

个人保险 - 中国 - 2021年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 个人保险产品的购买和理赔现状
- 重疾险产品的购买驱动力
- 对购买保险的顾虑
- 个人保险产品购买渠道
- 选择线上渠道购买保险的原因
- 对个人保险的态度

新冠疫情对个人保险市场的影响存在两面性。一方面，疫情让消费者收紧了自己的理财计划，对个人保险市场产生了轻微的不利影响。另一方面，疫情让消费者的健康意识显著增强，消费者开始对个人保险产品投入更多关注，以确保自己得到妥善保护。因为个人保险产品曾帮助他们应对生活中的种种不确定性。

72%的受访者表示愿意医疗机构将其诊疗数据与保险公司共享。这为整合了保险和医疗服务的机构提供了机遇。集保险、医疗和健康管理于一体的服务模式将提升用户体验。关键是将个人保险的作用从“病后赔付”变成“病前预防”，以改善消费者的整体健康。

虽然重要发展机遇正在涌现，个人保险行业仍然面临各种挑战。比如保险业务员不专业和理赔过程体验差等问题长期为消费者所诟病，亟待解决。规范行业发展的政策指南，以及云计算和大数据等新兴科技，将成为解决上述问题和推动保险行业发展的主要动力。



“新冠疫情极大地提高了消费者的健康意识，也增强了消费者对个人保险产品的关注。后疫情时代，中国的保险市场，尤其是人寿保险市场将继续增长。一方面监管政策为保险行业的转型提出了明确要求。另一方面，成熟的科技为行业转型提供了必要支持。‘保险科技’正在重新定义保险行业。未来，随着消费者需求变得更加多样化，家庭组合保险将成为重要趋势。”

– 张鹏俊，研究分析师

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

目录

概述

- 您所需要了解的
- 本报告涵盖的关键议题
- 报告定义

综述

- 市场
- 中国保险市场增长趋势向好
数据1: 中国GDP、GDP增长率(%)与个人保险渗透率(%)，2016-2020年
- 人寿保险增长迅速，仍是最受欢迎的险种
数据2: 人寿保险与非寿险的保费收入与增长率(%)，2016-2021年
- 公司与品牌
- 推动业务转型，利用保险科技打造更好的用户体验
- 针对新冠疫情的旅行意外险面市
- “百万医疗险”等大病医疗险延长承诺续保年限
- 消费者
- 市场整体购买量稳定增长，人均保险购买量有所增加
数据3: 过去2年内购买的保险产品，2017-2021年
- 消费者购买重疾险主要是出于资金保障和健康忧虑
数据4: 重疾险购买驱动力，2021年
- 专业人士应帮助赢得消费者信赖，而不是增加消费者的顾虑
数据5: 对购买保险的顾虑，2021年
- 保险行业采取线上线下相结合的新模式
数据6: 保险产品的购买渠道，2021年
- 消费者选择线上渠道的两大原因是省时的和信息透明
数据7: 选择线上渠道的原因，2021年
- 注意社交媒体上的声誉管理有助于保险企业赢得更多信任
数据8: 对保险的态度，2021年
- 我们的观点

议题与洞察

- 信息透明已成为行业发展的重要驱动力
- 现状
- 启示
- 随着消费者需求更加多元化，定制家庭保险产品已成为趋势
- 现状
- 启示
数据9: 平安保险商城上的部分保险产品，2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 重疾险为健康管理领域的行业合作提供机遇
- 现状
- 启示

市场规模

- 中国保险市场增长趋势向好
数据10: 中国GDP、GDP增长率 (%) 与个人保险渗透率 (%) ，
2016-2020年

市场细分

- 人寿保险增长迅速，仍是最受欢迎的险种
数据11: 人寿保险与非寿险的保费收入与增长率 (%) ，2016-2021
年 (预估)
数据12: 部分个人保险子品类的保费收入，2016-2021年 (预估)

市场增长动力

- 积极政策引导保险行业转型
- 消费者日益增长的财富为行业发展奠定了坚实基础
- 新冠疫情对个人保险行业的影响有利有弊
- 科技运用让保险行业迎来更多机遇
- 新能源汽车车主欢迎商业保险专属条款

