机构网销模式

5.3.1保险兼业代理机构发展现状分析

5.3.2保险网络兼业代理机构主要类型

5.3.3保险网络兼业代理运营情况分析

5.3.4兼业代理开展网络销售的有利影响

5.3.5兼业代理开展网络销售的制约因素

5.3.6兼业代理机构网销业务经营情况

(1) 中国东方航空网站#p#分页标题#e#

(2) 携程旅行网

(3) 芒果网

(4) 翼华科技

(5) 工商银行官网

5.4模式四：专业中介代理机构网销模式

5.4.1保险专业中介机构发展现状分析

5.4.2保险专业中介机构开展网销准入门槛

5.4.3保险专业中介机构垂直网站建设情况

5.4.4保险专业中介代理模式存在的问题

(1) 产品单一

(2) 销售规模受到限制

(3) 运营模式有待创新

5.4.5保险专业中介代理模式案例研究

(1) 慧择保险网

(2) 中民保险网

(3) 新一站保险网

5.5模式五：专业互联网保险公司模式

5.5.1专业互联网保险公司建设现状

5.5.2专业互联网保险公司主要类型

(1) 产寿结合的综合性平台

(2) 专注财险或寿险的平台

(3) 纯互联网的"众安"模式

5.5.3专业互联网保险公司案例研究

(1) 众安在线

(2) 中国人寿电商

(3) 平安新渠道

(4) 新华电商

5.5.4专业互联网保险公司运营模式探索



## 第6章：海外互联网保险行业运营经验借鉴

### 6.1海外互联网保险市场发展分析

#### 6.1.1美国

- (1) 美国互联网保险市场现状
- (2) 美国互联网保险消费者特征
- (3) 美国移动互联网保险的发展
- (4) 美国互联网保险发展特点

#### 6.1.2英国

- (1) 英国互联网保险发展背景
- (2) 英国互联网保险发展模式与阶段
- (3) 英国互联网保险发展趋势

#### 6.1.3德国

- (1) 德国互联网保险法律体系
- (2) 德国互联网保险市场现状
- (3) 德国互联网保险模式创新

#### 6.1.4日本

- (1) 日本互联网保险市场发展现状
- (2) 日本互联网保险发展原因
- (3) 日本互联网保险发展特点

#### 6.1.5韩国

- (1) 韩国互联网车险市场概况
- (2) 韩国互联网寿险市场概况
- (3) 韩国互联网保险发展特点
- (4) 韩国主要险企网络销售情况

#### 6.1.6境外地区

- (1) 香港互联网保险市场概况
- (2) 台湾互联网保险市场概况

### 6.2海外不同类型互联网保险公司经验借鉴

#### 6.2.1寿险&mdash;&mdash;日本Lifenet#p#分页标题#e#

- (1) 公司基本情况
- (2) 公司互联网保险业务范畴

(3) 公司销售模式与策略分析

(4) 公司互联网保险经营业绩

(5) 公司经营成功因素总结

#### 6.2.2 财险——美国Allstate

(1) 公司基本情况

(2) 公司互联网保险业务范畴

(3) 公司互联网保险经营业绩

#### 6.2.3 比价公司——美国INSWEB

(1) 公司基本情况

(2) 公司互联网保险业务范畴

(3) 公司盈利模式与策略分析

(4) 公司运营模式优势分析

(5) 公司发展中的制约因素

#### 6.2.4 比价公司——英国MoneySuperMarket

(1) 公司基本情况

(2) 公司互联网保险业务范畴

(3) 公司销售模式与策略分析

(4) 公司互联网保险经营业绩

#### 6.3 国外互联网保险发展的经验启示

### 第7章：互联网保险领先企业经营战略及业绩

#### 7.1 财险公司网销经营战略及业绩

##### 7.1.1 中国人民财产保险股份有限公司

(1) 公司基本情况

(2) 公司网销业务经营模式

(3) 公司网销业务经营业绩

(4) 公司网销业务发展战略

(5) 公司网销业务发展规划

##### 7.1.2 中国平安财产保险股份有限公司

(1) 公司基本情况

