



福建保险

FUJIAN INSURANCE

4

2016年第四期
(总第58期)

- 切实发挥保险核心功能作用 为建设新福建提供有力支撑
- 福建自贸试验区保险创新的研究
- 从福建汽车企业代理保险业务现状议相关监管制度改革
- 浅谈健康险大数据在助推保险公司业务发展中的应用与前景
- 谈人保财险南平分公司“变诉为金”理念的实践
- 保险知识与权益保护公益宣传——关于商业车险费率改革

福建省保险学会 主办

福建省保险行业协会组织开展 “福建保险业2016年7.8全国保险公众宣传日”系列活动



▲“彩虹定位跑”全体合影

6月—7月间，根据中国保监会、中国保险行业协会关于“7.8全国保险公众宣传日”的工作部署和要求。福建保险行业高度重视，特制定《2016年福建保险业7.8全国保险公众宣传日暨保险文化建设推进周活动方案》，建立省协会、地市协会以及各会员公司之间的联动机制，共同开展主题为“@保险，一切更简单”的7.8系列宣传活动。

福建省保险行业协会先后在福建江夏学院开展7.8全国保险公众宣传日“彩虹定位跑”活动，为形成合力，扩大影响，全省各地市也相继开跑，共同构筑7.8保险宣传热潮；举办“名家说保险”讲座，邀请福建省委党校阚小冬副教授授课，参会的50家产寿险公司有关法务人员，对保险纠纷案件及涉诉案件中常见问题进行了讨论，并研究在承保、理赔、外部环境等方面相应的对策；组织开展保险“进社区、进学校、进农村、进企业、进机关”的“保险五进入”宣传活动，在社会中营造“学保险、懂保险、用保险”的良好氛围，使保险从更深的层面融入公众生活的方方面面，充分发挥保险服务民生、服务经济社会的作用。

(图/文：福建省保险行业协会)



▲“名家说保险”讲堂



▲保险进入“新奇特钣喷维修中心”



▲保险进入“福州军门社区”

发挥保险核心功能作用 为建设新农村提供服务 ——福建省保险学会开展保险“进农村”宣传活动

5月26日，为积极响应福建保监局关于“保险三进”宣传的工作要求和部署，福建省保险学会在福州市晋安区寿山村开展保险“进农村”宣传活动。

此次活动以“发挥保险核心功能作用 为建设新农村提供服务”为主题，向村民发放中国保监会项俊波主席《切实发挥保险核心功能作用 为建设福建提供有力支撑》一文和《保险消费知识手册》等宣传材料，并开展保险问卷调查活动，宣传普及保险知识，同时邀请省内知名医院主任医师现场义诊，为村民提供保险、健康、医疗、养老等民生问题的咨询和服务，受到寿山村村民的一致认可和好评。

(图/文：学会秘书处)



▲宣传场地外景



▲开展保险问卷调查活动



▲向村民发放相关宣传材料



▲省内知名医院主任医师为村民义诊



准印证号:(闽)内资准字 K 第 156 号

内部资料 免费交流

《福建保险》编辑委员会

主任委员: 刘国钦

编委:

骆少鸣 江龙海 苏 东 霍世球 金 皓 周建刚 吴健秋雄 杨 建
曾旭成 连逸群 郝志明 熊继余 吴大江 史 巍 刘志刚 王 平
李勇剑 叶元钗 王兆海 池德高 黄伟纲 朱前向 吴勇裕 蔡 靖
沙心敏 蔡绪正 明一青 何 民 陈久平 张志斌 余文胜 魏志刚
魏源清 杨 文 金永光 吴朝晖 刘 瑜 范鹏飞 罗国祥 张国能
纪 魁 曾永明 蔡荣德 黄劲松 石敏熙 马新军 张学峰 刘清泉
黄德平 董 彤 陈 辉 严国荣 张丽娜 李毅文 林中鹤 戴鸿锋
官步云 齐伟麟 许 莉 阙小冬 张见生 陆 芳 李 杰 林秀清
邹 茵 陈 凯

主 编: 黄平治

法律顾问: 阙小冬 毛大春

编辑部主任: 丁 恒

编 辑: 谢圆虹 江 峥

主管单位: 中国保险监督管理委员会福建监管局

主办单位: 福建省保险学会

编辑部电话: 0591-87829737

传 真: 0591-87875900

地 址: 福建省福州市华林路201号华林大厦5层

邮 编: 350003

电子邮箱: bxh54233615@163.com

印刷单位: 福州华悦印务有限公司

出版时间: 2016年8月

目 录

指导文章

- 切实发挥保险核心功能作用为建设新福建提供有力支撑 项俊波 03

理论探索

- 互联网保险的策略选择——基于SOWT分析 陈 凯 07
福建自贸试验区保险创新的研究 凌月华 江 峥 11
拓宽思路解决人才难题提升金融保险企业核心竞争力 林秀清 任 勇 15

产险天地

- 从汽车企业代理保险业务现状议相关监管制度的改革 史 剑 19
浅谈互联网非车财产保险理赔模式发展 江晓东 周 磊 张晓俊 23

寿险天地

- 浅谈健康保险大数据在助推保险公司业务发展中的应用与前景 伍朝晖 27
关于新常态下福建商业养老保险发展思路的若干思考 陈晓静 30

保险漫谈

- 谈人保财险南平分公司“变诉为金”理念的实践 池仕贵 35
浅析如何在承保时避免诉讼问题 黄碧娥 40

宣传教育

- 重塑保险行业形象从保险营销开始 许丽菊 43
保险知识与权益保护公益宣传——关于商业车险费率改革 中国保险监督管理委员会福建监管局 47

封二

- 福建省保险行业协会组织开展“福建保险业2016年7.8全国保险公众宣传日”系列活动
图/文：福建省保险行业协会
发挥保险核心功能作用 为建设新农村提供服务——福建省保险学会开展保险“进农村”宣传活动
图/文：学会秘书处

封三

- 福建省保险学会举办2016年度理论骨干培训班 图/文：学会秘书处
供给侧改革与保险创新 2016年度华东地区保险理论研讨会在宁波召开 图/文：学会秘书处

切实发挥保险核心功能作用 为建设新福建提供有力支撑

● 中国保监会主席 项俊波

商业保险作为管理风险的市场化机制和社会化安排，伴随市场经济的发展而蓬勃兴起。时至今日，保险已经成为现代经济的重要产业和风险管理的基本手段，是社会文明水平、经济发达程度、社会治理能力的重要标志，日益成为市场经济国家的“经济助推器”和“社会稳定器”。

党的十八大以来，我国保险业实现了跨越发展

在党中央、国务院的坚强领导下，保监会党委认真贯彻落实党和国家各项战略部署，坚持“抓服务、严监管、防风险、促发展”，坚定不移深化市场化改革，不断优化发展环境、夯实发展基础，保险业实现了跨越发展。一是保险市场快速发展。2015年全国实现保费收入2.4万亿元，同比增长20%。我国保费收入世界排名从第6位跃居至第3位。到2015年底，保险公司总资产达到12.4万亿元。二是改革开放力度加大。加快推动保险产品定价机制、资金运用机制和准入退出机制三大领域的改革。积极推进对外开放，目前共有来自16个国家和地区的外资保险公司在我国设立了56家营业性机构，共有12家国内保险公司在海外设立了37家营业性保险机构。

加快推进改制上市，目前有7家保险公司在境内外上市。建立并完善了保险保障基金制度，到2015年末保险保障基金余额达到704亿元。三是服务全局效益突出。在促进经济增长和转型升级、服务新农村建设、参与社会管理、完善社会保障体系等方面，充分发挥经济补偿、风险保障、资金支持的功能，取得了重大进展。2015年保险业为全社会提供风险保障1718万亿元，赔款与给付8674.1亿元，同比增长20%。四是监管体系日趋完善。探索建立了公司治理、市场行为、偿付能力等三大支柱的监管框架。建成并实施了风险导向的我国第二代偿付能力监管体系，实现了监管制度的升级换代。五是坚持守住风险底线。保监会党委始终坚持把风险防范工作放在突出位置，有效化解和应对了各类风险，坚决守住不发生系统性区域性风险的底线。2015年资本金总量1.6万亿元，保险公司总体偿付能力充足率296%，远高于100%的警戒线。

紧紧围绕党和国家中心工作，服务经济社会发展全局

新时期，保险业紧紧围绕党中央“全面建成小康社会、全面深化改革、全面依法治国、全面从严治党”的战略部署，坚

持“跳出保险看保险”，大力提升保险业服务经济发展全局的能力，着力在完善“五大体系”上贡献力量。一是完善现代金融体系。加快发展保险业，可以优化金融资源配置、提高金融市场运行效率。保险与银行、证券一同构成金融业的三大支柱。保险业管理者庞大的资产，是各国资本市场重要的机构投资者。保险资金具有长期性、稳定性的特点，是经济建设的重要资金来源。截至2015年底，保险机构累计发起设立各类债权、股权和项目资产支持计划499项，合计备案注册规模1.3万亿元。二是完善社会保障体系。发展医疗、健康保险等，能够提供范围更广、水平更高的保障，有利于建立多层次的社会保障安全网，满足人民群众多样化的保障需求，减轻政府在社会保障方面的财政压力，实现可持续发展。2012年8月，国家六部委联合推出大病保险制度。到目前，商业保险在31个省区市承办大病保险，覆盖人数达到9.2亿人，345万大病患者直接受益，保障水平平均提高10—15个百分点。三是完善农业服务体系。发展农业保险，分散农业经营风险，进一步保障农民生活、支持农业生产、促进农村信贷。自2007年我国启动中央财政支持的农业保险试点以来，我国农业保险已经覆盖了农、林、牧、副、渔业的各个方面，业务规模稳居世界第二。2015年，农业保险承保金额近2万亿元，保费收入375亿元，参保农户约2.3亿户次。四是完善灾害救助体系。保险业可以发挥增强防灾减灾能力、提升灾害救助水平的作用。最近10年，全球灾害事件造成经济损失的平均水平是2000亿美元，保险赔付是640亿美元，赔付比例是32%。去年在我国一些大的灾难事故

中，如天津港“8·12”特大火灾爆炸事故，保险业目前已赔付50亿元，“东方之星”事件赔付7380万元，宁波“灿鸿”“杜鹃”台风保险业赔付8000万元，为抗灾救灾发挥了积极作用。五是完善社会管理体系。通过大力发展环境污染、安全生产、食品安全、校园安全等责任保险，有效化解社会矛盾，降低处理纠纷成本，促进公共服务创新，减轻政府维稳压力，维护社会和谐稳定。2015年，全国实现责任保险保费收入302亿元，提供风险保障91万亿元。其中，医疗责任保险为医疗机构提供风险保障超过506亿元；校方责任险承保学校17万所，提供风险保障超过20万亿元，覆盖全国学生和教职员工超过1亿人。

深入贯彻保险新国十条，构建保险发展新格局

新一届党中央、国务院对保险业高度重视。2014年7月9日，国务院第54次常务会议审议通过《关于加快发展现代保险服务业的若干意见》，简称新国十条。新国十条是党中央国务院站在历史和时代的高度，深刻把握治国理政和市场经济规律，着眼于发展全局做出的重要战略部署，明确了未来一个时期保险业发展的战略目标、发展蓝图。新国十条共10个方面、32项内容，主要包括：一是进一步提升了保险业的战略定位，首次提出现代保险服务业的概念，指出保险是现代经济的重要产业和风险管理的基本手段，是社会文明水平、经济发达程度、社会治理能力的重要标志。二是进一步明确了保险业的战略目标，到2020年保险深度（保费收入占GDP比重）达到5%、保险密度（人均保费）达到3500元/人。三是进一步拓宽了养老、

巨灾及资金运用等服务领域，从财税扶持、用地保障等方面丰富了政策扶持体系，提出深化改革和对外开放的方向和任务。保监会系统把贯彻落实新国十条作为当前和今后一个时期的中心工作，确保新国十条各项政策措施落地生根、开花结果，推动我国由世界保险大国向保险强国转变。

切实发挥保险核心功能作用，为建设新福建提供有力支撑

近年来，福建省委、省人民政府高度重视保险业发展。2014年10月，保监会和福建省政府签订了战略合作备忘录，近两年各项工作有序推进，多个领域实现突破。在福建省委、省人民政府的亲切关怀和大力支持下，福建保险业发展取得了长足进步。主要有三个特点：一是市场规模稳步壮大。2015年，福建实现保费收入777.6亿元。“十二五”以来年均增长15.6%，高于全国2.2个百分点。二是服务能力不断增强。福建现有市场主体达到54家，在筹保险法人机构1家，资产总额达到1800亿元。三是社会贡献日益突出。“十二五”以来累计提供风险保障90万亿元，赔付921亿元，缴纳税费65.4亿元，吸纳就业人数超过19.3万人。下一步，保险业要按照中央精神要求，以落实新国十条为主线，为建设“机制活、产业优、百姓富、生态美”的新福建提供有力支撑。

第一，发挥保险业服务实体经济功能，推动福建经济平稳增长和转型升级。近年来，福建省委、省人民政府加快推进结构调整和转型升级，可以考虑更多地引入保险机制。大力支持产业结构调整，积极发展科技保险、专利保险、首台（套）重大技术装备保险，促进企业技术改造和

装备升级。针对福建信息技术、海洋产业等战略新兴产业和优势产业，鼓励保险机构以投资股权、设立投资支持计划的方式，提供资金支持。有力服务创业创新，推动开展小微企业贷款保证和信用保险，支持保险资金投资小微企业专项债券及相关金融产品，缓解中小企业融资难问题。积极促进对外开放，结合福建自贸试验区建设需要，继续发挥政策性出口信用保险的作用，支持福建企业“走出去”。发挥福建毗邻台湾的区位优势，深化闽台保险合作，服务两岸经贸往来。

第二，发挥保险资金长期投资优势，服务福建重大基础项目建设。这几年，保监会党委深化资金运用市场化改革，对保险资金投资政策进行了较大调整，扩大了投资领域和范围。近年来，保险资金以债权、信托计划等，支持向莆铁路、泉州湾跨海大桥等项目，规模达103.5亿元。目前，福建正在推进平潭综合实验区、21世纪海上丝绸之路核心区、福州新区等国家级平台建设，保险可以发挥长期投资优势，提供资金支持。下一步，保监会将继续鼓励支持保险资金在风险可控、持续发展前提下，以股权、债权等多种方式，参与福建重大工程建设。

第三，积极参与社会管理创新，为维护福建社会稳定服务。今后，福建可以更多地运用商业保险推进社会治理创新。针对重点领域，大力发展环境污染、医疗责任、校园安全、安全生产、食品安全等第三方责任保险。福建是全国首个生态文明先行示范区，可以探索试点环境污染强制责任保险，推进环境保护。针对重点人群，对失独老人、残疾人等弱势人群，以及环卫工人、安保消防等特殊岗位，充分

发挥普惠保险的作用，提高保障力度。针对重点行业，比如福建旅游资源丰富，武夷山、福建土楼等旅游景点闻名全国，“清新福建”魅力绽放，可以加快发展旅游业全产业链的责任保险，促进旅游业发展。

第四，积极参与立体风险防护网建设，服务福建保障体系建设。保险业可以与政府共同构建“立体风险防护网”。在医疗保障体系建设上，积极发展商业健康保险，加快税优健康保险试点，推动健康保险与基本医保的有效衔接。推动大病保险全面实施，提高保障水平和覆盖范围。引导保险业参与健康服务业产业链整合，提供疾病预防、健康管理等增值服务。在养老保障体系建设上，发展企业年金以及老年人意外伤害保险、住房反向抵押养老保险等服务，推进税延型养老保险试点，满足多层次养老保障需求。在扶贫开发体系建设上，积极运用保险机制，支持“长（汀）连（城）武（平）”扶贫开发试验区建设，发展针对贫困人口的小额人身、小额意外险等，提高贫困地区保险覆盖面，有效助力精准扶贫。

第五，健全市场化经济补偿机制，服务福建“三农”发展。2015年，福建农业保险累计为1090万户次农户提供风险保障779亿元，向21万户次农户赔付2.7亿元。福建地方特色农业保险也在加快推进，比如2015年，烟叶保险承保面积20.3万亩，提供风险保障1.7亿元。今后，保险服务“三农”建设还有更大作为。围

绕福建烟叶、水果、水产养殖等优势项目，开展地方特色农业保险试点。积极发展价格指数、气象指数、农产品质量保证等新兴保险，稳定农业生产经营。结合福建农业龙头企业和种养殖大户的资金需求，开展涉农贷款保证保险和信用保险，帮助农户获得更多的生产资金。探索将农业保险与集体林权改革、土地流转整合等农业产业化政策相结合，促进农业规模化、集约化经营。

我国保险业还处在发展初级阶段，行业除自身努力外，还需要得到各级政府和各部门的关心和支持，发挥好市场和政府“两只手”的作用。一是坚持政府与市场两种机制有效结合。保险是一种市场化的风险转移机制，但在一些领域也存在市场失灵的问题，需要政府的大力支持。二是坚持培育与开发两种途径有效结合。政府的支持力度越大，保险越发达，对经济社会的贡献也越大。对目前基础薄弱的保险业务，需要发挥政府的引导作用。三是坚持共性与特色两种特征有效结合。在福建发展保险，必须把带有共性的、普遍性的政策措施与福建特点有效结合起来。四是坚持服务与监管两种手段有效结合。立足福建省情，在机构设置、资金运用等方面制定针对性的监管政策，扶持福建保险市场发展壮大。同时，坚决守住风险防范底线，为维护福建和谐稳定发挥积极作用。

（摘自《福建理论学习》）

互联网保险的策略选择——基于SOWT分析

● 陈 凯

【摘 要】互联网保险作为互联网与保险融合的一种创新模式，步入了高速发展的时代。互联网保险具有成本低、方便购买、效率高的优势，也存在产品线窄、功能不完善、交易有风险、监管缺失、信息不对称加剧的劣势。随着互联网技术的成熟发展以及互联网消费模式的形成，在政府的高度重视下，互联网保险获得了难得的发展机会。与此同时，也面临着缺乏有效客户，竞争日益加剧，与传统保险之间的冲突的威胁。采取SO策略、WO策略、ST策略、WT策略四种策略，以促进互联网保险的高速健康发展。

【关键词】互联网保险；策略选择；SOWT

一、互联网保险的发展概述

互联网保险是指传统保险公司或互联网保险公司通过互联网直接为客户提供风险保障服务，实现网上产品设计、销售、承保、核保、理赔与售后服务等业务经营互联网全程化的保险。在互联网与移动互联网技术高速发展背景下，新一代保险消费者互联网购买思维逐渐形成，互联网保险已经进入高速发展的阶段。首先，从提供互联网保险的主体看，不但有传统的保险公司通过官网、第三方商务平台或互联网保险中介平台介入互联网保险业务，而且有专业的互联网保险公司直接提供互联网保险业务，如：众安在线财产保险公司、泰康在线财产保险公司等。其次，从提供互联网保险的公司数量看，从2011年至2014年，由28家增加到85家，年

均增长率高达44.8%。再次，从互联网保险的保费规模看，从2011年至2014年，由31.99亿元增长到858.9亿元，四年间增幅达到26.8倍，年均增长率达250%，而同期保险业原保险业务年均增长率仅仅14%。最后，从互联网保险的投保人数看，由816万人增加到7122万人，增长幅度达872%。互联网保险发展如此迅猛，已经成为保险业中最重要的创新模式。

二、互联网保险的SWOT分析

（一）互联网保险的优势（Strengths）

1. 成本低

互联网保险实现了保险产品的线上服务，消费者可以通过互联网了，直接完成保险产品的购买，同时，可以享受在线理赔、售后等服务，减少了保险公司的经营成本。根据美国咨询机构布兹·艾伦·哈密尔顿统计，保险公司通过互联网实现保单的销售或提供服务相对于传统营销模式能够节约大概58%到71%的花费。互联网保险这一创新模式，降低了保险的经营成本，互联网保单的附加费率也会随之而降低，使得

2011年—2014年中国互联网保险的发展趋势

	2011年	2012年	2013年	2014年
公司数量（提供互联网保险）（家）	28	34	60	85
互联网保险保费收入（亿元）	31.99	106.24	291.15	858.90
互联网保险客户（万人）	816	2033	5437	7122

（根据中国保监会、中国保险行业协会公布数据整理而成）

互联网保险的费率更具优势,刺激消费者的购买意愿,增加保险公司的规模保费。

2. 方便购买

互联网保险是依托互联网为平台来开展保险业务,只要互联网覆盖的地方,客户就可以随时随地购买保险。保险公司只需对网站进行适当的维护并及时更新数据,就能为客户提供24小时全天候、全年无休的在线服务。这就突破了传统保险受时间与地点的限制,让客户在享受“4A”(任何人、任何方式、任何时间、任何地点)的服务。

