2020-2026年中国农村社会养老保险产品行业市场供需规模及投资策略研究报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国农村社会养老保险产品行业市场供需规模及投资策略研究报告》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：https://www.chyxx.com/research/201911/804524.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联 系 人: 刘老师

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

农村社会养老保险，是指为了保障农村劳动者年老时的基本生活，由政府主管部门负责组织和管理，农村经济组织、集体事业单位和各行业劳动者共同承担养老保险费缴纳义务，劳动者在年老时按照养老保险费缴纳状况享受基本养老保险待遇的农村社会保障制度。

“新农保”,是实现党中央提出的到2020年建立覆盖城乡居民的社会保障体系;是促进消费、拉动内需的重要举措。

2018年底，我国保险机构数量达235家，保费收入和总资产分别为3.8万亿元、18.33万亿元，保险密度2724元/人，保险深度4.22%，保险营销员队伍超过800万人。保险市场规模先后超过德国、法国、英国、日本，全球排名升至第二位，在世界500强中有7家中国内地的保险公司，成为全球最重要的新兴保险市场大国。

2016-2018年中国保险业总资产及增长情况

智研咨询发布的《2020-2026年中国农村社会养老保险产品行业市场供需规模及投资策略研究报告》共十三章。首先介绍了中国农村社会养老保险产品行业市场发展环境、农村社会养老保险产品整体运行态势等，接着分析了中国农村社会养老保险产品行业市场运行的现状，然后介绍了农村社会养老保险产品市场竞争格局。随后，报告对农村社会养老保险产品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国农村社会养老保险产品行业发展趋势与投资预测。您若想对农村社会养老保险产品产业有个系统的了解或者想投资中国农村社会养老保险产品行业，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 新产品入市调查方案
第一节 调查项目概述
一、市场调查目的
二、市场背景资料
三、市场调查对象
四、市场调查内容
五、市场调查程序
第二节 调查研究方法
一、调查研究方法
二、样本抽取方法

三、问卷设计方法
四、数据收集方法
五、数据分析技术
第二章 新产品初步市场描述
第一节 新产品构思
一、主要功能
二、产品开发
三、潜在购买者
四、销售模式
第二节 新产品初步市场描述
一、产品包装
二、产品理念
三、产品价格
四、产品定位
五、目标市场
六、消费特征
七、市场供需
第三章 新产品目标市场调查
第一节 目标市场现状
一、市场总体规模
二、市场增长率
三、市场前景
第二节 目标市场调查
一、新产品目标市场调查
二、目标市场的供需调查
三、市场总额与份额调查
四、目标市场政策调查
第三节 总结
第四章 新产品用户行为调查
第一节 农村社会养老保险产品的功能及消费者关注的因素
一、农村社会养老保险产品功能

保险对象的权益 1

投保人在交费期间身亡者，个人交纳全部本息，退给其法定继承人或指定受益人。2投保人领取养老金，保证期为十年。领取养老金不足十年身亡者，保证期内的养老金余额可以继承。无继承人或指定受益人者，按农村社会养老保险管理机构的有关规定支付丧葬费用。领取

者超过十年长寿者，支付养老金直至身亡为止。3保险对象从本县（市）迁往外地。若迁入地尚未建立农村社会养老保险制度，可将其个人交纳全部本息退给本人。4投保人招公、提干、考学等农转非，可将保险关系（含资金）转入新的保险轨道，或将个人交纳全部本息退还本人。
二、消费者关注度
三、价格敏感度
第二节 目标市场终端消费者调查
一、消费动机
二、消费心理
三、使用习惯及态度
四、消费偏好
五、信息来源及传播状况
第三节 购买行为与消费者的影响因素
一、消费者需求与状态
二、个人因素与购买行为
三、地域因素（产地因素）与购买行为
四、文化因素与购买行为
五、社会影响与购买行为
六、消费者的购买决策
第四节 重点区域市场调查
第五节 消费者的需求与建议
第五章 新产品渠道调查
第一节 新产品渠道状况调查
一、渠道的建设规划
二、合作态度
三、渠道实力
四、渠道控制能力
第二节 竞争品和互补品的渠道调研
第三节 渠道策略
一、新产品渠道设计要点
二、渠道设计的基本原则
三、新产品渠道整合策略
四、新产品渠道推进步骤
第六章 新产品竞争状况调查
第一节 同类产品调查

一、市场格局
二、同类产品功能
三、同类产品质量
四、同类产品价格
五、同类产品优缺点
第二节 竞争对手调查
一、主要竞争对手
二、竞争对手销售收入及份额
三、竞争对手研发实力
四、竞争对手渠道实力
五、竞争对手品牌实力
六、竞争对手的优劣势
第三节 竞争策略研究
一、竞争品的市场定位
二、新产品与竞争品存在的共性和差异性
三、竞争对手的实力和各个层面的竞争反击
四、市场介入机会与威胁
五、新产品的市场定位
六、新产品的竞争策略
第七章 市场调查数据分析
第一节 调查的主要统计结果
第二节 调研数据及其分析
第八章 产品评估研究
第一节 产品与市场需求契合度
第二节 产品定位研究
一、产品的定位
二、产品的战略使命
三、在企业产品群中的地位
第三节 产品的资源匹配度
一、资源配置
二、渠道匹配度
三、推广费用、宣传费用
第九章 市场评估研究
第一节 市场潜力
第二节 市场资源

第三节 市场能否打造为样板市场、明星市场
第十章 渠道商评估研究
第一节 渠道商的经营能力
第二节 渠道商的经营重点
第三节 渠道商的经营理念
第十一章 营销团队评估研究
第一节 新产品推广经验
第二节 营销团队考核
第三节 团队是否有冲劲
第四节 团队人员优势互补情况
第十二章 综合分析
第一节 新产品入市检验调查
第二节 评判因素的评语级别
第三节 模糊综合评判方法
第四节 风险与对策
第五节 综合评判
第十三章 结论与建议（ZY GXH）
第一节 调查研究结论
第二节建议
一、建议
二、方案
三、步骤（ZY GXH）
图表目录：
图表：不同收入水平消费者偏好调查
图表：不同年龄的消费者偏好调查
图表：不同性别的消费者偏好调查
图表：不同地区的消费者偏好调查
图表：不同性别的消费者偏好调查
图表：农村社会养老保险消费结构分析
图表：农村社会养老保险消费的市场变化
图表：消费者对行业品牌认知度宏观调查
图表：消费者对行业产品的品牌偏好调查
图表：消费者对行业品牌的首要认知渠道
图表：消费者经常购买的品牌调查
图表：农村社会养老保险行业品牌忠诚度调查

图表：农村社会养老保险行业品牌市场占有率调查

更多图表见正文……

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201911/804524.html