

2025-2031年中国互联网保 险市场评估与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2025-2031年中国互联网保险市场评估与投资战略咨询报告》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/202503/481595.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

互联网保险即保险公司或新型第三方保险网以互联网和电子商务技术为工具来支持保险销售的经营管理活动的经济行为。

我国互联网保险高速发展，保险业与互联网开始探索深度融合，呈现出主体集中进入、业务规模迅速扩张的态势。2024年，互联网财产保险累计实现保费收入862亿元，同比增长8%，较财产险行业整体保费增速高出7个百分点，2024年，互联网车险实现累计保费收入224亿元，同比增长1%，结束连续两年的负增长局面；同时，互联网车险保费收入同比增速较整体车险高出7个百分点。

2024年6月30日，银保监会发布《关于规范互联网保险销售行为可回溯管理的通知》。为持续推进简政放权，推动优化营商环境，进一步深化保险资金运用市场化改革，根据《保险资金运用管理办法》（保监会令2024年1号）及相关规定，2024年9月30日银保监会发布了《关于优化保险机构投资管理监管有关事项的通知》。2024年12月14日，涉及千亿保费市场的《互联网保险业务监管办法》（以下简称《办法》）正式发布实施。《办法》共5章83条，将于2024年2月1日起正式施行。《办法》实施后，将直接利好保险公司、中介、银行类保险兼业代理机构，以及依法获得保险代理业务许可的互联网企业；对不具备资质的机构负面影响最大；或将改变保险机构间的合作模式，开发产品力度将会加大，互联网保险发展环境更加多元和健康。2024年10月，银保监会发布《关于进一步规范保险机构互联网人身保险业务有关事项的通知》，对互联网人身险产品的经营门槛、产品范围及费用控制都有了更为严格的界定，被业内称为互联网人身险“最严”新规，该《通知》要求已经开展互联网人身保险业务的保险公司应于2024年12月31日前完成存量互联网人身险业务整改，不符合《通知》有关条件的主体和产品2024年1月1日起不得通过互联网渠道经营。

在当前全面深化保险改革和互联网化浪潮的“双动力”推动下，保险行业将进入一个快速创新发展的新时期，尤其是互联网保险，具有潜力巨大的发展空间。无论是催生出如虚拟财产保险等新型保险需求，还是帮助实现渠道网络化和保险产品风险定价，互联网都在加速改造保险业，使其呈现难得的发展和投资机遇。

中企顾问网发布的《2025-2031年中国互联网保险市场评估与投资战略咨询报告》共十四章。首先阐释了互联网保险的概念、特征等，接着分析了国外互联网保险概况及我国互联网保险发展的宏观环境。然后对互联网保险产业的运行状况、商业模式、竞争态势、产业链、用户行为及相关潜力企业等进行了详实全面的分析。随后，报告对互联网保险市场做了投资状况综合分析。最后对互联网保险产业的前景趋势进行了科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、中国保险监督管理委员会、中国互联网络信息中心

、中国保险行业协会、中企顾问网、中企顾问网调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对互联网保险行业有个系统深入的了解、或者想投资互联网保险相关行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 互联网保险基本概述

