

中国人寿发展研究论丛

县域保险发展研究报告

苗复春 林岱仁 主编

中国财政经济出版社

图书在版编目 (悦豫 数据

县域保险发展研究报告 鞠复春, 林岱仁主编 北京: 中国财政经济出版社, 2009.05

陸月昇苑原繼鵲原恩遠原載

I 县… II 苗…②林… III 县 原保险业 原经济发展 原研究报告 原中国
IV 县 原

中国版本图书馆 悦读数据核字 (2016) 第 15160 号

中国财政经济出版社 出版

部區：深藏 轉增普圖雙義圖壯

耘原宮登 糟職操岳 糟職調壯

(版权所有 翻印必究)

社址：北京市海淀区阜成路甲 9 号 邮政编码：100048

伊伊印刷厂印刷

苑苑熙熙毫米 员开 员开印张 猿原四四

1994年 5月第 5版 1994年 5月北京第 5次印刷

定价：猿圆元

陳星苑景翹鵬原敏遠原載素苑園

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

序

中国人寿保险(集团)公司党委书记、总经理 杨超
中国人寿保险股份有限公司党委书记、董事长、总经理

构建社会主义和谐社会,是以胡锦涛同志为总书记的党中央提出的一项意义重大的战略举措。和谐社会是一个更高层次的全面小康社会,建设和谐社会是社会发展的要求,也是时代发展的必然。党的十六届五中全会把促进社会和谐作为制订国民经济和社会发展的第十一个五年规划的重要内容,为我国社会经济发展树立了更高的目标。

事实上,自上世纪 80 年代中后期开始,我国农业和农村经济的发展就已出现明显的阶段性变化,其标志是粮食等主要农产品的供给从过去的短缺转变为丰年有余,市场需求开始成为对农业发展的一个新的制约因素。这一变化推动了我国农业增长方式的转型。对于我国实现现代化的发展目标而言,农业和农村经济的发展进入新阶段所体现的历史性作用,是怎么评价都不为过的。作为一个农业大国,即使到了本世纪中叶,国家基本实现现代化、城市化水平达到 70% 左右,在 15 亿多亿人口中,仍将有近 8 亿人口生活在广大农村。新世纪关于“三农”问题的第一个“中央一号”文件,把农民增收从农业、农村和农民千头万绪的工作中梳理出来,以增收为龙头拉动“三农”问题的解决,这是一个十分科学而务实的决策。

作为一项意义深远的战略部署,“十一五”期间,党和政府将继续

续统筹城乡发展，重点解决以农业、农村和农民为中心内容的“三农”问题，实行“工业反哺农业、城市支持农村”的方针。可以说，自党的十六大明确提出统筹城乡经济社会发展的总体战略以来，党的十六届三中全会又提出大力发展县域经济，中央经济工作会议进一步强调继续加大对“三农”的支持力度。统筹城乡发展的政策思路及其实施，为县域经济的发展提供了新的平台，为县域保险的发展打下了坚实的经济基础。各级政府更加积极地支持县域保险的发展，为县域保险创造了良好的政策环境，为商业保险公司积极探索具有中国特色的人身保险市场搭建了一个大显身手的舞台。构建和谐社会，难点在县域，重点也在县域，以县城为中心、以乡镇为纽带、以农村为腹地的广大县域，日益成为中国保险业发展的新的增长点。

近年来，中国人寿努力朝着稳定、持续、健康和快速的方向发展，公司提出的“成己为人、成人达己”的“双成”文化理念，目标是实现社会有机整体的休戚与共、和谐发展。作为一家国有大型控股保险公司，做大做强中国保险业成为我们光荣的历史使命。具体到工作实践中，我们特别强调“讲政治、顾大局、负责任”。“讲政治”就是要服从和服务于全面建设小康社会和构建和谐社会的总任务和大目标，站在国家整体利益的高度，为包括广大县域人口在内的社会各个层面提供保险保障。“顾大局”就是要将中国人寿的发展置身于整个社会经济发展的大背景下，全面领会中国保监会吴定富主席提出的做大做强保险业的丰富内涵，深刻理解“发展县域保险，服务‘三农’，是功在当代、利在千秋的大事”，“县域保险市场的发展决定着我国绝大多数人口的保险保障状况，决定着我国保险业在国民经济中的地位”。既要确保综合业绩指标的落实，把保费规模做上去，又要不断提高公司管理水平和能力，提高整个行业在国民经济中的地位和作用。“负责任”就是要对国家、对股东、对保户、对公司员工等相关利益者负责，要充分发挥保险业在促进经济发展、完善社保体系和辅助社会管理三大方面的重要作用。既

要重视城区保险业务的可持续发展，又要重视县域保险的区域协调发展；既要有发展县域保险的紧迫感，又要做好长期奋斗的思想准备。

为积极应对加入 宰精韵后国内保险市场逐步开放的竞争形势，提高公司核心竞争力，圆园园年中国人寿及时推出了大中城市业务发展战略，该战略的有效实施，从总体上巩固了中国人寿的市场地位，提升了公司的市场价值和品牌影响。与此同时，中国人寿一直在积极探索县域保险的发展，公司在长期的经营管理实践中逐步形成的“用心经营，诚信服务”的经营理念，对县域保险的发展起到了积极的促进作用。圆园园年，全系统有 员园园个县级公司保费收入超过亿元，员园园多个县级公司保费收入超过千万元，支付赔款和各类给付近百亿元，处理各类赔案近千万件，充分发挥了保险的经济补偿职能，促进了县域社会经济的稳定，为构建和谐社会做出了贡献。

善于从多种调研活动中追踪县域保险的发展脉络，勇于通过理性分析鉴别并提炼县域保险所蕴藏的思想内涵，勤于在保存和流转的同时传扬县域保险的深刻底蕴，是中国人寿义不容辞的历史责任。《县域保险发展研究报告》一书的正式出版，正是顺应这一时代需要的产物。

《县域保险发展研究报告》在对全国各地农民购买商业保险的经济可行性进行实证研究的基础上，运用区域经济学、发展经济学、数量经济学和卫生经济学的原理，分别提出了县域保险业务发展策略、管理职能策略和组织发展策略等，定性分析了确立养老保险和医疗保险保障水平时需要考虑的几大因素，采取多元回归分析法估算了中国农村商业保险的保障水平，初步测算了我国县域地区死亡保障产品的总体需求。《县域保险发展研究报告》还分析了目前县域保险发展的政策环境，提出了优化政策环境的具体路径。我相信，《县域保险发展研究报告》的出版对于中国人寿更好地发展县域保险将具有重要的指导作用。

多年来，中国人寿在开展县域保险的工作中已经积累了一定的

经验。未来一段时期，我们将在党的十六届五中全会精神的指引下，放眼全局，扎实工作，认真处理好县域保险发展中供给和需求的关系、业务发展和风险防范的关系、公司效益和社会责任的关系，以开拓者的豪情和奋斗者的坚韧，在探索中国县域保险发展的道路上留下厚重的足迹，让越来越多的中国老百姓在分享经济社会发展成果的同时，真切地感受到来自中国人寿优质的金融保险服务。



王致中 2006年 10月 北京

目 录

引 言	(员)
一、发展县域保险的重大意义	(员)
二、本研究的目标与对象	(源)
三、牢牢把握发展县域保险的有利时机	(苑)
第一章 县域保险发展环境分析	(园)
一、县域的经济环境及其对人身保险市场的影响	(园)
(一) 我国经济发展的总体特征	(园)
(二) 我国县域经济的总体特征	(员)
(三) 我国县域居民财产分布状况	(员)
(四) 县域经济环境变化对县域保险发展的影响	(员)
二、县域金融环境及其对县域保险发展的影响	(员)
三、县域政策环境及其对县域保险市场的影响	(员)
四、县域社会保障制度环境及其对县域保险市场的影响	(员)
五、县域的人口环境及其对县域保险市场的影响	(员)
六、其他环境及其对县域保险市场的影响	(员)
(一) 农村家庭观念的变化及家庭保障方式面临的挑战	(员)
(二) 县域土地保障的现状及其对县域寿险业务的影响	(员)
第二章 县域保险现状的分析与评价	(员)
一、县域保险发展的历史回顾	(员)
(一) 萌芽阶段	(员)
(二) 初步发展阶段	(员)
(三) 相对规范发展阶段	(员)

二、县域保险发展现状	(圆苑)
(一) 县域保险业务发展概况	(圆苑)
(二) 县域保险网点发展状况	(圆怨)
(三) 县域保险的代理人队伍	(猿苑)
(四) 县域保险的业务结构	(猿愿)
(五) 县域保险的产品结构	(源园)
(六) 县域保险的中介	(源猿)
(七) 县域保险的成本	(源愿)
(八) 县域保险的客户服务	(缘园)
(九) 县域保险的风险	(缘员)
三、对县域保险发展的总体评价	(缘猿)
(一) 取得的成绩	(缘猿)
(二) 存在的问题和难点	(缘缘)
第三章 县域保险市场需求分析	(缘怨)
一、关于县域保险需求调查情况的说明	(缘怨)
(一) 调查目的	(缘怨)
(二) 样本数量和分布	(缘怨)
(三) 样本选取	(远园)
(四) 调查人员及其培训	(远园)
(五) 调查时间安排	(远员)
二、样本情况分析	(远员)
三、调查结果描述性统计分析	(远猿)
(一) 对保险的认识与评价	(远猿)
(二) 保险消费行为分析	(远苑)
(三) 未来保险消费趋势分析	(苑猿)
(四) 全国调查结果描述性分析的基本结论	(愿园)
四、东、中、西部调查问卷的对比分析	(愿远)
(一) 东、中、西部样本情况比较	(愿远)
(二) 东、中、西部对保险的认识和评价	(愿苑)
(三) 东、中、西部保险消费行为比较	(愿愿)
(四) 东、中、西部未来购买保险的趋势	(怨员)

(五) 东、中、西部比较分析的简要结论	(猿苑)
五、调查结果的对应分析和 多元回归分析	(猿怨)
(一) 被调查者保险认知程度分析	(猿怨)
(二) 被调查者保险消费行为分析	(源圆)
(三) 被调查者未来保险消费需求分析	(源猿)
第四章 县域人寿保险的发展	(源源)
一、不同县域居民购买养老保险的经济可行性论证	(源源)
(一) 保险费率的计算	(源源)
(二) 缴费能力分析	(源源)
二、县域失地农民养老保险分析	(源圆)
(一) 建立失地农民养老保障制度的理论及现实依据	(源圆)
(二) 失地农民养老保障方式比较	(源苑)
(三) 利用商业保险方式为失地农民提供养老保障的风险分析	(源猿)
(四) 利用商业保险方式为失地农民提供养老保障的政策可行性 分析	(源圆)
三、县域死亡保险产品的发展潜力和空间	(源圆)
(一) 我国死亡保险产品发展现状	(源猿)
(二) 县域定期寿险市场潜力分析	(源猿)
第五章 县域健康保险业务的发展	(源猿)
一、寿险公司开展县域健康保险业务的社会意义及其市场潜力	(源猿)
二、县域健康保险系统中各参与主体特点的理论分析	(源猿)
(一) 被保险方在健康保险系统中的特点	(源猿)
(二) 卫生服务提供者在健康保险体系中的特点	(源圆)
(三) 保险方在健康保险体系中的特点	(源圆)
三、县域健康保险保障水平确定	(源猿)
(一) 县域健康保险保障水平确定的影响因素分析	(源猿)
(二) 数据的收集与模型的建立	(源猿)
四、寿险公司介入新型农村合作医疗的模式及其评价	(源圆)
(一) 寿险公司开展农村合作医疗保险情况	(源圆)
(二) 寿险公司参与新型农村合作医疗保险遇到的主要问题	(源猿)

五、县域健康保险中费用控制手段选择·····	(页码)
(一) 农村健康保险卫生服务费用的需方控制 ·····	(页码)
(二) 农村健康保险卫生服务费用的供方控制 ·····	(页码)
第六章 县域保险发展所需宏观政策条件·····	(页码)
一、政府扶持县域保险业务发展的理论依据·····	(页码)
(一) 县域保险业务具有福利性人力资本投资的性质 ·····	(页码)
(二) 县域保险具有政策保险的属性 ·····	(页码)
(三) 县域保险适合商业化 (或半商业化) 经营 ·····	(页码)
二、促进国家财税政策对县域保险业务的支持·····	(页码)
(一) 财政补贴政策 ·····	(页码)
(二) 税收支持政策 ·····	(页码)
三、促进地方政府对县域保险业务的支持·····	(页码)
(一) 地方政府的扶持和推动是县域保险发展的重要保证 ·····	(页码)
(二) 地方政府支持和推动县域保险业务发展的政策和措施 ·····	(页码)
四、促进保险监督管理部门对县域保险的政策支持·····	(页码)
(一) 组织编制农村居民生命表, 加强对农村疾病模式变化的研究 ·····	(页码)
(二) 实施与县域保险特点相适应的机构审批政策 ·····	(页码)
(三) 实施区别于城市的代理人从业资格认证制度 ·····	(页码)
(四) 为农村营销员创造良好的发展环境 ·····	(页码)
(五) 加大监管力度, 规范县域保险市场 ·····	(页码)
第七章 县域保险发展策略·····	(页码)
一、业务发展策略·····	(页码)
(一) 个人代理业务 ·····	(页码)
(二) 中介业务 ·····	(页码)
(三) 团体业务 ·····	(页码)
(四) 人寿保险业务 ·····	(页码)
(五) 健康保险业务 ·····	(页码)
(六) 意外伤害保险业务 ·····	(页码)
二、管理职能策略·····	(页码)

(一) 宣传与品牌	猿猿
(二) 产品开发	猿猿
(三) 信息技术	猿猿
(四) 风险管理	猿猿
(五) 客户服务	猿猿
三、组织发展策略	猿猿
(一) 管理架构设置	猿猿
(二) 营销网点布局	猿猿
(三) 人力资源管理	猿猿
四、县域保险发展前景	猿猿
附录 员 农村人身保险需求调查问卷	猿猿
附录 圆 东部地区县域人身保险需求调查问卷分析	猿猿
附录 猿 中部地区县域人身保险需求调查问卷分析	猿猿
附录 源 西部地区县域人身保险需求调查问卷分析	猿猿
附录 缘 县域人身保险业务统计表	猿猿
附录 远 对城市保险市场的基本判断	猿猿
附录 苑 安徽省县域公司“位次差”的计算方法	猿猿
参考文献	猿猿
后 记	猿猿

引 言

县域保险是指以县城为中心、乡镇为纽带、农村为腹地的区域保险。

党的十六届四中全会提出了构建社会主义和谐社会的新要求。社会主义和谐社会是民主法治、公平正义、诚信友爱、充满活力、安定有序、人与自然和谐相处的社会。这就要求城乡统筹协调发展，但在我国工业化和城镇化的进程中，二元经济特征非常明显。对于一个农村人口占人口总数 70% 多的国家来说，如果不解决好农村、农民、农业问题，全面建设小康社会就是一句空话，和谐社会就会成为“无本之木、无源之水”。为此，我国人寿保险公司积极响应中央号召，坚持树立和落实科学发展观，坚持以人为本，坚持把人民的利益放在第一位，勇担社会责任，主动调整业务结构，努力开拓县域保险业务，为占人民群众绝大多数的农民提供保险保障服务。

一、发展县域保险的重大意义

农业在我国国民经济中占有举足轻重的地位，从 1978 年到 1984 年的 7 年间，中共中央、国务院曾经连续 7 年每年发出一个 1 号文件，出台农业经济政策。党的十六大提出了全面建设小康社会的目标，并号召全党和全社会关心“三农”问题。2004 年和 2005 年中央再次连续以 1 号文件的形式出台了新的农业经济发展政策。在这种形势下，我国人寿保险业积极培育和发展县域人身保险市场，无论是对于全社会，还是对于公司自身发展都具有重要的战略意义，影响深远。正如中国保监会主席吴定富在“第二届中国保险业创新与发展论坛”上所指出的那样，发展县域保险，是保险业支持“三农”、服务国民经济全局的需要，是实现保险业可持续发展的需要，是探索中国特色保险业发展道路的需要。

从全社会的角度来看，我国人寿保险业加快发展县域保险业务，体现了中

国人寿承担了一定的社会责任，意义体现在：

第一，发展县域人身保险市场是公司构建社会主义和谐社会承担应有社会责任的需要。党和政府为实现全面建设小康社会的奋斗目标，在 1999 年和 2006 年两个中央“一号文件”中，对“三农”推出了一系列优惠政策，体现了最广大劳动人民的根本利益，是“三个代表”思想在县域经济的伟大实践。加强县域寿险市场的培育和发展，既是保险业落实科学发展观、促进“三农”问题解决的内在要求，也是逐步满足县域地区日益增长的保险需求的客观要求。发展好县域人身保险市场是保险业顺民意、谋民利、得民心、解民忧的具体行动。作为社会稳定器，保险可以解决农民的生活与生产后顾之忧，促进社会的协调稳定有序，巩固建设小康社会的成果；作为经济推动器，保险可以通过风险管理和损失补偿为县域居民的生、老、病、死、残提供有力保障；作为社会管理手段，保险业可以参与新型农村合作医疗、可以解决失地农民养老保障问题、可以解决种养两业风险管理。

我国人寿保险公司应当承担一定的社会责任，公司的发展要服务于经济社会发展的全局。公司只有在继续促进城市市场发展的基础上，发展好县域人身保险市场，才能把保险送到广大人民群众手中，保险才能渗透到国民经济生产的各行各业，才能为国家、为政府、为人民群众分忧解难，人寿保险公司在国民经济社会中的地位 and 作用才能得到较好的体现，才能真正履行好公司的社会责任。如果不积极参与解决农村、农民、农业的风险保障问题，不能为构建和谐社会做出贡献，就没有承担好公司应有的社会责任。

第二，发展好县域人身保险市场是公司落实科学发展观的要求。科学发展观是指导保险业发展方向的总体方针，其实质内涵是快速协调发展，要求城乡统筹发展，全面发展；其核心内容是做大做强，要求保险业广泛服务于包括农业在内的各行各业，保障包括农民在内的社会各个阶层，覆盖到包括农村在内的所有地区；其本质是以人为本，要求保险业发展要从人民群众的需求出发，促进城乡人民的全面发展，实现包括农民在内的人民群众的根本利益。党的十六届三中全会通过的《中共中央关于完善社会主义市场经济体制若干问题的决定》提出了“统筹城乡发展、统筹区域发展、统筹经济社会发展，统筹人与自然和谐发展、统筹国内发展和对外开放”五个统筹的要求。其中培育和开发县域人身保险市场就是实现统筹城乡发展的重要路径。目前我国农村保险市场发展严重滞后，产品单一，服务水平不高，农民的风险保障需求得不到有效满足，保险的职能和作用在农村地区没有得到应有发挥。只有通过加快发展县域

人身保险才能改变目前城乡两个市场不均衡的问题，才能真正实现保险市场的统筹发展，科学的发展观才能真正落到实处。

第三，发展好县域人身保险市场是支持和保障县域经济发展的需要。县域经济在我国经济社会中占有重要地位，我国县域国土面积达到 85 万平方公里，超过国土总面积的 2/3，人口总数达到 8 亿，占全国总人数的 2/3。县域保险市场是县域经济重要的有机组成部分，县域保险的发展状况决定着我国绝大多数人口的保险保障状况，决定着我国保险业在国民经济中的地位。如何为县域经济和农村做好保险服务，是保险业始终绕不过去的重大问题。发展好县域保险市场，为县域经济生产与生活提供风险保障，就能够支持和保障县域经济的发展。尤其在广大农村地区，金融市场严重滞后，消费观念落后，通过发展县域保险市场，能够推动农村地区金融市场的完善，通过充分发挥保险业的资金融通功能，为县域经济的发展提供建设资金。

对于保险公司自身发展来说，开发和培育县域保险市场，具有以下几点意义：

第一，发展好县域人身保险业务是公司实现业务结构调整的需要。目前寿险公司业务主要集中在城市市场，城市市场基本成熟，县域市场发展相对滞后，并处于拓荒阶段。随着市场竞争主体的增多，城市保险市场的竞争日趋激烈，利润日益摊薄。从长远战略考虑，县域保险市场是一个潜在的市场，公司在保持城市保险市场发展的基础上，尽早着手考虑培育和开发县域保险市场。这样，能够促进公司业务结构的调整。

第二，发展好县域人身保险业务是公司做大做强的客观要求。农村市场是保险市场的重要有机组成部分，城乡发展不平衡是制约当前保险业协调发展的瓶颈。保险业要“锦上添花”，更要“雪中送炭”；不仅要为发达地区服务，更要为欠发达地区服务；不仅要为优势行业服务，更要为一般行业服务；不仅要为中高收入群体服务，更要为一般大众服务。做大做强保险业，就要满足人民群众生产生活保障的需求、服务人民群众生活质量的提高、促进人民群众整体素质的提升。

当前，我们正处于县域经济发展的战略机遇期，相对于县域经济的发展，县域寿险业务发展的整体水平还比较低，面对九亿人口日益增长的保险需求，县域寿险的发展前景十分广阔。如果中国保险业没有九亿农民的参与，不能惠及九亿农民，就不可能真正做大做强。虽然县域寿险业务是我国保险业的薄弱环节，但随着以城带乡、以工促农、城乡互动，统筹城乡发展，通过工业化、

城市化、市场化等途径，把县域经济纳入全国统一的市场化和社会化轨道，县域经济将得到快速发展。县域寿险市场蕴藏着广阔的发展空间，积极培育和发展县域寿险市场，对于我国保险业来说既是责任，也是机遇。近几年，我国人身保险业将寿险营销机制引入县域地区，使人身保险业务不断上升。实践证明，开发县域寿险业务是我国保险业做大做强的一条不可忽视的途径。

第三，发展好县域寿险业务是公司积极探索有中国特色保险业发展道路的需要。在中国这样一个以农村为主、以农民为主的农业大国，没有发展好农村市场，整个保险市场就没有真正发展起来，也就不是一个有中国特色的保险市场。行业的持续发展就缺乏一个广大的群众基础，做大做强保险业就会沦为纸上谈兵。在中国人寿保险（集团）公司举办的第二届“中国保险业创新与发展论坛”上，中国保监会主席吴定富从保险业发展的战略高度疾呼推进县域保险发展：“只有县域保险发展起来了，保险的功能和作用才能够得到充分的发挥，保险的覆盖面和服务领域才能不断地拓宽，才能真正做大、做强中国的保险业，走出一条中国特色保险业的发展道路。”

第四，发展好县域人身保险市场是提升公司核心竞争力的需要。1999年12月，中国保险业全面对外开放，民族保险业面临巨大的挑战。不失时机地大力开发和培育县域寿险市场，是迎接挑战、拓宽竞争空间、扩大市场份额的一项重要战略措施。从我国寿险市场的发展现状看，自1982年以来，我国人身保险业以年均10%左右的增速高速发展，城区人身保险市场的开发已达到一定的水平，而我国的实际国情是，县域人口占绝大多数，乡镇经济近年来发展势头良好，是今后一个时期寿险业重要的新的竞争领域。可以预测，国际保险业进军中国初期，看好的目标和业务发展的重点是大中城市，然后逐步渗透，若干年后才可能考虑县域。“凡事预则立，不预则废”，如果我们现在还不下决心去打基础，开发县域阵地，今后将会被动。目前我国寿险正处于业务调整和队伍转型的关键时期，农村市场的培育和发展，给我国寿险公司提供一个难得的历史机遇。历史经验告诉我们，抓住了机遇，就能赢得历史性发展，错过了机遇，再发展就难了。

二、本研究的目标与目标

县域保险包括财产保险和人身保险。具体而言，县域保险主要有以下业

务：一是财产保险业务，有企业财产损失保险、家庭财产损失保险、建筑工程保险、安装工程保险、货物运输保险、机动车辆保险、法定责任保险、一般责任保险、保证保险、信用保险、种植业保险、养殖业保险。二是人身保险业务，有个人意外伤害保险、个人定期死亡保险、个人两全寿险、个人终身寿险、个人年金保险、个人短期健康保险、个人长期健康保险、团体意外伤害保险、团体定期死亡保险、团体两全寿险、团体终身寿险、团体年金保险、团体短期健康保险、团体长期健康保险。由于在县域经济中，农民、农业、农村占有绝对的份额，因此研究县域保险市场需要从农村保险市场入手，在很大程度上，研究透农村保险市场，也就研究好了县域保险市场。

虽然业务范围和内容大抵相同，但县域保险市场与城市保险市场存在明显的差异，这种差别主要表现在以下几方面：一是县域地区居民保险意识相对淡薄。县域保险市场的投保群体以广大农村地区的农民，包括县城和小城镇居民为主体，这一群体教育文化程度也比较低，传统消费观念根深蒂固，尤其是广大农民群众对保险的接受和认同能力极为有限。保险具有的分散风险、危机共济的功能对农民的安居乐业是一种长效机制，但现在我国广大的农民并没有认识到这一点。原因在于在几千年封建主义制度下形成的小生产方式至今对农民还有广泛而深刻的影响。二是县域地区经济发展水平相对较低，居民收入水平比较低，居民购买力不足。总体而言，县域保险市场的投保主体属于中低端客户群体。城市保险市场的投保群体以城市人口为主体，这一群体收入相对比较稳定，教育文化程度也比较高，属于中高端客户。改革开放以来，我国城乡居民收入差距不断扩大，1997年农民的人均纯收入为1496元，城镇居民的人均可支配收入为3496元，两者的收入差距为2000元，1998年农民的人均收入为1547元，城镇居民为3647元，差距已扩大为2100元。三是县域地区居民相对比较分散，保险展业成本较高。

本课题研究的对象主要是县域地区的人身保险，包括养老保险、健康保险、定期寿险和意外伤害保险等。

县域保险市场是县域经济的重要组成部分，但我国保险业的发展的一个突出问题是保险业的空间布局不合理，城乡保险市场发展严重不平衡，县域保险市场发展严重滞后，无法满足农民群众日益增长的风险保障需求，这主要表现在：一是县域保险市场保费规模小，1997年全国寿险保费收入1400亿元，其中，农村寿险保费收入不到100亿，农民人均保费不足100元，远远低于1000元的全国保险密度。二是商业保险的覆盖率低，县域地区居民投保率低。三是保

险的职能在县域市场没有得到充分发挥，商业保险机制还没有广泛渗透到县域地区居民的生、老、病、死、残等各种人身风险的管理中，家庭保障与土地保障在县域居民风险保障体系依然占据绝对地位。

加快开发和培育县域保险市场，已成为我国保险业共同关注的课题。近年来，已经开始注意县域保险市场的开拓与培育。中国人寿公司已经在全国范围内多个县城都设有营业机构，在广大县域地区拥有一支庞大的销售队伍。包括中国人寿在内的一些公司在农村合作医疗保险、失地农民养老保险、农村地区定期寿险与意外伤害保险等方面进行了积极的探索，也积累了一定的经验。但总体而言，与广大县域地区经济社会发展的要求还存在差距，县域保险市场的发展还不能很好满足居民日益增长的保险保障需求。

为深入县域保险市场发展的现状、成绩与问题，总结县域保险市场发展过程中积累的经验与存在的教训，积极探索县域保险市场发展的对策与规律，中国人寿保险公司联合首都经济贸易大学成立课题组，专题研究“中国县域保险业务发展”。研究的目标主要有以下几点：

——全面分析县域保险发展面临的环境，包括政策环境、经济环境、人口环境、社会保障制度环境和社会文化环境等，分析这些环境因素对县域保险市场的影响程度及影响机制。

——深入总结我国人寿保险业县域保险业务开拓的现状、问题与经验，包括供给总量规模、险种结构分布、网点布局、代理人队伍、经营绩效等，并对县域保险业务情况做出总体评价。

——通过较大规模的对包括我国东中西三大地区所进行的实地调查，实证分析县域地区人身保险的市场需求状况，包括对县域居民保险意识、购买保险情况、不同阶层（职业）居民的寿险需求差异、不同收入水平居民的寿险需求差异、不同文化程度居民的寿险需求差异、不同年龄居民的寿险需求差异以及不同家庭结构居民的寿险需求差异等内容进行分析。并对县域地区人身保险需求特点进行研究，分析县域地区居民对不同保险产品（险种、险别）、对产品保障、储蓄、投资功能、保险公司选择以及售后服务等方面的偏好。在此基础上，对我国县域业务发展潜力做出总体预测。

——专题分析县域地区养老保险、健康保险、定期寿险和意外伤害保险的发展对策。实证分析不同县域地区养老保险、健康保险，定期寿险和意外伤害保险的经济可行性，并为发展和培育县域地区保险市场决策提供理论上的依据。

——研究县域业务发展所需要的宏观政策环境。

三、牢牢把握发展县域保险的有利时机

不可否认，县域保险市场的培育与发展，尤其是农村保险市场的培育与发展还存在种种困难，这主要表现在：一是县域地区居民收入水平低制约着保费承受能力；二是县域保险经营风险相对较大，在一定程度上增加了风险控制的难度，也影响了保险公司的积极性；三是政府财力不足限制了对县域寿险业务的政策扶持力度，部分地方政策思想观念还没转变过来，对于商业保险发展的支持和重视程度不足，没有意识能够利用好商业保险为地方经济发展服务；四是县域地区保险机构人才相对缺乏，管理粗放，这在一定程度上制约着保险业务的拓展；四是县域地区人口相对分散，加大了保险业务的费用开支，降低了公司的投入产出比，在一定程度上影响了经营效益。

但从发展趋势来看，县域人身保险市场潜在巨大，并正在逐步转化为现实的市场，尤其是人均GDP超过5000美元以后，社会各界对城乡协调统筹发展高度关注，这为县域保险的发展提供了难得的历史机遇。我们应牢牢把握有利时机，树立大局意识、责任意识和市场意识，发展好县域人身保险市场，提供适合县域地区广大群众需求的保险产品和服务，为推动县域经济的发展做出应有的贡献。当前，发展和培育县域保险市场正面临难得的有利时机，这主要表现在：

第一，社会各界持续关注，尤其是中央对农村的一系列支持政策，为县域保险市场的开拓铺设了很好的平台。发展好农村保险市场，保险公司和保险行业不仅要练好内功，更要借好外力，争取社会各界支持，共同做好农村市场的培育与发展工作。党中央、国务院对“三农”问题十分重视，支持保险业在农村地区发挥其应有的作用；各级政府将解决好“三农”问题作为一项民心工程，对农村保险市场的发展给予了一些支持；保险业发展好农村市场，就承担了社会责任，财政部、卫生部等有关部委也会积极考虑利用好保险手段来解决好“三农”问题。

第二，县域经济的发展，为县域保险市场的发展奠定了坚实的物质基础。农村地区的社会保障制度尚未建立，农村地区又一直是保险业发展的薄弱环节，刚刚摆脱贫困的农民群众急需保险保障，“因病致贫”、“因病返贫”和

“因灾致贫”现象时有发生，这些都急需保险业提供有效的保障。随着农民收入水平的不断提高，农民的风险意识会逐步增强，也会具备一定的保险购买能力，1989年在国务院实施“八七”扶贫攻坚计划时，我国有1.2亿农民没有解决温饱问题，而到1995年这一群体已经缩小到1.1亿。据统计，1995年我国农民人均纯收入达到1500元，1995年增长幅度超过15%；而其中部分富裕地区农民的保险购买能力已与城镇职工并无明显区别。随着全面建设小康社会进程的推进，会有越来越多的农民逐步走向富裕。

第三，包括中国人寿在内的寿险公司在发展县域保险方面已经积累了一定的经验。中国人寿有多年发展农村市场的历史，并与地方政府建立了密切的联系。尤其是国有公司在全国绝大部分区县设有机构，在农村地区拥有庞大的代理人队伍，开发了一些保费低廉、保障适度、适合农村市场的保险产品，在农村市场销售渠道和服务方式等方面进行一些有益探索，在参与农村地区社会管理方面取得了一些成果，涌现出一批以江苏江阴、河南新乡为代表的成功典型。1995年人身保险业在江苏、福建、浙江、河南等10个省、市，100多个县（市、区）参与了新型农村合作医疗试点工作，承保1.2亿人，占全国参加新型农村合作医疗农民总数的15%，筹集资金10亿元，占全国筹集资金总额的15%，提高了新型农村合作医疗的运行效率，得到地方政府的肯定。

为深入分析中国人寿县域保险市场发展的现状、成绩与问题，总结县域保险发展过程中的经验与教训，积极探索县域保险发展的道路与规律，中国人寿联合首都经济贸易大学成立课题组，专题研究了中国人寿县域保险发展战略。

本研究报告包括七章和七个附录。

前六章包括县域保险发展环境分析、县域保险发展现状的分析和评价、县域保险市场需求问卷调查分析、县域人寿保险的发展、县域健康保险的发展以及县域保险发展的宏观政策条件分析等内容。

最后一章在分析中国人寿的县域保险业务所面临的优势、劣势、机遇与威胁的基础上，提出了中国人寿县域保险的发展目标及应遵循的六项基本原则。以这些基本原则为指导思想，报告提出了中国人寿县域保险发展的业务发展战略、管理职能战略和组织战略。其中，业务发展战略包括从渠道角度划分的个人代理、中介和团险业务发展战略以及从业务性质角度划分的养老、健康、寿险和意外险等业务发展战略；管理职能战略包括宣传与品牌、产品开发、信息技术、风险管理以及客户服务等发展战略；组织战略包括管理架构、网点布局、财务、决策支持与营运报告、激励机制以及人才培养等发展战略。最后报

告评价了中国人寿实施上述县域保险发展战略对业务发展的影响。

图 园原员是中国人寿县域保险发展战略的整体框架图。

附录部分的内容是对报告的一些观点所做的进一步阐释和补充。

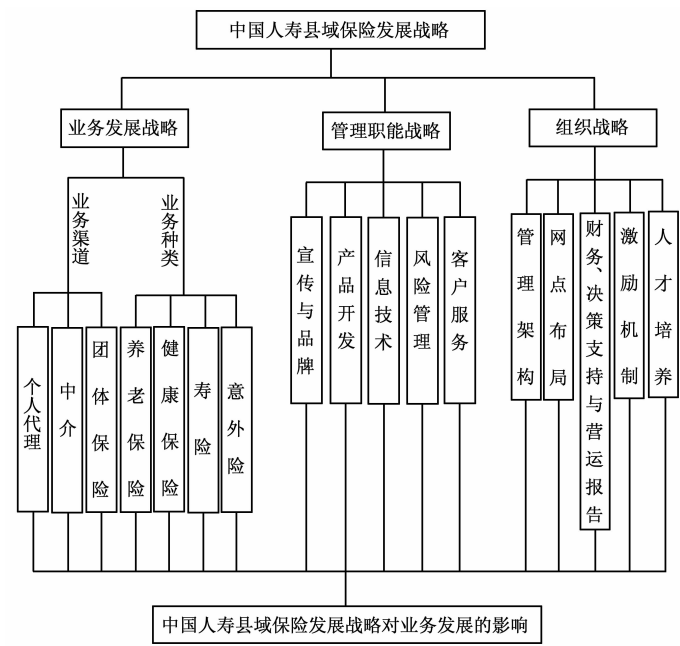


图 园原员 中国人寿县域保险发展战略的框架

第一章 县域保险发展环境分析

本章分析了县域保险的发展环境，探讨了这些环境的变化对县域保险业务发展的影响。全章分六个部分，分别探讨了县域的经济环境、金融环境、政策环境、社会保障制度环境、人口环境以及其他环境，并考察了这些环境对中国人寿发展县域保险业务产生的影响。

所谓县域保险业务发展环境，是指影响县域保险市场运行的各种条件与因素，根据这些条件与因素对县域保险市场影响的内容、方式和程度的不同，将其划分为内部环境和外部环境。内部环境是指保险公司内部的各项条件与制度，包括保险公司组织形式、机构设置，公司发展战略以及公司管理水平等方面；外部环境是保险公司以外影响市场活动的各种因素，包括市场成熟程度，经济社会条件，政策状况，以及社会保障制度情况等。内部环境是关键因素，外部环境是市场发展的外在条件，并通过内部环境起作用。这里主要讨论影响县域人身保险市场发展与培育的外部环境。

一、县域的经济环境及其对人身保险市场的影响

（一）我国经济发展的总体特征

改革开放以来，我国社会经济得到长足发展，国内生产总值（GDP）由1978年的3645亿元增长到2008年的300670亿元，人均GDP超过3000美元。见图1-1-1。

经济发展是人身保险业发展的物质基础。国民经济的增长与稳定是人身保险业发展与稳定的源泉，社会经济的发展尤其是随着宏观经济调控的完善和经济结构的调整，将为人身保险业的发展提供关键的资本和消费基础，以及一个持续稳定的宏观市场环境。

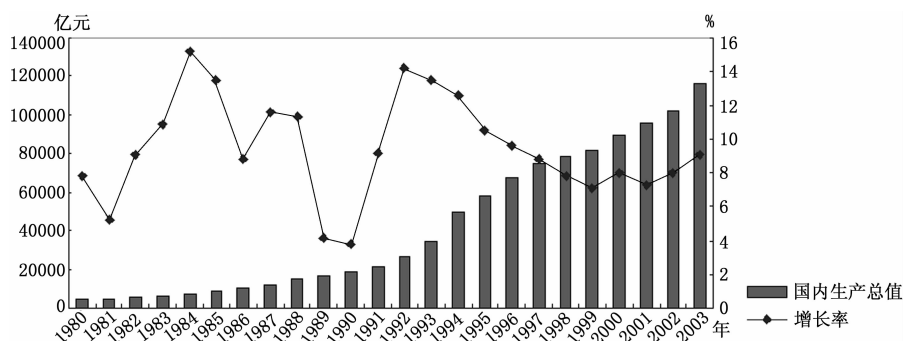


图 1-1 1980—2003 年我国国内生产总值及增长率变化图

但我国经济发展也存在许多亟待解决的问题,其中的一个突出问题是发展不平衡性,这表现在不同地区、不同行业之间社会经济发展的不平衡,并成为影响经济持续快速发展的瓶颈和社会不稳定的重要因素。社会经济发展总体上呈现出东、中、西三个层次,尤其东、西部发展不平衡造成的差距甚大,且仍呈扩大趋势(如表 1-1 所示),如 2002 年东部 10 省市人均 GDP 达到 1500 美元,而西部 5 省区市仅有 700 美元。此外,在一个省市中不同地区(县市)也存在发展的不平衡。按照各地区经济发展水平,大体可以划分为四类地区。一类地区为人均 GDP 超过万元的省市,如上海、北京、天津、浙江、广东、江苏、福建、辽宁、山东等,这类地区人口占全国的比重为 14%,居民消费占全国的 20%,GDP 占全国的 25%。二类地区为人均 GDP 低于 7000 元的省市,如云南、贵州、广西、甘肃等地,其人口占全国的比重为 18%,居民消费占全国的 10%,GDP 占全国的 10%。

(二) 我国县域经济的总体特征

县域经济属于区域经济,是以城镇为中心,以农村经济和农业为主体,由一、二、三产业各种经济成分构成的复合系统,是一个县级行政区域范围内各类经济的总和。县域经济是我国国民经济的基础性部分,是宏观经济与微观经济的结合部,是城市经济与农村经济的结合体。截止到 2002 年 12 月 31 日,我国县级行政区划有 2851 个(香港特别行政区、澳门特别行政区、台湾省除外),其中:市辖区 100 个,县级市 369 个,县 1456 个,自治县 167 个,旗 13 个,自治旗 3 个,特区 4 个,林区 1 个。县域内人口总数达 9.5 亿,占全国总人口的 70.5%;我国县域经济的国内生产总值(GDP)达 2.5 万亿元,占全国 GDP 的 25.5%。平均每个县域经济人口 33.7 万人,人均 GDP 达 2500 元。

元；地方财政收入平均为 10.1 亿元，人均财政收入不足 100 元。

表 1-1 我国经济发展分类表（1995 年）

地区	人均 GDP (元)	居民消费 (元)			职工工 资 (元)	人口数 (千万)
		平均数	农村居民	城镇居民		
员类地区	上 海	14500	11500	18000	14000	14000
	北 京	13000	10000	16000	13000	12000
	天 津	12000	9000	15000	12000	11000
	浙 江	11000	8000	14000	11000	10000
	广 东	10000	7000	13000	10000	9000
	江 苏	9000	6000	12000	9000	8000
	福 建	8000	5000	11000	8000	7000
	辽 宁	7000	4000	10000	7000	6000
	山 东	6000	3000	9000	6000	5000
圆类地区	黑龙江	5000	2000	8000	5000	4000
	河 北	4000	1000	7000	4000	3000
	新 疆	3000	1000	6000	3000	2000
	湖 北	2000	1000	5000	2000	1000
	吉 林	1000	1000	4000	1000	1000
	海 南	1000	1000	3000	1000	1000
	内蒙古	1000	1000	2000	1000	1000
	湖 南	1000	1000	2000	1000	1000
猿类地区	河 南	1000	1000	2000	1000	1000
	青 海	1000	1000	2000	1000	1000
	重 庆	1000	1000	2000	1000	1000
	山 西	1000	1000	2000	1000	1000
	宁 夏	1000	1000	2000	1000	1000
	西 藏	1000	1000	2000	1000	1000
	四 川	1000	1000	2000	1000	1000
	江 西	1000	1000	2000	1000	1000
	安 徽	1000	1000	2000	1000	1000
源类地区	陕 西	1000	1000	2000	1000	1000
	云 南	1000	1000	2000	1000	1000
	广 西	1000	1000	2000	1000	1000
	甘 肃	1000	1000	2000	1000	1000
贵 州	1000	1000	1000	1000	1000	1000

资料来源：《中国统计年鉴》（1996 年，中国统计出版社）。

改革开放以来,我国县域经济发展迅速,取得了令人瞩目的成就,县域经济在地方经济社会发展中的作用越来越大。县域经济具有五个基本特征:一是具有鲜明的区域性特征,以行政区划为地理空间,具有相对明确的行政界限;县是相对固定的行政区域,也是行政、司法、财政等职能最完善的一级基层政权。县城是县域经济的主要依托,县城经济在县域经济占有重要地位。因此,无论加快工业化和城市化进程,还是解决农业、农村和农民问题,都必须以县城为依托,发挥县城的辐射、引导和调节作用;二是具有鲜明的综合性特征,县域经济囊括了生产要素流通、消费、分配的多个环节,涵盖了城镇经济、农村经济、国有经济、集体经济、个体经济等多种经济形式,并具有相对完备的产业结构和门类;三是具有鲜明的开放性,县域之间、城乡之间彼此关联,相互补充;四是具有鲜明的中界性,县域经济是国民经济系统中宏观、微观的过渡界态,并具有联系城乡的突出优势;五是县域经济比较薄弱。县域经济的发展总体不够理想,目前全国大多数县连行政事业人员的工资发放都有困难,加上长期实行倾向城市的财税政策,大多数县的经济调控能力明显不足。

此外,由于我国幅员辽阔,各地自然资源禀赋和发展战略存在差别,不同县域之间经济差异巨大,县域经济发展呈现梯度结构。

从个体情况来看,县域人口的贫富差距非常大。1995年全国县域人均GDP为2860元,是全国的70%;最高的50个县域的人均GDP是最低县域的15倍。中国县域经济基本竞争力百强县(市)经济实力雄厚,其数量不到全国县(市)总数的1%,人口不到全国县域总人口的1%,而创造的国内生产总值超过全国县域经济的10%,实现县级财政收入近全国的10%。县域经济的差异性以及相关连的县域社会差异性成为全面建设小康社会进程中的重点和难点。

从区域分布来看,县域经济发展呈现东、中、西梯度结构。从第四届中国县域经济基本竞争力百强县(市)评比的结果来看,中国县域经济基本竞争力百强县(市)主要分布在东部地区,东部地区有78个,中部地区有21个,西部地区有1个。

中国县域经济基本竞争力百强县(市)的平均人口规模150万人,人均GDP1.2万元,地方财政收入1.5亿元,人均GDP1.2万元;分别是全国县域平均数的1.5倍、1.5倍、1.5倍、1.5倍。中国县域经济基本竞争力百强县(市)产业结构不断优化,1995年第一产业、第二产业、第三产业比例是15%、45%、40%。第一产业占比最高的达25%,最低的是10%;第二产

业比例最高的达 苑园豫，最低的是 猿园豫；第三产业比例最高的达 源园豫，最低的是 员园豫。

我国县域经济总体快速发展的同时，许多县财政入不敷出的问题越来越突出。圆园园年，圆园园个县域单位财政总支出超过总收入 缘象亿元，赤字县占全部县域的比重达到 苑豫，即 圆象以上的县入不敷出，赤字总量占这些地方财政总量的 苑豫。因财政硬缺口大，县域经济自主发展能力不强，县级政府调控乏力，同时因政府长期负债造成农民负担加重，县乡村政府的信用明显降低。县乡村金融问题十分突出，贷款难、难贷款同时存在，县域经济发展缺乏强大的金融支持。

(三) 我国县域居民财产分布状况

由于农民占县域人口的绝大多数，这里主要分析农民的财产分布状况。

下面我们主要结合中国社会科学院经济研究所收入分配课题组 圆园园年家庭调查的数据，对农村居民个人财产的分配状况进行分析，进而分析财产分布对县域保险发展的影响。

从静态来看，如表 员原园所示，农村居民的财产可以分为六项，即土地、房产、金融资产、生产性固定资产、耐用消费品和非住房债务。其中，房产是按房产总值扣除购房尚未偿还的债务之后的价值计算的，即房产净值。非住房债务是指住房债务以外的一切其他债务。各项财产的加总额减去非住房债务以后的价值为按净值计算的财产总值。

表 员原园 圆园园年农村人均财产的水平 and 构成

财产及其构成项目	平均值 (元)	比例 (豫)
总财产净值	员圆猿圆猿	苑圆
其中：		
土地价值	猿猿圆	猿圆
金融资产	员圆圆	员圆
净房产	缘猿圆	源圆
生产性固定资产价值	员圆圆	怨圆
耐用消费品价值	苑圆	远圆
非住房负债	原圆	原圆

资料来源：赵人伟、李实、丁赛：“中国居民财产分布研究”，《中国经济时报》。

在六项财产中，土地和房产仍然是最大的两项，约占 苑园豫。从动态来看，

1985年以来的变化是很大的：①总财产的规模有很快的增长。②人均土地价值在总财产中的比重迅速下降，而房产价值和金融资产价值的比重则迅速上升。③金融资产比重的提高反映了中国农村市场改革进程的加速，也表明了农村居民对保险的购买能力增强。

下面我们转而分析 1995年农村财产的分布问题。

首先我们按十等分组的办法来进行分析（见表 1-1）。③

表 1-1 1995年农村人口按十等分组各组所持财产的比重							单位：豫
组别 (从低到高)	财产总额 (净值)	土地 价值	房产 净值	金融 资产	生产性固 定资产	耐用消费 品价值	非住房 债务
1	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
2	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000
3	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000
4	40000	40000	40000	40000	40000	40000	40000
5	50000	50000	50000	50000	50000	50000	50000
6	60000	60000	60000	60000	60000	60000	60000
7	70000	70000	70000	70000	70000	70000	70000
8	80000	80000	80000	80000	80000	80000	80000
9	90000	90000	90000	90000	90000	90000	90000
10	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000

资料来源：赵人伟、李实、丁赛：“中国居民财产分布研究”，《中国经济时报》。

从表 1-1 可以看出，在各类财产中，农村居民的财产分布是非常不平衡的。其中，金融资产的分布是最不平等的。④ 分配不平等位居第二的是房产。⑤ 耐用消费品和生产性固定资产分配的不平等程度非常接近，上述的比率分别为

① 人均财产总额 1985年为 10000元，1995年为 20000元，1995年为 30000元。扣除物价因素，1985—1995年的实际增长率为 100%，1995—1995年的实际增长率为 100%，1985—1995年的实际增长率为 100%。

② 土地价值的比重从 1985年的 100%下降到 1995年的 100%，再下降到 1995年的 100%；而房产净值和金融资产则分别从 100%提高到 100%、100%和从 100%提高到 100%、100%。

③ 我们把农村人口按人均净资产值排列，分为人数相等的十个部分，每部分包含总人口的十分之一，然后进行比较。

④ 人均财产最多的 10%人口拥有 100%的金融资产，而人均财产最少的 10%人口则仅有 100%的金融资产，两者的比率为 100%。

⑤ 人均财产最多的人口拥有 100%的住房，他们和人均财产最少的 10%人口所拥有的住房（100%）的比率为 100%。

1995年和1996年，在所有各类财产中，土地的分配是最为平等的。^① 非住房债务的分布状况则同其他财产项目的分布状况不同：尽管十等分组中各组所占比重的变化不像其他财产项目那样有规则地上升或下降，而常常有起有伏，但总体来说仍然是穷人所欠的债务比富人要多。^②

从动态来看，在1985—1996年间，总财产（净值）分布的差距有明显的扩大。^③

其次，我们用基尼系数和集中率等指标来分析农村居民财产的分布状况。根据经济研究所课题组的调查，中国农村1985年收入分配的基尼系数为0.38，财产分布的基尼系数为0.45；1990年收入分配的基尼系数为0.41，财产分布的基尼系数为0.48。由于居民财产的价值是居民收入长期积累的结果，因此，一般来说，不论是发达国家还是发展中国家，财产分布的不平等程度都要超过收入分配的不平等程度，换言之，财产的基尼系数要高于收入的基尼系数。但是，长期以来，中国的农村则是一个例外。1985年、1990年财产分布的不平等程度都低于收入分配的不平等程度。^④ 但是，这种情况到了1996年则发生了根本的变化。

1996年农村财产分布的基尼系数为0.52，而同年收入分配的基尼系数为0.45，即财产分布的不平等程度超过了收入分配的不平等程度。这种情况说明，在世纪之交的年代，中国农村财产分布和收入分配的不平等状况经历了一个转折点——从收入分配更为不平等转化为财产分布更为不平等（见表1-1和图1-1）。

表 1-1 中国农村的收入分配和财产分配			
项 目	年 份		
	1985	1990	1996
收入分配的基尼系数	0.38	0.41	0.45
财产分配的基尼系数	0.45	0.48	0.52

资料来源：赵人伟、李实、丁赛：“中国居民财产分布研究”，《中国经济时报》。

① 人均财产最多的10%人口拥有总财产的30%，但却只拥有10%的土地。人均财产最多的10%人口所拥有的土地和人均财产最少的10%人口所拥有的土地的比率为1:10。
② 人均财产最多的10%人口和人均财产最少的10%人口所欠非住房债务的比率为1:10。
③ 人均财产最多的10%的人口拥有的总财产和人均财产最少的10%的人口所拥有的总财产的比率从1985年的1:1.5扩大到1990年的1:2.5，再扩大到1996年的1:4。
④ 根据经济研究所课题组的调查，中国农村1985年收入分配的基尼系数为0.38，财产分布的基尼系数为0.45；1990年收入分配的基尼系数为0.41，财产分布的基尼系数为0.48。

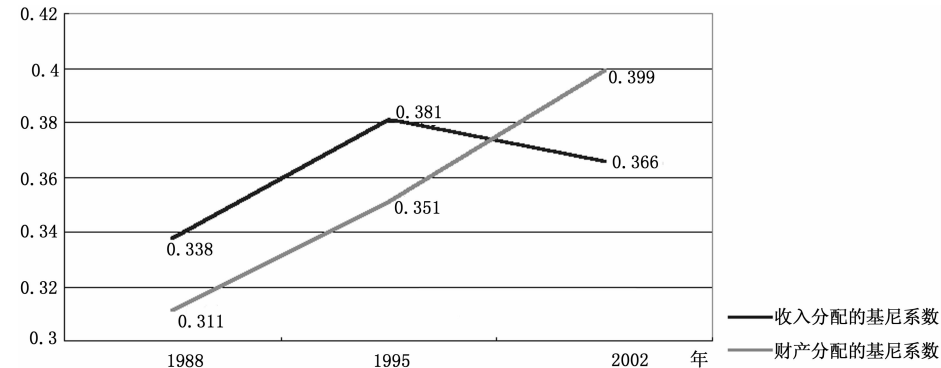


图 员原圆 农村收入分配和财产分配的变化

这种情况的发生，预示着财产分布和收入分配不平等程度进一步拉大的趋势。

表 员原缘 圆园园圆年农村人均财产分布的不平等状况

财 产	财产均值 (元)	比重 (豫)	基尼系数	集中率	贡献率 (豫)
总财产净值	员圆缘圆圆元	员圆圆	园圆缘怨	园圆缘怨	员圆圆
其中：					
土地价值	猿猿猿圆元	猿圆圆	园圆圆圆	园圆圆圆	圆圆圆圆
金融资产	员圆圆圆圆元	员圆圆	园圆圆怨	园圆圆怨	猿圆圆怨
净房产	缘猿猿圆元	猿圆圆	园圆圆怨	园圆圆圆	员圆圆怨
生产性固定资产价值	员圆圆圆圆元	怨圆圆	园圆圆怨	园圆圆怨	怨圆圆
耐用消费品价值	猿猿圆圆元	猿圆圆	园圆圆怨	园圆圆苑	缘圆怨
非住房负债	原员圆圆圆元	原员圆	园圆圆圆	原员圆圆元	园圆圆

资料来源：赵人伟、李实、丁赛：“中国居民财产分布研究”，《中国经济时报》。

从表 员原缘可以看出，在各项财产中，土地价值的分布最为平等，其基尼系数为 园圆圆圆^① 金融资产的分布则最不平等，其基尼系数为 园圆圆怨 土地的集中率^② 只有 园圆圆圆 大大低于总财产的基尼系数 园圆缘怨 表明土地的分布对总

