

ANCE LIFE INSURANCE LIFE INSURANCE LIFE INSURANCE

人身保险

投保方案设计

郝演苏 主编

中国经济出版社

人身保险投保方案设计

主 编 郝演苏

中国经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

人身保险投保方案设计/郝演苏编. —北京:中国经济出版社,2001.8

ISBN 7-5017-5289-3

I. 人… II. 郝… III. 人身保险—基本知识—中国
IV. F842.62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 047022 号

责任编辑 苗 青

人身保险投保方案设计

郝演苏 编著

*

中国经济出版社出版发行

(北京市百万庄北街 3 号)

邮编: 100037

各地新华书店经销

北京飞达印刷厂

*

开本: 850×1168 毫米 1/32 12.5 印张 300 千字

2001 年 8 月第 1 版 2001 年 8 月第 1 次印刷

印数: 00001—20000 册

ISBN 7-5017-5289-3/F·4262

定价: 19.80 元

联系电话: (010) 81201070—26929

中国民族寿险业 在竞争和挑战中成长

中国人寿保险公司总经理 王宪章

新世纪的前五年，是中国民族寿险业发展的一个特殊时期。它的特殊性表现在四个方面：一是需求剧增期；首先，我国的市场化改革逐步到位，为商业寿险的发展创造了巨大的需求空间；其次，人们的自我保障意识不断增强，对商业寿险的需求更为迫切。二是发展调整期；中国寿险业将从粗放经营进入一个按照自身发展规律进行调整的时期，从而使寿险产品真正被市场所认可和接受，寿险业将发展成为国民生活重要依托的经济行业。三是多元竞争期；随着竞争加剧，中国寿险市场的竞争将进一步多元化，各寿险公司都将面临前所未有的挑战，竞争和挑战既是压力也是机遇，寿险市场结构将出现分化，但整个民族寿险业将在竞争和挑战中迅速成长。四是有限开放期；中国寿险市场将采取渐进式的逐步开放策略，使民族寿险业逐步适应国际化的市场环境，外资寿险业逐步熟悉中国市场和管理方式，最终将使整个中国寿险业全面融入国际保险市场。

中国作为一个极富潜力的寿险市场，被国际保险业普遍看好，其中主要是看好中国人寿保险市场。尽管从表面看来，市场似乎越来越难搞，保费也似乎越来越难收，但保险公司还是

一家一家地多起来，保费总量还是一天一天地增长起来。这就说明，我们发展的潜力是很大的，市场的空白地带还是很多的。只要人寿保险业被广大人民群众所认识，将会有很大的发展。日本的高速公路、高速铁路就有寿险资金的汗马功劳。通过寿险资金的投资，实现了保险资金的保值增值，保护了被保险人的利益，对国家、对公民、对寿险公司都是一件大好事。发展我国人寿保险事业，就要抓紧和扩大宣传，培养国民的人寿保险意识，一旦人们能够接受人寿保险这种保障方式，中国的人寿保险业务的潜在市场将会变为现实的市场。这个过程快慢，不仅取决于社会经济发展水平、国民保障方式观念的转变程度，更取决于中国寿险业自身的变革。

目前，中国寿险业面临四项任务：激发市场活力、壮大企业实力、提高风险防范能力、全面增强创新能力。激发市场活力就是在唤起民众保险意识的基础上，推出适销对路的寿险产品，找准人们的“关心点”，积极设计和组合能够满足不同地域、不同阶层、不同年龄、不同收入群体的多种需要的寿险产品。壮大企业实力就是要利用外资公司尚未进入市场或立足未稳的时机，尽可能拓展业务，扩大业务规模；同时要加大资金运用力度，改进经营管理手段，提高经营管理水平，认真学习和借鉴国际上先进的经营管理技术和经验，特别是要注意采用先进的科学手段来提高经营管理的效率和水平，使中国寿险业具有参与国际市场竞争的基本条件。提高风险防范能力就是要健全规章制度，对经营管理的各个环节都制定明确的纪律要求和行为准则；在决策方面要实行民主，在经营管理的重大问题上，要广泛听取意见，增强决策的透明度；在行为上要规范，