1.1 互联网保险概念阐释

1.1.1 互联网保险的定义

1.1.2 互联网保险的特点

1.1.3 互联网保险的定位

1.2 互联网保险的形态

1.2.1 互联网保险渠道

1.2.2 互联网保险产品

1.2.3 互联网保险业态

1.2.4 互联网保险思维

1.2.5 互联网保险基因

第二章 2020-2024年国外互联网保险行业简析及经验借鉴

2.1 国外互联网保险行业发展综况

2.1.1 发展概况

2.1.2 业务流程

2.1.3 一般模式

2.1.4 发展优势

2.2 2020-2024年国外互联网保险市场运行状况

2.2.1 行业发展状况

2.2.2 保险种类分析

2.2.3 区域分布情况

2.2.4 行业融资规模

2.2.5 企业发展格局

2.2.6 市场发展态势

2.3 国外互联网保险业务创新模式分析

- 2.3.1 自有网站直销
- 2.3.2 第三方比价
- 2.3.3 P2P保险
- 2.3.4 逆向拍卖平台
- 2.3.5 移动式保险
- 2.4 国外主要地区互联网保险发展概况
 - 2.4.1 美国互联网保险概况
 - 2.4.2 欧洲互联网保险概况
 - 2.4.3 日本互联网保险状况
- 2.5 国内外互联网保险的比较分析
 - 2.5.1 政策监管
 - 2.5.2 企业角色
 - 2.5.3 产品质量
 - 2.5.4 业务流程
 - 2.5.5 产品定价
 - 2.5.6 差异原因
- 2.6 全球互联网保险案例分析
 - 2.6.1 美国互联网保险案例分析——Oscar
 - 2.6.2 德国互联网保险案例分析——Friend surance
 - 2.6.3 英国互联网保险案例分析——Bought By Many
- 2.7 国外政府互联网保险监管的经验及对我国的启示
 - 2.7.1 美国双重监管
 - 2.7.2 欧洲一致性监管
 - 2.7.3 日本行政监管
 - 2.7.4 保险监管启示

第三章 2020-2024年中国互联网保险行业的市场环境分析

- 3.1 宏观经济环境
 - 3.1.1 宏观经济概况
 - 3.1.2 工业运行情况
 - 3.1.3 宏观经济展望
- 3.2 社会环境

- 3.2.1 互联网市场发展规模
- 3.2.2 互联网网民规模分析
- 3.2.3 保险互联网化必要性
- 3.2.4 互联网对保险的价值
- 3.3 消费环境
 - 3.3.1 居民收入水平
 - 3.3.2 社会消费规模
 - 3.3.3 居民消费水平
 - 3.3.4 网络购物规模
- 3.4 产业环境
 - 3.4.1 中国保险行业运行状况
 - 3.4.2 保险密度保险深度分析
 - 3.4.3 保险行业政策发展分析
- 3.5 技术环境
 - 3.5.1 大数据应用分析
 - 3.5.2 “云服务”的支撑作用
 - 3.5.3 移动智能解决应用问题
 - 3.5.4 社交网络发挥重要作用

第四章 2020-2024年中国互联网保险行业的政策环境分析

- 4.1 2020-2024年中国互联网保险行业政策分析
 - 4.1.1 金融监管体制改革
 - 4.1.2 互联网保险牌照发展
 - 4.1.3 防控互联网保险业务
 - 4.1.4 互联网保险规范体系
 - 4.1.5 保险可回溯事项通知
- 4.2 《互联网保险业务监管办法（草稿）》的解读
 - 4.2.1 出台目的
 - 4.2.2 内容解读
 - 4.2.3 影响分析
 - 4.2.4 应对建议
 - 4.2.5 办法对比

