

2018年中国团体保险行业分析报告- 市场运营态势与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国团体保险行业分析报告-市场运营态势与发展前景预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/baoxian/340230340230.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

近年来，在中国保险市场上，由于监管政策对销售人员提高要求，以及销售成本增加、销售人员收入增长慢、社会对保险营销员的形象认同度低等综合因素的共同影响，使得个险渠道经营成本上升、增员困难、压力巨大。并且，银保渠道由于产品收益率低于客户期望，导致客户不满意；银行代理费用的居高不下也导致了基层公司费用紧张等诸多因素，最终使得经营也跟着陷入困境之中。相反的，在此期间，团险渠道却因政策与市场大环境的变化而得到逐步回升与发展，团险业务也随之重新得到各家保险公司的重视，真可谓冰火两重天。现如今，短短七八年功夫，本为做企业年金设立的平安养老公司（非平安人寿），在传统团险企业员工福利保险市场，竟然能超过中国人寿团险。这除了反映了团险市场潜力之深、市场变化之大外，应该还有许多缘由值得我们去品味吧。2015年2月2日，中国保监会正式下发《促进团体保险健康发展有关问题的通知》（保监发〔2015〕14号，以下简称14号文）。此次为团险发文，距离2005年《关于规范团体保险经营行为有关问题的通知》（保监发〔2005〕62号文）（以下简称62号文）已有十年之久。此番监管机关再次发力，预示着团体保险的春天即将到来。

一、'规范' vs “促进”，不同标题，望文生义

十年前的62号文《关于规范团体保险经营行为有关问题的通知》，从标题可知其关键点是“规范”；而今14号文《促进团体保险健康发展有关问题的通知》，核心词为“促进”。望文生义，仅看标题，差异自现，仔细揣摩，14号文和62号文的区别主要体现在以下几点：

一、团体保险的被保险人在合同签发时的人数由62号文的5人减少为3人，即独生子女的三口之家也可以作为团体来参加保险，再也不用因为人口限制而把爷爷、奶奶拉来“拼团”。

二、取消了62号文“特定团体的参保成员应占团体中符合参保条件成员总数的75%以上（含75%）”的限制性要求，其对团险承保的松绑作用就不必说了。

三、延续了62号文的“投保人提供被保险人同意为其投保团体保险合同的有效证明和被保险人名单”的要求，但列举了：“1，政府作为投保人为城镇职工、城镇居民、新农合参保人群、计生家庭和老年人等特殊群体投保的具有公益性质的团体保险；2．投保时因客观原因无法确定被保险人，或承保后被保险人变动频繁，但是可以通过客观条件明确区分被保险人的团体保险，如建筑工程意外险、乘客意外伤害保险和游客意外伤害保险等；3．被保险人所属特定团体属于国家保密单位，或被保险人身份信息属于国家秘密的”等三类除外的“特殊情形”当然，同时要求“适用上述特殊情形承保团体保险必须经保险公司总公司审核同意，

并每季度向承保机构所在地保监局报告”。

四、62号文规定“保险公司不得以任何形式约定改变或事实改变团体保险退保、给付条件及金额”。而14号文，则要求“团体保险应当使用经审批或者备案的保险条款和保险费率。保险公司以批单、批注或者补充协议形式进行变更的，应当由总公司统一批准和管理”，对于具体的管理方式，则对保险期间超过1年与不超过1年的两种情况而做了审批、备案与报告的不同要求。

五、对向被保险人签发保险凭证的要求，顺应互联网金融发展的趋势，对投保人和被保险人未要求提供纸质保险凭证的，可以提供电子保险凭证，同时要求保险人“应向被保险人提供网络、电话和柜面等保险凭证查询渠道”；当然，对符合前述（3）所规定的“特殊情形”的，可以不向被保险人签发保险凭证。

对保险凭证的内容，在62号文的基础上，明确增加了“被保险人和受益人的基本信息（包括姓名、性别、身份证件类型和号码、联系方式）”等对保护被保险人与受托人利益与服务保障至关重要的内容。

六、对于团体保险退保金支付，14号文规定“团体保险的退保金应当通过银行等资金支付系统转账至原交款账户”，基本延续了62号文的要求，但也同样列明了五种特殊情况。七、对为“同一团体在不同省、自治区或者直辖市的成员”提供保险的保险公司，14号文也较62号文给出更为宽松的条件，从而更有利于那些地域覆盖度低的保险公司承担全国性业务。

