

2018年中国寿险市场分析报告- 行业深度调研与发展趋势研究

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-行业深度调研与发展趋势研究》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/342017342017.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

“开门红”产品作为寿险公司营销推广中的一种特殊方式，专指采取各项措施，以达到在阳历新年获的大额保费收入，为全年工作夺得好彩头的营销现象。“开门红”的销售在寿险公司中一直有着“一步先，步步先；开门红，月月红”的既定印象。2015年至2017年首月人身保险公司合计实现原保费收入（包括寿险、健康险和意外险）分别为3114亿元、5397亿元、和7517亿元，同比增速分别为20%、73%和40%，占当年全年人身险公司原保费收入的比例分别为19.63%、24.88%和28.88%。2017年10月1日正式实施的《关于规范人身保险公司产品开发设计行为的通知》（保监人身险[2017]134）明确规定：1.首次生存保险金给付应在保单生效满5年之后；2.每年给付或部分领取比例不得超过已交保险费的20%；3.保险公司不得以附加险形式设计万能型保险产品或投资连结型保险产品。行业“开门红”产品形态出现较大调整，主流险企通过分红型年金保险叠加万能险的“双主险”模式作为主流产品，并辅以终身寿险、重疾保险等产品同时销售，并有针对性地调整2018年开门红产品设计。然而新规下由于前五年不得有现金流的返还，加之金融市场长短端利率整体上行且保监发[2017]283号文对银邮渠道的管控，过去“主险年金+附加万能账户”的快返年金模式遭遇挑战。

资料来源：互联网

资料来源：互联网 行业原保费下滑近26%，上市险企基本实现平稳过度（国寿、太保寿、平安寿和新华原保费同比增速分别为-21.33%、24.44%、21.47%和9.95%），行业“开门红”增速出现较大幅度下滑且各险企间差距拉开主要系：1.保监人身险[2017]134号文新规下对产品形态作出较大调整且金融市场长短端利率整体上行，年金类产品对投保人的吸引力下滑超预期；2.在“保险姓保”+“监管姓监”的背景下，各家险企渠道实力、代理人销售能力、客户储备差距加速放大；3.续期业务彰显公司底蕴，期交增速决定来年续期动能。

银保和个险渠道差异化显现，银保渠道新单规模保费几近腰斩，期交保费也是负增长，高度依赖银保渠道的中小公司现金流严重承压。在行业面临短暂“挑战”时，拥有高人均产能的寿险公司有望独善其身。由于新规下产品形态的改变，导致对客户的流动性产生较大的影响。业内交流显示，在2018年开门红期间大单占比下滑比较明显。因此也倒逼寿险公司拉长产品期限，通过终身覆盖的方式展现保险产品现金流稳定、资产传承、长期保障的特色属性。而银保系保险公司也未能幸免，10家银行系保险公司2018年1月原保费收入增速为-29%（行业-26%），其中建信人寿和光大永明原保费收入实现逆势高增长，增速分别为80%和301%，而中邮人寿、交银康联和中银三星的原保费增速下滑幅度超过50%。客观来看，银保系险企对趸交年金险依赖较大，受制于客户属性和渠道特性的限制，转型促期缴促保障

的发展理念依旧任重道远。

部分对“开门红”依赖较少的外资寿险公司1月原保费继续保持高增长，彰显保障类产品销量的韧性，并未受到实质性的影响。中宏人寿、中德安联和友邦中国的1月原保费收入同比增速分别为36.9%、32.5%和61.8%。我们有理由乐观认为，在代理人队伍保持稳定的情况下，年金类产品销量不及预期并不会导致全年保障类产品销量增速出现明显下滑。

行业健康险去伪存真整体原保费收入降幅达到-16.97%，主要系和谐健康和人保健康两家专业健康险公司原保费收入同比降幅达99.89%和-72.39%所致，但昆仑健康（YoY+418%）、平安健康（YoY+84%）、复星保德信（YoY+396%）和太保安联健康（YoY+127%）依旧保持原保费翻番以上的增长，表明保监人身险[2017]134号文绝无限制行业发展之意，在2018年切入高质量发展的环境下，尤其是年金类产品销售难度陡增的情况下，险企代理人和管理层转型保障类产品的动力更足，长期来看利好行业长足发展。

行业集中度快速提升，上市公司寿险业务原保费收入市占率由2017年1月的47%快速提升至2018年1月的56%，主要得益于：1.监管强调“保险姓保、回归保障”，过去依赖银保渠道快速做大规模保费的中小激进险企面临个险渠道铺设和保障型客户储备的压力；2.优质上市险企续期拉动总保费的健康发展态势逐步形成，逐步收获“回归保障、聚焦个险、发展期缴”的转型成果；3.保险行业历经供给侧结构性改革，2018年行业切入高质量发展，新单增速将由过去人力增速驱动逐步转型至人均产能增速驱动，拥有高人均产能寿险公司有望继续拉开与身后公司的差距。

数据来源：公开数据整理

数据来源：公开数据整理

数据来源：公开数据整理

数据来源：公开数据整理

数据来源：公开数据整理

资料来源：互联网

原保费=新单保费+续期保费，而新单保费=趸交保费+期交保费。新单期交保费成为来

年续期业务的源泉，而续期保费是衡量公司持续发展能力的重要指标。趸交适用于高风险的理财型产品或短期保险产品，而期交则更适合低风险的传统型寿险产品。虽然趸交产品能给保险公司短期带来高额利润，然而趸交业务占比过大会积聚给付风险，由于缺乏持续现金流入，导致内含价值偏低，业务结构失衡。加之理财型业务更为激烈，手续费高企，对公司业绩几乎没有贡献。高品质且底蕴深厚的寿险公司往往续期业务占比高。同时，当年新单期交保费的增速决定了来年续期业务的增长动能。以上市公司为例，2017年上半年，国寿、平安、太保和新华的续期业务占比分别为52%、59%、63%和69%（其中新华边际改善最为明显，主要系公司2017年同期坚定“砍趸交促期交”改革措施，总保费下滑14%）。2017年上半年，国寿、平安、太保和新华的个险渠道新单期交增速分别为10.18%、49.60%、51.30%和22.96%，因此我们认为转型聚焦期缴，续期拉动总保费健康发展模式将成为2018年寿险公司经营的主旋律。

观研天下发布的《2018年中国寿险市场分析报告-行业深度调研与发展趋势研究》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

第十一章 2018-2024年中国寿险行业发展前景分析与预测

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/342017342017.html>