



福建保险

FUJIAN INSURANCE

5

2018年第5期
(总第71期)

- 深化国际金融合作 共创亚洲金融未来
- 农业保险精准扶贫的经验与启示
- 基于“互联网+”的保险公司培训模式探索
- 福建保险机构业务发展调研——以福建产险公司为例
- 发挥商业保险在完善社保体系中的作用
- 试论保险消费者权益保护机制建设

福建省保险学会 主办

金融知识普及月

保险知识进学校



▲向学生讲解“不良校园贷”



▲向学生讲解非法集资



▲学生参与趣味问答活动



▲向学生展示微信公众平台



▲向学生分发保险知识材料



▲向学生分发保险知识材料

9月20日，福建保险行业协会在福建农林大学拓荒广场开展“金融知识普及月 保险知识进学校”宣传活动。活动现场省内53家保险公司近200名工作人员，为师生带来金融基础知识、防范非法集资、保险诈骗、警惕不良网贷等与大学生密切相关的保险知识。活动吸引了该校经济学院、机电工程学院、交通与土木工程学院等500多名在校师生参加。

本次活动面向大学生群体，旨在引导大学生合理选择金融保险产品和服务，提升识别非法金融活动和风险能力，树立正确的消费观和风险防范意识。

据了解，本次金融知识普及月，福建各大保险公司采取线上、线下的方式开展广泛宣传。线上，通过公司官网、微信公众平台等自媒体方式发布金融知识普及月相关信息。线下，各大保险公司组织地市公司结合本机构业务和所在地实际情况，采取发放宣传册、折页资料、现场讲解等各种方式，精心组织开展有针对性、有特色的金融知识普及活动。

(图/文：福建省保险行业协会)



准印证号:(闽)内资准字K第156号

内部资料 免费交流

《福建保险》编辑委员会

主任委员:刘庆

编委:

骆少鸣 江龙海 陶 韬 霍世球 刘国钦 潘 峰 庄才钱 吴健秋雄
杨 建 郭 岚 夏晓冬 黄观峰 熊继余 吴大江 史 巍 刘志刚
庞亚军 蔡 靖 叶元钗 王兆海 池德高 黄伟纲 朱前向 方 丹
张 伟 沙心敏 蔡绪正 明一青 陈久平 张志斌 余文胜 魏志刚
魏源清 杨 文 黄秋宇 吴朝晖 程读淮 王伯良 罗国祥 张国能
纪 魁 曾永明 蔡荣德 黄劲松 石敏熙 程宗才 张学峰 丁家裕
黄德平 董 彤 陈 辉 严国荣 周 峰 李毅文 林中鹤 戴鸿锋
官步云 齐伟麟 许 莉 阚小冬 张见生 陆 芳 李 杰 林秀清
邹 茵 陈 凯

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

编 辑:谢圆虹

传 真:0591-87875900

地 址:福建省福州市台江区群众东路93号三木大厦15层

邮 编:350004

电子邮箱:bxh54233615@163.com

印刷单位:福州华悦印务有限公司

编印时间:2018年10月

目 录

指导文章

深化国际金融合作 共创亚洲金融未来 “2018年度亚金协·东京主论坛”上的主旨演讲 黄 洪 03

理论探索

农业保险精准扶贫的经验与启示 张小芹 陈 新 05
基于“互联网+”的保险公司培训模式探索 曹雅琴 13

产险天地

福建保险机构业务发展调研——以福建产险公司为例 张国能 林新凯 黄智鹏 16
从车险查勘人员离司率看保险公司人才培养 徐俊敏 19

寿险天地

发挥商业保险在完善社保体系中的作用 郑燕萍 23
关于福建地区甲状腺疾病相关产品开发的研究 池嘉薇 28
长期护理保险亟待相关配套产业发展 王春年 30

宣传教育

新时期创新保险宣传工作的思考 王进强 林莉莉 31

保险漫谈

试论保险消费者权益保护机制建设 陈 蔚 37
有效防控保险案件风险和反保险欺诈工作的重要举措 张 晨 45

封二

金融知识普及月 保险知识进学校

图/文：福建省保险行业协会

封三

福建保险业“金融知识普及”进社区

图/文：福建省保险行业协会

爱乐之城 音为有你 福建平安2018年爱心支教行动启动

图/文：王映薇

深化国际金融合作 共创亚洲金融未来 “2018年度亚金协·东京主论坛”上的主旨演讲

(2018年9月10日 日本·东京)

中国银行保险监督管理委员会副主席 黄洪

尊敬的各位嘉宾，女士们、先生们：

上午好！非常高兴在金秋时节来到红枫遍野的日本参加本次论坛。近一年来，亚金协会会员队伍逐渐壮大，平台建设不断加强，国际合作不断深化。在此，我谨代表中国银行保险监督管理委员会对本次论坛的召开、对亚金协在田国立理事长带领下所取得的优异成绩表示热烈的祝贺！

中国国家主席习近平指出，未来10年，将是世界经济新旧动能转换的关键10年。人工智能、大数据、量子信息、生物技术等新一轮科技革命和产业变革正在积聚力量，催生大量新产业、新业态、新模式，给全球发展和人类生活带来翻天覆地的变化。如何深化金融创新与合作，支持新兴产业发展，是金融业面临的重要课题。本次论坛以“新兴产业发展背景下的金融创新与合作”为主题，可谓正当其时。

借此机会，我首先向各位简单介绍一下当前中国的经济金融形势。2018年上半年，中国经济平稳增长，国内生产总值同比增长6.8%。金融业稳步发展，6月末银行业资产260万亿元人民币（下同），同比增长7%，上半年商业银行净利润1万亿元，同比增长6.4%。6月末保险业资金运用余额15.7万亿元，上半年保险业保费收入2.2万亿元，预计利润1661亿元，同比增长43%。与此同时，中国出台了一系列扩大

金融业对外开放举措，包括取消对中资银行和金融资产公司的外资持股比例限制，实施内外一致的股权投资比例规则；对商业银行新发起设立的金融资产公司和理财公司，外资持股比例不设置限制；将外资人身险公司外方股比放宽至51%，3年后不再设限；鼓励信托、金融租赁、汽车金融、货币经纪、消费金融等各类银行业金融机构引进境外专业投资者，等等。

女士们，先生们！

当前，世界经济复杂多变，要彻底摆脱“新平庸”的风险，只能向新兴产业要动力。而历史经验表明，新兴产业的发展往往离不开金融创新的支持，金融创新有利于推动科技创新变成现实生产力，造福全人类。从第一次产业革命看，正是有现代金融的支持，工业技术创新才从作坊阶段走向大规模产业化阶段。17世纪末，英国依靠中央银行、商业银行、保险机构等支持，成功实现了工业革命。从第二次产业革命看，20世纪投资银行的迅猛发展，带动了技术创新和高科技企业的发展，推动了电磁学和电力技术的普及应用，使人类进入了电气时代。从第三次产业革命看，20世纪末风险投资模式的兴起，改善了高新技术企业的融资结构，推动了信息产业大发展。

“察势者智，驭势者赢”。当前，我们正面临第四次产业革命的蓬勃发展，新兴产业

出现了一些新的特点：一是呈现资本密集型特征，需要大量资金投入。相较于传统产业，新兴产业资金投入数量级更加巨大，研发、推广、应用都需要较高的资金支持。比如，5G产业投资规模预计将达数万亿元。二是呈现高风险高收益特征，需要金融创新予以契合。新兴产业的投入大、产出大、风险也大，传统的信贷等金融业务难以满足新兴产业的需求。新兴产业的资本、管理、智力之间的风险和收益合理分配，都需要通过金融创新来实现。三是呈现全球化特征，需要加强国际金融合作。在全球化、信息化时代，新兴产业日益体现出全产业链、集群化、融合化趋势，其发展单靠某个国家、某个企业是远远不够的。只有加大国际金融合作力度，才能有效支持新兴产业的快速高效发展。

女士们，先生们！

“百川归海，而海不盈”。当前世界经济不确定性增大，各国需要以更宽广的胸襟推进贸易、金融、技术等合作，促进共同繁荣发展。亚金协立足亚洲，面向世界，承担着深化亚洲金融合作、促进国际金融创新的重要使命，未来大有可为。

一是不断推动亚洲金融创新交流。优化金融资源配置，加大新兴产业投入，着力培育新的经济增长点，实现新旧动能转换。深化创新交流合作，加强区域金融思想交流，推动金融产品创新，让科技进步和金融创新

惠及更多国家和人民。

二是深入推动亚洲金融业务合作。“孤举者难起，众行者易趋”。金融业务的合作应该是多方面的，既可以是业务的直接对接，也可以是市场、客户、产品、技术、数据等信息的交流共享，充分发挥在项目资源、资金渠道、投资、风险保障、再保险等方面的各自优势，协同开展业务。

三是互联互通亚洲金融基础设施。当前，亚洲各国各地区在支付体系、法律环境、结算规则、信用环境、投资者保护等方面差异化程度较高，需要加强金融基础设施规划与技术标准跨境对接，建立符合市场发展的制度和国际通行的规则。

四是积极建设亚洲金融安全网络。建立并完善亚洲区域的金融稳定协商机制，设计区域金融稳定指标体系，通过数据共享实现对区域金融风险的监测和预警，通过多方金融合作，加强区域金融风险的防范和处置，共同维护区域金融稳定。

女士们，先生们！

中日两国关系源远流长，今年又是中日和平友好条约缔结40周年。让我们以这次论坛为契机，携手前行，共同为推动亚洲乃至全球金融创新合作、促进新兴产业发展作出更大贡献！

最后，预祝本次论坛取得圆满成功！谢谢大家！

(摘自“中国银行保险监督管理委员会网站”)

农业保险精准扶贫的经验与启示

● 张小芹 陈 新

【摘要】：为落实中央扶贫工作会议精神，保监会将农业保险确定为保险业打好扶贫攻坚战的主攻方向之一。为此，本文首先阐述农业保险与精准扶贫的关系，然后基于当前国内农业保险精准扶贫的现状与成效，根据国内较典型的阜平、甘肃、太平财险在农险精准扶贫中的做法，总结其成功经验，希望对进一步推进农业保险精准扶贫工作有一定借鉴意义。

【关键词】：农业保险；精准扶贫；阜平；太平财险

引言

我国有14个片区、592个贫困县、12.8万个贫困村，5575万贫困人口，大多贫困人口集中在农村，以农业为主要生活来源。由于农业生产面临的灾害风险系数高，农业生产经营风险大，农民家庭经济具有很大的脆弱性。对于贫困地区的农户来说，一场突如其来的灾害即可吞食几年甚至一生累积的财富，再次将其推向贫困的边缘，因此，“因灾致贫，因灾返贫”成为农村贫困群体面临的巨大威胁之一。农业保险作为完善现代农业服务体系的重要力量，可以发挥分散农业经营风险、促进农民增收增收的作用。尤其是对于农村贫困人群而言，一旦遭遇自然灾害风险，能够得到数十倍于保费的赔付，可以及时得到再生产启动、生活自救等补偿资金，显著提高了风险保障能力。因此，农业保险的功能和业务属性决定其可以在精准扶贫方面发挥更好的作用，把贫困农户脱贫的“输血”改为“造血”，防止农户“因灾致贫”和“因灾返贫”。但是，由于农业保险业务利润微薄，发展滞后，农业、农村、农民这些最脆弱、最需要保护的行业、区域、群体，保障程度很低。我国自然灾害频发且多为特大灾害，但与巨灾相对应的是较低的投保率和赔付率。从投保率来看，我国多数地区的投保率尚不及5%，

而发达国家家庭财产险的普及率已达70%，我国香港则高达80%以上。从赔付率来看，2008年雪灾造成倒塌的35.4万间房屋中，仅有1.21万间报案理赔。雪灾造成损失1111亿元，保险赔付仅10.4亿元，赔付率不足1%。与发达国家自然灾害可能损失大约30%至40%由保险赔偿形成鲜明对比^[1]。

在扶贫工作中，利用和发挥好农业保险的作用，为贫困农户的生产经营兜底，可为精准扶贫搭建起一道人工屏障。鉴于此，2015年末，为落实中央扶贫工作会议精神，保监会将农业保险确定为保险业打好扶贫攻坚战的主攻方向之一。2016年5月底，保监会成立保险业助推脱贫攻坚工作领导小组，要求保险业从大病、农险、补位和产业四方面开展精准扶贫工作^[2]。2016年6月，保监会与国务院扶贫办联合发布了《关于做好保险业助推脱贫攻坚工作的意见》，从精准对接脱贫攻坚多元化保险需求、充分发挥保险机构助推脱贫攻坚主体作用、完善脱贫攻坚保险服务工作机制等方面，制定多项支持政策，明确将精准扶贫重点放在农业保险、民生保险和产业脱贫保险服务三大领域^[3]。

近年来，全国各地进行了多种农业保险扶贫先试先行的实践，涌现出了各种保险服务的创新，使农业保险扶贫取得了显著成效，非常值得进行经验的总结与借鉴。为此，本文拟总结国内农业保险精准扶贫的各种做法，希望能够进一步推进该项事业

的发展,更好地发挥农业保险扶贫的效果。

一、农业保险是精准扶贫的重要工具

精准扶贫是针对不同贫困区域环境、不同贫困农户状况,运用科学有效程序对扶贫对象实施精确识别、精确帮扶、精确管理的治贫方式。精准扶贫重在“精准”,追求扶贫的针对性和实效性,要求政策、对象、项目、资金等扶贫资源使用精准化,激发脱贫的内生动力,确保稳定脱贫,彻底脱贫^[4]。

保险的基本职能是损失补偿和经济给付,派生职能包括防灾减损和资金融通,这些职能天然契合着精准扶贫的理念,这意味着保险在扶贫工作中可以大有作为^[5]。农业保险则是保险机构根据农业保险合同,对被保人在种植业、林业、畜牧业和渔业生产中因保险标的遭受约定的自然灾害、意外事故、疫病、疾病等保险事故所造成的财产损失,承担赔偿保险金责任的活动。保险机构通过保险形式,组织农业从业人员集体互助,使受损单位或个人得到应有的补偿,以便及时恢复生产,保证农业生产顺利进行。总之,农业保险可以防范农业风险,补偿农业灾害损失,使贫困农户在受灾后得到及时赔付,有助于灾后恢复生产、提高再生产能力,保障农民收入,有效降低农民因灾致贫、因灾返贫的风险,其功效与精准扶贫的目标一致。

在精准扶贫工作中,农业保险是精准扶贫的重要工具,发挥“稳定器”、“安全网”作用。因为农业保险精准扶贫能够充分发挥政府和市场两方面的作用,有助于提高财政扶贫资金的精准率和使用效率,更精准的配置扶贫资源。一方面,农业保险可以带动贫困农户开展更大规模的家庭种养业,有效保护农村贫困地区生产力,为农民脱贫增收提供保障。尤其是一些新型农业保险产品,可以在规避风险的基础上保证产量的增加和产品价格的稳定。另一方面,农业保险还可以针对农民在精准脱贫过程中出现的资金短缺难题,发挥直接融资和信用增信的功能,有效解决贫困农户融资难问题^[4]。

二、我国农业保险及精准扶贫取得的成效

(一) 我国农业保险的现状及其成效

我国农业保险起步于20世纪30年代,距今已有近80年的发展历史,新中国成立后,我国进行了三轮农业保险的试验,历经建国前20年的小范围内试办、50年代农业保险的兴起和停办、80年代前期的恢复和试办阶段、1982-1986年恢复试办阶段、1993-2003年的萎缩和徘徊阶段,从2004年开始进入新一轮的改革和探索时期。2012年10月24日国务院审议通过《农业保险条例(草案)》,标志着我国农业保险发展进入一个崭新的历史时期。

1、机构、模式

目前我国人保、国寿、平安、太平、太保、中华等保险集团下辖财险公司均开办农险业务,人保及中华两家农险业务占全行业的70%以上;中再集团管理的农共体在我国农业再保险市场中发挥着主导作用;同时,安信、安华、安盟、国元、阳光相互、中原六家专业性农险公司在区域市场也具有显著影响力,并涌现出上海安信模式、吉林安华模式、黑龙江互助制模式、浙江共保体模式、四川安盟模式、江苏联办共保模式等,精彩纷呈。

2、业务规模

2016年我国农业保险业务规模已仅次于美国,居于全球第二,亚洲第一。2007-2016年,我国农业保险参保农户从2007年的4981万户次,增长到2016年的2亿户次,增长了3倍;保费收入从2007年的51.8亿元增长到2016年的417.1亿元,年均增速达26.08%。提供的风险保障从2007年的1126亿元增长到2016年的2.2万亿元,年均增速达38.8%。近5年,我国农业保险累计为10.4亿户次农户提供风险保障6.5万亿元,向1.2亿户次农户支付赔款914亿元。2016年,农业保险向4576万户次受灾农户支付赔款348亿元,与2015年相比,增长了33.9%,仅2016年南方特大洪涝灾害的农业保险支付赔款就高达70亿元^[6]。

3、险种、范围

目前我国农业保险已经覆盖了农、林、牧、副、渔业。主要有:(1)养殖业保险。如:生猪保险,牲畜保险,奶牛保险,耕牛保险,山羊保险,养鱼保险,养鹿、养鸭、养鸡等保险,对虾、蚌珍珠等保险,家禽综合保险等。(2)种植业保险。如:水稻、蔬菜保险,稻麦场、森林火灾保

险,烤烟种植、西瓜雹灾、香梨收获、小麦冻害、棉花种植、棉田地膜覆盖雹灾等保险,苹果、鸭梨保险等。以福建省为例,该省在最初试点农房、森林、水稻、渔船、渔工保险等险种基础上,陆续增加了能繁母猪、生猪、育肥猪、奶牛、设施蔬菜、设施花卉、烟叶种植、茶叶种植、高粱种植、蔬菜目标价格、生猪目标价格、紫菜、吊养牡蛎等20多个险种,既有传统农业保险险种,又增加了特色农业保险的新型险种。并准备进一步开发推广具有地方特色的农产品保险、菜篮子工程保险、产品价格指数保险、农产品质量保证保险、农业基础设施保险等新型险种;研究开发针对家庭农场、农业生产大户、龙头企业、合作组织的保险产品,促进农业规模化生产。

2016年,我国农业保险已承保农作物190多种,玉米、水稻、小麦三大口粮作物承保的覆盖率已经超过70%。承保农作物从2.3亿亩增加到17.2亿亩,农业保险已经覆盖所有省份。农房保险已覆盖全国所有省市,提供风险保障1.4万亿元^[6]。

(二)我国农业保险精准扶贫的主要做法及成效

我国农业保险在参与精准扶贫、精准脱贫中,充分发挥在灾害损失补偿、资金融通和社会管理等方面的优势,积极主动地参与到扶贫工作中,农业保险扶贫初见成效:2016年1-8月,农业保险提供风险保障1.31万亿元,支付赔款198.55亿元,受益农户2290.94万户次。共备案地方特色农险产品792个,扶贫专项产品48个,有力地支持了贫困地区特色产业发展。农房保险已经覆盖绝大多数省市,并被作为移民搬迁脱贫工程的重要配套措施。

当前农业保险精准扶贫之所以取得较大成效,主要得力于以下措施:

1、精准。加强承保对象的针对性,根据地方政府提供的贫困群体信息,将建档立卡贫困户全部列入农业保险扶贫范围,充分发挥农业保险风险保障作用,提高了贫困户农业生产抵御灾害的能力,为打赢脱贫攻坚战做出积极贡献。

2、扩面。加强农业保险基层服务体系建设,积极鼓励贫困人口参保,提高贫困地区农业保险保障程度。针对贫困地区自然条件恶劣、巨灾风险难控、缺少技术支撑等不利因素,进一步加大对贫困地区的资源投入,尽力把国家支农惠农政策送到广

大农民手中。

3、快速。农业保险投保更加便捷、理赔更加高效。政府为贫困群体统一投保,大大简化相对复杂的投保手续;保险公司对政府提供的投保材料做最为基础的审核工作,从而将节省出的成本,全力用于提供优质的售后服务。出现保险事故后,保险公司迅速启动查勘理赔工作,损失核实无误后在极短时间内即可赔付到位,及时弥补损失。

4、创新。农业保险紧紧围绕“精准”二字,针对贫困地区农业生产实际,因地制宜探索特色农业保险产品,扩大农险领域,打通“产业扶贫”农业保险瓶颈。如开展特色优势农产品价格保险试点,积极发展涉农小额贷款保证保险、农房保险、农机保险、农业基础设施保险、森林保险,引导和支持贫困地区群众发展生产。同时,将保险服务延伸至全产业链在为贫困群体生产风险、生活风险提供基础保障之上,进一步延伸到扶贫产业的市场风险保障层面,如配合国家推出的农产品目标价格补贴机制,积极推进农产品价格保险试点和推广工作,为贫困农户脱贫致富提供更为完整和完善的保障机制。

三、国内农业保险精准扶贫的典型做法

(一)阜平的做法

阜平县是一个贫困范围广、发展基础弱、以农业为主的国家级贫困县,要实现脱贫致富的目标,仅靠当地财政难度很大,而外部金融扶贫又面临成本高、风险大、覆盖面窄等突出矛盾。为解决这些问题,中国人民保险与地方政府合作,探索出“金融扶贫、保险先行”的金融扶贫服务链模式,通过三农保险“联办共保”、扶贫贷款“风险共担”的制度设计,通过“成本保险”等方式建立脱贫致富的风险兜底机制,降低金融扶贫信贷风险、引入金融“活水”促进产业扶贫、放大财政资金扶贫的投入效应、增强贫困地区自主脱贫的信心、激发了当地群众以农业产业化发展促进脱贫致富的内生动力,走出了一条精准扶贫的新路子^[7]。

自2014年8月以来,阜平金融扶贫示范县综合保险项目累计提供风险保障152亿元。其中专为阜平县开发的6款特色农险覆盖县域5.9万农户,农户平安险已覆盖全县。2015年,政策性农业保险支付赔款590.27万元^[8]。2016年,阜平县补贴扶贫

资金近1400万元，撬动农业保险保障金额13.7亿元，1元扶贫资金效能放大近98倍；涉农保险赔款1980万元，153个村1.8万农户直接受益⁷⁾。

1、实现金融扶贫“四个全覆盖”

河北省阜平县于2014年7月开始“金融扶贫示范县”建设，努力实现“金融服务网络全覆盖；农业保险全覆盖；扶贫贷款担保全覆盖；诚信体系建设全覆盖”四个全覆盖，让农民发展现代种养业时“创业有贷款，经营有保险，服务有网络，信用是财产”⁸⁾。

(1) 金融服务网络全覆盖。

即建立县、乡、村三级金融服务网络，参加农业保险并有资金需求的农业经营主体可用保单向担保公司进行反担保；担保公司以扶贫贷款担保基金作保障，对贷款提供担保；有关银行提供担保贷款。

(2) 农业保险全覆盖。

即通过丰富保险产品、创新运行模式、提高政府补贴等方式，实现农业保险在险种上覆盖全县主要种养业品类，在参保面上覆盖绝大多数种养业群众，构建架构合理、品类齐全、运行规范、保障有力的农业保险全覆盖运行体系。

