

2020-2026年中国车险行业市场全景调查及投资价值预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国车险行业市场全景调查及投资价值预测报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201912/814269.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

机动车辆保险即汽车保险（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。

机动车辆保险即“车险”，是以机动车辆本身及其第三者责任等为保险标的一种运输工具保险。

其保险客户，主要是拥有各种机动交通工具的法人团体和个人；其保险标的，主要是各种类型的汽车，但也包括电车、电瓶车等专用车辆及摩托车等。

目前我国的车险市场上广泛存在的车险产品大概有以下几类：车辆损失险、第三者责任险、盗抢险、车上座位责任险、玻璃单独破碎险、自燃险、划痕险、不计免赔率、不计免赔额。其中第三者责任险属于强制险，车年审时需要缴纳。

车险主要分类

资料来源：智研咨询整理

智研咨询发布的《2020-2026年中国车险行业市场全景调查及投资价值预测报告》共十八章。首先介绍了车险行业市场发展环境、车险整体运行态势等，接着分析了车险行业市场运行的现状，然后介绍了车险市场竞争格局。随后，报告对车险做了重点企业经营状况分析，最后分析了车险行业发展趋势与投资预测。您若想对车险产业有个系统的了解或者想投资车险行业，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：

第一章车险行业发展概述

第一节车险概述

一、车险的定义

二、车险的分类

第二节车险技术

一、车险行业3G技术推广

二、电子签名技术应用解析

三、电子签名技术应用前景

第三节车险行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

第四节车险市场特征分析

- 一、产业关联度
- 二、影响需求的关键因素
- 三、车险市场进入转型期

第二章2019年全球车险行业发展形势分析

第一节2019年全球车险行业发展分析

- 一、全球汽车生产情况
- 二、全球汽车销售情况
- 三、全球车险行业发展回顾
- 四、全球主要车险企业分析

第二节2019年全球主要国家车险市场分析

- 一、美国车险市场分析
- 二、德国车险市场分析
- 三、英国车险市场分析
- 四、印度车险市场分析
- 五、日本车险市场分析

第三章中国车险行业发展态势剖析

第一节中国车险行业发展现状

- 一、车险行业市场集中度稳中趋降
- 二、保险费率步入市场化
- 三、车险产品以服务手段吸引客户

第二节中国车险市场分析

- 一、制约车险市场需求增长的突出问题
- 二、车险行业盈利空间压缩
- 三、车险服务市场新方向--微信车险

第三节中国车险市场供需状况分析

- 一、车险保费收入规模分析
- 二、财产保险企业机动车辆保险收入分析
- 三、财产保险企业机动车辆赔付支出分析
- 四、车险产品定价分析

第四节车险市场需求影响因素

- 一、经济发展因素
- 二、保险价格因素
- 三、国内汽车销量
- 四、其他因素

第四章2015-2019年中国汽车行业运行态势

第一节中国汽车产销情况分析

随着经济的高速发展，大量的人口基数释放出了巨大的能量，支持着我国汽车消费市场不断壮大发展。近年来，我国私人汽车消费的迅速增加催生了车险市场一片繁荣。汽车消费市场的发展潜力将决定我国车险市场的未来发展趋势。2019年12月，汽车产销分别完成268.3万辆和265.8万辆，产量同比上升8.1%，销量同比下降0.1%。2019年1 - 12月，汽车产销分别完成2572.1万辆和2576.9万辆，同比分别下降7.5%和8.2%。

