

2012-2016年中国车险行业 市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国车险行业市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/jinrong1112/M365104NS1.html>

【报告价格】纸介版**6800**元 电子版**7000**元 纸介+电子**7500**元

【出版日期】2011-12-12

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国车险行业市场分析与投资前景研究报告》共十六章。首先介绍了车险相关概述、中国车险市场运行环境等，接着分析了中国车险市场发展的现状，然后介绍了中国车险重点区域市场运行形势。随后，报告对中国车险重点企业经营状况分析，最后分析了中国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。

车险，即机动车辆保险，也称汽车保险，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。机动车辆是指汽车、电车、电瓶车、摩托车、拖拉机、各种专用机械车、特种车。机动车辆保险为不定值保险，分为基本险和附加险，其中附加险不能独立保险。基本险包括：交强险、第三者责任险（三责险）和车辆损失险（车损险）；附加险包括：全车盗抢险（盗抢险）、车上人员责任险、无过失责任险、车载货物掉落责任险、玻璃单独破碎险、车辆停驶损失险、自燃损失险、新增设备损失险、不计免赔特约险。我们通常所说的交强险（即机动车交通事故责任强制保险）也属于广义的第三者责任险，交强险是强制性险种，机动车必须购买才能够上路行驶、年检、上户，且在发生第三者损失需要理赔时，必须先赔付交强险再赔付其它险种。

第一章 汽车保险相关概述

第一节 汽车保险的概念及起源

一、汽车保险的概念

二、汽车保险的起源

第二节 汽车保险的分类与职能

一、汽车保险的分类

二、汽车保险的职能

第三节 汽车保险的意义

一、促进汽车工业的发展，扩大了对汽车的需求

二、稳定了社会公共秩序

三、促进了汽车安全性能的提高

四、汽车保险业务在财产保险中占有重要的地位

第四节 汽车保险的基本特征

- 一、保险标的出险率较高
- 二、业务量大，投保率高
- 三、扩大保险利益
- 四、被保险人自负责任与无赔款优待

第五节 汽车保险的要素与原则

- 一、汽车保险的要素
- 二、汽车保险的原则

第二章 世界汽车保险行业发展概况

第一节 2011年世界汽车保险业概述及对中国的启示

- 一、世界汽车保险业概述
- 二、车险更充分体现了保险的补偿和保障功能
- 三、车险费率厘定因素众多而各国侧重不同
- 四、车险营销以代理为主以服务竞争

第二节 美国

- 一、美国的汽车保险制度
- 二、美国汽车保险简介
- 三、美国车险科学的费率厘定和多元化的销售方式
- 四、美国未婚低龄男性个人汽车险费率最高
- 五、美国强制车险制度设计与运作的几点启示

第三节 英国

- 一、英国是汽车保险业的发源地
- 二、英国汽车保险业发展成熟
- 三、英国汽车保险的特点
- 四、英国车险承保的分析及启示

第四节 德国

- 一、德国汽车保险市场的发展概况
- 二、德国汽车保险分等级
- 三、车险改革对德国车险市场的影响
- 四、德国机动车辆法定第三者责任保险简介
- 五、德国车险改革对中国的启示

第五节 日本

- 一、日本汽车保险制度
- 二、日本汽车保险市场变革分析
- 三、日本汽车保险风险细分
- 四、日本强制汽车第三者责任保险零利润

第六节 其他国家或地区

- 一、法国汽车保险业的社会管理功能突出
- 二、俄罗斯汽车保险市场总体水平还不高
- 三、韩国车险费率自由化发展

第七节 2012-2016年世界汽车保险产业发展前景预测分析

第三章 中国车险产业发展态势分析

第一节 我国汽车保险的发展进程

第二节 2011年中国车险市场格局分析

- 一、车险市场增速放缓但盈利能力仍然持续
- 二、车险市场手续费竞争有所抬头
- 三、集团或总公司统筹下的渠道战略布局引领市场竞争方向
- 四、交强险逐渐成为保险公司的“鸡肋”

第三节 2011年中国汽车保险市场发展中的问题分析

- 一、产品单一，费率厘定缺乏合理性，保险技术不高
- 二、保险市场风险大，整体素质不高
- 三、缺少完善的法律法规体系，监管滞后

第四章 我国车险电销分析

第一节 保险电销渠道与传统渠道的整合

- 一、销售渠道成为保险竞争的焦点
- 二、电销渠道的新特点
- 三、两种保险销售渠道之间存在的矛盾
- 四、电销渠道与传统渠道的整合是未来的发展趋势

第二节 车险电话营销渠道分析

- 一、产险公司开办车险电话营销业务的内外部环境分析
- 二、电话营销业务的特点
- 三、电销渠道发展前景与制约因素

第三节 车险电销发展迅速原因分析

- 一、车险电销“低”不可挡
- 二、电销电话铺天盖地
- 三、电销与传统渠道共同生存

第四节 电销车险发展瓶颈及突破途径

- 一、电销车险发展的瓶颈
- 二、突破电销发展瓶颈的途径

第五节 电话车险引领行业服务升级

第六节 汽车保险电话营销模式在我国的发展前景

- 一、我国现有车险营销模式的特征及利弊分析
- 二、打破渠道垄断的汽车保险电话营销模式的兴起与发展
- 三、我国车险电话销售业务中存在的不足
- 四、我国车险电话销售进一步发展策略分析

