



保险蓝皮书®

BLUE BOOK OF INSURANCE

中国保险业 竞争力报告

(2012~2013)

——转型的艰难起步

ANNUAL REPORT ON CHINA'S INSURANCE
COMPETITIVENESS (2012-2013)

特华博士后科研工作站

主 编 / 罗忠敏 王 力

副主编 / 张领伟



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)



保险蓝皮书

BLUE BOOK OF
INSURANCE



中国保险业竞争力报告 (2012~2013)

ANNUAL REPORT ON CHINA'S INSURANCE COMPETITIVENESS
(2012-2013)

转型的艰难起步

特华博士后科研工作站

主 编 / 罗忠敏 王 力

副主编 / 张领伟



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

中国保险业竞争力报告. 2012~2013, 转型的艰难起步/罗忠敏, 王力主编. —北京: 社会科学文献出版社, 2013. 1
(保险蓝皮书)
ISBN 978-7-5097-3966-2

I. ①中… II. ①罗… ②王… III. ①保险业-竞争力-研究报告-中国-2012~2013 IV. ①F842

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 264367 号

保险蓝皮书

中国保险业竞争力报告 (2012~2013)

主 编 / 罗忠敏 王 力
副 主 编 / 张领伟

出 版 人 / 谢寿光
出 版 者 / 社会科学文献出版社
地 址 / 北京市西城区北三环中路甲 29 号院 3 号楼华龙大厦
邮政编码 / 100029

责任部门 / 财经与管理图书事业部 (010) 59367226 责任编辑 / 蔡莎莎 冯咏梅
电子信箱 / caijingbu@ssap.cn 责任校对 / 刘玉清 王海荣
项目统筹 / 恽 薇 责任印制 / 岳 阳
经 销 / 社会科学文献出版社市场营销中心 (010) 59367081 59367089
读者服务 / 读者服务中心 (010) 59367028

印 装 / 北京季峰印刷有限公司
开 本 / 787mm × 1092mm 1/16 印 张 / 34.75
版 次 / 2013 年 1 月第 1 版 字 数 / 603 千字
印 次 / 2013 年 1 月第 1 次印刷
书 号 / ISBN 978-7-5097-3966-2
定 价 / 98.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换
 版权所有 翻印必究

前言

2012年初，在全国保险监管工作会议上，中国保监会项俊波主席明确指出，要增强行业竞争力，健全综合评价保险机构经营管理水平和核心竞争力的指标体系，突出内涵式发展导向，切实转变发展方式。2012年7月，在上半年全国保险监管工作会议上，项俊波主席作了题为《解放思想，转变观念，不断提高保险监管水平》的报告，强调保险监管和行业发展要“解放思想、转变观念”，明确指出“要坚定信心，努力‘化危为机’，推动行业成功实现发展方式转变和结构调整”。

在此背景下，满载着中国保险人的责任和豪情，保险行业展开了以“转型发展”为主题的解放思想大讨论。特华博士后科研工作站积极响应，会聚了一批对保险事业充满热情、在业内具有较高知名度的专家学者，以“转型的艰难起步”为主线，对中国保险业竞争力进行研究，以书写保险业发展的不凡历程、艰难时刻和改革步伐。本书面见读者之际，恰逢金秋，硕果累累，举国欢庆。我们谨以此书为祖国63岁华诞和党的十八大献礼！

蓝皮书系列是中国社会科学院推出的大型系列图书，对年度中国经济社会各领域的发展态势进行深度分析和前瞻预测，已成为党和国家各部门以及社会各界的思想库和工具书。中国保险业竞争力蓝皮书，定位于保险业界的学术交流平台，致力于对中国保险业改革进行系统深入的分析和实时跟踪研究，追本溯源，建言献策，努力做到既权威、客观，又欢迎学术争鸣。

本期皮书在编委会的指导下开展研究工作，具体研究分工如下：总报告由特华博士后科研工作站和中国保监会张领伟博士完成。在行业篇中，产险部分由武汉大学魏华林教授、李毅博士和杨霞副教授完成；人身险部分由南开大学朱铭来教授和李新平博士完成；中介部分由中南财经政法大学刘冬姣教授完成，李园园、顾然和甄婷婷予以协助；再保险部分由中再集团吴高连总裁、发改部秦泓波总经理和官兵博士完成；资产管理部分由国寿资产缪建民董事长、投资研究中心