① 由于土地的分布具有很低的不平等程度，因此它对总财产的不平等程度的解释力或贡献率仅为 圆圆圆怨，显著地低于它在总财产中所占的比重 (猿圆圆怨)。

② 按总财产排序计算出来的每项财产的拟基尼系数 (集中率) 表明各项财产的分布状况及其与总财产分布的关系。

财产的分布起的是明显缩小不平等程度的作用。^① 生产性固定资产和耐用消费品的集中率略低于总财产的基尼系数,说明这两项财产的分布对总财产的分布起的是略有缩小不平等程度的作用。而金融资产和房产的集中率则大大地高于总财产的基尼系数,说明这两项财产的分布对总财产的分布起的是明显地扩大不平等程度的作用。生产性固定资产的集中率几乎同总财产的基尼系数相等,说明其分布对总财产的分布没有发生扩大或缩小不平等程度的效应。生产性固定资产的分布没有表现出较高的不平等程度是同土地的高平等分布相联系的。^②

从动态来看,在 1985—1995 年间,总财产的基尼系数有明显的扩大,从 1985 年的 0.31 扩大到 1995 年的 0.35,再扩大到 2000 年的 0.38。其中,各个财产项目的变化是不一样的。^③ 总起来说,在中国农村的各项财产中,在上述 15 年间,土地的重要性(比重)在降低,其分布的不平等程度也在降低,其对总财产不平等程度的贡献率也在降低。反之,房产和金融资产的重要性则在增长,其分布的不平等程度也在提高(金融资产的某些年份略有例外),其对总财产不平等程度的贡献率也在提高。

(四) 县域经济环境变化对县域保险发展的影响

经济是保险业发展的基础,县域业务的发展要立足于经济发展的现实。经济环境的变化会对县域保险的发展产生如下影响:

第一,县域经济落后于总体经济的特征决定了在相当长的时期内,城市保险市场依然是寿险公司需要发展和开拓的市场。城市市场与县域市场需要两手抓、两手都要硬,不能因为开拓和发展县域市场,就放弃了城市市场,那样会导致城市市场的萎缩。

第二,各地区之间经济发展不平衡,会直接影响各人身保险公司的发展战略,以及不同地区人身保险业的发展。总体而言,我国寿险公司大抵按 员类、圆类、猿类地区的顺序逐步推进公司在市场上的布局,对于 源类地区,许多新

① 由于金融资产和房产具有较高的不平等程度,因此,它们对总财产的不平等程度的贡献率(分别为 0.45 和 0.40)也高于它们在总财产中所占的比重(分别为 0.35 和 0.30)。

② 在土地平等分布和家庭经营的土地规模有限的情况下,很难推动农业固定资产投资,也很难使这种投资有较高的不平等程度。至于耐用消费品的比较平等的分布则是容易理解的,因为,目前中国农村几乎没有特别高档的耐用消费品,而一般的耐用消费品如电视机之类则比较易于普及。

③ 三年中,土地的集中率分别为 0.35、0.34、0.33,房产的集中率分别为 0.45、0.48、0.50,金融资产的集中率分别为 0.45、0.48、0.50。

兴的人身保险公司还未涉足，而且可能会在很长的一段时期内不会涉足这些地区（见表 1-1-1）。因此，在很长的一段时间内，在许多县域，许多寿险公司可能不会设置机构和开展业务。而发达地区的县域市场，则会越来越引起其他人身保险公司的关注，市场竞争可能会加剧。

表 1-1-1	各地区社会经济发展情况表			单位：豫
地区划分	占国内生产总值的比重	占全国居民消费的比重	占全国人口的比重	
东部地区	21.5%	21.5%	21.5%	
中部地区	21.5%	21.5%	21.5%	
西部地区	21.5%	21.5%	21.5%	
源类地区	21.5%	21.5%	21.5%	

对于县域市场，县域经济东、中、西部梯度发展的趋势为寿险公司开拓县域人身保险市场的区域布局提供了理论上的依据。在今后一段时期，在区域布局上，寿险公司开拓县域人身保险市场要以东部地区为主，逐步向中部、西部地区推进。寿险公司既要看到县域经济发展所带来的县域保险市场的潜力，同时也要针对不同县域经济发展的水平，采取不同的市场策略。根据中国寿险公司目前的资源状况，在县域人身保险市场开拓的初期，可先将主要精力放在经济比较发达的县域，待条件成熟后，梯度性地推进到其他县域。

第三，寿险公司开拓县域业务要加强市场细分。由于我国各地县域经济发展水平不一，地区之间发展不平衡。农民收入的差距加大，导致农民阶层与区域分化加速，风险差异加大，因此需要进行保险市场细分。公司在开展县域保险业务之前，要对目标市场进行研究，分析不同收入层次群体的保险需求。在我国农村保险市场容量激增的同时，也需要适合不同阶层、不同职业、不同消费水平的保险产品供给，保险公司要针对不同的需求主体与需求水平进行市场细分，提供差异化产品。

二、县域金融环境及其对县域保险发展的影响

目前县域金融环境呈现以下几个特点：

第一，县域经济的可持续发展对资金的需求刚性增强。①县域经济必须要走“工业兴县”的路子，推进产业结构调整，重新优化资源配置。工业发展对

资金的需求量很大，要有充足的建设与技改资金投入。②改变落后的农业、农村经济，必须要以市场为导向，积极调整农业产业结构，推行农业产业化，走特色农业、订单农业、现代农业之路，这就要适度调整压缩农业种植业的比例，加大养殖、蔬菜、林果业的建设。而林果业、蔬菜种植及养殖业的发展所需资金远远大于种植业。③县域经济实现快速发展的重要途径之一是要大力发展民营经济，把民营经济作为培育经济增长点的突破口，民营经济先天不足，对资金较为渴求。④加强城镇建设。为进一步优化投资环境，加大引资力度，政府需要加大对城镇基础设施的投资，这些都要有大量的资金做保证。

第二，金融信贷支持和吸引外资成为县域经济资金供应的主渠道，但金融企业信贷作为县域经济资金供应的主渠道作用呈弱化态势。由于地方财力不足，金融市场不发达，资本市场难以建立，金融企业的信贷投入和吸引外资就成为县域经济资金供给的主渠道。但近几年来，受诸多因素的制约，金融企业的资金供给主渠道作用呈逐渐弱化态势，总体表现是金融信贷投入总量增长缓慢，无法满足县域经济发展的合理资金需求，并且投放结构方面也不尽适合县域经济结构调整需求。

第三，县域资金分流严重，加剧了县域经济资金供求矛盾。一是一些不放贷款的非银行金融部门增势迅猛，只存不贷，吸收的存款全部上存，成为县域资金外流的主要渠道。二是随着金融企业经营管理体制的改革，县级及以下部门的贷款权限逐渐上收，资金由上级行统筹使用，县级经营机构的贷款功能萎缩，存贷款比例失衡，成为县域资金外流的另一个重要渠道。三是随着金融市场的发展和居民投资理财意识的增强，银行存款利率偏低，其他金融投资对银行信贷资金严重分流，且银行存款结构中活期比重过大，需要储备大量准备金而削弱放贷能力。

第四，民间贷款和地下金融比较活跃，这种非正规的融资制度安排弥补了正规融资制度的不足，在支持农村经济方面发挥着积极作用，但政策对其引导尚存在种种争议。

保险产品，特别是人寿保险产品，尽管侧重于保障功能，仍然是一种金融产品，或者叫金融资产。因此，县域保险的发展也要受到县域金融发展环境和区域金融市场发展水平的影响。

目前，我国的寿险公司基本上采取总分制形式的全国性公司，对非法人注册地，特别是对地方财政比较紧张的县域来说，客观上造成了建设资金外流的事实，这也是地方政府难以真正做到像支持商业银行一样支持商业保险发展的

重要原因之一。

同时，城乡经济发展的不平衡产生了我国城乡金融环境和金融市场也出现区域发展的不平衡性。与金融市场较发达的城市相比，县域存在金融产品较为单一、融资渠道不多、金融市场政策尚欠灵活等不足。金融市场的不发达影响了县域保险市场的发展。

三、县域政策环境及其对县域保险市场的影响

虽然不同地区县域经济的主要组成部分不同，但对于大多数县域来说，农业依然是其主要产业，在地方经济中占有很高的比重，农业发展政策的变化对于县域经济的发展有着重要的影响。因此这里主要讨论农业经济政策的变化及其对县域保险市场的影响。

总体看，近年来，“三农”问题越来越受社会各界的重视，政府促进农村经济社会发展和“三农”问题解决的各項政策不断出台。1998年政府工作报告提出，要巩固和加强农业的基础地位，1999年中央、国务院及相关部门先后出台了系列有关农业经济发展的政策。2000年初的中央 1 号文件引领农民增收，随后各地方政府积极响应中央的号召，出台减免农业税的政策；年底又有解决拖欠“农民工”工资的政策；为了激励农民种粮的积极性，国家在全面改革粮食流通体制的基础上，对粮农实施直接补贴。这些政策的出台与实施，一方面，体现了新一代领导人对“三农”问题的重视，另一方面，也为县域经济的发展提供了有力的支撑，县域保险市场作为县域经济的重要组成部分，也从中受惠。

近年来，我国农村发展政策的重点内容是农民增收，粮食生产与流通、农村税费改革、农业结构调整、农村扶贫政策等一系列政策出台将会程度不同地推动农民收入的增长，并带动县域经济的发展。这将会在一定程度上提高县域居民对保险的需求，提高这一群体的购买力，逐步将潜力巨大的县域人身保险市场转化为现实市场。

四、县域社会保障制度环境及其 对县域保险市场的影响

到 20 世纪末,我国基本建立了城镇社会保障制度的基本框架。作为一个人口众多的发展中国家和严格实行户籍制度的城乡二元结构社会,受经济社会发展等因素的影响,我国在广大农村地区并未真正建立一个较为完善的农民社会保障网。但在市场化进程中,传统农村风险保障体系的保障能力不断下降,单个家庭的经济风险不断转移到社会,成为影响我国经济社会发展的瓶颈。近年来,我国政府试图通过建立社会保障制度来保障农民的养老、医疗等保障需求,以风险管理的市场化、社会化带动农村经济的发展。为此国家投入了大量的人力和物力,也取得了一些积极的成果,但毋庸讳言,县域社会保障制度存在着本身难以克服的严重问题。这在一定程度上影响县域人身保险市场的发展。

其一,农村社会养老保险制度从 1991 年开始试点阶段,到 1995 年涵盖了 1 亿 2 千万人的高潮阶段,再到 1996 年的局部恢复阶段,始终没有摆脱公平性差、缺乏效率、管理水平低、保障水平低等困境。

其二,合作医疗制度从计划体制下覆盖全国农村的状态,到改革开放后的大面积解体,再到 1993 年新型合作医疗制度的建立,可谓一波三折。目前的新型合作医疗制度仍然面临着资金来源不足、政策不稳定、效率低下等一系列问题。

其三,农村最低生活保障制度是国家和社会为保障收入难以维持最基本生活的农村贫困人口建立的社会救济制度。但该制度的建立仅限于经济比较发达的农村地区,截至 1999 年底,享受农村低保人数仅 1 950 万人。

农村社会保障制度发展缓慢,尽管新的社保体系将为越来越多的县域居民提供基本的生活与医疗保障,但这一制度不可能满足全国县域不同层次和水平的物质文化生活的需要。农村社会保障制度的变化将对中国人寿县域业务的开拓产生以下影响:

第一,农村地区社会保障制度的总体缺失,居民有关风险和保障的知识欠缺,为寿险公司开展县域业务增加一定的难度,欲开拓县域业务,需要加强宣传和投保人教育。

第二,商业保险作为社会保障体系的重要组成部分,将结合社会保障制度

的完善，在社会保险无法覆盖的领域提供商业保险服务，发挥社会管理、资金融通和经济补偿等各项职能。

第三，商业保险能够发挥社会管理职能，参与农村合作医疗试点工作，目前部分寿险公司在开展农村合作医疗方面，创造出“江阴模式”和“林州模式”等成功经验。

第四，商业保险能够参与农民养老保险，这主要有三方面，其一是对于原有农村社会养老保险业务，保险公司可以充分发挥其专业优势，为其完善提供精算等方面的支持；其二是对于新型农村养老保险制度的探索，保险公司可以发挥自身的力量；其三是参与失地农民养老保险，越来越多的地方政府正在探索采取市场的手段解决失地农民的养老问题，这为县域保险市场的开拓与发展提供了契机。

五、县域的人口环境及其对县域保险市场的影响

相对于城市，我国县域人口老龄化表现出以下特点：一是老龄人口基数大。我国是一个农业大国，愿乙以上的人口生活在农村。与此相应，农村的老年人口总数也远高于城市。农村人口近 愿乙，占全国人口 缘圆豫，其中 远岁及以上农村人口 愿圆乙，远岁及以上人口达 愿圆乙，农村老年人口占全国老年人口的比例达到 远圆豫。二是人口老龄化速度快于城市。城镇化发展以及人口计划生育政策在农村地区的实施，对农村人口结构的影响将不断突出，未来农村人口老龄化问题，是我国社会亟待解决的问题。这就提醒我们，在解决我国人口老龄化问题时，一定不能忽视农村的人口老龄化问题。市场经济的发展使得老年人口的抚养问题较以前更为突出。在农村实行联产承包责任制以前，农村有实际困难的孤寡老人由生产队负责抚养。承包以后生产队核算体制解体，加之计划生育政策的有效实施，造成家庭子女减少，老年人的抚养问题就逐步演变为一个社会问题。因此，在解决中国的人口老龄化问题时，能否解决好农村的老年人口问题是关键之所在。

人身保险是以人的寿命和身体为标的的保险。人口环境的变化将对业务发展产生重要影响，主要有以下几点：

第一，以农村为主的广大县域人口众多，在一定程度上预示着县域人身保险市场的巨大潜力。

第二，县域人口老龄化进程的加快，意味着解决县域老年经济安全问题的紧迫性。随着农村地区经济发展水平的提高，会有越来越多的地区开始采取市场的方式来解决农村养老问题。但人口预期寿命的不断延长，也意味着经营以生存为给付条件的人身保险中所存在的风险，加强对这一风险的管理，对于寿险公司经营成功至关重要。

第三，县域人口老龄化进程的加快，同时也意味着老年人将要花费越来越多的医疗费用，迫切需要社会化的机制予以支付。县域健康保险的发展可以有效地解决人口老龄化带来的医疗费用负担。

第四，我国人口受教育的程度较低，尤其是农村地区人口文化程度相对较低，因此在开拓县域保险市场时，要推进保险产品条款通俗化工作，要用浅显易懂的语言将保险理念与保险产品介绍给广大农民群体。

六、其他环境及其对县域保险市场的影响

（一）农村家庭观念的变化及家庭保障方式面临的挑战

首先，随着社会经济的发展，年轻人价值观念在变化，老年人独立意识也在增强，老年人不愿意依附年轻人来养老。其次，孝道观念式微，农村子女对老人不孝的比例在上升。家庭养老的问题并不仅仅在于子女数的减少或子女外出打工无人赡养，而是在有人赡养的情况下，老年人的生活水平依然比较低劣。从老年人的衣食住行条件和在家中的地位可以验证这一点。同时，由于现代社会人口流动越来越快，大量农村的年轻人进城打工。迫于岗位的竞争压力，忙于工作和事业，使他们无暇顾及老父和老母；同时，一些青年夫妇较重视子女的教育和成长问题，有限的时间、精力和财力都向独子或独女倾斜，产生了“重幼轻老现象”，这对老年父母的心理健康和实际的生活质量都产生了负面影响。

计划生育政策的实施带来的子女数减少和家庭结构变化，使得家庭规模缩小、核心家庭增多、^① 家庭功能弱化，在一定程度上加剧了家庭保障的脆弱性。从1990年到2000年两次普查之间，农村家庭户规模从3.92人^②降到3.44人^③

^① 核心家庭是指一对夫妇和未婚子女在一起组成的家庭。

人户，到 1995 年中国 1% 人口抽样调查结果，平均家庭户规模降到 3.09 人户，1990 年第五次人口普查平均家庭为 3.09 人户。中国的家庭结构也转变为以核心家庭为主体的结构。1995 年核心家庭占家庭总数的 34.4%，其中父母与未婚子女组成的完全核心家庭占 24.4%，比 1990 年增长 1.4 个百分点。家庭户平均规模的缩小和完全核心家庭的增多导致纯老年户不断增加。1990 年第四次人口普查时城乡合计 65 岁及以上老年人生活在单身户和一代户中所占比例为 10.4%。据 1995 年中国老龄科研中心对全国 10 个省市的一份调查，老人中一代户的比例，城市达到 15%，农村达到 10%。

生育率下降、子女减少、家庭生产能力下降和居住方式的代际分离还使得子女对老年父母的照料产生了许多困难。子女多意味着老年人有较多的支持来源，独生子女现象的出现使得独生子女父母的养老变得异乎寻常的困难。总之，家庭的小型化和核心家庭的增多，使得家庭的养老功能弱化，同时居住方式的代际分离也意味着健康不佳的老年人在经济供养之外还面临生活不便、照料不够、精神苦闷等问题。

以上各种挑战因素的结合使传统的农村家庭保障模式开始瓦解和分化，这就急需建立能替代家庭保障的保障制度，但受农村地区经济、社会、文化等条件的制约，家庭保障在今后很长的一段时期依然要发挥重要作用。保险作为风险管理的重要手段，在这一过程中必将越来越受到政府、社会和农民群众的重视。越来越多的家庭会考虑利用保险的机制来转移养老、医疗等人身风险，这一方面对人身保险业提供更高的要求，另一方面也会为人身保险业的发展提供难得的机遇。

（二）县域土地保障的现状及其对县域寿险业务的影响

农民与土地的关系可以说是唇齿相依，土地保障的能力的变化对于县域保险业务会产生如下影响：

第一，由于土地保障能力的下降，农村社会将会寻求其他替代的形式来提供保障，而商业保险是可选的手段之一，这就为县域保险业务的发展提供了契机。

第二，失地农民的养老保障问题，由于目前全国没有统一的政策，各地政府根据地方的实际情况，采取了不同的方式。这一市场潜力较大，但受地方政府政策的影响较大，要争取这块业务，通常需要争取地方政府的支持。

第三，由于土地保障能力下降，越来越多的农民离开农村，涌入城市，成为农民工，其保险需求将会受到保险公司的关注。

第二章 县域保险现状的分析与评价

本章主要以中国人寿为例，分析中国县域保险业务发展的现状。具体来说，分为三个部分：第一部分简单地回顾中国县域保险发展的历史；第二部分从业务规模、网点设置、代理人队伍、业务结构、成本、客户服务等角度分析县域保险发展的现状；第三部分是对县域保险的总体评价，包括取得的主要成果以及存在的主要问题和难点。一方面，由于统计的原因，目前尚难以获得更多的有关全国县域保险发展的数据。另一方面，中国人寿一直是我国县域人身保险市场的主力军，到 2009 年底，中国人寿拥有 2000 多个县域分支机构、近 1000 个营销服务部、近 10 万人的个人代理队伍，在县域保险发展上具有独特优势，2009 年末在县域业务的市场份额高达 30%。因此，在以下的分析中，我们主要以中国人寿为例来分析中国县域保险发展的现状。

一、县域保险发展的历史回顾

中国寿险公司对县域保险的实践最早可以追溯到国内保险业务恢复之初，中国人寿是当时最早探索农村保险发展的保险公司。无论外在环境如何变化，中国人寿对县域保险特别是农村保险始终保持着开拓者的激情和奋斗者的坚韧。在一些条件相当艰苦的县域，中国人寿没有放弃探索和实践，成为县域寿险市场的一枝独秀。其他公司，在基本完成全国的网络布局后，开始进入县域保险市场，特别是进入发达地区的县域保险市场。但总体上说，其他公司或因成立时间短，或因网络不健全，顾不上农村保险，没有保费规模而退出，只有中国人寿一家公司一直坚持业务拓展。中国人寿县域保险的发展历程可以初步地分为以下三个阶段：

（一）萌芽阶段

第一阶段是 1949 年产寿险分业经营前，是县域保险市场发展的萌芽阶段。中国人寿在农村开展的各种保险，基本属于狭义上的县域保险范畴。当时的人保公司主要通过农村办事处和保险所开办业务，当时的险种十分单一，主要是学生平安险、简易人身保险、个人养老金和子女教育婚嫁金保险等，一个乡镇通常只有一、两名保险员。

（二）初步发展阶段

第二阶段是产寿险分业经营后到 1979 年前后，是县域保险业务初步发展阶段。1952 年寿险营销业务开办后，城市业务员开始到农村展业，继而在农村增员，农民的保险意识开始逐步被唤醒，少儿一生幸福、递增年金和重大疾病等保险产品十分受欢迎，公司看到了农村发展的巨大潜力，纷纷在各乡镇原有的基础上开展营销保险业务，此时的农村网点管理还很不规范，一般是作为公司行政管理的延伸，主要由原保险所主任负责组织发展，成建制的血缘团队还很少，但营销团队和以前的保险所保险员出现管理上的矛盾，组织难以扩大。

（三）相对规范发展阶段

第三阶段是相对规范发展阶段。1985 年以后，特别是清理整顿农村代办处、保险所后，大部分农村网点成功转制为保险营销服务部，保险代办员转变为营销员，逐步形成了以血缘关系营销团队为基础、以个险业务为主线的县域营销网络体系，同期很多省级分公司制定了县域保险发展的总体规划和措施。

二、县域保险发展现状

（一）县域保险业务发展概况

我国人身保险空间布局不合理，区域发展非常不平衡。与城市相比较，县域人身保险发展滞后，主要表现在：

一是保费规模小。全国县和县以下地区的人口占全国人口比重超过 70%，

但包括中国人寿在内的所有保险公司的业务重点均在城市，特别是大中城市，农村业务占比较小。2009年，全国县域人身保险业务收入达到 282.2 亿元，占全国人身保险保费收入的 14.6%；县域人身保险密度为 15.4 元，仅为全国人身保险密度（105.5 元）的 14.6%。县域人身保险深度为 0.1%，仅为全国人身保险深度（0.7%）的 14.3%。

二是保险覆盖率低。城市人口集中，经济发达，居民收入较高，经过多年的市场开拓，城市寿险市场日益成熟，居民投保率相对较高；而广大县域，特别是农村仍处于市场拓荒阶段，保险覆盖率偏低。2008 年 1 月，零点调查公司的“中国城乡居民医疗保障享有情况调查”结果表明：享有商业医疗保险的城市和小城镇居民分别为 14.6% 和 14.6%，而农村居民中只有 1.1%。^①

三是保险的社会管理功能发挥不充分。农村养老、教育、防病基本停留在家庭层面，通过商业保险机制纳入社会管理体系的微乎其微。国家卫生服务调查结果表明，2003 年，20.4% 农村人口无任何医疗保障，农村患者未就诊比例为 14.6%。农村医生诊断应住院而未住院患者的比例为 14.6%。农村自我医疗患者比例由 1995 年的 14.6% 增加到 14.6%。过去 10 年（1995—2005 年）农村居民年均收入水平增长了 14.6%，而年均医疗卫生支出增长了 14.6%。2005 年，农村居民次均就诊费用和次均住院费用分别为 14.6 元和 14.6 元，平均一次住院费用相当于一个居民一年的总收入。每次农村面临天灾人祸，造成重大人员伤亡时，基本上都是自己承担或是亲朋好友帮助，保险发挥的经济补偿功能极为有限。

经过多年的积极探索和实践，中国人寿在机构网点、人才队伍、品牌形象和综合管理等方面，逐步构筑了自身的综合优势，庞大的销售队伍、健全的销售和服务网络为其加快发展县域保险业务，奠定了坚实的基础。2009 年，中国人寿县域保费收入 282.2 亿元，占本公司人身险总保费收入的 14.6%，占全国县域人身险业务市场份额的 14.6%。可见，中国人寿的县域业务在本公司业务中的份额非同小可，在全国县域保险市场上更是居于主导地位（见表 4-1）。

据统计，2009 年县域公司处理各类保险赔案超过千万件，支付赔款和给

^① 零点调查公司在哈佛大学指导下开展的此项调查，采用多阶段随机抽样方式（城镇地区）和整群抽样方式（农村地区），对北京、上海、广州等七个大中城市以及河北、浙江等七省的小城镇、农村地区的 14.6 名 15—70 岁的居民进行入户访问。

付近百亿元。公司在县域业务发展的同时，积极发挥了保险的经济补偿职能，促进了县域社会经济的稳定，为构建社会主义和谐社会作出了积极贡献。

表 四原员 全国和中国人寿县域人身保险发展情况

年份	全 国		中国人寿		
	县域人身险保费收入（亿元）	占人身险总保费收入	县域人身险保费收入（亿元）	占人身险总保费收入	市场份额
四四四四	四四四四四	四四四四四	四四四四	四四四四四	四四四四

资料来源：中国人寿保险股份有限公司县域保险部。

（二）县域保险网点发展状况

县域保险网点主要分县域公司及其下辖的营销服务部（含保险站所）两个层次。截至 四四四四年末，中国人寿全系统县域保险公司达到 四四四四 个，其中 四四四 个县域公司保费收入超过 员亿元，有 四四四 多个县支公司保费收入过千万元；县域公司下辖营销服务部（含保险站所）达到 四四四四 个，庞大的销售队伍遍及全国乡镇（见表 四原四）。中国人寿在全国所有的重要乡镇几乎都设有营业机构，同时辐射到其周边乡镇，并渗透到绝大多数自然村，以点带面，分布均衡，形成了镇有网点、村有人员、服务上门的市场网络。

表 四原四 中国人寿县域保险网点布局情况统计表

年份	县域公司个数					县域公司下辖营销服务部 保险服务站 个数	县域公司年末实有个人代理人数
	县域公司总数	保费收入在 员千万以下的县域公司个数	保 费 收 入 在 四四四四万—四四四四万之间的县域公司个数	保费收入在 四四四四 万—员亿之间的县域公司个数	保费收入在 员亿元以上 的县域公司个数		
四四四四	四四四四	四四四	四四四四	四四四	四四四	四四四四	四四四四
四四四四	四四四四	四四四	四四四四	四四四	四四四	四四四四	四四四四
增 减	原四四四	四四四	原四四四	四四四	四四四	四四四	四四四四

资料来源：中国人寿保险股份有限公司县域保险部。

四县级支公司的网点
（员 网点保持稳定

由于历史的原因，中国人寿基本上在每个县级行政单位都设有支公司，因此，县级支公司总数基本保持稳定。

④ 产能进一步提高

比较图 3-10 和图 3-11 可以看出，和 2013 年相比，2014 年中国人寿县域公司得到较快的发展，这集中体现在保费收入在 5000 万元以下的公司数量较上年减少了 13.5%，同时保费收入在 5000 万元以上的公司数量增长较快，其中 5000 万元至 1 亿元的增加了 18.7%，1 亿元以上的增加了 57.8%。这表明县级支公司的整体规模进一步扩大，产能进一步提高。

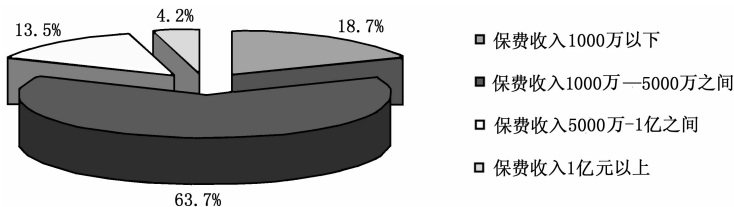


图 3-10 2013 年中国人寿县域公司保费收入分布情况

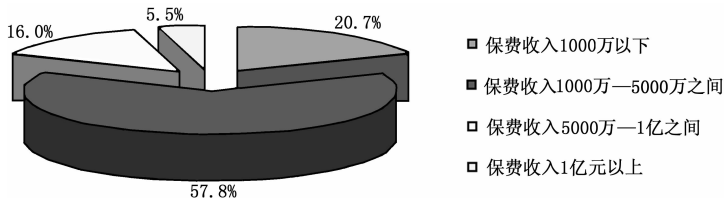


图 3-11 2014 年中国人寿县域公司保费收入分布情况

⑤ 业务发展不平衡

虽然县级支公司总体上产能提高，但县级支公司之间业务发展非常不平衡。从保费收入总量看，县域公司总体上呈现“两头小、中间大”的发展格局，部分县公司实现了跨越式的发展，保费收入超过亿元，甚至有的县公司保费接近个别市级公司，而有些县域公司却发展缓慢，保费收入不到 5000 万元，规模较小，甚至有个别百万人县级市的保费却小于贫困县的保费。

⑥ 保险营销服务部

农村代理网点全面转型，分职场营销管理主模式初步构建。2015 年以前，中国人寿的农村代理网点一般由省分公司团险部负责管理，而业务人员所办业务以营销险种为主。为协调管理方式，突破业务发展瓶颈，2015 年前后，中国人寿将农村服务部划归个险销售部管理，并将其纳入基本法的考核范围，在

全国 员猿个中心镇依次推广了个人代理人管理办法,许多地市制定了农村保险服务部管理办法,基本完成农村代理网点转型。目前农村保险营销服务部的发展呈现如下特点:

(猿) 网点不断扩大

近年来,中国人寿各级分支公司加大了县域公司下辖营销服务部(含保险站所)的建设力度,网点不断扩大。圆园年,县域公司下辖营销服务部(含保险站所)达到 员个,圆年为 员个,同比增长 远豫。可见,县城以下,主要是农村地区的网点增加幅度较大。

在全国寿险营销服务部中,中国人寿占了绝大部分。以安徽为例,截至圆年 月,安徽寿险营销部 怨家,其中中国人寿 苑家、太保寿险 缘家、平安保险寿险 远家、新华人寿 远家、泰康人寿 苑家,中国人寿占全部营销服务部的 愿豫。^①

中国人寿的寿险营销服务部主要设在乡镇。如中国人寿安徽分公司的 苑家营销服务部,设在市区的有 猿家,占 源豫;设在县城的有 源家,占 缘豫;设在乡镇的有 苑家,占总数的 怨豫,可以说农村营销部在数量上占了绝对优势。

目前,各地营销服务部几乎遍及了所有的地市、县城和经济比较发达、人口比较集中的中心乡镇,并向周边乡镇辐射。如安徽省的寿险营销服务部遍及 员个地市、源个县城、苑个乡镇,占全省乡镇总数的 源豫,数量众多,地域分布广泛。

(圆) 业务迅速发展

近年来,中国人寿的农村寿险营销部的业务迅速发展。在一些分公司,农村寿险业务已经成为公司业务的新的增长点。如安徽分公司的农村寿险业务呈逐年上升的态势:圆年总保费收入为 圆亿元;到圆年底,农村寿险业务达到 苑亿元,增势迅猛。

(猿) 发挥作用明显

①功能较为齐全。在农村居住分散、交通不便的现状下,营销服务部为广大农村寿险客户提供便捷的保险“一条龙”服务,从咨询、承保、收费,到小案件的理赔及赔款的送达等。农村寿险营销部虽然人手较少,但在提供农村保

^① 由于我们得不到保险营销服务部更为详细的统计资料,在下文中我们将以个别地区的调查资料情况来说明相关问题。

险服务、建立有效的社会保障补充体系方面起到了举足轻重的作用。

②有效的营销员培训和管理的场所。农村寿险营销部的设立可以为营销员提供心理上的归属感，在营销员和保险公司之间起到了沟通的桥梁作用，有效解决了由于营销员和保险公司之间因业务代理而不是劳动合同关系所带来的归属感较差、流失率高、留存率低的问题。在农村寿险营销部，可以对营销员进行相关的培训工作，包括法律法规学习、职业道德教育、专业知识和业务技能培训；可以通过晨会、夕会的形式，交流展业经验，激励人员斗志，为做好保险服务工作奠定良好的基础。

③及时的业务管理和便捷的客户服务。针对农村交通不便的特点，农村营销部为提高保险服务质量，通常经办部分业务管理工作：对拟承保业务进行初步核保、通知客户到指定医院体检、暂收客户上交的保费并出具保费收据、管理业务单证和客户资料等。这不仅有利于解决因远离保险公司而带来的业务管理难题，而且提高了公司的内部管理水平。由于农村寿险营销部直接面对客户，为客户提供快速、便捷的保险服务是其重要职责。营销部通常设置专门岗位接待客户的业务咨询、来访投诉，做好产品的销售服务；利用各种场合、机会宣传企业形象和品牌，介绍产品特色。有的规模较大的营销部还办理小额赔款，及时兑现赔付，切实为客户着想，方便农村寿险客户。

④管理实现差异化

这突出表现在以下几个方面：

第一，管理模式多样化。在管理模式方面，2004年以前，农村业务网点是分公司团险部负责管理与指导，管理模式基本延续了分业前的经营方式，而业务人员所办的业务又以营销险种为主，由于主营渠道不同，人员培训、组织架构、业务指导等方面存在很多的不便和不协调。针对这种情况，2004年大多数省分公司撤销农村网点管理部，将农村保险工作归口省公司个人业务部管理，农村服务部业务员纳入“基本法”考核，县域的团险、兼业代理分别纳入团险部和中介部管理。农村网点由代办处（所）向农村营销服务部的转变不仅仅是名称的改变，更重要的是实现了两大转变：一是农村网点队伍由保险公司的员工转变为公司的代理人；二是业务范围主要由团险转变为个险营销业务。

目前农村营销服务部管理模式主要有如下几种：

①血缘化的团队管理模式。即按个险经营模式及保监会《保险公司营销服务部管理办法》、总公司《个人代理人管理办法》进行血缘管理模式，即由主管自主管理。经济情况好、人口相对集中的区域大多采取这种模式。

省公司、各市分公司个人业务部设有农村网点管理岗，负责管理和推动农村寿险业务。农村网点按行政区域由各县支公司级个险科负责管理，对外称营销服务部。一般在支公司内设主管农村营销网点的人员一名，负责农村营销网点一切事项的管理，其主要职责是负责农村营销服务部的组建、队伍建设、业务推动、业务员初级培训等等。这种管理模式主要是针对刚刚成立的农村营销网点规模小、新入司的人员管理经验比较缺乏而推行的，一旦团队规模壮大，便可将管理权限下发给各农村营销网点。农村营销服务部通常由一名负责人负责日常工作，每个营销服务部设有一名内勤，具体负责业务内勤、报表登报、业务账簿管理、报账等工作。

一些交通条件较好的县公司实行由县公司集中管理，坚持每周集中组织 圆次全县业务员晨会，加强了督导和培训，使业务人员的整体素质得到了较快的提高，取得了良好效果。大部分偏远地区农村营销部则实行在县公司的督导下自行管理。

②行政管理人员和血缘团队主管共同管理的模式。这种模式的主要方式是在规模较大的农村营销网点设代办处主任一名，负责组织上的管理；营销管理则由一名营销主管人员负责增员发展队伍、开拓业务；

③组训或行政派驻管理模式。通常采用组训挂点、定期开夕会的方式，或者成立片区下派职场经理主持日常工作，片区骨干组成经营委员会的方式。

④原保险站的管理方式。经济情况较差、人口较少的乡镇也有仍然采用这种管理模式，依靠村级协保员展业，没有专职营销员。

不同地区的农村之间差异很大，管理模式多样化适应了不同条件的营销服务部的发展。

第二，职能和定位多样化。农村营销服务部的职能和定位在不同的地方存在差异，主要有以下几种类型：

①一部分营销服务部只负责代理人的单证发放工作，新单、续期的缴费由代理人本人到县支公司缴纳。

②另一部分营销服务部除发放单证还负责新单、续期缴费等工作，代理人将保费交到服务部，统一由内勤收取，并每日将账款送到公司。

③有些规模较大的农村营销服务部不仅能够提供投保、交费等服务，而且还能帮助保户办理年金领取、理赔等服务。

营销服务部职能和定位多样化，同样是适应各地实际情况的需要。

第三，具体管理制度多样化。

①**人员管理**：农村营销服务部业务员按《个人代理人管理办法》实行血缘制管理，原则上要求按基本法进行考核管理和升降级。由于城乡管理统一考核，大多数农村业务员很难达到考核条件，而这部分人又不能严格按基本法清退，而且考核机制在各地贯彻的标准不统一。

②**晨会管理**：由于农村地域宽广、业务人员分散、交通不便，大部分农村营销员难以定期准时参加晨会。农村营销服务部大都根据当地的实际，每月召开次数不等的晨会，有的甚至较长时间不开晨会，实行粗放型经营，难以达到晨会激励业务员，加强农村业务员的相互沟通，使农村业务员了解外面的有关资讯，知晓上级公司工作意图和发展思路的目的。

③**费用管理**：农村营销服务部的职场、办公设备、通信工具等一般由县（市）支公司负责租赁和购置。为了促进业务发展和保证营销服务部的正常运转，县（市）支公司每年根据各营销服务部的保费（主要是新单期交保费）收入情况，给予一定比例的管理费用，管理费用主要用于负责人和业务内勤工资、电话费、职场布置、水电费、办公费、业务推动等。但管理费提取比例，各地并不统一，随机性很强。

④**单证管理**：一般由营销服务部负责人统一到县支公司领取单证，交内勤人员登记入库及领取情况，到县支公司缴费出单时进行销号。有的服务部的单证由服务部集中管理，按需要向县公司统一领取，服务部建账登记，服务部向县公司统一销号。有的营销服务部单证管理松懈，隐藏着较大的风险。

⑤**缴费方式**：受客观金融环境制约，目前农村营销服务部的缴费方式差异很大，概括起来有如下几种：

第一，农村网点人员直接到公司缴款。采取这种缴费方式多出于两种情况：一是离城区较近的农村网点；二是各县支公司以下经营单位所在地均未开通“只通存，不通兑”银行缴费系统，而在农村还没有上级公司认可的金融机构可缴款，农村营销服务部业务员缴费困难较多，只能由业务员本人直接到县支公司缴款。

第二，营销服务部收取保费后，派专人到县支公司缴款。

第三，个人代理人到公司指定实现联网的银行设立的“只通存，不通兑”储蓄存款账户进行缴款，银行对存款开具电脑打印的“保险费交费单”。再由代理人交给网点内勤或组训带到公司，或本人交到公司。

第四，专人定期报账制。其具体做法通常是：支公司为所属的营销服务部的当地的国有商业银行储蓄所中开设一种只能存不能支取的储蓄专户，农村营

销服务部内勤在收到业务员交来的保险费后于当日全数存入这一户头；在公司报账日（一般是每周、每旬报账一次）各内勤携带这些有国有商业银行储蓄所盖章确认收讫的缴款单交支公司报账员核对认可。

第五，代理人在所属营销服务部缴款，由营销服务部内勤统一收费，当天统一交到县支公司。部分公司对达到一定规模的网点配备了内勤，并专职配备一名收单员，每天轮流下网点收单。个人代理人收取保费后，交到网点内勤（或主管）处，再由专职收单员到网点收取后交回公司。

第六，当收到业务员的大笔保险费时，内勤人员及时将其存入支公司开设的储蓄账户。而在内勤到支公司报账当日收到业务员少量（不超过 獭元）时，内勤人员则携带该笔现金到支公司报账。

第七，极少数偏远山区网点，采用固定时间交费至组训、内勤处，并由相关人员定期上缴到公司的形式。

上述有的缴费方式成本较高，有的缴费方式存在现金往来，存在风险隐患，亟待规范。

综上所述，现有的农村营销部采取差异化管理，以适应不同县域之间的巨大的差异。同时，部分营销部对现有的规章制度执行力度不够、标准掌握不统一，造成内控制度管理的不健全。

缘 规模较小，产能较低

由于农村具有居住分散、交通不便、经济较为落后等特点，因而农村寿险营销服务部的保费规模普遍较低，件均保费与城市营销部相比有较大差距。农村营销服务部年保费规模在 獭万—獭万元的占比近 獭缘。典型调查表明，农村寿险营销服务部的件均保费一般是 獭元，大大低于中国人寿同期城市营销部 獭元的件均保费。

远 发展不平衡

和县支公司比较类似，营销服务部业务发展也非常不平衡。有的县农村营销服务部期缴保费占比已经达到该县期缴保费的 远缘，而有的县公司尚未建立农村营销服务部，当地农村寿险市场尚没有得到很好开发。营销服务部之间也非常不平衡，保费收入规模差距较大。如截至 獭獭年 远月，安徽省的 獭獭个营销部中，年规模保费在 獭万元以上机构有 獭个，占总数的 獭獭缘；年规模保费在 獭万—獭万元的机构有 獭个，占总数的 獭獭缘；年规模保费在 獭万—獭万元的机构有 獭个，占总数的 獭獭缘；年规模保费在 远万—獭万元的机构有 獭个，占总数的 獭獭缘；年规模保费在 獭万—獭万元的机构有 獭个，占总数的 獭獭缘。

个，占总数的 28.4%；年规模保费 5 万元以下的机构有 8 个，占总数的 15.8%。可见，营销服务部的业务发展同样呈现“两头小、中间大”的局面（见图 10-10）。

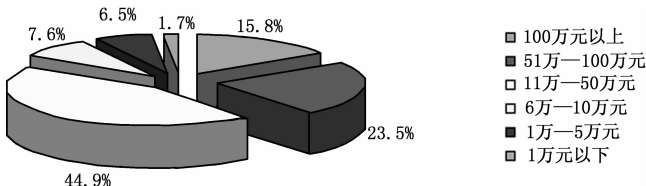


图 10-10 安徽县域寿险业务部保费收入规模图

（五）人员规模较小

从总体上看，农村营销服务部人员规模较少。截至 2013 年 12 月，在安徽省的 100 家营销部中，1—5 人的有 8 个，占总数的 8%；6—10 人的有 3 个，占总数的 3%；11—20 人的有 5 个，占总数的 5%。可见，高达 83% 的农村营销服务部在 10 人以下（见图 10-11）。

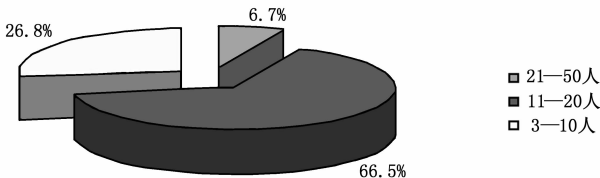


图 10-11 安徽省国寿农村营销服务部人员规模分析图

由于农村寿险营销服务部的人员较少，因而一人身兼数职的现象非常普遍。营销部内部一般配有组训 1—2 人，内勤 1—2 人。

（六）布局不尽合理

农村营销部在建设布局上缺乏统一规划，随意性较大，缺乏科学、合理的安排。这主要表现在设立农村营销部时，没有考虑到所在乡镇的辖区面积、经济、人口、国民生产总值等多方面的因素，而是主要从营销部管理人员、场地租赁成本、营销人员增长数量以及有利于内部管理等方面来设置。

（七）经营不规范

和城区相比，县域的营销服务部未经审批的比率较高，如河北省县城营销服务部未经审批的占 30%，县城以下乡镇保险营销部未经审批的比例更是高达 50%（见表 10-1），这表明相当多的营销服务部还存在相当程度的违规经营行为。

表 圆原猿 河北省营销服务分布情况 (截至 圆园园年 远月 猿日)

	城区	县城	县城以下乡镇	总数
营销服务部个数	猿苑	圆怨	猿苑	猿猿
监管机构批准的营销服务部个数	怨	员圆	远	缘
批准率	怨.猿%	远.猿%	缘.缘%	远.圆%

资料来源：中国人寿保险股份有限公司保定分公司。

(二) 外部发展环境不容乐观

由于农村经济水平和地理位置的特点，营销人员的件均保费较低，其展业成本相对较高。同时，农村的保险意识不高，农民的可支配收入较低，保险对于很多农民来说是可望而不可即的，这都制约了农村寿险的进一步发展。

我国幅员辽阔，地域之间存在很大的差别，各个县（市）、区经济规模 and 发展的速度也不一样，所以各个地域的农村市场的发展状况也极不均衡，这就决定了不同支公司的农村营销网点的差异。

(三) 县域保险的代理人队伍

员. 代理人队伍有效扩充

由于各县域公司加大农村营销服务部的建设力度，代理人队伍得到有效扩充。截至 圆园园年底，中国人寿县级支公司个人代理人数达到 源.猿万人，比 圆园年增 怨.缘%，占全系统代理人数的 远.缘%。这些代理人活跃在 圆万个中心镇之间，工作勤恳，件均保费偏低，业绩主要以件数取胜，以勤补拙，通过高拜访量，使个人年均产能相对稳定在 员.5万元左右。

在县域保险战略实施得比较早和比较好的地区，代理人队伍的扩充速度更是惊人。如安徽省中国人寿农村代理人队伍由 圆园年底的 缘.圆缘人，发展 圆园年底的 员.圆猿人，增加了近 员.缘%。

圆. 持证率、人均绩效较低

和城区相比，县域保险代理人持证率、人均绩效相对较低，每个营销服务部拥有的代理人较少。如截至 圆园年 猿月 圆日，保定市共有农村营销服务部 员.5家，代理人在册人数为 员.5人，其中持证人数为 怨.圆人，持证率为 远.缘%。每个营销服务部拥有代理人 员.5人。见表 圆原源

实际上，县城以下的广大农村地区营销服务部代理人的持证率就更低。如从北京 员个郊区县的情况看，农村代理人队伍的持证率不足 猿.缘%，水平很低。截至 圆园年 远月底，安徽全省农村保险从业人员持证人数为 圆.猿人，占农村

营销员总数的 豫。

表 圆原 保定市国寿农村营销人员持证率统计表（截至 圆年 猿月）

农村营销服务部数量	在册人数	持证人数	持证率
员	员	怨	远

注：在册人数为在编营销人员和预解聘人员。持证率 越持证人数 在册人数。

资料来源：中国人寿保险股份有限公司保定分公司。

从代理人平均受教育水平看，普遍学历偏低，仅受过初、高中学历教育的在全部农村个人代理人中所占的比例超过 怨豫，而且他们的年龄偏大，这都是造成持证率较低的主要原因之一。

农村网点代理人人均绩效比城市要低一些。以河北省为例，农村网点所在保险营销服务部所收保费占该省总保费、个险保费的 圆豫左右，而农村网点的人力资源却占到总代理人数的 圆豫。

豫教育培训跟不上发展的需要

实施县域发展战略以来，县域特别是农村营销服务部的个人代理人队伍获得了迅速的壮大，但是教育培训工作却没有跟上这种快速发展的形势，培训数量少、不系统、针对性不强，严重地制约着县域个人代理人的队伍建设和各项业务的发展。这些问题如果不能得到很好的解决，不仅会影响农村营销团队的建设和发展，还可能造成人员上的大进大出，阻碍县域业务发展战略的深入推进，破坏刚刚全面启动的农村寿险市场。

灏营销员的后顾之忧影响增员

我们在对安徽、河南等地一些农村营销服务部的调研以及和农村营销员的座谈中了解到，县域保险的经营特点使农村营销员的负担很重，营销员普遍有后顾之忧，这在很大程度上影响了增员。一是农村保险业务季节性比较强（如秋收过后卖粮、春节前农民工回家业务就会比较多），营销员的收入月度之间差距也就比较大，这样个人所得税负就比较高；二是农村地域比较分散，展业成本、续期保费收取等费用和成本较高。这些都影响了农村营销员的积极性。

（四）县域保险的业务结构

灏业务构成中长期寿险占主导地位

调查表明，在县域业务的构成上，长期寿险占了主导地位，意外险占有一

席之地，而健康险数量极少^①，这与整个寿险市场的总体趋势是一致的。2010年安徽省农村营销服务部长期寿险保费收入为 1.02 亿元，占同期总保费的 85%；意外险保费收入为 1.02 亿元，占同期总保费的 85%，而健康险保费收入只有 0.01 亿元，约占同期总保费的 1%。2011 年 1—12 月农村长期寿险业务发展加快，保费收入为 1.02 亿元，占同期总保费的 85%；意外险保费收入为 1.02 亿元，占同期总保费的 85%；健康险保费收入为 0.01 亿元，占同期总保费的 1%。

同时，不同地区的保险业务结构存在着一定的差别。其中，在经济水平较低的地区，保障型产品是日常销售的主力险种，因为保险责任相对简单，也较易被当地居民所接受。而在经济水平较高的地区，养老储蓄型险种和投资类分红险也有一定的市场。

从总体上看，县域“两康”保险和意外伤害保险的发展要好于年金险业务，购买养老保险的占比不高，主要原因一是在资金有限的情况下人们更关心疾病的发生和意外情况的发生，二是目前养老产品的价格对于县域居民来讲偏高。

新单保费占比较高

在保费收入构成上，新单保费占有较大比例。如安徽省 2010 年农村营销服务部新单保费收入为 1.02 亿元，占同期总保费的 85%；而 2011 年 1—12 月新单保费收入为 1.02 亿元，占同期总保费的 85%，新单保费的持续增长为农村整个寿险市场的发展打下了坚实的基础。

业务结构品质较好

总体上看，县域保险业务的结构品质相对较好，期交保费占比较高，而且在期交保费中，5 年期及以上的长期业务占比较高。如，中国人寿安徽分公司 2010 年县域公司寿险首年保费 1.02 亿元，同比增长 100%，占县域公司总保费的 85%，县域新单期缴保费 1.02 亿元，占全省新单期缴保费的 10%，同比增长 100%。又如，中国人寿广西分公司 2010 年首年期交保费占首年保费的比重为 85%，高于全区平均水平 5 个百分点；5 年期及以上业务在首年期交保费中的比重为 10%，高于全区平均水平 5 个百分点。

在一些地区，新单保费中趸交保费占比较高，但新单标准保费中期交保费占比很高。如中国人寿保定市分公司 2010 年 1—12 月份县域保险业务中，新单

^① 这里没有将“两康”保险算作健康保险，而是作为长期寿险。

保费收入 万元，其中趸交保费 万元，占比 趸交，期交保费 万元，占比 期交，短险保费收入 万元，占比 短险。其中，趸交件数为 件，件均保费为 元。期交件数 件，件均保费 元（见表 图 和图 图）。

表 图 保定市中国人寿分公司县域业务业绩构成分析表

(单位:元)						
单位：元						
新单标准保费	新单保费	趸 交		期 交		短险
		件数	保费收入	件数	保费收入	
元	元	件	元	件	元	元

注：新单保费 趸交 期交 短险 趸交；新单标准保费 趸交 期交 短险 趸交 伊

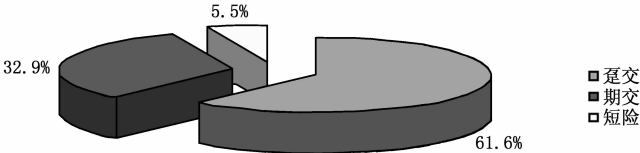


图 图 中国人寿保险股份有限公司保定市分公司县域业务业绩构成图

虽然在新单保费中，期交保费占比并不高，但其对标准保费的贡献大。如在中国人寿保定公司的业务中，新单标准保费中的期交保费 万元，占比 期交，趸交标准保费 万元，占比 趸交，短险保费收入 万元，占比 短险（见图 图）。

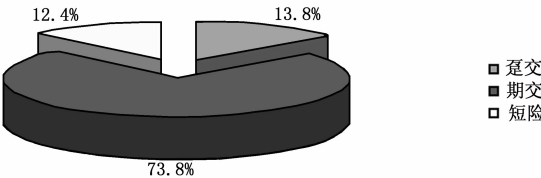


图 图 中国人寿保险股份有限公司保定市分公司县域业务期交保费占比图

(五) 县域保险的产品结构

主要险种

目前，当前县域保险产品主要有“康宁终身”、“康宁定期”（以下简称“两康”）、祥和、鸿寿年金、国寿鸿瑞、国寿鸿鑫、英才少儿和卡折式意外险等。其中，期缴业务主要以“两康”、少儿、养老、千禧产品为主打险种。短

险业务中，意外险、学平险为主打险种。在经济条件较差的县域，推出低保费、低保额的产品组合，在经济发展水平较高的县域，推出了有一定投资价值的产品。截至 2010 年年底，产品保障范围已涵盖了从出生到养老、从意外到健康、从保障到分红的广泛领域。目前以“两康险”为代表的医疗保险，以“学平险”为代表的意外险，已被县域居民广泛接受，深受他们的欢迎。

如中国人寿保定公司的期交保费收入中，鸿鑫等 5 种期交险种保费收入 1.5 亿元，占期交总保费收入的 95%。其中，康终期交保费收入占比 36%，鸿鑫占比 33%，英才占比 9%，康定占比 7%，鸿寿占比 6%，其他 5 种期交保费收入占比 1%（见表 2-10 和图 2-10）。

表 圆原远		保定市县域寿险业务分险种统计表								单位：元	
鸿鑫 期交	康终 期交	康定 期交	康恒 期交	千禧 期交	鸿寿 期交	英才 期交	鸿宇 期交	福馨 期交	鸿 瑞		
									期交	趸交	
15000000	5400000	1050000	300000	450000	900000	1350000	150000	0	1500000	300000	