第五章 我国车险费率市场化分析

第一节 车险费率市场化的利弊分析

- 一、车险费率市场化的有利因素
- 二、车险费率市场化的不利因素

第二节 我国车险费率市场化的改革实践

- 一、始于2003年的车险费率市场化改革
- 二、2009年底北京地区的商业车险费率浮动方案
- 三、2010年6月深圳地区的商业车险定价机制改革试点

第三节 车险费率市场化改革的影响及分析

第四节 车险费率市场化提速助“双赢”

第五节 中小保险公司应对车险费率市场化的相关建议

第六节 实行车险费率市场化改革的建议

第六章 我国交强险分析

第一节 交强险出台的背景及特点

第二节 交强险经营成本分析

- 一、固定成本
- 二、变动成本

三、其他成本

第三节 交强险经营困局分析

一、2010年交强险经营亏损72亿元

二、交强险经营亏损的原因分析

三、改善交强险经营困境的建议

第四节 交强险的困惑与出路

一、交强险的精算科学性问题需要及时解决

二、交强险法律法规有必要依据实际加以修订

三、交强险的诉讼环境也亟须改善

四、交强险的制度是否需要大修

第五节 交强险的目标定位检讨

一、核心目标不清

二、目标之间相互冲突

三、目标很难实现

第六节 交强险的模式选择反思

一、现行制度分析

二、现行立法存在的问题

第七章 我国汽车保险的理赔分析

第一节 影响理赔服务的因素分析

一、保险公司层面的原因

二、客户层面的原因

三、社会层面的原因

第二节 我国汽车保险理赔服务模式分析

一、汽车保险理赔的意义

二、汽车保险承保和理赔市场分析

三、我国的理赔服务模式

四、我国车险理赔服务模式存在的弊端

五、发展车险理赔服务模式的策略

第三节 车险理赔存在的三个问题

一、损失补偿原则

二、承保理赔服务不规范

三、同险种各公司报价不同

第四节 车险人伤理赔管理存在的主要问题及风险控制

- 一、车险人伤理赔管理的主要问题
- 二、车险人伤理赔管理问题产生的原因
- 三、车险人伤理赔管理问题的解决对策
- 四、车险人伤理赔风险控制缺陷分析
- 五、车险人伤理赔风险控制分析

第五节 车险赔付率高的原因分析

- 一、承保关口把关不严，承保效益降低
- 二、道路交通事故率不断上升
- 三、人伤案件费用逐年攀升
- 四、车险理赔缺少大环境支持
- 五、现场查勘、定损和理赔环节存在风险漏洞

第六节 车险骗赔防范分析

- 一、车险市场骗赔现状
- 二、车险骗赔的常见类型
- 三、车险骗赔行为的共性分析
- 四、车险骗赔的危害及反欺诈之路
- 五、车险反欺诈工作需要建立长效激励机制

第八章 我国机动车保险网络营销发展分析

第一节 我国机动车保险网络营销的现状和问题

- 一、网上投保成车险投保新趋势
- 二、企业信息化问题
- 三、企业信息化问题
- 四、电子金融化问题
- 五、法制化建设问题

第二节 发展我国机动车保险网络营销的对策分析

- 一、静态信息服务阶段的对策
- 二、动态信息服务阶段的对策
- 三、在线交易阶段的对策

第三节 我国机动车保险网络营销的发展趋势分析

- 一、专一化趋势
- 二、融合化趋势
- 三、国际化趋势

第九章 中国商业车险管理制度存在的问题及政策建议分析

第一节 调研及实践中发现的问题

- 一、产品管理制度方面
- 二、条款、费率厘定方面
- 三、承保理赔服务流程、标准方面
- 四、费率市场化改革方面
- 五、知识普及和风险提示方面
- 六、保护被保险人利益方面

第二节 相关政策建议

- 一、制定行业指导性条款
- 二、制定行业指导性承保理赔服务流程及服务标准
- 三、稳步推进车险费率市场化改革
- 四、大力推动知识普及和风险提示
- 五、着力保护被保险人合法权益

