

2005

中国保险市场论丛

*2005 China Insurance
Market Review*

中央财经大学中国保险市场研究中心
编 著

中国商业出版社

2005 - 中国保险市场论丛

中央财经大学中国保险市场研究中心 编著

中国商业出版社

图书在版编目(CIP)数据

2005 中国保险市场论丛/中央财经大学中国保险
市场研究中心编著. —北京: 中国商业出版社, 2006. 6
ISBN 7-5044-5681-0

I. 中… II. 中 III. 保险业-市场-中国-文集
IV. F842-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 063980 号

责任编辑: 刘洪涛

中国商业出版社出版发行
(北京广安门内报国寺 1 号 邮编: 100053)
新华书店总店北京发行所经销
北京科丰华文化发展有限公司激光照排
北京市南召印刷厂印刷

*

开本: 787 × 1092 毫米 1/16 印张: 26.625 字数: 580 千字
2006 年 6 月第 1 版 2006 年 6 月第 1 次印刷

定价: 39.80 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

目 录

第一篇 保险理论与实践	(1)
影响中国保险市场健康发展的若干问题	郝演苏(2)
争鸣:谁动了保险业的奶酪?	陈超军/李兆章(7)
大陆保险市场开放之前瞻	程文平/张辉(8)
脱离襁褓的中资保险业前景预测	余文玉(14)
“并购”引导中国保险业新发展	李栋梁(17)
“银行保险公司”推动金融业发展	李栋梁(20)
金融控股公司完善风险控制	许艳涛(21)
金融一体化中的保险公司	邱鹏(24)
不平衡的混业:银行与保险的较量	叶莹(26)
“银行保险公司”呼唤金融混业经营	李栋梁(27)
中国人寿并购思考	张辉(29)
农村保险市场正待开拓	刘海兰(31)
要帮助消费者正确认识保险条款	郝演苏(33)
真的是“不平等格式条款”吗?	徐晓华(36)
再保险的优与忧	王梅(39)
300 亿退保的背后	周琼(40)
客户投诉中涉及的法律问题解析	管贻升(41)
澳大利亚保险法律架构及评价	管贻升(47)
保险公司败诉原因法律分析	管贻升(49)
从禽流感险透视中国保险市场的浮躁	周琼(52)
禽流感保险应该理性开发	张学斐(54)
理性看待“人禽流感保险”	李栋梁(56)
不公平的禽流感保险	张兰/陈炜(57)
为“禽流感保险”说句公道话	王丽丽(59)
“人禽流感保险”要及时还要理性	邓宏(61)
绑架险应兼顾责任与公益	张辉(63)
哪里是理性与非理性的分野	叶莹(65)
第二篇 财产保险理论与实务	(66)
论保险诉讼中举证责任的分配制度	管贻升(67)
论海上保险代位求偿权的法律性质	程溢(72)
论《道路交通安全法》抢救费用的合理性	张辉/杜林(76)

我国有待进一步发展产品责任险	张东(80)
责任保险与侵权行为的冲突与融合	韩芳/赵岩(81)
汽车三者险不“保险”?	管贻升(85)
法定机动车辆第三者责任险制度设计	管贻升(87)
法定三者险应只赔人身伤亡	管贻升(93)
旅游险何时不再是“鸡肋”	陈辉(95)
公众责任险缘何叫好不叫座	陈辉(96)
洪水保险应重视风险管理	邓龙衡(98)
开展巨灾保险 制度先行	王刚(100)
海啸能否警醒中国保险业	陈岩(101)
保费期缴 房贷险尝试解困	程溢(103)
房贷险不可轻言取消	李凯/周琼(105)
折旧条款属于“强买强卖”?	赵涛(107)
“麦莎”台风呼唤巨灾保险制度	堵春勇/山钢(108)
丈夫发生车祸,我该如何索赔	邱鹏(110)
隔岸观“火”点评美国农业保险	张辉(111)
澳大利亚财产险首季进账 150 亿美元	管贻升(113)

第三篇 人身保险理论与实务

2005 - 中国寿险业夯实发展基础	郝演苏(115)
The Focus of Life Insurance	郑宇(118)
论寿险的节税功能	薛梅(139)
遗嘱变更受益人是否有效?	张薇/王娟娟(142)
关于人身保险合同订立过程中代签名问题的法律分析	应晓喻(144)
解读寿险主营业务	杨红梅(151)
万能险 想说爱你不容易	邓宏(153)
新兴市场的人寿保险需求	郑宇/余文玉(155)
分家“投连险”防止保费虚增	陈岩(170)
新生命表,寿险产品价格合理化的催化剂	张学斐(172)
把脉“欧洲游”旅游保险市场	杨红梅(174)

