

中国国情调研丛书·企业卷

China's national conditions survey Series · Vol enterprises

主 编 陈佳贵

副主编 黄群慧



—黄阳华/编著—

同昌保险经纪股份有限公司考察

Investigation on Tongchang Insurance Broker Co., Ltd.



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



中国国情调研丛书·企业卷

China's national conditions survey Series · Vol enterprises

主 编 陈佳贵

副主编 黄群慧

同昌保险经纪股份有限公司考察

Investigation on Tongchang Insurance Broker Co., Ltd.

黄阳华 / 编著



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

同昌保险经纪股份有限公司考察/黄阳华编著. —北京: 经济管理出版社, 2017. 6

ISBN 978-7-5096-5156-8

I. ①同… II. ①黄… III. ①保险公司—研究—中国 IV. ①F842. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 126705 号

组稿编辑: 陈 力

责任编辑: 杨国强 张瑞军

责任印制: 司东翔

责任校对: 王淑卿

出版发行: 经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn

电 话: (010) 51915602

印 刷: 玉田县昊达印刷有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 720mm×1000mm/16

印 张: 15

字 数: 261 千字

版 次: 2017 年 7 月第 1 版 2017 年 7 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-5156-8

定 价: 49.00 元



· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

《中国国情调研丛书·企业卷·乡镇卷·村庄卷》

序 言

为了贯彻党中央的指示，充分发挥中国社会科学院思想库和智囊团的作用，进一步推进理论创新，提高哲学社会科学研究水平，2006年中国社会科学院开始实施“国情调研”项目。

改革开放以来，尤其是经历了近30年的改革开放进程，我国已经进入了一个新的历史时期，我国的国情发生了很大变化。从经济国情角度看，伴随着市场化改革的深入和工业化进程的推进，我国经济实现了连续近30年的高速增长。我国已经具有庞大的经济总量，整体经济实力显著增强，到2006年，我国国内生产总值达到了209407亿元，约合2.67万亿美元，列世界第四位；我国的经济结构也得到了优化，产业结构不断升级，第一产业产值的比重从1978年的27.9%下降到2006年的11.8%，第三产业产值的比重从1978年的24.2%上升到39.5%；2006年，我国实际利用外资为630.21亿美元，列世界第四位，进出口总额达1.76万亿美元，列世界第三位；我国人民生活水平不断改善，城市化水平不断提升。2006年，我国城镇居民家庭人均可支配收入从1978年的343.4元上升到11759元，恩格尔系数从57.5%下降到35.8%，农村居民家庭人均纯收入从133.6元上升到3587元，恩格尔系数从67.7%下降到43%，人口城市化率从1978年的17.92%上升到2006年的43.9%以上。经济的高速发展，必然引起国情的变化。我们的研究表明，我国的经济国情已经逐渐从一个农业经济大国转变为一个工业经济大国。但是，这只是从总体上对我国经济国情的分析判断，还缺少对我国经济国情变化分析的微观基础。这需要对我国基层单位进行详细的分析研究。实际上，深入基层进行调查研究，坚持理论与实际相结合，由此制定和执行正确的路线方针政策，是我们党领导革命、建设和改革的基本经验和基



本工作方法。进行国情调研，也必须深入基层，只有深入基层，才能真正了解我国国情。

为此，中国社会科学院经济学部组织了针对我国企业、乡镇和村庄三类基层单位的国情调研活动。据国家统计局的最近一次普查，到2005年底，我国有国营农场0.19万家，国有以及规模以上非国有工业企业27.18万家，建筑业企业5.88万家；乡政府1.66万个，镇政府1.89万个，村民委员会64.01万个。这些基层单位是我国社会经济的细胞，是我国经济运行和社会进步的基础。要真正了解我国国情，必须对这些基层单位的构成要素、体制结构、运行机制以及生存发展状况进行深入的调查研究。

在国情调研的具体组织方面，中国社会科学院经济学部组织的调研由我牵头，第一期安排了三个大的长期的调研项目，分别是“中国企业调研”、“中国乡镇调研”和“中国村庄调研”。“中国乡镇调研”由刘树成同志和吴太昌同志具体负责，“中国村庄调研”由张晓山同志和蔡昉同志具体负责，“中国企业调研”由我和黄群慧同志具体负责。第一期项目时间为三年（2006~2009年），每个项目至少选择30个调研对象。经过一年多的调查研究，这些调研活动已经取得了初步成果，分别形成了《中国国情调研丛书·企业卷》、《中国国情调研丛书·乡镇卷》和《中国国情调研丛书·村庄卷》。今后，这三个国情调研项目的调研成果还会陆续收录到这三卷书中。我们期望，通过《中国国情调研丛书·企业卷》、《中国国情调研丛书·乡镇卷》和《中国国情调研丛书·村庄卷》这三卷书，能够在一定程度上反映和描述在21世纪初期工业化、市场化、国际化和信息化的背景下，我国企业、乡镇和村庄的发展变化。

