

2020-2026年中国财产保险 行业前景展望与战略咨询报告

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年中国财产保险行业前景展望与战略咨询报告》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/202005/164209.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

中企顾问网发布的《2020-2026年中国财产保险行业前景展望与战略咨询报告》共十四章。首先介绍了中国财产保险行业市场发展环境、财产保险整体运行态势等，接着分析了中国财产保险行业市场运行的现状，然后介绍了财产保险市场竞争格局。随后，报告对财产保险做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国财产保险行业发展趋势与投资预测。您若想对财产保险产业有个系统的了解或者想投资中国财产保险行业，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：

第一章财产保险相关概述23

第一节财产保险的内涵和职能23

一、财产保险的含义23

二、财产保险的特征23

三、财产保险是一种社会的经济补偿制度25

四、财产保险的职能和作用26

第二节财产保险的分类28财产保险原则分类

1

保险利益原则是保险行业中的一个基本原则，又称“可保利益原则”或“可保权益原则”。所谓保险利益是指投保人或被保险人对其所保标的具有法律所承认的权益或利害关系。即在保险事故发生时，可能遭受的损失或失去的利益。《中华人民共和国保险法》第12条规定：“保险利益是指投保人对保险标的具有法律上承认的利益。”

2

最大诚信原则，含义是指当事人真诚地向对方充分而准确的告知有关保险的所有重要事实，不允许存在任何虚伪、欺瞒、隐瞒行为。而且不仅在保险合同订立时要遵守此项原则，在整个合同有效期内和履行合同过程中也都要求当事人间具有“最大诚信”。最大诚信

原则的含义可表述为：保险合同当事人订立合同及合同有效期内，应依法向对方提供足以影响对方做出订约与履约决定的全部实质性重要事实，同时绝对信守合同订立地约定与承诺。否则，受到损害的一方，按民事立法规定可以此为由宣布合同无效，或解除合同，或不履行合同约定的义务或责任，甚至对因此受到的损害还可以要求对方予以赔偿。

3

近因原则，含义为“保险人对于承保范围的保险事故作为直接的、最接近的原因所引起的损失，承担保险责任，而对于承保范围以外的原因造成的损失，不负赔偿责任。”按照该原则，承担保险责任并不取决于时间上的接近，而是取决于导致保险损失的保险事故是否在承保范围内，如果存在多个原因导致保险损失，其中所起决定性、最有效的，以及不可避免会产生保险事故作用的原因是近因。由于导致保险损失的原因可能会有多个，而对每一原因都投保于投保人经济上不利益且无此必要，因此，近因原则作为认定保险事故与保险损失之间是否存在因果关系的重要原则，对认定保险人是否应承担保险责任具有十分重要的意义。

4

损失补偿原则是财产保险的核心原则。它是指在财产保险中，当保险事故发生导致被保险人经济损失时，保险公司给予被保险人经济损失赔偿，使其恢复到遭受保险事故前的经济状况。

