

# 2016-2022年中国互联网保险产业竞争现状调研及 十三五投资规划研究报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国互联网保险产业竞争现状调研及十三五投资规划研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/baoxian/241796241796.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

中国报告网发布的《2016-2022年中国互联网保险产业竞争现状调研及十三五投资规划研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

### 第一章：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 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

## 第二章：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 互联网保险渗透率分析

#### 2.1.4 互联网保险渠道收入占比分析

#### 2.1.5 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
- 第三章：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) 互联网金融公司用户迁徙
      - (4) 财险公司保费收入排名
      - (5) 互联网财险市场集中度
      - (6) 互联网财险市场竞争格局
    - 3.1.6 互联网财险细分平台运营分析
      - (1) 总体情况
      - (2) 自主网站业务情况
      - (3) 第三方平台业务情况
  - 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
  - 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

## 第四章：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 互联网人身险公司数量规模

### 4.1.2 互联网人身险保费规模分析

### 4.1.3 互联网人身险投保客户数量

### 4.1.4 互联网人身险投保业务结构

### 4.1.5 互联网人身险行业竞争格局

#### (1) 人身险公司网站流量格局

#### (2) 人身险公司独立访客数格局

#### (3) 互联网人身险市场竞争格局

### 4.1.6 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 互联网意外险行业竞争格局

### 4.2.4 互联网意外险产品创新动向

### 4.2.5 互联网意外险营销模式创新

### 4.2.6 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 互联网健康险行业竞争格局

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 理财类寿险网销情况分析

4.4.5 互联网寿险行业竞争格局

4.4.6 互联网寿险产品创新方向

4.4.7 互联网寿险行业前景分析

第五章：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) 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
- (6) 主要第三方网站合作运营状况分析

#### 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
- (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

### 第六章：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——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——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
- (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

## 第七章：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

##### 1) 网销产品策略

##### 2) 网销运营管理策略

##### 3) 网销服务策略

##### 4) 网销业务拓展策略

##### (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
- 1) 网销产品策略
- 2) 网销业务支付方式
- (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
  - 1) 网销产品策略
  - 2) 网销风险管理策略
  - 3) 网销业务支付方式
  - (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
  - 1) 网销产品策略
  - 2) 网销营销渠道策略
  - 3) 网销业务服务策略
  - 4) 网销业务支付方式
  - (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
  - 1) 网销产品策略
  - 2) 网销营销渠道策略
  - 3) 网销业务支付方式
  - (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
  - 1) 网销产品策略
  - 2) 网销服务策略
  - 3) 网销业务支付方式
  - (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 国华人寿保险股份有限公司
- (1) 公司基本情况
  - (2) 公司网销业务战略定位
  - (3) 公司网销业务经营业绩
  - (4) 公司网销业务发展战略
  - 1) 网销产品策略
  - 2) 网销经营策略
  - 3) 网销业务支付方式
  - 4) 网销服务策略
  - (5) 公司网销业务发展规划
  - (6) 公司网销业务经营优劣势
- ### 7.2.2 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
  - 1) 网销产品策略
  - 2) 网销营销渠道策略
  - 3) 网销服务平台建设情况
  - (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
- ### 7.2.3 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

1) 网销产品策略

2) 网销营销渠道策略

3) 网销业务支付方式

(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

1) 网销产品策略

2) 网销营销渠道策略

3) 网销服务策略

4) 网销业务支付方式

(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 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

1) 网销业务模式

2) 网销产品策略

3) 网销业务支付方式

(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

1) 网销产品策略

2) 网销营销渠道策略

3) 网销第三方合作模式

4) 网销业务支付方式

(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 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