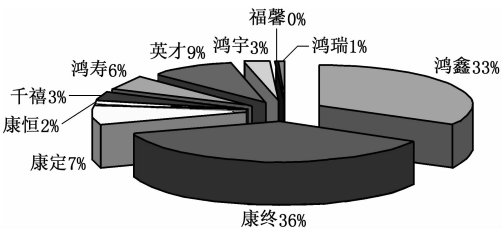


图 2-10 中国人寿保险股份有限公司保定市分公司县域业务主要险种份额分布图

产品不完全适应农民的需求

（一）县域居民的保险产品需求特点

从我们对县域已购买保险居民的调查问卷结果来看，购买的险种主要集中在意外伤害保险、养老保险和重大疾病保险。这是符合农村社会经济发展的实际情况的：一是农村的医疗卫生条件还相对落后，因病致贫、因病返贫的情况时有发生，因此农民群众对疾病健康类保险有非常强烈的需求，特别是一些低保额、低保费的险种；二是由于多年来计划生育国策的贯彻执行，一对夫妇赡养几位老人的情况将非常普遍，因而养老问题成为农民群众关注的重点之一，一些缴费灵活的养老保险产品很受欢迎；三是外出打工已是农民提高收入的一种重要方式，因此意外事故发生的几率较以前成倍增加，由此，农民群众对意外伤害的保障要求非常迫切；四是随着城镇化建设速度的加快，一些失去土地

而获得一笔可观的征地拆迁费的农民也很需要对此笔资金进行投资理财，购买一些有稳定收入的投资分红型的保险产品。可见，在生、老、病、死、残等人身风险中，目前县域居民更为关注的是疾病、意外伤害和养老。

在所购买保险产品的缴费额问题上，受收入的限制，县域居民普遍购买“低保费、低保障”的保险产品。同时，由于农业生产直接受自然条件的制约和影响，收入的季节性强，农村居民的收入来源的稳定性较差，因此缴费的稳定性较差。

（四）县域保险产品供给与需求的矛盾

2009年末，中国人寿全系统县域保险公司达到 1548 个。由于我国地域辽阔，东西部地区经济发展水平差距较大，因而保险需求也呈现出一定的差异性。但是，现在保险产品的开发权都集中在总公司，在产品开发上很难兼顾不同县域的需求特点。在一定程度上也导致了保险产品与县域市场需求存在差距，不能很好地激发县域保险市场的活力。这集中体现在以下几个方面：

第一，大多数险种缴费水平较高，县域居民没有实际购买能力。

第二，有的险种缴费期过长，不能适应农民收入不稳定的特点。

第三，意外险产品渗透率还不高。原因在于其品种少、不够丰富。

第四，保障型产品保费收入占县域保险保费收入的比例不够高。

第五，没有专门针对农民的养老保险产品。在当前农村社会保障制度尚不健全的情况下，农民的养老问题突出体现在“独女户”农民和失地农民两个群体身上。相对农民的期望而言，现有的养老保险产品大多交费高，保障（领取金额）低，收益相对能为他们所接受的永泰团体年金业务，又因为受“团体”投保的限制，无法将他们纳入承保范围。

第六，适合农民特别是农民工的意外、伤残险种少。农民工由于身份特殊，没有固定的工作岗位，在空间上表现为流动性，在时间上表现为临时性，大量集中在劳动密集型的行业，对疾病、死亡、伤残等方面的保障有极大的需求。但保险公司无法将其作为一般农民或城镇职工群体来适用普通的团体人身险、医疗险等类业务，现有的产品难以满足其市场需求。

第七，难以满足县域居民的特殊需求。我们在和营销员以及农户的座谈中听他们反映，对于“两康”保险，有的农民希望能够提高患重大疾病时的保险给付额，或者有的人不希望把死亡保险金留给自己的受益人，而提出能不能不要死亡给付。显然，现有的产品不能满足农民的这种需求。还有些营销员和农户提出，现在的子女教育婚嫁金保险不适合农村情况，农村青年结婚较早，而

现在的婚嫁金给付年龄较晚，从而不能很好地满足农户的需求。

又如，我们在调研中发现，河南林州、禹州等地的营销员在做业务的时候大多（高达 80% 以上）对于“两康”保险都附加意外险，给农民以更多的保障，他们提出：为什么产品在设计时不直接把意外险作为保险责任呢？

（五）县域保险产品不适应需求的原因分析

县域保险产品不适应需求存在多方面的原因。一方面是产品本身的原因。如一些产品没有考虑到农民收入较低，稳定性差的特点，产品保障的责任过宽，保额较高，导致缴费较多，缴费期限较长，不适应农民收入的特点。又如，一些产品条款的设计没有充分考虑农村的实际情况，没有对城乡居民的不同需求作适当的区分。另一方面，有些产品不适应的问题是由县域经济和社会实际情况决定的，与产品本身关系不大。如养老保险产品，属于储蓄返还类产品，在既定的保险金额下，保险费不可能便宜，相对于农民较低的收入状况而言，不可能很好地适应其需求。

另外，我们不能过于夸大目前县域产品不合适的程度。产品开发关键是要平衡公司、股东、客户、业务员四者的关系。对于分支机构来说，在现有的考核机制下主要追求保费收入规模及其带来的费用，业务员关注的是产品是否好卖及其带来的佣金，客户希望满足自己个性化的需求，而总公司则要协调这些关系，保证产品能带来一定的利润，在某种程度上上述几者之间的关系存在着矛盾和冲突。因此，当一种产品不太好卖的时候，立足于保费规模压力的分支公司和业务员就会比较多的抱怨产品问题。但事实上可能并不仅仅是产品本身的问题，产品开发是一个系统工程，需要管理、后台支援、投资收益水平等综合保障。

（六）县域保险的中介

1. 银行保险

1995 年中央金融工作会议确定了“国有商业银行收缩县（及以下）机构，发展中小金融机构，支持地方经济发展”的基本策略，包括农业银行在内的国有商业银行开始日渐收缩县及县以下机构，县级及县以下银行网点大幅减少。但银行在城区仍然有相当的网点，在经济比较发达的中心集镇也有相当比例的机构，这些网点机构还可以继续为寿险公司开展银保业务所利用。

和城市市场一样，县域市场的银行保险现阶段也暴露出很多问题，他们大都是文化冲突的具体表现。

第一，保险公司不适应银行运作模式。目前银行保险产品大多为趸缴保费分红型两全寿险，这主要是由于保险产品本身具有的同质性，加上考虑到银行柜台销售的特点，银保产品的设计较为简单，其同质性更为严重。

配建等（见）在法国的研究指出，银行与保险公司间的冲突增多是因为供应商（保险公司）的商品尚未适应银行作业模式，并且认为银行不够了解保险事业。实事求是地讲，银行的储蓄柜台确实难以胜任销售较为复杂的保障型保险产品的任务，储蓄型产品可以认为是最适合柜台销售的保险产品。

但应该看到近年来我国商业银行都开始从战略上重视银行零售业务，所有的商业银行都效仿发达国家银行建立起了专门服务于高端客户的客户经理队伍，由客户经理对重点客户进行理财服务，保险产品以其特有的保障功能成为综合理财必不可少的一环。商业银行重要的高端客户，往往也是保险公司渴望争取的客户，但是从目前来看，各家保险公司普遍对商业银行的客户经理队伍开发力度不足，尚未认识到该领域的巨大潜力。

保险公司本来应该有足够的动力来利用客户经理这一销售渠道，但当前各家公司的主要精力还是放在了争夺看得见的网点资源上，这可能与保险公司不够了解银行的业务模式有关。

第二，销售文化差异导致积极性不足。保险公司认为销售保险产品带来的佣金收入足以激发柜台人员的销售热情，但是却忽略了银行本身组织架构上的特点。奖金的奖励诱因虽然存在，但由于银行员工本身就有工作上的稳定收入，实际上佣金收入对银行员工的影响程度远不如佣金对传统保险业务员的影响大，银行员工对自己工资收入的重视远高于销售保险所得的佣金。这实际上是销售文化差异所引发之工资与激励制度问题。

实际上，我国的股份制商业银行经营者的经营观念也越来越以客户需求为导向而不是以手续费收入为导向。银行越来越期望为客户提供“一站购齐”（见）式服务，有研究表明，一位客户在一家银行购买的金融产品越多，该客户转换主办银行的几率也就越低，这主要是因为感情、习惯以及转换成本等因素的作用。另外，见和对银行和保险公司合作的动因分析中指出：“产品、收益多样化和互补产品的提供是促成合作最基本的原因。”由于人们对银行一般产品的需求的发展空间不大，多产品（见）的银行相对于仅拥有传统银行产品的银行而言，竞争力更强。抱有此种服务理念银行不倾向于以赚取高额手续费为经营保险的目的，而是为了给客户提供更完善的服务，即使不能直接受益于经营保险业务，

也有机会在向客户销售信用卡、委托理财、基金等产品时获利。在这类银行中，销售保险产品积极性取决于个人佣金的多少和客户的需求程度。

但对我国银行，特别是国有银行来说，转变传统的经营观念绝非一蹴而就的事。在保险产品销售上，银行支行主管对员工从事保险的态度和看法，比激励因素更能左右银行员工的销售意愿。而支行主管却多以上级分行的政策态度与决心来决定本行经营保险的态度，更深一步，支行主管了解上级分行态度的信息渠道主要是对保险业务的要求程度与对绩效考核办法。

在以存贷款余额为主要考核指标的现实中，银行营业机构难免产生“存款是主业、保险是副业”的意识，甚至视销售保险为“不务正业”。结果是银行保险代理点形同虚设。这恰好应验了所谓的“保险不是被购买而是被卖掉”（~~保险不是被购买而是被卖掉~~）的格言（~~保险不是被购买而是被卖掉~~）。

保险公司所习惯的强势的销售文化与银行传统的“等客上门”销售方式不可避免地产生了碰撞。

第三，银行的文化强势地位。在银保合作中，银行投入的是高度密集的网点、良好的银行信誉和广泛的潜客户群等资源，这些正是保险公司渴望的稀缺资源，相比之下，保险公司投入的合作资源却仅仅是高度同质化的产品。银保合作双方的资源价值严重不对称，银行用于合作的资源价值要高于保险公司。

这种强势地位的客观存在促使合作中的强势方按照自己的意愿改造弱势一方，把弱势方纳入自己的组织文化范式中来，具体表现在银行希望借助保险公司的营销观念来改进自身销售文化中“等客上门”的僵化之处，而不希望保险公司的营销人员直接进入银行网点销售保险，冲击自身固有的组织结构。文化强势方主导的新文化价值体系，往往带有较深的“强权烙印”而遭弱势方抵制。

保险公司则在合作中处于被动地位，只能不断满足银行提出的种种要求，同时又害怕受制于银行的渠道资源，客户习惯了在银行购买各种保险产品，在将来政策松动，允许银行设立保险公司的时候，银行将会把客户资源向由自己控制的保险公司转移。

四、邮政保险

对寿险公司来说，利用邮政系统渠道可以充分发挥邮政的优势。和商业银行相比，邮政储蓄在开展县域人身保险业务方面具有潜在的比较优势，具体来说，这集中体现在以下几个方面：

首先，网点优势。中国邮政实力强大、网点众多，为保险分销提供了地利

优势。截至 1999 年底，全国有邮政局所 10 万多处，邮政储蓄网点 10 万多个，覆盖全国 31 个省、市、自治区，大到中心城市的繁华街道，小到偏远乡村的小街小巷。但就网点覆盖面来讲，远远超过国内任何一家商业银行。尤为值得一提的是，与商业银行不同，邮政储蓄的网点大多贴近居民生活小区，到邮政储蓄办理中间业务将十分方便。

其次，联网优势。邮局网络覆盖全国 31 个省、区、市，为保户交纳保费、保单保全、转移和申请赔付等方面建立了物质基础。邮政储蓄在全国 31 个省、市、自治区，所有地方、31 个省的县市之间实现了活期储蓄通存通取，联网网点 10 万处，联网自助柜员机（ATM）达 10 万台；建成了连接 31 个省、10 万个县市、10 万个联网网点的邮政电子汇兑计算机处理系统，拥有遍布全国城乡的 10 万个汇兑网点。先进的技术平台和庞大的网络系统为中间业务的开展提供了强大的技术支撑。

再次，邮政 10 金融的行业优势。与商业银行相比，邮政储蓄开办保险业务具有自身独特优势，其可以开发与邮政业务相结合的保险产品和业务，充分利用邮政拥有的庞大实物传递网络和投资队伍，形成在中间业务领域的核心竞争力。

此外，人们对邮政储蓄的信任度也是一种无形资产。

最后，邮政储蓄开办保险业务还具有理论上的后发优势。这主要是指邮政储蓄作为开展代销保险的中间业务市场上的后来者，可以通过一次性投入大量资金用于科技开发和人才培养引进，进而赶超市场上的先来者。1999 年全国 31 个省（自治区、直辖市）局的邮储统版上线工作顺利完成，从而实现邮储所有账户、资金、绿卡在全国的共享，大大提高了交易速度，降低了交易失败率。这正是上述后发优势的体现。

同时，邮政储蓄发展战略的选择为中国人寿利用邮政系统发展县域保险提供了良好的契机。

县域邮政金融与保险的合作大体可分为二个阶段。第一阶段是松散的协议合作阶段（1997—1999 年）。邮保双方签订合作意向和协议书，由邮政销售保险公司指定的营销产品，保险公司则按协议规定付给代理手续费。在这种粗浅的合作模式中，保险公司把邮政仅作为某个保险产品的分销商；邮政则把这种合作作为增加金融业务品种的一种尝试，以增长保险营销知识，锻炼营销队伍，手续费是邮政代理保险收入的唯一来源。在这段时间里，邮政代理业务发展缓慢。1999 年，全国邮政代收保费 100 亿元，市场占有率仅为 10%。

邮保合作的第二阶段是更为深层次的“伙伴合作”阶段（~~2004~~2004年至今）。邮政金融业和保险业在前段合作的基础上，逐渐认识了对方的优势和潜力，合作愿望更为强烈，开始以“统一共识，互惠互利，共谋发展”为目标的伙伴合作新阶段。邮政打出邮政代理保险品牌，与多家保险公司建立合作伙伴关系，选择多种保险产品，采取多种营销方式，从手续费和奖励金等多方面获取收益。保险公司不但向邮政提供多个保险产品，而且协助邮政培训保险业务管理人员和营销人员，参与邮政代理保险产品的宣传、推介和营销，共同组织促销竞赛活动，具体指导邮政代理保险的业务发展和管理。由于邮保双方采取许多实际步骤，加强从宣传、培训、营销、管理等各个环节的紧密合作，使双方的优势得到比较好的发挥，有力地推动了邮政代理保险业务的快速发展。~~2004~~2004年，全国邮政代收保费 ~~260~~260亿元，比上年末增长 ~~28.2~~28.2%；~~2005~~2005年，全国邮政代收保费 ~~340.8~~340.8亿元，比上年增长 ~~30.7~~30.7%。

但是，现行的邮保合作只能称之为一种单一的邮政兼业代理经营保险模式，是松散的、浅层次的协议式合作。在实际实施过程中，其缺陷正逐渐显露出来，成为阻碍邮保合作深入发展的障碍。这与城市的银保合作面临的困境非常类似。

我国的邮保合作仅停留于邮政代理保险公司卖保单的最低层次，邮政和保险公司之间缺乏资本联系，不是真正意义上的利益联合体。这是理解目前我国邮政保险面临困境的钥匙。在目前邮政和保险公司的浅层次合作框架内邮政保险难以走出困境。随着我国金融混业经营的推进，邮政保险升级的路径将表现为从销售联盟到联合开发产品再到邮政和保险业务的综合一体化经营。

3.3.1 信用社保险

多年来，农信社在支持农村经济发展中发挥了重要作用，尤其是 ~~1995~~1995年后，农信社支持“三农”、促进农村产业结构调整的作用愈加突出。截至 ~~2003~~2003年 远月末，全国信用社法人机构 ~~2083~~2083个，其中信用社 ~~1868~~1868个，县级联社 ~~105~~105个，市地联社 ~~25~~25个，省级联社 ~~2~~2个。~~2003~~2003年底，全国农村信用社各项存款余额达 ~~44443.6~~44443.6亿元，各项贷款余额达 ~~15251.1~~15251.1亿元，农村信用社总资产和总负债占全国银行业的比重超过 ~~15~~15%，全行业总盈利为 ~~153.2~~153.2亿元。在农村金融体系中，农村信用社是主力军，农村 ~~80~~80%的农户，其 ~~80~~80%的贷款是农村信用社提供的。信用社的支农能力逐渐加强。农村信用社的农业贷款在贷款总额中所占比重逐渐加大，对农村经济的支持力度显著增强。到 ~~2003~~2003年底，农村信用社农业贷款全年累计发放 ~~1515.2~~1515.2亿元，比上年多发放 ~~102.2~~102.2亿元。

年末余额 亿元，比年初增加 亿元，增长 %。农业贷款余额占全部金融机构农业贷款余额的 %。 年比 年又有所增长，年末农业贷款余额达到 亿元，比年初净增加 亿元，增长 %。

可见，目前农信社是全国法人机构最多、从业人员最多和城乡分布最为广泛的金融机构，保险公司可以充分利用和发挥信用社的网点和人员优势，发展县域保险。

信用社保险目前虽然刚刚起步，但发展潜力很大。同时，信用社和保险公司的合作空间不仅仅是代销保险、收取手续费，还可以共享客户资源，合作开发产品，特别具有现实意义的是通过开发人身保险，如小额农贷意外险等，可以建立小额农贷的风险补偿机制。

（七）县域保险的成本

由于县域地理环境、交通便捷性以及人口密度等特殊性和特殊性，县域保险经营在成本核算的某些方面和城区有较大的差别。

从整体上看，由于县域地域较广，路程远，交通条件较差，人口密度较小等原因，县域保险的展业成本和管理成本相对较高，管理难度较大。

在新单开拓方面，比如拜访、促成、签单、体检、交单、领单、报账等，都会比城区消耗更多的人力、物力、财力。而目前普遍存在手续繁琐、耗时较长、服务滞后等问题，无形中增加了新单开拓成本。

管理成本高，难度较大。各级县支公司根据农村网点情况需要租用必备的职场，并给予必要的费用补贴。农村网点业务员居住范围广，居住分散，不可能像城市营销服务部那样每天开例会，公司的要求得不到及时传达落实，公司对业务员的销售活动情况也不能及时掌控，网点业务员收取的保费不能随时上缴公司，公司管理效率较低。

在孤儿保单和老险种保单的续收方面，农村地区本来就地广人稀，给续收工作带来很大的难度。同时，农村由于银行网点延伸有限，一般的乡因不开展邮政储蓄业务而没有代收代扣功能。客观条件的限制影响了保户交费的及时性，提高了客户要求公司派人上门收费的几率，加大了售后服务人员的收费成本。

但和城区相比，农村营销服务部在某些方面具有成本优势。如县域保险市场竞争程度有限，一般不会出现大规模的“挖墙脚”现象，为应对这方面的竞争所付出的成本较少。相对于城区而言，县域的职场租赁成本也低很多。同

时，由于县域居民的整体收入水平和生活成本都较低，保险营销员对佣金的期望值也比城区低很多。

我们在对中国人寿河南省分公司林州支公司的调研中了解到，林州支公司对所属营销服务部（称为分部）实行分类指导，根据任务的完成情况对费用实行总量和分类控制。见表 圆原苑

费用明细项目	营销服务部费用控制使用规定		
	营销服务部费用控制上限		
	粤类	月类	悦类 ^①
圆会计及内勤管理人员	员圆园园	愿圆园	缘圆园
圆日常办公用品	员圆园	愿园	缘园
猿到公司报账及差旅、餐费补贴	员圆园	员圆园	愿园
源业务用车辆燃料费用	愿圆园	源圆园	源圆园
缘房屋租赁费用	源圆园	源圆园	圆圆园
远车辆及各种维修费用	员圆园	员圆园	愿园
苑业务性客户招待费用、培训费用	圆圆园	圆圆园	员圆园
愿业务宣传费用	员圆园	员圆园	苑园
怨水、电、电话费用	猿圆园	圆圆园	员圆园
员圆地方政府行政性、公用事业收费	愿园	缘园	猿圆园
员圆其他	缘园	缘园	猿圆园
合 计	源圆圆园	圆圆圆园	员圆圆园

注：①悦类分部按 月类分部各项费用控制金额的 苑园豫控制使用。
②会计及内勤管理人员 猿名，月津贴 员圆园元，年管理津贴控制在 员圆圆园元以内。
③会计及内勤管理人员 圆名，月津贴 苑园元，年管理津贴控制在 愿圆园元以内。
④水、电、电话费用每月 猿圆元左右，年费用控制在 猿圆园元以内。
资料来源：中国人寿保险股份有限公司河南省分公司林州支公司，圆园园年。

林州支公司规定，各分部必须完成当年任务后，方可使用上述各项费用。若不能达到并完成任务的，只能按完成实际业务的比例使用各项费用，以杜绝费用超支现象。

从调研中我们了解到，圆园园年林州支公司保费收入约 圆亿元，共创造费用约 愿圆万元，通过粗略的计算，保费收入与费用比约为 圆豫。按照这个比例来匡算，粤类营销服务部要达到投入和产出（或盈亏）平衡点，年保费收入至少达到 员圆万元，类似的，月类营销服务部年保费收入至少达到 苑园万元，悦类营销服务部年保费收入至少达到 源圆万元。简单的计算结果如表 圆原愿所示。

表 圆原愿		营销服务部投入与产出的简单测算			单位：万元	
类别	支公司对营销服务部的投入 (元)	为实现投入产出平衡，至少要达到的保费收入规模	实际保费收入规模	营销服务部实际创造的费用 (元)	投入—产出差 (元) 原 (元)	投入—产出比 (元) 辕 (元)
粤类	$\leq 源$	$\geq 源园$	源园以上	源	猿	员源园
月类	$\leq 圆愿$	$\geq 苑园$	缘园原至缘园 (猿园)	猿	圆愿圆	员愿愿苑
悦类 ^③	$\leq 员愿$	$\geq 源愿缘$	猿园原至猿园 (源园)	员	员愿员	员愿愿源

注：①取 员园园园万元计算。
②取中位数。
③悦类分部按 月类分部各项费用控制金额的 苑园豫控制使用。
④取中位数。

从表 圆原愿的计算结果可以看出，林州 猿个营销服务部实际保费收入规模，都远远超过了为弥补支公司的投入而至少要达到的保费收入规模数。营销服务部实际创造的费用也远远多于支公司投入的成本，三类营销服务部的投入——产出比是相当高的。比较而言，粤类分部的投入产出比高于 月类分部，月类分部高于 悦类分部。也就是说，随着营销服务部规模的扩大，支公司的投入——产出比就会相应提高。

从林州支公司及其所属营销服务部的经营实践看，只要营销服务部布局合理，保源充分，提取的费用足以支付营销服务部的前期投入和日常开支，设立营销服务部在经济上就是可行的，符合投入产出的经济核算原则。

(八) 县域保险的客户服

对于加强对县域居民的客户服，中国人寿各级分支机构进行了有益的探索。如为方便农民理赔，一些公司实行客户服务平台前伸，对小额理赔由农村网点直接办理，大大缩短了理赔时间，提高了理赔效率。有的公司推行“驻村业务员”制度等。

但总体上说，中国人寿县域保险业务的客户服务体系还不健全。长期以来，县域的客户服工作，一直没有摆到应有的位置，特别是续期收费问题，成为公司发展农村业务的最大隐患。农村地区本来就地广人稀，由于住处变更或外出打工、学习，而没及时通知公司，给续收工作带来很大的难度。目前，各县支公司续期收费管理比较混乱，大部分县域公司续期保费还是由业务员自身收取，业务员脱落后，其遗留的续期保费，由其他业务员或农村营销服务部

经理代为收取。不少地方出现客户交保费时已过宽限期、需补交利息的情况，客户往往怨声载道，一定程度上提高了退保率；还有些客户没有按时缴纳保费而造成保单失效，又发生了保险事故，向公司索赔，引起理赔纠纷。总之，目前还没有建立起一整套符合农村业务发展特点的续期收费管理办法。

在保单保全和理赔方面，根据集中管理、分权处理的原则，县域保险公司往往是通过上级公司的授权进行业务保全和理赔处理。但由于受制于机构网点、办公场地、人员素质、费用投入、管理能力和服务水准等条件的影响，对农村业务的管理还存在着诸多问题。反映较为突出的问题是业务手续处理比较烦琐，理赔调查难度较大，一些赔案久拖不决，不能及时赔付，导致客户不满。

（九）县域保险的风险

除了和一般的保险业务经营面临类似的风险外，县域保险还由于经营和环境上的特殊性而存在一些特殊风险。

第一，政策性风险。县域保险的发展与政策关系很大，政策制定者的偏好很大程度上决定着县域保险发展的领域和空间，这突出表现在公司介入新型农村合作医疗和失地农民的养老保障等方面。

一方面，农村医疗保险牵涉面广、政策性强，必须在政府部门的有力支持下，才能进行有效运作。但在现有政策下，大部分地区的政府相关主管部门不认可农村合作医疗保险商业化运作，农村医疗保险商业化运作的前景不明确，商业公司在新型合作医疗中缺乏明确的定位。

另一方面，新型农村合作医疗制度实质上是政府主导下的强制性制度变迁，地方党委、政府理所当然地处于主导地位，他们可以制订和修订政策，并根据政策进行宏观调控，而对于具体承办业务的保险公司来说，只是一个被动的执行机构，客观上存在一定的政策风险。

在这种背景下，即便中国人寿采取“基金型”管理模式，条款明确规定公司不承担经营风险，但年度的保费能否及时足额划拨存在风险，一旦出现资金入不敷出，政府资金无法到账，保险公司又很难按照协议的规定单方终止合同。这些政策环节很容易发生闪失，使公司陷于两难困境：一旦赔付资金超支，政府无力补贴无法赔付时，农民就会因不理解而与保险公司发生矛盾甚至上访。无论是政府硬压保险公司先行垫付，还是减少赔付或者增加农民的交付比例，其结果都会影响保险公司信誉，对于保险公司来讲负面影响是巨大的。

如果保险公司选择退出农民合作医疗市场，将严重影响和政府及农民的关系，打击保险公司的信誉和社会形象，市场退出成本很高。

失地农民的养老保险也存在类似的政策性风险。如苏州市对失地农民实行商业保险制度改革，对保养人员（指女性 55 周岁以上、男性 60 周岁以上和残疾人）采用商业保险办法实行保养安置，由负责征地的单位为保养人员统一向保险公司投保，然后由保险公司按月发放保养金，标准为每人每月 1500 元，并享有住院医疗保险。但国土资源部、劳动和社会保障部有关人员组成的联合调研组就苏州市失地农民实行商业保险制度改革的调研结论是：商业保险在相当长时期内都难成为失地农民可靠的养老保障机制。将具有社会保险性质的失地农民养老保险按照商业保险市场的做法交给保险公司负责管理事实上偏离了改革的正确轨道。其论据主要以下几个方面：

首先，保险公司作为企业存在逐利本性。在任何国家，商业保险的营利性均决定了它是有益于维护富人阶层既得利益的一种风险保障机制，它的发展完全取决于保险市场的开发与竞争，取决于能否给保险公司的投资者带来多少利润回报。迄今为止，还没有任何一个国家（包括发达国家与发展中国家）在城市居民还不能依靠商业保险解决自己的养老保障或者部分解决自己的养老保障的背景下，能够用商业保险办法来解决还处于城镇化进程中的失地农民的养老保障问题的实例。因此，商业保险的市场化、营利性和高投入，决定了现阶段还不可能将商业保险视为失地农民可以依靠的生活保障机制。

其次，省市保险公司只是一个分支机构，它是根本没有权利自作主张来决定并承担利益受损的业务，因此，其结果必然是要随着市场与收益的变化而变化。这样，当初建立这一制度的目标就必然很难实现。

再次，一个地方要开展这样的社会养老保险业务即使方向正确、措施得力，但若没有国家统一的宏观政策规范与引导，仅靠地方政府来推动，也是很难成功的，因为类似于财政政策、金融政策、保险政策等等并非都是由地方自决的，而这些又均对养老保险有直接的甚至是决定性的影响。因此，在缺乏相应的宏观政策背景下，让作为企业的商业性保险公司来承担具有社会公益性质的失地农民养老保险管理责任，显然只能以失败而告终。

总之，劳动和社会保障部门、国土资源部的很多同志很不认同目前失地农民参加商业保险的做法，认为应该尽快将失地农民纳入社会保险体系。

可见，虽然劳动和社会保障部门指出了失地农民参加商业保险存在的一些问题，但很明显他们对商业保险存在很多认识误区，甚至偏见。这种基于部门

利益的不太客观的认识不利于发挥商业保险在农村社会保障制度中的作用，也使商业保险公司的介入面临很多不确定性因素。

第二，县域业务快速扩张所带来的经营风险。近几年县域保险发展较快，再加上县域保险发展的环境比较特殊，经营风险比较复杂。

一直以来，县支公司的主要职能是展业和服务，风险管控能力较弱。为推动县域保险的发展，必须下设更多的营销服务部，但这将对县支公司的风险管控能力提出严重挑战。如果农村营销服务部扩张太快，管理不规范，县支公司限于风险管控能力，疏于管理，将给县域保险的长远发展埋下风险隐患。

同时，由于县域经济分散，地域广阔，居民风险意识薄弱，客观上使县域保险的风险管控难度增大。县域保险业务的扩张会进一步放大经营风险。

第三，投保人和被保险人的逆选择和道德风险。逆选择和道德风险是保险业经营面临的永恒命题。由于县域居民居住地分散，保险公司展业成本较高，保险公司不可能在核保、核赔等方面花太多精力。同时，由于农民缴费能力有限，保险公司只能更多地销售免体检的产品。这样县域保险来自投保人和被保险人的逆选择和道德风险可能比较严重，从而增加风险管控的难度。

第四，代理人的误导风险。县域保险营销员队伍庞大，但管理却不尽规范，再加上队伍整体技能较差。目前农村营销人员普遍学历不高（以初、高中为主），持证率偏低，还不能完全满足农村寿险市场发展的需要。有些代理人对条款不能完全理解，对客户说不清楚，客观上会有误导现象。

第五，相关机构的风险。保险公司开展县域保险业务，必须借助现有的组织资源，如开展健康保险就要与医疗机构合作，开展中介业务就要与银行、邮政、信用社合作。但这些机构都有自己的经济利益，和保险公司的经营目标可能不尽一致，甚至相当程度上互相背离，这就给保险公司的经营带来风险。

比如在新型合作医疗的政策执行中，由于在医疗费报销的单项政策之外没有配套实施卫生机构内部改革的政策，结果医药费用支出几近失控，导致政府的公共资金投入后，很快变成了一个县、乡卫生机构针对公共资金的共谋博弈。一定意义上，连农民也参与了这个共谋博弈。本可在乡卫生院看病、开药、做手术的，都要到县医院。向高等级医院就诊和手术的过度医疗倾向^①，

^① 据云南调查，产妇分娩，由村卫生所携带器具到家里接生不足 100 元；到乡卫生院接生需 100 元；到乡中心医院 200 元，县医院 300 元。再如做阑尾手术，乡卫生院 100—200 元，中心医院 200—300 元，县医院 300—400 元。

导致了医疗总资源的浪费。医疗机构的诱导消费行为给商业保险公司介入新型合作医疗带来的极大的压力。

又比如银行、邮政和信用社，随着竞争的逐渐激烈，它们对代理销售保险的手续费要求也会越来越高，这就会摊薄保险公司的利润。如果发展到一定程度，这些机构在保险公司的保费收入来源中占有相当的比重，而保险公司对这部分业务难以控制，将增加保险公司业务的波动性。甚至条件成熟的时候，这些机构彻底抛开保险公司，参股、收购甚至成立自己的保险公司，则保险公司的业务将受到巨大的冲击。

三、对县域保险发展的总体评价

（一）取得的成绩

中国人寿发展县域保险已经取得了相当的成绩，对公司来说，县域保险业务已经成为整个业务的重要组成部分，培养了人才，积累了宝贵的经验，取得了先发优势。同时，社会效益显著，很好地体现了保险的社会管理职能。具体来说，中国人寿发展县域保险取得的主要成果包括如下几个方面：

第一，促进了公司整体业务的发展。目前中国人寿的县域保险业务已经占据了整体业务的半壁江山，有效地促进了公司整体业务的发展，已成为公司业务发展的重要力量。

第二，取得了县域保险发展的先发优势。中国人寿长期以来坚持发展县域保险，培养了人才队伍，积累了发展县域保险的宝贵经验。在县域保险市场占据了主导地位，优势比较明显。这为中国人寿县域保险的进一步发展奠定了良好的基础。

第三，启蒙了居民风险意识，传播了保险理念。由于公司的长期宣传，保险的功能和作用不断深入人心。据有关部门调查，保险在农村的普及（认知）率从2005年为50%左右，2006年为60%左右，2007年达到70%左右，有近一半的农民知道保险为何物。农民的保险意识明显增强，对保险的认知度不断增大，在一定程度上转变了县域居民千百年来“养儿防老”等观念，有利于提升县域居民生活方式，改善居民生活质量，促进消费结构升级，推进县域社会的文明进程。

第四,较好地配合国家有关政策的贯彻落实。由于计划生育国策的贯彻执行,一对夫妇赡养几位老人的情况日益增多,养老问题已经成为县域居民关注的重点问题之一,寿险公司向他们提供养老保险,为他们解除了后顾之忧。在城镇化进程中,一些被征收了土地的农民,获得一笔可观的征地拆迁费,寿险公司可以为他们提供投资分红型险种。外出打工农民,发生意外事故的概率较以前成倍增加,寿险公司可以为他们提供意外险。

第五,为农村社会保障体系的建设做出了积极探索。我国农村的医疗卫生条件还相对落后,农民对疾病健康类保险有着十分强烈的需要。公司通过开展县域医疗保险业务,既有助于解决县域居民“看病难”的问题,使“因病致贫”、“因病返贫”问题得到一定程度的缓解,也有效地提升了新型农村合作医疗水平和效果,赢得了居民的欢迎与政府的支持和认可,产生了较好的社会影响。

第六,创造了大量的就业机会。在县域组建的个人代理人队伍,为县域居民创造了大量的就业机会。

(二) 存在的问题和难点

寿险公司在发展县域保险方面取得了很多成绩,但也存在许多问题和难点。具体说来,有如下诸多方面:

第一,县域投保率低。现阶段,尽管国家对“三农”问题的高度重视,各大保险公司对发展农村保险业的呼声也日益高涨,但农村保险业的发展依然相对缓慢,农村市场的保险业务收入与城市相比微乎其微。一个保险市场的发展,不仅需要成熟的保险人,也需要理性的投保人,农村保险业的发展更是如此,光有政府的扶持和保险公司的产品供给是不够的,还必须具备一定的消费群众基础。县域人身保险市场的有效需求不足是制约农村保险业发展的重要原因之一,这主要是因为大部分县域居民收入水平低,保费负担能力有限。恩格尔系数(人们购买食物所占经济收入的比重)直接影响到保险业的发展,而我国农村的恩格尔系数高达 60% 左右。由此看来,我国农村居民的近一半收入已用来支付食物花费,再加上花在衣、住、行方面的费用,所剩已寥寥无几,绝大多数的农民还不具备购买保险的能力。因而,农村保险消费者的培育是我国现阶段所需解决的最基本的问题。

第二,缺乏明确的县域保险发展战略。目前,农村营销服务部普遍缺乏统一、规范的发展战略和明确、可行的指导思想。这主要是由于总公司对农村市

场状况和发展潜力的调研与分析不够，在开拓农村寿险市场方面没有形成统一的指导思想；部分分公司领导对农村寿险市场的发展前景存在认识上的偏差；再加上农村市场确实存在着前期投入多而产出时滞长的特点，在基层公司领导看来，在有限任职期内较难产生明显的“收益”，因而不愿大力投入。

在农村营销服务部的布局和建设上，总公司没有制定科学的战略规划和统一的实施标准，分公司对农村业务发展的指导和管理也相对滞后，基层公司自行摸索，造成了农村营销服务部设点时有较大随意性，网点分布不合理。有些地区，营销网点布局过密，遍地开花，服务管理跟不上，培训不到位，费用支出大，业务规模相对偏小，造成了很大浪费，公司声誉受到影响；还有些地区，网点布局过稀，致使覆盖范围小，业务辐射不到位。

第三，队伍建设不能适应县域保险发展的需要。农村营销队伍的人数和整体素质的高低是决定农村寿险市场业务稳健发展的关键。随着保险业务的飞速发展，县级支公司特别是农村营销服务部的个人营销员队伍迅速壮大。但是，由于缺乏正规的保险业务培训，致使营销人员总体素质较低，在保险业务、法律法规、诚信道德等方面的素质仍亟待提高，这是制约农村寿险业务大规模发展的重要因素。目前农村营销人员普遍学历不高（以初、高中为主），持证率偏低，在素质上还不能完全满足农村寿险市场发展的需要。另外，因农村交通不便和农忙等季节性因素，代理人每日出勤不能保证，业务活动量不足；当出现一些情况和问题时，公司也难以及时对其进行辅导和纠正。同时，管理人员配备不足，由于缺乏专门的农村业务管理岗，因而在农村业务的督导、推动，以及方案的组织落实方面难以达到预期的效果。农村营销服务部的组训人力严重不足，培训讲师缺乏，使得农村营销员所接受的规范育成、衔接教育、提升培训等都很不到位。

第四，基础管理薄弱。目前全系统还未制订出一整套统一规范、行之有效、适合农村特点的农村代理人管理制度，因而在农村代理人的考核、奖励、教育培训以及农村营销职场建设等很多基础管理工作上无章可循。现有的薪酬制度对农村的业务员和主管缺乏有效的激励。现有的教育培训大多缺乏系统性、规范性和针对性，不能符合农村代理人自身的特点。由于资金投入不足，职场建设不到位，大多数农村营销服务部没有配套电脑等必备的办公用品，业务人员无法及时获得展业所需要的计划书、红利演示等，管理人员也很难及时进行数据追踪和报表统计。基础管理滞后隐患较多：如许多营业单位的活动管理流于形式，代理人活动量不够，早会、例会出勤率低，内容空泛；内部管理

和绩效考核不严格，不敢用基本法进行考核，制度落实不到位；教育训练工作针对性不强，衔接教育薄弱，持证率低，新人流失率高，空挂人员多；保单失效率高，高素质业务员和高素质主管难以选拔和培养等。

第五，现有的保险产品不能有效满足农村市场需求，在险种和险种组合的开发与推广方面不足。2009年末，中国人寿全系统县域保险公司达到 1000 多个。由于我国幅员辽阔，东西部地区经济发展水平差距较大，因而保险需求也呈现出一定的差异性。但是，现在保险产品的开发权都集中在总公司，在产品开发上很难兼顾不同县域的需求特点。在一定程度上也导致了保险产品与县域市场需求存在差距，不能很好地激发县域保险市场的活力。

目前，农民收入主要来源于传统种植业、养殖业、政府部门和乡镇企业工资、外出劳务所得等，受季节和自然条件的影响较大，收入不稳定；另外，相当一些农村地区经济状况还很落后，农民平均收入水平较低，大多数人在保险方面的支出不可能很多，而当前适合这种情况的保险产品非常有限，如适合农村的缴费低保障高功能可变的健康、养老保险产品和灵活的险种组合，以及简易的卡折式保险产品等，都有待于进一步的开发。

第六，农村保险业务运营体系不够健全，客户服务工作还不完善。农村地域广阔，交通不便，展业成本高，因此对公司后援保障提出了较高的要求。在新单开拓方面（比如拜访、促成、签单、体检、交单、领单、报账等），往往需要比城区耗费更多的人力、物力、财力，而目前普遍存在着手续繁琐、耗时较长、服务滞后等问题，无形中增加了新单开拓成本。目前，保险公司普遍存在“重展业、轻管理”现象，还没有将客户服务工作摆到重要的位置，其中尤以客户回访和续期收费中存在的问题比较严重。在孤单保全、保费续收、理赔和给付方面，目前绝大多数地方采用业务员上门收取现金的方式，缺乏相应金融机构的技术支持。这使得一方面业务员不情愿花精力和时间做这些收益不大的工作；另一方面，当公司因种种原因未能及时收取续期保费，通知客户补交利息时，容易引起客户的不满；如果因为保单失效导致理赔纠纷，则更会影响在当地的信誉。

第七，风险管控难度大。由于县域经济分散，地域广阔，居民风险意识薄弱，客观上使县域保险的风险管控难度增大。为了拓展业务，有的农村代理人自己到市公司交单、办理理赔、保全等事宜；有的农村营销服务部主管主动为属员代收保单、代交保费、代领赔款等。这些自发行为没有公司明文规定，其间隐藏着极大的经营风险。

第八，市场开发难。县域居民保险意识淡薄，保险认同难。我国广大县域，尤其是农村地区信息闭塞，文化水平较低，传统消费观念根深蒂固，再加上保险宣传有很多空白地带，导致居民保险意识淡薄，对保险的接受和认同能力有限，购买保险的意愿非常微弱。

县域经济发展水平低，对保险的支持能力弱。广大县域经济发展相对落后，居民收入增长缓慢。特别是农村地区，除子女教育支出和农业投资外，一般没有剩余的钱用来购买保险，导致对保险的支持能力较弱，这种情况在中西部地区更突出。

县域自然环境特殊，保险展业难。与城市相比，我国县域，特别是农村，地广人稀，居住分散，交通不便，在山区更是如此，这种特殊的自然环境导致保险展业难，展业成本高。

县域人口流动性大，保险服务难。20世纪80年代以来，我国出现了大批“民工潮”，处在城市边缘的打工群体，既难以成为城市保险公司展业的对象，也难以成为农村保险机构展业的对象，而且，农民工的频繁流动，也不利于保险的后续服务，续期缴费不便，加大了保险理赔调查难度和对其风险管理的难度。

第九，政策环境有待改善。县域保险业务，特别是农村人身保险，政策性很强，商业人身保险业务的发展有赖于宽松的政策环境。但目前有关县域保险的财政补贴、税收优惠等支持性政策缺失，一定程度上制约了县域保险的发展。

第三章 县域保险市场需求分析

县域保险的发展必须以满足县域居民的保险需求为根本出发点。为了进一步了解县域保险需求状况，我们在全中国进行了较大规模的问卷调查。本章主要是对问卷调查的结果作了相应的分析。具体来说，本章的内容包括四个部分：

第一部分，关于县域保险需求调查情况的说明。

第二部分，样本情况分析，简单介绍了样本的性别结构、年龄结构、家庭结构以及收入结构等样本基本情况。

第三部分，问卷结果的描述性统计分析，分析了县域居民对保险的认知、目前的保险消费行为以及未来保险消费趋势等。

第四部分，东、中、西部的对比分析，主要分析了东部、中部、西部县域居民由于经济、社会、文化等条件的不同而产生的保险需求的差异性。

第五部分，问卷结果的统计分析，对问卷结果的一些关键变量之间作了相关分析、对应分析和多元回归分析。

一、关于县域保险需求调查情况的说明

（一）调查目的

为了了解目前县域保险发展的实际状况和县域居民对保险消费的认知程度和需求行为，消费趋势和发展前景，特设计本调查问卷。

（二）样本数量和分布

本调查共回收问卷 5283 份，剔除无效问卷，共回收有效问卷 4598 份，其中东部地区 2349 份，中部地区 1598 份，西部地区 1651 份。具体分布如下（见表 3-1）：

东部：北京 员份，河北 猿份，浙江 圆份，福建 圆份，海南 怨份；
中部：湖北 圆份，河南 员份，安徽 怨份；
西部：甘肃 怨份，陕西 员份，新疆 缘份；四川 员份，重庆 愿份。

表 猿员 问卷发放及回收情况统计表 单位：份

地 区		有效问卷	回收问卷	发放问卷
东部	北京	员愿	员缘	员圆
	河北	猿	猿	猿
	浙江	圆员	圆怨	圆圆
	福建	圆圆	圆圆	圆圆
	海南	怨	愿	员圆
	合计	远圆	远圆	远圆
中部	安徽	怨	怨	员圆
	河南	员源	圆圆	圆圆
	湖北	圆怨	圆圆	圆圆
	合计	源缘	缘源	缘圆
西部	四川	员圆	员圆	员圆
	重庆	愿	愿	怨
	陕西	员怨	员圆	员圆
	甘肃	怨	怨	员圆
	新疆	缘	缘	远
	合计	源圆	源猿	缘圆
全国	总计	员圆缘	员怨怨	员猿圆

(三) 样本选取

根据上述各省的经济社会发展状况，在不同经济发展水平的地区选择调查点，一个省选 源-员圆个调查点（村、镇）左右，具体到一个村子或一个乡镇，如果户数太多，则选其中的一部分居民户做样本，样本户的确定按随机数表抽取（或将全村居民户编号后按所需户数随机抽取），以保证样本的随机性和代表性的要求。

(四) 调查人员及其培训

参加调查的人员包括：首都经济贸易大学金融学院保险系、浙江大学管理

学院、集美大学财经学院金融系、河南财经学院金融系、湖北经济学院金融系、西北农林科技大学经贸学院、重庆理工大学经济学院的教师和学生以及海南保监局的同志共约 100 多人。

调查前，对调查人员进行业务培训，对调查目的和内容进行学习和讲解。使调查员明确各项指标的含义和要求。

(五) 调查时间安排

调查安排在 2005 年 1 月 10 日—1 月 20 日期间进行。按月份开始输入、汇总调查数据。

二、样本情况分析

性别结构：本次调查要求户主填答问卷，从被调查者的性别结构看，男性居多，占 74.7%，女性占 25.3%（见图 3-1）。

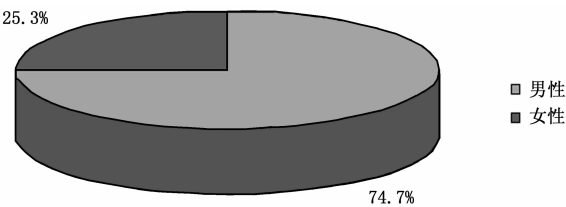


图 3-1 被调查者的性别结构

年龄结构：以青壮年为主，16—30 岁占 32.6%，31 岁以下占 57.5%，31 岁以上占 42.5%（见图 3-2）。

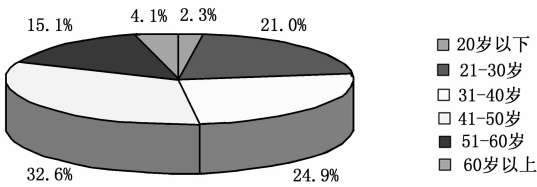


图 3-2 被调查者的年龄结构

家庭常住人口情况：以 3 口—4 口人的家庭为主，占 32.6%，2 口人以下占 15.1%，4 口人以上占 52.3%（见图 3-3）。

家庭成员构成：以三口及三口以上为主，其中，三口之家占 32.6%，四

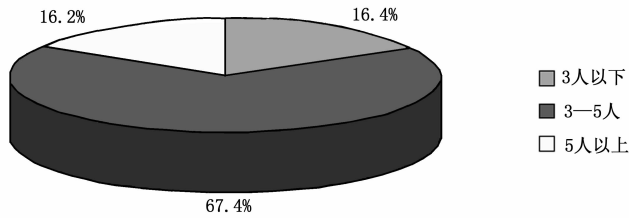


图 猿京猿 被调查者的家庭成员构成

口人以上占 缘圆豫，小两口占 猿圆豫，老两口占 源圆豫。

从县域居民的家庭结构来看，四口人及四口人以上的家庭居多，这种“扩展型家庭”（**源京猿**）比较多地依赖于家庭保障。同时要看到的是，由于计划生育政策的实施，也有相当一部分由三口人组成的“核心家庭”（**猿京猿**）（**猿京猿**）（**猿京猿**），这部分人的养老、健康将更多地依赖于社会化的保障机制。

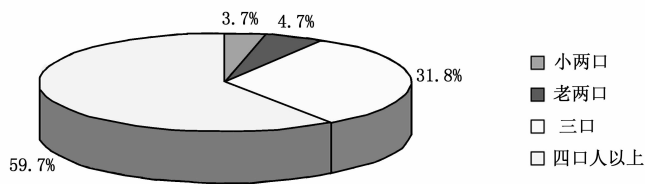


图 猿京源 被调查者的家庭结构

文化程度：高中及其以下学历占多，其中，小学及以下占 员圆豫，初中占 猿圆豫，高中占 圆圆豫。而中专仅占 苑圆豫，大专仅占 苑圆豫，大学本科仅占 苑圆豫，其他学历仅占 园圆豫（见图 猿京缘）。

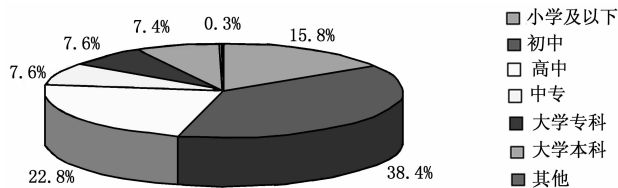


图 猿京缘 被调查者的文化程度

家庭主要收入来源：被调查对象的主要收入来源中有农、林、牧、渔、养殖业的最多，占 缘圆豫。另外，外出打工和其他途径也是主要的收入来源渠道，分别占 猿圆豫和 猿圆豫。其余主要收入来源按占比顺序依次是商品批发零售占 员圆豫、手工业占 员圆豫、退休工资收入占 怨圆豫、运输业占 怨圆豫以

及国家或村里补贴占 2.3%。

可见，县域居民的收入结构日趋多元化，在农村兼业农民越来越多。传统农业以外的收入占有一定的比例（见图 3-10），这有利于增加农民的现金收入，提高其实际购买力。

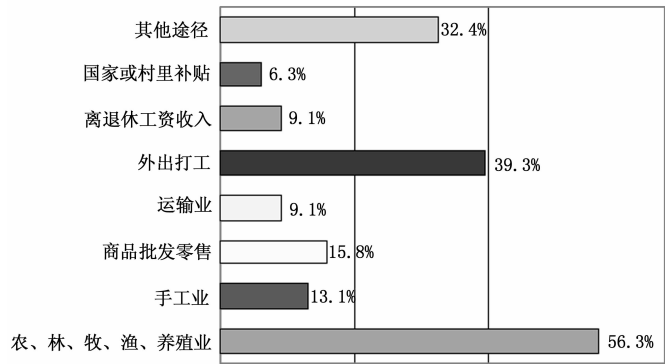


图 3-10 被调查者的收入来源结构

三、调查结果描述性统计分析

（一）对保险的认识与评价

1. 保险认知程度

对保险的了解程度：调查结果显示，有 11.2% 的农村居民对保险有一定的了解，其中，“比较了解”的占 23.6%，“了解一点”的占 65.2%。另外，有 23.6% 的农村居民对保险“不了解”（见图 3-11）。

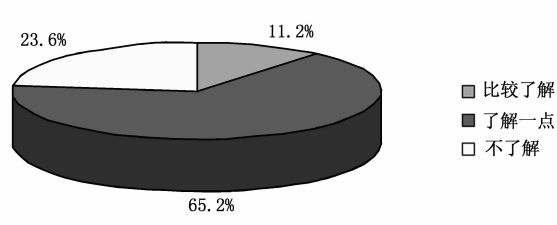


图 3-11 被调查者对保险的了解程度

了解保险的途径：被调查对象主要是通过“报纸杂志、广播电视、互联

网”和“保险公司业务员介绍”了解保险的，其占比均为 32.20%。另外，通过“亲戚朋友介绍”而了解保险的也较多，占比为 23.90%。而通过“公司组织的宣传活动”以及“通过银行储蓄所、邮政局的宣传材料”了解保险的比较少，占比分别为 9.20%和 2.05%（见图 3-1-3）。

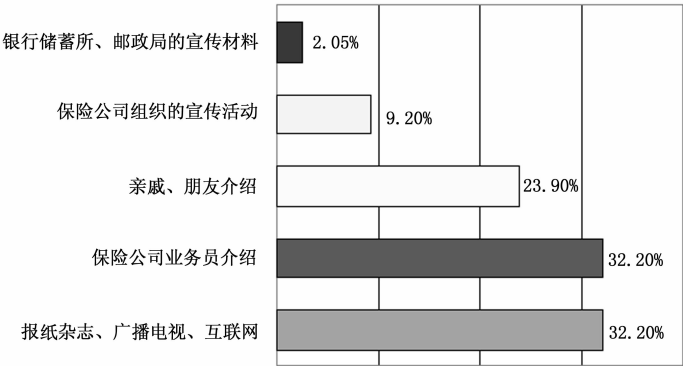


图 3-1-3 被调查者了解保险的途径

可见，县域绝大多数居民了解保险的途径比较单一，主要了解渠道提供的保险知识也很有限，这导致了绝大多数居民对保险了解较少，甚至不了解，从而制约了对保险的购买。

32.3%的被调查者回答村里有推销保险的业务员，40.1%的被调查者村里没有推销保险的业务员，另外 27.6%的被调查者不清楚（见图 3-1-4）。

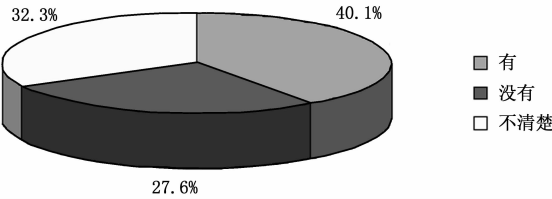


图 3-1-4 被调查者对村里是否有保险业务员的回答

在回答村里有推销保险的业务员的被调查对象中，32.3%的人回答有村干部在村里推销保险，40.1%的人回答有信贷员在村里推销保险，27.6%的人回答有教师在村里推销保险，27.6%的人回答有其他人在村里推销保险，主要是专职的保险业务员（见图 3-1-5）。

对于购买保险必要性的认识：32.3%的被调查户认为农村居民“有必要”买保险，认为“没有必要”的占 40.1%，认为“买不买无所谓”的占 27.6%（见图 3-1-6）。可见，大部分被调查对象还是意识到了保险必要性的，但还有