3. 效率高

互联网保险可以为客户提供了一站式的便捷服务,不仅为客户节省了时间,也提高了保险公司经营与管理的效率。另外,电子保单、电子支付互联网技术的应用,克服了传统保险业务过程中保险单证传递速度慢、档案管理工作量大等困难,简化了工作手续,提高了工作效率。

(二) 互联网保险的劣势 (Weakness)

1. 产品线窄

近年来,保险公司通过互联网推出了不少险种,总体上看,分为两类:一类是采用互联网销售的传统型保险,另一类是所谓的互联网创新型险种。事实上,类似“赏月险”、“熊孩子险”、“高温险”等“的新奇的互联网创新险种,不是触及赌博红线,就是违背保险利益原则,经过一轮严厉监管后,纷纷被下架。从合法的网销传统险来看,产品数量单一,多为运费险、意外险等简易、小额保险居多,导致产品同质化严重。2013年的数据显示,淘宝网销售保险的3年间,交易笔数累计超过10亿笔,其中运费险占了一半。条款内容较为复杂、保险金额较大的险种无法通过互联网保险进行销售。

2. 功能不完善

目前,一半以上的保险公司都开拓了互联网保险,但功能不全。实践中,除了少数互联网保险公司能够提供互联网保险的全程在线服务外,大部分保险公司仅提供前端服务,即在线投保与承保。保单变更、核赔、理赔、支付保险金等后端服务无法在线完成。

3. 交易存在风险

诚如前文所言,互联网保险可以实现在线投保与承保,那么客户无论是在网上进行电子支付完成缴费,还是最终电子化保单的送达,均通过互联网

传递完成。那么,互联网环境安全一旦被打破,客户可能面临巨大的风险隐患。主要表现在三个方面:其一,互联网系统安全风险,即操作系统与硬件平台一旦出现故障,将导致互联网保险业务无法顺利完成;其二,互联网信息安全风险,在互联网保险交易过程中,保险企业的信息和客户的身份认证、隐私等可能在信息传递过程中泄露、被窃取、篡改或者恶意破坏,引起客户信息的缺失和失真,造成客户和保险公司的损失;其三,互联网交易安全风险,互联网保险采用的是电子支付,在电子交易过程中的交易信息可能会被泄露,更严重的会导致资金被盗用。

4. 监管缺失

互联网保险作为一种新兴的保险制度创新,存在着监管真空。其独特的保险组织、新颖的运作模式,让调整实体保险的监管法规力不从心。现有的保险监管体系无法适应互联网保险的发展。2014年12月10日,保监会发布了《互联网保险业务监管暂行办法(征求意见稿)》,就该意见稿广泛征求意见。但至今为止,相关的正式法规仍未颁布,互联网保险监管依然缺失。

5. 信息不对称加剧

在保险经营中,信息不对称主要体现在:一方面,保险标的风险信息掌握在客户手中,保险公司知之甚少;另一方面,保险条款由保险人一手制定,由于缺乏专业性,保险人未作条款解释前,大部分客户对保险条款内容一无所知。因此,基于保险信息不对称性,要求双方遵循最大诚信原则进行信息披露。在互联网保险中,主要通过人机交流来完成双方的信息披露,而部分特殊风险信息无法通过人机交流进行有效披露,信息不对称加剧。这样,不对称的信息更容易引起道德风险和逆向选择的发生。

(三) 互联网保险的机会 (Opportunities)

1. 互联网技术不断发展

政府在互联网软硬件建设方面力度的不断加大,互联网的覆盖面不断拓宽,互联网的速度不断提升,移动互联网的高速发展,为各种终端接入互联网提供了高度的便利。互联网的技术不断发展,为互联网保险的发展奠定了坚实的物质基础。另外,互联网云计算、大数据等崭新技术也都纷纷应用到互联网保险当中,进一步促进了互联网保险的发展。截止2014年底,我国的互联网网民已有

6.49亿, 全年共计新增网民3.117亿。其中手机网民有5.57亿, 占比81.0%。互联网保险的潜在客户群日益扩大, 发展潜力巨大。

2. 互联网消费模式的形成

随着互联网电子商务的发展, 在线电子支付的普及, 年轻一代消费者逐渐接受了互联网消费的思维, 互联网消费模式开始形成。截止2014年底, 我国互联网购物用户规模超过3.1亿人, 在线支付的使用率接近消费9%, 网民手机支付使用比例为39.0%, 网购市场交易规模达到2.8万亿, 增长48.7%, 是社会消费品零售总额的10.7%, 电子商务的迅猛发展背景下, 越来越多的消费者已经接受足不出户、送货上门的互联网购物模式。接受这种新的购物消费模式的年轻一代在未来将成为保险公司的主要客户。因此, 互联网保险消费将逐步常态化。

3. 政府的高度重视

“新国十条”中提到, 力争到2020年, 把我国建设成为保险强国。为实现这一目标, 政府将创造低成本的发展环境给保险行业, 给予必要性政策扶持, 让其更发挥它社会“稳定器”和经济“助推器”的功能。“新国十条”为互联网保险的发展开拓了巨大的空间。2014年12月10日, 保监会发布了《互联网保险业务监管暂行办法(征求意见稿)》。2015年12月14日, 中国人民银行等十部委联合发布《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》, 指导意见的第十一条专门谈到互联网保险的规范发展的要求。政府的高度重视, 在政策层面更有利于互联网保险的发展。

(四) 互联网保险的威胁(Threats)

1. 缺乏有效客户

一般来说, 判定保险有效客户的条件有两点: 一是具有购买能力, 由客户的收入决定; 二是具有购买意愿, 由客户的保险意识决定。目前, 互联网用户中占比最大的为年龄在20-29岁的用户, 占比为31.5%, 其中学生为主流。从收入来看, 每月收入在2001-3000、3001-5000的群体占最大比例, 依次是18.8%和20.2%。从学历来看, 低学历的用户占比较高, 而且有越来越向低学历扩散的趋势。显然, 这类网民群体购买保险的意识尚且薄弱且经济实力有限。由此可见, 互联网用户结构特征和互联网保险客户特征有较大差异, 很难在短时间产生大量保险需求, 互联网保险的客户基础较为缺乏。

2. 竞争加剧

随着传统保险业务市场的饱和, 越来越多的保险公司选择进入互联网保险这个新市场。2011年到2014年, 经营互联网保险业务的保险公司由原本的28家增至85家, 年平均增长率达到44.8%。2013年到2015年, 短短的2年时间内, 专业互联网保险公司的数量有仅有的1家, 增加到5家。互联网保险市场的竞争日益加剧, 优胜劣汰在所难免。

3. 新旧模式的冲突

互联网保险通过互联网平台的宣传, 并引导客户主动地去购买保险产品。其以低廉的价格, 便捷的购买, 吸引了大量的客户, 对传统保险销售带来巨大的冲击。其结果, 就是传统人员销售的业务量下滑, 销售人员收入锐减, 最终大量人员流失。互联网保险对实体保险的冲击, 导致实体保险管理层出现排斥心理, 阻碍了互联网保险的发展。

三、互联网保险的发展策略

(一) SO策略

SO策略, 即把优势和机会最大化, 抓住互联网保险发展的机遇, 突出互联网保险的发展优势, 促进互联网保险的发展。

1. 明确互联网保险的产品定位, 提高其认知程度

保险公司应当明确互联网保险的定位, 其核心是明确互联网保险的风险保障功能, 不能一味追求理财功能而忽视风险保障这一核心功能。保险公司需要适当加强互联网保险宣传, 普及互联网保险知识, 引导客户理性地认识互联网保险, 提高客户对互联网保险的认知度。

2. 实现互联网保险的产品创新, 优化其产品结构

保险公司在了解互联网保险客户的特殊需求基础上, 实现精准营销, 开发出能够满足客户需求的差异化产品。同时, 要不断优化产品结构, 合理安排保障类和理财类保险产品的比例, 不可推出与保险本质背道而驰的险种。

(二) WO策略

WO策略, 即把劣势最小化, 机会最大化, 集中人才和技术的力量弱化互联网保险的劣势。

1. 培养互联网保险专门人才, 实现技术专业化

传统的保险人才队伍已经无法满足互联网保险的发展需要。互联网保险是保险与互联网的结合体, 因此, 需要大量既通晓互联网技术又能够熟悉保险业务的复合型人才。因此, 保险公司应该加强

互联网专业人才培养,从知识到技术进行多方面、多层次的培训和教育,使其能够更好的适应互联网保险的发展。

2.完善互联网保险操作流程,实现全程在线化

一个完善的业务操作流程要满足两个条件:一是能够线上满足客户的需求,提供全方位的便捷服务;二是能够方便保险公司实行管理。保险公司应该从以上两个方面出发,逐步完善互联网保险的在线操作流程。该流程包含了投保、核保、承保、缴费、保单的生成、理赔、续保、退保、保全等每个环节,要力求每一个环节都能够在线上完成,让客户能够真正随时随地的得到相应的服务,并逐步形成成熟的操作流程,使操作规范化。

(三) ST策略

ST策略,即把优势最大化,威胁最小化,发挥互联网保险的优势,规避各种威胁,保障互联网保险的长远发展。

1.加强互联网保险的立法

互联网保险处于不断的发展壮大中,为避免无法可依,应加强互联网的相关立法。一方面,在原有的法规基础上,引入互联网保险的特殊要素,进行立法修改,完善现有调整法规;另一方面,针对互联网保险公司与互联网保险业务进行专门立法。从目前出台的《互联网保险业务监管暂行办法(征求意见稿)》和《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》这两部法规来看,立法层级较低,而且尚无配套实施细则,效果有限。今后,应该出台更高层级的互联网保险监管法规,并配套实施细则,确保有效监管。

2.建立互联网保险的监管体系

互联网保险监管体系应具有层次性、联合性、专门性。层次性是指互联网保险监管体系要包含政府监管、行业自律、社会监督三个层次,三者缺一不可。联合性是指互联网保险监管体系应该是多部门联合监管体系,除了保监会外,其他的相关部门如工信部、人行等也应加入到监管体系中。专门性是指互联网保险的监管必须有专门的机构进行,笔者建议在保监会内专门设立一个互联网保险监管司进行对口专项监管。

(四) WT策略

WT策略,即把劣势和威胁最小化,克服互联网保险的劣势,规避互联网的威胁,加强网络安全

管理,预防逆向选择风险和道德风险。

1.加强互联网安全管理

加强互联网安全管理,应该就系统安全、信息安全和交易安全三个方面展开。在系统安全方面,要建立有效的系统安全防范和修复机制,定期检查。学习和引进国内外先进技术,提高工作人员维护互联网系统安全的觉悟性和警惕性。在信息安全方面,可以建立互联网保险的内部网络,对外建立防火墙,使用安管技术等诸多方法来确保客户的信息安全;通过提供认证中心认证服务,签发数字证书,确认用户身份等。在交易安全方面,除了加强技术研究,防止交易信息的泄露外,还要普及客户当下各种有关交易信息泄露的诈骗手段和防范措施,提高客户的警惕性与面对紧急事故的应变性,维护客户的利益。

2.建立消费者信用评级机制

互联网保险中,保险人与保险客户之间仅以互联网作为沟通的媒介,信息不对称加剧,逆向选择和道德风险较传统保险更高。因此,保险公司必须建立互联网保险消费者的信用评级机制,将消费者的信用风险进行评估与定级。然后,将投保人的互联网信用评级与其费率挂钩,信用评级越高,可以享受越低的费率,反之,则相应提高其费率水平,直至拒保,以降低逆向选择风险和道德风险。

【参考文献】

- [1]曹鸿英.对互联网保险发展的若干思考[J].时代金融,2014(8):135—138.
- [2]易珊梅.我国互联网保险研究[J].保险职业学院学报,2014(28):25—30
- [3]孙青茹.青少年科普门户网站系统设计与实现[J].科技与企业,2014(9):4—5.
- [4]叶琪.新国十条下的保险梦[N].华夏时报,2014-12-26,(3).
- [5]吴璇.浅谈我国互联网保险的发展[J].北方经贸,2014(9):175—176.
- [6]唐金成,韦红鲜.中国互联网保险发展研究[J].南方金融,2014(5):84—88
- [7]陈琳.互联网保险健康发展与风险管理对策研究[J].金融视角,2014(8):47—49.

(作者单位:闽江学院)

责任编辑:黄平治

责任校对:江 峰

福建自贸试验区保险创新的研究

● 凌月华 江 峥

【摘要】：《国务院关于印发中国(福建)自由贸易试验区总体方案的通知》指出：“建立福建自贸试验区是党中央、国务院作出的重大决策,是新形势下全面深化改革、扩大开放和深化两岸经济合作采取的重大举措”。保险是金融体系的重要组成部分,福建保险业改革创新主动融入自贸区的建设中,有利于促进两岸经济发展和壮大行业规模。本文拟从以下几个方面来阐述福建自贸试验区保险创新的思路:一是满足保险需求,探索转变保险监管模式;二是优化保险供给,加快保险产品和服务创新;三是发挥对台优势,推动海峡两岸保险合作;四是优化资源配置,加大保险业对外开放程度。

【关键词】：福建；自贸试验区；保险创新；保险研究

《国务院关于印发中国(福建)自由贸易试验区总体方案的通知》(国发〔2015〕20号,下文简称《通知》)指出:要拓展和完善金融服务功能,推进金融领域开放创新。保险业是现代金融体系不可或缺的一部分,迎来了很大的发展机遇。而此前,中国保监会也发文将支持上海自贸区发展的11项支持政策扩展至上海自贸区扩区和福建、广东、天津自贸区。在此背景下,福建保险业大胆实践、积极探索,优化保险资源配置,落实保险业支持政策细则,主动加深对外开放程度,从制度、产品、服务等方面改革创新,努力改善保险业自身发展环境。笔者拟从以下几个方面来阐述福建在自贸试验区保险创新的思路。

一、释放保险需求,探索转变保险监管模式

福建自贸试验区包括了平潭、福州、厦门三个片区,其中福州片区和平潭片区的保险监管单位为福建保监局。自从福建在自贸试验区获得批复以来,福建保监局主动作为,及时走访相关部门,积极沟通,加强和其他自贸区保险监管部门的交流,努力推进自贸区监管工作。在中国保监会的正确领导下,福建保监局积极探索转变保险监管模式,坚持用国际化、现代化的视角,市场化、法制化的方

向,推动福建在自贸试验区各项保险政策措施落地。福建保监局还第一时间出台了相关实施细则,遵照循序渐进、因地制宜的原则,推动福建保险业全面深化改革,推动保险业创新发展服务自贸区经济发展。

(一)优化保险市场环境

2009年上海综合保税区成立以来,上海自贸区经过很长一段时间的探索和发展,取得了重要的成绩,总结出了宝贵的经验。随着《国务院关于推广中国(上海)自由贸易试验区可复制改革试点经验的通知》(国发〔2014〕65号)和《中国(福建)自由贸易试验区总体方案》(以下简称《方案》)等政策的颁布实施,保险业国民经济重要支柱地位更加稳固,保险业服务自贸区建设经验也得以进一步复制和推广,两岸保险需求与日俱增,保险监管也面临着新的挑战:一要加快制定和落实这些利好政策的细则,因地制宜,简政放权,营造一个良好的政策环境,实现有效监管。二要放宽市场准入条件,注重从产品、机构和人员等方面进行监管,强化各部门间的协作能力,努力形成融合市场的监管合力。三要增强福建保险业服务自贸区改革创新的活力,加大保险业开放程度。四要从政府层面争取

更多优惠政策,抓住福建“一带一路”、“十三五规划”等战略部署的机遇,大力促进福建自贸试验区保险市场发展。

(二) 多举措推进自贸区保险监管

今年以来,福建保监局葛翎局长深入自贸区的平潭片区、福州片区,进一步推进自贸试验区保险政策的研究和落实工作,推动福建保险业全面深化改革,大力发展自贸区保险市场。保险监管人员深入平潭片区考察客货滚装码头、平潭台湾免税市场等项目,与当地保险机构共同研究推进保险业参与自贸区建设的有效途径,并赴福州片区综合办事大厅,了解办事流程,宣传保险政策,目前办事大厅已专门设置了出口信用保险窗口。而这些举措还远远不够,下一步监管单位可以尝试:一是按照《中国(福建)自由贸易试验区保险机构和高级管理人员备案管理办法》的相关要求,防范保险业风险,改变监管思路,进一步发挥市场主体作用。二是简化行政审批事项,鼓励保险机构和险企高管等在自贸区内开展业务和经营活动。三是制定措施,鼓励自贸区内设立多元化主体的保险机构,集聚保险业人才,培育自贸区保险市场,增强自贸区保险市场活力,扩大保险业服务自贸区的影响力。

(三) 制定具体落实措施

福建保监局快速响应,贯彻落实支持政策,创新推动各项举措在自贸区落地。目前,已经实现自贸区首批15家保险机构的更名或改建工作,其中将2家产险公司平潭支公司改建升格为福建在自贸试验区平潭片区分公司(中心支公司),并批复2家新设自贸区支公司筹建。一是积极推动制度创新,完善相关配套政策,配合中国保监会搭建支持自贸区保险市场建设政策的框架。二是加强沟通交流,吸收借鉴上海、天津自贸区保险监管做法,学习国际经验,特别是在航运保险条款、承保理赔知识等方面,加强与他们的沟通联系。三是努力打造自贸区综合监管信息平台,加强监管数据的收集、分析和使用,开拓充分的合作空间。四是在监管上要注重防范和化解风险,特别是区域性、系统性风险,在宏观和微观上进行审慎监管。五是加快设立传统的产险、寿险分支机构,积极设立航运保险营运中心等新型功能性机构。

二、优化保险供给,加快保险产品和服务创新

随着《国务院关于加快发展现代保险服务业的

若干意见》和《福建省人民政府关于加快发展现代保险服务业十二条措施的通知》等一系列利好政策的出台,进一步激发了福建保险业的活力。在新的发展机遇时期,福建保险业服务自贸区发展,方向更加明确,态度更加积极,许多措施更是有效到位,为福建经济社会发展跨越发展提供了强大的信心和动力。

(一) 增加保险产品供给

11月下旬,《国务院办公厅关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见》中指出:“探索建立保险产品保护机制,鼓励保险机构开展产品创新和服务创新”。目前,福建在自贸试验区已经入驻多家传统保险公司,还有一些再保险公司、保险中介和保险资产管理公司等也正在酝酿入驻,势必带来新的发展活力。福建在自贸试验区要形成功能完善、资本多元化的保险市场体系,一是要从产品模式、政策服务上进行制度创新,建立新产品适应新兴市场需求的快速定价审批等机制,进一步推动现代保险服务业支撑实体经济发展。二是要结合自贸区最新的政策法规,第一时间把握保险业发展商机,推进自贸区保险政策的落地实施,建立一批创新示范工程。三是要了解自贸区内航运、贸易、仓储、物流等机构的保险需求,优化保险产品供给,险企可以着力开发物流、航运类保险产品。四是要抓住福建在自贸试验区对台等特点,大力发展平行跨境电子商务保险、进口汽车保险、海上工程保险等业务。

(二) 推动保险产品创新

大数据时代,产品的更新速度快,行业发展也是日新月异。保险业要在服务福建在自贸试验区的大潮中发挥作用,就要注重从产品的结构、服务的模式以及营销的渠道等方面进行创新,使保险产品更为个性化和定制化:一是要依托福建省保险业产品创新研发中心的平台,设计与开发新的保险产品,满足自贸区保险客户的不同需求。二是要发挥对台地缘优势,强化对科技创新、文化创意、互联网金融等领域的产品支持力度,如可以发展知识产权保险、文化产业保险等。三是要积极发展小额贷款保证保险、科技保险和出口信用保险,缓解小微企业“融资难、融资贵”的难题。四是利用自贸区的便利性和灵活性,研发小而美的保险产品,把传统保险的风险拆分,一方面可以降低保险的门槛。

另外一方面也可以增强客户的粘性。五是要紧抓“一带一路”的机遇，大力发展航运保险，如货运责任险、物流监管、货主第三者、船代、报关责任险等产品。

（三）加快保险服务升级

保险业服务福建在自贸试验区经济发展，还体现在保险监管单位、保险经营机构等高度重视消费者保护工作，包括加快保险服务升级、建立消费者保护工作机制、提升保险客户服务质量等方面。做好服务保险消费工作永无止境，保险监管单位和保险业还将积极探索。福建保险业要以增强客户服务能力、提升理赔水平作为切入点：一是要充分利用平潭保险消费者权益保护服务中心，学习台湾地区、境外保险消费者权益保护先进的经验和做法。二是要积极完善保险纠纷多元化解决的“平潭模式”，拓展到其他片区，切实保护消费者合法权益。三是可以和自贸区管委会、相关企业签署合作协议，构建保险深度参与自贸区建设的战略框架。四是支持外资专业健康保险机构、国际著名的专业性保险中介机构等在自贸区试点设立，开展业务，吸引更多国际健康保险机构进驻，拉动当地医疗产业发展。

