

2023年中国保险行业概览

保险护航，稳步前行

共筑幸福长寿时代

2023 China Insurance Industry
中国保險產業

洞察 | 财富管理

OPPORTUNITY GROWTH INVESTMENT INSIGHTS

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

内容目录

1

保险业迎来财富管理机遇期

- 居民保险类资产分析（保险业发展现状）
- 居民保险类资产分析（细分产品分析-人身险&财产险）
- 居民保险类资产分析（保险机构分析）
- 居民保险消费人群分析（保险数量及保费）
- 居民保险消费人群分析（保险消费人群画像&核心关注点&痛点）
- 居民保险消费人群分析（高净值人群分析）
- 家庭保险保障现状及风险缺口分析（寿险&健康险&养老保险）
- HWP（健康财富规划师）市场信心调研

Chapter 1

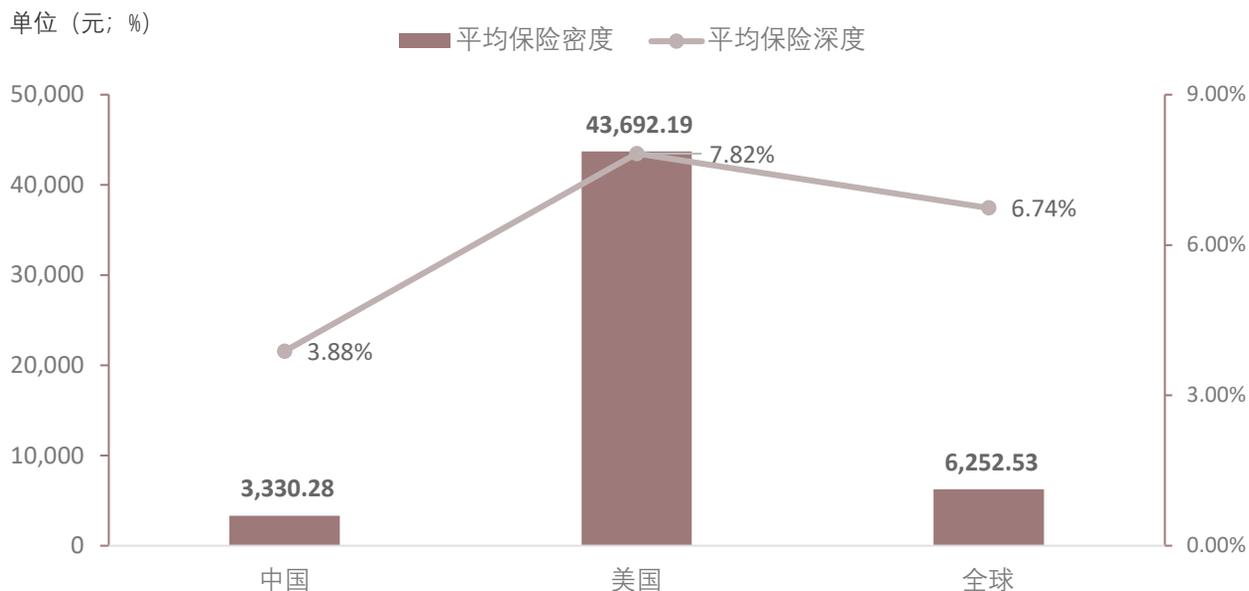
保险业迎来财富管理机遇期

- 居民保险类资产分析（保险业发展现状）
- 居民保险类资产分析（细分产品分析-人身险）
- 居民保险类资产分析（细分产品分析-财产险）
- 居民保险类资产分析（保险机构分析）
- 居民保险消费人群分析（保险数量及保费）
- 居民保险消费人群分析（保险消费人群画像）
- 居民保险消费人群分析（对保险产品的核心关注）
- 居民保险消费人群分析（保险消费人群痛点）
- 居民保险消费人群分析（高净值人群分析）
- 家庭保险保障现状及风险缺口分析（寿险）
- 家庭保险保障现状及风险缺口分析（健康险）
- 家庭保险保障现状及风险缺口分析（养老保险）
- HWP（健康财富规划师）市场信心调研

中国居民保险类资产分析——保险业发展现状

- 中国的保险市场潜力巨大，保险深度有望提高，保险密度仍低于全球平均水平，特别是养老保险市场具有广阔前景。年保费收入持续增长，尤其在养老保险领域，中国保险市场正处于蓝海市场阶段

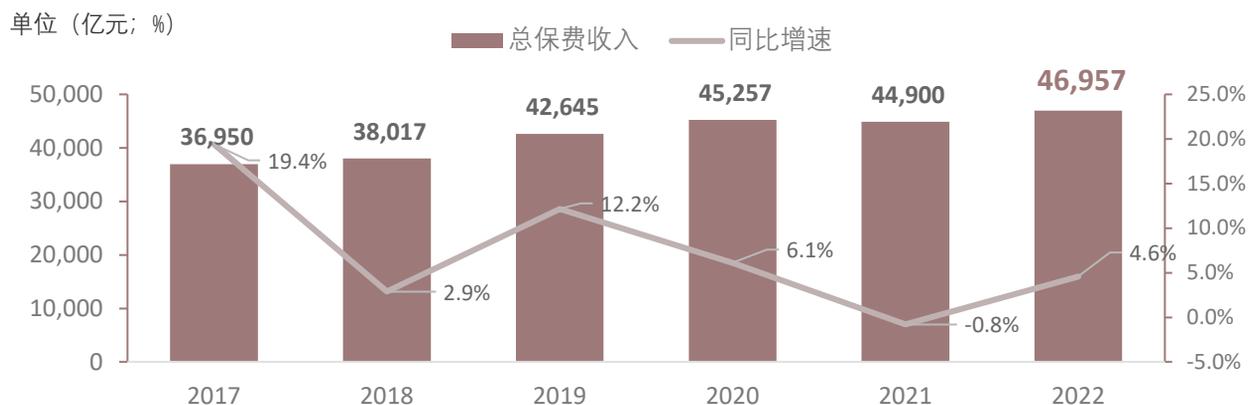
全球及中美保险密度和深度



中国的保险市场尚处于蓝海市场阶段，有大量潜在客户和市场份额待开发

目前，中国的保险深度为3.88%，相比全球的6.74%和美国的7.82%仍有较大的增长空间，表明市场需求和发展潜力巨大。此外，全球平均保险密度为6252.53元，而中国仅为3330.28元，相比美国的43,692.19元，中国的保险密度仅为美国的约1/13，仅达到全球平均水平的一半左右。因此，中国的保险市场尚处于蓝海市场阶段，市场成长潜力巨大。特别是随着中国迎来长寿时代，养老保险作为蓝海市场中的一片蓝海，正处于投资风口期，具有广阔的发展前景。

中国总保费收入和增速



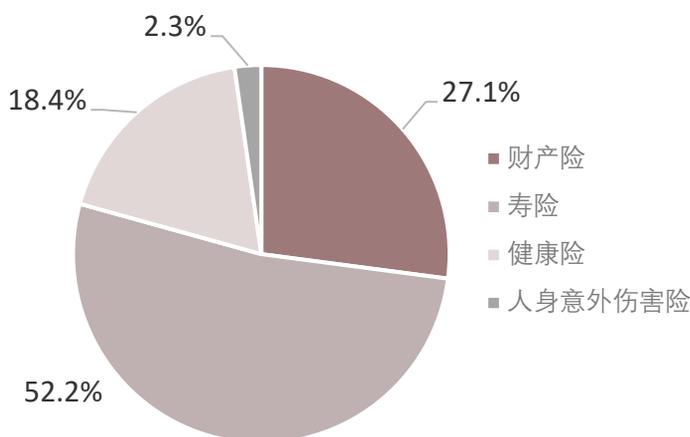
来源：国家统计局，银保监会，中国保险年鉴，头豹研究院

（接上页——保险业发展现状）

- 中国年保费收入呈现波动上涨态势，在2017年至2022年期间，年复合增长率达到了5.4%。预计在保险市场改善和养老保险需求增长的背景下，保费收入将继续增长

当前中国年保费收入呈现波动上涨态势，随着中国保险市场机制的逐渐完善，中国总保费收入将继续保持增长态势。这一趋势可以从过去几年的数据中得到验证。2022年中国年保费收入达到了46,957亿元，比前一年增长了5.4%。而在2017年至2022年期间，中国年保费收入的复合增长率也达到了5.4%。此外，随着中国社会的人口老龄化趋势不断加剧，养老保险成为新的需求增长点。这一趋势尤其在近年来表现得越来越明显。由于长寿时代的到来，人们对于退休后的生活保障需求不断增加，因此养老保险成为了热门的投资选择。预计在未来，随着中国保险市场的发展和人口老龄化趋势的加剧，养老保险将成为中国保险市场的重要增长点，进一步推动中国总保费收入的增长。

中国保费收入结构



- 中国保险市场寿险占比最高，反映出居民对家庭和个人经济及健康保障的重视

目前，中国的保险市场呈现出不同险种保费占比的多样性。其中，寿险保费在保费收入结构中占比最大，达到了52%。这反映了随着中国人口结构进入老龄化阶段，养老保险需求的增加趋势。随着人口老龄化的进一步加剧，人们对退休后生活的保障需求越来越高，因此养老保险市场的发展前景广阔。与此同时，财产险保费也呈稳步增长趋势，占比为27%。这主要是因为中国经济的迅速发展，企业和个人对财产损失的保障需求逐渐上升。此外，随着人们生活水平的提高和城市化进程的加速，与汽车相关的保险、住房保险等险种也得到了快速发展，进一步推动了财产险市场的发展。另外，健康险保费增速较快，反映了中国居民对个人健康保障的重视。这与人们健康意识的提高和医疗费用的上升有关。随着医疗费用的不断上涨和人们对健康的关注度提高，越来越多的消费者开始选择购买健康险产品，以获得更好的医疗保障。总体来看，人身险（包括寿险和健康险）在保费收入结构中占据主导地位。这是因为人身险产品提供了家庭经济保障和个人健康保障，具有较高的保障性质。因此，无论是在寿险市场还是健康险市场，人身险产品都占据了较大的市场份额。同时，随着中国居民对保险的认识和需求的提高，人身险市场的发展前景仍然广阔。