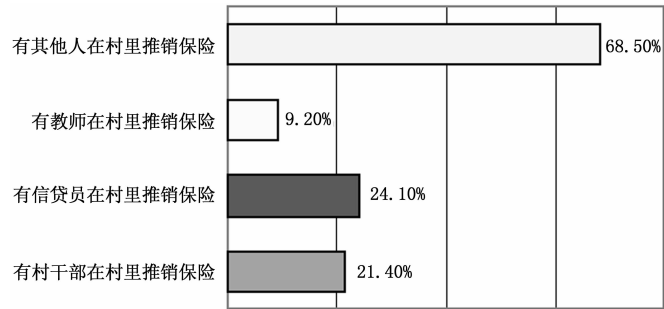


图 3-10 被调查者所在地保险业务员的构成

近 1/3 的被调查户对保险重要性的认识存在偏差。

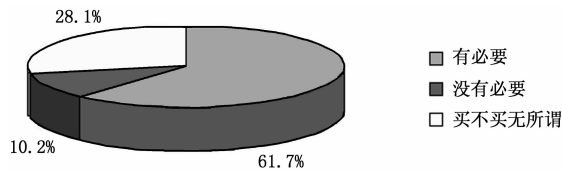


图 3-11 被调查样本对买保险的态度

对商业保险、市场主体及从业人员的评价

对于当前保险从业人员素质的看法，认为“很高”或“较高”的占 14.8%，认为“一般”的占 65.8%，认为“较差”或“很差”的占 18.4%。可见，在被调查户看来，保险从业人员的总体素质不高，显然，这在很大程度上会制约人们购买保险（见图 3-12）。

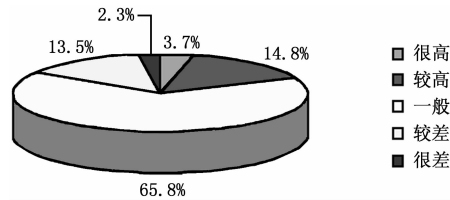


图 3-12 被调查者对保险从业人员素质的评价

对于保险的看法：近 1/3 的被调查者认为“买保险可以使被保险人获得一定保障，减少后顾之忧”，近 1/3 的人认为“买保险是一种投资”，近 1/3 的人认为“买保险和储蓄差不多”，近 1/3 的农村居民认为“目前商业保险运作很不规范，让人不敢相信”，近 1/3 的人认为“买保险是一种从众心理”（见图 3-13）。

可见，有近一半的人对保险的本质和功能存在认识偏差，这在某种程度上诠释了为什么有近 1/3 的被调查户认为没有必要购买保险，这可能与县域居

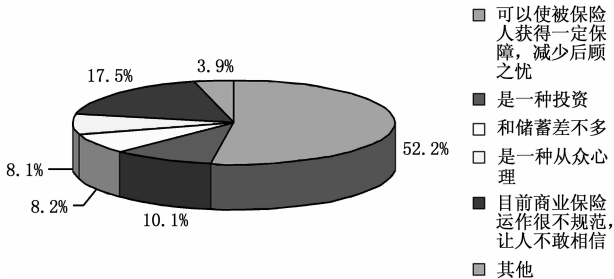


图 猿猿猿 被调查者对买保险的看法

民缺乏了解保险知识的渠道有关系。

对主要市场主体的认知：被调查对象最熟悉的是中国人寿、太平洋和平安。其中，知道中国人寿的占被调查对象的 愿愿豫，知道太平洋寿险的占 苑愿豫，知道平安寿险占 缘愿豫。对其他市场主体相对比较陌生，如太平人寿占 员愿豫，泰康占 员愿豫，新华占 员愿豫，友邦占 远愿豫。另外，知道其他市场主体的占 缘愿豫（见图 猿猿源）。

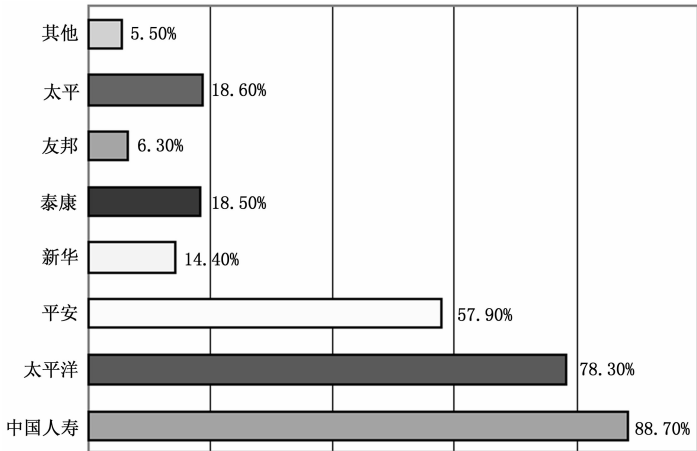


图 猿猿源 被调查者对保险市场主体的认知

可见，中国人寿在县域的知名度最高，这与中国人寿在广大县域有大量的分支机构和辐射面较广的农村营销服务部有关系。当然，太平洋和平安两家公司在县域对中国人寿的挑战也不容忽视。

有意思的是，在其他中小型公司中，被调查户对太平保险的认知最高，甚至超过了泰康和新华，这可能是由于被调查户无形中将太平和太平洋联系起来的缘故，即太平洋保险的品牌宣传客观上对太平保险有外部经济效应（溢出效应）。

知道中国保监会是全国商业保险主管机关的农村居民仅为 3.7%。对于“你认为下列哪一种保险市场主体的功能和作用最需要进一步加强”，有 33.2% 的被调查户选择“保险公司”，有 29.6% 选择“保险中介机构”，有 33.5% 选择“保险监管机关”，有 3.7% 选择“保险行业协会”（见图 3-10）。

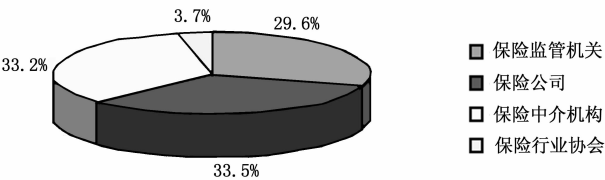


图 3-10 被调查者对功能和作用需要加强的市场主体的看法

（二）保险消费行为分析

1. 保险渗透率

调查显示，被调查者中买过保险的占 60.6%，保险渗透率较高。这和我们通常对县域保险的一般印象有偏差，可能的原因是大多数中小学校的学生都购买了学平险。下面有一题问到所购买保险产品的缴费额时，有 39.4% 的被调查户的缴费额为 5 元以下（见图 3-11），可以推测大部分为学平险，这也验证了我们的设想。

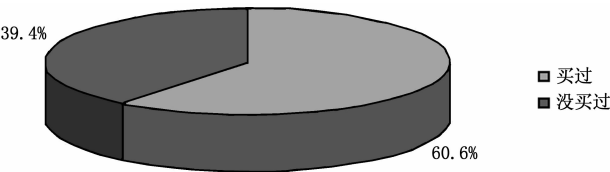


图 3-11 被调查者购买保险的情况

在没有买保险的被调查对象中，“没有钱购买保险的”占 39.4%， “不了解保险条款的”占 39.4%，认为没有必要的占 39.4%，认为保险不可靠的占 39.4%（见图 3-12）。

这个问题提供了一个重要信息，大多数没有买保险的被调查户并不是没有实际购买能力，而是由于不了解保险的功能或对保险产生怀疑。如果保险公司加大宣传力度，让居民更多地了解保险、认同保险，潜在需求是很大的。

2. 购买保险的决策

第一，在为谁买的问题上，已购买保险的被调查户中，给孩子买过的最

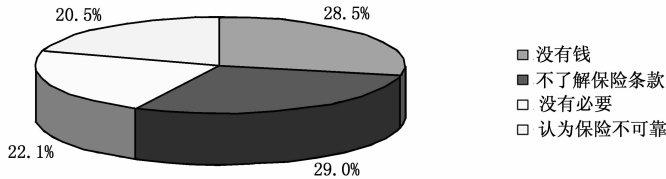


图 猿京苑 被调查者没买保险的原因

多，占 猿京苑；其次给自己买的也比较多，占 猿京苑；其余依次是给配偶买的占 猿京苑，给老人买的占 猿京苑，给其他人购买过的占 猿京苑 (见图 猿京苑)。

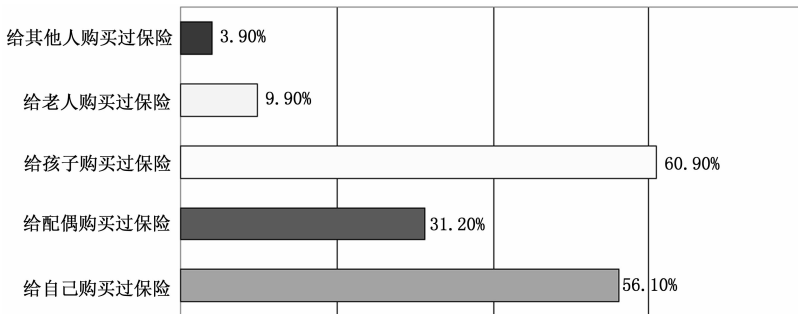


图 猿京愿 被调查者为谁买保险

和前面的推测相互印证的是，被调查户中给孩子买保险的最多，其中部分是学平险。

第二，在购买险种问题上，购买新型产品的占 猿京苑，购买传统型产品的占 猿京苑。这一方面和县域的居民的经济承受能力有关，新型产品的缴费相对较高，制约了居民的保险消费；另一方面也反映出县域居民更迫切需要的是保障型产品。

另外，猿京苑购买过意外伤害保险，猿京苑购买过医疗保险，猿京苑的被调查户购买过人寿保险，猿京苑购买过养老保险，猿京苑购买过重大疾病保险，猿京苑购买过其他险种 (见图 猿京愿)。

可见，在生、老、病、死、残等人身风险中，目前县域居民更为关注的是病和死。

第三，在所购买保险产品的缴费额问题上，缴费额为 猿元以下的占比为 猿京苑，猿—猿元元的占比为 猿京苑，猿元—猿元元的占比为 猿京苑，猿元—猿元元的占比为 猿京苑，猿元—猿元元的占比为 猿京苑，猿元—猿元元的占比为 猿京苑，猿元—猿元元的大额缴费保单占比为 猿京苑 (见图 猿京愿)。

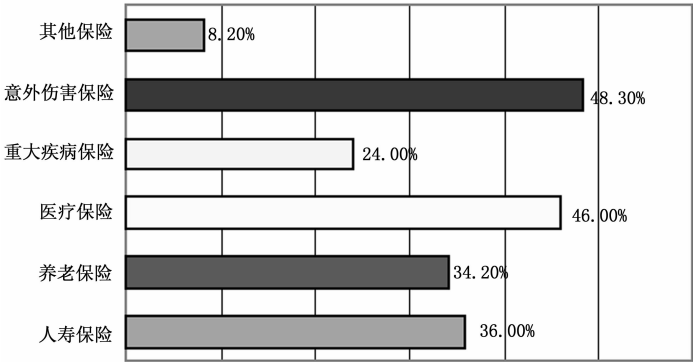


图 3-3-1 被调查者购买保险的险种分布

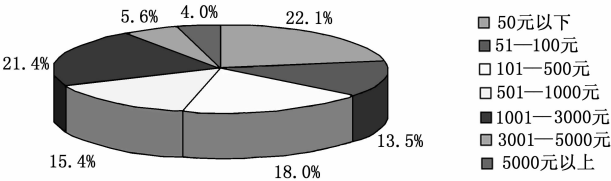


图 3-3-2 被调查者保险缴费额分布

可见，由于受收入的限制，县域居民普遍购买“低保费、低保障”的保险产品，缴费额在 500 元以下的占比 80% 以上，缴费额在 1000 元以下的高达 90%。

第四，从购买渠道看，80% 的被调查户通过上门推销的保险公司业务员购买过保险，10% 通过其他形式购买过保险，5% 通过村里统一购买过保险，5% 通过保险公司现场宣传介绍购买过保险，5% 通过亲朋代为购买过保险，5% 通过自己去保险公司购买过保险，5% 在银行邮政储蓄柜台购买过保险，有 5% 在网上购买过保险（见图 3-3-3）。

可见，县域保险目前主要是个人营销业务。同时，展业渠道逐渐多元化，团险和兼业代理也占有一定的比重。在比较发达地区，保险公司通过产品说明会等形式现场宣传购买的也占一定比重。另外，在经济比较发达，组织能力比较强的乡村，通过村统一购买的也占有一定比例。利用银行、邮政储蓄等网点兼业代理保险的占 5% 左右。

第五，从购买动机看，对于“您是在什么情况下买的保险”，选择“出于需要主动购买”的明显较多，占比 80%。其他几种购买动机占比则相差不多，选择“在保险业务员的强烈游说下”的占 5%，选择“因保险公司业务员是亲友，买保险是碍于情面”和选择“别人买自己也买”的各占 5%，

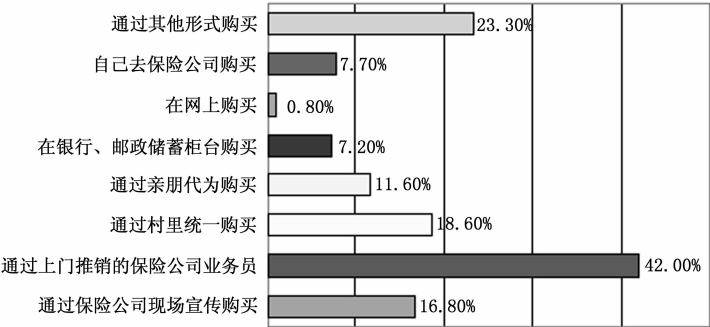


图 被调查者购买保险的途径分布

选择“乡、村干部动员购买”的占 18.60%（见图 ）。

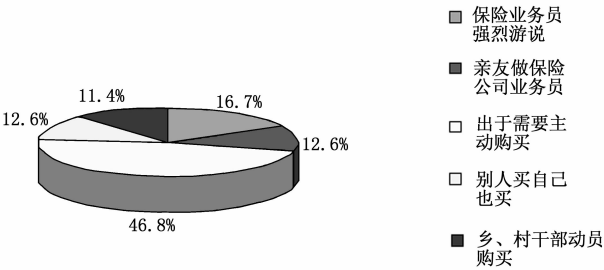


图 被调查者购买保险的动机

从购买动机看，很多被调查户购买保险的行为不够理性。保险业务员诱导、人情、从众心理等占相当的比重，这也就为今后的退保埋下了伏笔。

第六，从对所购买保险的保险责任和条款等的了解途径看，购买保险人员对已购买保险的保险责任、条款等的主要了解途径是保险业务员介绍，占比 47.8%；自己主动研究和向别人请教的分别占比 11.2%和 16.4%，至今也不了解保险责任和条款的占比 24.5%（见图 ）。

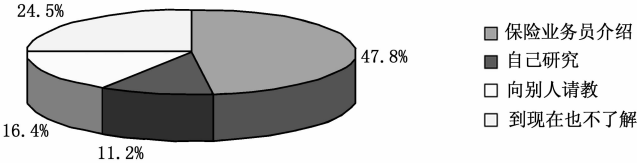


图 被调查者对保险责任和条款的了解途径

这一方面表明了相当一部分被调查户的保险消费非常被动，买了保险也不了解自己会得到哪些保障，更谈不上按照自己的需求去选择合适的险种；另一

方面，这也暴露了保险营销员和公司提供的服务不够，没有帮助客户认真分析其自身面临的风险及其保障缺口，并根据需求设计和提供相应的保单组合。

第七，从对保险公司服务的满意程度看，对保险公司服务满意的占比 77.2%，其中基本满意的占比 71.3%，但非常满意的占比很低，仅为 5.9%。21.9%的对保险公司服务不满意（见图 3-10）。

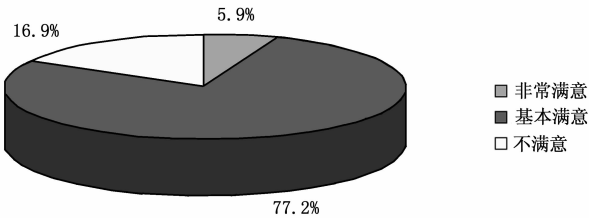


图 3-10 被调查者对保险服务的满意度

对保险公司的服务非常满意的不到 6%，不满意的却高达 21.9%，这表明保险公司和营销人员的服务不尽到位，距离客户的期望值较远。

第八，从对保险公司服务的期望看，购买保险的居民，最希望保险公司加强的服务依次为：及时给付保险金（61.9%）、更加详细解释条款（60.9%）、帮助办理理赔手续（52.6%）、加强定期回访（36.5%）、及时送达保单服务（29.0%）、及时收取续期保费（14.6%）（见图 3-11）。

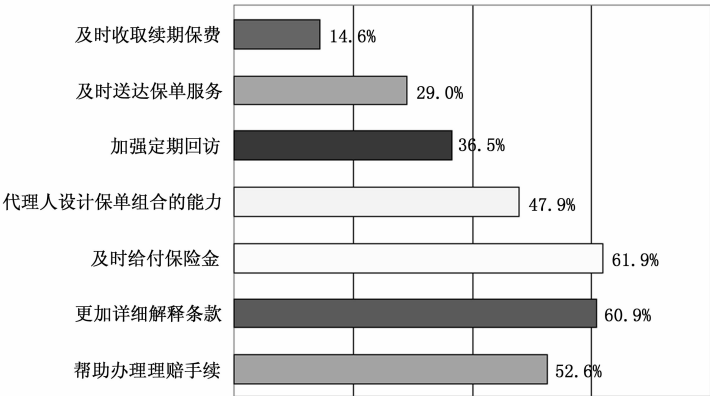


图 3-11 被调查者对保险服务的期望

可见，客户非常希望保险公司能履行承诺，在保险事故发生时及时给付保险金。同时，客户普遍希望保险业务员根据其需求设计保单组合，并通俗易懂地解释条款，这表达了客户明明白白消费的愿望。客户对理赔手续不太清楚，

希望提供帮助。同时，客户对售后服务也有相当的需求。

第九，买保险后的影响。普遍认为购买保险基本不会加重家庭经济负担，其中 38.0% 认为购买保险对家庭经济负担有影响，但负担不大，11.1% 的人认为不会加重家庭负担，仅有 50.9% 的人认为购买保险加重家庭经济负担（见图 9-9）。

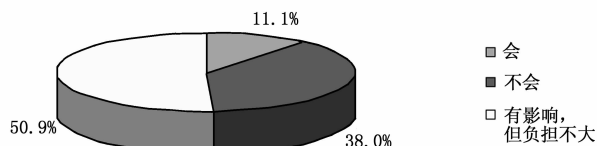


图 9-9 被调查者认为买保险对其经济的影响的看法

可见，对大多数被调查户来说，通过调整支出结构来购买保险，一般不会明显加重家庭经济负担。

买保险后是否真的就能保险了，对这一问题，认为“确实能够保险”的占 22.0%，认为“买了保险心里踏实”的占 43.5%，认为“不一定保险”和“不好说”的占 34.5%（见图 9-10）。

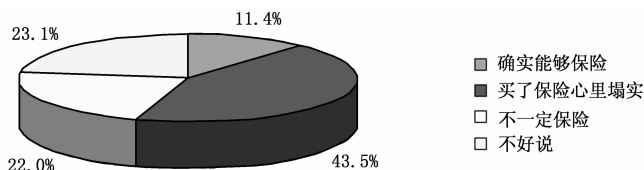


图 9-10 被调查者买保险后的保障感

约 34.5% 的被调查户买了保险却对保险的功能和作用非常悲观，这在一定程度上说明了在保险业务员的诱导下的非理性消费行为。

退保行为

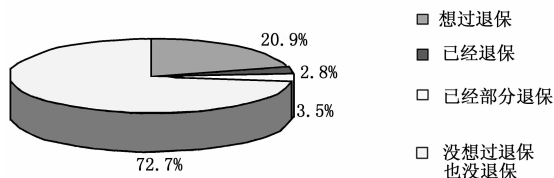


图 9-11 被调查者的退保行为

在已买保险的被调查户中，想过退保、已经退保或部分退保的占 27.1%（图 9-12），退保的原因排在第一位的是“保费高、收益低、缴费期长”占

图 3-10 显示，其余依次是“当初对所买保险不了解，现在感到不合算”的也占 12.7%；“当初在别人劝说下买了保险现在后悔”占 13.5%；“发现保险公司业务员的承诺与保险公司兑现不一致”等占 16.6%；“经济收入减少，缴不起保费”占 18.5%；“原投保时的营销员找不到了，对后续服务不放心”占 25.9%；而“在保险营销员动员下，退原保买新的险种”和“看到别人退，自己也退”的占比很小，分别为 4.6%和 6.9%（见图 3-10）。

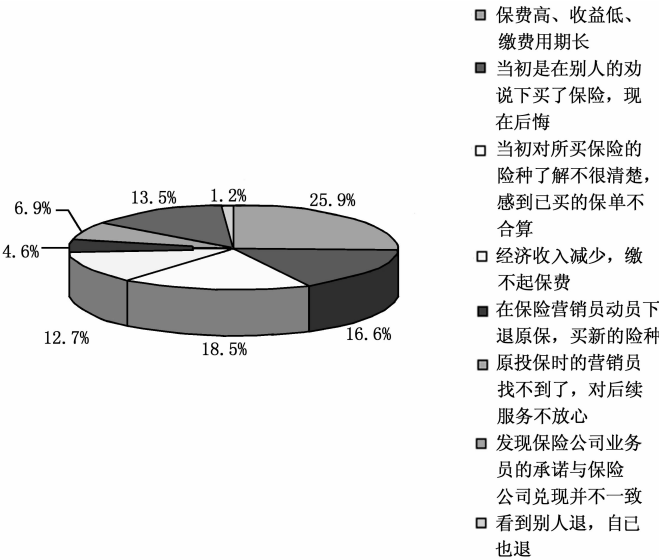


图 3-10 被调查者退保的原因

约 25.9%左右的被调查户选择退保，另有 16.6%的被调查户想过退保，这表明县域保险的退保率较高，保单保全的压力很大。退保的原因主要是保险产品不适合、当初的非理性消费、保险业务员的误导、经济收入能力不济等。

(三) 未来保险消费趋势分析

未来保险消费意愿

调查显示，25.9%的被调查户，考虑今后几年买保险；18.5%的被调查人愿意为家里的主要劳动力购买保险；12.7%的被调查户愿意通过保险来分担经济压力。这表明，越来越多的被调查户表达了未来消费保险的意见。

影响保险消费的因素

(1) 观念

本次调查设定专门的题目对农村居民可能影响保险消费的观念问题进行了

调查。结果显示，对于怎样安排自己节余的钱，被调查户的选择率排序依次是：储蓄（）、资助儿女（）、生产性投资（）、买保险（）、修建房屋（）、自己保管（）和其他去向（）（见图 ）。

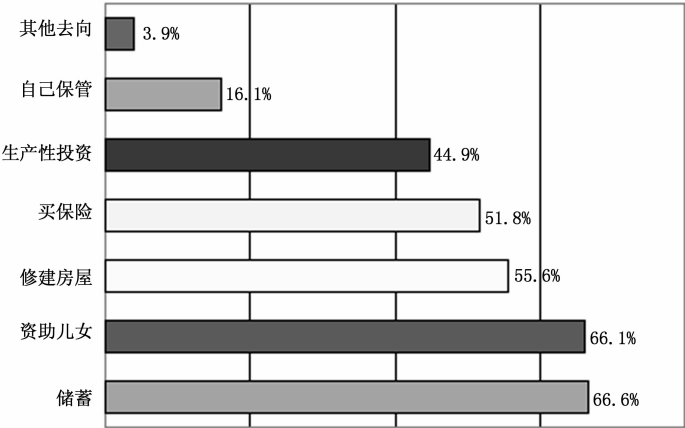


图  被调查者安排余钱的偏好

对于养老问题的安排方式，被调查户的选择率排序依次是：儿女赡养（）、个人储蓄（）、买保险（）、去敬老院（）、其他（）、政府或村里照顾（）（见图 ）。

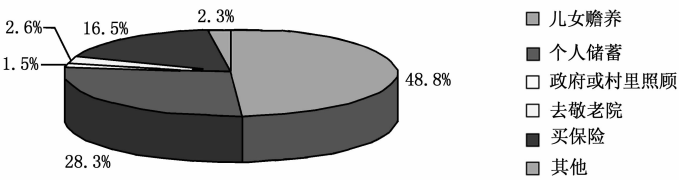


图  被调查者对养老方式的偏好

对于应付天灾人祸的方法，被调查户的选择率排序依次是：自己承担（）、亲朋好友帮忙（）、政府或村里救助（）、购买保险（）、听天由命（）（见图 ）。

上述分析表明，无论是养老还是应付天灾人祸以及对节余的钱的使用方面，保险都没有被作为首选，这一方面反映了被调查户的观念制约了保险的消费，另一方面，对保险的不了解、保险公司及其从业人员的口碑不好、宣传缺乏力度等供给层面的原因也可能是重要原因。

（四）经济实力

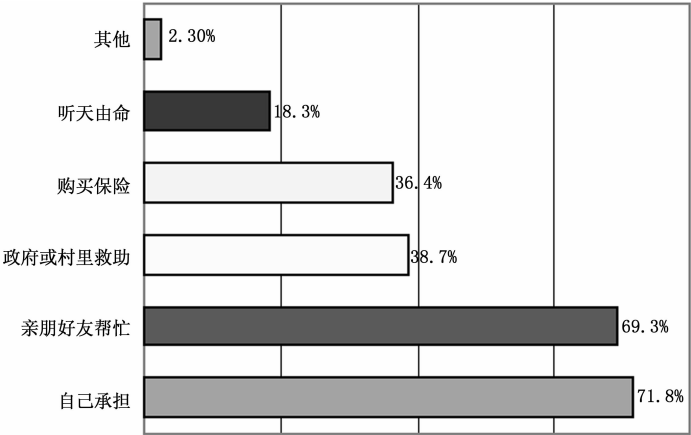


图 3-10 被调查者应付天灾人祸的方法

2009年全家现金收入：被调查对象 2009年全家现金收入在 2000元以下到 30000元以上的九个级别上分布比较分散，除了 2000元以下和 2001—4000元的占比小于 10%，以及 4001—6000元占比为 10.3%以外，其他各级别占比比较均衡，均介于 8%到 13%之间（见图 3-11）。

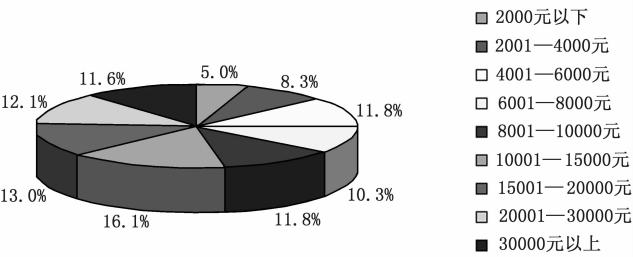


图 3-11 被调查户现金收入的分布

2000元以上的现金收入分布比较均匀，这主要是因为样本点比较均匀地分布于东、中、西部，覆盖了各个收入阶层，这恰恰也说明了东、中、西之间以及省际之间的收入差距。

调查显示，被调查户“近年来，您的家庭主要的支出项目有哪些”，排在前三位的是：衣食住行等日常消费（13.0%）、子女教育（12.1%）、生产性支出（11.8%），之后依次是盖房或房屋维修（11.6%）、医疗费支出（10.3%）、婚丧嫁娶（8.3%）（见图 3-12）。

调查结果显示，被调查户的收入用于日常消费的部分占有最大的比重，这和县域居民恩格尔系数较高是一致的。这也在一定程度上抑制了对保险的消

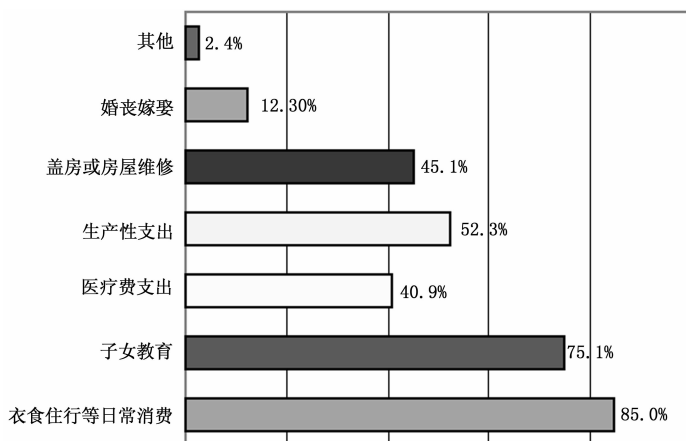


图 猿猿猿 被调查户主要支出项目

费。

猿保险消费能力

如购买保险，被调查户能承担的年缴费额主要集中在 缘— 猿元之间，其中 缘— 猿元占 圆缘， 猿— 猿元占 圆缘。缘— 猿元和 猿— 猿元占比相对也较多，分别为 猿缘和 猿缘。缘元以下占 猿缘。猿元以上占比很小，仅为 远缘（见图 猿猿猿）。

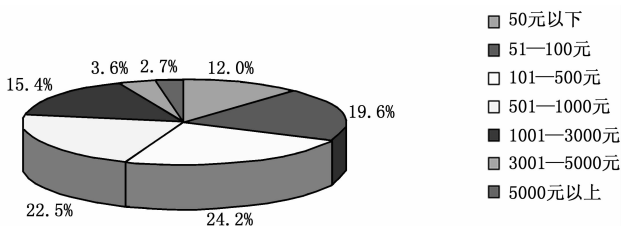


图 猿猿猿 被调查者能承担的年缴费额

大多数被调查户能承担的年缴费额集中在 缘— 猿元之间，这表明大多数县域居民的保费支付能力有限，目前主要根据城镇人口的需求开发的产品很难和县域居民的需求匹配，需要专门开发“低保费、低保障”的产品。同时，支付能力在 猿元及 猿元以上的也占有一定比例，说明县域居民之间的收入差距较大，需求呈现差异化，应该根据差异化需求供给差异化的产品。

在“一般而言，赔款越高，需要交的保险费越多”的提示下，对于“一旦意外发生，您希望得到多少赔付”， 圆缘的被调查户选择在 缘元以下， 圆缘的选择在 缘— 猿元， 猿缘的选择在 猿— 猿元， 猿缘的选择在 猿— 猿元， 猿缘的选择在 猿— 猿元， 猿缘的选择在 猿— 猿元。

选择在 5000—10000 元，还有 7.2% 的选择 10001—20000 元，还有 7.3% 的选择在 20001—30000 元，还有 6.7% 的选择在 30001—40000 元，还有 9.9% 的选择在 40001—50000 元，还有 11.3% 的选择在 50001—80000 元，还有 12.8% 的选择在 80001—100000 元，还有 14.5% 的选择在 100000 元以上（见图 3-15）。

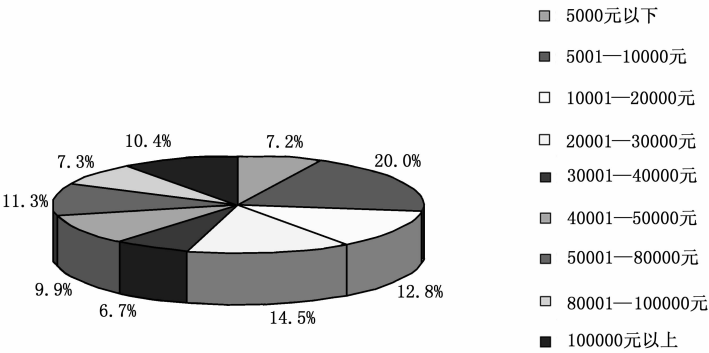


图 3-15 被调查者希望的保险金额

可见，选择保险金额在 5000 元以下的占 20.0%，这表明绝大多数县域居民根据自己的缴费能力选择较低的保障水平。选择 50000 元以上的较高保障水平的也占 14.5%，这表明，县域居民收入水平的差异较大，对保障水平要求的差距较大。

3.3.3 险别（种）需求

如购买保险，在各种险别中，选择传统型人身保险的占比 46.4%，其次为万能保险 25.6%，再次为分红保险占比 23.1%，选择投资连结保险仅占比 5.0%（见图 3-16）。

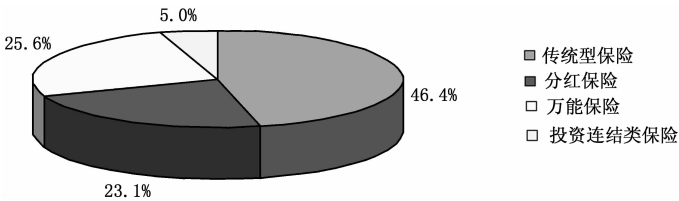


图 3-16 被调查者希望购买的险别

从调查人员反馈的信息中我们发现，一些被调查户对传统型和新型人身保险产品的区别缺乏了解，同时有些调查人员也不能很好地解释其区别，可能只是简单地说“万能保险灵活”、“分红保险每年有分红”，这样被调查户只能在非完全信息的情况下想当然的选择，我们的判断是由于上述因素的影响，选择新型保险产品的占比高估。

如果购买，选择重大疾病保险、人身意外伤害保险、个人养老金保险等险种的最多，分别占 49.9%、49.2%、46.4%，其他依次为购买子女教育保险的占 44.1%，购买终身寿险的占 31.4%，购买意外伤害医疗保险的占 31.4%，购买住院医疗保险的占 30.9%，购买生死两全保险的占 15.3%，购买定期寿险的占 11.0%，购买收入损失保险的占 8.9%，购买年金保险的占 7.5%，购买手术保险的占 6.4%，购买婚嫁保险的占 6.4%（见图 7-10）。

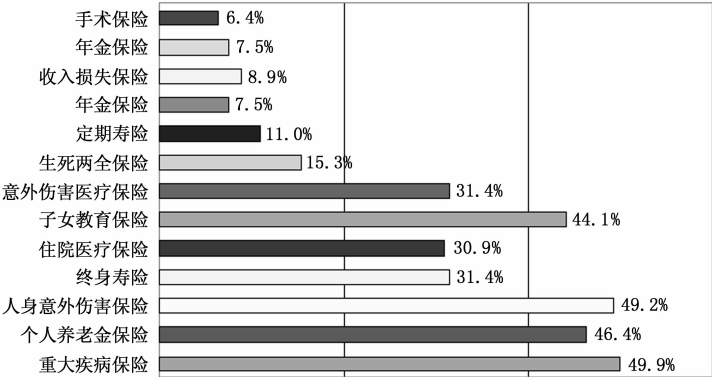


图 7-10 被调查者希望购买的险种

对险种的偏好表明了县域居民的需求集中在疾病保障、意外伤害保障以及养老保障等领域。

对保险公司的要求

农村居民买保险选择保险公司时，比较关注保险公司的知名度及保险产品和服务的质量，49.2%的人考虑保险服务质量，49.2%的人考虑保险产品的质量，46.4%的人考虑保险公司知名度，44.1%的人考虑投保及理赔程序，31.4%的人考虑保险公司员工及业务员的素质，30.9%的人考虑产品多样化（见图 7-11）。

对于购买保险时，希望保险公司提供哪些方面的信息，49.9%的人选择详细说明保险责任，49.2%的人选择介绍投保、索赔程序，46.4%的人希望保险公司推荐自己需要的有关产品，44.1%希望保险公司介绍责任免除内容，44.1%的人希望保险公司介绍双方各自的责任、义务，31.4%的人希望得到保险公司信誉、实力、规模等方面信息，31.4%希望保险公司说明产品可能的收益及不确定性，30.9%希望提供保险公司提供的服务的内容（见图 7-12）。

被调查户大多希望保险公司提供多方面的信息，这也表明了其对理性消费的渴望。

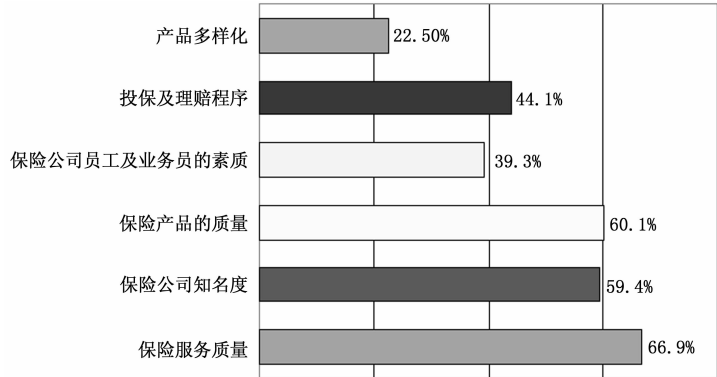


图 3-1 影响被调查者选择投保公司的因素

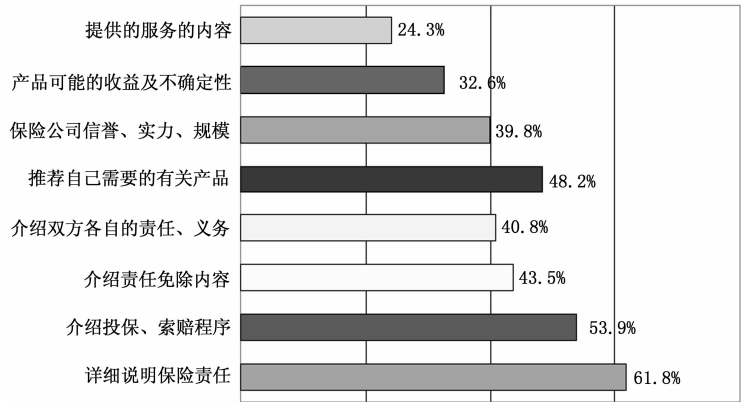


图 3-2 被调查者希望保险公司提供的信息

对购买渠道的偏好

调查中设定“您希望保险公司通过什么方式推销产品”来调查农村居民对保险购买渠道的偏好，结果显示，^①选择保险公司业务员上门推销，^②选择增设咨询服务场所由专业人士帮助介绍合适险种，^③选择保险公司到村里召开产品宣传会，^④选择需要者自己到保险公司购买，^⑤选择通过银行储蓄所、邮政等网点代销，^⑥选择保险经纪公司或保险代理公司销售，^⑦选择网上销售，^⑧选择电话销售（见图 3-3）。

超过一半的被调查户希望业务员上门推销，这表明一半以上的被调查户能够接受寿险营销。同时，^②左右的被调查户选择增设咨询服务场所由专业人士帮助介绍合适险种，这表明在具备条件的地方设立农村营销服务部是非常可

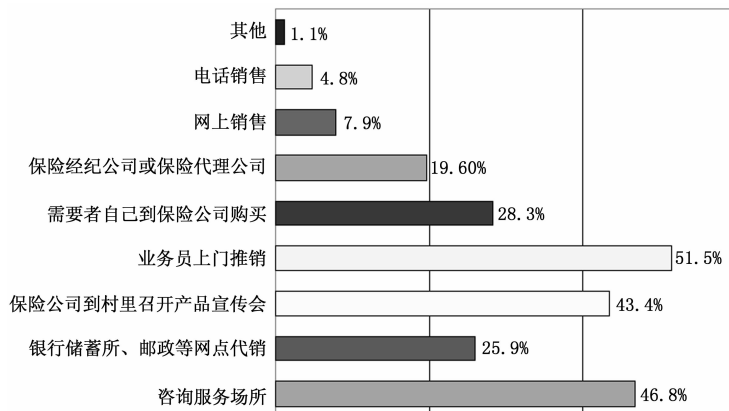


图 1 被调查者希望购买保险的渠道

行的；左右的被调查户选择保险公司到村里召开产品宣传会，也表明在比较发达地区通过产品说明会形式推销保险业为县域的居民所接受。由于银行储蓄所、邮政的网络覆盖面广，代销保险业为一部分被调查户所接受。另外，网上销售、电话营销不为被调查户所熟悉。

对于希望什么人在本村当保险业务员推销保险，的人选择保险公司的正式工作人员，的人选择村里威信高、德高望重的人，的人选择村干部，的人选择见多识广能说会道的人，的人选择教师，的人选择村里的信贷员，的人选择离退休人员，的人选择邮局工作人员（见图 2）。

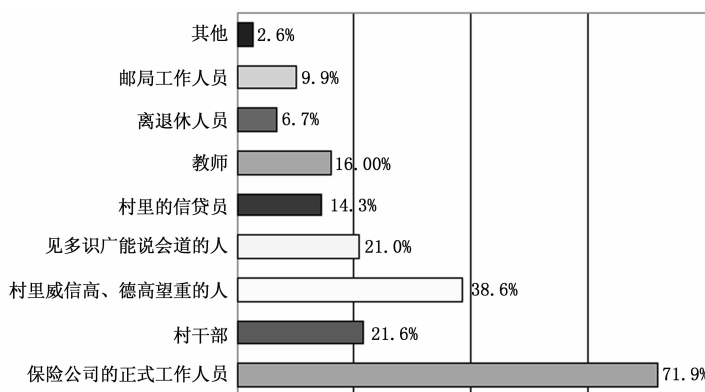


图 2 被调查者希望保险业务员的人选

被调查户选择什么人在村里当保险业务员，实际上表明被调查户对什么人信任度更多。比较有意思的是，高达 71.9% 的被调查户选择保险公司的正式工

作人员，显然，他们并不知道保险业务员是保险公司的代理人，不是保险公司的正式工作人员。但作出这种选择恰恰表明了被调查户觉得正式工作人员背后有一个单位在向他们承担责任，能够给他们带来较稳定的预期，而对其他人则不太信任，害怕被骗上当。除了保险公司的正式工作人员，被调查户选择的主要是乡村的“精英阶层”，显然，和一般村民相比，这些“精英阶层”更值得信赖。这些都充分表明了信誉对于县域保险发展的重要性。

对于子女教育储蓄类保险的需求

对于孩子考上大学，每年能够承担 1 万元以上的学杂费和生活费的占比 14.5%，能够承担 1 万元—1 万元的占比 14.0%，仅能承担 1 万元以下的为 12.5%（见图 3-10）。

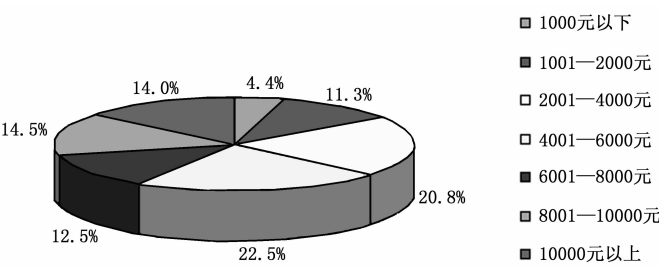


图 3-10 被调查者能承担的教育费用

目前大多数大学一年的学杂费和生活费一般都在 1 万元以上，但调查发现，能够承担 1 万元以上的仅为 14.5%，县域居民对类似于子女教育婚嫁保险的储蓄类保险的需求潜力较大。

为什么没有买保险

目前农村居民购买保险较少的主要原因，14.5%的人认为是收入低、经济条件不允许；14.0%的人认为是对保险不了解，不知道买保险是否合适；12.5%的人认为是保险公司骗人，保险不可靠；11.3%的人认为是缴费高，缴费期长；10.8%的人认为是针对农村家庭设计的险种太少；10.5%的人认为是保险公司业务员说话不算数；9.5%的人认为保险公司服务不好；4.4%的人认为是当地的风俗习惯（见图 3-11）。

在被调查户的自我评价中，高达 14.5%的人认为经济原因是制约保险消费的主要原因。对保险不了解、产品不合适以及对保险公司和业务员不信任也占了相当大的比重。这也表明，提高县域保险的渗透面，除了发展县域经济，提高人均可支配收入水平外，还必须从提高县域居民对保险的认知、提供合适的

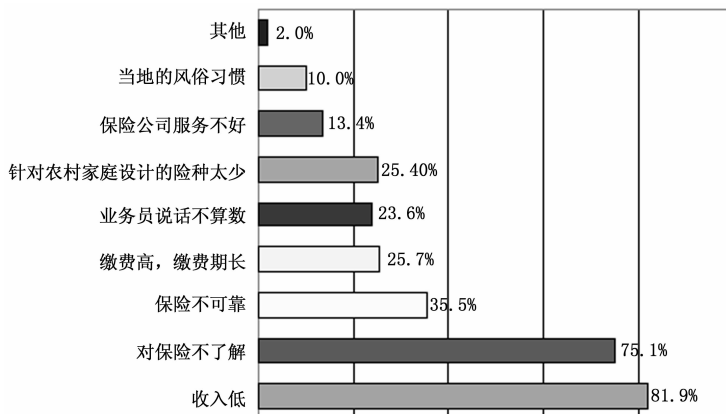


图 猿原猿 被调查者没有买保险的原因

产品以及提高保险公司及其从业人员的信誉等角度入手。

(四) 全国调查结果描述性分析的基本结论

(猿 保险认知与评价

苑原豫的农村居民对保险有一定的了解,但比较了解保险的比重较低(猿原豫豫)。

县域绝大多居民了解保险的途径比较单一,主要通过电视、保险公司的业务员或亲戚朋友介绍等渠道是了解保险,这些渠道提供的保险知识也很有限,这导致了绝大多数居民对保险了解较少,甚至不了解,从而制约了对保险的购买。

大部分被调查对象还是意识到了保险必要性的,但还有近 源原豫的被调查户对保险重要性的认识存在偏差。

对于商业保险及其从业人员的信任度不高,普遍认为保险从业人员素质一般或较差。

中国人寿在县域的知名度最高,这与中国人寿在广大县域有大量的分支机构和辐射面较广的农村营销服务部有关系。当然,太平洋和平安两家公司在县域对中国人寿的挑战也不容忽视。有意思的是,在其他中小型公司中,被调查户对太平保险的认知最高,甚至超过了泰康和新华,这可能是由于被调查户无形中将太平和太平洋联系起来的缘故,即太平洋保险的品牌宣传客观上对太平保险有外部经济效应(溢出效应)。

(圆 保险消费行为

被调查者中买过保险的占 80.5%，保险渗透率较高。这和我们通常对县域保险的一般印象有偏差，可能的原因是大多数中小学校的学生都购买了学平险。

大多数没有买保险的被调查户并不是完全没有实际购买能力，而是由于不了解保险的功能或对保险产生怀疑。如果保险公司加大宣传力度，让居民更多地了解保险、认同保险，潜在需求是很大的。

已购买保险主要为孩子和自己投保，其中，为孩子购买的保险超过自己。其次是为配偶和老人购买；

购买险种问题上，购买新型产品的占 40.5%，购买传统型产品的占 59.5%。这一方面和县域的居民的经济承受能力有关，新型产品的缴费相对较高，制约了居民的保险消费；另一方面也反映出县域居民更迫切需要的是保障型产品。

险种集中在意外伤害保险、养老保险和重大疾病保险。可见，在生、老、病、死、残等人身风险中，目前县域居民更为关注的是病、死和老。

在所购买保险产品的缴费额问题上，受收入的限制，县域居民普遍购买“低保费、低保障”的保险产品，缴费额在 1000 元以下的占比 80% 以上，缴费额在 5000 元以下的高达 90%。

从购买渠道看，县域保险目前主要是个人营销业务。同时，展业渠道逐渐多元化，团险和兼业代理也占有一定的比重。在比较发达地区，保险公司通过产品说明会等形式现场宣传购买的也占一定比重。另外，在经济比较发达，组织能力比较强的乡村，通过村统一购买的也占有一定比例。利用银行、邮政储蓄等网点兼业代理保险的占 30% 左右。

从购买动机看，很多被调查户购买保险的行为不够理性。保险业务员诱导、人情、从众心理等占相当的比重，这也就为今后的退保埋下了伏笔。

从对所购买保险的保险责任和条款等的了解途径看，相当一部分被调查户的保险消费非常被动，买了保险也不了解自己会得到哪些保障，更谈不上按照自己的需求去选择合适的险种；另一方面，这也暴露了保险营销员和公司提供的服务不够，没有帮助客户认真分析其自身面临的风险及其保障缺口，并根据需求设计和提供相应的保单组合。

从对保险公司服务的满意程度看，对保险公司的服务非常满意的不到 10%，不满意的却高达 50%，这表明保险公司和营销人员的服务不尽责，距离客户的期望值较远。

从对保险公司服务的期望看，客户非常希望保险公司能履行承诺，在保险事故发生时及时给付保险金，这实际上也折射出了客户对保险公司的怀疑和不信任。同时，客户普遍希望保险业务员根据其需求设计保单组合，并通俗易懂地解释条款，这表达了客户明明白白消费的愿望。客户对理赔手续不太清楚，希望提供帮助。同时，客户对售后服务也有相当的需求。

对于买保险后的影响，大多数被调查户通过调整支出结构来购买保险，一般不会明显加重家庭经济负担。

在退保方面，约 愿缘左右的被调查户选择退保，另有 愿缘的被调查户想过退保，这表明县域保险的退保率较高，保单保全的压力很大。退保的原因主要是保险产品不适合、当初的非理性消费、保险业务员的误导以及经济收入能力不济。

（缘） 保险消费趋势

农村保险市场潜力巨大，越来越多的被调查户表达了未来消费保险的意愿。

观念是影响保险消费的重要因素。无论是养老还是应付天灾人祸以及对节余的钱的使用方面，保险都没有被作为首选，这一方面反映了被调查户的观念制约了保险的消费，另一方面，保险公司及其从业人员的口碑不好、宣传缺乏力度等供给层面的原因也是重要原因。

被调查户总体收入水平不高，东、中、西之间以及省际之间的收入差距较大，被调查户的收入用于日常消费的部分占有最大的比重，这和县域居民恩格尔系数较高是一致的。这也在一定程度上抑制了对保险的消费。

大多数被调查户能承担的年缴费额集中在 缘圆—愿圆元之间，这表明大多数县域居民的保费支付能力有限，目前主要根据城镇人口的需求开发的产品很难和县域居民的需求匹配，需要专门开发“低保费、低保障”的产品。同时，支付能力在 愿圆元及 愿圆元以上的也占有一定比例，说明县域居民之间的收入差距较大，需求呈现差异化，应该根据差异化需求供给差异化的产品。

目前大多数大学一年的学杂费和生活费一般都在 员万元以上，但调查发现，能够承担 员万元以上的仅为 愿缘，县域居民对类似于子女教育婚嫁金保险的储蓄类保险的需求潜力较大。

选择保险金额在 源万元以下的占 愿缘，这表明绝大多数县域居民根据自己的缴费能力选择较低的保障水平。选择 愿万元以上的较高保障水平的也占 愿缘，这表明，县域居民收入水平的差异较大，对保障水平的要求的差距较

大。

选择传统型人身保险的占比 源圆豫，其次为万能保险 圆豫，再次为分红保险占比 圆豫，选择投资连接保险仅占比 缘豫。从调查人员反馈的信息中我们发现，一些被调查户对传统型和新型人身保险产品的区别缺乏了解，同时有些调查人员也不能很好地解释其区别，可能只是简单地说“万能保险灵活”、“分红保险每年有分红”，这样被调查户只能在非完全信息的情况下想当然的选择，我们的判断是由于上述因素的影响，选择新型保险产品的占比高估。

对险种的偏好表明了县域居民的需求集中在疾病保障、意外伤害保障以及养老保障等领域。

在购买保险选择保险公司时，比较关注保险服务的质量和保险公司的知名度以及保险产品的质量。总体上看，被调查户对保险公司的期盼很多，县域保险的发展的主要矛盾并不仅仅是需求不足，有效供给同样不足。

被调查户大多希望保险公司提供多方面的信息，这充分表明了其对理性消费的渴望。

超过一半的被调查户希望业务员上门推销，这表明一半以上的被调查户能够接受寿险营销。同时，源豫左右的被调查户选择增设咨询服务场所由专业人士帮助介绍合适险种，这表明在具备条件的地方设立农村营销服务部是非常可行的；源豫左右的被调查户选择保险公司到村里召开产品宣传会，也表明在比较发达地区通过产品说明会形式推销保险业为县域的居民所接受。由于银行储蓄所、邮政的网络覆盖面广，代销保险业为一部分被调查户所接受。另外，网上销售、电话营销不为被调查户所熟悉。

被调查户选择什么人在村里当保险业务员，实际上表明被调查户对什么人信任度更多。比较有意思的是，高达 苑豫的被调查户选择保险公司的正式工作人员，显然，他们并不知道保险业务员是保险公司的代理人，不是保险公司的正式工作人员。但作出这种选择恰恰表明了被调查户觉得正式工作人员背后有一个单位在向他们承担责任，能够给他们带来较稳定的预期，而对其他人则不太信任，害怕被骗上当。除了保险公司的正式工作人员，被调查户选择的主要是乡村的“精英阶层”，显然，和一般村民相比，这些“精英阶层”更值得信赖。这些都充分表明了信誉对于县域保险发展的重要性。

在被调查户的自我评价中，高达 愿豫的人认为经济原因是制约保险消费的主要原因。但对保险不了解、产品不合适以及对保险公司和业务员不信任也

占了相当大的比重。这也表明，提高县域保险的渗透面，除了发展县域经济，提高人均可支配收入水平外，还必须从提高县域居民对保险的认知、提供合适的产品以及提高保险公司及其从业人员的信誉等角度入手。

