

WT



WTO与保险营销

●程寨华／等著

本书论述了当代世界保险业发展的新态势

中国保险业发展的现状

中国保险市场与消费趋势

中国加入WTO后

保险业面临的主要问题和应采取的对策等

与保险营销

湖北人民出版社

 世纪高级营销书库
叶全良 主编

WTO与保险营销



湖北人民出版社

鄂新登字 01 号

· 21 世纪高级营销书库 ·

WTO 与保险营销

程寨华 等著

出版: 湖北人民出版社
发行:

地址: 武汉市解放大道新育村 33 号
邮编: 430022

印刷: 核工业中南 309 印刷厂
开本: 850 毫米×1168 毫米 1/32
字数: 283 千字
版次: 2001 年 10 月第 1 版
印数: 1—6 120

经销: 湖北省新华书店
印张: 13.25
插页: 5
印次: 2001 年 10 月第 1 次印刷
定价: 21.20 元

书号: ISBN 7-216-03153-9/F·571

21 世纪高级营销书库

序 言

世界贸易组织、国际货币基金组织和世界银行,并列为当今世界三大国际性经济机构。其中,世界贸易组织被称为“经济联合国”,其作用与影响远超出国际货币基金组织和世界银行,因为它用市场规则和纪律来约束国际贸易竞争行为,指导和调控世界经济运行,并通过多边贸易谈判来解决国际经济事务,把各国经济融为一体化。

中国作为国际货币基金组织、世界银行的成员国,多年来成功的合作和取得的成绩,充分证明参加国际经济机构是很有必要的。同样,中国加入世界贸易组织(以下简称 WTO),这不仅是顺应世界经济全球化潮流,充分利用国际资金、技术、资源

序 言

和先进管理经验的需要,而且是促进我国经济体制与企业制度的改变,有利于扩大出口,拓展国际市场,加速国民经济发展的需要。然而,也应看到,我国加入 WTO 之后国民经济中的各行各业都会在不同程度上受到国际同行竞争对手的压力,面临新的挑战。

从近期来看,农业、电信业、汽车业、家电业和计算机业受到冲击较大,面临国际强大竞争对手的重压,其中一些企业可能在短期内陷入困境,我们的企业家应有所心理准备,以新的姿态迎接挑战;纺织服装业、餐饮业和房地产业受到的冲击较小,因为我们有其传统的优势,但是,如何抓住“入世”带来的发展机遇,将成为这些行业企业家们的重要课题;银行、证券和保险业也面临国外同行的有力挑战,因为我们在经营机制上还存在着一定的缺陷,所以制度创新、提高服务质量、方便客户将是今后竞争的焦点;能源和饮料市场与国际市场接轨后,将受到国际市场价格波动的影响,我们的经营者要作好防范市场风险的准备,特别是饮料生产经营者要经受国际市

场竞争的严峻考验。

挑战具有两重性,既是压力又是动力,因而从长远趋势来看,上述这些行业在经受竞争性挑战的洗礼之后,将有一个质的飞跃,出现前所未有的可持续发展的良好态势。然而,问题在于目前如何迎接新的挑战,采取何种经营对策和营销策略在竞争中求生存,图发展。为此,中国财经政法大学市场研究所所长叶全良教授特地组织编写了这套《21 世纪高级营销书库》第二大系列丛书,即《WTO 与农产品营销》、《WTO 与电信营销》、《WTO 与汽车营销》、《WTO 与家电营销》、《WTO 与计算机营销》、《WTO 与房地产营销》、《WTO 与证券营销》、《WTO 与保险营销》、《WTO 与能源营销》、《WTO 与餐饮业营销》、《WTO 与纺织服装营销》和《WTO 与软饮料营销》。撰写这套丛书的目的,就在于能给予企业家和所有关心这些行业发展的热心朋友一些有益的启迪。