1) 网销产品策略

2) 网销营销渠道策略

3) 公司互联网战略

4) 网销业务支付方式

(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

1) 网销产品策略

2) 网销营销渠道策略

3) 网销服务策略

4) 网销业务支付方式

(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

1) 网销产品策略

2) 网销营销渠道策略

3) 网销服务策略

4) 网销业务支付方式

(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

- 1) 网销产品策略
- 2) 网销营销渠道策略
- 3) 网销服务策略
- 4) 网销业务支付方式

### (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

- 1) 网销产品策略
- 2) 网销营销渠道策略
- 3) 网销服务策略
- 4) 网销业务支付方式

### (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

- 1) 网销产品策略
- 2) 网销营销渠道策略
- 3) 网销服务策略
- 4) 网销业务支付方式

### (4) 公司网销业务经营优劣势

## 第八章：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

#### 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

- (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) 2015-2020年互联网保险保费规模预测
  - (2) 2015-2020年互联网保险投保客户预测
  - (3) 2015-2020年互联网保险经营效益情况分析
- 8.3 我国互联网保险的未来发展方向
  - 8.3.1 移动互联网保险将成为新的业务增长点
  - 8.3.2 “按需定制、全产业链”模式将成为主导
  - 8.3.3 “学习型营销”、“境式营销”将替代“攻势型营销”
  - 8.3.4 保险门槛降低，保险产品趋于“碎片化”
- 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

(5) 完善法规

## 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 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：互联网保险渠道的优势简介

