

2020-2026年中国汽车保险 产业发展现状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

《2020-2026年中国汽车保险产业发展现状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/202006/170375.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

机动车辆保险是以机动车辆本身及其第三者责任等为保险标的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。中企顾问网发布的《2020-2026年中国汽车保险产业发展现状与投资战略咨询报告》分析了汽车保险行业的产业链，竞争格局，面临的机遇及挑战以及发展前景等，您若想对中国汽车保险行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 汽车保险行业概述1.1 汽车保险的概念及起源发展1.1.1 汽车保险的概念1.1.2 汽车保险的起源发展1.1.3 中国汽车保险的发展进程1.2 汽车保险的分类、职能及作用1.2.1 汽车保险的分类1.2.2 汽车保险的职能1.2.3 汽车保险的作用1.3 汽车保险的要素、特征及原则1.3.1 汽车保险的要素1.3.2 汽车保险的特征1.3.3 汽车保险的原则 第二章 2017-2019年世界汽车保险行业发展概况2.1 2017-2019年世界汽车保险业概述2.1.1 世界汽车保险业概述2.1.2 车险充分体现保险的补偿和保障功能2.1.3 车险费率厘定因素众多而各国侧重不同2.1.4 车险营销以代理为主以服务竞争2.1.5 国外车险市场细分化发展分析2.2 美国2.2.1 美国汽车保险简介2.2.2 美国车险科学的费率厘定和多元化的销售方式2.2.3 美国汽车保险特色解析2.2.4 美强制车险制度设计及运作的浅述2.2.5 美国第四大汽车保险商经营状况2.2.6 美国汽车保险业打包保险发展2.3 英国2.3.1 英国是汽车保险业的发源地2.3.2 英国汽车保险业发展成熟2.3.3 英国车险承保的分析2.3.4 英国汽车保险商骗保事件增多2.4 德国2.4.1 德国车险改革及其它相关介绍2.4.2 德国汽车保险分等级2.4.3 德国汽车保险市场的发展概况2.4.4 德国机动车辆法定第三者责任保险简介2.4.5 德国车险改革对中国的启示2.5 日本2.5.1 日本汽车保险制度2.5.2 日本汽车保险市场发展变革分析2.5.3 日本强制汽车第三者责任保险零利润2.5.4 日本汽车保险现代化发展的分析2.5.5 日本汽车保险出新规2.6 其他国家或地区2.6.1 韩国车险费率自由化发展的分析2.6.2 香港汽车保险制度概述2.6.3 俄罗斯汽车保险市场格局分析2.6.4 法国汽车保险缴纳状况2.6.5 加拿大汽车保险服务发展态势良好2.6.6 阿根廷汽车保险价格上涨 第三章 2017-2019年中国汽车保险行业的发展3.1 2017-2019年中国汽车保险业的发展概况3.1.1 发展汽车保险业对建设和谐社会意义重大3.1.2 汽车保险业发展状况回顾3.1.3 车险行业发展数据分析3.1.4 车险市场发展状况分析3.1.5 车险市场发展动态分析3.2 中国汽车保险业市场动态分析3.2.1 车险改革促进汽车保险行业发展3.2.2 汽车保险市场品牌发展分析3.2.3 汽车保险新规对汽车4S店影响较大3.2.4 二手车市场红火对车险要求提高3.2.5

