

# 2006-2007年中国寿险市场 研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2006-2007年中国寿险市场研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/baoxian/Q261894LUS.html>

报告价格：纸质版：5200元 纸质 + 电子版：6200元

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

2006-2007年中国寿险市场研究报告 内容介绍：

“ ‘ 人口红利期 ’ 将孕育寿险业发展十年黄金期 ”、“ 寿险业保费收入复合增长率在未来很长一段时间内仍将快于GDP增长速度 ” 等等，各大权威机构分析师们在基于各项数据分析之后，纷纷对寿险业发展给予了良好预期，这也成为诸多投资者们近一段时期内的案头必读。事实上，所有源于投资需要的分析预测，和所有源于良好预期的投资取向，都和2006年这个特殊的历史时点，有着不解之缘。

根据保监会统计数据，今年以来保险业保持快速、健康发展态势，仅仅是2006年的前11个月，全国保费收入一举突破了往年始终未能突破的5000亿元大关，其中人身险保费收入的贡献率不言而喻，累计近3798亿元，另从赔款和给付情况看，2006年前11个月，人身险中人身意外伤害险、健康险和寿险三项总计赔款和给付达到563亿余元，较10月份统计数据有稳步提高。

在这个对保险业发展极具历史意义的年份里，具有举足轻重地位的人身保险业，正处在一个 “ 发展中规范、规范中发展 ” 的关键时刻，一个快速发展的 “ 临界点 ”。

2006年，首个《健康保险管理办法》出台和 “ 重疾险 ” 标准定义的出台，成为影响人身保险业规范化、专业化进程的两大事件。事实上，在各大寿险公司着力改善产品利润率的同时，消费者恰恰表现出抢搭 “ 末班车 ” 的心态。

本研究报告依据国家统计局、国家经贸委、国家海关总署、中国社会经济调查研究中心、中国保险协会、国民经济景气监测中心、全国及海外1100多种国内外相关报纸杂志的基础信息以及各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料，对中国寿险发展综合分析

### 第一节 中国寿险业的发展状分析

- 一、分红险占主导，健康险需求快速提升
- 二、寿险业正进入 “ 第四个上升长周期 ” 通道
- 三、长达10年 “ 人口红利期 ” 有利寿险业又快又好发展
- 四、居民金融资产结构调整为寿险公司带来发展契机
- 五、中等收入群体兴起扩充寿险有效需求的客户基础
- 六、公共养老制度改革为商业寿险带来重大发展机遇
- 七、规模经济与品牌偏好是 “ 在位者 ” 的竞争优势

