

开放条件下的 保险业竞争力

石新武◎著

Study on the Competitiveness of
China's Insurance Industry in
an Opening Economy



中国财政经济出版社

开放条件下的保险业竞争力

石新武 著

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

开放条件下的保险业竞争力/石新武著. —北京: 中国财政经济出版社, 2005.2

ISBN 7-5005-7890-3

I. 开… II. 石… 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 007563 号

中国财政经济出版社 出版

URL: <http://www.cfeph.com.cn>

E-mail: cfeph@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100036

发行处电话: 88190406 财经书店电话: 64033436

北京财经印刷厂印刷 各地新华书店经销

880 × 1230 毫米 32 开 24.875 印张 639 000 字

2004 年 12 月第 1 版 2004 年 12 月北京第 1 次印刷

定价: 38.00 元

ISBN 7-5005-7890-3/F·6928

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

序

石新武同志的《开放条件下的保险业竞争力》是在其博士后研究成果基础上修改而成的。

该选题具有重要的理论和现实意义。竞争力理论融合了经济学和管理学两门学科的知识，主要对产业、区域甚至国家的竞争能力进行研究，已经得到了广泛地应用。但对保险业竞争力特别是在开放条件下的保险业进行研究的尚不多见，该报告对该问题特别是开放条件下的特殊性进行了深入系统地分析，对完善保险业理论和竞争力理论都具有重要意义。加入 WTO 以后，我国保险业得到了难得的发展机遇，但同时也面临着国外竞争对手的更为严酷的竞争，如何调整自身，更好地面对挑战，是我国保险业面对的一个重要的现实问题，该报告分别从环境竞争力、潜在竞争力和现实竞争力三个方面提出了对策，层次清晰合理，具有一定现实指导意义。

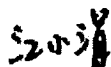
该研究思路清晰，富有一定创新性。围绕保险业竞争力这一理论主线，该研究从保险服务贸易国际规则视角，对我国保险业的竞争力问题进行了深入地探讨。主要创新之处体现在第 7、

10、11、12 章。其中有关于我国保险业竞争力指标体系的构建和实证分析；有限开放保险市场，采取垄断竞争型保险市场模式和寡头垄断型再保险市场模式；通过优化保险税制促进保险业做大做强；既要积极又要慎重对待混业经营；建立产业资本与保险资本融合的防火墙制度；实施整体风险管理方案和巨灾保险筹资模式，将资本市场的资金引入巨灾保险市场；审慎应对保险资金直接入市；强化以培养客户忠诚度为核心的保险服务创新；深化差异化经营、精细化管理和广义的服务营销观等等，在这些方面的论述都具有创新性。

该研究遵循了一个合理的框架，分理论、实务、对策三个部分组织全篇，逻辑性强。而且各个部分内容详实，显示作者进行了大量扎实的文献工作，比如在国际规则部分，集中对 WTO 部分成员国的保险服务贸易减让进行了详细地考察，对我国保险业的开放具有重要的参考价值。

石新武同志长期从事保险业，对我国保险业的实际发展情况、面临的机遇和挑战都有丰富的实践经验。他本人在博士后学习期间对竞争力等相关理论进行了全面深入地学习，掌握了大量的资料，对其研究报告的写作起到了积极的作用。石新武同志在繁忙的工作中完成这样一篇比较优秀的报告，圆满完成了博士后工作要求。该报告出书也是对其成果的一个肯定，希望能够发挥比一项单纯的报告更大的作用。

国务院研究室副主任



2004 年 12 月 6 日

目 录

上篇 理论篇 ——竞争、竞争力和保险竞争力

第 1 章 竞争的实质	(1)
1.1 竞争的涵义	(1)
1.2 竞争的经济学分析	(22)
1.3 经济全球化背景下竞争发展的新 趋势	(30)
第 2 章 竞争力理论	(36)
2.1 竞争力的涵义	(36)
2.2 竞争战略理论与核心竞争力理论	(59)
2.3 国际竞争力	(67)
第 3 章 保险竞争力	(83)
3.1 保险竞争力的涵义	(83)
3.2 保险竞争力的评价	(92)

