



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国再保险市场运行态势及投资策略报告

一、调研说明

《2015-2020年中国再保险市场运行态势及投资策略报告》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/251095.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

第一章 中国再保险业发展概述 11

第一节 再保险的概念与特征 11

一、概念 11

二、特征 11

三、再保险作用 12

第二节 中国再保险业的历史 13

一、萌芽阶段：1949年至80年代初 13

二、初步形成阶段：80年代初至1995年 13

三、发展阶段：1996年至今 13

第二章 2014年世界在保险行业发展现状分析 15

第一节 2014年世界再保险行业概况 15

一、世界再保险发展情况 15

二、世界再保险组织架构 15

三、世界再保险业务结构分析 16

第二节 2014年世界再保险最近动态及发展趋势 16

一、瑞士再保险认为2014年已经是巨灾保险损失第二惨重的一年 16

二、价格竞争升级 17

三、发达和新兴市场均存在相当大的死亡保障缺口 17

四、全球再保险业盈利前景不稳定 18

第三节 2014年世界主要再保险市场运行情况分析 18

一、伦敦再保险市场 18

二、欧洲大陆再保险市场 18

三、纽约再保险市场 19

四、新加坡再保险市场 19

第三章 2014年世界再保险领先企业运行状况分析 21

第一节 慕尼黑再保险公司 21

一、公司经营状况 21

二、公司业务及国内市场情况分析 21

三、2014年公司竞争优势与劣势分析 22

第二节 德国科隆再保险公司 22

| | |
|--------------------------|----|
| 一、公司经营状况 | 22 |
| 二、公司业务及国内市场情况分析 | 23 |
| 三、公司竞争优势与劣势分析 | 23 |
| 第三节 瑞士再保险公司 | 23 |
| 一、公司经营状况 | 24 |
| 二、公司业务及国内市场情况分析 | 24 |
| 三、2014年公司竞争优势与劣势分析 | 26 |
| 四、公司未来国际化战略 | 26 |
| 第四节 劳合社 | 26 |
| 一、公司经营状况 | 26 |
| 二、公司业务及国内市场情况分析 | 26 |
| 三、公司竞争优势与劣势分析 | 27 |
| 第四章 2014年中国再保险行业发展环境分析 | 29 |
| 第一节 2014年再保险面临的国内发展形势 | 29 |
| 一、国内社会经济环境良好 | 29 |
| 二、保险业的功能作用得到进一步发挥 | 30 |
| 三、保险监管力度不断加强 | 33 |
| 四、保险市场日益国际化带来机遇与挑战 | 33 |
| 第二节 2014年再保险国内政策环境分析 | 34 |
| 一、《再保险业务管理规定》 | 34 |
| 二、《国务院关于保险业改革发展的若干意见》 | 37 |
| 三、保险业"十一五"规划 | 38 |
| 四、《中国保险业发展"十二五"规划纲要》 | 39 |
| 四、中国出台首部重大疾病保险行业规范标准 | 56 |
| 第三节 2014年再保险行业发展社会环境分析 | 56 |
| 三、2014年加息推动寿险业发展 | 59 |
| 第五章 2014年中国再保险行业的发展形势分析 | 61 |
| 第一节 2014年中国再保险业运行现状分析 | 61 |
| 一、法定分保历经十年退出舞台，商业分保迎来新机遇 | 61 |
| 二、中国再保险市场与直保市场发展不相适应 | 62 |
| 三、中再集团的实际作用与其市场地位不相适应 | 62 |
| 四、中国再保险与国际再保险差距大 | 63 |

第二节 2014年中国再保险业存在的问题 63

- 一、再保险市场发展相对滞后，与直保市场发展不相适应 63
- 二、中国再保险市场发展滞后于国际再保险市场 63
- 三、市场容量不够,对海外再保险市场的依赖性较大 64
- 四、再保险市场主体数量少,竞争不够充分 64
- 五、再保险市场供给结构性不足 64
- 六、出现再保险贸易逆差 64

第三节 2009-2014年发展再保险市场的政策建议 66

第六章 2014年中国再保险行业市场供需态势分析 70

第一节 2014年中国再保险市场供给分析 70

- 一、市场规模：再保险市场供给主体数量少且不健全 70
- 二、供给结构 70
- 三、趋势：将积极稳妥地增加再保险市场主体 71

第二节 2014年中国再保险市场需求状况分析 71

- 一、中国再保险市场需求出现的新特征 71
- 二、需求结构 74
- 三、再保险市场需求呈多样化 74
- 四、再保险市场潜在需求巨大但有效需求不足 75
- 五、2014年为"保险再融资年" 75

第三节 2014年完善再保险市场供需不平衡的对策 77

- 一、增加再保险的供给主体数量 77
- 二、提高中国再保险公司的再保险供给能力 77
- 三、改变经营机制，适应商业性分保的运作 78
- 四、加快培养专家型再保险人才 78