(3) 扶贫贷款担保全覆盖。

单笔5万元以下的贷款农户按期偿还银行贷款本息后，凭贷款合同、还款结息单等相关手续，向财政部门提出贴息申请，由财政部门按有关规定给予50%贴息，贴息期限不超过两年。

(4) 诚信体系建设全覆盖。

按照“政府主导、人行推动、多方参与、普农惠农”的原则，阜平县通过承保理赔等环节“边采集、边办理”的方式采集农户信息，逐步建立农户电子信用信息档案；将融资性信息与工商、税务、国土、公安、信访等方面的主要社会性信息进行整合，逐步建立简明实用的诚信体系；以“三户联保”模式作为诚信体系建设的重要载体推广应用，树立“信用也是财产”的社会共识，建立守信激励和失信惩戒机制，提升社会信用管理水平⁸⁾；通过“云平台”实现保险企业和政府机构间的信息共享，严厉打击骗保、骗贷及恶意违约行为，在阜平广泛树立了“信用也是财产”的社会共识，优化了金融生态环境，提升了金融扶贫可持续性⁷⁾。

2、以农险全覆盖为突破口

(1) 从省到县建立较完善的制度体系，为试点工作提供良好的制度保障。

2014年7月，河北省金融办发布了《关于支持阜平创建金融扶贫示范县的实施意见》；2014年11月，阜平县政府制定了《阜平县农业保险联办共保实施方案》；2015年，阜平县委、县政府制定了《关于加强农村金融服务促进产业扶贫的实施意见》《阜平县全面推进金融扶贫工作实施方案》等文件，为“农业保险全覆盖”和金融扶贫试点工作提供了良好的制度保障⁸⁾。

(2) 建成县乡村三级金融服务网络，解决金融进农村的平台问题。

阜平县级成立由县长任组长，常务副县长、主管扶贫工作副县长任副组长的金融工作领导小组，领导全县金融扶贫示范县的创建工作。2014年10月，组建了县金融服务中心，具体负责开展金融扶贫的各项业务，同时与人保集团合作，共同做好农业保险的政策宣传，使农民逐渐认同、接受农业保险，为农业保险的顺利开展奠定了好的群众基础。乡级成立由乡镇党委书记任组长，乡镇长任副组长的金融工作领导小组，依托乡财政所成立乡镇金融工作部；村级成立由村支书或村主任负责的村庄金融工作室。通过整合现有行政资源，2015年1月建成了覆盖全县各乡镇、村的金融服务网络，投入75.2万元为全县13个乡镇各配备一台POS机、一台打印机和一辆“农业保险流动服务车”，让农民能顺利、便捷地得到理赔，解决了金融进农村的信息不对称、人力成本高、组织力量薄弱等难题⁸⁾。

(3) 采用“联办共保”农业保险经营模式，降低了农业保险的推进难度。

由阜平县政府和人保财险按照5:5比例进行农业保险的联办共保试点。双方均设立农业保险专用账户，保费收入由县财政和人保财险分别按各自比例入账，各自承担相应的风险；发生保险责任赔付，双方分别按相应比例分摊赔款。专用账户受上级和同级财政、审计及保险监管部门的监督检查。保险公司和政府分别利用技术优势和行政资源协同推进农业保险，降低了农业保险推进工作的成本和难度⁸⁾。

(4) 试点“政融保”金融扶贫项目，形成较

为完整的金融扶贫服务链。

为了进一步巩固扶贫的成果，2016年6月28日，人保集团与河北省阜平县政府签约，启动全国首个保险资金直接支农融资试点，即“政融保”金融扶贫项目，实行“政府政策支持+保险资金融资+保险风险保障”的运行模式，按照“政府政策支持，保险保障增信，保险融资支农，精准扶贫覆盖”的原则，实现“政融保联动”，既为农业企业和农户提供农业保险，又直接对农业企业和农户进行融资支持，降低了融资成本，充分发挥了保险经济补偿和资金融通的功能，形成了较为完整的金融扶贫服务链^[6]。不同于以往人们熟知的贷款保证保险，“政融保”这种支农融资贷款产品具有“险资直投”特点，即通过保险公司自身募集的资金，为需要资金而缺乏抵押的农户提供融资支持。相比传统的银行抵押贷款，这种“险资直投”支农融资贷款方式更为灵活，流程更为简便。用户只需向所投保的保险公司提出融资申请，通过保险公司组织的现场调查和信息核对、评审之后，即可快速放款。从而免去第三方中介环节，让保险资金真正直达农户，增强农户的“造血能力”^[9]。2016年，阜平县累计获得金融保险扶贫贷款7.78亿元，较2014年增长31倍^[7]。

3、扩大财政补贴范围

(1) 创新县级补贴农业保险品种，为农民致富提供更多保障。

除了中央和省级政府提供补贴的玉米、马铃薯、花生、奶牛、能繁母猪、林木、设施农业等政策性农业保险险种外，阜平县还根据当地的农业种养特色，因地制宜开发了大枣、核桃、肉牛、肉羊成本价格损失保险、养鸡保险和种羊养殖保险等县级财政补贴险种，县政府提供60%的保费补贴，参保农户自己承担40%。保险责任为自然灾害、疫病及市场价格波动造成的损失。截至2015年10月26日，这6种县级财政补贴险种共收保费333.32万元，为农户承担风险保障5381万元^[8]。2016年，农业保险和涉农保险覆盖阜平县所有6万农户，全县大枣、核桃、食用菌产业、肉牛、肉羊、林果业等富民产业快速蓬勃发展，累计新培育农业规模经营主体和贫困农民创业组织400余家，新增产业投入8亿元以上，同时为农村劳动力提供了工资性收入^[7]。

(2) 财政补贴由农业保险向其他险种延伸，为农户提供全面风险保障。

除农业保险外，阜平还向全县推广农户平安综合保险，为农户提供人身意外险保额5万元、家庭财产险保额1.85万元的综合风险保障。每户25元的保费由县财政全额承担，总计为农户提供29.66亿元的人身风险保障和10.97亿元的家庭财产风险保障。此外，县政府还推行“一元民生保险”，即保费为1元钱，由县政府全额承担全县22.8万元的保费，保险金额为每人10万元，保险责任为见义勇为、自然灾害和火灾爆炸等方面，防止农户因意外致贫，因意外返贫，提高农户的风险管理意识和保险意识^[8]。

(3) 建立巨灾风险补偿机制，保证试点项目的可持续性。

阜平县财政一次性注资3000万元设立保险基金，提高农业保险的赔付能力。除此之外，建立了巨灾风险准备金制度，由县财政部门在当年农业保险保费收入政府部分的25%以内提取，用于巨大灾害的赔付，专户存储、专项核算、滚动累积、定向使用，实行封顶控制。当巨灾风险准备金累计提取达到当年政府保费收入的3倍时，政府不再提取巨灾风险准备金。巨灾风险补偿机制提高了政府和保险公司应对巨灾风险的能力，保证了遭遇大灾后试点项目的可持续性^[8]。

4、提高基层人员积极性

(1) 明确费用资金比例，提高基层工作人员的积极性。

《阜平县农业保险联办共保实施方案》明确规定，县金融服务工作领导小组提取联办共保份额保费收入的20%作为综合管理费用，专项用于农业保险的组织、宣传、培训、承保、查勘定损、理赔服务和奖励等相关工作，有利于解决在其他地区普遍存在的农业保险基层工作人员工作无经费、工作无动力的问题^[8]。

(2) 建立“农业保险——担保——贷款”之间的联动机制，提高农业经营主体的融资能力。

阜平县政府成立注册资金1.3亿元的县惠农担保公司，本着“扶持产业，旨在扶贫，兼顾风险，全力惠农”的原则，对参加农业保险并有资金需求的农业经营主体提供贷款担保，农业保险保单可作为惠农担保公司的反担保。参加农业保险和

三户联保的农户，经过“村推荐、乡初审、县惠农担保公司和银行联合审查”的工作流程后即可获得贷款。农户按时偿还贷款本息后，由财政部门给予50%贴息。截至2015年10月底，通过农业保险和担保之间的联动机制为17家企业和609户农户提供了8261万元的扶贫贷款。这种“农业保险——担保——贷款”之间的联动机制解开了以往农户“担保难”和“贷款难”之间的死循环，财政贴息降低了融资成本，从而提高了农户的融资能力^[9]。

总之，“阜平模式”充分发挥了保险经济补偿、信用增信和直接投资的功能，使农业企业和农户生产经营有了保险，脱贫致富有了保障。

（二）甘肃的做法

甘肃省开办农业保险以来，已累计处理农户赔案44万件，支付赔款25.12亿元，受益农户397万户次。2016年甘肃省农业保险保费收入8.44亿元，同比增长9.75%，赔款支出6.86亿元，同比增长31.27%，参保农户202.2万户次，受益农户达到153.02万户次^[10]。

1、初步形成多层次的农险产品体系

目前，甘肃省农险初步形成“覆盖大宗种养殖、区域性优势品种、地方性特色产品”和“传统成本保险、新型价格指数保险、天气指数保险”的“3+3”保障体系；开办玉米、马铃薯、冬小麦、牦牛、藏系羊和森林等11个中央补贴险种，中药材、苹果、设施蔬菜等6个省财政补贴险种，因地制宜开展设施蔬菜、肉牛、烤烟、樱桃、枸杞等特色保险试点，全省农险品种达到30余个；开办中药材产值保险及蔬菜、洋葱、百合等多个新型价格保险，开办茶叶、李广杏等两个天气指数保险，初步形成了多层次的农险产品体系^[10]。

2、发挥多元化农业保险的保障功能

2016年，甘肃省大部分地区出现少有的持续高温少雨干旱天气，主要受灾作物玉米和马铃薯累计赔付3.3亿元。新型价格保险助力农户有效应对市场风险，中药材产值保险2014年、2015年、2016年简单赔付率均在100%以上；蔬菜价格保险保费118万元，赔付389万元；苹果保险2016年赔款2596.41万元。此外，烤烟、枸杞、肉羊等地方特色产品赔付水平较高，充分发挥了风险保障作用^[10]。

3、逐步释放多维度的社会效应

自2011年中央扶持藏区发展牦牛、藏系羊保险以来，甘肃省业务规模、保险覆盖面、工作进度均居全国第一，累计承保牦牛615万头，藏羊1157万只，承保率已分别达到存栏量的89%、77%，支付赔款4.85亿元，为金融稳藏、富藏发挥了积极作用。积极推进“大三农保险”，构筑一张精准脱贫的保护网。2016年，兰州、平凉等5市开展农房统保试点，定西市开展农房地震保险试点；农村家庭财产保险、农村“五小车辆”保险、农村小额人身保险、养老保险和健康保险、外出务工人员意外险等加快发展，有效防范了因病因伤致贫返贫^[10]。

（三）太平财险的做法

1、围绕政策导向，探索农险发展创新模式

2016年以来，太平财险确定了“三省两区加扶贫”的发展策略，将在山东建成以政策性、创新型、特色类业务为主的示范区，在湖北、浙江开办传统政策性农险业务，在四川雅安地区、黑龙江齐齐哈尔地区开办“传统+创新型”农险业务，在贵州、河北等地实行“精准扶贫+创新服务”为主的农业保险经营体制。围绕国家扶贫攻坚任务，立足保险特点，积极探索建立可追溯一体化的养殖产业链保险+扶贫新模式，以及“保险+金融”综合服务模式^[11]。

在黑龙江齐齐哈尔等地，太平财险积极推动可追溯一体化的养殖产业链保险+扶贫新模式，通过加强与产业链上下游主体的合作，整合产业链资源，建立“龙头企业+合作社+养殖户+信贷+保险”的模式，为当地贫困户实施精准脱贫。通过定制保险服务，帮助龙头企业建设标准、规范的养殖园区，为养殖户提供技术培训并配送统一的仔猪、种猪、饲料、兽药、防疫等服务和管理，并以保护价统一回收。对贫困户采取“保底收益、按效益分红”的养猪模式，发展贫困户生猪养殖，带动贫困户脱贫，为整个链条的养殖、信用、品质等提供全面的风险保障，使养殖户放心饲养，银行放心贷款，企业放心收购^[11]。

在湖北部分地区，太平财险深入探索“保险+金融”综合服务模式，通过成立信托计划，以扶持农村新型经营主体为目标，以种植保险+保证保险等“一揽子”保险方式，支持大粮仓平台及种

粮大户获得贷款授信,帮助其解决融资难题。同时积极提供产量、履约、人身、财产等全方位的保险保障,支持农户将土地及其收益权抵押给大粮仓平台,大粮仓平台对种粮在种、管、收、销全过程进行管理和服务,从而实现“信托+保险”助推“种粮大户+大粮仓”向规模化、集约化、机械化方向发展,加快农业现代化进程。该模式还可带动湖北省重点贫困地区脱贫近千户,通过支持农业产业发展,实现精准扶贫目标^[11]。

在四川汉源,太平财险首次推出“保险+期货”模式,根据四川汉源花椒生产受自然气候影响大,不同年份、不同月份价格波动明显的特点,推出了花椒产品的价格保险,并联合天府商品交易所推出汉源花椒场外期权,首次将农产品价格保险与场外期权相结合,化解特色农产品市场价格波动风险,为花椒的生产商、贸易商提供有效的金融支持^[11]。

2、推进产品创新,满足现代农业发展需要

2015年以来,太平财险在加快发展传统政策性业务,积极发展小麦、玉米、森林等15类中央财政补贴险种的同时,紧紧围绕各地名优特色产品或政府大力发展和扶持的特色主导产业,量身定制专业化的创新型产品,以满足不同产业的保险需求,先后创新推出了扇贝、海带、生蚝风力指数保险、海参高温指数保险、冬枣冰雹指数保险、花椒价格指数保险等三大类19个品种^[11]。

以气象指数保险为例,太平财险先后在威海、烟台、大连和钦州推出海参、海带、生蚝、扇贝等海上养殖天气指数保险,保障了当地大宗优势海产品养殖产业的发展。2015年上半年,太平财险山东分公司推出扇贝养殖风灾指数保险和海参养殖气温指数保险产品,提升了当地养殖户抵御自然灾害风险的能力^[11]。

截至2016年底,太平财险先后在山东、湖北、云南、四川、黑龙江、江西、青岛、浙江等省开办了农业保险业务,累计支付保险赔款5363.5万元,在支持农业经营者恢复生产和生活方面切实提供了保险保障。此外,作为中国农业保险再保险共同体的一员,太平财险与保险业同行共建农业保险大灾风险分散机制,助力国家构建农业生产安全网^[11]。

太平财险在农业保险方面的创新之举获得了

高度认可。2016年,海参养殖气温指数保险获大连市金融发展局颁发的“金融创新奖”,农作物天气指数保险获《证券时报》和中国保险资产管理业协会颁发的“值得信赖保险产品方舟奖”^[11]。

四、国内农业保险精准扶贫的经验与启示

(一) 精准扶贫

农业保险精准扶贫具有较强的正外部性,因此,必须由政府主导。从保费的补贴到巨灾风险基金的建立,都离不开政府的资金支持和保障,也只有政府做后盾,才能确保国家扶贫开发政策落到实处^[4]。

1、完善扶持政策

各级地方政府应提高对农业保险精准扶贫作用的正确认识和重视,完善财政支持政策,扩大保险范围,为农业保险发展创造良好的外部环境,引导农业保险业务有序开展。

贫困县本身的财政就有困难,在农业保险保费补贴方面能力较弱,财政补贴不能及时到位会制约农业保险的顺利开展,进而影响精准扶贫的效果。为此,各地政府可以因地制宜,发展适合当地的保费补贴制度,做好财政收支的“加减法”,大力压减一般性支出,对扶贫、农业、教育、社会保障、医疗卫生等领域加大保障力度。亦可以创新扶贫资金管理方式,通过保险功能与扶贫开发相结合的方式,引导和鼓励从扶贫基金中划出一定比例作为保费补贴,充分发挥扶贫基金的放大效应。在保险品种上,可根据贫困地区的实际情况,找到可以帮之脱贫的种植养殖业作为致富产业,将其农业保险纳入中央财政保费补贴范畴,促进相关扶贫险种发展,把致富产业做大。

2、提高保障标准

农业保险是美国的第二大支农项目,占支农预算的8%。我国当前的农业保险只能覆盖“农业、化肥、种子”等14项物化成本。因此,农业保险精准扶贫应围绕农业供给侧改革,创新产品服务,加大对新型农业经营主体的支持力度,保费补贴要向种粮大户、家庭农场等倾斜。要不断提高保障标准,增加保障品种,把土地流转和劳动力成本覆盖进来,由“保成本”逐步转向保产量、保价格、保收入^[12],使农业保险真正成为支农惠农、脱贫减灾的坚强后盾。

3、加强对保险公司的引导与监督

在农业保险发展较快的地区，农户不仅在遭遇损失时可以拿到保险赔款，还能得到银行等机构更多的信贷支持。因为其比一般农户多了一重保障，可以降低融资风险，银行更愿意为其发放贷款。同时，保险机构也可借助农村金融机构网点挖掘市场，拓展农险产品，引发保险和信贷机制的良性循环效应。因此，农业保险精准扶贫，可以进一步推进农村普惠金融发展，健全“政府+银行+保险”合作机制，更好地发挥保险的风险补偿和资金融通作用，降低农村信贷风险，打通金融扶贫服务链。

由于农业保险的政府补贴是大头，因此，农业保险精准扶贫必然要求强化对保险机构的监管，防范保险公司用假保单套取保费资金以及拖赔惜赔等问题，确保惠农政策不跑冒滴漏。

(二) 精准开发、精准赔付

1、创新农业保险产品

精准扶贫不是简单地给钱给物，我国多年的扶贫经验证明，产业扶贫是解决生存和发展的根本手段，也是精准扶贫的重要手段之一，是脱贫的必由之路，发展特色致富农业是很多地区摆脱贫困最可行的渠道。农业保险扶贫是产业扶贫的重要保障，因此，保险公司在农业险种的开发上，要深入基层调研，因地制宜，根据贫困地区农村具体的经济状况，本着“实用、实惠”的原则，充分利用当地的优势资源，根据当地的农业种养特色，“量身订制”，创新特色农业保险产品，支持产业脱贫项目，使保险产品更加贴近贫困地区实际和农民的风险保障需求^[4]。

一些保险公司已经把农业保险从金融中“单拎”出来，作为农业稳定发展和农民持续增收的手段，推进农业保险产品创新，满足现代农业发展需要，以“互联网+农业保险”提升农村金融服务效率和质量，推动“农业+保险”合作，根据各地不同的情况创新相应的保险产品。

2、灾后及时精准理赔

保险公司在灾大过后，准确勘察，不拖赔、不惜赔、不拒赔、按章赔，赢得了民心，为贫困农民真正撑起“保护伞”。

3、设网店便民利民

目前，农业保险已基本实现乡乡有机构、村

村有服务^[1]。实现了对受灾农民点对点风险补偿，解决了在分散型的农业生产方式下开展保险经营的世界性难题。目前全国共建立农业保险乡（镇）级服务站2.5万个，村级服务点28万个，协保员近40万人，保险服务乡镇覆盖率超过90%，村级覆盖率接近50%^[13]，使农业保险下乡“接地气”，充分调动农民参险的积极性。

(三) 精准教育

我国大多数贫困地区的农户小农意识根深蒂固，普遍存在“等靠要”的思想，对风险和损失，习惯了听天由命。一些偏远贫困地区的农户由于不了解甚至根本就不知道农业保险，无法认同保险。因此，农业保险精准扶贫的主要任务之一就是加大农业保险的宣传力度，充分利用电视、网络等媒体，通过讲解身边发生的典型案例，宣传农业保险的保障作用，让农户了解农业保险的好处，帮助农民算好经济账，提高贫困人口对农业保险的认同感和参与意识，鼓励农户积极参保^[4]。

(四) 精准保障

光靠农业保险单枪匹马无法实现精准扶贫任务，因此，必须要有配套的措施加以保障：一是县加强乡村三级保险服务网络的建设，尤其是乡镇保险机构建设，为农业保险进农村搭建平台。二是完善农村金融服务链条，将保险服务链向农业上下游延伸，通过建立政府、银行、农业保险、信用和村级服务“五位一体”的运行模式，疏通农户融资渠道，形成农业保险和信贷的良性循环效应，让贫困户获得更多的发展资金^[4]。

参考文献：

- [1] 推进农业保险，破解扶贫方程式 [EB/OL]. (2017-01-09)[2017-04-01]. http://views.ce.cn/view/ent/201701/09/t20170109_19479064.shtml.
- [2] 保监会成立保险业助推脱贫攻坚工作领导小组 [EB/OL]. (2016-06-01)[2017-03-25]. <http://money.163.com/16/0601/02/BOELC5SP0025335M.html>.
- [3] 中国保监会与国务院扶贫办联合发布《关于做好保险业助推脱贫攻坚工作的意见》 [EB/OL]. (2016-06-03) [2017-03-28]. http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzAwNjY5Nzg4OA%3D%3D&idx=1&mid=2651143491&sn=6643d6b3d1349be485bc5978d17bc2cd.