钱小安总经理、董巍研究员和肖志光博士完成。企业篇由南开大学李秀芳教授和国寿股份冯占军研究员完成，王小康、郝伟、解强、吕莹予以协助。在专题篇中，国际保险部分由美国加州州立大学富勒顿商学院鲁维丽教授、谢晓莹博士和宋媛完成，邱清、朱琴协助；农业保险部分由首都经贸大学虞国柱教授、北京农委赵乐副处长完成；交强险部分由特华博士后科研工作站路雅教授完成；税延型养老保险部分由厦门保监局柯甫榕副局长、涂东阳副处长和钱敏博士完成；银行保险部分由中国保监会中介部孟龙主任完成；中小企业保险部分由天津财经大学陈之楚教授完成；偿付能力部分由中信建投缴文超研究员完成；消费者保护部分由中国保监会消保局李世玲局长和赵越副处长完成；市场退出部分由中国政法大学薄燕娜副教授完成。

在研究撰写过程中，中国保监会中介部施强处长、人保股份王和副总裁、西南民大蒲成毅教授等对本书都提出了很好的意见和建议，张红亮、杜健、陆晓龙、王洪涛、李连芬、魏秀芳、杨栋梁、陈博钰、蔡莉、杜英辉等都对编辑出版做出了积极贡献，在此我们一并表示衷心的感谢！

全书由张领伟博士组织统稿，由中国保险学会原会长罗忠敏教授和特华博士后科研工作站执行站长王力教授审阅定稿。皮书各部分数易其稿，甚至十余次修改，凝聚了编者的汗水和智慧。然而，由于首次成书，加之经验和水平所限，不足和偏颇之处在所难免。希望读者不吝批评指正，有任何意见和建议，都欢迎与我们联系：bxyips@126.com。

本书编委会

2012年9月26日

目 录



Ⅲ I 总报告

Ⅲ.1 转型的艰难起步·····	001
一 暂别高增长，踌躇中酝酿变革·····	002
二 化“危”为机，未来可期 ·····	015
三 探索“顶层设计”，推进有序转型 ·····	023

Ⅲ II 行业篇

Ⅲ.2 财产保险行业竞争力分析·····	041
Ⅲ.3 人身保险行业竞争力分析·····	076
Ⅲ.4 保险中介行业竞争力分析·····	109
Ⅲ.5 再保险行业竞争力分析·····	142
Ⅲ.6 保险资产管理行业竞争力分析·····	203

Ⅲ III 企业篇

Ⅲ.7 保险公司竞争力评价分析的思路与指标体系·····	235
Ⅲ.8 2011 年财产险公司竞争力评价分析 ·····	249
Ⅲ.9 2011 年人身险公司竞争力评价分析 ·····	295

ⅢⅣ 专题篇

Ⅲ.10	国际保险业发展及竞争力评述	343
Ⅲ.11	关于交强险市场化尝试的几点思考	396
Ⅲ.12	中国农业保险的发展成就及前景	404
Ⅲ.13	个税递延型养老保险业务探讨	428
Ⅲ.14	我国现行银行保险模式的困境与出路	452
Ⅲ.15	保险服务中小企业的经营策略及政策建议	461
Ⅲ.16	保险业偿付能力困局探讨	483
Ⅲ.17	保险消费者权益保护的实践与展望	498
Ⅲ.18	保险公司市场退出制度构建的理论探讨	510

皮书数据库阅读**使用指南**

总 报 告

General Report



B.1

转型的艰难起步

“蹲苗”，是一种农作物栽培中抑制幼苗茎叶徒长、促进根系发育的传统技术措施。以树木为例，在成长初期，适时不去浇水，迫使树木为了生存，拼命往下扎根，待根扎深扎牢，再浇水，枝叶就会长得又壮又稳。如果缺少“蹲苗”阶段，根系难免不深不壮、枝叶羸弱，枝干不稳、抗倒伏能力差，营养难以为继、成长受限、抗病能力弱，令人扼腕。