一、财产损失保险28

二、责任保险28

三、信用保险28

四、保证保险29

第三节财产保险与人身保险的区别29

一、保险金额确定方式29

二、保险期限29

三、储蓄性29

四、超额投保与重复投保30

五、代位求偿30

第二章2019年中国财产保险行业运行环境解析31

第一节2019年中国宏观经济环境分析31

一、国民经济运行情况GDP(季度更新)31

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）32

三、全国居民收入情况（季度更新） 34

四、恩格尔系数（年度更新） 36

五、工业发展形势（季度更新） 37

六、固定资产投资情况（季度更新） 38

七、社会消费品零售总额40

八、对外贸易&进出口42

第二节2019年中国财产保险政策法规环境分析44

一、保监会发布进一步规范财产保险市场秩序工作方案44

二、2019年保监会严控财险公司经营投资型产品51

三、2019年保监会进一步厘清财险投资型产品精算依据52

四、国际货运代理责任强制保险制度实施对财产保险业的影响分析53

第三节2019年中国财产保险行业发展环境分析58

一、全国财产险市场秩序规范取得显著成效58

二、中国财产险市场违规竞争问题明显改善62

三、中国财产险业务结构更加合理和优化62

四、中国财险业整体偿付能力良好63

第三章中国财产保险市场的发展总况65

第一节中国财产保险市场的发展状况65

一、中国财产保险“十二五”期间发展成就回顾65

二、中国财产保险市场的特征分析75

三、中国财产保险市场亮点聚集78

四、中国财产保险业在调整中前进82

五、中国财产保险市场发展新格局83

第二节中国财产保险在银行保险领域的发展分析85

一、银行保险概述85

二、财产保险在银行保险领域的发展86

三、中国财产保险在银行保险领域发展的问题88

四、中国财产保险在银行保险领域的发展机遇和趋势90

五、中国财产保险在银行保险领域发展的建议91

第三节中国财产保险偿付能力监管制度变迁分析93

一、制度选择集合的改变93

二、监管资源相对价格的变化96

三、技术进步96

四、克服对风险的厌恶99

第四节中国民营企业财产保险的发展分析100

一、中国民营企业实物资产面临的主要风险分析100

二、中国民营企业的参保决策分析101

三、制约民营企业财产保险发展的因素分析106

四、发展中国民营企业财产保险的建议108

第五节中国财产保险市场存在的问题及对策110

一、中国财产保险市场面临的矛盾110

二、中国财产保险面临的困境及对策111

三、我国财产保险产品创新的问题及对策113

四、完善中国财产保险市场的建议119

五、应提高我国财产保险公司的核心竞争力124

第四章近几年中国财产保险业运行总体数据同比分析127

第一节2013-2019年中国财产保险市场运行综述127

一、中国财产保险市场的特征127

二、中国财产保险市场面临的矛盾128

三、完善中国财产保险市场的建议130

第二节2013-2019年中国财产保险市场运行状况132

一、2013-2019年中国保险业保费收入情况132

二、2013-2019年中国保险业支付各类赔款及给付情况133

第三节2013-2019年中国财产保险市场运行状况分析136

一、2013-2019年中国财产保险保费收入情况分析136

二、2013-2019年中国财产保险支付各类赔款及给付情况分析139

第四节未来中国财产保险市场发展趋势探析142

一、行业增长速度：从短期的平缓到长期的迅速142

二、行业增长方式：从外延式增长到内涵式增长142

三、市场结构：从短期的行业集中到长期的竞争143

四、业务内容：从单纯的物质保障到全面综合性风险管理144

五、业务创新：从传统业务到更多的金融创新144

六、组织结构：从单一化到多元化145

第五章2019年中国财产保险业运行新形势透析146

第一节保额及费率的异常变化对财产保险经营的影响分析146

一、保额及费率的变化趋势146

二、保额及费率递减的原因147

三、保额及费率变化的后果148

四、应对费率变化的思考149

第二节国际货运代理责任强制保险制度实施对财产保险业的影响152

一、国际货运代理责任保险制度的主要内容和特点152

二、制度实施对我国财产保险业的影响153

三、对策和建议155

第三节2019年中国财产保险业务结构的优化升级分析156

一、业务结构不合理影响竞争力156

二、优化业务结构的措施157

三、为业务结构优化升级提供良好的环境158

第四节2019年中国财产保险产品创新分析159

一、财产保险产品创新的主要障碍159

二、产品创新的几点措施161

第五节2019年中国财产保险合同中的保险利益分析166