严格遵守核保、核赔的有关规定和实务流程，坚决防止人为风险的产生；企业的内控要有力，加大对业务、财务、资金、电脑等各个方面的管理和监督，确保整个经营活动始终处于安全有序的状态。全面增强创新能力就是要善于学习和消化外来的先进知识和经验，并灵活地运用到本单位的经营实践中，要对市场反应灵敏，能够及时发现市场的变化，并根据市场的变化适时推出特色鲜明、技术含量高的产品，同时还要注重对于人才的教育和培养。我们只有努力完成这四项任务，才能在新世纪前五年为中国民族寿险业的发展奠定坚实的基础，才能在未来严峻的市场竞争和挑战面前，摧不垮、拖不散、打不倒、压不扁，才能健康、茁壮地成长于国际寿险业之林。

为了使中国寿险业的发展能够奠定坚实的基础，我们应该重点从七个方面入手，加快发展我国的民族寿险业。第一、尽快建立和完善适应市场经济体制的企业运行机制。首先，要加快建立起与国际惯例接轨的经营机制；其次，要大力发展保险中介市场；再次，要推行股份制，实行交叉持股。第二、全面提高经营管理水平和能力。一是要努力提高寿险经营的专业化水平；二是努力提高寿险经营的集约化水平；三是努力提高寿险经营的现代化水平，高度重视电子商务和国际互联网等现代高科技手段在经营与管理中的作用，把科学技术变成巨大的生产力。第三、着力加强人才培养和队伍建设。民族寿险业要竞争中抢先机、争主动，必须多渠道地加快专业人才的培养，大力造就一批适应我国现代寿险业发展需要的复合型人才。第四、努力加大资金运用工作力度，加强资金运用。首先，要拓宽投资渠道；其次，要建设高素质的专业投资人才队伍。第

五、切实改善行业服务质量。改善服务质量，对于寿险企业来说显得尤为重要；必须要强化服务意识，同时要改进服务手段。第六、积极争取宽松的政策环境。从政策上对民族寿险业予以扶持，改善国内寿险公司的竞争环境十分重要，而且也符合世界保险业的潮流和国际惯例。首先，要进行适当的市场保护；其次，放宽寿险资金的投资渠道；同时，要调整涉及寿险业务的财税政策。最后，要大力加强寿险企业文化建设，通过建设和发展适合中国寿险企业特点的企业文化，形成民族寿险企业进步和繁荣的文化氛围。总之，新世纪的前五年是我国民族寿险业发展的一个十分重要的“关口”，对我国民族寿险业的发展将产生深刻影响。顺利通过这个“关口”，民族寿险业的长远发展就有了坚实基础，参与国际竞争的能力就会大为增强，民族寿险业的前景就会更加辉煌。

中国即将成为国际贸易组织成员国，进入 WTO，我们的观念和意识都必须进行调整。目前，我国保险公司在观念上与外资公司的差距不可忽视。这种差距主要表现在三个方面：一是创新观念与保守观念的冲突。外国保险机构要打开中国市场，具有典型的冒险精神，并不惜重金挖我国的保险专业人才；中资保险公司大都有传统的保守思想，不承认人才的作用，对人才求全责备，迫使他们到外资公司生存发展，这种观念上的冲突导致行动上的被动挨打，这是我国加入 WTO 首先要解决的问题。二是急功近利与持续发展的冲突。急功近利的思想在我国各行各业体现都比较充分，做事业没有长远目光，只图眼前利益；外资保险公司进入中国市场，目标是长远的；据有关媒体披露，美国同意中国加入 WTO，开拓中

国市场，是为了美国再繁荣 20 年；外资保险机构进入中国市场的前十年，投资大于收入，但他们还是执着地追求未来，而我们恨不能一夜之间吃成个胖子。三是阵地战与持久战的冲突。阵地战和持久战是强与弱各自的战略，作为强者希望以阵地战取胜，弱者则想通过持久战取胜；作为放开的中国保险市场，外资保险公司和中资保险公司都有这两套战略，就看谁运用得好；大家都知道，军队打仗的管理机制与和平时期的管理机制有天壤之别，战时强调集中而平时强调民主，而经济建设也应该是两种机制，战时强调的是社会效益，而平时强调的是经济利润，这种观念在我们思想中太淡薄，分不清战时与平时，如果没有这种观念，就不可能迅速建立起竞争所需要的机制，这就是我们目前的可怕之处。但是，我们也要看到在与国外公司竞争中，民族保险业也有着自已明显的比较优势。首先是网络全。以中国人寿为例，我们在全国有 3300 多个分支机构、近 10 万个代理网点和数十万员工及代理人队伍，这是其他公司短期内无法赶上的。二是牌子硬。相比较而言，民族保险公司更能赢得国人的信赖。三是国情熟。我们是在本土上发展业务，有多年来形成的良好社会关系和人际关系基础。四是经营更趋理性。我国人寿保险业经历过多年的发展，经营者正在逐渐成熟更加具有理性，不再单纯地追求保费收入，而更加重视实实在在的效益，投资连结产品的开发就是一个明证。同时，保险行业监管正在逐步走上符合中国国情的正确的轨道。纯粹的“减价竞售”和片面宣传保险的投资功能受到禁止。保险资金运用的出路开始放开，使之能够保值增值，切实保证被保险人的利益。如果我们能够利用好这些优势，同时虚心学习