三、发挥对台优势，推动两岸保险合作先行先试

《方案》中明确了福建在自贸试验区立足两岸、服务全国、面向世界的历史地位。作为改革创新试验田，福建在自贸试验区也承载着两岸和平发展、统一先行的历史使命。今年，习近平总书记提出建设“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的伟大战略构想，福建保险业紧抓机遇，积极发挥对台优势，探索两岸保险业合作，意义重大。福建保险业依托两岸金融创新平台，在保险监管、保险产品、保险服务等方面进行交流和探索，有利于扩大保险规模和保险业务量，促进福建经济跨越发展。

（一）加强两岸保险业合作

随着海峡两岸在经贸、金融、投资、司法、人力资源等领域的有效合作，以及人员来往便利化，两岸经贸关系持续快速发展。福建在自贸试验区获批以来，已经推出了多项惠及两岸的金融政策，两岸金融合作进一步加深。资料显示，在支持福建自贸试验区金融开放创新的四十三项任务中，有关两岸金融合作先行先试的有十八项，占比很大。福建保险业一是要积极发挥对台优势，明确合作方向，深化两岸经贸合

作，拓展保险业服务功能。二是要遵照《关于金融支持福建自由贸易试验区建设的指导意见》等政策要求，敢于在两岸金融合作中大胆探索，先行先试，总结经验。三是要把机遇转化为生产力，加深两岸在养老、健康和意外保险等方面上的合作，在服务福建自贸试验区经济发展中积极作为。

（二）促进两岸保险业务交流

随着市场环境的优化，福建保险业加大改革创新的力度，正步入快速发展的阶段。保险业服务福建自贸试验区发展：一是要搭建两岸保险业合作平台，加快创新步伐，推动两岸保险业务往来，服务自贸区经济全方位发展。二是要借助《海峡两岸金融合作协议》、《海峡两岸保险业监督管理合作谅解备忘录》等政策，健全两岸保险业合作机制，实现信息互通便捷、人员往来便利、风险防范交流顺畅、产品定制多元化等目标。三是要充分发挥保险风险保障、金融融通、公共管理等作用，进一步扩大自贸区保险覆盖面，拓展两岸保险的发展空间。

（三）深化两岸保险改革创新

近年来，我省积极探索保险发展新模式，加大了保险业的创新力度，但保险业更新速度仍然较慢，创新能力不强，影响了保险业务的拓展和保险规模的增大。随着福建自贸试验区的设立，海峡两岸合作和交流进一步加深，推动两岸保险业深化合作、开拓创新，势在必行。一是要结合福建在自贸试验区福州、厦门、平潭三个片区的不同特点，立足福建在自贸试验区金融创新，创建两岸保险业交流合作平台。二是要借鉴台湾保险机构先进的管理经验、风险管理技术、产品的设计与定价技术和保险中介制度等，深化保险业内部创新机制，推动保险业增速增量发展；三是对于符合在自贸区设立条件的合资保险公司，可以给予必要支持与协助，大力拓展保险业的发展空间；四是要抓住两岸保险市场的旺盛需求，发展两岸保险业的互通合作。

四、优化资源配置，加大保险对外开放程度

随着福建、天津、广东三个自贸区的设立和上海自贸区扩区，带来了新一轮高水平的对外开放。福建自贸试验区不仅是两岸经贸合作的核心，更是21世纪海上丝绸之路经贸合作的前沿平台，是新形势下国家重大战略部署不可或缺的一部分。福建保险业加大开放程度，可以提高保险收益，优化保险产品供给，平衡保险公司的风险和收益，对于自

身行业的持续健康发展,意义重大。保险业加强服务自贸区经济发展,推进自贸区进行更大范围的改革试点,要充分发挥风险管理和风险保障的功能,加快市场调研,增强风险管理技术,为自贸区的建设发展保驾护航。

(一) 找准自身定位

保险业服务福建自贸试验区实体经济发展,既要提供相对应的服务,也能从中受益,为促进福建科学跨越发展提供新的平台和机遇。福建保险业突出保险的保障功能,发挥保险自身的渠道优势。一是要明确目标,进一步了解市场需求,针对自贸区企业的特点,为他们量身定制保险方案,加强服务意识,提高服务质量和标准,满足保险消费者的多层次需求。二是要找准定位,加快建立保险资金运用市场,支持保险资金参与自贸区建设,加强保险业的投融资能力。三是要依托“一带一路”和两岸地缘等优势,加强与台湾还有周边国家险企交流合作,在发展大潮中努力发挥保险风险保障的作用。

(二) 紧抓发展机遇

福建自贸试验区的设立,以及众多金融支持政策的实施,给保险业带来了新的发展机遇。从内来说:福建保险业在航运险、健康保险、养老保险以及风险研究等方面,可以为客户提供更多风险管理和保险定制方案,保险业发展空间非常广阔。从外来说:自贸区开放程度的加深,为福建保险业认识自身风险,学习境外机构的良好经验提供了窗口和平台。福建保险业要紧抓内外机遇,一是加大政府部门购买保险服务的力度,用好用活保险这一市场化机制,促进经济社会事务管理。二是要加强和海外保险机构、互助组织合作,学习他们先进的管理理念和产品创新能力,开发出适合国内市场、适应自贸区客户需求的产品,可以拓展远洋保赔保险、海事担保等业务合作渠道。三是要加强保险人才的培养,大力扩充熟悉风险管理、金融投资、保险实务等方面的专业队伍。四是总结保险公司原有业务的特点,继续保留现有产品中极具竞争力的产品,改进原有保险公司中不适宜的产品。

(三) 试点新型保险业务

自贸区开放程度的加深,也为福建保险业学习新型保险业务打开了一个窗口,有利于保险业自身抵抗风险,更好地服务自贸区经济发展。福建保险业试点新型保险业务,可以从以下几个方面着手:

一是顺应大数据时代的发展趋势,建立区内风险数据资料库,分析行业规律,试点新型保险业务。二是把握自贸区内及互联网虚拟经济带来的保险需求,积极发展适应他们需求的航运险、医疗险和养老险等新型优质险种。三是开展境外投资试点,让消费者不用出境也能获境外险企专业服务。四是鼓励区内设立再保险公司,推动福建在自贸试验区再保险市场的发展,提升相对应的产品和技术。五是支持保险中介、保险风险管理等专业保险机构进驻自贸区,加强自贸区内保险市场建设。

福建自贸试验区保险创新,要不断完善保险监管机制,健全保险体系,改革传统做法,创新发展模式,开拓新的市场领域,优化保险产品供给,适应自贸区的发展需求,发挥好福建保险业的整体力量。福建保险业服务自贸区建设,要有更创新的方式和方法,才能促进行业的进步和发展,发挥好保险业在风险管理、资金融通和承接社会公共服务的作用,进一步提高人民的生活水平,满足不同层次的社会保障需求,为福建未来发展增添新的想象空间。

【参考文献】

- [1]国务院2015年第20号《国务院关于印发中国(福建)自由贸易试验区总体方案的通知(国发〔2015〕20号)》。
- [2]国务院2014年第65号《国务院关于推广中国(上海)自由贸易试验区可复制改革试点经验的通知(国发〔2014〕65号)》。
- [3]保监会推动保险业服务“一带一路”和自贸区建设[OL].中国经济网,2015-09-11。
- [4]福建省保险业发展现状及对策分析[OL].中国论文发表网,2014-07-28。
- [5]黄弘妍.福建在自贸试验区获11项保险支持政策[OL].新华网,2015-04-16。
- [6]翁新辉,郭铤力,刘可香.2015,福建:成立“两个中心”推动保险业发展[OL].中国金融新闻网,2015-12-08。
- [7]国务院办公厅2015年第85号《国务院办公厅关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见(国办发〔2015〕85号)》。

(作者单位:福建省保险学会)

责任编辑:丁恒

责任校对:谢圆虹

拓宽思路解决人才难题 提升金融保险企业核心竞争力

● 林秀清 任 勇

【摘 要】：市场竞争首先是企业综合能力的竞争，而综合能力的竞争归根结底是人才的竞争。当今社会最缺的是专业人才，企业综合能力的竞争归根结底是人才的竞争。金融保险行业由于自身的特点人才竞争更是异常激烈。飞速发展下的中国，金融保险机构经济日益全球化下赢得市场竞争的关键是赢得人才的竞争。一支高素质的从业队伍，对金融保险业的生存、发展至关重要。需要拓宽思路赢得人才，提升企业核心竞争力。

【关键词】：中资保险公司；人才竞争；人才外流

引 言

当今社会最缺的是专业人才，企业综合能力的竞争归根结底是人才的竞争。飞速发展下的中国，金融保险机构经济日益全球化下赢得市场竞争的关键是赢得人才的竞争。一支高素质的从业队伍，对金融保险业的生存、发展至关重要。需要拓宽思路赢得人才，提升企业核心竞争力。

一、提升企业核心竞争力的关键是赢得人才竞争

（一）金融保险业对人才需求具有其独特性
金融保险业涉及社会经济生活的各个层面和各行各业，金融保险产品属于无形产品、履约具有承诺性、产品交易价值具有不完全对称性、复杂性、风险防范性等特性以及消费者的心理因素，决定了行业特殊经营方式需要各类人才。包括谁拥有更多的人才，谁才会在竞争中占有优势。

1、具有企业家才能的人和管理人员。具

有远见卓识、不断创新进取的企业家，素质优秀具有良好素养的和相当学历、业内经验和组织能力的管理层是企业核心构成。

2、高素质的专业营销人员，他们必须精通相关业务，有扎实的专业功底，开拓、敬业精神，知识面广，责任心强，有良好的职业道德和沟通、销售技巧的销售人员等。

3、具有丰富的风险管理方面的知识的承保人员，具有能敏锐的甄别逆向选择行为的能力，并涉及保险、医学、法律等多方面的专业知识。

4、拥有一批投资理财专业人才，专门负责资金运用。资金运用对于保险公司而言越来越重要。资金运用能力强对客户吸引力强。

5、计算机信息技术人才。随着社会的科技进步以及金融保险主体之间的竞争，各家公司都将逐步实现电子化，利用信息技术降低经营风险，降低经营成本，提高服务质量，因此需要大批懂计算机信息技术的电子化专业人才。

6、其他人才。金融保险业涉及社会经济

生活的各个层面和各行各业,需要各种专业技术人才和综合性人才,

(二) 人才稀缺带来的来自国内外人才竞争压力

金融保险人才一直都极为稀缺,人才培养从80年代武汉大学等国内高校开始,虽然专业开设的院校越来越多,但仍然不能满足市场需求随着金融保险市场进一步开放,中外资保险公司不仅要相互展开人才的竞争还面临其他金融机构的人才竞争压力。因此,加快人才培养,并善待人才、留住人才是唯一而明智的选择。

1、中外资金融保险企业相互之间的人才竞争

随着金融保险市场的进一步乃至全面开放,取消内外资金融保险企业的不同对待,内外资企业之间人才竞争更加白热化,人才本土化策略是外资常用的策略,国外营销体制十分成熟,金融保险企业一般经过上百年的运作,其运作机制已与市场经济磨合,较为高层次的“竞争规划者”模式使得负责第一线的营销经理人掌有相当大的自主权,同时享受相当丰厚的个人待遇,同时又有相当严密的内控机制,使营销机制对市场极具灵敏反应度,又具有科学的制约性。外资凭借其先进的金融保险技术、丰富的管理经验和雄厚的资金实力,具有较高的收入水平、较优厚的福利待遇、较强的流动性和灵活的分配制度等,采取高薪、出国培训等利益吸引国内市场金融保险人才,而多数中资保险公司在用人机制、分配机制、人才流动机制、工资福利待遇等方面难以与外资保险公司相匹敌,外资“挖角”难免导致中资金融保险人才流失。

目前我国的金融保险业从西方称之为最低层次的“经营者”模式起步,这种模式操作的实际情况是:或存在着权力过大、制约乏力;或集权过度、灵活性不足的基础性阶段,计划经济色彩仍未完全褪去,这与市场经济下营销的专业人才企求难免冲突。近年来虽然不断摸索进步,但影响人才发展的不良因素还存在。排名前十的寿险公司相对竞争实力强也同样面临人才竞争挑战。

2、金融保险机构与其他金融机构的人才竞争

近年来进一步放开金融行业开业限制,银行、保险、证券三大传统金融机构之间人才竞争已然非常激烈,新型金融机构如雨后春笋般地出现,新企业纷纷抢人的现象也层出不穷。黄金外汇期货现货信贷担保等各类金融机构大量人才需求。

二、中国金融保险业的人才现状及面临的人才难题

(一) 从业队伍整体素质偏低

1、文凭低,专业对口率低,进取心不强

经过多年的调整,从业人员学历具有大专以上的有所增多,但仍然偏低。占整个队伍的比例不足10%,绝大部分都是中专或高中文凭,而大专以上的金融保险从业人员中,大部分均不是学金融保险专业的。由于来源杂,素质低,进取心差,学习力不强,影响后续发展。

2、违规现象屡禁不止,行业形象不佳

从业队伍把关不严,没有经过严格考核,各类人员如退伍军人、待业人员、下岗工人等不论素质如何只要有意愿,稍加短期培训就行,从业后,学习气氛不浓,不加强业务学习,甚至开展违规代理,如搭售、返佣、夸大、误导等,扰乱了金融保险市场秩序,败坏了行业形象。

(二) 从业队伍流动性过大

曾经有机构对金融保险行业从业人员做过统计,留存率极低。期货证券不足5%,保险不足10%。收入稳定性差,业务压力大,行业不良管理模式存在均影响到队伍的稳定性。

(三) 从业队伍人才结构不合理

1、高级管理人才奇缺

金融保险企业高级管理人才是企业健康发展的关键。而目前金融保险行业在我国运作时限短,没有一个较完善市场、社会机制保障,人才来源受限,社会心态浮躁,从业人员留存低都制约着行业高级管理人才的培养,高级管理人才普遍奇缺。

2、金融保险专业技术人才严重不足

金融保险专业技术人才是保险公司经营管理的支柱,而从行业的现状看,多数企业严重缺乏风险管理、核保核赔、资金运用及精算人才等核心专业技术人才,远远不能适应金融保险业发展的要求。

(四) 用人环境有待改善

1、用人机制不合理。不能真正体现能上能下、能进能出、能升能降的用人原则,不能做到人尽其才、知人善用,仍有任人唯亲、论资排辈的现象,甚至管理层纵容违规行为存在。

2、考核不透明、不公正。没有建立起一套科学、透明、公正、合理的考评体系,考评仍凭印象与关系。考核过程随意性过大,不是制度说了算有的公司领导怎么说怎么执行。

3、培训体系不健全。在培训投入上,缺乏长远眼光,舍不得花钱、投入、费用显然不足,选拔不了优秀人才;在培训方式上,缺乏针对性比较强的方案。在培训体系上,缺乏规范,没有严格制定培训流程或者已经有合理流程没有严格执行。

三、拓宽思路选人用人培养人,提升企业核心竞争力

重视人才,视他们为企业的生命,认知员工为企业的重要资源,把人力资源发展成“资产”,这是优秀企业共有的特点。做好招人、选人、用人、培养人每个环节,提升企业核心竞争力。

(一) 创新招聘途径,从入口把关,确保多途径获得人才

人力资源部门首先要成立专门的招聘小组,选择的招聘途径除了传统的招聘会外,目前在网络上发布招聘信息,58同城、智联招聘等也是很常用,有的企业通过激励现有员工推荐新员工,到高校有金融相关专业的部门请相关领导老师推荐也不失为一个方法。

(二) 采用色彩测试等新型方法,从选人环节保证加盟的人才更适合在企业发展

所有新进人员必须经过筛选、初试、初选、复试,最后由招聘小组确定人员。测试内容不仅包括职业兴趣、组织行为、行为风格、团队角色,且参照目前国际流行的文件筐测试、案例分析、无领导小组讨论、三分钟演讲等,严格执行“核人”制度,创新选人机制和方法,可采用色彩测试等新型方法,保证加盟公司的都是具有较高素质的人才,营造一种“强者”的团队氛围,从而吸引更多的人才加盟。

(三) 营造良好的企业文化、构筑合理的激励机制,在用人环境上赢得竞争优势

企业文化的营造需要开动脑筋多下功夫,让员工有归属感使命感。激励是影响企业绩效的重要因素之一,是协调企业目标与个人需要的重要方式。建立科学的激励机制,对每个人采取措施进行有效的激励,强化个人成果,即把变革、创新活动和个人的努力紧密结合起来,使改革活动和个人成就、利益相一致。通过有效的激励机制,让人员的付出与所得紧密相关从而避免人才流失。^①通过明确的生涯规划,让员工相信他们通过自身的全身心投入能够拥有一个美好的未来。通过实现个人利益与企业利益的一体化,创造人才工作动力源,从而巩固人才优势,赢得激烈的竞争。

改革创新现有用人制度,推行竞争上岗制度,创造有利于优秀人才脱颖而出的优胜劣汰的竞争机制,造就一大批高水平多层次的保险专业人才队伍。

(四) 培养人才提升其内在价值打造金融保险企业的核心竞争力

公司应注重人才的培养、更新观念,加大投入。与其花高价与其他金融保险企业争人才,不如自己塑造培养人才,提升现有人力资源的内在价值。优化现有人力资源配置形成公司的长期竞争优势。

加强人力资源培训体系的建设,实施全员培训,建立学习型团队。人力资源部除了组织员工的企业文化、服务观念、岗位技能

^①马斯洛的需要层次理论、弗罗姆等人的期望理论、亚当斯的公平理论、斯金纳的强化理论,麦克莱兰的激励需要理论强调激励机制的作用。

等方面的培训外,还要充分利用当地高校资源,邀请专家教授对员工进行全方位的脱产或不脱产培训。同时实施学历再造工程,建立员工培训跟踪档案,全面提升员工素质。在设计整体发展战略的同时,必须设计好员工的培训规划和职业生涯规划,强调协同发展,注重深度沟通,满足员工的个人成长需求实现培养留人。

(五)与高校深入合作甚至办学,打造源源不断的人才资源库

加强与高校的合作,参与到高等院校相关专业的培养教育中去,与其抢人,不如与高校合作培养,校企合作甚至投资办学。一则把现有员工的在职培训外包给相关院校,也可与高等学府联合举办研修班,鼓励员工寻求更高学历教育或参加理财规划师、证券从业资格考试、保险销售资格证等各种专业资格考试。

从招生开始到就业环节全过程参与到金融保险专业人才培养中去,把企业文化带到校园,培养学生的品牌认同度忠诚度,一毕业就能展业。

更深入合作干脆投资办学,阶梯式培养人才,打造源源不断的人才资源库,再也不愁没有人才。

【参考文献】

- [1]魏华林,林宝清编著.保险学[M],高等教育出版社,1999
- [2]石也,贺丰等编著.安全出口——中国保险问题[M],中国国际广播出版社,2001
- [3][台湾]林荣瑞编著.如何选人用人育人留人[M],厦门大学出版社,2001
- [4]史维明.创新是中资保险公司发展的前提[J],保险研究,2002(12)
- [5]于敬东.正视不足培育国有公司的核心竞争力[J],保险研究,2003(1)
- [6]杜奎峰.开放条件下中资保险企业的竞争力与生存对策[J],上海保险,2003(3)
- [7]夏洪.论提升中资保险公司核心竞争力的途径[J],保险研究,2002(12)
- [8]吴鹏.论我国保险公司核心竞争力的构建[J],上海保险,2003(1)
- [9]何东山,陈刚.论中资保险公司的留人、用人、育人[J],保险研究,2002(8)
- [10]林秀清,王蓓.赢得人才竞争是中资保险公司的制胜法宝[J].青海经济研究2004年第3期双月刊)
- [11]中国人寿、中国人民人寿、太平人寿、泰康人寿、中英人寿、中美联泰大都会人寿等调研资料
- [12]福建对外经济贸易职业技术学院校企合作素材

(作者单位:福建省对外贸易经济职业技术学院)

责任编辑:黄平治

责任校对:丁恒

从汽车企业代理保险业务现状 议相关监管制度的改革

● 史 剑

【摘 要】：本文通过调研全面分析了福建保监局辖内在过去三年业务规模最大的60家车行类兼业代理机构与7家保险公司的车险合作情况，系统梳理了车行代理车险业务目前的现状和存在的问题，并结合现有监管政策加以思考借鉴，提出放开车险费率管制提高产品差异化、对车险中介业务实现基础手续费+浮动手续费的考核方式、通过行业数据交易平台完善数据积累解决信息不对称问题以及出台车险代理细则加强行为监管力度等四条监管改革意见建议。