四、东、中、西部调查问卷的对比分析

（一）东、中、西部样本情况比较

东部、中部、西部样本的性别结构和年龄结构非常类似，青壮年的男性居多，这提高了横向对比分析的意义（见图 猿京藏 图 猿京庭）。

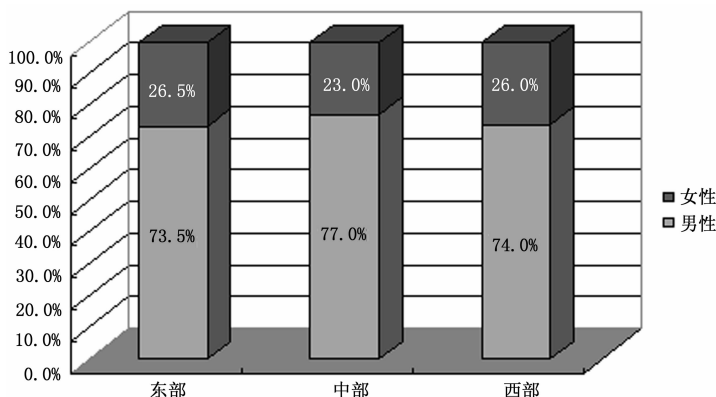


图 猿京藏 东、中、西部被调查者的性别结构对比

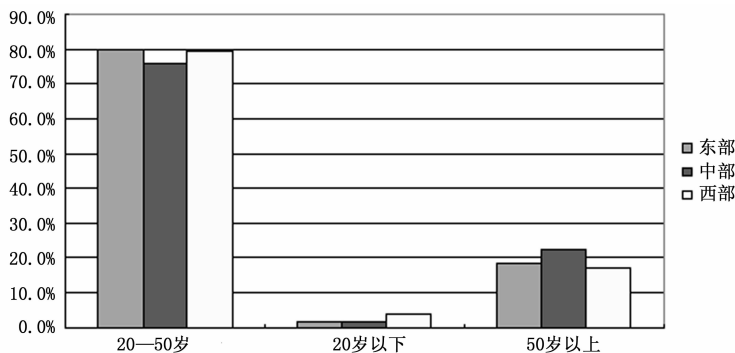


图 猿京庭 东、中、西部被调查者的年龄结构对比

从家庭结构来看，家庭人口为 猿人以下的小规模家庭，东部多于中部，中

部高于西部，缘人以上的大家庭占比则正好相反，这可能是由于东部经济较发达，计划生育政策执行得比较彻底，符合东部、中部和西部一般家庭结构的特征（见图 猿猿愿）。

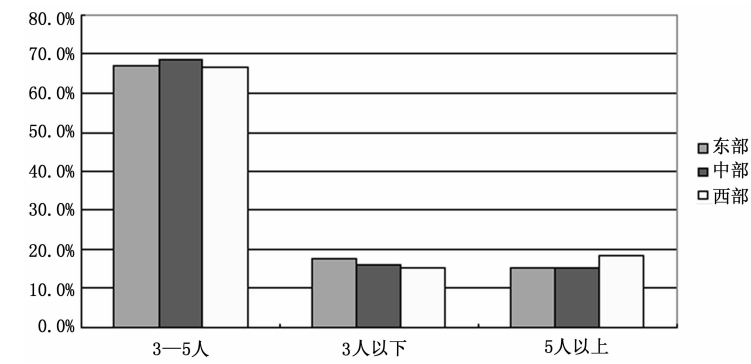


图 猿猿愿 东、中、西部被调查者的家庭结构对比

从家庭的收入结构看，中、西部地区的主要收入来源是传统农业收入和外出打工收入，其比重均高于东部地区。而东部地区的工资性收入则远远高于中西部地区（见图 猿猿愿），这主要是由于东部地区乡镇企业发达，在乡镇企业就业的比重较高。除了主要收入来源外，全国农村居民的兼业情况比较普遍，收入来源日趋多元化，现金收入来源渠道逐渐增多，这有利于提高其现金收入，增强对保险的购买力。

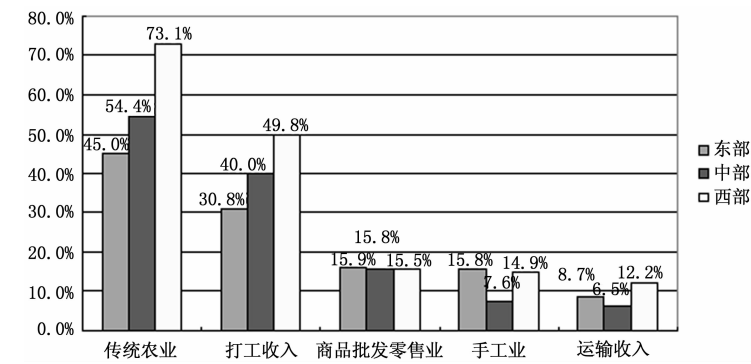


图 猿猿愿 东、中、西部被调查者的收入结构对比

（二）东、中、西部对保险的认识和评价

对于购买保险必要性的认识，认为有必要购买的，东部地区的被调查户比西部地区高 缘个百分点，相反，认为没有必要购买的，西部地区比中部地区高

圆个百分点，认为买不买无所谓的，西部地区同样比东部地区高出 圆个百分点（见图 猿京愿）。这表明，东部地区比中部和西部地区居民对保险必要性的认识更高。

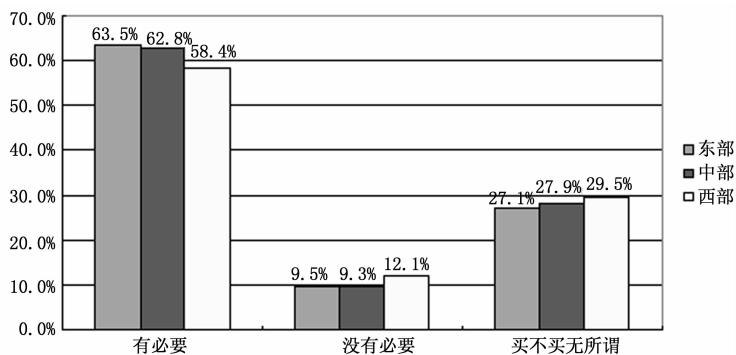


图 猿京愿 东、中、西部被调查者对购买保险必要性的认识

（三）东、中、西部保险消费行为比较

圆保险渗透率

在保险渗透率方面，东部比中部高出 远个百分点，比西部高出 愿个百分点（见图 猿京圆）。这主要是由于东部地区居民的收入更高，保险意识更强，购买保险的比例自然更多。

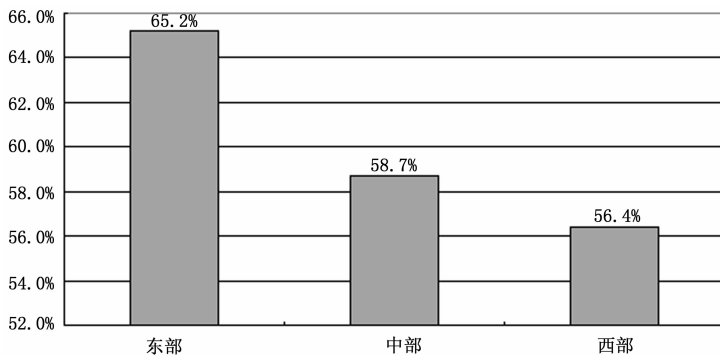


图 猿京圆 东、中、西部保险渗透率比较

圆购买保险的决策

第一，在为谁购买的决策上，在为自己和配偶购买的决策上，东部地区的比例要远远高于中部和西部地区。相反，西部地区为孩子购买保险的比例要高于东部和中部地区（见图 猿京猿）。

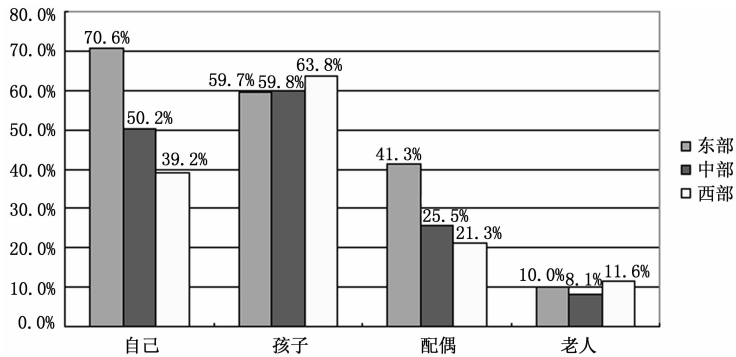


图 3-10 东、中、西部被保险人比较

这一方面表明，东部地区居民购买保险的行为更为理性，更多地考虑为自己和配偶这样的家庭主要劳动力投保（我们的调查对象主要是青壮年）。另一方面，中西部，特别是西部地区，由于受经济收入的影响，购买保险主要表现为学平险。

第二，在所购买的险种上，东、中、西部地区存在一些差异：西部和中部地区，特别是西部，和其他险种相比，居民购买医疗保险和意外伤害保险的比例明显更高，这一方面反映了居民目前更关注疾病和意外伤害等人身事故，另一方面，也是因为这些保障性的险种缴费较低，而中西部地区普遍收入不高，对于缴费较高的养老保险缺乏支付能力。而东部地区由于收入较高，除了较多的购买意外伤害保险和医疗保险外，对缴费较高、储蓄性较强的养老保险和人寿保险的购买比例也高于中西部地区（见图 3-11）。

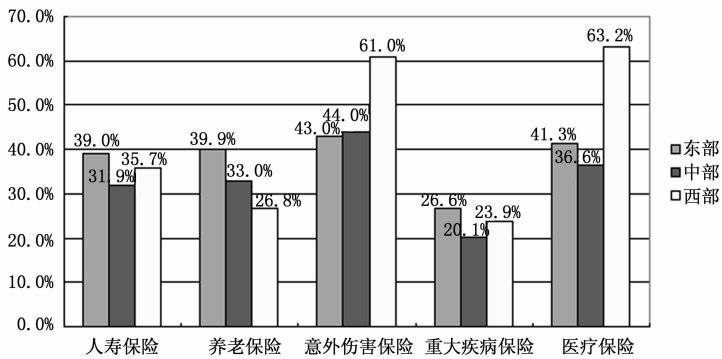


图 3-11 东、中、西部购买的保险险种比较

第三，在购买保险产品的缴费额上，东、中、西部差别非常明显。在 500 元以下的较低缴费额中，特别是 100 元以下的低额缴费中，中、西部地区所占

比重远远高于中部地区。对于 500—1000 元的中等数额保费，中部地区居民的支付能力要高出西部地区 1 个百分点。在 1000 元以上的较高数额的缴费中，特别是 3000 元以上的高额缴费中，东部地区居民的支付能力要远远高于中西部地区，中部地区要略高于西部地区（见图 7-9）。对保险支付能力的这种分布是符合东、中、西部经济发展水平的一般规律的。

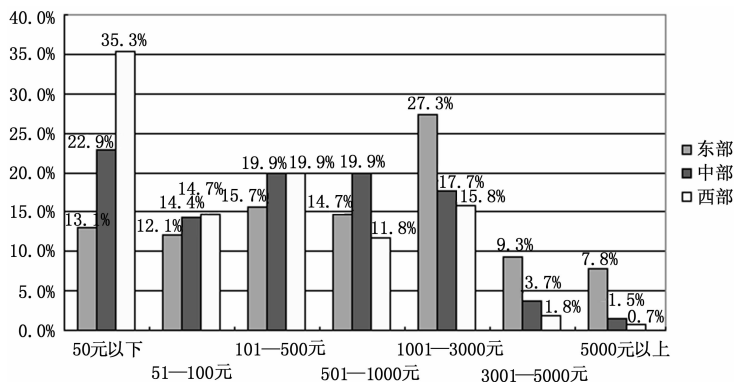


图 7-9 东、中、西部能够承担的缴费额比较

第四，关于购买保险对家庭负担的影响，认为会加重家庭负担的，中、西部地区的比例高于东部，相反，认为不会加重家庭经济负担的，或虽有影响，但影响不大的，东部的比例均要高于中西部地区（见图 7-10）。这表明，和中西部地区相比，东部地区居民的经济承受能力更强。

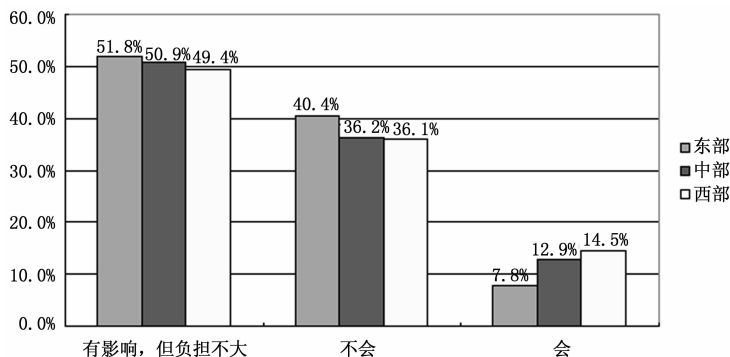


图 7-10 东、中、西部购买保险对家庭负担的影响的比较

退保行为

被调查户中，“想过退保”的，中部地区稍高，东部和西部地区基本持平，而实际上“已经退保”的，西部地区最高，东部次之，中部最低，而“没想过也没有退保”的，则西部最低，东部和中部地区基本持平（见图 7-11）。单

从这个方面来看，东、中、西部的消费者没有明显的差异。

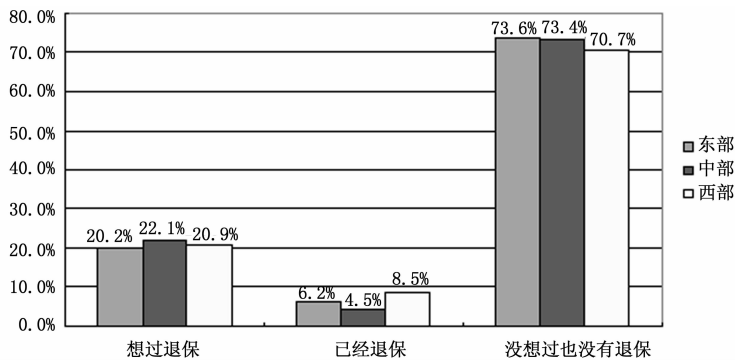


图 3-3-1 东、中、西部退保行为比较

(四) 东、中、西部未来购买保险的趋势

未来保险消费意愿

从对保险未来的消费意愿看，东、中、西部县域被调查居民，这种欲望比较强烈，占被调查对象的 70% 以上。但东部和中部地区在考虑今后买保险、愿意为家里的主要劳动力买保险以及愿意通过保险来分担经济压力等三个方面，都比西部的比例要高一些，但是这种意愿的差异并不大（见图 3-3-2）。

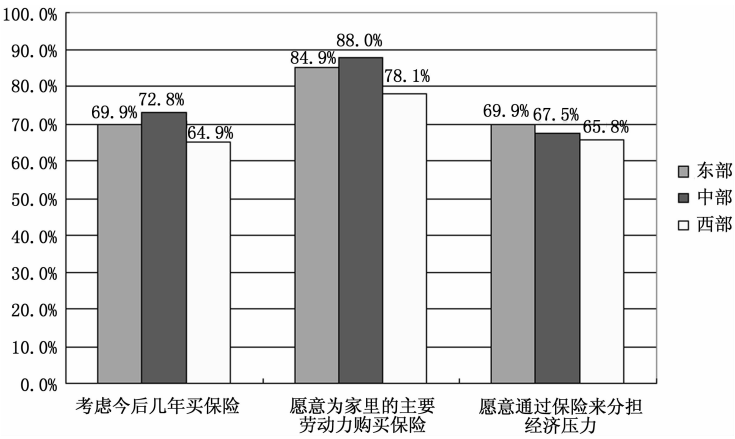


图 3-3-2 东、中、西部未来保险消费意愿比较

影响保险消费的因素

(1) 观念

对于余钱的处理方式，比较一致的是，东中西部地区的居民都没有把购买

保险作为首选，其中东部地区把保险作为第三选择，中西部地区把保险作为第四选择（见图 3-1-1）。中西部地区居民把余钱用于储蓄的比重稍高些，这和这些地区金融工具比较缺乏不无关系。同时，中西部用于资助儿女和生产性投资的比例要明显高于东部地区，这可能出于两个原因：一是中西部地区家庭人口相对较多，子女数量较多；二是中西部地区主要是家庭生产，其生产性投资主要依靠家庭内部积累，而东部地区乡镇企业较发达，工资性收入占比较大，生产性投资相对较少。

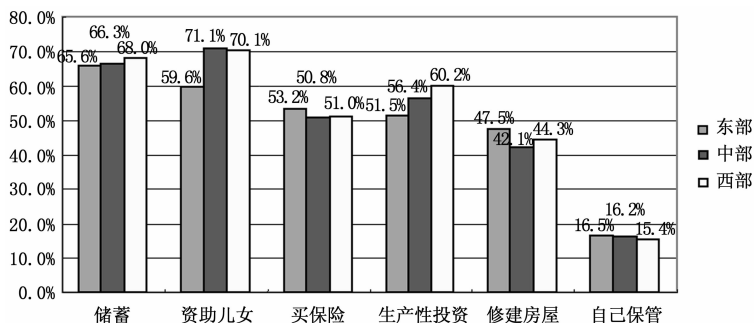


图 3-1-1 东、中、西部队节余的钱的使用方式比较

对于养老问题的安排方式，三地区有接近和超过一半的被调查居民准备靠子女（见图 3-1-2）。但比较有意思的是，西部地区的家庭人口最多，但选择儿女赡养的比例却相对最低，选择通过个人储蓄和买保险养老的却相对较多，其中的原因有待进一步调查和分析。

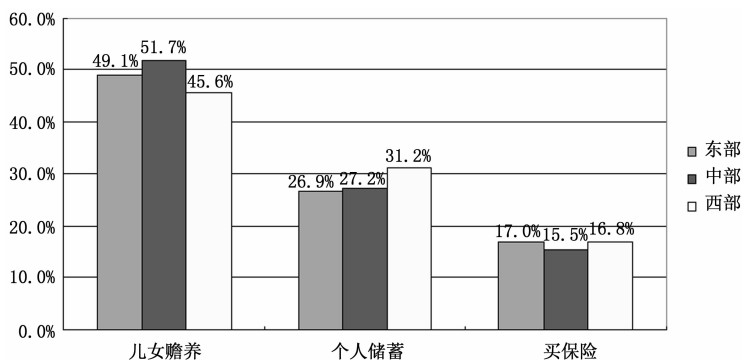


图 3-1-2 东、中、西部养老方式偏好的比较

对于应付天灾人祸的方法，三地区居民结论比较一致，买保险均不是首选，由自己承担和亲朋好友帮忙才是县域居民应付意外事故的主要选择。特别值得注意的是，被调查户选择很大程度上是基于其现实情况（见图 3-1-3），

因此,我们一方面可以理解为县域居民应付意外事故的观念比较落后,另一方面更要看出他们目前主要依靠非制度化的风险处理和融资手段,而像保险这种制度化转嫁风险的机制却占比过低,这恰恰反映了其对保险的功能认识的不足,同时也说明他们对保险存在巨大的潜在需求。

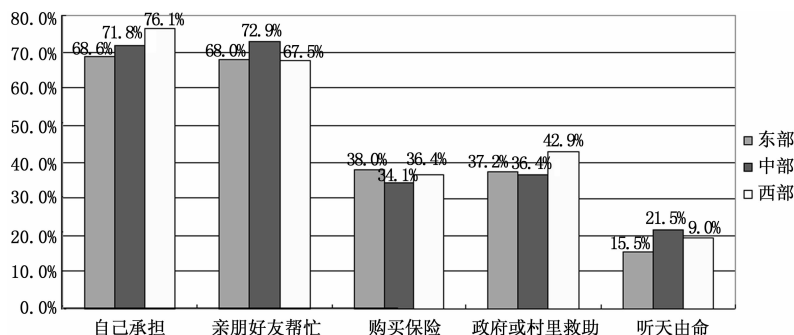


图 猿原猿 东、中、西部应付天灾人祸方法的比较

(四) 经济实力

对于被调查户全年现金收入,东中西部差别非常明显。西部地区居民的现金收入主要集中在 2000—6000 元之间,6000 元以上占比较低,同时,2000 元以下的占有一定的比例。而中部地区居民的现金收入主要集中在 6000—15000 元之间,15000 元以上也占一定比例。而东部地区的收入明显较高,15000 元以上的占比很高,特别是 30000 元以上占比近 20% (见图 猿原源)。可见,东部地区的收入明显高于中西部,同时东中西部内部居民之间收入差距也较大。

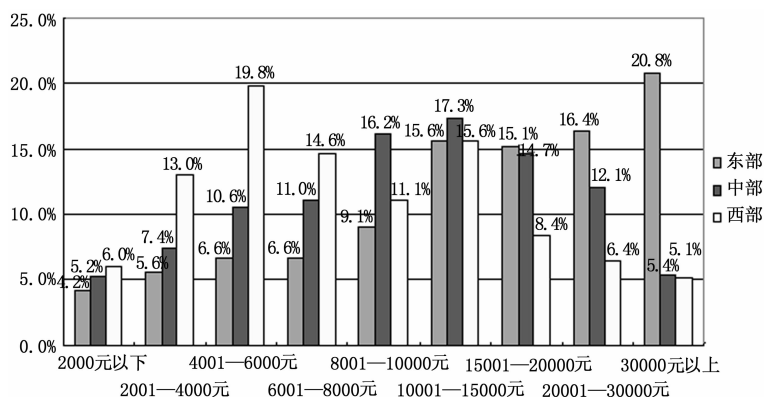


图 猿原源 东、中、西部家庭现金收入比较

在家庭的主要开支方面,东中西部地区居民在衣食住行等日常消费方面所占的比例均最高。中西部地区在子女教育、生产性支出以及医疗费支出方面

所占的比例要高于东部地区（见图 猿原猿），这一方面是由于中西部地区家庭的子女数要多于东部，家庭联产承包责任制是主要的生产组织形式，另一方面，虽然东部地区医疗费用支出的总量高于中西部地区，但由于后者收入较低，医疗费用占比反而较高。

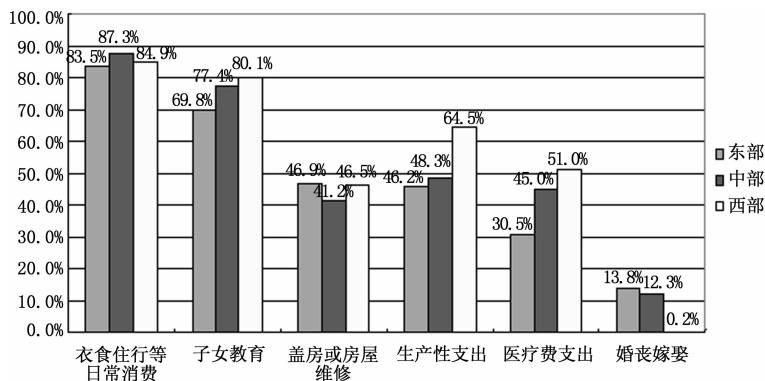


图 猿原猿 东、中、西部家庭主要开支项目比较

猿 保险消费能力

在对保费的支付能力方面，对于支付 缘园园元以下的较低保费，中西部地区的比重比东部地区大得多。而对于支付 缘园园元以上的较高保费，东部地区所占比重要远远大于中西部地区，对于 猿园园元以上的高额保费的支付能力更是如此，中西部地区的被调查户所占比例微乎其微（见图 猿原源）。这集中体现了东、中、西部经济发展水平的差异对保险需求的影响。

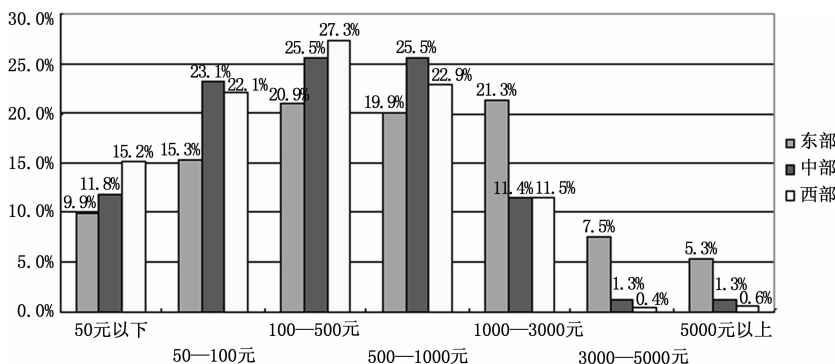


图 猿原源 东、中、西部保费支付能力比较

在对赔款额的选择方面，和能够支付的缴费水平相联系，在意外事故发生时，中西部地区的被调查户希望得到的赔付总体上偏低，集中在 缘园园—

10000元以下，选择10万元以上保障水平的所占比例较少。相反，东部地区选择10万元以上保障水平的被调查户所占的比例较大（见图3-1-3）。

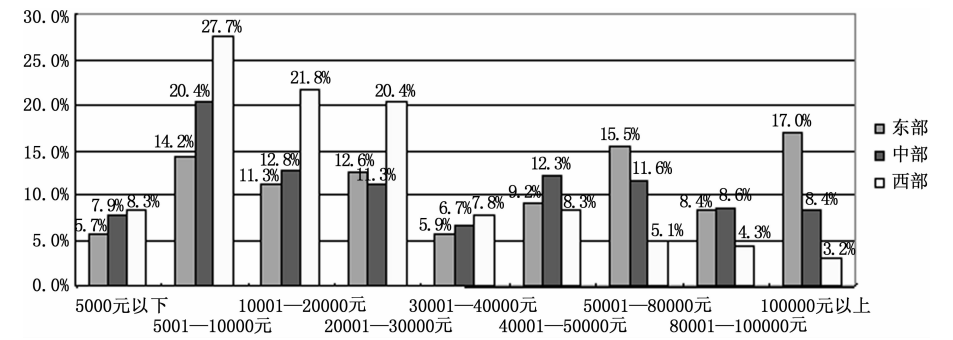


图3-1-3 东、中、西部对保险金额选择的比较

3.1.3 险种需求

在对险种的偏好方面，西部地区居民选择重大疾病保险、意外伤害保险、子女教育以及住院医疗保险的比例明显偏高，中部地区选择子女教育、意外伤害的比例也高于东部地区。而东部地区选择养老保险的比例则高于中西部地区（见图3-1-4）。主要原因可能是中西部地区居民总体收入较低，对缴纳保费较多的储蓄类的养老保险缺乏支付能力，比较适合购买缴费相对较低的保障型产品。同时，西部地区普遍缺乏健康保障，因病致贫、因病返贫的现象比较严重，人们对医疗保险的需求比较强烈。另外，从东中西部居民能承担孩子上大学的费用比较也可以看出，西部地区每年普遍能承担的费用是10000—20000元（见图3-1-5），子女教育，特别是大学教育是沉重的负担，主观上希望能通过保险来分担这种负担。

3.1.4 对保险公司的要求

在选择保险公司时考虑的主要因素方面，东中西部没有明显的差异，都希望选择产品和服务质量好、知名度高、投保和理赔手续简单明了的保险公司投保（见图3-1-6）。

在购买保险时希望保险公司提供的信息方面，东中西部没有明显的差异，都希望选择保险公司提供详细说明保险责任、介绍投保和索赔程序以及推荐需要的产品等服务（见图3-1-7）。

3.1.5 对保险业务员人选的偏好

在希望的保险业务员的人选方面，东中西部比较一致的选择是首选保险公司的正式工作人员，其次是威信高、德高望重的人（见图3-1-8），这表明他

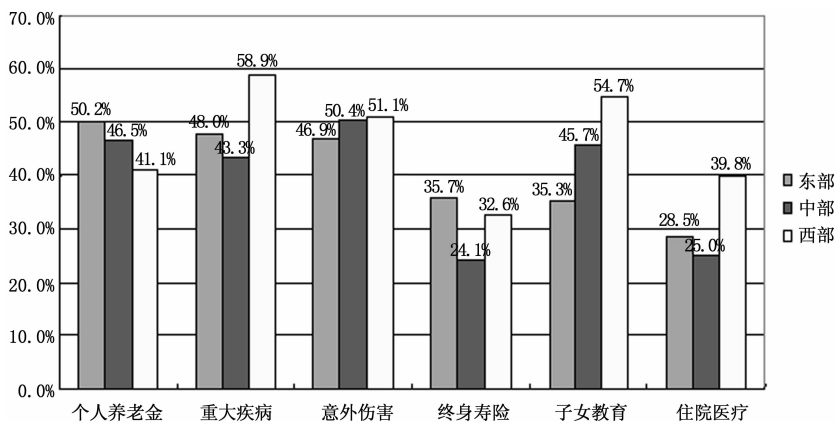


图 豫东、中、西部对险种偏好的比较

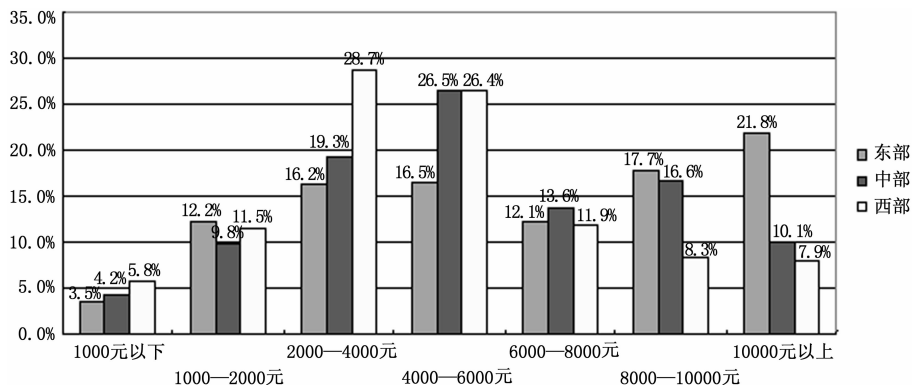


图 豫东、中、西部能承担教育费用的比较

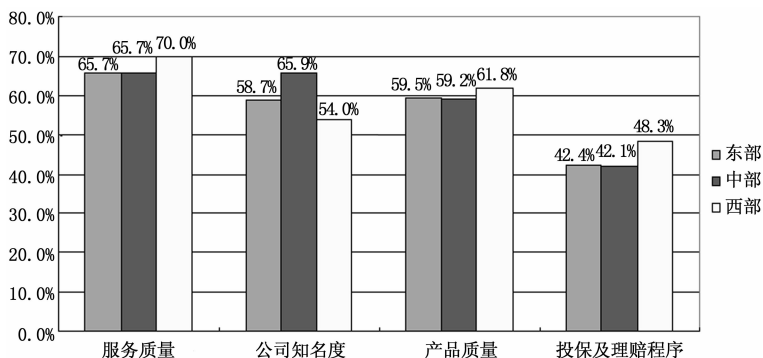


图 豫东、中、西部影响选择投保公司因素的比较

们选择的是信得过的人，这比较突出地反映了信誉对于县域居民购买保险决策的重要性。

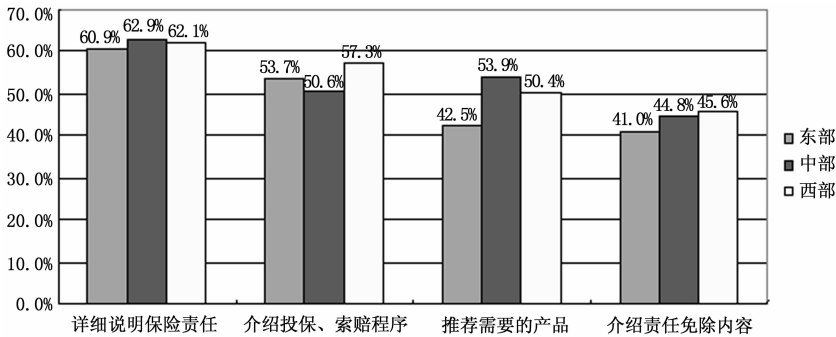


图 3-1-1 东、中、西部希望保险公司提供的信息比较

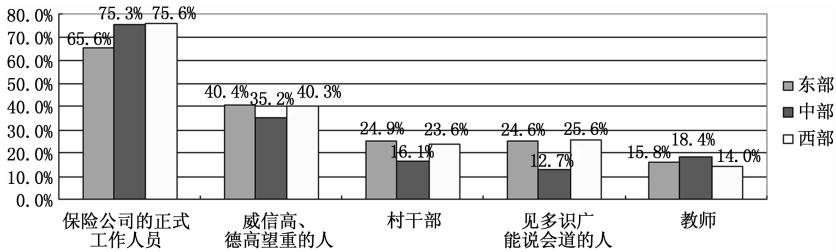


图 3-1-2 东、中、西部希望保险业务员人选偏好的比较

(五) 东、中、西部比较分析的简要结论

在样本的基本情况方面，东部、中部、西部样本的性别结构和年龄结构非常类似。从家庭结构来看，家庭人口为 3 人以下的小规模家庭，东部多于中部，中部高于西部，缘人以上的大家庭占比则正好相反。

从家庭的收入结构看，中、西部地区的主要收入来源是传统农业收入和外出打工收入，其比重均高于东部地区。而东部地区的工资性收入则远远高于中西部地区。除了主要收入来源外，全国农村居民的兼业情况比较普遍，收入来源日趋多元化，现金收入来源渠道逐渐增多，这有利于提高其现金收入，增强对保险的购买力。

在对保险的认知方面，东部地区比中部和西部地区居民对保险必要性的认识更高。

保险的消费行为：在保险渗透率方面，东部比中部高出 1.5 个百分点，比西部高出 1.8 个百分点。

在为谁购买的决策上，东部地区为自己和配偶购买的比例要远远高于中部和西部地区。相反，西部地区为孩子购买保险的比例要高于东部和中部地区。

东部地区居民购买保险的行为更为理性，更多地考虑为自己和配偶这样的家庭主要劳动力投保（我们的调查对象主要是青壮年）。另一方面，中西部，特别是西部地区，由于受经济收入的影响，购买保险主要表现为学平险。

在所购买的险种上，东、中、西部地区存在一些差异：西部和中部地区，特别是西部，和其他险种相比，居民购买医疗保险和意外伤害保险的比例明显更高，这一方面反映了居民目前更关注疾病和意外伤害等人身事故，另一方面，也是因为这些保障性的险种缴费较低，而中西部地区普遍收入不高，对于缴费较高的养老保险缺乏支付能力。而东部地区由于收入较高，除了较多的购买意外伤害保险和医疗保险外，对缴费较高、储蓄性较强的养老保险和人寿保险的购买比例也高于中西部地区。

在购买保险产品的缴费额上，东、中、西部差别非常明显。东部地区居民的支付能力要远远高于中西部地区，中部地区要略高于西部地区。

关于购买保险对家庭负担的影响，认为会加重家庭负担的，中、西部地区的比例高于东部，相反，认为不会加重家庭经济负担的，或虽有影响，但影响不大的，东部的比例均要高于中西部地区。这表明，和中西部地区相比，东部地区居民的经济承受能力更强。

在保险消费趋势方面，观念是影响保险消费的重要因素。对于节余的钱的处理方式、养老问题的安排方式以及应付天灾人祸的方法，比较一致的是，东中西部地区的居民都没有把购买保险作为首选，特别值得注意的是，被调查户选择很大程度上是基于其现实情况，因此，我们一方面可以理解为县域居民的观念比较落后，另一方面更要看出他们目前主要依靠非制度化的风险处理和融资手段，而像保险这种制度化转嫁风险的机制却占比过低，这恰恰反映了其对保险的巨大潜在需求。

收入能力也是影响保险消费的重要因素。东部地区的收入明显高于中西部，同时东中西部内部居民之间收入差距也较大。相应的，在对保费的支付能力方面，对于支付 1000 元以下的较低保费，中西部地区的比重比东部地区大得多。而对于支付 1000 元以上的较高保费，东部地区所占比重远远大于中西部地区，对于 1000 元以上的高额保费的支付能力更是如此，中西部地区的被调查户所占比例微乎其微。这集中体现了东、中、西部经济发展水平的差异对保险需求的影响。

在意外事故发生时，中西部地区的被调查户希望得到的赔付总体上偏低，集中在 10000—100000 元之间，选择 10 万元以上保障水平的所占比例较少。相

反,东部地区选择 5 万元以上保障水平的被调查户所占的比例较大。

在对险种的偏好方面,西部地区居民选择重大疾病保险、意外伤害保险、子女教育以及住院医疗保险的比例明显偏高,中部地区选择子女教育、意外伤害的比例也高于东部地区。而东部地区选择养老保险的比例则高于中西部地区。主要原因可能是中西部地区居民总体收入较低,对缴纳保费较多的储蓄类的养老保险缺乏支付能力,比较适合购买缴费相对较低的保障型产品。同时,西部地区普遍缺乏健康保障,因病致贫、因病返贫的现象比较严重,人们对医疗保险的需求比较强烈。另外,从东中西部居民能承担孩子上大学费用比较也可以看出,西部地区每年普遍能承担的费用是 10000~20000 元,子女教育,特别是大学教育是沉重的负担,主观上希望能通过保险来分担这种负担。

在选择保险公司时考虑的主要因素以及在购买保险时希望保险公司提供的信息方面,东中西部没有明显的差异。

在希望的保险业务员的人选方面,东中西部比较一致的选择是首选保险公司的正式工作人员,其次是威信高、德高望重的人,这表明他们选择的是信得过的人,这比较突出地反映了信誉对于县域居民购买保险决策的重要性。

五、调查结果的对应分析和 逐步回归分析

为了更具体地了解有可能存在因果关系的指标之间联系的密切程度,我们对其进行对应分析 (对应分析) 和 逐步回归分析。对应分析是近年新发展起来的一种多元相依变量统计分析技术,通过分析由定性变量构成的交互汇总表来揭示变量间的联系,可以揭示同一变量的各个类别之间的差异,以及不同变量各个类别之间的对应关系。逐步回归分析克服了多元线性回归的缺陷,以服务于对定性因变量的多元分析。分析的主要结论如下 (分析过程从略):

(一) 被调查者保险认知程度分析

通过对被调查者了解保险程度的主观评价与客观评价的关系进行分析

从对被调查者“了解保险的程度”与“认为农村居民是否有必要买保险”这两个变量对应分析的图形结果来看,了解保险的程度与对买保险必要性的认识是正相关的,对保险了解的程度越高,就越倾向于购买保险,对保险的认知

程度直接关系到购买保险的决策。

从被调查者“了解保险的程度”与“认为买保险后是否真的就能保险”这两个变量的对应分析图形结果来看，对保险了解程度越高，购买保险对其效用就越大，对购买保险后的效应评价也就越高，从而也就越有利于提高保单的续保率。

综合上述分析，被调查者对自我保险认知程度的评价一定程度上反映了客观事实。

图 4-1 影响被调查者保险认知程度因素的分析

在上面分析的基础上，将被调查者保险认知程度的自我评价视为客观的保险认知评价来对影响被调查者保险认知程度的因素进行分析。

从被调查者“2015年全家现金收入”与“了解保险的程度”的对应分析看，被调查户的收入越高，对保险通常更为了解。

从被调查者“年龄”与“了解保险的程度”的对应分析看，县域青年居民对保险的了解程度一般要高于老年居民和壮年居民。

从被调查者“文化程度”与“了解保险的程度”的对应分析看，文化程度越高，对保险就了解得更多。

表 4-1 被调查者了解保险的程度与其对保险从业人员素质评价的影响

从对被调查者“了解保险的程度”与“认为保险公司工作人员和营销人员素质如何”的对应分析的图形结果来看，对保险越了解，对保险从业人员素质的评价也就越高。

（二）被调查者保险消费行为分析

表 4-2 对被调查者“是否购买过保险”作 Logistic 回归

最终模型包括的解释变量为：“年龄”、“家庭人员构成情况”、“2015年全家总的现金收入”、“了解保险的程度”、“村里是否有推销保险的业务员”、“认为农村居民是否有必要购买保险”以及“如何看待保险”。最终模型中各解释变量的回归系数显著性检验的 P 值观测值所对应的概率 P 值都小于显著性水平 0.05，也就意味着它们与 Y 的线性关系显著。

从年龄因素来看，中老年家庭户主为家庭成员购买保险的比例比青壮年户主要高。

从“家庭人员构成”来看，扩展家庭比核心家庭购买保险的比例高。

从“2015年全家总现金收入”来看，现金收入高的家庭购买保险的比例

要高一些。

从“了解保险的程度”来看，对保险了解的程度越高，购买保险的比例也就越高。

从“村里是否有推销保险的业务员”来看，本村有保险业务员的被调查者购买保险的比例要高于本村没有业务员的被调查者。

从“认为农村居民是否有必要买保险”来看，主观上认为没有必要买保险的被调查者实际上购买保险的比例很低。

从“对保险的看法”来看，对保险职能和作用的看法越理性，购买保险的比例就越高。

四、对被调查者保险消费行为的其他分析

首先，对年缴费额进行分析。从变量“五五原年全家总现金收入”和“所买保险的年缴费额”的对应分析的结果来看，现金收入越高，所买保险的年缴费额也就越高（见表五五五）。

表五五五 现金收入与所买保险的年缴费额对应分析结果

现金收入	年缴保费额
五五元以下	五元以下
五五—五五元	五—五元
五五—五五元	五—五元
五五—五五元	五—五元
五五—五五元	五—五元
五五—五五元	五—五元
五五元以上	五元以上

其次，关于退保问题的分析。从变量“是否想过退保或已经退保”和“了解保险的途径”进行对应分析的图形结果来看这表明，了解保险的渠道和退保有一定的联系。

从变量“是否想过退保或已经退保”和“如何看待保险”对应分析的图形结果来看，对保险的功能和作用认识比较客观的保户，想过退保或实际退保的较少，而对保险的功能认识不正确的保户，发生退保的可能性更大。

（三）被调查者未来保险消费需求分析

五五对没购买过保险的被调查者今后几年是否计划购买保险进行五五回归分析。

最终模型中包括的解释变量为：“年龄”、“文化程度”和“认为农村居民是否有必要买保险”。最终模型中变量“年龄”和“认为农村居民是否有必要买保险”的回归系数显著性检验的 χ^2 观测值所对应的概率 P 值小于显著性水平 $\alpha=0.05$ ，也就意味着它们与 Y 存在显著的线性关系显著；而变量“文化程度”最初进入模型时其回归系数显著性检验的 χ^2 观测值所对应的概率小于 $\alpha=0.05$ 在最终模型中为 $\alpha=0.05$ ，在 $\alpha=0.05$ 的显著性水平上与 Y 存在显著的线性关系显著。

从“年龄”来看，不同年龄的被调查者未来购买保险的倾向性不尽相同。

从“认为农村居民是否有必要买保险”来看，主观上认为没有必要买保险的被调查者未来购买保险的可能性较小。

从“文化程度”来看，总体上来看，教育程度越高的被调查者未来购买保险的倾向性越高。

同时对被调查者未来保险需求进行的其他分析。

首先，对计划购买保险的年缴费额进行分析。从“2015年全家总现金收入”与“计划购买保险的年缴费额”的关系来看，两变量间相关关系是显著的。从表 3-10 可以看出，现金收入越高，就越倾向于计划购买年缴费额更高的保险。

表 3-10 现金收入与计划购买保险的年缴费额对应分析结果

现金收入	计划购买保险的年缴保费额
10000元以下	50元以下
10000—20000元	50—100元
20000—30000元	100—200元
30000—40000元	200—300元
40000—50000元	300—400元
50000—60000元	400—500元
60000元以上	500元以上

从“已购买保险的年缴费额”与“计划购买保险的年缴费额”的关系来看，两变量间相关关系是显著的。且所购买保险的年缴费额的各个类别的被调查者均倾向于计划承担同类别的年缴费额（表 3-11）。

其次，对愿意为家里主要劳动力购买保险“所能承担的年缴保费额”与“希望得到赔付额”的关系进行分析。对应分析的结果表明，二者基本上成正相关关系。

表 3-1 原 能承受保费额与希望得到的赔付额对应分析结果

能承受保费额	希望得到的赔付额
100元以下	100元以下
100-200元	100-200元
200-300元	200-300元
300-400元	300-400元
400-500元	400-500元
500元以上	500元以上

除了最后一组对应关系外，其他的都是随着被调查者“每年能承受保费额”的递增，“希望得到的赔付额”基本上呈增加的趋势。

第四章 县域人寿保险的发展

人寿保险主要包括养老保险和死亡保险。本章首先从需求的角度对县域养老保险的经济可行性进行论证,然后对失地农民养老保险的潜力、意义和风险进行简要分析,最后分析死亡保险的发展潜力和空间。

一、不同县域居民购买养老保险的经济可行性论证

(一) 保险费率的计算

1. 条件设定

(1) 领取条件设定

农民在 60 岁的时候参加县域养老保险 (60 岁-70 岁) 在 60 年后开始于每年年末领取养老金一般为农业劳动者达到 60 岁-70 岁开始, 领取养老金的保证年限为 10 年, 按保险单载明的保险金额的 10% 逐年给付被保险人。若被保险人自开始领取之日未满 10 年身故, 其受益人可继续领取未满 10 年部分的养老金。被保险人领取 10 年后, 仍生存, 可继续领取, 直至被保险人身故。

(2) 保费假设

商业养老保险的费率包括纯保险费率和附加费率两个部分, 附加费用为纯保险费的 10%。

(3) 死亡率假设

选用中国经验生命表编制委员会所制《中国人寿保险业经验生命表 (1990-1993)》养老金业务男女表, 死亡率、平均余寿等指标由此而确定。

(4) 预定利率假设

预定利率选定为当前保监会规定的寿险预定利率的上限, 即 4.5%。

（缘）交费年龄与领取年龄假设

入户调查显示，老年农民除患严重疾病外，一般在 远岁之后仍参加一定的农业生产劳动，但老年农民的劳动生产力显著下降，影响农业生产效率且不符合文明社会所倡导的让老年人颐养天年的社会风尚。同时考虑到既让农村老人老有所养，有经济依靠，又有利于农业劳动力年轻化，促进农业生产率提高的双重目标，则应选择一个恰当的“退休年龄”，让农民在退出土地的同时获得养老保险的保障，这个年龄即为最佳的养老金领取年龄。当然这个年龄最好由参加保险的农民自己选定。在测算中，我们设计三个领取年龄档次 缘岁、远岁和 透岁。

（远）领取养老金数额假设

当农民老年开始领取养老金时，养老金能够保障领取者最基本的生活需要，这样的养老保险系统才是一个有效系统，养老保险也应该达到这样一个标准。那么，按照各地当前的农民生活消费水平，同时考虑缴费期间通货膨胀因素和经济发展因素，则可推算出领取养老金时，农民每年至少应领取的能够保障其最基本生活需要的保险金额。

采用 缘缘—圆缘年 远岁以上老年农民分省生活消费数据，设定年人均生活消费增长率为 猿和 缘两个等级（主要考虑物价指数增长和经济发展等因素），可以得到各省现年 圆岁的农民在 缘年之后开始领取养老时的农民平均生活消费额；现年 猿岁的农民在 猿年之后开始领取养老时的平均消费额；现年 源岁的农民在 圆年之后开始领取养老时的平均消费数额以及现年 缘岁的农民在 远年之后开始领取养老时的平均消费额（见表 源原员）。我们把各年代的生活平均消费额作为不同年龄层参加养老保险的保险金额。

表 源原员

各省农村居民平均消费额预测

单位：元

地区 ^①	生 活 消 费 (缘缘—圆缘年)	年份 (增长率)							
		圆缘年 (缘)	圆缘年 (缘)	圆缘年 (缘)	圆缘年 (缘)	圆缘年 (缘)	圆缘年 (缘)	圆缘年 (缘)	圆缘年 (缘)
上海	猿缘—圆缘	源缘—圆缘	缘缘—圆缘	远缘—圆缘	愿缘—圆缘	愿缘—圆缘	愿缘—圆缘	愿缘—圆缘	愿缘—圆缘
天津	圆缘—圆缘	圆缘—圆缘	猿缘—圆缘	猿缘—圆缘	缘缘—圆缘	缘缘—圆缘	愿缘—圆缘	远缘—圆缘	愿缘—圆缘
江苏	圆缘—圆缘	猿缘—圆缘	源缘—圆缘	源缘—圆缘	远缘—圆缘	缘缘—圆缘	愿缘—圆缘	愿缘—圆缘	愿缘—圆缘
浙江	猿缘—圆缘	源缘—圆缘	缘缘—圆缘	远缘—圆缘	愿缘—圆缘	愿缘—圆缘	愿缘—圆缘	愿缘—圆缘	愿缘—圆缘

续表

地区 ^①	生 活 消 费 (元/人·年)	年 份 (增长率)							
		1995年 (1995=100)	1996年 (1995=100)	1997年 (1995=100)	1998年 (1995=100)	1999年 (1995=100)	2000年 (1995=100)	2001年 (1995=100)	2002年 (1995=100)
北京	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
河北	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
福建	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
广东	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
辽宁	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
山东	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
海南	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
广西	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
吉林	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
黑龙江	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
河南	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
山西	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
湖北	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
安徽	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
江西	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
内蒙古	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
湖南	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
西藏	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
宁夏	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
甘肃	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
四川	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
重庆	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
青海	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
陕西	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
贵州	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
新疆	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
云南	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000

注：①东、中、西部：“七五”（1995—1999年）期间，根据各省（自治区、直辖市）在全国的地理位置和经济发展水平，经全国人大审议批准，将全国划分为东部、中部和西部。东部包括北京、天津、河北、辽宁、上海、江苏、浙江、福建、山东、海南 10 个地区，中部包括山西、内蒙、吉林、黑龙江、安徽、江西、河南、湖南、湖北 9 个地区，西部包括四川、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆 9 个地区。

资料来源：《中国统计摘要》（1999—2003 年），中国统计出版社。

圆平均消费水平预测

首先根据统计数据预测支付期开始时, 各省农村居民平均消费额。保险公司支付的养老金应满足各个阶段的基本消费。

豫保费计算公式

按以上所设定的条件, 纯保险费实际上是由延期 皂年期末付 灶年确定年金和延期 皂垣灶年期末付终身年金的保险费两个部分构成的。其中:

延期 皂年期末付 灶年确定年金的趸缴纯保险费公式为:

$$P_{\text{延期}} = \frac{C \cdot (1+i)^n}{i} \cdot \frac{1 - (1+i)^{-n}}{1+i} \cdot \frac{1 - (1+i)^{-n}}{1+i}$$

延期 皂垣灶年期末付终身年金的趸缴纯保险费公式为:

$$P_{\text{延期}} = \frac{C \cdot (1+i)^n}{i} \cdot \frac{1 - (1+i)^{-n}}{1+i} \cdot \frac{1 - (1+i)^{-n}}{1+i} \cdot \frac{1 - (1+i)^{-n}}{1+i}$$

以上之和为:

$$P_{\text{总}} = P_{\text{延期}} + P_{\text{延期}}$$

由此易得年缴纯保费的计算公式:

$$P_{\text{年}} = \frac{P_{\text{总}}}{n}$$

根据上述所选定的条件及计算公式, 我们分别计算了延期 皂年期末付 灶年确定年金和延期 皂垣灶年期末付终身年金的趸缴及年缴保费率 (见附表源原员附表源原圆 附表源原猿 附表源原源 附表源原缘 附表源原远)。

根据上述假设, 在推算农村养老保险经济可行性时, 我们主要将采用预定利率在 圆豫豫和 远豫两个水平下, 远岁开始领取养老金时的保险费率值 (见表源原圆)。

表 源泉圆		逐岁开始领取养老金的保险费率		
参加保险年龄	费率（预定利率为 圆缘豫）		费率（预定利率为 逐圆豫）	
	趸缴	年缴	趸缴	年缴
圆岁	缘圆缘元	圆缘圆元	圆缘缘元	圆缘圆元
猿岁	逐圆缘元	圆缘圆元	员圆圆元	圆缘圆元
源岁	愿圆缘元	圆缘圆元	猿圆圆元	圆缘圆元
缘岁	员圆圆元	圆缘圆元	缘圆圆元	圆缘圆元

（二）缴费能力分析

农民人均总收入减去农民人均总支出，即得农民人均净收入。人均净收入乘以农村居民家庭规模可以得到家庭净收入，家庭净收入除以家庭中适保人口（这里定义为 圆圆-逐岁的家庭人口），即为每一适保人口可以支付的保险费的最髙限额。见表 源泉猿

表 源泉猿		各地区农民缴费能力分析基数表				单位：人、元	
地区	农民人均总收入 砸	农民人均总支出 耘	人均净收入 云	家庭规模	圆圆-逐岁人口数	家庭净收入	圆圆-逐岁人均可使用的净收入
上海	逐圆缘元	缘圆缘元	员圆圆元	猿圆	员圆	源圆缘元	圆缘圆元
天津	缘圆缘元	猿圆缘元	员圆圆元	猿圆	员圆	缘圆缘元	圆缘圆元
江苏	源圆缘元	猿圆缘元	员圆圆元	猿圆	员圆	源圆缘元	圆缘圆元
浙江	缘圆缘元	源圆缘元	员圆圆元	猿圆	员圆	源圆缘元	圆缘圆元
北京	缘圆缘元	源圆缘元	员圆圆元	猿圆	员圆	猿圆缘元	圆缘圆元
河北	猿圆缘元	圆缘圆元	员圆圆元	猿圆	员圆	源圆缘元	圆缘圆元
福建	源圆缘元	猿圆缘元	员圆圆元	猿圆	员圆	猿圆缘元	圆缘圆元
广东	源圆缘元	猿圆缘元	员圆圆元	源圆	圆圆	源圆缘元	圆缘圆元
辽宁	猿圆缘元	猿圆缘元	猿圆元	猿圆	员圆	圆圆缘元	圆缘圆元
山东	源圆缘元	猿圆缘元	愿圆元	猿圆	员圆	圆圆缘元	圆缘圆元
海南	圆缘圆元	圆缘圆元	愿圆元	源圆	圆圆	猿圆缘元	圆缘圆元
广西	圆缘圆元	圆缘圆元	猿圆元	源圆	圆圆	员圆缘元	猿圆元
吉林	猿圆缘元	圆缘圆元	愿圆元	猿圆	员圆	圆圆缘元	圆缘圆元
黑龙江	猿圆缘元	猿圆元	猿圆元	猿圆	员圆	圆圆缘元	圆缘圆元
河南	圆缘圆元	圆缘圆元	猿圆元	猿圆	圆圆	圆圆缘元	圆缘圆元

