

2018年中国家庭商业人身保险行业分析报告- 市场运营态势与投资前景预测

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年中国家庭商业人身保险行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》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/346532346532.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

一、引言

人口老龄化、低出生率、高赡养率的基本国情决定了中国家庭承受着越来越大的风险，有很高的风险保障需求。一方面，由于医疗条件和经济条件的改善，中国人均寿命得到提高，老年人占比逐年上升。根据国家统计局的数据，截至2014年年末，中国65岁以上老年人占比已经达到10.2%。另一方面，中国过去一直实行计划生育政策，新生儿出生率处于较低水平。在死亡率和出生率同时下降的情况下，中国出现了人口老龄化和高赡养率的社会问题，很多家庭都出现了一对夫妇需要赡养四位老人的倒金字塔家庭结构，这种人口结构的风险承受能力相对较差，有很高的风险保障需求。而在社会保障方面，虽然中国社会保障的覆盖面很广，但是保障的水平仍然较低，即所谓的广覆盖、低水平。当家庭遭受意外风险的时候，这种水平较低的社会保障很难起到较好的风险缓冲作用。商业人身保险作为社会保障的必要补充可以在缓冲家庭风险方面起到重要作用。依照保险标的不同，商业保险可以分为人身保险和财产保险。其中，商业人身保险主要包括人寿保险、健康保险和意外伤害保险，其保险标的是人的寿命和身体。当被保险人遭受病、残、老、死等不幸事故时，保险受益人可以依据保险合同获得经济补偿。在中国人口老龄化和低水平社会保障现状下，作为社会保障必要补充的商业人身保险的发展具有越来越重要的现实意义。

然而实际上中国家庭的商业人身保险需求很低。通过2013年中国家庭金融调查（CHFS）数据我们发现，拥有商业人身保险的个人占比仅为8.5%，拥有商业人身保险的家庭占比为17.2%。而且城乡之间有较大差距，无论是从个人的角度还是从家庭的角度，城市的商业人身保险覆盖率要远远高于农村。从国际视角来看，中国家庭商业人身保险需求明显低于其他发达国家。2014年中国和部分OECD国家的商业人身保险密度和深度比较。其中，2014年中国商业人身保险的保险密度为953元/人，按照2014年年末的汇率折合为155美元/人，保险深度为2.06%，相比于列示出的其他OECD国家，无论是保险密度还是保险深度均处于较低水平。中国家庭较高的风险保障需求与较低的商业人身保险投保比例并不相称。我们有必要分析影响商业人身保险需求的各种因素，在微观层面从保险需求方的角度，挖掘较高的风险保障需求与较低的保险投保比例之间的矛盾症结所在。

表：商业人身保险覆盖情况（%）

数据来源：公开数据整理

图：2014年商业人身保险密度和保险深度国际比较

数据来源：公开数据整理

三、商业人身保险需求影响因素的描述性统计分析

该部分我们使用2013年中国家庭金融调查（CHFS）数据，通过描述统计来展示影响家庭商业人身保险需求的各类因素。西南财经大学开展的中国家庭金融调查采用三阶段分层抽样的方法，收集了家庭的资产与负债、收入与支出、保险与保障、家庭人口特征及就业等各方面的信息。该调查从2011年起每两年调查一次，至今已经开展了三轮全国性的入户调查。甘犁等（2013）详尽地描述了2011年第一轮调查数据的情况。相比于2011年的第一轮调查数据，2013年的第二轮数据样本量更大，样本覆盖了全国29个省262个县1 048个社区，共获得了28 143户家庭的微观数据，从而更具有全国代表性。

依据以往的文献和数据的可得性，我们将可能影响家庭商业人身保险需求的因素分为三大类：

资料来源：公开资料整理

（一）影响人身保险需求的主观态度

1. 保险产品的信任度

如前所述，中国家庭较高的风险保障需求与较低的商业人身保险投保比例之间并不相称。其背后的一个重要原因就是，很多中国居民对商业保险产品不信任，这在很大程度上影响了商业人身保险产品的需求。在中国家庭金融调查的问卷中有一个关于居民对商业保险信任度的调查。商业保险不同信任度的家庭占比，以及各组家庭商业人身保险的投保比例。在全部的样本中，对保险产品表示“完全相信”或者“相信”的家庭仅占全部居民的34.6%，而表示“介于相信和不相信之间”、“比较不相信”和“完全不相信”的家庭占比达到65.4%。对保险产品信任度最高的一组样本拥有商业人身保险的比例最高，达到24.3%，而对保险产品信任度最低的一组样本拥有商业人身保险的比例仅仅只有8.3%。两者相差16.0%。这表明，中国家庭对商业保险产品的信任度水平确实非常低，而较低的保险信任度严重制约了中国家庭的商业人身保险需求水平。