用树木栽培来比喻保险业发展似乎有几分适宜。十余年来，在幼年发育的重要时期，我国保险业似乎“蹲苗”不足。从产险来看，适逢汽车业大发展，小型客车进入千家万户，保险资源快速向平易单一、来钱快、收益有保障的车险聚集，“跑马圈地”，业务膨胀，发展粗放，结构失衡，无暇去提升保障能力，深化保障领域；从寿险来看，民众财富迅猛增加，国际上财富管理浪潮涌来，扰动中国市场脱离成熟保险市场曾经走过的、自然的产品结构升级轨迹，引领多数寿险公司一股脑涌向简单好卖、来钱快的财富管理领域，导致发展异化，偏离保障本职，带来销售误导等一系列问题。这致使保险业虽似“枝繁叶茂”，然而根系发育滞缓，难免会面临三个困境：行业根基不稳固、未来拓展空间受限、抗风险能力差。若此，一旦外围政策、产业发展或资本市场风吹草动，行业就会举步维



艰。而且，为了追求短平快的利益，保险机构迅速扩张、从业人员数量迅速增加、一些股东急功近利，这加深了保险供求阶段性、结构性失衡，必然成为改革包袱，拖累保险业转型发展。草木如此，产业亦然。

近一段时间以来，中央和中国保监会多次要求，要加快发展方式转变。在2012年上半年全国保险监管工作会议上，中国保监会项俊波主席作了题为《解放思想，转变观念，不断提高保险监管水平》的报告，将保险监管和行业发展“解放思想、转变观念”提升至从未有过的高度，明确指出：“转方式、调结构，是目前中国经济发展的主旋律，也是当前保险业发展的主旋律”，“行业发展方式已经到了不转不行、不调不行的阶段”，“要坚定信心，努力‘化危为机’，推动行业成功实现发展方式转变和结构调整”。

保险业从来不乏思考。在中央和中国保监会指引和鼓励下，历经高速发展和辉煌行程，在保险业问题凸显、艰难转型的时刻，中国保险人肩负行业发展的责任和使命，既有“从上到下”的谋划、引领和推动，又有“从下到上”的实践、争论和谏言。一时间，思考、探究、践行，蔚然成风。

本文的研究视角将从“蹲苗”开始，评述保险行业竞争力及转型的必要性，分析影响行业竞争力的因素，最后提出实现“根深叶茂”转型发展的“保护枝叶、强本固基、拆解庇护”的三个步骤，以期抛砖引玉，为行业改革发展建言献策。

一 暂别高增长，踌躇中酝酿变革

从全球来看，2011年GDP达69万亿美元，同比增长3%，比上年放缓一个百分点。保险需求随之下降，处于恢复期的全球保险业再度陷入停滞。2011年，全球保费收入45970亿美元，扣除通货膨胀因素后比2010年降低0.8%。主要源于寿险业的低迷，2011年寿险业保费下滑2.7%，非寿险业保持增长势头，增加1.9%。

从国内来看，过去10年，我国保险业的行业规模、市场结构、监管水平、服务质量实现了大发展、大繁荣、大进步、大提升，成为中国经济社会发展成就的一个缩影。2011年GDP达47万亿人民币，增长9.2%，增速缓慢回落。2011年保费收入1.43万亿元，同比增长10.4%。其中，产险4617.82亿元，增长



18.5%；人身险 9721.43 亿元，按新统计口径下降 7%。保险公司总资产达到 5.9 万亿元。

关于特定时点的保险行业竞争力评价，目前尚未有公认的分析模型和分析范式。参考产业组织理论的“结构主义”学派观点，我们采用市场结构、市场行为、市场绩效三个核心分析要素，同时，我们初步认为，市场规模对市场结构具有间接影响，政府政策对整体传导具有重大影响。因此，我们主要围绕这五个要素（见图 1），以 2011 年数据为主体，对中国保险业各子行业的发展及竞争力态势进行简要评述。