【关键词】：汽车企业；代理保险；监管制度；改革

作为非金融类兼业代理机构最重要的组成部分，汽车销售服务4S店（以下简称“车行”）长期以来游离于监管的边缘。由于缺乏系统有效的研究与监管，行业乱象频发，与其市场地位极不相称。为了摸清市场底数，化解潜在风险，福建保监局（以下简称“福建局”）以续保押金为切入点，在非现场监管数据基础上，对辖内过去三年代理车险总量较大的60家车行及与其合作的人保、平安、太平洋、中华联合、国寿财、大地、都邦等7家保险公司的合作情况进行了持续半年的统计、分析、走访、调研，并对相关监管政策改革提出意见建议：

一、辖内车行兼业机构代理保险业务的现状

为了更好地还原市场情况，福建局在调研机构选取上尽可能地具有代表性：从保费规模看，60家车行过去三年单店代理车险总额均超过2000万元，2014年合计代理车险保费13.3亿元，约占辖内兼业代理车行总代理保费

规模的63%，市场占有率高；从品牌选择看，60家车行全面涵盖了德系、日系、美系、韩系、法系以及国产的主流品牌，市场代表性强；从车行所在地看，60家车行涉及福建局辖内全部8个地市，其所在位置既有中心城市，也有县级区域，区域覆盖面广。从统计数据分析及实地走访调研看，辖内车行代理保险业务主要表现为以下三大特点：

（一）在业务增速持续放缓的大趋势下，行业整合并购加速，集团化车行优势进一步显现

由于经济增速的逐步放缓及新增产能的陆续投产，汽车销售行业的发展拐点已经到来且从整体来看，将处于长期供大于求的局面。根据中国汽车工业协会公布的数据，2015年前三季度，全国汽车产销量分别为1709.16万辆和1705.65万辆，产量同比下降0.82%，销量微增0.31%。从福建局辖区看，2015年上半年车行兼业渠道共代理车险保费9.12亿元，同比下降13.37%，这是有统计数据5年来第一次出现全行业负增长。

随着行业拐点的确认,机构之间的分化进一步加剧,龙头机构的优势逐步显现:在60家机构中,排名后20位的机构代理保费规模变动较大,近一半机构出现负增长;排名前20位的机构尽管增幅大幅度放缓,仍保持较为稳定的提升,过去三年均实现了代理保费规模的正增长;年代理保费规模超过2000万的机构数在2014年达到了25家,是2010年开始统计时的5倍,其中排名首位的奔驰单店年代理保费量更是在2014年首次突破1亿元。此外,从本次调研来看,60家车行中超过半数的机构都隶属于不同的汽车销售集团,且中升、盈众等集团都加快了收购兼并的步伐,这也将进一步加强龙头企业的市场话语权。

(二) 保险已经从汽车销售的附属行为转变为与其主营业务紧密相关的核心业务

汽车销售前端的不景气使得车行愈发看重后端的维修保养,这在高端品牌上体现地尤其明显。以单店销售排名首位的奔驰店为例,其销售前端亏损较大,利润百分之百来源于后端的保养和维修,而贯穿其中的核心要素就是保险:在销售前端,通过对客户新车投保业务的控制向保险公司攫取高额手续费,并向客户尤其是贷款客户收取二、三年续保押金以保证店内续保;在服务后端,要求保险公司提供车辆返修业务,并与前端的代理保费挂钩考逐月考核。

从统计数据看,60家车行中有27家车行明确表示有向贷款购车客户收取续保押金,共涉及车辆18382辆,约占总销售车辆数的16%,共涉及收取押金金额3829.79万元,目前存量押金余额超过1000万元。换言之,车行向贷款购车客户收取二、三年续保押金控制来投保已经成为一种行业潜规则。

在加强客户控制的同时,车行对于保险公司“推修”业务的考核日趋精细化,即根据各保险公司向车行推送的维修量来决定保费的分配。从统计数据看,60家车行中有56家车行对保险公司的推修量进行考核,占比达到93%。其中,以月度为频率进行考核的机构有44家,占比达73%;以季度为频率进行考核的机构有6家,占比为10%;以季度和月度

混合进行考核的机构有6家,占比为10%。

(三) 随着车行对推修业务日益重视,传统的手续费竞争模式正在发生变化

向客户收取续保押金强制投保只是车行全面介入保险产业链的一个缩影。为了自身利益的最大化,车行近三年来持续加大介入保险业务的力度。据了解,车行开始将保险公司推修量与代理保费分配进行挂钩始于2013年初,并在2013年末在全行业推开。一方面,销售端逐渐低迷的车行对于大量流失在二类厂的维修业务回归有着迫切需求;另一方面,总体上相对较低的赔付率和可控的市场成本使得保险公司,尤其在存量客户方面具有绝对优势的大型保险公司愿意通过推修来换取保费资源。从统计数据看,60家车行代理的车险业务的平均赔付率约为55%,以保险公司平均5%的运营成本算,即保险公司在付出40%的手续费时仍然可以保证车行代理车险业务的盈亏平衡。较好的业务品质也使得相关业务在短时间内迅速发展。据统计,60家车行在2013年—2015年1季度期间,为7家保险公司合计代理车险保费29.5亿,共涉及车辆307927辆;同期,7家保险公司向60家车行推修的业务共涉及保险赔付16.29亿,涉及车辆312985辆;从车辆数看,业务与推修的比值为101.64%。

随着后端的推修业务与前端的新车投保业务关联日益紧密,车行渠道已经成为大保险公司之间的博弈战场。以福建局辖区为例,截至2015年第三季度末,上述7家保险公司在4S车行领域的市场份额约为98.7%,较其车险业务占比高出9.5个百分点。其中,人保、平安、太平洋等老三家保险公司的市场份额约为89.1%,较其车险业务占比高出15.7个百分点。

二、影响车行兼业机构向专业化转变的关键因素

过去数年,监管部门一直希望通过“兼业转专业”的方式加强对于车行的监管,进而逐步改变市场乱局。从目前来看,尽管取得了一些成绩,但从整体来说并未达到预期的效果。从此次调研看,主要受到以下三个方面的因素

影响。

（一）车行自身“兼转专”的意愿不高

首先，相对于监管要求较多的专业中介和风险难以控制的个人代理，通过兼业代理的方式介入保险业务对车行来说是目前运营成本最低，监管风险最小的业务方式。在本次实地走访中，几乎所有的车行经营者都认为在两种制度并行的情况下，兼业代理资格是其首选。

其次，车行成立专业中介机构的出发点与监管部门规范化经营的初衷并不完全一致。除了应对兼业停批后机构开设的问题外，其出发点主要集中在四个方面：一是整合谈判资源，由单店谈判变为多店集中谈判，提高与单个保险公司的议价能力；二是减低运营成本，如原本某一区域的多家车行可以通过集约化管理共用一套人力资源；三是提高资金利用率，将原本分散在单店的手续费通过专业中介集中规划，统一使用；四是提高融资能力，通过将保险代理业务打包挂牌新三板，从资本市场筹措资金缓解压力。

最后，许多车行在过往快速扩张过程中普遍采用了股权合作开店的方式，这使得即使在同一集团下，不同单店的股权结构也可能完全不同。因此，大股东和小股东在经营理念和利益分配上的分歧也是导致“兼转专”无法顺利推进的重要原因。

（二）市场问题的根源并非机构身份而在于信息不对称

从产业分工的角度看，随着车行的业务重点和利润来源越来越多地向后端的保养维修转移，其与保险公司在利益上冲突日趋显现：对于车行来说，出险较多且维修金额较大的客户是其优质客户和利润来源，但这部分客户恰恰是保险公司的劣质客户，反之亦然。因此，两者的关系如何平衡才是车行与保险公司的博弈根本，也是监管部门真正应该予以重视和研究的关键。

现阶段，新增业务的萎缩使得各大保险公司都加大了对存量客户的争夺力度，尤其在费率改革的大背景下，通过简单直接的费用竞争抢夺客户资源成为各大公司竞相采用

的策略。但在付出高额成本之后，保险公司有业务无客户的情况并未得到明显改善，其关键在于市场信息的不对称。

对于车行来说，由于掌握着较为详细的销售、维修数据，其对于自身客户资源的开发及各保险公司的业务情况有着明确的判断，因此可以在和各保险公司谈判时提出较有针对性的要求。反观保险公司，由于缺乏准确透明的行业数据，各公司并不完全掌握相关车行的业务情况及其代理业务的赔付情况，这种信息上的不对称加上产品的同质化以及竞争的压力，使得保险公司在与车行的博弈中始终处于囚徒困境，只能接受车行的种种要求，心有不甘却又无可奈何。

（三）保险公司与车行之间的身份关系需要厘清

作为合作方，保险公司与车行之间的关系长期以来是扭曲的。从监管部门的角度来看，一直强调保险公司对于车行的管理责任。但从实际看，这一要求值得商榷。首先，从供需关系看，由于车险产品的高度同质化，在某一区域内的车行与保险公司所面临的市场环境是不一样的，要求处于市场劣势方的保险公司对拥有客户资源优势的车行进行监管，既不现实也无可操作性。其次，从责任分工来看，保险公司的职责在于根据监管部门的要求，对车行进行法规政策的宣导，发现违法违规问题时停止合作并向监管部门提供线索材料，但保险公司本身对车行并没有检查权。按照谁审批、谁负责的原则，对于车行的监管责任毫无疑问在监管部门自身，其关键在于从简单的资格准入监管向行为监管转变。

三、监管建议

从本次调研来看，福建局建议对于车行兼业机构的监管必须跳出中介看中介，将其放到整个车险市场改革的角度去思考，建议对以下三个方面重点考虑。

（一）进一步放开车险费率管制，提高产品差异化

同质化的产品是导致简单费用竞争的根源。随着车联网技术的兴起，欧美发达国家已

经在逐步尝试通过精细化的差异定价标准给予不同客户价值让渡，其代表模式就是UBI（基于驾驶人驾驶行为数据的差异化车险）。从目前的车险费率改革来看，考虑地更多的是维修零整比系数对于保费的影响，建议在此基础上加大对于不同客户风险程度的测评，以更为市场化和差异化的产品吸引客户。

（二）对车险中介业务实现基础手续费+浮动手续费的考核方式

随着汽车市场的持续发展，车险已经成为了刚性需求。在这种情况下，车行中介市场的高额手续费本身就说明了产品价格的虚高。因此，建议从两个方面减少价格泡沫：一是在同等保费的情况下增加保额，挤压渠道费用空间；二是将车险手续费支付方式从目前的一次性比例支付改为二次支付，即对于单笔车险业务只按照较低的固定手续费率向中介渠道支付费用，在一个完整业务年度结束后再根据该中介渠道代理业务的总体赔付情况支付浮动手续费率。换言之，包括车行在内的中介渠道并非因为车险本身获得费用，而主要因为对保费的风险管控而获得保险公司的利益分成。通过这种方式，可以较

好地应对车行的“推修换保费”政策。

（三）通过行业数据交易平台完善数据积累，解决信息不对称问题

对于车行与保险公司数据不对称的问题，完全可以通过即将上线的保单交易平台予以解决。可通过对于各品牌汽车赔付情况的持续跟踪分析可得出行业均值，再与各车行的独立数据进行比对即可对各车行的经营情况进行分析预警。对于其中数据异常的机构，可通过行业共享及信息公开披露的方式予以曝光，从而保证保险公司及消费者的合法权益。

（四）加强行为监管力度，出台车险代理细则

目前，监管部门对于车行的监管还是处于资格审核阶段，对于代理行为的监管介入较少。这种政策上的缺失是导致市场乱象的根本原因，也不符合“放开前端，管住后端”的改革目标，建议积极研究车行参与保险业务流程，出台相关文件予以规范。

（作者单位：福建保监局）

责任编辑：丁 恒

责任校对：谢圆虹

浅谈互联网非车财产保险理赔模式发展

● 江晓东 周 磊 张晓俊

【摘 要】：根据2015年保险监督管理委员会的批文，众安保险——中国第一家互联网保险公司的变更业务范围：承保保监会允许财产险公司经营的各种与联网交易直接相关的险种；首先，探索“互联网+”的模式被业内相关分析人士所看好；其次，线下理赔服务如何对接互联网保险模式同时也成为一个需要探讨的核心议题。因此随着互联网保险业新时代的开启，对非车财产保险理赔也提出了新的挑战和要求。

【关键词】：互联网；非车财产保险；理赔模式

随着生活水平的不断提高，经济发展也越来越快，各种企业如雨后春笋班的迅速发展，经济的发展方便和改变了人们的生活，各种企业主和人们的时候都会考虑一个问题，那就是给财产上保险。在财产保险的众多环节中，非车财产保险理赔成为社会关注的焦点与中心。因为理赔是保险的保障本质，理赔质量的高低直接影响到保险公司的市场竞争力。但是从当前国内非车财产保险市场的发展现状来看，许多财险公司在获取良好的业务成绩的同时，理赔服务却跟不上发展的需求，长期以来必定会降低客户黏性，影响保险公司的业务发展。面对竞争激烈的车险市场，只有那些理赔服务质量优、经济实力强、顺应移动互联网科技发展新趋势的保险公司才能够稳住脚步、才会受到企业主和人们的青睐，才能保持强劲的市场竞争力。根据2015年保险监督管理委员会的批文，众安保险——中国第一家互联网保险公司的变更业务范围：承保保监会允许财产险公司经营的各种与联网交易直接相关的险种；首先，探索“互联网+”的模式被业内相关分析人士所看好；其次，线下理赔服务如何对接互联网保险

模式同时也成为一个需要探讨的核心议题。因此随着互联网保险业新时代的开启，对非车财产保险理赔也提出了新的挑战和要求。现就互联网非车财产保险理赔做浅要的探讨。

一、目前我国传统的非车财产保险理赔模式

由于非车财产具有固定性的特点，要求财产保险公司配套建立与非车财产特点相适应的服务体系，处理好出险后的服务工作。该服务体系的核心内容是指导施救、查勘、定损、修复和更换。以此同时，还涵盖处理第三者责任方面的案件。目前国内非车财产保险理赔模式主要有三种：自主理赔、物价评估和保险公估。目前国内普遍传统经验的理赔模式是以财产保险公司为主的自主理赔服务模式，有以下几个特点：第一是配备自己的查勘定损人员，配置自己齐全的查勘设备和查勘车辆，按自己公司的制度来调度和查勘定损。第二是建设自己的专业鉴定、专业检测和专业维修的合作单位。第三是设立各自公司的服务电话和平台，通过服务电话和平台来接受客户的事故报案，

为被保险人实行24小时的理赔服务。第四是在没有保险公司服务的区域或者现场查勘和定损的某些环节才交由物价部门、保险公估公司和专业鉴定机构等外部合作第三方配合完成。目前这种以自主理赔为主导的理赔服务模式主要有两大弊端：第一，资金投入的数额巨大，但是理赔服务的效率和水平却不高，导致公司的经济利润低、客户的服务体验差。在理赔的过程中投入了大量的人力和物力来处理理赔事务，但是由于内部缺乏有效管理，理赔人员时常在查勘、定损、理算谈判等环节不能够正常完成，资源配置的不合理导致这种理赔方式不能够适应保险公司的发展，也很难提高客户的粘性度。第二，理赔业务透明度低，不能够做到公平公正。非车财产保险的定损理赔是一个庞大的体系，会涉及到多方面的理算，同时还牵扯着多方的利益问题，要求的专业性也比较强，这就必须要求保险公司在理赔时，务必要将理赔业务做到公开、透明化。自主理赔为主导的理赔模式是由保险公司内部自己定损，相对于被保险人，保险公司的案件处理过程和理赔结果有失公平公正，致使理赔中时常引发矛盾纠纷的出现。弊端化随着社会的发展越发凸显。

二、国际领先保险市场非车财产保险理赔及服务模式

国际领先的保险市场中，各自分工细致的服务于非车财产保险理赔的第三方机构数量庞大。客户满意是保险公司与非车财产保险理赔第三方机构唯一的目标，他们在尊重彼此间的合作和信任度上，又兼顾各自的利益。他们在注重资源与信息的同时又有明确的分工，各尽其职。主要有以下三个特点：第一是在查勘和定损方面。之所以每个保险公司都非常重视这个环节，是因为该环节作为理赔服务的第一关，它直接关系到保险公司的结案时效、品牌效应、客户满意度等多个方面。国际领先的保险市场通常是采取与外部专业第三方机构合作的模式，以应付大量繁琐的查勘和定损工作。第二是在信息技术开发方面。(1)及时性和方便性在接报案环节的得到提高。例如在日本有些财产险公司在非车险理赔中使用

24小时的事故处理系统，此系统连接全国各地的14个非车财产保险理赔服务中心以及252个理赔的服务终端，相关的理赔方面的处理和进度等信息，客户都可以从任何理赔中心和理赔终端获取到。(2)查勘的时效性和精确性得到提高。例如在美国有些财产险公司如果在客户出险后，可以将查勘人员在最短时间内派到出险事故现场，就是使用了GPS的定位技术精确定位查勘理赔人员的位置后，再通过智能实时排班系统来及时准确的通知相关人员的。有些财产险公司同时也会通过租用卫星对一些大面积、高危的现场进行现场查勘定损。无人飞机也被广泛的使用在工程险、林险等上面。(3)查勘定损的准确性得到提高。如德国有些财产险公司使用标准化的非车财产保险估损系统，尽量避免人为的介入，从而在最大程度上保证了非车财产保险理赔的公正、透明和规范。(4)查勘定损效率得到提高。例如在我国台湾地区的一些财产保险公司，在非车财产保险理赔服务中大量使用远程查勘定损控制系统，财产保险公司的查勘定损人员既可以通过现场查勘定损，也可以进行网上远程查勘定损，客户还可以在网查询案件情况，既大大地提高了工作效率，又方便了客户。第三是在提供多样化服务方面。现代非车财产保险理赔服务的一大亮点就是为客户提供多层次、全方位的立体式服务，其中的增值服务已成为各财产保险公司竞争的主要方式。美国作为世界上最大的非车财产保险市场，该国的财产保险公司普遍密切地与国内或国外的医院、通信、银行、警察署、维修厂家、施救公司等外部各种第三方专业机构合作。美国还出现了一种专门为财产保险公司量身定做的非车财产保险残值处理专业公司。此类与非车财产保险理赔相关的大量的专业第三方机构，不仅促进了财产保险保障整体质量的提升和服务成本的下降，而且极大的提升了财产保险业的总体服务水平，赢得了社会口碑。

三、互联网背景下我国非车财产保险理赔服务模式发展策略

我国的非车财产保险理赔服务要想与国际

先进服务模式相接轨,就需要结合我国的保险市场环境和保险监管现状,学习和借鉴国外先进保险市场的非车财产保险理赔模式。同时,随着互联网技术的不断发展,人们的生活方式和社会的商业服务模式也开始从传统渠道走向网络,走向移动终端。如果能顺应移动互联网的发展浪潮,积极开发手机应用程序,借助微信平台等手段抢占掌上平台先机,不仅能够提高理赔效率,还能提高客户的良好体验度。

(一) 设立查勘定损与理算相分离的发展模式

把非车财产保险的查勘定损从保险理赔中分离出去,由具有专业水准的保险公估公司来负责损失查勘工作,保险公司根据非车财产保险公估公司的检验报告进行理赔,这是国际通用的非车险理赔服务模式。由没有利益关系的第三者进行定损工作,不仅能够保证整个理赔过程的公平公正,同时还能够减少理赔纠纷的发生。其次,由专业人员进行非车财产的查勘定损,更能够体现社会分工与专业化的服务趋势,提高服务水准,降低服务费用。

(二) 建立统一的非车财产保险理赔服务信息网络平台

目前已有一些大型的保险公司建立了自己的非车财产保险理赔信息网络平台,不仅给被保险人带来了便利,同时也提高了保险公司的理赔效率。目前,在保监会的指导下,一个名为中国保险信息技术管理有限责任公司的专业机构正在着手建设全国统一的保险业数据平台,全国非车财产保险信息(包括理赔信息)将率先整合其中。如果能够进一步建设统一的非车财产保险理赔信息服务网络平台,必将大大提高我国非车财产保险理赔勘查定损调度的合理性和时效性,从而大大提高查勘定损的效率和理赔服务的质量与水平,节约大量的社会经济成本。