第十章 我国机动车辆保险代位追偿清算模型分析

第一节 代位追偿发展必要性

- 一、机动车辆保险业务发展迅速，但理赔问题日益突出，成为各方关注热点
- 二、“代位追偿”是解决“无责免赔”问题的良好途径

第二节 建设机动车辆保险清算体系的现实意义

- 一、清算体系分析
- 二、建立机动车辆保险清算体系的现实意义
- 三、过度竞争对车险市场效率和社会福利的影响

第三节 构建机动车辆保险清算模型分析

- 一、建立清算模型
- 二、清算系统功能分析
- 三、支付系统流程说明

第四节 建立机动车辆保险清算体系建议

第十一章 我国汽车保险业竞争格局分析

第一节 车险竞争进入集中增值服务时代

- 一、看点之一：长假服务全行业总动员
- 二、看点之二：旅游线路保障成为新热点
- 三、看点之三：为异地理赔及时提供服务

第二节 当前车险市场竞争特点及对策分析

- 一、车险市场改革过程与竞争特点
- 二、当前车险市场恶性价格竞争成因分析
- 三、过度竞争对车险市场效率和社会福利的影响
- 四、对策与建议

第三节 2011年中国车险价格竞争成因分析

第四节 车险竞争升级

- 一、拼时效，快赔时代来临
- 二、拼价格，费率市场化竞争

第五节 2011年中国车险放开经营后的竞争成本与营销机制分析

- 一、营销成本迅速增加，车险有成为利润漏洞的危险
- 二、创新营销模式是车险放开经营的必由之路
- 三、建立车险新型营销机制的思考

第六节 2011年中国车辆险市场价格竞争与非价格竞争趋势分析

- 一、车辆险费率市场化改革势在必行
- 二、车辆险市场价格竞争的有限性
- 三、非价格竞争与集约化经营趋势

第七节 2011年中国产业链视角下的车险竞争策略分析

- 一、产业链的构成
- 二、保险公司在汽车产业链中的合作现状
- 三、保险公司对车险产业链的探索与实践
- 四、产业链视角下的车险竞争策略
- 五、车险产业链的发展路径及其战略协同效应分析

第十二章 中国提高车险续保能力途径分析

第一节 提升车险续保能力的意义

第二节 影响车险续保的因素

第三节 提高优质业务续保率的途径

- 一、延伸车险服务链条
- 二、落实差异化的费率政策
- 三、提高渠道和客户掌控能力
- 四、建立续保管理体系

第十三章 中国汽车保险重点上市企业分析

第一节 中国太平洋保险（集团）股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节 中国平安保险（集团）股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十四章 2012-2016年中国汽车保险业投资与经营前景分析

第一节 2012-2016年中国汽车保险业投资环境

- 一、中国汽车工业发展预示汽车保险产业广阔空间
- 二、中国汽车保险行业投资政策环境分析
- 三、中国车险费率市场化政策环境有待完善

第二节 2011年中国汽车保险市场投资动态

- 一、广汽集团挺进汽车保险市场
- 二、一汽五子公司合资设立专业汽车保险公司
- 三、瑞士再保险公司瞄准中国高风险汽车保险业务

四、上海汽车集团斥巨资进军汽车保险市场

第三节 保险公司进入汽车保险业应对汽车金融公司的战略分析

一、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

二、汽车金融公司作为汽车保险代理人具有强势谈判能力

三、未来汽车金融公司或成保险公司的竞争对手

四、保险公司应对汽车金融公司发展的战略对策

第四节 车险经营的现实矛盾分析

一、车险经营的社会效益与企业效益之间的矛盾

二、车险经营中规模与效益之间的矛盾

三、车险与非车险的结构矛盾

四、车险经营的内部矛盾

第五节 汽车保险经营的精细化分析

一、汽车保险面临更为复杂的局面

二、汽车保险的精细化经营管理

三、严格规范汽车保险未决管理

四、汽车保险精细化经营创新

第十五章 2012-2016年中国汽车保险业的前景趋势分析

第一节 2012-2016年中国保险业的发展前景及趋势

一、中国保险市场仍有广阔的发展前景和潜力

二、中国保险业的发展重点及方向

三、差距是中国保险业未来发展的最大潜力

四、中国保险业未来三大走向分析

第二节 2012-2016年中国汽车保险业的发展前景及趋势

一、中国汽车保险业发展空间广阔

二、2012年中国车险保费将增至2000亿元

三、电话直销将成为未来车险业务的主流发展方向

四、网络销售将是车险市场消费的大趋势

第十六章 2012-2016年中国汽车保险业发展策略分析

第一节 提高车险经营效益的建议

一、车险盈利能力不足的成因分析

二、提高车险经营效益的措施

第二节 以创新推动车险发展方式转变

一、要深化经营模式的改革

二、要深化车险承保定价改革

三、要深化考核分配制度改革

四、要深化理赔管理管控改革

五、要深化工作管理团队改革

第三节 加强中国汽车保险市场建设的建议

一、提高保险技术，大力推动产品创新

二、建立科学的风险规避机制

三、加强汽车保险的市场体系建设

四、加强汽车保险市场的监管

第四节 提升车险盈利能力的策略

一、加强行业监管和行业自律

二、提升承保管控水平

三、提升理赔管控水平

四、提升精细化管理水平

五、营造良好的外部环境

第五节 完善我国车险制度的策略分析

一、我国车险制度存在的缺陷

二、完善我国车险制度的策略

第六节 建立有效机制优化我国车险市场生态环境

一、我国车险全行业的经营困局

二、我国车险市场问题的根源

三、建立有效机制优化车险经营生态环境，培育车险盈利的新型市场模式

四、机制的实施和新模式的培育需要的条件

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jinrong1112/M365104NS1.html>