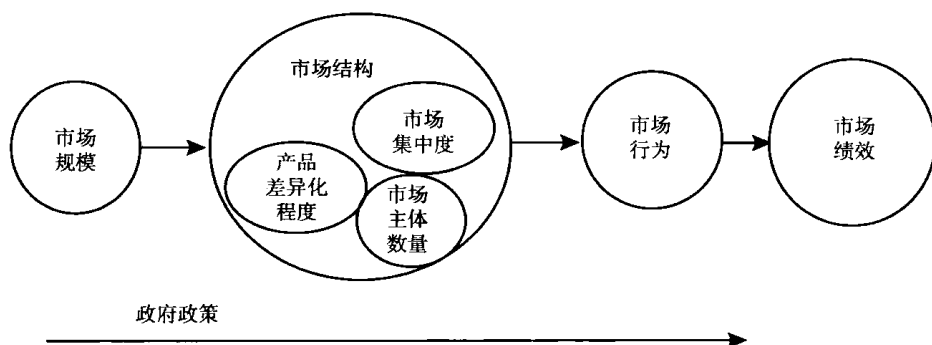


图 1 中国保险业竞争力分析框架

（一）产险业：发展放缓，竞争加剧

1. 车险需求释放趋缓，产险增速回落

2001 ~ 2010 年，中国产险业保费收入由 685.39 亿元增长至 3895.64 亿元，年均复合增长率达 21.3%；赔款支出由 332.93 亿元增长至 1756.03 亿元，年均复合增长率达 20.29%。

2011 年，产险业保费达到 4617.82 亿元，比 2010 年名义增长 18.5%，实际增长 12.47%，增速分别下降 16.9 个和 18.67 个百分点。国际市场份额达 4.44%，上升 0.5 个百分点，仅次于美、德、日、英、法，超过荷兰，排世界第 6 位。赔款达 2186.93 亿元，增长 24.54%。

受经济放缓、汽车行业发展周期、购车补贴调整、车辆限购等政策影响，2011 年，保费增速高位回落，急速放缓。从可获得的数据来看，2010 年中国非寿险增速排全球第 2，2011 年却跌至第 13 位，低于阿根廷、伊朗、土耳其、印



度、俄罗斯和韩国等。在金砖四国中，2010 年中国非寿险业务增长率遥遥领先，但 2011 年却列第 3。

2. 竞争程度标志性提高，市场化进程仍然艰难

市场结构直接影响市场的竞争程度。衡量市场结构一般有市场主体数量和市场集中度等指标。我们用行业集中率（ CR_n ）与赫芬达尔 - 赫希曼指数（HHI）来衡量市场集中度。

从主体数量来看，2001 ~ 2011 年，产险公司数量从 17 家增加到 60 家，扩容速度壮观。 CR_1 从 0.7407 下降到 0.3628， CR_4 从 0.968 下降到 0.7099，HHI 从 0.5731 下降到 0.1856，市场集中度继续下降，市场竞争不断增强。从 CR_4 指标看，中国产险市场仍属于极高寡占型市场，具有垄断市场的特征。但从更为灵敏的 HHI 指标看，产险市场第一次站在了 0.18 这一关键指标的门槛前^①。可以预见，中国产险市场即将进入竞争型市场，市场结构将进入新的历史阶段。

需要注意的是，接近 0.18 的 HHI 与较高的 CR_4 共存，表明市场上仍然有着较强的市场势力，特殊的竞争性市场结构下的产险市场化改革任重道远^②。

3. 车险一枝独秀，农险迅速上升，产品结构亟待优化

险种结构反映保险的服务格局，如发展偏好、创新能力、保障水平，直接影响行业发展的稳定性和可持续性。在美欧，产险产品丰富多样、结构均衡^③，险种结构背后是容量庞大、充满活力、保障细致全面、专业分工鲜明的高度竞争的保险市场。

在我国，得力于家用汽车的普及和“交强险”的实施，车险市场份额从 2001 年的 61.57% 增加到 2010 年的 77.12%，2011 年略降至 75.89%，占据绝对主体地位，成为多数产险公司冲规模、扩机构、谋生存发展的根本；受益于财政直补和多方推动，农险 2010 年市场份额增长到 3.49%，2011 年保费收入增长 28.1%，市场份额增至 3.77%，成为产险第三大险种。与之相比，企财险和责

① 根据国外有关研究分类，0.18 不仅是高寡占型市场结构与低寡占型市场结构的分水岭，更是衡量市场是否存在垄断的最低标准。

② 2010 年美国产险市场的 HHI 为 0.0352，属于竞争最为激烈的竞争 II 型市场。

③ 在美国，2010 年私人车辆责任险和车身险的保费收入占产险总保费收入的 37.8%，商用车辆责任险和车身险的保费收入占 5%，房屋保险占 14.4%，其他责任保险占 8.6%，工伤险占 7.4%，商业财产责任险占 6.8%。在欧洲，2010 年车险占非寿险保费的 38%，财产险占 25%，意外险、责任险分别占 9%，其他占 18%。



