

洋保险新观念冲击河南保险市场 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/466/2021\\_2022\\_\\_E6\\_B4\\_8B\\_E4\\_BF\\_9D\\_E9\\_99\\_A9\\_E6\\_c67\\_466807.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/466/2021_2022__E6_B4_8B_E4_BF_9D_E9_99_A9_E6_c67_466807.htm) 南开大学商学院寿险认知指数课题组与恒安标准人寿日前联合公布了“恒安标准寿险指数研究报告”，国内首个寿险指数由此诞生。恒安标准寿险指数是一个反映消费者对寿险综合认识水平的指数，它通过统计分析方法将消费者对关爱、财务展望和风险的认知，以及消费者对寿险的印象、对寿险专业建议的认知和购买意向进行综合评价，反映消费者对寿险需求和供给的综合认知。该指数包括1个总指数、6个一级指数。这份研究报告是在4870份有效问卷的基础上产生的。调查选取北京、天津、上海等10个城市20岁-55岁的人群。研究结果显示，2007年度寿险总指数为66.85分，其他6个一级指数的得分分别为关爱指数78.68分、财务展望指数65.98分、风险认知指数66.33分、行业印象指数58.27分、专业建议认知指数73.30分、购买意向指数59.49分。40岁以下的人购买意向最高；本科、硕士和博士购买意向较其他学历的人要高；三资、私营、国企和学校的人购买意向较其他类别要高。项目主持人、南开大学商学院市场营销系李桂华说，报告各项结论将更有助于督促行业和寿险公司进一步调整自己的定位，找准消费者的需求，从而进行更有价值的服务。恒安标准寿险指数会形成一个每年持续调研并且发布的项目。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)