

2022-2028年中国车险市场 深度分析与发展前景预测报告

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

《2022-2028年中国车险市场深度分析与发展前景预测报告》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/202201/265640.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。中企顾问网发布的《2022-2028年中国车险市场深度分析与发展前景预测报告》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2022-2028年中国车险行业市场发展趋势分析

第一节2022-2028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2022-2028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2022-2028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2022-2028年中国车险行业发展预测分析

第一节2022-2028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2022-2028年中国车险行业发展趋势分析一、2022-2028年国内车险行业保费收入预测二、2022-2028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2022-2028年中国车险行业投资机会与风险分析第一节2022-2028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2022-2028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2022-2028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2022-2028年中国车险行业经营风险的防范和控制 第十八章2022-2028年中国车险行业投资战略研究（一）第一节2022-2028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2022-2028年中国车险行业细分行业投资战略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/265640.html>