(下转第36页)

基于“互联网+”的保险公司培训模式探索

● 曹雅琴

【摘要】：近年来我国保险业井喷式迅速发展，保险公司面临的竞争日益激烈，创新保险公司培训模式，提升保险公司员工素质，对提高保险公司的竞争力具有重要意义。随着互联网的发展，“互联网+”培训已经成为保险公司培训创新与变革的前沿方向，本文旨在将保险公司传统培训模式与互联网时代背景相结合，探索基于“互联网+”的保险公司培训模式，为保险公司培训模式提供新的思路。

【关键词】：保险公司；“互联网+”；培训模式

一、绪论

“互联网+”是互联网思维的进一步实践成果，它推动了我国经济形态不断演变，带动了社会经济实体的生命力，为发展、改革、创新提供了广阔的网络平台，为我国的经济发展、社会治理结构和人民生产生活的各个方面带来巨大的变革[1]。随着“互联网+”被写入政府工作报告，“互联网+”发展模式大放异彩。培训作为保险公司培养销售队伍和高素质管理人才的重要途径，传统的面对面培训模式显然已经不适应。因此，将“互联网+”作用于保险公司的培训，探索“互联网+”时代下保险公司培训新模式具有重要的意义。

1、保险公司的培训现状

目前保险公司的培训大都采取的是传统培训模式，主要有两种方式，一是现场的“点对点”培训方式；二是通过在线视频培训的“一对多”培训方式。“点对点”培训主要指通过实体课堂“接受性”的教育模式，在一个有限且规定的空间里，通过老师的面对面授课，将与培训主题相关的知识传授给学员，是最直接的传输。“一对多”培训方式指的是总公司通过视频会议的形式，连接各分公司和三级机构进行培训，或者分公司通过视频连接，对各三级机构和四级机构进行培训。传统教育培训模式有它的优势：第一，在传统的

培训模式中，老师可以与学员面对面接触，拉进了老师与学员之间的距离，可以良好的建立老师与学员之间的信任感；第二，传统的培训模式有一种师徒制的技能传输模式，老师可以接将自己长期的专业研究相关经验，通过口述或演示“手把手”向学员传授，最大限度缩短知识传播的“过程成本”；第三，传统培训模式可以实现老师与学员之间的即时答疑，培训中可以“有问题、马上问”，直到学员弄懂为止；第四，视频培训的方式也在很大程度上起到降低培训成本的作用。

尽管传统的培训模式有它的优势，但是，针对现今发展迅速的保险公司，产品更新快速、人员流动性大，传统的培训模式已然不再适用。主要有以下几点原因：第一，保险公司都是遍布全国各地市、县，传统的“点对点”培训模式，需要将全国各地的学员集中到某一个地方进行培训，学员的交通费、住宿费等等，这在很大程度上增加了培训成本；第二，“点对点”培训模式需要学员去异地参加培训，意味着学员需要离开工作岗位一段时间，这也会使得他们在培训期间无法开展自己岗位的工作；第三，传统的培训模式由于受时间、地点的限制，培训举办次数受限，培训内容更新速度更不上产品以及员工更新的速度，且每次培训的节奏快、内容多，“倒灌式”地传授，学员难以吸收和消化；第四，传统的培训模式往往很难针对不同层次

的学员差异化培训内容，经常会出现有的学员对同一个内容有被培训过几次，有的学员又是第一次被培训的现象，参训学员水平参差不齐，进而培训效果会大打折扣。

2、“互联网”背景下培训的优势

随着“互联网+”被写入国十条，“互联网+”培训渠道和平台也相继出现，目前线上培训模式主要有两大主流：一是以E-learning、LMS为主的定制软件模式；二是以网易云课堂、淘宝同学、腾讯教育、百度教育等为主的线上培训商城模式[2]。互联网培训，更多强调的是通过在线平台对培训知识传播的便捷，有以下几个优点：第一，互联网培训成本低。“互联网+”培训和传统的培训模式不同，不需要将各个地方的学员集中到一个地方，每位受训者只要通过计算机或者手机在办公室和者家里便接受培训。第二，“互联网+”培训可及时地、低成本地更新培训内容。当今社会知识更新速度快，培训内容也须紧跟时代节奏，否则培训就没有了意义。而互联网培训可以避免传统培训模式中由于更新课程需要付出的巨大成本，还可以迅速地将更新内容传授给培训者。第三，“互联网+”培训便于培训者学习。在传统培训模式中，培训者不得不中断工作集中一段时间进行脱产培训，而互联网培训则可使培训者按照自己的时间进度接受培训。第四，互联网可以将不同老师的课程、不同类别的课程进行资源整合，便于培训者根据自己的培训需求进行课程配对，同时还可以突破空间和时间的限制，做到自主学习，不受教学场地、师生的时间限制。与传统培训模式对比，培训的灵活性和效果都有很大的优势。

二、“互联网+”培训的保险公司培训模式

“互联网+”培训的保险公司培训模式主要由三大模块组成，即“训前调研、训中管理、训后评估”，保险公司通过搭建一

个公司内部培训平台将这三大模块集合起来，实现全国各地学员在线培训。保险公司“互联网+”培训的模式流程图，如图一所示：

(1) 训前调研

毛主席曾说过：“没有调查，就没有发言权”。培训前的需求调研是否充分直接影响培训的质量，需求不清晰的课程内容不管通过什么样的教学形式都不能从根本上增强培训效果和学员体验。目前常用的需求调研方式主要有：问卷调查法、面谈法、观察法、访谈法、绩效分析法，以上调研方法都是一些线下调研法，一个共同的弊端就是调研的样本少，调研结果适用性不广。因此，结合互联网模式调研，由总公司培训处统一将调查问卷电子化，目前用的比较多的有“问卷星”调研。通过微信的方式将调查电子问卷发给各分公司、各三级机构，最后到每一位员工。通过互联网的方式进行需求调研，不仅调研覆盖面广，而且调查问卷可以线上回收，调查结果也可以由平台自动分析得出。根据调研结果，制定相应的培训课程，这样课程的针对性更强，同时也可以借助易企秀、微课等平台将培训知识碎片化、连续化，培训效果更好。

(2) 训中管理

保险公司通过“互联网+”下的需求调研，既可以为学员量身制定个性化的学习进度管理方法，随时让学员了解自己的学习情况，还可以分析每一

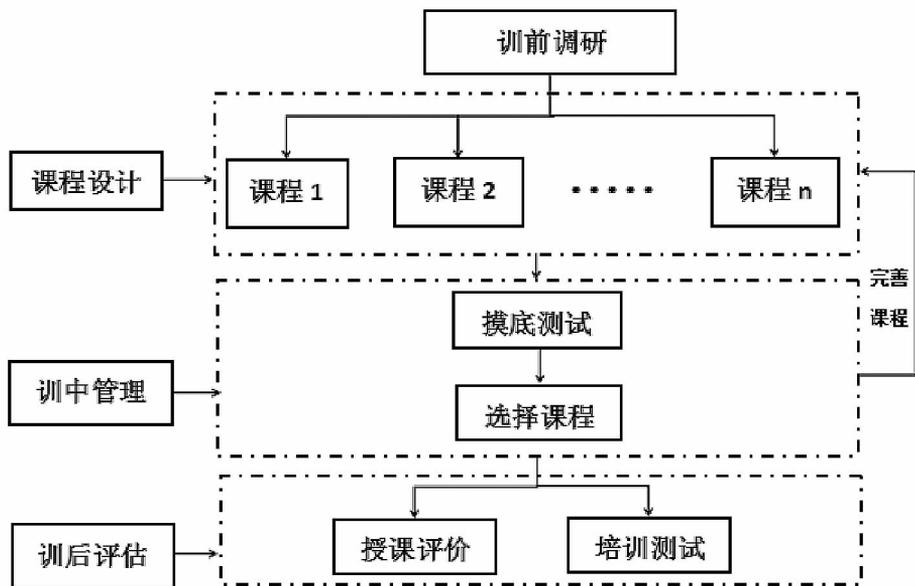


图1 保险公司“互联网+”培训模式流程图

位同学的学习情况,方便老师精确把握每一位同学的学习状况,实现真正的“因材施教”[3]。员工在进入系统学习前,用工号注册一个账号,在进入学习模块前,需做一个摸底测试,进而可以根据测试结果推荐学员选择适合自己的课程。同时,每一位学员的测试结果会储存在数据库里,系统经过分析后,自动将结果汇总发送到老师手里,以便老师根据学生对课程的掌握程度对内容进行完善,对教学进度进行修改。每次课程开始,学员都要进行课前小测试,这主要是为了考察学员对上节课学习的掌握程度,且测试成绩会被储存在每位同学的成绩数据库中,并自动生成每一位学员的学习报告分别推送到培训老师和学生的邮箱。因此,老师可以根据分析报告结果调整课程的讲课内容和进度,以确保学生更好地吸收课程内容。除此之外,系统还可以对所有学员进行成绩排名,激发学员的学习热情。

(3) 训后评估和反馈

保险公司“互联网+”培训模式下的课程,不再是简单地将课程直接灌输到学员,如何让学员真正学到东西,且根据学员的需求调整课程的内容和模式将是我们面临的问题。“互联网+”下的保险培训目标是寻求以用户为中心,即以人为本的培训理念[4]。训后评估主要是从学员和老师两方面进行,分为学员的训后测试和培训老师的授课评价。学员学习结束后,通过老师准备好的考试题来检测学员的学习效果,如果考试成绩不合格,则无法进入下一阶段的学习,进而通过这种方式提高学员在学习过程中的效率。同时也可以根据学员的情况及其本人的意愿,随时调整课程进度和模式,以期望达到最好的效果。“互联网+”培训模式的保险培训是开放的、动态的,需要实时维护更新。通过学员课后对培训课程进行评价,老师可以根据学

员的反馈来更新课程知识。因此,培训课程的案例素材和应用数据并非封闭不变的,而是根据学员的需求随时做出更新和调整。保险公司“互联网+”培训模式打破了培训老师“有什么就提供什么”、“会什么就讲什么”的传统培训模式,符合学员不断地掌握新技术新理论的时代要求,满足了互联网时代对人才快速成长的诉求,从而使学员能随时跟上时代的步伐,为保险公司培养更多人才。

三、总结

本文通过介绍保险公司基于“互联网+”的培训模式,将保险公司“互联网+”培训模式与传统培训模式与进行对比,并从训前调研、训中管理、训后评估三个方面对“互联网+”培训模式进行介绍,进一步说明了保险公司基于“互联网+”的培训模式是进一步深化保险公司培训体系改革、创新培训模式、全面提升培训质量的必然选择。

【参考文献】

- [1]范光基.互联网+背景下中小学教师培训模式探索及策略思考[J].中小学教师培训,2016,3(356):13-17.
- [2]白方涛.企业培训与“互联网+”的融合创新[J].胜利油田党校学报,2016,29(2):102-104.
- [3]郑洁琼,陈泽宇,王敏娟等.3G网络下移动学习的探索与实践[J].开放教育研究,2012,18(1):159-162.
- [4]琚春华,彭建良.基于移动学习的教学与实践相融合的教学模式研究——以电子商务与物流专业为例[J].中国高教研究,2012,(9):107-110.

(作者单位:阳光财产福建分公司)

责任编辑:谢圆虹

责任校对:谢圆虹

福建保险机构业务发展调研

——以福建产险公司为例

● 张国能 林新凯 黄智鹏

保险业务发展是指不同的保险经济实体，为了各自的经济利益，在保险市场上互相争取份额的一种活动，可以理解为一个保险行为主体与其他保险行为主体竞争保险资源的能力。狭义上，它可以指某一保险产品的业务发展，或某一保险公司（分支机构）的业务发展，广义上它可以指整个保险行业的发展。本文试图从保险机构层面，结合福建本地市场，对保险主体的业务发展做一些粗浅的探讨。

一、研究方法的确立

在我国对保险公司业务发展的多数研究文献中，含有以下特点：一是研究层次主要集中在我国保险公司总公司层面上；二是以定性分析为主，定量分析即使出现也仅仅是为了分析方便而列举数据，缺乏对数据的进一步统计或计量分析。为了对福建产险业发展有个整体性的理解，本文通过分析福建省各家财产保险公司近三年的保费数据，对省内各家保险公司进行大致分类和定位，分析特点并寻求相应合适的发展模式，希望对行业的发展能提供一点思考。

二、福建产险公司业务发展情况分析

（一）近三年福建产险公司业务发展整体情况

2014年，福建省财产保险市场总保费192.8亿元，同比增长17.2%；2015年，福建省财产保险实现保费收入211.25亿元，同比增长9.57%。2016年，福建省财产保险实现保费收入227.4亿元，同比增长7.64%。2014年至2016年福建省财产保险主体数分别为：24家，25家，29家。

从2016年福建产险保费市场份额看，人保为42.67%，平安为20.29%，太保为10.01%。近年

全省保费增长呈趋缓态势。保费收入主要集中在人保、平安、太保等少数几家进入市场较早的主体，同时寡头模式情况逐年略微改变，但仍将持续相当长一段时间。

以下表格为福建保监局统计数据整理而得，本文将就该表数据进行分析。

（二）保险公司分类

按照本文分析的思路，综合近年保费分布及相关情况，我们尝试将福建省保险公司分为以下几类：

1. I类：市场份额10%以上，包括人保、平安、太保。

2. II类：市场份额2%~10%，包括国寿财、中华联合、大地财产。

3. III类：市场份额2%以下，包括阳光、天安、太平、英大、华安、中银、富邦、紫金、都邦、长安、华泰、众安、亚太、安邦、永诚、国泰、史带。

4. IV类：政策性保险公司，即出口信用。

5. V类：近年新设立保险主体，包括安盛天平、海峡产险、泰康在线、安心财产、易安财产。

（三）保险业务发展分析

1. 福建财产保险整体发展情况

福建省财产保险保费收入自2015年突破200亿，保费增长放缓，保费增长率趋于稳定，说明了福建省保费增长在于保险市场开发程度，而不在于新的保险主体的进入，也说明了福建产险行业自上而下地贯彻“防风险、调结构、稳增长”的监管方针，在基层切实得到了落实。

2. 福建产险公司业务发展情况

I类产险公司作为进入市场最早的主体，均拥

福建省产险公司2014-2016年保费一览表

(单位: 万元)

	2016年 保费	增长率	2015年 保费	□增长率	2014年 保费	□增长率
福建省产险合计	2274002	7.64%	2112551	9.57%	1928003	17.20%
人保股份闽分	970696	11.31%	872082	12.48%	775292	12.41%
平安财险闽分	461441	4.32%	442334	10.70%	399576	22.89%
太保财险闽分	227660	-5.17%	240072	5.02%	228600	18.22%
国寿财险闽分	158710	20.39%	131832	22.45%	107660	22.57%
中华联合闽分	79519	-10.62%	88966	6.41%	83610	13.84%
大地财产闽分	72593	9.24%	66454	3.43%	64251	16.51%
阳光产险闽分	34296	6.81%	32109	21.85%	26352	38.38%
天安闽分	33957	21.99%	27835	6.36%	26170	24.83%
太平保险闽分	27187	14.26%	23794	11.96%	21253	11.34%
出口信用闽分	26574	-6.03%	28278	-24.99%	37698	3.75%
英大产险闽分	25500	18.60%	21500	15.75%	18575	-11.84%
华安闽分	24243	25.40%	19333	5.49%	18327	17.90%
中银保险闽分	18931	12.96%	16759	-2.61%	17209	-16.19%
富邦产险闽分	18008	2.57%	17556	-3.76%	18242	51.97%
紫金产险闽分	14983	22.61%	12220	29.70%	9422	-5.06%
都邦闽分	14441	4.98%	13756	-11.43%	15532	10.27%
长安责任闽分	12921	-10.10%	14373	-3.93%	14961	10.32%
华泰产险闽分	10983	22.84%	8941	-5.46%	9457	53.80%
众安产险闽分	9419	13.58%	8293	122.09%	3734	8483.91%
亚太保险闽分	7647	28.85%	5935	-16.23%	7085	-4.39%
安邦闽分	7443	11.52%	6674	-5.89%	7092	68.75%
永诚闽分	5643	-28.96%	7943	-5.92%	8443	-9.14%
安盛天平闽分	4194	775.57%	479	—	—	—
海峡产险闽分	3230	—	—	—	—	—
国泰财产闽分	2640	-41.66%	4525	-42.39%	7854	44.04%
史带闽分	1131	121.76%	510	-68.26%	1607	-56.74%
泰康在线闽分	13	—	—	—	—	—
安心财产闽分	3	—	—	—	—	—
易安财产闽分	1	—	—	—	—	—
	2274002	7.64%	2112551	9.57%	1928003	17.20%

有强大的销售和服务网络,对其拓展服务领域,扩大保险覆盖面,提供丰富的产品种类,提升服务水平,为客户提供专业化、差异化服务都提供了有力支撑。I类产险公司长期占据着福建保险市场寡头地位,此三者市场份额总和将近73%,是我省提升保险深度和保险密度的主要力量。同时由于其他主体发展和新主体的进入,在无法大幅提升全省总体保费的情况下,激烈的竞争造成I类产险公司市场份额总和基本维持在73%左右。

II类产险公司也是进入市场较早的主体,此类公司均已完成在福建省内的机构网点布局,在福建省内的网点均超过60家,经营制度、设施、人员配备等均较完善。II类产险公司保费增长主要受到其上级机构和监管单位制定政策的影响,同时受到III类产险公司的竞争压力,II类产险公司市场份额总和基本维持在13.5%左右。

III类、V类产险公司虽然在保费规模上仅占很小一部分,但是仍是财产保险行业不可或缺组成部分。此类公司保费规模较小,在业务发展上,多数公司以高额佣金和费用换取保费规模,同时在适应市场变化上反应极快,相应政策的变动若公司内部

未加强控制,极易造成保费收入的大幅波动和承保亏损情况。

出口信用保险公司其保费增长情况不受普通商业保险市场影响,并不在此加以研讨。

(四) 产险公司发展思路

保费规模的不同影响了不同产险公司的发展情况,针对本文所分类的不同保险公司也应当有不同的发展思路:

1. I类产险公司推进业务发展的根本出路在于提升全行业的总体保费,即提升保险深度和密度,拓展保费来源。因此需要更多地承担起保险社会责任,一是加强保险教育与宣传积极开展保险知识宣传教育,不断扩大保险宣传的影响力,提高居民保险意识。二是加强保险产品的研发,提供丰富的在售产品种类,以满足不断发展进步的保险产品需求。

2.其他产险公司应注重加强自身竞争力的提升。通过完善公司体制机制,创新管理模式,增强经营活力和发展动力;拓宽保险服务领域,扩大保险覆盖面,完善服务网络;转变服务观念,创新服务手段,优化服务流程,为广大客户提供更加优质的保险服务,推进全行业提升保险服务质量、服务手段和服务水平等。

三、产险公司未来经营发展的一些思考

盈利是所有企业目标的核心,也是保险公司的经营理念、管理水平和资源配置水平的最终综合体现;是扩大规模、寻求发展的基础,也是竞争的成效检验。具体到分支机构这一层次,承保盈利能力是其竞争力的一项核心因素。分支机构的承保盈利能力表明了其在经营动态过程中的长期安全性来源,是财务是否稳定、安全的标志,是多项财务指标共同作用的结果。特别是在不同城市分支机构规模相当悬殊的格局下,承保盈利能力的高低更能体现竞争力水平的高低。

一是推行现代企业制度,提高公司治理水平。现代保险公司经营行为影响到了众多利害关系人乃至整个社会的利益,其经营决策必须更加注重从内部和外部共同对公司治理结构进行调整,健全公司的经营决策机制,让投资者、分支机构(员工)、消费者(被保险人)、社会等更多地参与到公司治

理中来,充分体现他们的意愿。只有良好的公司治理结构才能做出准确、理性的决策,才能响应市场的需求。

二是科学发展,推进业务又好又快发展。多年来,产险公司多纠结于“规模”、“效益”两大主题。往往是做规模时忽视品质,什么样的客户都接受;求效益时对业务吹毛求疵,对客户挑三拣四,甚至出现交强险拒保这种极端事件。其解决方法的根本在于提升产险公司对机构发展的判断力,适应形势需要树立科学发展观。在当前转型时期、激烈的竞争环境下,产险公司必须开扩视野,跳出狭隘的产品、市场竞争方式,深研分支机构发展的内外环境,从而促进保险公司机构的快速发展。

三是推进精细化管理,提高利润水平。保险公司应积极转变经营模式,改善盈利能力。从保险业的发展速度来看,保险业务收入年均增长较多,是中国国民经济中发展最快的行业之一。但是从中国保险业的发展质量来看,高增长但低效率的中小公司还有不少,高成本低产出低质量的粗放型发展模式比比皆是。承保利润和投资收益是保险公司获得利润最重要的两大渠道。在分支机构,承保利润即是公司盈利情况主要组成部分。随着保险公司越来越精细化的管理,公司承保管理的水平显着提高。结合国外成熟保险市场的经验,随着各经营主体的承保业务方面竞争的激烈程度逐渐增加,各保险公司分支机构在承保利润方面的管控水平将成为公司竞争力的一个重要评判指标。

四是加强合规经营,促进有序、健康发展。从公司法、保险法、劳动合同法等一系列法规都要求产险公司必须加强合规经营,但现实当中许多保险公司总是在违规行为与违规成本之间进行博弈,“擦边球”行为屡禁不止,直接或间接地损害了消费者权益。一方面体现的是公司合规经营不足,内控乏力,另一方面显示的是行业竞争乱象。产险公司要稳健发展,就必须加强合规经营,通过规范化、法制化的行为与动作使得企业乃至整个行业得到有序、健康发展。

(作者单位:亚太财产福建分公司)

责任编辑:谢圆虹

责任校对:谢圆虹

从车险查勘人员离司率 看保险公司人才培养

● 徐俊敏

【摘要】：近年来财险公司规模快速增长，客户对车险理赔服务的期望在提升，同时伴随着客户的维权意识，保险监管部门对理赔投诉监管以及媒体、自媒体等监督加强，车险经营中对车险理赔人员服务、技术、沟通谈判技巧等等就有很高的要求，理赔人员的工作的压力加大，伴随着房价CPI的增高车险查勘员的生存及生活压力增大，导致的现状就是：车险理赔队伍流失率逐年升高，队伍学历及综合素质有下降的趋势，造成每年保险公司对车险查勘队伍招聘难度增加。通过对离职人员回访，得出的结论是：超过九成离职人员因为薪资低、压力大而导致离职，上升通道狭窄也是另一重要原因。本文通过对车险理赔人员的工作、生存、发展等维度剖析车险查勘人员困惑、问题和离职的问题所在，为保险公司减少理赔人员离司率，车险人才的培养有借鉴意义。

【关键词】：产险；车险理赔人员离司率

前言

1.背景与现状

发展现代保险服务业已经从行业意愿上升到国家意志，随着供给侧改革的深入，可以预见保险业迎来了发展春天，高素质的车险理赔人才是服务好车险消费者的核心环节，打造一只懂法专业的车险理赔队伍是贯彻执行保险法、保险合同、提升消费者服务感受、切实维护消费者权益保险公司车险稳健经营的关键，车险经营环节中车险查勘人员对客户的服务越发显得重要，它是链接保险公司与车险消费者的窗口和桥梁，因此打造高素质、稳定的车险查勘队伍显得尤其重要，且还要与时俱进不断吸收有潜质的新人不时为车险服务输入新鲜血液，从而形成优胜劣汰的良性格局。

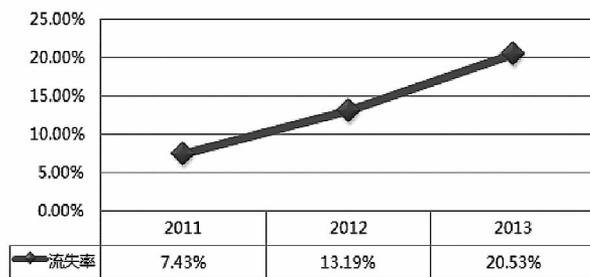
然而，近年来，保险行业车险理赔队伍流失率逐年升高，且招聘难度增加，队伍学历及综合素质逐步降低。经对离职人员回访，超过九成离职人员因为薪资低、压力大离开，上升通道狭窄也是另一重要原因。

2.查勘人才基本状况

本文以深圳某主体查勘人员离司项目分析为背景进行剖析

● 理赔队伍人员流失率逐年升高

车物查勘人员流失率



图中三年的数据可以看出，该公司理赔人员流失率呈现逐年攀升的趋势。13年至今，理赔人员离司率已经高达20.53%，然而离职中一半是希望挽留的人员。

特别是12个月内司龄的新人离司率更高达25%，说明车险理赔对新人的吸引力下降，新人

留存低直接影响队伍造血功能。

● 理赔队伍学历素质构成逐年下降

1) 理赔队伍在职车险查勘人员学历有下降趋势，重点院校及高学历难于留续。

2) 招聘难度越来越大，如2013年，某机构长沙校招站，车险查勘人员招聘中没收到一份简历。据了解，主要是以往毕业生向师弟们传达了车辆理赔工作的辛苦，特别是在深圳生存压力大等是主要因素。