(三) 大力发展移动互联网非车财产保险理赔服务模式

对非车财产保险理赔服务模式而言,移动互联网带来的将是一系列创新性模式革命。在2012年,保险监督委员会发出通知要求各财产保险公司尽快缩短各理赔环节工作、简化理

赔服务手续,建立完善小额纯财产损失的快处快赔机制,切实解决社会普遍反映的理赔难问题,要求打破“购买保险容易理赔难”现状的最好方法就是通过新的创新性理赔模式寻求突破。随着4G通讯技术的广泛应用及智能手机的不断普及,保险公司借力于微信、智能APP客户端等移动互联网科技手段来提高理赔效率和服务质量有了实现的可能。APP客户端自助报案、免费救援;微信实时查询理赔进度;零查勘简易理赔;其余并在涉及到非车财产保险理赔服务的各个环节,都可以仅仅通过智能手机、iPad等移动终端得以快速解决。

例如平安产险开发的非车财产保险理赔新系统,其中开发的查勘理赔人的手持终端,就可以实施查询出险案件的理赔进度、赔款到账情况,还可以实时查询客户投保的情况,同时可以快速的用手持终端查勘拍照并上传到系统,并可以在确定损失多少的情况下现场结案并及时将赔款打到客户指定的合规的帐户上。同时平安产险还开发了自助理赔客户端的APP,客户可以在出险的时候通过自助理赔客户端APP登陆操作系统,自助上传出险的照片、定损资料、支付信息等材料,并在我司理赔人员的指导下完成这些操作后,平安产险指定的非车险理赔人员及时在后台审核并理算,最后及时的把赔款打入客户的帐户内,迅速完成理赔。因此平安产险开启了互联网非车财产保险理赔的发展的全新服务模式,在这方面平安产险做出了表率。

又例如众安保险开发的新的航班延误险,人们只需在微信的众安保险的公众账号中,用25元购买一份航班延误险,如果飞机延误的时间超过2个小时,那在购买的客户走下飞机那一刻,众安保险会自动把赔款通过微信红包赔付给客户。现在国内一些保险公司的航班延误险的理赔已经可以实现半自动化的人性理赔,但是仍然需要客户在飞机延误后人为的在网页操作,有的保险公司更是需要客户在机场打印延误证明的相关材料,在邮寄至保险公司,因此以往此类险种购买者很少。众安保险设计这款险种核心理念就是够实现理赔的全程自动化。被保险人在无需做任何事情的情况下而可

以轻松的获得该险种的理赔，是源于众安保险成功顺利的在后台与第三方公司进行数据系统的对接，从而直接获取被保险人航班延误信息，最终将理赔程序压缩到最短。在此险种中，最常见的保险理赔责任是“延误4小时以上”，由机场维修、流量控制等原因造成的航班延误，属于保险责任免除范围，保险公司不负责赔偿。但是众安保险将“2小时以上且任何原因的航班延误”都定在保险责任范围内，放宽了赔付责任范围。目前在众安保险的官网上，还推出了“1个小时延误航班延误险”。类似险种的保险理赔的微创新只是众安保险对已有非车财产保险理赔程序的一次极大升级优化，它是众安保险在激烈的行业竞争中切入市场的敲门砖。众安保险的首席执行官陈劲将它定义为“有温度的保险”，理赔流程的缩短、理赔规则更加市场化和理赔方式的互联网化，从保险的销售源头和理赔终端给人们以全新的体验，颠覆了人们对“骚扰的销售电话，繁琐的理赔程序”的传统保险的印象，成功开启了保险销售和理赔的自动柜员机新时代，从而真正给客户带来认可的价值。堪称财产保险行业中非车财产保险理赔成功运用互联网的典范。

这类理赔是全新的“互联网+”理赔模式，这两家公司很好的响应了李克强总理在2015年3月5日的政府工作报告中提出的“互联网+”行动计划，因此更是一场非车财产保险理赔的历史性革命，这也将给保险客户带来全新的更好体验，给保险公司带来更高效的服务水准，给全社会带来更多的社会效益。

【参考文献】

- [1]唐金成，韦红鲜. 中国互联网保险发展研究[J]，南方金融，2014，（5）：32-36.
- [2]董智. 互联网时代中国传统企业管理模式变革研究[J]，华中师范大学学报，2014，（2）：12-15.
- [3]袁庆玉. 基于移动互联网的保险业模式创新研究[J]，未央网，2014，（1）：12-13.
- [4]刘洪岩. 提高非车险理赔质量的探讨[J]，赤子，2015（2）：132-132.
- [5]袁 笛. 我国农业保险的发展思路[J]，人民论坛，2011，（14）：5-8

（作者单位：平安产险福建分公司）

责任编辑：谢圆虹

责任校对：江 峥

浅谈健康保险大数据 在助推保险公司业务发展中的应用与前景

● 伍朝晖

【摘要】在互联网时代和大数据盛行的社会背景下，在国家政策如《关于商业保险机构参与新型农村合作医疗经办服务的指导意见》、《关于开展城乡居民大病保险工作的指导意见》和《关于加快发展现代保险服务业的若干意见》的推动下，开启商业健康险大数据的应用和发展，助推保险公司经营管理提质增效，培育新的业务增长引擎已经成为新时期保险业应重点考虑的课题。现以中国人保财险泉州市分公司为例，浅谈如何实现健康险大数据在助推保险公司业务发展中的应用与前景。

【关键词】健康保险；大数据；业务发展

一、健康险业务经营基本情况

人保财险泉州市分公司自2007年以来，连续9年承保泉州市城镇职工商业补充医疗保险，并分别于2006年、2007年和2012年经办辖区内的石狮市、永春县、安溪县新农合委托经办服务，2013年起开始承办全市城镇居民大病保险。

（一）服务范围。目前泉州公司的城镇职工商业医疗补充保险服务群众61万余名，城镇居民大病保险服务群众41万余名，石狮市、永春县、安溪县三地新农合经办业务则服务着近200万名的群众。随着政府加大商业健康险保障服务民生的力度，泉州市的城镇职工商业医疗保险和城镇职工大病保险的报销额度在原有基本医疗保险的基础上增加了20万的保额，赔付比例最高达到95%，每年支付大病赔款4500万元以上，极大程度的减轻了看病城镇职工和城镇居民的经济负担，缓解了“看病难、看病贵”的社会问题。新农合经办则实现了在泉州市范围内的定点医疗机构、省内联网医院“一站式”结算和转外就医“限时结报”服务，大大方便了群众就医和补偿结报，深受群

众的好评。

（二）服务举措。除日常的城镇职工商业保险和城镇居民大病保险医疗审核和结报补偿外，泉州公司同时积极配合当地医保部门开展特殊门诊审批、医疗费用报销、社保卡发到新农合基金运行情况的分析预警、支付方式的改革等工作，为政府主管部门制定完善管理政策，推进医疗资源的合理化配置提供参考支持。

（三）服务效益。承保商业健康险业务，在经济效益上基本实现保本微利，遇到医保政策调整时还略有亏损，而新农合经办服务则基本都要有所贴补。但观其社会效益，却是架设了保险公司与当地政府及人社、卫计主管部门、医疗机构的沟通联系桥梁，打通了保险公司广泛获取客户信息资源的通道，也铺就了与城乡居民面对面交流并可适时拓展如新农合补充意外险、重疾保险、手术意外险等延伸业务的渠道。

二、现有信息系统及大数据的应用情况

目前，泉州市城镇职工商业医疗保险和城镇居民大病保险使用的信息系统主要依托于易联众

开发的“医保信息系统”，而新农合使用的同为易联众开发的“新农合信息系统”，两个系统各成体系、互不互通，而保险公司也暂时没有开发与其能够实现即时对接的系统，就连人保财险泉州市分公司为了提高新农合经办水平，委托厦门动力软件公司研发的数据分析云平台也只是事后分析的单机版，健康险大数据的应用极为有限。

(一) 信息基本要素。目前医保信息系统和新农合两个系统均具有参保(合)人的姓名、性别、身份证号码、单位(户籍所在地)、年龄、联系电话号码等基本信息，具备各类药品、检查、治疗、手术、耗材等使用情况的汇总，以及慢病患者的诊疗和用药情况，对于保险公司挖掘数据、综合分析、拓展涉医险种而言，其潜藏着很大的商业价值。

(二) 系统功能短板。医保信息系统的医师库、横向纵向统计医疗机构各类明细的使用，以及各类明细在各医疗机构的分布等功能对医疗行为的规范起着监控管理的作用，但与新农合系统相比，又没有了参合人员各项费用(如药品总费用、检查总费用、治疗总费用等)的统计及家庭成员评估的关系，不利于进行有针对性的监管和运营情况分析。纵观两个系统，在病历、医嘱、手术记录、检查报告单、门诊病历及药品用法等方面均无法实现即时传送，造成无法直观判断医疗机构是否存在过度医疗，收费计价是否正确等问题。疾病诊断均存在只传送主诊断，未传送次诊断，甚至部分医疗机构未进行诊断录入，也未能甄别或拦截，难于有效分析疾病与医疗费用的匹配度，继而影响业务拓展的数据分析。

(三) 数据应用情况。从目前运作的情况看，由于受整体业务发展规划、健康险专业人才支撑、业务智能审核系统开发等因素的制约，保险公司在健康险大数据应用方面基本停留于结报补偿、医疗稽核等常规业务，包括当前每月开展运营情况分析，动态掌握病种走向、基金走向和医疗机构监控要点，并向主管部门提出工作建议的新农合条线也只是迈出可喜的一步。通过数据帮助政府主管部门核定补偿方案，制定支付方式改革方案、分级诊疗或单病种付费方式改革方案等也仅仅算作起步。深挖大数据价值，借力平台衍生涉医或其他保险产品的设想，除了开展部分企业员工补充保险、新农合

补充意外保险之外，则近乎空白。

三、实现大数据助推保险公司业务发展的几点考虑

大数据作为一种资源，本身在“沉睡”的时候是很难创造价值的。反观现有健康险业务及其衍生产品，可以说，健康险大数据的应用还在“沉睡”中，特别是其可衍生保险产品仍有待开发，数据价值有待挖掘。如何借助健康险大数据来助推保险公司业务发展，建议从以下几个方面入手。

(一) 强化基础服务。健康险业务的可持续发展，首先在于扎实推进和不断强化基础服务。在实际工作中，要始终把“政府得声誉、群众得实惠、公司得品牌”作为经营宗旨和服务理念，从“首问负责、严格考核”入手改进服务态度，从“简化流程、限时办结”入手提高服务效率，从“医疗审核、数据分析”入手提升服务质量，从“提供方案、参与决策”入手提高核心竞争力，从“数据挖掘、个性疏导”入手向政府主管部门提供决策支持，从“健康行为干预、重点人群预防”入手提高政府认同度等来强化保险公司的基础服务，打造“政府满意、部门认可、群众赞誉”的健康保险服务产业。

(二) 研发配套软件。在国家鼓励保险公司经营大病保险、经办城乡居民医保的利好政策下，要正视各保险公司把大病保险作为业务增长点，把经办城乡居民医疗保险作为占据未来市场空间的广阔平台，立足整合健康产业，在较短时间内汇总现有的商业健康险承办、经办系统或是已经投入使用的智能审核系统的优缺点，集中兵力研发集“即时结报、医疗审核、数据分析”为一体的软件信息系统，并可实现与医保系统、新农合系统甚至是医疗机构的对接，提高该系统在具体承办业务中的实用性，在衍生保险产品上实现即时提取数据的目的，以此加快大数据的研究和应用，实现大数据助推保险公司业务发展的关键一步——数据的即时提取与利用。

(三) 培育专业人才。健康险业务的发展，离不开医疗卫生专业知识的支撑，而大数据则是一种虚拟化的数字及其运算逻辑，需要高端的计算机知识，更需要综合掌握数学、统计学、信息工程等相关学科知识。目前，保险公司在健康险及其大数据

人才储备方面远远不能满足业务发展需要,尤其是缺乏既熟悉医疗卫生行业业务需求,又熟练掌握并应用大数据技术与管理的综合型人才。因此,可借助“企校联动”方式,选准苗子,定向培养集“医疗+保险”“医疗+数据”“数据+保险”或“医疗+保险+数据”为一体的适用型人才,“未雨绸缪”,在专业人才培养上抢占先机,而不是停留于“挖人”“抢人”或“聘用退休专家”等被动的选人方式。

(四) 开发税优产品。健康险商业保险模式是基础医疗保障的延伸。借助健康险大数据,通过费用分析、层次分析、结构分析、行为分析等,可全面了解现有各地区的疾病谱分布情况、群众自费较高的病种、疾病与年龄及所在地区的不关系、各地区的经济不消费水平、社会老龄化的程度等信息,从而借助大数据平台开发衍生产品,助推保险公司业务发展。除了目前已开展的企业补充医疗保险、新农合补充意外保险之外,保险公司还可以针对性地开展重疾保险、护理保险、养老保险、手术意外险等税优健康险种,也可以通过组合销售如“新农合补充意外+手术意外+可报销项目(补偿比例外)”等有着较为广阔空间的险种。

(五) 数据便捷营销。在利用大数据精准开发健康险衍生税优产品的同时,仍需紧跟信息时代步伐,打破传统的出单销售模式,开发互联网销售平台,率先实现客户在网上投保涉医险种的功能。要贴近群众生活方式,强化微信营销或手机APP营销

理念,借助健康险业务平台,加强与医疗机构之间的深度合作,力争开发保险公司营销健康险衍生品的APP或将保险公司涉医险种植入各级各类医疗机构的APP平台中,实现“医疗”与“保险”的双赢。可加强与市场上运作较为成熟的健康咨询公司深度合作,充分利用健康信息“大数据”,实现健康咨询服务与“大数据”的融合,主动挖掘健康咨询服务与医疗保险服务的合作空间。借力医院分级诊疗制度深入实施的有利时机,抢占先机,全方位开拓并由城市向农村延伸,占领“慢病+分级+护理+养老+失能”多维险种的市场空间。

总之,在国家大力支持商业健康险发展政策频现的当前,作为深化医药卫生体制改革,发展健康服务业、促进经济提质增效升级的“生力军”,商业健康保险发展已势如破竹。随着互联网和大数据时代的到来,特别是在“数字人生”和“数字医疗”的大背景下,健康险的基础环境必将发生根本性的变化!因此,在机遇和挑战面前,“重构数据增强险企创新核心竞争力”、“依靠大数据运行提高效率和服务水平”应成为保险公司的共识,并通过大数据分析的挖掘来指导保险业务发展和经营决策!

(作者单位:人保财险泉州市分公司)

责任编辑:江 峥

责任校对:谢圆虹

关于新常态下福建商业养老保险发展思路的若干思考

● 陈晓静

【摘要】我国面临老龄化程度加速发展和养老金储备不足的巨大挑战，加快发展商业养老保险，大力提高百姓的养老保障水平，满足日渐扩大的养老服务需求，尤为迫切。本文从我国养老保险市场发展的现状和市场存在的需求出发，分析近年来国家和福建省政府出台的系列政策利好，对新常态下如何推进福建商业养老保险发展进行思考，从加快制度改革，完善养老保障体系建设；发挥商业保险机构的专业优势，全面参与养老资产管理；加快落实个人所得税递延型养老保险政策，健全个人养老保障体系；发挥行业优势，全面参与养老服务业发展等方面进行探讨，以期对行业的发展有所裨益。

【关键词】新常态；商业养老保险；发展思路

进入21世纪的第二个10年来，中国经济告别了过去30年来的高速增长，进入中高速增长的新常态。经济发展新常态下，我国经济正从粗放向集约、从简单分工向复杂分工的高级形态转变，新常态给保险业发展带来趋势性的变化，保险行业应适应新常态、把握新常态，加大行业转变发展方式和结构调整的力度，加快发展现代保险服务业，努力实现由保险大国向保险强国转变。

新常态下，中国面临的一个重要挑战就是人口老龄化，老龄化问题已经成为经济发展的重要掣肘。政府已意识到老龄化社会所带来的压力，并着手推进和深化养老保障制度的改革，在十八大报告、十八届三中全会报告和“十三五”规划的建议中，明确提出要完善多层次的养老保险体系。完善多层次的社会养老保障体系是供给侧改革的重要组成部分，有利于帮助国民合理规划当期消费和长期储蓄、降低企业的人力成本、消除本息的后顾之忧、促进经济的转型和增长。近年来，通过商业保险机构直接提供和大力参与，以养老风险保障、养老金管理和养老金服务等为主要内

容的商业养老保险产品和服务日益多样化。因此，应当加强政策引导和制度顶层设计，鼓励推动商业养老保险尽快发展。

2015年是养老金融发展上具有突破意义的一年，职业年金的建立，基本养老保险基金和职业年金市场化运作的确定，个税递延型养老保险政策的即将出台，以及国家连续发布支持鼓励发展养老产业的文件法规，一系列的动作进一步拓宽了养老金融市场的发展空间，福建商业养老保险业将迎来历史性的发展机遇。

一、养老服务业成为我省加快发展现代服务业的重点领域

为积极应对人口老龄化，加快福建省养老服务业发展，切实做好民生保障工作，福建省政府贯彻落实国家政策，结合本省实际情况，近年来出台多项实施措施，从政策上有力促进养老产业的发展。

(一) 2014年初，福建省人民政府出台《关于加快发展养老服务业的实施意见》（闽政[2014]3号），提出养老服务业的发展目标、重点任务和政

策保障

1、发展目标。到2020年，全面建成以居家为基础、社区为依托、机构为支撑的覆盖城乡的养老服务体系。养老服务产品更加丰富，市场机制不断完善，养老服务业健康发展，实现养老服务与医疗、家政、保险、教育、健身、旅游等相关领域互动发展。

2、重点任务。强化政府主导和引领作用，统筹规划养老服务业发展。将养老服务业发展纳入经济和社会发展规划，列为我省服务业重点发展领域，制定和组织实施专项规划，并与经济社会发展水平、人口老龄化水平相衔接，注重统筹资源，合理布局。重点扶持老年人生活照料、产品用品、健康服务、文化教育、体育健身、休闲旅游、金融服务等养老服务业发展。鼓励社会力量投资养老服务机构(场所)，鼓励和支持保险资金投资设立满足中高端养老服务需求的养老服务社区。

促进养老服务产业发展，培育养老产业集群。发挥我省独特的区位优势、生态优势，鼓励建设一批功能突出、辐射面广、带动力强的休闲养生、老年教育、老年体育、特色医疗养老服务基地，打造养老品牌。

开发养老金融产品。引导和规范商业银行、保险公司、证券公司等金融机构开发适合老年人的理财、信贷、保险等产品，提升个人养老能力。引导商业保险公司积极参与企业年金、职业年金，并大力发展长期护理保险和商业养老保险，为城乡居民提供多样化保障服务。

3.政策保障。政府从优先提供养老用地、分类给予税费优惠、加大公共财政补贴力度上加大政策扶持。

(二) 2014年12月福建省政府出台《关于加快发展现代保险服务业十二条措施的通知》，重新定位了现代保险服务业，明确了重点发展领域，强调加强组织领导与政策支持

福建省政府提出，要将现代保险服务业发展纳入地方经济和社会发展规划中统筹考虑，列入服务行业发展重点规划。力争到2020年，全省保费收入年均增速略高于全国平均增速、比全省GDP增速高8个百分点以上，保险密度、保险深度有较大提升，保险业发展质量和效益好于全国平均水平，保险对经济社会发展重点领域的覆盖面和渗透率进

一步提高，对社会的“稳定器”和经济的“助推器”作用得到有效发挥。强调加强组织领导与政策支持，对养老保险，明确要求落实企业为其员工支付补充养老保险费的税优政策；对养老机构投保责任保险的保费明确由各设区市福彩公益金按不低于30%予以补贴。

二、我国养老保险市场的发展现状

经过20多年的改革和发展，我国已初步形成了以基本养老保险、企业补充养老保险和个人商业养老保险为主的三支柱养老保障体系。“三支柱”养老体系虽有一定的发展，但越来越难以适应我国巨大的养老需求。

(一) 养老金三大支柱的结构发展极不均衡且储备不足

基本养老保险一枝独大的格局没有根本改变，第二支柱、第三支柱的发展还相对滞后。据人社部最新统计数据，截止2015年一季度，中国城镇职工基本养老保险参保人数为3.42亿人，拥有3.1万亿元基本养老金；建立企业年金的企业数达到74335个，覆盖了2301.35万个职工，仅6.73%的职工参与了企业年金制度，企业年金规模还很小，只有0.77万亿元。而作为第三支柱的个人税延养老金还未建立。三者相加共计3.87万亿元，三大支柱占养老金资产的比重分别为80.1%、19.9%和0%。

