

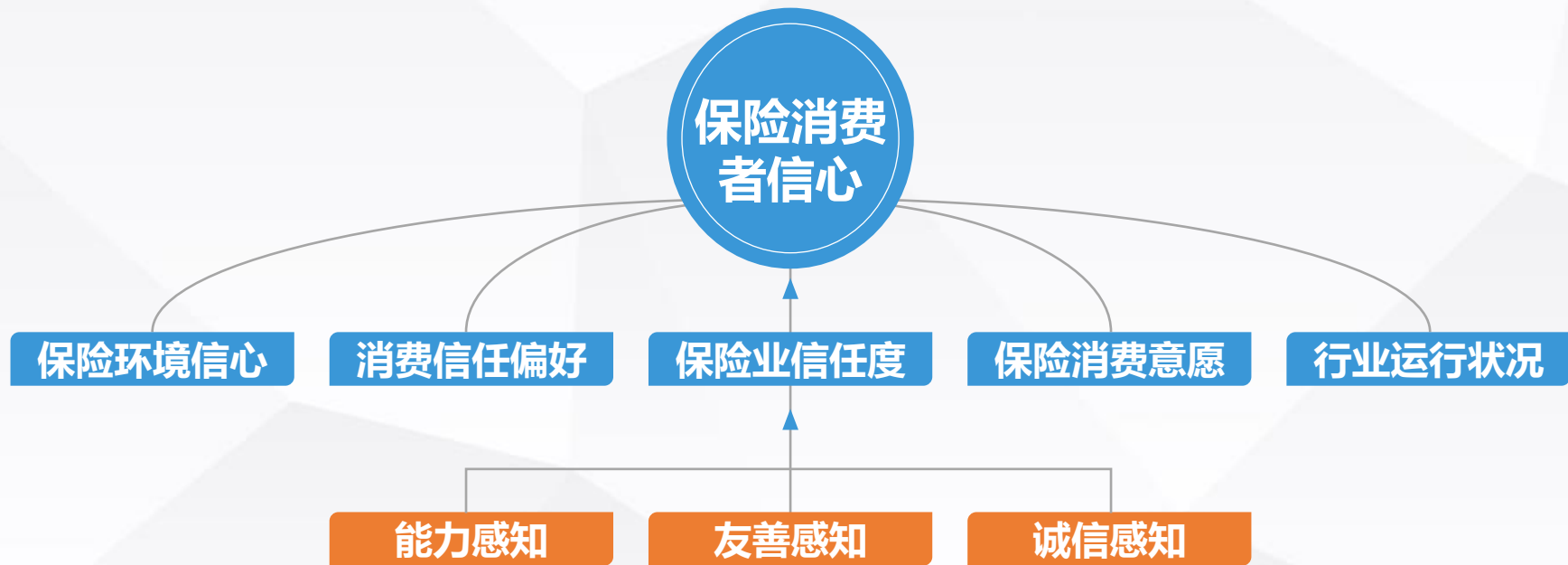
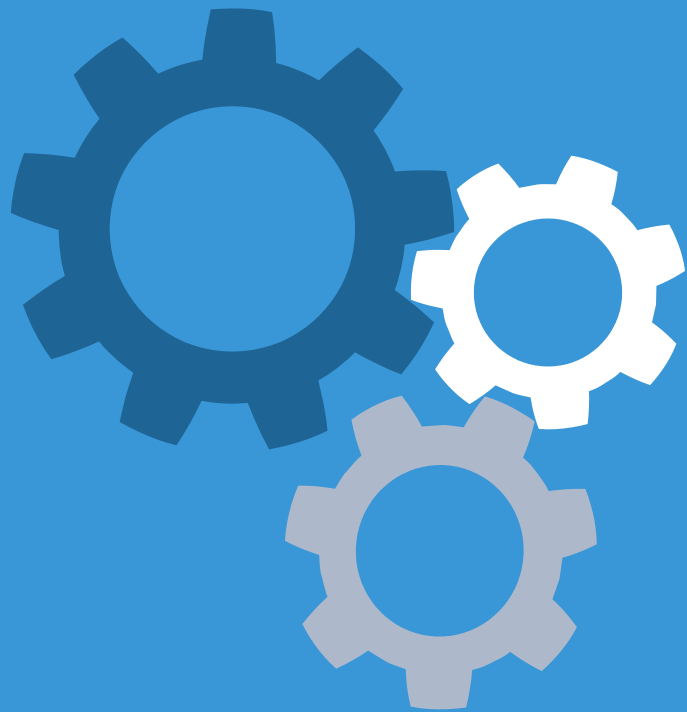
# 2015

