

# 2011-2015年中国汽车保险 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](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2011-2015年中国汽车保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/jinrong1108/E5477503H7.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2011-08-05

【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《2011-2015年中国汽车保险行业市场分析与投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了汽车保险相关概述、中国汽车保险市场运行环境等，接着分析了中国汽车保险市场发展的现状，然后介绍了中国汽车保险重点区域市场运行形势。随后，报告对中国汽车保险重点企业经营状况分析，最后分析了中国汽车保险行业发展趋势与投资预测。您若想对汽车保险产业有个系统的了解或者想投资汽车保险行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

汽车保险，即机动车辆保险，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。汽车保险是财产保险的一种，在财产保险领域中，汽车保险属于一个相对年轻的险种，这是由于汽车保险是伴随着汽车的出现和普及而产生和发展的。同时，与现代机动车辆保险不同的是，在汽车保险的初期是以汽车的第三者责任险为主险的，并逐步扩展到车身的碰撞损失等风险。

## 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 国外汽车保险发展分析

### 第一节 美国汽车保险

#### 一、美国的汽车保险制度

#### 二、美国汽车保险简介

#### 三、美国保险公司设计保险费率主要考虑因素

#### 四、美国强制车险制度设计与运作的启示

#### 五、美国汽车保险反欺诈的思路及对经验

### 第二节 英国汽车保险

#### 一、英国“完全市场细分”的车险营销制度

#### 二、英国机动车辆承保中的多因素制度

#### 三、经济低迷促使英国汽车保险商骗保案件激增

### 第三节 德国汽车保险

#### 一、德国车险改革简介

#### 二、德国车险营销渠道

#### 三、德国机动车辆法定第三者责任保险简介

#### 四、德国车险改革对中国的启示

### 第四节 日本汽车保险

#### 一、日本车险市场发展历程

#### 二、日本车险业应对费率自由化挑战的措施

#### 三、日本车险市场竞争有序

## 第三章 中国汽车保险行业发展环境分析

### 第一节 国内汽车保险经济环境分析

#### 一、GDP历史变动轨迹分析

#### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

#### 三、2011年中国汽车保险经济发展预测分析

### 第二节 中国汽车保险行业政策环境分析

## 第四章 中国车险定价分析

### 第一节 欧美PAYD汽车保险对中国车险定价改革的启示

- 一、PAYD的基本理念
- 二、PAYD的发展背景
- 三、PAYD的效益与制约因素
- 四、PAYD在欧美的实践
- 五、美国PAYD的监管
- 六、对中国商业车险定价机制改革的启示

### 第二节 车险定价因子对价格的影响尚未充分体现

### 第三节 中国车险定价的适当性分析

- 一、车损险足额保险定价的适当性分析
- 二、第三者责任险定价的适当性分析

### 第四节 车险定价深圳率先试点

- 一、产品和费率有望多样化
- 二、有利大型公司，中小公司或观望

### 第五节 完善中国车险定价机制的建议

- 一、促进市场的充分竞争
- 二、提高精算水平
- 三、加强信息披露
- 四、进行具体调整

## 第五章 中国汽车保险的理赔分析

### 第一节 车险赔款实名制利弊分析

### 第二节 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

### 第三节 中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、中国的理赔服务模式

四、中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

第四节 车险人伤理赔管理存在的主要问题与对策

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

第五节 机动车辆险赔付率高的原因分析

一、机动车辆险的经营现状

二、车险赔付率高的原因分析

三、降低车险赔付率的对策

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、防范车险骗赔的建议

第六章 中国机动车第三者责任强制保险分析

第一节 机动车第三者责任强制保险与自愿保险的区别分析

一、目的、功能不同

二、性质不同

三、实施方式不同

四、责任范围不同

五、责任限额不同

六、索赔主体不同

七、条款、费率制定方式不同

八、辅助补偿制度设置不同

九、其他区

第二节 交强险和机动车商业三者险中的“责任”关系问题

一、交通事故责任不等于交通事故民事赔偿责任

二、交通事故行政责任的承担主体

三、交通事故民事赔偿责任的承担主体

四、交强险和机动车商业三者险中的被保险人范围不同

### 第三节 机动车第三者责任险的制度体系分析

#### 一、机动车第三者责任险的历史演变

#### 二、道交法确立法定赔偿规则

#### 三、实行商业化运营

#### 四、实行强制缔约制度

#### 五、确立保险人对第三人的保护义务

#### 六、设立道路交通事故社会救助基金

### 第四节 机动车第三者责任强制保险的制度分析

#### 一、机动车强制三责险的定位与功能

#### 二、机动车强制三责险的经营原则与模式

#### 三、机动车强制三责险制度法律关系分析

#### 四、机动车强制三责险相关配套制度构建

#### 五、《条例》(草案)综合评介与制度构建的基本路向

## 第七章 中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 车险费率市场化分析

#### 一、机动车辆保险费率市场化回顾

#### 二、车险费率市场化的意义

#### 三、车险费率市场化条件尚未完全成熟

#### 四、车险费率市场化的建议

### 第三节 中国车险费率市场化改革的实证分析

#### 一、车险费率市场化改革的历程

#### 二、当前车险费率市场化进程的特征

#### 三、相关建议

### 第四节 实行车险费率市场化改革的建议

## 第八章 中国机动车保险网络营销发展分析

### 第一节 中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 发展中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 中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 银行销售车险可行性分析

### 第一节 银行销售车险的环境分析

一、银行销售车险具有的资源优势

二、银行销售车险存在的不足

三、金融市场环境为银行销售车险提供了机遇

四、车险市场现状使银行销售车险遭遇挑战

### 第二节 银行销售车险的策略选择分析

一、客户销售策略

二、银保企业合作策略

## 第十章 中国汽车保险业的竞争分析

### 第一节 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

### 第二节 车险价格竞争成因分析

### 第三节 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

#### 第四节 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

#### 第五节 产业链视角下的车险竞争策略

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

### 第十一章 中国机动车辆保险招投标过程中存在的问题及对策分析

#### 第一节 当前中国车险招投标中存在的主要问题分析

一、招标目的不明确

二、中间人的不规范运作

三、保险人竞争不够理性

四、标书内容不规范

五、评标缺乏统一的标准

#### 第二节 车险招投标不规范操作造成的后果

#### 第三节 规范中国车险招投标的对策

### 第十二章 中国汽车保险业发展策略分析

#### 第一节 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

#### 第二节 新形势下如何保持车险健康发展

#### 第三节 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

#### 第四节 完善中国车险制度的策略分析

- 一、中国车险制度存在的缺陷
- 二、完善中国车险制度的策略

#### 第五节 如何实现规模效益双赢的车险经营之路

#### 第六节 建立有效机制优化中国车险市场生态环境

- 一、中国车险全行业的经营困局
- 二、中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：&hellip;&hellip;

更多图表详见正文&hellip;&hellip;

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jinrong1108/E5477503H7.html>