(2) 公司网销业务经营模式

(3) 公司网销业务经营业绩

(4) 公司网销业务发展战略

(5) 公司网销业务发展规划

#### 7.1.3中国太平洋财产保险股份有限公司

(1) 公司基本情况

(2) 公司网销业务经营模式

(3) 公司网销业务经营业绩

(4) 公司网销业务发展战略

(5) 公司网销业务发展规划

#### 7.1.4阳光财产保险股份有限公司

(1) 公司基本情况

(2) 公司网销业务经营模式

(3) 公司网销业务经营业绩

(4) 公司网销业务发展战略

(5) 公司网销业务发展规划

#### 7.1.5美亚财产保险有限公司

(1) 公司基本情况

(2) 公司网销业务经营模式

(3) 公司网销业务经营业绩

(4) 公司网销业务发展战略

(5) 公司网销业务发展规划

#### 7.1.6中国大地财产保险股份有限公司

(1) 公司基本情况

(2) 公司网销业务经营模式#p#分页标题#e#

(3) 公司网销业务经营业绩

(4) 公司网销业务发展战略

(5) 公司网销业务发展规划

#### 7.2人身险公司网销经营战略及业绩

##### 7.2.1国华人寿保险股份有限公司

(1) 公司基本情况

(2) 公司网销业务经营模式

(3) 公司网销业务经营业绩

(4) 公司网销业务发展战略

(5) 公司网销业务发展规划

#### 7.2.2泰康人寿保险股份有限公司

(1) 公司基本情况

(2) 公司网销业务经营模式

(3) 公司网销业务经营业绩

(4) 公司网销业务发展战略

(5) 公司网销业务发展规划

#### 7.2.3招商信诺人寿保险有限公司

(1) 公司基本情况

(2) 公司网销业务经营模式

(3) 公司网销业务经营业绩

(4) 公司网销业务发展战略

(5) 公司网销业务发展规划

#### 7.2.4中国人寿保险股份有限公司

(1) 公司基本情况

(2) 公司网销业务经营模式

(3) 公司网销业务经营业绩

(4) 公司网销业务发展战略

(5) 公司网销业务发展规划

#### 7.2.5平安人寿保险股份有限公司

(1) 公司基本情况

(2) 公司网销业务经营模式

(3) 公司网销业务经营业绩

(4) 公司网销业务发展战略

(5) 公司网销业务发展规划

#### 7.2.6中国太平洋人寿保险股份有限公司

(1) 公司基本情况

(2) 公司网销业务经营模式

(3) 公司网销业务经营业绩

(4) 公司网销业务发展战略

(5) 公司网销业务发展规划

#### 7.2.7太平人寿保险有限公司

- (1) 公司基本情况
- (2) 公司网销业务经营模式
- (3) 公司网销业务经营业绩
- (4) 公司网销业务发展战略
- (5) 公司网销业务发展规划

### 7.3专业中介代理机构网销经营战略及业绩

#### 7.3.1中民保险网

#### 7.3.2慧择保险网

#### 7.3.3新一站保险网

#### 7.3.4慧保网

#### 7.3.5大童网

## 第8章：关于互联网保险行业发展趋势与投资建议

### 8.1移动互联网带来的机遇分析

#### 8.1.1移动互联网给行业带来的机遇

#### 8.1.2保险行业移动互联网应用探索

#### 8.1.3保险行业移动互联网应用方向#p#分页标题#e#

### 8.2互联网保险行业发展前景预测

#### 8.2.1互联网保险行业发展机遇分析

- (1) 网民规模不断不断扩大，网购市场加速发展
- (2) 中国电子商务市场环境日臻成熟
- (3) 法规环境逐步完善，扶持力度持续加大

#### 8.2.2互联网保险行业面临的威胁分析

#### 8.2.3互联网保险行业发展前景分析

- (1) 2016-2022年互联网保险保费规模预测
- (2) 2016-2022年互联网保险投保客户预测
- (3) 2016-2022年互联网保险经营效益情况分析

