



福建保险

FUJIAN INSURANCE

4

2015年第四期
(总第52期)

- 加大改革创新力度 激发保险业发展动能
- 深入学习理解“新国十条” 推动落实提高创新实践能力
- 谈保险业服务“一带一路”战略
- 物流公司投保货运险存在问题及解决对策
- 关于新常态下福建商业健康保险发展思路的探讨

福建省保险学会 主办

大数据时代·新机遇

第十二届中国保险精英圆桌大会在福州成功举办



▲大会开幕扬帆起航



▲出席大会的领导嘉宾步入会场

7月12日-7月14日，第十二届中国保险精英圆桌大会（CMF）在福州召开。大会由中国保险精英圆桌大会组委会、《保险之星》杂志社主办，《中国保险报》、中国妇女报（保险周刊）、中国百万圆桌教育网、中华保险与理财规划人员协会、香港人寿保险从业员协会、澳门保险业中介人协会、福建省保险学会、香港人寿保险经理协会、澳门保险专业中介人联合会协办。吸引了来自两岸四地约八千名保险精英齐聚榕城，以“大数据时代新机遇”为主题，探讨在“互联网+”时代，保险营销的转型与发展。

图：李晓雪/文：学会秘书处



▲来自两岸四地的保险精英齐聚榕城



▲为CMF大会终身会员颁奖



▲大会圆满闭幕



闽内部资料性出版物出版许可证第 157 号

内部资料 免费交流

《福建保险》编辑委员会

主任委员：邹智勇

编 委：

骆少鸣 江龙海 苏 东 金 皓 沈 健 徐 沛 罗振华 曾旭成
连逸群 伍再兴 徐淑华 吴大江 陈永忠 谢礼斌 王 平 李勇剑
叶元钗 孟宪军 池德高 方 翔 江庄榕 吴勇裕 蔡 靖 胡 进
蔡绪正 冯 平 刘国钦 何 民 杨 虎 康 庚 胡 锴 魏志刚
魏源清 张伟强 金永光 吴朝晖 刘 瑜 范鹏飞 邱高亮 张国能
纪 魁 曾永明 蔡荣德 黄劲松 石敏熙 陈仰新 袁大辉 张 林
黄德平 何 海 陈 辉 李毅文 林中鹤 戴鸿锋 官步云 许 莉
阚小冬 张见生 陆 芳 李 杰 林秀清 邹 茵 陈 凯

主 编：黄平治 法律顾问：阚小冬 毛大春

编辑部主任：丁 恒 编 辑：凌月华 李 璐

主管单位：中国保险监督管理委员会福建监管局

主办单位：福建省保险学会

编辑部电话：0591-87829737

传 真：0591-87875900

地 址：福建省福州市华林路201号华林大厦5层

邮 编：350003

电子邮箱：bxh54233615@163.com

印刷单位：福州华悦印务有限公司

出版时间：2015年8月

目 录

指导文章

中国保监会主席项俊波出席“2015陆家嘴论坛”表示：加大改革创新力度 激发保险业发展动能 03

新国十条

深入学习理解“新国十条” 推动落实提高创新实践能力 孟宪军 05

学习园地

谈保险业服务“一带一路”战略 福建保监局统研处 09

福建省保险业服务“一带一路”的对策分析 张小芹 张文栋 11

提升保险业服务“一带一路”战略能力亟待建立支持体系 陈 蔚 14

理论探索

保险营销的“新思维”
——移动互联网下的保险营销浅析 丛 林 17

关于保险交叉销售的若干思考 黄秀明 22

浅谈信息技术对提升保险业创新能力的重要性 李 希 25

产险天地

发展与规范农业保险的问题研究 田 虹 陈雅萍 32

物流公司投保货运险存在问题及解决对策 万江海 36

寿险天地

政策利好促进养老保险产业发展 杨 威 39

关于新常态下福建商业健康保险发展思路的探讨
——以人保财险泉州公司为例 伍朝晖 王春年 42

保险漫谈

民生保险 大有可为
——浅谈三明市计生家庭意外伤害保险 刘明霞 46

中国保监会主席项俊波 出席“2015陆家嘴论坛”表示： 加大改革创新力度 激发保险业发展动能

6月26日，中国保监会主席项俊波在出席“2015陆家嘴论坛”时表示，到2020年，一个保障全面、功能完善、安全稳健、诚信规范，具有较强服务能力、创新能力和国际竞争力，与中国经济社会发展相适应的现代保险服务业将呈现在世人面前，中国将实现由保险大国向保险强国的转变。为达成这一愿景，中国保险业将继续加大改革创新力度，不断激发充沛的发展动能。

近年来，我国保险业快速发展。项俊波表示，国家重视有效激活了保险业的发展潜力，理念创新极大拓宽了保险业的发展空间，制度变革充分释放了保险业的发展红利，监管升级很好促进了保险业的稳健运行。

数据显示，2014年，保险公司利润2046.6亿元，同比增长106.4%，是历史上最好的一年。今年1月-5月，全国保费收入1.2万亿元，同比增长19.5%；保险公司预计利润1802亿元，同比增长218%。截至2015年4月底，保险行业累计发起设立各类债权、股权和项目资产支持计划420项，规模达11429.8亿元。商业养老和健康保险服务水平不断提高，在完善多层次社会保障体系方面发挥了积极作用。截至今年一季度末，全国31个省市区开展了大病保险，覆盖城乡居民超过7亿人。旅行社责任、环境污染、安全生产、校方责任、医疗责任保险较快发展，开拓了创新社会管理的有效途径。

项俊波表示，为达成中国由保险大国向保险强国的转变，保险业将继续加大改革创

新力度，不断激发充沛的发展动能。

首先是加快发展现代保险服务业，激发保险产业动能。着力发挥保险行业的优势和特长，提升保险产业关联度，延伸保险产业链，努力把保险业打造成现代服务业的重点产业，更好地服务中国经济转型升级。要着力发挥保险的产业支撑效应，为产业发展和创新创业提供保险支持。要着力发挥保险的产业带动效应，促进保险业与养老服务业融合发展，推进保险业参与汽车产业、健康产业、保安产业等产业链整合，刺激和拉动相关产业提质增效升级。要着力发挥保险的产业辐射效应，发挥保险对咨询、法律、会计、评估、审计等产业的辐射作用，促进第三产业发展。

其次是大力推进市场化改革，激发保险市场动能。紧紧围绕使市场在保险资源配置中起决定性作用，继续深化保险业市场化改革，加大简政放权力度，推进重点领域改革。继续加强保险市场建设，支持设立区域性专业性保险公司，支持符合条件的保险公司在境内外上市，加快发展再保险市场，规范发展保险中介市场，加强保险业基础设施建设，让保险市场体系日益健全。继续推进保险创新，更好应用数字化信息化加强对保险业的改造重构，不断创新保险商业模式，探索发展非传统风险转移方式，通过保险证券化等资本市场工具进行风险转移和风险融资，扩大承保范围和承保能力。

再次是推进监管现代化，激发保险监管

动能。要大力推进保险监管法治化，推动《保险法》的修订工作。要大力推进保险监管信息化，加快建设保险数据中心、保单登记中心和共享信息平台，推动监管信息系统的集成化、自动化建设。要大力推进保险监管标准化，大力推进保险监管国际化，充分利用国际保险监管的交流与合作平台，抓住中国偿二代建设的有利契机，推动中国保险监管制度与国际保险监管规则的有效接轨和等效互认。

最后是立足经济社会发展全局，激发保险服务动能。要积极服务国家战略，主动融入“四个全面”战略布局，为国家重大发展战略和重大改革举措提供保险支持。要积极服务政府职能转变，做好城乡居民大病保险承办工作，开展各类养老、医疗保险经办服务，运用责任保险机制化解社会矛盾纠纷，为创新社会治理和公共服务提供保险支持。要积极服务社

会民生，推进税收递延型商业养老保险试点，发展多样化的养老和健康保险服务，扩大农业保险覆盖面，探索建立巨灾保险制度，努力编织一张市场化的保险保障网。

项俊波还表示，保险业“新国十条”发布后，上海市政府创造性地组织开展落实，提出将上海发展成为国际保险中心。保监会将与上海市政府继续密切合作，从多方面支持上海国际保险中心建设。一是利用自贸区先行先试契机，全面推进上海保险业改革创新和对外开放。二是推进上海保险交易所筹备各项工作，打造国际领先的保险业基础设施。三是立足上海国际航运中心发展，推动航运保险中心建设各项工作。四是发展区域再保险中心，提升中国保险业国际竞争力。

(摘自《中国保险报》)

深入学习理解“新国十条” 推动落实提高创新实践能力

● 孟宪军

【摘要】：“新国十条”的出台，是保险业改革发展的最大政策红利，必将使保险业的发展面临着前所未有的机遇和无比广阔的空间。本文从生命人寿贯彻落实“新国十条”实际出发，把握要点，积极落实推动，从四个方面的创新实践中探索保险业发展途径，进一步助推经济发展和民生改善！

【关键词】：新国十条；保险业；贯彻落实；创新

一、对新国十条的学习理解

（一）认真学习，深入领会

正当中国保险市场起稳回升、中国保险业加速发展之际，2014年8月13日，被称为“新国十条”的《关于加快发展现代保险服务业的若干意见》正式出炉。“新国十条”是原“国十条”的升级，时隔八年后，国家再次以“顶层设计”的形式，全面勾画保险业未来转型升级的新蓝图，是我国保险业发展史上具有里程碑意义的大事。“新国十条”表示，希望到2020年，基本建成保障全面、功能完善、安全稳健、诚信规范，具有较强服务能力、创新能力和国际竞争力，与我国经济社会发展需求相适应的现代保险服务业，努力由保险大国向保险强国转变。该意见的出台，为我国商业保险的发展展开了广阔的前景。

“新国十条”包括十个方面，系统科学地回答了在新的历史时期为什么发展、怎样发展现代保险服务业等重大理论和实践问题，是未来一个时期中国保险业发展的纲领性文献。“新国十条”分别从养老保险、健康保险、农业保险、责任保险、巨灾保险、社会化服务、产业链整合、资金运用等方面对到2020年保险业的发展做了清晰的规划，贯穿始终宗旨的就是“把全国人民保起

来”；同时，明确了加快发展现代保险服务业，以完善现代金融体系、带动扩大社会就业、促进经济提质增效升级、创新社会治理方式、保障社会稳定运行、提升社会安全感、提高人民群众生活质量等。

“新国十条”无论是目标还是细节都赋予了保险业前所未有的历史地位。把保险业的发展上升到融入国家改革战略的高度，立足于服务国家治理体系和治理能力现代化，把发展现代保险服务业放在经济社会整体布局中统筹考虑。从国家治理的层面界定了保险在整个国民经济和社会管理的地位和作用，为保险业持续健康发展奠定了坚实的理论基础，提供了政策依据，提升了保险业的行业地位，释放了保险业改革发展的最大政策红利，必将使保险业的发展面临着前所未有的机遇和无比广阔的空间。“新国十条”的贯彻实施，对推进中国保险业发展、加快迈进世界保险强国行列具有重大意义，是中国保险业发展的重要里程碑。

（二）联系实际，把握要点

结合生命人寿福建分公司实际情况，从促进保险业发展的全局出发，应深刻把握好以下五方面要点：

1、保险业的行业定位：“新国十条”首次提

出了保险服务业的概念,指出保险是现代经济的重要产业和风险管理的基本手段,是社会文明水平、经济发达程度、社会治理能力的重要标志。为保险业的发展提供了崭新的发展平台,也为生命人寿福建分公司的发展提供了难得的机遇,将极大地促进公司又好又快发展。

2、保险业的战略目标:“新国十条”明确了未来一个时期保险业的发展目标。我们一定要提振信心,以强烈的责任感,紧跟时代发展步伐,找准实现战略目标的切入点,提升服务水平和服务能力。

3、保险业的服务领域:“新国十条”明确了发展现代保险服务业的主要领域,其中养老保险和健康保险被赋予了更大的发展空间。我们应把握政策实质,积极探索推进大病保险工作,推动个人储蓄型养老保险的发展,积极参与养老、健康服务产业链的整合。

4、保险业的政策体系:“新国十条”通篇体现了中央对保险业的高度重视和大力支持,是近些年来对保险业最系统、最完备的支持政策,其内容含金量高,落实要求力度大。

5、保险业的改革开放:“新国十条”就保险业的改革开放提出了一系列重大战略部署,如:全面深化费率市场化改革,深入推进保险市场准入退出机制改革,加快完善保险市场体系,同时还针对保险业基础薄弱的现状,明确了行业基础建设的重点内容。

二、积极落实推动

为深刻领会、贯彻落实“新国十条”,切实把思想和行动统一到“新国十条”的重大决策部署上来,生命人寿福建分公司高度重视、统一部署、统筹安排,迅速组织开展一系列学习贯彻活动。

(一) 组织全体员工开展学习

1、组织管理干部学习

率先组织开展分公司各部门长、各中支总经理的集中学习,通过召开学习研讨会的形式,深刻领会“新国十条”的丰富内涵和精神实质,吃透文件精神、把握文件实质,摒弃无关论、无用论、无为论,从管理干部层面统一思想、提高认识,增强加快发展的责任感、使命感和紧迫感。

2、在全体内外勤员工中开展学习

将学习活动推广到公司上下,从内勤到外勤,从后援部门到业务条线,通过开展学习交流会、晨会分享、专题讲座培训、征文等形式多样的活动,引导员工认清形势、把握机遇、拓宽思路、增强信心,在全体员工中掀起学习热潮,让每一位员工参与进来、学习起来、行动起来,将“新国十条”的精神实质落实到具体工作中去。

(二) 广泛开展社会宣传

以“新国十条”出台为契机,紧密结合公司产品和产品宣传活动,通过业务队伍,充分利用产品说明会、创业说明会、客户联谊会等宣传平台,向合作渠道、公司客户传递“新国十条”的重大意义和精神实质。同时,积极参与监管部门和行业协开展的宣传活动,普及保险知识和文化,扩大社会影响。

(三) 深入推动当前监管对行业的治理整顿工作

1、合规教育的深入推动

深入推动合规教育是全面提升全员依法合规经营意识、强化风险意识和责任意识、规范公司经营管理行为、推动公司又好又快健康持续发展的基石。第一、深入推动合规教育紧跟形势,制定员工教育活动方案,建立层层传导机制,组织各级机构动员内外勤,提高思想意识、准确把握形势,广泛发动,扎实有序推进合规教育实践活动。第二、深入推动合规教育要紧扣主题,采取丰富多样的形式,各机构因地制宜,突显特色,力求内容和形式的变化,改变以往照本宣科的单一教育培训模式,活跃教育气氛,激发员工热情,增强实际效果,发动全司员工积极参与合规教育实践活动。

2、客户信息真实性、代签名代抄录的专项治理的深入推动

全面部署和深入推动客户信息真实性、代签名代抄录的专项治理工作。各级机构统一思想,把加强客户信息真实性管理、严惩代签名代抄录违规行为作为落实监管要求和公司打造客户经营模式升级版的重要基础性工作来抓。

在开展客户信息真实性、代签名代抄录规范性检查的清理与管理中,要根据专项小组的统一部署,明确目标,积极推进各项重点工作,按照职责分工和规定时间节点,细化各工作项的分解动作,制订工作计划并抓好落实。

3、销售误导行为治理的深入推动

加强营销队伍管理与建设，建成一支有理想、有道德、有追求、有内涵的精英队伍，守住品质、道德、风险底线，对于违规违纪行为“零容忍”，出重拳，严处理；在日常管理上，加大基础管理工作的要求、检查、考核的力度，通过系统、流程、工具的规范运作，建立队伍管理基础平台；强化荣誉体系对于队伍的长期引导和促进作用，树标杆，造氛围，保持队伍的坚强战斗力。

同时，分公司从健全内控制度流程入手，构建误导治理长效机制。严格执行营销员展业资格管理，强化业务品质管理，提高销售队伍专业能力和诚信服务的素质，强化销售人员新产品售前培训，强化落实客户回访制度，坚决防范销售误导等行为，分公司不定期组织检查小组对代理网点及客户进行暗访，建立滚动检查机制，逐步减少销售误导的风险。

4、满期给付与退保风险防范的深入推动

面对2014年满期给付与退保的高峰年，分公司通过加大追责力度，实行机构一把手负总责，强化内部责任追究，各部门、各岗位各司其职，确保有效负起风险防范职责。一、强化制度执行，积极开展各项地毯式全面排查工作，发现问题，果断处理；二、加强外部协调，监测舆情，第一时间处理客户投诉事件，各部门、各岗位不得推诿，对于情况严重的投诉事件积极妥善处理，避免事态升级，避免出现群访群诉事件；三、前移风险防线，切实加强客户信息真实性管理等措施，确保与公司业务发展两手抓、两手都要硬。同时，建立每日退保报告制度，严密控制非正常集中退保和满期给付可能出现的群体性风险。

三、提高创新实践能力

(一) 观念创新

站在行业发展的高度重新认识当前的行业治理工作，是为行业大发展扫清障碍，良好的生态环境是大发展的基础。

当下仍有不少国人不信任商业保险，究其原因，更多的是因为在激烈的市场竞争环境下，保险公司为利益驱使，并未完全从客户的最大利益出发思考问题，销售队伍人员的素质良莠不齐，销售误导行为频发，给保险公司的经营带来了不少负

面影响。行业治理工作就是高举“诚信保险”这面大旗，扫除行业发展过程中的不利因素，谋求行业的可持续健康发展。

(二) 方法创新

“新国十条”重点支持民生类保险发展创新，提出要构筑保险民生保障网，要创新养老保险产品服务，发展多样化的健康保险服务，同时还提出具体而微的要求。更为提振保险业信心的是，在要求之外，明确提出完善现代保险服务业发展的支持政策，养老、健康产业获得更大支持。

面对如此重大的政策利好，作为一家寿险公司，要紧跟总公司发展的步伐，结合市场需求，充分利用公司的营销服务部贴近市场的资源，特别是在乡镇的营销服务部，将公司的养老产品、大病保险产品有序的推进到乡村，服务三农，为新农村建设助力。

(三) 产品创新

目前，同业市场上产品“同质化”、“单一化”、“大而全”现象严重，使得一些销售人员为成功推销产品而使用突出功能的传统宣传方式，以混淆产品属性、夸大投资收益等“技巧”来误导消费者，使得销售误导行为依然存在。“新国十条”鼓励保险产品创新，大力推进条款通俗化和服务标准化，鼓励保险公司提供个性化、定制化产品服务，减少同质低效竞争。

为此，分公司积极向总公司产品管理部门提出相关产品需求建议：一方面，建议产品目标市场细分更加清晰。如针对单纯健康功能、纯粹保障功能，不建议单个保险产品涵盖太多的保险责任，只要体现单一或主要责任即可，对于客户的多方面需求，可以通过不同产品的组合销售来实现。另一方面，在产品定位上：一是日益提高的客户高端需求与大量的低端供给之间的不平衡（高端客户因没有对应的业务人员接触和有针对性的产品支持而无法实现需求，而大量的低端业务人员手里拿着保单销售不出去面临无法生存的困境）；二是产品的针对性没有随着国家、政府对民生的关注增强而变化。因此建议当前的产品设计要体现两个方面，一是锁定高端客户群体为主要方向来设计适合高端需求的产品；二是针对民生的基本保障需求开发以维护民众基本需求的产品。具体可包括以下几类：1、股权投资类产品；2、确诊

即给付的高额健康产品；3、高端健康服务管家等。

（四）服务创新

提高服务水平和能力，保障消费者权益是最终要求。保险消费者是行业发展的根基，是保险业的衣食父母。维护消费者合法权益，是改善行业形象、推动行业长远发展的需要。公司的发展战略应该从以业务为中心转向以客户为中心，努力提高服务水平和能力。一要时刻关注人的因素，在服务中体现温馨与关爱；二要注重贴近百姓、贴近民生、贴近客户，实行面对面零距离服务；三要立足客户关注点不断提高服务的效率与质量，积极拓展增值服务方式；四要根据不同客户的需求提供差异化的服务举措。