4.3 《互联网保险业务监管暂行办法》的解读

4.3.1 监管办法时效分析

4.3.2 互联网保险业务门槛

4.3.3 选择互联网保险产品

4.3.4 明确互联网平台责任

4.3.5 防止互联网误导宣传

4.3.6 加强互联网保险监管

4.4 对我国互联网保险政策决策的思考

4.4.1 行业监管支持

4.4.2 加强行业监管

4.4.3 监管发展建议

第五章 2020-2024年中国互联网保险行业发展总体分析

5.1 中国互联网保险创新变革形势分析

5.1.1 保险产品革新

5.1.2 销售渠道革新

5.1.3 经营能力变革

5.1.4 价值链条变革

5.2 2020-2024年中国互联网保险行业整体综述

5.2.1 行业发展阶段

5.2.2 行业SWOT分析

5.2.3 业务发展模式

5.2.4 市场发展主体

5.2.5 产品日益丰富

5.2.6 用户认可程度

5.2.7 供给需求分析

5.3 2020-2024年中国互联网保险行业运行分析

5.3.1 市场运行情况

5.3.2 企业运行规模

5.3.3 保费收入结构

5.3.4 保费渗透情况

5.3.5 市场发展热点

5.4 2020-2024年互联网保险投诉情况分析

5.4.1 公司保单投诉量现状

5.4.2 互联网保险投诉规模

5.4.3 互联网保险投诉分析

5.4.4 根据投诉量分析保单

5.4.5 保费投诉量增长分析

5.5 中国互联网保险行业的问题及建议

5.5.1 行业面临隐患

5.5.2 行业发展痛点

5.5.3 创新发展思路

5.5.4 市场发展策略

5.5.5 行业发展建议

第六章 2020-2024年中国互联网保险的主要商业模式分析

6.1 互联网保险常见商业模式对比分析

6.1.1 常见商业模式

6.1.2 商业模式对比

6.2 险企自建官方网站直销模式

6.2.1 主要特点

6.2.2 拓展模式

6.2.3 典型案例

6.2.4 模式评析

6.3 综合性电子商务平台模式

6.3.1 主要特点

6.3.2 典型案例

6.3.3 模式评析

6.4 专业互联网保险公司模式

6.4.1 主要特点

6.4.2 典型案例

6.4.3 模式评析

6.5 网络兼业代理机构网销模式

6.5.1 主要特点

- 6.5.2 典型案例
- 6.5.3 模式评析
- 6.6 专业中介代理机构网销模式
 - 6.6.1 主要特点
 - 6.6.2 典型案例
 - 6.6.3 模式评析
- 6.7 互联网保险第三方平台发展模式分析
 - 6.7.1 行业定位
 - 6.7.2 存在问题
 - 6.7.3 规范发展

第七章 2020-2024年中国互联网保险市场竞争态势分析

- 7.1 专业互联网保险公司发展格局
 - 7.1.1 企业布局情况
 - 7.1.2 保费收入对比
 - 7.1.3 业务结构对比
 - 7.1.4 营业收入对比
 - 7.1.5 盈利情况对比
 - 7.1.6 企业发展介绍
- 7.2 中国互联网巨头在保险市场竞争格局分析
 - 7.2.1 总体竞争态势
 - 7.2.2 阿里巴巴
 - 7.2.3 腾讯
 - 7.2.4 百度
 - 7.2.5 京东
 - 7.2.6 其他互联网企业
- 7.3 2020-2024年互联网人身险市场格局分析
 - 7.3.1 市场发展规模
 - 7.3.2 保费收入格局
 - 7.3.3 企业竞争份额
 - 7.3.4 保费收入渠道
- 7.4 2020-2024年互联网财险市场格局分析

- 7.4.1 市场发展规模
- 7.4.2 市场主体竞争
- 7.4.3 市场集中程度
- 7.4.4 保费收入格局
- 7.4.5 区域竞争情况
- 7.4.6 渠道市场份额
- 7.5 中国互联网保险波特五力模型分析
 - 7.5.2 新进入者的威胁
 - 7.5.3 替代产品或服务的威胁
 - 7.5.4 客户的议价能力
 - 7.5.5 供应商的议价能力
 - 7.5.6 竞争的激烈度

第八章 2020-2024年中国互联网保险行业产业链分析

- 8.2 消费者
 - 8.2.1 互联网保险消费者
 - 8.2.2 行业潜在用户
 - 8.2.3 潜在用户分析
- 8.3 渠道入口
 - 8.3.1 官网直销平台
 - 8.3.2 专业代理平台
 - 8.3.3 兼业代理平台
 - 8.3.4 第三方比价平台
- 8.4 产品创新
 - 8.4.2 拆解化创新
 - 8.4.3 个性化创新
 - 8.4.4 互联网经济衍生创新
- 8.5 产品定价
 - 8.5.1 风险定价精准化
 - 8.5.2 实例分析
- 8.6 基础设施
 - 8.6.1 主要涵盖