● 队伍现状之人才结构——初级人员占比过大占比达80%，中级人才占比20%，高级人才奇缺，高级专家级别人才寥寥无几。

● 队伍现状之司龄——3年以内新人占比较大（占比超过50%），3-8年骨干人员占比较少（占比达30%）

● 队伍现状之年龄——25-32岁中生人员占比较高（占比达50%），20到24岁新生人员占比适中（占比达29%）。

3. 原因分析

● 收入偏低

收入偏低是首要离司原因，可以从以下几个方面来分析：

1) 薪酬与整个当地居民收入增速。



2) 增幅远与当地人均可支配收入增幅。

3) 与当地同业对比。

前面两项通过分析给出的结论是查勘人员与社会平均水平不同步，理赔人员的收入增速及可支配收入增幅在整个社会中处于下降趋势，当然，各保险主体理赔人员收入也有一定的差别，这种差别也造成理赔人员的离司或在保险主体之间流动。

● 工作强度大：

保险公司理赔服务在提高，消费者的要求及维权意识加强，加上道上二哥介入复杂案件有造成处理难度增加的趋势；同时保险主体各种新服务不断被推出，理赔系统升级频繁，理赔人员由原来的查

勘定损工作开始介入收单、支付等其它岗位的工作，隐性工作及工作量有不断增加的趋势，案件复杂程度增高沟通协调时长加长，工作强度确有不断增强的趋势，但是，理赔人员的薪资水平却没有明显提高。

理赔人员工作强度高表现在：

1) 工作时长严重超标：通过走访发现近50%的理赔人员每周工作时长不低于60个小时/周，（未考虑24小时接听电话时长），近70%的理赔人员为7*24小时全年无休当班，近70%的理赔人员是需要加班完成系统录入。

2) 隐性工作产能无法体现：以该机构09年与13年两年进行现场查勘操作时长对比，新服务一直在增加，查勘完成案件效率却在逐渐降低，目前查勘员完成一个现场案件平均耗时长达大概要30分钟。

3) 人均服务产能，通过走访保险行业理赔人员工作量大，各主体之间还是有一定的差别，强度普遍都偏高。

● 生存压力大：以深圳2013年为基数来看。

深圳作为一线城市，过去5年房价上涨了44%，2013年房屋均价21480元。该机构97%人员均由外来非深户籍组成查勘队伍，要在这个城市成家立业压力还是很大的。

城市	房价(元/平米)	在岗理赔人员月平均工资(元)	房价与收入比
深圳	22378	5280	4.24
武汉	8456	3245	2.61
长沙	6587	3161	2.08
南昌	9209	3535	2.61

1) 房价问题已成为查勘员的最大痛点

以深圳市为例,该市没有汽车保险类大专院校，故该机构理赔线超过90%以上的查勘人员为外地人口，随着年龄成长，成家立业和是否继续留在深圳成了心头之痛。

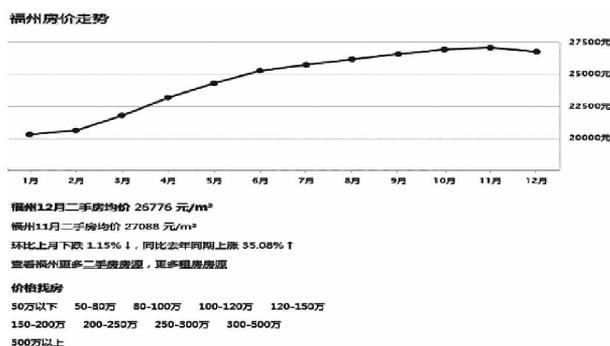
根据了解，深圳某机构理赔人员，3-5年司龄已婚或已有结婚对象和计划的占比81.73%，但已在深圳购房的比例却只是35.53%。

按现有深圳房价，一个工作5年的查勘员，夫妻共同奋斗，也需要不吃不喝15年甚至更长才能购买一套满足基本两口之家生活的住房，且还在非主流城区。

2) 高房价、高消费支出导致查勘员选择离开发达城市

以深圳为例，因周边省份城市的房价/收入比低于深圳，从而导致很多查勘员选择返回原籍发展。深圳某机构13年离司人员为例，返回原籍的人员占比高达84%。

以下是福州2017年二手房均价，12月已达26776元每平方米，同比去年即2016年上涨35.08%，试想查勘员的工资的增长又有几何呢，平均来说只能是35%的零头吧。笔者做过测算，要赶上房价CPI等物价指数的增长，查勘员的收入增长要持续保持在>30%以上，这是何其难也。



数据来源于<https://fz.anjike.com/market/>安居客

● 车险查勘员的生存成本

深圳普通职员月均最基本基本生活消费支出

租房费用	1500元
用餐费用	1350元
社交费用	400元
通讯费用	200元
其他杂项	300元
合计	3750元

既然是生存，就存在生存成本，车险查勘员的生活成本，除了基本生活消费支出外，还涉及到其再教育，和成家立业等的成本，最基本的就是衣、食、住、行，其中住占大头主流，要占总支出超40%，因此，在目前房价高企的节点上，查勘员的薪酬只有往上涨的趋势，CPI也是在逐年提高。至于薪酬定在多少，各地结合保险经营主体的战略建立查勘员生存模型，对查勘员的薪酬进行预警、预测和有效执行，只有具备一只专业、职业、遵纪守法、稳定可靠专业的车险理赔队伍，才能打造一只具有工匠精神稳定队伍、车险经营需要的中高级

人才聚集、车险持续健康经营、渗漏的抑制、车险欺诈打击才成为有本之源。

一、车险经营存在的问题与挑战

1. 监管投诉形势严峻，消费者权益的日益重视，投诉日益严重

消费者善于利用投诉解决保险纠纷，因为投诉成本低，投诉方式行之有效，如此增大了投诉成本，间接提升了渗漏。

2. 车险查勘人员服务创新意识不强

车险理赔队伍往往缺乏有效的孵化机制和专业持续性研究队伍，服务创新明显停滞，对消费者的心理、服务方式的研究缺乏系统持续，缺乏标准化、规范化、个性化服务体系。

3. 队伍结构年轻化

据访谈了解到，许多主体每年新人的流失率超过10%，三年内新人占比在70%—80%，五年的老员工大概占比基本上为10%—18%，老员工的价值贡献不明显，对车险查勘人员的管理缺乏差异化。

队伍的年轻化是一件好事，但是问题也多多，一群世界观在形成还没有达到完美心态的车险查勘人员，价值理念和文化上与消费者在服务过程中存在沟通、专业上的问题，哪怕多赔了消费者不一定满意。理赔是一个执行合同过程，是一个对法律合同的理解和执行的过程，然而，对保险原理、法律上的理解是车险查勘人员的短板，特别是新人仅仅有一些汽车专业的知识是远远不够的，车险查勘员既是汽车专业人员、也是法律工作者、更是一个精于心理学的谈判专家，然而，现实中却有差距。

4. 柔性服务不足

一线受成长慢、经验不足影响，对复杂案件未从全局思考，缺乏与客户沟通及斗争的艺术，在复杂案件处理中缺乏战略思考，局部战术对了，但是战略、流程、法律等方面缺乏系统性，导致案件处理刚性有余，柔性不足，表现出查勘队伍缺乏历练。

5. 缺乏对重大事件或者危机的处理艺术

在与消费者处理纠纷中，常常面临各种问题矛盾纠纷，有合同上的、有法律上的、有制度上的、有道德上的等等，因为保险牵涉的社会方方面面节点太多，保险往往成为矛盾的焦点，因此，保险人处理消协纠纷中需要有高超的艺术，有些事件处置不当可能导致主体甚至是行业的危机。比如，对条款理解、解释不到位或误导可能会被解读为“霸王

条款”，事件放大传导到大众中，可能会对保险主体甚至保险业形成不良的影响，成为众矢之的，类似的案例许多，造成保险人忙于因对，花费大量的精力、人力、和财力。

保险危机发生往往在一线，最早的触点是一线的查勘人员，可能保险业高层有危机的处理经验，但是，一线的大量的查勘人员非常缺乏危机的处置技巧和智慧，危机处理是技巧、智慧、加阅历，是与人斗的最高智慧，它不是一朝而就的，需要培训和历练。

二、车险查勘人员在产险公司中的重要性

车险查勘人员经手近60%保费的赔款，他们面对80%的保险系列产品的客户，在业务品质和服务形象方面均是最重要的角色，保险公司的形象、保险合同的执行、消费纠纷的前置处理、投诉风险、诉讼风险、欺诈风险都与他们的工作质量、职业操守、专业素养、个人修养等因素息息相关，甚至影响到公司的经营业绩和效益。

1、车险查勘员是车险经营品质的“守门员”

国内车险市场车险理赔标准化程度各主体各不同，但是业内渗漏率不低。车险理赔风险防范主要取决于查勘定损人员的主观能动性，所以，查勘理赔人员的工作状态，职业操守，与车险经营品质密切相关。

2、车险查勘员是保险公司理赔服务口碑重要缔造者

绝大部分产险公司，有接近80%的出险客户为车险客户，因此，车险理赔的服务口碑几乎等同于产险公司整体形象，车险服务口碑直接会影响到产险主体在客户心目中的形象，从而间接影响到保险主体的经营。

保险监管部门及保险经营主体对执行保险法保险合同及按照行业的规范做好消费者权益保护是根本，标的出险后消费者透过理赔人员感受到保险经营者的文化理念服务态度，查勘理赔人员是消费者服务履行的重要环节，培养一只理想讲道德懂规则的理赔队伍是做好车险服务的根本。

车险查勘人员在产险公司是如此重要，因此提高他们的稳定性、能动性；保证他们敬业、乐业；坚持职业操守，其重要性和必要性不言而喻。

三、保险公司的应对措施

打造一只富有专业素养有工匠精神的车险理赔

队伍,这是各保险主体愿望。

所谓“工匠精神”其核心是：不仅仅是把工作当作赚钱的工具，而是树立一种对工作执着、对从事的事业和生产的 product 精益求精、精雕细琢的精神。在众多工业企业中，“工匠精神”在企业领导人与员工之间形成了一种文化与思想上的共同价值观，并由此培育出企业的内生动力。工匠精神的精髓就是：用心活、用心干、用心经营、用心诠释人生。

保险经营者要重视车险理赔人员，尊重他们的劳动，提升他们的待遇，给予他们锻炼及提升通道。培养车险理赔人员“工匠精神”，专注专业做最好车险理赔工作并成就为车险理赔高级、专业人才，并能进行传承。

1.为提升队伍稳定性和工作能动性

需要对查勘人员薪酬进行调整，查勘员薪酬要结合市场及公司的战略综合核定，要适应成长，对用心经营的查勘员给予安居乐业的薪酬。

2.对绩优人员提升薪酬额度，对部分骨干进行专项保护

3.有条件的公司对重点培养的中高级人才可以结合综合金融平台，为此类查勘员提供免息或低息购房贷款，以适应综合型三级机构服务和管理幅度需要。

4.扩宽城市型机构的理赔人员上升通道，增加各类上升通道职数，可以在管理及技术层面给予扩展通道，珍惜现有的岗位，培养给多工匠精神的人才。

5.对入司三年以内的人员加强时间观的教育，心理学方面的研修，增强认识世界改造世界的感知，要有感恩的心去对待世界，努力践行个人的家庭的责任、对社会的责任。

6.加强法律法规的学习研究，要遵纪守法，不去触碰法律底线，远离诱惑。

7.提供更多的专业培训，提供培养工匠精神的平台和氛围。

四、结尾

车险万事处理首要的是人，客户服务出现的第一个脸孔是车险查勘人员，离开一支富有工匠精神的车险查勘工匠队伍，车险经营客户服务就好像高楼大厦而其地基不牢，车险经营将难以持续健康进行下去，矛盾、纠纷、危机将在车险经营的道路上处处有陷阱、处处有出险情，危机的预警、预测、化解中车险查勘员是第一道岗是门卫。 (下转第27页)

发挥商业保险在完善社保体系中的作用

● 郑燕萍

【摘要】：社会保障体系是国家或社会通过立法建立起来的用于保障国民基本生活、维护社会稳定的保障系统，它是具有经济福利性的、社会化的国民生活保障系统。它是由保险、福利、救助、互助、福利和个人自我保障等相互联系的子系统构建起来的社会安全网。近年来随着我国社会经济的发展以及全面深化改革进度的不断推进，社会保障制度的作用也越发重要。一个完善的社会保障体系的建立，对于我国经济发展方式的转变，国民经济结构的调整，产业的转型升级，国民经济的宏观调控等都有不可忽视的重要作用。十六大以来的十年里，我国社会保障体系取得了突飞猛进的发展，积累了大量的宝贵经验，如今社会保障制度框架基本形成。但我国社会保障体系许多制度和体制的重要问题亟待解决，并且社会保障体系建设所面临的城镇化以及人口老龄化的问题日益尖锐，改革和方法的任务仍十分艰巨。因此，在此背景下，我们需要明确商业保险在社会保障体系建设中的重要定位，推动社会保障体系深化改革，充分发扬社会保障体系建设中商业保险的重要作用。

【关键词】：社会保障体系；商业保险；深化改革

一、我国社会保障体系的发展

社会保障体系是国家依法建立的国民生活保障和维持社会稳定的系统，最早建立起社会保障体系的国家是德国，随后经过美国提出的社会保障法案，从而正式确定了社会保障的概念，随后著名的《费城宣言》中提出了扩大社会保障的措施，由此开始社会保障的概念便被广泛使用。随着全球市场经济的飞速发展和人均经济水平的不断提高，目前大多数的发达国家和许多发展中国家，都已基本建立了与之经济水平相应的社会保障体系。通过改革开放几十年来的不断探究和努力，我国已经基本完成了与我国社会主义市场经济体制相适应的社会保障制度的建设。我国的社会保障体系的主要内容包

括社会保险、社会福利、社会救助、优抚安置、住房保障等。社会保障体系具有普遍性、公平性、法制性和互济性等基本特征，社会保障体系的完善与否成为衡量社会文明进步的重要标准之一，与经济发展水平相适应的健全社会保障体系的建立，是经济

济社会协调发展的必然要求，是维持社会稳定和国家长治久安的重要保证。

我国社会保障起步较晚，最早的养老保险建立于1951年，主要的覆盖对象是城镇企业职工，期间经历了四个阶段的改革和发展，特别是改革开放30多年来，我国社会保障事业得到了飞速的发展，目前已经初步形成了具有中国特色的多层次的社会保障制度。根据保监局最新的统计数据显示，截止至“十二五”末，我国城镇基本养老保险参保人数3.77亿人，新型农村社会养老保险参保人数4.81亿人，城乡基本医疗保险参保人数6.66亿人，参加新农合6.7亿人，失业保险参保人数1.73亿人，工伤保险参保人数2.14亿人，生育保险参保人数1.78亿人。目前，我国城镇已经基本建立起五项社会保险制度包括养老、医疗、失业、工伤和生育保险，并且最低生活保障制度也已全面实施了；同时在农村，最低生活保障制度的建成也在全面推进，养老保险制度正在努力探索中，新型合作医疗改革试点的步伐也在不断加快。随着我国社会保险覆盖范围的不断

增大,募资渠道逐渐拓宽,资金的支撑能力得到了显著增强,使能够享受社会保障福利待遇的人数迅速增加。

二、我国社会保障体系面临的困境

自改革开放30多年来,我国社会保障体系迅速发展,由无到有,由仅仅只有小范围覆盖到全部大部分居民都能享受,对我国社会经济转型和国企改革发展做出了卓越贡献,为中国亿万城乡居民提供了社会保护。但是在看到取得的成绩的同时,我们也需要清楚的认识到目前我国的社会保障体系仍然处于不完善的状态,仍不能与现阶段我国市场经济转型的需求相适应,这意味着我国的社会保障体系建设的整体水平仍然是滞后的状态,总的来说,我国社会保障体系改革和制度建设仍然面临着主要的四大问题和五大挑战。

四大问题包括:1.社会保障的发展理念进入迷茫期。现阶段存在反福利与泛福利思潮并存且各自有相应市场的条件下,导致人们对于正确认识与评价我国社会保障制度受到混淆,导致政府与市场及个人三者之间责任边界不清晰,造成社会保险与商业保险各自的职能混乱,从而制约着我国社会保障体系建设的健康发展。目前我国发展理念清晰明朗的背景条件下,中国继续冲破社会保障发展理念混乱的迷雾。2.我国社会保障体系缺少科学的顶层设计。中国的社会保障建设和改革与中国经济发展密切相关,是经济领域的渐进改革相互关联而采取由下至上、通过局部试验的方式来推进的,循序渐进的策略,这种方式导致我国社会保障建设存在着“摸石头过河”的深刻痕迹,同时也伴随着相互责任混淆、层次不清晰、管理体制以及相应经办机构不合理、相关制度之间无法协同等重大缺陷,同时这些缺陷中还涉及到众多复杂的利益关系。因此,“十三五”期间关于中国社会保障的顶层设计的指导任务尤为艰巨。3.社会保障公平性不足与效能低下。首先,我国社会保障体系公平性不足,使得其在对于一些社会问题的解决的同时,往往会导致部分群体不满情绪的产生,另一方面,社会保障在实际实践过程中的浪费严重与效率低下的现象普遍存在,这导致了社会保障制度的互助共济功能收到了严重损坏,进而使得统筹基金的负担日益增大。社会保障制度公平性的欠缺与效能底下的问题是必须

高度重视并且迫切需要应对的重大问题。4.责任不明与职能失衡。目前我国实行的社会保障制度几乎都没能确实的理清主体与各方的责任,政府责任的边界界定不清晰,地方政府与中央政府之间责任划分不明确,能够供市场主体以及社会组织操作的空间具有偶然性,这种责任界限与划分严重失衡的局势,势必会动摇社会保障制度理性的发展,极易导致压缩福利与扩张福利的极端发展走向。

五大挑战包括:1.制度公信力缺失。目前大部分公众对于我国基本养老保险制度的可持续性依然持怀疑态度,就医疗保险终身缴费等相关政策思路一经出台即遭到反对等现象无不体现出了公众对于社会保障制度缺乏足够的信任,如果公众对社会保障制度没有足够的信心,也就意味着认同以及参与积极性同样不高。因此,公信力缺失与预期不稳是需要的慎重应对的巨大挑战。2.地区发展不均衡。社会保障制度是旨在缩减不同地区贫富差距和促进不同地区协同发展的重要制度,而目前我国现有的制度却经常表现出服从于地区发展差距,有的制度甚至在某种程度上变相成为巩固甚至扩大区域发展差距的反面因素。因此,如何通过社会保障制度以维持地区之间的协调、均衡发展,俨然是“十三五”期间必须着重回应的问题。3.人口老龄化日趋严重。中国是全球人口老龄化最迅速、规模最庞大且家庭保障功能由于少子且高龄化而表现出持续弱化现象的国家。人口老龄化对于社会保障制度有着非常直接的影响,由于人口老龄化制度与财力投入的结构需要进行不断的调整与之相适应,同时社会需要不断引进更多类型的专业人才和提供具有人文情怀的公益服务,而且老龄化还会导致养老保险缴费人数减少和相关待遇的领取人数提高,从而增加了社会养老保险制度的财政支出。因此,老龄化是我国面临的一大严峻挑战。4.政府财政增速减缓与福利硬性快速增长之间的矛盾。目前我国存在的一大现实矛盾为国民福利需求急速增长与国家财政收入增速逐年减缓之间的矛盾。在这严峻背景下,如何合理安排现行的社会保障制度,如何充分调动市场力量以及社会力量共同参与,为社会保障制度主体的物质基础能够得到壮大提供保障,这显然是一个严峻的挑战。5.人口流动规模巨大。当前中国流动人口的数量在2~3亿之间,数亿的流动人口长期处于归属感缺失、生活不稳定的状态,这也是社会

保障制度所面临的又一巨大挑战。

三、我国商业保险的现状及其在社会保障中的作用

商业保险是指保险机构通过与投保人之间订立保险合同，以营利为目的的保险形式，需要由专业的保险企业经营。商业保险的主要种类包括财产保险、人寿保险和健康保险。商业保险作为社会保障体系的重要组成部分，从风险的保障功能来说，商业保险在社会保障体系建设中发挥着重要作用。中国的保险业最早起始于新中国成立初期，以中国人民保险公司成立为起点标志，随后在1958年的人民公社化运动的盛行，中国的保险业进入停滞时期，直到1979年后才全面复苏。本文以《保险法》实施为起始和中国加入WTO为终点的这个时间段，将中国保险业的发展阶段大致划分为复苏阶段、稳定阶段和高速发展阶段。中国保险业的复苏阶段（1979年~1995年），中国人民保险公司是新中国后成立的首家综合的商业保险公司，自1979年重新经营后，从此中国保险业进入到强势复苏背景下混业经营阶段。此阶段具有的鲜明特征为：一为国资保险公司不断涌现，二是国外保险公司开始重新加入我国，三是企业个人作为投资主体的方式在保险市场出现。中国保险业发展的规范时期（1996年~2000年），这一时期保险业发展的主要特点有三：一是分业保险公司大量增加；二是国外保险公司大规模进入我国，同时中外合资的新型经营方式首次出现；三是保险行业的发展进入由国家监管下的行业规范发展阶段。中国保险业高速发展阶段（2001年~至今），此阶段的发展主要特点有三：一是中国保险公司加大了向外发展的力度，二是保险领域对外开放程度加大；三是国家对于保险行业的监管制度建设的不断完善。根据保监会2016年最新数据显示，2016年1月-6月，人身险保费收入大幅增长，总业务收入2.28万亿元，同比增长75.74%。1月-6月，财产险业原保费收入4632.01亿元，同比增长8.51%。2016年上半年，我国保险业继续呈现加速发展态势。偿二代规则实施以来，行业整体偿付能力保持稳定，资本实力稳步增长。