我国工程车保险发展解析3.2.6 车联网模式将深远影响汽车保险业发展3.3 2017-2019年中国主要地区汽车保险业的发展动态3.3.1 上海市率先实现商业汽车保险入平台3.3.2 广东省车险首次出现盈利3.3.3 《深圳地区机动车商业保险费率浮动方案》出台3.3.4 北京车险市场发展状况分析3.3.5 青岛汽车保险市场出现团购风潮3.3.6 昆明汽车保险进入“现赔”时代3.4 中国汽车保险市场信息不对称问题分析3.4.1 中国汽车保险市场的信息不对称问题3.4.2 健全BMS定价模式3.4.3 行业联合与车险信息平台的共建3.4.4 政府干预3.5 2017-2019年中国车险市场发展存在的问题及对策3.5.1 汽车保险市场发展存在诸多不足3.5.2 我国车险市场健康发展面临的问题3.5.3 我国汽车保险健康发展的对策3.5.4 以直销方式提升汽车保险的盈利水平3.5.5 车险代理市场乱状亟需整合3.6 中国汽车保险业发展的五种思维3.6.1 产业链思维3.6.2 价值链思维3.6.3 创新思维3.6.4 共赢思维3.6.5 责任思维3.7 欧美PAYD汽车保险对我国车险定价改革的启示3.7.1 PAYD的基本理念3.7.2 PAYD的发展背景3.7.3 PAYD的效益与制约因素3.7.4 PAYD在欧美的发展3.7.5 PAYD对我国商业车险定价机制改革的启示 第四章 2017-2019年中国汽车保险产业链的分析4.1 2017-2019年中国汽车保险产业链的发展概况4.1.1 汽车保险产业链思维因势而起4.1.2 构建和谐共赢的汽车保险产业链正逢其时4.1.3 汽车保险产业链相关主体协同发展已成共识4.1.4 车险业应在产业链中起主导作用4.1.5 人保财险先行一步打造汽车保险产业链4.2 中国汽车保险产业链发展存在的问题4.2.1 缺乏专业化的分工协作机制4.2.2 缺乏合理有效的利益分配机制4.2.3 缺乏长效的协调合作机制4.3 汽车保险产业链实现和谐发展的对策4.3.1 坚持走科学发展的道路4.3.2 树立合作共赢的理念4.3.3 主体间的分工需要进一步深化4.3.4 探索进行深层次的合作4.3.5 建立科学合理的利益分配机制 第五章 2017-2019年中国机动车第三者责任强制保险分析5.1 机动车第三者强制保险与机动车第三者责任险的根本区别5.1.1 法律性质不同5.1.2 法律功能不同5.1.3 投保义务不同5.1.4 经营目的不同5.1.5 承担保险责任的条件不同5.1.6 法律依据不同5.2 机动车第三者责任强制保险的制度体系演变分析5.2.1 机动车第三者责任强制保险的历史演变5.2.2 道交法确立法定赔偿规则5.2.3 实行商业化运营5.2.4 实行强制缔约制度5.2.5 确立保险人对第三人的保护义务5.2.6 设立道路交通事故社会救助基金5.3 机动车第三者责任强制保险的制度的出台及思考5.3.1 《机动车交通事故责任强制保险条例》出台5.3.2 《条例》出台的重大意义5.3.3 《条例》名称演变的过程5.3.4 《条例》存在的弊端思考5.4 《机动车交通事故责任强制保险条例》剖析5.4.1 《条例》鲜明的强制性特点5.4.2 《条例》体现“奖优罚劣”5.4.3 《条例》坚持社会效益原则5.4.4 《条例》保障及时理赔5.4.5 《条例》明确保障对象5.4.6 《条例》实行无过错责任原则5.4.7 《条例》关于救助基金制度5.4.8 《条例》规定过渡期 第六章 2017-2019年中国汽车保险业主要企业概况6.1 天平汽车保险股份有限公司6.1.1 公司简介6.1.2 天平汽车保险开创车险市场先河6.1.3 天平车险盈利状况良好6.1.4 天平保险以控制成本达到扭亏为盈6.1.5 天平车险差异化定位策略解析6.1.6 天平车险营销渠道多元化6.2 盛大车

