

2018年中国寿险市场分析报告- 行业深度调研与投资前景研究

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年中国寿险市场分析报告-行业深度调研与投资前景研究》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/342018342018.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

市场更应关注以健康无忧代表的保障类产品的放量节奏，主要系：1) NBV Margin 高；2) 续期拉动总保费的健康发展模式更为合理；3) 死差占比高优化利源结构；4) 符合行业回归保障切入高质量发展要求。在当前开门红销量不及预期的情况下，保障类产品的销售是否将受到影响仍存在争议，争议主要围绕两点：

1. 开门红销售不及预期在带来代理人收入减少后，是否会造成代理人离职、脱落及举绩率降低，进而造成保障类产品销量减少？

2. 开门红销售差强人意，销售组合数减少，进而导致附加的保障类产品（诸如医疗险、意外险、重疾险等）数量减少？

资料来源：互联网 我们认为上述逻辑链条不够清晰，主要系：1.“开门红”期间主要销售年金类产品，保障类产品“开门红”现象不明显，而是全年温和放量的节奏，因此年初至今保障类产品的销量节奏难以代表全年销售展望；2.组合销售的保障类产品多为价值率有限的意外险、医疗险，高新业务价值率的重疾类产品仍需持续跟踪放量节奏。

我们认为，保障类产品销售影响基本可控，全年维度看有望继续保持高速增长。保监人身险[2017]134 号文同样鼓励：1.定期寿险、终身寿险，应重点服务于身故风险的保障规划；2.长期年金保险，应重点服务于长期生存金、长期养老金的积累；3.健康险，应重点服务于看病就医等健康保障规划；4.为特定人群开发的专属保险保障产品。新规无意限制行业的快速发展，反而成为具有高保障属性的寿险公司弯道超车，强化竞争优势的重要契机。平安健康险和养老险同比增速分别为83.88%和49.04%，继续保持高增长。据主流媒体报道，友邦中国“开门红”同比增长超150%。其中，作为高价值长期期交终身保障性产品的“全佑”系列占比近一半。上海分公司“开门红”期间活动人力从约2300 人增至3000 人，北京分公司多个新增人力“开门红”期间卖出了100 份保障型产品。新华健康险新单已实现正增长，太保金佑人生系列继续热销，年金类产品销售不达预期传导至保障类产品销售增速下滑不具有可持续性。

为了满足客户对于保障型产品日益增长的需求，中国特别推出至尊版大小平安福健康保障计划提供给在2017 年12 月12 日-2018 年2 月28 日购买平安开门红产品的客户，以期实现引流客户。至尊版大小平安福与普通版费率基本一样，但比普通版少交最后一期保费，只有19 和29 年交两个交费选项（非至尊版为20 年交和30 年交），为客户提供多重保障的选择。同时，平安还设计了一款定价利率为3.5%的终身寿险作为其2018 年开门红产品——传世臻宝终身寿险，同时可搭配附加自驾车意外险，主险最低基本保额200万元起，附加险基本保额100万起且不可超过主险基本保额。该款保险主要提供身故及意外身故保障且保障至

终身，在费率上与平安福终身寿险（2017）组合费率相比在主要年龄点低8%-20%，对一部分不想参加运动记录平台服务的客户来说可较好的作为平安福的替代品。 根据我们的业内交流，春节过后部分上市险企的期末代理人数量较年前略有下降，主要系春节前后公司正常“清虚”所致，无需过度解读。以新华保险为例，截止2月末，公司健康险新单已实现正增长，2018年全年目标150亿元，新单占比58%，附加险30亿元不变。据我们和新华健康险新单增速已经由月初的-20%逐步收窄目前已经转正。公司正加大附加险的销售力度，通过“以辅促主”和“以辅为先”的策略满足客户保障需求，目标附加率20%。截止2月末期末人力约为32万人（增加2万人，脱落清虚5万人），2018年年末45万代理人的目标增长不变。而已平安和太保为代表的已在2017年高速拓宽人力的上市险企2018年的工作重心落实在对人均产能的提升上。（GYWWPT）

观研天下发布的《2018年中国寿险市场分析报告-行业深度调研与投资前景研究》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年中国寿险行业发展概述

