

# 2015-2020年中国互联网保 险市场深度调研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

《2015-2020年中国互联网保险市场深度调研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/jinrong1503/4932710C87.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2015-03-11

【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

## 报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国互联网保险市场深度调研与投资前景研究报告》共九章。报告介绍了互联网保险行业相关概述、中国互联网保险产业运行环境、分析了中国互联网保险行业的现状、中国互联网保险行业竞争格局、对中国互联网保险行业做了重点企业经营状况分析及中国互联网保险产业发展前景与投资预测。您若想对互联网保险产业有个系统的了解或者想投资互联网保险行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

互联网保险，是相对于传统的保险营销方式而言的，实质上就是保险电子商务或者网络保险。互联网保险指实现保险信息咨询、保险计划书设计、投保、交费、核保、承保、保单信息查询、保全变更、续期交费、理赔和给付等保险全过程的网络化。网络保险无论从概念、市场还是到经营范围，都有广阔的空间以待发展。

2011年至2013年的三年间，我国国内经营互联网保险业务的公司从28家上升到60家，年均增长达46%；针对经营互联网保险业务的公司分类，人身险公司有44家，财产险公司有16家，总体占全行业133家产寿险公司的45%。2011年-2012年互联网保险规模保费从31.99亿元增长到106.24亿元，增幅为2.3倍；2012年-2013年互联网保险规模保费从106.24亿元增长到291.15亿元，增幅为1.74倍。整体年均增长率达到201.68%。至2020年互联网保险保费有望达到3000亿元。

根据新国十条规划的发展目标，到2020年，我国将实现由保险大国向保险强国转变，保险成为政府、企业、居民风险管理和财富管理的基本手段，保险深度(保费收入/19内生产总值)达到5%，保险密度(保费收入/总人口)达到3500元/人。据测算，如若顺利实现保险深度和保险密度的发展目标，到2020年，保险业保费收入将达到约4.6万亿元，年均增速约为8%。另据中国保险行业协会统计，2011年至2013年的3年间。我国国内经营互联网保险业务规模保费从32亿元增长到291亿元，3年间增幅总体达到810%，年均增长率达202%。保守估计，按照互联网保险的现在发展速度，未来7年，互联网保费增速将至少达到32%的增长速度，互联网保费收入占保险业的收入比重将达到5%左右，保费收入约为2300亿元。

互联网渠道还有助于提升保险公司在与银行谈判时的地位。近几年寿险公司过于依赖银行渠道，导致其在与银行的谈判中完全处于被动地位。

## 第一部分 产业环境透视

### 第一章 互联网保险行业发展背景分析 1

#### 第一节 互联网保险概述 1

一、互联网保险定义	1
二、互联网保险分类	2
三、互联网保险渠道分析	3
第二节 互联网保险发展的必要性	4
一、传统代理人渠道增长乏力	4
二、银保渠道受限量价齐跌	4
三、互联网保险发展的意义	8
1、拓展销售渠道	8
2、扩大客户群	11
3、降低产品费率	14
4、提供更有针对性的产品	15
5、提升与银行谈判的地位	15
第三节 中国互联网保险的过去与现状	16
一、互联网保险发展历程	16
二、互联网保险主要模式与特征	17
1、互联网保险模式	17
2、互联网保险主要特征	24
第四节 以互联网思维驱动保险业转型发展	25

## 第二章 中国互联网保险行业发展环境分析 30

### 第一节 经济环境分析 30

一、国民经济增长趋势	30
一、宏观经济	30
1、国民经济运行情况GDP	30
2、社会消费品零售总额	33
3、对外贸易&进出口	35
4、工业形势	36
5、固定资产投资	38
二、居民收入与储蓄状况	42
三、居民消费结构升级	43
四、金融市场运行环境	47
第二节 政策环境分析	48

- 一、行业法规及政策 48
- 二、行业发展规划 53
- 第三节 社会环境分析 55
  - 一、网络普及带动网民增长 55
  - 二、网购市场日益成熟 58
  - 三、网络消费群体需求多样化 60
  - 四、网民对保险业关注度提升 62