来源：国家统计局，银保监会，中国保险年鉴，头豹研究院

中国居民保险类资产分析——细分产品分析（人身险）

- 寿险保费收入在2017年至2022年间波动上涨，达到2.45万亿。健康险市场显著增长，反映居民对健康保障的关注增加。人身意外险市场规模较小，但随着对意外风险的认知提高，市场有望进一步扩展

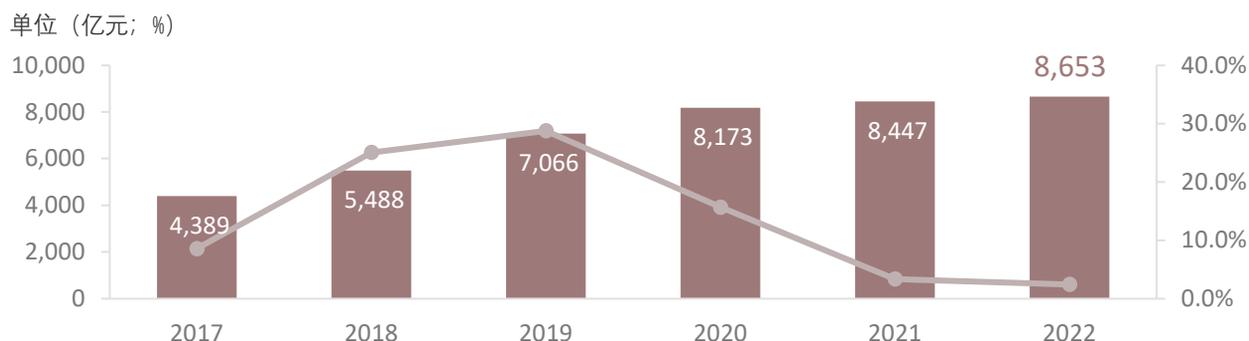
中国寿险收入规模及增速



完整版登录www.leadleo.com
 搜索《2023年中国保险行业概览：保险护航，稳步前行，共筑幸福长寿时代》

■ 中国寿险产品在2017年至2022年间波动增长，反映了居民对长期保障的需求。尽管在过去几年中，寿险市场经历了一定的波动，但整体趋势依然向好。随着中国进入老龄化社会，居民对养老保障的需求日益增加，寿险市场将迎来持续增长的长期。2022年中国寿险保费收入达到2.45万亿，突显了市场的潜力和重要性。这也将激励寿险行业继续创新，提供更多符合养老保健需求的产品。

中国健康险收入规模及增速



- 中国的健康险市场呈现显著增长，逐渐占据保险结构的重要地位，反映了人口老龄化趋势下居民对个人健康保障的增强关注

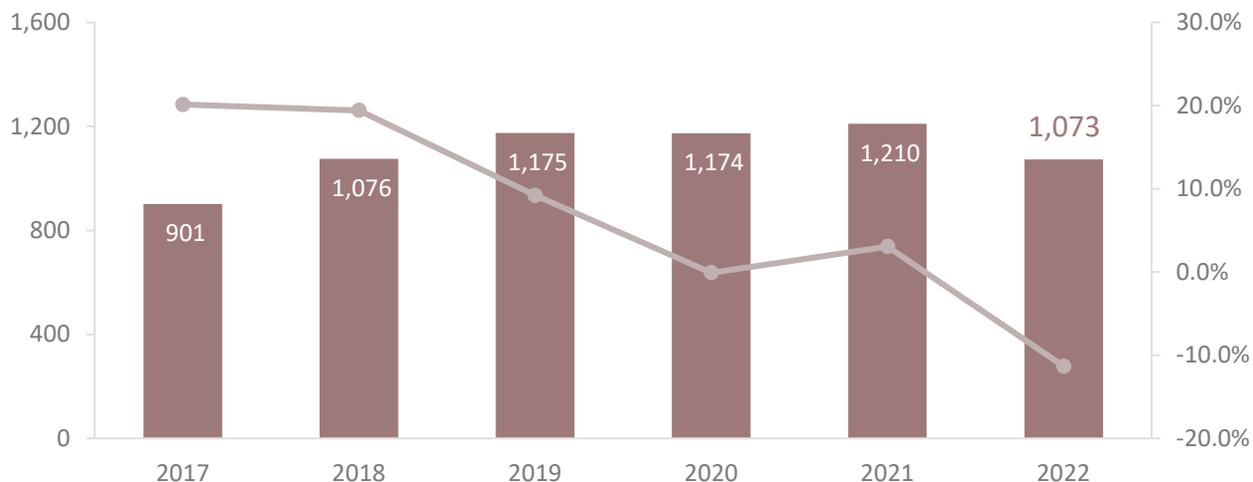
健康险在中国人身险市场中表现出了显著的增长势头，未来有望成为保险结构的重要组成部分。从2017年到2022年，中国健康险与寿险收入的比重逐渐从1:4.9降至1:2.83，这反映出随着中国进入长寿时代，居民对个人健康保障的关注程度不断提高。这一趋势表明健康险市场具有巨大的增长潜力，因为人们更加重视自身健康和医疗保障，愿意购买健康险产品来满足这些需求。随着医疗费用不断上涨和人们健康意识的提高，健康险预计将继续成为中国保险市场的亮点。

来源：银保监会，头豹研究院

（接上页——细分产品分析（人身险））

中国人身意外险收入规模及增速

单位（亿元；%）



- 中国的人身意外险市场规模相对较小，但具有重要地位和意义，随着人们对意外风险的认知提高，市场有望进一步扩大

中国的人身意外险市场规模相对较小，与寿险和健康险相比存在差距。该险种主要保障意外伤害事件，但由于大众对这类风险的认知相对较低，导致对其重要性易被忽视。这种情况限制了人身意外险的发展。尽管规模相对较小，但人身意外险在保险行业和社会中扮演着重要角色。它对于社会风险转移和保障民生具有重要意义。因此，促进人身意外险的发展对于保险行业和整个社会都至关重要。根据银保监会2022年的数据，人身意外险的市场规模为1.07万亿元。虽然与寿险和健康险的市场规模相比显得较小，但其在保险行业的影响不容忽视。

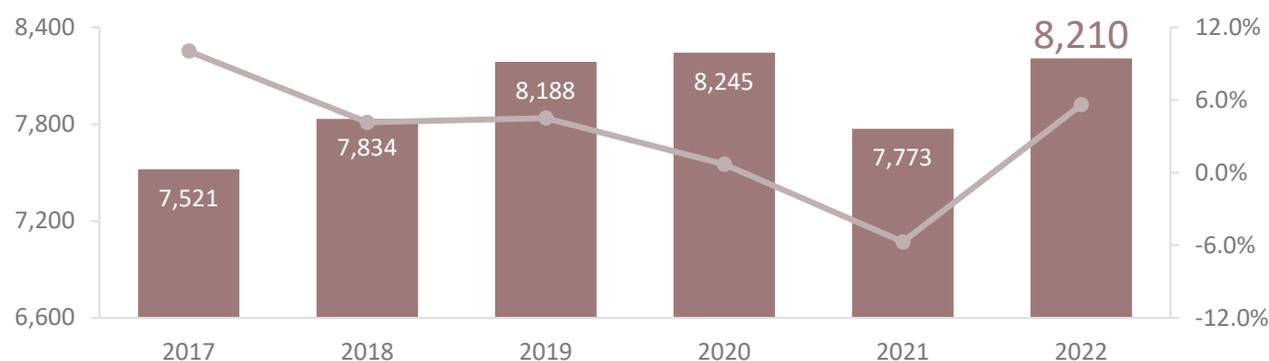
来源：银保监会，头豹研究院

中国居民保险类资产分析——细分产品分析（财产险）

- 车险市场占据主导地位，市场份额达50.1%。2022年，企业财产险保费收入553亿元，反映了全球化风险意识和保险创新的影响。同时，责任险市场因法律规定和诉讼文化等因素的推动而扩大

中国车辆险收入规模及增速

单位（亿元；%）

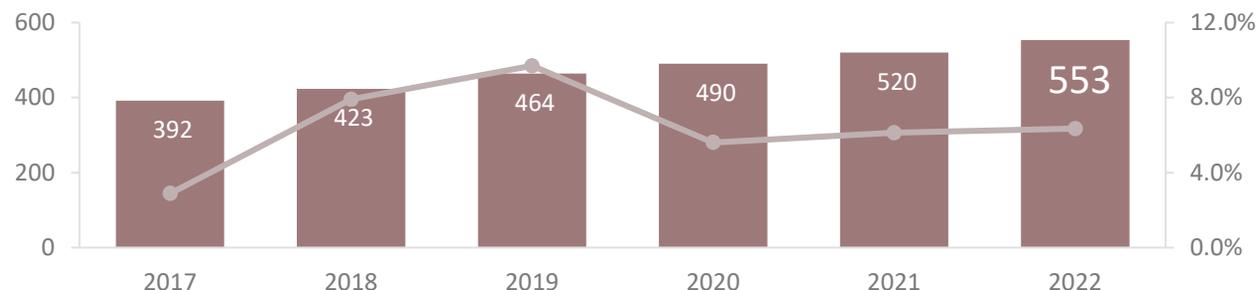


- 中国车辆险在财产险领域占主导地位，2022年车辆险保费收入占比50.1%，因为它直接关联车辆购置、交强险，并满足居民对车辆风险的高防范需求

目前，中国车辆险在财产险领域占据主导地位，这一趋势在2022年尤为明显，中国车辆险保费收入占财产险保费收入的比例达到了50.1%。这种现象的根本原因在于车辆险与车辆购置和车辆交强险直接相关，并且大多数居民在对车辆驾驶的风险有较高的防范意识。因此，绝大多数居民都会选择在购买车辆交强险的基础上，额外购买更高保额的车辆险，使得中国车辆险成为财产险领域中最主要的保费来源。