## 指数水平

- 2015年，中国保险消费者信心指数为**69.2**，比中性值50高出38.4%，显示保险消费者信心较强。
- 在错综复杂的国际国内经济金融形势下，我国保险业主动适应经济发展新常态，加大对实体经济发展的支持力度和改善民生保障方面的支撑作用，保险深度密度稳步提升，保险保障范围逐步扩大，保险行业服务质量日益改进，保险消费者权益保护措施力度不断加大，指数水平呼应了保险业稳中有进、稳中向好的发展局面。
- 与尼尔森发布的2015年第四季度中国消费者信心指数相比较，2015年中国保险消费者的信心水平更为强劲乐观。

保险消费者信心指数取值范围为0-100，50为中性值，指数大于50时，保险消费者信心指数偏向乐观。指数值越高，表示保险消费者信心越强。85-100为信心很强，65-85为信心较强，50-65为信心平稳，35-50为信心较弱，15-35为信心不足，0-15为信心匮乏。

# 保险消费者信心 度量模块



# 分项指标解读

## 保险环境信心：保险消费者对行业发展预期较乐观

消费者对保险环境的信心包括对宏观经济形势和保险业发展的预期以及保险行业环境感知。2015年，保险消费者的保险环境信心为61.8，信心平稳。

1

### 从外部宏观经济预期看

➤ 国民经济运行面临下行压力，GDP增速稳中趋缓，保险消费者对经济发展预期和投资理财预期均持谨慎乐观态度。

2

### 从保险行业发展预期看

➤ 一系列与消费者利益直接相关的利好政策相继出台，保险消费者感受到保险业的蓬勃发展，对行业发展预期较为乐观，集中表现在对保险行业发展规范以及客户增长预期信心较强。

3

### 从保险行业环境感知看

➤ 保险消费者对保险行业的认知和关注程度逐渐提升，自身的成熟度和保障维权意识日益增强。被访者对保险行业投诉和维权渠道建设的信心较强，超过半数的被访者对保险行业的诚信度与透明度比较满意。