第四篇 年金、健康保险与社会保障

Pay - As - You - Go Public Pension Systems	杨再贵(177)
我国企业年金发展优势劣势剖析	刘钧(188)
论我国社会保险基金投资的监管	刘钧(191)
我国社会保障制度改革的两难困境与选择	刘钧(196)
当前我国居民最低生活保障制度存在的问题及对策建议	王玉玫(201)
我国农村现行养老保障模式面临的挑战及思考	董慧子/周桦(204)
企业年金基金管理:保险公司的角色选择探讨	应晓喻(208)

尴尬的企业补充医疗保险	潘焱焱(211)
养老保险省级统筹任重道远	郭华娟(215)
关注企业年金投资	叶莹(219)
员工福利计划与保障	刘钧(225)
遗产税的调节作用不宜夸大	薛梅(227)
部分积累制养老保险的最优费率组合	杨再贵(230)
增值税、养老保险与内生增长	杨再贵(237)
医疗意外保险是医疗责任保险的重要补充	韩媛媛(245)
保险保障制度刺激了谁	张楠楠(248)
谁动了我们养老的“奶酪”	赵琦(250)
第五篇 保险中介市场与实务	(252)
我国保险营销体制存在制度缺陷	郝演苏(253)
寿险公司营销体制改革迫在眉睫	韩芳(257)
区域收展制——寿险营销制度改革的方向	巫长生/魏磊/王刚(259)
消费者为中心是营销本质	王玉玖(262)
对保险代理公司发展个人寿险代理业务的思考	杨帆(264)
谁该为保险经纪买单	王艳(269)
第六篇 保险经营与管理	(271)
保险公司如何加强内部控制	陈辉(272)
承保利润和投资收益的现实选择	张辉/章俐(275)
净资产收益率指标的管理价值	杜江/郑君(280)
关于保险业诚信建设的思考	张辉(283)
加强诚信建设 构建和谐保险业	郑宇(287)
评《保险保障基金管理办法》的实施	郝演苏(291)
基于体验经济的客户关系管理分析	叶亮(293)
勿以客户利益为赌注	王梅(298)
保险业要珍惜自己的形象	王梅(299)
莫以赔付率论成败	张薇(300)
第七篇 保险制度与监管	(301)
中国保险市场主体增设过程中的潜规则	郝演苏(302)
中外合资寿险公司的制度缺陷	郝演苏(304)
An Empirical Study on the Solvency of China's Insurance Companies ...	刘晓璐/陈丹(306)
建立我国红利精算师制度	陈辉/马琳琳/孙蕾(329)
保险产品多样化需“国家标准”护航	邓宏(334)
保险业标准化建设首先应是保险术语标准化	马琳琳/陈辉(336)
保单“标准化”不妨更“标准”	邓宏(338)

Risk Management Model of China Agriculture Insurance Fund	陈舒(340)
保险资金直接入市 顺理成章的结果	张楠楠(352)
保险资金海外投资当慎行	高妍(353)
保险资金直接入市须严防金融风险	潘焱焱(354)
隐性竞争与创新方向	张楠楠(356)
影响保险资金投资决策的因素	丁文洁/徐强(358)
美国保险广告监管及启示	章俐(360)

第八篇 金融市场及其他 (363)

国有商业银行股份制改革前后风险比较分析	王慧心/方刚(364)
金融体系演进的动因分析及对我国金融体系发展方向的启示	韩天雪/熊志刚(369)
存贷款利率水平提高对国债收益率曲线变动影响的分析	董研/张可/潘焱焱(373)
北京奥运给商业银行带来的机遇、风险与对策	王慧心/方刚(382)
我国股市可引入做空机制	岳赞/潘焱焱/卢志强(386)
境外投资在保险资金投资中的作用分析	王刚(388)
完善我国商业银行的信息披露制度	王慧心/方刚(390)
欧洲货币联盟——欧元和它的麻烦	韩蕊(393)
提高农村经济实力,缩小城乡收入差距	李生昭(395)
论生物节律论在企业管理中的应用	薛梅(401)
Applying Least - Squares Monte Carlo Approach to Derivatives of Pricing and Valuation	郑宇(405)
NCD 中国行何去何从	陈岩/屈凤琴(410)
中财教师保险意识调查及启示	李兆章(411)
工薪阶层理财进行时	叶莹(414)
我与保险	郝演芬(417)
东行散记	张辉(419)