国情调研是一个需要不断进行的过程，以后我们还会在第一期国情调研项目基础上将这三个国情调研项目滚动开展下去，全面持续地反映我国基层单位的发展变化，为国家的科学决策服务，为提高科研水平服务，为社会科学理论创新服务。《中国国情调研丛书·企业卷》、《中国国情调研丛书·乡镇卷》和《中国国情调研丛书·村庄卷》这三卷书也会在此基础上不断丰富和完善。

中国社会科学院副院长、经济学部主任

陈佳贵

2007年9月

《中国国情调研丛书·企业卷》

序 言

企业是我国社会主义市场经济的主体，是最为广泛的经济组织。要对我国经济国情进行全面深刻的了解和把握，必须对企业的情况和问题进行科学的调查和分析。深入了解我国企业生存发展的根本状况，全面把握我国企业生产经营的基本情况，仔细观察我国企业的各种行为，分析研究我国企业面临的问题，对于科学制定国家经济发展战略和宏观调控经济政策，提高宏观调控经济政策的科学性、针对性和可操作性，具有重要的意义。另外，通过“解剖麻雀”的典型调查，长期跟踪调查企业的发展，详尽反映企业的生产经营状况、改革与发展情况、各类行为和问题等，也可以为学术研究积累很好的案例研究资料。

基于上述两方面的认识，中国社会科学院国情调查选择的企业调研对象，是以中国企业及在中国境内的企业为基本调查对象，具体包括各种类型的企业，既包括不同所有制企业，也包括各个行业的企业，还包括位于不同区域、具有不同规模的各种企业。所选择的企业具有一定的代表性，或者是在这类所有制企业中具有代表性，或者是在这类行业中具有代表性，或者是在这个区域中具有代表性，或者是在这类规模的企业中具有代表性。我们期望，通过长期的调查和积累，中国社会科学院国情调查之企业调查对象，逐步覆盖各类所有制、各类行业、不同区域和规模的代表性企业。

中国社会科学院国情调查之企业调查的基本形式是典型调查，针对某个代表性的典型企业长期跟踪调查。具体调查方法除了收集查阅各类报表、管理制度、文件、分析报告、经验总结、宣传介绍等文字资料外，主要是实地调查，实地调查主要包括进行问卷调查、会议座谈或者单独访谈、现场观察写实等方式。调查过程不干扰企业的正常生产经营秩序，调查报告不能对企



业正常的生产经营活动产生不良影响，不能泄露企业的商业秘密，“研究无禁区，宣传有纪律”，这是我们进行企业调研活动遵循的基本原则。

中国社会科学院国情调查之企业调查的研究成果主要包括两种形式：一是内部调研报告，主要是针对在调查企业过程中发现的某些具体但具有普遍意义的问题进行分析的报告；二是全面反映调研企业整体情况、生存发展状况的长篇调研报告。这构成了《中国国情调研丛书·企业卷》的核心内容。《中国国情调研丛书·企业卷》的基本设计是，大体上每一家被调研企业的长篇调研报告独立成为《中国国情调研丛书·企业卷》中的一册。每家企业长篇调研报告的内容，或者说《中国国情调研丛书·企业卷》每册书的内容，大致包括以下相互关联的几个方面：一是关于企业的发展历程和总体现状的调查，这是对一个企业基本情况的大体描述，使人们对企业有一个大致的了解，包括名称、历史沿革、所有者、行业或主营业务、领导体制、组织结构、资产、销售收入、效益、产品、人员等；二是有关企业生产经营的各个领域、各项活动的深入调查，包括购销、生产（或服务）、技术、财务与会计、管理等专项领域和企业活动；三是关于企业某个专门问题的调查，例如企业改革问题、安全生产问题、信息化建设问题、企业社会责任问题、技术创新问题、品牌建设问题，等等；四是通过对这些个案企业的调查分析，引申出这类企业生存发展中所反映出的一般性的问题、理论含义或者其他代表性意义。

