



您的位置：首页 - 文章选登

加强诚信建设构建信用体系(孙建军；2004年6月22日)

文章作者：孙建军

在过去的2003年，保险市场在一个充满竞争压力的氛围中发展。产品销售周期的市场不适应性、业务人员的频繁脱离离失、同业之间的恶性竞争、经营板块的无序位移、利益驱动的恶意误导，所有这些都或多或少地和“信用”二字扯上了关系。信用建设已被提上重要日程，成为保险经营工作的关键。

一、信用建设的必要性

1. 大力拓展业务的需要。一个保险公司的信誉度如何直接决定了该公司在社会上的认知度，更是拓展业绩和吸引人才的关键。首先公司发展壮大的基础工作就是增员，通过增员达到数量到质量的转变。团队发展一定要以良好的品牌和鲜明的个性文化取胜。其次有着良好的信誉度的公司在社会上必然有良好的口碑，这又成为吸引客户的有效载体。再次具有高度信任的社会有着巨大的竞争优势，因为交易成本降低。同样，在存在高度信任的公司中，交易成本也比较低。

2. 信用等级评估的需要。随着更多的中国公司逐步进入国际资本市场，保险公司逐步走出国门上市募股也是迟早的事情。目前，许多国际信用评级公司正努力进入中国，一些国际信用评级公司证明中国市场有发展世界公司和资本市场能力的前提和基础是各公司应该更扎实经营，更在乎信用，并且更珍惜过去已经建立起来的信誉。给保险信用评级是保险公司能否顺利上市的必然步骤，也能为普通投保人选择保险公司提供有效参考。由于保险知识的专业性较强，普通投保人没有时间和精力去收集信息，因而与保险公司之间存在信息不对称性。通过对保险信用评级结果的利用，投保人接受到有效地风险信息服务，从而克服知识的缺乏，能够迅速做出精准的决策。

3. 维护社会稳定的需要。保险公司同其他金融部门一样，掌控着大量的保险资产，一举一动，都关系着国计民生和社会的稳定。加强信用建设和管理，维护公平竞争的经营环境，这不但是保险公司日常正常经营活动的需要，更是取信于民、维护社会稳定的需要。

二、信用建设存在的问题

1. 误导消费者的现象时有发生。有些营销员在销售保单时，往往为了短期的业绩增长和利益，或多或少地存在误导消费者的现象。长久以往，导致了人们对保险公司和营销员缺乏足够的信任。

2. 营销人员的无序流动。保险行业的人员流动惊人。造成这一现象固然有保险人员社会地位不高、没有归属感和安全感、缺乏足够保障、背负繁重的业绩压力等原因，但最主要的还是保险公司没有为营销人员提供足够的信任和人生发展平台，使其能够在其位，安其心。大量人员的无序流动，使保险公司的长期性战略与销售队伍的短期性现实产生了背离。

3. 同业之间的恶性竞争日趋激烈。在现阶段，为了能够最大限度地实现业绩增长，各保险公司除了适时推出符合市场需求、人们乐于接受的保险品种外，一个最简单的办法就是增员。在每年20%的留存率下，保险公司很难在社会招聘到适合保险需求的高素质人才。解决的办法就是同业之间相互“挖墙角”，许诺高薪肆意增员，既加剧了营销人员的震荡，又无形中增加了保险公司的经营成本。

4. “违规经营”加大了信用危机。

三、如何有效进行信用建设

1. 对社会信用的建设。对社会信用的建设，主要集中在保险公司的社会保障赔付功能上，要通过国家法律法规强制社会保障功能的落实，通过行业规范来提高保险公司的自律意识，通过社会舆论来监督社会责任的落实。

2. 对员工信用的建设。相信经营者都赞同“员工是公司最宝贵的资产”这句话。保险业的人才流动一直是业界关注的焦点。在公司强调忠诚的同时，是否应该思索，忠诚其实是建立在信任基础之上的一公司对其员工的发展、学习和工作状况的关心与承诺，主管承诺协助部属成功的兑现，种种实践都能让他们对公司或其组织领导产生信任，进而愿意承担组织所赋予的责任。

3. 对客户信用的建设。从事销售，想要被客户接受并取得长期的成功，做人的品质决定一切，客户会以你的所言所行来检验你的人。因此，对客户的信用是决定营销人员能否在保险业长久立足的关键。

4. 信用约束机制的建设。构建信用约束机制是加强保险诚信建设，树立良好社会形象的保障。一是强化失信惩戒机制，有效发挥法律和市场对失信行为的双重惩戒作用。加大失信惩戒力度，使失信者损利。监管部门要加大整顿与规范市场经济秩序工作，重点对消费误导、做假账、恶意流失等失信行为严肃整治，加大处罚，使不诚信者名誉扫地，付出应有的代价。二是培育保险诚信文化，大力倡导诚信观念，加强诚信教育，提高保险从业人员的职业道德水平。三是保险营销人员要严格自律讲诚信。保险经营的是与人的生命、身体、财产等密切相关的特殊风险，讲的是最大诚信原则，这不仅是一个营销人员眼前执业的要求，更是日后成长不可或缺的需要。四是加强社会的监督作用。首先是保险公司要主动推行政务公开，公开各项办事程序，向社会做出公开承诺，并定期召开有媒体和社会义务监督员参加的专题监督会议，不断提高工作透明度。其次是建立保险信用评价体系。尽快引入会计师事务所、审计师事务所、律师事务所、信用评级中介机构等中介事务机构对保险主体经营情况进行评级。根据对保险公司财务报表真实性的规定，要求保险机构树立风险防范意识，严格内控机制，加大信息披露的力度，及时向社会公众披露公司的有关经营情况、财务状况，逐步实现保险信用评级的社会化。再次是监管部门要加强自身信用建设，积极转变监管职能，增强服务意识，实施政务公开和服务承诺制，提高监管部门履行职能的公正性和效率性，努力营造廉洁高效、公正透明的政务环境，不断提高监管者信用水平，为保险机构和社会公众做出榜样，切实以监管者信用建设带动全行业信用建设。

文章出处：《中国保险报》

[推荐朋友] [关闭窗口] [回到顶部]

IFB
中国博士论坛

中国社会科学院
保险与经济研究中心

IFB
IFB外商投资中心

IFB
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