

## 我国寿险产品市场垄断问题研究

2011-02-21 18:58:44

黄彬

(西南财经大学, 四川 成都 611130)

【摘要】我国寿险市场的集中度很高,但竞争机制正在形成。本文就各主要寿险产品的特征及其发展情况,分析各主要寿险产品市场独特的竞争或垄断属性;竞争取代垄断的必然趋势;垄断环境下公司策略选择以及扭转寿险行业垄断局面的途径。

【关键词】垄断 普通型寿险 分红保险 投资连结保险 万能寿险

## 一、寿险市场主要险种概述

自恢复保险业以来,保险市场经历了由独占市场向寡占市场的过度(祝向军,刘明东,2003)。当前,我国寿险市场的集中度很高,垄断性很强,但竞争机制正在形成,在不同的寿险产品市场上,表现出不同的特征。寿险产品按照设计类型分为普通型人寿保险和新型人寿保险。新型人寿保险主要有分红保险、投资连结保险和万能保险。2008年市场前七大寿险公司占据87.02%的市场份额,其中普通型人寿保险和分红保险更是分别达到94.96%和92.95%;投连产品和万能产品则相对较低,分别为69.29%、71.51%。

普通型人寿保险主要具备寿险产品最原始的寿险保障功能,市场上的产品几乎是同质的。从表1可以看出,新型寿险产品已经成为市场主要产品。

表1 2008年寿险市场产品的业务结构(%)

险种	普通型寿险	分红保险	投资连结保险	万能保险
占比	14.77	57.06	6.38	21.79

数据来源:中国经济信息网

## 二、各寿险产品市场具有不同的垄断特点

## (一)普通型寿险市场

在普通型寿险市场上,如果我们假设各保险公司风险是中性的,那么,由于产品几乎是同质,我们就可以用伯特兰模型对市场进行研究。根据伯特兰模型结论:如果两家企业进行价格竞争,低价企业会扩大市场份额,而高价企业会丧失份额。所以每个企业总有动力去降价,直至价格达到边际成本为止,价格战使得每家企业只能取得正常利润。

## (二)分红保险市场

在分红保险市场上,实力强、盈利好的公司有一定的价格领导能力,因为其定价区间比较大,但是为了获取垄断利润,不会制定太低的价格。盈利差的公司为了保住现有市场份额,选择追随定价策略。

2008年,中国人寿以56.17%的市场份额占据绝对优势,新华人寿、平安寿险、太平洋人寿分别以11.56%、9%和8.61%分列2到4位。根据分红保险特点及市场情况看,市场可以价格领导模型加以分析,即中国人寿作为价格领导者,其他公司为价格追随者。

## (三)投资连结保险市场

我国经济保持高速发展,资本市场、房地产市场投资潜力巨大,同时,随着人们收入水平的提高,保险理财产品的需求急剧增加,投资连结保险受到市场的欢迎。当前,我国投连险市场需求高速增长,保险公司可以抓住机会,开拓市场,以投连险为依托,打破整个寿险市场高度垄断的局面。以泰康人寿为例,2008年保费收入中投资连结保险收入占全部业务32.62%,在投资连结保险市场,其市场份额达到44.32%,占据市场第一的宝座。

## (四)万能保险市场

万能寿险市场每一个公司在其产品特色、服务质量上拥有别的企业没有的优势,所以市场上每一个公司都具有有限的垄断势力;与此同时,毕竟不同产品之间的差异并不是根本性差异,因此,企业之间仍然是可以竞争的。上述两个特点的结合,使万能险市场呈现出既垄断又竞争的性质,即垄断竞争。

2008年市场前七家保险公司市场占有率从3%到23%不等,其他保险公司一共占有28.67%的市场份额,说明在万能险市场,市场集中度相对较低,市场竞争比较激烈,但各寿险公司又具有一定的垄断势力,依然占有相当市场。

## 三、结论

## (一)竞争取代垄断是必然

虽然普通型寿险产品市场垄断程度依然较高,但是由于其市场特点,决定了保险公司并不能获取较高的垄断利润。随着新型产品市场不断发展,普通型寿险将逐渐走向没落。保险公司可以考虑在产品中加入品牌、服务等元素,实行差别化竞争策略,以此提高利润。所以,普通型寿险产品将逐渐向新型寿险产品演变,万能险是其一个主要方向。

## (二)垄断环境下公司策略选择

分红保险采用市场平均水平决定的定价假设,导致市场必然出现两极,即盈利好的和盈利差的。处于平均水平以下的公司为了获得较高利润,降价策略行不通,所以只能靠提高经营水平和风险管理水平,逐渐增强盈利能力。这是一个良性循环的过程,盈利水平提升,市场占有率增加,进一步增强公司实力。通过对分红险市场分析,我们得出,保险公司未来发展趋势是要通过稳健经营,打造公司品牌,增强公司核心竞争力的。

## (三)扭转寿险行业垄断局面的途径

要改变目前寿险市场高度垄断的局面,不能以传统的方式盲目竞争、恶性竞争,那样的结果只会是适得其反;大公司实力强,又有品牌优势,中小公司是很难在传统业务上与其竞争的。但是,中小公司有其优势,比如业务调整灵活,创新能力强等,所以,中小公司应该充分发挥自身优势,积极开发新产品,增加产品附加值,争取在新兴寿险产品市场占得先机,只有这样,才能真正扭转我国寿险市场高度垄断的局面。

## 参考文献:

- [1]郑文哲,吴吉林.我国保险市场寡头价格竞争模型[J].统计与决策,2006(1)
- [2]祝向军,刘明东.寡占模型与我国保险市场价格竞争问题研究[J].金融研究,2003(3)
- [3]李秀芳.寿险精算实务[M].北京:中国财政经济出版社,2006.11
- [4]孙蓉,兰虹.保险学原理[M].成都:西南财经大学出版社,2006.1

主管：中国人民银行昆明中心支行 版权所有：《时代金融》杂志社

网络实名：时代金融、时代金融杂志、时代金融杂志社、《时代金融》编辑部

社址：昆明市正义路69号

电子邮箱：ynsdj\_r@126.com 电话：010-57107535 0871-3212464

版权所有 未经许可不得复制或建立镜像

电信与信息服务业务经营许可证：京ICP备案中 组织机构代码：79718261-3