第一篇

保险理论与实践

影响中国保险市场健康发展的若干问题

中央财经大学保险系主任、教授 郝演芬

在中国保险市场的建设和发展过程中,没有可以全盘照搬的成熟模式,只能根据中国国情和现实,在发展中解决问题,在解决问题中发展,及时发现和解决影响市场健康发展的问题,是从事保险理论和实务工作的专业人员的社会责任。

一、保险合资制度面临的问题

制度是一种约束特定行为的规则。制度必须坚持公平和效率的原则,其中公平是最重要的。任何制度如果对于相同的行为实行不同的约束规则,这种制度就是不公平的,也就是存在制度缺陷。我国中外合资寿险公司的组织形式就面临这样的问题。

首先,我国保险法第七十条明确规定:“保险公司应当采取下列组织形式:(一)股份有限公司;(二)国有独资公司。”中外合资寿险公司的组织形式显然不属于保险法规定的范畴,而是属于我国公司法规定的有限责任公司的组织形式。我国保险法第一百五十四条规定:“中外合资保险公司、外资独资保险公司、外国保险公司分公司适用本法规定;法律、行政法规另有规定的,适用其规定。”那么,合资保险公司的组织形式符合哪些规定呢?一是我国的中外合资企业法要求中外合资企业采取有限责任的组织形式;二是根据 WTO 有关协议,我国加入 WTO 后允许外国寿险公司在华设立合资公司,外资比例不超过 50%,外方可以自由选择合资伙伴。中外合资企业法和保险法属于同位法,在处理行业问题时应当遵循行业特别法优先的原则。因此,只有我国政府签署的 WTO 协议能够支持中外合资寿险公司组织形式的存在。

其次,通过我国中外保险公司目前采取的组织形式比较,我们发现除了国有独资公司外,内资公司只能采取股份有限公司的组织形式,而外资公司却可以采取股份有限公司(外资独资)或有限责任公司(中外合资)两种组织形式。对照我国商业银行的组织形式,我国商业银行法第十七条规定:“商业银行的组织形式、组织机构适用《中华人民共和国公司法》的规定。”因此,在我国有关商业银行的组织形式的法律文件中,对于中外商业银行的组织形式不存在任何区别性规定。只是在 WTO 有关协议中,对于外资银行的营业许可做出了限制性约束。根据 WTO 有关协议,我国在加入 WTO 时允许外国非寿险公司在华设立分公司或合资公司,两年后没有企业设立形式限制。对于外资寿险公司则要求采取合资方式,而且没有改变企业设立形式的时间承诺。表面上看,对于外资寿险公司采取合资形式是对民族保险业的一种保护,外资寿险公司在中国市场的发展将遭遇合资障碍。但是,好心办错事,在法律上没有放开对于内资保险公司采取有限责任公司组织形式限制的情况下,外资寿险公司却获得了和任何一个中国优势企业结盟的机会,而且外资寿险公司(友邦除外)只有选择中国合作伙伴才能获得进入中国市场的惟一通道。

最后,按照我国公司法,股份制公司至少由五个以上的股东组成,有限责任公司只需要两个股东,在中国目前的保险公司组织形式架构下,中外合资寿险公司组织形式的制度缺陷明显地暴露出对于内资保险公司的不公平。由于内资保险公司在法律上不允许和任何一家国内优势企业组建有限责任公司,加上国内优势企业目前尚无法律依据组建专业自保公司,使

得国内优势产业资本和国际寿险资本阴差阳错地在中国保险市场实现了强强联合。在内资保险公司采取股份有限公司的架构下,至少需要五家股东,而且单一股东持股比例原则上不能超过20%,造成事实上内资保险公司的任何一家股东很难将其潜在的保险资源转化为现实的保险资源,因为这种资源转化的结果是其最多只能获得20%的利益。在合资寿险公司的组织形式下,中方股东则可以通过运作成本最低的方式分享一半的利益或者实现半自保的目标,同时还赢得产业结构多元化、与国际著名跨国金融(保险)集团联手向金融领域进军的“美誉”。需要特别说明的是,尽管合资寿险公司组织形式存在制度缺陷,但合资寿险公司中方股东的抉择无可挑剔,追求企业利益最大化永远是正确的,因为这种不公平的制度并非中方股东制造的。同时,我们还要意识到这种对于国内保险公司不公平的合资寿险公司组织形式,使得外资寿险公司成为事实上最大的赢家,获得了外资独资公司不敢想的利益。中意人寿2005年春节前获得了中方股东价值200亿保险费的天价保险合同,创造了单笔即期年金保险合同的世界纪录,在外方股东的技术指导下,这份保险合同也创造了国内价值亿元保单的运作成本最低、合同质量最佳的纪录。但是,如果制度允许中国石油自保或者允许中国本土的寿险公司与中国石油成立合资公司,一定也可以做得同样漂亮!面对团险市场的开放,合资寿险公司已经开设着手将中方股东潜在的保险资源转化为现实的保险业务,如果这些中方股东再将其关联或下游企业的团体业务进行整合,合资寿险公司控制的团险业务总量将可能超越内资公司。另外,如果希望通过金融产品了解和分析一个企业或行业,人身保险产品是首选,尤其涉及养老和医疗的人身保险产品要求获得被保险人详尽的信息资料。一旦获得对于国民经济举足轻重的关键企业或部门的团体保险合同,完全可以通过技术分析获得极其重要的信息。因此,国家是否应当制定限制某些企业或行业向外资保险公司投保团体保险的规定,合资寿险公司组织形式面临的问题只是制造了不公平,如果再产生重大的隐患则不仅仅是制度缺陷了。

