

2022-2028年中国车险行业 分析与投资前景预测报告

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年中国车险行业分析与投资前景预测报告》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/202205/291847.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。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国车险行业分析与投资前景预测报告》共九章。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1章 中国车险行业发展综述

1.1 车险的定义、分类及作用

1.1.1 车险的定义

1.1.2 车险的分类

1.1.3 车险的职能

1.2 车险的要素、特征及原则

1.2.1 车险的要素

1.2.2 车险的特征

1、不确定性

2、扩大可保利益

3、无赔款优待

4、维护公众利益

1.2.3 车险的原则

1、优先购买足额的第三者责任保险

2、三者险的保险金额要参考所在地的赔偿标准

3、买足车上人员险后，再购买车损险

4、购买车损险后再买其它险种

5、购买三者险、司机乘客座位责任险、车损险的免赔险

6、其它险种（盗抢险、玻璃、自燃、划痕险）结合自己的需求购买

1.3 车险行业起源与发展历程

1.3.1 车险的起源追溯

1.3.2 中国车险发展历程

第2章 中国车险行业市场环境分析

2.1 车险行业政策环境分析

2.1.1 行业监管体制

2.1.2 主要法律法规

2.1.3 部门规章及规范性文件

2.1.4 行业相关政策最新动向

2.2 车险行业经济环境分析

2.2.1 行业发展与国民经济相关性分析

2.2.2 行业发展与居民收入相关性分析

2.2.3 行业发展与金融市场状况相关性分析

2.3 车险行业需求环境分析

2.3.1 汽车市场发展状况分析

（1）全球汽车市场发展状况

（2）中国汽车产销情况分析

（3）中国汽车保有量

2.3.2 车险需求现状分析

2.3.3 车险需求趋势分析

第3章 中国车险所属行业发展状况分析

3.1 国外车险行业发展经验借鉴

3.1.1 美国车险行业发展经验

3.1.2 德国车险行业发展经验

3.1.3 英国车险行业发展经验

3.2 中国车险行业发展状况分析

3.2.1 中国车险行业发展概况

3.2.2 中国车险行业发展特点

3.2.3 中国车险所属行业经营情况

(1) 车险行业承保状况分析

1) 车辆承保数量

2) 保费规模分析

3) 承保深度分析

(2) 车险行业理赔情况

1) 车险赔付率分析

2) 车险赔付支出规模

(3) 车险行业经营效益分析

(4) 车险行业区域分布

1) 企业区域分布

2) 保费收入区域分布

3.3 中国车险行业竞争状况分析

3.3.1 车险市场竞争情况分析

(1) 车险市场竞争概况

(2) 车险行业集中度分析

3.3.2 产业链视角下的车险竞争策略

(1) 车险产业链构成分析

(2) 车险产业链合作现状

(3) 产业链视角下的保险公司竞争策略

1) 差异化竞争策略

2) 规模化经验策略

3) 资本化运作策略

第4章 中国车险市场化及定价机制分析

4.1 中国车险费率市场化分析

4.1.1 车险费率市场化改革历程

4.1.2 亚洲车险费率市场化改革的经验

(1) 韩国车险费率市场化改革经验借鉴

(2) 日本车险费率市场化改革经验借鉴

4.1.3 车险费率市场化利弊分析

(1) 车险费率市场化的有利影响

（2）车险费率市场化的不利影响

4.1.4 车险费率市场化问题分析

4.1.5 车险费率市场化对策建议

4.1.6 中小车险公司的应对建议

4.2 中国车险定价机制分析

4.2.1 中国车险定价发展现状分析

4.2.2 深圳车险定价改革试点解析

（1）深圳车险定价改革目标

（2）深圳车险定价改革路径分析

（3）对其他城市的借鉴意义

（4）深圳车险定价改革进展情况

4.2.3 中国车险定价的合理性研究

（1）车辆损失险定价合理性分析

（2）第三责任险定价合理性分析

（3）交强险定价合理性分析

4.2.4 完善车险定价机制的建议

（1）促进市场的充分竞争

（2）提高精算水平

（3）加强信息披露

（4）进行具体调整

第5章 中国车险行业细分市场分析

5.1 车辆损失险市场分析及前景

5.1.1 车辆损失险的定义

5.1.2 车辆损失险相关规定

（1）车辆损失险责任及免除

（2）车辆损失险保险金额的确定

（3）车辆损失险费率的确定

5.1.3 车辆损失险市场运营分析

5.2 第三方责任险市场分析及前景

5.2.1 第三方责任险概述

（1）第三方责任险的定义

(2) 与人身意外保险的区别

5.2.2 第三方责任险相关规定

(1) 第三方责任险责任

(2) 第三方责任险保费金额的确定

5.2.3 第三方责任险市场运营分析

5.3 交强险市场分析及前景

5.3.1 交强险概述

(1) 交强险的定义

(2) 交强险的特征

5.3.2 交强险相关规定

(1) 交强险责任规定

(2) 交强险保费金额的确定

5.3.3 交强险市场运营状况

5.3.4 交强险相关政策法规动向解析

5.3.5 交强险市场趋势及前景

5.4 附加险市场分析及前景

5.4.1 附加险的概念及特征

5.4.2 附加险相关规定

5.4.3 附加险市场现状分析

第6章 中国车险行业营销模式分析

6.1 车险营销模式分析

6.2 车险直接营销模式分析

6.2.1 车险柜台直接营销模式

(1) 柜台直接营销模式的特征

(2) 柜台直接营销模式优势分析

(3) 柜台直接营销模式存在的问题

(4) 柜台直接营销模式发展对策

6.2.2 车险电话营销模式

(1) 电话营销模式的特征

(2) 电话营销模式发展现状

(3) 电话营销模式优势分析

- (4) 电话营销模式应注意的问题
- (5) 电话营销模式发展前景
- (6) 平安电话车险成功经验及启示

6.2.3 车险网络营销模式

- (1) 网络营销模式的特征
- (2) 网络营销模式发展现状
- (3) 网络营销模式优势分析
- (4) 网络营销模式存在的问题
- (5) 网络营销模式发展对策

