

# 2020年中国人寿保险行业分析报告- 行业深度分析与投资前景预测

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国人寿保险行业分析报告-行业深度分析与投资前景预测》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/430981430981.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

### 【报告大纲】

#### 第一章 2020年国际人寿保险业运行动态分析

##### 第一节 2020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
- 二、国际人寿保险业资产管理发展分析
- 三、对中国人寿保险业的启示

##### 第二节 2020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 2020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 2020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
- 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

##### 第五节 2020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
- 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 2020年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、人寿保险业的中國发展前景
- 二、外资保险在华的发展前景

## 第三章 2020年中国人寿保险业运行态势分析

### 第一节 2020年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、中国人寿保险业第二梯队控制风险保增长
- 三、个人代理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 2020年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
- 二、中国发展人寿保险信托的必要性分析
- 三、中国发展人寿保险信托的可行性分析
- 四、中国发展人寿保险信托的策略建议

### 第三节 2020年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 2020年中国人寿保险保费收入与金融资产关联性的实证分析

- 一、影响人寿保费增长的特殊因素
- 二、金融资产和人寿保险保费关联性的理论分析

### 三、金融市场影响人寿保险收入因素的实证分析

### 四、政策应用与结论

#### 第五节 2020年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 2020年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、我国人寿保险业高速增长态势下暗含隐忧

##### 四、中国人寿保险业体质孱弱应建立退场机制

### 第四章 2020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

##### 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

#### 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

##### 三、实证分析

### 第五章 2020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 2020年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 2020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 2020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
- 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
- 三、人寿保险营销模式创新的思路

## 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 代理制人寿保险营销模式分析

- 一、代理制人寿保险营销模式正处在十字路口
- 二、代理制人寿保险营销模式仍将占主导地位
- 三、代理制人寿保险营销模式应告别粗放式经营的做法
- 四、代理制人寿保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、渠道与市场

#### 八、公司与属员

#### 九、队伍与培训

#### 十、创新与发展

## 第八章 2020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

### 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 2020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

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、确定中国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

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、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第二节 中国平安人寿保险股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第三节 中国太平洋保险（集团）股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第十一章 2021-2026年中国人寿保险业的发展前景、风险及应对措施

第一节 2021-2026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 2021-2026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 2021-2026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 2021-2026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

- 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

#### 图表目录

- 图表 1 不同国家未成年人最高死亡保险金额与人均年收入比例
- 图表 2 变量单位根检验 ( ADF ) 结果
- 图表 3 变量间因果关系检验
- 图表 4 人身险保费收入与中国人寿营销员数量的对比
- 图表 5 中国人寿营销模式在我国的发展变化
- 图表 6 有关中国人寿公司 ( 营销模式 ) 招聘条件
- 图表 7 大都会人寿培训模式
- 图表 8 三家上市保险公司2020年年报预测的未来投资收益率
- 图表 9 2020年国寿、平安、太保投资收益率
- 图表 10 2020年国寿、平安、太保投资收益率及平均值 ( 单位 : % )
- 图表 11 三家上市保险公司各年内含价值报告采用的风险贴现率

图表详见报告正文..... ( GY YX )

#### 【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国人寿保险行业分析报告-行业深度分析与投资前景预测》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。

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家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。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baoxian/430981430981.html>