

# 2020-2026年中国寿险市场 分析与投资战略研究报告

## 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

《2020-2026年中国寿险市场分析与投资战略研究报告》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/Y161892GRE.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

2017年寿险公司原保费收入累计为26,040亿元，同比增长20%，其中国寿、太保寿、平安寿和新华的寿险原保费收入累计为11,645亿元，同比增长21.8%，四家上市公司的寿险市场份额总和为44.7%，同比上升0.66个百分点。

2018年一季度，寿险公司原保费收入累计为10,994亿元，同比下降17%，其中国寿、太保寿、平安寿和新华的寿险原保费收入累计为5,545亿元，同比增长8.8%，保费增速不及去年，但远好于行业平均。从寿险新业务保费上，中国人寿、中国太保、中国平安和新华保险在一季度同比都有所下降，分别下降35.3%，28.2%，16.6%和49.1%。寿险公司原保费收入（亿元）

寿险公司首年期交保费的占比在持续提升，保费结构持续优化。2017年，四家公司的首年趸交保费占比为10.6%，同比下降4.5个百分点，首年期交保费占比为27.1%，同比提升1.1个百分点，续期保费占比62.3%，同比提升3.4个百分点。四家上市公司保费结构总体变化（%）智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国寿险市场分析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、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，然后介绍了寿险市场竞争格局。随后，报告对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中国寿险行业，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。

报告目录：

第一章2019年北美寿险业发展分析

第一节2019年北美寿险行业发展概况

第二节2019年北美主要寿险公司经营数据

一、寿险保费收入增长缓慢

二、投资收入显著回升

三、承销与赔付成本下降

四、净利润小幅回升，处于低盈利状态

五、股利水平下降，留存收益率提高

### 第三节2019年北美主要寿险公司经营举措

- 一、回归保险主业，承保策略和投资策略都更加趋向保守
- 二、进一步加强风险管控，补充资本金，提高对风险暴露头寸的套期比例
- 三、进行品牌和业务重组，提升经营效率
- 四、重启对外兼并与收购，进入新的业务领域和潜力巨大的国际市场

## 第二章 2013-2019年全国保险所属行业运行分析

### 第一节2019年全国保险市场运行分析

- 一、2019年全国保险保费收入情况
- 二、2019年我国保险业网上收入77.7亿元
- 三、2019年全国保险赔付支出情况
- 四、2019年全国保险公司投资情况
- 五、2019年全国保险市场结构优化国寿、太保、平安和新华四家寿险公司市场份额总和变化（%）
- 六、2019年全国保险市场治理
- 七、2019年全国保险法制变革

### 第二节 2019年全国保险所属行业运行分析

- 一、2019年全国保险保费收入情况
- 二、2019年全国保险赔付支出情况
- 三、2019年全国保险资金运用情况
- 四、2019年全国保险公司投资情况
- 五、2019年保险市场秩序继续好转
- 六、2019年保险市场经营效益不断提升

## 第三章 2013-2019年全国寿险所属行业运行分析

### 第一节2019年全国寿险市场运行

- 一、2019年全国寿险保费收入
  - （一）2019年全国各地区寿险保费收入情况表
  - （二）2019年全国保险业保费收入中寿险所占的比例
  - （三）2019年中外资寿险公司保费收入
- 二、2019年全国寿险赔付情况
  - （一）2019年全国寿险总体赔付情况

(二) 2019年全国保险业支付各类赔款及给付中寿险所占的比例

## 第二节 2019年全国寿险市场运行

### 一、2019年全国寿险保费收入

(一) 2019年全国各地区寿险保费收入情况表

(二) 2019年全国保险业保费收入中寿险所占的比例

(三) 2019年中外资寿险公司保费收入

### 二、2019年全国寿险赔付情况

(一) 2019年全国寿险总体赔付情况

(二) 2019年全国保险业支付各类赔款及给付中寿险所占的比例

## 第四章 2013-2019年我国寿险区域市场分析

### 第一节 2013-2019年北京寿险市场分析

一、2013-2019年北京寿险保费收入情况

二、2013-2019年北京寿险支付各类赔款及给付情况

三、2019年北京将严厉打击寿险销售误导

四、北京市市民保险意识现状

五、北京市市民保险意识较低的原因分析

### 第二节 2013-2019年上海寿险市场分析

一、2013-2019年上海寿险保费收入情况

二、2013-2019年上海寿险支付各类赔款及给付情况

三、2019年上海寿险业结构调整红利初显

四、上海寿险市场良性竞争中透着隐忧

五、上海保险业寿险同盟心难齐

六、上海外资寿险展现活力

七、人才流失成上海寿险公司“大患”