生命人寿分公司计划和合作医院进行沟通，尝试建立“保险帮您忙”的健康服务平台：即转变以往的以理赔为核心的服务方式，将保险服务前置和

延伸，建立从客户疾病发生即开始的，包括医院预约、专家邀请、治疗陪同、住院探视、出院送达、定期回访的平台，为有需求的健康险出险客户提供便捷的服务。

“新国十条”的出台，是一个时代的需求，商业保险阔步发展的蓝图已经绘就，大发展的大门即将打开。新的起点，必将开启新的篇章，生命人寿福建分公司将在福建保监局和总公司的带领下，充分认识“新国十条”对加快现代保险服务业发展的重大意义，认真贯彻落实，抓住发展机遇，制定相关配套措施，确保各项政策落实到位，加快业务健康有序发展步伐，助推福建经济发展和民生改善！

（作者单位：生命人寿福建分公司）

责任编辑：李璐

责任校对：凌月华

谈保险业服务“一带一路”战略

● 福建保监局统研处

2013年9月和10月，国家主席习近平访问中亚和东南亚期间首次提出建设“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的倡议和构想，吸引了世界的目光。而后，国家发展改革委、外交部、商务部联合发布了《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》，标志着“一带一路”正式进入执行层面。“一带一路”具有十分重要的战略意义和影响。《国务院关于加快发展现代保险服务业的若干意见》中提出保险业应当立足于服务国家治理体系和治理能力现代化的转型，保险业能在“一带一路”战略中做什么、怎么做，值得每一个保险人思考。

一、“一带一路”战略具有十分重大的意义

（一）对国家的战略意义

“一带一路”战略贯穿欧亚非大陆，涉及的地域范围大、行业覆盖面广。据统计，“一带一路”覆盖了中亚、南亚、西亚、东南亚和中东欧等国家和地区，涉及总人口约44亿，经济总量约21万亿美元，分别约占全球的63%和29%。

“一带一路”战略提出政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通和民心相通的“五通”合作重点，在政治、经济、文化、外交等领域全面开展合作，为“走出去”铺路，为合作共赢构建平台，体现了新时期中国对外开放和外交的新思想和新展望。

（二）对福建的积极影响

“一带一路”涉及中国境内多个省市，在《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》这份纲领性文件中，福建更是被定位

为“21世纪海上丝绸之路核心区”。同时，福建自由贸易试验区也将与“一带一路”形成良性互动，共同推进福建政治经济的全民发展。

福建保险业要紧抓机遇，凭借地域优势和历史文化依托，在构建海上合作战略支点、促进设施互联互通、加强投资贸易合作、拓展海洋合作、深化人文交流等重点工作方面步步前行，积极创造价值和发挥作用。

二、“一带一路”战略面临的风险

“一带一路”战略带来了前所未有的机遇，但机会与风险并存。面对一个涉及全球约60多个国家、60%人口、30%GDP的重大项目，其面临的政治形态、商业模式以及文化宗教错综复杂，如2015年中国信保对“一带一路”沿线国家风险量化评级约为5.5级，这一数值在1-9级中风险程度相对较高，可见存在的风险不容小觑。主要有以下几点：

（一）外交风险

中亚、东盟地缘政治形势复杂，与中国的关系也并非都是“一团和气”。

（二）经济风险

“一带一路”带动多个行业“走出去”，在对外投资、寻求经济合作的过程中，很难保证一帆风顺。特别是基础设施投资可能存在周期较长、投入较大、收益不确定等特征，经济金融合作上存在不同的商业习惯、文化差异等。

（三）灾害风险

“一带一路”覆盖范围广，涉及不同的气候特征地区，自然灾害的发生可能带来一定的风险。此

外，意外事故、传染蔓延性疾病灾难等也可能带来较大的安全隐患。

三、保险业服务“一带一路”战略大有可为

如前所述，保险业作为金融领域的重要行业之一，对于服务国家治理体系和治理能力现代化具有重要作用。充分发挥保险特有的功能，保险业服务“一带一路”战略可以为，且应当为。

(一) 保险业可以为

风险保障业务与保险资金运用业务是保险业发展的“两个轮子”，也是现代保险服务业的重要特征。就保险业服务“一带一路”战略而言，主要从上述两大领域提供重要支撑。

1、发挥保险的风险保障功能

保险的核心功能便是风险管理与保障。面对外部环境不确定性和“走出去”所面临的诸多风险，保险能够通过传统的工程险、船舶险、责任险、货运险等提供风险保障，找准找好项目，积极参与到“一带一路”国家战略中去。特别是对于福建而言，在发挥福州、厦门、泉州等沿海城市港口优势、完善航运体系和口岸通关功能、拓展通陆达海的海上基础设施建设等的同时，面临的海上灾害风险、经济风险等可以通过保险进行转移。

2、发挥险资投资的社会功能

保险资金总量规模大，而且还拥有投资期限长、负债时间长、收益更加稳定等特点，在长期资金供给方面可以起到银行、基金、债券难以企及的作用。保险资金投资寻求大企业、大基金的合作，在基础设施、互联互通的产业既能寻求较为稳健的投资回报，又能为急需资金的这些产业提供强大的资金后盾，例如对于福建的海上基础设施投资、海上贸易畅通、资金融通等方面意义重大。

(二) 保险业如何为

1、做好保险业融入“一带一路”的顶层设计

在今年年初全国保险监管工作会议上，中国保监会项俊波主席指出，保险业要加强对“一带一路”、京津冀协同发展、长江经济带等重大战略问题的研究，从风险保障、资金支持、公共治理等领域，积极开展保险服务。保险业应当融入国家“一带一路”的顶层设计和福建等地方“一带一路”的工作方案中，加大对出口信用险、责任险等有利于互联互通的险种的支持，积极险资投资到急需资金的领域等，从整体层面加以规划，提升发挥作用的高度和广度。

2、形成保险全行业合力，实现开拓创新

保险业对于风险保障、资金投资等能够发挥重大作用，但是如果未能拧成一股绳、握成一个拳共同出击，而是在经济大潮中乱打乱撞的话，并不足以充分发挥保险的作用，甚至会面临极大的风险。保险行业应当形成合力，在信息共享、业务互动等方面共同合作，开拓适应“一带一路”发展需要的保险产品，并寻求与银行等其他行业合作等，创新对外开放的模式。

3、完善监管政策，鼓励保险业“走出去”

保险业想要在“一带一路”涉及的国家 and 地区有所作为，还应当迈出步伐，走出国门。特别是对于具备资金实力和发展较为成熟的保险公司，应当完善监管政策，鼓励保险公司“走出去”，增加服务境外市场的经验和范围。同时，在交流合作上，应当鼓励增加与境外保险市场的交流，在信息交流、监管政策等方面实现沟通和共享，交流借鉴，提升国际影响力。

(作者单位：福建保监局)

责任编辑：丁恒

责任校对：凌月华

福建省保险业服务 “一带一路”的对策分析

● 张小芹 张文栋

【摘要】：福建作为21世纪海上丝绸之路（海丝）核心区，积极主动融入“一带一路”建设是当前福建省贯彻国家战略部署的重要任务。本文从福建保险业服务“一带一路”角度入手，在分析了制约福建保险业服务“一带一路”建设因素的基础上从保险公司、保险行业和政府机构三个方面提出几点对策建议，以发挥福建保险优势，助推“一带一路”建设。

【关键词】：一带一路；保险业；建议

一、“一带一路”给福建省保险业带来机遇和挑战

（一）机遇

福建是海上丝绸之路发祥地。改革开放以来，福建与东南亚各国的交流合作十分密切，闽籍华人华侨众多，且80%集中在东南亚，融入“一带一路”建设具有诸多优势。“一带一路”战略规划明确支持福建打造21世纪海上丝绸之路核心区，为福建加快发展提供了更大的发展机遇^[1]。

在保险方面，2015年是“丝绸之路旅游年”，作为海上丝绸之路的重要起点和发祥地，拥有丰富的“海丝”遗迹和“海丝”文化。福建抓住建设21世纪海上丝绸之路核心区的机遇，打造“海丝之旅”，积极开展“一带一路”旅游合作^[2]。因此，旅游保险合作市场空间广大。保险业则应主动作为、积极融入，发挥保险在福建旅游发展中应有的保障作用。港口、航运物流是福建的优势，也是深化贸易合作的重要途径^[3]。因此，在“一带一路”建设中，航运保险发展潜力巨大。随着海峡两岸ECFA签订实施和中国东

盟ACFTA生效，福建省水产品进出口贸易迅猛增长^[4]，为水产品运输保险业务带来了巨大商机。面对近海养殖空间的不断缩小，福建省出台加快远洋渔业发展措施，助推远洋渔业快速发展，推动海外水产养殖，在印尼等国合作兴建一批远洋渔业基地和渔业养殖基地，这些举措为渔业保险提供了广阔的市场前景。

（二）挑战

各国国情不一，保险行业要充分考虑各项风险因素，才能不断提高与沿途各国经济社会发展的契合度。“一带一路”涉及国家众多，经济活动受内外部环境的影响波动起伏较大，特别是牵扯到国际间的双边或多边经济活动，更容易受到国际局势、国家关系以及各国政局、基础设施条件、投资法律环境和社会人文环境等各种因素的影响和制约，面临政治、经济、社会文化以及技术等方面的风险^[5]。

二、制约福建保险业服务“一带一路”的因素

（一）保险产品与服务创新少

福建目前针对“一带一路”政策的保险产品较少，在响应“一带一路”政策上主要集中在养

老和基础设施建设,比较少涉及到进出口保险方面;保险产品服务创新也不够,与福建省21世纪海上丝绸之路经济带核心区建设相关的保险产品与服务创新少之又少。

(二) 行业自身建设不足

一方面,福建省的保险市场不够完善,对省内的保险公司支持不够。另一方面,人才资源储备不足,福建省保险业中精算人才、资金运用人才、电子化人才、风险管理人才等保险专业技术人才缺乏,能够为国内外保险客户提供优质服务的“双语”保险人才更少,难以适应“一带一路”的发展。

(三) 经济主体保险意识不强

目前部分政府、企业及个人科学运用商业保险分散风险的意识不强,福建省懂得运用保险来分散风险的进出口企业不多,如果政府可以加大对保险的宣传力度,让企业和个人科学合理地运用保险,充分发挥保险在“一带一路”中的作用,那么保险业将发挥更大的作用。

(四) 重点领域服务渗透度不高

福建省保险业为基础产业、支柱产业、重点项目和重点工程建设等方面发展的支持力度不够,对一些急需保险保驾护航的外贸企业、纺织服装企业、小微企业企业的服务不够。

(五) 保险从业人员素质不够高

现阶段福建省保险业从业人员素质有待提高,一定程度上有损保险行业形象,相关工作人员素质不高的主要体现在保险专业技术人才缺乏、营销队伍整体素质偏低以及高级管理人员不足这三个方面。保险从业的队伍整体呈现人员学历低、业务只求规模不讲效益、风险防范意识淡薄、对代理人监管不力等问题。

三、政策建议

(一) 保险公司

1、提高保险从业人员的综合素质

保险公司要定期组织公司职员培训,提高业务能力。对于一些技术开发岗位的人员,可以聘请国外资深专家进行指导,借鉴发达国家的管理经验,推动保险业务的技术开发。还可以制定相关的激励机制来促进职员的再学习,提高文化水平和综合素质,重点发展高水平的

精算人才。

2、全力打造保险服务品牌

保险公司要大力打造服务品牌,一要做到以诚为本,规范员工行为。对公司各个岗位的工作,都应建立一套规范的程序和基本章程,以使其各项工作有章可循、有条不紊地开展;二是要开拓创新,从公司的产品、服务、营销上下功夫。

(二) 保险行业

1、制定适合福建省保险业发展的产品战略

要制定适合福建省保险业发展的产品战略,就是要确定能够正确引导福建省保险产品创新的指导思路,并在此基础上形成一套适合自身实际的保险产品开发和推广的行之有效的方法体系,应当放宽产品战略视野,实施差异化产品策略,对于一些符合“一带一路”政策的企业进行差异化对待,以优惠的保费来支持其发展。

2、创新保险体制

当前福建的保险业更新速度较慢,缺乏具创新能力的体制,这严重的影响了保险业务的拓展,从而影响经济的发展。保险业、银行业和证券业要在更深入、更广泛的领域内合作,例如对于一些大型的基础设施建设项目需要向银行融资贷款的,可以与保险公司合作以降低风险。还可通过财产险、责任险、信用险、人身意外险等产品,为其他资本注入“一带一路”建设提供风险保障。

3、以保险债权计划吸引保险资金,参与基础设施建设

保险资金具有资金管理机构集中、资金量巨大、投资期限长、资金安全性要求高等特点,是与基础设施建设项目最匹配的资金类型。保险公司除了可以以机构投资者的身份为“一带一路”建设提供资金,弥补长期资金不足的缺口外,还可以通过保险债权计划吸引保险资金。保险债权计划是由保险资产管理公司作为受托人向保险公司募集保险资金出借给基础设施投资方使用的债权计划。如果能够通过保险债权计划等长期稳定的投资资金参与丝绸之路经济带的基础设施建设,将为丝绸之路经济带建设的推进和繁荣奠定良好基础。因此,应与具有

发行保险债权计划资质的保险资产管理机构沟通，邀请它们为丝绸之路经济带所需基础设施建设项目发行保险债权计划^[6]。

(三) 政府机构

1、提供政策支持

福建省要加大对保险业的关注以及投入力度，建立健全保险体系。对保险行业在政策上提供相应的支持，政府应尽快制定福建省21世纪海上丝绸之路经济带核心区建设战略框架和实施方案，将商业保险纳入方案中统筹考虑，明确商业保险在对外贸易、农业合作化、跨境物流、文化交流、商贸旅游等领域的角色定位，进一步发挥保险对福建省21世纪海上丝绸之路经济带核心区和福建省自贸区建设的支持保障作用^[7]。

2、加大出口信用保险的支持

为进一步推动出口信用保险，有关部门应在现有的保费资助制度的基础上，建立省、市、县三级出口信用保险保费资助制度，扩宽出口信用保险补贴重点支持产品范围，提高保费资助比例，并将出口信用保险作为银行类金融机构对企业信用评级的重要依据，充分发挥出口信用保险的作用。

【参考文献】

[1]陈长飞，刘凡.构筑“海丝”核心区的金融创新试验平台——访人民银行福州中心支行行长、省外汇管理局局长吴国培 [EB/OL].

(2015-06-17)[2015-06-18].http://fjrb.fjsen.com/fjrb/html/2015-06/17/content_841318.htm?div=-1.

[2]中国新闻网.福建扬帆“海丝之旅”“海上丝绸之路”或成新引擎 [EB/OL]. (2015-04-19) [2015-05-13].http://www.chinanews.com/gn/2015/04-19/7217378.shtml.

[3]福建日报.21世纪海上丝绸之路，福建新机遇 [EB/OL]. (2015-05-31)[2015-06-12].http://news.163.com/14/0531/08/9TIF2B2M00014AE-D.html.

[4]上海证券报.福建构建“海上丝绸之路”核心区战略支点 [EB/OL]. (2015-06-02)[2015-06-16].http://money.163.com/15/0602/03/AR2SVRTQ00253B0H.html?frp21.

[5]曹海峰.“丝绸之路经济带”构建中的风险考量与规避策略 [J].实事求是，2014，(1): 53-54.

[6]厉无畏，许平.丝绸之路经济带上的金融合作与创新 [J].毛泽东邓小平理论研究，2014，(10): 1-8.

[7]朱健民.发挥保险支持保障作用助力新疆丝绸之路经济带核心区建设 [J].金融发展评论，2015，(2): 86-87.

(作者单位：福建农林大学)

责任编辑：李璐

责任校对：凌月华

提升保险业服务 “一带一路”战略能力亟待建立支持体系

● 陈蔚

【摘要】：在支持推进“一带一路”建设大背景下，保险作为风险管理与资金融通机制，将为“一带一路”建设提供更重要的支撑和保障。笔者认为，目前支持策略虽具框架，但整体支持体系仍不尽完善。本文分别从监管统一、司法理解、仲裁介入、行业协调、公司跟进、媒体宣传六个方面提出保险业服务“一带一路”体系建设的建议。

【关键词】：一带一路；保险业；支持体系

为支持国家“一带一路”战略部署，保险业积极投入服务“一带一路”战略方案的研讨中。为支持保险业发展，在助力保险业全力服务于“一带一路”战略方面，国家已出台《关于加快发展现代保险服务业的若干意见》对保险业发展予以支持，我省也相继出台了《福建省人民政府关于加快发展现代保险服务业十二条措施的通知》（《中国（福建）自由贸易试验区保险机构和高级管理人员备案管理办法》等相关政策来支持福建保险业的提升发展。特别是《福建省加快发展现代保险服务业十二条措施》，其具体举措逐条明确各工作部门，保证有关政策的贯彻落实落地。

但笔者认为，目前的支持策略虽形成一定框架，但整体支持体系仍不尽完善，保险业目前尚未全面收获政策支持带来的便利与益处，保险企业及从业人员在许多方面的待遇未能得以改善，保险业服务于“一带一路”的能力有待提升。“一带一路”强调中国与周边互通互联，故对于国内经济发展而言，重要的是有关主体如何抓住大环境给予的机遇，如何经得起大浪淘沙式的挑战，保险业亦是如此；对外国政府、资本、人员而言，特别在中国属地性项目或是主导性项目方面，重要的是如何打消外资、外体、外脑的疑虑，并且引导其积极加入

我国的战略性项目，成为我国经济发展的有益助力。在这场博弈中，集社会各方合力全面支持体系的作用将尤为凸显，提升保险业服务“一带一路”战略能力亟待建立体系。因此，为建立对保险业支持的全面支持体系，笔者建议有关方面应完善以下六方面的工作：

一、监管统一

监管统一，能避免政出多门，节约监管成本和企业成本，同时能让保险企业在将风险防范日常化、系统化的同时，集中精力经营发展。监管统一包括了监管机构之间统一、监管机关内部统一、国内国外监管政策统一三个方面：

（一）监管机构之间统一

目前，对于保险企业具有监管职能的监管机构包括：中国人民银行（对应下辖机构为相应的中心支行和支行）、中国保险监督管理委员会（对应省级机构为保险监督管理局）、国家工商行政管理总局（对应下辖机构为各省工商行政管理局）、各级税务机关等。目前，在金融风险管控、消费者权益保护等方面，人行与保监存在职能重叠；在合同条款监督、日常经营管理等方面，保监与工商方面存在职能重叠；在财务管控方面，保监与税务存在职

能重叠。这就意味着，保险企业时常要同时面对多个监管机构。从目前情况看，各监管机构对保险业的管理口径不尽相同，甚至可能存在冲突。如两类监管机构就数据是否报送问题存在冲突，也曾发生过工商部门发文将保险监管方面出台的《投保提示书基准内容》中有关条款认定为侵害消费者合同条款的情况。虽然相关矛盾冲突最终得以解决，但其中已消耗了大量的社会成本和企业成本，造成大量人力、物力的浪费。实际上，这可以通过梳理监管权限，分派监管责任的方式，将相关管理事项明确由某一监管机构负责，其他监管机构仅为配合部门，这样对交叉权限进行清理，有利于保险业明确经营发展方向，避免无所适从的尴尬局面。

（二）监管机关内部统一

前述的各类监管机关内设部门之间也同样存在职能交叉问题。以保监为例，就风险防控方面的项目性工作，在某年度内有可能由不同处室出台内容存在交叠的具体排查项目性工作，造成保险企业反复自查自纠，交叉时间段的有重叠性项目需各自单独冠以该项目名义开展工作，每一项目还需单独出具报告，单独配合复查、检查。诚然，反复的自查自纠、检查整改工作对于提升保险企业经营的合规性有一定帮助，但是从客观上说，反复的开展同质性工作，确实带来工作疲劳，也增加了企业非经营性和成本的投入，依赖运动性检查对于企业的健康发展也不是长期之计。因此，监管机关内部适时调整策略、明确检查规划，适当梳理整合检查项目，适当降低检查频度，将内部重叠的项目统一为一个项目，并化运动性自查检查为指导保险企业建立常态化、系统化的内部管控机制，将有效节约成本，提升工作实效。