外资公司先进的管理技术和经验，切实革除自身存在的弊端，在与外资公司的竞争中掌握主动是完全有可能的。

在中国民族寿险业发展的特殊时期，中国人寿保险公司也将在调整 and 改革中不断壮大和发展。为了巩固和保持中国寿险业排头兵的位置，要继续强化中国人寿员工的四种意识，即：忧患意识、责任意识、全局意识、效率意识。强化忧患意识，就是要增强工作的危机感。当前，经济全球化、市场一体化趋势越来越明显，我国加入 WTO 的日程也逐渐逼近，中国人寿将要经受更为残酷、激烈的市场竞争和挑战；由于种种原因，公司自身的管理体制、经营机制等还存在着这样那样的问题，严重地制约了公司的市场竞争能力；可以说：公司的生存和发展正面临着内忧外患的严峻威胁和挑战，每一位员工都应该有一种忧患意识，把公司的前途命运时刻记在心上，并与个人的前途命运紧紧联系起来；要清醒地认识公司的处境，正确对待公司暂时存在的困难和问题，既不自卑自菲薄，也不悲观失望，要切实加强学习，不断提高自己的能力水平，确保胜任自己的本职工作。强化责任意识，就是要增强工作的主动性。“爱岗敬业”和“遵纪守法”都不是空洞的口号，都有着十分丰富的内容；衡量爱岗敬业的一个最起码的标准应该是能圆满完成好自己的本职工作，尽到自己对公司应尽的责任；如果连这一点都做不到，不管你说得多么漂亮，爱岗敬业都无从谈起。每一位职工都要明确自己所担负的责任是什么，有了这种责任意识，就能够静下心来钻研我们的工作，积极主动地出主意、提建设，自觉地查找和发现工作中的缺点和不足，开动脑筋创造性地完成自己的任务，主动热情地为基层提供周到细致的服务。

强化全局意识，就是要增强工作的协调性。各部门、各处室之间职责不同、分工不同，但都是互相联系的，是整体中不可分割的一部分，只有大家齐心协力互相配合，公司才能建设好；强化全局意识，首先要了解全局、服从和服务于全局；各部门的工作，最终都是服务于公司的全局工作。每个部门、每位职工都应该了解和把握每个时期的全局工作重心，并根据全局的工作重点来安排和部署本部门的工作，以增强各部门工作的针对性和有效性。强化效率意识，就是要增强工作的紧迫感。有的部门、有的同志办事拖拉、推诿，工作效率比较低，有的任务布置下去了却迟迟没有反应；有的工作计划订了不少，真正落实的却不多；有的看起来一天到晚忙忙碌碌，却没有做出什么成绩。出现这种情况不外乎两个原因；一是敬业精神差，工作责任心不强；二是工作能力水平欠缺。希望各部门把每一位职工都动员和组织起来，把大家的积极性都调动起来，高效率地开展工作。

调动和发挥寿险营销员的作用，提高寿险营销员的专业知识水平，也是我们关注的一个重点。中国人寿保险公司始终承诺；中国人寿是广大个人代理人值得信赖的忠实朋友和难以撼动的坚强后盾。中国人寿将更好地帮助个人代理人经受住市场竞争的严峻考验，确保营销员与公司进行卓有成效的合作，共同应对激烈的市场竞争。中国人寿保险公司的许多营销员恪守“创新、奋进、务实、高效”的公司精神，为保持和巩固中国人寿的市场品牌和经营规模，作出了重要贡献。2000年，中国人寿全国系统实现保费收入643.57亿元，其中个人寿险业务呈现快速增长势头，保费收入达443亿元，而新单保费收入