中国正处于经济高速增长的工业化中期阶段，同时中国的经济发展又是以市场化、全球化和信息化为大背景的，我们期望通过《中国国情调研丛书·企业卷》，对中国若干具有代表性的企业进行一个全景式的描述，给处于市场化、工业化、信息化和全球化背景中的中国企业留下一幅幅具体、生动的“文字照片”。一方面，我们努力提高《中国国情调研丛书·企业卷》的写作质量，使这些“文字照片”清晰准确；另一方面，我们试图选择尽量多的企业进行调查研究，将始于2006年的中国社会科学院国情调研之企业调研活动持续下去，不断增加《中国国情调研丛书·企业卷》的数量，通过更多的“文字照片”来全面展示处于21世纪初期的中国企业的发展状况。

中国社会科学院经济学部工作室主任

黄群慧

2007年9月

目 录

导言	1
----------	---

成长篇

第一章 行业背景	7
----------------	---

第一节 世界保险的发展简史	7
第二节 中国保险业的发展简况	9
第三节 保险中介发展情况	14
第四节 云南保险市场基本情况	21

第二章 创业起步	31
----------------	----

第一节 同昌艰难起步	31
第二节 进军保险业	33
第三节 加盟江泰谋新篇	36

第三章 发展历程	38
----------------	----

第一节 江泰磨砺锋渐露（2002 年 7 月至 2006 年 8 月）	38
第二节 同昌扬帆起航（2006 年 8 月至 2014 年 7 月）	45
第三节 同昌的新生（2014 年 7 月至 2015 年 5 月）	49



第四章 同昌“及时赔”	63
第一节 “及时赔”推出的背景	63
第二节 横空出世“及时赔”	66
第三节 “及时赔”业务发展情况	77

第五章 同昌战略	85
第一节 同昌战略起源及演变	86
第二节 同昌核心竞争力	90
第三节 同昌分支机构建设	93
第四节 同昌的创新	102

业务篇

第六章 同昌业务	109
第一节 同昌业务概述	109
第二节 同昌非车经纪业务	121
第三节 同昌车险业务	133
第四节 同昌公估业务	143

管理篇

第七章 同昌制度	169
第一节 制度综述	169
第二节 财务管理与风险控制	180
第三节 客服制度	186
第四节 人力资源管理	192

文化篇

第八章 同昌企业文化	199
第一节 股权文化.....	199
第二节 兄弟文化.....	202
第三节 诚信文化.....	206
第四节 学习文化.....	208
第五节 幸福文化.....	211
第六节 企业社会责任.....	215
附录	224

导 言

“保险”的本意是安全可靠。随着人们生产生活的发展演进，保险业逐步进化成为人们风险管理的基本手段，进而成为现代服务业的重要组成部分。我国保险业起步于 100 多年前近代西方资本主义经济在华的渗透，民族保险产业随着国内保险需求的增长而顽强地生存下来。新中国成立后，伴随着我国经济体制的演化，我国保险产业几经沉浮。改革开放后，我国保险产业在相当长的一段时期内一家独尊。20 世纪末，平安和太平洋保险等陆续成立，进入 21 世纪后，随着大地、阳光、中银、永诚、华泰、永安、华安等保险公司陆续进入市场，中国保险业进入了繁荣期，行业规模快速增长，竞争程度不断提升，保险产品和商业模式创新加速。然而，虽然中国保险业规模已经位居世界第三，但仍存在保险市场不成熟和发展水平不高的特点，不能满足人民群众生活水平日益提高对保险的需求。如何在新的背景下服务国家经济建设需要？如何满足新的发展阶段下人们保险需求的升级？这已经成为当前及未来的保险业必须思考的现实命题。

按照经典“斯密—杨格定理”，只要市场需求足够大，产业分工将不断发展，从而衍生出新的经济组织形态。保险中介是保险业分工发展和市场细分的产物，承担着保险产业资源配置效率优化、降低保险交易成本的功能，是保险产业链中不可或缺的一环。对保险公司而言，保险中介可以节省企业内部的管理成本和与消费者的交易成本；对消费者而言，保险中介可以提供更专业的信息与交易服务，有效缓解保险行业信息不对称问题对市场效率的损害。因此，保险中介业的发展水平是保险业发达程度的重要指标。就发达国家而言，保险中介人员占保险业全部从业人员数量的比重已经占大多数，绝大多数的保险客户都引进保险经纪人作为保险顾问。