续表

地区	农民人均 总收入 元	农民人均 总支出 元	人均 净收入 元	家庭规模	15-64 岁人口数	家庭 净收入	15-64岁人均 可使用的净收入
山西	1050.00	750.00	300.00	3.50	1000	3000.00	750.00
湖北	1200.00	850.00	350.00	3.50	1000	3500.00	875.00
安徽	1100.00	800.00	300.00	3.50	1000	3000.00	750.00
江西	1000.00	700.00	300.00	3.50	1000	3000.00	750.00
内蒙古	1100.00	800.00	300.00	3.50	1000	3000.00	750.00
湖南	1100.00	800.00	300.00	3.50	1000	3000.00	750.00
西藏	1000.00	700.00	300.00	3.50	1000	3000.00	750.00
宁夏	1100.00	800.00	300.00	3.50	1000	3000.00	750.00
甘肃	1000.00	700.00	300.00	3.50	1000	3000.00	750.00
四川	1100.00	800.00	300.00	3.50	1000	3000.00	750.00
重庆	1100.00	800.00	300.00	3.50	1000	3000.00	750.00
青海	1000.00	700.00	300.00	3.50	1000	3000.00	750.00
陕西	1000.00	700.00	300.00	3.50	1000	3000.00	750.00
贵州	1000.00	700.00	300.00	3.50	1000	3000.00	750.00
新疆	1100.00	800.00	300.00	3.50	1000	3000.00	750.00
云南	1000.00	700.00	300.00	3.50	1000	3000.00	750.00

资料来源：《中国统计摘要》（1995-1996），《中国人口年鉴》（1995-1996）。

以各地区不同时期的农村居民平均消费额作为保险金额，乘以预定利率分别为 10% 和 15% 两种不同假设下的保险费率，得出的纯保险费值，按附加费用为纯保险费的 10% 计算总保险费，总保险费再与各地区 15-64 岁人口平均可使用的家庭净收入相比较，即可以得到经济可行性表格，各表汇总如表 4-1 表 4-2 所示。

表 4-1 县域农民养老保险经济可行性汇总表

地区	生活消费年递增 10%，预定利率 10%				生活消费年递增 15%，预定利率 15%			
	15岁	25岁	35岁	45岁	15岁	25岁	35岁	45岁
上海	是	是	是	是	是	是	是	是
天津	是	是	是	是	是	是	是	是
江苏	是	是	是	是	是	是	是	是
浙江	是	是	是	是	是	是	是	是

续表

地区	生活消费年递增 豫豫，预定利率 圆豫豫				生活消费年递增 缘豫，预定利率 远豫			
	圆岁	猿岁	源岁	缘岁	圆岁	猿岁	源岁	缘岁
北京	垣	垣	垣	垣	垣	垣	垣	原
河北	垣	垣	垣	垣	垣	垣	垣	原
福建	垣	垣	垣	垣	垣	垣	垣	原
广东	垣	垣	垣	垣	垣	垣	原	原
辽宁	垣	垣	垣	垣	垣	垣	垣	原
山东	垣	垣	垣	垣	垣	垣	垣	原
海南	垣	垣	垣	垣	垣	垣	垣	原
广西	原	原	原	原	垣	原	原	原
吉林	垣	垣	垣	垣	垣	垣	垣	原
黑龙江	垣	垣	垣	垣	垣	垣	垣	原
河南	垣	垣	垣	垣	垣	垣	垣	原
山西	垣	垣	垣	垣	垣	垣	垣	原
湖北	垣	垣	垣	垣	垣	垣	垣	原
安徽	垣	垣	原	原	垣	垣	原	原
江西	原	原	原	原	垣	原	原	原
内蒙古	原	原	原	原	原	原	原	原
湖南	原	原	原	原	垣	原	原	原
西藏	垣	原	原	原	垣	垣	原	原
宁夏	原	原	原	原	原	原	原	原
甘肃	原	原	原	原	垣	垣	原	原
四川	原	原	原	原	垣	原	原	原
重庆	原	原	原	原	垣	垣	原	原
青海	原	原	原	原	原	原	原	原
陕西	原	原	原	原	原	原	原	原
贵州	原	原	原	原	垣	原	原	原
新疆	原	原	原	原	原	原	原	原
云南	原	原	原	原	原	原	原	原

注：“垣”表示可行，“原”表示不可行。

表 2-1-1 不同年龄层具备投保条件的省份比重 (生活消费年递增 1%)

地区	国岁		猿岁		源岁		缘岁	
	比重	省份数	比重	省份数	比重	省份数	比重	省份数
全国	缘圆豫	愿	缘圆豫	苑	源圆豫	缘	缘圆豫	苑
东部	猿圆豫	员	猿圆豫	员	猿圆豫	员	猿圆豫	员
中部	员圆豫	远	员圆豫	远	员圆豫	缘	员圆豫	缘
西部	猿圆豫	员	园	园	园	园	园	园

表 源 源 不同年龄层具备投保条件的省份比重 (生活消费年递增缘%)

地区	圆岁		猿岁		源岁		缘岁	
	比重	省份数	比重	省份数	比重	省份数	比重	省份数
全国	愿圆豫	圆	远圆豫	圆	源圆豫	缘	猿圆豫	员
东部	猿圆豫	员	猿圆豫	员	猿圆豫	员	猿圆豫	员
中部	圆圆豫	怨	员圆豫	远	员圆豫	缘	园	园
西部	员圆豫	缘	怨圆豫	猿	园	园	园	园

计算说明：除了经济发展水平、生活消费水平等因素外，影响一个地区投保经济可行性的关键因素还有养老金给付的预定利率^①和当地生活消费的增长速度，而预定利率是更重要的因素。从计算结果中我们看到，即使生活消费年递增 5%，但只要把预定利率提高到 8%，具有可保性的省份仍然要多于预定利率为 6% 但生活消费年递增 10% 时的省份。这清晰地显示了资金运用在县域养老保险运作中的重要意义。因为预定利率的高低既取决于货币市场的利率，更取决于养老保险基金的投资收益率，良好的投资绩效将大大提高农村养老保险的经济可行性。而良好的投资绩效决定于基金的管理与运用，最终决定于一系列有效的政策和制度。

① 这里需要特别注明，预定利率（粤语有音译“预利率”）是保险学中的一个基本概念，是指保险公司或社会保障管理部门计算准备金和现金价值所使用的利率，也是保险公司对客户在保险公司积累的保费进行计息的利率。

二、县域失地农民养老保险分析

在维持社会稳定、推动城市化进程和改善民生的意义上，建立失地农民养老保险制度有着巨大的社会效应；而从商业保险发展的角度，失地农民养老保险则意味着一个空间巨大、业务稳定的市场。

（一）建立失地农民养老保障制度的理论及现实依据

失地农民是中国城市化过程产生的一个特殊群体。改革开放以来，中国的经济发展很快，城市化水平有较大地提高，由 1978 年的 15% 提高到 2009 年的 46.59%^①。而中国城市化的推进却是以大量征用农民土地为代价的。据不完全统计，1978 年至 2009 年我国实际征占农用耕地数在 1.95 亿—2.4 亿亩之间，按人均占有土地 0.16 亩计算，失地农民数已达到 1.22 亿—1.5 亿，每年还在以 100—150 万的数字增加，这个数目已经远远超过下岗工人数^②。如按人均征地补偿安置费 0.5 万元计算，其资金总量将近 6000 亿元，是全国各寿险和非寿险公司总保费收入 1.5 万亿元的 40%，更大于中国保险业累积到 2009 年末的 4000 亿元的资产总额。而随着城市化进程的进一步加快，估计到 2020 年，中国失地农民数将可能超过 1 亿人，其中将有 1000 万以上的农民处于失地又失业的状态，如此大的一个社会群体所面临的各种问题引人关注。

建立失地农民养老保险制度的理论依据

建立失地农民养老保险制度的理论依据主要有三个：

（1）生命流量中的“负差”理论

按照劳动经济学理论，人的一生以劳动能力来划分，则可分为劳动年龄以下（16 或 15 岁以下），劳动年龄以内（16 或 15 岁至 60 或 65 岁）及劳动年龄以上（60 或 65 岁以上）三个阶段，而我国劳动法规定的男性公民 60 岁退休，女性公民 55 岁退休，显然劳动年龄以上的人获得劳动收入的能力大大降低；按照人口学理论，以人的生长规律来看，人的一生可分为童年、少年、青年、

① 《中国统计年鉴》（2010 年），中国统计出版社。

② 若转引中央电视台《共同关注》栏目的数据：“据不完全统计，从 1978 年到 2009 年底，短短的 30 年间，我国耕地面积已经由 1.5 亿亩锐减到 1.2 亿亩。”再以 2009 年人均耕地 0.16 亩计算，则失地农民数在 1.2 亿万人左右。

中年及老年五个阶段，而人在老年时由于身体机能及器官的衰老，导致体力、智力等各方面能力在下降，因而工作能力及劳动收入水平也随之下降。不管从哪个角度考察，老年总是处于人生最后的阶段，成为弱势群体的重要组成部分，需要社会的保护。同老年收入水平下降形成鲜明对比的是，由于身体的客观需要，决定老年对生活质量及医疗的需求却在上升。这样将存在一个老年收入与消费的“负差”（见图 4-1）。平衡老年“负差”便成为个人、社会及政府普遍关注的社会问题。而失地农民“失地、失业”的状态，使其老年收入永恒为零，而人活着时永远无法实现零消费的状态，因而这一“零收入”群体的老年问题，需要靠政府来关怀。

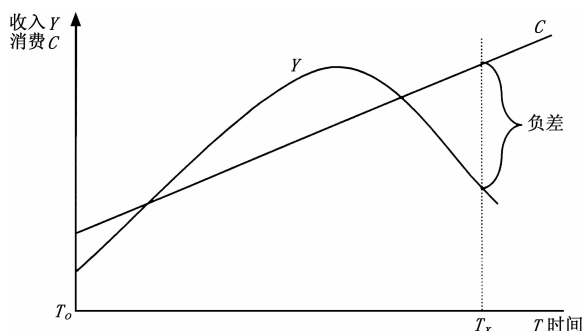


图 4-1 生命循环理论中的收入与消费

（四）失地农民的养老保障属于公共物品范畴

养老首先是个人的事情，个人应该在自己力所能及范围内解决自己的养老问题，因而私人（商业）养老保险便满足了个人的这一需要。然而养老又是每一位公民都要面临和必经的阶段，是每一个公民最基本的生存需要，因而政府也可以提供公共养老保险来满足公民的这一需要。因此养老保险属于准公共物品，可以由私人供给也可以由政府供给。但对农民的养老保险来说，由于受农民经济能力的限制及风险管理能力的制约，使得私人供给的养老保险缺乏竞争性。因而农民的养老保险更接近于公共物品，应该更多的靠政府提供。但在实际中，常常因为政府财政能力有限，无法提供充足的公共养老保险。此时，拥有土地（土地使用权）的农民自然而然地会依赖土地进行养老。中国近几十年的现实已经有力的证明了这一点。然而对于失地农民来说，失去土地不光是失去了养老的保障资源，更为重要的是也使政府失去了不为农民提供公共养老的唯一理由（借口）。失地农民的养老风险不光是自然风险，更多的是因政府征地带给他们的社会风险。这一风险的特点决定了政府比私人更有理由更适于为

失地农民提供养老保险。按照经济学中公共物品的理论，失地农民的养老保险属于纯粹的公共物品。

养老保险制度利益的外部性

农民养老保险属于准公共物品的原因，除了私人供给缺乏竞争性外，还有一个重要的特点就是存在显著的利益外溢现象，主要表现在：①可以解除青年农民的后顾之忧，提高农业劳动生产率；②促进老年农民退出农地，有助于农地规模的扩大；③解除大规模失地农民的老年生活问题，有助于城市化进程的顺利推进。因此，政府为农民养老保险进行补贴，尤其是承担失地农民的养老保险责任，对社会的发展和城市化的推进有着更加广泛的社会现实意义。图 1-1 中， n 代表农民购买养老保险的人数， P 代表农民养老保险的价格、成本与利益，养老保险的边际成本曲线为 MC （假设养老保险的边际私人成本与边际社会成本相等），需求曲线表明人们愿意支付一定保险价格水平上的养老保险需求量，它可以代表边际私人利益，即个人从养老保险中得到的利益，所以 P_0 在竞争的市场上是价格为 P_0 时私人购买养老保险的数量为 Q_0 。由于农民养老保险有明显的外在利益，即使那些不买养老保险的人或社会得到利益，从而使养老保险的边际社会利益为 MSB ，当边际成本等于边际社会利益时就会实现配置效率。因此，如果政府通过补贴保费的形式使大多数农民享受养老保险，则会实现社会配置效率最大化。对于失地农民来说，如果政府承担所有成本，即让失地农民免交保费，会实现社会效率的最大配置，一方面有力地保障了失地农民的利益，同时也使社会得到最大化的外在利益，如顺利推进城市化、现代化，实现城乡社会经济发展的一体化。

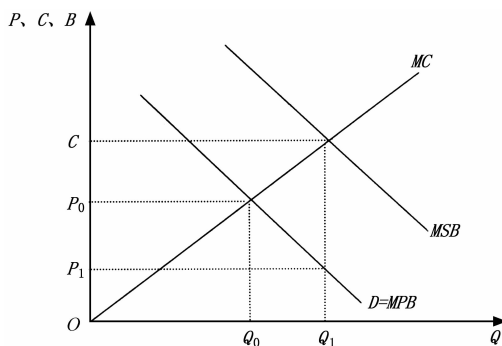


图 1-1 失地农民养老保险的外部性效应

建立失地农民养老保险制度的现实依据

土地是农民最稳定的收入来源，同时还承载着农民基本生活保障，特别是

养老保障的功能。在农村普遍缺乏社会保障、家庭内部养老模式又受到计划生育政策及现代家庭观念冲击的情况下,农民失去土地后,在以下因素的作用下,多会出现收入来源不稳定、生命波折期的基本生活缺乏保障的问题。而当前不公平的征地补充制度和农村的社会经济条件则使这一问题雪上加霜。

（景） 征地补偿标准偏低，不能起到养老作用

按照中华人民共和国《土地管理法》第 48 条规定,国家征用农村集体土地,应按照土地的原用途给予补偿。并且该法进一步规定,征用耕地的土地补偿费,为该耕地被征用前三年平均年产值的六至十倍;每一个需要安置的农业人口的安置补助费标准,为该耕地被征用前三年平均年产值的四至六倍。这种按照土地原用途及产值对农民进行补偿,已和农村产业结构正在转换的新情况不相适应,何况补偿标准过低,根本不能满足农民生存和发展的需要。某省为了提高失地农民的生产生活水平,在《土地管理法》规定的基础上将耕地补偿标准提高到八至十倍,但补偿标准依然偏低,不能解决农民生存和发展的根本问题。而且在实际中,土地补偿款被政府拖欠或中间截留的问题经常发生,村集体或农民实得的更少。如某地区每亩耕地的补偿费大约是 1 万—1.5 万元,扣除政府部门征收的各种费用后,到农民手中的补偿费只有 8000 元左右^①,农民用这些有限的补偿款安排当期生活都感到紧张,怎能考虑到未来的养老问题?政府作为土地所有者,在征用土地时应该按照“等量”原则补偿农民,其补偿应能达到替代土地保障的基本作用。

（圃） 失地农民被动失地，自保能力弱

在市场经济国家,农民“失地”完全是一种自主行为,是职业的自由变迁过程。农民通过自愿、公平的市场交易方式出卖土地,往往可以获得较为满意的地款,进而可以买住房、买小车、买保险等,可以自主创业,不仅如此,也可以和城市居民一样,享受国家提供的基本社会保障。而中国的农民视土地如生命,在工作和生活缺乏基本保障的情况下,农民往往不会轻易放弃土地的使用权,即使迫于无奈进城打工,也不会放弃自己经营土地的权利,因为土地是中国农民生存与发展的最后防线。目前中国大量农民失地,很显然是出于国家要发展、政府要征地的无奈。而且在政府征地过程中,农民完全处于一种极度被动的状态,即没有发言权、没有资格捍卫自己的利益,不能主动要价,不能

^① 赵锡斌、温兴琦、龙长会：“城市化进程中失地农民利益保障问题研究”，《中国软科学》2002 年第 8 期。

获得满意的土地价款，从而使农民安排生活、创业和发展的自主能力受到资金短缺的极大限制。因此，中国失地农民的养老问题，只能靠政府和社会的外力帮助，从而也就构成了政府和社会的负担。

（二）失地农民生存与发展难，自我养老缺乏后劲

一般来说，有工作、有收入，有积蓄，老年生活应该没有大碍。然而，大量资料显示，中国失地农民存在就业难、生活难，再发展更难的窘况。第一，失地农民失业现象严重。对农民来说，土地是其坚强的职业阵地，是农民养家糊口的基本生活资料，而农民失地，如果得不到妥善安置，就意味着失业，就意味着失去养活自己及家人的经济来源，从而对其生活及家庭的生存构成极大的威胁。事实上，目前在许多地方，农民失业问题已非常严峻。一份调研报告显示，2005年浙江杭州市某工业园区建设征地 1000 亩，涉及劳动年龄段农民 1000 人，有 300 人处于无业状态^①。即使靠近城区的杭州市区被征地农民找不到出路的也占 30% 左右^②。第二，失地农民就业难。在市场经济条件下，企业用人采用按能力竞争上岗制。这样劳动力的文化素质及技能显得十分重要。而失地农民大都文化水平低，劳动技能差，缺乏竞争优势，要在非农业领域再就业，显然很难。有调查表明，在被随机调查的 100 个失地农民户主中，初中文化以下程度的占 30%，无一技之长的占 20%，只有少数人有专门特长，而且大多是从事低技术层次的工种^③。这种文化素质和技术层次，的确给其就业安置带来难度。据浙江杭州有关部门统计，2005 年至 2006 年，在杭州市老城区 10 万失地农民中，计划招工安置的仅占 10%。在实际中，由于受文化水平和技术素质低的制约，有些失地农民即使暂时得到安置或自谋到出路，也随时都有被企业淘汰或失去工作的可能，存在就业再失业的现象。此外，因文化素质低、补偿标准低，失地农民想自我创业更难。失地农民失地又失业的现实状况，决定了缺乏稳定的收入来源，因此自我安排老年生活就缺乏有力的经济支撑。城市化不但没有改变农民的生活及收入状况，反而使农民的社会弱势地位更加加剧。对于社会弱势群体的生活，确实需要政府和社会更多的人文关怀，何况失地农民的悲惨命运是缘于政府的计划征地行为。

① 杭州市淳安县被征地农民基本生活保障问题调研报告，2005 年 10 月。

② 杭州市劳动和社会保障局在“浙江被征地农民基本生活保障工作座谈会（2005 年 10 月 10 日）”上的发言报告。

③ 浙江省人民政府研究室课题组：“城市化进程中失地农民市民化问题的调查与思考”，《浙江社会科学》2006 年第 4 期。

然而，现行的城镇职工社会养老保险无力考虑和承担失地农民的养老保障，全国也没有统一的社会保障制度来保障他们的老年生活。一个政策盲区、一个巨大市场长期被政府和保险业所忽略。所幸，人们已经开始重视这个问题，试图从构建和谐社会和可持续发展的角度，探索出高效率的失地农民养老保障模式。其中，商业化运营的农民养老保险作为一种选择，有着巨大的优势。

（二）失地农民养老保障方式比较

2004年5月31日，国土资源部发布了《关于完善征地补偿安置制度的指导意见》的通知（国土资发〔2004〕23号）。该通知明确了统一年产值标准的制定和补偿时年产值倍数的原则：①省级国土资源部门要会同有关部门制订省域内各县（市）耕地的最低统一年产值标准，报省级人民政府批准后公布执行。制订统一年产值标准可考虑被征收耕地的类型、质量、农民对土地的投入、农产品价格、农用地等级等因素。②土地补偿费和安置补助费的统一年产值倍数，应按照保证被征地农民原有生活水平不降低的原则，在法律规定范围内确定；按法定的统一年产值倍数计算的征地补偿安置费用，不能使被征地农民保持原有生活水平，不足以支付因征地而导致无地农民社会保障费用的，经省级人民政府批准应当提高倍数；土地补偿费和安置补助费合计按30倍计算，尚不足以使被征地农民保持原有生活水平的，由当地人民政府统筹安排，从国有土地有偿使用收益中划出一定比例给予补贴。经依法批准占用基本农田的，征地补偿按当地人民政府公布的最高补偿标准执行。

在具体实践中，各地出台的补偿标准参差不齐，补偿方式五花八门。一些地方为了顺利推进城市化进程，并从根本上解决失地农民的就业、生活乃至养老问题，对失地农民的补偿做了许多尝试。出现了货币补偿、实物补偿、留地补偿、土地入股分红、社会保障和商业保险等方式，现对各种方式做一比较，以明晰其优劣。

1. 货币补偿方式

所谓货币保障方式就是在政府征用集体土地时对土地上所承载的居民，给予一定量货币以对其生活和养老进行安置或补偿。这种补偿方式在经济较为发达的地区较为普遍。有资料显示，福州市2004年的征地安置人员中，货币安置的比例占80%，浙江省对50个建设用地项目进行抽样调查表明，在安置的1000个人中，除100人进入社会保障体系外，其余均为货币补偿，其比例高达

怨。

货币补偿保障方式的优点是手续简便，一次完成。缺点是货币补偿的标准过低。目前一些地方执行的仍然是国务院 1998 年 12 月 13 日发布的《大中型水利水电建设征地补偿和移民安置条例》所规定的：“征用耕地的补偿费，为该耕地被征用前 3 年平均年产值的 3 至 5 倍；每一个需要安置的农业人口的安置补助费标准，为该耕地被征用前 3 年平均每亩年产值的 4 至 6 倍。”而这个标准已经严重影响到失地农民的基本生活。比如安徽到南京的高速公路，安徽段 100 多公里，给农民的补偿却只有 3 公里的造价。

而货币补偿方式更大的缺陷在于补偿款的渗漏。近年来，新闻媒体披露了大量侵吞征地补偿款的案件。比如，2003 年 1 月，原铅山县河口镇清湖村主任丁某、清湖村第一村民小组长黄某、第二村民小组长孔某分别将 30 万元、50 万元与 10 万元的征地补偿款挪用给自己参股的煤矿，后被检察机关查办。统计显示，2003 年上饶市检察院查办的 10 件村官经济犯罪案中，绝大部分与征地补偿费有关。

以上仅仅是征地货币补偿方式所存在的问题的冰山一角，在房地产开发过程中，从每亩万元左右的补偿款到每平米几千元甚至近万元的房屋售价，整个过程中，农民贡献出来的是赖以生活的土地，暴富的却是一些地方官员和地产商人，此种情况并非个别情况。

此外，部分农民不会合理安排家计，存在短期消费的行为；而更多的是在收入有限的情况下迫不得已将补偿款用在治疗疾病、子女结婚、维持当前生计等用途上，根本没有可能顾及到老年后的生活保障问题，致使货币补偿难以达到养老保障的作用。

实物补偿方式

所谓实物补偿就是政府征用农村集体土地时为土地所承载的农民生活及养老提供必要的生活必需品。目前在中国许多地方还在采用实物补偿的方式，如陕西周至县哑柏园区及马昭仙游文化城的建设，就是按所征土地的产量折算面粉，以每亩耕地 3000 斤面粉标准，给失地农民发放面粉，直到失地农民去世为止。陕北延安退耕还林区也实行为老年农民发放米、面粉的办法。

实物补偿方式的优点是能够确保老年农民的吃饭问题，而且不论物价涨跌，都能够得到一定量的生活必需品，使老年农民可以免受饥饿之痛。

缺点是但对农民其他的需要无法满足。衣食住行和老年生活照料等养老要件只能保证一两个方面；而且食品具有不耐储藏、不便长途运输、不易出售换

取货币和质量无法保证的性质，此外，补偿物的价格受市场的影响较大，发放过程中可能会发生侵害农民利益的情况。在现代社会经济条件下，该种补偿方式相对较为落后，只适应社会经济条件相对落后的地区。

预留地保障方式

所谓留地保障就是政府征用农村集体土地时为确保农民的生活，往往给农民留很小部分或仅够维持口粮的土地面积，有的地方叫“自留地”。目前不少地方采取这种方式。留地保障仍然保存土地的保障功能，但其也是较为落后的一种方式，该种方式保障水平低且也影响城镇规划，是非常不经济的。

入股保障方式

所谓入股保障就是政府征地后将农村居民的部分土地以股份的形式参加企业或设施的红利，以达到保障老年生活目的的一种保障方式。目前在一些发达农村地区存在。其优点是让农民分享城市化、现代化的成果和土地的增值利益。但缺点是风险较大，不能确保老年保障的经济安全。

社会保障方式

所谓社会保障方式就是在政府征用农村集体土地后为失地农民提供老年生活保障金。目前浙江、江苏、福建等地已经开始试点。比如，厦门市政府根据《厦门市被征地人员基本养老保险暂行条例》，对所有被征地农民一次性办理农转非，并确保他们与当地城镇居民享有同等待遇。并从 2005 年 1 月 1 日起在思明区、湖里区试行失地农民社会保障补偿方案：已到退休年龄的失地农民（男年满 60 周岁，女年满 55 周岁），从未参加过社会保险，用征地补偿款一次性交满 15 年养老保险费 3600 元，办完退休手续就可按月领取养老金 1000 元，并将根据经济发展情况提高给付标准。

社会保障方式的特点是：①资金供应来源于政府、集体和农民。一般地，政府出资部分来源于土地出让金或财政安排；集体出资部分来源于土地补偿金；农民交费部分来源于土地安置补助费，不足部分由农民再补交；同时在有些地方还为农民建立了养老风险准备金，该资金来源于土地出让金或政府财政。从其资金构成来看，除了部分资金来自政府财政外大部分资金实质上来自于土地款。②实行统筹账户与个人账户结合模式，政府和集体资金进入统筹账户，农民所交资金进入个人账户。③支付特点是失地农民达到领取年龄时，可以享受规定的养老保障金。④可以与农村社会养老保险、城镇基本养老保险等制度接转。总而言之，该种制度模式作为一种现代保障模式，在推进城市化过程中，的确起到了保护失地农民老有所养的作用。但该制度也存在一定的缺

陷：①让失地农民交费不科学。失地农民失地失业，收入没有保障，让其为未来养老交费无疑是雪上加霜，即使从土地补偿安置费中扣交也显过分，因为目前的补偿安置费已经很低，农民连现期的生活都很困难，怎能心甘情愿接受扣保费的做法。正因如此，浙江失地农民养老保障制度的参保率受到一定的限制。②资金供给费用成本过高，不经济。失地农民养老保障的主体资金来源于土地款，但在土地款进行了利益分配之后，再由各利益主体上缴，这样的确带来不必要的成本。③保障水平偏低。当前失地农民的养老保障水平是参考城市最低生活保障金标准确定的，没有从市民的高度去看待失地农民的生活。按照浙江省 11 个市发放标准看，失地农民养老保障水平平均在 100 元左右，显然很低。④保费计算缺乏科学性。目前浙江失地农民的养老保障费的计算大都采用静态计算法，其计算公式是：缴费总额 = 缴费标准 × 缴费月数 ÷ 缴费年限，其中，缴费标准是根据城镇最低生活保障金发放标准来确定，缴费年限是由当地平均寿命减去退休年龄计算的。很显然这一公式过于简单，没有考虑到资金的时间价值、经济增长、物价的变动等动态因素，在这种情况下，所计算的缴费总额往往偏高，有失合理性。而且这样的供款结果会使农民承担较大的负担。因此，尽管该制度有一定的先进性（在当前还没有更好的制度来代替的情况下），但还需要进一步研究和完善。

3. 商业保险方式

商业保险方式是指村集体将一部分征地补偿金以保险费的形式趸缴或期缴到商业保险公司，由商业保险公司为农民养老设计并提供相应的保险单，从而以团体商业保险（年金）或个人年金的形式实现对失地农民老年生活的保障。

2004 年 10 月，重庆市政府与中国人寿和新华人寿两家保险公司合作推出了“政府 + 保险公司 + 农民”的商业保险补偿方式。在失地农民自愿选择参加的基础上，土地管理部门将被征地农民的土地补偿费、安置补助费交保险公司办理储蓄式养老保险，并向保险公司交纳管理费。同时政府还向办理养老保险的农民提供利差补贴。再由商业保险公司按月向每位失地农民在农民达到一定年龄之后（男 60 岁，女 55 岁）每月支付 100 元左右的养老保险金，直至参保人死亡。这种补充方式深受农民欢迎，据重庆保监局的统计，仅 2004 年，中国人寿和新华人寿两家公司就为 10 多万农民办理了养老保险，而新华人寿重庆分公司自 2004 年 10 月参与这一市场后，先后在重庆市北部新区、南岸区、渝北区、九龙区等主要城区开办了“征地农转非”养老保险业务，办理人数共计 1.5 万人，累计保险费合计 1.5 亿元，涉及 100 多个村庄。2005 年 10 月，中

国保监会派出调查组赴渝进行专题调查，拟总结经验，予以推广。

商业保险方式的优点是保障稳定、管理规范，充分发挥了保险公司的网络、服务、产品等优势，管理成本低并可避免资金渗漏。

缺点是因牵涉到保险公司和地方政府的合作关系，制度的稳定性决定于当地政府的公信力和官员调动引起的政策变化。

通过对以上各种保障方式的比较，可以看出，商业保险方式是较优的。商业保险方式显然是一种选择方向。如果能够建立一种成本最小化而社会利益最大化的商业化运营的养老保险制度，既能解决失地农民的养老问题，又能推进城市化、工业化的战略目标的顺利实现，将是一个伟大的创举。

（三）利用商业保险方式为失地农民提供养老保障的风险分析

对保险公司而言，有机会参与到失地农民养老保险体系中来，现实收益和潜在收益是很多的，简言之，主要集中在四个方面：一是该保险的业务保费量大，潜在收益极为可观，不仅有利于当前团体业务上规模，而且有利于保险公司团体业务以此为基础，集中力量发展富裕县域企业年金业务和其他人身险业务，确保各种业务健康发展，为公司调整结构和稳健发展赢得时间和空间；二是扩大公司的社会影响。社会声誉和企业形象是保险公司的生命线，失地农民保障问题已成为全国关注的焦点，积极参与失地农民养老保险制度本身就具有巨大的广告效应；三是对失地农民提供几十年服务可以获得一个巨大的客户群，使公司稳步占据农村市场；四是与地方政府建立融洽的关系，为地方经济的发展提供周到服务，换取政府在开展业务方面更好的支持。

然而，看到以上利益的同时，保险公司亦不应忽视此项业务可能存在的风险。商业保险模式的风险主要体现在两个方面：政策风险、社会风险和经营风险。

首先是政策风险。因为政府在征地补偿和失地农民生活保障制度中占有绝对主导地位，而在一个比较长的时期内，地方政府及相关部门的承保意向、资金投入、相关政策等方面都可能发生变动。即使目前，地方政府和保险公司之间的关系也大多没有清晰界定，比如承保性质应该是委托代管形式还是商业保险运作形式、承保单位是应该公开招标后的一家公司还是保险行业几家大公司共保等等，都处于探索阶段，而这些条件的变化，直接会影响到制度的有效性、保险公司的效益和积极性，从而影响到整个制度的可持续性。政府政策的变化有可能会给保险公司造成比较大的经营风险。

其次是社会风险。巨额的征地补偿费用以保险基金的形式累积到保险公司，保值增值的压力比较大。因牵涉面甚广，一旦经营此项业务的保险公司偿付能力不足，将引发较大的社会风险，因此宜引起人们的足够重视，以再保险或联合共保的方式规避社会风险。

第三是经营风险。因开展此项业务的一般是保险公司的地方分支机构，而限于人力和技术资源，地方分支机构在承保方式、保费测算、适用条款、合同签订及业务处理等方面缺乏足够的经验和技術保障，经营风险也因之而生，故而，从公司整体和长远发展的角度，总公司宜成立专门小组，组建失地农民保险专门项目管理团队，集中系统资源，积极应对失地农民保险市场，在降低风险的基础上实现其应有的社会效益与经济效益。

（四）利用商业保险方式为失地农民提供养老保障的政策可行性分析

尽管失地农民的养老保障问题已经引起中央和一些地方政府的重视，但当前各级政府并没有明确支持失地农民养老保险的商业化运营的政策，保险公司与地方政府合作开办失地农民养老保险既没有税收优惠，更缺乏法律依据，面临着很大的政策性风险，但我们认为这并不影响保险公司在这个方向上的探索，成功的试点正是推动相关政策出台最强大的动力，政策真空实际上正在为有战略远见的保险公司提供着良好的创新机会和市场先机。政策的不置可否为创新性的保险公司创造了具有多重想像空间的政策条件，也是因循保守的保险公司前进中的最大障碍。中国人寿目前对失地农民养老保险模式的探索和成就必将载入中国保险业发展的史册。

三、县域死亡保险产品的发展潜力和空间

在保险业发展的早期，人身保险业务主要是为死亡提供保障，即死亡保险。随着社会的进步和经济的发展，人们的寿命越来越长，由于生存和长寿需要生活费用，为此逐步发展了生存保险，以及把死亡保险与生存保险相结合的两全保险，后来又出现了年金保险。从这个意义上来说，死亡保障是人身保险中的核心产品。目前在许多发达国家，以定期寿险为代表的死亡保障产品依然占有很重要的地位，如在美国，定期寿险的销售量占所销售全部个人寿险的三

分之一。相对而言，这种定期寿险保费低廉、保障较高^①，对于大多数刚刚脱离贫困状态、逐步走向温饱和富裕的县域居民，定期寿险具有重要的意义。因此，在研究中，我们独立讨论定期寿险业务在县域的发展空间。

（一）我国死亡保险产品发展现状

从保费收入来看，我国死亡保险产品发展较快，但保费收入规模较大，从险种结构来看，**2015**年寿险、意外险、健康险和养老金业务^② 的占比分别为**75.1%**、**10.4%**、**10.4%**和**4.1%**。与**2014**年相比，寿险业务与健康险业务增长速度有所下降，所占份额也有所下降（见表**4-1**）。在寿险业务中，以银行代理的两全保险为主，约占寿险业务保费收入的**80%**以上，这种保险产品相对保费较高，保障功能比较低。纯粹以死亡保障为目的的定期寿险产品市场份额比较小。

表 4-1	2014 年和 2015 年我国人身保险市场保费收入结构表			单位：亿元、豫
	2015 年 保费收入	2014 年 保费收入	2015 年比 2014 年增长	2015 年各项 业务占比
人身险保费收入	10585.9	9448.9	11.3%	89.4%
寿险	7945.2	7048.9	12.7%	75.1%
意外险	1094.5	984.5	11.2%	10.4%
健康险	1094.5	984.5	11.2%	10.4%
养老金	437.8	526.0	-16.8%	4.1%

资料来源：中国保监会网站。

从保险产品来看，近年来，保险公司开发了一些死亡保险产品，但依然是以两全保险为主，由于两全保险缴费水平较高，保障功能较弱，难以为家庭遗属提供有效保障。定期寿险的有效供给不足（如表**4-2**所示部分保险公司开发的保险产品）。目前，国内大部分寿险公司都开发和销售了定期寿险产品，通过以主险或附加险形式进行销售，针对的群体一般为普通群众与消费贷款对象，如房贷者定期寿险。

^① 意外伤害保险也有类似的性质，因此，在一定程度上，意外伤害保险的发展空间与定期寿险的发展空间基本相似，故在此，不对意外伤害保险再做单独讨论。

^② 目前，我国保险统计上的寿险业务包括生存保险、死亡保险和两全保险。

表 源泉愿 部分人寿保险公司定期寿险产品表	
公司名称	产品名称
中国人寿保险股份有限公司	附加定期保险（月型）
	祥和定期保险
	祥运定期保险
	安居定期保险
	附加定期保险（粤型）
太平人寿保险股份有限公司	太平团体一年定期寿险
	太平团体母婴定期寿险
	太平团体定期寿险
	太平学生、幼儿定期寿险
	太平真爱附加定期寿险
	太平真爱附加豁免保险费定期寿险
	太平意外伤害保险
	太平真爱附加意外伤害医疗保险
新华人寿保险股份有限公司	定期寿险（粤款）
	定期寿险（月款）
平安人寿保险股份有限公司	平安附加定期保险
	平安幸福定期保险（粤
	平安幸福定期保险（月
太平洋安泰人寿保险股份有限公司	附加定期寿险
太平洋人寿保险股份有限公司	喜洋洋消费借贷者定期寿险
中宏人寿保险股份有限公司	附加定期寿险保障
友邦保险	友邦抵押贷款寿险

从保险需求来看，公众对死亡保障产品的有效需求不足。作为保障型险种，死亡保险产品的发展有赖于公众风险保障意识的提高，在许多发达国家，保险已经成为人们生活中不可或缺的一部分。在美国 愿豫以上的家庭都参加寿险，保单密度超过了 员豫豫。我国台湾地区保险单密度也已经突破了 员豫豫。保险已深深地扎根于人们日常思维中，死亡保险产品已经成为居民防范过早死亡风险的有效手段。但反观我国老百姓的保险意识，其淡漠程度是显而易见的，人们保险意识的淡漠首先表现在缺乏自我保障意识。对风险认识存有偏差，宁肯亡羊补牢，也不肯未雨绸缪。在思想理念上，对死亡又比较忌讳，人

们一般不愿意谈论死亡。不少居民存在侥幸心理,认为根本没有必要花那个钱来获得这种保障,也很少人真正通过购买死亡保险产品来分散过早死亡的风险,来保障家庭生活的平稳。

(二) 县域定期寿险市场潜力分析

有关研究表明^①,居民对死亡保障需求的主要驱动因素是年龄、收入、负担能力、财富以及保护收入免受通货膨胀影响的愿望,但家庭具体保障需求与家庭实际购买保险之间并不存在太大的相关性,许多家庭,尤其是年轻家庭或者没有死亡保障,或者死亡保障不足。在我国同样如此,尤其是在广大县域,家庭保障依然是风险承担的主体和保障的主要形式之一,绝大部分居民没有通过购买保险来分散生活与生命风险。一旦家庭主要收入来源者死亡,整个家庭的生活水平就会下降,甚至导致许多家庭陷入贫困之中。从这个意义上来说,县域死亡保险的发展空间非常大。而且,随着县域经济的发展和社会的进步,越来越多的县域居民收入不断提高,具备一定的经济支付能力和购买能力,思想观念的转变也会使得县域居民越来越认识到保险的重要性,并进一步利用保险的手段来防范过早死亡的风险。

居民的生命价值观念与死亡保障缺口

死亡保险是以人的生命为标的的保险,人的生命价值是人寿保险的重要理论基础。人的生命价值观念是属于人力资本理论,是指个人未来所能赚取的薪资及服务,亦即由个人未来所得之薪资扣除个人维持成本所得的未来净收入的资本化价值。定期寿险等死亡保障产品的主要目的是用以保障家庭,对于家属,除了精神上的价值外,从经济的角度来看,一个人生命的价值,是家属从其一家之主或收入依靠者所期待的、能够在未来实现的价值,这就是通常意义上的死亡保障缺口。

死亡保障缺口也就是主要工资收入者出现死亡后,家庭生活所需资源与可资源之间的差额。这个缺口等于维持家庭遗属当前生活标准的未来收入现值加上支付欠债所需的款项,再减去:未来社会保障会支付给生存者项目的现值、寿险收入以及一半的金融资产。1999年瑞士再保险研究部门对澳大利亚、德国、意大利、中国台湾和美国等国家与地区的死亡保障缺口进行了估算,结果如表 4-1 所示,上述国家和地区都有相当大的保障缺口,范围从中国台湾

^① 参见“死亡保障:寿险核心产品”,《中国寿险》1999年第1期。

的 1000 亿美元到美国的 10000 亿美元不等，弥补缺口每年所需要的保费占到国内生产总值的比例从 0.1% 到 0.5% 不等。

表 2-2 部分国家和地区寿险保障缺口（2005 年）

国家和地区	澳大利亚	德国	意大利	中国台湾	美国
缺口（100 亿美元）	100	1000	1000	1000	10000
年保费缺口 （占国内生产总值比例）	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.5%

资料来源：瑞士再保险经济研究及咨询部。

3.1 县域死亡保障产品个体需求分析

有关研究表明^①，家庭对于死亡保障的需求与收入高度相关。我们通过分析一个典型县域居民家庭的死亡保障需求，来推断县域死亡保障产品的个体需求。

例：某地区农村居民死亡保障需求

① 家庭基本资料如下：家庭户主：男性，45 岁；配偶：40 岁；有一女一子，分别为 7 岁和 3 岁。

② 应备费用如表 2-3 所示。

表 2-3 一个农民的应备费用

生活费	每月 1000 元，子女抚养到 18 岁
孝养金	父母现年 70 岁，赡养到死亡，每月 500 元，安葬费 10000 元
盖新房	准备 3 年内盖新房，费用 10000 元
教育费用	小学：5000 元；初中：10000 元；高中：15000 元；大学：20000 元 合计 50000 元

③ 配偶年收入 10000 元，继续工作 15 年。

在不考虑利率因素的条件下，假定其父母在 70 岁时死亡，该农民的死亡保障缺口如表 2-4 和图 2-1 所示。

① 参见“死亡保障：寿险核心产品”，《中国寿险 2005 年第 1 期》。

表 源 衆

农民死亡保障缺口计算表

单位：元

[illegible]

通过计算，可知农民在 30—50 岁之间的死亡保障缺口在 15 万左右，由于没有考虑到利率和通货膨胀对货币购买力的腐蚀作用，实际上农民的死亡保障缺口会略高于这一水平（见图 10-10）。

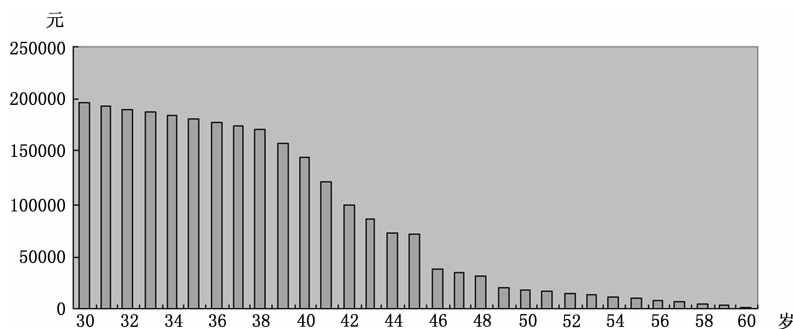


图 10-10 农民死亡保障缺口示意图

县域死亡保障产品总体需求分析

按人均 1 张死亡保障产品计（投保率为 100%），每个定期寿险保单的年缴保费 1000 元（保险金额在 10 万元左右），我国县域人口在 10 亿左右（10 亿人）。由此，估算我国县域死亡保障产品总体需求为年保费规模 1000 亿元。

根据前表三所示，瑞士再保险研究部门的研究表明，澳大利亚、德国等国家和地区的死亡保障缺口为年保费规模占国内生产总值的 1%—2%，由于我国县域社会保障体系几近空白，死亡保障缺口会比这五个国家为高。为此，笔者以 2% 计，2000 年我国县域经济的国内生产总值（GDP）达 50000 亿元，由此推断我国县域死亡保障产品总体需求为年保费规模 1000 亿元。

附表 源泉员 利率为 圆缘豫、缘岁领取的县域农民养老保险费率表

年龄	终身年金	元年确定年金	趸缴总和费率	年缴保费率
圆国	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
圆员	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
圆圆	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
圆猿	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
圆源	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
圆缘	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
圆远	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
圆苑	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
圆愿	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
圆怨	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
猿园	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
猿员	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
猿圆	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
猿猿	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
猿源	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
猿缘	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
猿远	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
猿苑	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
猿愿	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
猿怨	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
源园	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
源员	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
源圆	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
源猿	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
源源	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
源缘	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
源远	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
源苑	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
源愿	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
源怨	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
缘园	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
缘员	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
缘圆	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
缘猿	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
缘源	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
缘缘	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
缘远	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
缘苑	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
缘愿	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
缘怨	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园
远园	猿圆园园园	猿圆园园园	苑圆园园园	园圆园园园

附表 源原园 利率为 圆翻豫、逐岁领取的县域农民养老保险费率表

年龄	终身年金	逐年确定年金	趸缴总和费率	年缴保费率
圆园	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
圆员	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
圆圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
圆猿	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
圆源	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
圆缘	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
圆远	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
圆苑	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
圆愿	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
圆怨	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
猿园	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
猿员	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
猿圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
猿猿	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
猿源	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
猿缘	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
猿远	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
猿苑	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
猿愿	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
猿怨	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
源园	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
源员	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
源圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
源猿	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
源源	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
源缘	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
源远	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
源苑	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
源愿	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
源怨	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
缘园	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
缘员	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
缘圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
缘猿	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
缘源	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
缘缘	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
缘远	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
缘苑	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
缘愿	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
缘怨	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆
远园	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆	圆翻豫圆

附表 源京源 利率为 圆缘豫豫、缘岁领取的县域农民养老保险费率表

年龄	终身年金	逐年确定年金	趸缴总和费率	年缴保费率
圆国	员圆缘远	圆缘缘缘	猿缘缘远	园缘缘缘
圆员	员圆缘远	圆缘缘缘	猿缘缘苑	园缘缘缘
圆圆	员圆缘远	圆缘缘苑	猿缘缘愿	园缘缘缘
圆猿	员圆缘远	圆缘缘苑	猿缘缘远	园缘缘缘
圆源	员圆缘缘	圆缘缘缘	猿缘缘园	园缘缘缘
圆缘	员圆缘圆	圆缘缘缘	猿缘缘员	园缘缘缘
圆远	员圆缘缘	圆缘缘员	猿缘缘园	园缘缘缘
圆苑	员圆缘苑	圆缘缘员	猿缘缘愿	园缘缘苑
圆愿	员圆缘缘	圆缘缘园	猿缘缘缘	园缘缘园
圆怨	员圆缘缘	猿缘缘远	猿缘缘缘	园缘缘源
猿园	员圆缘苑	猿缘缘远	猿缘缘园	园缘缘园
猿员	员圆缘缘	猿缘缘缘	猿缘缘缘	园缘缘员
猿圆	员圆缘苑	猿缘缘远	猿缘缘缘	园缘缘源
猿猿	员圆缘愿	猿缘缘园	猿缘缘苑	园缘缘园
猿源	圆缘缘圆	猿缘缘苑	猿缘缘缘	园缘缘园
猿缘	圆缘缘圆	猿缘缘苑	猿缘缘远	园缘缘缘
猿远	圆缘缘源	猿缘缘远	猿缘缘苑	园缘缘园
猿苑	圆缘缘缘	猿缘缘远	猿缘缘缘	园缘缘园
猿愿	圆缘缘远	猿缘缘愿	远缘缘缘	园缘缘缘
猿怨	圆缘缘缘	猿缘缘圆	远缘缘远	园缘缘缘
源园	圆缘缘苑	猿缘缘缘	远缘缘源	园缘缘苑
源员	圆缘缘缘	猿缘缘远	远缘缘缘	园缘缘园
源圆	圆缘缘远	猿缘缘圆	远缘缘缘	园缘缘园
源猿	圆缘缘缘	猿缘缘员	远缘缘苑	园缘缘苑
源源	圆缘缘圆	猿缘缘园	远缘缘远	园缘缘缘
源缘	圆缘缘缘	猿缘缘员	远缘缘源	园缘缘苑
源远	圆缘缘缘	猿缘缘远	远缘缘苑	园缘缘园
源苑	圆缘缘缘	猿缘缘缘	远缘缘苑	园缘缘缘
源愿	圆缘缘缘	缘缘缘员	远缘缘园	园缘缘缘
源怨	猿缘缘缘	缘缘缘苑	愿缘缘园	园缘缘缘
缘园	猿缘缘缘	缘缘缘圆	愿缘缘缘	园缘缘缘
缘员	猿缘缘苑	缘缘缘愿	愿缘缘远	园缘缘园
缘圆	猿缘缘缘	缘缘缘缘	愿缘缘苑	园缘缘苑
缘猿	猿缘缘远	缘缘缘远	愿缘缘缘	园缘缘远
缘源	猿缘缘缘	缘缘缘远	愿缘缘缘	园缘缘缘
缘缘	猿缘缘缘	远缘缘缘	愿缘缘缘	园缘缘缘
缘远	猿缘缘缘	远缘缘缘	远缘缘缘	园缘缘苑
缘苑	猿缘缘远	远缘缘苑	远缘缘缘	园缘缘缘
缘愿	猿缘缘苑	远缘缘缘	远缘缘苑	园缘缘缘
缘怨	猿缘缘苑	远缘缘缘	远缘缘苑	园缘缘园
远园	猿缘缘缘	远缘缘缘	远缘缘缘	园缘缘缘
远员	猿缘缘缘	远缘缘远	远缘缘缘	园缘缘远
远圆	猿缘缘缘	远缘缘远	远缘缘缘	园缘缘缘
远猿	猿缘缘远	愿缘缘员	远缘缘缘	园缘缘缘
远源	猿缘缘缘	愿缘缘源	远缘缘缘	园缘缘缘
远缘	缘缘缘苑	愿缘缘圆	远缘缘缘	园缘缘缘

附表 源京源 利率为 缘豫、缘岁领取的县域农民养老保险费率表

年龄	终身年金	元年确定年金	趸缴总和费率	年缴保费率
圆国	圆圆缘缘	圆圆缘缘	员圆缘缘	圆圆缘缘
圆员	圆圆缘缘	圆圆缘缘	员圆缘缘	圆圆缘缘
圆圆	圆圆缘缘	员圆缘缘	员圆缘缘	圆圆缘缘
圆猿	圆圆缘缘	员圆缘缘	员圆缘缘	圆圆缘缘
圆源	圆圆缘缘	员圆缘缘	员圆缘缘	圆圆缘缘
圆缘	圆圆缘缘	员圆缘缘	员圆缘缘	圆圆缘缘
圆远	圆圆缘缘	员圆缘缘	圆圆缘缘	圆圆缘缘
圆苑	圆圆缘缘	员圆缘缘	圆圆缘缘	圆圆缘缘
圆愿	圆圆缘缘	员圆缘缘	圆圆缘缘	圆圆缘缘
圆怨	圆圆缘缘	员圆缘缘	圆圆缘缘	圆圆缘缘
猿园	员圆缘缘	员圆缘缘	圆圆缘缘	圆圆缘缘
猿员	员圆缘缘	员圆缘缘	圆圆缘缘	圆圆缘缘
猿圆	员圆缘缘	员圆缘缘	圆圆缘缘	圆圆缘缘
猿猿	员圆缘缘	员圆缘缘	猿圆缘缘	圆圆缘缘
猿源	员圆缘缘	圆圆缘缘	猿圆缘缘	圆圆缘缘
猿缘	员圆缘缘	圆圆缘缘	猿圆缘缘	圆圆缘缘
猿远	员圆缘缘	圆圆缘缘	猿圆缘缘	圆圆缘缘
猿苑	员圆缘缘	圆圆缘缘	猿圆缘缘	圆圆缘缘
猿愿	员圆缘缘	圆圆缘缘	源圆缘缘	圆圆缘缘
猿怨	员圆缘缘	圆圆缘缘	源圆缘缘	圆圆缘缘
源园	员圆缘缘	圆圆缘缘	源圆缘缘	圆圆缘缘
源员	员圆缘缘	猿圆缘缘	缘圆缘缘	圆圆缘缘
源圆	圆圆缘缘	猿圆缘缘	缘圆缘缘	圆圆缘缘
源猿	圆圆缘缘	猿圆缘缘	缘圆缘缘	圆圆缘缘
源源	圆圆缘缘	猿圆缘缘	缘圆缘缘	圆圆缘缘
源缘	圆圆缘缘	猿圆缘缘	缘圆缘缘	圆圆缘缘
源远	圆圆缘缘	源圆缘缘	缘圆缘缘	圆圆缘缘
源苑	圆圆缘缘	源圆缘缘	缘圆缘缘	圆圆缘缘
源愿	圆圆缘缘	源圆缘缘	缘圆缘缘	圆圆缘缘
源怨	猿圆缘缘	缘圆缘缘	愿圆缘缘	圆圆缘缘
缘园	猿圆缘缘	缘圆缘缘	愿圆缘缘	圆圆缘缘
缘员	猿圆缘缘	缘圆缘缘	愿圆缘缘	圆圆缘缘
缘圆	猿圆缘缘	缘圆缘缘	愿圆缘缘	圆圆缘缘
缘猿	源圆缘缘	缘圆缘缘	愿圆缘缘	圆圆缘缘
缘源	源圆缘缘	缘圆缘缘	愿圆缘缘	圆圆缘缘
缘缘	源圆缘缘	缘圆缘缘	愿圆缘缘	圆圆缘缘

附表 源泉 利率为 1%、1.5% 领取的县域农民养老保险费率表

[illegible]