二、保险营销体制面临的问题

1992年,美国友邦重新返回上海滩,并且将一种在北美、东南亚和港澳台寿险市场广泛采用的个人营销模式原版引进中国。这种运用激励和血缘纽带调动潜能的寿险产品销售模式没有经过任何调整和修正,迅速取代了当时中国寿险市场实行的工资、福利加提成的销售模式。在效率优先的旗帜下,这种在西方的社会、文化和经济土壤中成长起来的销售模式成为中国寿险业飞跃的力量,几乎没有人考虑这种销售模式是否适合我国的国情。十多年过去了,在承认这种源于资本主义市场环境的个人营销模式为中国寿险业做出重大贡献的同时,也不得不面对在中国特定的历史和人文背景下个人寿险营销模式所存在着的种种弊端。

根据现代企业人事管理制度的相关理论,正式员工身份的营销人员心理状态比较稳定,对于企业具有归属感,在健全的企业管理体制下,不仅可以调动个人潜能全心全意为企业服务,而且可以安心在企业长期服务,对于寿险保单的保全服务和稳定客户具有重要作用。但是,如果企业管理体制存在弊端,就会导致营销人员缺乏工作主动性和积极性,直接影响企业的保单增长率。作为寿险公司编外人员聘用的营销人员,由于不是企业正式员工,完全依靠营业业绩获得报酬,可以最大限度地发挥个人潜能开展业务,寿险公司在进行必要的培训后,佣金收入与销售业绩直接挂钩的激励制度可以保证寿险公司以较少的人力成本迅速提升保单增长率。但是,既然这类营销人员不是企业的正式员工,在其完成基本定额后,可以在

保留营销员身份的同时,或公开或隐蔽地从事其他可以获得更多收益的兼职工作,而且由于属于企业编外员工,其心理状态经常处于波动状态,对于业务推广更多地注重量而不是质,为了佣金收入所进行的错误诱导和不负责任的产品介绍事件频频发生。同时,作为寿险公司“边缘人”的心理感觉,使其对于企业的归属感较弱,一遇机会就可能另择高枝,不仅不利于保单保全,而且导致客户群出现不稳定状态,对于寿险公司的长期发展和市场形象造成负面影响。

鉴于不同的营销管理体制对于企业发展所造成的影响,在过多强调员工本位和平等意识的欧美寿险公司通常将营销人员作为企业的固定员工,使营销人员和企业其他员工一样,不仅可以获得平等的晋升机会,而且还享有平等的福利保障待遇。这些寿险公司对于营销人员的收入采取底薪加佣金的方式,为了鼓励营销人员为企业长期服务,营销人员的底薪随着为企业服务年限的增加而逐年提高。所以,欧美寿险公司的营销人员相对稳定,专业素质较高、大规模集体跳槽的事件很少发生。由于东方文化的固有特点,人们忌讳提及生死及灾害,对于人生经济计划的设计偏重购置产业或储蓄形式的财富积累,缺乏主动性地选择人寿保险的投资意识,从而导致对于营销人员的人事管理主要采取企业编外人员的绝对营业佣金制,尤其是日本利用这种能够最大限度调动营销人员潜能的管理体制在寿险市场获得了巨大成功,使得亚洲国家和地区的寿险业纷纷效仿。但是,由于作为企业“边缘人”的心态,亚洲国家和地区的寿险营销员整体业务水平低于欧美,由寿险营销员的故意或过失所引起的投保人对于保险人的诉讼纠纷比重相对高于欧美。个别出类拔萃的营销员在作出相当成绩后,开始不满意自己在企业的“政治”地位,希望改变“边缘人”的尴尬状态,于是大规模的集体跳槽帮助许多营销精英改变在企业的“政治”地位。