中国企业财产险收入规模及增速

单位（亿元；%）



- 2022年，中国企业财产险市场规模达到553亿元，因经济增长、严格法规、全球化风险意识提高和保险产品创新，市场持续增长

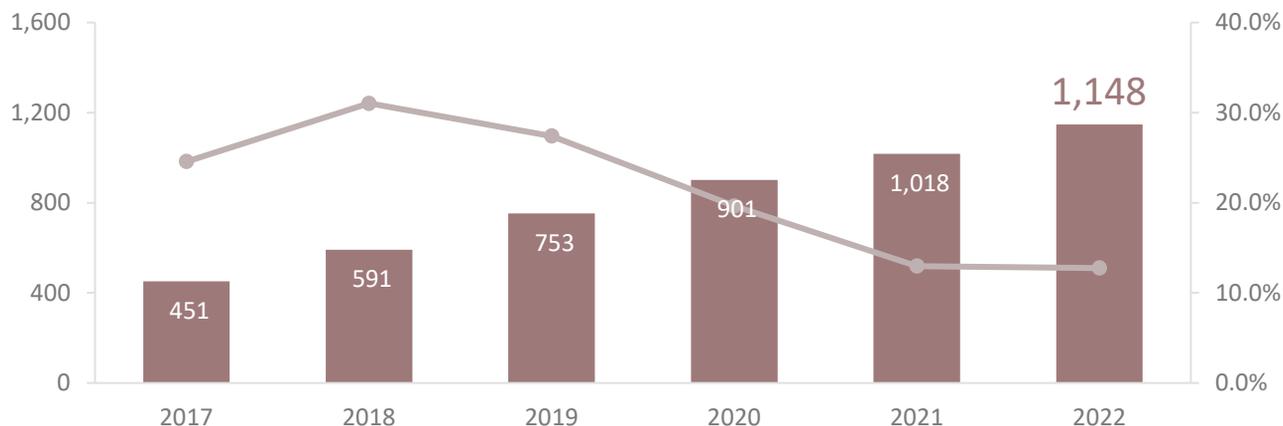
2022年，中国企业财产险市场规模达到553亿元，受到经济持续增长、行业法规的严格要求、全球化经营风险意识提高以及财产保险产品创新等多重因素的影响，该市场保持稳定增长。企业购买财产险是为了保障资产免受火灾、水灾、盗窃等风险的影响，并且政府监管机构的要求推动了企业对风险管理和保险保障的重视。全球化经营风险的上升也促使企业寻求跨国风险保护，同时，不断创新的财产保险产品为企业提供了更多灵活的选择，促进了市场的增长。

来源：银保监会，国家统计局，头豹研究院

（接上页——细分产品分析（财产险））

中国责任险收入规模及增速

单位（亿元；%）



- 2022年，中国责任险市场规模达到1148亿元，受法律法规严格、消费者权益保护意识提高、企业社会责任关注和诉讼文化兴起等因素推动，该市场呈现出高速增长态势

首先，中国社会经济的不断发展导致了法律法规对企业和个人责任要求的提升。这意味着企业在其经营过程中需要承担更多潜在的责任风险，如意外伤害或财产损失。因此，购买责任险成为企业和个人保护自身免受法律诉讼和赔偿风险的有效方式。

其次，消费者的权益保护意识日益增强。消费者对产品和服务的质量要求更高，他们越来越注重自身权益的保护。这促使企业更加谨慎地考虑将发生的责任问题，并主动购买责任险来降低潜在的经济风险。

此外，企业社会责任（CSR）成为商业实践中越来越重要的一环。企业越来越关注其对环境、社会和经济的影响，而这也伴随着一系列的潜在责任风险。责任险为企业提供了在履行社会责任时的额外保护，鼓励企业更积极地承担社会责任。

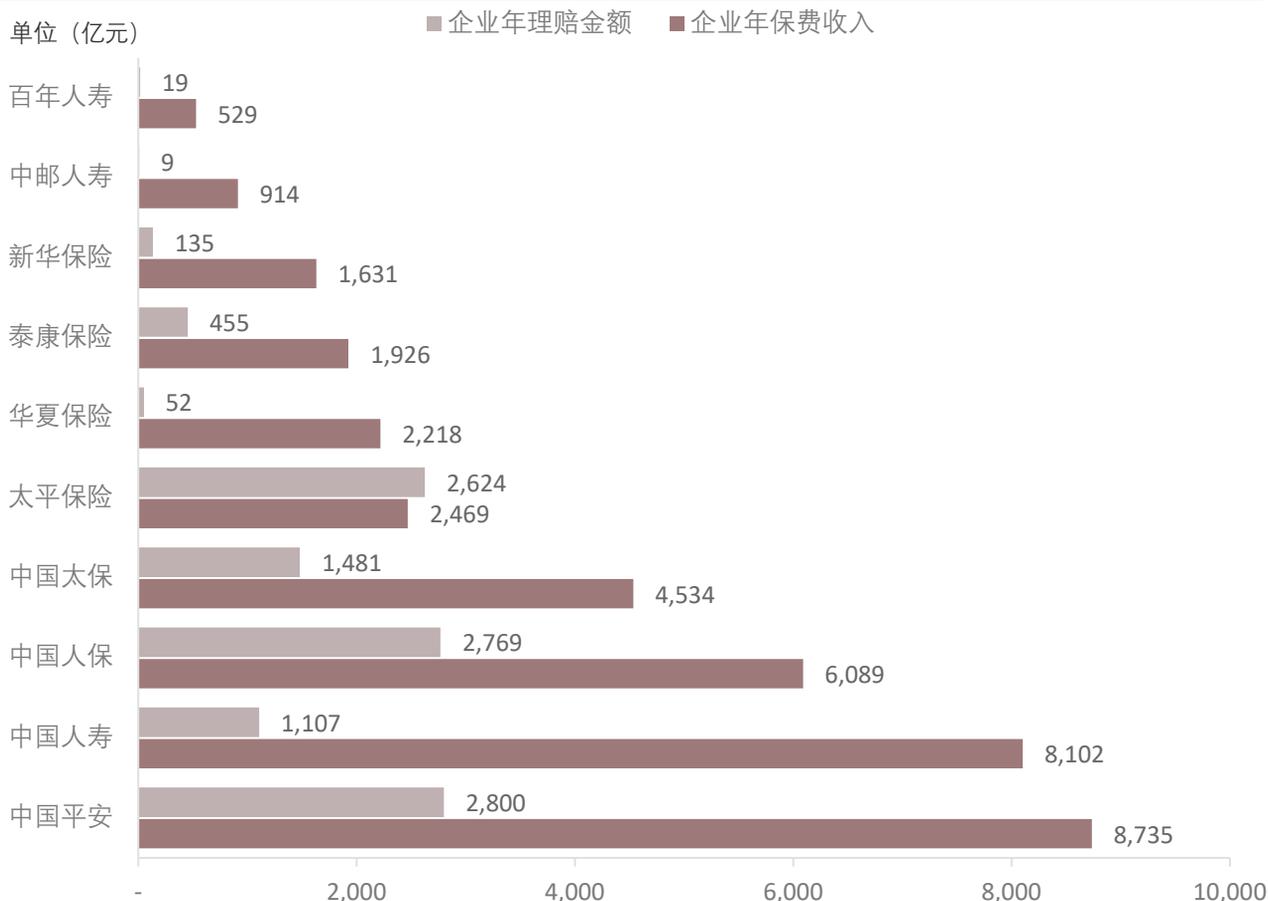
最后，诉讼文化的兴起也加剧了责任险市场的需求。个人和企业更加倾向于通过法律途径来维护自身权益，这增加了法律诉讼和赔偿责任。购买责任险不仅可以为企业提供法律保护，还有助于降低潜在的法律成本。