第一节 寿险行业发展情况概述

- 一、寿险行业相关定义
- 二、寿险行业基本情况介绍
- 三、寿险行业发展特点分析
- 第二节 中国寿险行业上下游产业链分析
 - 一、产业链模型原理介绍
 - 二、寿险行业产业链条分析
 - 三、中国寿险行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业
- 第三节 中国寿险行业生命周期分析
 - 一、寿险行业生命周期理论概述
 - 二、寿险行业所属的生命周期分析
- 第四节 寿险行业经济指标分析
 - 一、寿险行业的赢利性分析
 - 二、寿险行业的经济周期分析
 - 三、寿险行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国寿险行业进入壁垒分析
 - 一、寿险行业资金壁垒分析
 - 二、寿险行业技术壁垒分析
 - 三、寿险行业人才壁垒分析
 - 四、寿险行业品牌壁垒分析
 - 五、寿险行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球寿险行业市场发展现状分析

- 第一节 全球寿险行业发展历程回顾
- 第二节 全球寿险行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲寿险行业地区市场分析
 - 一、亚洲寿险行业市场现状分析
 - 二、亚洲寿险行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲寿险行业市场前景分析
- 第四节 北美寿险行业地区市场分析
 - 一、北美寿险行业市场现状分析
 - 二、北美寿险行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美寿险行业市场前景分析
- 第五节 欧盟寿险行业地区市场分析

- 一、欧盟寿险行业市场现状分析
- 二、欧盟寿险行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟寿险行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界寿险行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球寿险行业市场规模预测

第三章 中国寿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、全社会消费品寿险总额
- 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 中国寿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 中国寿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 中国寿险行业运行情况

第一节 中国寿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 中国寿险行业市场规模分析

第三节 中国寿险行业供应情况分析

第四节 中国寿险行业需求情况分析

第五节 中国寿险行业供需平衡分析

第六节 中国寿险行业发展趋势分析

第五章 中国寿险所属行业运行数据监测

第一节 中国寿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 中国寿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 中国寿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年中国寿险市场格局分析

第一节 中国寿险行业竞争现状分析

一、中国寿险行业竞争情况分析

二、中国寿险行业主要品牌分析

第二节 中国寿险行业集中度分析

一、中国寿险行业市场集中度分析

二、中国寿险行业企业集中度分析

第三节 中国寿险行业存在的问题

第四节 中国寿险行业解决问题的策略分析

第五节 中国寿险行业竞争力分析

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年中国寿险行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国寿险行业消费特点

第二节 中国寿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 寿险行业成本分析

第四节 寿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 中国寿险行业价格现状分析

第六节 中国寿险行业平均价格走势预测

- 一、中国寿险行业价格影响因素
- 二、中国寿险行业平均价格走势预测
- 三、中国寿险行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国寿险行业区域市场现状分析

第一节 中国寿险行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地寿险市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区寿险市场规模分析
- 四、华东地区寿险市场规模预测

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、华中地区寿险市场规模分析
- 四、华中地区寿险市场规模预测

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、华南地区寿险市场规模分析

第九章 2016-2018年中国寿险行业竞争情况

第一节 中国寿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 中国寿险行业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 中国寿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 寿险行业企业分析（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

第一节中国寿险行业未来发展前景分析

一、寿险行业国内投资环境分析

二、中国寿险行业市场机会分析

三、中国寿险行业投资增速预测

第二节中国寿险行业未来发展趋势预测

第三节中国寿险行业市场发展预测

一、中国寿险行业市场规模预测

二、中国寿险行业市场规模增速预测

三、中国寿险行业产值规模预测

四、中国寿险行业产值增速预测

五、中国寿险行业供需情况预测

第四节中国寿险行业盈利走势预测

一、中国寿险行业毛利润同比增速预测

二、中国寿险行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国寿险行业投资风险与营销分析

第一节 寿险行业投资风险分析

一、寿险行业政策风险分析

二、寿险行业技术风险分析

三、寿险行业竞争风险分析

四、寿险行业其他风险分析

第二节 寿险行业企业经营发展分析及建议

一、寿险行业经营模式

二、寿险行业销售模式

三、寿险行业创新方向

第三节 寿险行业应对策略

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年中国寿险行业发展策略及投资建议

第一节 中国寿险行业品牌战略分析

一、寿险企业品牌的重要性

二、寿险企业实施品牌战略的意义

三、寿险企业品牌的现状分析

四、寿险企业的品牌战略

五、寿险品牌战略管理的策略

第二节中国寿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 中国寿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年中国寿险行业发展策略及投资建议

第一节中国寿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 中国寿险行业定价策略分析

第三节中国寿险行业营销渠道策略

一、寿险行业渠道选择策略

二、寿险行业营销策略

第四节中国寿险行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国寿险行业重点投资区域分析

二、中国寿险行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baoxian/342018342018.html>