中篇 实务篇

——我国保险业的发展历程和现状分析

第4章 我国保险业的发展历程	(112)
4.1 建国以前我国的保险业	(112)
4.2 建国初期我国的保险业	(114)
4.3 改革开放后我国的保险业	(118)
第5章 我国保险业取得的成就和存在的问题	(138)
5.1 我国保险业取得的成就	(138)
5.2 我国保险业存在的问题	(147)
第6章 我国保险市场对外开放评析	(152)
6.1 我国保险市场对外开放的历史必然性	(152)
6.2 保险市场对外开放的不同观点探讨	(158)
6.3 保险市场只有开放,才有发展	(163)
6.4 我国保险市场对外开放现状	(169)
第7章 我国保险业竞争力现状分析	(178)
7.1 分析指标的设计	(179)
7.2 我国非寿险业现实竞争力分析	(185)
7.3 我国寿险业现实竞争力的分析	(208)
7.4 保险业现实竞争力评价指标的综合评价	(234)

下篇 对策篇

——开放条件下提升我国保险业竞争力的对策

第 8 章 保险服务贸易的国际规则	(244)
8.1 世贸组织的基本原则	(244)
8.2 《服务贸易总协定》的主要内容及基本原则	(257)
8.3 《金融服务贸易协议》的形成过程及主要内容	(271)
8.4 世贸组织成员国保险服务贸易减让表	(279)
8.5 我国加入 WTO 有关保险服务贸易的具体承诺	(317)
第 9 章 WTO 对我国保险业的影响及其对策	(326)
9.1 WTO 带来我国保险业的机遇	(326)
9.2 WTO 对我国保险业的挑战	(331)
9.3 开放条件下我国保险业的整体策略	(338)
第 10 章 提高保险业环境竞争力的对策	(358)
10.1 建立统一、开放、竞争、有序的现代保险市场	(359)
10.2 健全保险法制体系	(386)
10.3 加大保险监管力度	(397)
10.4 混业经营要稳步前进	(434)
10.5 适当调整保险税制, 促进保险业做大做强	(443)
第 11 章 提高保险业潜在竞争力的对策	(470)
11.1 全面推进现代企业制度建设	(470)
11.2 建立健全内部控制机制	(481)
11.3 保险创新是推动保险发展的动力	(493)
11.4 重视保险人才的培训和使用	(509)

4 开放条件下的保险业竞争力

11.5	不断提高保险服务水平	(514)
11.6	依靠现代科技手段, 培育竞争优势	(529)
11.7	财会工作要加快与国际惯例接轨的步伐	(537)
11.8	积极鼓励我国保险公司“走出去”创业	(563)
 第 12 章 提高保险业现实竞争力的对策		(574)
12.1	提高保险业的规模实力	(574)
12.2	提高保险资金的运用效益	(607)
12.3	尽快解决偿付能力问题	(668)
12.4	开发新险种, 扩大经营范围	(686)
12.5	合理确定保险费率	(703)
12.6	加强保险营销	(712)
12.7	建立健全核保核赔系统, 以技能取胜	(731)
 主要参考文献		(779)
 后 记		(785)

上篇 理论篇 ——竞争、竞争力和保险竞争力

第1章 竞争的实质

1.1

竞争的涵义

1.1.1 竞争是一种市场机制

自从1859年英国科学家达尔文（Charles Robert Darwin）的名著《物种起源》问世，提出了“物竞天择，适者生存”的进化理论，竞争的概念就被越来越多的人所认识和研究。他认为生物之间为了争夺食物和空间，在共同的环境里必然要发生激烈的生存竞争，在竞争中获胜的个体得到优先生长和繁殖，失败的个体遭到淘汰，这种优胜劣汰的现象是一种自然规律。

“竞争”一词在我国最早出现在战国时期的《庄子·齐物论》中，就有“有竞有争”的论述。后来《庄子注》解释为：“并逐曰竞，对辩曰争”。这即是说，“竞”是共同追逐，“争”是相互辩论。竞争就是为了自己的获胜而同别人比高低、争胜负的角逐争辩活

动。

从哲学的观点来说，唯物辩证法认为竞争是对立双方在同一目标下的“斗争”。斗争的结果，推动事物的发展。作用于竞争者双方的压力，在一定条件下将转化为动力，促使竞争者奋发图强，不断前进。

