

经济越发展 社会越进步 保险越重要

保险知识通俗读本

中国保监会普及保险知识编写组

这是一本“看得懂、记得住、信得过”的保险通俗读物



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

保险知识通俗读本

中国保监会普及保险知识编写组

中国经济出版社

图书在版编目(CIP)数据

保险知识通俗读本 / 中国保监会普及保险知识编写组. - 北京: 中国经济出版社, 2006.7 ISBN 7-5017-7645-8/F·6358

I.保… II.组… III.保险 - 通俗读物
IV.F84-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 073026 号

保险知识通俗读本

作 者 中国保监会普及保险知识编写组

插图设计 ninelions studio

责任编辑 孙岩

出 版 中国经济出版社

北京西城区百万庄北街三号

邮 编 100037 电 话 (010)88386792

印 刷 湖南彩印厂

开 本 787mm×960mm 1/16

字 数 265 千

印 张 15.5

版 次 2006 年 10 月第 1 版 2006 年 10 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 7-5017-7645-8/F·6358

定 价 29.5 元

版权所有 翻版必究

大力普及保险知识 提高全民保险意识

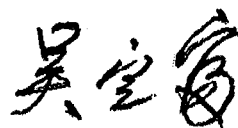
党中央、国务院对保险业改革发展高度重视。2006年以来,国务院常务会议听取保险工作汇报,下发《国务院关于保险业改革发展的若干意见》(国发[2006]23号),召开由各省、市、区分管领导参加的保险工作座谈会。这是党中央、国务院在保险业进入新的发展时期,站在新的发展起点上,对保险业改革发展作出的重大战略部署,是我国保险业发展史上的一个里程碑,具有重大的现实意义和深远的历史意义。

温家宝总理指出,十六大以来,保险业务规模不断扩大,法律法规逐步健全,监管水平不断提高,保险业已经成为国民经济的一个重要行业。保险业能够稳定人们的未来预期,从而刺激消费、扩大内需,关系到经济发展的全局。

黄菊副总理指出,经济越发展,社会越进步,保险越重要。各地区和有关部门要充分认识加快保险业改革发展的重要意义,给予积极支持,创造良好环境。

国务院23号文件对加快保险业改革发展的重要意义进行了系统论述,指出保险具有经济补偿、资金融通和社会管理功能,是市场经济条件下风险管理的基本手段,是金融体系和社会保障体系的重要组成部分,在社会主义和谐社会建设中具有重要作用。

国务院 23 号文件明确提出,要在全社会宣传普及保险知识,提高全民风险和保险意识。组织编写普及保险知识系列读本,是保监会贯彻落实国务院常务会议精神和国务院 23 号文件的一项重要举措。希望通过普及保险知识系列读本的出版,能够提高全社会对保险功能和作用的认识,更好地利用保险为经济社会发展服务,为构建社会主义和谐社会服务。

A handwritten signature in black ink, appearing to read '吴永' (Wu Yong), written in a cursive style.

2006 年 8 月

保险“吉祥鸟” 飞入百姓家

(一)

19世纪初,保险随着国际贸易的脚步踏上了中国的通商口岸。刚入中国时,曾经有一个非常轻巧诗意的名称——“燕梳”,是英文insurance的音译。如果望文生义,很难联想这个词是什么意思。后来“燕梳”实至名归,被翻译为使用至今的“保险”。但是,200余年来,真正懂得保险的含义和作用的社会民众并不是太多。刚刚过去的20世纪90年代依然有不少人以为买保险是买保险柜,能够认识到买保险是用来防范未来的风险,堪称是跨世纪的历史性进步。然而,这种认识上的整体进步并不意味着广大的社会民众真正全面深入地了解了保险。

生活的基本逻辑是:人们对于自己深感陌生或了解不透的事物总是不愿意走近乃至完全拒绝。当照相机这一“舶来品”、“洋玩意”最初出现在中国时,不少人把它视为勾人魂魄的怪物而在照相现场惊恐失色,逃之夭夭;当中国的茶叶最早远销西方时,有些家庭主妇不知食用方法,而将一包茶叶全部倒入锅中烧煮,然后倒掉锅中茶水而大嚼茶叶,还说“这古老的东方中国就是神秘,这树叶实在苦涩难咽,下次不能再买。”前者是观念抵触,后者是方法错误。由此看来,接受一项事物的前提是必须了解该事物,而排斥和拒绝一项事物的直接原因往往就是基于对该事物缺乏了解。

