

学校编码: 10384

分类号 \_\_\_\_\_ 密级 \_\_\_\_\_

学号: 17920111150616

UDC \_\_\_\_\_



廈門大學

碩 士 学 位 论 文

泰康人寿发展养老地产模式及营销研究

Research on the Pattern and Marketing Strategy for  
Taikang Life to Develop Endowment Real Estate

陈 彬

指导教师姓名: 赵 蓓 教授

专业名称: 工商管理 (MBA)

论文提交日期: 2014 年 4 月

论文答辩日期: 2014 年 月

学位授予日期: 2014 年 月

答辩委员会主席: \_\_\_\_\_

评 阅 人: \_\_\_\_\_

2014 年 4 月

## 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为( )课题(组)的研究成果,获得( )课题(组)经费或实验室的资助,在( )实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

## 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，  
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日



## 摘要

我国在新世纪面临着人口老龄化、家庭结构变迁、未富先老等问题，怎样的养老方式能够适应新环境变化；同时，保险行业如何更好的解决保险资金长期增值、保值问题，以需要寻求多元的投资渠道。

关注养老地产业对解决养老模式问题有积极意义，尤其是在保险资金如何发挥自身优势进入该领域也是一种新的探索。

本文根据市场营销理论和消费者行为相关理论，从养老服务业、养老地产概念界定养老地产属性，分析国内外养老地产的发展模式，对国内保险业进入养老地产的业态进行了深入分析。

在保险业内一直提倡稳健发展的泰康人寿成为内业第一家涉足养老地产并推出相对应产品的公司。目前，公司已经在一线城市拿地、建设养老社区；同时积极布局一些热门二线城市，如：三亚、厦门、成都。

同时，本文采用了深入访谈的方法。通过访问泰康人寿保险股份有限公司战略发展部的同事，以及国内其他养老机构管理者，深入了解公司的发展模式及构想，了解养老市场的属性及市场运作规律。

在访谈的基础上，本文进行市场调研并对市场调研数据进行详细分析。通过对目标客户进行市场调查及数据分析，较为全面、系统地剖析了养老社产品市场的需求特征和消费行为影响因素，对泰康人寿设计、营销、运营养老地产提供了切实可行的运行模式建议。

**关键词：** 老龄化； 泰康人寿； 养老地产



## Abstract

China is facing an elderly care problem such as population aging, pension dilemma and family structure changing, there is an urgent demand for a new way of pension security. On the other hand, the insurance itself is also facing issues such as narrow investment channels and low returns, it cannot meet the requirement for the insurance capital to retain value or add value.

The research on endowment real estate industry will have positive meanings for the development of both elderly care services and real estate industry. Especially in the pension insurance funds entering elderly care real estate, there is no successful examples in the mode of operations to study and reference.

Based on marketing theory and customer behavior theory, this paper firstly defined the property of endowment real estate from concepts of the elderly care services industry and that of endowment real estate. Then, this paper studied the develop mode of endowment real estate industry at home and abroad. Finally we did analysis on the format for domestic insurance fund to enter endowment real estate.

Taikang Life Insurance Co. obtained the insurance industry's first pilot investment qualifications on retirement community in 2009, and was the first one introduced docking retirement community insurance products. Aiming at building the so called "migratory birds elderly care style", Taikang Life Insurance Co. arranged the endowment real estate all over the country. It already has got the land use rights in Beijing, Shanghai, Guangzhou, Sanya and other cities. The Yanyuan community in Beijing will available in 2015 and the Shenyuan community in Shanghai will soon open a experience hall in April, 2014. At the same time, the retirement community layout in Xiamen, Hangzhou and Chengdu is speeding up.

Meanwhile, this paper adapted the depth interview method.. By interviewing my colleagues in Strategic Development Department, Taikang Life Insurance Co. and other managers in domestic pension institutions, I understood the properties and operation of law for the elderly care market, and I also got more depth understand on the mode and image of company development.

Based on the interview, this paper did a detailed analysis of market research data. I did a detailed analysis of market research data. Through market research and

data analysis of targeted customers, I fulfilled a comprehensive and systematic analysis of the demand characters and factors affecting customer behaviors for the elderly care product market. Then I made some feasible operations advices on design, marking and operation of endowment real estate products for insurance companies.

