

2020-2025年中国人寿保险行业发展前景预测及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国人寿保险行业发展前景预测及投资战略研究报告》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/480071.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

目前我国人寿保险行业发展良好，从企业数量上来看，寿险公司数量持续增长，从2010年的62家增长至2018年91家，其中中资寿险公司63家，外资寿险公司28家。

2010-2018年中国寿险公司数量统计

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 2015-2019年国际人寿保险业运行动态分析

第一节 2015-2019年国际人寿保险业运行分析

一、各国人寿保险公司利率风险和利差损有关情况介绍

（一）英国寿险公司利率风险概况

（二）美国寿险公司利率风险概况

（三）日本寿险公司利率风险概况

二、国际人寿保险业资产管理发展分析

（一）长期高预定利率的保单使保险公司产生巨大的风险

（二）提高经营管理水平对控制利率风险非常重要

（三）发展新型寿险产品，规避利率风险，是寿险产品的发展趋势

（四）责任准备金谨慎评估的重要性

三、对中国人寿保险业的启示

（一）加快产品转型，规避利差风险

（二）拓展寿险资金运用渠道，加强资产负债的匹配管理

（三）实行弹性预定利率，建立市场自动调节机制

（四）建立行业自律机制

（五）实行财务再保险

（六）加强管理，提高自身管理水平

第二节 2015-2019年西欧国家民众对商业人寿保险需求分析

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 2015-2019年美国人寿保险业发展分析

- 一、产品转型推动人寿保险发展
- 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 2015-2019年英国人寿保险业发展分析

- 一、英国人寿保险偿付能力监管变化及影响
 - 1、现状
 - 2、改革动向
 - 3、对我国偿付能力监管的启示
- 二、英国人寿保险公司面临的风险
- 三、英国FAS对人寿保险公司风险监管及借鉴意义
 - (一) FSA对上述风险的监管
 - (二) 我国寿险公司非现场监管的思路

第五节 2015-2019年日本人寿保险业发展分析

- 一、日本人寿保险业的盛衰变迁
 - (一) 日本寿险业的鼎盛发展
 - (二) 日本寿险市场面临严重的衰退
- 二、日本人寿保险市场衰退因素分析
- 三、日本人寿保险商品的发展变迁及现状
- 四、日本个人人寿保险商品的构成及其特点

第二章 外资人寿保险在华发展概览

第一节 外资人寿保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 外资人寿保险在中国的发展

- 一、外资人寿保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 国外人寿保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 国外人寿保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、人寿保险业的中国发展前景
- 二、外资保险在华的发展前景

第三章 2015-2019年中国人寿保险业运行态势分析

第一节 中国人寿保险业运行动态分析

- 一、中国人寿保险业结构调整取得成效
- 二、传统寿险公司忙转型
- 三、个险重新成为国内人寿保险销售第一渠道
- 四、中国人寿保险业偿付能力分析

第二节 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
 - (一) 我国保险业和信托业合作的现状
 - (二) 人寿保险信托对促进保险业和信托业合作的重大意义
 - (三) 人寿保险信托的研究及运用现状
- 二、中国发展人寿保险信托的必要性分析
 - (一) 发展人寿保险信托是保险业同信托业开展深层合作的需要
 - (二) 有助于保险公司满足客户的综合需求
 - (三) 有利于保险公司增加业务收入
 - (四) 便于信托公司拓展信托资金来源
- 三、中国发展人寿保险信托的可行性分析
 - (一) 人寿保险信托的设立具有合法性
 - (二) 保险金请求权可以作为信托财产
 - (三) 信托投资公司可以经营人寿保险信托业务
- 四、中国发展人寿保险信托的策略建议
 - (一) 建立和完善配套的法律法规
 - (二) 建立“保险中介”型的运作模式
 - (三) 明确保险业在人寿保险信托中的角色定位

第三节 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 中国人寿保险保费主要经济数据

一、中国人寿保险保费收入增长

从保费收入来看，2018年之前寿险原保费收入增长明显，2017年达到21455.57亿元，同比增长23%；2018年寿险原保费收入有所下滑，但依然保持在2万亿以上。