养老储备水平严重不足。据2014年全国社会保险基金决算数据显示，2014年，企业职工基本养老保险基金年收支结余3476亿元，年末滚存结余30376亿元，如果剔除决算数据中的财政补贴部分，保险费纯收入是1.8万亿元，支出是1.9万亿元，出现“收不抵支”。2014年，企业职工基本养老保险基金扣除财政补助后，当期收不抵支省份已经从2011年的12个增加到14年的22个。

养老金储备模式仍以储蓄型为主，市场化程度低。占据大额比例的第一支柱基本养老金，由于市场化运作的程度低和投资产品稀缺，导致在投资收益上一直很低。与此同时，作为第二支柱的企业年金由于市场化运营时间短和基金投资中的投资产品稀缺，同样无法满足养老基金长期投资和稳定收益目标。面对加速到来的老龄化，个人养老金账户的资金积累严重不足，是中国社保体系当前所面临的

严峻挑战之一。

(二) 人口老龄化速度加快,养老金负担增长迅猛

我国社会提前进入老龄化。自上个世纪70年代始,我国实行计划生育的基本国策,人口出生率经过一段时间的大幅度下降之后,一直保持在一个较低水平。与此同时,随着生活水平提高和医疗条件改善,人口预期寿命迅速增长。在这两个因素的共同作用下,老龄人口的比重迅速加大。2000年,我国60岁和65岁以上的人口占总人口的比例分别为10%和7%,标志着我国已进入老龄化社会。

人口老龄化速度加快。据国家统计局2015年发布的《2014年国民经济和社会发展统计公报》,2014年中国13.67亿人口中,60岁及以上的老年人2.12亿人,占总人口比例为15.5%;65岁及以上人口数为1.37亿人,占比10.1%。预计到2052年,全国60岁及以上的老年人口总数将达到峰值4.87亿人,人口老龄化率将达到35%左右,意味着每3个中国人中就有1位60岁以上的老年人。根据中国人口研究中心的预测(2003),从现在到2035年,中国老龄人口呈加速增长的态势,60岁以上和65岁以上人口的年均增长率分别为3.5396%和3.7396%,远高于2000年至2005年间的2.18%和2.64%。中国人口老龄化的速度大大高于世界平均水平。

养老金负担总量很高,而且增长很快。今后相当长的一段时间内,我国养老体系将面临以下几个问题:第一,老龄人口数量大,养老负担总量很高,而且增长速度很快;第二,老龄人口比例高,人口赡养比(老年人口与劳动力人口的比例)逐步加大,每个劳动力身上需要承担的养老义务比以往更重。更艰巨的是,我国是未富先老,在2000年进入老龄化社会时人均GDP仅约1000美元,远低于其他国家进入老龄化社会时人均GDP3000—5000美元的水平,这意味着我国在发展中阶段就必须迎接“银发危机”的挑战。老龄化的加剧、社会劳动人口抚养负担的加重、平均预期寿命的延长以及养老金运行压力的加深,表明我国退休养老带来的压力巨大。

(三) 当前完善养老金结构和个人账户制度面临较大困难

一是国家缺乏银色经济战略和改善老龄人口

资产结构的动力。

二是企业养老保险费率过高。这已经成为阻碍民营企业和科技企业发展的瓶颈之一。职工缴费成为养老保险现收现付基金的主要来源,低企业养老保险费率面临着非常大的挑战。

三是个人账户负债规模加大。自1997年全面推行企业职工养老保险改革以来,职工个人缴费被用于支付当期养老金的金额超过3万亿元。

四是养老金顶层设计和结构调整滞后,至今仍缺乏科学的待遇调整机制,也缺少促进大龄人员就业和鼓励延迟领取养老金的激励政策。不足50岁领取养老金和国民平均预期寿命超过76岁形成极大的反差。

(四) 养老金融服务和养老产业发展难以适应我国养老需求

我国养老金融服务的发展十分滞后。针对老年人的养老、医疗、住房等方面的金融服务才刚刚起步,持续可行的业务模式仍未形成。

养老产业的发展形势也不容乐观。近年逐步发展的养老地产资金投入大,回收周期长,对专业的管理和服务能力要求高,养老地产的发展同样面临诸多挑战。

养老产业发展的配套基础薄弱。老年消费者的消费意识有待培育。很多老年消费者的观念还停留在传统的养老院概念,如何向该群体传达优质养老生活方式理念并得到理解和接受,是现阶段面临的挑战之一。养老产业发展的专业队伍匮乏。养老作为一个“全新”的行业,人才队伍和培训体系存在空白。同时国内的医保政策,也是阻碍民间养老机构迅速拓展的重要因素。在很多城市,相关护理服务还无法用医保报销,这也为老年消费者支付带来了一定的阻力。

由于处于发展早期,养老产业成长期的高竞争性使得投资具有较高风险,企业进入量无法满足需求日益强烈的市场,导致了巨大的市场需求与相对滞后的产业发展之间形成巨大反差。

(五) 我国养老保险市场潜在的需求巨大

我国养老保险业由于起步较晚,与世界上发达国家比,仍处于发展的初级阶段,养老保险的覆盖面仍较低,甚至在不同领域内还存在着不同程度的养老保险空白。

由于人口的老龄化、预期寿命的延长,以及城

市中产阶级人口的快速增长,中国对养老服务的需求未来将形成“巨型市场”。发达国家老龄产业老年人的公共支出是年轻人的3倍,已成为占第三产业比重很大的产业,而我国尚处于创建阶段,目前,我国城市老年人的人均消费额约为6000多元,消费总额达2700亿元,占城市消费额10%左右。虽然我国超过60岁的老年人有2亿左右,但有90%左右的老人对现在的老年消费品不满意。可以看出,老龄市场产业链上的多种需求未能得到满足,巨大潜力尚待挖掘。

据分析,2013年中国老年人市场的年需求已达到1.43万亿元,2050年左右将达到5万亿元。而目前中国每年为老年人提供的产品不足1000亿元,供需之间存在巨大的商机。

我国已进入人口老龄化快速发展期,养老是当下亟待求解的重大社会问题,大力发展养老服务业,既是应对老龄化社会的长久之计,也是刺激消费、拉动内需的一个新的增长点。

三、福建发展商业养老保险的思路

(一) 国家加快制度建设,进一步推进基本养老保障制度的市场化改革,完善养老保障的多层次体系建设,大力发展第二支柱和第三支柱,构建政府、企业、个人共担养老责任的多支柱养老保障体系,服务经济社会长期持续发展

第一,加强制度的顶层设计,尽早建立分担合理的、可持续的、长期精算平衡的、市场化的养老保障体系。

第二,选择符合我省实际的发展方式,推动养老储备模式从储蓄型养老向投资型养老转型。养老保障制度设计应根据自身的政治制度、历史沿革、社会经济、社会方式、文化传统等因素不断推动发展并逐渐形成,从现实看,我国是储蓄率较高的国家,居民人均储蓄率一直保持在35%以上,在各种储蓄原因的调查中,养老医疗和子女教育是老百姓重要的考虑因素,然而这种依靠自我储蓄进行养老积累的方式比较脆弱,个人投资理念不成熟,投资能力参差不齐,抗周期能力差,对进入老年后的养老需求预估不足,难以为老年生活提供稳定的现金流。有必要通过强有力的政策引导改变目前自主养老储蓄为主的模式,改为以商业养老保险为主的专业机构管理养老,使商业养老保险成为老年人体

面生活的压舱石,有效防止老年致贫。

第三,制定有效促进商业养老保险加快发展的配套政策。一是坚持政策引导,要完善财税、监管等支持政策,在商业养老保险购买、投资、积累、领取等各个阶段给予相应的政策支持。二是坚持市场化方向,创造平等参与、公平竞争、诚信规范的市场环境,充分发挥市场机制作用,通过有序、有效的市场竞争,推动养老金管理向专业化和市场化发展,使商业养老保险真正给老百姓带来实惠。

第四,坚持改革创新,注重以人为本,以需求为导向,充分发挥商业保险机构专业优势,创新和扩大商业养老保险产品供给,丰富商业养老保险服务。

(二) 充分发挥商业养老机构的专业优势,大力发展养老金融,推动养老产业的快速发展,通过创造巨大的养老供给为经济增长注入新的活力

我国经济目前正处于三期叠加的历史时期,尤其是增长速度放缓和经济结构调整可能是一个比较长期的过程,在这个过程中,人口的老龄化构成了我们经济增长和转型的一个重要的制约因素。一方面是巨大的社会养老需求,一方面是极度缺乏的养老产业供给。因此,应大力发展养老金融,有效推动养老产业快速发展。

1、充分发挥养老资产管理机构的专业优势,全面参与养老金的资产管理,提高养老资产投资运作体系的效率和质量,确保养老金的保值增值。建议商业养老保险公司应抓住机会积极布局资产管理业务,实现向养老资产管理公司转型。目前商业养老保险公司的核心业务是企业年金业务,受一些主客观因素的影响,近年来,企业年金市场增量业务有限、存量过度竞争,企业年金业务出现连年亏损。面临国家加快发展第二、第三支柱产业的诸多政策利好,《机关事业单位职业年金办法》正式颁布,明确职业年金管理交由市场化机构运作,企业年金市场将迎来更加广阔的发展空间。《基本养老保险投资管理办法》已推出,市场化运营方案初步形成,商业养老保险公司应抓住机会,向以年金为主体的养老资产管理领域进军,提升投资的规模效益,由以企业为主的团体客户,向企业和政府及其辖下的个人客户全面经营转型。

2、加快落实和完善个人税收递延型养老保险政策,健全个人养老保障体系。目前我国的第三支

柱即个人商业养老保险市场份额极低,个税递延型养老保险政策的推出有利于实现政府和个人的双赢,一方面,可以极大提高个人养老保障水平,解除个人后顾之忧;另一方面,可以有效降低政府用于保障老年人群生活的财政负担。商业保险公司应抓住发展良机,以客户需求为导向,加强养老金产品的创新探索,提升客户服务水平,加快拓展发展空间,不断满足广大个人的养老储备需求。

(三) 发挥行业自身优势,积极参与养老服务业发展,从提供资金支持、风险保障、服务衔接等方面,全面参与养老服务业发展,为应对人口老龄化做出积极贡献

一是投资养老服务产业。建议资源积累较为丰富的保险公司,整合养老产业的上下游资源,打造养老产业服务闭环,形成大健康发展战略。福建省政府鼓励和支持保险资金投资设立满足中高端养老服务需求的养老服务社区,鼓励国内外养老服务领域发挥我省独特的区位优势、生态优势,建设一批功能突出、辐射面广、带动力强的休闲养生、老年教育、老年体育、特色医疗养老服务基地,打造养老品牌。鼓励知名企业入驻,集聚上下游企业,培育养老服务产业链。保险机构可以发挥保险资金的长期投资优势,以投资新建、参股、并购、租赁等方式兴办养老社区以及养老养生、健康体检、医疗护理、休闲娱乐等养老服务机构,促进保险业与养老服务业融合发展。

据了解,截至2015年二季度末,泰康人寿、中国人寿、中国人保、合众人寿、中国太平、中国太保、中国平安、新华保险、阳光保险等9家保险公司已投资或计划投资25个保险养老社区项目,计划投资金额612亿元,实际已投资金额199亿元。

保险资金投资养老社区,正从质疑、探索慢慢走向初步成熟,其中以泰康模式和合众模式两种最为典型。泰康模式将养老居家与保险联系得最为紧密,提前为客户锁定居住成本,亦用保险方式抵御房租涨价的风险。

泰康人寿提出“一个社区,一家医院”发展

战略,借鉴美国“凯撒模式”,在养老社区邻建康复医院,以“养老社区+康复医院”模式,为社区居民及周边社区提供“预防—治疗—康复—长期护理”闭环整合型医养服务,全方位照护社区居民健康。

合众模式则通过被保险人入住社区后保险金额增值返还的方式将保单与地产联系在一起,特色是依托地产股东背景,选在二线省份,门槛稍低,偏向于中端养老人群。

二是为各类养老机构提供风险保障服务。保险机构要与居家养老、社区养老、机构养老等各类养老机构加强合作,积极发展与养老机构经营管理相衔接的养老机构综合责任保险,积极发展针对老年日间照料中心、老年活动中心、托老所、星光老年之家、互助式社区养老服务中心等老年人照护和休闲活动机构的责任保险,为养老机构的运营提供风险保障服务。

三是发展老年人医养结合综合养老保障计划。积极发展面向老年人的医养结合保险产品,包括医疗保险、护理保险、意外伤害保险、住房反向抵押养老保险等。丰富产品保障功能,完善保单贷款、多样化养老金支付形式等配套的金融服务功能,建立功能明晰、费用合理、管理完善的老年人医养结合综合养老保障计划,实现养老、康复、护理、医疗等保障与服务的有机结合,满足老年人的综合养老保障需求。

【参考文献】

- [1] 福建省人民政府关于加快发展养老服务业的实施意见(闽政[2014]3号)
- [2] 《福建省人民政府关于加快发展现代保险服务业十二条措施的通知》

(作者单位:英大人寿福建分公司)

责任编辑:江 峥

责任校对:谢圆虹

谈人保财险南平分公司 “变诉为金”理念的实践

● 池仕贵

一、概念阐述

什么是变诉为金？

首先这个概念的重点在于“诉”，意即“投诉”，在实践过程中具体是指权益被侵害者（或认为权益将有可能被侵害者）本人对涉案单位、组织、个人侵犯其合法权益的违规或违法事实，向该单位或有关国家机关主张自身权利的行为。

其次这个概念的意义在于“金”，意即“有意义、有价值”，从字面理解就是将投诉这一本身具有负面意味的事件转化为有意义、有价值的事件，被投诉方通过主动的介入和引导，化被动为主动，从而积极化解被投诉的不利影响，更抓住时机将其中对自己有利的部分提炼出来，转变为有价值的契机。

二、提倡“变诉为金”理念的意义

随着我国保险市场的打开，以及保险改革的不断深入，保险主体之间的竞争非常激烈，对于企业来说，寻求一条可持续发展之道迫在眉睫。而保险企业的可持续发展，往往是建立在业务存量的基础上，不断寻求业务增量的过程。对存量以及增量产生决定性作用的一个重要因素，就是消费者的忠诚度。当消费者青睐一家企业时，就会为这家企业注入发展的血液；而当消费者转身离开一家企业时，带走的不仅是业务，也将给这家企业的竞争对手带去希望。这样的转变，除了市场价格、品牌影响力、增值服务吸引力等因素的影响干扰外，“投诉”也是不容忽视的一个重

要因素，在企业的服务过程中，客户是否萌生投诉的念头、是否实际做出投诉、投诉是否得到合理处理，都非常关键。

一家优秀的企业，是不应该惧怕投诉的。因为他们坚信自己在行业内做得最好，他们不断完善不断提升不断努力，而当投诉出现的时候，他们可以启动一套行之有效的应对机制处理问题，他们的处理方式绝不是推卸式的处理，而是站在消费者的立场力求在消费者和企业之间寻求最为公正的解答，往往消费者从中能够感受到人性化的关照，能够感受到企业的责任担当，能够消解怒气，平和对待出现的问题，接纳企业提出的解决方案。更重要的是，因为投诉得到了公正、合理、充满人文关怀的对待和解决，更加坚定了消费者对该企业的信任度，提升好感，有可能为企业带来新的商机。

因此，在企业经营过程中，大力提倡“变诉为金”的理念，并将之深化、细化，从理念衍生出制度，从制度凝结出精神，从精神汇聚出文化，这是在当前消费竞争异常激烈的商业社会以及国民维权意识普遍提高的法治国家，一家企业能够立于不败之地的法宝，这就是意义所在。

三、投诉案例分析

2015年12月9日晚，由人保财险南平分公司承保的标的车辆闽***36，在福州市某小区倒车时刮碰闽***58、闽***20、闽***13，造成四车损坏事故，无人伤，现场报了警处理，交警认定标的车闽***36为事故全责。

2016年1月29日，事故第三者闽***20车辆的投保人林女士的配偶陈先生作为投诉人，反映由于全责方急于赔付，其通过人保财险福州分公司将维修发票寄送至人保财险南平分公司，要求人保财险南平分公司直接将其车辆的维修款人民币6344元支付到其账户。

2月2日，人保财险南平分公司收到资料后，立刻与全责方闽***36的车主进行联系，但是该车主表示其已向闽***20车方支付现金3800元维修款（无法提供收条），故不同意人保财险南平分公司再将闽***20的赔款直接对其进行支付。事件似乎陷入僵局。人保财险南平分公司先是如实将上述情况向闽***20车方做了反馈，但对方表示从未收到过全责方支付的所谓3800元的赔款，并且由此认为人保财险南平分公司以“全责方不配合理赔”为由故意拖延保险事故理赔，故致电12378发起投诉。

2月5日，在接到投诉转办件后，人保财险南平分公司高度重视，通过各种渠道，将事件的来龙去脉认真再摸清一遍，为何如此小额的简单案件会上升到投诉件，这期间肯定有什么原因。最终了解到，原来事故发生时，闽***20的实际驾驶人和闽***36车主发生不愉快，动手砸了闽***36这辆车。闽***36车主自然心里感到不痛快，觉得应当要先解决自己的车子被砸一事的索赔问题，再行事故理赔。在知晓了这些情况后，人保财险南平分公司站在客户的立场想问题，体会其心结，就可以预估接下来有可能会面对的问题和情况，并分析制定解决方案。随即，公司立刻电话联系投诉人陈先生进行解释和沟通，表明公司会不偏不倚、合理进行理赔的公正立场，并称公司会积极找全责方也进行沟通协商。时至春节前夕，为了推动事件有实质性进展，客服部经理和理赔中心主任亲自联系了全责方车主，并登门面谈理赔事宜，做对方思想工作，他们告诉他，不应该将两件事情混为一谈，虽然充分理解他的心情，但是根据相关规定，事故第三者是向保险公司提出索赔申请的，所以希望双方都能互相理解，一方面公司必须及时履行理赔义务，消除不利影响，另一方面公司也会从中协助沟通，为双方解开心结做出努力。最终，全责方

闽***36的车主接纳了人保财险南平分公司提出的观点，表示年后会立刻配合三者车辆前来办理全部理赔事宜。

2月6日，人保财险南平分公司将这一处理结果立即转告投诉方，对方对该协调结果无异议，表示满意和认同，并致电12378进行撤诉处理。

点评：这是一起普通并且毫无悬念的道路交通事故，但是由于其间的种种原因发酵成了投诉案件，使事件变得有点棘手。从接报案开始，人保财险南平分公司就进行全程无脱节跟踪，这是对事件发展有效把控的关键手段。很多时候我们对事件的失控，是因为某个环节跟丢了、脱节了，失去信息反馈。从一开始人保财险南平分公司就避免这种情况的发生，这是客服应对机制发挥有效的结果。

接下来，在得知该案件演变成投诉件之后，人保财险南平分公司高度重视，认真分析症结所在，在确认问题并不出现在公司本身的情况下，站在客户的立场去为客户设身处地想问题，既从投保人（全责方）的角度想问题，也从受害人（第三者）的角度想问题，既让双方的诉求都有解决的渠道，也让公司在客户面前守住了合理公正的形象，确保双方之间存在沟通的桥梁，这是投诉应对机制发挥有效的结果。

最后，就是进行处理方案的落实。很多时候，投诉工作应对得不如人意，是因为“虎头蛇尾”——从一开始热情洋溢的接待、登记、承诺，到后来没人去负责真正落实到位，让事件不了了之，丧失了投诉人最后的信任和期待，致使事件陷入无法解决的僵局。而本案中，人保财险南平分公司从客服人员与当事人及时的电话沟通，到负责客服和理赔工作的领导与投保人（全责方）的直接接触，尤其是时至除夕，在中国人最忙碌的时间段，保险公司的领导在这种时候仍然不拖延工作，第一时间就登门拜访客户，做思想工作，主动提出解决方案，也给处于“置气”状态的客户一个台阶下，他们做到了动之以情晓之以理，做到了让客户敬佩，做到了专业，做到了负责任，同时也鉴于客户本身就对人保财险品牌有着长期的认同度，客户最终接受了保险公司提出的解决方案，答应年后会配合公司处理理赔

事宜。得知这一情况,投诉方自然感到自己的诉求获得圆满解决,理所当然撤销了对保险公司的投诉。

有人说过,投诉应对能力评估有一个检验指标,主要看在投诉问题发生时,能否比一般人给出更多的解决方案。以此事件为例,作为一家有着丰富实务经验的保险公司,贯穿着“变诉为金”思想的指引,当然会要求它的员工具备更高的素质,即面对问题时不能呆板面对,而需要灵活处置,既要维护客户合法权益,也要维护公司尊严,做到处理事情有理有据,让人心服口服。