一、财产保险合同中保险利益的种类166

二、财产保险合同中保险利益的产生方式166

三、财产保险合同中保险利益的时效167

四、财产保险合同中保险利益的变更169

五、关于被盗物品的保险利益的运用171

第六节2019年中国财产保险公司保险合同条款创新方向分析171

一、所需保障范围和条件可作为附属保单、批单分别加入171

二、加快一揽子保单开发172

三、扩大保障范围和增加通用条款173

四、建立类似ISO、AAIS的行业服务协会促进保单标准化175

第七节2019年中国拓展我国财产保险的服务对象分析176

一、更新经营理念176

二、转变垄断市场为自由竞争市场177

三、经营目标以市场需求为导向178

第八节2019年中国拓展财产保险社会管理功能策略分析178

一、拓展社会交换关系管理功能的产品策略178

二、拓展社会交换关系管理功能的产品策略179

三、拓展民事侵权关系管理功能的产品策略181

第九节2019年中国财产保险公司核保制度分析182

一、核保组织机构182

二、核保运作程序183

三、核保技术183

四、现阶段我国产险公司建立核保制度的思路184

第十节2019年中国家庭财产保险问题分析185

一、我国家财险发展的主要模式185

二、我国家财险困境成因分析186

三、加快发展家财险的建议190

四、我国家财险的市场策略194

第六章2013-2019年我国财产保险重点区域分析196

第一节2013-2019年北京财险市场分析196

一、2019年北京财险保费收入情况196

二、2019年北京财险赔款、给付情况196

三、2019年北京财产保险保费收入情况196

四、2019年北京财产保险支付各类赔款及给付情况197

第二节2013-2019年上海财险市场分析197

一、2019年上海财险保费收入情况197

二、2019年上海财险赔款、给付情况197

三、2019年上海财产保险保费收入情况197

四、2019年上海财产保险支付各类赔款及给付情况198

第三节2013-2019年广东财险市场分析198

一、2019年广东（不含深圳）财产险保费收入情况198

二、2019年广东（不含深圳）财险赔款、给付情况198

三、2019年广东（不含深圳）财产保险保费收入情况198

四、2019年广东（不含深圳）财产保险支付各类赔款及给付情况199

第四节2013-2019年江苏财险市场分析199

一、2019年江苏财险保费收入情况199

二、2019年江苏财险赔款、给付情况199

三、2019年江苏财产保险保费收入情况200

四、2019年江苏财产保险支付各类赔款及给付情况200

第五节2019年全国财产保险公司原保险保费收入情况分析200

第七章2019年中国非寿险业运行态势分析205

第一节2019年中国非寿险产品分类探讨205

一、中国非寿险产品的分类状况205

二、中国非寿险产品分类存在的问题及影响分析206

三、中国建立科学的产品分类体系面临的挑战208

四、产品分类问题解决的基本原则211

五、构建科学的产品分类体系的基本思路212

六、建立产品分类体系的实施建议213

第二节2019年中国非寿险市场多极化格局透析215

一、非寿险市场多极化竞争格局的形成215

二、非寿险市场多极化竞争格局形成的原因215

三、非寿险市场多极化格局的特点及其演变趋势216

第三节2019年投资型非寿险产品运行分析218

一、传统型非寿险产品转化为投资型产品的理论依据218

二、发展投资型非寿险产品符合现阶段我国非寿险业发展的要求221

三、现阶段我国非寿险投资型产品的主要特征和问题223

四、积极推进我国投资型非寿险产品的发展225

第四节2019年完善我国非寿险公司偿付能力监管体系分析227

一、国际上对非寿险公司偿付能力监管的有效方法227

二、目前我国对非寿险公司的偿付能力监管存在的问题228

三、完善我国非寿险公司偿付能力监管体系的措施230

第五节2019年中国非寿险公司的战略性资产配置分析235

一、保险资金特性、资产负债管理与战略性资产配置235

二、保险资产战略配置的考虑因素236

- 三、非寿险公司资产战略配置的国际经验和主要特征237
- 四、现阶段国内非寿险公司实施资产战略配置应注意的若干问题239

第八章2019年产险在银行保险中的发展状况分析241

第一节我国产险业银行保险发展相对不足及其原因分析241

一、我国产险业银行保险发展相对不足241

二、产险银行保险发展不足原因分析241

第二节产险在银行保险中的发展分析244

第三节中国产险在银行保险发展过程中存在的问题分析246

第四节中国产险在银行保险中的发展机遇和发展趋势246

第五节产险在银行保险中的发展建议247

第九章2019年中国财产保险业营销解析251