序
言

为了使广大读者能够全面地认识和掌握 WTO 及其各项协定、协议和规则的内容,系统地了解和熟悉上述各产业的营运

情况,以及企业在入世后可采用的经营对策和营销策略,作者在编著这套丛书时运用了新的创作手法,构思了全新的体系结构,并巧妙地将历史、现状和未来结合起来进行辩证唯物主义的分析,既引用了大量的实际数据论证,又有创新理论的概括。首先,各本书以本产业相关的 WTO 规则及其与此有关的多边贸易谈判达成的各项规定、协议为开篇,阐明国际市场营销规则和国际经贸关系的行为准则;其次,各本书系统地分析了本产业主导产品在国内外市场的运作情况,重点论述了发达国家在国际市场的营销状况,揭示了主导产品生产与发展的历史轨迹,科学预测了其未来的发展趋势;再次,各本书将自己论述的“核心产品”进行中外比较,评估其优劣,揭示其长短,寻其因果,找其异同,达到知己知彼之目的;最后,各本书立足于可持续发展之目标,论述了入世后采取何种经营对策、营销策略和发展战略,阐明了任何产业只有经过优胜劣汰的竞争洗礼才能获得长足发展的科学道理。

在包含上述基本内容和框架内,各本书的具体内容在安排上又出现百花齐放的精彩格局,给读者以耳目一新的感受。尽管创作风格各异,但在论述实施发展战略、运用营销策略上,又具有下列相同的主题思想,即:树立创新观念,增强竞争意识;尽快熟悉和学会运用 WTO 的有关规则;加强企业管理和技术创新;积极占领和拓展国际市场。

随着《21 世纪高级营销书库》的系列著作陆续出版,这不仅使广大企业家、经销者获取更多更新的营销知识,有助于业务素质的提高,而且有利于促进我国企业整体经营管理水平跃上一个新的层次。

湖北省市场营销学会会长

中南财经政法大学教授、博士生导师

彭 星 阁

2001 年 6 月 6 日于武汉

序
言

前 言

随着国际分工的进一步发展以及经济全球化、一体化进程的加快,国与国之间的经济交流和文化碰撞日益频繁,贸易自由化、知识信息化和世界经济一体化已是大势所趋。作为涵括现代市场经济规则 and 世界经济主要内容的 WTO,则承载着在全球范围内实现资源优化配置和提高效益的历史使命。在世纪之交,WTO 终于向我们走来了。对外开放,无论是走出去、还是请进来,我们的民族保险业都将面临着强大的竞争和挑战。

加入 WTO 后的中国保险市场,将按服务贸易总协定的要求,运用有关发展中国家特殊待遇的条款,逐步面向世界各国的保险商进行开放。一大批身携巨款、雄心勃勃的老牌世界保险公司将面带笑容地走进能给他们带来丰厚回报的中国市场,他们依靠雄厚的资本实力、先进的管理理念、全新的营销模式和完善的服务体系来分取中国保险市场这块蛋糕,于是乎有人疾呼“狼来了”。

中国的民族保险业经过改革开放十几年的发展,在市场竞争模式、经营管理手段、保险营销方式以及技术手段等方面都有了很大的提高。但是,我们也应该看到,只有十几年发展历史的中国民族保险业与有几百年经营管理经验的老牌外资保险公司之间仍有很大的差距。面对“野狼”入侵,我们只有认清形势,正视差距,采取正确的

发展策略,吸收国际上先进的保险业管理及营销方式,才能实现在开放的、竞争的市场中不断壮大,实现“与狼共舞”。

本书的写作正是基于中国民族保险业即将面临 WTO 冲击这样一种现实,从理论和实践相结合的角度,论述在 WTO 给保险业带来的机遇和挑战面前,如何从保险营销的角度,促进民族保险业的繁荣和发展。本书不仅对中国的保险市场发展现状及前景有系统的分析,而且通过 WTO 对中国保险业所带来的影响,来启示民族保险业如何通过保险营销的创新战略和策略实施,实现竞争优势,获得可持续发展。本书将营销理论、保险市场知识以及 WTO 的相关规则与影响融会贯通,从营销学的角度,研究如何“与狼共舞”,学会“与狼共舞”,是本书作者的初衷。愿本书的出版能使读者加深对加入 WTO 的理解,充分做好迎接各种挑战的准备,并能对各保险机构的营销战略的制定及实施有所启迪。