(二)

国际著名咨询公司麦肯锡对我国国内寿险市场进行了调查,其调查报告公布的数据和得出的结论让我们感到普及保险知识的确不容忽视。“在中国只有6%的消费者投保的好处有恰当的了解,即使在已经购买了保险产品的消费者中,仍有40%的人表示他们对保险产品和保险公司知之甚少”。“大众对保险知识的缺乏是造成退保率增长的原因之一,并成为阻碍中国保险业健康发展的重要因素。”一些人不知道保险为何物而从不问津保险;很多人需要保险而没有买或买了保险又退保,是因为对保险还了解不够,还不是很信任保险。中国人保推出新版车险,由于引入了免赔制度曾引发“是变相涨价还是霸王条款”的激烈争论;一张新生命表的推出,引发人们“寿险保费是涨还是跌”的纷纷猜测。其实无论是免赔制度的引入还是新生命表的推出,都是我国保险业发展逐步与国际惯例接轨的体现。之所以引发舆论沸沸扬扬,市场轩然大波,是由于社会民众对保险知识的匮乏,从而导致对保险发展过程中出现的新事物缺乏理性的认识和正确的判断。

保险作为一项科学的、美好的制度安排,为个人的人生事业、企业的生产经营保驾护航,以人类之间共同守望、彼此相助的集体力量为个体撑起一片能够遮风挡雨、化险为夷的晴空,正所谓“人人为我,我为人人。”但任何一项理想的制度要转换生长为现实的人生花朵,都是一项长期的工程,需要“能工巧匠”们付出长期的劳动和全面的智慧,保险这项工程也一样。强化风险意识,普及保险知识,宣传保险理念,引导保险消费,就是这项工程的基本内容,是我们必须长期努力为之的日常性工作。

(三)

“谁该为保险知识普及迟缓负责?”“公众不懂保险,该由谁来进行保险知识的普及?”媒体记者的诘问传递了社会大众的心声。由于保险的发展不是一种孤立的社会现象,它与一个国家的政治、经济、法律、文化、社会心理等密切相关。受我国传统文化的影响,保险思想难以自然地植入中国老百姓的意识之中。正像一位对保险业了解比较深入的有责任感的记者所说:普及保险知识在我国并非易事,政府、保险监管部门、行业协会和学会、专家学者、保险企业及各类媒体都必然要承担起国民保险知识普及的重任,这是保险行业自身发展的需要。

《国务院关于保险业改革发展的若干意见》明确提出,“将保险教育纳入中小学课程,发挥新闻媒体的正面宣传和引导作用,普及保险知识,提高全民风险和保险意识”。这是我国保险宣传教育上取得的重大突破,标志着保险宣传进入了制度化、全民化和社会化的新阶段。政府推动普及国民保险知识的效果在国外得到了积极的印证:在韩国,政府推动的一系列保险教育项目铺开之后,全国寿险年均增长连续10年远远高于其GDP年均增长率;在日本,一门专门讲授社会学知识,其中包括金融保险知识的《社会》课,从小学延续到高中,由浅入深,循序渐进,任何一个日本学生都可以从课堂学到有关保险的知识,日本保险业高度发达,人均保单5~6张,与这种国民保险教育是分不开的;在德国,政府积极支持国民保险知识普及也获得了同样良好的效果。保险作为经济“助推器”和社会“稳定器”,其利国安民的作用是其他制度无法取代的。可以预见,随着《国务院关于保险业改革发展的若干意见》的贯彻落实,全民保险知识的普及将会对我国保险业的改革发展产生巨大和深远的推动作用。