### 第三节 2013-2019年江苏寿险市场分析

一、2013-2019年江苏寿险保费收入情况

二、2013-2019年江苏寿险支付各类赔款及给付情况

### 第四节 2013-2019年浙江寿险市场分析

一、2013-2019年浙江寿险保费收入情况

二、2013-2019年浙江寿险支付各类赔款及给付情况

三、2019年浙江寿险业多项业务指标全国领先

- 四、浙江寿险业经营的总体状况分析
- 五、浙江寿险业存在一些不规范经营行为
- 六、浙江寿险公司展业模式
- 七、浙江寿险公司展业模式存在的主要问题
- 八、浙江寿险业实现可持续发展的对策选择

#### 第五节 2013-2019年广东寿险市场分析

- 一、2013-2019年广东寿险保费收入情况
- 二、2013-2019年广东寿险支付各类赔款及给付情况
- 三、广东多家外资寿险新单标准保费下滑

#### 第六节 2013-2019年深圳寿险市场分析

- 一、2013-2019年深圳寿险保费收入情况
- 二、2013-2018深圳寿险支付各类赔款及给付情况

#### 第七节 2013-2019年重庆寿险市场分析

- 一、2013-2019年重庆寿险保费收入情况
- 二、2013-2019年重庆寿险支付各类赔款及给付情况
- 三、2019年重庆保险市场呈现六大亮点
- 四、重庆寿险业结构变化趋势特征
- 五、重庆寿险业结构变化趋势的影响

### 第五章 中国保险消费者心理分析

#### 第一节 保险消费者心理分析

- 一、宣传阶段的心理
- 二、客户对险种名称的心理
- 三、投保时的客户心理
- 四、出险时的客户心理
- 五、索赔时的客户心理
- 六、无事故时的客户心理
- 七、客户不满时的心理

#### 第二节 一般保险消费心理

- 一、求平安心理
- 二、储蓄心理
- 三、自私取利心理

四、运气、侥幸心理

五、比较选择心理

第三节 中国保险消费的特殊心理

一、利益驱动性

二、投保人的投保心理活动过程简化性

三、从众心理

四、依赖心理

第六章我国寿险业营销分析

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

## 第七章 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、国内上市保险公司内含价值假设

二、国内上市保险公司内含价值分析

### 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

## 第八章 我国寿险业的竞争分析

### 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 2019年中外资寿险公司竞争格局分析

- 一、2018中资寿险公司综合竞争力排行榜
- 二、2019年中资寿险公司近年综合增速排行榜
- 三、2019年中资寿险公司保费收入（企业规模）排行榜
- 四、2019年外资寿险公司保费收入（企业规模）排行榜
- 五、2019年中资寿险公司增速排行榜
- 六、2019年外资寿险公司增速排行榜

## 第三节 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

## 第四节 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

## 第五节 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
  - （一）产品创新战略
  - （二）销售创新战略
  - （三）战略联盟
  - （四）区域战略
  - （五）市场相对封锁战略