我国目前的寿险营销管理体制基本沿袭了20世纪90年代以前亚洲许多国家和地区开拓寿险市场时采取的模式。绝对营业佣金制使营销员成为公司的“边缘人”,基本不具备公司正式员工的权利和待遇。因此,我国上百万寿险营销员在日前的管理体制下游离于工会团体之外,保险行业组织没有专门针对营销员群体的权益组织,很多希望能够在政治上进步和发展的营销员基本上脱离了入党团组织的环境,甚至相当一部分营销员被现行体制间接剥夺了选举权和被选举权,因为他们既不属于居委会登记的选民,也不是保险公司的在册人员。我国保险营销员的保险市场边缘人的地位,使得接受过良好专业教育的人才不愿意从事保险营销工作;尽管同样是从事保险工作,但却很难看到保险业高级管理人员支持他们接受过高等教育的子女从事保险营销工作。我们可以运用行业特殊监管的原则,为营销员的正常职业行为提供制度保护和保障,但是作为公司“边缘人”的庞大群体可能产生的市场问题,以及曾经在日本、香港和台湾地区在市场上出现的所谓关于营销员的企业人格和地位问题的论战,则是我们为了寿险业的长期稳定发展所必须面对和解决的问题。我们只有在法律、制度和观念上确立寿险营销员的企业“政治”地位,才能有效地改变其作为企业“边缘人”的境遇,才能避免和减少社会对于寿险营销员错误的认识,才能真正调动寿险营销员投身事业的积极性和主动性,才能保障和促进我国保险市场的健康发展。

三、保险条款非标准化面临的问题

中国保监会在2004年开展了倡导保险条款通俗化的工作,希望以此解决投保人反应强烈的保险条款晦涩难懂的问题,各家保险公司积极响应保监会的号召,一些中外合资和内资

寿险公司迅速推出了通俗化保险合同,努力让投保人能够看得懂专业性极强的保险条款。事实上,从保险条款设计的专业化、科学化和严谨化的要求出发,保险条款通俗化只能具有相对意义,在国民整体文化水平和保险知识水平相对较低的状态下,让所有投保人都能够读懂保险条款似乎过于理想化,即使具有法定义务教育或以上教育程度的人群也不可能完全理解保险条款中的各项专业表述,因为保险条款是一种专业性极强的金融产品。正如同我们没有必要让每一个接受过义务教育的消费者都可以搞清楚平板电视的结构一样,只要在制度上确立了一种强制性的行业标准,企业只要严格按照这个标准生产产品,标准化的制度和行业规则本身就可以保证消费者使用合格的产品。反过来,如果没有统一的行业标准,生产商各行其是,生产的同类产品制式五花八门,消费者的不仅面临选择困难,而且还必须尽可能多地学习和了解产品知识。在我们这样一个知识和信息爆炸的时代,任何人都不可能成为全能专业的人士,只能在特定的行业或领域内具有较好的专业知识。因此,通过制订标准化的产品制式和服务规则,政府监督标准化的贯彻和执行,消费者将生活的非常轻松,只要信任政府的制度安排,就可以放心地使用产品和接受服务。

中国消费者协会在2005年3月31日公布了“2004年度十大不平等格式条款”,其中涉及保险行业的分别是:“第5项,车险条款规定:保险车辆发生保险责任范围内的损失应当由第三方负责赔偿的,被保险人应当向第三方索赔,如果第三方不予赔付,被保险人应提起诉讼或仲裁。”和“第六项,车险条款规定:经保险人同意的,由被保险人支付第三者的抢救费、施救费、仲裁及诉讼费、律师费赔偿的总数在保险单载明的责任限额以外另行计算,最高不超过责任限额的30%。”中消协列举的这两项问题车险条款并非保险市场的普遍现象,而是个别保险公司的条款规定。表面上看,在我国保险市场发展过程中,保险经营主体的增多可能导致各家保险公司的运作水平出现差异,个别公司的保险条款表述可能出现不准确的现象。对于这种并非代表保险行业整体发展方向的情况,消费者利益团体和组织应当引导消费者按照保险法的要求保护自己的合法权益,不应当作为行业普遍现象进行批评,更不应当按照非专业的理解对于保险条款断章取义。但是,如果进行理性的分析,我们就会发现,在整个中国保险业的产品开发和设计过程中,缺乏保险条款标准化的要求和规定。正是由于保险市场的保险条款非标准化,导致中消协将个别保险公司的条款作为行业的普遍现象进行批评。

