



2025 年保险专业中介品牌推荐

专业中介渠道占比持续提升，头部品牌有哪些？

目录

一、市场背景..... 2

 1.1 摘要 2

 1.2 保险专业中介定义..... 2

 1.3 市场演变 2

二、市场现状..... 3

 2.1 市场规模 3

 2.2 市场供需 3

三、市场竞争..... 4

 3.1 市场评估维度 4

 3.2 市场竞争格局 4

 3.3 十大品牌推荐 4

四、发展趋势..... 5

 4.1 服务模式向“全周期风险管理”升级，差异化竞争深化..... 5

 4.2 强监管推动行业集中度提升..... 6

2025 年保险专业中介品牌推荐

一、市场背景

1.1 摘要

保险中介是连接保险公司与投保人的桥梁，提供专业服务并获取佣金。中国保险专业中介机构数量连续 6 年下滑，反映出行业结构优化和监管加强。截至 2024 年底，共有 2,539 家保险专业中介机构。近 10 年来，保险专业中介渠道实现的保费以财产险为主。未来，人身险或承压调整，财产险增长具确定性。随着保险业“报行合一”改革落地，保险中介行业需强化专业能力、深耕细分市场，低效机构将退出，行业集中度将提升，头部机构将推动行业高质量发展。同时，数字经济与新兴消费场景将拓展保险中介服务边界。

1.2 保险专业中介定义

保险中介是指介于保险经营机构（保险公司）与投保人之间，或保险经营机构之间，通过提供专业服务（如保险咨询、产品销售、风险管理、损失评估、理赔协助等）来促成保险交易的机构或个人。其核心功能是作为“桥梁”，连接保险需求方与供给方，并从中获取佣金或手续费作为回报。保险中介的核心价值在于降低交易成本、优化资源配置、提供专业化风险管理、推动产业创新等。

保险中介根据组织形式和业务性质，可分为保险专业中介机构、保险兼业代理机构和保险个人代理。其中，保险专业中介机构指的是专门从事保险代理业务的独立法人机构。

1.3 市场演变

中国保险中介行业自 1980 年发展至今，经历了四大发展阶段，目前正处于“规范深化与高质量发展期”。该阶段下，强监管致机构数量连续下滑，头部企业依托 AI、区块链深耕细分领域，加速“产品+服务”创新以应对市场挑战。

1980 年代，人保通过农村代办站和行业代理网络解决基层覆盖问题。1992 年友邦保险引入个人代理人制度，推动寿险增长；1993 年首家中资经纪公司（华泰保险经纪）成立，1995 年《保险法》规范代理人制度。1996—1999 年，监管部门修订《保险代理人管理条例（试行）》，明确经纪公司和公估机构准入标准。1998 年《保险经纪人管理规定（试行）》发布，江泰、东方等专业机构成立，行业形成代理、经纪、公估三足鼎立格局；2000 年江泰、东方等经纪公司开业，2001 年首批 5 家保险公估公司（如广东东方中）成立。2003 年新设中介机构激增 707 家，2004 年《保险专业代理机构管理规定》出台，银行代理保险业务崛起。2005—2009 年，外资经纪机构进入中国市场，兼业代理（如银行、汽车经销商）快速扩张；2010 年后，监管推动“产销分离”，专业中介保费年均增长

23%至 2,200 亿元。2014 年行业整顿清理违规机构，头部机构通过新三板融资提升技术能力。2017—2019 年，滴滴、美团等互联网巨头布局保险代理，传统中介推出智能核保、线上理赔等服务。2019 年互联网保险市场份额达 20%，但同质化竞争与合规风险并存；2020 年以来，监管持续收紧。截至 2024 年底，保险专业中介机构法人名单数量为 2,539 家，比 2023 年底减少了 27 家。这也是自 2019 年以来保险专业中介机构数量连续第 6 年下滑。头部机构通过 AI 客服、区块链理赔等技术深耕健康险、企业风控等细分领域。行业需通过“产品+服务”创新（如健康管理结合保险）应对佣金压缩与客户需求多元化挑战。

