2024-2029年中国互联网保险行业商业模式与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

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
1.1.4 互联网保险产业链分析
1.2 互联网保险必要性分析
1.2.1 销售渠道分析
1.2.2 政策规定分析
1.2.3 发展意义分析
（1）增加新渠道
（2）扩大客户群
（3）降低产品费率
（4）提供个性化的产品
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）国民经济增长趋势分析
（2）居民收入储蓄状况分析
（3）居民消费状况分析
（4）金融市场运行环境
1.4.3 互联网保险行业社会环境
（1）网民规模分析
（2）网购市场分析
（3）消费需求分析
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）互联网金融发展趋势前瞻
第2章：互联网保险行业经营情况分析
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 互联网保险渗透率分析
2.1.4 互联网保险渠道收入占比分析
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 互联网保险行业企业产品创新情况

（1）渠道革新
（2）产品革新
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
（1）互联网人身险企业保费排名
（2）互联网财产险企业保费排名
2.4.2 互联网保险企业持牌情况分析
（1）保险公司持牌情况
（2）保险中介机构持牌情况
2.4.3 互联网保险与传统保险的竞争
2.4.4 互联网保险行业议价能力分析
2.4.5 互联网保险行业潜在威胁分析
2.5 互联网保险发展对保险业格局的影响
2.5.1 互联网保险产销影响分析
2.5.2 互联网保险机会影响分析
2.5.3 互联网保险场景影响分析
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 互联网财险地区保费收入
3.1.5 互联网财险行业竞争格局
3.1.6 互联网财险细分渠道运营分析
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
（1）获得车辆驾驶行为的数据
（2）车险公司的配合
3.3 互联网非车险市场运营情况分析
3.3.1 互联网非车险行业基本面分析
3.3.2 互联网非车险市场痛点分析
（1）过度依赖第三方平台
（2）产品同质化严重
（3）企业创新动力不足
（4）风险防范能力薄弱
3.3.3 互联网非车险产品热销情况
3.3.4 互联网非车险行业竞争格局
3.3.5 互联网非车险产品销售模式
3.3.6 互联网非车险行业前景分析
（1）销售渠道从保险公司走向第三方
（2）技术发展迅猛
（3）线上场景更加丰富
（4）风险管理需求旺盛
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
4.1.1 互联网人身险发展概况
（1）业务规模
（2）企业规模
4.1.2 互联网人身险投保业务结构
4.1.3 互联网人身险行业竞争格局
4.1.4 互联网人身险细分平台运营分析
4.2 互联网意外险市场运营情况分析
4.2.1 意外险行业基本情况分析

4.2.2 互联网意外险市场渗透率
4.2.3 互联网意外险产品竞争格局
4.2.4 互联网意外险营销模式创新
4.2.5 互联网意外险行业前景分析
4.3 互联网健康险市场运营情况分析
4.3.1 健康险行业基本情况分析
4.3.2 互联网健康险市场渗透率
4.3.3 互联网健康险产品竞争格局
4.3.4 互联网健康险产品创新动向
4.3.5 互联网健康险营销模式创新
4.3.6 互联网健康险行业前景分析
4.4 互联网寿险市场运营情况分析
4.4.1 寿险行业基本情况分析
4.4.2 寿险行业竞争格局分析
4.4.3 互联网寿险市场渗透率
4.4.4 互联网寿险产品保费结构
4.4.5 互联网寿险产品创新方向
4.4.6 互联网寿险行业前景分析
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
（1）官方网站直销模式含义
（2）官方网站直销模式规模
5.1.2 自建官方网站需具备的条件
（1）充沛的现金流量
（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 自建官方网站模式经典案例
（1）项目背景
（2）项目展示
（3）渠道价值
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）小米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动态情况分析
5.3.4 兼业代理开展网络销售的制约因素
5.3.5 兼业代理机构网销业务经营情况
（1）中国东方航空网站
（2）携程旅行网
（3）芒果网
（4）翼华科技
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 兼业代理开展网络销售的有利影响
5.4.3 保险专业中介机构开展网销准入门槛
5.4.4 保险专业中介机构垂直网站建设情况
5.4.5 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
5.4.6 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案例研究
5.5.3 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
5.5.4 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）韩国互联网保险市场发展现状
（2）韩国互联网保险市场概况
（3）韩国互联网保险发展特点
（4）韩国主要险企发展情况
6.1.6 港台地区
（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——日本Life Net
（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——英国Money Super Market
（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
6.3 国外互联网保险发展的经验启示
6.3.1 线上线下结合