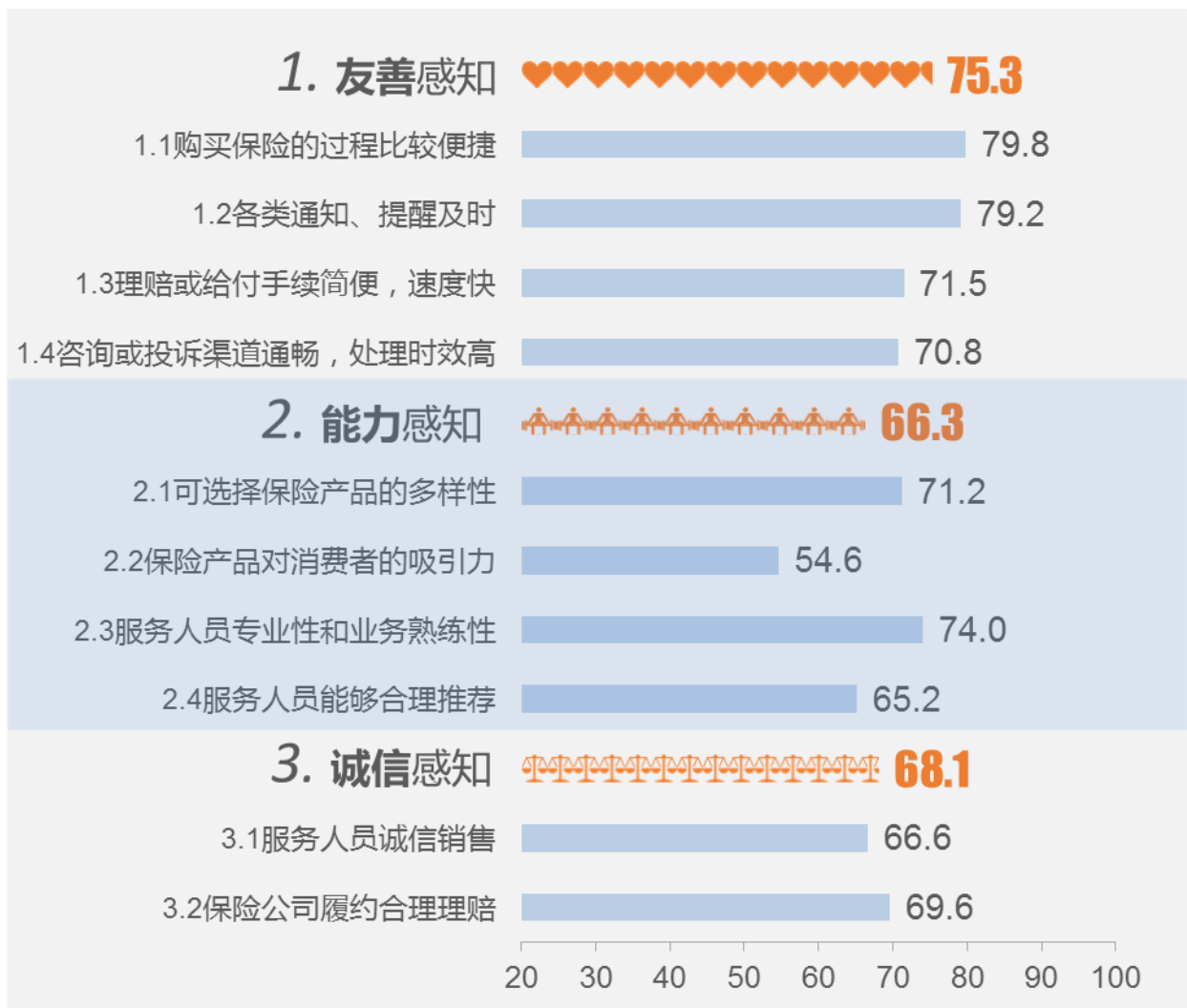
# 分项指标解读

## 保险业信任度：消费者对服务质量和效率评价较好

保险消费者对保险业的信任是保持信心的核心基础，消费者感知到的友善、能力、诚信是信任度建立的三个要素。2015年，保险消费者对保险业的信任度较高，为69.6，其中，对行业的友善感知得分高于能力和诚信感知。

消费者获取保险产品和服务的便捷性较高，对于产品的多样性和服务的专业性较满意，对于保险销售和理赔诚信较认可。

调研也揭示出保险行业“以客户为中心”的产品开发和销售服务仍有较大的提升空间。市场上保险产品的种类较多但吸引力不足，业务人员推荐保险产品的适当性仍需改善。



# 分项指标解读

## 消费者信任偏好：保险消费者信任基础较好，保险公司自营渠道有一定优势

消费者信任偏好既来自消费者自身的心理特质，也受到社会环境和社会心态的影响。2015年，保险消费者的信任偏好为71.0，显示出保险经营所依赖的大众信任基础较好。较好的信任基础有助于降低保险行业的运行成本。

### 从他信、自信程度来看

- 消费者的他信水平（对他人的人格、语言、行为的信任）较高，但仍有提升空间。
- 大部分消费者对自身信息获取、购买决策能力较为自信，相信自己的消费能力会越来越强。

### 从购买保险渠道的信任排序看

- 保险公司自营总体信任度排名第一，有六成消费者将其列为第一信任渠道。
- 互联网渠道虽然已被大众熟悉，但信任深度还需培养。



# 分项指标解读

## 保险消费意愿：保险消费者行为忠诚度较高

由于受访群体为购买过保险产品的个人消费者，其保险消费意愿体现出消费忠诚度，较高的忠诚度有利于推动消费者信心向实际消费行为转化。对保险消费意愿的评估由四个维度构成，从浅到深依次是不会退保的意愿、续保意愿、增保意愿以及将保险产品和保险公司推荐给他人的意愿。

2015年，保险消费意愿为66.8，体现出消费者基本认可保险产品的价值，行为上的忠诚度较高；而保险行业在提升客户体验、满足客户需求方面还有待改进，消费者情感上的忠诚度仍有待提高。