表：对保险产品的信任度与商业人身保险的需求（%）

数据来源：公开数据整理

2. 家庭重要程度

购买商业保险的行为往往能够体现出家庭成员对家庭的重视，对家人的关爱和负责，以及家人之间关系的和睦融洽。家庭成员的失业、残废、突如其来的疾病或者死亡很可能使

整个家庭陷入生活的困境，造成巨大的打击和损失。同时，随着年华的渐渐老去，劳动能力日益下降，老年危机可能正在慢慢逼近。为自己和家人购买商业保险，在很大程度上能够预防可能的风险，弥补可能的损失，减弱风险对一个家庭的冲击。所以为自己或者家人购买商业保险的行为，在一定程度上体现了家庭成员对家庭的责任感和担当意识。表3数据显示，有65.9%的受访者认为家庭“非常重要”，该组家庭商业人身保险的投保比例为19.1%；有27.3%的受访者认为家庭“重要”，该组家庭商业人身保险的投保比例为14.7%；有6.4%的受访者认为家庭重要性“一般”，该组家庭商业人身保险的投保比例为10.3%；另外0.4%的受访者认为家庭“不重要”或者“非常不重要”，该组家庭的商业人身保险投保比例为6.2%。数据表明，受访者对家庭的重要性看得越高，家庭拥有商业人身保险的可能性越大。

表：家庭重要性与商业人身保险需求（%）

数据来源：公开数据整理

3. 风险偏好

该部分考察微观个体的风险态度与商业人身保险需求之间的关系。表4显示，风险偏好与商业人身保险需求之间的变动并非为单调。在家庭风险偏好较低的时候，风险偏好与家庭商业人身保险需求是同向变动，即家庭越偏好风险，就越可能购买商业人身保险，显现为保险市场的“逆向选择”。一般来讲，偏好风险的居民往往在生活中选择风险性更高的活动和生活方式，他们更需要保险的风险保障作用，对商业人身保险的需要更大。但是，当对风险的偏好高到一定程度，家庭对商业人身保险的需求开始下降，即家庭越偏好风险，购买商业人身保险的可能性越小，逆向选择的现象减缓。

表：风险偏好与商业人身保险需求（%） 数据来源：公开数据整理

（GYWWJP）

观研天下发布的《2018年中国家庭商业人身保险行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》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年中国家庭商业人身保险行业发展概述

第一节 家庭商业人身保险行业发展情况概述

- 一、家庭商业人身保险行业相关定义
- 二、家庭商业人身保险行业基本情况介绍
- 三、家庭商业人身保险行业发展特点分析

第二节 中国家庭商业人身保险行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、家庭商业人身保险行业产业链条分析
- 三、中国家庭商业人身保险行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国家庭商业人身保险行业生命周期分析

- 一、家庭商业人身保险行业生命周期理论概述
- 二、家庭商业人身保险行业所属的生命周期分析

第四节 家庭商业人身保险行业经济指标分析

- 一、家庭商业人身保险行业的赢利性分析
- 二、家庭商业人身保险行业的经济周期分析
- 三、家庭商业人身保险行业附加值的提升空间分析

第五节 中国家庭商业人身保险行业进入壁垒分析

- 一、家庭商业人身保险行业资金壁垒分析
- 二、家庭商业人身保险行业技术壁垒分析

- 三、家庭商业人身保险行业人才壁垒分析
- 四、家庭商业人身保险行业品牌壁垒分析
- 五、家庭商业人身保险行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球家庭商业人身保险行业市场发展现状分析

- 第一节 全球家庭商业人身保险行业发展历程回顾
- 第二节 全球家庭商业人身保险行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲家庭商业人身保险行业地区市场分析
 - 一、亚洲家庭商业人身保险行业市场现状分析
 - 二、亚洲家庭商业人身保险行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲家庭商业人身保险行业市场前景分析
- 第四节 北美家庭商业人身保险行业地区市场分析
 - 一、北美家庭商业人身保险行业市场现状分析
 - 二、北美家庭商业人身保险行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美家庭商业人身保险行业市场前景分析
- 第五节 欧盟家庭商业人身保险行业地区市场分析
 - 一、欧盟家庭商业人身保险行业市场现状分析
 - 二、欧盟家庭商业人身保险行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟家庭商业人身保险行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界家庭商业人身保险行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球家庭商业人身保险行业市场规模预测

第三章 中国家庭商业人身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、全社会消费品家庭商业人身保险总额
 - 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 中国家庭商业人身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 中国家庭商业人身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 中国家庭商业人身保险行业运行情况