### 第二节 寿险业产业结构与企业经营策略对获利能力的影响

### 第三节 我国寿险公司的增长方式和可持续发展问题分析

一、我国寿险业的盈亏状况

二、寿险公司费差损的种类和程度

三、寿险公司发展阶段

四、寿险公司的增长方式

五、我国寿险公司增长方式的分析

六、寿险公司转变增长方式

第四节 创建寿险公司销售渠道竞争优势分析

一、选择正确的渠道

二、各种渠道的建设

三、渠道创新与渠道整合

第五节 推动中国寿险业发展的策略分析

第三章 2006-2007年中国寿险(寿险市场分析)市场分析

第一节 2006年中国寿险综合分析

第二节 2006年中国寿险新产品上市分析

第三节 2007年的中国寿险(寿险市场分析)市场发展趋势

第四章 2006-2007年中国分类寿险(分类寿险市场分析)市场分析

第一节 城市人身险市场分析

第二节 中国农村人身险(农村人身险市场分析)市场现状分析

第五章 2006年中国重点区域寿险(重点区域寿险市场分析)市场分析

第一节 2006年北京寿险市场分析

第二节 2006年上海寿险市场分析

第三节 2006年广东寿险市场分析

第四节 2006年江苏寿险市场分析

第六章 我国寿险业需求分析

第一节 混业经营趋势下个人寿险需求的影响因素分析

一、影响个人寿险需求的客观因素

(一)风险是影响个人寿险需求的根本因素

(二)收入水平对寿险需求的影响

(三)寿险产品及其替代品、互补品对寿险需求的影响

(四)营销对寿险需求的影响

(五)人口因素对寿险需求的影响

(六)社会经济、政治、法律和文化发展环境对寿险需求的影响

## 二、影响个人寿险需求的主观因素

### (一)从风险意识看寿险需求的行为心理

### (二)从保险意识看寿险需求的行为心理

## 第二节 我国寿险需求决定因素分析

### 一、寿险需求决定因素

### 二、综合影响分析

### 三、对模型结论的外推分析

### 四、分析结论

### 五、政策建议

## 第三节 从城市居民保险需求看寿险产品结构

## 第四节 从未来市场需求分析寿险产品开发

### 一、未来市场需求将对现有寿险产品结构提出较大的调整要求

### 二、着眼未来市场需求，积极推行寿险产品开发和结构调整

## 第七章 保险消费者分析

### 第一节 消费者调查

#### 一、消费者对保险的认知有限

#### 二、消费者对当前中资保险公司的满意度较低

#### 三、当前城市居民保险消费状况

#### 四、城市居民对保险的预期需求

#### 五、消费者获取保险信息途径

#### 六、消费者对外资保险公司期望值较高

### 第二节 富人保险情况调查

## 第八章 我国寿险业营销分析

### 第一节 寿险营销制度的历史回顾与展望

### 第二节 我国寿险营销存在主要问题与改革路径分析

#### 一、我国现有寿险营销中存在的主要问题

#### 二、改革路径的选择

### 第三节 我国寿险营销制度的评价及改革

#### 一、对寿险营销制度的评价

#### 二、改革现行营销制度的思路

### 第四节 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

第五节 我国寿险营销内部环境的完善

第六节 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

第九章 销售渠道创新与寿险行业可持续发展分析

第一节 寿险行业销售渠道发展回顾

一、个人营销渠道发展回顾

二、中介代理渠道发展回顾

三、团体直销渠道发展回顾

第二节 销售渠道创新的必要性与紧迫性

一、寿险市场现状迫切要求进一步发挥销售渠道潜能

二、中产阶层的快速崛起将对现有寿险销售渠道带来重大挑战

三、寿险行业销售渠道边际产能呈现递减趋势

四、三大销售主渠道自身也面临一系列束缚生产力的问题

第三节 销售渠道创新的路径选择分析

第四节 寿险市场销售渠道创新的具体思路

一、加速销售渠道内部创新，发挥现有渠道潜能

二、整合渠道资源，开展全面行销

三、积极开展多元化销售渠道探索

第十章 我国寿险公司价值评估分析

第一节 寿险公司市场一致性价值评估方法分析

一、内含价值评估方法的局限性分析

二、市场一致性价值评估方法的特征

三、市场一致性价值评估方法的操作实务

第二节 人寿保险公司价值评估分析

一、寿险公司的价值认定

二、估价方法

三、其它估价方法

四、保险公司估价的最新发展

