

BAOXIAN
JINGZHENG XINLUN

保险竞争新论

谢宪 著

海天出版社

BAOXIAN
JINGZHENG XINLUN

保险竞争新论

谢宪 著

海天出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

保险竞争新论 / 谢宪著. —深圳: 海天出版社, 2005

ISBN 7-80654-846-7

I. 保... II. 谢... III. 保险业—市场竞争—研究
—中国 IV. F842

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 146989 号

海天出版社出版发行

(深圳市彩田南路海天大厦 518033)

<http://www.htph.com.cn>

责任编辑: 蒋鸿雁

装帧设计: 海天龙

责任技编: 卢志贵

责任校对: 邓肖鸿

深圳市海天龙广告有限公司制作输出 Tel: 83461000

深圳市天之彩印刷有限公司印刷 海天出版社经销

2005 年 12 月第 1 版 2005 年 12 月第 1 次印刷

开本: 850mm × 1168mm 1/32 印张: 12

字数: 250 千字 印数: 1-8,000 册

定价: 28.00 元

海天版图书版权所有, 侵权必究。

海天版图书凡有印装质量问题, 请随时向承印厂调换。

责任编辑：蒋鸿雁

责任技编：卢志贵

装帧设计：海天龍广告
0755-83461000

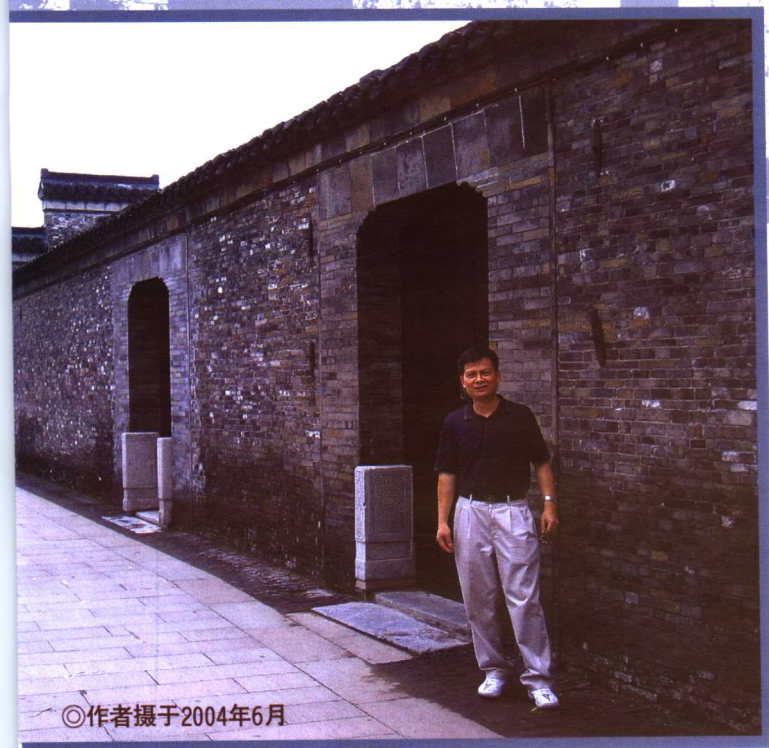
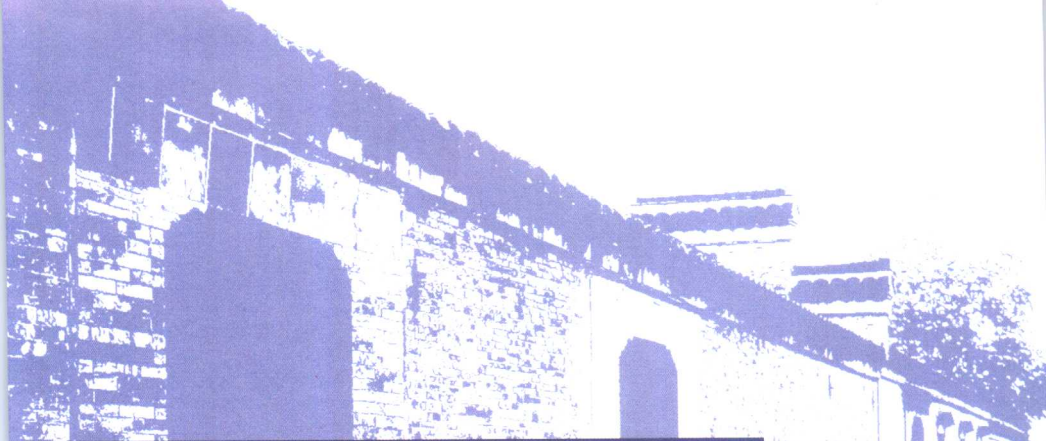
中国保险监督管理委员会吴定富主席为本书题词