2010-2018年中国寿险行业原保费收入统计

二、中国人寿保险支出增长

三、中国人寿保险保户投资款新增交费

第五节 中国人寿保险公司偿付能力监管的有效性分析

一、人寿保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、人寿保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、国外人寿保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 中国人寿保险业存在的问题及对策

一、中国人寿保险市场面临三大挑战

二、中国人寿保险业还没有普及

三、我国人寿保险业走向价值创造

四、中国人寿保险业体质孱弱应建立退场机制

第四章 2015-2019年中国人寿保险市场影响因素分析

第一节 低利率对中国人寿保险业发展的影响

第二节 医疗卫生制度改革对人寿保险经营的影响

一、现有医疗制度的弊病

1、医疗机构的资源配置规划不尽合理

2、公共卫生体系建设的系统化制度安排不足

二、医疗制度改革的方向

三、人寿保险在健康风险管理方面的难点

四、医疗制度改革对人寿保险健康风险管理可能产生的影响

五、未来人寿保险在健康风险管理上的措施

第三节 新《保险法》对人寿保险公司的影响

一、新《保险法》的主要变化

二、人寿保险公司应对新法的当务之急

1、加强展业过程的风险管控

2、加强理赔环节的风险管控

3、提升客户服务水平

第四节 会计准则调整对中国人寿保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、新准则对人寿保险公司偿付能力额度的影响

（一）偿付能力额度的评价和计算

（二）新准则对偿付能力额度的影响

三、实证分析

第五章 2015-2019年中国人寿保险业结构调整发展分析

第一节 人寿保险业结构调整取得的成绩

一、人寿保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 人寿保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 我国人寿保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 中国人寿保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 2015-2019年中国人寿保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人寿保险市场的影响

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 传统人寿保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 2015-2019年中国人寿保险业市场营销分析

第一节 人寿保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 我国人寿保险营销存在主要问题与改革路径

一、主要问题

(一) 保险行业发展中的诚信危机

(二) 粗放式的经营方式亟待改变

(三) 寿险产品品种少

(四) 保险公司的售后服务较差

(五) 寿险营销渠道不尽合理

二、改革路径

第三节 我国人寿保险营销模式的创新分析

一、人寿保险营销模式的涵义

二、中国现有人寿保险营销模式与面临的问题

- (一) 我国现有的寿险营销模式
- (二) 现有寿险营销模式存在的主要问题

三、人寿保险营销模式创新的思路

- (一) 促进中介机构的发展
- (二) 发展网络营销
- (三) 大力拓展其他营销渠道

第四节 人寿保险营销管理“瓶颈”分析

一、人寿保险营销管理“瓶颈”

二、形成“瓶颈”的原因

三、如何突破“瓶颈”

第五节 代理人寿险营销模式分析

- 一、代理人寿险营销模式正处在十字路口
- 二、代理人寿险营销模式仍将占主导地位
- 三、代理人寿险营销模式应告别粗放式经营的做法
- 四、代理人寿险营销模式须与营销员建立劳动关系

第六节 从业务结构调整看人寿保险代理人营销制度改革

- 一、人寿保险代理人营销制度存在缺陷的原因及其对人寿保险业务结构的影响
- 二、人寿保险代理人营销制度的改革方向及其对人寿保险业务结构的影响

第七节 人寿保险整合营销的战略选择

- 一、组织市场调研，是人寿保险整合营销的基础
- 二、进行市场细分，是人寿保险整合营销的前提
- 三、确立险种定位，是人寿保险整合营销的关键
- 四、整合营销渠道，是人寿保险整合营销的目标
- 五、差异化战略，是人寿保险整合营销的核心
- 六、评估财务效果，是人寿保险整合营销的检验标准

第八节 当前人寿保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 破解人寿保险营销十大难题

- 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、公司与属员
- 八、队伍与培训
- 九、创新与发展

