

# 2020-2026年中国互联网+ 保险行业分析与市场调查预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国互联网+保险行业分析与市场调查预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202009/188702.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

互联网保险是指通过互联网技术和移动通信技术订立保险合同、提供保险服务的相关业务。业界一般认为涉及投保、承保、核保、保全和理赔等经营管理活动，主要分为在线销售、在线营销和信息服务三个部分。

随着电子商务平台的兴起，互联网市场迎来了新一轮的发展热潮，互联网保险作为一种便捷的投保渠道进入人们视野，与传统保险渠道对比来看，互联网保险具有产品场景化、降低销售成本、信息透明、便于互动、打破上门销售的限制等优势。

从互联网保险保费收入结构来看，人身险保费占据了绝大的优势，自2015年以来，互联网人身险保费收入占总收入50%以上;在2017年保险行业严监管政策下，行业整体处于优化产品结构、突出“保险姓保”的行业功能定位中，因此行业整体增速放缓，自然互联网业务也趋于放缓。从近几年互联网人身险保费收入趋势来看，人身险市场持续低迷，一年半过去了，依然呈现负增长态势。截止2019年上半年，互联网保险人身险保费收入为852.7亿元，同比下降15.61%。2013-2018年上半年我国互联网保险人身险保费收入统计及增长情况2013-2018年上半年中国互联网人身险业务规模及变化走势

中企顾问网发布的《2020-2026年中国互联网+保险行业分析与市场调查预测报告》共八章。首先介绍了中国互联网+保险行业市场发展环境、互联网+保险整体运行态势等，接着分析了中国互联网+保险行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+保险市场竞争格局。随后，报告对互联网+保险做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+保险行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+保险产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+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。

报告目录：

第一章电子商务与“互联网+”

第一节电子商务发展分析

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

#### 四、电子商务支撑环境

#### 五、电子商务基本模式

##### （一）电子商务分类

##### （二）电子商务功能

##### （三）电子商务运营模式

#### 六、电子商务规模分析

#### 第二节“互联网+”的相关概述

##### 一、“互联网+”的提出

##### 二、“互联网+”的内涵

##### 三、“互联网+”的发展

##### 四、“互联网+”的评价

##### 五、“互联网+”的趋势

### 第二章中国互联网环境下保险所属行业的机会与挑战

#### 第一节中国互联网环境分析

##### 一、网民基本情况分析

##### （一）总体网民规模分析

##### （二）分省网民规模分析

##### （三）手机网民规模分析

##### （四）网民属性结构分析

##### 二、网民互联网应用状况

##### （一）信息获取情况分析

##### （二）商务交易发展情况

##### （三）交流沟通现状分析

##### （四）网络娱乐应用分析

##### 三、移动互联网发展状况

##### （一）移动互联网市场规模

##### （二）移动互联网流量情况

##### （三）移动互联网产业结构

##### （四）移动互联网主要特点

#### 第二节互联网环境下保险行业的机会与挑战

##### 一、互联网时代行业大环境的变化

- 二、保险业电子商务的机遇和挑战
  - 三、互联网+保险进入“新常态”
  - 四、互联网助力企业开拓电商市场
  - 五、电商成为传统企业发展突破口
- 第三节在大数据时代下的中国保险业发展思考
- 一、大数据技术对保险需求的影响
  - 二、大数据技术对保险经营、定价的革新
  - 三、中国保险业在大数据时代下的展望
- 第四节互联网金融背景下保险及其营销模式
- 一、中国互联网金融发展概况
  - 二、互联网金融背景下的保险产品创新
  - 三、与保险传统营销相比，互联网的优势
  - 四、互联网发展给保险营销带来的变化
  - 五、互联网背景下保险营销应对策略

### 第三章中国保险所属行业发展现状及前景分析

- 第一节中国保险行业发展现状分析
- 一、保险行业对外开放历程
  - 二、保险行业发展现状分析
  - 三、保险行业相关政策分析
  - 四、保险行业主要企业分析
  - 五、保险业发展面临的问题
  - 六、保险行业市场规模分析
- 第二节中国保险各细分行业发展概况
- 一、财产保险市场运行分析
  - 二、人身保险市场运行分析
  - 三、人寿保险市场运行分析
  - 四、健康保险市场运行分析
  - 五、人身意外伤害险市场运行
- 第三节中国保险行业市场前景分析
- 一、中国保险行业发展机遇分析
    - (一) 城镇化带来市场空间