二、市场现状

2.1 市场规模

根据头豹研究院，中国保险专业中介机构承保保费规模由 2019 年的 5401.65 亿元增长至 2023 年的 8503.89 亿元，2019-2023 年 CAGR 为 12.0%。预计 2029 年中国保险专业中介机构承保保费规模将增长至 15500.61 亿元，2023-2029 年 CAGR 为 10.5%。

2.2 市场供需

2.2.1 市场供给情况

2024 年中国保险专业中介机构数量较上年减少了 27 家，较 2019 年减少了 103 家，保险专业中介机构数量连续 6 年下滑。保险专业中介机构的持续清退，正是行业正在经历结构优化的过程。近年来，保险中介机构因“小散乱差”等问题屡遭监管点名。监管机构披露的罚单信息显示，行业乱象集中表现为：虚报财务数据、虚构业务信息；利用业务便利为关联方输送利益；未按规定设立独立佣金收取账户；未依法向客户明示合作条款并出具告知文件等违规行为，反映出行业合规意识薄弱、内控管理缺失等深层次问题。

2024 年 7 月，金融监管总局提出用 3 年时间开展保险中介市场“清虚规范提质行动”，通过清理违规机构、整治市场乱象、支持合规高效经营主体，实现行业总量调控、布局优化与高质量发展。因此，未来几年保险中介机构数量或将持续减少。此外，随着保险业“报行合一”改革全面落地（即要求保险公司报备费用与实际执行费用严格一致），保险中介行业的利润空间受到显著挤压。在此背景下，中介机构需通过强化专业能力、深耕细分市场、提供特色化服务，实现“以量补率”的转型目标。未来，低效、缺乏核心价值的中介机构将逐步退出，行业集中度将显著提升。同时，具备合规能力、精细化运营及差异化服务优势的头部机构将占据更大市场份额，推动行业向高质量发展。

2.2.2 市场需求情况

近年来，中国保险密度和深度持续提升，2023 年保险密度达 3635 元/人（较 2013 年增长 187%），2024 年预计进一步增至 4045 元/人；保险深度 2023 年为 4.1%，2024 年回升

至 4.2%，反映保险业在经济中的渗透率逐步增强。人身险因养老、健康需求及政策推动保持高增长（2024 年人身险保费增速 13.3%），而财险受车险饱和及宏观经济影响增速放缓。未来，养老、健康及绿色保险等领域潜力巨大，叠加外资进入与科技赋能，行业有望深化发展，但需平衡规模扩张与质量提升，应对低利率环境与监管趋严的挑战。

三、市场竞争

3.1 市场评估维度

根据头豹研究院发现，十大代表品牌（蚂蚁保、平安创展、明亚保险经纪、大童保险销售、车车保险销售、永达理保险经纪、华夏保险经纪、中升保险销售、保通保险代理、方德保险代理）的评选遵循多维度量化评估模型，核心指标包括企业保险业务收入、净利润、保险科技能力。

3.2 市场竞争格局

中国保险专业中介机构行业参与者众多，但头部效应显著，市场集中度较高。从市场整体来看，头部效应较为显著。前 20 名的企业收入合计 442.90 亿元，在整个市场的收入占比达 33.8%，在前 100 名中占比超 56%；前 20 名企业净利润合计 39.75 亿元，在整个市场中占比达 65.7%。头部企业如蚂蚁保、明亚保险经纪、大童保险销售等凭借专业化服务能力持续扩大市场份额，形成“强者恒强”的格局，中小企业由于缺乏资金、技术积累和人才储备，难以与头部企业竞争规模化服务。然而，科技（尤其是 AI、大数据）为中小企业提供了降本增效、场景创新的新路径。