本书由李汝平(第一章、第二章和第三章)、汤建良(第四章)、张卫国(第五章、第六章和第七章)和程寨华(第八章、第九章和第十章)编写。程寨华负责全书的审定和编纂。

由于作者在保险方面的知识积累及营销实践经验方面的局限性,书中的不足之处在所难免,恳切地期待读者特别是保险业从业人员批评指正。

作 者

作者简介

程素华 男,26岁,安徽黄山人,现为中南财经政法大学企业管理专业市场营销方向的硕士研究生。曾在《中外管理》、《中国第三产业》、《市场与消费》等公开刊物发表论文10余篇,参与编写《关系营销》一书。有多项成果获各种奖项。

张卫国 男,25岁,吉林长春人,现为中南财经政法大学企业管理专业市场营销方向的硕士研究生。曾在《管理论坛》、《中国商办产业》、《现代工商》等公开刊物发表论文数篇。

李汝平 男,24岁,山东淄博人,现为中南财经政法大学企业管理专业市场营销方向的硕士研究生。曾在《国内外企业管理》、《经济论坛》、《企业家》等公开刊物发表论文数篇。

选题策划 张开群

责任编辑 卢华根

装帧设计 戴启顺



- WTO与汽车营销 邵海忠 著
- WTO与家电营销 曹礼和 著
- WTO与农产品营销 叶全良 著
- WTO与计算机营销 陈志浩 等著
- WTO与电信营销 曹 亮 等著
- WTO与能源营销 宋伟良 等著
- WTO与证券营销 岳正坤 等著
- WTO与保险营销 程寨华 等著
- WTO与纺织服装营销 刘 焱 等著
- WTO与房地产营销 张在晖 等著
- WTO与餐饮营销 涂永式 等著
- WTO与软饮料营销 沈 琴 等著

目 录

第一章 WTO 与保险自由化进程/ 1

1.1 话说保险/ 1

1.1.1 保险:世界因为有你而更美好/ 2

1.1.2 保险的分类及特征/ 4

1.1.3 保险国际化:经济全球化的必然产物/ 7

1.1.4 保险贸易自由化:大势所趋、势在必行/11

1.2 WTO 主要成员保险市场模式分析/13

1.2.1 发达国家(地区)充分开放保险市场的模式/14

1.2.2 发达国家(地区)有限开放保险市场的模式/17

1.2.3 发展中国家(地区)充分开放保险市场模式/19

1.2.4 发展中国家(地区)有限开放保险市场的模式/20

1.3 《服务贸易总协定》谈判中涉及保险业开放的有关原则/22

1.3.1 市场准入原则/23

1.3.2 国民待遇原则/24

- 1.3.3 最惠国待遇(非歧视)原则/25
- 1.3.4 逐步自由化原则/26
- 1.3.5 透明度原则/26
- 1.3.6 安全及例外原则/27
- 1.4 保险自由化对发展中国家的特别考虑/28
 - 1.4.1 广泛参与/28
 - 1.4.2 互惠/30
 - 1.4.3 发展潜力和相互优势/30

第二章 WTO 与保险监管/32

- 2.1 监管:保险业的安全阀与减震器/32
 - 2.1.1 没有规矩,不成方圆:监管的意义/33
 - 2.1.2 走近保险监管:内容分析/34
 - 2.1.3 渠道多样:监管机构分析/37
- 2.2 WTO 主要成员保险监管分析/38
 - 2.2.1 美国保险监管体制:双重监管、适度放松/39
 - 2.2.2 英国保险监管体制:奉行自由经营、侧重行业监管/44
 - 2.2.3 法国保险监管体制:兼具准备主义和监督主义的特色/47
 - 2.2.4 日本保险监管体制:适应市场,逐步放松/49
 - 2.2.5 加拿大保险监管体制:有特色的双重管制/51
 - 2.2.6 香港保险监管体制:政府管制、行业自律两手一起抓/54
- 2.3 WTO 主要成员保险立法分析/55
 - 2.3.1 具有民事法律色彩的保险合同法/55