就达 173 亿元，比 1999 年增长了 27%，个人代理业务量占保费总收入的比例已经从分业初期的不足 30% 上升到目前的 68.5%。这一比例的提高，显示了中国人寿业务结构的进一步合理调整，经济效益正稳步提高，为公司今后发展奠定了基础。随着我国加入 WTO 进程的加快，我国寿险业面临着新的机遇和挑战，保险市场将进一步开放，经营环境也将随之发生变化，中国人寿全系统要认真落实个人代理人管理制度和“两个规范”，切实保障广大个人代理人的切身利益；各级公司要不断完善教育培训制度和体系，加大对教育培训的投入，为个人代理人的成长提供分类、分层次、实用、有效的教育培训服务，切实提高个人代理人的专业知识水平和销售技能，增强销售队伍的整体素质和战斗力。因此，整个中国寿险业要通过个人代理人宣传和普及保险观念，加强社会各个层面对于人寿保险的了解和认识，寿险业要进一步以客户需求为导向大胆创新，开发适销对路的新产品，提高寿险基金的投资渠道，增强民族寿险业整体面对保险市场开放的竞争和挑战的能量。

恰逢由学者和中国人寿保险公司的部分业务干部编写的《人身保险投保方案设计》出版，我很高兴将此文作为本书的序言。希望各级寿险业务工作者和全社会关心保险事业的人士要善于学习、勤于观察、乐于思考、肯于总结，从理论高度总结中国寿险市场面临的各种实际问题，为中国民族寿险业的发展献计献策。

2001 年 7 月 2 日于北京冠英园

目 录

第一部分 人身保险基础

第一章	人身保险合同概述	3
第二章	人身保险费率的厘订	14
第三章	共同条款	17

第二部分 人身保险承保实务

第一章	保障与储蓄类险种	
一、	国寿少儿两全保险	41
二、	国寿英才少儿保险	46
三、	国寿独生子女两全保险	51
四、	国寿子女教育婚嫁备用金保险	56
五、	子女教育保险 (A)	62
六、	子女教育保险 (B)	66
七、	祥和定期保险	70
八、	祥运定期保险	77
九、	祥瑞终身保险	85
十、	祥瑞还本终身保险	89

十一、康宁终身保险	93
十二、康宁定期保险	98
十三、安居定期保险	103
十四、国寿如意两全保险	108
十五、国寿松柏养老金保险	112
十六、国寿松鹤养老金保险	125
十七、国寿福瑞两全保险	139
十八、国寿福馨两全保险	145
十九、国寿养老金还本保险	152
二十、国寿个人养老金保险	155
二十一、国寿简易人身保险	158
二十二、国寿 99 鸿福两全保险	163
二十三、国寿金色夕阳养老年金保险 (A)	168
二十四、国寿养老年金保险	180

第二章 投资类险种

一、国寿分红终身保险	207
二、国寿分红两全保险	221
三、国寿千禧理财两全保险 (分红型)	235

第三章 意外与医疗类

一、国寿关爱生命女性疾病保险 (A)	239
二、国寿关爱生命女性疾病保险 (B)	244
三、国寿生命绿荫疾病保险	250
四、国寿生命绿荫团体疾病保险	255
五、人身意外伤害保险	258
六、人身意外伤害综合保险	261

第四章 附加类险种

一、附加定期保险 (A 型)	265
二、附加定期保险 (B 型)	269
三、附加意外伤害保险	277

四、附加意外伤害医疗保险 280

五、附加意外伤害生活津贴保险 282

六、附加住院医疗保险 286

七、附加住院医疗生活津贴保险 289

八、附加残疾保险 292

第三部分 人身保险产品组合

第一章 险种组合设计思路 297

第二章 险种组合案例 303

 一、金色童年 303

 二、学生时代 313

 三、初入社会 318

 四、单身贵族 324

 五、两口之家 352

 六、三口之家 364

 七、金色夕阳 374

编后记 380

第一部分

人身保险基础

第一章 人身保险合同概述

保险合同一般概念

保险合同是保险人和投保人签订的对于可以用货币衡量或标定价值的物质或利益提供经济保障的法律文件。保险合同所体现的法律关系同其他合同一样，由主体、客体和内容组成。保险合同的主体是经营保险商品的保险人和购买保险商品的投保人；保险合同的客体是保险合同保障的对象，即任何可以用货币衡量或标定价值的物质或利益，具体项目就是我们的身体、生命、健康，以及各种物资财富和经济责任；保险合同的内容是针对主体的需要对于客体提供的具体保障方式。人身保险合同就是保险双方当事人以保障生命、健康、劳动能力和身体机能为目的，明确保险公司和投保人各自权利和义务的协议。

人身保险合同的特点

1. 给付性

人身保险合同之所以为给付性合同的原因来自人身保险标的