来源：银保监会，头豹研究院

中国居民保险类资产分析——保险机构

- 中国保险市场高度集中，前四大保险公司占据91.95%市场份额。其中中国平安和中国人寿领先。太平保险、华夏保险和泰康人寿等机构在保险产品创新方面表现出色

中国保险财富管理机构收入理赔情况



- 中国保险市场集中度高，中国平安和中国人寿占据绝对份额，同时，太平保险、华夏保险和泰康人寿等公司在产品和模式创新上表现突出

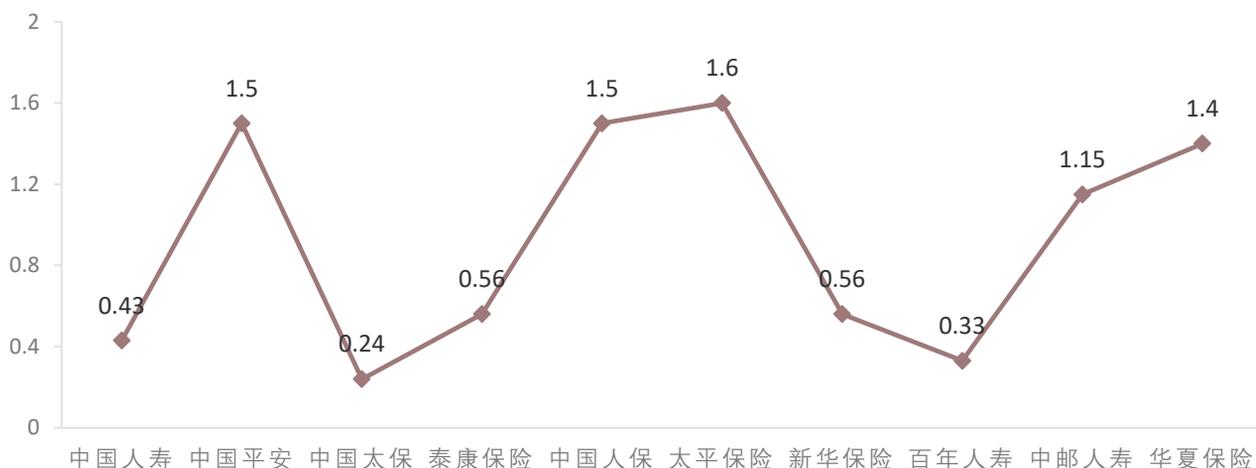
中国保险行业的市场集中度非常高，CR4达到了91.95%，这表明前四大保险公司占据了市场的主导地位。其中，中国平安和中国人寿的市场份额分别占据了34%和39%，这表明它们在保险行业中占据了绝对的领先地位。这种市场结构将是由于这些大型保险公司在品牌、网络、资金和技术等方面的优势所导致的。在第二梯队中，太平保险、华夏保险和泰康人寿等保险公司表现突出。这些公司在保险产品设计、保险模式创新等方面具有一定的优势，例如年金、万能和投资联结型产品的开发。这些创新产品能够更好地满足消费者的需求，提升保险公司的竞争力。未来，随着养老保险第三支柱的作用日益突出，中国保险市场有望涌现更多企业和创新产品。以泰康人寿为例，该公司通过泰康在线的互联网+产品赋能方式，快速提升理赔效率，精准实施数据定位，提高客户良好的保险服务体验。这种互联网+的模式能够更好地满足消费者的需求，提升保险公司的服务质量和效率。

来源：东方财富，上海证券交易所，深圳证券交易所，头豹研究院

（接上页——保险机构市场结构分析）

中国保险财富管理机构理赔时效

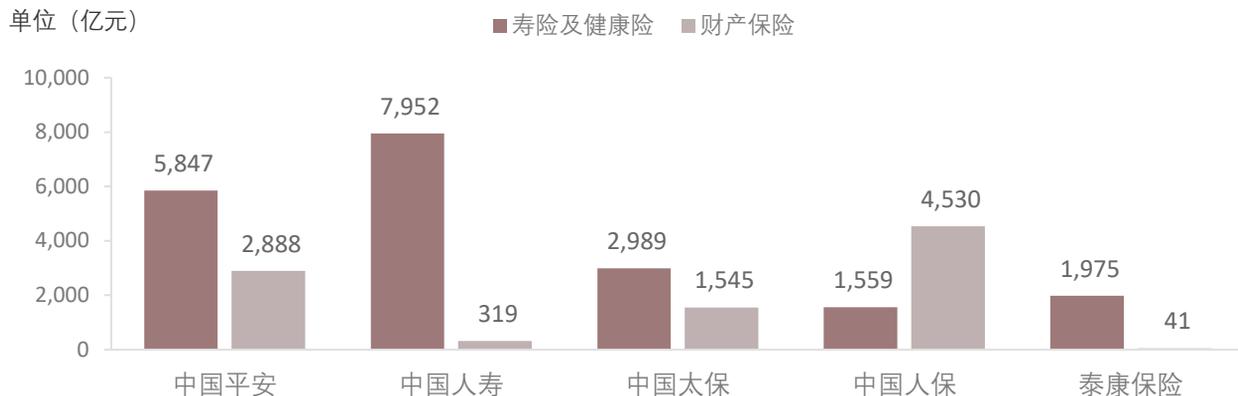
单位（天）



- 保险理赔时效被认为是评价保险机构服务质量的关键指标之一，因为它全面反映了保险公司在响应速度到赔付过程中的效率。对于消费者而言，迅速、高效、便捷的理赔服务至关重要，直接影响到他们的权益和满意度。有市场代表性的10家保险公司（包括中国平安、中国太保、泰康保险、中国人保、太平保险、新华保险、百年人寿、中邮人寿、华夏保险）的平均保险理赔时效仅为0.92天

中国保险财富机构主要产品规模

单位（亿元）



- 随着中国进入深度老龄化社会阶段，居民健康保健需求日益提高，寿险和健康险将成为未来保险市场主要核心产品

随着中国社会老龄化的不断深化，老年人口的数量和比例都在逐年上升，老年人成为了一个庞大的社会群体。同时，随着居民生活水平的提高和健康意识的增强，对健康保健的需求也日益增长。在这种情况下，保险类产品中的寿险和健康险将成为未来保险市场的主要核心产品。根据企业产品收入构成的数据，中国人寿的寿险和健康险收入规模已经达到了7,952亿元，占据了市场的领先地位。紧随其后的是中国平安、中国太保、泰康保险和中国人保，其寿险和健康险收入规模分别为5,847亿元、2,989亿元、1,974.99亿元和1,559.4亿元，呈现出明显的梯队特征。从收入构成的角度来看，这些保险公司都在积极发展寿险和健康险业务，但市场份额和收入规模存在一定的差异。这将与公司的战略定位、产品创新、市场营销等因素有关。

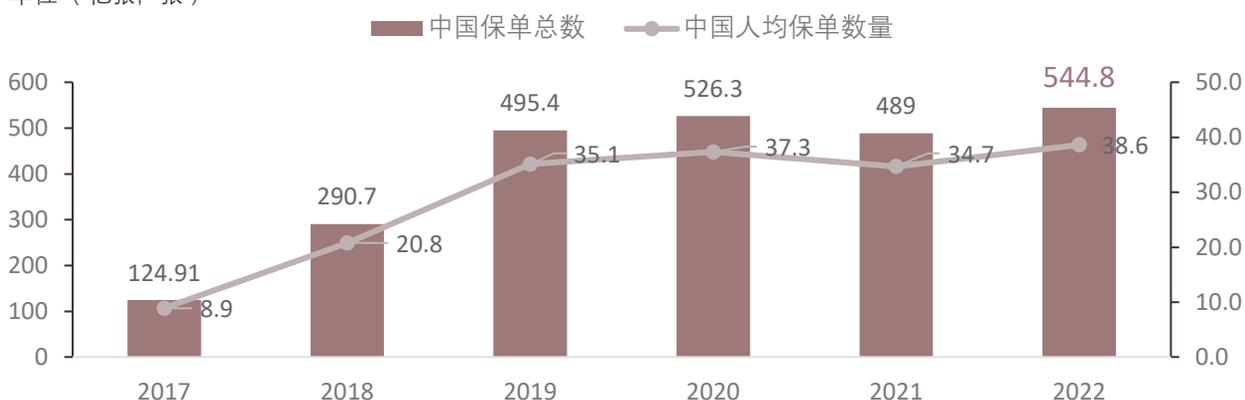
来源：东方财富，上海证券交易所，深圳证券交易所，头豹研究院

中国居民保险类消费人群分析——保险数量及保费

- 中国人均保单数量不断创新高，2022年达到每人38.6张，反映了中国保险市场的稳健增长。同时，寿险表现出最高单件平均保费，35,535元，反映了寿险的保险责任最为广泛

中国保单数量及人均保单数量

单位（亿张，张）



- 2017至2022年，中国的保单发行数量表现出波动上升的趋势，人均保单数量不断创新高，2022年达到每人38.6张，创下历年新纪录

2017至2022年，中国的保单数量呈现出波动上升的趋势，这一数据趋势引发了广泛的关注。然而，更令人鼓舞的是，人均保单数量连续跨越新的高度，于2022年达到38.6张，创下历年最高纪录。这不仅反映了中国保险市场的稳健增长，还反映了人们对风险保障和未来的更高期望。这一趋势的背后，有着多方面的驱动因素。首先，中国正在经历一个长寿时代，人口老龄化问题逐渐显现。这意味着人们需要更多的财务保障，以确保晚年生活的质量。其次，人口增速放缓，这意味着保险市场的竞争更加激烈，保险公司需要不断创新，提供更多多样化的保险产品，以满足不同人群的需求。

中国寿险单件平均保费

单位（元）

■ 单件保费



- 中国寿险表现出最高的单件平均保费，达到了35,535元

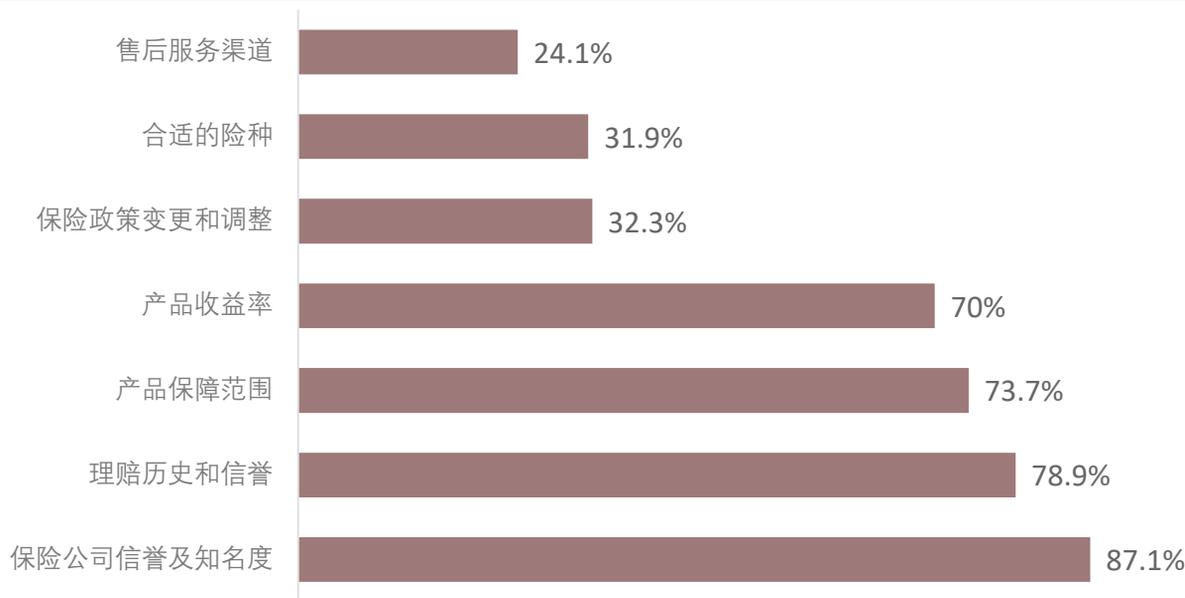
在各种保险类型中，寿险是单件平均保费最高的，达到了35,535元。这是因为随着年龄的增长，不论是疾病还是意外事件发生的概率都会增加，从而带来了更高的风险。因此，寿险公司需要支付的理赔款项在所有保险种类中是最高的，因此保费也相应地较高。这反映了寿险的保险责任更加广泛，覆盖了更多的风险因素，因此需要更高的保费来确保保险公司能够满足潜在的理赔需求。