附表 来源 利率为 1%、10% 领取的县域农民养老保险费率表

年龄	终身年金费率	退休确定年金费率	趸缴总和费率	年缴保费率
10	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
11	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
12	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
13	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
14	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
15	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
16	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
17	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
18	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
19	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
20	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
21	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
22	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
23	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
24	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
25	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
26	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
27	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
28	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
29	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
30	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
31	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
32	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
33	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
34	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
35	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
36	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
37	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
38	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
39	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
40	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
41	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
42	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
43	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
44	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
45	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
46	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
47	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
48	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
49	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
50	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
51	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
52	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
53	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
54	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
55	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
56	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
57	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
58	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
59	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
60	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
61	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
62	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
63	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
64	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
65	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
66	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
67	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
68	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
69	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
70	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
71	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
72	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
73	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
74	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
75	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
76	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
77	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
78	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
79	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
80	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
81	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
82	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
83	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
84	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
85	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
86	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
87	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
88	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
89	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
90	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000

第五章 县域健康保险业务的发展

目前中国农村极低的社会健康保障水平为商业健康保险的发展提供广阔的市场空间；而 缘缘缘年以来新型合作医疗制度在全国范围内的推广则为商业保险公司提供了拓展业务的大好机遇。本章首先分析了寿险公司开展县域健康保险业务的社会意义及其市场潜力，然后分析寿险公司参与新型农村合作医疗的情况，并提出相应的政策建议。

一、寿险公司开展县域健康保险业务的社会意义及其市场潜力

缘缘缘年，我国乡村人口占全国总人口的比例为 缘缘缘，城镇与乡村人口之比大约是 源苑 但公共卫生资源的分配却与此相反，大约是 远源 根据全国第二次国家卫生服务调查分析报告，可以看到城乡医疗保障差别之巨大（见表 缘原员 图 缘原员。而卫生部 缘缘缘年第三次国家卫生服务调查主要结果则显示这种差距依然存在，甚至在有些方面还在继续扩大：儿童有计划免疫接种卡的城市拥有率为 怨怨缘、农村为 愿缘缘，其中，卡介苗接种率城市为 怨怨缘，农村为 怨缘缘；百白破疫苗接种率城市为 怨怨缘，农村为 愿缘缘；脊髓灰质炎疫苗接种率城市为 怨怨缘，农村为 愿缘缘；麻疹疫苗接种率城市为 怨怨缘，农村为 怨缘缘；乙肝疫苗接种率城市为 怨怨缘，农村仅为 苑缘缘。计划免疫在部分农村地区落实不够，有些农村儿童计划免疫建卡率仅为 愿缘缘。

在被调查的近 源万名 缘缘-源岁已婚育龄妇女中，前一年内做过妇科检查的妇女城市为 源缘缘，农村为 愿缘缘；产妇产前检查率城市为 怨怨缘，农村为 愿缘缘；孕产妇死亡率和儿童死亡率下降在徘徊了近十年后又呈现出下降的趋势。但是，妇幼卫生保健工作仍面临着许多问题，农村地区在家中分娩的比例仍比较高，城市住院分娩率为 怨怨缘，农村仅为 远缘缘。员缘的产妇在家

分娩，由非专业人员接生的比例城市和农村分别为 0.0000 和 0.0000。

表 缘原员		员数在全国医疗保障制度构成						单位 :豫			
调查 指标	城乡 总计	城 市				农 村					
		合 计	大城市	中城市	小城市	合 计	一 类	二 类	三 类	四 类	
公费医疗	源圆	员圆	圆	员圆	怨	员	员	圆	员	圆	
劳保医疗	远	圆	猿	圆	怨	圆	员	圆	圆	圆	
半劳保医疗	员	缘	愿	远	圆	圆	圆	圆	圆	圆	
医疗保险	员	猿	圆	愿	圆	员	圆	员	员	圆	
统筹医疗	圆	员	圆	员	圆	圆	圆	圆	圆	圆	
合作医疗	缘	圆	圆	圆	愿	远	圆	猿	员	员	
自费医疗	苑	源	猿	猿	缘	愿	苑	怨	怨	愿	
其他形式	猿	猿	员	员	愿	圆	圆	圆	圆	员	

资料来源：《1995年第二次国家卫生服务调查分析报告》。

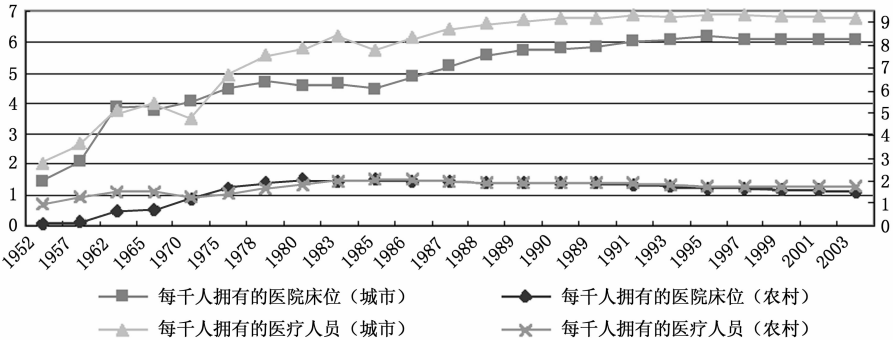


图 15-1 城市与农村地区医疗状况比较

资料来源：卫生部统计信息中心。

调查发现，未采取任何治疗措施的门诊患者中，0.0000是由于经济困难；应该住院而未住院患者中，0.0000是由于经济困难。城乡低收入人群应住院而未住院率的比例达到了 0.0000，远高于一般收入人群。在部分边远地区，卫生资源不足，居民就医不方便，如贫困地区有 0.0000的家庭距最近的医疗机构超过了 0.0000公里，有 0.0000的家庭到最近的医疗机构的时间在 0.0000分钟以上。一些慢性疾病的患病率在农村呈现明显增加，如循环系统疾病、运动系统疾病，其中：高血压患病率与 0.0000年相比，增加了 0.0000倍。农村在一定时期内面临感染性疾病和慢性疾病的双重威胁。

调查显示，城市享有城镇职工基本医疗保险的人口比例为 0.0000、公费

医疗 100%、劳保医疗 100%、购买商业医疗保险占 100%，没有任何医疗保险占 100%；在农村，参加合作医疗的人口比例为 100%、各种社会医疗保险占 100%、购买商业医疗保险占 100%、没有任何医疗保险占 100%。城市各年龄段的老年人口医疗费绝大部分由公费支付，公费比例合计达 100%，而农村绝大部分的老年人口要由自己支付医疗费用。可见，社会保障和商业健康保险都没有发挥其应有的作用。

“非典”疫情发生之后，农村恶劣的卫生状况引起了各方面的广泛关注。农村医疗保障制度建设发生了重大转机，新型合作医疗制度在中央和各级政府的推动下迅速发展起来。

截至 2003 年 12 月，新型农村合作医疗制度已覆盖 2.8 亿农业人口，共筹集资金 100 亿元，其中地方各级财政补助 10 亿元，中央财政对中西部地区补助 10 亿元，在一定程度上缓解了农民“因病致贫、因病返贫”的问题。

与原来的农村合作医疗相比较，新型合作医疗制度的性质发生了一些根本性的变化。2003 年 1 月 1 日由卫生部、财政部、农业部联合出台的《关于建立新型农村合作医疗制度的意见》指出：“新型农村合作医疗制度是由政府组织、引导、支持，农民自愿参加，个人、集体和政府多方筹资，以大病统筹为主的农民医疗互助共济制度。”基于此，新型合作医疗的特点主要表现在：

其一，政府的职能得到强化。《关于建立新型农村合作医疗制度的意见》要求省、地等各级政府成立了农村合作医疗协调小组，各级医疗卫生机构也要成立专门的农村合作医疗管理机构，这样，新型的合作医疗制度将在各级政府的领导下有步骤，有计划地在全国推广和实施。中央政府的领导和政府职能的强化，也有利于保持政策的连续性和稳定性。

其二，筹资机制更加明确。过去的合作医疗资金虽然说有政府的支持，但是没有明确规定政府应该负担的比例或数量，因此筹集资金主要是依靠农民自己来完成的。这使得合作医疗没有稳定的资金来源，合作医疗也无法起到应有的保障作用。而新型农村合作医疗制度实行个人缴费、集体扶持和政府资助相结合的筹资机制。它明确规定了中央、地方和个人所承担的数目。它明确规定：农民个人每年的缴费标准不应低于 10 元、地方财政每年对参加新型农村合作的资助不低于人均 10 元，中央财政每年通过专项转移支付对中西部地区除市区以外的参加新型农村合作医疗的农民按人均 10 元安排补助资金。这就明确规定了各级政府和农民自己的义务，而个人缴费、集体帮助和政府补助的三位一体的资金筹集机制，也解决了困扰合作医疗多年的资金问题。

其三，管理制度发生较大变化。原来的合作医疗主要是有卫生部门单独管理的，而新的合作医疗制度规定了由各级政府制定政策，由各个相关部门如卫生部门、财政部门、农业部门、民政部门、扶贫部门等联合组成农村合作医疗协调小组，在政府的领导下统一实施。这一做法加强了相互之间的监督，消除了原来有卫生部门垄断的局面，有利于减少和消除原来的管理涣散、效率低下和贪污腐败的局面。

其四，新型合作医疗以大病统筹为主，主要是解决农民看大病支付不起费用造成的因病致贫、因病返贫问题。

新型合作医疗的监督机制比较完善、统筹机制比较透明、覆盖面更加宽泛。新型合作医疗制度的出现，对农村的发展和社会保障制度的完善有着重要的意义。诚如《关于建立新型农村合作医疗制度的意见》所言“建立新型农村合作医疗制度是帮助农民抵御重大疾病风险的有效途径，是推进农村卫生改革与发展的重要举措”。而积极稳妥地做好这项工作，使新型合作医疗制度得到一个良好的发展，将对于防止农民因病返贫和因病致贫现象的出现和帮助那些还没有脱离贫困的农民迅速脱贫，走上生活富裕的道路等有着非凡的作用。它的发展，也有利于促进农村经济的发展和农民生活水平的提高，缩小城乡差距，消除二元经济结构，实现全面、和谐的小康社会。

尽管新型合作医疗在一些地方已经开始发挥作用，受到农民群众的拥戴，但也毋庸讳言，在总体的层次上，它的发展也面临着两大难题：其一，保障水平低。有限的政府投入以及较低的农民收入和迅速增长的医疗需求之间存在较大的差距，少量的农民缴费和昂贵的医疗费用以及较高的发病率使“保大病”的目标在很多地方实际上难以实现，一些地方的合作医疗封顶线很低，只有一两千元，难以保障农民生大病时的医疗需求。其二，管理成本高。在地方卫生部门主管的新型合作医疗中，管理费用消耗一般要占到总经费的 1/3 以上，有限的资源成为管理者的人头费，没有发挥其应有的作用。

实践证明，这两大难题实际上可以通过商业保险公司的介入得到有效缓解。商业保险公司的介入，可以使保障水平大幅提高，同时还可以大幅降低管理费用率。以河南新乡为例，卫生部门统管新型合作医疗业务时，管理费用为 1000 万元，而交由中国人寿保险公司后，管理费用仅 100 万元；而每人的赔付限额则提高到 30000 元（癌症 50000 元）的标准。

对保险公司来说，这一市场的潜力也是比较大的。仅河南省 2004 年参加合作医疗的 10 个试点县（市），农村人口 1500 多万人，每人按 10 元筹资，市

场就可达到约 1000 亿元。全国 10 亿农民，若有 1 亿人参加，则市场规模可以达到 1000 亿元。

二、县域健康保险系统中各参与主体特点的理论分析

健康保险系统由被保险方、保险方与医疗卫生服务提供方三方构成。

（一）被保险方在健康保险系统中的特点

1. 无知性与被动性

首先，被保险人缺乏对医疗服务质量与数量进行事先判断的知识和能力，因此在求医时，病人难以准确判断自己身体的健康状况，对自己身患何疾、严重程度没有明确的了解而完全听从医生的处置，欠缺对所供给的卫生服务质与量是否符合自己病情的信息，很难控制卫生消费的种类与数量。其次，被保险人接受治疗时不能讨价还价，其偏好和选择同在市场上选购其他物质和服务商品不一样，对卫生医疗服务的选择完全处于一种被动状态。在卫生服务市场中占有很大比重的有效需求是由医生决定的，是在医生诱导下的诱发性需求。

2. 卫生服务需求的不确定性及需求缺乏弹性

若以发病率的高低来反映卫生服务需求的大小，可通过流行病学方法对团体及社区进行预测，但对个人来说预测发病却非易事。与其他商品需求不同，需方很难事先对自己的卫生服务需求有个准确的估计。疾病的特点是突发性和随机性。此外，卫生服务的需求缺乏价格弹性，卫生服务是必需品，需要就是需要，没有多少回旋余地，缺乏需求价格弹性（缺乏弹性）。美国有关研究表明，医生服务的需求价格弹性为 -0.15-0.25；医院服务的需求价格弹性为 -0.15-0.25。所以，以价格为手段进行需方控制的效果很差。

3. 卫生服务消费的外部性

政府提供的公共卫生服务如对地方病、传染病的预防与治疗显然是一种公共物品，个人对此类卫生保健的投入具有很高的外部效益，对个人来说是预防生病，而对其他人来说则是切断传染途径，对整个社会来说是防止大面积的疾病传播，维持居民的健康与劳动能力，从而维持社会的稳定与经济的增长。即是个人对不具传染性的疾病的治疗和预防，也具有一定的外部效益，因为它可

以使家庭及单位的工作保持正常运转，减轻社会的负担。医疗卫生的社会公益性在世界上是得到了普遍认可的。

（二）卫生服务提供者在健康保险体系中的特点

1. 专业性

它要求卫生服务供方要受过长期的医学教育并获得特定资格才能从事卫生服务，因而卫生服务供给受医学教育培养能力的限制，受行医许可证制等法规限制，医疗机构的成立与撤销必须服从于国家与地方的总体卫生规划及社会的需要。

2. 垄断性

卫生服务供方的专业性使其具有法律性垄断，供方具有卫生服务供给的排异特权。医疗卫生活动是以人的生命与健康为对象的。未经卫生主管部门许可，任何单位和个人都无权设立医疗卫生机构或私自从事医疗活动。在医疗市场中不允许外行替代提供医疗服务，因而，医疗卫生市场是供方垄断性市场，是不完全竞争市场。在中国农村，卫生服务供方的垄断性则更为突出，县、乡、村三级卫生网络覆盖并垄断了农村医疗卫生市场。

3. 公益性

卫生服务本身是一种公益性服务，医疗卫生机构在中国被定为事业性机构，就是从其公益性考虑的。

（三）保险方在健康保险体系中的特点

保险方指的是在健康保险体系中具体负责承办健康保险基金的筹集、管理、支付等健康保险业务的健康保险经营机构。其特点是：

1. 福利公益性

福利性是保险方的基本特点，健康保险是社会保障制度的一个分支，体现的是国家、社会对公民健康的基本保障。健康保险与商业健康保险不同，保险机构是一种中介性的服务机构，不以营利为目的，追求的主要是社会效益而非经济效益，其运营的核心是足量筹集、合理使用、高效管理好保险基金、使收支达到平衡，保证补偿被保险人在保险责任范围内的卫生服务消费费用，从而维护被保险人的身体健康、维护经济与社会稳定，促进社会的发展。

2. 经营风险性

健康保险作为一种保险组织，其风险性经营是不言而喻的。之所以是风险

性经营，是由于保险机构依据大数法则的原理把个人的或少数的不确定风险集合起来形成具有某种概率分布的可确定风险，把个人的、随机的、难以承担的损失转化为可预测、可控制的、具有某种概率的损失。对商业性保险来说，经营风险要的是盈利，而对社会保险来说，资金筹集与运用的基本平衡是保险体系得以持续运作的基本要求，为达到这一要求必须保证风险单位满足一定的大数。

主导性中的被动性

保险方是整个健康保险体系的中间链条。健康保险作为一种社会经济活动是以健康保险资金的流动过程为其主要内容的。保险方既负责保费的筹集又负责费用的支付，因而处于资金流动的中心位置，对健康保险起控制作用。保险方为保证保险资金和卫生资源的有效合理利用，以及避免资金的渗漏、必然要担当起对被保险方和卫生服务供给方费用控制的任务。保险机构这种监督管理作用，在健康保险模式下常常是代理国家执行政府的某种功能，有时甚至于完全成为政府政策的执行与管理者。然而，这种主导性却又受到服务供方专业性与垄断性的制约，在监督控制供方行为时又是很被动的。

三、县域健康保险保障水平确定

健康保险是否能够健康发展，一个比较重要的方面是确定健康保险的保障水平。而健康保险的保障水平分为保障范围和保障程度两个方面。保障范围是健康保险所承保的对象群体以及卫生服务项目、卫生项目提供的量及时间限制。保障程度即补偿比，是保险人对被保险人在保险期间所支出的符合补偿条件的卫生服务费用的报销比例。健康保险的保障水平就是在多大的保障对象群体及卫生服务项目上可以达到一个什么样的补偿比。

（一）县域健康保险保障水平确定的影响因素分析

按卫生经济的一般理论与实践，确定健康保险保障水平时要考虑以下几个重要因素。

经济因素

经济发展水平的高低直接影响健康保险的保障水平。世界上经济发展水平不同的国家，其健康保险的保障水平也大相径庭，保障水平高的西方福利国家

如瑞典的全民健康保险制度，包括预防治疗、康复护理、生育补贴乃至误工补贴、营养补贴等；保障水平低的如一些刚刚建立起健康保险制度的发展中国家，健康保险只补偿门诊费用或保健费用，当然，还有大量的第三世界国家甚至根本就没有健康保险制度，也就谈不上保障水平了。

显而易见，健康保险承保的范围越广，程度越高，所需筹集的健康保险基金也必然越多，若这一基金筹集额超出了健康保险所依托的经济的承受能力，保险费超出了农村的购买力，健康保险体系就会在赤字中瓦解。

由于健康保险消费的特殊性，随着农村收入的增加，县域健康保险价格需求曲线表现为三种形态（见图 5-10）。

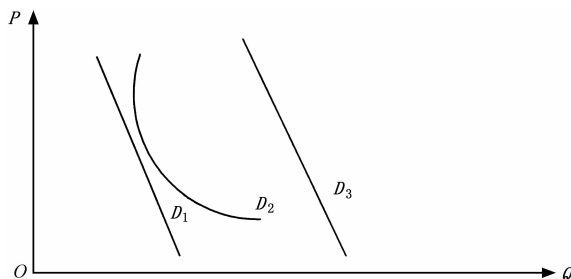


图 5-10 健康保险价格需求曲线

当收入较低时，农民消费的重点在于维持生存，故而健康保险是一种奢侈品，保险需求表现为极低需求水平基础上的低价格弹性，其价格需求曲线如 D_1 。随着收入进一步增大，个人可支配收入有了一定的结余，此时，人们对低价格的健康保险具备了一定的承受力和需求倾向，表现为低需求水平基础上较高的需求价格弹性，其价格需求曲线如 D_2 。当收入进一步增长到较高水平时，根据需求层次理论，居民的优势需要转换为较高层次的安全需要，健康保险成为人们的必需品，表现为高需求水平基础上的低需求价格弹性，其需求曲线如 D_3 。改革开放以后，我国农村居民收入水平出现了差距并迅速扩大，东南沿海地区及江浙一带的发达农村农民的收入水平很高，其中一些地方对健康保险的需求已达 D_3 的曲线范围。由于高需求、低价格弹性，所以对高、低价格健康保险的需求均高。而大部分中部和一部分东西部地区农民则处于 D_2 曲线范围之内，健康保险的需求仍较低，但由于具有较大些的价格弹性，则可通过实行低价格健康保险与财政补贴等手段增加需求。而对于占很大地域范围的中西部农村贫困地区，则处于 D_1 曲线之内，其健康保险需求极低，且由于需求价格弹性低而在收入水平依旧的情况下难以运用价格手段刺激健康保险需求，高额

财政补贴便成为建立农村健康保险唯一可行的措施，这些地区的财政若无此能力，那么在這些地区建立健康保险制度在经济上就是不可行的，即具有经济不可行性，其健康保障制度的建立只能退而求其次，比如建立小社区范围内的较低保障水平的合作医疗制度等等。

由此可见，因为健康保险的保障水平与保险的价格——保费是成正向函数关系的，所以健康保险的保障水平必须根据地区经济发展水平而分别确定。

卫生资源因素

分析农村健康保险的保障水平时，卫生资源也是一个重要因素，因为一个社区的卫生资源是卫生服务供给与健康保险制度得以运行的必要的物质条件，如果这一条件都不具备，那么健康保险对卫生需要的保障也就无从谈起。例如，对一个没有住院条件的山区，把住院划为健康保险的保障范围就没有太大的意义。同理，即使对一些卫生资源较丰裕的地区来说，一些高、精、尖的设备和技术因价格昂贵与总体农民的购买力不相适应且极易引致诱导需求的项目也应排除在健康保险的保障范围之外。

卫生服务的需求因素

中国的卫生资源配置现状表明，一方面国家总的卫生投入不足，另一方面总供给大于总需求，后者其实是一种“假象”，在卫生经济学中称为“非健康保障线需求关系”，反映出保障线需求与“虚假”需求间存在着需求差，卫生资源的配置不合理，存在浪费。在调查中我们发现，在中国农村，一些县乡级医院一方面闲置着大量的在多次“大力发展卫生事业”的运动中购买的而无人会用或无此需求的设备；另一方面，医疗卫生保健基础设施却极为落后，农民最基本的卫生服务需求得不到满足。为改变这种状况，在确定农村健康保险的保障水平时应着眼于满足农民的基本卫生服务需求，特别是成本低、效益高的预防保健需求，以及那些农民已经认识到但由于经济原因而不能满足的基本卫生服务需求。

人口学因素及其他因素

众所周知，人们的医疗卫生服务费用的高低受年龄的影响较大，老年人口具有不同于其他人口群体的生理与社会特征，老年人抵抗力差，易同时患有多种疾病，其发病率高于其他年龄组人口，据美国国家卫生统计报告及国内调查显示，人们的患病频度及人均医药费随年龄增长而增长（见表 5-1 表 5-2）。

表 缘园		不同年龄组患病频度						
年 龄	猿-	源-	缘-	缘-	远-	远-	苑-	苑-愿
人均年病次	员圆	员猿	圆	圆	猿	猿	圆	猿
定基比	员	员	员	员	圆	圆	圆	圆

资料来源：《中国农村国家卫生统计报告》（缘）。

表 缘		我国农村居民人均年医药费		单位：元
年龄组	人均门诊费用	人均住院费用	人均年医药费用	
园-源	员	员	员	
缘-源	苑	园	愿	
员缘-圆源	缘	员	苑	
圆缘-猿源	怨	猿	员	
猿缘-源源	员	源	圆	
源源-缘源	员	缘	圆	
缘缘-远源	圆	愿	猿	
远缘恒	猿	愿	源	
合 计	员	猿	员	

资料来源：顾杏元等：《农村医疗保健制度研究》。

表 缘表明随着年龄增长人们患病频度逐渐增大，远岁时人的患病频度已是猿岁时的圆倍，而愿岁的人患病频度已是猿岁时的圆倍。而且老年患者多有各种病史、病程迁延。由于衰老，恢复能力差，患者反应迟钝，临床表现不明显，易出现并发症及病情突变，所以老年患者的医疗及保健费用一般远高于盛年患者。表 缘显示，缘岁以上的老人人均年医药费用是员岁 岁 远倍左右。这些特征决定着老年人口的患病特点及他们利用卫生资源的状况，进而传动于整个健康保险的运作。如果某一地区老年人比重偏高，那么该地区，健康保险的补偿费率也必然较大，因而在社会经济状况等其他因素相同的情况下，该地区的健康保险保障水平也必然要降低。

农民的文化素质对农村健康保险保障水平也具有较大影响，文化素质高的农民更重视自己的健康状况，更能及早地发现自己的卫生服务需要并尽早尽可能地转化为需求，其因卫生服务需求的价格弹性更低，所以更容易参与到农村健康保险体系中来。

此外,农民参加健康保险的意向。政府的支持程度、公共卫生费用支出占财政支出的比重以及健康保险体系中的筹资、付费、管理等制度与管理性因素也都不同程度地影响着农村健康保险的保障水平。

(二) 数据的收集与模型的建立

世界上确定健康保险保障程度的方法很多,其中较为流行的是日本学者长濑恒常“长濑系数法”,这种方法的核心是先确定一个社区健康保险给付在财务健全的基础上所应抑制的就诊程度,然后再根据门诊平均每人次费用及每人每日住院平均药剂费计算所应负担的余额。“长濑系数”是根据医疗费用支出(再)与补偿比(载)的关系,采用数年的统计资料,应用最小二乘法拟合的二次曲线经验方程:

$$\text{再} = \text{再}_0 + \text{再}_1 \text{载} + \text{再}_2 \text{载}^2$$

根据该式可计算每降低 1 个百分点的健康保险补偿比所节省的卫生服务支出比例。在实际操作中,按理想的健康服务支出节省比例反过来确定理想的补偿比。例如,对某社区来说,若理想补偿比为 0.5,则按

$$\text{再} = \text{再}_0 + \text{再}_1 \times 0.5 + \text{再}_2 \times 0.5^2$$

保险人负担 100% 的卫生服务费用时,医疗给付支出可节省 10%;负担 80% 时,给付支出可节省 20%;负担 60% 时,可节省 30%。若认为该社区的医疗支出太高而无法承受,必须设法减少其支出的 30%,则可按长濑系数(再)及(再),补偿比应为 80%。

长濑系数法被验证是效果较佳的一种确定补偿比的常规方法,但目前中国农村健康保险确定补偿比时,它却难以适用。一是中国农村健康保险尚处于试办阶段,根本没有国外那样完整的时间序列资料,难以计算系数;二是长濑系数法一般是在对原有的补偿比进行修正时采用,而中国农村目前需要的主要是一个原始的保障程度标准。

一个地区的保障程度被确定后,若低于某一确定数值,就说明该地区没有建立健康保险的经济可行性。那么,如何确定中国农村健康保险的保障制度(即补偿比)呢?这里我们采用多元回归法来进行初步的研究与测定。

数据来源

《中国卫生年鉴》、《中国经济年鉴》及《中国人口年鉴》1985—1994 年卷,国家统计局农调队县域农村家庭抽样调查资料,钱建明等编《中国少数民族健康研究》、《家庭联产承包制下农村福利状况变迁调查资料》及《卫生经济学》

等期刊杂志的有关文章、资料。取黑龙江穆陵县, 辽宁金县、朝阳县, 吉林通化县, 河北曲周县, 内蒙古托克托县、和林格尔县、清水河县, 山西翼城县, 宁夏西吉县、灵武县、平罗县、中卫县, 河南太康县、淮阳县, 山东曲阜县, 北京顺义县, 安徽金寨县, 江西新建县、瑞昌县, 广西东兰县, 四川眉山县、茂县, 贵州施秉县, 陕西旬邑县、户县, 云南彝良县, 浙江余杭县, 江苏句容县、无锡县、金坛县、常熟市, 上海金山县、松江县、嘉定县, 湖北监利县, 湖南华容县, 甘肃徽县, 广东梅县, 西藏达孜县, 新疆博乐县, 福建闽侯县等源县的有关经济、社会、卫生的指标数据。这些县分布于中国绝大部分省区, 具有广泛的代表性, 其中 县取自经济发展水平较高的东部地区; 县取自中部、县取自经济与卫生状况较差的西部省区。

圆指标设定及分解

利用卫生经济学的理论, 设定影响社区居民健康状况的 猿项指标, 利用所得数据采用主成分分析法进行指标分解与组合。主成分分析法是把众多具有多重相关性的指标化解为几个相互独立的具有代表性的指标的经济计量与分析方法, 猿项指标化解为下列 缘项:

粤社会经济指标

载 纯农业人口比重

载 人均纯收入

载 食物消费占总消费的比重

载 县财政收入

载 县国民生产总值

载 乡镇企业产值

月农村居民健康指标

载 园岁预期寿命

载 婴儿死亡率

载 寿命损失率

载 慢性病发病率

载 地方病发病率

载 传染病发病率 (指卫生部指定的 猿种传染病)

载 孕产妇死亡率

载 儿童免疫率

续表

县号	健康水平	经济状况	卫生服务供给	卫生服务需求	人口学因素	人均卫生费用 (元/人)
001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001
002	0.002	0.002	0.002	0.002	0.002	0.002
003	0.003	0.003	0.003	0.003	0.003	0.003
004	0.004	0.004	0.004	0.004	0.004	0.004
005	0.005	0.005	0.005	0.005	0.005	0.005
006	0.006	0.006	0.006	0.006	0.006	0.006
007	0.007	0.007	0.007	0.007	0.007	0.007
008	0.008	0.008	0.008	0.008	0.008	0.008
009	0.009	0.009	0.009	0.009	0.009	0.009
010	0.010	0.010	0.010	0.010	0.010	0.010
011	0.011	0.011	0.011	0.011	0.011	0.011
012	0.012	0.012	0.012	0.012	0.012	0.012
013	0.013	0.013	0.013	0.013	0.013	0.013
014	0.014	0.014	0.014	0.014	0.014	0.014
015	0.015	0.015	0.015	0.015	0.015	0.015
016	0.016	0.016	0.016	0.016	0.016	0.016
017	0.017	0.017	0.017	0.017	0.017	0.017
018	0.018	0.018	0.018	0.018	0.018	0.018
019	0.019	0.019	0.019	0.019	0.019	0.019
020	0.020	0.020	0.020	0.020	0.020	0.020
021	0.021	0.021	0.021	0.021	0.021	0.021
022	0.022	0.022	0.022	0.022	0.022	0.022
023	0.023	0.023	0.023	0.023	0.023	0.023
024	0.024	0.024	0.024	0.024	0.024	0.024
025	0.025	0.025	0.025	0.025	0.025	0.025
026	0.026	0.026	0.026	0.026	0.026	0.026
027	0.027	0.027	0.027	0.027	0.027	0.027
028	0.028	0.028	0.028	0.028	0.028	0.028
029	0.029	0.029	0.029	0.029	0.029	0.029
030	0.030	0.030	0.030	0.030	0.030	0.030
031	0.031	0.031	0.031	0.031	0.031	0.031
032	0.032	0.032	0.032	0.032	0.032	0.032
033	0.033	0.033	0.033	0.033	0.033	0.033
034	0.034	0.034	0.034	0.034	0.034	0.034
035	0.035	0.035	0.035	0.035	0.035	0.035
036	0.036	0.036	0.036	0.036	0.036	0.036
037	0.037	0.037	0.037	0.037	0.037	0.037
038	0.038	0.038	0.038	0.038	0.038	0.038
039	0.039	0.039	0.039	0.039	0.039	0.039
040	0.040	0.040	0.040	0.040	0.040	0.040
041	0.041	0.041	0.041	0.041	0.041	0.041
042	0.042	0.042	0.042	0.042	0.042	0.042
043	0.043	0.043	0.043	0.043	0.043	0.043
044	0.044	0.044	0.044	0.044	0.044	0.044
045	0.045	0.045	0.045	0.045	0.045	0.045
046	0.046	0.046	0.046	0.046	0.046	0.046
047	0.047	0.047	0.047	0.047	0.047	0.047
048	0.048	0.048	0.048	0.048	0.048	0.048
049	0.049	0.049	0.049	0.049	0.049	0.049
050	0.050	0.050	0.050	0.050	0.050	0.050
051	0.051	0.051	0.051	0.051	0.051	0.051
052	0.052	0.052	0.052	0.052	0.052	0.052
053	0.053	0.053	0.053	0.053	0.053	0.053
054	0.054	0.054	0.054	0.054	0.054	0.054
055	0.055	0.055	0.055	0.055	0.055	0.055
056	0.056	0.056	0.056	0.056	0.056	0.056
057	0.057	0.057	0.057	0.057	0.057	0.057
058	0.058	0.058	0.058	0.058	0.058	0.058
059	0.059	0.059	0.059	0.059	0.059	0.059
060	0.060	0.060	0.060	0.060	0.060	0.060
061	0.061	0.061	0.061	0.061	0.061	0.061
062	0.062	0.062	0.062	0.062	0.062	0.062
063	0.063	0.063	0.063	0.063	0.063	0.063
064	0.064	0.064	0.064	0.064	0.064	0.064
065	0.065	0.065	0.065	0.065	0.065	0.065
066	0.066	0.066	0.066	0.066	0.066	0.066
067	0.067	0.067	0.067	0.067	0.067	0.067
068	0.068	0.068	0.068	0.068	0.068	0.068
069	0.069	0.069	0.069	0.069	0.069	0.069
070	0.070	0.070	0.070	0.070	0.070	0.070
071	0.071	0.071	0.071	0.071	0.071	0.071
072	0.072	0.072	0.072	0.072	0.072	0.072
073	0.073	0.073	0.073	0.073	0.073	0.073
074	0.074	0.074	0.074	0.074	0.074	0.074
075	0.075	0.075	0.075	0.075	0.075	0.075
076	0.076	0.076	0.076	0.076	0.076	0.076
077	0.077	0.077	0.077	0.077	0.077	0.077
078	0.078	0.078	0.078	0.078	0.078	0.078
079	0.079	0.079	0.079	0.079	0.079	0.079
080	0.080	0.080	0.080	0.080	0.080	0.080
081	0.081	0.081	0.081	0.081	0.081	0.081
082	0.082	0.082	0.082	0.082	0.082	0.082
083	0.083	0.083	0.083	0.083	0.083	0.083
084	0.084	0.084	0.084	0.084	0.084	0.084
085	0.085	0.085	0.085	0.085	0.085	0.085
086	0.086	0.086	0.086	0.086	0.086	0.086
087	0.087	0.087	0.087	0.087	0.087	0.087
088	0.088	0.088	0.088	0.088	0.088	0.088
089	0.089	0.089	0.089	0.089	0.089	0.089
090	0.090	0.090	0.090	0.090	0.090	0.090
091	0.091	0.091	0.091	0.091	0.091	0.091
092	0.092	0.092	0.092	0.092	0.092	0.092
093	0.093	0.093	0.093	0.093	0.093	0.093
094	0.094	0.094	0.094	0.094	0.094	0.094
095	0.095	0.095	0.095	0.095	0.095	0.095
096	0.096	0.096	0.096	0.096	0.096	0.096
097	0.097	0.097	0.097	0.097	0.097	0.097
098	0.098	0.098	0.098	0.098	0.098	0.098
099	0.099	0.099	0.099	0.099	0.099	0.099
100	0.100	0.100	0.100	0.100	0.100	0.100

模型的应用

(一) 模型应用原理

确定某一社区农村健康保险的保障水平时，先把该社区的经济水平卫生服务供给、卫生服务需求以及人口学因素综合指标算出，然后代入方程，即可得出目前该社区的社会经济、卫生状况下应有的居民健康水平，比较该水平与期望的健康保险制度下的健康水平的差距，以及两个健康水平所对应的人均卫生费用之间的差距。若两者差距太大，追加的卫生投入不足以弥补，则健康保险制度在该地区尚不具备社会及经济可行性，而应建立较低层次的健康保障制度如合作医疗等，若两者无差距或差距不大，则可推断该社区建立农村健康保险制度是可行的。

在方程中，人均卫生费用是根据下述公式计算的：

卫生总费用 越政府卫生投入 垣集体卫生投入 垣个人卫生投入

越(政府卫生资源投资 垣政府保费补贴) 垣(集体卫生资源投入 垣集体保费补贴) 垣个人保费

而：

卫生总费用 原卫生资源投资 越保费补贴 垣个人保费

所以：

(卫生总费用 原卫生资源投资) 轹被保险人数 越(保费补贴 垣个人保费) 轹被保险人数 越人均保费

在农村健康保险期望的健康水平确定，卫生总费用确定以及政府、集体的卫生资源投资额确定之后，就可以得人均保费，代入人均保费与补偿比关系式即可得出健康保险的补偿比。

人均保费与补偿比的关系式为：

$$\text{载越} = \frac{(\text{粤} \cdot \sum_{\text{县}} \frac{\text{配}_{\text{县}}}{\text{员原耘原云}} + \sum_{\text{县}} \frac{\text{配}_{\text{县}}}{\text{员原耘原云}})}{(\text{员原耘原云})}$$

其中：配_县为人均县医院门诊年卫生费用；配_县为人均乡（镇）医院门诊年卫生费用；配_县为人均村卫生所门诊年卫生费用；悦_县为县级医院门诊费用补偿比；悦_县为乡（镇）医院门诊费用补偿比；悦_县为村卫生所门诊费用补偿比；在_县为人均县级医院年住院费用；在_县为人均乡（镇）医院年住院费用；在_县为县级医院住院费用补偿比；在_县为乡（镇）医院住院费用补偿比；载为人均保费；粤为门诊保险因子；粤为住院保险因子；月为物价上涨因子；耘为管理费率；云为风险准备金率。

（四）模型应用

应用以上模型为 员远个县（市）确定农村健康保险的补偿比。在实际操作中作如下假定：

第一，假定 员远个县农村健康保险期望的健康水平为当前社会经济与卫生状况所决定的水平，即政府或社会无意于增加或减少当前卫生投资；第二，卫生总费用用于卫生资源投资比例为 园缘豫；第三，同级医疗机构门诊补偿比与住院补偿比相等，乡、镇、村医院补偿比与县级医院补偿比的比例为 缘缘缘 第四，价格指数上升 员缘豫（卫生资源价格指数高于其他资源）；第五，管理费率为 缘豫、风险准备金率为 愿豫；第六，保险费用调整系数为 (造垣员) 圆豫。

则 员远个县指标代入前述经验模型，得出人均保费的值 载 之后代入人均

保费与补偿关系式：

$$\left(\text{粤} \cdot \sum_{\text{县医院}} \frac{\text{补偿}}{\text{投入}} \right) \times \left(\sum_{\text{乡(镇)医院}} \frac{\text{补偿}}{\text{投入}} \right) = \text{补偿}$$

其中：粤为县级医院补偿比，悦为乡（镇）村级医院补偿比。其余符号意义与前同。

测算结果见表 5-1

表 5-1		测 算 结 果	
县 名	人均保费投入（元/年）	乡、镇村级医院补偿比	县级医院补偿比
延庆县	1000	1.5	1.5
昌黎县	1000	1.5	1.5
翁牛特旗	1000	1.5	1.5
朝阳区	1000	1.5	1.5
崇明县	1000	1.5	1.5
绍兴县	1000	1.5	1.5
仙桃市	1000	1.5	1.5
梅 县	1000	1.5	1.5
宜宾县	1000	1.5	1.5
扶风县	1000	1.5	1.5
格尔木市	1000	1.5	1.5
遵义县	1000	1.5	1.5
新乡县	1000	1.5	1.5
华容县	1000	1.5	1.5
梨树县	1000	1.5	1.5
灵丘县	1000	1.5	1.5

注：人均保费投入是指国家、个人的保费投入之和。

测算结果表明，15个县农村健康保险的补偿比中有 10 个在 1.5 以上，对农民来说，这个比例是很有吸引力的，而且这一补偿比可以达到分散风险，即把个人的疾病风险损失分摊到整个社区的目的。有 5 个在 1.0—1.5 之间，这一补偿比对农民来说也有一定的吸引力，可将农民的疾病风险损失的一半以上转移出去，因此 15 个县目前具有开办农村健康保险业务的经济可行性。翁牛特旗的补偿比仅能达到 1.0 与 1.0，格尔木市为 1.0 与 1.0。

按国内健康保险计划的经验分析，这一补偿比对农民的吸引力很小，其分散风险的能力极为有限，而管理成本与运行费用却仍很高。所以，可以推断，这两个县的农民交费能力有限，大面积销售健康保险的经济条件尚未成熟，这些县可采用较低层次的健康保障形式，例如乡村或县范围的新型合作医疗制度。

在数据充足的条件下，可以为全国的每一个县确定出一个供参考的较为具体的方案。按照国际惯例^①，在补偿比低于 100% 的情况下，一般认为不具有建立健康保险制度的可行性，但可采用其他形式的健康保障。而补偿比高于 100% 的地区，尤其是在高于 150% 的地区，则具备大面积销售商业健康保险的条件。

从动态的观点看，随着改革深入和农村社会经济的发展，模型中指标值将会发生变化，其相互关系自然也会有所变动，越来越多的地区会具备大面积销售健康保险的经济可行性。

四、寿险公司介入新型农村合作医疗的模式及其评价

无论是在社会经济条件具备大规模销售商业健康保险的地方，还是在经济条件尚不具备的地区，寿险公司参与到新型的农村合作医疗制度中去，都是值得考虑的发展方略。因为如果农村有了较好的健康保障，则可以减轻农民的医疗费用负担，减少因疾病导致贫穷的机会。而农民得到初级卫生保健和一定水平的基本医疗保障，健康水平提高，人民生活安定，会有力的促进农村经济社会的和谐发展，进而推进全面小康社会的提早实现。而随着农民收入的增长和生活水平的提高，他们对保险的需求也会得到增长。在其过程中，保险业自身也会得到很好的发展。可以说，农村健康保险是一个双赢的模式，在农村发展医疗保险，可以以较低的投入取得很显著的社会效益。

（一）寿险公司开展农村合作医疗保险情况

截至 2009 年 10 月，全国有 10 个省、市、自治区开展了农村新型合作医疗试点。其中，寿险公司参与了 10 个省、市、自治区的新型合作医疗试点，参

^① 参见国际劳工组织 102 号条约有关健康保险最低给付率的规定。

保人数 愿园园万人，占全国参保人数的 员园豫，提高了新型农村合作医疗的运行效率。

作为中国寿险业的领航者，中国人寿在 愿个省市的 猿个区县与当地政府合作，介入了农村合作医疗保险试点工作，成为了中国寿险业的表率。目前中国人寿参与新型合作医疗的模式主要有基金型、风险型和混合型三种。见表 缘原远

表 缘原远 中国人寿参与合作医疗情况一览表
(圆园园猿年 员月 员日—圆园园源年 猿月 猿日)

一、保险业参与新型农村合作医疗县（区、县级市）个数	猿
其中：被列入政府试点县（区、县级市）个数	圆
员中央试点县（区、县级市）个数	
圆省试点县（区、县级市）个数	源
猿地试点县（区、县级市）个数	圆
二、运作模式	
员基金型（即保险公司不承担风险）县（区、县级市）个数	圆
圆契约型（即保险公司承担全部风险）县（区、县级市）个数	员
猿混合型（即保险公司承担部分风险）县（区、县级市）个数	怨
三、应参保人数（万人）	员圆源
四、实际参保人数（万人）	怨苑
五、参保率（豫）	愿
六、基金来源总额（万元）	源猿员
员财政补贴（万元）	圆猿圆
圆征缴款（万元）	圆源
猿利息（万元）	
源其他	员
七、补偿人次合计（人次）	员圆圆愿
八、补偿金额（万元）	员圆

注：①各省市试点区县的具体数量情况：江苏省 员个，河南省 愿个，浙江省 怨个，山西省 圆个，福建省 员个，宁波市 圆个，青岛市 圆个，厦门市 员个，共计 猿个。

②关于盈亏情况：由于我公司试点地区多采用的是基金型承办方式，只收取一定管理费，不承担经营风险，无法判定盈亏情况。在契约型和混合型的经营模式中，因保险起始时间的不同，以及保障责任的差异，在公司尚未决算 圆园园源年利润的前提下，无法提供准确的盈亏情况。我们将根据 圆园园源年决算情况继续调查此项内容。

从 圆园园猿年下半年开始，中国人寿江苏、宁波、浙江、青岛、江西、福建、

山西、河南 愿个分公司主要以“基金型条款”和《团体补充医疗保险（粤型）》等条款承办了 猿个区县的农村合作医疗保险，截至 圆园园年 员月 猿日，基金总额达 源.猿亿元，赔款支出 员.猿亿元，总承保人数约 愿万人。农村合作医疗保险绝大部分业务是 圆园园年 员月开始起保，由于经营时间短，开展时间比较集中，整体还处于摸索阶段。

具体开办地区有：江苏的南京、无锡、常州、泰州、淮安地区；宁波的北仑和宁海区；河南新乡市；青岛城阳区和黄岛开发区；福建泉州泉港区；山西左云县；浙江台州市路桥区等。

业务规模最大，地区分布最广的是江苏省，保费收入 员.圆亿元，承保总人数 源.猿万；业务比较集中是河南新乡，保费收入 园.猿亿元，承保人数 猿.猿万，占当地农民人口 愿.猿%。另有广东番禺区（源.猿万元）已签约，山东东营、重庆、新疆分公司等正在洽谈。

圆园园年江阴市在全国率先实施农村住院医疗保险制度，建立了政府组织推动、保险机构专业化运作、卫生行政部门监管、群众积极参与、覆盖全市城乡的农村医疗保障体系。太平洋保险公司参与农村合作医疗的“江阴模式”最终“出炉”，而且社会影响越来越大。

江阴市农村住院医疗保险工作由征缴管理工作、业务管理工作、监督管理工作三部分组成，实行“行政领导、统一筹集、征管分离、定额补偿、专款专用、收支平衡”的原则。市里成立由常务副市长任组长的江阴市农村住院医疗保险领导小组，委托太保寿险江阴支公司管理农村住院医疗保险基金；市各镇政府主要负责基金征缴管理工作，太保寿险江阴支公司设立农村住院医疗保险业务管理中心，负责日常结报补偿工作；确定了参保对象；制定筹资标准及筹资渠道。基金实行个人缴费、集体扶持和政府资助相结合的筹资机制；明确基金征缴办法和流程。在基金征缴上，农民个人缴费及乡村集体经济组织的扶持资金，每年由市农保领导小组委托镇人民政府和村委会收缴，存入市农村住院医疗保险基金收入户，并定期划入同级财政农保专户；确定基金补偿标准，全年累计补偿金额设定最高补偿额；明确基金运作费用开支及风险承担责任者。按照国家对新型农村合作医疗的政策，江阴市农保经办机构的人员和工作经费列入了财政预算，不再从农村住院医疗保险基金中提取。

经过三年的实践显示，保险公司的参与，在运作机制、管理模式上为江阴农保增添了新的活力，实现了农民群众、政府、医疗机构、保险公司等各方都满意的局面。到 圆园园年底，江阴累计有 员.猿万人次获得了农村住院医疗费

补偿,累计获医疗补偿金 3000 多万元,在一定程度上改变了农村有病不想治,小病变大病的状况,切实提高了广大农民的健康保障水平。

(二) 寿险公司参与新型农村合作医疗保险遇到的主要问题

1. 市场定位难

农村新型合作医疗保险本身是“政府行为”,其业务性质决定保险公司不适合以“风险型”业务承保,而开办“代理”型业务则要看当地政府的决心和合作意愿,据了解全国已有 10 个省或计划单列市政府明确要求新型合作医疗试点采用自保方式,不支持商业化运作,市场空间比较有限。

公司开拓农村保险市场,开办农村新型合作医疗保险主要是为了取得综合效益,但现阶段系统、后台管理支持有难度,基金管理也与公司财务要求有一定差距,鉴于利润考核的压力,有分公司反映该业务不确定性较大,不愿意投入资源,难以放开经营手脚。保险公司的初衷是发挥保险的社会管理功能,协助政府做好服务,提高品牌和形象,促进与政府的合作是,但目前尚不能对投入的人力、物力和收益之间做出科学测算,在这种情况下,总、分公司对发展农村合作医疗保险思想不统一,未能形成明确的战略,在一定程度上制约了农村合作医疗保险业务的发展。

2. 业务成本高

开办农村合作医疗保险,需要大量的人力、物力和财力的前期投入,在运营过程中需要发生较高的管理成本。但鉴于农民业务的特殊性,保险公司很难从政府部门那里拿到足够的代理费用,代理费不足以应付经营成本,代理农村合作医疗保险实际是亏损经营,但这种政策性亏损在公司内部如何界定,在多大程度和多大范围上允许此种经营亏损的存在,如何从公司战略和市场角度出发,指导全国业务发展,是一个待深入研究的课题。

3. 保险产品不适用

目前各寿险公司尚没有完全适合农村合作医疗保险的产品,各地政府协议方案与总颁条款差别很大,在业务处理上给公司造成了一定的难度,各级公司只能根据现有基金型产品做一些变通,容易使外界产生是否合法的疑问,影响公司的信誉。

4. 业务管理不配套

农村合作医疗保险是一项新兴的业务,没有多少经验可以借鉴。寿险公司对农村医疗保险的风险评估、业务管理、服务网络等没有相关的制度与规范,

各地为农村医疗保险开办纷纷成立了专门的服务中心，设计了专门的业务管理流程，下发了各种《农村新型合作医疗管理办法》，但由于各地政府需求不同，这些流程和管理办法内容非常庞杂不统一。

■农村合作医疗保险商业化运作的前景不明确

农村医疗保险是一项牵涉面广、政策性强的政府工程，必须在政府部门的有力支持下，才能进行有效运作。在现有政策下，大部分地区政府相关主管部门不认可农村合作医疗保险商业化运作，农村医疗保险商业化运作的前景不明确，政府对经营过程中保险公司的利益，认识不到位。考虑到中国农民的特殊性及和政府联手的局限性，虽然“基金型”条款明确了寿险公司不承担经营风险，但年度的保费能否及时足额划拨存在风险，一旦出现资金入不敷出，政府资金无法到账，保险公司又很难按照协议的规定单方终止合同。而这些政策环节很容易发生闪失，保险公司一旦退出农民合作医疗市场，将严重影响和政府及农民的关系，打击保险公司的信誉和社会形象，市场退出成本很高，因此发展农村合作医疗保险存在一定风险。

五、县域健康保险中费用控制手段选择

由于保险方介入卫生服务市场，消费者与提供者之间不再直接发生经济关系，或者只发生部分关系，因此，医疗卫生服务费用控制成了第三方的主要职能之一。第三方为了控制卫生服务费用，主要采用需方控制和供方控制两种手段。同样，农村健康保险的费用控制也应从这两个方面着手。

（一）农村健康保险卫生服务费用的需方控制

需方控制主要是通过经济利益的调整增强患者的费用意识，促使患者的卫生服务消费行为合理化，以达到控制卫生服务费用增长的目的。然而，由于需方在健康保险体系中的盲目性与被动性以及需求缺乏弹性，需方费用控制的效果并不十分明显，而且，在中国农村目前的经济状况下，强度太大的控制手段还有可能会抑制农村居民正当的卫生服务需求，以致损害农村居民的健康。因

此,农村健康保险需方控制不宜采用国际健康保险通常采用的“高起付线制”^① (高起付线制是指受益人在保险责任内的健康服务费用只有超过了一个特别规定的较高的限额时才能得到赔付,目的在于补偿大病损失而把小病费用排除在外。)、~~“低最高限额制”~~及“低最高限额制”^② 等手段,而应用比较和缓的“个人账户与社会统筹相结合”的方法,让农村居民自付卫生服务费用的一个较低的比例,以增强其费用意识又不抑制其合理的卫生服务需求。同时,应建立严格的“逐级转诊制度”,按病情的严重程度把患者分散在村、乡、县三级卫生机构,使供给与需求的“物级”相匹配,合理利用卫生资源,控制需方费用。还应建立“未报销返回奖励制度”^③ (未报销返回奖励制度是指对一定期间内没有健康服务费用支出或支出少于一定数额的受益人给予部分保费返还奖励的一种制度,目的在于抑制不必要的需求。),对卫生服务费用未到一定限度的被保障人给以部分保费返还的奖励。

当然,需方费用控制中最“治本”的方法,还是通过各种预防措施来增进人民的健康水平,以降低农村居民卫生服务的需求量,具体做法在前面已有论述,其中主要的是加强预防保健工作。

(二) 农村健康保险卫生服务费用的供方控制

作为卫生服务提供者的医院和医生,也受到经济动力的驱使。对于非营利性的医院和社会主义的国家医院,其行为首先以提供最大的服务量来解释,但利益机制却也是不言而喻的事实。如果说服务价格根据医院的平均成本而定,而追求最大利润的定价是边际收益等于边际成本。当需方被保险覆盖时,需求曲线发生右移,即使边际保持不变,需求量增加,边际收益右移 (数学证明当需求曲线是直线时,边际收益曲线与横轴的交点,正好是原点和需求曲线与横轴交点之中间距离的中点),按价格理论,医院提供的服务量增加,导致卫生总费用的上升 (见图 5-1)。图中阴影部分的面积即为增加的卫生服务总费用。假使需求增加,需求曲线向右移动,而边际成本随之提高,也可能导致价格上涨 (在缺乏有效的供方监控的情况下是可能的) (见图 5-2),则卫生服务总费用的增长额为阴影部分所围成的面积。