任险份额分别从2001年的17.65%和4.09%下降到2010年的6.97%和2.97%。值得关注的是,2011年,企财险、责任险、货运险、信用保险均以超过20%的速度增长,高于行业的18.54%,市场份额分别为7.14%、3.21%、2.12%和2.5%。

4. 赢利能力继续提升,可持续性不容忽视

我们选用净资产收益率(净利润与股东权益之比,简称ROE)来衡量保险行业绩效。2001~2010年,中国产险业ROE波动很大,呈明显的“V”形。21世纪初,由于偿付能力体系初建,保险公司资本硬约束不足,产险市场ROE达16%以上。随着偿付能力监管的完善、产险公司资本的增强,以及产险市场竞争的加剧,行业ROE水平逐渐回落,在2004年、2006年、2007年为负。2008年,由于金融危机造成经济放缓、重大自然灾害接连发生,中国产险承保亏损很大,行业ROE达到了最低谷,为近-25%。之后,随着经济恢复、监管力度加大、市场秩序好转,产险业ROE迅速上升,2010年达17.78%。

2011年,中国产险业承保利润176.65亿元,综合成本率降至创纪录的95.26%,同比下降2.07个百分点,产险业实现净利润234.45亿元,ROE升至21世纪以来最高的18.6%,效益达到历史最好水平。然而,庆功之余,有三个问题不容忽视。

(1) ROE和综合成本率指标的价值反省。ROE反映赢利能力,综合成本率反映控制成本的能力。但是,这是否必然代表其经营水平和竞争力,代表对消费者的服务能力?理论上讲,高费率、严理赔会提高ROE,降低综合成本率。因而,全面衡量竞争力还需要考虑费率水平和理赔水准。产险业不能仅仅满足于市场绩效,更应该关注经营技术和服务能力,关注所拟定的价格和提供的服务是否有亮丽的国际优势^①,这样才能适应国际化、市场化的必然趋势。

(2) 市场力量无孔不入,承保利润周期可能存在。市场通过“无形的手”来调节利润,美国产险就表现出明显的“萧条-繁荣-萧条”的周期特征^②。这

① 2010年,中国产险业ROE和综合成本率均明显优于美国当年6.6%的ROE和100.8%的综合成本率数据;2011年也优于G7和澳大利亚产险业4%的ROE,以及美国106.4%综合成本率数据。

② 2001~2010年美国产险市场ROE呈“N”形特点。2001年美国产险ROE为负,之后每年稳步上升,2006年达到峰值12.4%,之后又降至2008年的2.6%,2009年又开始逐渐上升。



在中国产险业是否存在？目前没有研究定论。虽然近十年来中国产险 ROE 呈“V”形，但如果拉长镜头到 1984 年，粗略计算机动车承保周期，约为 6 年，略长于美国。如果此结论有一定合理性，那么，在经历近年的高绩效以后，也许车险甚至产险在不远的将来会再次面临严峻的形势^{①②}。

(3) 现有经营模式下的交强险亏损值得关注。2006 ~ 2008 年赢利 6.9 亿元后，交强险开始连年亏损^③。有预计，随着赔偿标准的提高、续保费率优惠的加大、计提救助基金、外资机构参与竞争等，交强险面临的考验会加大。

这三个问题看似独立，实则紧密相连，涉及政府和市场、商业效益和社会福利关系的平衡。

(二) 人身险业：问题凸显，转型艰难

1. 寿险显著回落，保障型险种稳中有升

进入 21 世纪以来，人身险保费从 2000 年的 1003 亿元，一路高歌猛进，增加到 2010 年的 10632.33 亿元（包括产险公司经营的意外险、短期健康险收入），年均增长率为 23.79%。然而，按照新的会计准则统计口径，2011 年人身险保费收入 9721.43 亿元，同比减少 780 亿元，下降 7%，数字上看是近 20 年来首次负增长。具体来看，寿险保费 8695.59 亿元，比上年减少 983.92 亿元，同比下降了 10%。与之相比，保障性能突出的意外险保费为 334.12 亿元，同比增加 21%；健康险保费为 691.72 亿元，同比增加 2%^④。2012 年 1 ~ 7 月，实现保费 5713 亿元，在前半年同比转正后，7 月份再次转负。