**Key words:** population aging, Taikang Life Insurance Co., endowment real estate industry.

厦门大学博硕士论文摘要库



# 目 录

<b>第一章 绪论</b> .....	<b>1</b>
第一节 研究背景及意义.....	1
第二节 研究方法的内容.....	1
<b>第二章 文献综述</b> .....	<b>3</b>
第一节 市场营销理论.....	3
第二节 消费者行为理论.....	7
第三节 理论思考与借鉴.....	10
<b>第三章 国内外养老地产业现状研究</b> .....	<b>12</b>
第一节 养老服务业相关概念.....	12
第二节 养老地产业相关概念.....	14
第三节 养老地产市场宏观环境分析.....	17
第四节 国外养老地产发展情况.....	18
第五节 国内养老地产发展情况.....	21
<b>第四章 泰康人寿发展养老地产现状研究</b> .....	<b>23</b>
第一节 泰康人寿公司简介.....	23
第二节 泰康人寿发展养老地产的动力.....	23
第三节 泰康人寿发展养老地产的优势.....	25
第四节 泰康人寿发展养老地产的途径.....	27
第五节 国内保险行业发展养老地产的模式比较.....	27
第六节 泰康人寿与养老地产对接的产品.....	28
<b>第五章 市场调研与数据分析</b> .....	<b>30</b>
第一节 问卷设计.....	31
第二节 描述统计分析.....	33
第三节 相关分析.....	48
第四节 交叉分析.....	54

第五节 数据分析小结·····	54
第六章 泰康人寿发展养老地产产品设计及市场营销策略·····	60
第一节 客户需求·····	60
第二节 愿付成本·····	62
第三节 客户便利·····	62
第四节 沟通策略·····	63
第五节 结论·····	63
附录·····	66
参考文献·····	71
致谢·····	72

厦门大学博硕士论文摘要库

# Contents

<b>Chapter 1 Introduction</b> .....	<b>1</b>
1.1 Background .....	1
1.2 Content and method .....	1
<b>Chapter 2 Literature review</b> .....	<b>3</b>
2.1 Theories of marketing .....	3
2.2 Theories of customer behavior .....	7
2.3 Critical thinking on references .....	10
<b>Chapter 3. Researches on current endowment real estate industry at home and abroad</b> .....	<b>12</b>
3.1 Definitions related to elderly care services .....	12
3.2 Definitions related to endowment real estate industry .....	14
3.3 Macro market environment analysis on endowment real estate industry .....	17
3.4 Development of foreign real estate industry .....	18
3.5 Development of domestic real estate industry .....	21
<b>Chapter 4. Current researches on how Taikang Life Insurance Co. develop endowment real estate industry</b> .....	<b>23</b>
4.1 Taikang Life Insurance Co. .....	23
4.2 Motivation for Taikang to develop endowment real estate industry .....	23
4.3 Advantages for Taikang to develop endowment real estate industry .....	25
4.4 Approaches for Taikang to develop endowment real estate industry .....	27
4.5 Patterns for domestic insurance industry to develop endowment real estate industry .....	27
4.6 Domestic docking products between Taikang and endowment real estate industry .....	28
<b>Chapter 5 Analysis of survey data</b> .....	<b>30</b>
5.1 Survey design .....	31
5.2 Descriptive statistics analysis .....	33
5.3 Correlation coefficient analysis .....	48
5.4 Cross-analysis .....	54

5.5 Analysis and Conclusion .....	54
<b>Chapter 6 Marketing strategy and product design for Taikang Life Insurance Co. to develop endowment real estate industry.....</b>	<b>60</b>
6.1 Customer demands .....	60
6.2 Price willing to pay .....	62
6.3 Customer convinience .....	62
6.4 Comunication strategy.....	63
6.5 Conclusion .....	63
<b>Appendix .....</b>	<b>66</b>
<b>Reference .....</b>	<b>71</b>
<b>Thank you .....</b>	<b>72</b>