8.6.2 数据端口

8.7 产业链环节创新探索

8.7.2 消费市场

8.7.3 产品设计

8.7.4 渠道环节

8.7.5 新兴模式

第九章 2020-2024年中国互联网保险用户分析

9.1 互联网用户对保险的认知分析

9.1.1 网民认知程度

9.1.2 购险经验分析

9.1.3 网民险种选择

9.1.4 网民保险观念

9.1.5 保险作用分析

9.1.6 保二代发展情况

9.2 互联网保险用户消费意愿分析

9.2.1 保民发展规模

9.2.2 消费领域分布

9.2.3 青年购险意愿

9.2.4 白领购险意愿

9.2.5 保险购买品种

9.3 互联网财险用户消费行为分析

9.3.1 年龄构成

9.3.2 婚姻状态

9.3.3 收入情况

9.3.4 教育水平

9.3.5 新型保险

9.3.6 购买渠道

9.3.7 功能关注

9.4 注重用户的互联网保险发展建议

9.4.1 目标客户的选择

9.4.2 促进购买率的转化

9.4.3 提高平台的开放包容性

9.4.4 重视产品开发

9.4.5 重视信息安全等工作

第十章 2020-2024年保险企业互联网保险业务发展分析

10.1 互联网保险对传统保险企业的影响

10.1.1 传统保险与互联网保险互相渗透

10.1.2 传统保险牌照与互联网对比分析

10.1.3 互联网保险对传统模式的影响

10.1.4 互联网保险对群众观念的冲击

10.2 2020-2024年上市保险公司互联网保险的发展

10.2.1 总体发展

10.2.2 中国平安

10.2.3 太平洋保险

10.2.4 阳光保险

10.3 传统保险公司进入互联网保险的形势分析

10.3.1 发展优势分析

10.3.2 发展阻力分析

10.3.3 业务发展思维

10.3.4 行业发展策略

10.3.5 问题解决对策

第十一章 2020-2024年中国移动互联网保险发展分析

11.1 2020-2024年中国移动互联网保险发展状况

11.1.1 行业发展优势

11.1.2 行业发展背景

11.1.3 行业发展形势

11.1.4 行业机遇与挑战

11.2 移动互联网保险营销渠道分析

11.2.1 移动WEB服务

11.2.2 第三方销售平台

11.2.3 中介网站

- 11.2.4 互联网保险公司
- 11.2.5 移动APP应用
- 11.3 中国移动互联网保险APP分析
 - 11.3.1 行业发展现状
 - 11.3.2 行业发展优势
 - 11.3.3 App渗透情况
 - 11.3.4 APP更新程度
 - 11.3.5 获客转化情况
 - 11.3.6 主要APP分析
- 11.4 中国移动互联网保险商业模式创新分析
 - 11.4.1 险种开拓创新
 - 11.4.2 销售模式创新
 - 11.4.3 研发过程创新
 - 11.4.4 市场营销创新
- 11.5 中国移动互联网保险发展困境及建议
 - 11.5.1 移动互联网对保险营销影响
 - 11.5.2 移动互联网下保险营销变革
 - 11.5.3 移动互联网保险发展困境
 - 11.5.4 移动互联网保险发展建议

第十二章 2020-2024年相关互联网保险潜力企业竞争力分析

- 12.1 众安在线财产保险股份有限公司
 - 12.1.1 企业基本概况
 - 12.1.2 2024年企业经营状况分析
 - 12.1.3 2024年企业经营状况分析
- 12.2 焦点科技股份有限公司
 - 12.2.1 企业基本概况
 - 12.2.2 互联网保险业务
 - 12.2.3 经营效益分析
 - 12.2.4 业务经营分析
 - 12.2.5 财务状况分析
 - 12.2.6 核心竞争力分析

12.2.7 未来前景展望

12.3 邦讯技术股份有限公司

12.3.1 企业基本情况

12.3.2 互联网保险业务

12.3.3 经营效益分析

12.3.4 业务经营分析

12.3.5 财务状况分析

12.3.6 核心竞争力分析

12.3.7 公司发展战略

12.3.8 未来前景展望

12.4 成都三泰控股集团股份有限公司

12.4.1 企业基本情况

12.4.2 经营效益分析

12.4.3 业务经营分析

12.4.4 财务状况分析

12.4.5 核心竞争力分析

12.4.6 公司发展战略

12.4.7 未来前景展望

12.5 深圳市腾邦国际商业服务股份有限公司

12.5.1 企业基本情况

12.5.2 互联网保险业务

12.5.3 经营效益分析

12.5.4 业务经营分析

12.5.5 财务状况分析

12.5.6 核心竞争力分析

12.5.7 公司发展战略

12.5.8 未来前景展望

12.6 深圳市银之杰科技股份有限公司

12.6.1 企业基本情况

12.6.2 互联网保险业务

12.6.3 经营效益分析

12.6.4 业务经营分析

- 12.6.5 财务状况分析
- 12.6.6 核心竞争力分析
- 12.6.7 公司发展战略
- 12.6.8 未来前景展望
- 12.7 北京无线天利移动信息技术股份有限公司
 - 12.7.1 企业基本概况
 - 12.7.2 经营效益分析
 - 12.7.3 业务经营分析
 - 12.7.4 财务状况分析
 - 12.7.5 核心竞争力分析
 - 12.7.6 未来前景展望

第十三章 中国互联网保险行业投资综合分析

- 13.1 互联网保险行业投资现状
 - 13.1.1 行业融资规模
 - 13.1.2 行业投资动态
 - 13.1.3 企业融资份额
 - 13.1.4 产业投资基金
- 13.2 互联网保险企业投资动态
 - 13.2.1 众安保险
 - 13.2.2 一米农险
 - 13.2.3 保险极客
 - 13.2.4 量子保
 - 13.2.5 多保鱼
 - 13.2.6 豆包网
- 13.3 对中国互联网保险行业投资价值评估分析
 - 13.3.1 投资价值综合评估
 - 13.3.2 市场机会矩阵分析
 - 13.3.3 进入市场时机判断
- 13.4 对中国互联网保险行业投资壁垒分析
 - 13.4.1 竞争壁垒
 - 13.4.2 政策壁垒