增强竞争实力促进
健康发展服务和谐
社会

为《保险竞争新论》所题

吴定富

二〇〇五年十一月



◎作者摄于2004年6月

谢宪，1954年9月出生，籍贯广东。经济学硕士，高级经济师、高级政工师、高级编辑。现任中国保险监督管理委员会宁波监管局局长。

序

据说，人们至今还不知道生命是怎样产生的，但人们知道生命是怎么进化的：这就是竞争——物竞天择。生命不断改变自己，去适应不断变化的客观环境，得以进化。

竞争是市场经济的本质特征，有关市场竞争的思想可以追溯到经济学的鼻祖——古典学派。19 世纪初，李嘉图和沃林即提出了比较成本理论和资源禀赋差异论，指出了不同国家具有不同的比较优势。随后一些经济学家和国际经济组织又提出了产业竞争、国际竞争力、企业能力、综合竞争力等概念。从经济竞争实战理论看，最负盛名的现代经济竞争战略专家是美国哈佛商学院教授迈克尔·波特，他潜心研究竞争理论，从 20 世

纪80年代初起先后推出了著名的三部曲：《竞争战略》、《竞争优势》和《国家竞争优势》，为市场竞争战略研究带来了新的思路。

随着我国社会主义市场经济体制的逐步确立和我国入世过渡期的结束，作为金融业重要组成部分的保险业面临着发达国家金融集团日益巨大的竞争压力。与西方保险企业相比，我国的保险公司无论在资产质量、赢利水平等经营指标方面，还是在保险产品创新、信息化等技术因素方面，抑或是在经营理念、法人治理结构、人力资源等管理因素方面，都处于相对落后的地位。如何加快我国保险公司现代企业化的改革进程，建立起资本充足、内控严密、运营安全、服务和效益良好的新型保险企业，是我们面临的十分重要而又迫切的课题。

当前，市场竞争问题逐渐受到理论界、企业界乃至政府部门的重视，但专门针对保险竞争的研究还很薄弱，研究的深度和广度都不够，理论大厦的构建无论是宏观、中观、微观都还相去甚远。谢宪的这本《保险竞争新论》从竞争学与保险学相结合、认识论与方法论相结合、理论与实

践相结合、国际与国内相结合的角度，深入剖析了保险竞争领域中一些基本的和重要的问题，在紧密把握中国客观实际和国际惯例的前提下，分析了当前中国保险竞争中的热点，并就如何提高保险企业竞争力、促进竞争合作、加强竞争自律、严格竞争监管等提出了自己的见解，形成了一个比较清晰的理论框架和思路。

作者从竞争的起源谈到保险市场竞争的出现及发展，从中国保险竞争的特点谈到国际保险竞争的发展趋势，从保险企业的核心竞争力谈到企业的文化战略和人才战略，从企业的成本、资金运用谈到内部控制制度，博古通今，引经据典，层层深入，娓娓道来，语言严谨而不失风趣，专业而不失通俗，使人在不知不觉中得到启发。

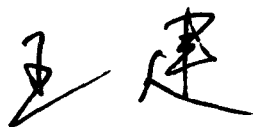
本书在研究的方法上，坚持理论与实践相结合，未来发展与客观现实相结合，定量分析与定性分析相结合，力求观点鲜明，论证严密；在研究资料的选取上，以国家权威部门、正式资料为基础，力求来源可靠、真实客观，在资料的处理上，坚持严谨规范、力戒断章取义；在研究的内容上，既注重综合、全面，又根据中国保险企业

特点而有所侧重。

谢宪这本书不仅阐述了市场竞争的意义，还讲述保险竞争的方法。竞争的结果大家可能都知道，优胜劣汰，社会进步。但谁优？谁又会被市场无情淘汰？请读一读这本《保险竞争新论》。

谢宪戎马生涯多年，广猎兵学韬略；其后作为保险竞争一线的组织者，率部攻坚避锐，逐鹿南疆；成为市场监管者后，登高眺远，殚精竭虑，终有所得，实为可喜可贺！借此机会，我热切期望作者能有更多佳作问世。

谢宪盛情邀请我为本书作序，我们多年一起工作，恭敬不如从命。寥寥几笔，是为序。

A stylized handwritten signature in black ink, consisting of two main characters, '王' and '建', written in a cursive, expressive style.

2005年10月23日

前 言

中国的市场经济竞争已经进入了一个新的纪元。党的十六届三中全会通过的《中共中央关于完善社会主义市场经济体制若干问题的决定》，共有 16 处提到“竞争”，这在党的重要文献上是前所未有的。可以说，《决定》是全面推进社会主义市场竞争的宣言书、进军令。

中国保监会吴定富主席指出：“在市场经济条件下，保险企业要在竞争中求生存求发展，必须不断提高自身素质，根据市场定位和自身优势，努力培育核心竞争力”。并且强调：“竞争是市场发展的动力，但必须坚持公开、公平、有序的竞争”。百舸争流，千帆竞渡，在市场经济的大潮中，如何赢得和保持竞争优势，使自己立于不败之地，已成为所有企业（当然也包括保险企业）必须认真思考和探索的基本生存问题。而如何营造一个公平竞争的环境，促进市场有序竞争，也理所当然地成

为政府监管机关的重大课题。

理论是行动的先导。要取得竞争优势，要获得驾驭竞争的主动权，就要研究竞争理论。理论来源于实践，只有到火热的竞争一线去体验竞争硝烟，研究竞争实践，发现带规律性的东西，并上升为理性认识，才能更好地指导竞争实践。