受宏观经济调控、金融市场动荡和监管政策的影响，2011 年，投资分红型寿险业务明显减少，导致人身险业务整体下落。具体而言，一是在通胀、利率走

① 2012 年上半年全国保险监管工作会议指出：近一段时间以来，受业务增长压力加大、市场竞争日趋激烈等多方面因素影响，保险市场非理性竞争有抬头迹象。主要表现在，部分地区手续费有所攀升，部分公司通过放宽承保政策、扩大责任范围方式违规变相降价等。而且，一些公司出现了“以维修利润贴费争抢车险业务”的现象。

② 平安产险、太保产险 2012 年中报显示，上半年净利润分别增长 2%、-33%。

③ 从 2012 年 8 月公布的数据来看，2011 年赔付率虽同比下降了 0.4 个百分点，但经营亏损达 92 亿元，比 2010 年多亏 20 亿元，增幅为 27%。其中，承保亏损 112 亿元，投资收益 20 亿元。经营交强险的 36 家公司中，32 家呈现业绩亏损。

④ 2012 年上半年健康险保费收入为 466.20 亿元，同比增长 26.7%，赔付 142.3 亿元，同比减少 34%。健康险管理市场加速发展，或许成为保险公司未来重要利润增长点。



高和银根紧缩的大环境下，寿险产品收益率难有竞争优势，而银行理财产品和信托产品成为民众理财的首选。二是为防范银保风险，监管机构采取保险公司不得驻点、银保合作“一对三”限制等措施，挫压了银保销售，银保业务减少2%。三是投资收益缩水，占据人身险80%市场份额的分红险产品普遍没有达到令人满意的分红预期，降低了以投资储蓄为目的的保险需求，行业退保率有所上升^①。

2. 市场竞争日趋激烈，外资保险明显收缩

市场主体快速增多，竞争逐步加强。2010年有人身险公司61家，比2000年增加49家。其中，寿险52家、养老险5家，健康险4家。“入世”后，外资积极进入中国市场，2010年中资企业33家，合资外资企业28家。2011年，中资继续扩容，中资法人公司36家，较2010年增加了3家。

从2001年到2011年， CR_1 从0.6534下降到0.3329， CR_4 从0.9742下降到0.6540，HHI从0.4836下降到0.1589，市场集中度继续下降，市场竞争不断增强。从 CR_4 指标看，人身险市场仍属于寡占型市场，但从HHI指标看，人身险市场已经低于0.18，我国人身险市场即将进入竞争型市场。

中资公司增长优势明显，2011年市场份额为95.6%，同比提高1.6个百分点。与之形成鲜明对比的是，外资公司25家，较上年减少3家，注册资本大幅下滑。在华市场份额2005年达到峰值8.91%后，2010下落到6%，2011年又下滑到4.4%。与主要OECD国家相比，外资在中国市场表现较弱^②，例如，在日韩均超过15%，在美国将近20%，在英国超过了50%。

3. 愈发倚重理财型产品，产品结构转型漫道雄关

我国目前险种可大致分为：“保障+储蓄”的传统寿险产品、养老金保险，“保障+补偿”的健康保险，“保障”为特点的人身意外伤害险，“投资+保障”

① 2011年寿险公司退保957.9亿元，同比增长69.6%，退保率为2.6%。2012年上半年，4家上市寿险公司退保累计362.19亿元，同比增长21.8%。除中国人寿外，其余3家退保率略有增加。银保渠道成为退保重灾区，退保险种主要集中在分红险。

② 就反差原因，我们认为：一是外资寿险公司50% Vs. 50%的股权结构影响着公司的控制权配置、治理机制运作和效率。与OECD国家相比，目前我国是唯一限制外资寿险公司持股比例的国家。二是面临中资同业的强大竞争压力，外资公司在定价、投资、营销、内控等方面没有发挥出应有的优势。三是2008年金融危机之后，外资公司母公司资金普遍紧张，同时在华投资收益迟迟不能实现，致使其出售股份。

的分红险、投连险和万能险等新型产品。

寿险产品中，普通寿险（保障性）业务 2000 年保费是 826.14 亿元，占人身险保费收入 82.37%，十余年后，2011 年为 951.2 亿元，占比仅为 9.78%。反观分红险^①，2000 年出现，2002 年就达 1121.72 亿元，占比高达 49.31%，此后除了 2006 年和 2007 年稍有下降之外，一直占领着人身险市场的半壁江山，2008 年后又一路增长，2011 年达到 80%。