## 第二部分 市场深度调研

### 第三章 互联网保险行业经营分析 64

#### 第一节 互联网保险行业经营规模分析 64

- 一、经营互联网保险业务公司数量 64
- 二、互联网保险保费收入规模分析 65
- 三、互联网保险渠道收入占比分析 67
- 四、互联网保险投保客户数量分析 68

#### 第二节 互联网保险行业经营效益分析 68

- 一、互联网保险行业经营成本分析 68
- 二、互联网保险行业盈利能力分析 69

#### 第三节 互联网保险行业险种结构及创新 70

- 一、互联网保险行业险种结构特征 70
- 二、互联网保险行业产品主要类别 71
  - 1、车险、意外险等条款简单的险种 71
  - 2、投资理财型保险产品 73
  - 3、“众筹”类健康保险 73
  - 4、众安在线“参聚险” 76
- 三、互联网保险行业产品创新情况 78

### 第四章 互联网财险细分市场运营情况分析 81

#### 第一节 互联网财险行业运营数据分析 81

- 一、财产险行业基本面分析 81
- 二、互联网财险公司数量规模 82
- 三、互联网财险保费规模分析 82

四、互联网财险投保客户数量	84
五、互联网财险行业竞争格局	84
1、财险公司网站流量格局	84
2、财险公司独立访客数格局	85
3、财险公司保费收入排名	85
第二节 互联网车险市场运营情况分析	86
一、车险行业基本面分析	86
二、车险行业销售渠道格局	86
三、互联网车险保费收入分析	88
四、互联网车险运营效益分析	88
五、互联网车险行业竞争格局	93
六、互联网车险行业创新动向	94
七、互联网车险行业前景分析	95
第三节 互联网家财险市场运营情况分析	96
一、家财险行业基本面分析	96
二、互联网家财险市场渗透率	99
三、互联网家财险产品创新动向	99
四、互联网家财险营销模式创新	100
五、互联网家财险行业前景分析	104
第四节 互联网货运险市场运营情况分析	105
一、货运险行业基本面分析	105
二、互联网货运险市场发展现状	108
三、互联网货运险运营效益分析	109
四、互联网货运险产品创新动向	110
五、互联网货运险营销模式创新	111
六、互联网货运险行业前景分析	112
第五节 其它财险细分市场运营情况分析	114
一、互联网责任险市场运营情况	114
二、互联网保证险市场运营情况	115

## 第五章 互联网人身险细分市场运营情况分析 119

### 第一节 互联网人身险行业运营数据分析 119

- 一、互联网人身险公司数量规模 119
- 二、互联网人身险保费规模分析 120
- 三、互联网人身险投保客户数量 121
- 四、互联网人身险行业竞争格局 122
  - 1、人身险公司网站流量格局 122
  - 2、人身险公司独立访客数格局 122
  - 3、人身险公司保费收入排名 123
- 第二节 互联网意外险市场运营情况分析 123
  - 一、意外险行业基本情况分析 123
  - 二、互联网意外险市场渗透率 124
  - 三、互联网意外险行业竞争格局 124
  - 四、互联网意外险产品创新动向 125
  - 五、互联网意外险营销模式创新 126
  - 六、互联网意外险行业前景分析 128
- 第三节 互联网健康险市场运营情况分析 131
  - 一、健康险行业基本情况分析 131
  - 二、互联网健康险市场渗透率 134
  - 三、互联网健康险行业竞争格局 135
  - 四、互联网健康险产品创新动向 136
  - 五、互联网健康险营销模式创新 137
  - 六、互联网健康险行业前景分析 138
- 第四节 互联网寿险市场运营情况分析 140
  - 一、寿险行业基本情况分析 140
  - 二、寿险行业竞争格局分析 141
  - 三、互联网寿险市场渗透率 144
  - 四、理财类寿险网销情况分析 145
  - 五、互联网寿险行业竞争格局 145
  - 六、互联网寿险行业前景分析 145

### 第三部分 竞争格局分析

## 第六章 互联网保险行业竞争形势分析 148

### 第一节 互联网保险企业竞争分析 148

- 一、互联网保险企业保费排名 148
- 二、互联网保险与传统保险的竞争 148
- 三、中外资互联网保险企业的竞争 154
- 第二节 互联网保险发展对保险业格局的影响 157
- 一、保险网销给小企业带来的影响 157
- 二、经营风格分化市场排名生变 161