(二) 市场化带来政策红利

(三) 老龄化带来市场需求

(四) 保险意识的逐渐提升

二、中国保险行业市场规模预测

三、中国保险行业发展前景分析

四、中国保险行业发展趋势分析

五、保险行业信息化趋势日益明显

## 第四章中国保险所属行业市场规模与电商未来空间预测

### 第一节互联网保险业相关概括

一、互联网保险发展历程分析

二、互联网保险业参与者分析

三、互联网对保险业的变革分析

四、保险企业互联网创新排行榜

五、互联网保险大发展时机已成熟

### 第二节保险电商市场规模与渗透率

2012-2016年我国互联网保险保费收入整体上呈现上涨趋势，但是增长速度逐渐放缓。2012年我国互联网保险保费收入仅仅为110.7亿元，2014年我国互联网保险保费收入已达859亿元，同比增长169.8%。到了2016年我国互联网保险保费收入增长至2347亿元，同比增长5.1%。2017年我国互联网保险保费收入却下降至1875.27亿元，同比下降20.1%。截止至2019年上半年我国互联网保险保费收入达到了1097.9亿元。2012-2018年上半年我国互联网保险保费收入统计及增长情况

一、互联网保险总体开展情况

二、互联网保险相关政策法规

三、互联网保险市场规模分析

四、保险电商渠道渗透率分析

五、互联网保险销售特征分析

### 第三节保险电商行业盈利能力分析

一、保险电子商务发展有利因素

二、保险电子商务发展制约因素

三、保险电商行业经营成本分析

四、保险电商行业盈利模式分析

## 五、保险电商行业盈利水平分析

### 第四节互联网保险广告投放及消费者调研分析

#### 一、互联网保险业广告投放情况

#### 二、消费者对保险网销渠道调研

#### 三、互联网保险用户性别年龄分析

#### 四、互联网保险用户学历收入分析

### 第五节互联网保险行业发展前景及趋势预测

#### 一、互联网保险市场空间测算

#### 二、互联网保险市场规模预测

#### 三、互联网车险发展潜力巨大

#### 四、互联网+大养老投资前景

#### 五、互联网保险发展前景分析

#### 六、互联网保险发展趋势分析

## 第五章中国保险企业互联网战略体系构建及平台选择

### 第一节保险企业转型电商构建分析

#### 一、保险电子商务关键环节分析

##### （一）电商网站建设

##### （二）网站品牌建设及营销

##### （三）服务体系

##### （四）网站增值服务

#### 二、保险企业电子商务网站构建

##### （一）网站域名申请

##### （二）网站运行模式

##### （三）网站开发规划

##### （四）网站需求规划

### 第二节保险企业转型电商发展途径

#### 一、电商B2B发展模式

#### 二、电商B2C发展模式

#### 三、电商O2O发展模式

### 第三节保险企业转型电商平台选择分析

#### 一、保险企业电商建设模式

## 二、自建商城网店平台

### (一) 自建商城概况分析

### (二) 自建商城优势分析

## 三、借助第三方电商平台

### (一) 保险电商平台概括

### (二) 电商平台盈利模式

## 四、保险中介平台模式分析

### (一) 保险中介销售平台概括

### (二) 保险中介销售平台优势

## 五、众安在线平台模式分析

## 六、保险企业电商平台选择策略

## 第六章中国保险行业电子商务运营模式分析

### 第一节 保险电子商务B2B模式分析

#### 一、保险电子商务B2B市场概况

#### 二、保险电子商务B2B客户分析

#### 三、保险电子商务B2B发展趋势

### 第二节 保险电子商务B2C模式分析

#### 一、保险电子商务B2C市场概况

#### 二、保险电子商务B2C盈利模式

#### 三、保险电子商务B2C平台规划

### 第三节 保险电子商务O2O模式分析

#### 一、保险电子商务O2O市场概况

#### 二、保险电子商务O2O优势分析

#### 三、保险电子商务O2O营销模式

#### 四、保险电子商务O2O潜在风险

#### 五、中国人寿电商O2O销售模式

## 第七章中国保险主流网站平台比较及企业入驻选择

### 第一节 国寿e家

#### 一、网站发展基本概述

#### 二、网站用户特征分析

三、网站经营业务分析

四、网站主要功能分析

五、网站发展策略分析

## 第二节 淘宝保险

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站经营业务分析

四、网站经营情况分析

五、网站发展策略分析

## 第三节 众安在线

一、网站发展基本概述

二、网站经营业务分析

三、网站覆盖人群分析

四、网站经营情况分析

五、网站发展策略分析

## 第四节 平安保险商城

一、网站发展基本概述

二、网站经营业务分析

三、网站访问次数分析

四、网站发展策略分析

## 第五节 生命人寿

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站经营业务分析

四、网站发展策略分析

## 第六节 泰康在线

一、网站发展基本概述

二、网站经营业务分析

三、网站经营情况分析

四、网站发展策略分析

## 第七节 中民保险网

一、网站发展基本概述

- 二、网站经营业务分析
- 三、网站合作伙伴分析
- 四、网站发展策略分析

## 第八章保险企业进入互联网领域投资策略及风险分析（）

### 第一节保险企业电子商务市场投资要素

- 一、企业自身发展阶段的认知分析
- 二、企业开展电子商务目标的确定
- 三、企业电子商务发展的认知确定
- 四、企业转型电子商务的困境分析

### 第二节保险企业转型电商投资风险分析

- 一、安全风险
- 二、法律风险
- 三、技术风险
- 四、道德风险

### 第三节保险企业电商发展策略分析（）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202009/188702.html>