第一节产险营销及其发展分析251

一、产险营销存在的依据251

二、我国现行产险营销的反思252

三、推行产险营销需采取的对策254

第二节基于利益关系的中小财险公司互动营销模式分析257

一、对当前存在的几种主要营销模式的现状分析257

二、利益互动营销模式的定义259

三、利益互动型营销模式的建立思路260

四、利益互动型营销模式建立的基础262

第三节2019年中国产险公司分散性业务营销模式的创新263

一、我国财产保险分散性业务及其营销的演进与现状263

二、我国财产保险分散性业务及其营销渠道存在的主要问题与障碍266

三、我国产险公司分散性业务营销模式创新的路径选择268

第四节从财产保险产品的专业特性谈营销平台的建立271

一、影响产品营销的原因271

二、产品营销平台的建立274

第五节产险公司保险营销整合体系的建立278

一、缺乏市场策划过程278

二、缺乏市场行为协调279

三、保险“大市场营销”282

第六节产险营销渠道分析283

一、选择正确的销售渠道283

二、建设多种销售渠道284

三、渠道创新与渠道整合285

第七节从产寿险差异看产险个人营销发展286

一、产寿险的差异286

二、产险个人营销的定位289

三、产险个人营销员队伍的建设290

四、适合个人营销的险种开发291

第八节财产保险公司的营销分析292

一、财产保险公司进行保险营销的必要性分析292

二、我国财产保险公司保险营销的现状293

三、对改善财产保险营销的建议295

第十章2019年中国财产保险竞争新格局透析297

第一节2019年中国产险市场竞争模型分析297

一、我国保险市场结构297

二、寡占市场模型介绍297

三、我国非寿险市场竞争模型298

第二节2019年国有产险企业培育核心竞争力分析301

一、保险企业核心竞争力的界定301

二、国有保险公司核心竞争力的培育302

第三节2019年国内财产保险市场竞争格局分析305

一、财产保险公司人力资源竞争力评价305

二、国内财险市场集中度(CR_n指数)分析308

三、国内财产保险公司的市场份额308

第四节2019年财产保险价格竞争策略分析309

一、保险市场不正当价格竞争的形式、原因及危害309

二、价格竞争面临的挑战310

三、财产保险价格竞争的策略311

第十一章2019年中国财产保险重点企业竞争性财务分析314

第一节中国人民财产保险股份有限公司314

一、企业概况314

二、2019年中国人保财险发展分析315

三、2019年中国财险保费同比分析316

（一）企业偿债能力分析316

（二）企业运营能力分析318

（三）企业盈利能力分析321

四、AIG危机下中国人保财险的战略方向322

第二节中国平安保险(集团)股份有限公司329

一、企业概况329

二、企业主要经济指标分析332

三、企业盈利能力分析332

四、企业偿债能力分析333

五、企业运营能力分析335

六、企业成长能力分析338

七、2019年平安产险率先在国内推出个人责任保险产品339

第三节中国太平洋保险（集团）股份有限公司340

一、企业概况340

二、企业主要经济指标分析341

三、企业盈利能力分析341

四、企业偿债能力分析342

五、企业运营能力分析344

六、企业成长能力分析347

七、企业竞争优势分析348

第四节中国大地财产保险股份有限公司349

一、企业概况349

二、2019年大地财险在调整转型中保费收入情况352

（一）企业偿债能力分析352

（二）企业运营能力分析354

（三）企业盈利能力分析357

三、中国大地财产保险股份有限公司发展战略研究358

第五节安邦财产保险股份有限公司359

一、企业概况359

二、保险业保费收入同比增长分析360

（一）企业偿债能力分析360

（二）企业运营能力分析362

（三）企业盈利能力分析365

三、经营单位可销售产品目录366

第十二章2019年中国财产保险业风险预警367

第一节2019年中国产险业风险分析367

一、诚信风险367

二、承保风险367

三、理赔风险368

四、财务风险368

五、法律风险369

六、内控机制风险370

七、监管风险371

八、人才风险372

九、产品风险373

十、展业方式和费用风险373

十一、资金运用风险376

十二、数据失真风险381

第二节产险公司长期产品的退保风险管理分析381

一、长期产品退保风险的危害381

二、长期产品退保风险的诱因分析383

三、长期产品退保风险的管理策略385

第三节新《保险法》环境中财产保险理赔的诉讼风险分析388

一、不可抗辩、弃权、禁止反言原则388

二、责任保险向第三人直接履行的义务390

三、理赔资料的收集与理赔时限394