## 第七章 博思数据关于互联网保险行业商业模式体系分析 164

### 第一节 险企自建官方网站直销模式 164

- 一、险企直销网站建设现状分析 164
- 二、自建官方网站需具备的条件 167
  - 1、资金充足 167
  - 2、丰富的产品体系 167
  - 3、运营和服务能力 167
- 三、自建官方网站模式优劣势 168
- 四、自建官方网站经营成效分析 168
- 五、自建官方网站模式案例研究 169
  - 1、人保财险官网直销 169
  - 2、泰康在线 170
  - 3、平安网上商城 174

### 第二节 综合性电商平台模式 175

- 一、综合性电商平台保险业务发展模式 175
  - 二、综合性电商平台保险业务开展情况 176
  - 三、综合性电商平台保险业务经营优劣势 179
  - 四、综合性电商平台保险业务经营情况 181
    - 1、淘宝平台保险业务经营情况 181
    - 2、苏宁平台保险业务经营情况 183
    - 3、京东平台保险业务经营情况 185
    - 4、网易平台保险业务经营情况 188
    - 5、腾讯平台保险业务经营情况 189
  - 五、综合性电商平台模式存在的问题 192
- ### 第三节 兼业代理机构网销模式 195



- 一、保险兼业代理机构发展现状分析 195
- 二、保险网络兼业代理机构主要类型 201
- 三、保险网络兼业代理运营情况分析 202
- 四、兼业代理开展网络销售的有利影响 204
- 五、兼业代理开展网络销售的制约因素 205
- 六、兼业代理机构网销业务经营情况 206