中国保监会作为保险行业的监管和主管部门,一直以来,对保险知识普及这项基础性的工作十分重视。2000年由中国保监会组织编写的《保险知识读本》出版发行,时任中共中央总书记、国家主席江泽民为这本书题写书名并作重要批语,希望各级领导干部要带头学习保险的基本知识。中国保监会主席吴定富在多次讲话中强调要重视保险知识的普及工作,并专门召开会议研究推动保险知识普及。2005年12月25日,吴定富主席又作出了重要批示:“向国民普及保险知识,是关系保险业持续健康发展的基础工作和战略性工作,希望能使社会公众满意的保险知识普及读本早日问世。”

向公众普及保险知识,保险行业本身有不可推卸的责任。保险知识普及是以高知识含量为特征的服务过程,它通过把保险知识传授给保户,使保户产生认同,从而实现以知识创造市场。中国保险业不能一味地抱怨中国老百姓不懂保险基础知识,而应该投入财力、物力、时间和精力认真研究我国保险知识的有效传播,并且要尽量消除过去宣传中一些有碍保险与社会民众建立信任关系的不良影响。

保险专家和学者要甘于奉献,写一些知识性、趣味性兼备的保险知识普及文章。一代宗师艾思奇以一本《大众哲学》,领着哲学这门高深的科学从形而上学的“神坛”走向普通民众的日常生活;科学大师李四光等以数十册《十万个为什么》,领着中小學生、农民工人、贩夫走卒饶有趣味地探索宇宙自然。他们献身科学的精神和他们解释科学的方法均值得保险专家和学者学习。

在保险知识传播链中,保险行业协会和保险学会是不容忽视的角色。我国科协、医协和信息产业等单位在积极推动科普工作中,有许多好的做法可资借鉴。另外,媒体在保险知识普及中的作

用也不可低估。站在客观公正的立场上,实事求是地赞扬或批评,传播或引导,使中国的老百姓能够明明白白买保险,清清楚楚去维权,也是媒体应有的责任。

(四)

从中国的现状来看,不仅保险知识的来源渠道相当有限,保险知识的客观性与正确性也值得推敲,保险知识传播的趣味性、平民性、通俗性更是值得研究。我们应该正视这样的现实:不少国民还处于认识保险的“启蒙”或“朦胧”阶段,希望有人用“看得懂、记得住、信得过”的语言来解释保险的要点。我们组织编写这本《保险知识通俗读本》正是基于社会大众的这种期盼和需求。

作为通俗读物的《保险知识通俗读本》的阅读对象与面向领导干部的《保险知识学习读本》有别,考虑的不是社会的某一阶层,而是兼顾全体普通民众。因而知识传播的广度以普通保险消费者够用为标准,深度以普通保险消费者能轻松阅读为标准,在保险专业知识的传播和普通大众的接受之间找到切入点,力求做到举重若轻,大处着眼,小处入手,见微知著。在内容上,精选知识点,不求大求全,抓住非常重要的和大众非常关心的,做到有所为有所不为,删繁就简,自需求切入。在写作风格上,以通俗易懂、生动活泼、趣味盎然、富有亲和力为写作风格,将保险这个对于人们的生活十分重要而又相对陌生的世界生动地展现在人们的面前。在谋篇布局上,全书整体呼应又各自独立,以篇章之形式从宏观上建构,以体现逻辑和系统,而在每一篇章之下就社会大众需要了解的保险知识进行微观的通俗表达,力求方便读者阅读时可以从任意一页读起,也可以在任意一页放下,茶余饭后随手翻一翻而有知识之收获,阅读之喜悦。

保险走进中国千千万万普通百姓家庭任重而道远。用老百姓喜闻乐见的方式向他们讲述保险与个人、保险与家庭、保险与社会的故事,近距离地和父老乡亲聊一聊这个关乎他们的健康和生命、生活和生产的话题,使他们认识保险,引他们走近保险,为他们设计保险,带他们体验保险,让他们逐步信任保险,这就是《保险知识通俗读本》的写作追求,同时也是其具体内容。

(五)