保险市场与其他行业的市场一样,当产品生产发展到一定阶段,必须形成一个相对统一的国家或行业标准,在相同的行业标准下,由消费者对于产品进行选择和评价。否则,对于缺乏统一标准的产品,是无法进行科学评价和分析的,必然造成社会评价混乱和消费者选择的困难。同时,需要注意的是,产品的标准化并非否定产品的个性化,个性化是在标准化的前提下实现和完成的。譬如对于手机的生产有制式要求,在通讯制式统一的前提下,可以开发附加功能和不同款式,满足不同消费者的个性需求。我国保险市场现有的保险产品多达上千种,也就是说有上千项不同的保险条款。如果对于这些保险条款进行分类整理,实际上可以归纳出数十个大的产品类别。因此,如果推行保险条款的标准化,就可以在一定相对统一的模式下,按照保险法的要求,实现保险合同基本条款的统一,这样不仅有利于投保人选择保险产品,还有利于保险诉讼和保险监管,更重要的是在保险条款标准化的前提下,政府或行业组织就可以对于保险条款做出明确的解释或说明,投保人只要相信政府和行业组织,就没有必要完全读懂专业化很强的保险条款,政府或行业组织的规范解释和说明可以充分保护投保人的利益。所以,在我国保险市场的建设和发展过程中,保险条款标准化的重要性要大

于保险条款的通俗化。保险公司在保险条款标准化的环境下,可以充分开发个性化的附加条款;投保人在保险条款标准化的环境下,可以进行价格、服务和附加条款的比较。我国的保险公司越来越多,实现主要保险产品的保险条款标准化具有重要意义,保险条款的标准化应当成为保险监管机关近期的工作重点。

《中国金融》2005年第6期

争鸣：谁动了保险业的奶酪？

中央财经大学保险系 2004 级保险理论方向硕士研究生 陈超军

中央财经大学保险系 2004 级保险理论方向硕士研究生 李兆章

从中国人民保险公司一家独大，到其一分为三，到股份制改革，到外资共同参与，这就是中国保险业 20 多年来的发展轨迹。用一句话来总结，中国保险业 20 多年来的发展就是一部“不断引进竞争、不断改革的发展史”。

如果认为大规模的银行参资保险，保险“奶酪”将被银行切走的话，那么中国保险业 20 多年来的发展轨迹就会被否定。如果按照以上那种银行不应参资保险的观点的逻辑来推理，保险业应该拒绝一切强大的资本进入，而是按照自身的实力慢慢壮大。那么，一开始就不应该引进竞争，引进其他行业和形式的资本。但是，我们可以想象，到今天会变成一个怎样的局面呢？

银行参资保险，并不能等于银行就要跟原有的保险公司较量。在衡量保险业是否受到威胁的时候，并不能以先入为主为准。就拿机械化取代人工化为例，在这一过程中，能否认为制造业就受到威胁了呢？尽管把标准放宽，认为原来的低技术的制造业工人暂时失去了饭碗，但是这种机器与人的竞争迫使一部分原有低技术工人学习并掌握新技术，并使制造业实现了产业升级。在这个机器部分取代人工的过程中，制造业和工人都各自提升了他们的效率。

同样的道理，银行参资保险，并不能以原有存在的保险公司的利益为准，而应该以整个保险业的利益为准。所以说，银行参资保险，并没有威胁到保险业的发展，反而壮大了保险业的资本金以及市场主体的队伍。

银行参资保险，相当于给保险行业引进了新的竞争者。经济学原理告诉我们，竞争有利于提升消费者剩余，提高市场效率。如果市场中新的竞争者进入，使得竞争足够充分的话，那么由于市场机制的作用，产生优胜劣汰。从短期看来，一部分低效率的竞争者的利益受到损害，但是从长期看来，只有高效率的竞争者才能在不断的竞争中立足于市场，正是从外部引进的竞争迫使所有人都不断完善自我。关键是占绝大部分的广大消费者利益确实获得了极大的提高——这就是消费者剩余的提升。所以说，银行参资保险，正是延续了中国保险业 20 多年来的发展思路，也符合市场经济的法则。银行参资保险，事实上是市场机制的作用。市场法则告诉我们，资本总是向着它认为有利可图的地方流动，所以银行资金进入保险，并不是切走保险业的“奶酪”，而是增大保险业的奶酪，正契合保险业做大做强的长远目标。

至于在竞争过程中所产生的一些具体问题，才是我们所应该关注并着手解决的。我们并不否认，竞争会产生一些问题，但正是这些问题使我们的改革有了方向，而改革是发展的动力。因此，我们不必把眼光停留在是否需要引进竞争的问题上，竞争、改革和发展已是大势所趋。