二、政策是团险发展的命脉，找市场，也要找市长

14号文很大程度上是为了落实“新国十条”而出台的，并且，如今的团险市场环境与十年前62号文出台时是截然不同的。事实上，早在八年前，2006年，国务院下发《国务院关于保险业改革发展的若干意见》（国发〔2006〕23号）（下称“国十条”），明确保险具有“经济补偿、资金融通和社会管理功能”“是市场经济条件下风险管理的基本手段”，以及“加快保险业改革发展有利于社会管理和公共服务创新，提高政府行政效能”的精神后，团体保险的市场环境已较之之前逐步改善。

而2014年，时隔八年后，国务院为推进全面深化市场化改革的目标，下发了《关于加快发展现代保险服务业的若干意见》（国发〔2014〕29号）（下称“新国十条”）。细看“新国十条”的内容，其中不仅直接涉及了以企业建立商业养老健康保障、企业年金、独生子女家庭保障、政府向商业保险公司购买服务、城乡居民大病保险、治安保险、社区综合保险、农村

小额信贷保险、农民养老健康保险、农村小额人身保险等现行市场上已经发展或在正在探索中的团体保险产品与服务，更明确“对于商业保险机构运营效率更高的公共服务，政府可以委托保险机构经办，也可以直接购买保险产品和服务；对于具有较强公益性，但市场化运作无法实现盈亏平衡的保险服务，可以由政府给予一定支持”。所有这些，都为团体保险发展提供了广阔的市场空间与良好的政策保障。

纵观近几年团险市场的发展，我们都可以深切体会到，和个险、银保等商业保险的市场化、个人化不同，团体保险更具有准公共产品的社会性质，与政府的社会管理职能关系更加紧密。团体保险是保险的社会管理职责的主要践行者。团体保险的发展，除了实现投保团体与保险公司两个主体的双赢外，更高层次上要服务于政府的社会管理，也就更需要得到政府政策的支持。近年来，随着我国市场化改革的全面深化，政府越来越重视通过商业保险机制与手段来完善政府的社会管理与服务职能，从而从税收政策、保险监管等多方面制订、调整、优化促进团体保险发展的政策与环境，从而实现了团体保险发展、社会管理提升的良好局面。这正是团险区别与其他保险业务的最大特点，也正是基于此，我们才经常说：“发展团体保险要找市场，也要找市长。”

三、道法自然，天不变，道亦不变

在保险销售中，团险因为其客户的不同而属于复杂销售，许多大项目都需要通过系统协作的团队营销才能达成。而且，每个团体保险客户的保险费率与服务需求也极具个性。因此，对团险销售与管理的要求与其他渠道的人员相比，就要更加严格。例如，培养一个成熟的团险销售人员，不仅要有起码的业务理论基础，更重要的是至少要有二三年时间的团队锻炼。合格的团险销售人员不仅要有丰富的保险销售理论知识与实践技能，更要懂企业的人力资源管理、员工福利、财税政策等，若要成为企业的员工福利和风险管理顾问，要先通过顾问式营销，成为企业人事、财务、工会等相关部门的顾问与业务伙伴。

十年前，在当时的困难环境下，团险经营好的公司是这样做的，十年后，现如今也还如此；原来，团险发展不好的公司，也正在学习先进的做法，遵循团险发展的规律，培育队伍、建立制度、依法合规，以解决客户问题、服务社会管理为宗旨，才有今天团险发展的良好形势。遵循规律，自然有道，和其他诸多事业发展一样，团险更有其他独特的自身规律，不因人而异，天不变，道亦不变。

四、团险博大精深，前途无量

我们可将团体保险从总体上分为三大类：一是各类企事业单位等法人或非法人团体为其成

员提供的员工福利保险，这是传统概念上的团体保险；二是政府主管部门政策主导或政府组织购买的政策性或公益性保险，一般称为“口子业务”或“政保业务”；三是近年来随着对可保团体最低人数限制减少后部分公司开发的以家庭为单位的“家保业务”这三类市场，各有其特点与影响因素。

首先，对各类企事业的员工福利保险，其特点是企业自愿为员工提供保险福利保障，因企业而异；影响其发展的主要因素是国家的社会保障体系与财税政策。以养老保险为例，近年来，由于国家财税政策的调整，只有企业年金才能享受企业所得税与个人所得税的优惠。十年前风行一时的企业补充养老保险，已基本上从国有企业消失。再如，企业团体意外伤害保险，尽管其保障范围比工伤保险与责任保障都宽，保险费率也比工伤保险低，但因为政策的规定，既不能像工伤保险那样能有强制政策保障，也不能像雇主责任保险一样从成本列支，更不能豁免企业在员工发生意外事故后的赔偿责任，所以，一直处于困境之中。现在，我国的社会保障成本高，企业负担重已成为共识，适当降低企业保险费成本、为企业通过商业保险完善员工福利提供空间已成为共识。同时，随着机关事业单位养老保险改革的深化，机关事业单位的员工福利政策也会相应调整。

