



您的位置：首页 - 文章选登

保险市场变化对非寿险营销模式的影响(刘萌；2004年6月3日)

文章作者：刘萌

国外先进保险企业的营销模式冲击着国内非寿险业

随着中国入世承诺的兑现，国外保险公司不仅在国内设立分支机构提供直销服务，还会利用保险中介或国际互联网等，打造新的销售模式，实施快捷有效的销售。据美国独立保险人协会预测，今后10年37%的个人保险产品和企业财产险的31%，将通过国际互联网完成。目前，一批有较强营销能力的保险主体，已经以先进营销模式逐鹿中国保险市场，2003年9月8日开业的招商信诺人寿保险公司，宣布放弃代理人营销模式，采取利用合作伙伴招商银行的网点和电话、网络进行渠道营销；美国友邦北京分公司不聘有保险从业背景人员，重筑新的保险市场营销理念，都影响着转型期非寿险营销模式的构建。

保险主体市场的完善，裂变着沿袭多年的非寿险销售模式

近年来保监会批准成立多种组织形式的保险公司，增设老公司分支机构和大力发展保险中介，仅2003年上半年，就批准8家外资保险筹建和开业17家，批设国内保险分支机构251个；全年多达705家中介机构批准开业，保险市场主体长期缺位现象得到初步改变。一方面，在组织结构形式由国有、股份、合资、外资和国控外资等日趋多样化形势下，需要创新出与之匹配的市场化营销模式；另一方面，大量保险中介基于生存的压力，必然依托自身种种优势，竭力拼杀市场，迫使非寿险公司改变沿袭已久的靠层设机构、分片固守和增员展业的直销模式，在将来的市场博弈中，走与保险中介“竞合共赢”之路。据悉，2003年国内保险专业代理与经纪公司保费收入已近百亿元。

保险监管思路的变化，催生非寿险营销模式的市场化创新

入世后我国保险监管将遵循市场取向和发展观，渐由管理监管向服务监管转变，偿付能力和市场监管并重。保监会陆续出台了向非寿险公司开放第三领域、放宽高管任职、车险航意险费率放开和允许保险公司通过保险中介机构，或设立营销服务部的方式开展业务，不仅使众多保险中介获得难得的业务空间和市场机遇，而且为非寿险公司实施多元化营销模式，提供了更为广泛的产品选择和市场环境，同时放宽保险高级管理人员任职资格，加快了业内外优秀人才，融入非寿险管理层，为非寿险营销模式的构建和创新，提供广泛的人力资源支撑。

中国人保的股改重组，示范和影响非寿险业营销变革

股改上市后的非寿险龙头人保财险，借助国际市场的外力推进自身体制改革，全面推进产品、技术、管理和营销的升级，实现差异化经营与精细化管理，建立组织管理机制、员工配置机制、以客户与市场为中心的流程创新机制，使业务增长方式由要素驱动型向知识技术驱动型转变，由粗放型向集约型转变；同时以业务流程和客户为主线，重组营销、承保、理赔和产品开发流程，设置个险和团险营销管理部，开展差异化营销管理，提升了营销技能。特别是近期又筹建了北京、上海、山东和广东四家保险经纪公司，进一步改革与活化营销机制，以效益为中心增加市场开掘深度，创造专业化的分工协作模式，真正走上股份化、市场化、国际化的发展之路，对中国非寿险营销变革影响深远。

非寿险营销模式的发展趋向模式多元化趋向

随着经济全球化和金融一体化，保险公司组织形式呈现出集团化和公开化特征，人保财险的股改上市，宣告了保险集团主导非寿险市场的开始。集团化后的非寿险公司，必然推进信息技术深层应用，重新定位保险企业主体功能，专注于产品开发管理的核心职能，诸如展业、承保、理赔等社会化和专业化的职能，会分交专业中介机构承担。非寿险公司经营核心化的趋向，将推进我国非寿险市场营销模式的多元化。

定制化模式趋向

差异化是近年保险市场竞争的一大特点，车险改革已有充分体现，在2003年的《保险公司管理规定》征求意见稿中，保监会又放松了对保险条款和保险价格的管制，以后主要险种的条款和价格不再由保监会制定，而由各保险公司制定后报保监会备案，这将催生更多的差异化产品，产品的差异化必然为营销模式的差异化提供积极条件。可以预见，针对不同产品和不同的保险市场，定制相异的营销模式，将成为今后非寿险公司发展战略重点之一，单纯的费率竞争也将会逐渐转型为营销模式的竞争。

不断创新模式趋向

不同规模和不同发展阶段的非寿险公司，会有不同的营销模式。大型的全国性非寿险公司，会重新定位市场，改变无效益的庞大组织机构，剥离分支机构为专业代理网点，组建由总公司控股的专业经纪代理公司。新创的成长型公司，会选择并购多家不同特色、规模较大的专业代理公司，突破展业规模限制，迅速占领保险市场。以往保险超市的营销模式，也将分化出专卖店、特色店等新的灵活模式。营销模式将出现不断创新的发展趋向。

文章出处：《中国保险报》

[推荐朋友] [关闭窗口] [回到顶部]

转载请经授权并请刊出本网站名

中国博士论坛

中国社会科学院
保险与经济研究中心

IFB外商投资中心

IFB基金研究
与评价中心



地址：北京市东城区建国门内大街5号 邮编：100732 电话：010-65136039 传真：010-65138307
版权所有：中国社会科学院金融研究所