从国外先进的经验表明，商业保险与社会保障体系的各个部门之间相互协调，相互促进，并随着

政治、经济的变动呈现出不同的组合形态。因此，中国应该充分认识到商业保险对于社会保障体系的重要作用，积极把握历史机遇，有效推动商业保险健康快速发展，为社会保障提供更大的发展空间。发展商业保险，不仅仅能减轻政府的财政压力、还能有效的稳定社会治安。根据中共中央第十四届三中全会《关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决定》相关文件明确提出了商业保险需要参与社会保障体系建设。强调了“要把商业保险建成社会保障体系的重要支柱”。这意味着国家高度重视现代保险服务业的有机发展，提倡促进保险与社会保障体系的紧密衔接，发挥商业保险的社会保障功能。商业性人身保险的社会保障作用，主要体现在以下几个方面：1.发展商业保险，能够增强社会保障实力。一个国家社会保障程度的高低与这个国家的经济实力息息相关，而一个国家的经济实力在很大程度上取决于社会资金规模的大小。商业保险具有经济补偿、资金融通和稳定社会三大基本职能。通过发展商业保险，可以把发散的社会资金集中起来，将有限的资金用于资金建设，从而增强社会保障实力。2.发展商业保险，可以有效的扩大社会保障范围。社会保障的对象虽然是全体的社会的成员，但是其主要的保障对象仍然是那些无收入、低收入的群体。因此，就其保障对象而言，保障范围相对较小，保障面也相对较窄。而商业保险可以弥补社会保障制度在这方面的缺陷，只要有需求，保险公司就可以设计出满足各个不同层次，不同行业需要的保险产品。商业保险的这种特性不仅扩大了社会保障的覆盖面，有效的拓宽了保障范围，更使得其在社会保障体系中的作用愈发重要。3.发展商业保险能够增强企业在市场竞争中的实力。国务院有关文件指出支持有条件的企业建立商业养老健康保障计划，这就为企业集体投保商业保险提供了政策依据。投保企业年金，使职工有更充足和更全面的保障。不但增加企业员工的凝聚力和归宿感，并可借此吸引大量优秀人才加盟，增强企业的实力。随着我国经济运行机制的发展和变化，现实的和未来的保障问题将使企业劳动者有深切的感受。这方面问题解决得好与不好，可能会直接影响企业在市场竞争中的发展。总而言之，商业保险是社会保障体系中的重要组成部分。商业性养老、健康保险的大规模发展有助于减轻政府对社会保障体系建设的

负担,缓解广大人民群众的后顾之忧,促进经济发展,保证经济与社会之间互相协调、共同发展。

四、发挥商业保险在完善我国社会保障体系的建议

近年来,将商业保险建设成覆盖城乡全体居民的、多层次、多支柱的社会保障体系的重要支柱依旧任重而道远,全社会仍需通力合作,不断改革创新。

1.明确商业保险在社会保障体系建设中的定位,正确划分商业保险与社会保险的界限。以发达国家过去保险行业发展经验来看,商业保险的主要功能应当作为社会保障的辅助而存在,应该极力避免两者相互竞争、互相抢业务情况的出现。当由于我国在保险业发展历史过程中确实存在过商业保险和社会保险不分明的时期,由于这些历史遗留问题的影响确实导致目前仍然存在互相竞争的情况。若两者长期保持相互竞争关系,这势必会制约着二者的共同协调发展和限制社会保障体系深入改革的大局建设。因此政府必须加大法律规范,从法律和规章制度上明确界定商业保险和社会保险的界限,这才能实现商业保险的人才技术资源能够得到充分利用的目的,着重规避和杜绝政出多头现象,让商业保险和社会保障能够持续发挥互相促进的积极作用,协同发展,共同为促使我国的社会保障体系不断发展和完善提供助力。商业保险区别于社会保险的鲜明特点为其具有盈利性质,因此需保持商业化经营原则。另一方面来说,商业保险作为一种市场机制,在经营效率、管理实力和技术资源上具有优越性。

2.强化关于发展的认识,着重强调社会保险与商业保险之间的重要区别,社会保险是由国家政府财政专项拨款负责的非营利性行为,因此这也决定了其只能解决被保险人最基础的需求,而商业保险是具有盈利性质的一种市场行为,因此它可以满足投保人除了基本保险之外的更高需求。从国家政府的立场出发,一方面国家需要充分认识商业保险对于保持社会稳定的重要作用,协调好社会保险和商业保险之间的利害关系,对以往守旧管理模式做出改变,为商业保险的健康发展创造有利条件,让商业保险和社会保险体系的良好建设合为一体;另一方面,国家政府还需要继续加大对保险相关知识的

宣传力度,充分利用起电视、报纸以及网络等各种媒体来对社会民众进行保险的重要性的科普宣传。

3.加快保障产品推陈出新,加强资金投入的运营能力。目前我国人口老龄化形势日趋严峻,农村失地人口数量日益增多,全国流动人口数量庞大,但与此相对应的现行农村社会保障无论是普及面还是保障力度都存在明显不足。因此商业保险应当在养老、医疗以及农村居民生活保障产品上重点加大创新力度,以此来弥补社会保险在这些薄弱环节投入的不足,也能为商业保险发展赢得市场。与此同时,国民收入显著提升的当下,我国中产阶级的群体数量日益庞大,而旧时的养老、健康等社会保险产品已经无法完全高收入阶层日益增长的需求。全新的发展机遇与发挥空间需要通过能够满足当前市场需要的全新保险产品来承接,但是近些年来,我国的主要几大保险公司虽然一直在不断的推出新型的保险品种与保险服务内容,但是仍然无法赶上当下社会需求的快速增长,仍然存在许多的新型保险资源仍未被开发。从本质上来看,造成此种局面的根本原因是因为我国保险体制机器的落后。虽然经过了过去十多年的快速发展,国内的各大保险公司都获得了许多的发展机遇,但本质上仍存在保险企业管理制度落后、不合理的现象,目前国内大部分的保险公司管理的制度,这种制度会导致某些区域的保险机构只是作为单一的保险销售部门存在,在一定程度上极大的降低了保险业务的服务水准。

4.政策应加大扶持力度,充分调动商业保险的积极性。政府应该加大对现行社会保障制度改革力度,尤其是医疗卫生、养老、社会保障制度管理等方面,鼓励并促进政府的相关部门积极与保险公司的通力合作,共同探索新型的合作模式,为商业保险和社会保障制度协调发展提供最佳的制度环境,从而充分的调动商业保险的积极性。同时充分发挥商业保险所具有的市场优势,为社会保障体系的改革与建设做出贡献。商业保险本身的发展对于社会保障事业的发展来说具有强力的推进作用,因此政府应当更加重视商业保险的持续发展,应认识到商业保险的发展不但能够为保险企业的企业带来利润增长,带动经济增长,同时也能为公众提供风险保障服务以分担社会保障制度的负担,缓解我国

现行社会保障的压力,因此,政府应当通过合理的政策安排,从政策上鼓励商业保险事业的发展,同时为保险经营者预留盈利的空间,调动积极性。例如政府可以通过制定相应的免税以及财税补贴等相关扶持政策,鼓励养老、医疗、劳动保障等相对具有社会意义类型的商业保险发展,使得农民工、城市游民,社保边缘人群等目前缺少实际社会保障渠道的相关群体提供保险税收优惠,从而进一步发掘出商业保险的发展空间,让商业保险能更好发挥其对于社会保障的补充作用。

【参考文献】

- [1] 杨宇.面对中国老龄化中国商业保险转型发展策略探讨[J].上海保险,2014,03:17-20+29.
- [2] 崔素依.商业保险在现代社会保障体系中的重要性[J].合作经济与科技,2013(10).
- [3] 崔莹.论商业保险在社会保障中的作用[J].天津经济,2012(1).
- [4] 杨柳明.社会保险与商业保险融合模式问题研究[J].东方企业文化,2014(14)
- [5] 朱清伟.浅谈社会保险和商业保险的融合发展[J].江苏商论,2011(33):120-120.
- [6] 邹壮发.浅谈社会保险与商业保险的融合[J].商情,2012(40):114-116.
- [7] 郑功成,赵晓强.社保与商保应在分工明确前提下实现共赢[J].中国医疗保险,2014(9).
- [8] 赵军.老龄社会下中国养老保障问题及破解[J].

地方财政研究,2014(6).

- [9] 《人力资源和社会保障事业发展“十三五”规划纲要》.2016.
- [10] 徐钰敏.浅析国外商业保险在社会保障中的作用及启示[J].投资与合作,2013(5).
- [11] LIU T, FLOTHMANN E J. [The new aging society: demographic transition and its effects on old-age insurance and care of the elderly in China] [J]. Zeitschrift für Gerontologie und Geriatrie, 2013, 46(5): 465-75.
- [12] CHEN T, TURNER J A. Fragmentation in social security old-age benefit provision in China [J]. Journal of aging & social policy, 2015, 27(2): 107-22.
- [13] DAI B. The old age health security in rural China: where to go? [J]. International journal for equity in health, 2015, 14.119.
- [14] ZHANG N J, GUO M, ZHENG X. China: awakening giant developing solutions to population aging [J]. The Gerontologist, 2012, 52(5): 589-96.
- [15] LI C, HOU Y, SUN M, et al. An evaluation of China's new rural cooperative medical system: achievements and inadequacies from policy goals [J]. BMC public health, 2015, 15(1079).

(作者单位:英大人寿泉州市中心支公司)

责任编辑:谢圆虹

责任校对:谢圆虹

(上接第22页)

要营造车险查勘人员有归属感、荣誉感的环境,经营车险服务好车险消费者才有更好的基础,车险查勘队伍稳定和新鲜血液的输送才是基础,只有人才的积累沉淀并人才的良性循环才能集结更多专业理赔人才,才能更好地让保险业服务好国家的经济活动,让保险深入人心。

希望保险业更多去研究车险查勘人的心态、研

究他们的需求和营造一个和谐的生存环境,让他们能安居乐业,保险业才能积淀更多的专业人才,如此才能适应随着供给侧改革的深入的战略实施,迎接保险业发展的春天,做强做大保险事业。

(作者单位:平安产险福建分公司)

责任编辑:谢圆虹

责任校对:谢圆虹

关于福建地区甲状腺疾病 相关产品开发的研究

● 池嘉薇

【摘要】：甲状腺癌作为近年来保险理赔重大疾病中排名第一的病种，近30年来，除非洲地区因疾病诊断技术受限之外，世界大多数地区甲状腺癌发病率呈现持续上升趋势。经研究发现，甲状腺癌的发病率随地域、年龄的不同呈现不同的增长趋势。福建省作为东部沿海地区，近几年甲状腺疾病的发病率也持续走高。随着甲状腺疾病的发病率增高，人们对于甲状腺疾病的投保需求也水涨船高，与此同时保险公司对于甲状腺癌常年的高理赔所要承担的高风险，采取部分规避措施，对于前期发现甲状腺结节的投保人按照结节的大小、病理特征分别给予责任除外乃至拒保的处理决定，这就与客户的需求相互矛盾，不少客户对此表示不满或不予理解。一类针对甲状腺疾病的特殊险种就亟待研究开发。

【关键词】：福建省；甲状腺疾病；产品开发

常见的甲状腺疾病有甲状腺炎、甲状腺增生、甲状腺功能亢进症、甲状腺功能减退症、甲状腺良、恶性肿瘤几类。其中保险主要涉及的病种为甲状腺癌，一般在包含甲状腺癌的重疾险承保前，保险公司将以投保人前期或体检中得出的关于甲状腺类疾病的患病情况为判断是否承保的一项重要指标。而随着甲状腺癌的发病率不断增高，治愈率维持在较高的水平，保险公司对于是否继续将甲状腺癌列为重疾承保产生了疑虑，部分保险公司甚至已将甲状腺癌列为轻症，这在一定程度上降低了对甲状腺疾病有投保需求客户的投保积极性，也在一定程度上与保险的保障功能相违背。

一、中国甲状腺癌的流行现状

根据2012年统计的数据，全球甲状腺癌新发病例数约为298000例，死亡例数40000例。虽有37%的新发病例来自欧美地区，但死亡主要发生在亚洲。我国甲状腺癌新发病例数占全球新发病例数的15.6%，死亡数占13.8%(图1)。2013中国肿瘤登记数据显示，2010年全国甲状腺癌发病率为4.12/10万，男性1.93/10万，女性6.42/10万；同期全国甲状腺癌死亡率为0.34/10万，男性0.23/10万，女性0.46/10万。

按地域划分：第三次全国肿瘤死因调查显示，我国甲状腺癌死亡率东部最高，西部其次，中部最低。

按城乡划分：全国城市甲状腺癌发病率及死亡率均高于农村地区，2010年城市甲状腺癌发病率为5.34/10万，农村为2.88/10万，城市标化发病率为农村的1.85倍；城市甲状腺癌死亡率为0.43/10万，农村为0.26/10万，城市标化死亡率为农村的1.4倍。

按时间划分：近20年，我国甲状腺癌发病率一直呈上升趋势。国内多个肿瘤监测点数据显示地区甲状腺癌发病率在近年内增幅明显，如浙江嘉善县男性甲状腺癌标化发病率由1988—2002年的0.48/10万上升至2003—2012年的2.15/10万，女性标化发病率由1.21/10万快速上升至8.30/10万。

按性别划分：《2012中国肿瘤登记年报》显示，我国女性甲状腺癌发病率普遍高于男性，城市男女发病性别比为1：3.2，农村男女发病性别比为1：3.85。

按年龄划分：女性45—54岁为甲状腺癌发病高峰期，男性发病高峰期为60—64岁。与之对应的死亡率也随年龄的增长不断升高：女性在85岁以后

达到高峰，男性在70-74岁达到高峰期。

结合以上分析结果，位于东部地区的福建农村45-54岁的女性为中国甲状腺癌的高发群体之一。根据《2012中国肿瘤登记年报》的结果显示，城市中大连市甲状腺癌发病率最高，农村中福建省长乐市的发病率最高，这也一定程度上佐证了上述判断。

二、福建省甲状腺癌的流行现状

根据2014年福建省8个全人群肿瘤登记处报告2011年肿瘤监测数据中符合监测标准的6个地区数据显示：福建省6个登记地区甲状腺癌发病率9.76/10万，中标率6.73/10万。世标率7.76/10万，累积率（0-74岁）0.8%，占全部癌症新发病例的3.63%，居癌症发病第7位，高于全国发病水平。

按地区划分：6个登记处甲状腺癌发病率差异较大，长乐市的发病率高于其他登记地区，永定发病率处于6个登记处最低，地区差异明显。

按性别划分：福建省男、女发病比为1:3.1，女性发病率明显高于男性。

按年龄划分：数据显示，福建省女性发病率在45-54岁达到高峰，后快速下降；男性发病率在65-74岁达到高峰。

与全国现状相比较，排除相隔一年的时间差，福建省甲状腺癌整体发展趋势与全国形势相近，但整体发病率高于全国平均水平，由此福建保险客户群体对于甲状腺疾病关注度不断提高，对于甲状腺疾病的保险保障需求也会比较强烈。

三、保险公司针对甲状腺癌的核保与理赔现状

各家保险公司针对投保客户在既往病史或体检过程中发现客户存在甲状腺疾病的情况，保险公司将根据疾病程度和具体情况给予加费、除外责任、拒保三种处理决定，具体的三种处理决定的判定标准大致根据为：

加费、除外责任：若被保险人无甲状腺癌风险因素，甲状腺物理检查及超声检查未提示任何恶性特征，则一般给予寿险产品标准投保，重疾险考虑加费或甲状腺恶性肿瘤除外责任。

拒保：甲状腺超声检查中具备两项以上不良特征或检查显示低回声结节加之任一不良特征，则高度怀疑病变，这种情况保险公司将予以拒保。

根据2016年度各家保险公司年度理赔报告内容显示，甲状腺癌一致成为各家公司重疾险理赔中排名第一的病种。针对这种情况，加之综合考虑甲

状腺癌较高的治愈率和具体的病体特征，部分公司的产品已将甲状腺癌列为轻症处理。严格核保，除外责任、拒保多发加之相关保障有降低的趋势，部分投保客户对此表示不能理解，由此产生了保险公司的风险评估与客户需求之间的矛盾。

四、保险产品关于甲状腺疾病的保障现状

针对市场上部分重疾险产品条款进行简单对比，对当前产品关于甲状腺疾病的保险现状做简单了解，根据当前的调研范围发现大部分保险公司保险产品中还是将甲状腺癌作为重大疾病开展理赔。仅发现中荷人寿推出的一生呵护B款终身重疾险已将甲状腺癌单独赔付，赔付额度与轻症赔付额度同为保额的20%。

与此同时几家中资大型保险公司重疾险产品虽未发生变化，在防癌险方面却有了一些改变。太平洋人寿在今年8月份推出的爱无忧2.0中甲状腺癌的赔付额度为1倍保额、普通癌症为2倍保额、特定癌症为3倍保额，甲状腺癌的赔付倍数与轻症赔付倍数相同。由此可见，甲状腺组织的恶性肿瘤作为轻症赔付的倾向或将越来越多。

五、关于福建地区甲状腺疾病相关产品的开发方向

结合福建保险市场情况及福建甲状腺癌流行现状，关于甲状腺疾病相关产品开发或可考虑以下三个因素：

医学定义：甲状腺癌在医学范畴仍被定义为恶性肿瘤，将甲状腺癌列为轻症赔付有所不妥。

客户需求：随着甲状腺疾病发病率逐年增高，福建地区作为沿海地区发病率高于全国平均水平，客户对于甲状腺疾病的关注度也越来越高，对于甲状腺疾病的保障需求越来越强烈。

费率厘定：甲状腺癌的高发病率、高赔付率为保险公司带来一定的压力，保险公司可从相关专业数据对涉及甲状腺癌保障的产品进行特殊的费率厘定，适当的升高费率，提高保障，或降低费率，降低赔付比例。或可将赔付比例设定在普通癌症与轻症之间，在充分满足客户治疗费用等方面需求的同时，也规避福建地区特殊的甲状腺疾病特征可能为保险公司带来的风险。

六、总结

随着医疗水平的提高，人们对健康水平的关注增加，以及各种社会压力，甲状腺疾病的患病率不

断攀升。福建地区作为甲状腺疾病高发地区，人们对甲状腺疾病的保障需求也格外强烈，保险公司在保险产品中涉及甲状腺疾病保障的部分做出特别设计是必须的。在综合考虑多方面因素的情况下，设计满足客户需求适销对路的产品，为客户提供充足的保障，回归保险本能，是保险公司的基本职责，也是保险行业应承担社会责任。

参考文献

[1]周衍，江惠娟，林永添，马晶昱，肖景榕，福

建省肿瘤登记地区2011年甲状腺癌发病与死亡分析[B]，福建省肿瘤医院流行病学研究室.福州350014，2015.10.

[2]郑柱子，2016年保险理赔大数据报告，央广网，2017.3.23.

[3]董芬，张彪，单广良，中国癌症杂志，2016.26(1) 47-52.等

(作者单位：太平人寿福建分公司)

责任编辑：谢圆虹

责任校对：谢圆虹

□健康险专家说第四期

长期护理保险亟待相关配套产业发展

● 王春年

健康保险中，护理保险原本属于排在疾病险、医疗险之后的“非主流”产品。但随着我国社会老龄化的加剧，国家人社部于2016年下发了关于开展长期护理保险试点意见，开始在青岛、成都、上饶等15个城市开展探索建立为失能人群的基本生活照料和医疗护理提供资金或服务保障的社会保险制度，并取得了良好的经验积累，也受到了社会各界的广泛关注，成为新的健康保险业务增长点。

目前专家学者对于长期护理保险主要聚焦

在参保对象、覆盖人群、资金筹集途径、以及保险公司的参与方式等方面。诚然，保险资金的运用以及专业化的管理是长期护理保险可持续发展的保障，但我们也应该清醒的看到，护理服务的提供、第三方护理产业链的配套发展也是长期护理保险这项民生保险不可或缺的一部分，否则，长期护理保险就只能是“形式上”的护理保险，实际意义的“津贴”保险，从而失去了国家大力发展该险种的初衷。

(作者单位：人保财险泉州市分公司)

新时期创新保险宣传工作的思考

● 王进强 林莉莉

【摘要】：在加快保险强国建设进程中，保险宣传肩负着构建宣传大格局、传递保险“好声音”的使命，需要与时俱进、开拓创新、转变方式，更好地发挥服务发展大局的积极作用。本文从贯彻落实保险业新“国十条”、“十三五”发展规划、党的十九大精神的角度出发，通过市场调研、沟通交流、经验总结和学习思考，分析新时期保险宣传面临的新课题、新要求，剖析当前保险宣传存在的问题和不足，提出创新保险宣传工作的思路 and 对策，以期更好地推动保险业科学超越发展，为实现中国梦、保险梦贡献力量。

【关键词】：保险宣传；创新；对策

保险宣传在保险业发展中发挥着传播保险知识、传导政策指令、传递发展动态、传承行业文化、提升社会形象、助力保险发展等方面的重要作用，在推动我国成为保险大国的过程中做出了积极贡献。当前，作为保险大国的中国正加快保险强国建设步伐，现代保险服务业成为国家战略的组成部分，保险业在国民经济社会发展中的作用日益彰显，保险宣传肩负着构建宣传大格局、传递保险“好声音”的使命，但也面临着新挑战、新课题、新要求，迫切需要与时俱进、开拓创新、转变方式，更好地发挥服务发展大局的积极作用。本文结合长期从事宣传工作的体会、中国人寿泉州分公司的做法、市场调研和思考，探讨新时期创新保险宣传工作的思路 and 对策。

一、新时期保险宣传面临的新课题、新要求

党的十八大以来，国家高度重视保险业发展，采取各种推进保险业发展的政策和举措，为保险业快速发展创造良好环境，加快建设保险强国进程。保险宣传迎来良好时机，但也面临新课题、新要求，需要站在更高起点上去研究，站在与时俱进的角度去探索，尤其要在创新方式、丰富内涵上下工

夫，提升保险宣传的广度、深度和温度，引领保险宣传走进新时代。

（一）建设保险强国需要大力宣传，发挥目标引领作用

1.改革开放成就保险大国。改革开放以来，我国保险业迈进快车道，保费规模从4.6亿元增长到2016年的3.10万亿元，2017年有望达到3.6万亿元。“十二五”时期以来，我国保险业品牌实力站上高平台，保费规模从2011年的1.43万亿元增长到2016年的3.1万亿元，年均增幅16.8%，保险市场全球排名由第6位升至第2位，对国际保险市场增长的贡献率居全球首位，与我国作为世界第二大经济体的地位相匹配。

2.开启保险强国战略规划。2014年8月，《国务院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”）实施，开启我国保险强国建设进程，保险业发展上升到国家意志，纳入经济社会发展总体布局。2016年8月，保监会印发《中国保险业发展“十三五”规划纲要》，进一步明确“十三五”时期保险业的总体目标，加快保险强国建设步伐。

在建设保险大国中，我国保险宣传在普及保险知识、提升民众保险意识、提高行业社会形象、推

动保险业务发展中发挥着重要作用。建设保险强国，仍然需要保险宣传走前头、求先行，引领保险业和社会各界凝心聚力，增强信心，为实现目标作贡献。

(二) 国家支持政策需要大力宣传，发挥桥梁引领作用

1.新“国十条”扶持政策。保险业新“国十条”扶持政策包括10部分、36条，包括税收、财政、用地保障、监管协调等方面，为保险业完善金融体系、改善民生保障、创新社会管理、促进经济提质增效升级、转变政府职能等方面提供支撑力量。

2.商业健康保险推动政策。2014年11月，《国务院办公厅关于加快发展商业健康保险的若干意见》，为商业健康保险发展指明方向，彰显政府运用保险机制、提高国民健康水平的理念和决心，为我国商业健康保险发展带来巨大政策机遇和改革红利。