刘震云给冯小刚的新书《我把青春献给你》作序，说这不是一本正儿八经的书，而是“解闷儿”的书。我这本书虽不能解闷儿，但真的也不是一本正儿八经的书，甚至有一些“离经叛道”的怪想法；同时也有点沐猴而冠、附庸风雅的味道。

刘震云说冯小刚“的、地、得”三个字分不清，还提出这是三权鼎立，干脆归堆一个得了。我也不能保证何时何地都将“的、地、得”分清楚了，幸好此书不是文学类作品，分得清分不清意思明白就行，无伤大雅。

本书只是记录了一名业内谋生者对保险竞争问题的思考与感言，就如同一位整天背着双手在神圣的论坛边上溜弯儿的流浪汉，老听着智者哲人们的高谈阔论，终于有一天忍不住要“我来说两句了！”

目 录

序	1
前 言	1
第一章 绪 论	1
第一节 竞争溯源	1
第二节 竞争理论的形成与发展	5
第三节 经济竞争的几个基本问题	11
第四节 保险竞争简析	18
第二章 我国保险市场竞争现状	23
第一节 我国保险市场简析	24
第二节 我国保险市场竞争的特点	32
第三节 我国保险竞争中存在的主要问题	38
第三章 保险企业核心竞争力	45
第一节 核心竞争力,名与实之辨	45
第二节 保险企业核心竞争力辨析	52
第三节 持续创新必须处理好的三个关系	60

第四章 企业文化战略	64
第一节 企业文化建设——锻造企业竞争力之魂	64
第二节 企业文化建设的要点	70
第三节 保险企业文化建设谨防误区	90
第五章 人才战略	96
第一节 保险业需要什么样的人才	96
第二节 给人才施展才能的空间	103
第三节 重视对人才的物质激励	106
第四节 让企业成为学习型组织	112
第五节 关于人才的几个问题的商榷	117
第六章 控制成本战略	122
第一节 低成本企业将赢得竞争优势	122
第二节 影响保险企业经营成本的主要因素	126
第三节 保险企业降低成本的策略	131
第七章 保险资金运用战略	136
第一节 我国保险资金运用的历史进程	136
第二节 我国保险资金运用中存在的主要问题	142
第三节 保险企业资金运用策略	148
第八章 内部控制管理战略	154
第一节 保险企业内控建设的内涵和基本任务	154
第二节 保险企业需防范的主要风险点	159
第三节 保险企业内控建设的策略措施	164

第九章 客户服务战略	173
第一节 搞好客户服务是保险企业的本质要求	173
第二节 保险企业客户服务的主要方向	178
第三节 客户服务的支持系统——客户关系管理	182
第十章 市场营销战略	188
第一节 市场营销理论在保险业中的运用	188
第二节 国际保险营销趋势分析	196
第三节 我国保险营销员体制改革探讨	203
第四节 安利营销的启示	218
第十一章 并购战略	223
第一节 保险企业实施并购战略的动因及作用	223
第二节 并购战略的实施	235
第三节 分业经营与混业经营探讨	239
第十二章 竞争合作	247
第一节 竞争合作的必要性和可能性	247
第二节 竞争合作的基本内容与实现方式	251
第三节 竞争合作应注意的问题	259
第十三章 竞争自律	265
第一节 竞争自律的组织形式——行业协会	265
第二节 竞争自律的几项重点内容	272
第三节 竞争自律的制度保障	279
第四节 竞争自律是否价格同盟	287

第十四章 竞争监管(务虚篇)	290
第一节 竞争监管理论	290
第二节 竞争法规	298
第三节 竞争监管目标与竞争模式选择	305
第十五章 竞争监管(务实篇)	314
第一节 监管组织体系	314
第二节 监管方式	322
第三节 监管手段	327
第四节 竞争监管实践中的几个具体问题	332
主要参考书目	353
后 记	356

第一章 绪 论

竞争,是目前见诸报端频率最高的字眼之一。究其原意,《庄子·齐物论》说:“有竞有争”。西晋哲学家郭象作《庄子注》解释为:“并逐曰竞,对辩曰争。”用现代的语言解释就是互相争胜。

第一节 竞争溯源

竞争最早应是出现在自然界、生物界。有一则广为流传的寓言:在遥远的年代,夕阳西下的非洲大草原上,一头狮子在沉思:明天当太阳升起,我必须狂奔,逮住跑得最慢的羚羊,以免饿死之忧;而羚羊们也在沉思:明天当太阳升起,狮子发起攻击时我必须狂奔,否则将葬身狮口……这就是达尔文“物竞天择,弱肉强食,适者生存”的进化论基础。

竞争是因为资源稀缺或不均衡分布(局部稀缺)引起的,供求失衡导致竞争。比如大家竞争总统,是因为总统只有一个,不可能每人都封个总统。企业竞争,其实是竞争产品市场,原因是客户是稀缺的。在计划经济年代,表面上生产是有计划的,但只