《国际金融报》2005 年 12 月 23 日

大陆保险市场开放之前瞻

中央财经大学保险系副主任 程文平

中央财经大学保险系 2004 级保险理论方向硕士研究生 张 辉

2004 年的中国保险市场取得了许多具有历史意义的突破性成就,在取得这些成就的同时,在 2004 年的 12 月 11 日后,无论在设立形式、地域限制还是在营业范围方面,中国的保险市场将面临着全面的开放,外国资本可以在符合基本条件下,自由的进入到中国的保险市场。

在这样一个开放程度日益加深、机遇与挑战并存、充满吸引力的新兴发展环境中,保险市场的发展面临着众多的不确定因素。中国保险市场需要在发展中反思,在发展中展望,在发展中完善,才能够使得保险市场走上良性发展的道路。

一、2004 年中国保险市场发展背景

中国保险市场的发展背景是中国保险业发展的外部环境,包括宏观经济环境、经济政策环境、人文社会环境和法律制度建设程度等。保险市场的开放是在大的经济背景下进行的,认识和了解影响保险市场开放的宏观环境能够使我们更加全面地认识逐渐开放的中国保险市场。

(一)国内生产总值(GDP)的高速增长

GDP 是一个国家宏观经济发展状况的主要衡量指标,一方面保险业的高速发展为 GDP 增长做出了贡献,另一方面, GDP 的增长也为保险业的发展提供了宏观的经济条件。我国自 1978 年以来国民经济高速发展, GDP 从 1978 年的 3624.1 亿元人民币增加到 2004 年的 136515 亿元,平均增长速度达到 9.31%。

(二)固定资产投资规模的增长

固定资产投资是社会固定资产再生产的主要手段,一方面,固定资产投资额的增长直接带动了财产保险尤其是工程保险保费收入的增长,另一方面,固定资产投资通过乘数作用可以产生数倍于投资额的国民收入增长,进一步为保险业的发展提供稳定的宏观经济后盾。全年全社会固定资产投资 70073 亿元,比上年增长 25.8%。

(三)产业结构的改善

产业结构是指国民经济中各个物质生产部门之间的组合与构成的情况。我国第一产业保险品种少、覆盖范围低、保障程度小,而第二产业保险品种多、保障面较宽,是财产保险的主要业务来源,同时,保险业本身就是第三产业,能直接对产业升级提供动力。按照现价计算, 2004 年我国第一、二、三产业增加值占 GDP 的比重分别为 13.2%、53.0% 和 33.8%,较上年增长了 -1.6%、0.1%、1.5%,增速分别为 6.3%、11.1% 和 8.3%。

(四)人均可支配收入提高

人均可支配收入的稳定提高为居民购买保险提供了物质支持。2004 年,全年城镇居民人均可支配收入 9422 元,比上年实际增长 7.7%;农民人均纯收入达到 2936 元,实际增长 6.8%,是 1997 年以来增长最快的一年。

(五)城乡居民储蓄存款余额增加

居民储蓄存款余额是居民用于消费之后的剩余购买力,可以反映出未转化为现实的潜在保险需求。2004年底,城乡居民人民币储蓄存款余额达119555亿元,比上年末增加15929亿元。

(六)升息使得保险公司重视保险保障产品设计

利率是中央银行实施货币政策、调整国民经济运行的一个工具。2004年10月29日,经国务院同意,中国人民银行决定上调人民币基准利率,这也是我国10年来首次提高银行存款利率。银行利率的上调有利于缓解在上世纪90年代后期央行利率下调过程中形成的巨额的利差损,巩固自1999年以来投资型产品占主导地位的经营成果,提高保险公司整体收益水平,促使保险公司产品的向保障型产品转型。

二、中国保险市场发展回顾

2004年,中国的保险市场发展取得了一系列的成绩,完成了一系列的市场建设工作。

2004年,全国保费收入4318.1亿元,同比增长11.3%,创历史新高,保险深度3.4%,保险密度332元;保险公司总资产11853.6亿元,突破1万亿元,比年初增加2730.7亿元,保险业总资产从1980年恢复国内保险业务时的不到5亿元到突破1万亿元大关,只用了不到25年的时间,年均增长37%。

保险市场准入机制不断完善,设立了第一家农业保险公司、第一家健康保险公司、第一家养老保险公司,经国务院同意,批准设立第一家相互制农业保险公司。

2004年1月31日的《关于推进资本市场改革开放和稳定发展的若干意见》和10月24日《保险机构投资者股票投资管理暂行办法》的两个文件,使得保险资金运用渠道进一步拓宽,保险机构投资者可以接受严格监管的前提下直接投资股票市场,参与一级市场和二级市场交易,买卖人民币普通股票、可转换公司债券及保监会规定的其他投资品种;同时,保险外汇资金可以境外运用;保险公司可以投资银行次级债和可转换公司债券;外资保险公司可以向商业银行办理协议存款。保险公司发行可以次级债券,用以解决保险业快速发展中的增资压力,改善偿付能力。