第四节产险费率风险的分析及防范397

一、产险费率风险分析397

二、产险费率风险的防范400

第五节化解财产保险业风险的对策分析402

一、完善保险公司治理机制402

二、强化风险管控机制407

三、转变监管职能407

四、建立诚实可信的文化理念407

五、理性对待，正确引导408

六、创新产品，提升服务408

第十三章2019年中国中小型财产保险公司的发展分析410

第一节中小型财产保险公司成长的成功因素分析410

一、竞争战略定位410

二、经营范围战略410

三、目标战略411

四、组织流程设计411

五、维持安全的成长管理策略412

第二节制约中小型财产保险公司成长的现实问题413

一、战略导向不明确413

二、主业缺乏明显的差别化定位415

三、缺乏自主创新能力415

四、没有形成自身特色的营销体系415

五、基础管理薄弱416

第三节中小型财产保险公司的发展对策417

一、选择合适的竞争战略：差异化集中战略417

二、正确处理好不同管理层级的分权与集权关系417

三、建立适合自身实际的特色营销体系418

四、以目标战略为导向，做好产品的发展规划418

五、建立以集中处理为特征的信息管理系统419

六、在变革与稳定之间取得平衡419

第十四章2020-2026年中国寿险集团控股模式下产险经营的战略分析421

第一节寿险集团公司对产险经营战略的影响421

一、建立有效的治理结构	421
二、选择合适的集权分权模式	421
三、建立先进的企业文化	422
四、建立延伸产业价值链的运行机制	422
五、实现资源的融合与共享	423
六、创造业务的增值空间	423
第二节寿险股份公司在实施产险经营战略中的作用分析	424
一、确定产、寿险互动双赢的交叉销售战略	424
二、建立产、寿险互动共盈的庞大目标客户群	424
三、整合并完善产品供给体系	425
四、整合并强化渠道销售系统	425
五、整合并完善公司营运体系	426
六、整合并确定客观的效果评估体系	427
第三节寿险集团公司实施产险经营战略的有利条件分析	427
一、具有低成本进入市场的优势	427
二、具有新产品研发的优势	428
三、具有全方位配套服务保证的优势	428
四、有高效率发展的优势	428
第四节寿险集团公司实施产险经营战略的指导思想分析	429
一、以市场开拓为着力点	429
二、以互动交叉销售为手段	429
三、以个人业务作为主线	429
四、以多渠道建设为支撑	430
五、以人才开发为动力	430
第五节寿险集团公司实施产险经营战略的主要措施分析	430
一、推行延伸产业价值链的综合保险服务	430
二、建立以客户为导向的公司营运机制	431
三、培育快速反应的保险产品供给系统	431
四、完善便利化的保险渠道服务	431
五、加快高附加值产品业务领域的深度开发	432

图表目录：

图表12013—2019年国内生产总值季度累计同比增长率（%）
图表22013—2019年居民消费价格指数（上年同月=100）
图表32013—2019年恩格尔系数
图表42013—2019年工业增加值月度同比增长率（%）
图表52013—2019年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）
图表62013—2019年社会消费品零售总额月度同比增长率（%）
图表72013—2019年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）
图表82013—2019年全国财产保险保费收入及同比增速（单位：万元，%）
图表92019年财产保险公司原保险保费收入情况表单位：万元
图表102019年各月累计赔款给付额及结构
图表112013—2019年保险业累计赔付同比增速
图表122013—2019年人身险累计赔付同比增速
图表132013—2019年保险业累计赔付比率
图表142013—2019年人身险累计赔付比率
图表152019年财产保险公司原保险保费收入情况表(外资)
图表162019年财产保险公司原保险保费收入情况表(中资)
图表172019年保险业经营情况表
图表182019年北京财产保险保费收入情况表
图表192019年北京财产保险保费收入情况表
图表202019年上海财产保险保费收入情况表
图表212019年上海财产保险保费收入情况表
图表222019年广东（不含深圳）财产保险保费收入情况表
图表232019年广东财产保险保费收入情况表
图表242019年江苏财产保险保费收入情况表
图表252019年江苏财产保险保费收入情况表
图表262019年财产保险公司原保险保费收入情况表(外资)
图表272019年财产保险公司原保险保费收入情况表(中资)

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/164209.html>