## 五、从公司理财观点看公司价值

### 第三节 寿险公司公允价值的评估分析

#### 一、寿险公司资产的公允价值的评估

#### 二、寿险公司负债的公允价值的评估

#### 三、公允价值的评估对寿险公司财务报告的影响

#### 四、国际会计准则与国内会计准则财务处理的主要差异

## 第十一章 2006-2007年我国寿险业的竞争格局分析

### 第一节 2006-2007年我国寿险(寿险竞争力)竞争格局分析

#### 第二节 2006-2007年主要内资保险公司分析

##### 一、中国人寿保险公司

##### 二、中国平安保险(集团)股份有限公司

##### 三、中国太平洋保险(集团)股份有限公司

##### 四、太平人寿

##### 五、新华人寿

##### 六、泰康人寿

## 第十二章 我国寿险业的风险分析

### 第一节 寿险企业经营风险分析

#### 一、利率上升预期暗含退保风险

#### 二、信息系统风险危及保险企业安全运营

#### 三、金融控股集团可能带来负协同效应

#### 四、投资渠道的放宽扩大资金运用风险

### 第二节 寿险公司的利率风险及其管理分析

#### 一、寿险产品利率风险产生的根源

#### 二、市场利率变化对寿险公司经营影响的具体分析

#### 三、防范和化解利率风险的对策

### 第三节 如何防范化解寿险公司经营风险

#### 一、寿险经营中面临的主要风险

##### (一)定价风险

##### (二)销售风险

##### (三)运营风险

##### (四)管理风险

##### (五)政策风险

## 二、防范与化解措施

### 第十三章 我国寿险业的投资分析

#### 第一节 寿险资金运用中的投资理念分析

#### 第二节 我国寿险资金进入风险投资可行性分析

##### 一、当前我国寿险资金投资的困境

##### 二、美、英等国保险资金投资的概况

##### 三、我国寿险资金运用于风险投资的适宜性分析

##### 四、寿险资金运用于风险投资的可行模式

#### 第三节 寿险保险资金投资国际比较

##### 一、保险资金有效运用的重要意义

##### 二、国外保险公司资金运用情况比较

##### 三、国内保险公司在投资方面存在的问题

##### 四、应对措施

#### 部分图表目录

图表：2006年1-12月保险公司经营数据

图表：2006年1-12月人寿保险公司保费收入情况表

图表：2006年人身险单月保费

图表：2001-2006年寿险市场份额

图表：1950-2050年经济活动人口增长变化情况

图表：1950-2050年人口结构变化情况

图表：2006年寿险公司保费前十名

图表：2006年中资寿险公司保费前十名

图表：2006年外资寿险公司保费前十名

图表：1989-2006年保单与存款利率差扩大刺激寿险销售快速增长

图表：2006年寿险公司市场份额

图表：2004-2005年中外资寿险业务质量对比

图表：2004-2006年个险/期缴比例稳步上升

图表：2004-2006年个险比重上升情况

图表：2004-2006年续保率情况

图表：2004-2006年寿险业务增长情况

图表：1985-2025年中等收入家庭数增长情况

图表：1985-2025年中等收入家庭数和可支配收入占比



图表：2001-2005年银邮代理营销渠道所占比重增长变化

图表：2006年全国部分省市自治区寿险保费收入统计

图表：2005-2006年北京市寿险保费收入与增长率变化图

图表：2006年北京市1--12月寿险公司总保费排行榜

图表：2005-2006年上海市寿险保费收入与增长率变化图

图表：2006年上海市1--12月寿险公司总保费排行榜

图表：2005-2006年天津市寿险保费收入与增长率变化图

图表：2005-2006年重庆市寿险保费收入与增长率变化图

图表：2005-2006年广东省寿险保费收入与增长率变化图

图表：2005-2006年浙江省寿险保费收入与增长率变化图

图表：2005-2006年江苏省寿险保费收入与增长率变化图

图表：2005-2006年山东省寿险保费收入与增长率变化图

图表：2005-2006年河南项保费收入与增长率变化图

图表：2005-2006年安徽省寿险保费收入与增长率变化图

图表：2005-2006年河北省寿险保费收入与增长率变化图

图表：2005-2006年辽宁省寿险保费收入与增长率变化图

图表：2005-2006年湖北省寿险保费收入与增长率变化图

图表：商业健康险将成为负担医疗费用的重要手段

图表：通货膨胀导致寿险消费减少，经济增长促进保费增长

图表：“第四个增长周期”：更具稳定特征的结构因素占主导地位

图表：“人口红利”期最利于寿险和投资型产品发展

图表：“人口红利”显现时期：人口负担系数将创历史新低

图表：保险公司金融资产占比将从4%提升到8%

图表：人均GDP提高促使资产配置向寿险和投资型品种集中

图表：主要城市居民投资倾向对比（%）

图表：人均GDP增长和存贷差扩大推动寿险/储蓄比例上升

图表：收入上升提升收入增长率和边际储蓄倾向

图表：不断上升的城市化水平加快保险深度的上升

图表：家庭小型化增加了对寿险/养老产品的需求

图表：2005年寿险公司规模经济效

图表：业务规模对费用率影响

图表：单均保费增长对寿险市场扩张影响情况

图表：中国人寿的保费收入2005-2025年复合增长14.4%

图表：2004-2009年中国人寿的销售收入预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baoxian/Q261894LUS.html>