如前文所言,保险初入中国时,被译为“燕梳”,这令我们想起燕子这种可爱的小动物。燕子被人类视为吉祥鸟,这次与鱼、大熊猫、火娃娃、藏羚羊一起,当选为2008年奥运会吉祥物,正体现了人类对燕子的美好情感,孩子们唱着“小燕子,穿花衣,年年春天到这里”的歌儿怀念她的远去,欢迎她的归来。燕子被人类视为君子鸟,受到人类普遍的信任。几乎所有的鸟的共同特点都是对人类畏惧而远离人类,将巢筑在大树和深山之中,麻雀接近人类的方式则有点鬼鬼祟祟,只有燕子襟怀坦白、大大方方、不亢不卑,它将栖息的鸟房建在人类房屋正堂的梁上,没有任何一种鸟和人类之间建立起这样彼此高度信任的关系。燕子还被人类视为绅士鸟,她雍容大度、风度翩翩,人类就是从她们轻灵上翘、形似剪刀的尾巴获得灵感而发明了燕尾服。

“燕梳”——保险,就应该是这样的“吉祥鸟”,飞入寻常百姓家,勤劳地在田间地头展翅,视察人间风雨;细致地衔泥筑巢,与老百姓同安危共祸福;在梁间轻声昵喃,为老百姓歌唱生活的安宁和幸福。“燕梳”——保险,就应该是这样的“君子鸟”,以最大诚信走近百姓,服务百姓,做百姓风平浪静时的知己、灾难来临时的援手。“燕梳”——保险,还应该是这样的“绅士鸟”,在推荐给百姓时,应

去掉不智慧、非理性、失礼仪的方式,多一些循循善诱,多一些设身处地,多一些礼仪规范,使老百姓信任她、喜爱她、欢迎她、歌唱她、依恋她。这一天来临之际,就是保险真正融入社会大众之时,也必然是保险基业常青、不忧发展之时。

中国保监会普及保险知识编写组

2006年10月

目 录

第一章 认识保险

（一）风险无处不在

风雨人生路（个人风险）.....	(1)
家安万事兴（家庭风险）.....	(3)
昙花一现的奥秘（企业风险）.....	(5)
由孔子论孝说开去（风险处理）.....	(7)
化作春泥更护花（风险与保险）.....	(9)
战争,让保险走开（可保风险）.....	(11)

（二）保险的本质

国学大师论保险（保险是什么）.....	(14)
保险王国的困惑（保险与赌博）.....	(16)
张大妈的比较（保险与储蓄）.....	(18)
一个屋檐,两种受益（保险与救济）.....	(20)

（三）保险之路

海洋启迪的人类智慧（保险的起源）.....	(22)
西方保险趣话（保险在西方）.....	(24)
游陈缺粮与“耕三余一”（保险在中国）.....	(26)
保险发展与创新（未来展望）.....	(28)

(四) 保险的功能

幸福在哪里 (保险保障功能)	(31)
巴菲特的成功之道 (资金融通功能)	(33)
SARS 风波的平息 (社会管理功能)	(35)
“大道至简”的真谛 (保险与和谐社会)	(36)
北木井村的启示 (保险与社会主义新农村建设)	(38)

(五) 保险的原则

唐伯虎新版故事 (保险利益原则)	(40)
巴依老爷的如意算盘 (损失补偿原则)	(43)
尾生与周幽王 (诚实信用原则)	(46)
冲冠一怒为红颜 (近因原则)	(49)

(六) 保险的分类

员工的权利不容侵犯 (商业保险与社会保险)	(52)
钢琴家克莱曼的金手指 (财产保险与人身保险)	(54)
中国的“泰坦尼克”号 (原保险与再保险)	(56)
不让英雄流血又流泪 (个人保险与团体保险)	(58)

第二章 走近保险

(一) 财产保险

快乐老家 (家庭财产保险)	(61)
水漫“金山” (企业财产保险)	(64)
一失足成千古恨 (国内货物运输保险)	(66)
陆地海上皆有保障 (海上货物运输保险)	(69)
车行天下无忧愁 (机动车辆保险)	(71)
扬帆大海有护驾 (船舶保险)	(73)
轻松放飞蓝天梦 (飞机保险)	(75)
三峡工程保险知多少 (工程保险)	(77)