6.3 车险间接营销模式分析

6.3.1 专业代理模式

- (1) 专业代理模式的特征
- (2) 专业代理模式发展现状
- (3) 专业代理模式优势分析
- (4) 专业代理模式存在的问题
- (5) 专业代理模式发展对策

6.3.2 兼业代理模式

- (1) 兼业代理模式的特征
- (2) 兼业代理模式发展现状
- (3) 兼业代理模式优势分析
- (4) 兼业代理模式存在的问题
- (5) 兼业代理模式发展对策

6.3.3 个人代理销售模式

- (1) 个人代理模式的特征
- (2) 个人代理模式发展现状
- (3) 个人代理模式优势分析
- (4) 个人代理模式存在的问题
- (5) 个人代理模式发展对策

6.3.4 其他间接营销模式

- (1) 产寿险交叉销售模式分析
- (2) 车险营销价值最大化理念

第7章 中国车险重点区域市场分析

7.1 北京市车险行业发展分析

7.1.1 北京市经济发展现状分析

7.1.2 北京市机动车辆保有量统计

7.1.3 北京市车险市场发展状况

(1) 北京市保险市场体系

(2) 北京市车险保费收入

(3) 北京市车险赔付支出

(4) 北京市车险市场竞争格局

7.2 上海市车险行业发展分析

7.2.1 上海市经济发展现状分析

7.2.2 上海市机动车辆保有量统计

7.2.3 上海市车险市场发展状况

(1) 上海市保险市场体系

(2) 上海市车险市场竞争格局

7.3 江苏省车险行业发展分析

7.3.1 江苏省经济发展现状分析

7.3.2 江苏省机动车辆保有量统计

7.3.3 江苏省车险市场发展状况

(1) 江苏省保险市场体系

(2) 江苏省车险市场竞争格局

7.4 广东省车险行业发展分析

7.4.1 广东省经济发展现状

7.4.2 广东省机动车辆保有量统计

7.4.3 广东省车险市场发展状况

(1) 广东省保险市场体系

(2) 广东省车险市场竞争格局

7.4.4 深圳市车险市场发展状况

(1) 深圳市经济发展现状分析

(2) 深圳市机动车辆保有量统计

(3) 深圳市车险市场发展状况

7.5 浙江省车险行业发展分析

7.5.1 浙江省经济发展现状

7.5.2 浙江省机动车辆保有量统计

7.5.3 浙江省车险市场发展状况

7.5.4 宁波市车险市场发展状况

(1) 宁波市经济发展现状

(2) 宁波市机动车辆保有量统计

(3) 宁波市车险市场发展状况

7.6 山东省车险行业发展分析

7.6.1 山东省经济发展现状

7.6.2 山东省机动车保有量统计

7.6.3 山东省车险市场发展状况

7.6.4 青岛市车险市场发展状况

(1) 青岛市经济发展现状

(2) 青岛市机动车辆保有量统计

(3) 青岛市车险市场发展状况

第8章 中国车险行业重点企业经营分析

8.1 车险企业总体发展状况分析

8.1.1 车险企业保费规模

8.1.2 车险企业赔付支出

8.2 车险行业领先企业个案分析

8.2.1 中国人民财产保险股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业人员规模及结构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

8.2.2 中国平安财产保险股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业人员规模及结构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

8.2.3 中国太平洋财产保险股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业人员规模及结构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

8.2.4 中华联合财产保险股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业人员规模及结构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

8.2.5 中国大地财产保险股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业人员规模及结构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

第9章 中国车险行业发展趋势及前景分析

9.1 车险发展存在的问题及建议

9.1.1 车险市场发展存在的问题分析

(1) 投保意识及投保心理问题

(2) 保险品种及保险费率单一问题

(3) 保险监管的问题

(4) 人才的匮乏问题

9.1.2 加强车险市场建设的策略建议

(1) 提高保险技术，推动产品创新

(2) 加强市场拓展，拓宽营销渠道

(3) 建立科学的风险规避机制

(4) 加强车险的营销创新

(5) 加快提升产品的营销创新

9.2 车险行业发展趋势分析

9.2.1 行业监管环境变化趋势分析

9.2.2 营销渠道模式发展趋势分析

9.2.3 车险险种结构变化趋势分析

9.2.4 客户群体结构变化趋势分析

9.2.5 企业竞争核心转向趋势分析

9.2.6 企业经营理念转变趋势分析

9.3 车险行业发展前景预测

9.3.1 车险行业发展驱动因素

(1) 经济因素影响分析

(2) 交通因素影响分析

(3) 政策因素影响分析

9.3.2 车险行业发展前景预测

(1) 汽车承保数量预测

(2) 车险保费收入预测

9.4 车险行业投资风险及防范

9.4.1 行业投资特性分析

(1) 行业进入壁垒分析

(2) 行业经营特色分析

9.4.2 行业投资风险分析

(1) 政策风险分析

(2) 经营管理风险分析

9.4.3 行业风险防范措施建议

(1) 规范经营是基础

(2) 内控建设是保障

(3) 优质服务是关键

(4) 精细管理是支撑

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/291847.html>