### 从不退保意愿来看

- 绝大部分保险消费者表示不会退保，表明当前行业正常退保风险处于可控区间。

### 从续保意愿来看

(本次调查中续保只针对产险消费者)

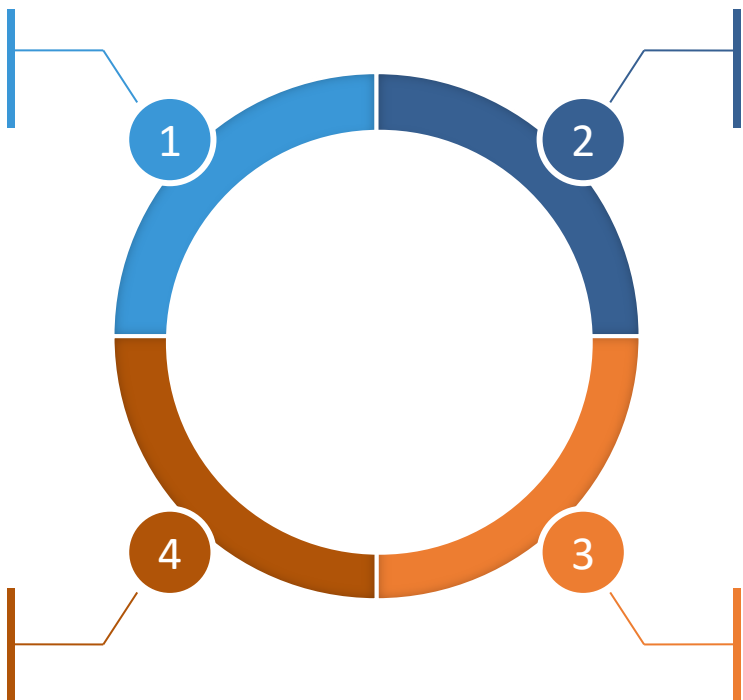
- 大部分保险消费者表示仍会在当前的保险公司继续购买保险产品，表明消费者对保险公司具有一定忠诚度。

- 接近一半的被访者表示一定会或有较大的可能性推荐目前的保险公司或产品。

### 从推荐意愿来看

- 超过两成的消费者表示增保可能性很大，体现出保险密度的增长前景较为乐观。

### 从增保意愿来看



# 分项指标解读

## 行业运行状况：发展势头强劲

2015年，行业运行状况为76.3，客观上印证了保险消费者对行业信任度较高、对行业发展预期较好的主观心态。

### 发展

#### 行业发展态势稳中向好

- 保费收入增长势头强劲，财产险、人身险保费收入同比分别增长11%、25%；资金运用再创佳绩，投资收益率达到7.56%。

- 业务效益提升的同时，消费者利益得到切实维护。2015年，赔付与给付同比增长20.2%，为社会提供风险保障1718万亿元。

#### 行业经营实现双赢局面

### 经营

### 服务

#### 行业服务质量不断改进

- 保险费率进一步降低，保险责任和保障水平大幅提升，消费者最关心、最直接、最现实的理赔、纠纷等问题得到着力解决，保护保险消费者权益的力度不断加大，消费者对于保险行业的服务水平表现出较高的认可度。

# 相关 启示

## 保险业诚信建设方面

➤ 保险具有信任品特征，市场参与主体需要坚持不懈地贯彻诚信理念。

第一

第三

第二

## 信息透明度建设方面

➤ 保险市场参与各类主体还需合力促进消费者对保险产品和服务的熟悉和了解。

## 满足消费者需求方面

➤ 保险产品供给侧应更加尊重消费者的保障需求，加大产品的有效供给和研发创新；服务方面以客户需求为导向，朝精细化和专业化发展。



# 发展 应用

➤ 2015年指数编制通过抽样的把控保证了样本的代表性，反映了时点情况。长期看，保险消费者信心需要连续跟踪、长期监测。

➤ 作为开创性工作，指数编制还存在不足之处，我们将在未来工作中逐步完善。

**一是** 继续完善指数内涵，优化调整指标体系，拓展指数外延；

**二是** 优化抽样方案，创新调查方式；

**三是** 逐步建立固定样本库，深度挖掘数据价值。