（三）国内国外监管政策统一

“一带一路”战略必须吸引外资、外体、外脑的加入，如不能在政策的统一性、稳定性方面给予“三外”信心，则不能很好的吸引其加入我国“一带一路”战略部署中去。因此，相对稳定统一的政策恰恰是打消疑虑的重要工具；但也应看到，对“三外”给予的优惠、倾向与支持不能过分超出国内企业的范围，否则，过于“崇洋”，则将抑制民族企业的发展。国内国外相对公平，谨慎适用超国民待遇，是维护内外平衡，保证稳定发展的基础因素。

二、司法理解

法律是发展之基，是立国之本，政策出台后，有法律法规给予系统性的支持，由司法机关在实践中加以运用，方可发挥应有效用。司法方面理解保险业服务“一带一路”的战略意义，从战略高度考虑相关立法、司法解释，并在具体审判中对有关政策、法律法规予以落实：

（一）立法

由立法机关将支持保险业服务“一带一路”的相关政策上升到法律层面，将战略构想通过立法加以完善、稳固，建立具体而具有可实施性的法律体系。

（二）司法解释

司法解释应紧贴法律框架，以指导司法实践为制定基础，不得出现违背立法本意的解释，并与法律法规形成合力，支持战略目标的达成。

（三）司法实践

此项最为关键。执法在人，法官的自由心证将左右具体案件的审判，并决定了案件的审理结果和价值导向。没有司法实践对于法律法规及司法解释的落实，则一切纸面之物是为虚设。

从目前的实际情况看，以上三个方面都还有很大改进空间。立法的规划性和前瞻性相对不足，没有从发达国家吸取足够经验；司法解释的出台极为滞后，即便出台，有时解释本身还存在诸多歧义；司法审判实务“和稀泥”或是干脆利落地出于“安全”，判决保险公司败诉。对于保险业而言，司法界更热衷于提出保险业这样那样的不足，将过多的举证责任压在保险人一方（但同时又没有通过立法赋予保险业相关人员取证的权利，而通过律师的取证权利也非常受限制、形同虚设），甚至毫不讳言于“判决保险公司败诉更为安全”。而当保险业向他们咨询如何应对时，又提不出任何切实可行的建设性意见，对于相对方非理性纠缠，他们束手无策。而实际上，保险业并不是一个特例，整个金融行业、乃至其他行业企事业单位，都存在这样的状况。我国目前还没有一个有完善司法支持的、行之有效的非理性纠缠处理机制，在面对所谓“弱势群体”非理性纠缠时，没有任何社会支持体系能予以正面支持处理，这时强弱形势早发生了转换，最终，被纠缠的对象只有妥协一途。这样的司法环

境，是没有公平正义可言的，是不足以支持我国打开国门发展“一带一路”战略的。

三、仲裁介入

解决纠纷矛盾的方式方法多种多样。鉴于司法现状，依法发展仲裁是我国矛盾纠纷处理的有益补充，在保险业这种专业领域，采用仲裁解决矛盾纠纷的意义更为重大。仲裁由于其自由灵活的模式、专业资深的人员构成、一裁终裁的时间优势，有利于快速有效的处理纠纷。而仲裁在国际间事务的处理运用方面也发挥着重要作用，并累计了大量的经验，国外友人也习惯于通过仲裁解决具体纠纷。通过“一带一路”战略规划的落实，随着国际化进程推进，仲裁的地位应得以提升，保险业也应更多考虑通过仲裁模式处理纠纷，快速而有效的化解矛盾。

目前的仲裁适用还有很大空间。各仲裁委员会虽相继成立，但在规则制定、程序运用等方面仍显稚嫩；仲裁员要么因门槛过高而导致人员不足，要么为大量吸引而降低门槛导致良莠不齐，而仲裁案源更是不足。因此，首先仲裁这一方式的重视度应得以提升，相关制度流程应进一步梳理完善；再次，广纳各行业精英人才和激励淘汰机制相结合，打造优质的仲裁员队伍；第三，通过相关监管部门、行业协会等方面大力推进仲裁协议的适用，减轻审批压力，并通过精品案例正向影响司法实务。

四、行业协调

保险行业协会作为自律组织，在整体去行政化后，应更为积极的发挥服务会员的作用，而不是被边缘化。目前，行业协会内外协调的机制与作用应得到更大的发挥，其重要作用应得以凸显：对内，其应发挥好会员间媒介的作用，建立起资源共享、互惠互利的平台；对外，其应代表整个行业与有关

方面积极大胆沟通，为行业谋取福利，为行业做正向宣传。在“一带一路”战略实施中做好内外资会员服务，有利于稳固内资、吸引外资，从而促进经济整体发展。

五、公司跟进

内因的作用大于外因。保险业要为“一带一路”做好服务，更应从自身寻找突破点。公司自身整体发展规划应从战略高度考虑对“一带一路”的支持，用国际化眼光强化管理，做好内控合规，利用好各类资源，推动相关项目落地，并从政治高度予以考量。公司的跟进，方为前述社会支持的落脚点，方能最终促进行业的全面健康发展。

六、媒体宣传

媒体是宣传的重要阵地，而宣传将影响社会对“一带一路”战略及保险行业的认知。目前，社会对“一带一路”的认知不足，而对于保险业则存在很多偏见和刻板印象。这些阻碍了有关战略的落实与推进。因此，对“一带一路”战略和行业的宣传应更为正能量，并要通过战略高度方面的宣传与正向实例宣传相结合的方式予以推进。媒体应更关注保险业服务战略的点点滴滴，并跟进报道保险业有利民生的一面；对于有争议的问题应保证公正客观，评论有度。这样方能将各方合力在社会公众面前予以呈现，从而将“好”的因素扩展至“更好”。

综上所述，建立由社会合力而成的支持体系，将有利于保险业服务于“一带一路”战略，更能利用此契机，建立稳定有序的社会保障体系，从而最终促进我国经济整体发展和国际地位的进一步提升。

(作者单位：平安人寿福建分公司)

责任编辑：李璐

责任校对：凌月华

保险营销的“新思维”

——移动互联网下的保险营销浅析

● 丛 林

【摘要】：随着移动互联网的发展，传统行业受到的冲击越来越大，中国保险行业要顺应科技大潮，构建起移动互联网思维，通过精准推送个性化的信息内容，抢占消费者碎片化的时间，达到市场营销的目的。本文正是通过对移动互联网时代下的保险营销特点，与传统营销的对比再加上实例分析，提出了中国保险行业做好移动互联网营销的几条重要路径。

【关键词】：移动互联网思维；保险营销；碎片化；精准化；互动

互联网思维在2013年一经提出，随之引爆，一发而不可收拾，从传统的大众传媒快速蔓延到各种企业，甚至是全社会的各行各业。互联网思维是对市场、对消费者、对产品、对企业的价值链乃至对整个商业生态进行重新审视的思考方式。随着小米手机互联网营销额度的不断刷新、阿里巴巴余额宝的快速兴起对银行业的冲击、2014年“双十一”中越来越多的传统行业商家转型电商化发展。包括至微商的崛起，种种迹象表明商业营销的方式在不断变化，由线下转向线上，因此作为传统金融行业的保险业也需要与时俱进，及时树立并构建起“新思维”，应对移动互联网时代的科技浪潮，才能在日新月异的移动互联网时代延续企业的生存和发展。

一、保险营销的新思维——移动互联网思维

对于移动互联网思维，各行业也许存在不同的理解，但是有一种普遍性的认识——“5F法则”能很好地进行诠释其内涵。所谓的5F思维分别是指碎片化思维（Fragment）、粉丝思维（Fans）、焦点思维（Focus）、快一步思维（Fast）、第一思维（First）。

碎片化思维——在手机、平板电脑等移动终

端不论何时何地，都能为消费者提供各种信息的情况下，消费者所获得的信息内容进一步以时间为轴，线性地向零散化或碎片化发展，而营销主体所要做的第一件事就是通过富有吸引力的信息内容，更多地抢占消费者的碎片化时间，为最终锁定并开发消费者而服务。

粉丝思维——就是按照“潜在客户-消费者-忠实顾客-品牌坚定捍卫者”的发展逻辑，以个性化的品牌理念和价值主张来吸引目标群体，并通过移动互联网使得营销主体与消费者之间构建起更多的密切联系（不仅仅是传统的甲方和乙方的简单关系），着力提升消费粘着度，同时达到正向口碑宣传的目的。

焦点思维——在移动互联网下，消费者时刻处于一种信息爆炸的环境之中，营销主体要想脱影而出就必须不断地做“减法”，明确并始终坚守自己的突出性优势和战略性方向，通过化繁为简的方式有效聚焦起来，让消费者留下深刻的品牌印象和亲近度，在消费者消费时成为印象性选择。

快一步思维——“快鱼吃慢鱼”是移动互联网时代的必然趋势，营销主体要抢占先发优势，所做出的企划案、布局策略和经营决策都需要快人一步，领先他人，产品、服务以及品牌的信息要传播

快、升级快，以抢占先机为公司的第一要务。

第一思维——由于碎片化思维的存在，消费者往往只会记住行业同类中的佼佼者，因此在移动互联网时代，要想显山露水，就需要敢于创新，勇于突破，打破大众的惯性思维，以创造性、颠覆性、革命性的方式实现行业的变革，再创行业的新高，一直保持领先者的地位。

“5F法则”中五种思维相辅相成，相互作用，有力地解析了移动互联网时代，营销主体抢占市场，先人一步，所必须具备的经营策略。保险公司的市场发展策略中必须建立起移动互联网思维，甚至保险代理人也需要接受此思维，通过移动互联网进行市场营销。

二、移动互联网思维对保险营销的影响

移动互联网思维对保险营销的影响，最主要的就是在现有营销机制的基础之上，越来越多的融入移动互联网营销的方式，甚至在不远的将来大大冲击保险公司现有的个险、银保、电销的渠道经营体系。所谓的移动互联网营销就是指面向智能移动终端（手机、平板电脑等）用户，在移动终端上直接向分众目标受众定向和精确地传递个性化即时信息，通过与消费者的信息互动达到市场营销目标的行为。^①

随着移动互联网对社会经济生活的全面渗透，越来越多的企业趁势而上，针锋相对地采取适用的营销模式，而这些是与移动互联网的特点密不可分的。

（一）移动互联网营销的特点

首先是精准化。在移动互联网时代，由于移动终端的大规模推广和应用，企业就能够依靠大数据分析，将相应的信息根据时间、空间、智能移动终端、用户/消费者行为或其它属性定向地进行充分匹配，然后再将信息向已经匹配好的目标个体进行精确化的推送，实现分众化的经营。通过对推送内容的精准定位，从而获得较高的认识和宣传，达到提升认知度和品牌影响力的目的。

其次是便携化。就像在第一部分里提到的那样，在移动互联网时代下，智能手机，特别是大屏智能手机和平板电脑PAD的普及，传统PC电脑

的功能和作用逐步转移至智能移动终端之上，从而大大提升了营销的可操作性和效率，将普通百姓的碎片化时间加以高效利用。

再者是低廉化。营销需要成本，而基于移动互联网下的营销方式很好地降低了营销的成本。可以用远远低于传统营销的成本，并更高效、更广泛地将定制化、个性化的内容信息传递至每一个目标个体。

第四是互动化。由于移动互联网营销是建立在移动媒介的基础之上，所以信息内容的传播方和受众方可以实现相互沟通和交流，实现相互影响、相互促进。作为潜在客户的目标个体则可以通过电话、短消息、E-MAIL、在线服务等多种形式向内容供应方提出个性化需求，同时还可以将适合的信息内容进行转发，提高了相关信息的传播面和可信度。

（二）保险的移动互联网营销与传统营销的对比

鉴于移动互联网下的营销呈现出许多崭新的特点，因此将其与保险融合传统营销相比具有比较大的意义，对未来保险业销售额的提升、保险密度和深度的增加、公众保险意识的提高都具有很深远的影响。作为一种新兴的营销模式，相较于自90年代以来一直作为中国保险行业最主要的营销方式——代理人模式来说，移动互联网营销结合自身的特点至少存在五个方面的优势：

一是打破了时间和空间的束缚。传统保险代理人在从事营销时，需要考虑多方面的主客观因素，例如客户的适宜时间，距离远近，交通方式，天气情况等，营销效率存在一定的瓶颈。然而进行移动互联网时代，智能手机、平板电脑等移动便携终端的广泛使用，加上移动互联网的随时随地性，自然而然地被越来越多地使用于日常营销过程之中，打破了传统保险营销拜访、服务、促成时的时间与空间束缚，为营销提供了极大的便利性。

二是营销成本大大降低。在传统营销中，保险公司促进业务发展中不得不投入大量费用用于激励保险代理人、调动销售热情，而保险代理人在展业时则存在交通、客户经营等方面的硬性开支。在移动互联网之下，一方面客户可以登入网站自助式购

^①Cindy Krum: 《移动营销的魔力：让你的客户无处可逃》，电子工业出版社，2012年11月版

买,另一方面保险公司和保险代理人可以实现精准化营销,通过智能移动终端进行展业,大大减轻了保险营销的硬性成本。

三是潜在的客户数量批量式提升。随着国内绝大部分保险公司以及下属机构甚至保险代理人登入微信、微博等移动互联网营销的主要平台,每一条微信公众号的推送内容或者微博的发布信息,都会在一定程度上提升关注度,增加关注人群,从而培养或者说是圈养起了一批潜在的客户资源,并随着平台经营的时间实现批量式的增加,有利于后续开发并转化成真正的客户。而传统代理人营销则更多的是通过转介绍、陌生拜访等方式实现客户的积累。

四是保险的供需双方互动在增加。传统保险营销是消费者被动地接受代理人的面对面口头营销,而由于移动互联网能带来互动的特点,使得保险需求方可以主动利用网络查找并了解保险相

关信息,对同质性的产品进行横向比较,也可以通过网络与保险公司后台服务人员进行直接的互动和有效的沟通,一定程度上杜绝了代理人销售误导行为的出现,有利于保险形象的提升。

五是营销方式趋向于多元化。相比于较为单一的代理人营销,移动互联网保险营销趋于更加的多元化,不仅可以使文字,还可以通过语音、图片、混合文本编辑等多种方式,既可以群发信息,又可以精准化推送。另外,移动互联网保险营销最为重要的是可以实现“线上线下”的立体化结合,提升客户的感知度,把保险服务引向更好的方向。

(三) 保险公司对移动互联网营销的重视

对于保险公司而言,营销是摆在眼前的永恒问题,伴随着智能移动终端的普及和无线网络的不断精进,移动互联网营销也快速进入各大保险公司的视野。

单 位	个性化网站	APP客户端	微信公众号	微 博	电商平台(网店)
中国人寿	√	√	√	√	√
中国人保	√	√	√	√	否
中国太平	√	√	√	√	√
中国信保	√	否	√	否	否
中国平安	√	√	√	√	√
太平洋	√	√	√	√	√
新 华	√	√	√	√	√
泰 康	√	√	√	√	否
阳 光	√	√	√	√	√
大 地	√	√	√	√	√

在上表中,笔者按知名度选取了十家国内保险公司,通过对移动互联网营销中的主要外在展现要素——分别为个性化网站、客户端、微信公众号、微博以及电商平台——进行统计。通过统计分析,我们可以发现国内保险行业的领军企业越来越深地涉足于移动互联网营销,并且越来越重视这一营销模式。以上十家保险公司的行为几乎全部囊括了移动互联网营销的主要外在表现(除人保、信保和泰康未在淘宝设立官方旗舰店进

行电商销售,另外信保可能由于公司性质在此方面的积极性暂时落后于其他机构),大家均开始挖掘移动互联网的广阔市场,争取在探索出一条适合保险行业特色的营销之路。在大中型保险公司都纷纷采取移动互联网营销的情况下,国内中小保险机构为了以低成本的代价抢占更多市场,自然更是会将更多精力投入在移动互联网营销方面。

(四) 代理人对移动互联网营销的应用实例分析

由于移动互联网冲击了全社会的各行各业,中

国保险业代理人中一部分先知先觉的人员已经接纳了移动互联网思维，并采用了新的营销方式进行展业。

笔者以G公司在福建全省八个地市（不含厦门地区）的代理人中，选取了20名代理人（同一营

业单位并且2011-2012年总保费大体相当）并分为两组，A组为已经实行移动互联网营销的人员（以有开通微信特别是专属公众号、微博或网店为标准），B组为传统展业型人员。

小组	福州	莆田	泉州	漳州	龙岩	三明	南平	宁德
A	2	1	2	1	1	1	1	1
B	2	1	2	1	1	1	1	1

* 各地区选取人数并且为人身险业务统计依据

项目	A组与B组比较	分析方式
保费	A组超出23.17%	数据提取分析
件数	A组超出37.30%	数据提取分析
准备开发客户数	A组超出29.86%	电话问询分析

随后，笔者通过后台提取2014年1-11月的数据和电话问询的方式对抽样人员的销售情况进行分析。可以发现，A组在保费、销售件数以及储备客户数量三个统计指标上全面超过B组人员。特别是在销售件数方面，高出幅度达到37.3个百分点，这也说明移动互联网营销为代理人与客户沟通提供了便利，至少在一定程度上取代了传统的展业拜访方式，拉近了代理人与客户之间的距离。而在准备开发客户数方面的优势，则说明移动互联网营销能让保险代理人在与目标群体的互动过程中，明确哪些客户可以立即着手开发，而哪些客户还需要通过制定更详细的计划慢慢引导。

三、新思维下的保险营销路径

既然移动互联网营销有诸多好处，也能给保险公司、保险代理人带来极大的便利，在越来越多的保险公司开设微信公众帐号、微博，开设网店之后，新思维也逐渐植入现有的保险营销。如何顺应潮流，在新思维的指引下做好营销，至少是有效地将传统营销与移动互联网营销相结合，成为摆在300万保险人面前的一道现实问题，结合其它行业的一些先进经验以及保险行业的固有特点，笔者抛砖引玉提出六个方面可以尝试进行移动互联网营销的建构路径：

第一、抢占移动客户端，搭建精品平台。移动互联网营销的基石是高性能的终端设备和客户端软件平台。从保险行业全局的角度来看，在余额宝等互联网金融大大冲击银行业传统业务，银行业又适时反击的情况下，保险公司也应该快速跟进，走一条便捷化的科技流路线，适应移动互联网金融发展的趋势，提供移动互联网营销时代的产品和服务。在越来越多的消费者选择足不出户，但是却掌握资讯于方寸之间；钱不随身，但是购买保险产品于须臾之际，各家保险公司基于大数据和信息技术，研发属于自己的APP软件，打造高互动性的客户端平台，这是时代的要求，也是发展的方向。保险产品上客户端，进网店、入平台、走流量，也可以“借鸡生蛋”借助其它APP客户端推出本方公司或产品广告。

第二、构建“社区”领域，提升品牌辐射。由于信息化的发展，企业信息、产品信息愈发透明化，再加上保险产品同质化，保险公司在进行市场营销时应该将更多的注意力放在培养潜在客户方面，即动用“粉丝思维”，利用社交网络建设和完善网络社区的动作，集聚潜在的粉丝用户，并在专属领域内增加同用户之间的互动，吸纳社会用户反馈的产品信息和服务信息并加以及时改善，同时潜移默化地反向灌输公司文化、风险意识、差异服务

