

2021-2027年中国车险产业发展态势及投资决策建议报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国车险产业发展态势及投资决策建议报告》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/202009/897180.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。

智研咨询发布的《2021-2027年中国车险产业发展态势及投资决策建议报告》共十章。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 车险行业概述

1.1 车险的概念及起源发展

1.1.1 车险的概念

1.1.2 车险的起源发展

1.1.3 中国车险的发展进程

1.2 车险的分类、职能及作用

1.2.1 车险的分类

1.2.2 车险的职能

1.2.3 车险的作用

1.3 车险的要素、特征及原则

1.3.1 车险的要素

1.3.2 车险的特征

1.3.3 车险的原则

第二章 2016-2020年世界车险行业发展概况

2.1 2016-2020年世界车险业概述

2.1.1 世界车险业概述

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 美国车险简介

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 美国车险特色解析

2.2.4 美强制车险制度设计及运作的浅述

2.2.5 美国第四大车险商经营状况

2.2.6 美国车险业打包保险发展

2.3 英国

2.3.1 英国是车险业的发源地

2.3.2 英国车险业发展成熟

2.3.3 英国车险承保的分析

2.3.4 英国车险商骗保事件增多

2.4 德国

2.4.1 德国车险改革及其它相关介绍

2.4.2 德国车险分等级

2.4.3 德国车险市场的发展概况

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 日本车险制度

2.5.2 日本车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 日本车险现代化发展的分析

2.5.5 日本车险出新规

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 香港车险制度概述

2.6.3 俄罗斯车险市场格局分析

2.6.4 法国车险缴纳状况

2.6.5 加拿大车险服务发展态势良好

2.6.6 阿根廷车险价格上涨

第三章 2016-2020年中国车险行业的发展

3.1 2016-2020年中国车险业的发展概况

3.1.1 发展车险业对建设和谐社会意义重大

3.1.2 车险业发展状况回顾

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 中国车险业市场动态分析
 - 3.2.1 车险改革促进车险行业发展
 - 3.2.2 车险市场品牌发展分析
 - 3.2.3 车险新规对汽车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车险业发展
- 3.3 2016-2020年中国主要地区车险业的发展动态
 - 3.3.1 上海市率先实现商业车险入平台
 - 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 青岛车险市场出现团购风潮
 - 3.3.6 昆明车险进入“现赔”时代
- 3.4 中国车险市场信息不对称问题分析
 - 3.4.1 中国车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 2016-2020年中国车险市场发展存在的问题及对策
 - 3.5.1 车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 我国车险健康发展的对策
 - 3.5.4 以直销方式提升车险的盈利水平
 - 3.5.5 车险代理市场乱状亟需整合
- 3.6 中国车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车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 2016-2020年中国车险产业链的分析

4.1 2016-2020年中国车险产业链的发展概况

4.1.1 车险产业链思维因势而起

4.1.2 构建和谐共赢的车险产业链正逢其时

4.1.3 车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车险产业链

4.2 中国车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 车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 2016-2020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 中国车险业主要企业概况

6.1 天平车险股份有限公司

6.1.1 公司简介

6.1.2 企业经营状况

6.1.3 企业前景规划

6.2 盛大车险连锁

6.2.1 公司简介

6.2.2 企业经营状况

6.2.3 企业前景规划

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 企业经营状况

6.3.3 企业前景规划

6.4 平安财险

6.4.1 公司简介

6.4.2 企业经营状况

6.4.3 企业前景规划

第七章 2016-2020年中国车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 车险市场与中介机构概述

7.3.1 车险市场的地位

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 中国车险中介组织发展状况分析

7.4.1 发展车险中介组织的现实意义

7.4.2 中国车险中介组织发展现状

7.4.3 中国车险中介组织面临的问题

7.4.4 发达国家车险中介组织发展借鉴

7.4.5 中国车险中介组织发展对策建议

第八章 2016-2020年车险业竞争分析

8.1 2016-2020年车险业竞争概况

8.1.1 中国车企加入车险市场争夺战

8.1.2 车险市场竞争升级

8.1.3 车险行业进入新竞争时代

8.1.4 车险争相进军网络渠道

8.1.5 车险销售竞争模式升级

8.1.6 电话车险仍具竞争优势

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车险业务存在的优势

8.2.2 汽车金融公司作为车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 2016-2020年中国车险业投资与经营分析

9.1 2016-2020年中国车险业投资环境

- 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车险产业广阔空间
- 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 2016-2020年中国车险市场投资动态
 - 9.2.1 瑞士再保瞄准我国高风险车险业务
 - 9.2.2 三星火灾保险进军中国车险市场
 - 9.2.3 上汽集团用巨资进军车险市场
 - 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 车险经营的精细化分析
 - 9.4.1 车险面临的复杂局面
 - 9.4.2 车险的精细化经营管理
 - 9.4.3 严格规范车险未决管理
 - 9.4.4 车险精细化经营创新
- 第十章 中国车险业的前景趋势分析(ZY TL)
 - 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 中国车险业的发展前景及趋势
 - 10.2.1 车险行业发展展望
 - 10.2.2 2021-2027年中国车险行业预测分析
 - 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：<https://www.chyxx.com/research/202009/897180.html>