第七章 2014年中国再保险业市场竞争格局分析 79

第一节 2014年中国再保险行业市场结构分析 79

- 一、再保险市场由垄断市场转变为垄断竞争市场 79
- 二、市场集中度 79

第二节 2014年中国再保险市场竞争格局分析 81

- 一、国际再保险市场集中度较高 81
- 二、中国再保险市场初步形成多元化发展格局 81
- 三、中外再保险公司竞争逐步升级 82

| | |
|-------------------------------|-----|
| 第三节 2015-2020年中国再保险行业市场竞争走势分析 | 83 |
| 第八章 2014年中国再保险优势企业竞争力与关键性财务分析 | 85 |
| 第一节 中国再保险(集团)公司 | 85 |
| 一、企业基本概况 | 85 |
| 二、2009-2014年企业经营与关键性财务分析 | 85 |
| 三、2009-2014年企业核心竞争力分析 | 87 |
| 四、企业未来发展战略规划 | 87 |
| 第二节 中国人寿再保险股份有限公司 | 88 |
| 一、企业基本概况 | 88 |
| 二、企业经营范围分析 | 89 |
| 三、企业核心竞争力分析 | 90 |
| 四、企业未来发展战略规划 | 90 |
| 第三节 中国财产再保险股份有限公司 | 91 |
| 一、企业基本概况 | 91 |
| 二、2009-2014年企业经营与关键性财务分析 | 91 |
| 三、2009-2014年企业核心竞争力分析 | 91 |
| 四、企业未来发展战略规划 | 92 |
| 第四节 中央再保险公司 | 92 |
| 一、企业基本概况 | 92 |
| 二、2009-2014年企业经营与关键性财务分析 | 94 |
| 三、2009-2014年企业核心竞争力分析 | 94 |
| 四、企业未来发展战略规划 | 94 |
| 第九章 2014年中国保险市场运行局势分析 | 95 |
| 第一节 2014年中国保险市场发展情况 | 95 |
| 一、保险业务较快发展 | 95 |
| 二、保险公司改革继续推进 | 101 |
| 三、保险资金境外投资 | 102 |
| 四、保险资金运用结构逐步优化 | 103 |
| 第二节 2014年中国保险市场竞争结构 | 104 |
| 一、复杂的经济形势使保险业的发展面临不确定性 | 104 |
| 二、财产保险市场将继续保持较快增长 | 105 |
| 三、寿险业务增长趋势将取决于银保转型的力度 | 108 |

第三节 2014年中国保险市场地区结构 112

第四节 2015-2020年中国保险行业预测分析 119

一、保费收入年复合增长率 119

二、保费收入预测 120

三、保险业总资产预测 121

第十章 2015-2020年中国再保险行业发展前景预测分析 124

第一节 2015-2020年中国再保险业发展前景分析 124

一、农业再保险 124

二、巨灾再保险 125

三、汽车再保险市场前景广阔 127

第二节 2015-2020年中国再保险业发展目标 128

一、业务发展目标 128

二、综合竞争力目标 129

三、功能作用目标 129

四、风险防范目标 130

五、基础建设目标 130

第十一章 2015-2020年中国再保险行业投资机会与风险分析 131

第一节 2015-2020年中国再保险业的投资机会分析 131

第二节 2015-2020年中国再保险业投资风险分析 132

一、投机资本快速进入 132

二、购买行为变化 132

三、自然气候灾害日趋严重 133

四、虚高保费后的金融风险 134

五、市场开放面临的风险 135

第三节 2015-2020年中国再保险行业投资环境分析 136

图表目录：

图表 1 2000-2014年中国GDP及其增长率统计表 29

图表 2 2014年中国不同产业增加值对比情况 29

图表 3 各种金融理财产品的区别及国内常见投资工具的比较 33

图表 4 1978-2012年中国人口构成统计表 56

图表 5 1990-2012年我国人口出生率、死亡率及自然增长率 57

图表 6 1978-2012年我国总人口增长趋势图 58

| | |
|---------------------------------------|-----|
| 图表 7 中国人寿再保险股份有限公司组织架构图 | 88 |
| 图表 8 2014年1-5月保险业经营数据 | 95 |
| 图表 9 2014年1-5月中国各人寿保险公司原保险保费收入统计 | 96 |
| 图表 10 2014年上半年中国保费收入统计表 | 99 |
| 图表 11 2014年1-7月中国产险市场前十名保险公司排名情况 | 106 |
| 图表 12 2014年1-7月人寿保险公司原保险保费收入情况表 | 110 |
| 图表 13 2012年全国各地区原保险保费收入情况 | 115 |
| 图表 14 2014年全国各地区原保险保费收入情况表 | 116 |
| 图表 15 2014年1-7月全国各地区原保险保费收入情况表 | 118 |
| 图表 16 2005-2014年中国保险密度情况分析 | 120 |
| 图表 17 2005-2015年我国保险业保费收入变化趋势图 | 121 |
| 图表 18 我国保险资产总额与投资余额增长统计表 | 121 |
| 图表 19 1999-2015年中国保险资产总额增长趋势 | 122 |
| 图表 20 2001年~2012年中国种类自然灾害造成的直接经济损失额分析 | 134 |

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/251095.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专业提供投资咨询报告、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。