从经济学的角度来说，竞争是指不同的经济实体，为了各自的经济利益，在市场上互相争夺胜利的一种活动。在《新帕尔格雷夫经济学辞典》中竞争被定义为一种发生在个人（或团体、或国家）之间的争胜行为，只要有二个或二个以上的不同利益团体在为大家都达不到的某种目标而奋斗，就会有竞争。所以，竞争是指市场经济中一方经济行为主体为了考虑自身利益，不断增强自己的经济实力，排斥对方相同行为的表现。

从历史上看，有商品经济就有竞争。竞争是商品经济的必然伴侣。这是因为竞争是社会分工的产物，社会分工把生产资料和劳动力分散到执行许多不同职能的单位中去。这些单位生产各自的产品，他们都有各自的经济利益，相互之间都要争夺有利的产销条件，要通过市场争购物美价廉的原材料，尽快推销产品，加速资本周转，这就必然产生争购竞销、优胜劣败的竞争局面。正如马克思在《资本论》中所说的那样：“社会分工则使独立的商品生产者互相对立，他们不承认任何别的权威，只承认竞争的权威，只承认他们互相利益的压力加在他们身上的强制”。^①同时，商品的价值和使用价值也要通过竞争得到实现。每一个商品生产者的劳动都是社会总劳动的一部分，具有社会劳动的性质，他们生产的产品都是为了交换，用来满足社会需要。但是每个商品生产者的劳动又都是私人劳动，生产什么，生产多少，如何生产，如何销售等都是由自己决定的。只有把生产的产品销售出去，商品的价值和使用价值才能

① 《资本论》第1卷，第394页，人民出版社1975年版。

被社会所接受，他们的劳动才能变为社会劳动。如果卖不出去，那就等于一堆“废物”。特别是商品的价值量不取决于任何个别劳动时间，而是取决于社会必要劳动时间，只有通过商品交换过程中的多次比较和竞争才能逐渐形成。商品的价值是通过价格表现出来的，而价格又是随着市场供求关系的变化，围绕价值轴心上下波动的，在市场上通过竞争，使适销对路、价廉物美的产品很快销售出去，从而实现商品的价值和使用价值。恩格斯就曾经在《哲学的贫困》一书中指出：“只有通过竞争的波动从而通过商品价格的波动，商品生产的价值规律才能得到贯彻，社会必要劳动时间决定商品价值这一点才能成为现实。”^①

在简单商品经济阶段，生产规模狭小，竞争手段比较简单，主要是比质量、比价格，竞争范围也限于本地区和本行业，竞争的程度比较缓和。随着商品经济的发展，商品社会化程度的提高，商品经济普遍化了，市场范围日益扩大，市场在整个社会经济生活中的地位和作用突出了，市场调节在社会资源配置中起到决定性的作用。这时竞争的手段和范围都有了发展，手段更加多样化，范围日益扩大化，竞争的程度也变得激烈起来。在市场经济中，市场的作用要通过市场机制来实现。所谓市场调节，实际上就是市场机制的调节，也就是通过市场机制的综合作用来实现对社会经济生活的调节。只有很好发挥市场机制的调节职能，才能使市场真正起到资源配置的作用，实现社会资源的有效配置以及社会总供给与总需求的基本平衡。

市场机制是指在市场经济中，价格、竞争、供求等市场要素对各个经济主体运行进行引导、调节的机理和功能。市场要素的多样性使市场机制也是多种多样的，最主要的有价格机制、供求机制、信贷利率机制、工资机制和竞争机制等五种市场机制。市场机制是

^① 《马克思恩格斯全集》第21卷，第215页。

市场经济内在的机制，是市场经济中各个市场主体和各类市场要素之间有机联系的客观必然性。

在市场经济中，竞争机制不是单独发挥作用的，而是同其他市场机制紧密结合起来共同发挥作用。这就是说，市场机制要通过竞争机制才能有所作为，市场促进生产力发展和调节社会资源合理配置的作用，要通过竞争机制才能得以实现。

首先，从价格机制来说，价格是商品生产者调整生产方向和生产规模的信号。对生产同种商品的生产者来说，在相同质量条件下，谁的价格低，谁的商品需求量就大，谁就占有更多的市场；反之，谁就会失去市场。这就促使商品生产者通过竞争不断提高劳动生产率，减少消耗，降低成本。同时，价值规律要求商品按照价值量进行交换，商品的价格必须同价值相符。当某种商品供不应求时，价格便会高于价值，而竞争促使商品生产者去从事此种商品的生产，引起供求变化，价格下跌；当某种商品供过于求时，竞争又使部分商品生产者放弃此种商品的生产，减少供应，价格回升。这样通过竞争促使商品价格围绕价值而上下波动，从而使价格机制起到调节作用。

