

2012-2016年寿险市场运行态势与投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2012-2016年寿险市场运行态势与投资战略咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/116801.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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。

二、报告目录及图表目录

寿险：即人寿保险，是一种以人的生死为保险对象的保险。是被保险人在保险责任期内生存或死亡，由保险人根据契约规定给付保险金的一种保险。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年寿险市场运行态势与投资战略咨询报告》共十二章。首先介绍了国际寿险业运行动态、外资寿险在华发展等，接着分析了中国人寿保险业运行的现状，然后介绍了中国寿险业结构调整发展。随后，报告对中国保险做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国寿险业的发展前景。您若想对寿险产业有个系统的了解或者想投资寿险行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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家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。

目 录

第一章 国际寿险业运行动态分析 1

第一节 2010-2011年国际寿险业运行分析 1

一、各国寿险公司利率风险和利差损有关情况介绍 1

二、国际寿险业资产管理发展分析 4

三、对中国寿险业的启示 6

第二节 2010-2011年西欧国家民众对商业寿险需求分析 10

一、作为社会保险的补充 10

二、避税 11

三、信贷担保 12

四、储蓄与投资 13

第三节 2010-2011年美国寿险业发展分析 14

一、产品转型推动寿险发展 14

二、营销理念是向客户推销计划而不是产品 14

三、绿色营销助推业务发展 15

四、锁定专属客户群的蓝海战略是公司跨越式发展的制胜法宝 15

五、独立代理人的制度设计成为保险发展的必然趋势 16

第四节 2010-2011年英国寿险业发展分析 17

一、英国寿险偿付能力监管变化及影响 17

二、英国寿险公司面临的风险 21

三、英国FAS对寿险公司风险监管及借鉴意义 22

第五节 2010-2011年日本寿险业发展分析 26

- 一、日本寿险业的盛衰变迁 26
- 二、日本寿险市场衰退因素分析 28
- 三、日本寿险商品的发展变迁及现状 31
- 四、日本个人寿险商品的构成及其特点 36
- 第二章 外资寿险在华发展概览 39
- 第一节 外资寿险公司的特点和经营理念 39
- 一、外资保险历史悠久，实力雄厚 39
- 二、外资保险进入和占领我国保险市场的速度较快 39
- 三、外资保险公司注重产品创新，险种结构合理 40
- 第二节 外资寿险在中国的发展 40
- 一、外资寿险在中国的发展概况 40
- 二、外资保险公司进入中国起到了积极作用 41
- 三、外资保险在中国内地的发展面临困难 42
- 第三节 国外寿险公司在中国发展的优势 43
- 一、体制上的优势 43
- 二、资金运用上的优势 43
- 三、规模方面的优势 44
- 第四节 国外寿险公司在中国发展的劣势 44
- 一、东西方文化差异造成的劣势 44
- 二、外资保险公司网点少，业务范围受到一定限制 45
- 第五节 外资保险经纪加速拓展中国市场 45
- 第六节 外资保险中国市场发展前景 47
- 一、寿险业的中国发展前景 47
- 二、外资保险在华的发展前景 47
- 第三章 中国人寿保险业运行态势分析 49
- 第一节 2010-2011年中国人寿保险业运行动态分析 49
- 一、中国寿险业结构调整取得成效 49
- 二、中国寿险业第二梯队控制风险保增长 50
- 三、个人代理重新成为国内寿险销售第一渠道 52
- 四、中国寿险业偿付能力分析 53
- 第二节 2010-2011年中国人寿保险信托制及创新分析 55
- 一、人寿保险信托的发展背景和现状 55
- 二、中国发展人寿保险信托的必要性分析 58
- 三、中国发展人寿保险信托的可行性分析 60
- 四、中国发展人寿保险信托的策略建议 61

第三节 2010-2011年中国未成年人人寿保险规定的分析 63

- 一、对未成年人人寿保险进行限定的原因 63
- 二、不同国家、地区对未成年人人寿保险的规定 64
- 三、中国未成年人人寿保险的现行有关规定 65
- 四、中国未成年人人寿保险规定的思考 66

第四节 2010-2011年中国寿险保费收入与金融资产关联性的实证分析 67

- 一、影响人寿保费增长的特殊因素 67
- 二、金融资产和寿险保费关联性的理论分析 67
- 三、金融市场影响寿险收入因素的实证分析 68
- 四、政策应用与结论 72

第五节 2010-2011年中国寿险公司偿付能力监管的有效性分析 74

- 一、寿险公司的偿付能力监管的重要性 74
- 二、有效性是监管成本和监管权益的权衡 75
- 三、寿险公司偿付能力监管有效性研究的主要方法及相关结论 77
- 四、国外寿险公司偿付能力监管有效性研究对中国的借鉴意义 80

第六节 2010-2011年中国人寿保险业存在的问题及对策 83

- 一、中国寿险市场面临三大挑战 83
- 二、中国人寿保险业还没有普及 84
- 三、我国寿险业高速增长态势下暗含隐忧 85
- 四、中国寿险业体质孱弱应建立退场机制 87