6.3.2 多方互利共赢
6.3.3 提高服务品质
6.3.4 增加平台互动
6.3.5 拓展增值服务
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
（6）公司网销业务经营优劣势
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
（6）公司网销业务经营优劣势
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
（6）公司网销业务经营优劣势
7.1.4 阳光财产保险股份有限公司
（1）公司基本情况
（2）公司网销业务经营情况分析
（3）公司网销业务发展战略
（4）公司网销业务经营优劣势
7.1.5 美亚财产保险有限公司
（1）公司基本情况
（2）公司网销业务经营情况分析
（3）公司网销业务发展战略
（4）公司网销业务经营优劣势
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）公司网销业务经营情况分析
（3）公司网销业务发展战略
（4）公司网销业务经营优劣势
7.1.7 泰康在线财产保险股份有限公司
（1）公司基本情况
（2）公司网销业务经营情况分析
（3）公司网销业务发展战略
（4）公司网销业务经营优劣势
7.1.8 众安在线财产保险股份有限公司
（1）公司基本情况
（2）公司网销业务经营情况分析
（3）公司网销业务发展战略
（4）公司网销业务经营优劣势
7.2 人身险公司网销经营战略及业绩
7.2.1 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）公司网销业务发展成就

（6）公司网销业务发展规划
（7）公司网销业务经营优劣势
7.2.2 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
（6）公司网销业务经营优劣势
7.2.3 平安人寿保险股份有限公司
（1）公司基本情况
（2）公司网销业务经营策略
（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
（6）公司网销业务经营优劣势
7.2.4 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
（6）公司网销业务经营优劣势
7.2.5 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
（6）公司网销业务经营优劣势
7.2.6 中国人民健康保险股份有限公司
（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
（6）公司网销业务经营优劣势
7.2.7 平安健康保险股份有限公司
（1）公司基本情况
（2）公司网销业务经营策略
（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
（6）公司网销业务经营优劣势
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
（1）公司基本情况
（2）公司网销业务经营情况
（3）公司网销业务发展战略
（4）公司网销业务经营优劣势
7.3.2 慧择保险网
（1）公司基本情况
（2）公司网销业务经营情况
（3）公司网销业务发展战略
（4）公司网销业务经营优劣势
7.3.3 新一站保险网
（1）公司基本情况
（2）公司网销业务经营情况
（3）公司网销业务发展战略

（4）公司网销业务经营优劣势
7.3.4 慧保网
（1）公司基本情况
（2）公司网销业务经营情况
（3）公司网销业务发展战略
（4）公司网销业务经营优劣势
7.3.5 大童网
（1）公司基本情况
（2）公司网销业务经营情况
（3）公司网销业务发展战略
（4）公司网销业务经营优劣势
第8章：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
（1）科技机遇
（2）合作机遇
（3）生态机遇
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
（1）基于移动互联网的统一通信平台
（2）基于移动互联网的财务与资产管理平台
（3）基于移动互联网的企业培训平台
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
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
8.3 我国互联网保险的未来发展方向
8.3.1 持牌互联网保险公司将迎黄金发展期
8.3.2 互联网保险O2O生态圈初步成形
8.3.3 “互联网+相互保险”模式落地
8.3.4 “长尾客户”成重要消费群体
8.3.5 专业人员作用凸显
8.3.6 金融科技深度应用
8.4 发展互联网保险应具备的条件
8.4.1 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
8.4.2 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
8.5 互联网保险行业风险防范对策
8.5.1 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
8.5.2 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
8.6 互联网保险行业投资机会与建议