3.保险业税收优惠政策。保险企业税收优惠政策包括农牧保险免税，保险企业开办的一年期以上返还性人身保险业务的保费收入免征营业税，对保险企业开办的个人投资分红保险业务取得的保费收入免征营业税等方面。投保人的税收优惠政策包括个人“保险赔款”可依《个人所得税法》第四条第五项免征个人所得税等方面。2017年商业健康保险个人所得税试点政策在全国全面推广实施。

在落实国家支持保险业发展的重大政策中，需要以保险宣传为先导，为政策实施发声，让政策振奋人心，争取政府部门支持，达成共识，创造合作平台，确保取得成效。

(三) 保险发展机遇需要大力宣传，发挥创新引领作用

1.“一带一路”发展机遇。我国“一带一路”建设中，作为“21世纪海上丝绸之路核心区”的福建和作为“21世纪海上丝绸之路先行区”的泉州，在丝绸之路建设、金融国际合作、文化旅游推进、侨商多边合作、民企国际发展、闽台交流合作、制造业绿色转型等方面都迎来先机，将极大地促进包括保险业在内的经济社会发展。保险业如何把握时代机遇，促进跨越发展，将是一个值得研究和宣传的重要课题。

2.“十三五”发展机遇。国家“十三五”规划

纲要提出经济社会发展宏伟蓝图、主要任务和重大举措，全面推进创新、协调、绿色、开放、共享等五大发展，确保全面建成小康社会。保险业在把握发展机遇中，也需要在支持经济转型升级、服务社会治理创新、创新支农惠农方式、参与国家灾害救助体系建设、推动扶贫攻坚等关键方面精准发力。

3.“十九大”发展机遇。党的十九大会议鲜明提出“提高保障和改善民生水平，加强和创新社会治理”，要求优先发展教育事业，提高就业质量和人民收入水平，加强社会保障体系建设，坚决打赢脱贫攻坚战，实施健康中国战略，打造共建共治共享的社会治理格局。这些举措都与保险业发展紧密相关，都有利于保险业发展，保险业也可以大有作为。

4.转型升级发展机遇。随着科学技术的快速发展，互联网等新技术、金融跨界经营的不断推进，大数据的广泛应用，保险业加强创新驱动发展，加快科技驱动发展，加速转型升级，推动跨界深度融合，增强核心竞争力。保险产品更加丰富多元，精准市场营销，精确风险定价，精细客户服务，以创新求发展、以变革求突破、不断提升综合实力。

保险宣传需要把握党中央战略决策部署，把握保险业发展机遇，引领适应经济发展新常态，积极改革创新，在更广领域和更深层次服务国家发展战略，对接科技发展新时代，寻找切入点，扩大覆盖面，提升作用力。

(四) 保险业发展优势需要大力宣传，发挥信心引领作用

1.保险业综合实力得到提升。中国人保、中国人寿、中国出口信用保险、中国太平保险等四大国有保险公司2012年3月就升格为副部级央企。随着我国保险业发展壮大，越来越多的国内保险企业入选“世界500强”。2017年我国保险企业入选“世界500强”的就8家（包括台湾1家、香港1家），我国保险企业入选“全球最具价值品牌500强”就有5家，品牌实力充分彰显。

2.保险业发展定位得到提升。保险业新“国十条”响亮提出保险要“成为政府、企业、居民风险管理和财富管理的基本手段，成为提高保障水平和保障质量的重要渠道，成为政府改进公共服务、加强社会管理的有效工具”。建设保险强国的宏伟目标也是对保险发展定位的再次提升。

3.保险业发展作用得到提升。随着保险业快速发展，保险在支持实体经济和服务社会治理、创新巨灾保险和互联网保险等业务、加快险资运用市场化改革、完善保险监管体系等方面作用显著。在全面建成小康社会和建设保险强国的进程中，保险业在提升国家治理体系和治理能力现代化水平，提升人民安全感和幸福感等方面肩负重要使命，将更多地融入到加强民生建设、促进经济发展和社会和谐稳定的大局中，在“五大体系”建设中发挥更大作用。

保险宣传要充分展现保险业的品牌实力和社会贡献，不断提升队伍认同感、企业影响力和品牌美誉度，不断增强队伍、客户和社会的信心和支持，为保险业又好又快发展营造良好环境。

二、当前保险宣传存在的问题和不足

保险宣传在促进我国保险业成就保险大国的作用是很大的。然而，面对新时期经济社会发展新常态、保险业发展新特点，保险宣传的新课题，国内保险宣传工作仍然相对滞后，宣传形式和内容等方面依然存在一些需要加以重视和改进的问题与不足，主要表现在以下几个方面：

1.保险宣传站位不高。保险公司的业务拓展和客户开发主要集中在市县分支机构，保险宣传的受众面也主要集中在市县层面，但当前多数保险公司的市县分支机构的品牌宣传部门和人员多是兼职的，工作站位不高，局限于日常性的信息报道和形象宣传，受制于重重考核指标和繁重工作压力，往往难以进行深层次、更专业的研究和探索。尤其是在公司分渠道管理的模式下，部门工作部署各行其是，宣传部门未能充分参与和了解部门决策部署，融合度难以提高到应有的水平。

2.保险宣传格局不大。由于保险宣传站位不高，对保险宣传思维格局带来直接影响。由于多数市县机构宣传部门未能有效参与其他部门的沟通、策划，未能有效参与公司新产品、新服务等方面的学习培训，因而在宣传工作思维格局上，难以站在公司战略层面开展工作，宣传工作未能达到应有的高度和深度，突出表现为对公司综合经营、发展经验、管理亮点以及市场竞争、客户需求等方面了解不深不透，未能将宣传工作与业务拓展、客户开发等方面紧密结合起来。

3.保险宣传内容不丰富。保险宣传内容，与宣传部门和宣传工作人员知识面、对公司了解度、对市场掌握度紧密相关。在受制于工作沟通和培训层面不宽的情况下，保险宣传内容难以充分拓展，尤其是面对日益完善的市场监管，往往担心宣传合规问题，尽量减少对外宣传。从泉州保险机构的对外宣传报道上看，大多数保险公司的宣传报道主要局限于宣传公司品牌形象的客户服务、宣传活动、公益活动等三个方面。产品宣传着重在各阶段的主打产品上，而忽略了民众多元化的保险需求和保险意识的培育上。

4.保险宣传方式不灵活。市县保险机构宣传工作往往承袭传统方式，主要体现为柜面宣传、街头宣传、上门宣传、大楼LED宣传、电话宣传，媒体宣传主要为地方报刊、公交站，并且多数是阶段性（网络宣传除外），并且侧重精英形象、保险产品、客户服务、公益活动四个层面，宣传方式不够灵活，宣传效应、效果都不理想。少数大公司宣传渠道还包括LCD液晶电视、户外广告、广播电视、公交车身，并且逐渐重视微信、微博、APP等新媒体宣传。

5.保险宣传合作不紧密。保险市场主体众多，尽管监管部门和保险协会、学会每年都利用全国保险公众宣传日登时机，牵头组织开展一定的宣传活动，保险公司也积极开展销售误导治理、反洗钱、防范非法集资等宣传活动，但在行业文化和理念价值等宣传上仍然重视不足，不够主动，并且持续性不足。保险公司之间宣传合作的意愿与合力也不强，大多是各自为阵，各行其是，没有形成应有的宣传效应，未能有效扩大整个行业的社会影响。而作为同一集团公司的产险、寿险、健康险、养老保险以及银行内部，虽然有互为代理的一体化营销的任务考核推动，但由于自身实力和人力的不同，在宣传工作上往往没能有效合作与配合，常态化的宣传合作较少，综合金融宣传也较少。

6.政企宣传平台不广泛。保险业新“国十条”等政策措施的落实，很大程度上需要政府部门的支持和推动，才能产生应有的配合和执行，才能形成社会效应，而政企宣传合作与平台建设成为一个重要环节。虽然保险监管部门和保险协会、保险学会能够加强与政府部门的沟通交流，持续开展像福建保险宣传周、泉州金融服务月暨金融产品博览会等

宣传活动，但保险公司和政府部门都侧重领导层面的沟通，除了一些政策性的业务合作以外，保险宣传合作和平台都不够广泛，政企宣传方式也不够灵活多样。

保险宣传存在的这六个方面问题，具有一定的普遍性，不仅需要引起各级保险机构的重视，也需要引起政府相关部门的关注，并作为一项系统性的重要课题来抓，加强调查研究和协调配合，大力加强保险宣传，不断提升保险行社会形象。

三、创新保险宣传工作的思路 and 对策

新时期保险宣传要围绕新课题、新要求，针对存在的问题和不足，把握机遇，发挥优势，提升战略高度，加强支持指导，增强内外合作，创新思路方式，丰富宣传内涵，积极融入经济社会发展大局，推动保险业又好又快发展，为建设保险强国作贡献。

（一）在构建宣传大格局上创新保险宣传

创新保险宣传，要在构建大格局上下工夫，提升格局，放远目标，追求卓越。中国保监会副主席周延礼提出“构建宣传大格局、传播保险好声音”宣传工作要求，强调保险业要紧密围绕加快发展现代保险服务业、实现建设保险强国宏伟目标的中心和全局，立足保险在“四个全面”战略布局的定位和作用，围绕服务国家治理体系和治理能力现代化，“跳出保险看保险”，改变过去传统的保险宣传做法，打破“各自为战”的宣传模式，加强改革创新，注重保障，改善民生，促进发展。各级保险机构要充分领会“构建宣传大格局、传播保险好声音”的重要意义和深刻内涵，加强保险宣传工作的战略支持和指导，站在更高起点上思考创新保险宣传的方式方法，让保险宣传不仅与时俱进而且先行先导。

（二）在推进保险合作上创新保险宣传

创新保险宣传，要以行业合力为基础，充分发挥各家保险机构的创新智慧，才能最大化地提升宣传成效。市场上林林总总的保险主体要凝聚合力，发挥板块效应，掀起宣传攻势，需要保险监管部门、保险行业协会、保险学会共同努力，加以重视、支持、协调，切实采取工作举措，把各家保险公司引导到建设保险强国的保险梦上来，引导到振奋民族保险的目标上来，引导到加强保险文化建设

的高度上来，提升中国保险文化和价值的认同感，共同为推动保险业发展发力、发声。

1. 保险公司加强协调配合。一是重视宣传工作，加强投入和指导。领导层面更多强调宣传工作的重要性和必要性，更多协调宣传部门和其他部门的沟通交流，更多支持宣传部门参与学习培训，更多支持通联队伍建设成长，共同营造积极向上的宣传氛围。二是加强沟通交流，增进协调配合。公司渠道之间通过员工早会、方案沟通会等方式加强工作交流，增加渠道和部门之间工作的了解，增进渠道和部门之间的协调配合，推动宣传工作的顺利工作。中国人寿泉州分公司建立星期一次部门轮值的员工早会制度，除了宣导早会主题，还交流部门工作，提出部门需求。三是建立联席会议，促进互动业务。集团系统寿险、财险、养老险、健康险公司之间通过联席会议制度的形式，交流工作，总结经验，分析问题，整合资源，加强协作。在宣传活动中，共同制定活动方案，组织人员共同参与，规范宣传口径，突出集团品牌形象。

2. 保险监管部门加强部署推动。一是加强统一部署，重视顶层设计。保险监管部门站在保险业服务国家战略层面，抓好文化建设、思想建设、队伍建设与合规建设，根据行业发展主题、问题和目标，指导宣传活动方案，组织推动活动开展。例如，在全国保险公众宣传日的基础上，开展全国保险文化日、服务日等主题活动。二是加强文化建设，提升社会形象。通过宣导教育、征文演讲和评选表彰等方式，引导各级保险机构学习推广保险监管核心价值理念、保险行业核心价值理念和保险文化体系，增强保险员工队伍的行业认同感，规范销售和管理行为，自觉文明诚信服务，提升行业社会形象。三是加强政府交流，开创合作途径。组织地方保险机构参加政府部门的工作沟通会、汇报会，反馈保险业服务经济社会发展情况和工作需求，针对政府关注的发展和民生问题，研究保险机构对接渠道，共同探讨保险宣传与合作的途径，有针对性地协调解决问题。

3. 保险协会和学会加强平台互动。一是搭建交流平台。在贯彻落实保监会、保监局工作部署中，积极搭建保险机构的沟通交流平台，通过会议、邮件群、微信群等方式，听取各家保险机构的心声和反馈意见，或者介绍先进地区文化建设、合规建

设、队伍建设、客户服务等方面的先进经验，引导保险机构的经营思想，发挥导向引领作用，提升保险宣传工作水平。福建省保险学会积极举办保险理论写作培训班，泉州市保险行业协会、保险学会多次举办保险员工象棋比赛和保险新闻写作知识培训班，促进了行业员工交流和宣传工作的开展。二是搭建活动平台。围绕各阶段活动主题，组织各家保险机构开展文化活动、宣传活动，能够更好地提升宣传效应。福建省保监局和省保险行业协会积极开展保险宣传周、宣传月活动，泉州市保险行业协会连续组织参加泉州市金融服务月暨金融产品博览会活动，组织开展全国保险公众宣传日“保险扶贫公益跑”活动，极大地促进了保险宣传活动的深入开展。

（三）在丰富方式内涵上创新保险宣传

创新保险宣传，格局是基调，合作是基础，思路是根本。格局决定成局，合作决定合力，思路决定出路。只有解放思想，创新思路，才能破解问题，才能突破瓶颈，才能领跑市场。创新保险宣传，要支持建设创新平台，学习推广创新经验，营造“八仙过海、各显神通”的良好氛围，同时要在短、平、快、合上下工夫，提升宣传成效。

1.在短字上下工夫，突出简洁化，增强浏览率。当前是信息时代、科技时代，生活节奏快，工作压力大，对报纸、杂志、电视、广播等传统媒体的兴趣和浏览进一步弱化，对手机、电脑的依赖度加大，对微信、微博的浏览量加大。在信息不断爆棚的情况下，人们往往难以对长篇信息感兴趣（专业人士学习除外）。因此，保险宣传内容也要更加精炼，提升读者的兴趣和浏览率。

2.在平字上下工夫，突出大众化，增强亲和力。一是运用精炼平实的宣传标语。精心提炼的宣传标语简洁明了、通俗易懂，容易引人注目。例如“要投就投中国人寿”“买保险就是买平安”“一张保单保全家”等。中国保监会制定的“保险，让生活更美好”以及“一键保险，呵护无限”“@保险，一切更简单”“远离贫困，从一份保障开始”等宣传标语富有特色，与时俱进。二是制作生动形象的宣传片。精品宣传片要突出生动形象，便于在电视、客户联谊会、咨询活动等多种场合宣传，充分展示公司品牌实力。中国保监会、中国保险行业协会2013年1月起在中央电视台发布保险公益

宣传片《保险，让生活更美好》，收视率高、受众面广，产生了良好的社会影响。三是善用地方特色俗语。朗朗上口的语言诠释保险真谛，往往更让人们喜闻乐见。中国人寿石狮市支公司黄双喜善于用通俗易懂朗朗上口的闽南顺口溜编读保险意义、时事政治，中国人寿南安市支公司黄怡南善用闽南四句编读民风民俗，增强客户亲近感，并且在泉州电视台播出。四是推广保险主题歌曲。把保险宣传与晨会比赛、舞蹈比赛等相结合，调动参与积极性，增强宣传生动性。中国保险行业协会制作《保险让生活更美好手语舞》、歌曲及MV，中国人寿制作《把爱心献给每一个人》司歌MV，富有吸引力，丰富宣传活动内容。

3.在快字上下工夫，突出新媒体，增强转发率。适应科技时代和网络时代的发展，针对年轻一代作为“手机控”的特点，充分利用微信、APP等新媒体操作简便、传播迅速的特色，提升民众吸引力。中国人寿泉州分公司2017年少儿绘画颁奖和家庭教育讲座、“美丽泉州”主题摄影比赛、2017年中国人寿·要跑700“0碳起跑 健康中国”巡回赛泉州站比赛等活动都通过泉州广播电视台的无线泉州APP实时播放，通过参与者的微信转发扩大了影响力。

4.在合字上下工夫，突出公益性，增强感染力。一是开展公益宣传活动。公益活动是一种极具社会关注高、民众感召强、合作成效大的文化宣传活动。保险机构可以结合业务发展、客户服务等中心工作，与政府部门和相关单位联合开展主题公益活动，推动品牌宣传、客户经营和业务拓展同步发展。中国人寿设立慈善基金会，开展形式多样的社会公益活动，产生广泛的社会影响力。中国人寿福建省分公司和省老龄办联合举办“喜迎十九大，关爱老年人”健康公益讲座，弘扬中华民族孝老敬老爱老的优良传统美德。中国人寿泉州分公司积极参与市计生协会“金秋助学”行动，还与计生协会、妇联、泉州晚报社共同开展“阳光母亲 携手同行”系列宣传活动，传播社会正能量。二是开展教育宣传活动。除了健康养生、家庭教育、子女教育、投资理财等知识讲座以外，保险机构还可结合政府部门关注的“海丝”“金改”、城镇化、扶贫、十九大等问题，邀请参加主题讲座，宣传保险业服务社会经济发展的举措，增强政府部门对公司的了解和

支持。2017年11月中国人寿泉州分公司组织客户参加北京大学经济研究所所长、知名经济学家睢国余讲授的“十九大报告解读演讲会”，更加深入地了解国家经济形势与政策措施。三是开展文化宣传活动。群众性的文化活动易于激发客户和群众的参与积极性。保险机构与相关部门发挥优势，联合开展文化活动，能够起到潜移默化、润物细无声的宣传效果，从中密切双方合作关系，开创共赢局面。2017年中国人寿赞助中国CBA联赛，举办中国人寿中国新歌声之夜演唱会，并组织客户参加，从中宣传公司品牌实力，掀起品牌宣传热潮。中国人寿泉州分公司和泉州广播电视台等单位响应市政府打造“创新、智造、海丝、美丽、幸福等“五个泉州”的号召，相继举办“回家过年”“幸福泉州”“美丽泉州”等主题摄影比赛，传播泉州文化魅力，传承泉州海丝风采，激发广大市民的参与热情。四是开展融合宣传活动。保险机构借助电视优秀节目，合作开展高端宣传，融合宣传公司文化品牌，扩大品牌感知度。中国人寿独家冠名北京卫视两档栏目，将电视节目与企业文化活动融合打通，展现中国人寿品牌形象和产品信息，开创企业内外联动传播新模式。

随着“十三五”发展规划和全面建成小康社会步伐的加快，中国经济社会发展进入新时代，保险业发展迎来空前机遇，也面临诸多挑战。新时期、新时代，保险宣传深入学习宣传贯彻十九大精神，以开拓创新、砥砺前行的精神开展工作，攻坚克难，逢山开路，遇水架桥，推动保险业科学超越发展，为实现中国梦、保险梦贡献力量。

【参考文献】

- [1]《保险宣传工作要“大、好、实、新”》中国保险报.2015
- [2]李超.《保险业发展十三五规划纲要发布 保险大国转向保险强国》中国证券报-中证网.2016
- [3]《从国家战略高度宣传保险努力构建宣传大格局》光明网地方频道\湖州晚报.2015
- [4]《市长谈保险：加大保险宣传力度 发挥保险保障功能》江西日报.2013
- [5]《中国保费总规模全球第二，6年上升4个名次》搜狐网财经栏目.2017

(作者单位：中国人寿泉州分公司)

责任编辑：谢圆虹

责任校对：谢圆虹

(上接第12页)

- [4]李鸿敏,杨雪美;等.探索——基于河北省的“阜平模式”[J].时代金融,2016,(1):63-64.
- [5]精准扶贫铸就宁德样本[EB/OL].(2017-02-03)[2017-03-22].http://www.ningdre.com/news/qn/20170203/700.
- [6]保监会：中国农业保险业务规模位居全球第二[EB/OL].(2017-02-22)[2017-04-08].http://www.cs.com.cn/xwzx/jr/201702/t20170222_5184921.html.
- [7]冯文丽,王芳;等.河北阜平农险全覆盖助推金融扶贫[N].中国保险报,2016-02-04.
- [8]全国政协委员吴焰:推广保险机制服务精准扶贫“阜平模式”[EB/OL].(2017-03-07)[2017-03-15].http://finance.sina.com.cn/roll/2017-03-07/doc-ifyazwha4086160.shtml
- [9]河南省首批“险资支农融资”项目落地卢氏[EB/OL].(2016-10-25)[2017-02-15].http:

//news.163.com/16/1025/08/C476LU8D00014AEE.html.

- [10]让保险助力精准扶贫[N].金融时报,2016-01-06.
- [11]助推扶贫攻坚 太平财险精准发力农业保险[EB/OL].(2017-03-24)[2017-04-03].http://insurance.hexun.com/2017-03-24/188608001.html.
- [12]农业保险，如何给“三农”撑起保护伞？[N].人民日报,2017-03-06.
- [13]全国政协委员苏如春：以“互联网+农业保险”提升农村金融服务效率和质量[EB/OL].(2017-03-14)[2017-04-06].http://www.china-insurance.com/news-center/newslist.asp?id=274423.

