

2020-2025年中国寿险行业发展趋势预测及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国寿险行业发展趋势预测及投资战略咨询报告》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/487920.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

人寿保险是人身保险的一种，以被保险人的寿命为保险标的，且以被保险人的生存或死亡为给付条件的人身保险。和所有保险业务一样，被保险人将风险转嫁给保险人，接受保险人的条款并支付保险费。与其他保险不同的是，人寿保险转嫁的是被保险人的生存或者死亡的风险。

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。

报告目录：

第一章 “十三五”期间中国保险市场发展回顾及“十三五”展望

第一节 “十三五”期间保险业发展情况分析

- 一、我国保险密度与保险深度变化状况分析
- 二、保费收入状况分析
- 三、赔付支出和费用变化状况分析
- 四、保险业资产运用状况分析

第二节 “十三五”期间保险业需要重点关注的问题

- 一、险种结构问题
- 二、市场格局问题
- 三、保险资金运用风险问题

第三节 “十三五”时期保险业的发展机遇和挑战

- 一、“十三五”期间保险业面临的机遇
- 二、“十三五”期间我国保险业面临的挑战

第四节 我国保险业未来发展取向

- 一、保险市场发展方式急需转变
- 二、在宏观风险管理体系建设中需扮演重要角色
- 三、保险资金运用理论与实践探索要不断强化
- 四、商业健康保险发展模式需要创新
- 五、参与解决社会养老难问题需要新突破

第二章 2019年中国保险市场运行分析

第一节 2019年中国保险业发展特点

- 一、保险业务平稳较快发展
- 二、资金运用收益总体平稳
- 三、风险防范取得明显成效
- 四、保险市场秩序进一步规范
- 五、行业服务水平不断提高

第二节 2019年中国保险所属行业主要经营数据

- 一、2019年中国保险所属行业保费收入
- 二、2019年中国保险所属行业赔付状况分析
- 三、2019年中国保险所属行业资产总额

第三节 影响保险业稳健发展的不确定因素

- 一、复杂的宏观形势给保险业务发展带来一定不利影响
- 二、投资环境复杂多变加大保险公司经营压力
- 三、保险产品结构不合理问题需要高度重视
- 四、保险营销模式转型面临的问题日益突出

第三章 2019年全球寿险市场回顾及展望

第一节 2019年全球寿险市场回顾

- 一、全球强化保险监管力度
- 二、新单业务呈现复苏增长态势
- 三、有效保单保费恢复增长
- 四、盈利能力有所提高
- 五、资本水平进一步提高

第二节 2019年全球寿险业积极调整经营策略

- 一、积极整合业务强化核心领域
- 二、关注潜力市场发展创收区域
- 三、加强成本控制降低费用支出
- 四、优化组织架构适应战略发展需求
- 五、重新设计、修订和精简整合产品

第三节 未来全球寿险业发展展望

- 一、新兴保险市场增速仍将超过成熟市场
- 二、全球寿险公司将强化资本与风险管理能力
- 三、大型寿险公司继续通过系统整合提高经营效率
- 四、行业创新有助寿险业提高竞争能力和服务质量

第四章 2019年中国寿险所属行业运行分析

第一节 2019年中国寿险总体运行状况分析

- 一、2018年寿险业标准保费下降0.1%
- 二、2018年寿险退保1358亿
- 三、面临压力
- 四、亮点凸显
- 五、长期向好

第二节 2019年中国寿险所属行业保费收入

- 一、2019年各月全国寿险保费收入状况分析
- 二、2019年全国各地区寿险保费收入状况分析
- 三、2019年全国保险业保费收入中寿险所占的比例
- 四、2019年中资寿险公司保费收入
- 五、2019年外资寿险公司保费收入

