

2020-2026年中国寿险市场 评估与行业前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国寿险市场评估与行业前景预测报告》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.cction.com/report/202007/174903.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

2017年寿险公司原保费收入累计为26,040亿元，同比增长20%，其中国寿、太保寿、平安寿和新华的寿险原保费收入累计为11,645亿元，同比增长21.8%，四家上市公司的寿险市场份额总和为44.7%，同比上升0.66个百分点。

2018年一季度，寿险公司原保费收入累计为10,994亿元，同比下降17%，其中国寿、太保寿、平安寿和新华的寿险原保费收入累计为5,545亿元，同比增长8.8%，保费增速不及去年，但远好于行业平均。从寿险新业务保费上，中国人寿、中国太保、中国平安和新华保险在一季度同比都有所下降，分别下降35.3%，28.2%，16.6%和49.1%。寿险公司原保费收入（亿元）国寿、太保、平安和新华四家寿险公司市场份额总和变化（%）

中企顾问网发布的《2020-2026年中国寿险市场评估与行业前景预测报告》共十五章。首先介绍了中国寿险行业市场发展环境、寿险整体运行态势等，接着分析了中国寿险行业市场运行的现状，然后介绍了寿险市场竞争格局。随后，报告对寿险做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国寿险行业发展趋势与投资预测。您若想对寿险产业有个系统的了解或者想投资中国寿险行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一部分行业发展环境

第一章 寿险行业概述

第一节 寿险行业定义

第二节 寿险行业发展历程

第三节 寿险行业分类情况

第四节 寿险产业链分析

第二章 2013-2018年中国寿险行业发展环境分析

第一节 2013-2018年中国经济环境分析

一、宏观经济

二、工业形势

三、固定资产投资

第二节 2013-2018年中国寿险行业发展政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、相关行业标准分析

第三节 2013-2018年中国寿险行业发展社会环境分析

一、居民消费水平分析

二、工业发展形势分析

第二部分所属行业运行分析

第三章 2013-2018年中国寿险所属行业总体发展状况

寿险公司首年期交保费的占比在持续提升，保费结构持续优化。2017年，四家公司的首年趸交保费占比为10.6%，同比下降4.5个百分点，首年期交保费占比为27.1%，同比提升1.1个百分点，续期保费占比62.3%，同比提升3.4个百分点。四家上市公司保费结构总体变化（%）

第一节 中国寿险所属行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模情况分析

三、行业资产规模情况分析

四、行业市场规模情况分析

第二节 中国寿险所属行业产销情况分析

一、行业生产情况分析

二、行业销售情况分析

三、行业产销情况分析

第三节 中国寿险所属行业财务能力分析

一、行业盈利能力分析与预测

二、行业偿债能力分析与预测

三、行业营运能力分析与预测

四、行业发展能力分析与预测

第四章 中国寿险市场供需分析

第一节 寿险市场现状分析及预测

一、2013-2018年我国寿险所属行业总产值分析

二、2020-2026年我国寿险所属行业总产值预测

第二节 寿险产品产量分析及预测

一、2013-2018年我国寿险产量分析

二、2020-2026年我国寿险产量预测

第三节 寿险市场需求分析及预测

一、2013-2018年我国寿险市场需求分析

二、2020-2026年我国寿险市场需求预测

第三部分市场发展形势

第五章 寿险行业发展现状分析

第一节 全球寿险行业发展分析

一、全球寿险行业发展历程

二、全球寿险行业发展现状

三、全球寿险行业发展预测

第二节 中国寿险行业发展分析

一、2013-2018年中国寿险行业发展态势分析

二、2013-2018年中国寿险行业发展特点分析

三、2013-2018年中国寿险行业市场供需分析

第三节 中国寿险产业特征与行业重要性

第四节 寿险行业特性分析

第六章 中国寿险市场规模分析

第一节 2018年中国寿险市场规模分析

第二节 2018年中国寿险区域市场规模分析

一、2018年东北地区市场规模分析

二、2018年华北地区市场规模分析

三、2018年华东地区市场规模分析

四、2018年华中地区市场规模分析

五、2018年华南地区市场规模分析

六、2018年西部地区市场规模分析

第三节 2020-2026年中国寿险市场规模预测

第七章 寿险国内产品价格走势及影响因素分析

- 第一节 国内产品2013-2018年价格回顾
- 第二节 国内产品当前市场价格及评述
- 第三节 国内产品价格影响因素分析
- 第四节 2020-2026年国内产品未来价格走势预测