等方面的公司软实力信息,从而增加消费者的粘着度,最终借助公司鲜明的特点提升品牌的辐射范围,影响并吸引更多的潜在客户,开启发展的良性循环。

第三、创新服务维度,实现多方共赢。一次营销突出产品包装,多次营销成功的核心就是服务,而保险公司所提供的正是服务。在移动互联网环境下,由于消费者时间的碎片化,保险公司通过网络与消费者之间的互动将是在随时随地的情况下发生,而这也要求保险公司必须具备大量数据存储、分析和处理的硬实力,能提供出个性化的差别服务,满足不同目标群体的多维度需求。同时,要“以客户为中心”,发挥快一步的思维作用,让服务实现“只有想不到,没有做不到”,在完善客户面对面服务的情况下,更多地建立起新常态式的服务,例如“客户端自助服务”、“全天候服务”等移动互联网服务形式,既能简化服务流程,减轻公司前台人员压力,又能为客户节约时间成本,提升了服务品质和速率。

第四、研发适用产品,推高线上消费。众所周知,保险是一种具有潜在属性的商品,因此要想将品牌辐射范围内的潜在消费者转化成粉丝,需要根据互联网消费特点和消费习惯,以“时间短”、“保费低”、“保障高”、“范围广”甚至是第一次免费购买为吸引点,专门研发并推出适用于客户端消费的险种,达到一次购买的目标,再通过后期的体验式服务等多重跟进措施提升消费粘度,实现二次、三次……N次的再开发,从而推高线上消费额度。

第五、全员自发营销,跨界信息整合。移动互联网时代,每个人就是一个平台,就是一个以自己为核心的圈子中心,完全突破了展业只在代理人队伍的传统销售惯性。保险公司员工从一线代理人员到后台支持人员通过公司的移动客户端和展业科技平台,利用智能手机、平板电脑等现代移动终端设备不论时间、不论场合实现保险产品的介绍和营销,也可以通过共享平台让潜在客户由更加精通业务的人员进行完成。在行业跨界越来越多出现的情况下,保险公司也可以通过移动信息平台整合各类信息,精准化地向销售人员和后台服务人员提供关于销售技术的信息支持和培训支持,提高营销的成功概率。

第六、打造移动支付,契合平台对接。支付是传统小营销线性流程的末端环节,而随着移动互联网的发展,移动支付的兴起则实现了逆袭,将营销引向开环。移动支付处于作为商家的保险公司和作为消费者的客户之间,起到费用支付的功能,而在智能手机、平板电脑等智能移动终端的高安装率和高覆盖率情况下,对于保险公司及其产品的推广具有很大的影响力,同时又能与SNS、微信、微博等社交网络以及天猫、淘宝等电商平台的高度契合对接,既节约了保险公司及其产品的推广、销售和支付流程与成本,又为进一步开发目标群体提供了极大的方便。

在移动互联网时代,基于“移动网络+智能终端”的营销模式必将给整个行业带来革命性、颠覆性的变化,我国各大保险公司营销策略和竞争方式都需要与时俱进,建立起移动互联网思维,按照新“国十条”的要求和国家“创新驱动发展”战略的需要,为中国保险业的做大做强,为社会经济的发展保驾护航。

【参考文献】

- [1]谢园 麻震敏 孙珺 冯利芳 赵斌:《移动互联网营销新贵驾到》,载于2010年第10期《VMARKETING》
- [2]熊小彤:《APP营销对消费者购买行为影响实证研究》,2014年湖北工业大学硕士生毕业论文
- [3]赵复光:《谈移动互联网营销的模式与策略》,载于2014年01期下半月《企业家天地》
- [4]陆岚冰 罗翠苑 江楚璇:《保险营销的新平台——移动互联网》,载于2012年09期《经济师》
- [5]刘波 刘俊红:《移动互联网保险营销将成竞争焦点》,载于2014年7月8日《中国保险报》
- [6]刘波 刘俊红:《打造移动互联网保险新模式:生态圈营销》,载于2014年6月17日《中国保险报》
- [7]王朝晖:《从手机意外险看互联网保险营销特点》,载于2014年8月12日《中国保险报》
- [8]刘波 刘俊红:《移动互联消费者行为下的保险营销模式》,载于2014年4月8日《中国保险报》

(作者单位:中国人寿福建省分公司)

责任编辑:凌月华

责任校对:李璐

关于保险交叉销售的若干思考

● 黄秀明

【摘要】：目前，我国金融业正在向混业经营的趋势发展，保险行业也不例外，它更多的是以各保险集团依托自身资源，在各子公司之间进行不同业务的交叉销售模式来体现。交叉销售能够实现集团利益的最大化，也成为保险市场一种新兴的营销模式。交叉销售能否成功顺利地展开，关键在于如何实施以及如何解决实施过程中遇到的各种问题。本文从交叉销售的概念、国内外市场的发展情况，对开展该业务的积极作用做了介绍和分析，同时对开展交叉销售业务过程中常见的问题提出了解决思路及改善建议。

【关键词】：交叉销售；积极意义；瓶颈；思路

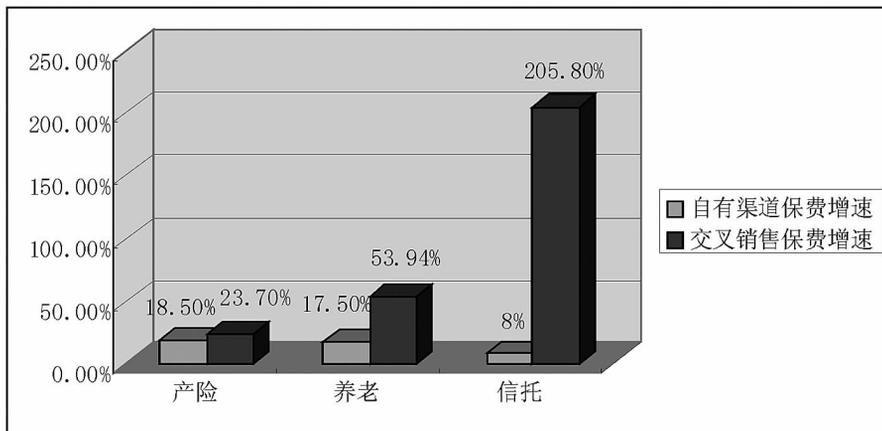
交叉销售是指借助客户关系管理，发现现有顾客的多种需求，并通过满足其需求而销售多种相关产品或服务的一种新兴营销方式。交叉销售也可以用一个比较时髦的词来表达，叫“跨界”。这个词现代人将它延伸运用到各个领域：声乐中民族与美声的跨界，车型中城市与跃野的跨界，银行销售存款与保险的跨界，电商经营互联网与保险的跨界。实际上，归根结底都是交叉销售！现在集团化综合经营运作已成了各行各业迅速发展壮大、提高运营效率与提升竞争能力的手段。当然，保险业也不例外，将混业经营的效率性和分业经营安全性有效地结合，组建金融控股集团，实行“集团混业，经营分业”的模式，成为当今保险市场发展的潮流。

一、国内外保险交叉销售市场情况概述

日本东京海上日动火灾保险公司收购了一家“安心人寿”保险公司，旗下的2家公司开展了交叉销售，业务发展快速，效益非常明显。台湾国泰人寿关联企业自重组为国泰金

控集团以后，交叉销售业务快速发展，产险从过去市场份额的二十几名一跃成为台湾第三大财产保险公司，并实现第二年全面赢利。国内也已有几家公司组建了保险集团拿到了多块金融牌照，且这些年发展迅猛，我们来看一组数据：

1、平安交叉销售起源于2001年，据年报显示，平安产险、养老险和信托2012年通过交叉销售渠道获得的销售收入分别同比增长23.7%、53.94%、205.80%！远远高于三大业务板块的自有增速18.5%、17.5%、8%，其中产险从交叉销售获得保费147.7亿元，养老险获得保费34.1亿元。



2、国寿交叉销售从2007年起步，代理财险业务保费从当年0.9亿元到2013年的72.3亿元，同时代理养老险保费83亿元，占到养老险公司总保费的52.2%！3、人保集团交叉销售业务发展也相当迅猛，2013年仅上半年财险就实现交叉销售102.34亿元，占人保寿险公司总保费14.1%，占人保健康公司总保费30.11%！从以上数据不难看出：交叉销售已是行业发展的大势所趋！平安集团更是全面经营银行业务、证券业务和信托业务，实现从保险向其它板块的真正跨界。目前大部分的保险集团运作较成熟的还是旗下各保险子公司的整合资源，即：在集团内部实现人身险与财产险的业务交叉。本文也主要从这方面加以探讨。

二、我国保险业开展交叉销售的积极意义

在集团内开展交叉销售，可以有效地利用资源，实现资源共享。同时，对于行业的健康发展、提高公司经营效率、改善员工发展环境以及提升客户服务能力等方面都具有积极的意义。

（一）有利于行业发展提升社会形象

通过交叉销售，保险企业可充分挖掘自身内部资源，调动自身力量，在企业内部进行合理的资源配置，寻找新的利润增长点，可以避免保险企业间的恶性竞争，有利于行业的健康有序发展。另外，通过提供多样化的产品服务，丰富社会保障体系层次，促进金融资源配置效率的提高，进一步提高服务覆盖面，增强服务经济社会发展的能力，在构建社会主义和谐社会中做出更大的贡献，提升行业的形象。

（二）有利于提高保险企业经营效率

首先，交叉销售是资源共享、优势互补、提高综合竞争力的有效手段。保险公司建立营销队伍、营销网络以及客户资源的积累，绝非一朝一夕，而在集团内开展交叉销售，就可以以集团为依托，实现资源共享，从而更快地赢得市场。特别是为刚成立的新子公司更快地进入市场迅速地做大做强开辟了一条捷径。对于成熟的子公司来说，也可以通过交叉销售提升员工的综合素质，丰富产品销售种类，从而增加收入提高队伍的留存率，更可以稳定客户群体，巩固市场地位，增强综合竞争力。

其次，交叉销售可以大大降低经营成本。实行交叉销售以后，集团内部各子公司之间可以互通有

无，可以避免很多重复建设和重复投入从而节省大量的人力、物力和财力，大大降低运营成本。比方说，从IT系统开发、客服热线、机构建设，队伍建设等方面均可以考虑如何协同配合，提高效率，节约成本。就如建设银行控股的建信人寿三级机构在建行职场内办公，无需成立中支公司只需一支业务队伍就可以运作，这样的低成本创业是行业的创新，也是交叉销售的一个经典案例！同样，中国银行下属的中银保险以及农业银行的农银保险也有类似合署办公，特别是减少四级机构铺设而依托银行分支机构网络开展业务的例子。因此，对于保险集团内各子公司开展交叉销售更是可以最大限度地降低运营成本。

（三）改善保险从业人员的职业发展环境

因交叉销售拓宽了他们的业务领域和发展空间，有利于职业的稳定。通过系列的专业培训，提高了从业人员的综合素质，提升了服务能力，改善了专业化服务形象，将他们打造成为客户真正的风险规划师。销售人员以前只能销售财产险或人身险产品，现在可以顺理成章地为客户设计全方位的风险防御方案，也通过更丰富的产品销售增加了个人收入，提升了发展信心。

（四）提升专业服务能力，稳定客户群体

客户仅需接触一位自己信任的保险营销员就能享受到一站式综合服务，大大提高了购买效率，增强客户忠诚度。对保险公司而言，实行交叉销售可以满足客户多样化的保险需求，提升综合服务能力，最终稳定客户群体。客户购买某家公司的产品和服务越多，流失的可能性就越小。有关数据表明，购买同一品牌的两种产品客户流失率是55%，而拥有4个或更多产品或服务的流失率几乎是0。因此开展交叉销售对于各子公司维护稳定客户群体是相当有利的。

三、交叉销售实务中常见的主要问题及解决思路

近年来，几家保险集团都热火朝天地开展交叉销售业务，取得了不俗的业绩，但在运作过程中也遇到了不少问题。

（一）交叉销售实务中常见的问题

1、上热下凉推不动，这是许多保险业高管头疼的问题。集团重视而子公司反映各异，有的子公

司有自己的想法,推动意愿不强;有的子公司则积极参与但基层队伍不给力。交叉销售也常被各子公司视为附加的销售任务而有抵触情绪。

2、销售队伍专业能力不强,影响销售效率与行业形象。交叉销售业务成功与否,很大程度上取决于业务团队的素质水平,人才缺乏和素质普遍不高已成为制约交叉销售向更高层次发展的瓶颈。

3、硬件不给力,业务发展不顺畅。常常是保险公司内部缺乏一整套科学的相配套的销售支持体系。

(二) 对实务中常见问题的解决思路

1、推动力方面。这类问题常缘于对交叉销售的认知程度、深度欠缺。因此,保险集团应首先使旗下各子公司认清交叉销售的本质与作用,解决各子公司的思想认识问题,各子公司要负责向基层传导观念到位。从上到下统一思想统一认识,牢固树立一盘棋思想。更重要的是必须建立起以激励为主、约束为辅可持续发展的内在驱动机制,从根源上解决交叉销售业务发展原动力的问题。以下第三点会详细说到销售支持的问题。

2、专业能力方面。要强抓培训工作,建立系统的专业化培训流程,对管理人员、培训讲师、销售专员进行集中系统培训,提升各层级人员的专业能力,为交叉销售业务快速发展奠定基础。各子公司基层单位应更加强渗透,派驻人员、互进职场,对各自产品进行充分培训,加强沟通辅导,甚至共同展业。我们多年实践证明,双方员工融合度越高的经营单位交叉销售效果就越好。

3、配套硬件方面。交叉销售作为企业发展重要的战略之一,必然要求企业通盘考虑,统筹规划,建立高效、快捷的前后台服务支撑体系。(1) 配套的组织体系。设立互动部,配备精兵强将,专岗专员,贯彻落实方针政策,协调各方面关系,加强督导推动,为运行高效顺畅提供有力的组织保障。(2) 激励考核机制。制定合理的有吸引力的方案纳入考核指标体系,充分发挥激励考核的导向作用。如:将交叉销售纳入营销员基本法考核

项目,同时作为KPI指标纳入集团公司的预算管理体系,形成正向的激励和约束作用,为业务发展营造良好的环境。(3) 完善的运营信息技术管理系统。从规范的保单渠道录入到销售人员考核管理再到各层级的信息数据提取、手续费结算等等提供一系列高效完善的支持。(4) 沟通协调机制。各子公司之间应建立定期沟通协调的联席会议机制,共同研究制定发展战略和工作方案,及时解决交叉销售活动中出现的问题。

总 结

交叉销售是现代保险业快速扩张、提高综合竞争力的利器,也是行业发展的必然趋势。从集团公司到各子公司,再到各自分支机构,均应从公司规范运作和可持续发展方面多关注交叉销售业务,加强理论研究与实践探索,着力解决影响和制约业务发展的突出问题,最大限度地发挥出交叉销售在集团战略发展中应有的作用。

【参考文献】

- [1]何四炎,保险交叉销售渠道的发展[N],中国保险报,2011.1.19.
- [2]李画,中国人寿互动业务协同效应显现[N],中国保险报,2012.5.7.
- [3]王小平,中国人寿用互动业务做赢大市场[N],金融时报,2010.10.26.
- [4]刘勇,中国保险行业交叉销售的困惑与思考[N],保险职业学院学报,2006年第一期.
- [5]费瀛,浅析交叉销售在我国保险业的应用[J],金融纵横,2012年第6期.
- [6]中证网,“三马”跨界联手电商保险[DB/OL],2013.11.07.

(作者单位:人保健康福建分公司)

责任编辑:凌月华

责任校对:丁 恒

浅谈信息技术 对提升保险业创新能力的重要性

● 李 希

【摘要】：信息化是当今世界保险与其他金融领域发展的重要趋势，已广泛渗透到我国保险业发展的各个环节。保险信息化是保险业发展的重要组成部分，是促进保险业创新发展，提升保险业核心竞争力的重要保障，关系到保险业发展的全局。当前我国保险信息化发展仍然存在许多问题，如：思想认识水平有待进一步提高、信息化投入与保险业发展不匹配、信息技术应用的广度和深度不够、制度建设不完善，标准化工作相对滞后、信息安全投入不足、安全保障体系需要进一步完善等。本文将信息技术与保险业创新发展相结合，反思保险业成长的困惑，探索变革中前进的方向，从而寻觅出一条可持续发展的道路。

【关键词】：保险业，信息化，创新，可持续发展

一、保险业信息技术发展概况

信息化是当今世界保险与其他金融领域发展的重要趋势，随着《国务院关于加快发展现代保险服务业的若干意见》的出台，信息化已在我国保险业发展的各个环节“生根发芽”。随着对产品创新、服务创新的不断深化，各家保险公司都深刻体会到保险信息化是保险业发展的重要组成部分，只有提升上述方面的“软实力”，才能真正提高公司的核心竞争能力。

随着保险业的蓬勃发展，越来越多的保险公司认识到一家公司成功与否不再是比拼业务员的多少，不再是比拼机构有多少，关键还是在于保险公司信息化建设的投入有多少。特别是一些有远见的保险公司纷纷成立了信息处理中心，将信息化的力量投放到以往未能涉及的新兴领域，取得了不错的成绩。

虽然保险信息化发展得欣欣向荣，但是离保险业又快又好发展的要求还有较大的差距，比如：保险业发展与公司信息化投入不匹配、公司信息化制度建设不完善、信息化标准制定工作相对滞后、信息安全投入不足、安全保障体系需要进一步完善等等。

举信泰保险为例，信泰保险内网上运行的应用有业务核心系统、财务系统、OA办公系统、代理人展业系统、公司内网，其中OA办公系统、代理人展业系统、公司内网的各数据是完全独立的；代理人展业系统是建议书系统，同样采用B/S架构Oracle10g数据库来保存建议书资料，数据存放于总公司中心机房存储设备中。建议书系统是通过B/S架构，由业务人员输入客户需求信息来自动生成的保险产品介绍，以PDF的格式形式书面建议报告。对业务人员佣金及各种考核是通过核心业务中的销售管理模块来实现的。业务核心系统和财务系统有数据交换，财务的业务数据是从业务核心系统通过中间表的方式导入的。公司内网的所有应用集中部署于总公司杭州数据中心，各中支机构使用人员通过浏览器访问相应的系统。而业务系统使用方面，信泰保险采用核心业务系统采用数据大集中的模式，所有的数据都在总公司存放。业务系统采用中科软科技股份有限公司开发的lis6.0寿险核心系统，基于B/S架构，采用J2EE框架进行开发。后台数据库是oracle10g，目前个险、银保、团险的新契约、保全、理赔、销售、报表、都是集中在这一个系统当中。核心业务系统与财务系统通过后台数据库接口实现无缝对接，业务系统将核算数据产生至中间

表，通过ORACLE DBLink进行数据的传送，提供给财务系统标准接口导入生成财务会计凭证数据；数据可以实现每日传送。总公司对数据实行集中的管理模式，数据中心设在特定的信息中心机房。数据中心机房功能齐备，安全控制系统和值班监控管理措施严密，能确保设备和系统的安全可靠。中支公司采用专业的局域网布线方式连接内部电脑网络系统，采用H3C路由器+H3C三层交换机配以2M SDH专线接入，保障了数据的安全性。这也是部

分中小型保险公司信息化对重要系统重点关注的真实写照。

信息技术竞争是保险公司面向未来经营和市场竞争的核心命题之一。

IT设施的投入与建设规模的多少，从某方面体现了保险公司的真实实力，加强IT设施的投入与建设规模这场“军备竞赛”就在无硝烟的开始了。提升IT水平在降低公司经营成本、提升核心竞争力的同时，也提高了保险行业的技术壁垒。