第三节 2019年中国寿险赔付状况分析

- 一、2019年中国寿险总体赔付状况分析
- 二、2019年全国保险业赔付中寿险所占的比例

第五章 2019年中国寿险重点所属行业区域市场分析

第一节 2019年北京寿险市场分析

- 一、2019年北京寿险保费收入
- 二、2019年北京中资寿险公司保费收入
- 三、2019年北京外资寿险公司保费收入
- 四、2019年北京寿险赔付

第二节 2019年上海寿险市场分析

- 一、2019年上海寿险保费收入
- 二、2019年上海中资寿险公司保费收入
- 三、2019年上海外资寿险公司保费收入
- 四、2019年上海寿险赔付

第三节 2019年江苏寿险市场分析

- 一、2019年江苏寿险保费收入
- 二、2019年江苏中资寿险公司保费收入
- 三、2019年江苏外资寿险公司保费收入
- 四、2019年江苏辖区各地区寿险保费收入
- 五、2019年江苏寿险赔付
- 六、2019年江苏辖区各地区寿险赔付

第四节 2019年浙江寿险市场分析

一、2019年浙江寿险保费收入

二、2019年浙江中资寿险公司保费收入

三、2019年浙江外资寿险公司保费收入

四、2019年浙江辖区各地区寿险保费收入

五、2019年浙江寿险赔付

第五节 2019年广东（不含深圳）寿险市场分析

一、2019年广东（不含深圳）寿险保费收入

二、2019年广东（不含深圳）中资寿险公司保费收入

三、2019年广东（不含深圳）外资寿险公司保费收入

四、2019年广东（不含深圳）辖区各地区寿险保费收入

五、2019年广东（不含深圳）寿险赔付

第六节 2019年深圳寿险市场分析

一、2019年深圳寿险保费收入

二、2019年深圳中资寿险公司保费收入

三、2019年深圳外资寿险公司保费收入

四、2019年深圳寿险赔付

第六章 外资寿险业在中国的发展分析

第一节 外资寿险公司的特点和经营理念

一、外资保险历史悠久，实力雄厚

二、外资保险进入和占领我国保险市场的速度较快

三、外资保险公司注重产品创新，险种结构合理

第二节 外资寿险在中国的发展

一、外资寿险在中国的发展概况

二、外资保险公司进入中国起到了积极作用

三、外资保险在中国内地的发展面临困难

第三节 国外寿险公司在中国发展的优势

一、体制上的优势

二、资金运用上的优势

三、规模方面的优势

第四节 国外寿险公司在中国发展的劣势

一、东西方文化差异造成的劣势

二、外资保险公司网点少，业务范围受到一定限制

第五节 2019年主要外资寿险公司在营数据

一、2019年主要外资寿险公司资产负债表

二、2019年主要外资寿险公司损益表

三、2019年主要外资寿险公司业务统计

第六节 外资保险中国市场发展前景

一、寿险业的中国发展前景

二、外资保险在华的发展前景

第七章 中国寿险制度的内生性分析

第一节 寿险制度条件及中国基础

第二节 转轨经济的制度设计促使中国商业寿险的探索

第三节 中国商业寿险以制度创新探索寿险成长之路

第四节 深化寿险制度基础仍然是中国商业寿险进一步发展的条件

第八章 中国寿险预定利率市场化分析

第一节 预定利率市场化的背景分析

第二节 预定利率市场化的必要性与可行性分析

一、预定利率市场化的必要性分析

二、预定利率市场化的可行性分析_订购电话：.4.00.6.12.866.8

第三节 预定利率放开对我国寿险市场的影响

一、正面影响

二、负面影响

第四节 传统寿险产品预定利率市场化不会引发系统性风险

一、利率市场化不会产生系统性风险

二、预定利率市场化不会产生新的利差损

三、预定利率市场化不会大幅降低寿险公司的利润

四、预定利率市场化虽然会降低新业务的利润率，但是一种高价格的理性回归

五、预定利率市场化有利于改善分红险一险独大，推动行业回归保障

六、预定利率市场化有利于提高产品保障，充分发挥保险经济补偿职能

七、在金融改革稳步推进大背景下，实施预定利率市场化已具备条件

第五节 传统寿险利率市场化已经完全具备条件

一、从监管环境来看

二、从产品形态来看

三、从产品结构来看

四、从市场竞争来看

五、从盈利能力来看

六、从经营的角度来看

七、从保险业的社会职能来看

第六节 预定利率市场化的风险分析

第七节 预定利率市场化的建议

第九章 基于CHINA-VALS模型的中国寿险市场细分分析

第二节 相关理论及模型

一、市场细分理论

二、VALS模型的概念

三、CHINA-VALS模型

四、寿险需求理论

五、寿险市场细分的相关研究

第二节 研究设计

一、问卷设计

二、样本及数据采集

三、泉州农村商业银行建设社区银行的背景

四、泉州农村商业银行建设社区银行的优势

五、社区银行的发展方向

第三节 研究结果

二、各问项的平均得分

三、信度、效度及因子分析

四、聚类统计分析

五、对应分析

第四节 分析结果及讨论

一、群类命名

二、群类特点及营销建议

三、企业营销实践启示

四、研究局限

第十章 中国寿险业营销分析

第一节 我国寿险营销的现状调研

一、代理人的准客户积累不足

二、代理人队伍的新客户开拓散乱无序，影响新单业务质量

三、代理人在一定程度上控制着公司客户

第二节 寿险营销体制转型分析

一、法律地位尴尬

二、体制弊端集中暴露

三、监管机构多方协调

四、体制改革四路突围

五、业界的不同声音

第三节 我国寿险营销模式的创新分析

一、寿险营销模式的涵义

二、我国现有寿险营销模式与面临的问题

三、寿险营销模式创新的思路

第四节 寿险营销的需求导向式服务

一、要有正确的服务心态

二、要理解服务的三个层次

三、要对不同类型的客户有所差异化

第五节 关于寿险营销的系统分析

一、探索新型的寿险营销管理组织

二、寿险营销规划和营销行为统一

三、从系统营销中学会“思维激活”