来源：银保监会，国家统计局，头豹研究院

中国居民保险类消费人群分析——对保险产品的核心关注

- 居民对保险产品关注的核心点主要集中在保险公司信誉及知名度、理赔历史和信誉、产品保障范围以及收益率情况。这些核心关注点反映了居民对保险产品安全性和收益性的高度重视

中国居民对保险产品的核心关注



- 根据调研数据，居民在选择保险产品时最关注保险公司信誉、理赔历史、保障范围和产品收益率，这反映了居民对保险可信度和服务质量的高度重视

根据调研数据，居民对保险产品的核心关注点主要集中在保险公司的信誉及知名度、理赔历史和信誉、产品保障范围以及保险产品的收益率情况。其中，关注度最高的是保险公司的信誉及知名度，占比达到87.1%。这表明居民在选择保险产品时，更倾向于选择有良好声誉和知名度的保险公司，认为这样的保险公司更可靠，能够提供更可靠的保险服务。

其次，理赔历史和信誉也是居民关注的重点，占比为78.9%。居民希望通过了解保险公司的理赔历史和信誉情况，来判断该保险公司是否能够履行承诺并提供及时有效的理赔服务。因此，良好的理赔历史和信誉对于保险公司来说至关重要。

第三，产品保障范围是居民关注的另一个重要因素，占比为73.7%。居民希望购买的保险产品能够提供全面的保障，覆盖各种风险，以应对将发生的意外事故或疾病。因此，保险公司在设计和推广保险产品时需要充分考虑到不同人群的需求，提供多样化的产品保障范围。

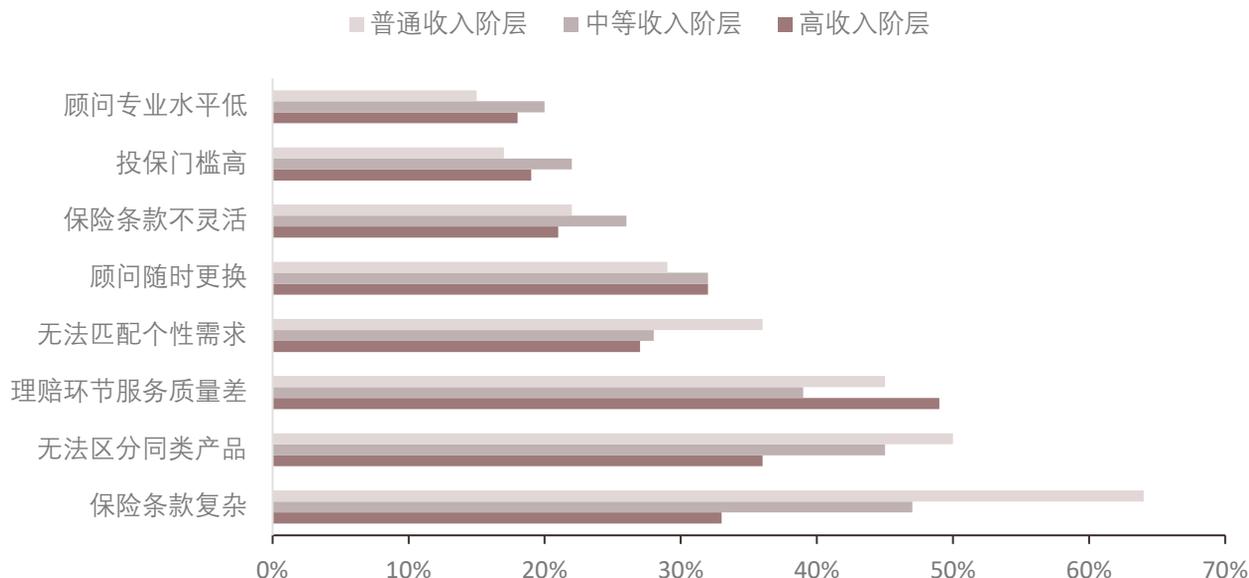
最后，保险产品的收益率情况也是居民所关注的，占比为70%。虽然居民更看重保险产品的保障功能，但对于投资型保险产品来说，收益率的情况也会影响到他们的购买决策。因此，保险公司在宣传和销售保险产品时，需要综合考虑产品的风险保障和收益情况，以满足居民的多元化需求。

来源：银保监会，国家统计局，头豹研究院

中国居民保险类消费人群分析——保险消费人群痛点

- 一线城市的高收入群体关注保险理赔服务、保险条款复杂性和产品同质化。中等收入群体关注保险回报和投保限制，而普通收入群体更关心保险产品形态和灵活性。不同人群有不同的保险需求

中国保险消费人群痛点分析（根据不同收入阶层）



高收入阶层在保险消费中主要痛点：

- **对理赔服务的不满，认为其质量较差。**这是因为高收入人群通常购买较高额度的保险，一旦需要理赔时，期望得到更快速、更顺畅的服务，而当实际体验与期望不符时，就易感到不满
- **对复杂的保险条款感到困扰。**高收入人群会购买多样化的保险产品，其中保险条款更加复杂，需花费更多时间来理解和管理
- **感受到产品同质化问题的困扰。**市场上很多高端保险产品将在保障范围和服务方面相似，导致高收入人群难以找到真正符合其需求的独特产品

中等收入阶层在保险消费中主要痛点：

- **不满意保险产品的回报，感觉得不到足够的利益。**中等收入人群将更注重保险产品的性价比，如果他们感觉保费相对较高而回报不够吸引人，就会产生不满。
- **投保时的约束使其感到不便，限制了选择。**中等收入人群将会受到一定的经济压力，因此希望保险产品更加灵活，以满足不同的需求和预算。

普通收入阶层在保险消费中主要痛点：

- **关注保险产品的形态，包括保险条款、同质性、以及保险条款内容的灵活度等方面。**普通收入人群将更注重保险产品是否符合其实际需求，因此关注产品的具体形态和内容

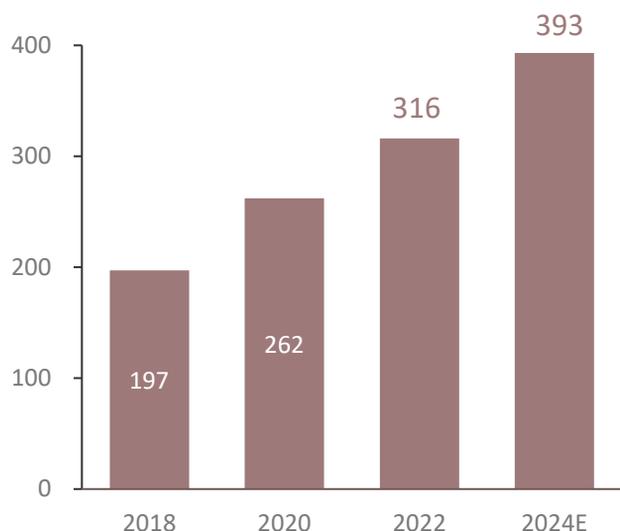
来源：银保监会，国家统计局，头豹研究院

中国高净值人群保险配置——高净值人群分析

- 2022年中国高净值人群数量达到316万人，可投资资产总额为101万亿元人民币，预计到2024年将增至127万亿元人民币。其中，企业主占比最大，达到20%，而企业董事会和高级管理层占比为14%

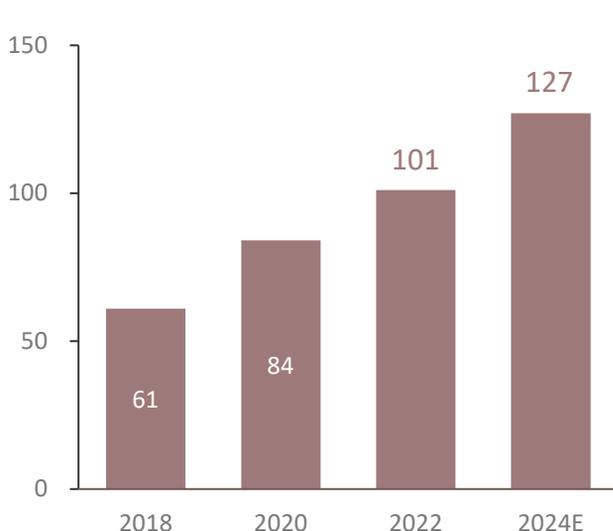
中国个人可投资产超过1千万人数

单位（万人）



中国高净值人群可投资产规模

单位（万亿元）

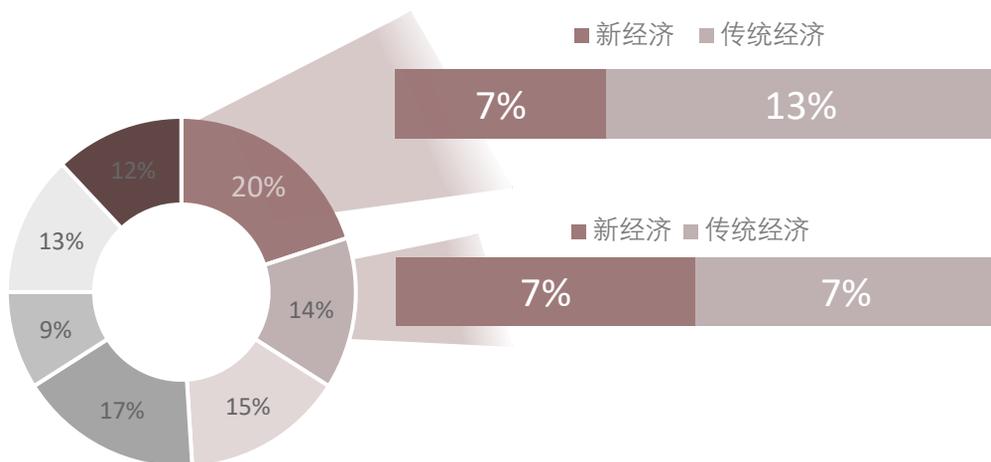


- 2022年中国的高净值人群数量已达到316万人，相较于2020年增加了约54万人，而其持有的可投资资产总额为101万亿元人民币，预计到2024年将进一步增至127万亿元人民币