1、中国东方航空网站 206

2、携程旅行网 206

3、芒果网 207

4、翼华科技 209

5、工商银行官网 209

#### 第四节 专业中介代理机构网销模式 210

一、保险专业中介机构发展现状分析 210

二、保险专业中介机构开展网销准入门槛 213

三、保险专业中介机构垂直网站建设情况 215

四、保险专业中介代理模式存在的问题 218

1、产品单一 218

2、销售规模受到限制 218

3、运营模式有待创新 219

五、保险专业中介代理模式案例研究 219

1、慧择保险网 219

2、中民保险网 219

3、新一站保险网 221

#### 第五节 专业互联网保险公司模式 222

一、专业互联网保险公司建设现状 222

二、专业互联网保险公司主要类型 223

1、产寿结合的综合性平台 223

2、专注财险或寿险的平台 223

3、纯互联网的“众安”模式 224

三、专业互联网保险公司案例研究 226

1、众安在线 226

2、中国人寿电商 227

3、平安新渠道 228

4、新华电商 228

四、专业互联网保险公司运营模式探索 229

## 第八章 海外互联网保险行业运营经验借鉴 230

### 第一节 海外互联网保险市场发展分析 230

#### 一、美国 230

1、美国互联网保险市场现状 230

2、美国互联网保险消费者特征 232

3、美国移动互联网保险的发展 232

4、美国互联网保险发展特点 232

#### 二、英国 233

1、英国互联网保险发展背景 233

2、英国互联网保险发展模式与阶段 235

3、英国互联网保险发展趋势 235

#### 三、德国 236

1、德国互联网保险法律体系 236

2、德国互联网保险市场现状 237

3、德国互联网保险模式创新 238

#### 四、日本 238

1、日本互联网保险市场发展现状 238

2、日本互联网保险发展原因 238

3、日本互联网保险发展特点 240

#### 五、韩国 240

1、韩国互联网车险市场概况 240

2、韩国互联网寿险市场概况 242

3、韩国互联网保险发展特点 242

#### 六、境外地区 243

1、香港互联网保险市场概况 243

2、台湾互联网保险市场概况 243

### 第二节 海外不同类型互联网保险公司经验借鉴 244

#### 一、寿险——日本Lifenet 244

- 1、公司基本情况 244
- 2、公司互联网保险业务范畴 245
- 3、公司销售模式与策略分析 245
- 4、公司互联网保险经营业绩 247
- 5、公司经营成功因素总结 250
- 二、财险——美国Allstate 250
- 1、公司基本情况 250
- 2、公司互联网保险业务范畴 251
- 3、公司互联网保险经营业绩 251
- 三、比价公司——美国INSWEB 252
- 1、公司基本情况 252
- 2、公司互联网保险业务范畴 253
- 3、公司盈利模式与策略分析 253
- 4、公司运营模式优势分析 253
- 5、公司发展中的制约因素 255
- 四、比价公司——英国MoneySuperMarket 256
- 1、公司基本情况 256
- 2、公司互联网保险业务范畴 256
- 3、公司销售模式与策略分析 257
- 4、公司互联网保险经营业绩 257
- 第三节 国外互联网保险发展的经验启示 257

## 第九章 互联网保险领先企业经营战略及业绩 259

### 第一节 财险公司网销经营战略及业绩 259

#### 一、中国人民财产保险股份有限公司 259

- 1、公司基本情况 259
- 2、公司网销业务经营模式 260
- 3、公司网销业务经营业绩 261
- 4、公司网销业务发展战略 261
- (1) 网销产品策略 261
- (2) 网销运营管理策略 261
- (3) 网销服务策略 261

(4) 网销业务拓展策略	262
5、公司网销业务发展规划	262
6、公司网销业务经营优劣势	262
二、中国平安财产保险股份有限公司	263
1、公司基本情况	263
2、公司网销业务经营模式	264
3、公司网销业务经营业绩	265
4、公司网销业务发展战略	265
(1) 网销产品策略	265
(2) 网销业务支付方式	266
5、公司网销业务发展规划	266
6、公司网销业务经营优劣势	266
三、中国太平洋财产保险股份有限公司	267
1、公司基本情况	267
2、公司网销业务经营模式	267
3、公司网销业务经营业绩	268
4、公司网销业务发展战略	268
(1) 网销产品策略	268
(2) 网销风险管理策略	268
(3) 网销业务支付方式	268
5、公司网销业务发展规划	269
6、公司网销业务经营优劣势	269
四、阳光财产保险股份有限公司	269
1、公司基本情况	269
2、公司网销业务经营情况分析	269
3、公司网销业务发展战略	270
(1) 网销产品策略	270
(2) 网销营销渠道策略	271
(3) 网销业务服务策略	272
(4) 网销业务支付方式	272
4、公司网销业务经营优劣势	273
五、美亚财产保险有限公司	273

- 1、公司基本情况 273
- 2、公司网销业务经营情况分析 273
- 3、公司网销业务发展战略 274
  - (1) 网销产品策略 274
  - (2) 网销营销渠道策略 274
  - (3) 网销业务支付方式 274
- 4、公司网销业务经营优劣势 274
- 六、中国大地财产保险股份有限公司 274

- 1、公司基本情况 274
- 2、公司网销业务经营情况分析 275
- 3、公司网销业务发展战略 276
  - (1) 网销产品策略 276
  - (2) 网销服务策略 276
  - (3) 网销业务支付方式 276
- 4、公司网销业务经营优劣势 277

## 第二节 人身险公司网销经营战略及业绩 277

### 一、国华人寿保险股份有限公司 277

- 1、公司基本情况 277
- 2、公司网销业务战略定位 278
- 3、公司网销业务经营业绩 278
- 4、公司网销业务发展战略 279
  - (1) 网销产品策略 279
  - (2) 网销经营策略 279
  - (3) 网销业务支付方式 279
  - (4) 网销服务策略 279
- 5、公司网销业务发展规划 280
- 6、公司网销业务经营优劣势 280