据了解,此次事故全责方闽***36车主同时还有多部车子在人保财险南平分公司投保,并且仍有续保,为这家公司带来经济效益,提高同行竞争力,这充分说明“变诉为金”思想在人保财险南平分公司运用的成功,得益于这个思想,在接纳了保险公司提出的解决方案时,闽***36车主不但没有不服气,反而是更加坚信这是一家对客户、对社会高度负责的保险公司,自己的车在这样的公司投保,十分放心与安心,这就是我们强调的“金”。

四、投诉处理经验归纳

(一) 客服方面

人保财险南平分公司加强“客户投诉溯源整改”工作,从源头提升客户体验,降低客户投诉率。通过归纳分析引发客户投诉的根本原因,“变诉为金”,提高客户服务水平。

1、建立健全投诉考评制度。结合省公司服务效能考评办法与上年度人保财险南平分公司投诉工作情况,制定《年度投诉管理考评方案》,对各级分支机构投诉管理工作进行考评,并纳入年度各级分支机构服务效能考评。建立《客户投诉溯源整改工作制度》等管理制度,从源头提升客户体验,充分挖掘客户投诉价值,加强各县支公司及相关部门配合协作,以提升服务水平,有效降低客户投诉率。

2、重视95518转办咨询件及邮件投诉,建立快速响应机制,避免升级投诉。稳定“2小时响应率”及“2日内及时处理率”两项指标,增强责任意识,明确责任,在规定时限内及时化解客户疑问,对不满意的客户及时跟踪,理赔

咨询岗对有可能升级为投诉的咨询件及时预警反馈给客服部,对于有可能越级投诉的案件将提前以邮件形式上报省公司客服部,并立即联系相关责任人了解来龙去脉,并对该咨询投诉件情况进行跟踪处理。

3、认真对待每一个诉求者反馈的销售、理赔服务存在的问题,严格按照投诉处理流程规范处理好每一件投诉。

在接到投诉件后,涉及理赔案件的由理赔中心执行主任与客户完成第一通电话联系,涉及产品线的由客服人员在第一时间与客户联系安抚并了解客户具体诉求,缓解客户焦急无措的情绪,避免客户越级投诉。根据客户所反映的问题,客服立即通过邮件、电话等多渠道转办相关责任单位或部门处理,及时跟踪投诉处理进展情况,对于复杂繁琐的案件及时向分管副总经理汇报,召集相关部门进行会商,争取在较短时间内将疑难案件处理妥善。

在投诉处理结束后,客服人员根据反馈的处理意见对客户进行回访,确认客户对处理意见是否认同。对于客户认同的将在规定时限内形成文字投诉处理报告上报省公司;对于客户不认同的,将会在处理决定作出之日5个工作日内,书面告知客户投诉处理决定。

4、加大投诉责任追究,严格执行处罚制度。

一是从销售源头抓起,狠抓投保单客户本人签字。从投保环节,提高销售人员对投保单客户本人签字行为的认识。对发现投诉客户投保单非客户本人签字的情况,针对影响的情况根据《投诉管理办法》对该销售人员进行经济扣罚,对该经营单位年度投诉管理考评得分扣2分/个。

二是根据《客户投诉管理办法》规范责任人的认定与处罚,对于被投诉责任人取消当年所有评先和评优资格。由客服部直接递交人事扣罚表,将扣罚落到实处。以投诉责任追究促进投诉工作改进,有效提升各级机构工作人员的责任意识、服务意识,牢固树立“以客户为中心”的服务理念,加强客户投诉源头治理,减少客户投诉的发生。

5、继续落实领导接待日工作,提高投诉解决水平。2016年严格执行领导接待日及研究日

制度，不流于形式。每月精选近期受理的典型投诉案例，通过研究日会议确定类似案件处理方法。另外还有对接待日执行情况逐个经营单位进行检查，对检查不在岗的领导进行1000元的经济扣罚，并通报批评。

6、月度通报消费投诉处理情况，将投诉各项指标公布，可以促进内部完善服务制度，通过客户的诉求，了解到公司在保险产品销售和服务中存在的问题，及针对问题进行整改。

7、实时监控投诉客户续保率。根据《投诉管理考评办法》，上一年度投诉客户中已在该归属公司续保的，该县支公司投诉管理该项得分加0.5分/个。

（二）理赔方面

1、要做好投诉处理工作，首先要求理赔人员熟练掌握公司保险条款、理赔业务流程、服务标准化等各种相关的保险知识，用专业的知识武装自己，才能轻松应对客户的各种投诉问题。现在的客户法律意识、维权意识都很强，通常在咨询或投诉前都会认真地研读过保险条款，提出相应问题，这就需要理赔人员用专业的知识有理有据地回答，才能说服他们，只有更专业，客户才能信服。

2、及时有效地处理客户咨询件，把投诉扼杀在萌芽状态，不让咨询案件升级，避免投诉。接到客户咨询件，理赔岗及时联系客户（咨询件要求2小时内响应），耐心倾听客户的需要，如果客户情绪比较激动的，应先安抚客户，感谢其对公司的信任。客户的任何不满，都是对公司服务工作的一种鞭策，人保财险南平分公司的工作人员永远相信“服务没有最好，只有更好”。

3、了解各种渠道的投诉案件、投诉处理时效，方便有效处理投诉。客户投诉的受理渠道有：来信、来访、电话、网络、保监会（局）转办、总公司转办，政府部门、行业协会或其它社会团体转办等。目前人保财险南平分公司客服部接收的客户投诉渠道为：保监局快速转办件（3个工作日处理）、总公司转办（5个工作日内处理）、行业协会转办（根据信函要求）、95518电话投诉（1天内联系，5天内处理）、柜台投诉（及时处理）等。

前几种渠道的客户投诉一般都是通过电话联

系，帮助客户解决问题。首先，电话联系客户前应详细了解客户的诉求，心中应该先有一套解决问题的方案，再联系应对客户，做到心中有数，懂得如何去化解矛盾；第二，电话联系客户前一定要先调整自己的心情，往往客户投诉会产生很多抱怨，需要工作人员用诚恳的态度和平和的语气慢慢为客户降火；第三，要先听后说，耐心倾听这点很重要，有效的倾听可以帮助保险公司在最短的时间抓住客户提供的主要信息，并把客户反映的问题以及主要信息记录下来，让客户说完自己的意见，再做回应，让客户感到保险公司对其反映的问题非常重视，急客户之所急，想客户之所想，是在认真负责地为他们解决问题；第四，要及时解决问题，化解投诉危机，在了解客户的诉求后，应及时做出回应，找到令客户满意的解决方案，提升客户对公司的认同度。经过以上步骤，如果电话沟通还是无法让客户满意，保险公司可以带上万分的诚意，直接上门拜访客户，面对面沟通解决。

在面对柜台投诉时，则需要直接面对客户，这类投诉更需要沉着冷静，更讲求快速反应。“先处理心情，再处理事情”依然是保险公司最好的处理手段，在营业大厅内，客户的情绪往往会比较激动，会影响其他业务的办理，也会有损公司的良好形象，面对这种情况，理赔柜面人员应第一时间带离客户，请客户到洽谈室，递送一杯水，先安抚好客户的情绪，感谢客户对我们服务提出的意见，耐心倾听客户的诉求，积极调动有效渠道帮助客户处理解决问题，避免矛盾升级。

五、实践总结

以上，从客服和理赔两个方面，归纳了人保财险南平分公司在面对客服投诉时的处理方式和在施行的一些行之有效的制度，不难看出，服务投诉的处理，应先处理的是客户的心情，再转而处理案件本身，工作人员的服务意识和沟通协调能力尤为重要。

随着市场要求越来越高，行业竞争已从原先赤裸裸的“价格战”转向更具内涵的“服务战”。只有从单纯的“履行合同义务”向“满足客户需求，提升客户服务体验”的服务理念不断转换，

积极妥善处理好每一类投诉件，懂得站在客户的立场上换位思考，安抚客户，倾听客户，再给客户满意的答复和处理方案，这样才能有效遏制投诉升级，并有助于真正解决问题，化解矛盾，实现“变诉为金”。

近年来，为了更好地服务南平经济社会，人保财险南平分公司积极落实“保持稳健增长、注重价值创造”主基调，大力推进“盈利、增量、可持续发展”区域性进取战略，坚持“立足长远、效益为先、精耕细作、结构调整”经营指导思想，深化以客户为中心全面转型，突出发展和盈利两大主题，而“变诉为金”是其中一个重要的灵魂，它已被各产品线、各部门工作制度所吸收，诞生出了很多能够透出“变诉为金”理念的规章制度，促进工作更好开展。更重要的是，广大员工在这些制度的规范下，自觉或不自觉地实践着“变诉为金”理念，让“变诉为金”理念逐渐与人保财险南平分公司的企业文化融为一体。

这些年，得益于“变诉为金”理念的指导深入，人保财险南平分公司的客服理赔工作有了显著提升，并走在全省乃至全国前列，获得了荣誉的肯定，比如：被总公司授予“金牌服务示范窗口”，荣获2015年总公司金牌服务标兵第四、2015年全省“满意在人保”服务标兵单位竞赛活动一等奖、2015年全省理赔质量考核评比一等奖。公司总经理池仕贵同志也荣获“南平市消费者权益保护工作先进个人”荣誉称号、“南平市优秀企业家”荣誉称号等。2010年“6.18”洪灾给闽北大地造成满目疮痍，浩劫面前“变诉为金”思想更是发挥出巨大的能量，“特事特办”、“理赔绿色通道”、“预先赔付”等一系列灵活有效的应对机制，以及“人民保险服务于

民”的信念，都是“变诉为金”思想的活用，众多闽北大中小企业因为有了人保财险南平分公司及时的理赔而躲过一劫，众多农户、田农因为保险的支撑而不至于全赖“靠天吃饭”，闽北经济因为有了人保财险南平分公司的巨大保障而迅速恢复振兴，公司收获了群众、企业的信任，获得了党委、政府的肯定，被南平市委、市政府授予“南平市2010年度农业农村工作集体二等功”，公司同时也在洪灾之年实现保险有发展的良好局面，为甩开历史包袱打下决胜基础，从而人保财险南平分公司走上了一条经济欠发达山区保险可持续盈利可持续发展的道路，公司经营业绩屡创历史新高，“十二五”期间人保财险南平分公司累计保费收入22.62亿元，利润2.09亿元，连续5年年超额完成盈利目标，是公司盈利水平屡创新高的一年，是彰显人保财险品牌形象的一年，是员工幸福指数不断提升的一年，是公司精神文明建设取得累累硕果的一年，公司荣获全国系统“城市五十强公司”，多年荣获省公司地市级综合经营管理先进单位一等奖、三等奖等殊荣，连续六年蝉联福建“省级文明单位”荣誉称号。

这就是“变诉为金”理念的实践结果。成绩的背后，不仅是全体工作人员的辛劳付出，更是千千万万保险消费者受益于人保财险南平分公司“变诉为金”的理念，对人保财险南平分公司充满着信任和信心，充满着认同感和忠诚度，用业绩回报公司的最好范本。

(作者单位：人保财险南平分公司)

责任编辑：丁 恒

责任校对：江 峥

浅析如何在承保时避免诉讼问题

● 黄碧娥

近年来,我国保险业发展迅速,在经济社会发展中发挥着越来越重要的作用。随着保险业的快速发展,保险纠纷案件数量呈连续增长态势。

据统计,2008年,全国各级人民法院共新收一审保险合同纠纷案件28231件,审结28106件。2009年,全国各级人民法院共新收一审保险合同纠纷案件41752件,审结40711件。2010年,全国各级人民法院共新收一审保险合同纠纷案件59767件,审结58885件。2011年,全国各级人民法院共新收一审保险合同纠纷案件73206件,审结72135件。2012年,全国各级人民法院共新收一审保险合同纠纷案件76430件,审结76198件。2012年受理的保险合同纠纷案件数量是2008年受理案件数量的2.7倍。

此外,大量侵权纠纷案件中也涉及保险合同相关问题。尤其是,根据道路交通安全法的规定,我国实行机动车第三者责任强制保险制度,几乎所有道路交通事故人身损害赔偿纠纷案件均涉及保险合同。如果将涉及保险合同的道路交通事故人身损害赔偿纠纷案件计算在内,2012年全国各级人民法院受理的保险合同纠纷案件和与保险合同相关的道路交通事故人身损害赔偿纠纷案件共计871235件,是2008年的2.16倍。

保险合同纠纷案件呈快速增长的趋势,理赔、诉讼遇到的问题也随之增长。《中华人民共和国保险法》(以下简称《保险法》)自1995年颁布实施以来,虽经2002年第一次

修订,但因受历史条件所限,实践中很多问题沉淀下来一直未得到很好解决。2009年《保险法》的修订,对维护金融秩序稳定,促进保险业健康发展,特别是保护投保人、被保险人利益方面发挥了积极的作用。自新保险法实施以来,保险业内部结构和外部环境都发生了较大变化,出现了一些新情况、新问题,比如投保人如实告知义务的范围、明确说明义务的履行标准、保险人核保期间的计算、保险代位求偿权的行使等等。

自最高人民法院出台《关于适用〈中华人民共和国保险法〉若干问题的解释(二)》于2013年6月8日起施行,对上述问题包括明确说明义务、保险合同追认、投保人如实告知义务的范围等进行了明确的规定,但新问题也随之而来。比如保险公司如何在诉讼、理赔时更好的举证以及在承保时如何避免诉讼问题的出现,这些都将成为保险公司日常运行中的难题。

例如《关于适用〈中华人民共和国保险法〉若干问题的解释(二)》第三条明确规定“投保人或者投保人的代理人订立保险合同时没有亲自签字或者盖章,而由保险人或者保险人的代理人代为签字或者盖章的,对投保人不生效。但投保人已经交纳保险费的,视为其对代签字或者盖章行为的追认”;第五条明确规定“保险合同订立时,投保人明知的与保险标的或者被保险人有关的情况,属于保险法第十六条第一款规定的投保人“应当如实告知”的内容”;第十条明确规定“保险

人将法律、行政法规中的禁止性规定情形作为保险合同免责条款的免责事由，保险人对该条款作出提示后，投保人、被保险人或者受益人以保险人未履行明确说明义务为由主张该条款不生效的，人民法院不予支持。”第十一条明确规定“保险合同订立时，保险人在投保单或者保险单等其他保险凭证上，对保险合同中免除保险人责任的条款，以足以引起投保人注意的文字、字体、符号或者其他明显标志作出提示的，人民法院应当认定其履行了保险法第十七条第二款规定的提示义务。保险人对保险合同有关免除保险人责任条款的概念、内容及其法律后果以书面或者口头形式向投保人作出常人能够理解的解释说明的，人民法院应当认定保险人履行了保险法第十七条第二款规定的明确说明义务”。

但是即使《关于适用〈中华人民共和国保险法〉若干问题的解释（二）》对上述问题进行了明确的规定，在司法实践中仍出现很多“免责不能免”的情形。例如我司涉及到一起诉讼案件：“标的车驾驶员发生交通事故后逃逸”。“逃逸”本是法律禁止性规定，且我司已对免责条款用黑体字、加粗形式进行提示义务，已履行提示告知义务。但一审诉讼时，法院认定投保单上的投保人签名处是事后补签，我司并未履行提示告知义务，因此判决我司需承担商业第三者责任险。但事实上我司在保险合同成立后已经将包括保险条款在内保险合同送达至被保险人。

为何会出现上述情形“免责不能免”？这是个值得保险公司考虑的问题。归根结底就是前面提到的如何在承保时避免诉讼问题的存在。

随着保险行业的不断发展，保险销售渠道已经从传统的营销方式增加到电话销售、网络销售等等。尽管无纸化操作存在便捷、环保等诸多优点，但同时也为后续诉讼增加了问题，即涉及免赔情形时，如何举证保险公司已经就免责条款尽到提示、明确说明义务。

为了避免上述问题，保险公司必须研究细化和明晰各类保险产品的承保条件以及承保时应注意哪些细节。

就目前形势，首先应当设计与《司法解释二》相衔接的保险产品，主要是改善商业险条款，特别是对保险合同中的某些名字概念要明确，例如车险保险中的“车上人员”与“三者”如何界定。因目前对这两个词的界定并没有明确规定，导致司法实践中出现“同案不同判”的结果。

故条款的完善设计对后续理赔、诉讼有着至关重要的作用。

其次，制定与《司法解释二》相配套的操作实务。

第一，保险单证方面：

保险单证是保险合同的有效载体，是保险合同的重要表现形式，单证内容设计完善，有利于防范法律风险。车险合同的主要内容是保险投保单和条款。可将条款中“免责条款”以更加明显的方式如使用不同字体、不同字号等形式将其突出。以及突出“特别提示”内容，可在“特别提示”一栏中将主要免责条款项目写进去，且在“特别提示”一栏右下角设计投保人签名处。可防止被保险人在诉讼过程中仅提供保险单，未提供投保单、条款的情形下，保险公司举证已尽提示义务遇到困难。

第二，承保实务方面：

承保环节是保险合同成立、生效的主要环节，同时也关系到后续理赔、诉讼环节。所以，承保环节是否完善是相当重要。随之销售渠道扩宽，如何在承保环节避免后续诉讼问题出现更是难题。

1、传统的销售方式，即可采取合照的方式，即保险合同成立时，投保人手持保险合同（主要是将保险条款）与业务员进行合照。现实生活中，新车投保更多的是他人代理投保，此时可要求被保险人出具委托授权书，待保险合同生效后，保险公司业务员可将保险合同以邮件的形式送达至被保险人处，并将邮寄单拍照保存至系统内。或者以短信的形式将免责条款等内容发送至投保人、被保险人处，并将短信内容截图保存至系统中。

2、电话销售方式，可通过录音形式保存业务员与投保人的通话记录，业务员可在通话过程中将保险合同中的免责情形以及免责条款

向投保人明确解释、说明，并将该通话记录上传至系统。这在一定程度上要求业务员对保险合同的相关内容以及条款需要进行更加深入的了解，需要对业务员进行培训。

3、网络销售方式，可将条款在内的保险合同形成本以邮件形式送达至被保险人处，并保存邮寄单。

同时，可开发类似微信二维码的电子指纹，如投保人不能亲自到保险公司签字确认的，可以通过保险公司业务员对其进行保险合同的说明、告知，然后投保人将电子指纹发送给保险公司，以此代替代签名。

上述观点主要提出承保环节如何固定“尽告知义务”的证据。只有该环节做好固定证据

的工作，在理赔过程中方可真正做到“免责情形可免责”。

防范业务风险的关键在于保险人自身。应加强保险人员尤其是保险业务员的保险知识的培训，以及实务操作的规范，提高其自身综合素质，做到“一专多能”，掌握系统的保险业务知识以及保险相关理赔、法律知识，将保险诉讼问题扼杀在承保环节中，使《司法解释二》有利于保险公司的条款真正运用到实际中。

（作者单位：国泰财险福建分公司）

责任编辑：丁 恒

责任校对：江 峥

重塑保险行业形象从保险营销开始

● 许丽菊

【摘要】：影响保险行业形象的因素有很多，广大保险营销队伍是最关键的因素。从现有的营销体制上看，保险营销员注重片面追求保费，“只要能拿到保费，就是好员工”的想法长期存在，导致营销员不顾公司利益，不顾客户利益的短期行为时有发生；本文拟从财险营销的角度，分析行业形象差的原因，通过分析现有营销体系的不足，提出营销改革方面的建议，重塑保险行业形象，提高保险在公众心中的地位，促进保险业的良性健康发展。

【关键词】：保险；营销改革；行业形象

在过去几十年，我国保险业虽然有了迅速的发展，但保险密度、保险深度远低于西方发达国家，与我国目前的经济发展不匹配，目前保险业发展仍然处于初级阶段。由于过去销售误导、理赔难以及营销体制等种种原因，保险业在公众中的形象不高，保险没有得到社会公众的普遍认同，行业没有得到应有的尊重。保险行业形象不高的现象与保险业在发挥风险保障、经济保驾护航的巨大功用严重不匹配。保险行业形象已成为制约保险发展的重要因素。2014年8月，国家提出保险业新“国十条”，把保险业发展提高到国家意志的高度，显示了国家对发展保险业的重视，大大提高了保险业的社会地位，为保险业营造了前所未有的发展环境，是保险业的巨大福音。但是要想提高保险业在人民心中的地位、形象要靠广大保险从业者不懈的努力。

影响保险行业形象的因素有很多，广大保险营销队伍是最关键的因素。从现有的营销体制上看，保险营销员注重片面追求保费，“只要能拿到保费，就是好员工”的想法长期存在，导致营销员不顾公司利益，不顾客户利益的短期行为时有发生；从文拟从财险营销的角度，分析行业形象差的原因。通过分析现有营销体系的不足，提出营销改革