其次，从供求机制来说，当商品供过于求时，卖者之间竞争加剧，购买者在竞争中处于有利地位，这时形成买方市场；当商品供不应求时，购买者之间竞争加剧，卖者在竞争中处于有利地位，这时形成卖方市场。正由于竞争机制的作用，使商品供求双方大体趋向平衡。

第三，从信贷利率机制来说，它是支配和调控金融市场的机制。信贷利率提高，就会引起资金市场上货币资金供给的增加和对货币资金需求的下降；反之，信贷利率下调，就会引起货币资金供给的减少和对货币资金需求的上升。这种信贷资金需求随着利率高低的变动而变动，从而对社会生产起到调节作用，也要依靠竞争机制来实现。

第四，从工资机制来说，它是劳动力市场的调控机制。在其他条件一定的情况下，某一部门工资水平的提高，会引起该部门劳动力的增加；工资水平的下降，会引起该部门劳动力的减少。同时，当某部门劳动力供给过多，又会导致工资水平下降，工资水平下降又使劳动力供给减少，而劳动力供给过少，又将导致工资水平提高。这种劳动力供求变化和工资水平高低变动的相互关系和制约，通过竞争机制，促使劳动力在各部门和各地区之间进行合理流动，从而使劳动力资源得到合理配置。

根据以上所述，竞争机制可以促使市场经济主体对市场价格信号作出灵敏的反应，通过调整内部结构，增强本身的生存发展能力，以适应外部环境的变化，最后通过商品价格的波动，价值规律得到贯彻，社会必要劳动时间决定商品价值成为现实；同时，竞争机制可以导致社会资源在各经济部门和地区之间合理流动，实现优胜劣汰，把资源分配到效益好的企业中去，促进生产力的发展和社会资源的优化配置。竞争机制是整个市场机制发挥作用的前提条件，没有竞争，就不可能有市场经济，竞争是市场经济的核心，市场经济实际上就是竞争经济。

竞争机制是市场机制中最基本的机制，市场机制的作用一般要通过竞争的机制来实现。市场中的竞争是各经济主体为了自身的利益，通过市场的优胜劣汰而展开的，这种竞争包括生产经营者之间为了追求利润最大化而展开的销售竞争，也包括消费者之间为了争取使用价值最大化而展开的购买竞争，还包括生产经营者和消费者之间的竞争。竞争机制在同一部门内部，可以促进生产者争夺有利的销售市场，争取更多的资金、人才和技术，加强管理，力求创新，以便降低成本，获取超额利润。在不同部门之间，竞争机制促进生产者抢占有利的投资场所，形成社会平均利润率和生产价格，导致社会资源在社会各经济部门之间的合理流动，对社会生产起到调节作用。市场是商品竞争的场所，社会分工越发达，商品生产越

发展，经济竞争越激烈，市场就越繁荣。市场的魅力来自竞争，市场离不开竞争，竞争是市场经济的核心，竞争促进市场的发展和繁荣。

在社会主义社会，是否存在竞争，在我国改革开放前有着不同的看法。在传统的计划经济体制下，人们总认为竞争是资本家勾心斗角的表现，是资本主义社会特有的现象，社会主义社会主要开展竞赛，不能有竞争。正如前苏联科学院经济研究所编的《政治经济学教科书》中所说：“资本主义的生产动力是追求利润和彼此竞争。社会主义则不然，它使劳动者从物质利益上关心社会生产的发展，并开展社会主义竞赛。”^①

长期以来，我国理论界受前苏联经济理论的影响，一直否定社会主义社会存在竞争，认为竞争是资本主义社会的产物，社会主义社会只能有“后上学先进、先进带后进、共同提高”的竞赛，不应该有优胜劣汰的竞争。竞争和竞赛是对立的，不能同时并存。直到1984年党的十二届三中全会《关于经济体制改革的决定》公布以后，这个问题才得到明确解答和统一认识。《决定》明确指出：“长期以来，人们往往把竞争看成是资本主义特有的现象，其实，只要有商品生产，就必然有竞争，只不过在不同的社会制度下竞争的目的、性质、范围和手段不同。社会主义企业之间的竞争，同资本主义条件下的弱肉强食根本不同，它是在公有制基础上，在国家的计划和法令管理下，在为社会主义现代化建设服务的前提下，让企业在市场上直接接受广大消费者的批评和检验，优胜劣汰。”社会主义企业之间的关系，首先是互相协作和互相支援的关系，但并不排除竞争。竞争有利于企业革新生产技术，提高产品质量，增加花色品种，改善服务态度。没有竞争，就丧失了外部压力，实际上是限