图表3：传统保险渠道与互联网保险渠道比较

图表4：互联网保险产业链

图表5：互联网保险产业链环节和主要参与公司

图表6：适合互联网渠道销售的产品一览

图表7：泰康微互助可以获取简单客户信息

图表8：银保渠道与网销渠道手续费比较

图表9：互联网改善保险产品的运作模式

图表10：2010年以来银保手续费率增长情况（单位：%）

图表11：国内互联网保险发展历程

图表12：客户的保险需求（单位：%）

图表13：互联网保险存在的问题简析

图表14：互联网保险相关监管法规

图表15：《互联网保险业务监管暂行办法（征求意见稿）》重要条款

图表16：2010-2015年中国GDP及其增长情况（单位：亿元，%）

图表17：2010-2015年中国城镇居民和农村居民收入变化情况（单位：元，%）

图表18：居民储蓄存款余额变化情况（单位：万亿元，%）

图表19：居民储蓄存款占各项人民币存款余额比重变化情况（单位：%）

图表20：建国以来我国居民消费经历的三次升级转型情况

图表21：银行间债券市场主要债券品种发行量变化情况（单位：亿元）

图表22：2015年国内各类债券统计表（单位：亿元）

图表23：银行间市场成交量变化情况（单位：亿元）

图表24：记账式国债柜台交易情况（单位：亿元）

图表25：上证综合指数和深圳成份指数走势图（单位：点）

图表26：股票市场统计表（单位：亿元，百万股，家）

图表27：2014.10.23-2015.10.21上证综合指数（单位：点）

图表28：2015年股票市场统计表（单位：亿元，百万股，家）

图表29：2010-2015年中国网民规模和互联网普及率（单位：万人，%）

图表30：2010-2015年中国手机上网网民规模及占整体网民比例（单位：万人，%）

图表31：中国网民年龄结构（单位：%）

图表32：美国经验表明年轻的、中等收入是目标客群（单位：%）

图表33：日本Life Net网销客群经验数据（单位：%）

图表34：2014-2015年中国网络购物网民数及使用率（单位：万人，%）

图表35：2014-2015年中国网上支付用户数及使用率（单位：万人，%）

图表36：新时代网络购买者消费行为特征

图表37：保险行业网民关注点变化（单位：%）

图表38：保险网民与全国网民年龄、性别对比（单位：%）

图表39：2010-2015年中国第三方互联网支付交易规模（单位：亿元，%）

图表40：中国第三方互联网支付交易规模市场份额（单位：%）

图表41：2010-2015年我国网络借贷运营平台数量（单位：家）

图表42：2015年各月我国网络借贷运营平台数量（单位：家）

图表43：2015年各地区我国网络借贷运营平台数量（单位：家）

图表44：2015年各背景网贷平台数量（单位：家）

图表45：2015年各月问题平台数量（单位：家）

图表46：2015年各省问题平台发生率（单位：家，%）

图表47：2015年问题平台事件类型（单位：%）

图表48：2011-2015年我国网络借贷成交金额情况（单位：亿元）

图表49：2015年各月我国网络借贷成交金额情况（单位：亿元）

图表50：2015年各月我国各省市网络借贷成交金额情况（单位：亿元）

图表51：2015年各月网贷贷款余额（单位：亿元）

图表52：2015年主要省份网贷贷款余额（单位：亿元）

图表53：网贷综合收益率走低的原因简析

图表54：2012-2015年网络借贷各年综合收益率变化趋势图（单位：%）

图表55：各综合收益率区间的平台数量分布（单位：%）

图表56：2015年各综合收益率区间的平台数量分布（单位：%）

图表57：2015年各省市综合收益率（单位：%）

图表58：2015年各月借款期限分布（单位：月）

图表59：2015年各借款期限区间平台数量分布（单位：%）

图表60：2015年各省市平均借款期限（单位：月）

图表61：2015年各月活跃投资人数、借款人数（单位：万人）

图表62：2015年网贷投资人分级（单位：%）

- 图表63：2015年网贷借款人分级（单位：%）
- 图表64：第三方在线支付收费方式分析
- 图表65：支付网关模式分析
- 图表66：信用增强型支付模式分析
- 图表67：PayPal账户支付型模式分析
- 图表68：移动支付模式分析
- 图表69：网络借贷商业模式分类
- 图表70：2011-2015年我国经营互联网保险业务的公司数量及增长率（单位：家，%）
- 图表71：2011-2015年中国互联网保险规模及变化情况（单位：亿元，%）
- 图表72：中国互联网保险渗透率与国际水平比较（单位：%）
- 图表73：2011-2015年互联网保险渠道收入占比变化趋势（单位：%）
- 图表74：互联网保险投保客户数量及变化趋势（单位：万人，%）
- 图表75：互联网保险节约成本的作用
- 图表76：2010-2015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77：淘宝销售保险产品
- 图表78：公司官网销售保险产品
- 图表79：众安在线“参聚险”开发新思路
- 图表80：互联网保险产品创新情况
- 图表81：中国互联网保险规模保费前5名（单位：亿元）
- 图表82：互联网保险与传统保险竞争优势分析
- 图表83：互联网保险行业中外资企业数量格局（单位：%）
- 图表84：中外资互联网保险公司保费规模格局（单位：亿元）
- 图表85：中外资互联网保险公司投保客户数量格局（单位：万人）
- 图表86：人身保险公司原保险保费收入过百亿的企业（单位：万元）
- 图表87：2014-2015年财产险保费市场份额（单位：%）
- 图表88：开展互联网财险的公司数量结构（单位：家，%）
- 图表89：2011-2015年互联网财险保费规模情况（单位：亿元）
- 图表90：互联网财险投保客户数量（单位：万人）
- 图表91：财险公司网站流量情况（单位：万次）
- 图表92：财险公司独立访客数情况（单位：万人次）
- 图表93：2015年互联网金融业务向核心金融业务正向迁徙的互联网用户（单位：千人次）
- 图表94：2015年互联网金融业务向核心金融业务反向迁徙的互联网用户（单位：千人次）
- 图表95：2014-2015年中国财产险企业保费收入排名前十位企业（单位：亿元，%）
- 图表96：互联网财险市场集中度（单位：%）
- 图表97：互联网财险市场份额图（单位：%）