险连锁6.2.1 公司简介6.2.2 盛大车险连锁造就低价市场先锋6.2.3 盛大车险连锁用“美国”模式发展6.2.4 盛大车险电子商务平台赢青睐6.3 中国人民财产保险股份有限公司6.3.1 公司简介6.3.2 中国人保财险在北京车险市场发展良好6.3.3 人保财险推出车险理赔特色服务6.3.4 中国人保财险江苏省年度车险保费超百亿6.3.5 人保电话车险实施微博营销策略6.4 平安财险6.4.1 公司简介6.4.2 平安财险欲以车险客户形成中高端个人客户群6.4.3 平安保险电话车险运营解析6.4.4 平安汽车保险营销瞄准网络新平台6.4.5 平安车险客户满意度居榜首 第七章 2017-2019年中国汽车保险营销模式及中介组织发展分析7.1 直接营销模式的特征及利弊分析7.1.1 直接营销模式的定义7.1.2 个人营销模式7.1.3 电话营销模式7.1.4 网络营销模式7.2 间接营销模式的特征及利弊分析7.2.1 专业保险代理人模式7.2.2 保险兼业代理制度7.2.3 银行代理及邮政代理模式7.2.4 网上保险超市7.2.5 其他营销方式7.3 汽车保险市场与中介机构概述7.3.1 汽车保险市场的地位7.3.2 保险市场机制7.3.3 市场营销的模式7.3.4 保险中介7.4 中国汽车保险中介组织发展状况分析7.4.1 发展汽车保险中介组织的现实意义7.4.2 中国汽车保险中介组织发展现状7.4.3 中国汽车保险中介组织面临的问题7.4.4 发达国家汽车保险中介组织发展借鉴7.4.5 中国汽车保险中介组织发展对策建议 第八章 2017-2019年汽车保险业竞争分析8.1 2017-2019年汽车保险业竞争概况8.1.1 中国车企加入汽车保险市场争夺战8.1.2 车险市场竞争升级8.1.3 汽车保险行业进入新竞争时代8.1.4 汽车保险争相进军网络渠道8.1.5 汽车保险销售竞争模式升级8.1.6 电话汽车保险仍具竞争优势8.2 保险公司与汽车金融公司的车险业务竞争8.2.1 保险公司与汽车金融公司相比在汽车保险业务存在的优势8.2.2 汽车金融公司作为汽车保险代理人具有强势谈判能力8.2.3 未来汽车金融公司或成保险公司的竞争对手8.2.4 保险公司应对汽车金融公司发展的战略对策 第九章 2017-2019年中国汽车保险业投资与经营分析9.1 2017-2019年中国汽车保险业投资环境9.1.1 汽车工业经济运行情况9.1.2 中国汽车工业发展预示汽车保险产业广阔空间9.1.3 影响车险市场发展主要因素解析9.1.4 中国车险费率市场化政策环境需完善9.2 2017-2019年中国汽车保险市场投资动态9.2.1 瑞士再保瞄准我国高风险汽车保险业务9.2.2 三星火灾保险进军中国汽车保险市场9.2.3 上汽集团用巨资进军汽车保险市场9.2.4 广汽进军车险市场9.3 车险经营的现实矛盾分析9.3.1 车险经营的社会效益与企业效益之间的矛盾9.3.2 车险经营中规模与效益之间的矛盾9.3.3 车险与非车险的结构性矛盾9.3.4 车险经营的内部矛盾9.4 汽车保险经营的精细化分析9.4.1 汽车保险面临的复杂局面9.4.2 汽车保险的精细化经营管理9.4.3 严格规范汽车保险未决管理9.4.4 汽车保险精细化经营创新 第十章 中国汽车保险业的前景趋势分析10.1 中国保险业的发展前景及趋势10.1.1 中国保险市场发展前景广阔10.1.2 我国保险业未来发展的潜力巨大10.1.3 我国保险业发展的三大走向分析10.1.4 保险业发展的信息化趋势10.2 中国汽车保险业的发展前景及趋势10.2.1 汽车保险行业发展展望10.2.2 2020-2026年中国汽车保险行业预测分析10.2.3 电话直销将成为车险业务发展的主流方向10.2.4 网络销售将是车险市场消费的大趋势

附录附录一:中华人民共和国保险法(2016修订)附录二:机动车交通事故责任强制保险条例附录
三:关于深化商业车险条款费率管理制度改革的意见附录四:深化商业车险条款费率管理制度改
革试点工作方案

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/170375.html>