



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中国寿险行业行情 动态与投资战略研究报告

一、调研说明

《2012-2016年中国寿险行业行情动态与投资战略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/193886.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

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。按照业务范围来划分，寿险包括生存保险、死亡保险和两全保险。按照保障期限来划分，寿险可分为定期寿险和终身寿险。近年来热销的万能险，也是终身寿险的一种。按照保障人群的界定划分，寿险可以分为优选类寿险和非优选类寿险，根据投保人是否吸烟等因素进行界定，2011年国内寿险市场诞生了第一款优选类寿险——精心优选。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年中国寿险行业行情动态与投资战略研究报告》共十二章。首先介绍了中国寿险行业市场发展环境、中国寿险整体运行态势等，接着分析了中国寿险行业市场运行的现状，然后介绍了中国寿险市场竞争格局。随后，报告对中国寿险做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国寿险行业发展趋势与投资预测。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。

第一章 国际寿险业运行动态分析

第一节 2010-2011年国际寿险业运行分析

一、各国寿险公司利率风险和利差损有关情况介绍

二、国际寿险业资产管理发展分析

三、对中国寿险业的启示

第二节 2010-2011年西欧国家民众对商业寿险需求分析

一、作为社会保险的补充

二、避税

三、信贷担保

四、储蓄与投资

第三节 2010-2011年美国寿险业发展分析

一、产品转型推动寿险发展

二、营销理念是向客户推销计划而不是产品

三、绿色营销助推业务发展

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

五、独立代理人的制度设计成为保险发展的必然趋势

第四节 2010-2011年英国寿险业发展分析

一、英国寿险偿付能力监管变化及影响

二、英国寿险公司面临的风险

三、英国FAS对寿险公司风险监管及借鉴意义

第五节 2010-2011年日本寿险业发展分析

一、日本寿险业的盛衰变迁

二、日本寿险市场衰退因素分析

三、日本寿险商品的发展变迁及现状

四、日本个人寿险商品的构成及其特点

第二章 外资寿险在华发展概览

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 外资保险经纪加速拓展中国市场

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

第三章 中国人寿保险业运行态势分析

第一节 2010-2011年中国人寿保险业运行动态分析

- 一、中国寿险业结构调整取得成效
- 二、中国寿险业第二梯队控制风险保增长
- 三、个人代理重新成为国内寿险销售第一渠道
- 四、中国寿险业偿付能力分析

第二节 2010-2011年中国人寿保险信托制及创新分析

- 一、人寿保险信托的发展背景和现状
- 二、中国发展人寿保险信托的必要性分析
- 三、中国发展人寿保险信托的可行性分析
- 四、中国发展人寿保险信托的策略建议

第三节 2010-2011年中国未成年人人寿保险规定的分析

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

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

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

第五节 2010-2011年中国寿险公司偿付能力监管的有效性分析

- 一、寿险公司的偿付能力监管的重要性
- 二、有效性是监管成本和监管权益的权衡
- 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
- 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

第六节 2010-2011年中国人寿保险业存在的问题及对策

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

第四章 中国寿险市场影响因素分析

第一节 低利率对中国寿险业发展的影响

第二节 医疗卫生制度改革对寿险经营的影响

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

第三节 新《保险法》对寿险公司的影响

- 一、新《保险法》的主要变化
- 二、寿险公司应对新法的当务之急

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

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

第五章 中国寿险业结构调整发展分析

第一节 寿险业结构调整取得的成绩

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

第二节 寿险业结构调整存在的问题

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

第三节 我国寿险业结构调整面临的主要矛盾

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

第四节 2010-2011年中国寿险业结构调整的思路

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

第六章 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

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 利率市场化是否会产生新的利差损

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

第七章 中国寿险业市场营销分析

第一节 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

第二节 我国寿险营销存在主要问题与改革路径

一、主要问题

二、改革路径

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 寿险营销管理"瓶颈"分析

一、寿险营销管理"瓶颈"

二、形成"瓶颈"的原因

三、如何突破"瓶颈"