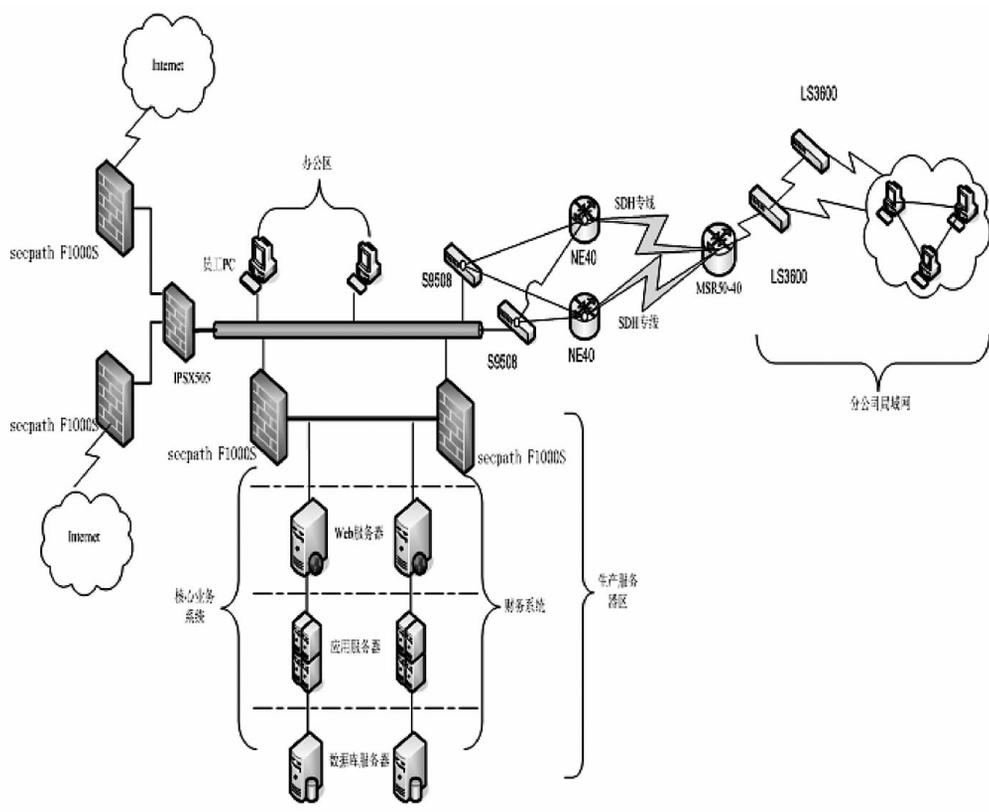


图1：保险公司网络安全拓扑图

然而，个别保险公司对信息化建设不够重视、甚至短视，导致IT基础弱、乱、差现象屡屡发生；网络速度慢、设备老化、盗版软件使用时有发生，与现有管理工作信息化不相适应，不能满足工作要求。同时，存在个别公司信息化建设规划性不强，致使原本可以相互整合的系统独立开来，且各个系统之间兼容性差，形成多个“信息壁垒”。不仅没有让信息技术服务于保险行业，反而使其对保险行业的发展起到负面效果，大大削弱了信息化的效率优势。

二、信息技术对提升保险业创新能力的重要性

(一) 信息技术对提升保险业工作效率的重要意义

金融行业的信息技术运用，即所谓的“金融信息化”。迈克尔·波特教授创立的企业竞争战略理论一直是企业管理者制订战略规划的有效工具。波特指出，市场中的竞争主要是行业内企业间的竞争。并据此提出“五力模型”，帮助企业分析外部环境和

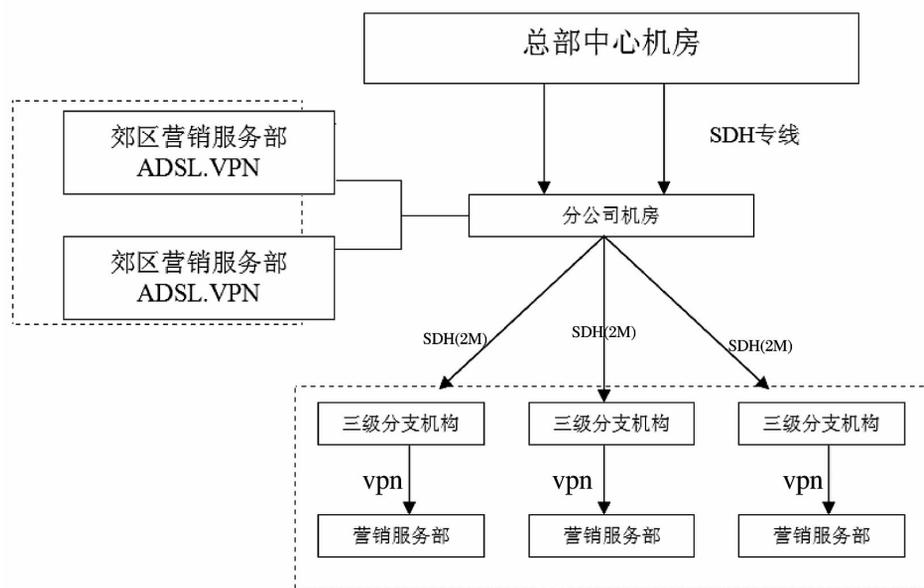


图2：总公司与分公司及分公司与分支机构的拓扑图（图中虚线表示将来要拓展的）

内部能力对竞争战略的影响。“五力模型”分析能够帮助企业找准企业定位、发现公司未来优势点、设计竞争战略。

波特在“五力模型”理论中指出，竞争战略的关键是确定企业的竞争优势，企业的竞争优势通常通过技术、成本等多种因素综合体现。为确立竞争优势，企业通常采用三种基本战略：差异化战略、集中战略和总成本领先战略。

无论是“五力模型”的哪一个方面，都离不开信息技术的影子，可见，信息技术对“五力模型”的影响是如此深远。另一方面，信息技术应用水平的提高，从某一层次也拉高了技术壁垒，将潜在的“竞争者”拒之门外。

1、信息技术推动业务创新

在任何一家保险公司看来，无论“黑猫白猫”，能“抓老鼠”的“猫”就是好猫。所谓“抓老鼠”，指的就是开展业务。互联网、大数据时代的到来给保险行业带来了很大的变化。同时，互联网也改变了传统保险行业的销售模式。目前保险公司在网络销售这个新兴平台上，主要通过两种方式进行营销：第一种是自建网站销售；第二种是与第三方合作。

而如何把“大数据”这个信息技术的创新概念真正运用到实处，让其推动业务发展呢？平安集团的例子或许能让我们感触颇深：

记得在2013年度保险行业信息化技术峰会上，平安集团通过“大数据”概念开发出的“个险客户开发管理项目”让人眼前一亮，通过这一系统，对平安下辖几十万的业务员进行管理，无论是业绩的考核、薪资的结算、客户的追踪服务还是新客户的发掘，都能做到轻而易举、手到擒来。实现精准营销。而对比其他中小型公司，要实现这样的效果，显然投入的成本要大大提高。

2、信息技术推动服务创新

去过银行的人都知道，银行有一个“很神奇”的排队系统，只要把手中的卡轻轻一刷，自然会有工作人员出来接待，甚至连想办理何种业务，这些神奇的工作人员也能猜得八九不离十。这是为什么呢？很简单，这就是银行客服系统的强大。他通过信息技术将服务做在了前头。

放眼保险业，服务创新与信息技术有机结合，取得良好效果的例子也比比皆是：太平人寿的开发出的“好声音”项目开创了客服领域的先河，该项目解决了日常电话回访中出现的一些问题，比如生僻字、方言等。语音云识别功能和智能移动功能的创新使得整个项目令人“眼前一亮”。代理人携带了安装了“弛声音”系统的移动应用。客户只要在移动终端的设备上填写保单相关信息即可，同时，该系统会自动触发回访流程，客户只要在移动终端上回答系统提示的每一个问题，设备将同步录音，新契



图3：大数据时代下的商业机会

约回访工作就此完成。代理人随后将录音上传到语音云，就完成了以往需要至少3个人才能完成的工作量。

用系统取代人的回访工作。代理人可以指导用户完成回访，用户可以拥有再次确认合同的条款和保障内容的权利，大大减少销售误导的几率。这样的创新，大大提升了保险公司的服务质量，也将信息技术推动服务创新体现得淋漓尽致。

而新华人寿对于核心业务系统与电商渠道的整合尝试，也从另一个方面说明了信息技术推动服务创新不是一蹴而就，而是一个审慎的过程：比如在京东商城等网商在初步的尝试网络销售时，就出现过定价错误的情况。在保险实践中，网上销售、移动理赔等多系统都在进行与产品相关的计算，的确存在出现定价不统一的问题。对这个问题保险公司要特别注意，为了杜绝定价不统一问题的出现，需要由后台一个模块

统一进行运算及核算。这就需要专业的全盘架构方面的考虑。然而，系统性能和响应速度是否能跟上节奏，就成了摆在各家保险公司面前的难题。由

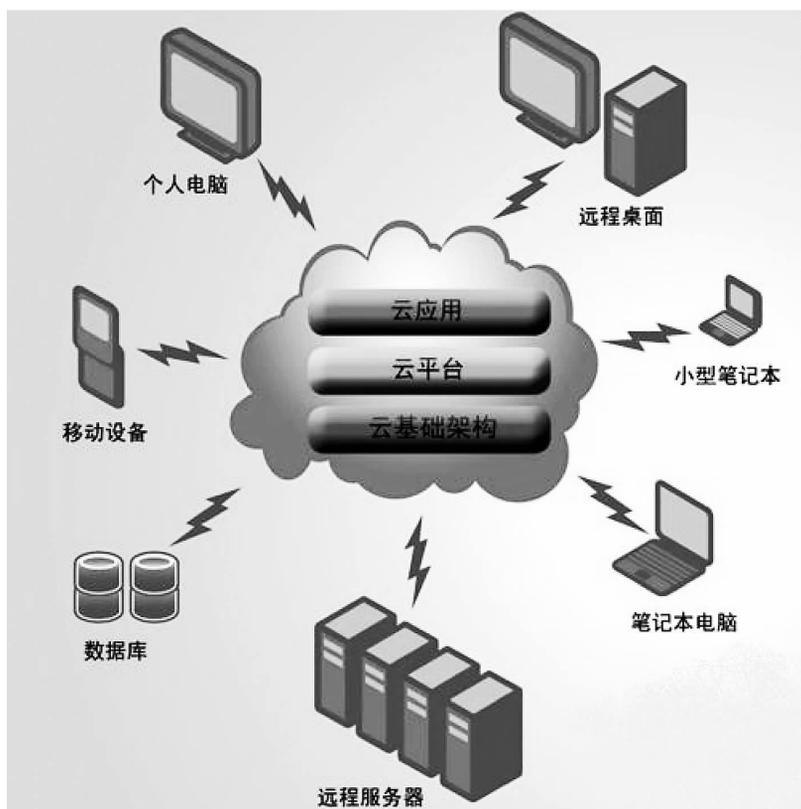


图4：云系统概念图

于更换系统时周边系统不能停，所以备份平台就不可或缺，比如2013年度保险行业信息化技术峰会获创新奖的项目ESB（新华保险应用集成平台项目），该系统实现了软件资产化。在软件复用方面实现了创新，提高了工作效率。

(二) 信息技术推动后援创新

在保险行业，信息技术对于后援的创新程度也是一家公司强大与否的具体表现。在大部分保险公司中，核心的软件架构平台基本上是基于J2EE的B/S架构下开发的，因为一些小小的创新可以为单位节省大量费用。

举视频会议系统为例，大公司一般使用成型的设备进行远程视频会议，比如宝丽通系统、AV-CON系统等，但对于规模较小，开业时间不长的

中小型公司来说，动辄几十万以上的投入可能存在困难。这时，信息技术的创新就可以大显身手了。为什么不能通过JMF（JAVA多媒体框架）技术自行开发一款基于SDH专线环境的视频会议系统呢？从而实现视频与音频的远程传输。

系统采用JAVA APPLLET编程技术，用户成功进入视频系统后，可以选择发送本地媒体到服务器或者请求其他用户的媒体流。APPLET捕获设备媒体、压缩打包发送至服务器；请求媒体时，APPLET发送请求参数至服务器，服务器保持转发媒体流至客户浏览器APPLET用户离开时，服务器撤销用户信息，释放用户媒体流管理器，终止媒体流的转发。

浏览器端采用“发送-请求”的设计思想，结

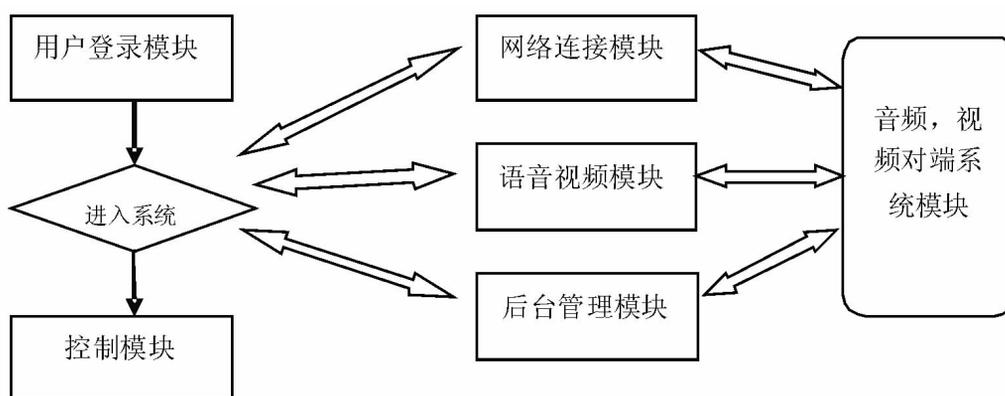


图5：系统模块图

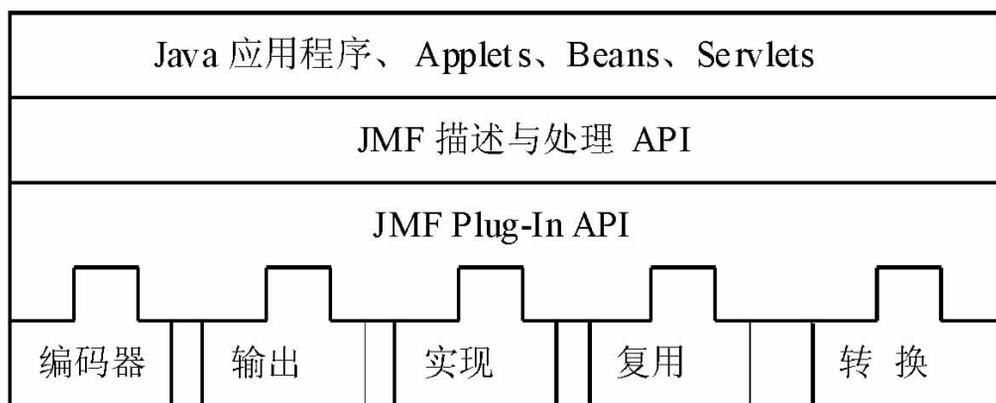


图6：JMF媒体框架

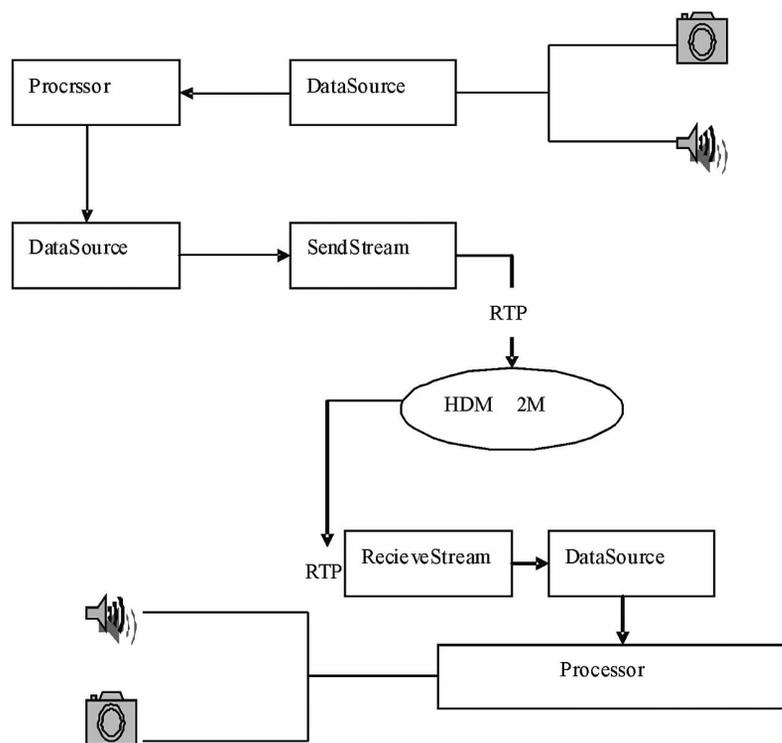


图7: 基于JMF的RTP网络媒体传输

合面向对象实例, 赋予用户选择是否允许别人查看本地媒体的权利。

如果允许, 则启动本地APPLET发送媒体至服务器, 在这个过程中, 服务器将分配给该用户的服务器端口中监听, 如果有流媒体到达, 则在数组中增加一个记录, 并在客户端APPLET实时播放。

(三) 信息技术有助推动监管创新

中国保监会项俊波主席在2014年全国保险监管工作会议上指出: 加快监管信息化建设。加强监管信息系统开发、改造和升级, 推进应用系统整合, 加强监管信息化基础建设。

只有将监管信息化水平与保险行业发展速度相适应, 才能更加有效的对行业进行监管、指导, 对各个保险公司的信息系统进行动态监测, 智能评估, 提早对可预防的风险进行警示、干预, 防范、化解可能出现的信息安全风险。

国外对于银行、保险等金融行业的监管信息化已经取得了一定的成功经验, 在借鉴国际保险监管改革经验的基础上, 结合我国的实际情况, 抓紧完成构建有中国特色的保险监管制度体系研究, 充分利用信息技术促进行业转型升级、提高保险行业核心竞争力。

三、保险公司信息技术创新与竞争策略

(一) 完善信息化环境

在保险公司的运营体系中, 客户、保单、理赔、缴费、保全等重要信息形成了贯穿始终的“服务链”。而这条“服务链”的每一个环节都和信息技术息息相关, 比如数据管理和客户服务等方面。而信息技术对于数据收集和管理工作则最为擅长。

随着保险业务的开展, 客户身份证扫描、文件传输、保单条码录入、保单影像存贮等信息都需要存储在信息系统中(常称此系统为核心业务系统)。随着4G移动技术的发展, 以往一些不可能覆盖的保险区域也能轻松出单, 比如偏远旅游景点, 只要使用专用无线POS机即可在现场依托移动网络技术实现意外险出单, 以往比拼手续费的粗旷竞争已经一去不复返, 技术含量的竞争才是各个保险公司能否抢占先机的必由之路。

(二) 优化内部价值链

竞争力对每一家公司都十分重要, 对于保险公司更是如此, 站在顾客角度换位思考、定义价值所在, 将原本价值外的非增值作业和无效率工作尽可

能消除,为公司的“服务链”创造增值价值。信息技术的运用和发展,正是实现优化保险公司内部“服务链”的关键一环,通过“服务链”的优化,使得企业内部价值得到优化,同时,通过保险信息化建设提升企业差异化竞争战略的实施。

(三) 关注行业竞争结构变化

随着支付宝的崛起,网销报销成为了一种新颖的营销方式,谁先抢占创新的制高点,谁就会在林立的保险市场中脱颖而出,各个公司只有不断寻找合适自身发展特点的信息系统应用,才能促使行业竞争结构和力量对比有利于巩固自身的竞争优势。

现阶段,很多保险公司对于相互代理这个名词十分熟悉,在信息技术飞速发展的今天,通过信息技术手段,将原本还是竞争关系的两家保险公司通过资源整合的方式协作营销,带来的效果远远大于一加一等于一。激烈的市场竞争环境促进了相互代理这一创新模式,市场需求的日新月异又使得信息技术的融入显得万分必要,信息技术的发展为保险公司相互代理的实现提供了平台。在有序、合作、动态、协调的运行机制下,实现价值链内保险公司间的双赢和多赢。凸显出保险信息化的特色价值链和价值系统。

(四) 重视组织际信息系统和网络保险推广

根据中国保险行业协会发布的统计数据显示,2014年前三季度网销保险总保费突破600亿元,达到618.7亿元,其中,人身险网销保费273.4亿元,财险网销保费为345.3亿元。在这组惊人的数据面前,我们不难发现一个共通点:网络销售。