中国高净值人群职业分布

单位（%）

- 创富一代（企业主）
- 董监高（公司董事、监事、高级管理层）
- 职业经理人（非董监高）
- 专业人士
- 继承二代
- 家庭经营者（全职太太）
- 其他

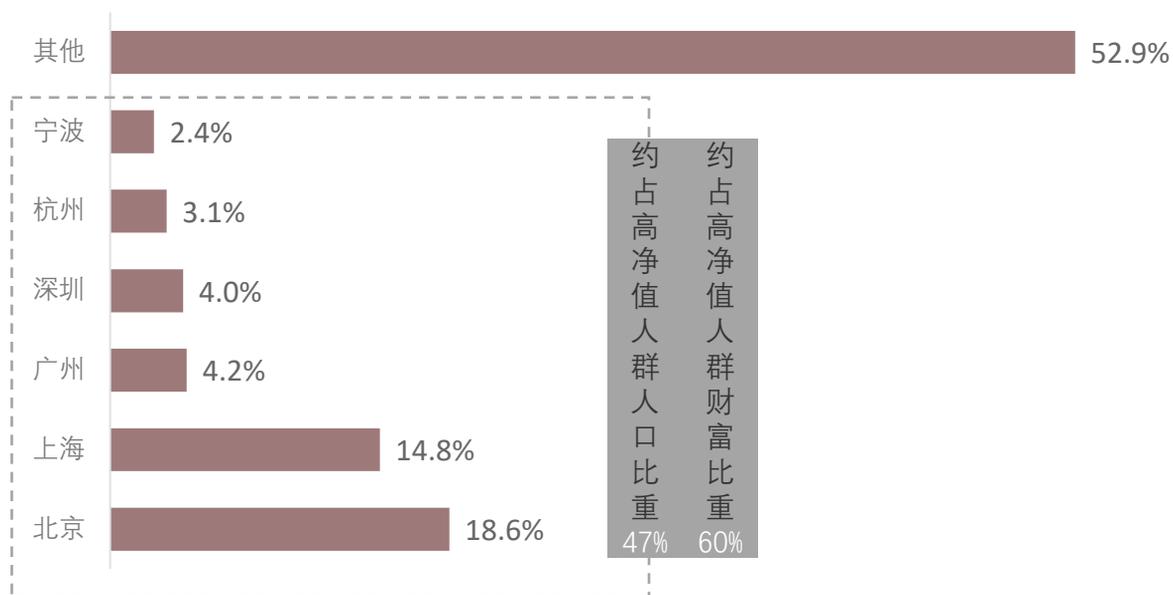


- 中国高净值人群的职业分布中，企业主占据了最大的比例，达到了20%。其次是企业董事会和高级管理层，占比为14%。当涉及到他们所属的经济领域时，企业主主要集中在传统经济领域，占比为13%。这种现象在企业董事会和高级管理层中有所下降

来源：胡润百富，招商银行，贝恩，头豹研究院

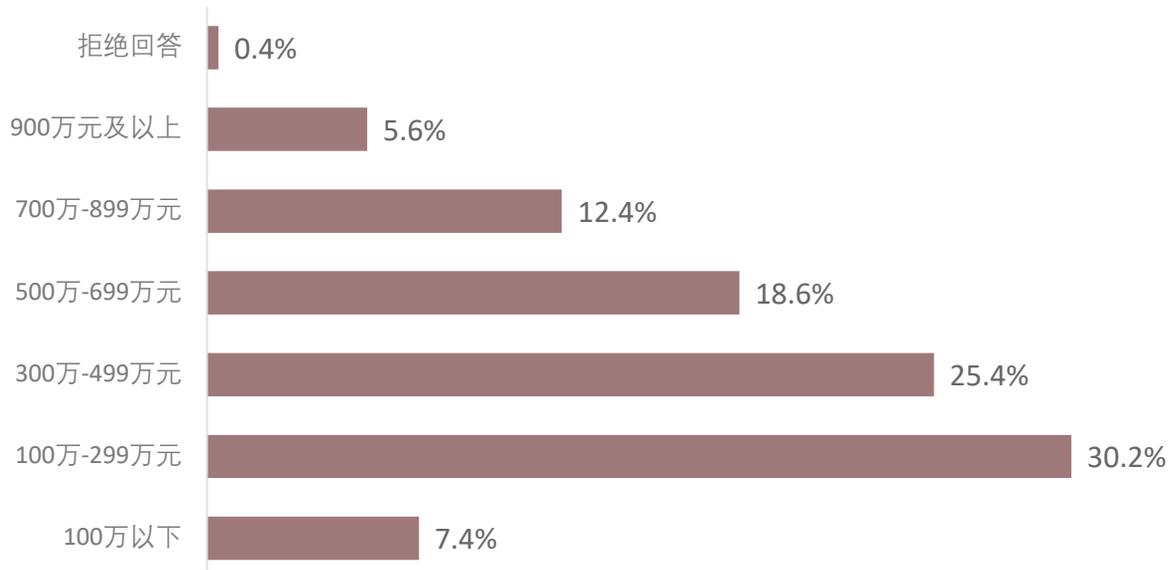
（接上页——高净值人群分析）

中国高净值人群区域分布



- 2022年，北京、上海、广州、深圳这四个一线城市集中了大部分的高净值人群，约占全国高净值人群总数的47%。而其所持有的可投资资产也占据了全国高净值人群财富的大部分，占比约为60%。这表明一线城市在高净值人群的分布和财富集中方面具有显著的影响力

中国高净值人群个人收入结构



- 在中国高净值人群中，个人年收入的平均水平达到了432.6万元。其中，收入在100-299万元区间的人群占比最高，达到了30.2%。这表明中国的高净值人群具有相当高的年收入，并在其可支配资产中占据了重要比重。随着高净值人群的不断增长，其金融需求和投资行为也将对财富管理行业产生深远的影响

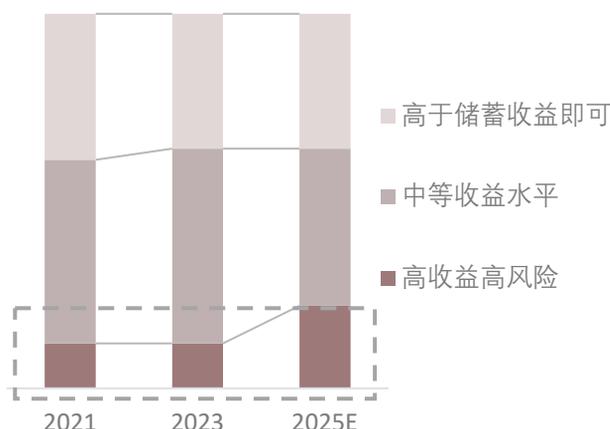
来源：胡润百富，招商银行，贝恩，头豹研究院

（接上页——高净值人群分析）

中国高净值人群综合需求

类别	2021	2023
确保财富安全	26%	27%
财富传承	11%	11%
增加资产	18%	17%
国际及国内资产配置	12%	9%
子女教育	14%	14%
生活体验	9%	11%
个人职业/公司成长	7%	8%
慈善及社会责任	2%	3%

中国高净值人群资产配置偏好



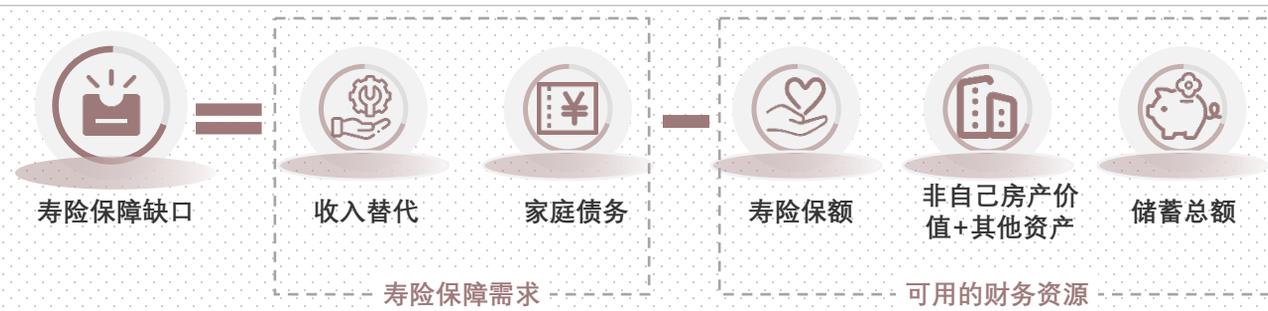
- 中国高净值人群目前的主要财富目标是确保财富的安全，占据2023年高净值人群综合需求的27%。与此同时，他们对个人生活品质的需求持续增加，更加关注个人事业/企业的发展，并增加了对慈善和社会责任的重视。然而，与之相反的是，他们对境内外资产配置的需求出现下降
- 目前，中国高净值人群展现出对风险的谨慎态度，88%的人保持适中或较低的风险偏好。这一趋势主要受到全球经济不确定性和金融市场波动的影响。然而，预计到2025年，更多高净值人群将逐渐调整其风险偏好，朝着稳健但寻求进一步增长的方向迈进。这种变化受到经济形势演变、金融市场发展和投资机会等多种因素的影响。高净值人群的风险偏好修复会带来更广泛的投资领域和更大的资本流动，对中国经济和金融市场产生积极影响

