

<<中国非寿险市场发展研究报告>>

图书基本信息

书名：<<中国非寿险市场发展研究报告>>

13位ISBN编号：9787501765539

10位ISBN编号：7501765537

出版时间：2004-8

出版时间：中国经济出版社

作者：唐运祥

页数：284

字数：276000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<中国非寿险市场发展研究报告>>

### 内容概要

行业研究报告的特点要求我们既要客观、准确地分析中国非寿险市场运行的情况和特征，又要对发展趋势作出评价与判断。

与《中国非寿险市场发展研究报告(2002)》相比，《中国非寿险市场发展研究报告(2003)》确立了以中国非寿险市场运行为主线的思路，努力做到理论与实践相结合、定性与定量分析相结合、现实性与前瞻性相结合，在下列三个方面进行了积极探索：一是更加体现完整性。

将市场营销、管理创新、绩效分析、竞争分析等内容纳入其中，反映了非寿险市场运行的全貌。

二是更加突出实践性。

与2002年报告注重非寿险市场供给、需求分析不同，更为关注年度市场运行中的亮点和热点问题，对国外非寿险市场上的一些成熟做法作了介绍，对我国非寿险市场中的一些带有规律性和普遍意义的经验进行了总结，从而提高了研究的实用性和对业界人士的参考价值。

三是更加注重创新性。

引入多学科相关理论和研究方法，如首次将杜邦财务分析体系、竞争五力模型等引入我国非寿险市场分析，对非寿险市场中的一些重大问题进行了交叉性、综合性的研究。

## <<中国非寿险市场发展研究报告>>

### 书籍目录

序言第一章 2003年中国非寿险市场发展概 第一节 非寿险市场发展环境分析 第二节 2003年中国非寿险市场总体情况 第三节 非寿险市场化进程分析第二章 2003年中国非寿险市场业务发展与产品创新 第一节 非寿险市场业务发展总体情况 第二节 车险改革与发展 第三节 非车险业务发展与产品创新的热点 第四节 业务发展与产品创新展望第三章 2003年中国非寿险市场营销分析 第一节 财险公司营销管理 第二节 财险公司产品策略与价格策略 第三节 财险公司渠道策略与促销策略 第四节 财险公司品牌策略 第五节 财险公司客户服务策略 第六节 财险公司市场营销展望第四章 2003年中国财险公司的管理创新与经营绩效 第一节 财险公司的管理创新 第二节 财险公司的经营绩效 第三节 财险公司经营绩效展望第五章 2003年中国非寿险市场竞争分析 第一节 非寿险市场竞争分析框架 第二节 非寿险市场同业竞争分析 第三节 非寿险市场潜在竞争者分析和替代品分析 第四节 非寿险市场中介组织与客户分析 第五节 非寿险市场竞争趋势展望第六章 2003年非寿险市场与资本市场互动分析 第一节 财险公司股份制改造和上市概述 第二节 中国金融企业海外上市第一股 第三节 非寿险资金运用 第四节 保险市场与资本市场互动展望第七章 2003年非寿险市场监管分析 第一节 保险监管法制化建设加快 第二节 保险监管水平提高 第三节 偿付能力监管体系基本形成 第四节 保险监管展望附录 中国保险监督管理委员会取消的 第二批行政审批项目目录参考文献图录表录

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>