第四章 中国寿险市场影响因素分析 90

第一节 低利率对中国寿险业发展的影响 90

第二节 医疗卫生制度改革对寿险经营的影响 92

- 一、现有医疗制度的弊病 92
- 二、医疗制度改革的方向 96
- 三、寿险在健康风险管理方面的难点 100
- 四、医疗制度改革对寿险健康风险管理可能产生的影响 101
- 五、未来寿险在健康风险管理上的措施 102

第三节 新《保险法》对寿险公司的影响 104

- 一、新《保险法》的主要变化 104
- 二、寿险公司应对新法的当务之急 106

第四节 会计准则调整对中国寿险公司偿付能力额度的影响 110

- 一、新旧会计准则的主要差异及变化 110
- 二、新准则对寿险公司偿付能力额度的影响 112
- 三、实证分析 113

第五章 中国寿险业结构调整发展分析 116

第一节 寿险业结构调整取得的成绩 116

- 一、寿险行业保费收入实现平稳增长 116
- 二、结构调整成为全保险行业共同任务 116
- 三、业务结构不断优化 116
- 四、行业风险得到有效防范 117

第二节 寿险业结构调整存在的问题 118

- 一、对结构调整的本质理解不足 118
- 二、推进结构调整的方法比较简单 118
- 三、产品结构调整离预期目标尚有差距 119
- 四、评价指标不科学 119
- 五、缺乏长效机制 119

第三节 我国寿险业结构调整面临的主要矛盾 120

- 一、市场主体追求规模与优化结构的矛盾 120
- 二、销售人员短期利益与公司长远利益的矛盾 120
- 三、行业期望值高与外部配合度低的矛盾 120

第四节 2010-2011年中国寿险业结构调整的思路 121

- 一、拓宽调整思想观念，科学推进结构调整 121
- 二、坚持调整中心思想，继续推进回归保障 121
- 三、保费收入增速降低，必须正确客观看待 122
- 四、销售渠道平衡发展，提高产品创新能力 122
- 五、提高代理团队素质，引导社会舆论方向 123
- 六、建立长效制度体系，保障调整稳步推行 123

第六章 中国寿险预定利率市场化分析 124

第一节 预定利率市场化的背景分析 124

第二节 预定利率市场化的必要性与可行性分析 125

- 一、预定利率市场化的必要性分析 125
- 二、预定利率市场化的可行性分析 127

第三节 预定利率放开对我国寿险市场的影响 128

- 一、正面影响 128
- 二、负面影响 129

第四节 利率市场化是否会产生新的利差损 130

第五节 传统寿险利率市场化已经完全具备条件 132

- 一、从监管环境来看 132
- 二、从产品形态来看 133

- 三、从产品结构来看 133
- 四、从市场竞争来看 134
- 五、从盈利能力来看 134
- 六、从经营的角度来看 135
- 七、从保险业的社会职能来看 135
- 第六节 预定利率市场化的风险分析 136
- 第七节 预定利率市场化的建议 138
- 第七章 中国寿险业市场营销分析 141
- 第一节 寿险营销体制转型分析 141
- 一、法律地位尴尬 141
- 二、体制弊端集中暴露 142
- 三、监管机构多方协调 145
- 四、体制改革四路突围 146
- 五、业界的不同声音 148
- 第二节 我国寿险营销存在主要问题与改革路径 150
- 一、主要问题 150
- 二、改革路径 153
- 第三节 我国寿险营销模式的创新分析 156
- 一、寿险营销模式的涵义 156
- 二、我国现有寿险营销模式与面临的问题 157
- 三、寿险营销模式创新的思路 158
- 第四节 寿险营销管理“瓶颈”分析 160
- 一、寿险营销管理“瓶颈” 160
- 二、形成“瓶颈”的原因 161
- 三、如何突破“瓶颈” 162
- 第五节 代理制寿险营销模式分析 164
- 一、代理制寿险营销模式正处在十字路口 164
- 二、代理制寿险营销模式仍将占主导地位 165
- 三、代理制寿险营销模式应告别粗放式经营的做法 167
- 四、代理制寿险营销模式须与营销员建立劳动关系 169
- 第六节 从业务结构调整看寿险代理人营销制度改革 170
- 一、寿险代理人营销制度存在缺陷的原因及其对寿险业务结构的影响 170
- 二、寿险代理人营销制度的改革方向及其对寿险业务结构的影响 172
- 第七节 寿险整合营销的战略选择 173
- 一、组织市场调研，是寿险整合营销的基础 173