往年保险公司寻求业务规模扩张的方式,首选的方式是人力爆发式增长的“人海战术”。虽然“人海战术”表面上气势磅礴,但是保险公司在组织扩张、人力爆发式增长的背后,是大量的启动资金投入。网络营销把人海战术的启动成本降至最低,从而实现利润快速增长的有效方式。

四、结论和展望

在未来的保险信息化发展中,信息技术对提升保险业的创新能力将起到至关重要的作用,但是,几个方面的问题还是亟待解决:

一是部分保险公司信息化资金投入和人才储备不足,只片面关注业绩指标,对于信息技术严重漠视的单位,必将难以保障信息化的可持续发展。特别是当前保险业综合经营的趋势日益明显,金融、

银行发展的路线日趋清晰,如果没有足够的技术和人才储备,将使保险业缺乏应有的竞争力。

二是相当一部分公司还没有建立起一套较为科学的管理机制,难以满足信息化进程发展的要求。虽然监管机关多次强调保险公司应加强信息技术的重视程度,但是相当一部分公司整体科学和管理、IT治理结构没有建立起来,这是制约保险业信息化健康发展的一个主要因素。

三是保险科技创新的意识和能力还比较薄弱,这点和保险产品一样,保险信息化的同质化也非常严重,关键原因在于信息技术与公司总体战略脱节,致使信息技术从发展创新的核心,沦为可有可无的配角。

随着保险行业的日趋成熟,经营模式的日趋多元化。保险企业在信息化方面的投入越来越大,开发模式也从外包向自主开发转变,这主要是由于业务创新的速度要求越来越快,这对IT系统的要求就越高。新业务的开发将有力地促进数据集中等信息化建设的进程,保险行业用户对于应用软件、存储设备、服务、专业咨询等业务的需求将会进一步增加。加速保险业信息系统标准化建设进程,培养技术与业务能力兼备的人才队伍,借助信息技术,探索新型服务模式,提升服务品质,这一切都离不开信息化的支持,信息化必将是保险行业未来发展创新的大趋势。

【参考文献】

- [1]张景肖.随机最优控制及其在保险中的应用[M].科学出版社,2013.
- [2]罗忠敏,王力主编.保险蓝皮书:中国保险业竞争力报告[R].社会科学文献出版社,2013
- [3]孙祁祥.保险学(第五版)[M].北京大学出版社,2013
- [4]中国保险行业协会.互联网保险行业发展报告[C].中国财政经济出版社,2014
- [5]陈恳.迷失的盛宴——中国保险产业[M].浙江大学出版社,2009
- [6]中国保险监督管理委员会.保险业'十一五'信息化发展报告[C].电子工业出版社,2012

(作者单位:信泰人寿福建分公司)

责任编辑:凌月华

责任校对:丁恒

发展与规范农业保险的问题研究

● 田虹 陈雅萍

【摘要】：福建是农业大省，但是受台风、暴雨、干旱等天气灾害的危害，每年农业经济损失巨大，影响人民生活。发展农业保险对分散农业风险、提高农户生产积极性具有重要意义。本文将通过分析福建省农业保险的现状存在问题，探索适合福建省农业保险发展的模式，探寻可行的路径并提出相应的对策和建议。

【关键词】：农业保险；现状；借鉴；发展

一、前言

农业作为第一产业，是福建省国民经济的基础。据福建省统计局网站公布的《2013年福建省国民经济和社会发展统计公报》显示，2013年我省全年农林牧渔业完成总产值3277.98亿元，比上年增长4.5%；第一产业较2012年度增加1936.31亿元，增长幅度4.4%，显示了强劲的发展实力。但是，我省处于沿海地带和环太平洋地震带，是自然灾害易发区域。2013年，我省气象灾害偏重，主要气象灾害造成直接经济损失120.65亿元；根据《中国农业年鉴》数据显示，福建省受灾面积逐年增加，给农业生产和农民生活带来了严重的影响。农业安全问题关系到社会的稳定发展，农业保险具有分散风险的功能，不仅能够稳定农民收入、提升农民生产积极性，也能促进农业产业结构的优化和升级。因此，发展农业保险是解决三农问题、建设海峡西岸经济区的關鍵，也是促进社会主义新农村建设的有力保障。目前，我国已经是世界第二大农业保险市场，超过2亿农户参加了农业保险，但是针对福建地区的农业保险发展状况，仍存在着一定的发展空间。

2014年8月，国务院在时隔八年后再次对保险业发展颁布指导性文件——《国务院关于加快发展现代保险服务业的若干意见》，意见一出台，马上

受到行业的高度重视。意见指出，要积极发展农业保险，扩大农业保险覆盖面，提高农业保险保障程度。“新国十条”的颁布为发展现代保险业指明了方向，也为农业保险发展提供了具体的指导意见。目前，中国保监会积极推行农业保险试点改革，福建地区农业保险创新和发展也将从中借鉴受益。

二、福建地区农业保险发展的现状及存在的问题

农业保险是专为农业生产者在从事种植业、林业、畜牧业和渔业生产过程中，对遭受自然灾害、意外事故疫病、疾病等保险事故所造成的经济损失提供保障的一种保险。农业保险按农业种类不同分为种植业保险、养殖业保险；按危险性质分为自然灾害损失保险、病虫害损失保险、疾病死亡保险、意外事故损失保险；按保险责任范围不同，可分为基本责任险、综合责任险和一切险；按赔付办法可分为种植业损失险和收获险 [1]。1982年，福建农业保险开始了探索的步伐，在后来三十年的发展过程中，福建农业保险取得了一定的成绩，但是过程中也暴露出来许多问题。

(一) 农业保险经营风险大，利润低，经营机构少

从全国范围来看，农业保险普遍存在保费规模低、赔款金额大的特点。2012年，我国农业保险

保费收入240.13亿元，支付赔款148亿元；2013年1-9月，全国农业保险保费规模已经超过去年全年，其中累计赔付145亿元，赔款支付的增速超过了保费增速。

由于福建省地处沿海，夏季受台风影响较大，强台风登陆容易形成大范围的洪灾和强降雨，造成房屋倒塌、农田受灾、人员伤亡等严重影响，导致农业灾害的覆盖面广、影响面大，存在许多不受人控制的农业风险，保险公司盈利性较低，不愿意涉足农业保险。目前，福建地区仅有中国人民财产保险股份有限公司福建分公司等几家保险单位开展此项业务，保险公司对福建地区农业保险的开展范围有待扩大。

（二）福建省农业保险区域发展差异较大

从投保上看，非沿海地区的农业保险投保额较高，沿海市区，如厦门、福州、泉州、漳州、宁德等累计不足四分之一；而从赔付情况来看沿海地区的赔付金额较高，投保和赔付金额成反比，地区发展差异较大。

造成这种差异的主要原因，一是，福建省沿海地区比较重视工商业发展，对农业发展重视不够；二是，沿海地区受台风侵袭较多，农业风险发生概率较大，保险公司往往不愿意在沿海地区开展农业保险业务。因此，福建沿海地区的农业保险发展比内陆地区缓慢，亟待改善和加强。

（三）农民对农业保险投入较低，农业保险种类不齐全

根据福建统计局发布的《2013年福建省国民经济和社会发展统计公报》数据显示，我省农村居民人均纯收入有了较大改善，从2009年的6680元增加到2013年的11184元。虽然人均收入水平有了较大幅度的增加，但是由于农民对养老保险、医疗保险等社会保障权益的关注，以及日常生活正常支出外，手中闲置的金额较少，对农业保险的购买力有限，出现了“农民买不起，公司赔不起”的尴尬情况。此外，由于农民的保险意识较低，导致农民往往更关注于眼前的利益，忽视了对未来的风险投资，当灾害到来的时候，只能依靠政府补助。目前中央财政只对粮食作物、森林等关系国计民生的保险品种给予统一的保费补贴，各省对境内开展补贴种类和比例都各有不同。福建省的水稻种植保险各级财政给予的保费补贴是80%；而渔工责任、

渔船保险等各级财政保费补贴为40%。

除了农业保险投入有限之外，目前商业保险公司的农业保险种类还不够丰富。根据承保种类，农业保险可以划分为种植业保险、养殖业保险等。种植业保险的险种主要包括森林（林木）火灾保险和烟叶种植保险。森林火灾保险主要集中于三明市；养殖业保险主要由养鸡与乳牛保险所构成，业务集中于厦门、南平两市；烟叶种植保险保费则集中于龙岩、南平两市[3]。

三、国外先进农业保险发展经验与龙岩模式的探讨

目前世界农业保险的经营模式主要分成3种：中央和地方政府联合主办、政府直接经营的国营农业保险模式；私营商业或基金保险公司经营，没有政府支持的私营农业保险模式；政府资助、私营部门开展的公私合营的农业保险模式[4]。

（一）加拿大农业保险模式

作为联邦制国家，1959年，加拿大颁布了联邦农作物保险立法，各州市依据各地实际情况，对农业保险提供立法保障和相关财政补贴，自行设计投保计划。加拿大施行的农业保险保障范围比较广泛，而且产品价格根据农民的实际收入水平制定，不会造成农民的太大负担。

加拿大政府在农业保险的推广过程中发挥了重大的作用，他们的职责主要是：开展农业保险研究，确定费率和赔付额，同时还要防范道德风险，保证保险合同的及时签订和理赔的及时处理。除了大力推广农业保险外，加拿大政府还在全国范围内开展了农业收入稳定计划，避免因为价格、支出等变化而使收入下降，另一方面也稳定了农业保险的有效运营。在对农业保险的财政补助上，加拿大政府也专门在每年的预算中进行了安排。

（二）美国农业保险模式

美国农业保险由来已久，从20世纪30年代就已经开始了农业保险的探索，1938年，美国通过了《联邦农作物保险法》，并在政府部门农业部内设置了联邦农作物保险公司，直接对农业保险进行运作。1980年，美国对《联邦农作物保险法》进行了修订，允许商业保险公司共同开展农业保险业务，并由商业保险公司独立承担风险和管理费用，政府则根据每年经营的业务量给予一定额度的补

贴。1994年,美国出台《农作物保险改革法》,进一步完善了农业保险。《农作物保险改革法》最主要的特点是建立了多风险的保险保障制度以及区域风险保险计划,保障农民的收入水平。经过将近一个世纪的发展,美国的农业保险取得了较大的成功,逐步完成了从传统型向现代型的转变,经营模式也从政府包揽到公私合营,不但解放了商业保险公司的活力,也在一定程度上减轻了联邦政府的财政负担。

(三) 各国农业保险中鼓励农业保险发展的制度设计

随着对灾害防范意识的加强,各国在农业保险发展上都取得了一定成就,下表是国务院发展研究中心金融研究所副所长巴曙松在《借鉴国际先进经验 推动中国农业保险风险管理创新》文章中,对部分国家农业保险发展的制度设计说明表,对福建农业保险发展有借鉴意义。

各国农业保险中鼓励农业保险发展的制度设计

国家	措施
美国	不参加政府农作物保险计划的农民不能得到政府其他福利计划
日本	凡对国计民生有重要意义的粮食作物、牲畜等列为法定保险范围,进行强制性保险;在农作物保险中,达到一定经营规模的农户要强制加入
法国	对一些关系到国计民生的大宗产品实行强制性保险
菲律宾、泰国、印度	如不投保,则不能申请银行贷款

从上表可以看出,大多数国家在发展农业保险过程中,一定程度地强制让农民进行购买。

(四) 龙岩模式的有效健康发展

近年来,龙岩在农业保险的探索上取得了较大进展,取得了初步成效,龙岩模式已基本形成并逐步推广。龙岩模式实际上是以政策性农业保险为基础而开展的包括农业生产、生活、家庭财产、医疗、养老在内的综合性保险。随着我国经济社会发展方式的转变,“三农”综合保险将在减灾防灾、稳定农业生产、创新农村社会管理模式、维持农村社会稳定等方面发挥越来越重要的作用[5]。

龙岩模式是农业保险发展的重大创新,龙岩模式能够得到有效推广,其所取得的成效可见一斑。首先,政府对当地农业保险发展提供了大力支持,加大组织宣传,采取先缴后还的资金补贴政策,引导农民投保;其次,龙岩地区还根据自己多山的地域特点,改善农业结构和配套农业保险类型,因地制宜,循序渐进地稳步推广。

四、福建农业保险发展的意见及建议

经过多年发展,福建省农业保险工作取得了一定的进步,保险范围和保障水平不断扩大和提高,

水稻种植保险每亩保额从200元提高到400元,但保险费率呈现出了下降趋势。政府方面也逐步出台巨灾风险的配套政策,有效缓解了财政和保险公司的压力。

(一) 政府法规保障,提供财政支持

从国外发展农业保险的先进经验来看,加快法规建设是我省发展农业保险的当务之急,用法律的形式保障农业保险的目标、保障范围、赔付标准等不仅规范了保险公司的相关业务,约束其合规经营,也切实保障了农民利益,是保证农业保险健康发展的重要条件。同时,为配合法律法规真正实施,应积极探索相关配套政策,并做好政府的财政补贴工作。一方面减少较低的利润对商业保险公司推行农业保险的积极性的影响;另一方面,政府加大财政补贴也将会缓解贫穷地区农民在遭受农业风险时所承担的经济损失。

(二) 扩大农业保险种类,建立完善的巨灾分散机制

福建省目前已经开展了9项农业保险业务,对于主要农业种类,如粮食、茶叶、果蔬等都可由政

府统一管理，制定相关的保险条款和理赔规则；而对于不同地区对农业保险的不同需求，如沿海地区的台风、洪涝灾害，山区的暴雨、滑坡等，可鼓励保险公司各级机构开展特色农业保险的探索，并根据探索成果按照一定的比例对承保公司风险补偿金进行补偿，以激励保险公司开展此项业务。

除了开发更多种类的农业保险之外，还必须建立巨灾风险分散制度。福建省经常遭受台风、暴雨的侵袭，发生巨灾风险的概率相当高，一旦发生风险，保险公司很难承担巨额的理赔费用。例如美国针对洪灾制定了《国家洪水保险计划》，这就是对风险分散的一个很好尝试。从各国发展农业保险的经验来看，风险分散主要依靠免税、再保险制度或国家的财政补贴。

五、总结

农业是涉及国计民生的重要工程，大力发展农业保险对稳定农业基础生产水平、农民收入具有重要意义。近年来，福建省大力发展农业保险，不断创新，将政府引导与市场有机相结合，互相促进，增强了惠农力度，农业保险工作的成效明显。

随着“新国十条”的颁布，保险业迎来了历史发展的黄金机遇，农业保险也将借势发展，为海西经济建设助力！

【参考文献】

- [1]郭冲.对付自然灾害农民可买农业保险.经济参考报.20090828
- [2]林智勇.对推进福建省政策性农业保险试点的若干思考.中国人民财产保险股份有限公司福建分公司
- [3]张文棋,张小芹,吴小芳,郑境辉.福建农业保险发展基本思路及其实现对策.福建农林大学学报(哲学社会科学版),2006,9(2):6-10
- [4]张旭光,柴智慧,赵元凤.典型国家和地区的农业保险发展模式概述.世界农业.2013.1(总405)
- [5]钱振伟,李金辉.“三农”综合险 风正一帆悬.经济金融观察

(作者单位:泰康人寿福建分公司)

责任编辑:李璐

责任校对:凌月华

物流公司投保货运险 存在问题及解决对策

● 万江海

【摘要】：随着我国经济社会的不断发展和完善，现代物流业成为新的经济增长点，蕴含着巨大商机。物流业的发展需要保险业的支持，同时也给保险市场发展提供了发展机遇和空间。本文从我国货运险投保主体的演变谈起，分析了物流公司投保货运险的趋势及不足之处，探索了保险公司在货运险的承保过程中遇到的困惑和瓶颈，并提出了解决对策。

【关键词】：投保主体；物流公司；货运险

随着我国经济社会的不断发展和完善，货运量保持快速增长，物流水平不断提升，现代物流业成为新的经济增长点，蕴含着巨大商机。与此同时，现代物流业所覆盖的运输、仓储、包装、配送、装卸、流通加工、信息提供等环节充满了给客户或他人带来财产毁损和人身伤害的风险，而由此引发的损失往往给物流企业造成巨大的经济压力。物流业的发展需要保险业的支持，同时也给保险市场发展提供了发展机遇和空间。然而，相对于物流业的快速发展趋势，我国物流保险的发展步伐却相对滞后，仍然停留在几个传统货运险种，一定程度上制约了物流保险的发展和壮大。

一、货运险投保主体的演变

（一）货运险投保主体

货运险属于财产保险的一个险种，根据传统保险习惯，其投保主体为：货主，作为保险合同中的被保险人，也可以是运输过程中相关责任方，作为保险合同中的投保人。在国际贸易运输过程中，货物被保险人经背书可随提单转移而改变。

（二）货运险投保主体的变化

90年代港口、码头是保险公司货运险业务拓展的重点方向，他们的代理几乎占据了货运险业务的全部，并开始充当着货运险投保人。随着货运市

场的多样化发展，货运代理个体户逐渐异军突起，分得了一部分业务资源，并以货运险投保人的角色与保险公司合作。这当中，也存在着船公司及车队的代理并投保。那时，厂家的直接投保还非常有限，很难形成业务规模，除非有运输量特大的标志性企业的统保。例如，人保财险货运险集中在鲤城公司办理时，水路货运保费规模达到300多万，大多是内港、后渚码头所代理并投保；进出口货运险保费300万，客户都是外贸专业公司、三资企业，业务渠道单一。

港口及承运人的货运险代理投保特点是：代理人凭借优势资源取得货运险业务资源，但仅作为货运险投保人，被保险人全部是货主，因为码头及承运人无须对货物负太多的风险责任。

（三）现代物流业兴起对货运险的深刻影响

随着贸易方式的不断变化，第三产业的不断发展，物流和速递行业快速兴起，逐渐融合运输、仓储、货代和信息等多个产业，成为货物流转的主要服务方式。货运险保源逐步向物流公司集中也是不争的事实，厂家直接把产品交给物流公司，由物流公司全方位服务，完成产品的流转。大多数物流公司目前的运作方式是为客户包揽了保险风险后，再向保险公司投保货运险。寻求与物流公司合作是货运业务发展的趋势，2014年泉州人保财险货运险

业务就有80%来自物流公司。

(四) 物流公司作为货运险被保险人的实际需要

现代物流所接收的货物已实现了门到门的服务, 物流公司的服务覆盖了管货期间的几乎任何物质损失赔偿, 货主实际上已把风险转移给物流公司。物流公司承担了大部分的保费成本, 并在与保险公司的合作中要求成为理赔受益人。另外, 为了争取到更多的运输业务, 在运输价格和服务上进行竞争的同时, 物流公司在运输风险承担上也展开了较量。特别是一些公路承运人, 面对激烈的市场竞争, 甚至承诺承担运输途中的所有风险, 加上他们还可能遭遇货主保险公司的代位追偿, 因此, 承运人需要把风险转嫁给保险公司。

就泉州地区水路货运险而言, 以实际货主为被保险人, 同一航次的一批货, 实际货主将会是很多个, 分别投保并提供货主资料, 会增加办理投保的工作量, 若以物流作为被保险人进行投保会方便的多。同样, 对保险公司而言也有利于简化手续及提高效率, 所以保险公司也乐于接受这种做法。

二、物流公司作为货运险被保险人存在的问题

保险公司从物流企业争取来的货运险业务大多以物流企业本身作为被保险人, 对物流企业而言, 便于索赔, 保障自身利益; 对保险公司而言, 具有展业效率高、保费增长快等优势。但实践证明, 这种接受物流企业作为被保险人的做法, 会给相关法律及后续的保险理赔服务带来一系列问题, 尤其是物流企业本身就是实际承运人, 具体如下:

(一) 保险利益本质, 决定了物流公司不适合作为货物被保险人进行投保

我国《保险法》规定, 投保人对保险标的应当具有保险利益, 财产保险的被保险人在保险事故发生时, 对保险标的应当具有保险利益。被保险人是指其财产或者人身受保险合同保障, 享有保险金请求权的人。保险利益是指投保人对保险标的具有的法律上承认的利益。这主要是指财产所有人、经营管理人对其所有的、经营管理的财产具有保险利益; 而财产的保管人、货物的承运人、各种承包人、承租人等对其保管、占用和使用的财产, 在负有责任的条件下具有保险利益, 对预期的合理利润也具有保险利益。因此, 物流公司作为货物的保管

人、承运人其具保险利益本质可以是货运险的投保人, 但作为货运险的被保险人就不太准确, 当货运发生损失时作为物流公司可能是事故责任方, 其更适合投保“承运人责任险”和“物流责任险”。

(二) 实际承运人所享有的责任限制, 决定了物流公司不适合作为货运险的被保险人

根据我国《海商法》规定: 承运人在责任期间货物发生的灭失或者损坏是由于下列原因之一造成的, 承运人不负赔偿责任。承运人对货物的灭失或者损坏的赔偿限额, 按照货物件数或者其他货运单位数计算, 每件或者每个其他货运单位为666.67计算单位, 或者按照货物毛重计算, 每公斤为2计算单位, 以二者中赔偿限额较高的为准。因此, 实际承运人对某些不可抗力的自然灾害造成的货损及货损的赔偿责任享受了法律的限制责任权力。

因此, 当物流公司同时又是实际承运人时, 其以货运险被保险人向保险公司索赔然后按《海商法》规定的责任限制赔偿给货主及货代, 将会从中获利, 违反了财产保险的补偿原则。

(三) 当物流公司既是被保险人又是货损责任人时, 保险人将丧失追偿权

物流公司作为货运险被保险人, 出险后往往以“货物所有人”而不是“货物保管责任人”的身份向保险公司索赔。根据《保险法》第六十二条规定“除被保险人的家庭成员或者其组成人员故意造成本法第六十条第一款规定的保险事故外, 保险人不得对被保险人的家庭成员或者其组成人员行使代位请求赔偿的权利”, 因此, 当物流公司因管货期间出现的责任事故, 保险公司将无从追偿, 尤其物流公司同时又是实际承运人。

(四) 投保资料申报不实, 难以保障货物所有人的利益

《合同法》只规定托运人向承运人申明货物的名称、性质、重量、数量, 收货地点等有关货物运输的必要情况, 但该法对货物价值的申报却没有要求。因此, 物流公司在向保险公司投保时往往无法准确填写保险价值和保险金额。另外, 物流公司为了节省保险费, 故意降低投保金额。但在出险后, 保险公司会要求提供货物价值凭证来确定是否足额投保, 这时, 货主才向物流公司出具货物价值凭证以便向保险公司索赔。结果经常出现不足额投保等情况, 赔款需按比例分摊, 于是, 物流公司拿到的

赔偿金不足以补偿货主。在这种情况下，货损其实无法得到足够保障，除非物流公司补偿货损差额，否则货主将遭受损失。

三、解决对策

(一) 增加补充协议，确保赔款的合法性

理赔时要求物流公司提供与货主、货代达成的赔偿协议或货主的授权委托书，进一步明确物流作为接受赔款主体的合法性，并可杜绝一旦享有责任限制时可能出现的非法获利。物流公司同时是实际承运人者，保险公司往往要被动接受放弃对承运人追偿的特约，保险公司可作为船舶一揽子投保的筹码，并要求投保保赔险或承运人责任险。

(二) 贴近市场，不断创新适销对路的保险产品

保险公司要针对物流主要组织者——承运人的保险需求加大保险产品开发和创新能力。一方面，针对非单一运输工具联运一体化的货运风险，提供包含多种传统货运险产品在内的一揽子风险解决方案，如承运人责任险、意外险、仓储险等；另一方面，针对物流过程中，货物动态风险与静态风险呈现出的一体化特征，包括货物流转过程中因收集、转运在港口、临时仓库停留时间，通过提升投保工具，适当进行承保风险的扩展，如：水路货运

的预投保、e-cargo电商业务，甚至是嵌入式的电子商务平台等。

由此，保险公司应经常深入到现代物流公司进行深入细致的调查研究，熟悉物流业务的各个环节，了解各环节的风险所在，了解物流链的需求，不断出台满足物流链需要的保险产品，厘定合理的费率和承保条件。

(三) 货运物流保险产品的开发和运用，也需要社会大环境的改善

物流货运险的发展，需要营造更为良好的行业环境，促进市场有序竞争，增强产品创新动力，避免因无序竞争造成费率无限度下调，责任范围不匹配地扩大，保险主体亏损严重的局面。

另一方面，交通主管部门应规范运输物流业的运作流程，增加《运输合同法》对托运人向承运人如实申报货物价值的相应规定。这不仅有利于运输合同当事方解决纠纷，更有利于扩大保险服务业对运输物流业发展的参与程度，让保险服务给广大运输业主带来更大保障，为运输物流业发展保驾护航。

(作者单位：泉州保险学会)

责任编辑：凌月华

责任校对：李璐

政策利好促进养老保险产业发展

● 杨 威

【摘要】：当前我国的保险业发展形式严峻，社会地位偏低，保障作用不充分。国务院颁布新“国十条”政策，将保险服务业未来的发展提升到改善民生福利和稳定社会经济，是社会保障的“重要支柱”。新“国十条”鼓励商业保险参与社保体制，将政府主导转变为政府督导，从深度和广度规划了养老保险未来的发展方向。这些政策利好，为养老保险产业的发展提供了机遇。

【关键词】：新国十条；养老保险；改革；产业发展

2014年8月，国务院颁布《关于加快现代保险服务业的若干意见》（简称：新“国十条”）提出了9方面29条政策措施。新“国十条”的发布被社会广泛关注，其中不乏亮点，将保险服务行业从简单的定义提升到民生保障范畴，将简单的保障领域扩展到创新、投资与经济建设全面发展紧密联系，立足于服务国家治理体系和现代化发展。新“国十条”从指导思想、基本原则和发展目标，为养老保险市场规划崭新蓝图。

新“国十条”提出，要让“保险成为政府、企业、居民风险管理和财富管理的基本手段”。政府需求可以通过政府这只手本身来推动，对保险业来讲，对接起来不会是很大的问题；但是对企业、居民的需求而言，主要得靠市场这只手来推动。国家再重视保险业，买不买保险还是由老百姓和企业自己决定的。即便是文件在某些方面给出财税政策支持，如健康保险税收优惠和个人税延型商业养老保险，但催化剂毕竟只是催化剂。

一、引导养老保险成为民生保障支柱

（一）建立市场化的养老保险机制

目前我国社保制度建设中还存在一些问题，包括：尚有部分人群没有参保，其中私营企业、小微企业参加城镇职工各项保险的比率偏低；社会保险

关系转移接续还不够顺畅，适应流动性不够；待遇差距较大，公平性有待提高；基金难以保值增值；经办管理体制仍存在部门分割状况。未来社保制度发展面临一些挑战：宏观经济形势变化对参保和政府投入带来影响；人口老龄化加速，可持续发展问题凸显；城镇化加快，对制度适应流动性提出更高要求；人民群众对公平享有社会保障的诉求日益增强。

除了建立健全促进社会保障制度可持续发展机制，还应进一步完善各项社会保险制度，包括完善养老保险参保激励机制和养老保险转移接续办法，尽快出台遗属待遇和病残津贴政策；深化支付制度改革，健全重特大疾病保障制度，完善医疗保险关系转移接续办法；完善失业、工伤和生育保险制度等，以使广大人民群众更好地享有社会保障。同时继续深化改革，促使社会保障制度更加公平，包括整合城乡居民养老、医疗和最低生活保障制度；改革机关事业单位养老保险制度，实现统一的城镇职工基本养老保险制度。

（二）养老保险差异化的保障服务

养老金管理机构作为现代保险服务业的组成部分，以市场为导向，投入大量的资源和成本，精心打造有别于传统服务机构的，具有养老金行业特色和特点的专业化、差异化的服务品牌和能力。针对

企业在人力资本管理中留用人才、激励人才和管理的年金特定归属、针对企业集约化管理模式下的集团年金管理、控制需要、针对特定行业在转制过程中的利益兼顾和政策安排需求，在合规的前提下积极地给予服务、帮助和支持。

(三) 养老基金运投资运作

德国养老金投资选择比较注重社会效益——不仅与其他经济体的养老金一样奉行相对谨慎的策略，还会将包括基础设施建设及房地产业的实体资产作为其投资目标首选。具体改革原则包括以下五点：第一，减少养老金领取比例；第二，提高养老金缴纳比例；第三，提高退休年龄；第四，扩大私人养老保险；第五，政府将在养老保险中继续发挥重要作用，但财政负担要相对稳定。

美国政府虽然在联邦政府养老金计划中，股票资产占比较低，仅为9%。但是地方政府及企业雇主发起的养老基金大多投向股票资产。2009年，在美国各州及地方政府高达2.68万亿美元的养老资产中，股票就占据了58.3%的比重，共同基金资产占比8.5%。美国企业雇主型养老计划也大半投向共同基金和股票资产。

英国养老保险青睐蓝筹股，逾万亿英镑资产六成投向股票或股权投资，资产规模高达11242.62亿英镑的养老金（统计数据截至2009年底）是该国政府债券的主要投资者。目前养老金股权资产已占英国股权总资产的一半。其中，英国养老金投资风格力求稳健，主要青睐风险小、利润稳定的蓝筹股。

中国在老龄化背景下，中国社保基金留存量巨大，投资取向相对长期和稳定，对中国特色社会主义经济市场具有重大意义。养老保险投资可以通过债券计划，股权计划，资产计划等参与国家民生工程和重大基础建设，达到良好的保值和增值的作用。

二、鼓励养老保险产品和服务的创新

(一) 确立差异化和个性化的产品创新导向

C2B模式与保险，优势是B2B和C2B。对于保险公司来讲，在这个擂台的竞争抉择中，保险公司需要不断的完善和创新，不断选择更多更亮丽的一面让我们更接受，在这同时也在不断的去扩大我们的平台，成立这个平台本身的价值。对于电子商务

平台来讲，对于搭建这个平台的经营者来讲，这是一个舞台，在这个舞台里能够把未来新的事物带向何方？招来多少客户？是把它办成《星光大道》还是《非诚勿扰》？这完全取决于电子商务，当然现在市场在细分、行业在细分、产品在细分，不同的社会阶层有不同的需求，在这个过程中平台也会不一样，能够结识到更多的商户。中国保险业走到今天，还有太多的客户需要通过这样一个讲台去培养，让他认识到保险的优势，认识到保险的价值，认识到保险将来作为对社会民众所影响到的方方面面，未来我们这种交流是非常需要的，我也希望有更多的机会参与进来。

(二) 着眼于保险服务与养老服务的融合来推进产品和服务创新

面对老龄化和老年人日益增长的不同需求，依托现代网络手段，建立社区网络服务平台，实现老年人有什么需求，只需一个电话，网络平台即可通知社区居家养老服务站或服务企业、社区志愿者上门服务，形成一个“没有围墙的养老院”，推进居家养老创新发展。

保险服务投资养老服务业的创新模式，在多方共赢中实现群众受益。通过“政府主导、企业搭台、社会组织唱戏、群众受益”这种居家养老服务模式，为政府分忧，为企业增加效益，为群众解难，促进家庭和睦、社会进步。

参与社会治理，商业保险尝试已见初效，如大病保险、农险等。大病保险这项利国利民、功在长久的惠民制度能够持续稳健推进。既然是新政策，必然有利益再分配，会触及矛盾，会有阵痛，但好的政策必须去坚持、去推进。

(三) 探索商业保险机构提供社会养老的公共服务方式

由于社会养老机构数量少、服务质量较差以及传统文化意识观念的束缚等原因，社会对养老服务的需求并不能得到较好的满足，存在着较大的有效供给缺口。据统计，截至2009年底，全国各类老年福利机构床位266万张，年末收养老人211万人，占全国老年人口的1.2%，远低于国际社会通行的5-7%的比例。建立居家养老、社区养老、机构养老相结合，政府主导、部门协同、社会参与、公众互助的社会养老服务体系，是解决我国养老服务供给不足、有效应对人口老龄化的重要途径。其

中,养老社区运作模式是目前正在探索发展中的一种较为典型的社区养老安排,可能是加快社会养老服务体系建设的重要突破口之一。

引导保险公司加强养老产品和服务创新,促进社会养老保障潜在需求转化成现实有效需求。鼓励保险企业根据我国国情,加大对城乡居民个人保险保障模式的研究,将商业保险与社会养老保险、医疗保险等结合起来,精心设计提前与养老社区服务相衔接的、能够切实满足不同年龄阶段上的老年人实际生活需要的保险产品,通过平滑不同生命周期阶段上的消费提高个人购买养老保险服务的支付能力,努力扩大养老社区服务的接受面。探索以自有房产倒按揭方式入住养老社区的养老模式等。

三、鼓励商业养老保险发展政策依据

(一) 建立保险监管的协调机制

在所有的行业中,保险业是一种特别需要政府严格监管的行业,其所以如此,不仅来自于普遍存在的市场缺陷,更来自于保险业自身的特殊性,即社会公众性、经营风险的不确定性、产品定价的特殊性和利率调整对保险经营影响的显著性。我国已加入世贸组织,在中国保险业面临机遇和挑战的同时,中国的保险监管也迫切需要加以完善,以应对入世的冲击。因此,研究我国保险监管及其制度创新问题,对我国保险业的健康、持续发展具有十分重要的意义。本文首先对保险监管的基本理论进行了系统研究和探讨,在此基础上,详细考察了美、日两国保险监管体系及其制度创新,比较美、日两国在监管主体、监管内容、信息披露制度等方面的不同,并总结了其改革完善保险监管的成功做法。在借鉴美、日两国保险监管经验的基础上,分析了我国现有监管制度的不足,提出了中国保险监管制度创新的对策建议:

第一,进一步完善量化偿付能力监管指标体系,提高保险监管的精度和可操作性;

第二,强化对外资保险公司的监管,创造公平竞争的环境;

第三,充分发挥保险市场专业化信息中介以及

行业性机构的作用,提高保险监管效率;

第四,建立保险市场退出制度;

第五,建立保险监管国际协调机制。

(二) 政府通过多种方式购买保险服务

引入商业保险竞争机制,并非“拍脑袋”的决定,而是经过反复实践、深思熟虑的审慎选择,人为排斥商业保险并不利于效率的提升。取消一些财政保费补贴,建立财政支持的保险大灾风险分散机制,放开一些以政府主导的保险保障项目,积极引入保险项目参与治理,比政府直接办理节省了一半以上的经费,人力成本。

各级人民政府要在土地利用总体规划中统筹考虑养老产业、健康服务业发展需要,扩大养老服务设施、健康服务业用地供给,优先保障供应。加强对养老、健康服务设施用地监管,严禁改变土地用途。鼓励符合条件的保险机构等投资兴办养老产业和健康服务业机构。

商业保险公司可以以保险合同方式经办基本医疗保障服务。新医改方案的出台为社会基本医疗保障事业的发展提供了发展的机遇,也为保险业更好地发挥社会管理职能创造了条件。但是,政府购买服务对我国来说还是新鲜事物,政府、社会各个层面了解不多,对新的改革措施的研究还不够,在理论和实践上还不是很成熟,也不是很完善。

【参考文献】

- [1]孙祁祥,李海涛;保险投资的国际惯例与中国实践[J];保险研究;2002年07期
- [2]中国保险报.新国十条的“经济学意义”2014-08-19
- [3]刘毅,李晋;美国保险资金运营方式值得我国借鉴[J];保险研究;2002年06期
- [4]杜金琦;我国保险业的发展与监管[D];中央民族大学;2006年

(作者单位:平安养老险福建分公司)

责任编辑:凌月华

责任校对:丁恒

关于新常态下 福建商业健康保险发展思路的探讨

——以人保财险泉州公司为例

● 伍朝晖 王春年

【摘要】：当前，我国对商业健康保险的发展从总体倡导、鼓励的层面，进入具体指引、执行的层面，行业地位显著提高，发展前景更加广阔，商业健康保险迎来前所未有的发展机遇。笔者从福建商业健康保险服务医改大局的发展实践出发，对新常态下如何推进福建商业健康保险发展进行了思考，从更好地服务城乡居民大病保险、抓好各类医疗保险经办、拓展惠农保险业务、丰富产品形态和开展信息共享等方面进行了阐述，以期对行业的发展有所裨益。

【关键词】：新常态；商业健康保险；发展思路

一、关于新常态下商业健康保险发展的政策背景分析

随着国家政策支持、人口老龄化、家庭结构的转变、疾病谱的变化、医疗覆盖范围的不足，以及基本医疗保险制度和医药卫生体制改革的深入，商业健康保险在我国现阶段迎来前所未有的发展机遇。自2014年下半年以来，国家支持商业健康发展的相关政策出台节奏明显加快。2014年8月，国务院颁发了《关于加快发展现代保险服务业的若干意见》，即保险业“新国十条”，明确商业保险是社会保障体系的重要支柱，肯定了商业保险在服务新医改、创新社会管理和民生保障建设中的地位和作用。紧接着，2014年11月，国务院又发布了《关于加快发展商业健康保险的若干意见》，专门为商业健康保险作出顶层设计，提出了“到2020年，基本建立市场体系完备、产品形态丰富、经营诚信规范的现代商业健康保险服务业，实现商业健康保险赔付支出占卫生总费用的比重显著提高”的总体要求。2015年5月，国务院办公厅印发了《关于城市公立医院综合改革试点的指导意见》，明确指出要加强基本医保、城乡居民大病保险、职工补充医

疗保险、医疗救助、商业健康保险等多种保障制度的衔接，进一步减轻群众医药费用负担。

可以看出，国家对商业健康保险的发展从总体倡导、鼓励的层面，进入具体指引、执行的层面，商业健康保险进入快跑状态，并有望升级为面向百姓的大保障产业，行业地位显著提高，发展前景更加广阔。

二、关于福建商业健康保险服务医改大局的发展实践

引入商业健康保险参与医疗保障体系建设，提高医疗保障体系的运行效率和服务水平，是各国医保体制改革的发展趋势，而商业保险机构进入我国基础医疗保险领域的突破口即是大病保险。1997年，为解决大额医疗费用报销不足的问题，福建省厦门市作为全省首批经国务院批准的职工医疗保险制度改革试点地区，在全国率先实行由商业保险公司承办补充医疗保险，开启了健康保险商业化运作的先河。十八年间，由于地方医保政策变动、医保控费的难度、保险公司的定位、角色和承办公司的专业能力储备等因素影响，福建保险业在政策性商业健康保险领域经历了积极参与、非理性竞争、谨

慎介入再到理性回归的历程。

作为国内历史最悠久、业务规模最大、综合实力最强的大型国有控股财险公司，中国人保财险始终站在“讲政治、顾大局、负责任”的战略高度，积极参与社会风险管理和社会保障体系建设，切实发挥自身的品牌、网络、人才和专业服务等方面的优势，在专业能力储备上下功夫，在福建省各地市陆续开办了城镇职工基本医疗大额费用商业补充保险、城乡居民大病保险、新农合保险委托经办、新农合补充意外险等各类业务，并且大大提高了医疗执业保险的覆盖面，年服务人群达1200万人，承担医疗风险累积金额超2万亿元。近年来，福建人保财险紧抓政策机遇和改革红利，致力于加快推进新医改进程、完善医疗保障体系建设，走出了一条深度参与、广泛介入、多层次支持的服务医改之路，在提升运行效率和服务质量、促进政府管理职能转变、提高民众健康保障水平、缓解医疗矛盾和社会矛盾等方面发挥了自身优势和价值，赢得了政府单位和人民群众的广泛认可。

以人保财险泉州市公司为例，其商业健康保险的发展坚持规模与价值并重，自2006—2015年连续九年承办全市城镇职工基本医疗大额费用商业补充保险、居民大病保险和部分县市（石狮、永春、安溪、南安）新农合委托经办服务，不断做大做强医疗服务平台，创新管理服务，延长服务链条，丰富服务内容，积极协助人社、卫生部门开展定点医院（药店）巡视稽核、费用审核、生育报销等业务，解决了政府部门编制和管理力量不足的问题，有效降低了运行成本，提高了保障额度和服务满意度。具体包括：

