

保险资讯 2010年第32...

保险资讯 2010年第31...

保险研究 2010年第11...

保险研究—实践与探...

保险资讯 2010年第30...



# 欢迎订阅 << 保险研究 >>

首页 >> 资料库 >> 论文

标题: 我国团体保险业务的发展研究
作者: 邱景
作者单位:
导师:
其他作者:
中文摘要:
关键字: 团体保险 政策环境 销售方式
类型: 其他保险 来源: 财险网
正文:

摘要: 随着经济的发展,人们对保险的需求日益高涨,团体保险以其独有的规模经济效益,渐渐受到人们的青睐。采用供求分析的方法对我国团险业务的发展进行了一个梳理,并从政策环境、销售方式和销售策略三个方面分析了团体保险的发展

关键词: 团体保险; 政策环境; 销售方式; 组合策略

发达国家的经验表明,团体保险已成为现代员工福利计划的最重要的保障方式之一。团体保险以团体为投保人,用同一张保单承保多个成员的风险,具有投保成本低、管理简便,能够部分消除逆向选择等特点,从而在成本上具有规模经济效益,因此在高速发展的我国极具前景。

## 1 我国团险业务的历史演进

在上世纪80年代初恢复商业保险业务以来,我国商业保险业发展大致经历了三个阶段:

第一阶段:中国恢复商业保险业务至上世纪90年代初,保险产品主要以简易人身保险为主,产品结构比较单一。而产品的销售只能通过单位代理推销人身保险,保费低保额小。从市场需求角度考虑,改革开放初期居民收入少且社会保障较充分,对保险产品的需求少而缺乏弹性。这一时期的团体保险多表现为团体代理,仅指团体投保,并非真正意义上的团体保险。

第二阶段:上世纪90年代前期,由于中国经济持续多年的飞速发展,保险业也呈现井喷之势。从保险的需求方分析,此阶段居民虽已有一定积蓄,但鉴于社保和国企改革尚未启动,对社保和养老方面的保险需求仍然不足。再加上专职代理人的引入使个保基本转为代理人销售为主,团险业务受到明显挤压。而保险公司为了迎合“双高”时的市场而推出的各类储蓄型产品和团体年金产品,因随后的连续降息而蒙受巨大的利差损。在此阶段,虽然团体保险的保费收入有了一定增长,但从其在行业的地位来看,处于下降阶段。

第三阶段:上世纪90年代中后期至今,随着社会保障制度改革和国企改革的进一步深入,对团体保险的需求激增,原因如下:一从企业角度,原来由国营企业承担的养老和医疗等福利制度取消,福利制度成为吸引人才的重要因素之一,团体保险成为企业人力资源管理的重要工具;二从国家角度,中国特殊的人口结构,造成了“未富先老”的局面,巨大的社会保障压力使政府大力推进养老保障体系的建设,其中企业年金正是重要支柱之一;三从消费者角度,由于社会正处于转型时期,医疗、养老体系都不健全。出于对未来的不确定性,消费者自我保障的欲望强烈,大大激发了对此方面的保险需求。国内的保险主体也不断增加,各种新型团体保险产品不断涌现,寿险业进入产品转型期。企事业单位对团体保险的认识日益加深,中国的团体保险业务开始走上健康发展的道路。

## 2 我国团体保险业务发展的外部政策环境

(1) 国家政策鼓励发展商业保险。2006年《国务院关于保险业改革发展的若干意见》文件提出,统筹发展城乡商业养老保险和健康保险,完善多层次社会保障体系。该文件的出台体现了政府加快保险业改革发展的力度,鼓励商业保险发展的决心,同时给团体保险业务的发展带来了利好信息。

(2) 团体养老保险税收政策不到位。根据《通则》及财政部2003年下发的《关于企业为职工购买保险有关财务处理问题的通知》(财企〔2003〕61号)规定,补充医疗保险可以享受4%的税收优惠政策。但若严格按定义归类,以重大疾病为保险责任的险种是不属于享受补充医疗的税收优惠政策的。另外团体补充养老保险与信托型的企业年金从大的范围来讲,同属于补充养老保险。但《通则》下发后各省并没有出台给予补充养老保险相关的税收优惠政策。从现有税收政策看,团体养老保险无论是企业交费还是个人交费均缺乏税收优惠政策,推动困难。政策上的制约压缩了

用户名   
密码   
[免费注册](#) [登录](#)

### 书刊快讯

- 2010年第32期总第17...
- 2010年第31期总第17...
- 2010年第30期总第17...
- 2010年第29期总第17...
- 2010年第28期总第17...