- 13.4.3 技术壁垒
- 13.4.4 资金壁垒
- 13.5 对互联网保险行业的风险提示
 - 13.5.1 内部风险
 - 13.5.2 安全风险
 - 13.5.3 业务风险
 - 13.5.4 其他风险
- 13.6 对2025-2031年互联网保险行业投资建议综述
 - 13.6.1 项目投资建议
 - 13.6.2 竞争策略分析

第十四章 对中国互联网保险行业的前景趋势预测

- 14.1 中国保险行业的前景展望
 - 14.1.1 行业发展趋势
 - 14.1.2 市场发展空间
 - 14.1.3 行业发展前景
 - 14.1.4 行业前景广阔
 - 14.1.5 未来发展规划
 - 14.1.6 未来行业定位
- 14.2 中国互联网保险发展趋势分析
 - 14.2.1 行业监管趋势
 - 14.2.2 未来环境发展
 - 14.2.3 产业发展趋势
 - 14.2.4 竞争发展态势
 - 14.2.5 商业模式深化
- 14.3 我国互联网保险未来发展方向
 - 14.3.1 互联网保险公司发展
 - 14.3.2 O2O生态圈初步成形
 - 14.3.3 互联网+相互保险模式
 - 14.3.4 长尾客户消费群体
 - 14.3.5 专业人员作用凸显
 - 14.3.6 金融科技深度应用

- 14.4 对2025-2031年中国互联网保险行业预测分析
 - 14.4.1 2025-2031年中国互联网保险行业影响因素分析
 - 14.4.2 2025-2031年中国互联网保险保费规模预测
 - 14.4.3 2025-2031年中国互联网财产险保费规模预测
 - 14.4.4 2025-2031年中国互联网人身险保费规模预测

附录

附录一：《中华人民共和国保险法》

附录二：《互联网保险业务监管暂行办法》

附录三：《国务院关于加快发展现代保险服务业的若干意见》

附录四：《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》

附录五：《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》

附录六：《关于规范互联网保险销售行为可回溯管理有关事项的通知（征求意见稿）》

附录七：《互联网保险业务监管办法（草稿）》

图表目录

- 图表 互联网保险渠道与传统保险渠道比较
- 图表 2024年全球互联网保险融资数量
- 图表 2024年全球互联网保险平均每例融资金额情况
- 图表 2024年世界互联网保险公司流量top15
- 图表 日本寿险主要销售渠道
- 图表 2020-2024年国内生产总值及其增长速度
- 图表 2024年规模以上工业增加值同比增长速度
- 图表 2024年规模以上工业生产主要数据
- 图表 2020-2024年中国互联网业务收入增长情况
- 图表 2020-2024年中国网民规模和互联网普及率
- 图表 2020-2024年手机网民规模及其占网民比例
- 图表 2024年与2024年居民人均可支配收入平均数与中位数对比
- 图表 2024年全国社会消费品零售总额月度同比增长
- 图表 2024年社会消费品零售总额主要数据
- 图表 2024年全国居民人均消费支出及其构成
- 图表 2024年居民人均消费支出及构成
- 图表 2020-2024年网络购物/手机网络购物用户规模及使用率

- 图表 2020-2024年中国保险行业原保险保费收入
- 图表 2024年中国保险行业保费收入结构
- 图表 2020-2024年中国保险行业保费收入结构变化
- 图表 2024年保险行业深度、密度国际对比
- 图表 《互联网保险业务监管办法意见稿》与暂行办法部分对比
- 图表 中国互联网保险SWOT分析
- 图表 互联网保险的市场主体
- 图表 互联网保险的渠道和产品升级
- 图表 互联网保险产品的需求层级
- 图表 2020-2024年中国互联网保险保费收入及同比增长
- 图表 2020-2024年中国经营互联网保险业务的公司数量
- 图表 2020-2024年中国互联网保险保费收入结构
- 图表 2020-2024年中国互联网保险保费渗透率
- 图表 2024年互联网保险消费投诉量前10位的保险公司
- 图表 2024年保单件数过亿的公司
- 图表 互联网保险商业模式的创新能力对比

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202503/481595.html>