(作者单位：福建农林大学)

责任编辑：谢圆虹

责任校对：谢圆虹

试论保险消费者权益保护机制建设

● 陈蔚

习总书记在十九大重要报告中强调完善促进消费的体制机制，增强消费对经济发展的基础性作用。因此，关注消费、关注消费者权益保护，关乎新时代中国特色社会主义伟大胜利的实现。2014版《消费者权益保护法》的出台明确了保险消费者的地位，同时就其相关权利义务做了相对明确的规定。此后，保险消费者这一概念被广泛使用，保险监管机关成立了专门负责保险消费者权益保护的部门，我省保协也创新设立了消费者权益保护中心，致力于消保工作。近年来，保险消费者权益保护工作取得较好成效，但其中还有很多可以改进之处；为此，通过多方合力就消费者权益保护机制建设积极开展有益探索，能在促进行业良性发展的同时，更好的支持社会经济健康有序发展。

习近平总书记在中国共产党第十九次全国代表大会上作了题为《决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利》的重要报告，报告提出“坚持在发展中保障和改善民生”是新时代中国特色社会主义思想和基本方略之一。习总书记在报告中强调，加快完善社会主义市场经济体制，应“完善促进消费的体制机制，增强消费对经济发展的基础性作用。”同时，习总书记在报告中要求，为提高保障和改善民生水平，加强和创新社会治理，应加强社会保障体系建设。因此，如何做好与保障、消费、民生相关的工作，是关乎全面建成小康社会、夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利远大愿景最终实现的重要课题。保险消费者权益保护正是这样工作。

除《保险法》外，保险消费者权益保护最重要的法律依据是《中华人民共和国消费者权益保护法》。1994年1月1日起施行的《中华人民共和国消费者权益保护法》（以下简称“《消法》”）确立了消费者的知情权、平等交易权、依法求偿等各项权利，消费者权益保护机制初步成型；后《消法》几经修订，其中2013年修订版中在消费者权益保

护制度举措上进行强化，如强调经营者义务、规范网络购物等新的消费方式、建立消费公益诉讼制度等，消费者权益保护机制体系得到进一步完善。现今生效的《消法》为2014年3月15日施行的修订版。该版与前版相较，具有减轻消费者举证责任、加大消费欺诈赔偿、扩大三包规定适用范围、定位网购平台责任、规制不公平格式条款、规定七日无理由退货制度、加重发布虚假广告责任、明确个人信息保护、明确消协可提公益诉讼九大亮点，对规范市场经营、保护社会民生有着重要而积极的意义。2016年11月16日，国务院法制办公室公布《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例（送审稿）》，向社会征求意见。此《实施条例》尚未正式出台，但从现有条款看，相关规定仍在2014版《消法》框架内。

一、现行《消法》的影响

2014版《消法》对金融行业的经营规范有着重要影响：

（一）明确提供证券、保险、银行等金融服务的经营者适用《消法》规定。在以往各版《消法》

框架下，由于未有明确规定，故对有关金融服务业者是否适用《消法》管理存在巨大争议，在司法界以金融服务并非生活必须的观点而将金融服务业排除在《消法》管理之外的观点沸反盈天，而司法机关、相关部门、以及消费者权益保护组织对此的理解也是莫衷一是。此次修法后，在其第十八条体现“银行安全保障义务”，在第二十八条明确将“提供证券、保险、银行等金融服务的经营者”纳入本法的管理范围。2016年《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例（送审稿）》第二十七条也拟规定，金融服务经营者应当依法保护金融消费者的财产安全权、知情权、自主选择权、公平交易权、依法求偿权、受教育权、受尊重权、信息安全权等合法权益，不得有下列侵害金融消费者合法权益的行为：（一）在营销金融商品或者金融服务过程中以任何方式进行强制性交易；（二）违反国家有关规定的金融收费项目和标准，擅自增加收费项目或者提高收费标准的；（三）无故拒绝金融消费者合理的服务需求或者存在其他歧视性行为的；（四）未依照国家有关规定，建立金融商品或者金融服务的信息披露制度的；（五）未依照国家有关规定，建立金融商品或者金融服务的投资者适当性制度的。因此，金融消费者是为《消法》所保护的消费者已成定论，故金融机构在经营中需更多依照《消法》考虑消费者感受体验，而在处理相关客户纠纷中也需更多的考虑消费者权益保护方面的举措和意见。

（二）明确消费者个人信息，经营者不得擅自泄露。部分经营者非法收集、使用消费者个人信息，擅自泄露或非法向他人提供消费者个人信息，严重影响了消费者正常生活，侵害了消费者合法权益。对此，2014版《消法》明确了消费者享有姓名权、肖像权、隐私权等个人信息得到保护的權利。第二十九条还规定，经营者收集、使用消费者个人信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经被收集者同意。经营者及其工作人员对收集的消费者个人信息必须严格保密，并确保信息安全。经营者未经消费者同意或者请求，或者消费者明确表示拒绝的，不得向其发送商业性电子信息。金融行业的销售行为与消费者信息收集密切相关，相关监管也明确要求金融消费者留存信息的真实性和完备性，故金融机构掌握大量的消费

者信息，对金融机构消费者信息安全保护的要求也相较其他行业更高。

（三）缺陷商品，消费者或将不再“举证难”。不少消费者有这样的感觉，在商品房、网购、金融消费等领域，面临的最大问题是维权难，维权成本高，有时候“追回一只鸡，得杀掉一头牛”。举证难是维权难的主要原因之一。对此2014版《消法》第二十三条第三款明确了以下经营者的举证责任：经营者提供的机动车、微型计算机、电视机、电冰箱等耐用商品或者装饰装修等服务，自消费者接受商品或者服务之日起六个月内出现瑕疵，发生纠纷的，由经营者承担相关举证责任。虽根据该法条明文尚未规定金融行业经营者的举证责任倒置，但在司法实践中已对掌控金融交易流程的金融行业经营者提出更高的举证要求。故而，依法合规经营的重要性更为凸显。

（四）规定三倍惩罚性赔偿。《消法》中明确规定了经营者的多种民事责任，2014版《消法》第五十条规定“经营者侵害消费者的人格尊严、侵犯消费者人身自由或者侵害消费者个人信息依法得到保护的权利的，应当停止侵害、恢复名誉、消除影响、赔礼道歉，并赔偿损失。”第五十一条规定“经营者有侮辱诽谤、搜查身体、侵犯人身自由等侵害消费者或者其他受害人人身权益的行为，造成严重精神损害的，受害人可以要求精神损害赔偿。”第五十五条第一款规定“经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍；增加赔偿的金额不足五百元的，为五百元。法律另有规定的，依照其规定。”根据前述，提供证券、保险、银行等金融服务的经营者同样适用《消法》规定，且《商业银行法》、《保险法》、《证券法》等金融业法中对于存在欺诈行为只规定了明确的行政处罚，而没有民事责任方面的确切规定，故金融业经营者如构成侵权，其民事责任可以参照适用《消法》的赔偿标准，如构成欺诈的，则最高可能适用支付保费金额三倍的赔偿标准。

（五）消协可代为维权。2014版《消法》第四十七条规定，对侵害众多消费者合法权益的行为，中国消费者协会以及在省、自治区、直辖市设立的消费者协会，可以向人民法院提起诉讼。2016年

《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例（送审稿）》第四十二条也拟规定，各级人民政府建立消费者权益保护部门协调机制，明确各部门保护消费者权益职责。工商行政管理以及质量监督检验检疫、食品药品监督、价格、教育、工业和信息化、公安、交通运输、商务、文化、卫生、金融、旅游、邮政等有关行政部门，应当加强协同配合，在各自的职责范围内，处理消费者投诉举报，查处侵害消费者合法权益的行为，保护消费者的合法权益，并建立消费维权执法信息的数据共享机制。这些举措的根本目标是为节省社会资源成本，加大维权与取证力度，有利于更好的保护消费者。而对金融行业的经营者来说，如在经营中与消费者发生矛盾纠纷的，则将面对更为专业、更有效率的“对抗者”。

二、保险消费者维权现状概述

保险业是金融业的重要一环，而保险消费者是金融消费者的重要组成部分。根据监管定义，保险消费者泛指投保人、被保险人、保单所有人和受益人。中国保险消费者是一个庞大的群体，截止2017年8月，全国原保险保费收入约为27654.18亿元，根据2016年监管统计数据显示，全国保险密度（保费收入/GDP）为2258元，保险深度（保费收入/人口数量）达4.16%，虽与发达国家和全球均值有一定差距，但随着公众保险意识的稳步提高和保险业的快速发展，进入21世纪后，数以亿计的保险消费者群体正以惊人的速度成长扩张；以互联网保险为例，根据《2016互联网保险消费行为分析》报告的数据显示，截至2016年3月，仅互联网保险消费者已经超过3.3亿人次，同比增长42.5%。互联网“保民”人数已经是“股民”人数的3倍，“基民”的1.5倍。销售收入高速增长的同时，保险业支出给付亦在连年增加。2016年保险业赔款支出已过万亿元，较2013年增加近70%，近2年增速均维持在20%左右。分险种来看，产险业务赔款一直是大头。2016年产险赔款达4726.18亿元，同比增长12.68%；而寿险给付却是近年增长最快的，三年增长2350亿元，翻了一倍；

伴随健康险业务高速发展，赔款给付持高增长，2016年达到了1000.75亿元，同比增长31.17%。（见图1）

大量的消费者群体和涉及的大量资金带来了行业的繁荣，同样也成为滋生矛盾纠纷的温床。2016年，中国保监会机关及各保监局共接收各类涉及保险消费者权益的有效投诉总量31831件（其中，经保险公司妥善处理消费者主动撤诉12357件），同比上升5.39%，反映有效投诉事项32442个，同比上升4.73%。保监会及各保监局接收的31831件有效投诉件中，实际办结31376件，办结率达98.57%，帮助消费者维护经济利益总计55961.79万元。从投诉渠道上看，12378热线电话投诉29431件，占有效投诉总量的92.46%；信件投诉1185件，占比3.72%；来访投诉468件，占比1.47%；网络投诉747件，占比2.35%。（见图2）



图1 全国2013-2016年原保费支出

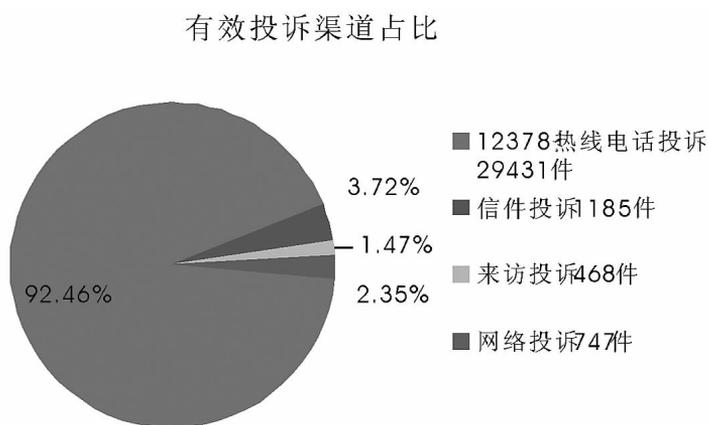


图2 有效投诉占比

中国保监会机关及各保监局接收的32442个有效投诉事项中，涉及保险公司合同纠纷类投诉29651个，占投诉事项总量的91.40%；涉嫌保险公司违法违规类投诉2696个，占比8.31%；涉及中介机构合同纠纷类投诉75个，占比0.23%；涉嫌中介机构违法违规类投诉20个，占比0.06%。（见图3）

监管处理保险纠纷同比上升的同时，保险诉讼案件数量也逐年上升。2014年，全国法院受理一审保险合同纠纷案件及涉及保险的人身损害赔偿纠纷案件892382件，是2009年案件受理量的1.76倍。最高人民法院发布的“2014年全国法院案件情况分析”显示，在合同类纠纷案件中，保险合同纠纷一审收案数量9.5万件，同比上升15%。根据中国裁判文书网统计的数据，仅以保险诉讼案件为例，

自2009年至2014年，全国法院审理保险诉讼案件数量呈现跳跃式的增长。（见图4）

根据图中数据可知，从2009年到2014年仅5年时间，全国法院对保险诉讼案件审理数量从743件跳跃到41699件，增长了56.1倍，年平均增长11.2倍；对比2012年和2013年的数据，发现在一年时间内，保险诉讼案件数量从2993件跳跃到15221件，法院案件审理数量增长超过5倍；2011年以来，保险诉讼案件增长量一直保持着逐年翻倍的速度。

扩大的市场、新增的矛盾类型、保险消费群体维权意识的觉醒等因素带来了涉保险纠纷投诉与案件的激增，如何在现有基础上切实深刻的做好保险消费者权益保护工作，是每谈不厌、必须深入研究的课题，而建立全面、系统的保险消费者权益保护机制，是完善消费者权益保护的目标与基石。

有效投诉事项类型

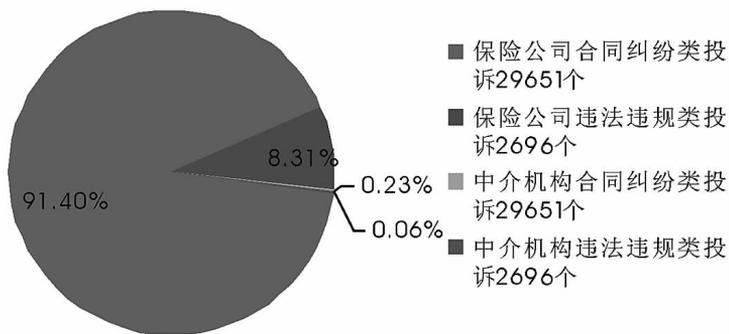


图3 有效投诉事项类型

全国法院关于保险诉讼案件的审结情况 (2009-2014)

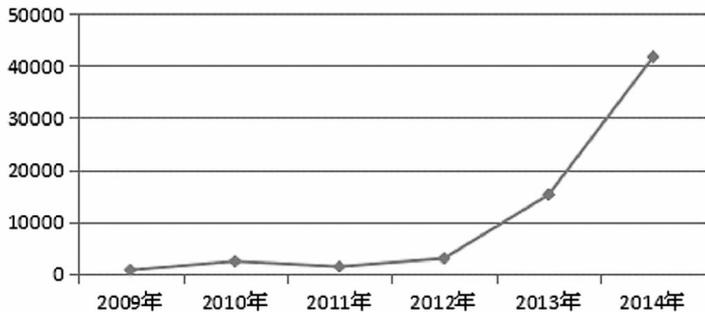


图4 全国法院关于保险诉讼案件的审结情况 (2009-2014)

三、保险消费者权益保护体系现阶段建设情况

现今，保险消费者权益保护已形成初步体系，具体为以下五个层面：

（一）保险公司层面。

随着保险经营主题的增多及成熟，保险业已进入充分进展的时代，充分竞争的市场，敦促保险公司更加关注获客途径和客户满意度。得客户者得市场，伴随着移动互联网技术的普及，各保险公司为解决理赔难、理赔慢的问题，改善客户体验，竞相在移动端推出了“快速理赔”、“移动理赔”、“理赔款预付”服务。根据《2016保险理赔数据分析》称，平安人寿披露数据显示，极速理赔体验覆盖90%以上客户，最快1分钟结案；新华人寿45%的理赔案件1小时结案，78%的理赔案件当日结案，复杂疑难理赔案件不超过30天；华夏人寿一笔939万元的大额赔案，从报案到结案全程仅2天；太平人寿2016年全年赔付18.88万件，结案时效最快只有7秒；百年人寿2016年理赔服务平均时效为1.61天；合众人寿2016年平均结案时间短至1.21天，最高理赔金额超过200万元。

因此，当下抛开个案不谈，根据各家公司平均理赔时效数据，可见民众担忧的“惜赔”情况已得到有效改善，理赔难在现实中已成往事，保险公司自身业已成为保护保险消费者权益不可或缺的一部分。

（二）行业组织层面。

保险行业有其全国性自律组织，即中国保险行业协会。中国保监会对接的纠纷调解、诉调对接等工作，于各地落地的很大一部分职能是交由行业协会开展的。保险纠纷调处机制自2005年4月开展试点工作以来，总体运行良好。目前，各保监局辖区全部建立了保险纠纷调处机制，河北、山西、江苏、福建、山东、湖南和广西等24个地区在所辖地市建立了纠纷调处机构，开展纠纷调处工作。截至2013年6月30日，全国共设立保险纠纷调处机构278个，成功调解纠纷29138件，为消费者挽回经济损失近6亿元。现今，保险纠纷调处机构随着各地保险行业协会组织结构和职能的不断完善，已遍布全国。

在诉调对接方面，行业协会也起到积极作用。保险纠纷诉调对接机制是以人民法院和保险行业协会调解机构为平台，通过司法调解与保险行业调解的联合与互动，建立多方位的保险纠纷解决渠道。该机制的建立使人民法院、保险监管机构和保险行业协会多方面形成合力，克服了单纯的行业调解与司法调解的不足，使保险纠纷化解方式更加多元化。2012年12月，中国保监会和最高人民法院联合下发《关于在全国部分地区开展建立保险纠纷诉讼与调解对接机制试点工作的通知》（法【2012】307号）（以下简称《通知》），决定在全国部分地区开展建立保险纠纷诉讼与调解对接机制试点工作。《通知》是诉调对接试点工作的纲领性、指导性和操作性文件。《通知》发布后，试点地区法院明确了工作方向，改变了以往无章可循、零敲碎打的局面。试点地区保监局和保险行业协会积极与当地法院沟通协作，联合下发了开展诉调对接工作的实施文件，明确了各方职责和对接流程，建立了沟通联系和信息共享机制，积极推进诉调对接机制的宣传和培训。至2014年底，《通知》确定的32个试点地区均已建立了诉调对接机制，建立诉调对接机制的设区市数量为54个。同时，试点地区外的地区也积极开展诉调对接工作，建立诉调对接机制

的设区市数量达到85个。其中黑龙江13个地市、江苏省12个地市、福建省（不含厦门）7个地市、河南省14个地市、广东省（不含深圳）7个地市建立诉调对接工作机制。福建厦门、江苏丹阳、浙江宁波等地建立多位一体的交通事故纠纷综合调处机制，采取“一站式”便民服务。截至2014年底，全国各省、自治区、直辖市已建立了479个保险纠纷调解组织，方便保险消费者就近利用调解方式解决与保险公司的争议。至2014年底，全国立案前委派调解的案件数量为2.1万余件，立案后委托调解的案件数量为3.2万余件，调解成功案件数量为2.7万余件，调解协议司法确认案件数量为1.6万余件。保险纠纷诉调对接工作成效显著，缓解了法院办案压力，节省了诉讼资源，改善了保险行业形象，切实化解了社会矛盾。2016年11月，最高人民法院与中国保监会联合发布了《关于全面推进保险纠纷诉讼与调解对接机制建设的意见》，将保险纠纷诉调对接工作扩展至所有省、自治区和直辖市。

（三）行政机关层面。

在保险消费者权益保护方面，主要的行政机关是中国保险监督管理委员会及其各派出机构，其是我国保险消费者权益保护的中坚力量。保险监管机关通过12378热线、接受信访投诉等方式受理保险消费者维权案件，并遵照时效予以处置。前文所述，保险监管机关在处理消费者投诉中发挥着重要作用，但其起到的作用远不止于此，保险监管机关除了被动的受理相关投诉并处置纠纷外，还有主动监管的职能，即通过各项宣传、监督、检查、处罚等各项举措来促进保险业强化自身管控、治理经营乱象、防范销售误导、规范经营行为。其中，对违规单位及人员给予行政处罚是保险监管机关的重要管理手段。2016年全年，各地保险监管机关共出具处罚943件，处罚公司机构数587家，处罚人数800名，处罚总金额达9376.3万元，其中处罚公司金额达7575.35万元，处罚个人金额达1788.85万元。从行业分布看，涉人身险处罚299件，处罚公司机构数177家，处罚人数269名，处罚总金额达2767.2万元，其中处罚公司金额达2214.35万元，处罚个人金额达543.25万元；涉财产险处罚459件，处罚公司机构数274家，处罚人数415名，处罚总金额达5228.7万元，其中处罚公司金额达

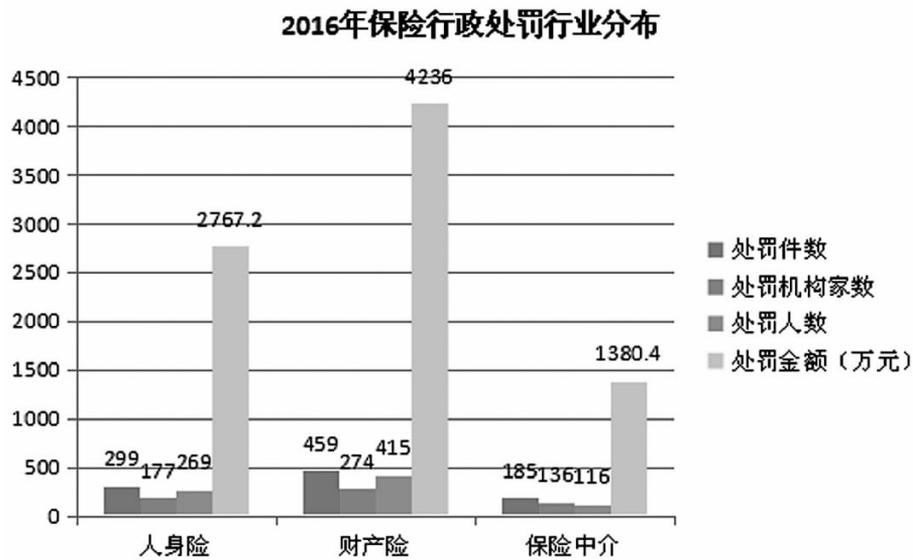


图5 2016年保险行政处罚行业分布

4236万元，处罚个人金额达991.2万元；涉中介处罚185件，处罚公司机构数136家，处罚人数116名，处罚总金额达1380.4万元，其中处罚公司金额达1125万元，处罚个人金额达254.4万元。此外，还有1家人身险、5家财产险和6家中介机构受到停止接受新业务处罚，10家中介机构收到吊销许可证处罚，15名高管人员被取消任职资格。保险监管机关以预防风险为目的、以处罚整改为措施，全面监督规范保险行业的各项经营行为，从顶层设计到微观调控上，均对保险消费者权益保护起到重要作用。（见图5）

（四）裁判机关层面。

司法机关的判决和仲裁机构的裁决本身就是处理保险合同纠纷的一种法定机制，其对保险消费者维权的功用不言而喻。同时，裁判机关对保险消费者权益保护的终局职能是由法律赋予的，无论是司法机关的终审判决还是仲裁机构的仲裁结果，相关当事人都是必须认可和执行的；即便存在申诉，也不影响当下阶段的执行，且申诉一般仅以一次为限。因此，除有关法律法规等成文规定外，基于《民事诉讼法》、《仲裁法》、《保险法》等相关法律所作出的终审、终裁案例，对于处理保险消费纠纷具有一定的指导和示范意义。另外，基于我国国情，裁判机关除进行审判、裁决工作外，还同样负有调解的职能，许多保险合同纠纷也是调解、和解的方式予以解决，在化解矛盾纠纷的同

时，也为维护社会和谐起到了积极作用。因此，裁判机关在保险消费者权益保护工作中发挥的功用是基于裁判工作，又超越裁判工作本身的。

（五）社会监督层面。

社会监督包括了媒体监督、群众监督等方式。在传统媒体继续发挥监督作用的同时，随着网络自媒体的发达，微博、微信等平台的监督功用日益强化。以前由专业人员采访编写、专业人员审阅批示后方能发表的模式被单人编写快速发表的模式所取代，加上专业推手、言论领袖、网红大V参与传播扩散，时效性更强、传播范围更广，影响力不容小视。

四、现阶段保险消费者权益保护机制存在的问题

通过以上五个层面的积极作用，初步成型的保险消费者权益保护机制在现阶段社会关系中发挥着新规催化剂、矛盾稳定剂的积极作用。总体上看，在现阶段该机制基本满足社会需求，但仍存在提升空间，主要问题有：

（一）保险公司自纠能力有待提升。

保险公司自身确实应是保险消费者权益保护的重要环节，但仅靠其自身或为业务发展或担心监管处罚及声誉影响而自觉自愿的开展消保工作，有两个方面的隐患问题：一是保险公司可能会因权衡其他经营考量而遗漏甚至故意放弃保险消费者利益，

比如某保险公司开发的产品并非客户真实所需而是为了在短期内敛取保险费，或者某保险公司未遵照监管要求对某类客户给予赔付，以上情况均有监管处罚决定书作为例证；二是保险公司自身开展消保工作难免会有“既当运动员，又当教练员”之嫌，故缺乏对消费者的公信力，消费者可能会因为此种担忧而不接受保险公司的处理意见，哪怕这种处理方式实际上已足够公允，从而降低了化解矛盾纠纷的时效，影响了纠纷处理的成效。

