

# 2024-2030年中国寿险市场 变革与投资策略调整报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

# 报告报价

《2024-2030年中国寿险市场变革与投资策略调整报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/report/X51618AT1J.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2025-01-24

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2024-2030年中国寿险市场变革与投资策略调整报告》介绍了寿险行业相关概述、中国寿险产业运行环境、分析了中国寿险行业的现状、中国寿险行业竞争格局、对中国寿险行业做了重点企业经营状况分析及中国寿险产业发展前景与投资预测。您若想对寿险产业有个系统的了解或者想投资寿险行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

第一章2019-2023年国际寿险业运行动态分析第一节 2019-2023年国际寿险业运行分析一、各国寿险公司利率风险和利差损有关情况介绍二、国际寿险业资产管理发展分析三、对中国寿险业的启示第二节 2019-2023年西欧国家民众对商业寿险需求分析一、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 2019-2023年美国寿险业发展分析一、产品转型推动寿险发展二、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 2019-2023年英国寿险业发展分析一、英国寿险偿付能力监管变化及影响二、英国寿险公司面临的风险第五节 2019-2023年日本寿险业发展分析一、日本寿险业的盛衰变迁二、日本寿险市场衰退因素分析三、日本寿险商品的发展变迁及现状四、日本个人寿险商品的构成及其特点第二章外资寿险在华发展概览第一节 外资寿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 外资寿险在中国的发展一、外资寿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 国外寿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 国外寿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 外资保险经纪加速拓展中国市场第六节 外资保险中国市场趋势预测一、寿险业的中国趋势预测二、外资保险在华的趋势预测第三章2019-2023年中国人寿保险业运行态势分析第一节 2019-2023年中国人寿保险业运行动态分析一、中国寿险业结构调整取得成效二、中国寿险业第二梯队控制风险保增长三、个人代理重新成为国内寿险销售第一渠道四、中国寿险业偿付能力分析第二节 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023年中国寿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、金融资产和寿险保费关联性的理论分析三、

金融市场影响寿险收入因素的实证分析四、政策应用与结论第五节 2019-2023年中国寿险公司偿付能力监管的有效性分析一、寿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、寿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、国外寿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 2023年中国人寿保险业存在的问题及对策一、中国寿险市场面临三大挑战二、中国人寿保险业还没有普及三、我国寿险业高速增长态势下暗含隐忧四、中国寿险业体质孱弱应建立退场机制第四章 2019-2023年中国寿险市场影响因素分析第一节 低利率对中国寿险业发展的影响第二节 医疗卫生制度改革对寿险经营的影响一、现有医疗制度的弊病二、医疗制度改革的方向三、寿险在健康风险管理方面的难点四、医疗制度改革对寿险健康风险管理可能产生的影响五、未来寿险在健康风险管理上的措施第三节 新《保险法》对寿险公司的影响一、新《保险法》的主要变化二、寿险公司应对新法的当务之急第四节 会计准则调整对中国寿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、新准则对寿险公司偿付能力额度的影响三、实证分析第五章 2019-2023年中国寿险业结构调整发展分析第一节 寿险业结构调整取得的成绩一、寿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 寿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 我国寿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 2019-2023年中国寿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 2019-2023年中国寿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寿险市场的影响一、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 传统寿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 2019-2023年中国寿险业市场营销分析第一节 寿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 我国寿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 我国寿险营销模式的创新分析一、寿险营销模式的涵义二、中国现有寿险营销模式与面临的问题三、寿险营销模式创新的思路第四节 寿险营销管理

“瓶颈”分析一、寿险营销管理“瓶颈”二、形成“瓶颈”的原因三、如何突破“瓶颈”

第五节 代理制寿险营销模式分析一、代理制寿险营销模式正处在十字路口二、代理制寿险营销模式仍将占主导地位三、代理制寿险营销模式应告别粗放式经营的做法四、代理制寿险营销模式须与营销员建立劳动关系

第六节 从业务结构调整看寿险代理人营销制度改革一、寿险代理人营销制度存在缺陷的原因及其对寿险业务结构的影响二、寿险代理人营销制度的改革方向及其对寿险业务结构的影响

第七节 寿险整合营销的战略选择一、组织市场监测，是寿险整合营销的基础二、进行市场细分，是寿险整合营销的前提三、确立险种定位，是寿险整合营销的关键四、整合营销渠道，是寿险整合营销的目标五、差异化战略，是寿险整合营销的核心六、评估财务效果，是寿险整合营销的检验标准

第八节 当前寿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 寿险营销十大难题一、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 2019-2023年中国寿险业内含价值分析第一节 寿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 内含价值评估对寿险监管的影响一、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寿险市场秩序第四节 内含价值不能作为寿险监管的决定性指标一、内含价值的主要服务对象不是寿险监管者二、内含价值的自身局限决定了其不能作为寿险监管的决定性指标三、寿险监管者不能将内含价值作为决定性的监管指标

第九章 2019-2023年中国寿险业的竞争格局分析第一节 我国寿险市场竞争现状一、寿险业竞争激烈保险产品以“新”取胜二、中国寿险市场过于依赖价格竞争三、寿险公司竞争比拼分红险四、中资寿险保费竞争格局未定第二节 中国寿险企业核心竞争力的提升一、核心竞争力特征及其内容二、确定寿险公司的核心竞争力，提高相关能力和水平第三节 打造中国寿险业核心竞争力一、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 中资寿险公司的市场竞争战略分析一、中国寿险市场的发展特征和趋势二、中资寿险公司市场战略

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、企业概况二、企业主要经济指标分析第二节 中国平安人寿保险股份有限公司一、企业概况二、企业主要经济指标分析第三节 中国太平洋保险（集团）股份有限公司一、企业概况二、企业主要经济指标分析

第十一章 2024-2030年中国寿险业的趋势预测、风险及应对措施第一节 2024-2030年中国寿险业趋势预测展望一、寿险业趋势预测分析二、研究机构对保险业趋势预测的预测第二节 2024-2030年中国寿险业面临的风险预警一、偿付能力风险二、定价风险三、投资前景四、误导风险第三节 2024-2030年中国寿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、始终关注投资前景四、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2024-2030年中国寿险业的投资策略分析第一节 寿险市场发展亟须制度改革一、推动寿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、多措并举治理违规行为四、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寿险业的战略选择一、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 寿险业急需转变策略回归根本一、寿险市场开念“紧箍咒”：业务规范刻不容缓二、转变vs回归：新战略将改变寿险市场新局面三、入乡随俗：合资险企在中国市场的发展之道第四节 提升寿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 强化寿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 拓展农村寿险市场策略

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/X51618AT1J.html>