2004年11月22日,关于对《中华人民共和国保险法》修改征求意见的通知将保险集团公司、保险控股公司的定位及监管作为修改工作的重点,这一方面是中国保险市场自身发展的需要,也是在市场开放下的一种积极应对的措施。

2004年12月11日,按照入世时WTO的保险业开放时间表,中国保险业在企业设立形式、地域限制、业务范围都有了一些新的变化,这些变化主要有:设立形式方面,继2003年外国非寿险公司的设立形式不受限制后,外国寿险公司的设立形式也不受限制,意味着将会出现外国寿险公司的分公司或独资子公司;地域限制方面,外国保险公司将享受与中国保险公司一样的国民待遇,意味着境内的任何地域都有可能出现外资保险公司的身影;营业范围方面,外国寿险公司将拥有向中国公民和外国公民提供健康险、团体险和养老金、年金险服务的权利。

三、2004年中国保险市场发展的特点

在不断开放和发展的过程中,2004年,中国的保险市场显现出了一些新的特点。

(一)人身险业务增速明显放缓,财产险业务较快增长

财产险保费收入突破1000亿元,达1089.9亿元,同比增长25.4%。国民经济的平稳较快发展,尤其是汽车消费和固定资产投资的增长,拉动了财产险业务的快速发展。人身险业务平稳增长,保费收入3228.2亿元,同比增长7.2%。因保险公司主动调整业务结构和受升息等因素的影响,人身险业务增速有所放缓。

(二)保险资金运用总量较快增长

资金运用余额11249.8亿元,比年初增加2871.3亿元。

(三)保险中介市场持续稳定发展

通过中介收取的保费收入2902.7亿元,占总保费收入的67.2%。

(四)增长质量和效益得到提高

2004年全行业利润是近年来最好的一年。在经济补偿方面,截至2004年底,保险业共支付赔款与给付1004.4亿元,同比增长19.4%。在资金融通方面,保险公司持有国债2651.7亿元、金融债1156.8亿元、企业债687.6亿元,协议存款3709.4亿元,保险公司持有证券投资基金575亿元,持有的银行次级债占银行次级债发行总量的30%以上。在促进外贸和对外投资方面,出口信用保险共为133亿美元的出口和投资提供收汇保障,为49项大型中长期外贸及投资项目提供保险支持,向企业支付赔款1亿美元。2004年出口信用保险支持的出口额占我国一般贸易出口总额的5.6%。

四、中国保险市场的开放中的问题概述

在飞速发展和不断开放的同时,中国保险业的发展质量并不像这些数字般的令人振奋,国民商业保障质量并没有实质性的提高,保险行业的社会形象和社会地位并没有较大改善,保险的社会管理职能体现的并不充分,保险行业仍然缺少可持续发展的动力。目前,中国保险市场存在的主要问题有:

(一)保险业的核心竞争力认识不清

这里的核心竞争力是指与其他行业相比的核心竞争力。众所周知,中国保险业的发展落后于中国银行业、证券业,既有历史的原因,也有国家政策的原因。因此,无论从社会关注度、还是从社会影响力、以及在整个金融市场和国民经济中的话语权方面,都远低于银行业和证券业,入世谈判开放时间表中保险业开放速度之牺牲也主要源于此。因此,对于年轻的中国保险市场来说,首先必然要面对着来自其他行业的竞争,这是保险业存在的基础,在境外的保险资本进入国内市场 and 国内金融混业趋势日趋明显的情况下,这一点显得更加重要。

(二)寿险业的主营业务方向认识不清

我国人口众多,社会保障水平和覆盖程度较低,寿险业作为社会保障的重要补充,对于中国这样的发展中国家具有极其重要的意义。然而,在保险市场日益开放和国际化的今天,寿险产品的投资功能更多的为中国寿险业自身所放大,寿险的保障功能成为投资的补充,这是毋庸置疑的错误,因此而引起的市场的剧烈波动则是中国保险业开放过程中的学费。正如中央财经大学郝滨苏教授所说:“在具备知识、经济和技术的条件下,可以实现从结绳记事到计算机时代的跨越,在老百姓相对富足和社会保障制度比较完善的情况下,一个新兴的寿险市场也可以实现从保障型产品到理财型产品的跨越。”“保障产品为主,理财产品为辅,稳定健康发展,期缴业务为主应当成为我国寿险业发展过程中的科学选择。”的确,不尽最大能