回望产品结构变迁，笔者认为，20 世纪末，在保障型人身险稳步深入、拓展领地之时，理财型寿险突然闯入我们的视野，进而急剧吸聚行业资源，扰动市场脱离正常升级轨迹，引领行业大步迈入所谓的“财富管理”时代^②。人身险快速增长与“繁荣”开始与“居民理财需求”和“资本市场发展”两个因素密切相关，逐渐“重投资、轻保障”，偏离保障本质。终于，进入 2008 年，资本市场急剧变化，万能险和投连险收益率普遍下降，保费收入快速下滑^③。随着行业转型回归呼声渐高，得益于前期积累，分红险成为 2008～2011 年保费增长的主要动力，然而分红险并未挣脱“重理财”的本质。这种产品结构，不但偏离保障职能，而且隐含着行业发展的巨大波动^④。

与我国相比，美国寿险市场产品多样，主要有五类，即个人寿险、个人年金、团体寿险、团体年金及意外和健康险。以 2010 年为例，个人年金为 31.3%，意外健康险为 25.5%，个人寿险为 22.9%，团体年金为 16.9%，团

① 有研究证明，分红险的保额/保费略高于投连险，低于万能险，保障性极弱。

② 关于原因，我们认为：一是民众财富迅速积累。2001 年人均收入突破 1000 美元，之后民众财富快速积累，财富管理需求增强。二是定价利率管制推动寿险产品向财富管理方向突破。20 世纪末央行连续 7 次降息使寿险业出现大量利差损，于是监管部门 1999 年 6 月将寿险产品新单的预定利率下调为 2.5%。这使得业务拓展难度增加，寿险公司开始调整，三大公司开始各自寻找突围之路，监管机构也于 1999 年开始鼓励试办新型寿险产品。三是国际保险业开始大幅涉足财富管理对国内经营理念和战略选择带来冲击。这样，1999 年开始，三大公司不约而同推出了“保障低、投资风险部分或全部由投保人承担”的投资型产品，成为“上规模、冲保费”的利器。平安最激进，率先推出投连险；国寿最保守，选择分红险；太保居中，启动万能险。其他公司迅速跟进，掀起热潮。

③ 数据上看，得益于 2007 年资本市场井喷，投连险保费 393.83 亿元，比 2006 年增长了 5.58 倍，占人身险的 7.96%，之后随着资本市场疲软，投连险一路下降，2011 年仅为 4.55 亿元，占寿险公司全部业务的 0.05%。万能险与之类似，2011 年保费为 77.12 亿元，占寿险公司业务 0.81%。

④ 我们采用 ROE 来衡量人身险行业赢利能力。得益于资本市场，人身险行业 2007 年 ROE 超过 20%，转年大幅回落，赢利不振，2011 年跌至 15% 以内。



体寿险为 3.5%。

4. 银邮渠道问题集中显现，个险渠道进一步强化

“保险都是卖出去的”，渠道是保险的生命。险种类型一定程度上造就了渠道状况，同时渠道对险种结构有着强大的反作用。富有储蓄和投资功能的寿险产品，注定了银邮是其天然的优良销售渠道^①。保险机构为争夺银邮渠道，竞相提高手续费，竞争日趋激烈^②。有人痛心地质备银邮渠道为“鸡肋”，实则是一些寿险公司就像“温水中的青蛙”，有被银邮“绑架”之嫌，只能“饮鸩止渴”地依托银邮维持生计。针对银邮渠道的销售误导、业务品质低、违规支付利益、风险跨行业传递、监管乏力等突出问题，监管机构开始了密集整治，加之市场流动性的急速收紧，银邮渠道积累的深层次矛盾凸显，2011 年实现保费收入 4577 亿元，同比下降 1.85%，2012 年上半年更显萧条，给行业发展带来较大的压力^{③④}。