第八章寿险及其主要上下游产品

第一节 寿险上下游分析

- 一、与上下游行业之间的关联性
- 二、上游原材料供应形势分析
- 三、下游产品解析

第二节 寿险行业产业链分析

- 一、上游行业影响及风险分析
- 二、下游行业风险分析及提示
- 三、关联行业风险分析及提示

第四部分行业竞争策略

第九章寿险产品竞争力优势分析

- 一、整体产品竞争力评价
- 二、产品竞争力评价结果分析
- 三、竞争优势评价及构建建议

第十章寿险行业市场竞争策略分析

第一节 行业竞争结构分析

- 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 行业国际竞争力比较

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、相关和支持性产业

四、企业战略、结构与竞争状态

第二节 寿险企业竞争策略分析

- 一、提高寿险企业核心竞争力的对策
- 二、影响寿险企业核心竞争力的因素及提升途径
- 三、提高寿险企业竞争力的策略

第十一章 寿险行业重点企业竞争分析

第一节 中国人民财产寿险公司

- 一、公司基本情况
- 二、公司主要财务指标分析
- 三、公司投资情况
- 四、公司未来战略分析

第二节 中国人寿寿险（集团）公司

- 一、公司基本情况
- 二、公司主要财务指标分析
- 三、公司投资情况
- 四、公司未来战略分析

第三节 中国太平洋寿险（集团）股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、公司主要财务指标分析
- 三、公司投资情况
- 四、公司未来战略分析

第四节 中国平安寿险（集团）股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、公司主要财务指标分析
- 三、公司投资情况
- 四、公司未来战略分析

第五节 新华人寿寿险股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、公司主要财务指标分析
- 三、公司投资情况
- 四、公司未来战略分析

第六节 泰康寿险集团股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、公司主要财务指标分析
- 三、公司投资情况
- 四、公司未来战略分析

第五部分行业前景预测

第十二章 寿险行业投资与发展前景分析

第一节 寿险行业投资机会分析

- 一、寿险投资项目分析
- 二、可以投资的寿险模式
- 三、2018年寿险投资机会

第二节 2020-2026年中国寿险行业发展预测分析

- 一、未来寿险发展分析
- 二、未来寿险行业技术开发方向
- 三、总体行业“十三五”整体规划及预测

第三节 未来市场发展趋势

- 一、产业集中度趋势分析
- 二、十三五行业发展趋势

第十三章 寿险产业用户度分析

第一节 寿险产业用户认知程度

第二节 寿险产业用户关注因素

- 一、功能
- 二、质量
- 三、价格
- 四、外观
- 五、服务

第六部分行业投资策略

第十四章 2020-2026年寿险行业发展趋势及投资风险分析

第一节 当前寿险存在的问题

第二节 寿险未来发展预测分析

- 一、中国寿险发展方向分析
- 二、2020-2026年中国寿险行业发展规模预测
- 三、2020-2026年中国寿险行业发展趋势预测

第三节 2020-2026年中国寿险行业投资风险分析

- 一、出口风险分析
- 二、市场风险分析
- 三、管理风险分析
- 四、产品投资风险

第十五章 观点与结论

第一节 寿险行业营销策略分析及建议

- 一、寿险行业营销模式
- 二、寿险行业营销策略

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、寿险行业生产模式

第三节 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

第四节 市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、重点客户战略管理
- 四、重点客户管理功能

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/174903.html>