其实，团体保险，尽管大多数情况下是团体单位作为投保人，但并不等于完全是团体单位缴费，享受保险保障的也不限于团体的成员。早在十多年前，我们就在推进职场营销（Worksite Marketing），即通过为团体单位提供优质的保险服务，进而通过团体单位的支持与帮助将服务内容与对象扩展为团体成员的个人缴费保险以及团体成员及其家属成员的其他保险服务。让团体成员个人及其家属通过团体的载体与平台得到其个人无法得到的、价格更加优惠的、服务更加便捷可靠的保险保障与服务。在保险领域，我们常说“能团不个，能直不代”，尤其是在当今互联网发达的时代，我们都更喜欢“团购”，如果能通过团体平台，在依法合规的前提下让个人得到团购的优惠保险保障与服务，何乐而不为呢？相信在这一政策趋势下，各类企事业单位的员工福利及扩展到员工个人与家属的团体保险将迎来春天。

其次，对各类“政保业务”，则几乎完全依赖和服务于政府的政策。历史上，各类“口子业务”甚至一段时期成为治理与规范的重点。近年来，随着我国市场化改革的深化，各级政府越来越发现并致力于发挥商业保险的优势来实现政府的社会管理与服务职能，像大病医疗、新农合等各类新型政保业务才得以出现与发展。从政策大环境趋势看，政保业务市场的空间不可限量。再次，家庭为对象的团体保险。14号文将5人标准下调到3人，让独生子女家庭作为团体参加保险都成了可能。但是否可以说家庭保单能成为团险的主体呢？笔者感觉并不尽然，纵观国际市场与我国团险多年经验，团险的主体应该是企事业团体单位以及政府支持或购买的公益性、公共服务的保险，家庭保险从来也未成为主体。实质上，依多年的经验，此次14号文将团体人数与比例限制降低，最大的方便是有利于各类中小企业参加团体保险，这

是我国目前团体保险市场的蓝海，市场需求巨大。

综上所述，如果说14号文只是想促进团险渠道的规模增长，那定位和眼界未免过于低且狭窄了，就笔者的理解，14号文的出台，是为了让团险真正发挥其在我国全面深化市场化改革的大潮中应有的社会管理、优惠公共服务的职能，将团险作为创新政府管理职能的重要抓手。只有跳出保险，站在社会管理、政府服务的高度与广度看团险，我们才能看出14号文的重要意义与团体保险的重大职能。

当然，打铁先要自身硬，团险经营不同于普通的个人保险，具有极强的政策性、规范性与服务性要求，团险经营可谓博大精深。作为经营团体保险的各家机构，必须对上服务国家政策，对中服务企业团体，对下服务员工群众；做到利他主义，立足长远，追求双赢；讲政治、负责任、顾大局，才能不辜负国家的期望，才能实现行业的目标，取得长期持续健康发展的效果。

观研天下发布的《2018年中国团体保险行业分析报告-市场运营态势与发展前景预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国团体保险行业发展概述

第一节 团体保险行业发展情况概述

- 一、团体保险行业相关定义
- 二、团体保险行业基本情况介绍
- 三、团体保险行业发展特点分析

第二节 中国团体保险行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、团体保险行业产业链条分析
- 三、中国团体保险行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国团体保险行业生命周期分析

- 一、团体保险行业生命周期理论概述
- 二、团体保险行业所属的生命周期分析

第四节 团体保险行业经济指标分析

- 一、团体保险行业的赢利性分析
- 二、团体保险行业的经济周期分析
- 三、团体保险行业附加值的提升空间分析

第五节 中国团体保险行业进入壁垒分析

- 一、团体保险行业资金壁垒分析
- 二、团体保险行业技术壁垒分析
- 三、团体保险行业人才壁垒分析
- 四、团体保险行业品牌壁垒分析
- 五、团体保险行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球团体保险行业市场发展现状分析

第一节 全球团体保险行业发展历程回顾

第二节 全球团体保险行业市场区域分布情况

第三节 亚洲团体保险行业地区市场分析

- 一、亚洲团体保险行业市场现状分析
- 二、亚洲团体保险行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲团体保险行业市场前景分析