第六节 代理制寿险营销模式分析

一、代理制寿险营销模式正处在十字路口

二、代理制寿险营销模式仍将占主导地位

三、代理制寿险营销模式应告别粗放式经营的做法

四、代理制寿险营销模式须与营销员建立劳动关系

第七节 寿险营销数据库的建立

一、数据库营销的现状及其理论依据

二、寿险数据库客户的主要来源

三、寿险数据库建立的原则

四、寿险数据库建立策略

第八节 寿险营销数据库战略的成功实施

一、从创新战略的高度着眼，谋定后动

二、全力推动数据库营销的战略转型

三、落实销售支持系统

第九节 寿险整合营销的战略选择

一、组织市场调研，是寿险整合营销的基础

二、进行市场细分，是寿险整合营销的前提

三、确立险种定位，是寿险整合营销的关键

四、整合营销渠道，是寿险整合营销的目标

五、差异化战略，是寿险整合营销的核心

六、评估财务效果，是寿险整合营销的检验标准

第十节 当前寿险消费者的心态及营销对策分析

一、科学的产品创新策略

二、奇特的产品宣传策略

三、优质的产品服务策略

第十一节 破解寿险营销十大难题

一、功能与定位

二、结构与速度

三、规模与效益

四、服务与管理

五、合规与内控

六、城市与村镇

七、渠道与市场

八、公司与属员

九、队伍与培训

十、创新与发展

第十一章 中国寿险业综合问题分析

第一节 我国寿险证券化的引进与发展

一、相关理论回顾

二、寿险证券化全球发展概略

三、我国发展寿险证券化的必要性和可行性

四、我国发展受限证券化面临困难及对策建议

第二节 寿险业转变发展方式问题分析

一、结构调整的内涵价值

二、结构调整的难点与切入点

三、结构调整的规划方向

第三节 中国开展寿险保单贴现业务的风险分析

一、寿险保单贴现的概念及产生背景

二、寿险保单贴现业务流程

三、我国开展寿险保单贴现业务的风险分析

第四节 中国寿险业三大问题不容忽视

一、保费收入结构单一重投资轻保障

二、客户资源过分集中重富轻贫

三、营销模式：轻产品重关系走到尽头

第五节 保险公司对公寿险业务发展分析

一、对公寿险业务工作重点

二、对公寿险业务经营思路

第六节 寿险销售违规问题及治理建议

一、问题产生的主要原因

二、相关措施及建议

第七节 新形势下寿险银保渠道理财经理队伍发展分析

一、面对监管新政，寿险理财经理队伍发展的必要性

二、在当前监管新政下寿险公司面临的问题

三、寿险公司银保渠道理财经理的发展思路

第八节 人寿保险公司资金运用的信息披露制度完善

一、建立和健全人寿保险公司资金运用信息披露制度的必要性

二、我国人寿保险公司资金运用信息披露的立法现状调研

三、建立和健全我国人寿保险公司资金运用的信息披露制度

第十二章 我国寿险业的竞争分析

第一节 我国寿险公司综合竞争力分析

一、综合竞争力评价指标与模型构建

二、对我国中资寿险公司的综合竞争力测定

第二节 中国寿险企业核心竞争力的提升

一、(HJ 327)核心竞争力特征及其内容

二、确定寿险公司的核心竞争力，提高相关能力和水平

第三节 打造我国寿险业核心竞争力

一、核心竞争力的基本内涵

二、核心竞争力的主要特性

三、打造核心竞争力的路径

第四节 中资寿险公司的市场竞争战略分析

一、我国寿险市场的发展特征和趋势预测分析

二、中资寿险公司市场战略

第十三章 2019年中国保险市场三巨头经营分析