银邮渠道的受挫，迫使不少保险公司更加重视传统个人营销渠道，个人营销渠道得到进一步强化。1992 年美国友邦将寿险代理人机制引入中国，国内公司纷纷效仿，快速复制，带动了寿险业的超常规发展^⑤。然而，在我国对代理人制度的探索实践中产生的不诚信问题，以及“管理粗放、大进大出、素质不高、产能低下”困境，已经成为危及中国寿险业的恶瘤。问题根源是制度本身，还

① 1999 年以前，银行以兼业身份代理销售，规模不大，寿险公司没有开发专门的银保产品。直至平安寿险 2000 年正式推出“千禧红”后，银保才开始启动，寿险公司纷纷跟进。2003 年，监管机构解除了“一对一”机构合作限制，银保保费收入开始突飞猛进，2008 年首次超过个险渠道，成为寿险保费来源中分量最重的渠道，随后而来的宽松货币政策营造了银保业务的巨大“繁荣”。

② 2009 年以来，随着银保成本攀升，人力成本增加，人身险行业的综合费用率逐年上升，2011 年近 30%。

③ 2012 年上半年，中国人寿、中国平安、太平洋保险、新华保险银保收入分别为 724 亿元、75.98 亿元、217.09 亿元、313.93 亿元，除了新华保险同比增长 2.2% 外，其他三家公司分别下降 23.3%、43.5%、22.5%。

④ 银保低迷在银行 2012 年中报中得以体现，多家上市银行代理保险保费和手续费收入呈现负增长。例如，农行代理新单保费 543.90 亿元，同比下降 16.4%，手续费收入 23.99 亿元，同比下降 26.4%；光大银行代理保险手续费 0.69 亿元，同比下降 25%。

⑤ 有观点认为，保险代理人在 1994~1997 年素质较高，朝阳行业、高收入吸引了一批大学生和素质较高的下岗工人，然而在 1997 年保险市场全面扩张后，情况开始变化。保险公司急功近利、产品有失公允、考核激励“重规模轻质量，重结果轻过程”、培训中的不良宣导，致使营销员体制机制问题日益积累。



是我们模仿走形？值得反思^①。特别是最近几年，随着劳动力短缺，用工成本大幅上升，以“人海战术”为重要特征的寿险增员机制受到极大限制。即使如此，2011年保险公司还是加大投入，个人营销再次成为亮点，实现保费4266.72亿元，同比增长16.8%，占比45%，提升了4个百分点。然而，营销员无疑正在成为“末路英雄”，2011年增员率从2010年13.49%下降到1.8%，人均佣金自2007年来持续下降，2011年为1.27万元，同比下降24.59%，与全社会平均工资上涨形成强烈反差。数据让人警醒！

银邮渠道造就了寿险业的“辉煌”，但却助力寿险越发偏离保障，特别是2008年宽松货币政策下的银邮销售繁荣，延迟了本应到来的寿险业务调整。2011年银邮问题集中爆发，传统个人营销压力倍增，深层次问题进一步固化，这些都加大了未来调整转型的难度。

（三）保险中介业：蜿蜒前行，任重道远

保险中介是保险市场细化分工的产物，同样，保险中介的成熟发展也会通过反作用力推动保险业调整转型。

1. 主渠道地位显著，营销员和兼业代理占据主导

2001年以来，保险中介实现保费占全国保费的比例不断上升，2005年达73%，2007年达82%，之后基本在80%以上，2011年达到86%。

在保险中介各子类别中，不难发现，保险营销员和保险兼业代理机构始终是保险销售的主要渠道，专业保险代理公司和经纪公司份额不高。2002年，营销员和兼业代理实现保费占全国总保费的62%。2011年营销员实现保费5469.89亿元，占比38.25%，兼业代理6054.12亿元，占比42.34%，合计达80%以上。而专业经代公司实现保费占比基本在4%~6%，2010年为5.48%，2011年达6.3%，有所上升，比例仍然较小。

2. 专业机构数增长回落，资本实力提升，市场竞争充分

2001年全国有61家保险专业中介机构，2011年为2554家，其中，全国性

^① 需要注意的是，现今，代理人制度在“鼻祖”友邦（AIA）中生命力依然旺盛。AIA将保障期8年以上的保障型产品作为业务发展重点，匹配以营销员为主导的销售模式。2011年，AIA保费为144.4亿美元，同比增长11%，续保率达到94.5%，税后利润为19.2亿美元，同比增长13%，AIA营销员业务贡献度为62%，员工及代理人队伍保持了相对稳定。