第四节 北美团体保险行业地区市场分析

- 一、北美团体保险行业市场现状分析
- 二、北美团体保险行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美团体保险行业市场前景分析
- 第五节 欧盟团体保险行业地区市场分析
 - 一、欧盟团体保险行业市场现状分析
 - 二、欧盟团体保险行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟团体保险行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界团体保险行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球团体保险行业市场规模预测

第三章 中国团体保险产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析
 - 三、社会固定资产投资分析
 - 四、全社会消费品团体保险总额
 - 五、城乡居民收入增长分析
 - 六、居民消费价格变化分析
 - 七、对外贸易发展形势分析
- 第二节 中国团体保险行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国团体保险产业社会环境发展分析
 - 一、人口环境分析
 - 二、教育环境分析
 - 三、文化环境分析
 - 四、生态环境分析
 - 五、消费观念分析

第四章 中国团体保险行业运行情况

- 第一节 中国团体保险行业发展状况情况介绍
 - 一、行业发展历程回顾
 - 二、行业创新情况分析
 - 三、行业发展特点分析
- 第二节 中国团体保险行业市场规模分析

第三节 中国团体保险行业供应情况分析

第四节 中国团体保险行业需求情况分析

第五节 中国团体保险行业供需平衡分析

第六节 中国团体保险行业发展趋势分析

第五章 中国团体保险所属行业运行数据监测

第一节 中国团体保险所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国团体保险所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国团体保险所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国团体保险市场格局分析

第一节 中国团体保险行业竞争现状分析

一、中国团体保险行业竞争情况分析

二、中国团体保险行业主要品牌分析

第二节 中国团体保险行业集中度分析

一、中国团体保险行业市场集中度分析

二、中国团体保险行业企业集中度分析

第三节 中国团体保险行业存在的问题

第四节 中国团体保险行业解决问题的策略分析

第五节 中国团体保险行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国团体保险行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国团体保险行业消费特点

第二节 中国团体保险行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 团体保险行业成本分析

第四节 团体保险行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国团体保险行业价格现状分析

第六节 中国团体保险行业平均价格走势预测

一、中国团体保险行业价格影响因素

二、中国团体保险行业平均价格走势预测

三、中国团体保险行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国团体保险行业区域市场现状分析

第一节 中国团体保险行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区团体保险市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区团体保险市场规模分析

四、华东地区团体保险市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区团体保险市场规模分析

四、华中地区团体保险市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区团体保险市场规模分析

第九章 2016-2018年中国团体保险行业竞争情况

第一节 中国团体保险行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国团体保险行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国团体保险行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 团体保险行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国团体保险行业发展前景分析与预测

第一节中国团体保险行业未来发展前景分析

一、团体保险行业国内投资环境分析

二、中国团体保险行业市场机会分析

三、中国团体保险行业投资增速预测

第二节中国团体保险行业未来发展趋势预测

第三节中国团体保险行业市场发展预测

一、中国团体保险行业市场规模预测

二、中国团体保险行业市场规模增速预测

三、中国团体保险行业产值规模预测

四、中国团体保险行业产值增速预测

五、中国团体保险行业供需情况预测

第四节中国团体保险行业盈利走势预测

一、中国团体保险行业毛利润同比增速预测

二、中国团体保险行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国团体保险行业投资风险与营销分析

第一节 团体保险行业投资风险分析

一、团体保险行业政策风险分析

二、团体保险行业技术风险分析

三、团体保险行业竞争风险

四、团体保险行业其他风险分析

第二节 团体保险行业企业经营发展分析及建议

一、团体保险行业经营模式

二、团体保险行业销售模式

三、团体保险行业创新方向

第三节 团体保险行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国团体保险行业发展策略及投资建议

第一节 中国团体保险行业品牌战略分析

- 一、团体保险企业品牌的重要性
- 二、团体保险企业实施品牌战略的意义
- 三、团体保险企业品牌的现状分析
- 四、团体保险企业的品牌战略
- 五、团体保险品牌战略管理的策略

第二节 中国团体保险行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国团体保险行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国团体保险行业发展策略及投资建议

第一节 中国团体保险行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国团体保险行业定价策略分析

第三节 中国团体保险行业营销渠道策略

- 一、团体保险行业渠道选择策略
- 二、团体保险行业营销策略

第四节 中国团体保险行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国团体保险行业重点投资区域分析
- 二、中国团体保险行业重点投资产品分析

图表详见正文 (GYJPZQ)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baoxian/340230340230.html>