狂欢节里话惊魂 (公众责任保险)	(79)
都是啤酒瓶惹的祸 (产品责任保险)	(81)
腹腔内的纱布 (职业责任保险)	(82)
精明的老板 (雇主责任保险)	(84)
收益大等于风险大吗 (投资保险)	(85)
出口企业的保护神 (出口信用保险)	(87)
保险圆您住房梦 (合同保证保险)	(89)
员工携款跑了 (雇员忠诚保险)	(90)
风雨喧嚣器中的宁静 (产品质量保证保险)	(92)
养禽专业户的教训 (养殖业保险)	(94)
大雪伤农毁桑麻 (种植业保险)	(96)

(二) 人身保险

勇敢者的游戏 (死亡保险)	(98)
可怜天下父母心 (生存保险)	(100)
死活都给钱的保险 (两全保险)	(102)
老有所养, 老有所依 (年金保险)	(104)
零存整取的保障 (简易人身保险)	(106)
老板的礼物 (团体人寿保险)	(107)
旦夕不测无须愁 (意外伤害保险)	(110)
让看病不再贵 (疾病保险)	(112)
保大人还是保小孩 (生育保险)	(114)
让看病不再难 (健康保险)	(115)
早点为自己请保姆 (长期护理保险)	(117)
地下通道里的拉琴人 (收入保障保险)	(119)

(三) 新型保险

金太太的精明打算 (分红保险)	(122)
既有保障还可能赚钱 (投资连结保险)	(124)
保险也万能吗 (万能保险)	(126)

第三章 设计保险

(一) 保险规划

满天风雨看潮生 (保险与风雨人生)	(128)
强者相逢, 稳健者胜 (保险与企业安全)	(130)
精打细算, 满意一生 (保险与投资理财)	(132)
金线串拢万颗心 (保险与员工福利)	(134)

(二) 漫漫人生, 保险相伴

斯芬克斯之谜 (生命之旅)	(136)
父母天职: 幼吾幼 (幼儿少年)	(137)
年少早识愁滋味 (青春岁月)	(139)
几多风雨何以解忧 (人到中年)	(140)
步步为营迎夕阳 (渐近夕阳)	(142)
白发如霜也开颜 (银发老人)	(143)

(三) 家庭生命周期与保险

不离不弃, 共度风雨 (家庭福佑)	(145)
快乐不忘未来忧 (单身贵族)	(146)
相扶到老早筹划 (二人世界)	(148)
一家老小向前冲 (三口之家)	(150)
天高任凭子女飞 (空巢家庭)	(152)
手中有粮, 心中不慌 (人财两安)	(154)
《赠汪伦》与送保险 (保险礼品)	(155)

第四章 体验保险

(一) 选择指引

外国的月亮更圆吗 (公司选择)	(158)
-----------------------	-------

没有最好,只有更好 (渠道选择).....	(160)
人情、险情、绝情 (代理选择).....	(162)
慎防老母鸡变鸭 (产品选择).....	(164)
都是价格惹的祸 (价格选择).....	(167)

(二) 投保指引

最昂贵的一个字 (看清条款).....	(170)
李红非李鸿 (仔细填单).....	(172)
巨星陨落后的遗憾 (如实告知).....	(174)
合情还要合法 (签名确认).....	(176)
聪明反被聪明误 (接受体检).....	(177)
煮熟的鸭子咋飞了 (按约交费).....	(179)
阿咯疏斯的脚踵 (注意事项).....	(182)

(三) 保全指引

合同不是一劳永逸 (认真变更).....	(184)
您还来得及 (中止与复效).....	(186)
善待这种自由 (理性解约).....	(189)
一辆汽车的自述 (注意事项).....	(191)

(四) 维权指引

是否胸有成竹 (举证责任).....	(194)
等待有多久 (赔款给付).....	(195)
权利不用过期作废 (索赔时效).....	(197)
纠纷解决的路径选择 (争议处理).....	(199)

第五章 相信保险

(一) 科学依据

保险不是碰运气 (大数法则).....	(201)
---------------------	-------