8.6.1 互联网保险行业投资潜力评价
8.6.2 互联网保险行业投资机会分析
8.6.3 前瞻互联网保险行业投资建议
（1）创新模式的改变
（2）大数据时代依托技术开发产品
（3）互联网销售意识的转变

图表目录

图表1：互联网保险产品分类（按传统保险产品划分）
图表2：互联网保险产品分类（按服务类型划分）
图表3：互联网保险渠道的优势简介
图表4：传统保险渠道与互联网保险渠道比较
图表5：互联网保险产业链
图表6：互联网保险产业链环节和主要参与公司
图表7：2013-2022年保险中介渠道占比保险总销售情况（单位：%）
图表8：2022年各类保险中介渠道占比保险总销售情况（单位：%）
图表9：适合互联网渠道销售的产品一览
图表10：互联网改善保险产品的运作模式
图表11：国内互联网保险发展历程
图表12：互联网保险存在的问题简析
图表13：截至2022年互联网保险相关监管法规
图表14：2014-2022年中国GDP增长趋势分析（单位：亿元，%）
图表15：2015-2022年全国居民人均可支配收入情况（单位：元）
图表16：中国居民储蓄变化情况（单位：%）
图表17：建国以来我国居民消费经历的三次升级转型情况
图表18：2015-2022年我国网民规模及互联网普及率（单位：万人，%）
图表19：2015-2022年我国手机网民规模及增长速度（单位：亿人，%）
图表20：2014-2022年中国网络购物用户规模（单位：亿人）
图表21：新时代网络购买者消费行为特征
图表22：互联网金融发展与监管历程
图表23：互联网金融合规与创新发展方向
图表24：2014-2022年我国经营互联网保险业务的公司数量（单位：家）
图表25：2014-2022年中国互联网保险规模及变化情况（单位：亿元，%）
图表26：2014-2022年中国互联网保险渗透率（单位：%）
图表27：2017-2022年中国互联网财产险第三方渠道保费收入及占比（单位：亿元，%）
图表28：2017-2022年中国互联网人身险第三方渠道保费收入及占比（单位：亿元，%）
图表29：互联网保险节约成本的作用
图表30：2017-2022年众安在线财产保险股份有限公司经营利润统计表（单位：亿元）
图表31：2013-2022年互联网保险保费收入结构（单位：%）
图表32：众安在线“参聚险”开发新思路
图表33：我国常见的互联网保险渠道类型
图表34：2022年互联网人身保险规模保费前十名（单位：亿元）
图表35：2022年互联网财产保险规模保费前十名（单位：亿元）
图表36：可经营互联网保险业务的机构分类
图表37：部分互联网龙头企业保险牌照取得情况
图表38：互联网保险与传统保险竞争优劣势分析
图表39：2015-2022年全国财产保险费及增速（单位：亿元，%）
图表40：2016-2022年互联网财险业务参与主体数量（单位：家）
图表41：2015-2022年互联网财产保险费及增速（单位：亿元，%）
图表42：2017-2022年互联网财险保费规模情况（单位：亿元）
图表43：2022年互联网车险业务收入分地区排名TOP5（单位：亿元，%）
图表44：2022年互联网财产保险市场份额图（单位：%）
图表45：2022年互联网财产保险渠道结构（单位：%）
图表46：2015-2022年车险保费收入（单位：亿元）
图表47：中国车险行业销售渠道格局