来源：胡润百富，招商银行，贝恩，头豹研究院

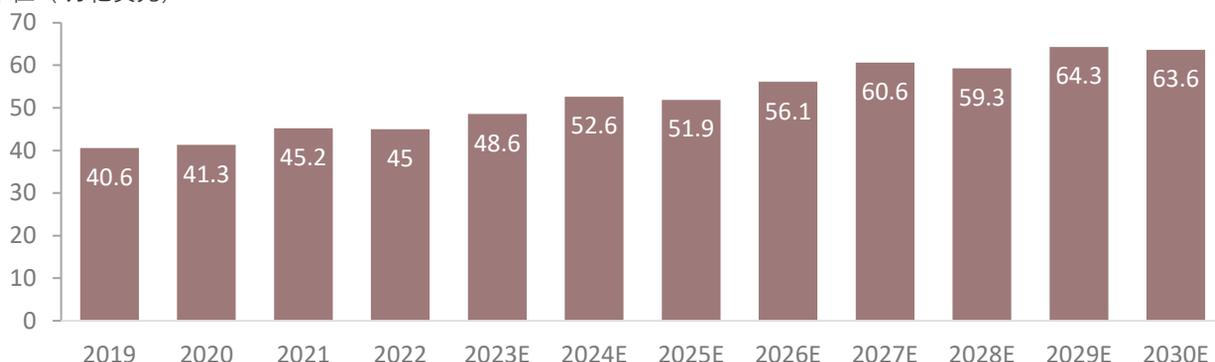
中国家庭保险保障现状及风险缺口分析——寿险

- 中国寿险缺口来自多个因素，包括人口老龄化、劳动年龄人口减少、风险溢价增长和较低的平均保险密度。预计寿险缺口将以每年5%的增长率扩大，到2030年达到63.6万亿美元

中国寿险保障缺口规模及预测，2019-2030E



单位（万亿美元）



- 近两年来，结婚率和生育率的下降以及全面老龄化的趋势对中国寿险市场构成了新的挑战。预测，中国的寿险缺口将以每年约5%的增长率逐渐扩大，到2030年，预计寿险缺口规模将达63.6万亿美元

在弥合保障缺口的前提下，中国寿险保费预期规模，2019-2030E

单位（十亿美元）

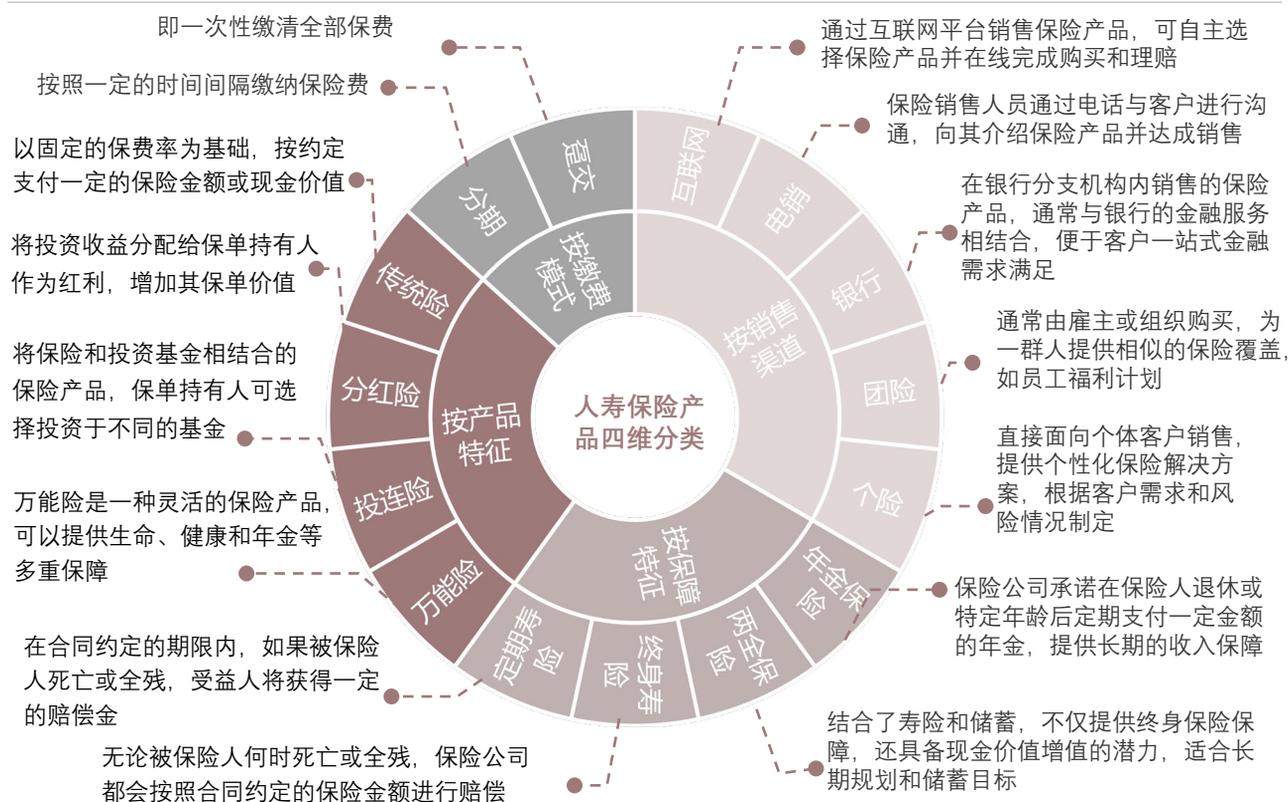


- 考虑到中国的预期寿命、预期收入、人口增速以及寿险费率等多个因素，预计到2030年，弥合中国寿险保障缺口每年可以增加1,909亿美元的寿险保费收入，从而成为重要的家庭死亡风险保障资金来源

来源：Swiss Re Institute，头豹研究院

(接上页——寿险)

中国寿险产品市场结构



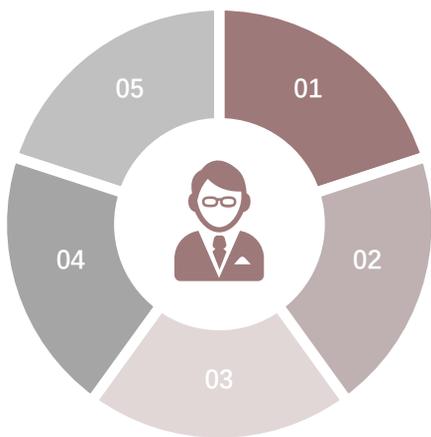
影响中国寿险行业发展的因素

经营策略短视

目前, 大多数寿险公司在业务推广上存在一定的盲目性, 追逐年度任务完成, 通过各种竞赛和激励活动等快速扩张业务规模

产品结构失衡

寿险公司产品结构失衡, 偏向投资类产品, 较少关注保障和长期储蓄产品, 主要原因是风险保障认知不足, 以及部分客户更看重投资需求, 导致保费与保额相近, 结果保险购买者缺乏实际保障



信息不对称

因为社会诚信体系不健全, 保险公司对被保险人信息有限, 同时被保险人对保险知识较少, 导致逆向选择、欺诈等问题, 进一步增强了客户对保险公司的不信任感, 将导致规范公司退出市场

个险营销困难

中国保险覆盖率低, 普通大众了解保险需求主要依赖保险代理人。传统保险代理制存在人员流动大、招聘难、素质不达标等问题, 导致销售人员的专业水平参差不齐

缺乏战略一致性

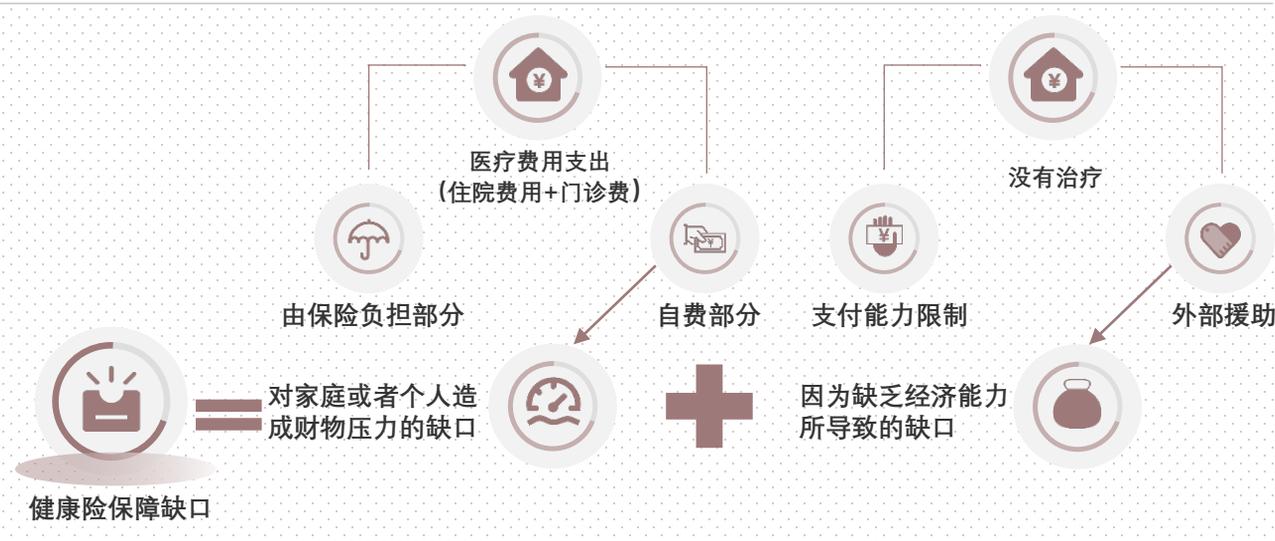
众多寿险公司面临管理层更迭频繁, 导致经营决策无法一以贯之, 产品结构调整频繁, 甚至一年数变