2013-2019年全国汽车产量统计

资料来源：中国汽车工业协会、智研咨询整理

2013-2019年全国汽车销量统计

资料来源：中国汽车工业协会、智研咨询整理

一、中国汽车整体产销情况

二、中国汽车工业发展现状

第二节中国汽车保有量分析

一、民用汽车保有量情况

二、民用汽车的注册数量

三、私人汽车保有量情况

四、公路营运汽车拥有量

第三节中国乘用车市场分析及预测

一、乘用车市场产销分析

二、乘用车市场分析

三、乘用车市场增长分析

第四节中国商用车市场分析及预测

一、中国商用车市场分析

二、商用车市场产销分析

第五章中国保险市场分析

第一节保险市场发展成就分析

一、保险市场对外开放的特点

二、保险市场步入发展新阶段

三、保险业改革发展成就分析

第二节中国保险业发展分析

一、保监会强化中介清理整顿

二、保险企业融资渠道或拓宽

三、保险公司税收优惠政策

第三节2019年保险市场经营情况分析

- 一、中国保险市场经营情况分析
- 二、保险行业资产总额分析
- 三、保险行业保费收入分析

第四节中国保险中介市场发展综述

- 一、中国保险中介市场发展取得长足进步
- 二、中国积极推进保险中介市场监管改革
- 三、中国注册保险中介门槛提高
- 四、中国保险中介市场发展分析

第六章车险行业营销渠道分析

第一节中国车险行业营销渠道分析

- 一、起步阶段的车险营销渠道
- 二、成长阶段的车险营销渠道
- 三、扩张阶段的车险营销渠道

第二节机动车保险销售模式的变迁

- 一、传统直销
- 二、电话销售
- 三、网络销售

第三节国外车险行业营销渠道模式分析

- 一、美国的车险营销渠道
- 二、英国的车险营销渠道
- 三、德国的车险营销渠道
- 四、日本的车险营销渠道

第四节建立车险营销渠道间的合作

- 一、联合销售
- 二、信息共享
- 三、提供专卖产品

第七章中国车险行业主要险种市场分析

第一节基本险和附加险概述

第二节交强险市场情况分析

第三节商用车险市场情况分析

第四节车辆损失险情况分析

第八章 中国车险产业发展地区比较分析

第一节长三角地区

- 一、长三角地区竞争优势

二、企业发展状况分析

三、主要企业车险业务情况

第二节珠三角地区

一、珠三角地区竞争优势

二、车险发展状况分析

三、广东机动车辆保险价格调整

四、主要企业车险业务情况

第三节环渤海地区

一、环渤海地区竞争优势

二、发展状况分析

三、主要企业车险业务情况

第四节东北地区

一、东北地区竞争优势

二、企业发展状况分析

三、主要企业车险业务情况

第五节西部地区

一、西部地区竞争优势

二、企业发展状况分析

三、发展趋势预测分析

第九章中国车险行业市场竞争格局分析

第一节中国车险市场竞争现状分析

一、当前中国车险市场的价格竞争现状及分析

二、实现良性保险价格竞争和有效监管的路径

第二节车险行业外资进入情况分析

一、外资险企看好中国车险市场

二、法国安盛溢价收购天平车险

三、两大国际巨头抢购华安财险

四、史带国际将有望控股大众保险公司

第三节中国车险企业国际竞争力面临的挑战

一、产品设计单一，险种趋于雷同

二、服务方式简单，业务范围较窄

三、竞争水平低下，企业形象受损

四、经营模式落后，缺乏有效的用人机制

第四节2019年中国车险行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总额对比分析

二、重点企业营业收入对比分析

三、重点企业利润总额对比分析

第十章中国车险市场竞争格局分析

第一节中国财产保险企业竞争格局分析

一、2018年中国财产保险企业竞争格局

二、2019年中国财产保险企业竞争格局

第二节中国车险市场竞争格局分析

一、2018年中国车险市场竞争格局

二、2019年中国车险市场竞争格局

第三节中国车险企业竞争策略分析

一、坚守核心主业

二、构建优质渠道

三、整合优质资源

四、提升经营能力

五、树立品牌形象

六、调整市场策略

第十一章中国主要车险企业竞争分析

第一节中国平安财产保险股份有限公司

一、企业基本情况介绍

二、企业车险产品介绍

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

第二节中国太平洋财产保险股份有限公司

一、企业基本情况介绍

二、企业车险产品介绍

三、企业经营情况分析

四、企业营销网络分析

第三节中国人民财产保险股份有限公司

一、企业基本情况介绍

二、企业车险产品介绍

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

第四节天平汽车保险股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业车险产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

第五节安邦财产保险股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业车险产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络分析