第五节 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

第六节 从业务结构调整看寿险代理人营销制度改革

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

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

第七节 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

第八节 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

第九节 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

第八章 中国寿险业内含价值分析

第一节 寿险公司内含价值评估理论

一、传统评估方法的局限性

二、内含价值评估方法原理

第二节 内含价值评估方法的运用

一、国内上市保险公司在内含价值假设

二、国内上市保险公司在内含价值分析

第三节 内含价值评估对寿险监管的影响

一、引入内含价值评估有助于引导行业健康发展

二、引入内含价值评估对于偿付能力监管具有补充作用

三、内含价值评估有助于维护寿险市场秩序

第四节 内含价值不能作为寿险监管的决定性指标

一、内含价值的主要服务对象不是寿险监管者

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

三、寿险监管者不能将内含价值作为决定性的监管指标

第九章 中国寿险业的竞争格局分析

第一节 我国寿险市场竞争现状

一、寿险业竞争激烈保险产品以"新"取胜

二、中国寿险市场过于依赖价格竞争

三、寿险公司竞争比拼分红险

四、中资寿险保费竞争格局未定

第二节 中国寿险企业核心竞争力的提升

一、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

二、中资寿险公司市场战略

第十章 中国保险市场三巨头分析

第一节 中国人寿保险股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

七、中国人寿新业务开拓情况

第二节 中国平安人寿保险股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

六、平安人寿产品悄然换代升级

七、平安人寿将加大保障产品研发力度

第三节 中国太平洋保险（集团）股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十一章 2012-2016年中国寿险业的发展前景与风险分析

第一节 2012-2016年中国寿险业发展前景分析

- 一、寿险业发展前景分析
- 二、研究机构对保险业发展前景的预测

第二节 2012-2016年中国寿险业面临的风险分析

- 一、偿付能力风险
- 二、定价风险
- 三、投资风险
- 四、误导风险

第十二章 2012-2016年中国寿险业的发展策略分析

第一节 寿险市场发展亟须制度改革

- 一、推动寿险产品预定利率市场化改革
- 二、警惕对结构调整的认识误区
- 三、多举措治理违规行为
- 四、加强资本管理以保证偿付能力

第二节 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

第三节 寿险业急需转变策略回归根本

- 一、寿险市场开念“紧箍咒”：业务规范刻不容缓

二、转变VS回归：新战略将改变寿险市场新局面

三、入乡随俗：合资险企在中国市场的发展之道

第四节 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

第五节 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

第六节 拓展农村寿险市场策略

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：中国人寿保险股份有限公司主要经济指标走势图

图表：中国人寿保险股份有限公司经营收入走势图

图表：中国人寿保险股份有限公司盈利指标走势图

图表：中国人寿保险股份有限公司负债情况图

图表：中国人寿保险股份有限公司负债指标走势图

图表：中国人寿保险股份有限公司运营能力指标走势图
图表：中国人寿保险股份有限公司成长能力指标走势图
图表：中国平安人寿保险股份有限公司主要经济指标走势图
图表：中国平安人寿保险股份有限公司经营收入走势图
图表：中国平安人寿保险股份有限公司盈利指标走势图
图表：中国平安人寿保险股份有限公司负债情况图
图表：中国平安人寿保险股份有限公司负债指标走势图
图表：中国平安人寿保险股份有限公司运营能力指标走势图
图表：中国平安人寿保险股份有限公司成长能力指标走势图
图表：中国太平洋保险（集团）股份有限公司主要经济指标走势图
图表：中国太平洋保险（集团）股份有限公司经营收入走势图
图表：中国太平洋保险（集团）股份有限公司盈利指标走势图
图表：中国太平洋保险（集团）股份有限公司负债情况图
图表：中国太平洋保险（集团）股份有限公司负债指标走势图
图表：中国太平洋保险（集团）股份有限公司运营能力指标走势图
图表：中国太平洋保险（集团）股份有限公司成长能力指标走势图
图表：略……

通过《2012-2016年中国寿险行业行情动态与投资战略研究报告》，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、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/193886.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法

- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究

报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。