- 二、进行市场细分，是寿险整合营销的前提 174
- 三、确立险种定位，是寿险整合营销的关键 174
- 四、整合营销渠道，是寿险整合营销的目标 175
- 五、差异化战略，是寿险整合营销的核心 176
- 六、评估财务效果，是寿险整合营销的检验标准 176
- 第八节 当前寿险消费者的心态及营销对策分析 177
 - 一、科学的产品创新策略 177
 - 二、奇特的产品宣传策略 178
 - 三、优质的产品服务策略 179
- 第九节 破解寿险营销十大难题 180
 - 一、功能与定位 180
 - 二、结构与速度 181
 - 三、规模与效益 181
 - 四、服务与管理 182
 - 五、合规与内控 183
 - 六、城市与村镇 183
 - 七、渠道与市场 184
 - 八、公司与属员 185
 - 九、队伍与培训 185
 - 十、创新与发展 186
- 第八章 中国寿险业内含价值分析 187
 - 第一节 寿险公司内含价值评估理论 187
 - 一、传统评估方法的局限性 187
 - 二、内含价值评估方法原理 187
 - 第二节 内含价值评估方法的运用 191
 - 一、国内上市保险公同内含价值假设 191
 - 二、国内上市保险公同内含价值分析 193
 - 第三节 内含价值评估对寿险监管的影响 200
 - 一、引入内含价值评估有助于引导行业健康发展 200
 - 二、引入内含价值评估对于偿付能力监管具有补充作用 201
 - 三、内含价值评估有助于维护寿险市场秩序 203
 - 第四节 内含价值不能作为寿险监管的决定性指标 204
 - 一、内含价值的主要服务对象不是寿险监管者 204
 - 二、内含价值的自身局限决定了其不能作为寿险监管的决定性指标 204
 - 三、寿险监管者不能将内含价值作为决定性的监管指标 205

第九章 中国寿险业的竞争格局分析 207

第一节 我国寿险市场竞争现状 207

一、寿险业竞争激烈保险产品以“新”取胜 207

二、中国寿险市场过于依赖价格竞争 209

三、寿险公司竞争比拼分红险 209

四、中资寿险保费竞争格局未定 211

第二节 中国寿险企业核心竞争力的提升 218

一、核心竞争力特征及其内容 218

二、确定寿险公司的核心竞争力，提高相关能力和水平 219

第三节 打造我国寿险业核心竞争力 224

一、核心竞争力的基本内涵 224

二、核心竞争力的主要特性 225

三、打造核心竞争力的路径 226

第四节 中资寿险公司的市场竞争战略分析 227

一、我国寿险市场的发展特征和趋势 227

二、中资寿险公司市场战略 228

第十章 中国保险市场三巨头分析 233

第一节 中国人寿保险股份有限公司 233

一、企业概况 233

二、企业主要经济指标分析 234

三、企业盈利能力分析 236

四、企业偿债能力分析 237

五、企业成长能力分析 238

六、中国人寿新业务开拓情况 238

第二节 中国平安人寿保险股份有限公司 238

一、企业概况 238

二、企业主要经济指标分析 241

三、企业盈利能力分析 244

四、企业偿债能力分析 247

五、企业成长能力分析 250

六、平安人寿产品悄然换代升级 254

七、平安人寿将加大保障产品研发力度 255

第三节 中国太平洋保险（集团）股份有限公司 256

一、企业概况 256

二、企业主要经济指标分析 259

三、企业盈利能力分析 261

四、企业偿债能力分析 262

五、企业成长能力分析 262

第十一章 2012-2016年中国寿险业的发展前景与风险分析 264

第一节 2012-2016年中国寿险业发展前景分析 264

一、寿险业发展前景分析 264

二、研究机构对保险业发展前景的预测 264

第二节 2012-2016年中国寿险业面临的风险分析 268

一、偿付能力风险 268

二、定价风险 269

三、投资风险 269

四、误导风险 269

第十二章 2012-2016年中国寿险业的发展策略分析 270

第一节 寿险市场发展亟须制度改革 270

一、推动寿险产品预定利率市场化改革 270

二、警惕对结构调整的认识误区 271

三、多举措治理违规行为 273

四、加强资本管理以保证偿付能力 275

第二节 转变发展方式是中国寿险业的战略选择 277

一、坚持发展为第一要务是转变发展方式的前提 277

二、转变发展方式就必须对发展方式进行全面理解 278

三、转变发展方式必须以提高效益为中心，做大必须也要做强 279

四、转变发展方式要统筹兼顾，全方位地满足消费者的需求 280

五、转变发展方式要立足于以人为本 281

第三节 寿险业急需转变策略回归根本 281

一、寿险市场开念“紧箍咒”：业务规范刻不容缓 281

二、转变VS回归：新战略将改变寿险市场新局面 282

三、入乡随俗：合资险企在中国市场的发展之道 282

第四节 提升寿险公司综合管理能力必须统筹好六大关系 284

一、统筹好规模速度与质量效益之间的关系 284

二、统筹好城区市场和农村市场之间的关系 284

三、统筹好业务发展与队伍建设之间的关系 285

四、统筹好公司发展与风险管控之间的关系 285

五、统筹好经营管理与党的建设之间的关系 285

六、统筹好企业公民与社会责任之间的关系 286

第五节 强化寿险公司内控机制的对策 286

一、强化管理层对内部控制的责任 286

二、推进内部控制制度体系的建设 287

三、强化执行力建设 287

四、强化内部审计监督约束 288

五、建立良好的内部控制文化 288

六、推进风险管理的预警体系建设 288

第六节 拓展农村寿险市场策略 289

通过《2012-2016年寿险市场运行态势与投资战略咨询报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/116801.html>