



2025 年保险代理品牌推荐

行业持续出清，头部保险代理品牌有哪些？

目录

- 一、市场背景..... 2
 - 1.1 摘要 2
 - 1.2 保险代理定义..... 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 从“传统代理”转型“科技赋能” 5
 - 4.2 强监管推动行业集中度提升..... 5

2025 年保险代理品牌推荐

一、市场背景

1.1 摘要

近年来中国保险专业代理机构数量持续下滑，反映出行业结构优化过程。行业乱象如虚报财务数据、虚构业务信息等违规行为频发，合规意识薄弱。未来，数字经济及新兴场景将拓展保险代理机构服务边界，同时“报行合一”改革将挤压利润空间，推动行业向高质量发展，低效机构将退出，行业集中度将提升，头部机构将占据更大市场份额。

1.2 保险代理定义

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。而保险专业中介机构又可进一步分为保险专业代理机构、保险经纪机构和保险巩固机构。

保险专业代理机构应当具备国务院保险监督管理机构规定的条件，并取得由保险监督管理机构颁发的《经营保险代理业务许可证》。保险专业代理机构代表保险公司利益的销售中介，受保险公司委托，代理其产品销售及客户服务。

1.3 市场演变

保险代理机构所在的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，中国保险专业代理行业市场规模由 2019 年的 716 亿元增长至 2023 年的约 790 亿元，2019-2023 年 CAGR 为 2.5%；预计 2029 年市场规模增长至约 863 亿元，2023-2029CAGR 为 1.5%。

2.2 市场供需

2.2.1 市场供给情况

近年来，中国保险专业中介机构数量持续下降，行业整合步伐加快。截至 2024 年，中国保险专业中介机构数量较上年减少 27 家，较 2019 年累计减少 103 家，已连续六年呈现净减少趋势。这一结构性调整的背后，是监管部门对行业“小散乱差”顽疾的持续整治。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。

2.2.2 市场需求情况

人身险方面，2025 年 1-2 月，中国人身险保费收入约 1.3 万亿元，同比 2023 年 1-2 月上涨 8.0%，其中寿险占比达 80.3%、健康险占比为 18.4%。从各险种增速来看，健康险成为拉动人身险保费增长的重要引擎；财产险方面，截至 2024 年，中国财产保险公司原保险保费收入达 1.7 万亿元，其中车险保费收入为 9,137 亿元，占比 54.0%。近年来，随着新能源汽车市场快速发展，销量与保有量显著增长，智能技术的广泛应用推动行业革新。由于车辆动力系统全面电动化、智能驾驶与轻量化技术的普及等，车险产品在定价策略、理赔流程及风险评估等领域进行系统性优化。与此同时，新型运营模式如车电分离、人机共驾的普及，以及充电网络与数据服务等新兴生态的拓展，进一步拓宽车险服务的边界与创新空间，同时也对险企的风险识别与管控能力提出更高要求。

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、大童保险销售、车车保险销售、中升保险销售、保通保险代理、方德保险代理、创信保险代理、年安保险销售、太平洋保险代理）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、合作保险公司数量。

3.2 市场竞争格局

中国保险专业代理行业参与者众多，截至 2024 年底，中国保险专业代理机构数量为 1,671 家。然而，市场集中度较高，头部效应较为显著。

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 . 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。

4. 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。

5 . 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。

6 . 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。

7. 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。

8. 创信保险销售有限公司

创信保险以其实用的保险解决方案和专业的顾问团队著称，致力于帮助客户找到最适合自己的保险产品。凭借与多家保险公司的良好合作关系，他们能提供多种选择，满足不同客户的个性化需求。

9. 年安保险销售服务有限公司

年安保险专注于为客户提供定制化的保险服务，特别擅长根据个人或企业的具体风险状况设计保障方案。他们的服务贴心且细致，确保客户能够得到既实用又经济的保险建议。

10. 太平洋保险代理有限公司

太平洋保险代理背靠强大的品牌支持，提供了丰富的保险产品线，包括人寿和财产保险等。他们通过高效的服务流程和便捷的在线平台简化了购买过程，使客户能够更轻松地选购到满意的保险产品。

四、发展趋势

4.1 从“传统代理”转型“科技赋能”

中介机构通过 AI、大数据、区块链等技术重构或优化服务流程，同时头部保险专业中介机构通过自建或合作平台，将展业、核保、理赔全链路线上化，降低运营成本并提升用户体验。监管要求（如《保险中介机构信息化工作监管办法》）进一步推动科技投入，科技赋能不仅优化流程，还反哺产品创新，形成“技术驱动服务”的闭环。此外，保险专业中介机构还通过新兴技术为传统保险公司提供前端技术支持与决策优化，以及后端运营支持与客户服务。

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。