厦门大学博硕士学位论文摘要库

## 第一章 绪论

### 第一节 研究背景及意义

#### 一、研究背景

中国老龄化社会的到来，使得养老产业成为资本的新宠；尤其在养老地产领域，更是成为众多房企角逐的新战场，同时保险公司也加入这场争夺战。相关信息显示，国内前五大保险公司，都相继在养老地产领域有所布局；除了保险公司之外，传统地产公司也对布局养老地产表现出浓厚的兴趣。

养老地产行业在老龄化的背景下无疑是个巨大的商机，全国公办的养老机构床位有限、服务能力有限，基本上很难满足目前老年人多层次的养老需求。然而，养老地产的发展也存在一定风险。运营模式、社会观念、运营成本都对养老地产的运作机构提出了严峻的挑战。养老地产在国内属于新兴事物，目前国内还没有完全成功的经验可供操作与复制，大家都在摸着石头过河。同时，这又是一个资金密集型行业，对进入的资金要求极高，对资金周转也提出了很高的要求。对于有一定规模的养老社区，其维护成本是极高的，其中不仅包括极高的物业维护费用，也包括昂贵的人工成本；这一数字将远超过普通投资者的预期。

#### 二、研究意义

关注养老地产业对解决养老模式问题有积极意义，尤其是在寿险资金如何发挥自身优势进入该领域也是一种新的探索。

本研究从养老服务业、养老地产业概念界定养老地产属性，深入分析国内外养老地产的发展模式，对国内保险业介入养老地产的业态做了分析，结合市场营销相关理论，特别从消费者行为的角度来分析养老地产的设计及营销，对泰康人寿设计、营销、运营养老地产提供了切实可行的运行模式建议。

### 第二节 研究方法及内容

#### 一、研究方法

本文除了采取文献研究法外，还采取消费者问卷调查及数据分析，做到定量

分析与定性分析相结合。

首先，本文通过阅读相关文献、收集相关定性材料，对养老产业、养老服务业、养老地产的属性分析；了解国外养老地产的发展模式及保险行业进入养老地产的动机、优劣势分析。

其次，本文采用了深入访谈的方法。通过访问泰康人寿保险股份有限公司战略发展部的同事，及国内其他养老机构管理者，深入了解公司的发展模式及构想，了解养老市场的属性及市场运作规律。

再次，本文进行了消费者问卷调查及数据定量分析。根据消费者决策行为影响要素设计问卷调查，对人们养老社区的入注意愿、愿付成本及关注环境因素等进行重点分析。

最后，根据对养老产业的宏观分析和消费者行为的调研分析，确定现阶段不同社会群体对养老社区的需求和消费特征，并给公司提出切实可行的意见。

## 二、研究内容

本论文的内容共分为六章。

第一章绪论，论述了背景、研究意义、研究内容及研究方法。

第二章文献综述，对与本文相关的市场营销组合理论、消费者行为理论进行概述，并对理论借鉴思考做了阐述。

第三章重点阐述了国内外养老地产业的现状，包括对养老服务业、养老地产的相关概念做了界定；对国内养老地产市场的宏观环境做了分析；对国内养老地产发展情况做了相关的分析与总结。

第四章重点阐述了泰康人寿发展养老地产业现状的研究，包括对泰康人寿发展养老地产的动力及优势进行了相关的分析；同时对目前泰康人寿进军养老地产的途径做了阐述，以及对泰康人寿进军养老地产的模式进行了分析与总结。

第五章是调查问卷并对调研数据进行处理，通过对潜在客户群体进行问卷及数据分析，对养老如何定位、设计、消费者特征以及愿付成本有个更为清晰的认识。

第六章根据市场环境分析以及市场调研结果，以4C理论为指导，提出泰康人寿保险公司经营养老社区产品设计及市场营销策略建议，并对研究结论进行总结。

## 第二章 文献综述

### 第一节 市场营销理论

#### 一、市场营销理论的发展

市场营销组合这一概念最早是由美国的尼尔·鲍顿于 1953 年提出，说的是企业在面对细分客户群体时，要综合考虑自身的实际情况以及结和外部竞争环境，协调各方资源以实现企业目标的活动。

随着营销理论的发展，杰罗姆·麦卡锡在 1960 年在其《基础营销》一书中提出了经典的 4P 组合，即产品（Product）、售价（Price）、渠道（Place）、促销（Promotion）四个要素组成。

