

# 2022-2028年中国农村社会 养老保险产品市场研究与市场全景评估报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国农村社会养老保险产品市场研究与市场全景评估报告》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.chinairr.org/report/R13/R1301/202207/25-498433.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、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的，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 产业研究报告网发布的《2022-2028年中国农村社会养老保险产品市场研究与市场全景评估报告》共十三章。首先介绍了中国农村社会养老保险产品市场发展环境、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 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、同类产品品质四、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 结论与建议第一节 调查研究结论第二节 建议一、建议二、方案三、步骤 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&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1301/202207/25-498433.html>