图表48：2016-2022年互联网车险保费收入及占比（单位：亿元，%）
图表49：2022年互联网车险行业累计保费收入市场份额图（单位：%）
图表50：2016-2022年互联网非车险保费收入及占比（单位：亿元，%）
图表51：2022年互联网非车险市场份额图（单位：%）
图表52：2022年互联网非车险渠道分布（单位： %）
图表53：2015-2022年互联网人身险业务规模以及增速（单位：亿元，%）
图表54：2022年互联网人身险企业数量构成（单位：家）
图表55：2022年中、外资人身险公司互联网业务市场份额情况（单位：%）
图表56：2022年互联网人身险投保业务结构（单位：%）
图表57：2022年互联网人身险市场公司保费份额（单位：亿元，%）
图表58：2022年互联网人身险渠道结构（单位：亿元，%）
图表59：2015-2022年人身意外伤害险保费收入情况（单位：亿元）
图表60：2022年互联网意外险市场渗透率变化情况（单位：亿元，%）
图表61：互联网意外险产品市场情况（单位：%）
图表62：2015-2022年中国健康保险保费收入变化情况（单位：亿元，%）
图表63：2017-2022年互联网健康险市场渗透率变化情况（单位：亿元，%）
图表64：2022年互联网健康险产品保费规模占比情况（单位：%）
图表65：新华保险互联网健康险产品大数据营销示意图
图表66：2012-2022年我国寿险行业原保费收入规模情况（单位：亿元，%）
图表67：2022年国内前十位寿险公司市场份额（单位：%）
图表68：2022年互联网寿险市场渗透率情况（单位：亿元，%）
图表69：互联网寿险产品保费结构情况（单位：亿元，%）
图表70：2022年主要保险中介机构互联网寿险产品销售情况（单位：件）
图表71：国内主要保险公司自建网络销售平台和运营情况
图表72：自建官网模式的优劣势分析
图表73：众安在线官网调整内容
图表74：众安在线官网导航改版示意图
图表75：众安在线官网导航改版示意图
图表76：众安在线改版后页面总览
图表77：众安在线官网改版后一个月渠道数据（单位：%）
图表78：众安在线官网改版后大项活动渠道数据（单位：%）
图表79：国内主要电商平台与保险公司合作情况
图表80：综合性电商平台模式的优劣势分析
图表81：保险网络兼业代理机构主要类型简介
图表82：兼业代理开展网络销售的风险
图表83：兼业代理开展网络销售的优势
图表84：互联网保险业务开展条件
图表85：专业第三方保险代理平台简介
图表86：众安在线的股东优势
图表87：2022年众安在线经营情况（单位：亿元）
图表88：2018-2022年美国保险业从业人员、保险费收入变化情况（单位：万人，亿美元）
图表89：不同年龄使用互联网购买人寿保险消费者占比（单位：%）
图表90：不同收入使用互联网购买人寿保险消费者占比（单位：%）
图表91：美国网销保险消费人群分类
图表92：美国移动保险业务发展面临的挑战
图表93：美国互联网保险发展特点
图表94：英国保险市场分析
图表95：英国B2C互联网保险发展阶段简析
图表96：日本互联网保险发展特点汇总
图表97：2018-2022年香港保险业务变化情况（单位：亿港元，%）
图表98：香港互联网保险市场发展概况
图表99：2018-2022年台湾保险业务变化情况（单位：亿新台币，%）
图表100：台湾互联网保险市场发展概况
图表101：日本Life Net生命保险株式营销策略
图表102：日本Life Net经营方针
图表103：美国好事达保险公司互联网保险业务范畴
图表104：2018-2022年好事达保险公司经营状况（单位：亿美元）
图表105：2018-2022年好事达保险公司保费收入（单位：亿美元，%）
图表106：英国Money Super Market保险业务范围

图表107：国外互联网保险发展的经验启示
图表108：InsWeb经验启示
图表109：完善第三方网络保险平台的发展短板措施
图表110：中国人民财产保险股份有限公司基本资料
图表111：中国人民财产保险股份有限公司网销经营模式
图表112：2017-2022年中国人民财产保险股份有限公司保险业务收入情况（单位：亿元，%）
图表113：2022年中国人民财产保险股份有限公司互联网财产保险业务收入（单位：亿元，%）
图表114：2017-2022年中国人民财产保险股份有限公司赔付支出情况（单位：亿元，%）
图表115：2017-2022年中国人民财产保险股份有限公司经营利润统计表（单位：亿元）
图表116：中国人民财产保险股份有限公司网销业务发展规划简析
图表117：中国人民财产保险股份有限公司经营优劣势
图表118：中国平安财产保险股份有限公司基本资料
图表119：2017-2022年中国平安财产保险股份有限公司保险业务收入情况（单位：亿元，%）
图表120：2018-2022年中国平安财产保险股份有限公司主要产品保费收入统计表（单位：亿元）
略····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！