图表98：互联网财险各细分平台保费收入构成情况（单位：亿元，%）

图表99：互联网财险企业自主网站业务占比情况（单位：%）

图表100：互联网财险第三方平台业务结构（单位：亿元，%）

图表101：2015年互联网财险第三方平台业务结构（单位：亿元，%）

图表102：2010-2015年机动车辆保险保费收入及占比情况（单位：亿元，%）

图表103：中国车险行业销售渠道格局（单位：%）

图表104：2013-2015年互联网车险保费收入规模（单位：亿元）

图表105：互联网车险行业市场集中度（单位：%）

图表106：家庭财产保险保费收入及占比情况（单位：亿元，%）

图表107：互联网家财险保费收入规模（单位：亿元）

图表108：互联网家财险新产品动向

图表109：中国货物运输保险保费收入及占比情况（单位：亿元，%）

图表110：退换货失败的问题点

图表111：2010-2015年责任保险保费收入及占比情况（单位：亿元，%）

图表112：互联网责任险市场重大事件

图表113：信用保险保费收入及占比情况（单位：亿元，%）

图表114：2013-2015年互联网人身险企业数量（单位：家）

图表115：2014-2015年互联网人身险中外资企业数量（单位：家）

图表116：2011-2015年互联网人身险保费规模（单位：亿元）

图表117：2015年互联网人身保险市场发展迅猛的表现

图表118：互联网人身险投保客户数量（单位：万人）

图表119：互联网人身险投保业务结构（单位：%）

图表120：2015年互联网人身险投保业务结构（单位：%）

图表121：人身险公司网站流量格局（单位：万次）

图表122：人身险公司独立访客数格局（单位：万人次）

图表123：互联网人身险市场公司份额（单位：%）

图表124：互联网人身险按企业规模竞争结构图（单位：%）

图表125：互联网人身险中外资公司市场构成图（单位：%）

图表126：互联网人身险细分平台运营结构（单位：亿元，%）

图表127：2015年互联网人身险投保渠道结构（单位：%）

图表128：2010-2015年意外险原保费收入及其增长情况（单位：亿元，%）

图表129：互联网意外险市场渗透率情况（单位：亿元，万件，%）

图表130：最热互联网意外险排名

图表131：2014-2015年互联网意外险产品创新动向

图表132：2010-2015年健康险原保费收入及其增长情况（单位：亿元，%）

- 图表133：互联网健康险市场渗透率情况（单位：亿元，%）
- 图表134：互联网健康险企业保费规模排名（单位：件，元）
- 图表135：2014-2015年互联网健康险产品创新动向
- 图表136：2010-2015年寿险原保费收入及其增长情况（单位：亿元，%）
- 图表137：截至2015年寿险排名前十位公司市场份额（单位：%）
- 图表138：互联网寿险市场渗透率情况（单位：亿元，%）
- 图表139：互联网万能险市场渗透率情况（单位：亿元，%）
- 图表140：占互联网业务市场份额排名靠前的寿险公司结构图（单位：%）
- 图表141：国内主要保险公司自建网络销售平台和运营情况
- 图表142：自建官网模式的优劣势分析
- 图表143：不同险种自建官方网站业务量占比（单位：%）
- 图表144：互联网财产保险1-12月份累计保费收入排名表（单位：单，万元）
- 图表145：泰康在线的发展历程
- 图表146：泰康人寿寿险网销业务经营模式
- 图表147：平安网上商城部分产品介绍
- 图表148：国内主要电商平台与保险公司合作情况
- 图表149：综合性电商平台模式的优劣势分析
- 图表150：互联网财险第三方平台保费收入市场份额排名情况（单位：%）
- 图表151：苏宁保险销售有限公司主要经济指标（单位：千元）
- 图表152：主要第三方网站合作的业务1-12月份保费规模累计排名表（单位：单，万元）
- 图表153：2006年以来保险兼业代理机构数量变化情况（单位：家）
- 图表154：2006年以来保险兼业代理机构数量结构变化情况（单位：家）
- 图表155：保险网络兼业代理机构主要类型简介
- 图表156：全国保险兼业代理市场份额变化（单位：%）
- 图表157：保险兼业代理机构经营情况（单位：亿元，%）
- 图表158：兼业代理开展网络销售的优势
- 图表159：兼业代理开展网络销售的风险
- 图表160：工商银行代理个人保险产品销售额（单位：亿元）
- 图表161：2009年以来中国保险专业中介机构数量变化情况（单位：家）
- 图表162：2009年以来全国保险专业中介机构注册资本及资产情况（单位：亿元）
- 图表163：专业第三方保险代理平台简介
- 图表164：慧择保险网网销前十大保险产品（单位：元，件）
- 图表165：众安在线的股东优势
- 图表166：众安在线经营情况（单位：亿元，亿件，件）
- 图表167：美国车险在线成交件数及变化情况（单位：万单，%）