## 第九章 新《保险法》对寿险业的影响分析

### 第一节 新《保险法》对寿险公司的影响

- 一、新《保险法》对产品开发的影响
- 二、新《保险法》对保险合同订立的影响
- 三、新《保险法》对理赔的影响

#### 四、新《保险法》对队伍建设、管理的影响

##### 第二节 新《保险法》对寿险销售管理的影响

##### 第三节 新《保险法》对寿险承保管理的影响

##### 第四节 新《保险法》对寿险单证管理的影响

##### 第五节 寿险公司应采取的经营对策

###### 一、在产品和已售保单方面

###### 二、在核保、保全、理赔方面

###### 三、在销售、代理人员管理方面

#### 第十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

###### 一、国外投资理念发展与演变

###### 二、中国资本市场投资理念变迁特点

###### 三、寿险资金运用基本理念：价值投资

##### 第二节 投资型寿险产品分析

###### 一、投资性寿险存在投资风险

###### 二、投资性寿险产品对保险行业影响

##### 第三节 我国寿险投资问题分析及国际借鉴

###### 一、我国寿险投资的现状与问题

###### 二、寿险投资的国际比较分析

###### 三、国际寿险投资经验对我国的启示

##### 第四节 低利率环境下寿险公司投资挑战与对策

###### 一、利率环境及其主要成因

###### 二、低利率对寿险业发展的影响

###### 三、应对低利率环境挑战的对策

##### 第五节 寿险保险资金投资国际比较与建议

###### 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、对策与建议

#### 第十一章我国寿险业的风险分析

## 第一节 金融海啸对世界寿险业的风险警示

- 一、金融海啸对世界寿险业的影响
- 二、金融海啸对中国寿险业的影响
- 三、金融海啸对中国寿险业的风险与启示

## 第二节 贸易战下的寿险业风险分析

- 一、近年来我国保险公司面临的主要风险
  - (一) 市场风险
  - (二) 定价风险
  - (三) 解约风险或退保风险
  - (四) 核保风险
- 二、贸易战下新增的主要风险
  - (一) 主要风险逐步由承保风险转向投资风险
  - (二) 定价风险具有不断变化的内涵
  - (三) 销售误导风险起到了推波助澜的负面作用
  - (四) 偿付能力不足风险
  - (五) 新的利差损风险

## 第三节 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、寿险公司存在的利率风险
- 四、寿险定价的利率风险
- 五、利率风险的防范和管理

## 第四节 寿险公司理赔管理的风险与对策

- 一、寿险公司理赔管理面临的风险
  - (一) 内部风险
  - (二) 外部风险
- 二、寿险公司理赔管理的对策

## 第五节 寿险公司经营风险的防范与化解分析

- 一、寿险经营的特点
- 二、寿险经营中面临的主要风险
- 三、寿险经营风险的防范与化解

## 第六节 金融环境对寿险公司退保风险的影响及管理分析

- 一、寿险退保与金融环境变化有密切的关联性
- 二、寿险公司退保风险产生的内外动因
- 三、当前形势下退保风险的管理措施

## 第十二章我国寿险业的发展策略分析

### 第一节 寿险业面对贸易战的策略分析

- 一、结构调整、回归主业
- 二、全面风险管理机制的建立
- 三、资产负债匹配抵抗诱惑
- 四、销售过程的风险规避
- 五、风险预算机制的建立
- 六、外部监管环境完善

### 第二节 我国寿险业面对利率变化的策略选择

- 一、寿险业的利率风险及其主要表现
- 二、我国寿险业当前面临的利率困境
- 三、缓解我国寿险业利率困境的策略选择

### 第三节 我国寿险公司资产负债管理的对策

- 一、实施资产负债管理的流程
- 二、人寿保险资产负债管理面临的问题
- 三、我国寿险公司资产负债管理的对策

## 图表目录：

图表 2019年全国保险保费收入情况

图表 2019年全国保险赔付支出情况

图表 2019年保险公司资金运用比例情况

图表 2019年全国各地区寿险保费收入情况表

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年外资寿险公司保费收入

图表 2019年全国寿险总体赔付情况

图表 2019年全国保险业支付各类赔款及给付中寿险所占的比例

图表 2013-2019年北京寿险保费收入情况

图表 2013-2019年北京寿险支付各类赔款及给付情况  
图表 2013-2019年上海寿险保费收入情况  
图表 2013-2019年上海寿险支付各类赔款及给付情况  
图表 2013-2019年江苏寿险保费收入情况  
图表 2013-2019年江苏寿险支付各类赔款及给付情况  
图表 2013-2019年浙江寿险保费收入情况  
图表 2013-2019年浙江寿险支付各类赔款及给付情况  
图表 2013-2019年广东寿险保费收入情况  
图表 2013-2019年广东寿险支付各类赔款及给付情况  
图表 2013-2019年深圳寿险保费收入情况  
图表 2013-2018深圳寿险支付各类赔款及给付情况  
图表 2013-2019年重庆寿险保费收入情况  
图表 2013-2019年重庆寿险支付各类赔款及给付情况  
图表2019年全国保险保费收入情况  
图表2019年全国保险赔付支出情况  
图表 2013-2019年中国保险业资产总额情况  
图表2019年全国各地区寿险保费收入情况表  
图表 2013-2019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年外资寿险公司保费收入  
图表 2013-2019年全国寿险总体赔付情况  
图表 2013-2019年全国保险业支付各类赔款及给付中寿险所占的比例  
图表2019年中资寿险公司综合竞争力排名  
图表2019年中资寿险公司保费收入排名  
图表2019年中资寿险公司增速排名  
图表2019年外资寿险公司保费收入排名  
图表2019年外资寿险公司增速排名

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baoxian/Y161892GRE.html>