### 二、泰康人寿保险股份有限公司 280

- 1、公司基本情况 280
- 2、公司网销业务经营模式 281
- 3、公司网销业务经营业绩 281
- 4、公司网销业务发展战略 282

- (1) 网销产品策略 282
- (2) 网销营销渠道策略 282
- (3) 网销服务平台建设情况 282
- 5、公司网销业务发展成就 283
- 6、公司网销业务发展规划 283
- 7、公司网销业务经营优劣势 283
- 三、招商信诺人寿保险有限公司 284
- 1、公司基本情况 284
- 2、公司网销业务经营模式 284
- 3、公司网销业务经营业绩 285
- 4、公司网销业务发展战略 285
- (1) 网销产品策略 285
- (2) 网销营销渠道策略 285
- (3) 网销业务支付方式 285
- 5、公司网销业务发展规划 285
- 6、公司网销业务经营优劣势 286
- 四、中国人寿保险股份有限公司 286
- 1、公司基本情况 286
- 2、公司网销业务经营模式 289
- 3、公司网销业务经营业绩 289
- 4、公司网销业务发展战略 289
- (1) 网销产品策略 289
- (2) 网销营销渠道策略 289
- (3) 网销服务策略 289
- (4) 网销业务支付方式 290
- 5、公司网销业务发展规划 290
- 6、公司网销业务经营优劣势 290
- 五、平安人寿保险股份有限公司 291
- 1、公司基本情况 291
- 2、公司网销业务经营策略 292
- 3、公司网销业务经营业绩 292
- 4、公司网销业务发展战略 292

(1) 网销业务模式	292
(2) 网销产品策略	292
(3) 网销业务支付方式	293
5、公司网销业务发展规划	293
6、公司网销业务经营优劣势	293
六、中国太平洋人寿保险股份有限公司	293
1、公司基本情况	293
2、公司网销业务经营模式	294
3、公司网销业务经营业绩	294
4、公司网销业务发展战略	295
(1) 网销产品策略	295
(2) 网销营销渠道策略	295
(3) 网销第三方合作模式	295
(4) 网销业务支付方式	296
5、公司网销业务发展规划	296
6、公司网销业务经营优劣势	296
七、太平人寿保险有限公司	296
1、公司基本情况	296
2、公司网销业务经营模式	298
3、公司网销业务经营业绩	298
4、公司网销业务发展战略	298
(1) 网销产品策略	298
(2) 网销营销渠道策略	299
(3) 公司互联网战略	299
(4) 网销业务支付方式	299
5、公司网销业务发展规划	300
6、公司网销业务经营优劣势	300
第三节 专业中介代理机构网销经营战略及业绩	300
一、中民保险网	300
1、公司基本情况	300
2、公司网销业务经营情况	301
3、公司网销业务发展战略	302

- (1) 网销产品策略 302
- (2) 网销营销渠道策略 302
- (3) 网销服务策略 303
- (4) 网销业务支付方式 304
- 4、公司网销业务经营优劣势 304
- 二、慧择保险网 305
- 1、公司基本情况 305
- 2、公司网销业务经营情况 305
- 3、公司网销业务发展战略 305
- (1) 网销产品策略 305
- (2) 网销营销渠道策略 306
- (3) 网销服务策略 306
- (4) 网销业务支付方式 306
- 4、公司网销业务经营优劣势 306
- 三、新一站保险网 307
- 1、公司基本情况 307
- 2、公司网销业务经营情况 307
- 3、公司网销业务发展战略 308
- (1) 网销产品策略 308
- (2) 网销营销渠道策略 308
- (3) 网销服务策略 308
- (4) 网销业务支付方式 308
- 4、公司网销业务经营优劣势 308
- 四、慧保网 309
- 1、公司基本情况 309
- 2、公司网销业务经营情况 310
- 3、公司网销业务发展战略 310
- (1) 网销产品策略 310
- (2) 网销营销渠道策略 310
- (3) 网销服务策略 311
- (4) 网销业务支付方式 311
- 4、公司网销业务经营优劣势 311



## 五、大童网 313

- 1、公司基本情况 313
- 2、公司网销业务经营情况 313
- 3、公司网销业务发展战略 314
  - (1) 网销产品策略 314
  - (2) 网销营销渠道策略 314
  - (3) 网销服务策略 315
  - (4) 网销业务支付方式 315
- 4、公司网销业务经营优劣势 316