方面的建议，重塑保险行业形象，提高保险在公众心中的地位，促进保险业的良性健康发展。

一、营销队伍是影响行业形象的最关键因素

国家出台新“国十条”，把保险业的地位提高到战略高度，而目前的保险行业形象与国家的定位、期望不匹配。同为金融业，银行、证券的行业形象较保险业高出许多。保险行业形象保险业影响保险行业形象的因素有很多，而广大保险营销队伍是最关键的因素。

谈到保险，社会公众首先想到的便是保险营销员。保险营销员是保险服务的活窗口，是与客户接触最多的群体，他们的服务是社会公众对保险业最直观的感受。销售误导和理赔难是目前保险行业的两个顽固问题，深受公众诟病，而这两个问题都与营销相关。宽进严出，在销售环节的误导，夸大责任、隐瞒除外责任，导致在理赔环节出现纠纷，得给客户留下不良印象，严重影响行业形象。

二、营销队伍形象差的原因分析

（一）非理性竞争与规模导向是首要原因

保险业的快速发展，竞争主体的增加，带来激烈的竞争压力，保险企业纷纷采取规模导向的竞争策略，基层机构及营销员为了完成业绩采取种种短期投

机行为,例如误导消费者、以高额手续费揽保等,严重损害了保险业的形象和市场长远发展的根基。

站在保险公司角度,保险公司对基层营销员的考核主要也是以保费量来衡量,这就造成营销员中“只要能拿到保费,就是好员工”的想法长期存在,导致营销员不顾公司利益,不顾客户利益的短期行为时有发生。因此,非理性竞争与规模导向是首要原因。

(二) 现有营销模式的不足导致营销队伍的短期行为

1、客户靠营销队伍维护,保险公司主要以销售为中心,而不能做到以客户为中心

传统模式下客户主要靠营销队伍个人行为来维护,营销队伍是主要的保费来源。营销员主要靠个人关系,拓展零散业务;客户由于对保险公司不了解,需要通过营销员了解相关信息,并帮忙办理承保、理赔等相关手续。保险公司主要通过多增员的方式,扩张市场,谁能壮大营销队伍,谁就能抢占市场。这种方式虽能给公司迅速带来保费,但是不能带来客户。快速扩张,增员太快只要数量不要质量,也导致整体人员素质较低。客户跟着营销员个人走,保险公司陷入有保费无客户的怪圈,客户对公司忠诚度不高。若承保政策发生变化,部分业务限制承保,营销员为了保住客户,往往会跳槽,而一旦营销员离职,往往带走个人的大部分客户,导致业务大量下滑,公司处于被动地位。保险公司的发展受制于营销队伍,但是为了发展又不得不以销售队伍中心,而不能真正做到以客户为中心。

2、以高费用争夺市场,而不是以提高服务来长期赢得客户,社会影响较差

为了完成业绩,保险公司往往以高费用争夺市场。由于投入大量财力拼市场,保险公司往往没有足够的费用和精力完善客户的服务。高费用投入见效快,而服务投入见效慢,还会增加短期成本,导致利润减少。高费用投入带来的后果是导致中介市场混乱,买单卖单现象严重,出现一批游离于各家保险公司的投机取巧的“保险游击队”和“二哥”。这批“保险游击队”,往往综合素质较低,只关注短期利益,社会影响较差。

三、新常态下,客户需求的转变,要求营销队伍转型

(一) 客户的需求已经从“要不要买保险”向

“跟谁买保险”转变

“要不要买保险”是大众对保险行业的认识问题,是行业共性问题。保险业经过几十年的发展、实践、宣传,买保险已成为大众的普遍认识,保险需求潜力巨大,“要不要买保险”已经不是主要问题。而客户“跟谁买保险”决定于哪家公司推出的服务更能满足客户群的需求,是保险公司通过自身要努力解决的问题。

(二) 随着社会收入水平的提高及交通成本的提高,客户更看重的是图方便图快捷,而不是图省钱

随着经济的发展,人民收入水平的提高,加上生活节奏快,城市交通拥挤,交通成本高。时间对客户来说才是最宝贵的资源。

客户出门办事,隐形成本很高。市区交通拥挤,堵车是家常便饭,要花费较多时间,停车位不好找,停车费、燃油费、通行费等交通成本高,面临较大隐形支出。如果保险公司能在方便客户方面做更多服务,客户往往不会在意多交几百保险费或少赔一些款。客户更看重的是图方便图快捷,而不是图省钱。

(三) 互联网发展推动销售渠道调整,要求营销队伍更加注重服务

随着“互联网+保险”业务量的增长,互联网销售渠道抢占了市场份额,主要是险种简单通俗易懂的险种。对于公众认识度较高、产品同质性较大的产品,如车险,已经不太依赖营销员等中间环节与保险公司获得信息,网上承保、理赔客户可以直接线上操作,承保价格、理赔政策公开透明,无需通过营销员了解信息,公司与客户的缩小了距离。客户的忠诚度主要靠公司行为、日常的服务来维护,一旦客户对公司品牌认知度加深,便能提高与客户的粘性,提高忠诚度。而营销员的中间纽带职能在承保环节被弱化,营销队伍有可能遭到洗牌风险,营销员若想从事保险,职能要发生转变,从售中销售技巧转为售前咨询及售后服务方面。

四、为重塑行业良好形象,提出营销改革的建议

(一) 从业者要充分认识保险的意义,始终保持对保险的无限热爱,自尊自爱,这是保险营销的第一步

从业者对保险的认同与热爱来源于对保险意义的理解。保险作为风险管理的有效手段,担负着为国民经济保驾护航的使命,为人民生命、财产安全

提供风险保障。在大灾大难面前，保险总是冲在最前方，与人民患难与共，休戚相关。每个保险从业者都应深深认识到保险是利国利民的行业，保险不是骗人的，保险是雪中送炭，保险不能改变生活，但能防止生活被改变，保险让生活更美好。

行业尊严是每个从业者自己挣回来的。从业者首先要自尊自爱才能赢得他人尊重。自加入保险业后，你的一言一行便代表着行业形象。你怎样保险便怎样，你有自尊保险便有尊严，你有光芒万丈，保险便因你增添光彩。只有每个从业者共同努力，注意一言一行，处处表现出专业、敬业、服务、高效、奉献，才能赢得普遍认同，获得尊重。

(二) 转换理念，全面建立以客户为中心的经营模式

保险营销的目的应该是“满足客户需求获取利润”。在传统的保险经营中有一句话是“保险是卖出去的，而不是买出去的。”其中强调的是销售保险的技巧。其实，保险作为化解和防范风险的手段，真正站在投保人和被保险人利益的角度才是行业发展的价值所在。由于保险行业的特殊性，所有社会公众都有保险需求或潜在保险需求，都是保险业的客户或潜在客户，所以保险业在社会公众中的行业形象实际上可以理解保险业在客户心中的印象。保险营销满足客户需求主要体现在保险责任担当、信誉、服务质量上。

在新常态下，保险行业要重塑行业形象，要立足长远考虑，实现从粗放式发展向内涵式发展转变。而要实现内涵式发展，一个重要前提就是从关注销售队伍到重视客户需求，从“以销售为中心”向“以客户为中心”的发展模式转变。只有满足了广大客户的需求，赢得了认可，才能提高行业形象。

全面建立以客户为中心的经营模式，从营销角度，需要在客户分类、营销队伍建设、薪酬考核、社会评价体系等各方面进行改革。

(三) 财险行业的客户分类

按照以“以客户为中心”的经营理念，首先要对客户进行细分，才能对客户进行有效管理。笔者认为财险公司的客户主要可分为个人客户和法人客户（也称团体客户）。个人客户再细分为分散型个人客户和定向群个人客户。分散型个人客户是指，客户保险需求相近，客户地点分散，不便于集中管理的客户，最典型的就是网销车险客户、个人意外

险客户。定向群个人客户是指所处行业相近、或生活习惯大致相同，且一定区域内客户密集度较高，便于定向集中管理的客户。法人客户（也称团体客户），可根据公司战略需要、客户规模不同，分为战略客户和一般团体客户；也可按照客户所处行业进一步细分。

(四) 根据客户分类，构建营销队伍，实行差异化服务营销

财险公司应当重建保险营销员队伍，提升个人的专业水准，更加注重服务，最终使保险营销员成为令人尊敬的职业。营销队伍建设要围绕客户分类进行，主要发展以下类型的营销团队：

1、对于网销分散型个人客户，要打造一支高素质的服务型营销团队，实行客户经理制。

网销的分散型个人客户，需要一支强大的服务队伍提供线下服务来维持与客户的关系，以确保客户的粘性，提高来年续保率。网销业务主要是简单的普遍的同质性的业务，例如车险、意外险个人客户业务等，服务要求相近，对于这种业务保险公司可以建立服务标准化，通过培养服务型营销团队来维持。服务型营销团队要以团队作战，重点在于服务，纳入员工制管理，实行客户经理制，每个营销员负责一定的客户维护工作。这支队伍的主要职能是为广大的未出险客户及出险客户的非理赔事故提供增值服务，例如事故救援、短信提醒、生日祝福、风险提示、收集材料等。对于理赔队人员短缺、配备不健全的地区，营销队伍还须作为延伸的理赔队伍，承担起对出险客户提供理赔服务的职责。服务型营销队伍主要以服务的客户数及服务质量来评价，与薪酬挂钩的，主要以续保率、客户满意度、客户数等指标来考核，而非保费量。这支队伍不是单独作战，而是服从团队整体安排，划区域管理。

2、面向定向群个人客户，实行精准营销，逐步建立专业化营销团队。

(1) 以客户细分为基础，成立不同专业化团队

首先，应准确掌握客户的基本信息，利用客户管理系统的大数据对客户进行分析，根据所在行业、地区、年龄等不同特点，对客户特性进行细分，针对客户群体的共同特性，挖掘客户的潜在保险需求点，为客户量身定做产品及服务。根据不同的定向群，成立多支不同的专业化营销团队。

(2) 专业团队管理,要走精英化、高端化路线

基于客户精准营销模式的专业团队,综合素质要求较高,不仅要具备产品销售能力,还要具备发现和开发消费者需求的能力;具备售后主动提供附加值服务的能力。专业团队实行团体作战,每个营销员有不同的分工,形成团队,缺一不可。成员组成有专业型、销售型、策划型、内务型、市场调研型、心理分析型、数据分析型、售后服务型等。专业团队要走精英化、高端化路线,应纳入员工制管理,重点培养。

3、为拓展重要的团体客户,建立战略客户营销团队

对于保险需求较大的集团性客户,或在行业有影响力的团体客户,对公司发展有战略意义的团体客户可作为战略客户,对于战略客户,保险公司要集中人力物力财力,自上而下协同拓展维护。战略客户是精准营销的重中之重。

战略客户营销团队主要职责是寻找符合公司业务方向的团体客户单位,收集信息。站在客户角度考虑,挖掘客户潜在保险需求,给客户量身定做产品组合,制定承保方案,提供特色服务。时时关注招投标,在招投标方面做到专业制胜。

战略客户业务的拓展需要较长时间,前期投入大,见效慢,但是一旦见效,将会对公司业务发展产生重大的影响。战略客户团队是公司营销队伍中综合素质最高的团队,所有团队人员应纳入员工制重点培养,且在公司的地位及薪酬要比其他团队高得多。

(五) 重视营销,提高营销员的地位和收入,让保险成为人人想往的行业,营销员成为人人羡慕的职业

保险公司不重视营销,营销员便不重视客户,客户便不认可保险公司,如此恶性循环。要通过提高营销员社会地位、收入留优秀的营销员,吸引潜在高素质的营销员加盟。我们不能站在道德制高点,强求营销员提高服务质量与提高个人修养。保险业之所以有今天不良形象的现状,主要原因还是保险行业竞争激烈,公司重视短期利益,业务导向,缺乏长远考虑有关。一个行业能否吸引高素质人才,取决于这个行业能否给从业者想要的地位和收入,能否收到社会尊重。一旦这种需求被满足,自然会吸引许多高素质的人才加盟,行业形象自然

提升。例如同为金融业的银行业、证券业,选拔人才采用高标准,提供高待遇,深受高素质人才青睐,行业自然深受尊重,行业形象大大高于保险业。一旦能吸引许多高素质的人才加盟,营销员准入门槛自然随之提高。

(六) 建立评价体系,完善社会监督

建议行业建立营销人员档案。建立起一套完整的信用、服务监测系统,加强对保险营销员的诚信水平、服务质量的监测,客户可对营销员信誉、服务质量进行评分,根据评分结果定期公布评级。对于评级差的营销员可拉入黑名单,不准从事保险业。保险公司可参照评级结果,对于评级越高的营销员,给予越高的绩效比例、佣金比例。逐渐形成珍爱个人信誉的良好市场氛围。

五、树立全员营销意识,共同维护行业形象

从根本上说,所有保险从业者,都是保险营销员,要逐步树立起全员营销意识。把与客户的每次接触,都当做营销,每个客户接触点的员工都是营销员。从大的方面来说,当你面对社会公众时,你就代表保险业。你的言谈举止,就是对保险行业形象最好的营销。重塑良好的保险行业形象,是每个保险从业者义不容辞的职责。让我们大家都为从事保险业而自豪,当保险业最好的营销员,自觉成为行业形象的维护者、践行者,促进保险业的良性、健康发展。

【参考文献】

- [1]段纯锺.中国保险业形象亟待重塑.银行家,2013(10).
- [2]张海青.论保险营销员在新常态下的机遇与挑战.当代经济,2015(20).
- [3]牛增亮.精准营销与保险行业营销模式转型.金融电子化,2014(2).
- [4]王 如.基于保险营销过程视觉论保险服务创新.保险职业学院学报,2012(3).
- [5]张强春,张夫贵,杨健,秦楠.我国保险销售渠道改革创新的方向与措施.保险职业学院学报,2014(1).

(作者单位:英大财险福建分公司)

责任编辑:谢圆虹

责任校对:丁 恒

保险知识与权益保护公益宣传

——关于商业车险费率改革

尊敬的保险消费者：

福建省已于6月4日起启用新的商业车险条款费率。为更好地保护您的合法权益，我们提示您了解以下内容。

一、关于车险购买

车险费率改革让保费更合理。新政策引入了车型定价模式，出险率低、安全状况好、维修成本低的车型的保费将更低；扩大无赔优待系数幅度，众多驾驶习惯好、出险频率低的低风险车主将享受更高的折扣。

值得注意的是，交强险和商业车险有各自的费率体系，相互独立互不影响，在交强险项下发生赔付并不会影响商业车险的无赔款优待系数。

在选择保障方案上，建议您购买较高限额的商业三责险。社会人伤赔偿标准在不断提升，如福州市的人身死亡赔偿标准已经超过70万元，50万元及以下的三责险保额已经无法完全转嫁行车风险。改革后，100万元及以上的商业三责险基准保费更加优惠了，广大车主可以以更低的价格提升商业三责险的保额，为行车安全提供更加全面的保障。

在投保时慎重手书投保人声明和签字。与以往投保手续不同的是，新政策要求保险公司在投保环节，应向投保人出示机动车辆保险免责事项说明书；投保人应在认真阅读保险条款，尤其是责任免除部分后，在说明书中的“投保人声明”一页上手书“保险人已经明确说明免除保险人责任条款的内

上年度出险理赔次数	第二年无赔款优待系数	
	车险费改前	车险费改后
5次及以上	1.3	2
4次	1.2	1.75
3次	1.1	1.5
2次	1.0	1.25
1次	1.0	1.0
新保	1.0	1.0
0	0.9	0.85
连续2年0次	0.8	0.7
连续3年0次	0.7	0.6

容及法律后果”并签名。

二、关于车险理赔

改革后，车险理赔更加科学合理。

一是车损险保险金额按投保时被保险机动车实际价值确定，即：车辆实际价值由消费者与保险公司在车险信息平台提供的社会公允价值基础上，共同协商确定。如果发生车辆全损，则按协商确定的保险金额赔付；如果发生部分损失，则在保险金额范围内按实际损失予以赔付。

二是删除了原车损险条款中“保险人依据被保险机动车驾驶人在事故中所负的事故责任比例，承担相应的赔偿责任”等容易引发争议的内容，有利于更好地保障消费者权益。同时，优化了代位求偿机制，被保险机动车与其他车辆发生意外事故受损后，既可以直接向对方及对方保险公司索赔，还可以向自己的保险公司申请理赔并授权公司向责任方追偿。

三是将车险条款中第三者的定义与交强险进行了统一，即因被保险机动车发生意外事故遭受人身伤亡或者财产损失的人，但不包括被保险机动车本车车上人员和被保险人。

四是新政策对原商业车险条款责任免除中“驾驶证失效或审验未合格”等15项争议较大的内容进行了删减，对消费者更加有利。

三、关于咨询和投诉

当您在保险消费过程中遇到任何问题，可以直接拨打您所投保保险公司的客户服务热线进行咨询或投诉。如果纠纷事项无法与保险公司协商一致，您可以向当地保险行业协会保险纠纷调解委员会申请免费调解。为给保险消费者提供更加便捷、低成本的纠纷解决途径，我省设立了福建省保险消费者

权益保护服务中心，可受理消费者的咨询和投诉，为消费者提供免费的调解、裁决服务等，消保中心全省统一的咨询投诉热线电话为968883。如果保险公司涉嫌存在违法违规事项，消费者还可以拨打12378投诉维权热线向保险监管部门反映。

为更好地维护自身合法权益，您需要掌握一定的保险知识，树立科学理性的保险消费观念，提高风险识别能力。您可以从以下途径了解保险知识：

1. 中国保监会官方网站：<http://www.circ.gov.cn>
2. 阅读《中国保险报》、《小保学保险系列丛书》等。
3. 福建保险网：<http://www.iaf.org.cn/>
4. 搜索关注中国保监会新浪官方微博“保监微课堂”，中国保监会微信公众号bjwkt_circ，或扫描二维码关注“保监微课堂”。



感谢您对福建保险业的关注和支持！

中国保险监督管理委员会福建监管局 编制

福建省保险学会举办2016年度理论骨干培训班



▲培训班场景

5月10日，福建省保险学会在福州举办2016年度理论骨干培训班，旨在进一步提高大家的写作水平和论文质量，提升我会立项研究课题的档次，同时营造良好的理论研究氛围，以利繁荣创新我省保险理论工作。福建保监局保险理论研究和参与我会2016年度立项课题研究的各课题组执笔人90余人参加了此次培训。

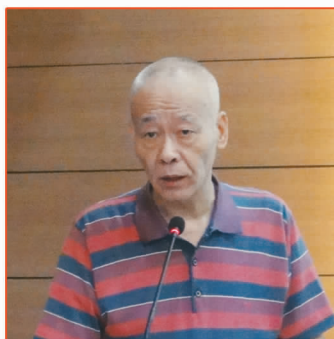
培训班由我会秘书长黄平治主持，刘国钦会长作开班讲话，邀请中国写作学会会员、中国写作学会现代写作学委员会副秘书长、福建省写作学会秘书长黄金海老师为培训班授课，阐述论文写作的理论与实践意义，重点讲解论文写作基本要领，从论文的选题、结构、特点和论资料查询方法进行了详细的讲解。培训过程中，学员们认真听讲，做好笔记，启发收获较大。最后，永诚财险福建分公司风险控制岗郑炜荣同志和学员作论文写作的经验交流。



▲福建省保险学会会长刘国钦作开班讲话



▲福建省写作学会秘书长黄金海授课



▲福建省保险学会秘书长黄平治主持培训班



▲永诚财险福建分公司风险控制岗郑炜荣作论文写作经验交流

供给侧改革与保险创新

2016年度华东地区保险理论研讨会在宁波召开



▲为深入贯彻落实《国务院关于加强加快发展现代保险服务业的若干意见》、中央经济工作会议和全国保险监管工作会议精神，加强和繁荣华东地区保险行业的保险理论研究。6月22日——23日，由宁波市保险学会主办的主题为“供给侧改革与保险创新”的“2016年华东地区保险理论研讨会”在浙江宁波召开。会议期间，与会代表还对中国保险史志编纂情况和学会工作经验进行了交流座谈。（图为：会议场景）



▲福建省保险学会选送学会秘书处凌月华、江峥撰写的《福建自贸试验区保险创新的研究》和永诚财险福建分公司郑炜荣撰写的《车险市场化改革下中小险企面临的挑战及对策》2篇论文在会上作交流学习。（图为：江峥同志在会上作论文交流发言）

（图/文：学会秘书处）

内部资料 免费交流

准印证号：（闽）内资准字K第156号

主管单位：中国保险监督管理委员会福建监管局

主办单位：福建省保险学会

地 址：福建省福州市华林路201号华林大厦5层

印刷单位：福州华悦印务有限公司