### 8.3发展互联网保险应具备的条件

#### 8.3.1能力要求

- (1) 应对海量数据冲击的能力
- (2) 鉴别客户身份的能力
- (3) 保护客户信息和业务数据的能力

(4) 建立低成本资金和扣款方式的能力

(5) 建立用户友好的服务体系的能力

### 8.3.2管理要求

(1) 在线产品设计的改变

(2) 运营体系的支撑

(3) 声誉管理，建立属于自己的品牌

(4) 打造7\*24小时在线客服系统

### 8.4互联网保险行业风险防范对策

#### 8.4.1互联网保险面临的风险分析

(1) 行业面临的系统风险

(2) 行业面临的管理风险

(3) 行业面临的技术风险

(4) 行业面临的逆选择风险

(5) 行业面临的产品风险

(6) 行业面临的其它风险

#### 8.4.2互联网保险行业风险防范对策

(1) 制定标准

(2) 科学规划

(3) 强化管理

(4) 注重建设

(5) 完善法规

### 8.5互联网保险行业投资机会与建议

#### 8.5.1互联网保险行业投资潜力评价

#### 8.5.2互联网保险行业投资机会分析

#### 8.5.3互联网保险行业投资建议

### 图表目录:

图表1：互联网保险产品分类

图表2：传统保险渠道与互联网保险渠道比较

图表3：适合互联网渠道销售的产品一览

图表4：泰康微互助可以获取简单客户信息

图表5：银保渠道与网销渠道手续费比较

图表6：互联网改善保险产品的运作模式

图表7：2010年以来银保手续费率增长情况（单位：%）

图表8：国内互联网保险发展历程

图表9：客户的保险需求（单位：%）

图表10：互联网保险相关监管法规

图表11：保监会主席重要讲话多次涉及互联网保险

图表12：2007-2015年GDP增长情况（单位：亿元，%）

图表13：2001-2014中国居民收入变化情况（单位：元）

图表14：2002-2015年中国居民储蓄存款变动情况（单位：亿元，%）#p#分页标题#e#

图表15：建国以来我国居民消费经历的三次升级转型情况

图表16：2015年1-6月中债综合指数走势（单位：元）

图表17：2015年中债综合指数走势（单位：元）

图表18：2014-2015年公开市场与回购利率

图表19：2012-2015年中国股票市场指数变化情况

图表20：2008-2015年中国网民规模和互联网普及率（单位：万人，%）

图表21：2015年中国网民年龄结构（单位：%）

图表22：美国经验表明年轻的、中等收入是目标客群（单位：%）

图表23：日本Lifenet网销客群经验数据（单位：%）

图表24：2012-2015年中国网络购物网民数及使用率（单位：万人，%）

图表25：新时代网络购买者消费行为特征

图表26：2012-2015年保险行业网民关注点变化（单位：%）

图表27：2015年Q3保险网民与全国网民年龄、性别对比（单位：%）

图表28：2015年主要第三方支付公司经营状况

图表29：第三方在线支付收费方式分析

图表30：支付网关模式分析

图表31：信用增强型支付模式分析

图表32：PayPal账户支付型模式分析

图表33：移动支付模式分析

图表34：2011-2015年我国经营互联网保险业务公司数量及增长率（单位：家，%）

图表35：2011-2015年中国互联网保险规模及变化情况（单位：亿元，%）

图表36：2011-2015年互联网保险渠道收入占比（单位：%）

图表37：2011-2015年互联网保险投保客户数量及变化趋势（单位：万人，%）

图表38：2009-2015年中国人民财产保险股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表39：2015年淘宝销售保险产品

图表40：2015年公司官网销售保险产品

图表41：众安在线"参聚险"开发新思路

图表42：互联网保险产品创新情况

图表43：2015年中国互联网保险规模保费前5名（单位：亿元）

图表44：互联网保险与传统保险竞争优劣势分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/272513.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](http://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。