一是提高保障额度，切实减轻群众负担。作为基本医保的必要、有力补充，城镇职工基本医疗大额费用商业补充保险以及居民大病保险的开办，在原来基本医疗保险的基础上增加了20万的保额，赔付比例最高可达95%，每年支付大病赔款资金达4500万元以上，极大地减轻了看病群众的医药费用负担，预防了“因病致贫”和“因病返贫”，缓解了“看病难、看病贵”的社会矛盾。并且，对全市范围内的定点医疗机构内实行“一站式”结算服务，即参保病人在出院时，大病保险赔款同时直接结算，免去患者提供相关材料再到保险公司申请理赔的流程和手续，为参保群众提供了

实惠和便利。

二是提升服务质量，群众满意度增强。配合政府职能转变和加快购买服务的大趋势，人保财险泉州公司着力于专业队伍、专业组织机构的建设，并为合作单位带去了规范化的操作流程和先进的服务理念，配合当地医保部门开展特殊门诊审批、医疗费用报销、社保卡发放等医疗保险日常经办的柜面性服务，时效性得到显著提高；同时，开展每月进社区宣传医保政策、每周下病房提供现场咨询服务、开通业务网站理赔进度实时查询、加强当地媒体合作宣传等多方面举措，

一方面提升了医疗政策在群众中的普及率，另一方面提高了品牌知名度和影响力，服务满意度不断增强。

三是强化监督控制，维护基金安全使用。人保财险泉州公司在创新服务的同时，也搭建起专业风控体系，强化对定点医疗机构诊疗过程的全程监控工作，即：事前监督住院合规性、事中跟踪诊疗合理性、事后审核费用标准性，加强对医疗费用发生和医疗服务质量的约束和监督，减少不合理医疗费用的支出，缓解医疗费用的过快上涨，从而提高基金的使用效率和医疗资源的可及性。另外，通过巡查患者的就医或购药情况，有效预防了“小病大养、冒名顶替、挂床住院、分解收费、超标收费”等违规情况。对定点医院巡视稽核由每半年一次缩短到每周2次，对转诊省级医院的人员能够在1周内跟踪到位，对外伤人员能够在3天内确认受伤原因，从而避免了骗保及责任外报销情况的发生。仅2014下半年就查获了2起虚假外地就医骗保案件，挽回基金损失20万元，切实维护了基金的使用安全。

三、关于新常态下推进福建商业健康保险发展的思路

2014年12月，福建省人民政府正式印发《福建省人民政府关于加快发展现代保险服务业十二条措施的通知》。该《通知》在原有支持商业健康保险发展的政策基础上，增加了三项新的内容：一是探索研究城镇职工基本医疗保险个人账户结余资金部分用于购买个人商业医疗保险；二是积极探索新农合经办服务模式，研究探索新农合补充意外保险；三是支持商业健康保险信息系统与福建省居民

健康信息系统进行必要的信息共享。2015年1月，国务院医改领导小组决定将福建省纳入全国医改试点省份。3月，福建省委、省政府印发《福建省深化医药卫生体制改革综合试点方案》，表明福建作为国家医改综合试点省份工作正式启动实施。

可见，在新常态、新医改的大时代背景下，作为健全社会保障体制重要支柱、承接政府职能转型抓手的福建保险业，在上述一系列政策红利的影响下，迎来了历史性的发展机遇，以及服务医改大局和经济社会全局的历史任务。下文将就商业健康保险的发展方向 and 路径探讨一二。

(一) 更好地服务城乡居民大病保险，完善社会医疗保障体系

李克强总理多次做出重要指示和批示，要求保险业积极服务医药卫生体制改革，通过发展商业健康保险，健全多层次、可持续的医疗保障体系。实践证明，充分发挥社会医疗保险和商业健康保险的协同效应，通过引入市场机制，商业保险公司能够提供更全面、更优质的医疗保障服务。目前，福建省内，厦门开办了城乡一体化居民大病保险、泉州和龙岩开办了居民大病保险、漳州和南平开办了新农合大病保险，省内其他地市大病保险商业化运作的方案也在紧锣密鼓地部署，2015年将是大病保险工作全面推开的一年。

(二) 抓好各类医疗保险经办，稳步提升管理效率和服务质量

福建省新农合业务在经办过程中逐渐形成了卫生部门自办、商业保险公司经办和人社部门代办三种模式。不同模式的选择，体现了对保险业在参与基本医疗保险领域的角色和定位的认知差异，也关系到商业健康保险能否选择到优良路径，以最快速度进入社会医疗保障体系。人保财险泉州公司从2007年开始，按照“政府组织、群众自愿、多方筹资、管办分离、专款专用、封闭运行”管理模式，陆续承接了石狮市、永春县和安溪县的“新农合”委托经办业务，成为福建地区承接县市最多，服务人群最多，管理基金最多的保险公司，获得了政府、群众和定点医疗机构的三方认可。

现在政府的目标已经很明确，就是更多地依靠市场，发展市场。《通知》中明确指出“加大政府购买服务力度，按照管办分开，政事分开要求，通过招标等方式，鼓励有资质的商业保险机构参与各

类医疗保险经办服务”，从地方政策层面肯定了商业保险公司经办新农合的优势和成效，也为保险公司积极探索职工基本医疗保险、居民基本医疗保险、民政救助医疗保险、工会互助医疗保险经办服务提供了政策空间。

(三) 新农合补充意外保险等惠农保险业务大有作为空间

中国是一个传统农业大国，农民问题关乎国家民生保障体系的根本。虽然近年来新农合人均筹资水平不断提高，补偿范围不断扩大，受益群体逐年增加，但根据现有的新农合补偿规定，补偿仍然不够充分，比如，“第三方”责任导致的外伤，外伤住院期间的误工费用，县级以上的门诊费用等，不纳入新农合基金补偿范围，而且，医院级别越高，新农合基金报销比例随之下降，个人费用负担越重。

人保财险借助自身在精算技术、专业服务和风险管理等方面的优势，主动承担社会责任，在石狮、永春、安溪、南安等县市开办了新农合补充意外险，形式包括由政府财政补助或农民自愿参加。作为基本医保的补充产品，不仅能够扩大商业健康保险的产品体系和业务规模，而且能够极大减轻意外伤害给农民造成的医疗费用负担，已列入2015年度泉州市政府“金改”项目之一进行专项推广。

(四) 丰富产品形态，健全多层次的保障产品体系

福建省政府在《通知》中已正式提出，探索职工医保个人账户结余资金购买个人商业医疗保险，这无疑给福建省商业健康保险业务的发展和产品层次的丰富提供了更大的潜力空间。2014年全年，我国健康险保费规模为1587亿元，据粗略计算，医保个人账户结余规模是目前健康险保费的两倍多，若能实现良好转化，对于健康保险的增量贡献将不容小觑。此外，满足外来务工人员、医疗救助人员等特殊对象保险需求的产品也有着广阔的市场前景。虽然上述政策的落地还有待于更加具体、细化的制度支持，但作为商业保险公司，应当学会并习惯于从医改和经济社会的全局去思考问题，从挖掘需求、创造需求到实现需求，加快对医疗、疾病、护理、失能等健康保险产品的设计和健康管理服务提升。

(五) 开展信息共享, 开展风险管理和健康管理

在政保合作的基础上, 与医保经办机构实现信息共享, 运用大数据、互联网等现代信息技术, 建立健康保险信息数据库, 收集被保险人的发病率、发病地区、发病人群、大病分布情况、医疗费用信息等, 一方面发挥保险公司的精算优势, 加强专业风险管控, 提高基金使用的科学性和合理性, 另一方面提高人口健康数据应用能力, 为下阶段发展功能完整、安全高效的健康管理服务和预防医学工作

提供数据支撑, 从而减少重大疾病的发生率, 满足人们健康保障需求, 提高民众健康水平。而健康保险服务水平的高低和专业化程度最终造福的是百姓, 这将是保险业大显身手的地方, 也是当下保险机构亟待提升的领域。

(作者单位: 人保财险泉州市分公司)

责任编辑: 凌月华

责任校对: 丁恒

民生保险 大有可为

——浅谈三明市计生家庭意外伤害保险

● 刘明霞

自2012年以来，国寿三明分公司与三明市计生协会联合开展计生家庭意外伤害保险，取得了良好成效。在实践中服务能力不断提高，“生育关怀”品牌更加深入人心，与时俱进不断创新，市场认可度逐步增强，计生家庭意外伤害保险发挥了越来越重要的民生保障作用，为解决计生家庭的后顾之忧，促进家庭和谐幸福提供了实实在在的帮助。在新形势下，借助政策利好东风，计生险大有可为。

一、开发背景

“生育传承希望，保险保驾护航”，计划生育保险是在党中央推行基本国策，各部委联合开展生育关怀行动的时代背景下孕育而生。这一举措得到了政府、企业、计生家庭的共同支持。

一是政府高度重视。计划生育保险通过把计生保险与计生政策紧密结合，发挥计生保险利益导向作用，确保计生家庭投保受益，通过利益导向进一步促进群众婚育观念的更新与转变，从而有效促进计生工作的顺利开展，这一行动得到政府的充分肯定，社会的热烈响应，群众的真心欢迎，为统筹解决人口问题，稳定低生育水平，构建和谐社会发挥了积极作用。

二是企业积极推动。作为民生普惠型的保险，计生险是中国人寿推出特征为“保费低廉、保障适度、条款简明、群众易于接受”的专属产品，为计生家庭提供了更加优惠、便利和快捷的服务。通过这一险种的推广，使得中国人寿扩大了保险覆盖面，提高了市场占有率，提升了社会认可度，也有利于塑造良好的社会形象。

三是计生家庭需要。计生家庭为改革发展做

出了贡献，他们面临的风险更大，例如“独女户”、政策照顾生育的“两女户”、“独生子女户”家庭父母的养老、医疗、意外伤残、死亡及子女教育等方面的扶助问题。尤其在人口老龄化加剧的背景下，计生家庭的社会保障问题更是不容忽视，非常需要社会给予必要的支持，帮助他们解决意外伤害、健康等风险保障问题，提高抵抗风险的能力及福利保障的水平，计生家庭意外伤害保险应运而生。

自2012年国寿三明分公司与三明市计生协会携手开展计生家庭意外伤害保险工作，为三明市计生家庭保驾护航。一个计生家庭一年投入50元保费，一旦发生意外，每个家庭可获得包括意外伤害和意外医疗在内的最高6.6万元的风险保障。它以较低的保费、较全的保障和较高的保额，让利于计划生育家庭，最大限度地维护计划生育家庭的利益，增强计划生育家庭抵御意外伤害的能力，有效地为计生家庭撑起了安全保护伞。

二、发展现状

自2012年以来，三明地区计生家庭意外伤害保险在实践中取得良好成效。三年来，服务能力不断提高，“生育关怀”品牌更加深入人心，与时俱进不断创新，市场认可度逐步增强，发挥了越来越重要的民生保障作用，逐渐形成计生家庭获益、保险业务拓展、计生工作发展的“三赢”局面，产生了良好的社会效应，做到政府认可、社会赞誉、群众满意。

（一）强化理赔服务，努力便民利民

一是简化流程，方便群众。在工作中，中国人寿开辟计生家庭保险理赔案件“绿色通道”，简化

理赔手续，提高理赔时效，实现快速理赔、便捷理赔，不断提高服务计生家庭的水平。基层在办理计生家庭保险时，明确要求一次性告知保险的理赔范围、手续以及服务人员，消除计生户对计生保险的误解，加快理赔流程的运行速度，提高理赔效率。

二是创新方式，暖心服务。在工作中，摸索出新路子新方法提升理赔效率。以三明市为例，清流县建立了“承保一出险一理赔”动态报告机制，制定“三包”责任制，要求县乡村协会干部按分片包干，按发生地实行包发生意外家庭资料收集，包联络县保险公司做好理赔，包看望慰问帮扶发生意外家庭，做到让发生意外的保险家庭，不跑保险公司，不跑材料证明，在家坐等领取赔付款；尤溪、泰宁建立理赔信息反馈机制和回访制度，以典型案例开展宣传；将乐、沙县、尤溪结合理赔开展救助慰问工作等。

三是协调联动，督促到位。市级双方在“三个定期”（即：定期通报推广工作情况、定期公布理赔情况、定期通报重要信息）中，着重分析各县理赔情况，重点了解计生户对理赔案件的满意度。对于重大案件和疑难案件，双方上下主动沟通，相互支持，上下协调，切实维护计生户的合法权益，保证理赔服务做到“政府放心，群众满意”。

（二）联手打造品牌，广泛深得民心

一是围绕计生，联合关怀。2014年年初，国寿三明分公司出资6.5万元，与计生协联合开展“两节慰问”。8月份，市计生协会、国寿三明分公司联合举行“圆梦女孩”助学金发放仪式，为36名品学兼优的特困计生家庭女生每位发放2000元，共计7.2万元的助学金。各县支公司结合实际开展两节生育关怀慰问、扶贫助困、赠送保险保障、助学等关怀活动。

二是加大宣传，打造品牌。采取典型案例宣传、送赔款上门宣传、发放材料宣传、图文电视宣传、内部刊物宣传等，通过多种形式的宣传工作和深入细致的群众工作，大力宣传意外伤害保险的意义、运作方式、赔付标准等，让计生群众认识保险、认同保险、购买保险，扩大“生育关怀”品牌影响，让计生家庭保险在群众中入脑、入耳、入心，实现“要我保险”到“我要保险”观念的转变。

（三）与时俱进创新，紧跟时代步伐

一是扩展对象范畴，扩大保障覆盖面。将计生家庭意外伤害保险的对象从“二女户”、“独生子女户”、“独女户”扩展到“独男户”、机关企事业单位的计生家庭、基层计生干部、失独家庭等，扩大保障覆盖面。

二是拓宽资金来源，保证资金稳定性。如尤溪、建宁等县，通过县乡财政部分出资奖励引导、个人缴费积极跟进补充，提高计生家庭参保自觉性和积极性；泰宁县常委会研究通过县财政出资，为企事业单位计生家庭投保。同时，政府贴补自愿参加保险计生户，提高保障程度，各县（市、区）把失独家庭全部纳入了政府出资参保范围。

三是搭建培训平台，提升队伍专业性。为了更好地服务计生家庭户，组建专业的服务团队，为健全和完善计生家庭保险服务提供了可靠保障。开展计生协会人员的专业培训，市培训到县、乡，乡培训到村，村培训到小组，逐步完善“县乡村”三级保险服务体系，更好地完善边远山区农村理赔服务。2014年三明市组织了三次业务培训和研讨，并组织20多场次的计生专干业务培训班，400余人参加培训。其中，宁化县组织乡镇协会秘书长脱产培训考取保险代理资格证书；将乐巡回轮训培训人员覆盖县乡村三级；永安、尤溪、建宁等县选拔优秀的计生小组长为计生家庭保险服务专员。

（四）市场广泛认可，民生保障作用显著

自2012年以来，三明地区计生家庭意外伤害保险承保户数、理赔件数、理赔金额均高位增长。从承保情况来看，承保户数2013年份同比增长为64个百分点、2014年同比增长39个百分点，两年内翻了一番，高位的增长率，充分说明了市场认可度。从理赔情况来看，2014年理赔件数是2012年的6.1倍，平均每日处理理赔案件2.5个，而理赔金额是2012年的8倍，大大超越承保户数及保费的增长率，民生的保障作用得到充分的体现。

三、前景展望

计生家庭意外伤害是保险在推行计生国策的背景下应运而生，在实践的过程中不断优化完善，取得了良好成效。时代在发展，下阶段计生险仍需需与时俱进不断创新，同时借助政策利好东风，顺势而为。

年 份	承保户数 (户)	理赔件数 (件)	理赔金额 (万)
2012年	51862	151	31.25
2013年	84910	543	151.03
2014年	117744	932	251.56

表一：2012-2014年三明市计生家庭意外伤害保险承保理赔情况统计表

2015年的政府工作报告中，14次提到了“保险”二字，体现了政府对保险事业的关注。2014年8月10日，《国务院关于加快发展现代保险服务业的若干意见》（国发〔2014〕29号）的发布，将保险业置于国家保障体系的重要支柱地位，保险业的发展也从行业意愿上升到国家意志。“新国十条”提出“到2020年……保险深度(保费收入/国内生产总值)达到5%，保险密度(保费收入/总人口)达到3500元/人。保险的社会“稳定器”和经济“助推器”作用得到有效发挥。”的发展目标。同时，紧握民生主线，提出要拓展“三农”保险广度和深度，支持保险机构提供保障适度、保费低廉、保单通俗的“三农”保险产品。另外，在城乡居民医保基金满负荷运作且统筹保障层次较低的背景下，发挥商业保险作用，提高保障程度和水平也是应有之义。

2014年11月4日，福建保监局局长葛翎在接受《中国保险报》专访时对福建省的保险市场情况概括说：“但站在全国和沿海角度看，福建保险业‘还要加油’……2013年末的保险密度（1362元）略高于全国（1265.7元），但保险深度（2.48%）明显低于全国（3.03%）。这显示，福建保险业还有巨大的发展空间，保险覆盖面不够广，保险服

务程度不高，与福建经济社会发展水平不相适应。”计生家庭意外伤害保险具有保障适度、保费低廉、保单通俗的特点，群众认可度高，易于推广普及，对于提高保险密度和保险深度，扩大保险覆盖面，完善社会保障体系，提高群众的社会保障水平具有积极的促进作用。

2015年，三明市计生家庭意外伤害保险在原有基础上提高保险保障水平，即在保费不变的情况下，把保险金额从6.6万提高到7.6万，并新添设了100元版险种，保险金额达16.2万元（原本双份50元保险只有13.2万），大大提升了保障水平。这个保障水平的提升是中国人寿更多让利于计生家庭的表现，使这项惠民活动更加深入人心。

实践证明，计生保险工作是一项落实基本国策、惠及广大计生家庭的重要民生工作，在实践中逐渐形成计生家庭获益、保险业务拓展、计生工作发展的“三赢”局面，取得良好的社会效益。在新形势下，借助政策利好东风，计生险大有可期，也必有作为。

（作者单位：中国人寿三明分公司）

责任编辑：凌月华

责任校对：李璐

一键保险 呵护无限

福建保险业开展“7.8全国保险公众宣传日”系列宣传活动



▲进社区宣传中手语舞表演

按照福建保监局的部署，围绕今年7.8全国保险公众宣传日“一键保险 呵护无限”的年度主题。7月4日，福建省保险行业协会及各地市协会、52家保险公司分别选取社区，开展形式多样、富有成效的宣传活动，提升行业宣传力度和社会形象。7月8日，开展邀请社会公众体验保险服务；查勘车统一着“7.8公众宣传日”logo；动员全媒体宣传保险等一系列宣传活动。

本次宣传活动将贯穿整个7月份，并将延续至年底。福建保险行业将以全国保险公众宣传日为契机，持续向公众普及保险知识、倾听公众心声、加强保险教育、塑造行业形象、提升服务品质。倡导全社会共同来了解保险、关注保险，推动全社会形成“学保险、懂保险、用保险”的新格局。

图/文：陈祺翌



▲平安人寿福建分公司召开公众体验保险座谈会



▲福建省党校副教授阚小冬（右）向平安人寿福建分公司副总经理彭宝富了解相关情况



▲太平洋财险福建分公司召开公众体验保险座谈会



▲福建省保险行业协会秘书长曹晓强（前排左三）向体验保险服务的社会公众介绍相关情况



▲统一着“7.8公众宣传日”logo的保险查勘车队伍



▲向社会群众开展保险知识有奖问答活动

内部资料 免费交流

刊号：闽内部资料性出版物出版许可证第156号
主管单位：中国保险监督管理委员会福建监管局
主办单位：福建省保险学会
地址：福建省福州市华林路201号华林大厦5层
印刷单位：福州华悦印务有限公司