第六节中国人寿财产保险股份有限公司

一、企业基本情况介绍

二、企业车险产品介绍

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

第十二章2020-2026年中国车险行业市场发展趋势分析

第一节2020-2026年中国车险行业发展前景预测分析

一、中国车险市场发展潜力分析

二、车险发展中孕育的商机

三、车险卖点及设计

第二节2020-2026年中国车险行业服务发展趋势分析

一、“自助理赔”成新趋势

二、互联网技术应用提升车险服务

第三节2020-2026年中国车险市场趋势分析

一、车险行业政策趋向

二、网上车险或成新趋势

三、市场细分、服务细化已成发展趋势

第十三章机动车辆保险服务创新现状分析及对策建议

第一节中国车险服务创新现状

一、电话销售车险方式的运用

二、以附加险及特约承保条款的方式扩展保险责任

三、在费率厘定方面，考虑到了更多地从车从人因素

四、更加注重风险控制

五、将车险与其他险种结合起来销售

六、车险理赔服务的创新

第二节车险服务创新存在的问题分析

一、汽车保户服务不到位

二、车险产品服务同质化而且简单化

三、车险业市场结构单一

四、汽车销售维修市场没有统一的行业标准

五、数据积累欠缺

六、车险服务技术投入和基础设施不足

第三节对中国车险服务创新的建议

一、整合车险企业资源，缩短理赔流程，拓展车险业务领域

二、建立方便定损维修服务站，落实“以客户为中心”的管理思想

三、培养有职业道德的保险精英

四、结合实际引进先进的国外车险服务创新方法

第十四章中国中小型财产保险公司的发展分析

第一节中小型财产保险公司成长的成功因素分析

一、竞争战略定位

二、经营范围战略

三、目标战略

四、组织流程设计

五、维持安全的成长管理策略

第二节制约中小型财产保险公司成长的现实问题

一、战略导向不明确

二、主业缺乏明显的差异化定位

三、缺乏自主创新能力

四、没有形成自身特色的营销体系

五、基础管理薄弱

第三节中小型财产保险公司的发展对策

一、选择合适的竞争战略：差异化集中战略

二、正确处理好不同管理层级的分权与集权关系

三、建立适合自身实际的特色营销体系

四、以目标战略为导向，做好产品的发展规划

五、建立以集中处理为特征的信息管理系统

六、在变革与稳定之间取得平衡

第十五章2020-2026年中国车险行业发展预测分析

第一节2020-2026年中国保险市场分析

一、中国保险市场“十三五”发展目标

二、中国保险市场发展趋势分析

三、中国保险行业发展前景及预测

第二节2020-2026年中国车险行业发展趋势分析

一、2020-2026年国内车险行业保费收入预测

二、2020-2026年国内车险行业理赔金额预测

第十六章中国车险行业市场发展环境分析

第一节2019年中国经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节中国车险行业政策环境分析

一、新《保险法》实施情况分析

二、《保险公司次级定期债务管理办法》

三、《保险公司内部控制基本准则》

四、《机动车辆保险理赔管理指引》

五、允许外资保险公司进入车险市场

六、费率监管政策变化对车险市场的影响

七、启动第二代偿付能力监管体系建设

八、关于做好保险消费者权益保护工作通知

九、支持汽车企业代理保险业务专业化经营

十、《中国保险业发展“十三五”规划纲要》

第三节2019年中国车险行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的保险消费观念和习惯

第四节2019年中国车险行业技术环境分析

第十七章2020-2026年中国车险行业投资机会与风险分析

第一节2020-2026年中国车险行业投资机会分析

一、国民经济增长为车险发展奠定基础

二、政策促进保险业多渠道营销

三、未来车险成为非寿险市场热点

四、电动汽车保险产品受关注

第二节2020-2026年中国车险行业投资风险分析

一、宏观经济风险

二、政策风险

三、竞争风险

四、其他风险

第三节2020-2026年中国车险行业经营风险分析

一、内在风险

二、外在风险

第四节2020-2026年中国车险行业经营风险的防范和控制

第十八章2020-2026年中国车险行业投资战略研究（ZYZS）

第一节2020-2026年中国车险行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、营销品牌战略

五、竞争战略规划

第二节对中国车险品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、车险实施品牌战略的意义

三、车险企业品牌的现状分析

第三节2020-2026年中国车险行业细分行业投资战略

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201912/814269.html>