保险中介这一保险业细分市场的成长与升级是未来中国保险业发展的重



点领域。保险中介又细分为保险经纪、保险代理和保险公估“三驾马车”。保险中介行业结构的升级，不仅事关保险中介的健康成长，还将影响到大保险产业的可持续发展。为此，本国情调研项目选取云南同昌保险经纪股份有限公司（以下简称同昌）为调研对象，希望通过对这家典型保险中介公司的成长与创新之路进行“白描式”考察的方式，观察中国保险中介行业的演进与变革。

同昌的创业史可以追溯至 20 世纪末。1997 年，中国南疆边陲春城昆明，一家名为“昆明市南方之友汽车俱乐部”的机构成立，这便是同昌的前身。此后，创业团队在范吉智先生的带领下，顺应保险行业发展规律，以市场需求为导向，不断加强自身能力的建设，推出以“及时赔”为代表的创新性服务模式，在云南乃至中国保险中介行业树立了良好的品牌形象。19 年来，同昌已累计服务 200 余家企业（项目）客户和数万名个人客户，以一贯坚持的优质服务为公司赢得了广泛的赞誉，并与多家保险公司建立了长期的友好合作关系。同昌多年成长之路，是我国中小保险中介企业在保险行业大潮中弄潮的缩影，是保险业在地方经济建设中不断创新服务方式的典型。

同昌经过近 20 年的快速发展，目前已形成以同昌经纪为中心，以同昌代理及同昌公估为两翼的保险中介集团雏形。2010 年实现业务收入 2000 余万元，员工近 200 人，经手保费逾亿元。截至 2015 年，员工发展到近 400 人，保费规模 3 亿多元。其中，售后公估团队达 70 余人，发展势头强劲。公司已具备了较强的保险销售及售后服务能力。

同昌的成功在于抓住了保险行业和保险中介快速发展的外部机遇，但更重要的是通过一系列的制度与管理变革，不断提升了企业的核心竞争力。公司从成立之初，即建立了合理的公司治理结构，形成独具特色的“全员持股制度”。该制度与保险中介这种“人才密集型”行业相适应，有效地激励员工的内在动力，同时也保障员工能够最大限度地分享公司的发展成果。公司多年来形成了“以人为本”的管理氛围，倡导“公平、透明、和谐、共享”的价值观，奠定了“以感情为基础，以股权为纽带”的企业文化，把“拥有自信而有尊严的幸福生活”作为每位员工的最高理想，致力于全面为省内外企业和个人提供专业、高效、全面、周到的保险经纪服务。

身处大不同于往昔的新阶段，保险如何与时俱进？保险中介将如何实现

可持续发展？保险经纪人如何成就自己的未来？消费者如何让自己及家庭“稳妥可靠”？同昌又如何识别外部环境的变化并调研企业的战略？如何更好地加强能力建设并为客户提供价值？针对这些问题，都需要大家共同探讨、共同来回答、共同来书写。本书作为一份调研报告，如实记录了一家保险中介企业的成长与蜕变，观察一个行业的转型与发展。

成长篇



第一章 行业背景

正是因为人们生产生活的现实需要，保险的产生和发展才与人类生产生活息息相关。世界保险业的发展分为几个阶段。保险进入中国后的发展也经历了如下几个阶段：新中国成立初期一家独大、“文化大革命”时期彻底中断、改革开放后恢复、20 世纪 80 年代国家保险政策逐步调整、20 世纪 90 年代中国保险业垄断被打破、21 世纪初中国保险业进入百花齐放的快速发展时期。本章还介绍了云南保险市场的发展现状，为后文考察云南地区保险中介企业提供研究背景。

保险的诞生背景是人们在生产生活中因为不确定的自然灾害和人为意外，造成无法承受的打击和损失，致使人们正常生活受到影响。为规避风险的侵袭，人们慢慢探讨出一种转移分散风险的方法，这是保险的最初形式。世界范围内的广泛传播更证明了保险强大的需求以及与经济活动息息相关的特点。跟其他行业一样，保险业也经历了产生、发展、完善的过程。其间，保险的概念、性质、服务流程、法律法规等相继形成与完善。

第一节 世界保险的发展简史^①

保险源于海上保险，而海上保险萌芽于共同海损的分摊原则。公元前 2000 年，在地中海海上贸易活动中，为使航海船舶免遭倾覆，常常抛弃船

^① 该部分主要参考如下文献：中国保险学会．中国保险史 [M]．北京：中国金融出版社，1998；王永宏．海上保险的起源 [J]．海洋世界，2004（11）；王稳．出口信用保险：起源、发展趋势 [J]．中国保险，2016（6）．