罗伯特·劳特朋(Robert Lauterborn)在 1990 年发表《4P 退休 4C 登场》一文中提出了 4C 理论，该理论以客户为中心，研究客户需求欲望（Customer），考虑客户愿付成本（Cost）、考虑让客户享受便利（Convenient）的物流，并主动和客户沟通（Communication）。

#### 二、市场营销过程

随着市场营销理论不断发展，其在人们日常生活中的应用也愈加广泛，除了传统的商业盈利组织，政府、各种非营利组织、社会团体也都意识到市场营销对自身运作的重要性。根据科特勒在其《市场营销教程》（第 6 版）中提出，市场营销过程（Marketing Process）指的是“分析市场营销机会、选择目标市场、制定市场营销组合以及管理市场营销成果的过程。”具体见下图：

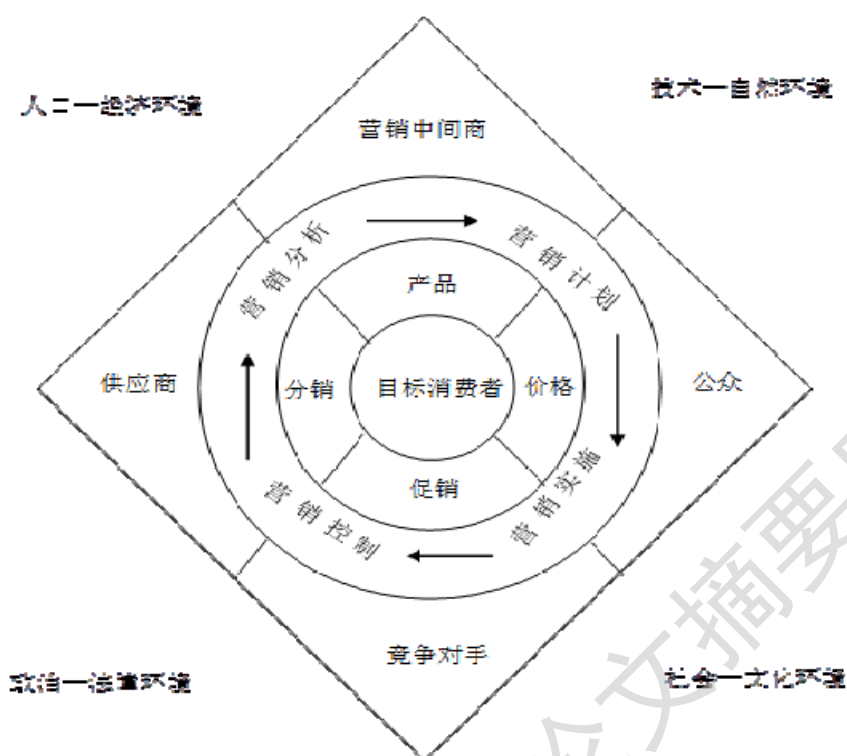


图 2-1 市场营销过程

资料来源：【美】加里·阿姆斯特朗，菲利普·科特勒著俞利军译. 科特勒市场营销教程：第 6 版北京：华夏出版社，2004 第 68 页

如上图所示，一个完整的市场营销过程可以分为以下四个步骤：

### （一）分析市场营销环境

各个企业的市场营销机会都是蕴藏在一个复杂而又多变的环境中，因此企业必须充分分析这些营销环境并以此去寻求机遇、创造有效的营销策略。市场营销环境不是静态的，它是在不断的变化的，在变化中为企业 provide 发展机会，同时也带来了市场竞争。在不断变化的市场营销环境下，企业要想获得更大的发展和更高的利润，研究市场营销环境，是十分必要的。

### （二）建立与消费者联系

对消费者的了解程度，以及能否根据消费者的需求提供相应的服务，成为赢得激烈商战的关键。通常，企业要通过认真的研究消费者才能够真正的了解消费者需求。细分消费市场是了解消费者的通常途径。这一过程由三个步骤组成：市场细分、目标市场选择及市场定位。

市场细分是指将市场分为不同行为、不同需要或不同特征，从而对不同营销



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士学位论文摘要库