竞争策略

- 推动业务转型，利用保险科技打造更好的用户体验
- 物联网帮助保险公司获取第一手消费者数据，以提供更佳服务
- 储蓄型保险是新的行业增长引擎，值得关注
- 利用不确定因素推动基于场景的保险购买
数据13: 携程上的机票下单页面，2021年

谁在创新？

- “百万医疗险”等大病医疗险延长承诺续保年限
数据14: 医享无忧百万医疗保险的增值服务，2021年
- 聚焦宠物健康的宠物险日益受消费者欢迎
数据15: 支付宝App上的宠物保险，2021年
数据16: 平安宠物保险，2021年
- 科技为车险的数字化转型赋能
数据17: 车车科技提供的服务，2021年
- 针对新冠疫情的旅行意外险面市

购买过的保险种类

- 市场整体保险购买者数量稳定增长，人均保险购买量有所增加
数据18: 过去2年内购买的保险产品，2017-2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 消费者的保险意识逐渐提升
数据19: 过去2年内购买的保险产品，2021年
- 消费者对重疾险最感兴趣
数据20: 对购买重疾险的兴趣（按年龄区分），2021年
- 家庭财产险虽然购买率相对较低，但拥有增长潜力
数据21: 过去2年内购买的家庭财产险（按居住成员区分），2021年

重疾险购买驱动力

- 消费者购买重疾险主要是出于资金保障和健康忧虑
数据22: 重疾险购买驱动力，2021年
数据23: 重疾险的前两大购买驱动力（按实际购买者或有兴趣购买者区分），2021年
- 二线城市消费者的保险意识有所提高
数据24: 过去2年内的重疾险购买情况（按城市线级区分），2021年
数据25: 重疾险购买驱动力，2021年
- 已婚已育消费者购买重疾险时信任专业人士
数据26: 重疾险购买驱动力（按家庭构成区分），2021年

对购买保险的顾虑

- 专业人士应帮助赢得消费者信赖，而不是增加消费者的顾虑
数据27: 对购买保险的顾虑，2021年
数据28: 对购买保险的主要顾虑（按年龄区分），2021年
- 加速开发高效理赔流程
数据29: 对购买保险的顾虑——理赔流程繁琐（按年龄区分），2021年
- 保险业务员的专业素养有待提高
数据30: 对购买保险的顾虑——保险代理人/经纪人不专业（按个人收入区分），2021年

购买渠道

- 保险行业采取线上线下相结合的新模式
数据31: 保险产品的购买渠道，2021年
- 网上第三方平台成为热门保险购买渠道
数据32: 从网上第三方平台购买个人保险的情况（按性别、年龄和个人收入区分），2021年
- 了解消费者的真实需求、为消费者发声是保险经纪人的首要任务
数据33: 通过保险代理人/经纪人购买个人保险的情况（按代际区分），2021年

选择线上渠道的原因

- 消费者选择线上渠道的两大原因是省时和信息透明

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据34: 选择线上渠道的原因，2021年

- 男女消费者出于不同原因选择线上渠道

数据35: 选择线上渠道的原因，2021年

数据36: 华泰人寿保险公司推出的女性专属重疾险，2021年

- 线上购买渠道上的AI保险顾问为客户量身定制未来保险方案

数据37: 选择线上渠道的原因——智能客服推荐的保险方案更合适（按代际和家庭构成区分），2021年

对保险的态度

- 注意社交媒体上的声誉管理有助于保险企业赢得更多信任

数据38: 对保险公司声誉和使用社交媒体的态度，2021年

数据39: 腾讯微保的微博帖子，2021年

- 消费者愿意数据共享以获得定制服务

数据40: 对“我愿意医疗机构将我的诊疗数据与保险公司共享”的态度（按家庭构成区分），2021年

- 宠物保险的需求正在增长，当前产品尚未满足消费者对便捷的预期

数据41: 对“我愿意为我的宠物选购保险”的态度（按性别区分），2021年

附录——市场规模

数据42: 人寿保险与非寿险的保费收入（十亿元人民币）与增长率（%），2016-2021年（预估）

数据43: 部分个人保险子品类的保费收入（十亿元人民币），2016-2021年（预估）

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

The logo features the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font, contained within a bright yellow speech bubble shape. Below the main bubble are three smaller, overlapping yellow circles of varying sizes, creating a trail effect.

关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。