来源: Swiss Re Institute, 知乎专栏, 头豹研究院

中国家庭保险保障现状及风险缺口分析——健康险

- 中国的健康险保障缺口在2022年已达到2.25万亿元人民币，预计到2025年将进一步增至2.5万亿元人民币。然而，在医疗费用方面，商业健康险的保障作用仍然非常有限，仅占非医保费用的10%

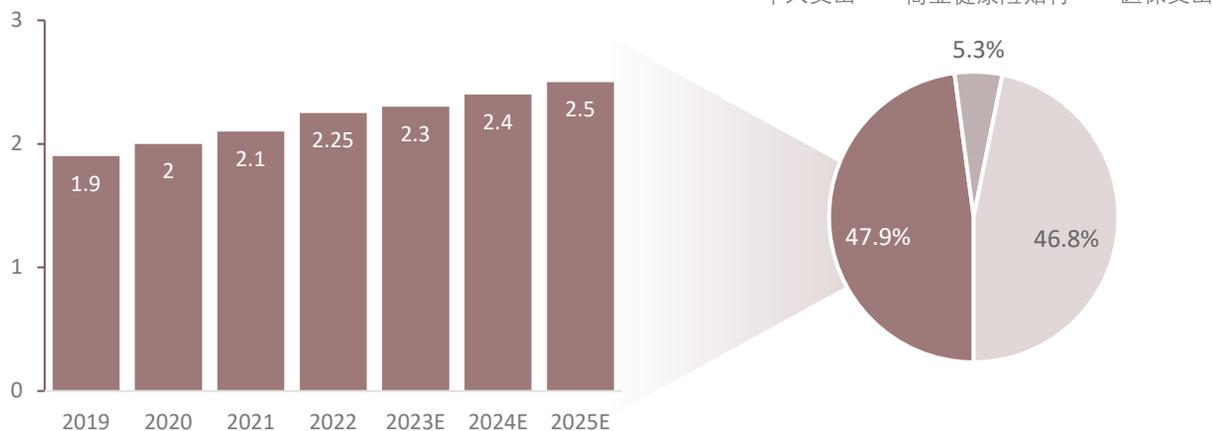
中国寿险保障缺口规模及预测，2019-2030E



中国健康险保障缺口规模及预测，2019-2025E

中国医疗支出结构，2019-2025E

单位 (万亿元)



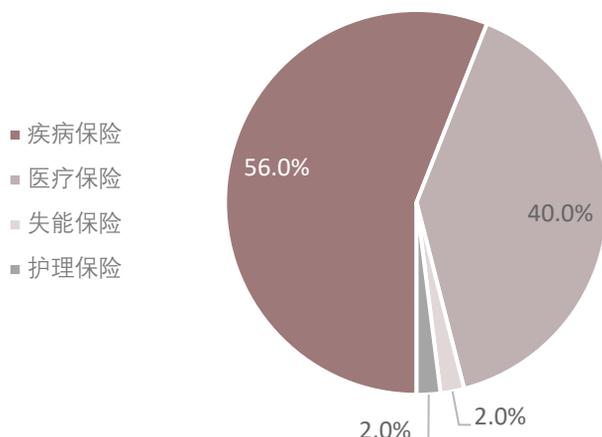
商业健康险在医疗费用方面的保障作用仍然非常有限，仅占非医保费用10%

2022年，中国健康险保障缺口规模已达2.25万亿元人民币，预计到2025年将增至2.5万亿元人民币。然而，在当前商业保险市场中，商业健康险对医疗支出的赔付支出比例仅占直接医疗支出的5%以及非医保部分的10%。这种局面主要由于赔付重点集中在重大疾病领域。因此，各保险公司应积极推进产品创新和升级，扩展保障范围，提高保障水平，以满足社会和个人对医疗保障的不断增长的需求。这将有助于满足市场潜力，并为保险行业创造更大的增长机会。

来源：专家访谈，Swiss Re Institute，麦肯锡，头豹研究院

（接上页——健康险）

中国健康险产品市场结构



- 商业健康险市场呈现出疾病保险（56%）和医疗保险占据主导地位、失能保险和护理保险逐步发展的趋势

中的商业健康险领域，主要涵盖了四种产品领域，分别是疾病保险、医疗保险、失能保险以及护理保险。其中，疾病保险和医疗保险产品规模增长较快，占据了市场的主要份额。2022年，疾病保险市场份额达到了56%，而医疗保险紧随其后，占据了40%的市场份额。相比之下，失能及护理保险产品仅占健康险行业总市场的4%。尽管失能及护理险的增长速度目前较为缓慢，但越来越多的保险公司已经认识到开发创新型产品的重要性，以满足广大人民群众多层次的健康保障需求。

中国健康险各价值环节痛点



需求理解：难以准确捕捉客户健康需求和趋势，导致产品不符合市场需求

创新挑战：新型健康险产品开发和不断更新需要大量投入和创新，难以跟上市场变化

法规复杂性：涉及医疗法规和隐私法规，需遵守复杂的法规和监管要求

教育和意识：顾客对健康险的了解和意识不足，需大力宣传和教育

客户信任：建立客户对健康险产品的信任是挑战，尤其是涉及个人健康信息的产品

市场竞争：健康险市场竞争激烈，需要寻找差异化的销售策略

数据获取：获取客户健康信息和风险评估所需数据面临难以获取的问题

反欺诈：防止欺诈行为需要复杂的核保和调查过程

风险评估：准确评估不同年龄和健康状况的客户是挑战

理赔效率：理赔流程将复杂，需要提高效率以满足客户需求

健康管理：提供个性化健康管理服务需要投入

数据安全：处理客户健康数据需要严格的安全措施，以防数据泄漏和滥用

来源：专家访谈，Swiss Re Institute，头豹研究院

中国家庭保险保障现状及风险缺口分析——养老保险

- 中国养老金缺口的根本原因包括人口结构不均衡、养老三大支柱结构的不平衡，以及养老基金的投资回报率未达预期水平。这些因素共同作用，导致了养老金面临巨大的财务压力

中国与美国养老体系资产比较，2021

	名称	第一支柱	第二支柱	第三支柱	合计	占GDP比例
中国	规模 (万亿美元)	6.397	4.4	0.17047	10.97	\
	占总资产比重	58.33%	40.12%	1.55%	100%	9.59%
美国	规模 (万亿美元)	2.852	22.9	16.5	42.3	\
	占总资产比重	6.75%	54.2%	39.05%	100%	20.3%

完整版登录www.leadleo.com
 搜索《2023年中国保险行业概览：保险护航，稳步前行，共筑幸福长寿时代》

中国的养老体系侧重于政府提供的养老金积累，这导致两国在养老体系资产构成上存在显著差异。

中国和美国养老体系资产构成对比显示，中国的第一支柱（政府养老金）占比高达58.33%，而美国的这一比例仅为6.75%。相反，美国的第二支柱（企业和个人养老金储蓄）占比最高，达到54.2%，而中国仅为40.12%。

这表明个人自愿储蓄和投资养老金的意愿相对较低。与此不同，美国的养老体系中，第一支柱占比较低，仅为6.75%，主要由社会保险（如社会安全金）构成。第二支柱占比最高，达到54.2%，代表着企业和个人的养老金储蓄，而第三支柱占比为39.05%，表明美国个人更愿意自主管理和投资养老金。

中国养老金缺口分析

中国的养老第一支柱，在2021年出现了7,000亿元缺口，预测到2030年，将达到8-10万亿元

人口结构的失衡

2022年，中国65岁及以上老年人口超过2.1亿，占总人口的13.5%。尽管老龄化趋势加剧，但年轻人却普遍不愿意生育，导致人口增长急剧下降。

2022年，中国的赡养率已超过20%，完整版登录www.leadleo.com

年将达到33.6% 搜索《2023年中国保险行业概览：保险护航，稳步前行，共筑幸福长寿时代》

赡养率（65岁以上人口/15-65岁人口）



养老基金投资回报不足

2021年中国社保基金的资产总额达到30,198.10亿元，但其投资收益额仅为1,131.80亿元，投资收益率为4.27%

来源：专家访谈，清华大学，财政部，全国社会保险基金理事会，头豹研究院

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

头豹研究院简介

- ◆ 头豹是中国领先的原创行企研究内容平台和新型企业服务提供商。围绕“协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：**报告/数据库服务、行企研报服务、微估值及微尽调自动化产品、财务顾问服务、PR及IR服务**，以及其他企业为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的增长咨询服务等
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



备注：数据截止2023

四大核心服务

研究咨询服务

为企业提供**定制化报告服务、管理咨询、战略调整**等服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项评选**、行业白皮书等服务

企业价值增长服务

为处于不同发展阶段的企业，提供与之推广需求相对应的“**内容+渠道投放**”一站式服务

园区规划、产业规划

地方产业规划，**园区企业孵化服务**