第八章 2015-2019年中国人寿保险业内含价值分析

第一节 人寿保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
 - 1、内含价值（EV）的含义和构成
 - 2、内含价值评估方法的优缺点
 - 3、内含价值评估方法和步骤
 - 4、内含价值评估参数的设定
 - 5、内含价值变动分析和敏感性分析

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 内含价值评估对人寿保险监管的影响

- 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人寿保险市场秩序

第四节 内含价值不能作为人寿保险监管的决定性指标

- 一、内含价值的主要服务对象不是人寿保险监管者
- 二、内含价值的自身局限决定了其不能作为人寿保险监管的决定性指标
- 三、人寿保险监管者不能将内含价值作为决定性的监管指标

第九章 2015-2019年中国人寿保险业的竞争格局分析

第一节 我国人寿保险市场竞争现状

- 一、人寿保险业竞争激烈保险产品以“新”取胜
- 二、中国人寿保险市场过于依赖价格竞争
- 三、人寿保险公司竞争比拼分红险
- 四、人寿保险保费竞争格局

第二节 中国人寿保险企业核心竞争力的提升

- 一、核心竞争力特征及其内容

二、确定人寿保险公司的核心竞争力，提高相关能力和水平

第三节 打造中国人寿保险业核心竞争力

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

（一）强化全员核心竞争意识

（二）实施差异化经营

（三）重视人力资源的开发和利用

（四）建立自己的技术体系

第四节 中资人寿保险公司的市场竞争战略分析

一、中国人寿保险市场的发展特征和趋势

二、中资人寿保险公司市场战略

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、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、平安人寿产品悄然换代升级

四、平安人寿未来五年规划

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、人寿新业务开拓情况

第十一章 2020-2025年中国人寿保险业的发展前景、风险及应对措施

第一节 2020-2025年中国人寿保险业发展前景展望

一、人寿保险业发展前景分析

二、研究机构对保险业发展前景的预测

第二节 2020-2025年中国人寿保险业面临的风险预警

一、偿付能力风险

二、定价风险

三、投资风险

四、误导风险

第三节 2020-2025年中国人寿保险业应对风险的措施

- 一、强化资本约束，坚持疏堵并举
- 二、审慎推进费率市场化改革
- 三、始终关注投资风险
- 四、完善被保险人的保护机制，增强保险消费者对行业的信心

第十二章 2020-2025年中国人寿保险业的发展策略分析

第一节 人寿保险市场发展亟须制度改革（AK LR）

- 一、推动人寿保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人寿保险业的战略选择

- 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 人寿保险业急需转变策略回归根本

- 一、人寿保险市场开念“紧箍咒”：业务规范刻不容缓
- 二、转变VS回归：新战略将改变人寿保险市场新局面
- 三、入乡随俗：合资险企在中国市场的发展之道

第四节 提升人寿保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 强化人寿保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 拓展农村人寿保险市场策略

一、寿险的产品策略

(一) 险种开发策略

(二) 险种组合策略

(三) 险种生命周期策略

二、寿险的价格策略

(一) 低价策略

(二) 优惠价策略

(三) 差异价策略

三、寿险的促销策略

(一) 广告促销策略

(二) 公共关系促销策略

(三) 人员促销策略

四、寿险的渠道策略

(一) 个人代理策略

(二) 兼业代理策略

图表目录：

图表 1：2015-2019年中资、外资人寿保险企业数量及保费收入增长对比

图表 2：2019年外资人寿保险公司保费收入情况

图表 3：2019年中资人寿保险公司保费收入情况

图表 4：2015-2019年外资人寿保费收入比重走势

图表 5：未成年人最高死亡保险金额与人均年收入比例

图表 6：2015-2019年中国人寿保险保费收入增长

图表 7：2015-2019年中国人寿保险保费支出增长

图表 8：2015-2019年中国人寿保险保费保户投资款新增交费增长

图表 9：2019年全国及地区保险深度

图表 10：2019年全国及地区保险密度

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/480071.html>