## 图表目录

- 图表：传统渠道和互联网保险渠道展示 3
- 图表：2014年GDP初步核算数据 30
- 图表：2013-2014年GDP环比和同比增长速度 31
- 图表：2008-2013年中国GDP及增长率 32
- 图表：2008-2013年中国人均GDP及增长率 32
- 图表：2008-2013年我国社会消费品零售总额及增长 34
- 图表：2010-2013年我国城镇社会消费品零售总额及增长 34
- 图表：2010-2013年我国乡村社会消费品零售总额及增长 35
- 图表：2010-2013年我国商品零售社会消费品零售总额及增长 35
- 图表：2008-2013年中国进出口总额及增长 36
- 图表：2012-2013年规模以上工业增加值增速（月度同比） 37
- 图表：2013年固定资产投资到位资金情况 38
- 图表：2010-2013年中国固定资产投资及增长 41
- 图表：2013-2014年中国固定资产投资 41
- 图表：2011-2014年中国经营互联网保险业务公司数量分析 64
- 图表：2011-2014年中国互联网保费收入规模分析 65
- 图表：2011-2014年中国互联网保险投保客户数量分析 68
- 图表：2011-2014年中国经营互联网财险公司数量分析 82
- 图表：2011-2014年中国经营互联网财险保费规模分析 82
- 图表：2011-2014年互联网财险投保客户数量分析 84
- 图表：财产险公司2011-2013年网站流量数情况表（单位：万次） 84

图表：财产险公司2011-2013年独立访客数情况表（单位：万人次） 85

图表：2013年互联网财险公司保费收入排名 85

图表：2011-2014年中国经营互联网人身险公司数量分析 119

图表：2011-2014年中国经营互联网人身险保费规模分析 120

图表：2011-2014年互联网人身险投保客户数量 121

图表：2011-2014年人身险公司网站流量数情况表（单位：万次） 122

图表：2011-2014年人身险公司独立访客数情况表（单位：万人次） 122

图表：2014年互联网人身险公司保费收入排名 123

图表：2014年互联网保险企业保费排名 148

图表：2011-2014年内资和外资保险企业分析 155

图表：国外互联网保险特色服务分析 156

图表：企业自建网站与第三方平台商铺的优劣势比较 168

图表：泰康在线官网站改版分析 173

图表：芒果网-平安合作保险产品信息（境外旅游） 208

图表：芒果网-平安合作保险产品信息（国内旅游） 208

图表：芒果网-平安合作保险产品信息（国内周边短线旅游） 209

图表：2013-2014年我国保险专业中介机构业务收入 211

图表：2012年全国保险专业代理机构实现的保费收入构成情况 212

图表：2012年全国保险经纪机构实现的保费收入构成情况 212

图表：2013年全国保险专业代理机构实现的保费收入构成情况 213

图表：2013年全国保险经纪机构实现的保费收入构成情况 213

图表：英国车险行业集中度变化 233

图表：2014年日本Lifenet经营分析 247

图表：2014年全球寿险公司营业收入比较 248

图表：2014年全球寿险公司利润额比较 248

图表：2014年全球寿险公司资产比较 249

图表：2014年全球寿险公司500前排名比较 249

图表：日本Lifenet的特点 250

图表：2013-2014年美国好事达保险公司资产负债表 251

图表：2013-2014年美国好事达保险公司利润分配表 252

图表：2013-2014年美国好事达保险公司现金流量表 252

图表：INSWEB将代理人和客户联系起来 253

图表：INSWEB为投保人带来的好处 254

图表：INSWEB为保险公司带来的好处 255

图表：大部分产品互联网无法销售 256

图表：英国主要网络比价平台访问量市场份额 257

图表：2013-2014年国华人寿网销各渠道销售占比 278

图表：2002-2014年泰康人寿保险股份有限公司网销保费分析 281

图表：大童网的合作公司 314

略&hellip;&hellip;

本报告利用博思数据长期对互联网保险行业市场跟踪搜集的一手市场数据，同时依据国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，采用与国际同步的科学分析模型，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个互联网保险行业的市场走向和发展趋势。

报告对中国互联网保险行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国互联网保险行业将面临的机遇与挑战。报告将帮助互联网保险企业、学术科研单位、投资企业准确了解互联网保险行业最新发展动向，及早发现互联网保险行业市场的空白点，机会点，增长点和盈利点&hellip;&hellip;准确把握互联网保险行业未被满足的市场需求和趋势，有效规避互联网保险行业投资风险，更有效率地巩固或者拓展相应的战略性目标市场，牢牢把握行业竞争的主动权。形成企业良好的可持续发展优势。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jinrong1503/4932710C87.html>