（二）行业调解机制力度不足。

行业调解是软性调解，对于复杂疑难纠纷，调解的频次可能会很多，时间可能会延绵较长，这对各方当事人及调解人员均产生负累：两方当事人在工作时间前往协会调解均需占用本身工作时间，参与调解保险纠纷的人民调解员除协会本身工作人员外，也还有业内外专业人员，他们往往均有其他本职工作，故如果多次开展调解，各方时间上可能难以协调；人民调解员义务参与调解，虽每案有补助津贴，但相对微薄，多次调解将增大交通、餐饮等成本，如涉及取证的甚至需贴钱；同时由于行业协会调解缺少后续处理手段，故如相关当事人、特别是保险消费者不能接受调解意见的，将使得调解无成果，而仍需其他机关接手处置，相关流程仍需开展，更增负累。

（三）其他消保机关作用不显。

如非保险纠纷，消费者在维护自身权益时的首选机关一般是工商部门（12315热线）、消费者权益保护协会。由于2014版《消法》已打破窠臼，将保险客户定义为消费者中的一员，那么保险矛盾纠纷的处置在法理上是可以选择工商部门等机关进行处置的，也是可以交由消协代为维权的。同时，人民银行也有处理涉保险类交叉金融纠纷的职能。但在现实中，前述消保机关处理的保险纠纷鲜见，也未见相关机关间就保险纠纷案件处置开展联动，故这些机关在保险消费者权益保护机制中的作用不显。

（四）监管和司法机关维稳意识过强。

现今监管和司法机关在处理保险纠纷的过程中，有时会有“稳定压倒一切”的理念，特别是一些特定重要时期更是如此。在部分纠纷案件的处理中，哪怕在法律规定上保险公司并无过错，为了安抚客户，监管和司法机关仍会要求或者判决保险公

司承担一定责任，以此换取定纷止争。对于特定期个案适用维稳理念有一定客观因素，但长期采取此种方式化解纠纷，却不利于社会法治的建设和社会秩序的确立，甚至产生部分人员恶意投诉、诉讼以及逆选择，在伤害保险行业合法权益的同时，更伤害了广大尊约守法客户的权益，破坏了社会的公序良俗。

（五）部分社会监督起到反向作用。

传统媒体媒体方面有时会在纠纷案件发生之初就介入报道并形成倾向性意见，传播后干扰案件的正常处理和审理。自媒体方面甚至会主动通过收买“网络水军”（即在网络中针对特定内容发布特定信息的、被雇佣的网络写手）的方式进行病毒式扩散，经一些网络名人有意或无意的转发，其影响力更大于传统媒体的报道。这些有目的的传播行为，从表面上看是社会监督的一部分，但如果为达到非法目的而传播片面之词甚至谣言的，则脱离了社会监督的本意，反而成为社会法治的干扰者和社会秩序的破坏者。

五、强化现行保险消费者权益保护机制的举措

针对前述问题，保险消费者权益保护体系应予强化，各层面应在完善自身的同时加强合作，从而形成多方合力，共同致力于权益保护机制运作。具体举措如下：

（一）继续强化保险公司自身消保工作的同时，引入外部监督。

保险公司自身的消保工作应继续强化，各部门各司其职、各负其责：销售部门应切实防范销售误导、不正当竞争等侵害消费者权益的行为，客户服务部门应做好客户服务以及投诉受理对接，理赔部门应强化赔付时效、克服惜赔思想，法律及合规部门除了做好消保宣传外，还应和内审部门共同就消保工作的情况开展监督。同时，为防止保险公司基于达成绩绩而忽视自身消保工作，监管应要求和引导保险公司设置明晰的消保工作制度，在制度中明确该项工作的考核指标，将此作为保险公司“偿二代”风险综合评估的重要指标。除监管外，外部审计机构也可成为消保工作开展情况评估监督的一个重要环节；保险客服中心也可引入律师等法律服务人员为客户和公司提供咨询及调解服务，将纠纷化解于萌芽。

(二) 加强保险消费者权益保护中心的裁决功能。

实际上,福建等地的保险行业协会会有下设的保险消费者权益保护中心,中心设置裁决职能,安排专业人员担任裁决员,对于相关涉消费者权益纠纷的案件开展类审理的裁决工作。如以上的裁决职能可以切实贯彻执行,无疑对协会本身的调解工作是一种补充,也是对案件快速处理的有益尝试。然而在现阶段,该裁决工作仍与协会调解工作混同,裁决结果的运用也与调解结果一样系软性,最多对保险公司有一定约束力,但对消费者一方却无任何约束力。故欲解决行业调解机制力度不足问题,以降低其他处理机制压力,应积极探索保险消费者权益保护中心裁决功能的强化课题,从制度上、人力上、物力上予以支持,将保险消费者权益保护中心的功用充分发挥。

(三) 建立消费者权益保护联动机制。

保险消费者权益保护中,前述的工商等组织机构不能缺位。即便考量由保险监管机关处理保险消费者权益保护工作更为专业,也需要建立案件受理后的联动移送机制,并定期或不定期开展信息互通,及安排召开联席沟通会议,以互相指导监督,形成良性互动,合力建成无死角的消费者权益保护机制。

(四) 处理纠纷理念由“满足需求”转型为“建立秩序”。

处理好保险纠纷、完善保险消费者权益保护机制确实能起到社会稳定剂的作用,但维护稳定并不是、也不能成为保险消费者权益保护的全部要义。“维权”不等同于“维稳”,保护消费者权益工作应当依据法律法规所确定的原则规定开展,其核心应当是依法建立公平、公正的秩序体系,应当通过处

理纠纷个案总结规则,从而确立消费者权益保护的工作方向。为了维护稳定无原则的满足投诉者需求,甚至适用“无过错赔付”,不是保险消费者权益保护的应有之义。因此,监管机关、司法机关应转变纠纷案件处理思路,把处理案件的方式,从“满足需求”转型为“建立秩序”,对案件的处理应以法律法规为最根本的准绳。

(五) 加强对社会监督的管理。

应给予社会监督充分的支持与自由,但由于社会监督本身的自发性,其亦需要受到必要的管理。应由相关宣传主管部门对各媒体发布信息的真实性、客观性进行监管,特别应关注自媒体信息的审核管控,如涉故意传播谣言的,应及时安排权威平台予以辟谣,并由媒体监管部门、治安管理部门等依法给予谣言制造者及故意积极传播者惩处。

中国保监会副主席陈文辉在主持保监会党委理论学习中心组学习(扩大)会议暨保监会系统学习党的十九大精神专题培训时指出,全面学习宣传贯彻党的十九大精神,关系党和国家事业继往开来,关系中国特色社会主义前途命运,关系最广大人民根本利益。因此,做好关乎保障、关乎消费、关乎民生的保险消费者权益保护工作,建设和完善保险消费者权益保护机制,是贯彻执行党的十九大精神的重要工作,通过多方合力建成系统化、常态化消费者权益保护机制,必将支持和促进保险行业整体的良性成长,维护社会和谐稳定,以更好的支持社会主义市场经济健康有序发展,为全面建成小康社会、夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利远大愿景的最终实现贡献力量。

(作者单位:平安人寿福建分公司)

责任编辑:谢圆虹

责任校对:谢圆虹

有效防控保险案件风险和反保险欺诈工作的重要举措

● 张 晨

做好反保险欺诈工作，要以反保险欺诈为镜子，折射保险经营过程中存在的缺陷和瑕疵，从而强化保险经营实务中对关键人员、关键险种、关键环节的管理，才能够在很大程度上预防和减少保险欺诈案件的发生。本文将从保险常见的保险欺诈手段、保险公司面对保险欺诈采取的救济措施、防范保险欺诈建立的防线，分析如何有效地防控保险案件风险和反保险欺诈工作。

一、抓住三大环节，识破保险诈骗惯用伎俩

对诸多保险欺诈案件结构分析发现，保险欺诈活动具有一定的规律性，下面从关键人员、关键险种、关键环节三个角度分析保险欺诈的规律性。

关键人员，通过对大量保险欺诈案件分析，发现骑车修理厂的人员、从事过保险销售的人员、医生以及辅警等人员经常参与到保险欺诈的活动中。以典型的安徽省某保险诈骗团伙为例，其中主犯曾经有代理保险的从业人员、伪造病历的一审、变造交通事故责任认定书的辅警等等。媒体公开报道中反映有的保险公司内部员工丧失职业操守，内外勾结，参与到保险欺诈活动中。通过对实施保险欺诈和打击保险欺诈指明了人员方向。

关键险种，实施保险诈骗活动，险种也是精挑细选的。通过对大量保险欺诈案件分析，商业车险、重疾险、意外险等受到保险欺诈分子的青睐。其中，商业车险中被青睐

的险种是车损险，惯用的道具是豪华二手车，而不是豪华一手车，也不是普通的二手车；选择的是重疾险，而不是短期的健康险或者单纯的理财型险种；意外险中，几乎没有短期的航空意外险、公路乘客意外伤害、学生意外险，全是用于个人的意外险种。通过对实施保险欺诈险种结构分析，为预防保险欺诈和打击保险欺诈指明了险种方向。

关键环节，从表面上看，实施保险欺诈活动似乎是发生在理赔环节，其实在销售时段已经埋下诈骗隐患。车险欺诈在保险欺诈案件中占据非常重要的地位，其中又以豪华二手车为首选道具。诈骗分子之所以选择豪华二手车为道具，因为在销售环节，计算车险的车损价格，而不是真实的二手车价格。重疾险诈骗最常见的就是带病投保，也首先发生在销售环节。意外险诈骗最常见的伎俩是故意制造保险事故，也存在投保环节故意不如实告知，以此欺骗保险公司。

根据以上阐述做好反保险欺诈工作抓住这三个关键，有助于识破犯罪分子的常用伎俩，从而有效预防保险欺诈、有效识破保险欺诈、有效打击保险欺诈。

二、面对保险欺诈采取的救济措施

人身保险中的重疾险和个人意外险是犯罪分子常利用的欺诈险种，而常用的欺诈手段是投保人在投保时故意不如实告知，对此种投保时不诚信行为甚至欺诈投保的方式，2009年2月28日修订的保险法增加了第十六条不可抗辩条款，规定在投保人故意违反告知义务的情

况下,保险人有权在两年内解除合同。但在保险合同已生效了两年后发现投保人故意未履行如实告知义务构成欺诈的情况下,保险人如何采取救济措施《保险法》及其配套的三部司法解释并未做出相关规定。这是否意味着保险人就必须“吃哑巴亏”而“照单全收”进行赔付呢?司法实践中有不少保险公司企图依据《合同法》第五十四条的规定以投保人存在欺诈为由向法院主张撤销保险合同,通过此种方式救济。

那么在投保人故意未尽告知义务构成欺诈时,保险人是否既享有保险合同解除权又享有合同撤销权?抑或保险人享有的保险合同解除权排除合同撤销权的适用?由于法律对该问题没有明确规定,导致司法实践中的适用难题,各地裁判标准不一。目前,我国司法实践中和理论界主要存在“选择说”和“排除说”两种观点。

笔者支持“选择说”的观点,即保险人既享有保险合同解除权也享有合同撤销权,保险人可以择一适用。

从合同法的结构和立法本意上来看,保险人的合同撤销权也应被支持。观点如下:

第一,合同法与保险法虽然是一般法与特别法的关系,但保险法中的保险合同解除权与合同法中的合同撤销权并不存在冲突,故保险法并不排除合同法的适用。在保险法对保险人有无合同撤销权未作规定的情况下,保险人有权依据合同法的规定请求撤销保险合同。

第二,保险法虽然是特别法,但特别法没有规定的,仍应当适用一般法即合同法的规定。即在保险法对合同撤销权制度没有规定时,应当适用合同法关于合同撤销权的规定,具有逻辑上的正当性。

第三,保险合同是最大诚信合同和最大善意合同,对投保人恶意欺诈的行为,无论是否超过两年,都不应当受到法律的正当保护。

第四,机械地适用2年不可抗辩条款存在较大的道德风险,投保人恶意欺诈不履行告知义务并在2年之后获得理赔与“任何人不能从自己的违法行为中获益”的原则相悖。

第五,合同解除权和合同撤销权在构成要件、立法目的、法律效果等方面均不相同,两者形成择一的法条竞合关系,保险人可选择适用。

第六,两个权利设置的立法本意不同。

保险法中的保险合同解除权设置的立法本意是对于投保人未履行告知义务的惩罚,该设置是基于保险合同本身的特性。保险是经营风险的事业,保险人对于承保风险的判断、保险费率的适用取决于其对于投保人风险状况的正确估计,投保人对于风险的真实状况最为熟悉,因此需要投保人诚实地将足以影响保险人决定是否同意承保或提高保险费率的真实状况如实告知保险人。如果投保人故意未尽上述如实告知义务,保险人依据保险法行使法定解除权,其法律后果是保险人不承担保险责任且不退还保险费。而合同法中的合同撤销权设置的立法本意是对合同当事人意思不自由的救济,并不是为了惩罚不如实告知的一方当事人。合同撤销权赋予被欺诈的一方当事人在知晓自己意思表示不自由时,撤销合同的权利。合同被撤销之后,产生合同无效的法律后果,即返还保费和过错赔偿。

因此,由于保险合同解除权和合同撤销权的立法本意不同,合同撤销权并没有体现出对于过错方的惩罚。在规范所有合同的合同法总则规定合同当事人意思不自由能获得合同撤销权的救济的情况下,没有理由将保险合同排除在合同撤销权救济的范围之外。

第七,两个权利的法律后果不同

在投保人故意不履行告知义务构成欺诈的情况下,保险人依据保险法第十六条行使保险合同解除权,其法律后果是保险人对于合同解除前发生的保险事故,不承担赔偿或者给付保险金的责任,并不退还保险费。保险人依据合同法第五十四条行使合同撤销权,根据合同法第五十八条“合同无效或者被撤销后,因该合同取得的财产,应当予以返还;不能返还或者没有必要返还的,应当折价补偿。有过错的一方应当赔偿对方因此所受到的损失,双方都有过错的,应当各自承担相应的责任。”的规定,其法律后果是保险人应当退还保费,过错方应

当赔对方遭受的损失。可见，在投保人故意未履行告知义务构成欺诈的情形下，保险人行使合同解除权和行使合同撤销权的法律后果并不相同。

第八，从合同法编纂的章节体例可知合同撤销权与合同解除权并非同一逻辑体系且并行不悖。

合同法关于合同撤销权的规定在“第三章合同的效力”，合同撤销权的行使贯穿于合同成立及合同履行的各个环节。当事人知道被欺诈之后即可主张。被撤销的合同和无效合同的法律后果一致，自始无效。

而合同法关于合同解除权的规定在“第九章 合同的权利义务终止”，合同解除权是建立在合同合法有效的基础上，合同当事人在合同履行过程中发现存在法定解除权或约定解除权事由的，享有合同解除权的合同当事人可以主张。保险法第十六条规定的保险合同解除权，其权力本质是一种法定解除权，在投保人故意未履行如实告知义务足以影响保险人决定是否同意承保或者提高保险费率的情形下，保险人享有法定解除权。该法定解除权有两年的行使期限，合同成立后两年内不行使该权利消灭。保险法中规定的法定解除权是合同法中规定的法定解除权的特别规定，并不是合同撤销权的特别规定。因此，合同解除权的行使与合同撤销权的行使并不冲突且并行不悖，保险人法定解除权的保险合同解除权当然与合同撤销权并不冲突，可以由保险人择一行使。

尽管笔者支持保险人有权行使合同撤销权，但实践中对于保险人的合同撤销权的适用仍应谨慎处理，严格审查其构成要件。笔者认为，《保险法》应该在加强对于投保人一方的合法权益进行保护的同时，适当的平衡保险人的合法权益。只有这样才能对社会及保险行业的发展产生正面引导作用，既可以引导投保人诚实守信积极履行告知义务，又可以引导保险人更加规范的开展业务。期待尽快出台符合我国国情和保险行业发展的法律规范，以统一保险人合同撤销权的适用问题。

三、防范保险欺诈建立防线

保险欺诈活动是众多欺诈犯罪行为中的一种，其对于保险行业本身、对社会会产生负面的影响，而且在侦查、审理、审判和执行过程中会平白消耗社会资源。所以，有效识别、预防和打击保险欺诈，需要从保险行业经营、保险欺诈惩治和社会治理等层面进行改进和加强。

（一）夯实经营基础，提高经营能力。

保险行业是经营风险的行业，其中有的风险就来源于道德风险。提高保险行业经营能力，优化业务流程，就会铲除经营风险和滋生道德风险的土壤，或许会根除豪华二手车进行车险诈骗的根源。比如，在车险经营中，对于所用投保车险价格按照公允的市场价格进行计算，诈骗分子在丧失套利空间的前提下，就不会萌生通过制造导致全损事故的念头；在事后问责机制建设上，对于被界定为利用豪华二手车进行诈骗的案件，事后要问责当时销售、核保、高管等人员的经济、行政甚至刑事责任，来调动其责任心。

做好反保险欺诈工作，第一责任主体在于保险市场主体——保险公司，第一道防范环节同样在于保险公司，加强人员管控和业务流程改造是重中之重。

（二）加大惩治力度，发挥威慑作用。

保险欺诈案件是社会上众多欺诈行为的一种，但是与社会上的其他欺诈又有显著区别。显著区别主要表现：一是法律关系。保险欺诈分子都是保险公司的客户，双方之间具有业务关系，认定起来可能会被贴上保险纠纷的印象；其他欺诈，很多就是赤裸裸的诈骗。二是社会认知。保险欺诈中，被欺诈的对象是保险公司，在社会认知中是低于对其他欺诈的憎恨程度。三是惩治力度。通过对大量保险欺诈案件判决来看，在同样诈骗金额的基础上，量刑低于其他欺诈案件。其中，很多保险欺诈案件不予追缴诈骗保险金额，罚金又远远低于违法犯罪所得；剥夺自由方面，大量适用缓刑。

为了威慑保险欺诈行为，建议对于被认定为保险欺诈的案件，使诈骗分子经济上不

能占上便宜。

(三) 着眼形成合力, 完善社会治理。

保险欺诈表面上反映在保险行业, 在一定程度上反映了社会治理存在的短板。比如, 在寿险经营中存在伪造病历、伪造体检报告等情节, 反映出病历管理中心存在短板; 在车险经营中存在伪造、变造交通事故责任认定书的情节, 反映出交通事故责任认定书管理中心存在短板。所以, 加强保险以外领域管理和各个领域之间信息共享的交流, 同时提升了保险领域和各个领域管理水平和能力, 进而完善全体社会治理。

提高全社会治理水平和能力, 全社会各个行业正常的经营和管理都会受益, 保险行业自然不例外。全社会治理水平提高了, 诈骗分子生存空间就会全面受到压缩, 自然也就会上走上依法合规、勤劳致富的道路上来。

(四) 保险业与公安机关共建打击保险欺诈协作机制

可效仿上海保险同业公会与上海市公安局某分局合作签署《关于共建公安保险“区域打击保险欺诈犯罪”协作机制的合作协议》的方式明确协作机制。

一是加强日常交流会商。双方就区域保险

欺诈案件的发案情况开展不定期会商, 共同研究欺诈犯罪新动态、新手段、新趋势。二是强化情报沟通共享。双方及时沟通交换保险欺诈犯罪的情报信息, 提升联合打击工作的主动性、针对性和实效性。三是完善执法协作机制。研究建立案件信息反馈台账制度、联络员制度, 重点加强案件协作侦办过程中的信息双向通报, 推动保险欺诈案件有效处置。四是丰富培训形式。采取灵活多样的方式, 对双方工作人员进行专业培训, 共同提高公安和保险业情报分析及打击水平。

结语: 做好遏制保险欺诈工作, 有利于减少保险消费者违反道德的逆选择, 有利于发挥保险公司利用保险发挥社会保障和稳定器的作用, 有利于减少公安、法院等司法机关不必要的工作事务。保险经营和保险欺诈是一对孪生兄弟, 形影不离。但是, 通过改善和加强社会治理, 保险欺诈也一定能做到早阻隔、准预防、狠打击, 为保险行业发展和社会治理升级营造良好的环境。

(作者单位: 泰康养老福建分公司)

责任编辑: 谢圆虹

责任校对: 谢圆虹

福建保险业“金融知识普及”进社区



▲向社区居民讲授老年人保险知识



▲社区居民听讲场景

根据福建保监局、人民银行福州中心支行、福建银监局“金融知识普及月 金融知识进万家”的宣传工作要求，9月11日，福建省保险行业协会在福州融侨锦江社区组织开展保险知识“进社区”宣传活动。本次活动特邀原福建省委党校副教授阚小冬讲授老年人保险知识，现场吸引了众多社区居民听讲。

活动现场，阚教授从老年人面临的意外伤害概率、身体健康状况下降、养老顾虑、财产传承四个方面，深入浅出的剖析老年人投保的必要性，重点讲解了老年人投保中的注意事项。活动还设置了互动环节，为老年人投保答疑解惑，现场气氛活跃。

2018年全国“金融知识普及月”主题为“金融知识进万家”暨“提升金融素养争做金融好网民”。针对不同人群金融知识的薄弱环节和金融需求，开展金融知识普及活动，面向金融消费者，尤其是低净值人群和广大网民，提供获取金融知识的途径和防范风险的技能，引导消费者合理选择金融产品和服务，自觉抵制网上金融谣言和金融负能量，共建清朗网络空间，使得金融的发展更好地满足人民日益增长的美好生活需要。

本次活动，针对老年人这一特殊群体开展保险知识普及教育，对老年消费者反映集中、关注度高的热点、焦点、疑点解惑，提高老年人识别风险、防御风险能力，在广大消费者中弘扬金融正能量、传播保险好声音。

(图/文：福建省保险行业协会)

爱乐之城 音为有你 福建平安2018年爱心支教行动启动



▲志愿者与学生合影

9月17日上午，福建平安来到龙岩梅溪平安希望小学开展为期一个月的支教行动，来自全国各地的20名志愿者和160余名全校师生齐聚在升旗台前，一起参加“2018年福建平安支教启动仪式”。

今年福建平安支教行动的主题为“爱乐之城 音为有你”。在启动仪式结束后，志愿者为梅溪平安希望小学的孩子们带来了一堂生动有趣的“红色歌曲赏析”课，让革命老区的孩子牢记历史，重温红色经典歌曲。

此次活动分四个批次接力进行爱心支教，为梅溪平安希望小学的孩子们带来音乐、美术、手工、地理、体育及心理辅导等方面的课程，丰富孩子们的知识，扩充孩子们的视野。

当天，福建平安还向龙岩梅溪平安希望小学现场捐赠了奖学金34800元，用于资助该校品学兼优、家庭贫困的学生。

(图/文：王映薇)

内部资料 免费交流

准印证号：（闽）内资准字K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：福建省福州市台江区群众东路93号三木大厦15楼

印刷单位：福州华悦印务有限公司