第一节 中国家庭商业人身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 中国家庭商业人身保险行业市场规模分析

第三节 中国家庭商业人身保险行业供应情况分析

第四节 中国家庭商业人身保险行业需求情况分析

第五节 中国家庭商业人身保险行业供需平衡分析

第六节 中国家庭商业人身保险行业发展趋势分析

第五章 中国家庭商业人身保险所属行业运行数据监测

第一节 中国家庭商业人身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 中国家庭商业人身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 中国家庭商业人身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年中国家庭商业人身保险市场格局分析

第一节 中国家庭商业人身保险行业竞争现状分析

- 一、中国家庭商业人身保险行业竞争情况分析
- 二、中国家庭商业人身保险行业主要品牌分析
- 第二节 中国家庭商业人身保险行业集中度分析
 - 一、中国家庭商业人身保险行业市场集中度分析
 - 二、中国家庭商业人身保险行业企业集中度分析
- 第三节 中国家庭商业人身保险行业存在的问题
- 第四节 中国家庭商业人身保险行业解决问题的策略分析
- 第五节 中国家庭商业人身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年中国家庭商业人身保险行业需求特点与价格走势分析

- 第一节 中国家庭商业人身保险行业消费特点
- 第二节 中国家庭商业人身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 家庭商业人身保险行业成本分析
- 第四节 家庭商业人身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 中国家庭商业人身保险行业价格现状分析
- 第六节 中国家庭商业人身保险行业平均价格走势预测
 - 一、中国家庭商业人身保险行业价格影响因素
 - 二、中国家庭商业人身保险行业平均价格走势预测
 - 三、中国家庭商业人身保险行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国家庭商业人身保险行业区域市场现状分析

- 第一节 中国家庭商业人身保险行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区家庭商业人身保险市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区家庭商业人身保险市场规模分析

四、华东地区家庭商业人身保险市场规模预测

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、华中地区家庭商业人身保险市场规模分析

四、华中地区家庭商业人身保险市场规模预测

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、华南地区家庭商业人身保险市场规模分析

第九章 2016-2018年中国家庭商业人身保险行业竞争情况

第一节 中国家庭商业人身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 中国家庭商业人身保险行业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 中国家庭商业人身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 家庭商业人身保险行业企业分析（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年中国家庭商业人身保险行业发展前景分析与预测

第一节中国家庭商业人身保险行业未来发展前景分析

一、家庭商业人身保险行业国内投资环境分析

二、中国家庭商业人身保险行业市场机会分析

三、中国家庭商业人身保险行业投资增速预测

第二节中国家庭商业人身保险行业未来发展趋势预测

第三节中国家庭商业人身保险行业市场发展预测

一、中国家庭商业人身保险行业市场规模预测

二、中国家庭商业人身保险行业市场规模增速预测

三、中国家庭商业人身保险行业产值规模预测

四、中国家庭商业人身保险行业产值增速预测

五、中国家庭商业人身保险行业供需情况预测

第四节中国家庭商业人身保险行业盈利走势预测

一、中国家庭商业人身保险行业毛利润同比增速预测

二、中国家庭商业人身保险行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国家庭商业人身保险行业投资风险与营销分析

第一节 家庭商业人身保险行业投资风险分析

一、家庭商业人身保险行业政策风险分析

二、家庭商业人身保险行业技术风险分析

三、家庭商业人身保险行业竞争风险分析

四、家庭商业人身保险行业其他风险分析

第二节 家庭商业人身保险行业企业经营发展分析及建议

一、家庭商业人身保险行业经营模式

二、家庭商业人身保险行业销售模式

三、家庭商业人身保险行业创新方向

第三节 家庭商业人身保险行业应对策略

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年中国家庭商业人身保险行业发展策略及投资建议

第一节 中国家庭商业人身保险行业品牌战略分析

一、家庭商业人身保险企业品牌的重要性

二、家庭商业人身保险企业实施品牌战略的意义

三、家庭商业人身保险企业品牌的现状分析

四、家庭商业人身保险企业的品牌战略

五、家庭商业人身保险品牌战略管理的策略

第二节 中国家庭商业人身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 中国家庭商业人身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年中国家庭商业人身保险行业发展策略及投资建议

第一节 中国家庭商业人身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 中国家庭商业人身保险行业定价策略分析

第三节 中国家庭商业人身保险行业营销渠道策略

一、家庭商业人身保险行业渠道选择策略

二、家庭商业人身保险行业营销策略

第四节 中国家庭商业人身保险行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国家庭商业人身保险行业重点投资区域分析

二、中国家庭商业人身保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/346532346532.html>