3.3 十大品牌推荐

1. 蚂蚁保保险代理有限公司

作为阿里巴巴集团旗下的保险服务平台，蚂蚁保利用其强大的技术背景和大数据分析能力，为用户提供便捷、智能的保险选购体验。它通过整合多种保险产品，简化了购买流程，并提供个性化的保险建议。

2. 平安创展保险销售服务有限公司

依托中国平安的强大金融背景，平安创展在保险中介领域拥有丰富的资源和广泛的网络。其优势在于能够提供全面的保险解决方案，并且凭借平安的品牌信誉赢得了客户的信任。

3. 明亚保险经纪股份有限公司

专注于为客户提供专业的风险管理和保险咨询服务，明亚以客户利益为核心，致力于帮助个人和企业找到最适合自己的保险方案。其专业团队具备深厚的行业知识，能够满足不同客户的复杂需求。

4. 大童保险销售服务有限公司

大童保险销售以其卓越的服务质量和广泛的产品线著称，致力于为客户打造一站式的保险服务体验。公司注重人才培养和技术投入，不断提升服务效率和服务质量。

5. 车车保险销售服务有限公司

专注于汽车保险领域的车车保险销售，凭借其对市场的深刻理解和创新的技术手段，提供了快速、简便的在线保险购买体验，特别适合现代消费者的快节奏生活需求。

6. 永达理保险经纪有限公司

以高端市场为目标，永达理保险经纪致力于为高净值人群提供量身定制的保险规划和服务。其专业顾问团队拥有丰富的经验和专业知识，能够有效满足客户的个性化需求。

7. 北京华夏保险经纪有限公司

华夏保险经纪依靠其在全国范围内的广泛布局和服务网络，为企业和个人提供多样化的保险选择。它强调服务质量，力求为客户提供高效、便捷的保险解决方案。

8. 中升(天津)保险销售有限公司

作为一家与汽车产业紧密相关的保险中介机构，中升保险销售擅长于汽车相关保险产品的销售和服务。它利用自身在汽车行业中的资源优势，为车主提供一站式服务体验。

9. 保通保险代理有限公司

保通保险代理以其灵活多样的产品组合和贴心的客户服务而受到市场的认可。公司致力于通过技术创新提升服务效率，使保险购买过程更加简单快捷。

10. 方德保险代理有限公司

方德保险代理专注于为中小企业及个人客户提供专业的保险咨询和产品推荐服务。它通过建立长期稳定的客户关系，以及不断优化的产品结构来满足客户的不同需求。

四、发展趋势

4.1 服务模式向“全周期风险管理”升级，差异化竞争深化

保险专业中介机构正加速从单一销售向“全周期风险管理”模式转型，通过整合技术、生态与专业化服务，构建覆盖风险识别、预防、干预、理赔的闭环体系，例如健康险领域通过可穿戴设备实时监测用户健康数据并提供干预，车险领域利用物联网预测风险并动态定价，企业团险则嵌入工程监测与救援服务。同时，差异化竞争深化体现在垂直领域深耕（如慢病管理、养老社区绑定）、风险管理师团队专业化（为高净值客户提供定制化资产与传承方案），以及技术驱动的精准服务（动态精算模型、智能客服）。在监管推动

“风险减量服务”与客户需求升级的双重驱动下，保险专业中介机构正从“产品销售者”转向“风险管理伙伴”，通过生态闭环与数据赋能提升服务黏性，推动行业从同质化竞争转向专业化、精细化的高质量发展路径。

4.2 强监管推动行业集中度提升

在“报行合一”政策全面落地后，保险中介行业佣金空间被压缩约 30%，中小机构因利润收窄、合规成本上升而陷入生存困境。监管对费用预算、佣金发放周期（如长期保单佣金需递延 3-5 年）及费用回溯机制的严格约束，倒逼中介机构优化成本结构，而中小机构普遍缺乏规模效应与技术投入能力，难以承担系统升级、合规审计等开支。与此同时，头部机构通过资源整合与科技赋能，快速抢占市场份额，推动行业集中度持续提升。