第一节 中国人寿

一、公司简介

二、中国人寿保费收入

三、中国人寿总体经营情况分析

四、中国人寿盈利能力分析

五、中国人寿偿债能力分析

六、中国人寿运营能力分析

七、中国人寿成长能力分析

第二节 中国平安

一、公司简介

二、中国平安寿险保费收入

三、中国平安总体经营情况分析

四、中国平安盈利能力分析

五、中国平安偿债能力分析

六、中国平安运营能力分析

七、中国平安成长能力分析

第三节 中国太保

一、公司简介

二、中国太保寿险保费收入

三、中国太保总体经营情况分析

四、中国太保盈利能力分析

五、中国太保偿债能力分析

六、中国太保运营能力分析

七、中国太保成长能力分析

第十四章 我国寿险业的发展策略分析

第一节 推进寿险市场健康发展措施

一、寿险市场面临的形势（AK LT）

二、下一阶段的应对措施

第二节 加强寿险业全面风险管理策略

一、对近年来寿险业风险及治理的反思

二、贸易战及行业发展对风险管理的新要求

三、寿险业风险管理的策略

第三节 寿险期交业务发展策略

一、渠道定位是关键

二、资源分配是策略

三、市场开拓是源泉

四、销售技能是基础

五、服务效能是保证

第四节 寿险公司服务体系建设建议

一、寿险公司服务体系建设的背景

二、寿险公司服务体系建设的意义

三、寿险公司服务质量的评判指标

四、寿险公司服务体系建设的建议

第五节 转变发展方式是中国寿险业的战略选择

一、坚持发展为第一要务是转变发展方式的前提

二、转变发展方式就必须对发展方式进行全面理解

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

四、转变发展方式要统筹兼顾，全方位地满足消费者的需求

五、转变发展方式要立足于以人为本

第六节 提升寿险公司综合管理能力必须统筹好六大关系

一、统筹好规模速度与质量效益之间的关系

二、统筹好城区市场和农村市场之间的关系

三、统筹好业务发展与队伍建设之间的关系

四、统筹好公司发展与风险管控之间的关系

五、统筹好经营管理与党的建设之间的关系

六、统筹好企业公民与社会责任之间的关系

第七节 强化寿险公司内控机制的对策

一、强化管理层对内部控制的责任

二、推进内部控制制度体系的建设

三、强化执行力建设

四、强化内部审计监督约束

五、建立良好的内部控制文化

六、推进风险管理的预警体系建设

第八节 拓展农村寿险市场策略

图表目录：

图表 2019年中国保险业保费收入

图表 2019年中国保险业赔付状况分析

图表 2019年中国保险业资产总额

图表 2019年各月全国寿险保费收入

图表 2019年全国各地区寿险保费收入

图表 2019年全国保险业保费收入中寿险所占的比例

图表 2019年中资寿险公司保费收入

图表 2019年中国寿险总体赔付

图表 2019年全国保险业赔付中寿险所占的比例

图表 2019年北京寿险保费收入

图表 2019年北京中资寿险公司保费收入

图表 2019年北京寿险赔付

图表 2019年上海寿险保费收入

图表 2019年上海中资寿险公司保费收入

图表 2019年上海寿险赔付

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/487920.html>