- 2.3.2 保险领域的行业法律——保险业法/56
- 2.3.3 其他方面的保险立法/59
- 2.4 中国保险市场监管分析/61
 - 2.4.1 监管:中国保险业健康发展的保证/62
 - 2.4.2 中国保险监管的目标/68
 - 2.4.3 建立具有中国特色的保险监管/73

第三章 WTO 与国际保险市场/84

- 3.1 国际保险市场/84
 - 3.1.1 国际保险市场的内涵/85
 - 3.1.2 以市场来调节保险活动的运行机制/86
- 3.2 国际保险市场结构:保险交易主体分析/90
 - 3.2.1 原保险市场:传统意义上的保险市场结构/90
 - 3.2.2 再保险市场:独特的保险市场结构/97
- 3.3 国际保险市场的供求:维持市场稳定的最主要因素/100
 - 3.3.1 需求分析/100
 - 3.3.2 供给分析/106
- 3.4 国际保险价格:调节市场活动的经济杠杆/110

第四章 WTO 主要成员保险市场简介/113

- 4.1 美国保险市场:活力四射、技术精湛/119
 - 4.1.1 历经磨难,造就现在的辉煌/119
 - 4.1.2 世界最具活力的市场/121

- 4.1.3 自保公助型社会保障制度/125
- 4.2 英国保险市场:历史悠久、信誉卓著/127
 - 4.2.1 光辉灿烂的历史/127
 - 4.2.2 英国保险市场的现状/130
 - 4.2.3 久负盛名、形式独特的劳合社/132
- 4.3 日本保险市场:不断创新,规模日益扩大/134
 - 4.3.1 世界一流的保险强国/134
 - 4.3.2 潜心研究市场,不断创新进步/136
 - 4.3.3 拓展海外市场,服务经济政策/138
- 4.4 德国保险市场:社会保障、商业保险齐头并进/140
 - 4.4.1 健全的社会保障制度/140
 - 4.4.2 发达的商业保险/142
 - 4.4.3 再保险大国/143
- 4.5 法国保险市场:经营稳定、势头良好/145
 - 4.5.1 法国保险的辉煌历史/145
 - 4.5.2 当代的法国保险业/147
 - 4.5.3 积极拓展国际市场/149

第五章 WTO与中国保险市场/151

- 5.1 中国保险业:抬起头来做人/151
 - 5.1.1 冲破黑暗,走向光明——近代民族保险业的崛起/151
 - 5.1.2 在调整改造中恢复发展的现代保险业/153
 - 5.1.3 改革开放以来我国保险业日益壮大/155
- 5.2 中国保险市场:知耻而后勇,知不足而改

进/157

5.2.1 走近中国保险市场/157

5.2.2 大刀阔斧,积极调整,迎接挑战/170

5.3 中国保险业:前途一片光明/180

5.3.1 中国保险业发展情况分析/180

5.3.2 中国保险业前景一片光明/182

5.4 农村保险市场:潜力巨大,有待开垦/186

5.4.1 中国农村保险市场现状分析/186

5.4.2 发展中国农村保险市场面临的困难/189

5.4.3 构建完善的农村保险市场之对策/190

第六章 建立符合中国国情的社会保

险/194

6.1 社会保险与商业保险的关系/194

6.1.1 社会保险与商业保险的共性/195

6.1.2 社会保险与商业保险的差异/197

6.1.3 社会保险与商业保险的相互影响与融合/200

6.2 原有社会保险体制的弊病/204

6.2.1 覆盖面不广,不利于多渠道就业制度和多种经济成分的发展和巩固/204

6.2.2 原有的社会保险制度,阻碍劳动力制度改革 的深化/205

6.2.3 原有的社会保险制度,影响企业间的公平竞 争/205

6.2.4 筹资渠道和保险的层次单一,加重了企业和 国家的保障负担/206