### 热门文章

- 寿险业急需转变策略巨
- 专家点评中央经济工
- 北大保险评论:规范股
- 中美战略与经济对话成
- 日本三季度GDP增长4.5

### 热点词

- 1 保险法
- 2 企业年金
- 3 交强险
- 4 巨灾风险
- 5 保险学会
- 6 保险营销员
- 7 保险监管
- 8 学术年会
- 9 保险数据
- 10 地方保险

团体保险业务发展的空间。

(3) 管理式医疗保险不计保费收入。《保险行业新会计准则实施指南》中明确：“如果仅具有保险的法律形式，但并无保险风险，或保险风险没有发生转移的合同不属于保险合同。”由此可见，管理式医疗不定义为保险合同，不计算保费收入。意味着对于要做大寿险保费收入的公司来说，单纯的管理式医疗产品需要做相应的修改，增加一定的保障因素，或者放弃该类业务的推动。

### 3 团险业务销售方式的分析

团体保险的销售渠道主要有以下三类，直销、中介和交叉销售。除了这三种渠道外，还存在其他的销售模式，例如通过互联网络、国际共保组织进行销售以及职团代理等。

### 4 销售渠道组合策略

目前团体保险销售最先进的模式是公司综合运用各种渠道，采取多层次的分销模式。在这种模式下，保险人采用各种不同的渠道销售产品。同时，可以通过不同渠道的组合，达到以最小成本获得最大收益的目的。因此，选择团体保险分销渠道组合的策略就显得尤为重要，组合中的渠道，必须是那些能够为公司带来某个目标市场的许多交易的渠道。

选择分销渠道组合的模式，需要根据市场的情况、产品生命周期的情况来进行，主要的策略有：

第一，密度策略。这是指在一定时期内，特定的目标市场上所采用的分销渠道的多少。保险公司可以同时采用尽可能多的分销渠道来销售团体保险产品，这种方式虽然能够迅速占领市场份额，但由于团体保险客户的有限性，渠道间的竞争导致成本增加。保险公司还可以挑选最为合适的渠道来销售针对特定的团险产品，这种方式能够充分挖掘细分市场潜力，提供更专业的客户服务，但保险公司容易进入过度操纵的管理误区。另外还可以采用独家分销策略，这里的独家分销策略不是指保险公司只选择一种分销渠道，而是指某些特定的团体保险产品只能采取一种分销渠道。这种策略能够保证各种渠道之间避免竞争性，但容易受到渠道制约。

第二，团体保险产品生命周期分销渠道策略。团体保险分销渠道的组合策略必须与所销售的产品生命周期相匹配。对于投入期的产品，如果保险公司的产品不易模仿，可以选择可控性较强的渠道组合，以避免大规模的资金风险。如果产品易模仿，就要选择广泛的分销渠道，以迅速占领市场。对于处于成长期的产品，保险公司应该选择广泛的分销渠道，以维持和扩大市场份额。对于处于成熟期的产品，在达到销售目标的时候，保险公司可以考虑放弃某些分销渠道，以减少成本。对于处于衰退期的产品，保险公司可以取消部分分销渠道，只保留效益好的少数渠道。

第三，市场细分策略。在激烈竞争的保险市场中，任何保险公司都不可能占领全部市场，这就需要根据自身优势对市场进行细分并且确定目标市场。市场细分就是依据保险购买者对保险产品需求的偏好以及购买行为的差异性，把整个市场划分为若干个需求与愿望各个相同的消费群。在市场细分的基础上，保险企业可以根据自身的营销优劣选择合适的目标市场。

总体而言，团体保险分销渠道的选择，需要考虑一些原则，主要有经济性原则，即渠道的选择能够为保险公司带来利润最大化；有效性原则，即分销渠道能够为保险公司带来优质业务并且能够增加现有客户忠诚度，吸引潜在客户；控制性原则，即保险公司能够控制分销渠道，以使其能够符合公司的发展策略；适应性原则，即选择的分销渠道必须能够适应变化的营销环境；匹配性原则，即分销渠道的选择能够和团体保险产品的复杂性相匹配。

#### 参考文献

- [1] 刘力行. 困扰团体保险健康发展的因素分析 [J]. 保险研究, 2005, (4).
- [2] 黄素. 我国团体保险法规政策现状分析 [J]. 保险职业学院学报, 2006, (6).

上一篇：[关于我国公估人发展的现状、存在的问题与对策](#)

下一篇：[论建立保险费率与赔付率挂钩联动机制的可行性](#)

[点击下载](#)

相关杂志：

- [论我国团体保险的社会管理功能](#)
- [论我国团体保险业务的发展](#)

相关图书：

相关文集：

相关论文：

- [我国团体保险业务的发展研究](#)
- [浅谈团体保险与个人保险](#)