- 图表168：不同年龄使用互联网购买人寿保险消费者占比（单位：%）
- 图表169：不同收入使用互联网购买人寿保险消费者占比（单位：%）
- 图表170：美国网销保险消费人群分类
- 图表171：美国移动保险业务发展面临的挑战
- 图表172：美国互联网保险发展特点
- 图表173：英国B2C互联网保险发展阶段简析
- 图表174：日本寿险业网络渠道占比（单位：%）
- 图表175：日本互联网保险发展特点汇总
- 图表176：韩国网上车险保费收入（单位：10亿韩元）
- 图表177：韩国在线车险市场占比（单位：%）
- 图表178：2006年以来韩国主要车险公司综合成本率对比（单位：%）
- 图表179：香港互联网保险市场发展概况
- 图表180：台湾互联网保险市场发展概况
- 图表181：日本Life Net生命保险株式营销策略
- 图表182：日本Life Net经营方针
- 图表183：Life Net销售保单契约件数（单位：件）
- 图表184：Life Net销售保单构成情况（单位：件，%）
- 图表185：Life Net销售保单契约件数情况表（单位：件）
- 图表186：美国好事达保险公司互联网保险业务范畴
- 图表187：美国好事达保险集团经营情况（单位：百万美元）
- 图表188：美国INSWEB盈利模式
- 图表189：InsWeb的影响力分析
- 图表190：美国INSWEB运营模式为客户带来的好处
- 图表191：美国INSWEB运营模式为公司带来的好处
- 图表192：InsWeb衰败的原因
- 图表193：美国INSWEB被收购前期经营情况（单位：千美元）
- 图表194：美国INSWEB被收购前期经营情况示意图（单位：万美元）
- 图表195：英国Money Super Market保险业务范围
- 图表196：2011-2015年英国Money Super Market经营情况（单位：百万英镑）
- 图表197：2014-2015年英国Money Super Market收入结构（单位：千英镑）
- 图表198：国外互联网保险发展的经验启示
- 图表199：InsWeb经验启示
- 图表200：完善第三方网络保险平台的发展短板措施
- 图表201：中国人民财产保险股份有限公司基本资料
- 图表202：中国人民财产保险股份有限公司网销经营模式

图表203：2011-2015年中国人民财产保险股份有限公司主要财务指标分析（单位：亿元）

图表204：2010-2015年中国人民财产保险股份有限公司保费收入及占比情况（单位：亿元，%）

图表205：2010-2015年中国人民财产保险股份有限公司网销保费情况（单位：亿元）

图表206：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207：中国人民财产保险股份有限公司经营优劣势