^① 前苏联科学院经济研究所编：《政治经济学教科书（普及版）》下册，第501页，人民出版社1959年版。

制了先进，保护了落后，不利于生产的发展，也不利于社会需要的满足。只有竞争，才能起到鼓励先进、鞭策落后的作用。特别是我们要走向国际市场，如果我们的企业不学会竞争，不提高自身的竞争力，我们就很难在国际市场上站稳脚跟，谋求发展，更谈不上在国际市场上与国外大型企业进行竞争。

1.1.2 竞争的基本特征

在市场经济条件下，要充分发挥竞争机制的作用，必须很好地研究竞争的基本特征：

1. 竞争的主体都是自主经营、自负盈亏的企业或其他经济组织

竞争主体是指参与经济法律关系，在市场竞争活动中的当事人。由于竞争形势瞬息万变，竞争主体为了实现自己的经济利益，就要面对竞争形势，随时调整自己的经营策略。它必须具有独立自主权和决策权，有权选择灵活多样的经营方式，有权安排自己的产供销活动，有权支配自有资金，有权安排劳动力，最后能承担盈亏的经济责任。如果竞争主体没有独立自主权和决策权，也不能对盈亏负责，它就不能按照市场经济的原则组织生产经济活动，竞争机制就很难发挥作用。

2. 竞争的核心是为了争夺市场和占有市场

市场是商品买卖的场所，也是商品竞争的地方。一般来说，社会分工越发达，商品生产越发展，竞争活动越激烈，市场也越繁荣。商品只有进入市场以后，才会出现供求矛盾，才会进行质量、价格等的比较，从而引起竞争。竞争通过市场的供求变化和价格变动，时而表现激烈，时而表现缓和，时而表现为卖方竞争，时而表现为买方竞争。在市场上物美价廉的产品受到广大用户欢迎，扩大了销售，占领了市场；而质次价高的产品被用户所唾弃，退出了市场。竞争机制就是通过这种优胜劣汰的作用，促使企业扩大市场影

响，提高知名度。

3. 竞争的目标是实现企业利润最大化

企业是一个以盈利为目标的经济组织，企业一旦成立，就会面临竞争，不断处于生存和倒闭、发展和萎缩的矛盾之中。企业生存的“土壤”是市场，包括商品市场、金融市场、技术市场等，要在市场中生存下去，必须以收抵支，获得盈利。如果企业收不抵支，就难以在市场中生存下去。企业如果要发展，就要不断更新设备和技术革新，这些都需要资金，企业如果不能获利，就不可能发展。特别是利润集中反映了企业生产经营活动各方面的效益，是企业最终的经营成果，企业的成长和发展都同利润息息相关。因此，竞争的最终目的，就是为了获取企业利润最大化，促使企业在市场中求得生存和发展。

4. 竞争的手段要合法正当，要崇尚公平竞争，反对不正当的竞争

要通过改革生产技术，增加花色品种，降低消耗成本，提高服务档次，获得顾客欢迎。要在这一方面开展竞争，下功夫，比优势，争高低，决胜负，不搞损人利己，歪门邪道。而不正当的竞争迟早要受到市场的惩罚。

5. 要注意竞争的消极作用

竞争机制一方面能促进社会生产力的发展和社会资源的合理配置，有其积极作用；但另一方面，由于市场调节的自发性、盲目性和滞后性，竞争也具有消极作用。在竞争中每个商品生产者为了争夺有利于自己的产销条件，往往只追求各自的短期利益。当某种商品有利可图时，许多商品生产者就蜂拥而上，竞相生产；当某个行业获利较多时，许多资本就会相继流入，扩大经营。最后造成某些产品供过于求，滞销积压；某些行业盲目扩展，生产过剩。为了避免竞争机制带来的这种自发性、盲目性的消极作用，这就要求国家加强宏观调控，及时采取有效措施，加以指导纠正。