图表208：中国平安财产保险股份有限公司基本资料

图表209：2010-2015年中国平安财产保险股份有限公司保费收入及占比情况（单位：亿元，%）

图表210：2012-2015年中国平安财产保险股份有限公司网销保费情况（单位：亿元）

图表211：中国平安财产保险股份有限公司经营优劣势

图表212：中国太平洋财产保险股份有限公司基本资料

图表213：2010-2015年中国太平洋财产保险股份有限公司保费收入及占比情况（单位：亿元，%）

图表214：2012-2015年中国太平洋财产保险股份有限公司网销保费情况（单位：亿元）

图表215：中国太平洋财产保险股份有限公司经营优劣势

图表216：阳光财产保险股份有限公司基本资料

图表217：2010-2015年阳光财产保险股份有限公司保费收入及占比情况（单位：亿元，%）

图表218：2013-2015年阳光财产保险股份有限公司网销保费情况（单位：亿元）

图表219：阳光财产保险股份有限公司U粉专区操作流程

图表220：阳光财产保险股份有限公司经营优劣势

图表221：美亚财产保险有限公司基本资料

图表222：2010-2015年美亚财产保险有限公司保费收入及占比情况（单位：亿元，%）

图表223：美亚财产保险有限公司网销保费情况（单位：亿元，%）

图表224：美亚财产保险有限公司网销业务情况

图表225：美亚财产保险有限公司经营优劣势

图表226：中国大地财产保险股份有限公司基本资料

图表227：2010-2015年中国大地财产保险股份有限公司保费收入及占比情况（单位：亿元，%）

图表228：中国大地财产保险股份有限公司网销保费情况（单位：亿元，%）

图表229：中国大地财产保险股份有限公司网销产品

图表230：中国大地财产保险股份有限公司网销平台服务内容

图表231：中国大地财产保险股份有限公司网销支付方式

图表232：中国大地财产保险股份有限公司经营优劣势

图表233：国华人寿保险股份有限公司基本资料

图表234：2010-2015年国华人寿保险股份有限公司保费收入及占比情况（单位：亿元，%）

图表235：国华人寿保险股份有限公司网销保费规模（单位：亿元）

图表236：国华人寿保险股份有限公司经营优劣势

图表237：泰康人寿保险股份有限公司基本资料

图表238：泰康人寿保险股份有限公司网销业务经营模式

图表239：2010-2015年泰康人寿保险股份有限公司保费收入及占比情况（单位：亿元，%）

图表240：泰康人寿保险股份有限公司网销业务经营业绩（单位：万元）

图表241：泰康人寿保险股份有限公司网销产品发展阶段

图表242：泰康人寿保险股份有限公司网销业务成就

图表243：泰康人寿保险股份有限公司经营优劣势

图表244：招商信诺人寿保险有限公司基本资料

图表245：招商信诺人寿保险有限公司网销经营模式

图表246：2010-2015年招商信诺人寿保险有限公司保费收入及占比情况（单位：亿元，%）

图表247：招商信诺人寿保险有限公司标准保费规模（单位：万元）

图表248：招商信诺人寿保险有限公司网销渠道策略

图表249：招商信诺人寿保险有限公司网销发展规划

图表250：招商信诺人寿保险有限公司经营优劣势

图表251：中国人寿保险股份有限公司基本资料

图表252：中国人寿保险股份有限公司经营模式

图表253：2010-2015年中国人寿保险股份有限公司保费收入及占比情况（单位：亿元，%）

图表254：中国人寿保险股份有限公司经营优劣势

图表255：平安人寿保险股份有限公司基本资料

图表256：2010-2015年平安人寿保险股份有限公司保费收入及占比情况（单位：亿元，%）

图表257：平安人寿保险股份有限公司业务模式

图表258：平安人寿保险股份有限公司网销产品

图表259：平安人寿保险股份有限公司发展规划

图表260：平安人寿保险股份有限公司经营优劣势

图表261：中国太平洋人寿保险股份有限公司基本资料

图表262：2010-2015年中国太平洋人寿保险股份有限公司保费收入及占比情况（单位：亿



元，%)

图表263：中国太平洋人寿保险股份有限公司网销业务经营业绩（单位：亿元）

图表264：中国太平洋人寿保险股份有限公司销售渠道策略

图表265：中国太平洋人寿保险股份有限公司与阿里巴巴合作特点

图表266：中国太平洋人寿保险股份有限公司经营优劣势

图表267：太平人寿保险有限公司基本资料

图表268：太平人寿保险有限公司网销模式

图表269：2010-2015年太平人寿保险有限公司保费收入及占比情况（单位：亿元，%）

图表270：太平人寿保险有限公司网销业务经营业绩（单位：亿元）

图表271：太平人寿保险有限公司互联网战略

图表272：太平人寿保险有限公司经营优劣势

图表273：中民保险经纪股份有限公司基本信息表

图表274：中民保险网保费收入（单位：万元）

图表275：中民保险网理赔流程

图表276：中民保险网经营优劣势

图表277：深圳市慧择保险经纪有限公司基本信息表

图表278：深圳市慧择保险经纪有限公司经营情况表（单位：百万元，%）

图表279：慧择保险网经营优劣势

图表280：新一站保险代理有限公司基本信息表

图表281：新一站保险代理有限公司保险业务收入（单位：百万元）

图表282：新一站保险网经营优劣势

图表283：北京惠保保险经纪有限公司基本信息表

图表284：北京惠保保险经纪有限公司保险业务收入（单位：百万元）

图表285：慧保网经营优劣势

图表286：北京大童保险经纪有限公司基本信息表

图表287：大童网产品情况

图表288：大童网经营优劣势

图表289：2010-2015年中国手机上网网民规模及占整体网民比例（单位：万人，%）

图表290：保险市场特点汇总

图表291：基于移动互联网的财务与资产管理平台优势

图表292：利用移动终端开展培训的优势

图表293：2010-2015年中国网民规模和互联网普及率（单位：万人，%）

图表294：中国网民年龄构成情况（单位：%）

图表295：2012-2015年中国网络购物网民数及使用率（单位：万人，%）

图表296：2009-2015年中国电子商务交易规模（单位：万亿元）

图表297：2015-2020年我国互联网保险保费规模预测（单位：亿元）

图表298：2015-2020年我国互联网保险投保客户预测（单位：万人）

图表299：保险公司进行网销时鉴别客户身份的措施

图表300：保险公司建立用户友好的服务体系的措施

图表301：价值链上的三类机会

图表302：数据的价值分析

图片详见报告正文•••••（GY LX）

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baoxian/241796241796.html>