由于卫生服务供方在健康保险体系中的专业性和垄断性,所以供方控制便成了健康保险费用控制的重心和难点。供方控制至今仍为尚未解开的世界性难

① 高起付线制是指受益人在保险责任内的健康服务费用只有超过了一个特别规定的较高的限额时才能得到赔付,目的在于补偿大病损失而把小病费用排除在外。

② 低最高限额制是把赔付的最高限额定得比较低的一种赔付制度,目的在于补偿小的疾病损失而把大的损失排除在外,以保持财务的稳定性。

③ 未报销返回奖励制度是对一定期间内没有健康服务费用支出或支出少于一定数额的受益人给予部分保费返还奖励的一种制度,目的在于抑制不必要的需求。

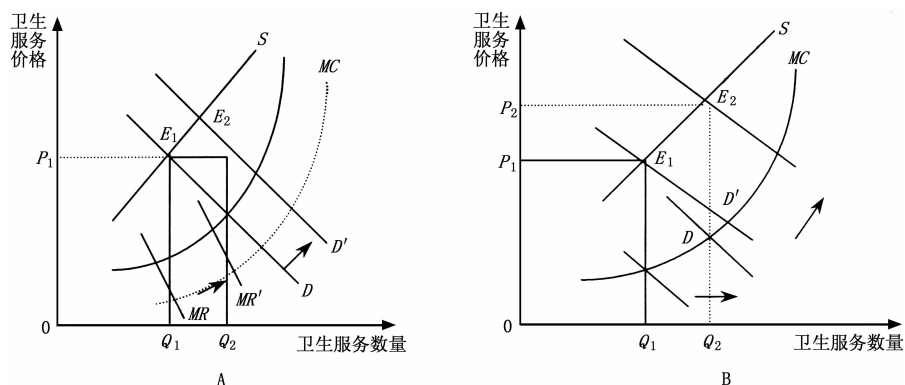


图 1 卫生服务需求被保险覆盖后导致卫生费用上升示意图

题。然而，这一难题在中国农村健康保险卫生部门主管的管理体制下却得到了很多有益的经验。因为把费用控制由外部转到了内部，内部控制当然要降低成本，提高效率。而更重要的是把供方控制由针对医院转到针对医生。由医院对医生控制，则简单容易得多。

对医生的控制方法可采用“薪金加奖励津贴”制。薪金制切断了医生收入与服务提供量的关系，把供方诱导性需求降低到了最低限度。若因此可能抑制医生工作的积极性，则可把奖励津贴作为其收入的一部分。其获得津贴的等级可由患者、保险管理人员及医院总的管理人员三方按各项工作指标评议定级。从而防止医生提供过度医疗或开大处方、人情方等加大费用和浪费资源的行为，提高医德不能依靠空洞说教而要与经济机制结合起来。

第六章 县域保险发展所需宏观政策条件

本章分析了县域保险发展所需要的政策条件。我们从福利性人力资本投资性质以、政策性保险的属性以及经营的特殊性出发，分析了政府扶持县域保险业务的发展必要性。然后提出希望中央政府、地方政府、保监会、保监局等能为县域保险的发展创造更为良好的政策环境。

一、政府扶持县域保险业务发展的理论依据

新中国成立后，我国的经济建设取得了巨大的成就，工业化水平提高尤为迅速。但是，由于特殊的政治经济条件，我们走的是一条与众不同的工业化道路，即在高度集中的计划经济体制下，政府用行政手段将城乡隔离，以牺牲农民利益为代价实现国家的工业化。在工业化过程中，原有的城乡二元经济和社会结构不仅没有得到改变，反而被加强了。虽然改革开放以后，政府对这一非均衡发展模式进行了一些调整，但并没有从根本上改变其性质。这种二元经济和社会结构的现状决定了当前在我国发展县域人身保险业务具有一些特殊性，我们认为，各级政府应该对县域人身保险业务的发展给予一定的政策扶持。

（一）县域保险业务具有福利性人力资本投资的性质

西蒙·库兹耐认为：“对各种不同社会长期以来经济增长进行研究中发现，资本的概念、资本的形成都必须扩大足以包括人们的健康、教育、训练的投资，也就是对人力的投资。”而这些投资又可以分为功利性投资和福利性投资。其中，福利性投资不要求人力资本的所有权与之相对应，而应该充分体现社会的公平性和公正性，其投资的主体应该是社会或者国家，投资的客体是全体国民。

显然,为了保障广大社会成员的基本生活和生存需要的社会保障制度应该是属于福利性的人力资本投资,为了体现社会的公平与公正,每个社会成员都有享受这项投资的权利。但是,我国的社保制度现状并非如此。当前,我国的社会保障体系事实上分为城市和农村两部分,劳动与社会保障部的工作重心在城市而不在农村,厚此薄彼的现象十分明显。城镇企事业单位中的就业人员享受着相对较为完善、水平较高的社会保障服务,而农村广大农民在这方面的情形恰好相反,农村地区居民除民政部门的救济外,几乎不存在完整的社会保障体系。1995年城市人口人均社会保障支出约为农村人口人均社会保障支出的1.5倍左右;1996年,农村社会保障支出也仅占全社会总量的1/5。因此,我们可以看出,在投入一定的情况下,这种城乡分割的二元社会保障实际上是以牺牲农民的利益为代价的,国家将本应平等投向全社会的社会保障资金中的大部分投向了城市,广大农民却无缘享受,结果进一步扩大了城乡收入差距。

截至1996年底,我国县域人口总数为3.8亿,其中乡村人口为2.8亿。由于目前我国尚处于社会主义初级阶段,社会经济发展水平还很低且不平衡,国家财政事实上也没有能力完全担负起这一社会群体的社会保障支出。因此,十六届三中全会通过的《中共中央关于完善社会主义市场经济体制若干问题的决定》明确提出:“农村养老保障以家庭为主,同社区保障、国家救济相结合。有条件的地方探索建立农村最低生活保障制度。”在社会保险严重缺位的情况下,县域人身保险业务,尤其是养老保险和医疗保险在农村的发展很自然地起到了弥补城乡社会保障水平巨大落差的作用,保证农村劳动力再生产的顺利进行并提高劳动者的身体素质,促进农村生产力的提高。因此,从某种程度上说,县域人身保险业务具有福利性人力资本投资的属性。这就客观上要求政府从维护社会公平和公正出发,在自身承担能力许可的范围以内,对县域保险业务给予政策扶持和经济扶助。

(二) 县域保险具有政策保险的属性

当前,我国的社会经济状况和县域人身保险的一些经济学特性决定了县域人身保险业务政策性保险业务。

如果按私人物品在竞争性市场进行交易,县域保险的供给和需求曲线不可能相交。

保险商品同其他商品一样,在市场上,其成交及成交量都是由有效需求和有效供给共同决定的。但是在保险市场上,县域人身保险,尤其是农村人身保

险成交是相对比较困难的。因为它既缺乏有效需求，也缺乏有效供给。

虽然现实中有一部分农村居民主动购买养老保险和医疗保险，但农村人身保险还是缺乏有效需求的。随着农村集体经济的逐渐弱化，人均耕地面积的减少，土地保障功能越来越弱。农民对人身保险产品的需求越来越迫切。但是受支付能力的影响，他们的需求在很大程度上只是一种潜在需求而不是现实的有效需求。在自愿投保又无一定补贴的条件下，农民大多无力投保，即使补贴也不一定投保。因为，第一，由于各种原因的制约，很多地方的补贴额度很低，并不能解决农民的实际需要，农民自身仍然需要出数额不菲的钱，而让农民掏这么多钱有一定的困难；第二，在过去我国农村的合作医疗制度下，“群众交钱、干部吃药”，“群众吃草药、干部吃好药”；而根据 1995 年《农村社会养老保险基本方案》在一些试点地区建立起来的农村养老保险制度，也由于保险资金的运用存在问题，保值增值困难，最终不能按当初的承诺给付。这些使很多农民丧失了对制度公平性、有效性、持续性的信心，而是持观望态度，不再轻易参加这些保险。甚至由于他们缺乏保险知识，将社会保险和商业保险相混淆，由对社保制度的不信任引发对商业保险的怀疑。

对于以上分析，我们可以借助供给和需求曲线来加以说明（见图 6-1）。

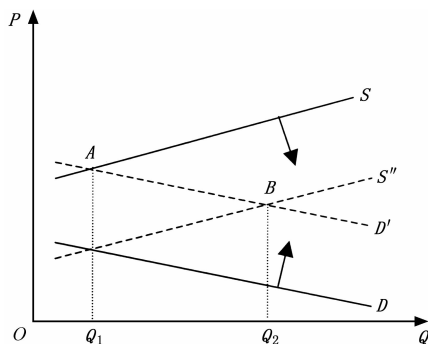


图 6-1 在自愿投保条件下农村人身保险需求与供给示意图

在自愿投保的条件下，农民对人身保险的购买受到支付能力的限制，对人身保险的需求较低。需求曲线是 D 。商业保险公司根据其经营农村人身保险的成本和平均利润所确定的供给曲线是 S 。在这种条件下，两条曲线不可能相交。如果政府愿意为农民提供一定保费补贴，使农民实际支付的保费降低，需求曲线向右上方移动到 D' 。此时需求曲线和供给曲线可能会相交于 B 点，成交数量为 Q_2 。政府如果给保险公司补贴经营管理费、减免相关税赋，供给曲线将向右下方移动到 S'' 。此时需求与供给曲线相交于 A 点，成交数量为 Q_1 。

四、县域保险的利益是外在的

上述讨论表明，农村人寿保险是供也“冷”求也“冷”。这种供求“双冷”，还有更深层次的原因，即农村人身保险所带来的最终利益是外在的——全社会的。社会成员拥有养老保险和医疗保险后，有利于改善社会生活环境，提高人们生活福祉。结果，使整个社会利益能够得到更好的满足。而且，从社会公平的角度出发，无论社会成员的收入多少，他们都应该获得这部分保障。但是，现阶段，在我国农村社会保障制度还很不完善的情况下，这一社会功能主要是由县域（农村）人身保险业务承担。也就是说，现阶段我国的县域人身保险业务所表现出来的正外部性比一般商业保险更强，它应属于准公共产品。这也就意味着，县域保险的市场需求量必然要小于社会合理需求量。

五、县域保险业务有利于推动国家涉农政策目标的实现

中共十六大报告中明确指出：“建设现代农业，发展农村经济，增加农民收入，是全面建设小康社会的重大任务。”十六届三中全会更是明确提出“大力发展县域经济，积极拓展农村就业空间”的要求，2004年和2005年的中央一号文件也都是针对农业、农村和农民问题的，并明确坚持“多予少取放活”的方针。国务院总理温家宝在十届全国人大三次会议上作政府工作报告时强调，解决好“三农”问题，仍然是全部工作的重中之重。并提出，适应我国经济发展新阶段的要求，实行工业反哺农业、城市支持农村的方针，合理调整国民收入分配格局，更多地支持农业和农村发展。要围绕提高农业综合生产能力，实现粮食稳定增产、农民持续增收，从多方面加大支持力度。温家宝提出，稳定、完善和强化对农业的扶持政策。党和政府对“三农”问题的重视程度达到了前所未有的高度。在农村社会保险覆盖率还很低的情况下，县域人身保险业务对于保障农村生产力三要素中的决定性要素——农村劳动力的再生产和素质提高，促进农村经济健康发展发挥着重要的作用。

保监会主席吴定富在不同场合也曾多次强调要把为农业、农村、农民服务作为保险业的工作重点。总之，当前发展县域保险业务对于实现党和政府的社会、经济政策目标，改善和解决“三农”问题具有重要意义，应该属于一项政策性保险业务。

（三）县域保险适合商业化（或半商业化）经营

如前所述，现阶段我国的县域人身保险业务一方面具有福利性人力资本投资的属性，另一方面有着较强的正外部性，起到改善社会环境，提高人们生活

福祉的作用，具有政策保险属性。但是，根据经济学中的基本理论，具有正外部性的商品容易出现有效需求不足的现象，而且正外部性越强，这种现象越严重。为此，世界各国或地区为了保证政策目标的顺利实现，一般采取两种方式来自来保证政策保险的落实和实施：一种是强制保险的方式，即通过立法的形式强迫所有符合要求的社会成员必须投保该项保险，以保证私人需求同社会需求相一致，例如很多国家或地区的机动车第三者责任保险、雇主责任保险等；另一种是经济诱导的方式，即通过保费补贴或保费优惠的方式来刺激保险需求，使私人需求向社会需求逼近，例如很多国家和地区的农业保险均采用此种方式。政府在这两种方式之间进行选择时，主要是考虑当事人的行为或与之责任关联的后果是否有可能直接触犯或危及他人，在法律上负有赔偿责任。如果当事人的行为或与之责任关联的后果可能直接触犯或危及他人，相应的保险产品本身具有很强的正外部性，政府一般会考虑通过立法的形式予以强制推行；如果相应的保险产品即使有着较强的正外部性，但是当事人的行为或与之责任相关联的后果并不直接触犯或危及他人，在法律上不需要负有赔偿责任，政府一般是通过经济诱导的方式来落实和推行政策性保险业务。因此，政府应该通过经济诱导的方式来推广县域保险业务。

但是，我们应该采取何种模式来组织经营县域人身保险呢？一般说来，世界各国对于政策性保险业务一般都要求遵循“不以营利为目的”的经营原则，具体的经营模式有三种：第一种是官办模式，即由政府指定部门或成立国有保险公司来经营相应的政策性保险业务，向投保人收取较低的保险费；第二种是代办模式，也称半商业化模式，即政府委托商业保险公司代办政策性保险业务，保险公司向政府收取手续费，但不承担经营的风险；第三种是商业化经营模式，即政府允许和鼓励商业保险公司经营政策性保险业务，一般以“保本微利”为原则，对于正外部性很强，经济效益不佳，甚至亏损的业务政府给予政策优惠和补贴。经验证明，官办模式的经营效率较低，容易导致官僚作风，与市场经济体制的要求不相协调，代办模式虽较官办模式有高一些的效率，但是仍不利于充分发挥保险公司的积极性，实现资源的最佳配置，而商业化经营模式能够很好地克服前两种模式的弊端，充分发挥保险公司的积极性，达到资源的有效配置。或者说，对于准公共产品，一般认为由厂商生产，政府实行补贴比较理想。我们以为，官办模式显然不适合我国当前的国情。各地可以根据当地的政治、经济、社会条件状况选择县域人身保险是完全商业化经营还是半商业化经营。

综上所述,在市场经济条件下,由于县域人身保险业务利益的外在性,有效需求不足;由于其经营的成本较高如果没有政策的优惠与扶持以降低保险公司的经营成本和营销员的展业成本,农村县域人身保险业务在短期内很难有快速的发展。同时,县域人身保险业务的福利性人力资本投资属性和政策保险属性决定了现阶段发展县域人身保险业务具有重要的现实意义,这就要求政府有必要采取措施创造一个良好的经营环境,降低经营成本,扶持县域人身保险业务的发展。

二、促进国家财税政策对县域保险业务的支持

(一) 财政补贴政策

如前所述,县域人身保险业务具有福利性人力资本投资的性质,因此客观上要求政府对县域人身保险业务的发展给予一定的投入,政府应该考虑用财政资金补贴县域人身保险业务费率或直接补贴县域人身保险业务的经营主体。补贴支出应该由中央政府和地方各级政府共同分担(地方政府需要分担的理由后面再论述)。但是,中央政府和地方政府应该如何补贴,共同补贴多少呢?这里我们来做一个大概的估计。

财政补贴应该遵循的原则

我们以为,政府在对县域人身保险业务实施补贴的时候应该遵循以下原则:

第一,补贴应该控制在各级财政能够负担的范围以内。由于当前我国各级政府的财政比较紧张,所以政府对县域人身保险业务的补贴占整个保险缴费的比例总体上应该不高于城镇养老保险中政府所负担的比例。

第二,财政补贴应适合当地的经济发展水平。由于我国幅员辽阔,各地的自然资源禀赋和外部环境存在很大的差异,经济发展很不平衡,所以在补贴时不应该也不可能一刀切,而是应该和当地的社会经济发展水平相适应。1998年经济水平最发达的上海市的人均国内生产总值为 10445 元,而经济最落后的贵州省的人均国内生产总值只有 1400 元,^①前者几乎是后者的 7.5 倍。显然,

^① 资料来源:《中国统计年鉴》(1999),中国统计出版社。

这两个省市在对农村人身保险业务进行补贴时，不能要求他们的人均补贴金额相同。甚至我们以为，我们都不能要求这两个省市的人均保费补贴中人均国内生产总值的比例相同。因为，上海的经济发展水平很高，农业经济在整个国民经济中的比重很低，农村正在逐步城市化，浦东等近郊区甚至已经着手将农村社会保障与城市社会保障相衔接，逐步将农民完全纳入整个社会保障体系当中。也就是说，一旦某地政府将农民纳入整个社会保障体系当中，享受与城市居民一样的社会保障待遇，政府就没有义务再为农民购买商业人身保险提供补贴的义务。而像贵州这样贫穷落后的西部地区省市，我们不能要求其地方政府同经济发达的东部省市政府及较发达的中部省市政府承担相同的补贴比例，而应该由中央政府通过转移支付手段负担相对更高一些的补贴。

第三，对于养老和医疗的补贴水平应该有所区别。据我们调查，在生、老、病、死、残等人身风险中，目前县域（农村）居民更为关注的是病和死，而在这两者之间，人们又更为重视意外伤害和疾病。这和现实也是相吻合的，因为受传统的影响当前在农村，农民养老仍然主要依靠土地和子女。虽然随着家庭规模变小，人均耕地面积下降，传统的家庭和土地保障模式越来越受到挑战，但是在短期内尚不是农民面临的最大的风险威胁。当前，农民真正所受到的最大的风险威胁应该是健康问题（包括疾病和意外伤害），农民因病致贫、因病返贫的现象在广大农村屡见不鲜。另外，由于养老保险属于长期的储蓄性险种，对政府补贴的数额要求较大，小额补贴难以起到预期有效果。但是健康风险的发生更具有短期性和或然性，政府财政只要拿出相对较少的资金对医疗保险进行补贴，往往很快就可以在很大程度上帮助农民解决实际问题，防范和化解健康风险。也就是说，当前政府对农村医疗保险实行补贴更具有紧迫性。所以，在政府财力有限的情况下，应该优先对农村医疗保险实行补贴。

四、补贴的对象

政府财政最终的补贴对象应该是谁？是农民还是县域（农村）人身保险业务的经营主体？我们以为比较好的选择应该是直接补贴购买人身保险产品的农民。因为保险产品技术含量较高，产品复杂，导致普通消费者对其定价的准确性和合理性难以判断。如果财政对保险公司的管理费用进行补贴，老百姓难以感受得到这份好处，如果对购买者直接进行补贴，这种补贴是实实在在的，农民能够亲身感受到。只有这样才能更好地发挥财政补贴的经济诱导功能，调动农民投保人身保险的积极性，不断扩大农村居民的投保面。

五、补贴规模的匡算

匡算之前，我们先作一些假定：①以 2006 年的统计数据作为匡算的基础；②假定补贴政策使农村商业保险渗透率达到城镇人口相应社会保险覆盖率的 80%；③城乡保障水平差距以城镇居民的人均可支配收入和农村居民的人均纯收入差距为参照，即二者相差相同的倍数；④城乡居民的生活消费支出和医疗卫生支出与其收入水平相适应。那么，如果财政对养老保险的补贴占保费收入的 50%，政府需要补贴 1.5 亿元，如果财政补贴占保费的 60%，政府需要补贴 1.8 亿元（见表 15-1）；如果政府对医疗保险的补贴占保费收入的 50%，总共需要补贴 1.5 亿元，如果财政补贴占保费收入的 60%，政府需要补贴 1.8 亿元（见表 15-2）。另外，由社会保险的保费收入中不需要考虑利润附加因素，而商业保险公司经营的商业险种必须要有一定的利润保证。所以，如果考虑到利润附加，政府需要的补贴额还要稍高一些。

表 15-1 农村居民养老保险保费补贴匡算表

城镇人口 (万人)	农村人口 (万人)	城镇居民人均 可支配收入 (元)	农民人均 纯收入 (元)	城镇社会基本养 老保险保费收入 (亿元)	农村养老保 险保费估算 (亿元)	补贴估 算方案 1 (亿元)	补贴估 算方案 2 (亿元)
1.2	1.0	4800	2400	0.6	0.75 (0.6×1.25) 伊 伊 伊	0.375 (0.6×0.625) 伊 伊 伊	0.375 (0.6×0.625) 伊 伊 伊
1.25	1.05	5000	2500	0.625	0.781 (0.625×1.25) 伊 伊 伊	0.391 (0.625×0.625) 伊 伊 伊	0.391 (0.625×0.625) 伊 伊 伊

表 15-2 农村居民医疗保险保费补贴匡算表

城镇人口 (万人)	农村人口 (万人)	城镇居民人均 可支配收入 (元)	农民人均 纯收入 (元)	城镇社会医疗 保险保费收入 (亿元)	农村医疗保 险保费估算 (亿元)	补贴估 算方案 1 (亿元)	补贴估 算方案 2 (亿元)
1.2	1.0	4800	2400	0.6	0.75 (0.6×1.25) 伊 伊 伊	0.375 (0.6×0.625) 伊 伊 伊	0.375 (0.6×0.625) 伊 伊 伊
1.25	1.05	5000	2500	0.625	0.781 (0.625×1.25) 伊 伊 伊	0.391 (0.625×0.625) 伊 伊 伊	0.391 (0.625×0.625) 伊 伊 伊

(二) 税收支持政策

世界上很多国家和地区基于公平对待金融产品或福利目标等目的，根据不同的险种或保险经营者的不同身份在税种或税率上加以区别，以促进部分有利于增进社会福利的保险业务快速发展。如前所述，县域人身保险业务具有较强

的正外部性，决定县域人身保险的市场需求必然小于社会需求；县域人身保险业务的经营成本较高，决定县域人身保险的市场供给小于社会需求。也就是说，如果完全依靠市场机制的作用，在县域保险市场不能实现资源的最优配置，市场机制在一定程度上失去效率。此时政府对县域人身保险市场进行干预是必要的，也是可行的，而税收政策就是一个非常有效的手段。

县域居民（尤其是农村居民）目前迫切需要的是保障型保险产品，社会保障制度缺失的情况下，意外伤害保险、健康保险、人寿保险和养老保险等险种在广大农村发挥着重要的社会管理功能，具有很强的外部性。因此，运用税收政策对县域保险市场调节，主要应该落实在这几个险种上。政府已经对一年期以上的具有返还性的人寿保险、养老年金保险和健康保险实行了免营业税政策，当然包括县域市场中的这几项业务。但是，我们以为这是不够的，因为当前农村居民需求最为迫切的是意外伤害保险和医疗保险，而这两个险种的绝大多数产品都是一年期的。因此，政府应出台政策对县域市场的意外伤害保险和健康保险的保费收入免收营业税。另外，在所得税方面，政府应该允许保险公司就县域市场中的意外伤害保险、健康保险和一年期以上的人寿保险、养老年金保险单独立账核算，对其实行所得税率的优惠或减免。

另外，目前对保险营销员双重征税的税收制度很不合理。由于自然、社会、经济条件的差异，农村保险营销员的人均产能普遍低于城区，展业成本高于城区。因此，为促进农村保险营销员队伍的成长和壮大，推动县域人身保险业务的快速发展，政府应该适度减轻农村代理人的税赋负担，主要可以考虑免征农村保险营销员的营业税，提高他们的展业积极性，为农村人身业务发展营造一个更为宽松的环境。如果当前免征农村保险营销员的营业税难以做到，可以考虑先提高营业税的起征点和营销费用的扣除比例。

同时，由于农村居民收入的季节性和不稳定性，农村保险营销员的业务以及收入相应地也就呈现比较明显的季节性和不稳定性，这样个人所得税税赋明显偏高。因此，有必要优化农村营销员个人所得税计税办法，降低其税负。

另外，由于农村地区交通条件较差、人口较为分散，农村营销员的展业成本相对较高，应该相应提高农村营销员税前列支的费用额度。

三、促进地方政府对县域保险业务的支持

(一) 地方政府的扶持和推动是县域保险发展的重要保证

当前我国地方政府的行为对经济,包括保险业发展的有着重要影响。另外,中央和上级政府对县域人身保险业务的各项扶持政策最终都必须由基层地方政府来负责落实和实施。所以,要想发展县域人身保险业务,首先必须要充分调动基层地方政府的积极性和主动性,通过他们来组织和推动县域人身保险业务的发展。

(二) 地方政府支持和推动县域保险业务发展的政策和措施

1. 地方财政支持县域人身保险业务的发展

如前所述,由于县域人身保险业务具有福利性人力资本投资属性,政府有必要运用财政资金对其进行补贴。显然,这种补贴不应该由中央政府全部承担,省、市、县、乡各级地方政府也应该根据自身经济实力承担一部分补贴。因为,这种投资所带来的县域(农村)居民素质的提高,劳动生产率的改善,经济的发展和直接受益者是本地居民。而且,也只有地方政府参与对县域人身保险业务的补贴,地方各级政府才有积极性加强对补贴资金的管理,提高补贴资金的使用效率。为了激发地方政府的主动性的积极性,并提高资金的使用效率,中央政府有必要根据地方政府的经济实力规定地方政府在补贴县域人身保险业务中所应承担的财政负担比例。同时,中央政府还应将地方政府对县域人身保险业务的支持力度和发展成果列入对地方政府考核的指标体系。

2. 政府相关职能部门负责或协助征缴基金

县域保险的特点决定了该项业务如果由保险公司分散经营,单笔业务的保费收入很少,展业成本过高,保险公司缺乏从事该项业务的积极性和主动性。如果由政府相关部门负责保费的征缴工作,一方面提高了工作的效率,另一方面也使保险公司从繁重的展业活动中解放出来,节约经营成本。

为了降低保险公司的经营成本,调动保险的积极性,促进我国县域人身保险业务的发展,实现政府、农民和保险公司的“三赢”,政府可以考虑由相关职能部门负责或协助征缴保险基金。

卫生管理部门负责对定点医疗机构加强管理

在整个医疗保险制度中医、患、保三方所追求的利益目标是不一致的。患者的利益目标是以最低的费用（不需要缴费更好）换取最好的医疗服务。保险公司追求的是利润（至少是收支平衡），保证医疗保险基金在年内做到收支平衡即不会破产。这样，保险公司需要制约患者行为和医疗服务行为，其能力和道德像钟摆在患者和医方之间摇摆，如摆向患者，即制约医疗机构；如果摆向医疗机构，即牺牲患者利益，尽管他们已经缴纳保费。医疗机构的利益目标是以最低成本的医疗服务换取最好的补偿，包括通过有效管理降低成本，也包括通过减少服务和低质量服务来降低成本。他们的策略在不同的制度安排条件具有不同表现：如果保险公司过度宽容，他们则不需要考虑医疗成本，医生的偏好和策略是通过最大化地满足患者需要来实现自己利益的最大化；如果需要医疗机构考虑医疗服务的成本，他们的偏好和策略即是以牺牲患者利益来降低服务成本，以保全自己的利益。

这种利益目标不一致的结果就是，常常表现为任何具有信息垄断权的两方进行勾结而使第三方受害，最终导致整体制度陷入僵局的局面，即：①如果患者与医疗机构相互勾结“骗保”，就会导致保公司因基金失去平衡而破产（见图 2-10A）；②如果医疗机构和保险公司相互妥协，满足医疗费用的控制，容忍医疗机构的低质服务，就会导致患者以高价获得低质服务的损失，甚至可能家破人亡（见图 2-10B）；③如果保险公司与患者联手，就会拒绝和回避医疗机构，导致医疗机构破产（见图 2-10C）。

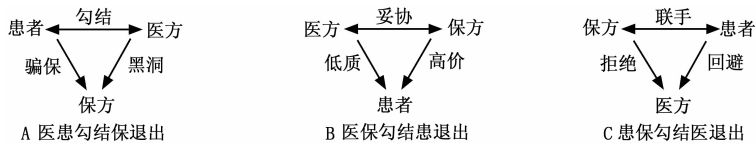


图 2-10 保险公司、患者、医院三方博弈关系图

由此可见，如果缺乏一个好的机制来平衡三方的利益关系，就会很容易使三方博弈的结果是陷入两方受益，一方受损的结局；一旦有任何一方退出，整个制度就遭到破坏。政府作为公众利益的代言人，有义务对三方进行监督，实现信息共享，防止任何两方的共谋。如前所述，由于农村医疗保险属于准公共产品，具有政策保险的属性，实行商业化（半商业化）经营时应以“保本微利”为原则。这就意味着政府有关部门有责任和义务对商业保险公司的农村医疗保险业务的经营情况进行严格的监督，以保证商业保险公司在经营该项业务

时始终贯彻该原则。

因此，为了保障患者的利益，控制医疗费用的上涨，有必要对医疗机构加强管理。

地方政府应该加强对县域人身保险业务的宣传工作

地方政府对县域人身保险业务的扶持和组织推动还表现为加强对农村人身保险业务的宣传工作。具体可以利用广播、标语、宣传画等多种形式进行，也可以灵活运用各种方式发动村干部和村民组长协助（或兼任）保险营销员入户向广大农民宣传保险知识和保险产品。在广大农村，由于村干部同群众彼此熟悉，且多是农村中的能人，在群众中具有较高的威信和信誉，能够获利群众的信任，因此通过他们在农村宣传保险知识应该是一条便捷有效的渠道。通过宣传，使广大农村居民逐步认识到发展县域人身保险的意义，提高农民的保险意识为县域保险的发展创造一个良好的舆论环境。

四、促进保险监督管理部门对县域保险的政策支持

中国保监会和各地保监局作为整个保险行业的监管机构和主管机关，有责任和义务为具有政策保险属性的县域人身保险业务的发展提供必要的政策的支持，为其持续、健康运行营造一个良好的政策环境。

（一）组织编制农村居民生命表，加强对农村疾病模式变化的研究

当前，我国县域人身保险业务发展的一个突出矛盾是没有符合农村特点的产品。没有一系列适合县域业务发展的产品，县域人身保险的发展就很难实现可持续发展。广大农村地区和城市差异很大，保险公司提供的产品和服务应该符合农村经济和文化特点。

如今，虽然我国城市人口已基本完成疾病模式的转变，但是大部分农村人口仍然处在传统疾病模式阶段。城乡居民在风险因素方面存在诸多差异，一方面，要求保险公司加强县域保险需求的调研，进行市场细分，有针对性的开发适合农村居民需求特点的产品。另一方面，更需要由保监会牵头组织中国保险行业协会、保险学会等组织，组织协调农村保险产品开发的基础性工作，如编制农村居民生命表，为农村养老保险的健康发展奠定基础。同时，加强农村居民的疾病模式变化的研究，和卫生部等相关部委协调，收集和整理农村卫生的

基础数据，为公司开发符合农村居民需要的医疗保险产品服务。

（二）实施与县域保险特点相适应的机构审批政策

网点布局和建设是县域保险发展的基础。县域面积广大、人口分布广，客观上需要相当数量的营销服务部来拓展业务。但是，目前各地营销服务部发展非常不平衡，有些地区的营销服务部数量少。远远不能满足县域人身保险业务发展的需要。因此，为了推动县域人身保险业务的快速发展，发挥其社会管理功能为“三农”服务，各地保监局应该树立大局意识和服务意识，坚持“监管为发展服务”的理念，根据县域保险的特点，积极营造良好的发展环境，支持农村营销服务部建设，为保险业大举进入农村市场奠定基础，在机构审批方面研究制定与之相适应的监管政策措施，对设立或升格县域机构的，保监局应该简化审批要求，加快审批进度。

（三）实施区别于城市的代理人从业资格认证制度

受当地经济发展水平的制约，县域保险营销人员相对城市保险营销员来说，文化素质较低。因此，城市和农村实行相同的从业资格标准，存在不合理性。特别是保监会推行代理人上机考试后，对从没有使用过电脑的农村营销员来说，更是增加了难度，直接造成农村业务员的持证率普遍较低。如果这一问题不能得到重视和解决，将成为制约县域人身保险业务健康持续发展的重要障碍。

因此，在代理人从业资格认证上，保监会有必要根据农村的特点，由各家保险公司认真对代理人的行为操守、工作表现进行考核的基础上，采用区别于城区代理人的资格考试办法，来规范农村代理人的从业资格管理。

（四）为农村营销员创造良好的发展环境

为促进农村保险代理人队伍的成长和壮大，推动县域人身保险业务的快速发展，保监会和各地保监局应该为农村保险营销员创造一个良好的发展环境，增强他们对工作的热情和积极性。

保监局可以通过与省政府、省地税局进行沟通、协调，提高营销员营业税起征点，提高税前营销费用的扣除比例，减轻营销员负担，鼓励更多的农村居民投身寿险行业。

为农村营销员持证考试创造良好条件，加大服务力度，提高考试参考率和

通过率。

（五）加大监管力度，规范县域保险市场

当前，县域保险市场竞争日趋激烈，各保险主体为争夺业务，难免采取不规范的竞争手段，形成无序竞争，破坏保险市场。因此，保监会应该尽快建立农村保险市场退出机制，对农村市场中严重违规的经营机构，采取限期禁入和终身禁入的措施。

同时，保监会应加大监管力度，制定规范县域业务竞争的规章制度，防范经营风险，保障县域人身保险市场健康发展。

第七章 县域保险发展策略

一、业务发展策略

(一) 个人代理业务

和城市保险市场相比，县域银行保险、团体保险发展相对滞后，代理人是个险销售的主要渠道。因此，县域代理人队伍建设是发展个人代理业务的关键。但目前中国人寿在县域的营销员队伍主要面临队伍整体技能较差、管理不规范、营销员普遍有后顾之忧、增员难等问题。

① 营销队伍建设的战略选择

(1) 进一步完善农村保险管理体系

重要的管理制度应该全系统统一，实现农村个人代理人队伍的职业化、专业化。目前要在农村地区普及推广 2006 年版《个人代理人管理办法》，从组织架构、管辖关系、考核晋级、基本待遇、保障制度等诸方面保证农村从业人员的切身利益，从而创造良好的吸引人才、留住人才、盘活人才的发展环境。当前，考虑到农村地区的特殊性，中国人寿的当务之急，就是对农村个人代理人执行上述管理办法的若干问题提出具体变通意见，考虑将部分考核标准适当降低和调整；可以要求各地在不违背基本法的前提下，结合实际制订符合当地农村业务发展的实施细则。

从长远看，中国人寿要充分考虑农村营销人员展业和营销队伍管理的特殊性，尽快统一制定规范的、适合农村特点的代理人管理办法，以对农村营销人员进行有效的考核和激励。

(2) 加强营销员培训

目前农村营销员培训不足是一个突出问题，虽然有一些客观因素制约，但

县域培训必须加强，因为农村代理人的自我学习能力差，主要依赖培训来获取保险知识。在以个人业务为主的农村营销部中，人的因素占主导地位。针对农村营销部人员素质普遍不高的现状，切实强化人员培训，提高营销员的遵法守规意识、保险原理与知识、保险条款的掌握水平及客户服务实务水平等，为全面提高营销员的业务素质打下基础。

为此，必须建立完善的教育培训体系，开发适合农村营销员的培训课程与教材，注重专业性与普遍性相结合（便于复制）、针对性与操作性相统一（以见实效）、长期性与系统性相协调（利于发展），切实提升人员的综合素质，逐步培养一批农村保险的高级人才，以适应农村保险发展的需要。

鉴于县域公司的培训资源非常有限，比较好的策略是集中有限资源，着重培训主管，然后由主管培训代理人，以达到提升农村营销部的整体管理水平。

（三）建立适合农村业务特点的代理人考核制度

农民的收入主要来源于种植业、养殖业和外出打工，具有很强的季节性和不确定性。这决定了农村寿险业务发展的季节性。事实证明，用同一套基本法进行考核，绝大多数的农村代理人难以维持。因此，迫切需要制订适合农村业务发展特点的代理人考核制度。

（四）进行营销体制改革，协助争取有利于营销员的政策环境

鼓励各地进行营销体制改革试点，从体制上解决营销员的后顾之忧。如在有条件的地区试行员工管理办法，对符合条件的营销员，可以尝试聘为员工，给予其发放基本工资或提高佣金计提比例等优惠政策，以稳定员工队伍。同时，中国人寿要向保险监管部门反映情况，并与有关政府部门协调，解决营销员税负过重的问题。

（五）发展期缴业务

县级区域人群居住分散，适合通过一家一户宣传动员的形式进行展业。做好营销期缴业务，不仅可以解决农民人身保障资金有限的问题，而且可以有效解决县域公司费用紧张的问题，增强业务的发展后劲。所以，县域公司个人代理业务总的发展思路，就是大力发展期缴业务，根据期缴业务的发展需求，制定相应的政策、措施，从组织上、经费上、制度上给予保证，促进期缴业务的持续、稳定发展。

（二）中介业务

县域保险中介业务发展的重点与城市不同，这主要是由县域金融机构的设

置特点决定的。从县域金融机构的网点布局情况看，县域的中介业务发展的渠道重点是邮政和信用社，同时银行渠道也占有一定的地位。以下我们从银行、邮政、信用社三个代理渠道来分别说明县域中介业务发展策略。

（一）银行保险

要吸取城市业务中银保发展的教训，重视协调银保合作中的文化冲突，促进县域银保业务的健康发展。

（1）细分银行保险渠道

保险公司能够细分银行渠道的关键和前提在于充分了解银行的运作模式与销售文化。如可按销售对象分为柜台客户渠道、客户经理服务客户渠道和信贷客户渠道，按合作对象划分为四大国有银行渠道和股份制商业银行渠道，按有无股权关系分为“关联”与“非关联”渠道等等。

针对不同的销售渠道规划与推出不同的保险产品，比如将简单易于客户理解的产品交给柜台人员销售，而由客户经理销售更为复杂的年金、投资型产品，面向信贷客户则可推荐团体寿险和责任保险。四大国有商业银行的渠道往往很难为一家公司独享，一般各支行网点由多家保险公司共管，应避免在同一家支行内销售完全同质化的产品，回避价格战；对股份制商业银行由于文化相近，则可建立更为紧密的联系，要争取独占渠道销售尽可能多的产品，不留市场空白；对“嫡系”银行，则应从长远考量，可以牺牲眼前利益为代价，推动组织文化的融合，将很可能关联的企业逐步发展成真正的控股关系。

（2）区别运用激励因素

以客户需求为导向和以现期收入指标为导向的不同银行文化对经营保险的态度是不同的。因此，在佣金的规划与设计上，若能妥善的处理个性化的需求，针对不同类型服务文化的银行采用不同的佣金分配政策，开启银保业务的内在推动力，应能取得较好效果。

有效运用激励机制，讲求策略亦相当重要，不要让过高的业绩目标使奖励高不可攀而失去意义，也不要让太容易获得的奖励造成销售成本过高。关键是要做到激励因素实施过程都要与银行主管单位充分沟通，以免造成该银行组织成员的排斥及产生负面影响。

（3）正确处理内部业务组织体系的抗拒与排斥

近年来，在我国保险公司发展银行保险的实际过程中，发生过数起代理人通过营业部向公司管理层施压，要求管理层放弃银行保险渠道的事件。类似的问题在韩国也发生过。由于保险业务员以佣金为主要收入来源，因此当保险公

司的经营策略有所改变，由银行挤占了其赖以生存的资源时，此种情况就变得严重。就保险公司而言，多元化的销售渠道是整体发展战略的核心之一。因此，这种内部抗拒的情况若不妥善处理与调整，将可能造成业务开展不力、人才流失的不良后果。

（源）运用独特的人力资源管理优势影响银行文化

保险公司比之银行最独特的优势就是培训的资源与经验。银行业传统的教育培训大都局限在业务知识培训范围内，对营销理念和技巧的培训不够重视。因此，保险公司可提供这一独特资源和经验与银行分享，建立信任关系。

（缘）积极配合由银行主导的营销模式

银行保险产品的营销模式往往会受其文化而左右，进而影响销售效果。保险公司的企划人员和精算师应与银行的相关单位建立相互信赖关系，在交流中找出双方利益的结合点，设计出互惠互利的银保产品。保险公司的营销企划人员应努力了解银行的营业风格与行为，尽量降低自身对营销方案的偏好，并在营销方案制定过程中恪守银行业相关法规、监管条例的规定。

需要指出的是，在银行与保险公司跨业经营过程中文化冲突是不可避免的，但文化冲突并不一定是坏事，冲突同时也是发展的动力之一。

总之，发展县域银保业务，从一开始就要走出城市银保业务的误区，保险公司与银行开展有效的沟通与交流，综合运用激励理论及文化整合等手段，减少在组织文化上的冲突与制约。

（圆）邮政保险

（晟）县域邮保合作的模式选择

中国人寿可以利用邮政系统的渠道优势发展县域保险。同商业银行相比，邮政储蓄在开展县域人身保险业务方面具有网点优势、联网优势、邮政垣金融的行业优势、信誉、理论上的后发优势等潜在的比较优势。应该共同推动邮保合作向高层次、深内涵、全面融合的方向发展。为实现更大的协同效应，特别是为实现市场信息的共享，邮政保险应进一步从销售联盟阶段升级到产品联盟阶段。一方面，邮政在收集消费者信息方面具有明显的优势，保险公司可以利用邮政的客户信息来识别顾客的风险和保险需求，开发相应的保险产品，能够大幅提高销售效率。另一方面，可以将邮政和保险中多种金融服务融合在一起，通过客户资源的整合、信息系统的联通和销售渠道的共享，形成共享客户信息、共同开拓市场、共担经营风险、共享经营成果。

通过资本的相互渗透与融合，邮政和保险最终达到业务上的综合一体化经

营,实现邮政保险的高级形态。邮政业务和保险业务之间的互补性以及规模优势和成本分担将为邮政保险带来更大的协同效应。在这一阶段,当前困扰邮政保险发展的许多问题都可能在一个新的制度框架内迎刃而解。

④ 积极应对未来邮政自营保险的挑战

实现保险公司与邮政股权上的联系也是公司积极应对未来邮政储蓄系统可能自营保险业务的有效举措。从国际经验看,世界上许多国家和地区的邮政都开办了保险业务,如日本、英国、韩国、法国等,这些国家邮政部门的保险业务收入占邮政总收入的 1/10 左右;从历史看,我国以前邮政储蓄系统也开展过保险业务,上世纪 70 年代的邮政储金汇业局在 1978 年就创办过简易人寿保险。

一直以来,邮政储蓄系统都在讨论,他们应该尽快改变经营模式,即从代理保险业务向自营保险业务发展,培育新的收入增长点,改善邮政业务机构,实施多元化经营,提高自身的经济效益。一旦邮政系统自营保险,将给公司的邮政代理保险带来致命的冲击。因此,中国人寿要密切关注邮政部门的战略意向的变化,加强与邮政部门的合作,利用自身的技术优势和人才优势,争取未来与邮政部门合资建立保险公司,或者在条件成熟的时候参股中国邮政,争取主动权。

为实现上述目标,在目前的金融环境和国情下,必须从以下几个方面着手加强公司与邮政部门的合作:

一是帮助邮政部门建立健全营销体系,逐步实现专业化经营。邮政代理保险业务要保持持续快速发展,必须研究制订邮政代理保险业务具体运作方案、措施,构筑一条及时反馈信息的渠道,使业务发展做到有的放矢。要设置专业的营销机构,配备相关人员,在市局和县局分别设立专业保险营销机构,促进邮政代理保险业务向专业化道路发展。

另外,中国人寿在发展邮政系统柜台代理保险的同时,要密切关注专业邮政保险代理公司的发展动向。建议总公司下发与专业邮政代理公司的标准合作合同文本及相关管理办法,各分公司要以此为基础,切实促进该渠道业务的发展。

二是实施保险产品多元化策略,满足多样化的市场需求。目前,要突破代理保险产品功能单一的现状。要抓紧开发具有邮政特色的、适合邮政销售的保险产品,以充分发挥邮政的优势,调动邮政代理的积极性。邮政部门在销售产品的过程中,不仅要成为销售的渠道,而且要进一步做好信息收集与反馈工

作，了解客户需要什么样的保险产品，愿意承担什么样的价格水平，有什么样的购买习惯和偏好等等。保险公司根据市场需求，逐渐推出更多适合市场的保险产品，为客户提供全面的风险保障和财务规划。

随着邮政销售人员保险业务素质的不断提高，短期健康险和意外险也可以在邮政代理渠道销售，逐步形成系统性、可组合性的保险产品系列，为客户提供更多的选择机会。

三是建立和完善客户信息管理系统。充分利用邮储和保险公司业务系统等现有的数据资源，进行筛选与整合，在为客户保密的前提下实现客户资源的共享。一方面针对客户需求为不同的客户群体量身定做销售方案，最大限度地满足客户的个性化需求；另一方面，不断发现和挖掘潜在的客户群体，全面提升邮保合作层次，挖掘客户资源，实施有效的客户关系管理。

四是加强技术平台建设。实现邮保联网和实时管理，加快保险公司网络与邮储前台的衔接，全面推广“邮保通”柜面出单系统，实现远程柜面出单，使投保人在柜台直接拿到打印好的保单，即时投保，即时缴费，即时生效，最大限度地体现邮政代理保险业务的便捷性。今后一段时期要把“邮保通”系统推广工作摆在重要位置，加大力度，加强内部和外部协调，克服各种困难，积极创造条件，务必在全系统全面推广“邮保通”系统上线工作。“邮保通”系统已经上线的分公司，要适应市场的变化，根据渠道范围不断扩大和新产品不断增加的实际情况，充分发挥和继续完善“邮保通”系统的功能，为业务发展提供强有力的技术支持。

五是提高综合服务能力。一是增加柜台咨询、查询功能，向客户提供保单查询、保单信息批改以及保单质押贷款等服务项目；二是增加划转款服务，对于期缴保单业务，可以由保险公司、邮储网点和客户签订自动划款协议，由邮储网点定期划转客户存款用于缴纳保费；三是增加理赔服务，在理赔与给付时，邮储网点也可以根据保险公司、邮政、客户三方签订的协议，将保险公司支付的理赔金和给付金划至客户指定的账户中。

六是着力解决邮保利益分配中的问题。如何建立合理的利益共享机制是邮政保险发展的关键。邮保双方在合作中，应建立起保险公司、邮政企业和经办人员之间的激励机制和利益共享机制，有效地调动各方的积极性，强化所有的推动因素，以产生最大的价值，促进邮保合作持续健康发展。

利用信用社保险

利用自己的网点优势代理保险产品是信用社自身发展战略转型的必然选

择,同时,与保险公司合作有助于信用社建立小额农贷的风险补偿机制。这些都为中国人寿利用信用社开展保险业务提供了很好的契机。信用社是全国法人机构最多、从业人员最多和城乡分布最为广泛的金融机构,中国人寿可以利用和发挥信用社的网点和人员优势,发展县域保险。

树立“大中介”的观念,建立与保险代理机构之间的业务合作

专业保险代理机构业务是中介代理业务的重要组成部分,市场潜力巨大,并将成为中介代理渠道新的业务增长点。中国人寿要在做好银行保险、邮政保险和信用社保险业务的同时,以“大中介”观念为指导,建立并培育与各类专业保险代理公司的合作。

(三) 团体业务

企业的经营模式必须要符合当地的市场特征,县域以下地区的经济、地理、人文特点差异很大,团体人身保险的发展空间、发展模式也就有很大的差别。

对于工业基础比较好的工业省份,县域以下地区企业具有数量多、规模较大、经济效益较好、从业人员较多的特点,农村劳动力除了参加农业生产以外,就业以在当地企业务工为主。这类县域以下地区开展团体寿险业务空间较大。从地理环境来看,其县域以下地区人口密度大,道路网络四通八达,交通方便,乡镇企业比较集中,有些地区甚至形成了一定规模的产业集群。对于这类地区,可以考虑由县公司集中进行展业,以实现规模经济效应。

对于中西部内陆地区的农业省份,县域以下地区企业具有数量少、规模小、效益差、从业人员少的特点,农村劳动力除了参加农业生产以外,就业渠道以外出打工为主。所在县域以下地区开展团体寿险业务空间较小。同时,从地理环境来看,县域以下地区地广人稀,交通不便,仅有的一些乡镇企业也很分散,如由县公司集中进行展业,存在信息不畅、交通费用高、人员不熟等困难。因此,对于这类地区,应该打破直销、营销的条框分割,充分利用遍布乡镇的农村营销服务部开展业务。

从人口特点分析,农村地区人口较多,而且出生率较高,中小学较多,学生数量大,学平险有着广阔的发展市场。针对这种人口条件,可以大力开展以学平险为主导的短期意外伤害保险和短期健康保险业务。根据教育系统组织严密、政府不允许统一承保学平险的现实,我们认为宜采用“统一组织,分散展业”的经营模式,由县公司统一与当地教委进行联系,建立承保意向,再根据

各学校的分布情况，由各县域公司或农村营销服务部具体开展工作。

（四）人寿保险业务

1. 养老保险发展策略

报告中的实证分析表明，养老保险投保的经济可行性主要取决于经济发展水平、生活消费水平等因素。由于县域经济发展水平差异很大，应该采取非均衡的发展战略，即首先在符合投保经济可行性条件的地区发展养老保险，随着其他地区投保条件的逐步具备，将养老保险逐步向这些地区推进。

实证分析还表明，影响一个地区投保经济可行性的关键因素还有养老金给付的预定利率和当地生活消费的增长速度，而预定利率是更重要的因素。因此，中国人寿要高度重视资金运用在县域养老保险运作中的重要意义。

失地农民的补偿问题可以考虑以商业保险方式解决，即村集体将一部分征地补偿金以保险费的形式趸缴或期缴到商业保险公司，由商业保险公司为农民养老设计并提供相应的保险单，从而以团体商业保险（年金）或个人年金的形式实现对失地农民老年生活的保障。

对保险公司而言，有机会参与到失地农民养老保险体系中来，现实收益和潜在收益是很多的，简言之，主要集中在四个方面：一是该保险业务的保费量大，潜在收益极为可观，不仅有利于当前团体业务上规模，而且有利于保险公司团体业务以此为基础，集中力量发展富裕的县域企业年金业务和其他人身险业务，确保各种业务健康发展，为公司调整结构和稳健发展赢得时间和空间。二是扩大公司的社会影响。社会声誉和企业形象是保险公司的生命线，失地农民保障问题已成为全国关注的焦点，积极参与失地农民养老保险制度本身就具有巨大的广告效应。三是对失地农民提供几十年服务可以获得一个巨大的客户群，使公司稳步占据农村市场。四是与地方政府建立融洽的关系，为地方经济的发展提供有力支持，更容易获得政府在开展业务方面的支持。

但是，需要注意的是，保险公司介入失地农民保险业务可能存在政策风险、社会风险和经营风险等。

因此，中国人寿一方面要积极地关注并介入失地农民保险；另一方面，要把风险控制放在非常突出的位置，在保证风险可控的前提下稳妥地开展失地农民保险业务。

2. 死亡保险发展策略

根据实证分析，一个具有典型意义的农民在 30—50 岁之间的死亡保障缺

口在 150 万左右,考虑到利率和通货膨胀对货币购买力的腐蚀作用,实际上农民的死亡保障缺口会略高于这一水平。根据测算,我国县域死亡保障产品总体需求约为年保费规模 1500 亿元(关于县域死亡保障缺口及死亡保障产品需求的测算详见第四章)。可见,在县域,死亡保险发展空间广阔。在发展死亡保险时,主要从以下几个方面着手:

(一) 加强对投保人的教育

我国县域的广大居民死亡保障意识淡漠,绝大部分县域家庭根本没有死亡保障。加强对投保人的教育能够提高居民对死亡保障重要性及保险手段有效性的认识。

(二) 以定期寿险产品为核心的销售策略

从世界各国保险业发展的情况来看,绝大多数的死亡保障都是通过定期寿险形式提供,其中一年期保单(又被称为年度续保定期保单)是市场中销售量最大的保单类型。

从经营策略来看,由于经济社会的发展和医疗技术的进步,人的寿命不断延长,死亡率出现持续下降。提前进入死亡保障产品市场,在市场开拓的前期,有条件能够获得一定的超额利润。

定期寿险产品相对简单,便于通过县域的邮政、银行系统,或通过教育系统渠道进行营销。

(三) 主要针对 18—50 岁的人群

对于 18—50 岁的人群来说,正处于“上有老、下有小”的时期,其家庭责任比较大,因而这一群体的保障需求最高。同时,他们也处于收入较高的时期,拥有一定的购买力和决策能力,处于这个年龄段的人群是死亡保障产品的理性目标客户。

(四) 主要针对中高收入阶层

在马斯洛需求层次理论中,保险需求属于较高层次的安全需求,通常是在生存等基本需求得到满足以后,才会考虑保险需求。我国大部分县域的居民早已解决温饱问题,正逐步迈向富裕,各地区以及同地区不同群体的收入水平与富裕程度是不同的。在开拓县域死亡保障产品市场时,应重点锁定中高收入阶层的群体。

(五) 健康保险业务

我们着重研究了在县域特别是农村建立健康保险制度的经济可行性问题。

按照国际惯例^①，在补偿比低于 100% 的情况下，一般认为不具有建立健康保险制度的可行性，但可采用其他形式的健康保障。而补偿比高于 100% 的地区，尤其是在高于 150% 的地区，则具备大面积销售商业健康保险的条件。从动态的观点看，随着改革的深入和农村社会经济的发展，越来越多的地区会具备大面积销售健康保险的经济可行性（关于健康保险经济可行性研究详见第五章）。

因此，中国人寿在县域开展健康保险业务时，要充分考虑各地的投保可行性，首先重点在补偿比高于 100% 的地区开展商业健康保险，随着其他地区投保条件的逐步成熟，再扩大开展商业健康保险的地域。

从目前情况看，新型农村合作医疗保险业务存在一定政策性风险，发展前景不清晰，大规模开展业务的时机尚不成熟。从短期效益看，与寿险业务赢利水平相比，农村业务代理费收入十分有限，大量开办农民合作医疗保险，无法优化寿险公司的业务结构，与公司的财务管理目标相悖，经济上并不合算。鉴于目前中国人寿已经有一定规模的存量，建议采取“积极关注，谨慎承保”的策略。

首先，立足于完善公司内部管理配套工程，积累经验，做好服务，扩大社会影响，将已经承保的业务做成公司品牌业务，密切关注全国农村合作医疗保险的改革，再决定公司下一步的业务发展方向。重点关注“风险型”模式，分析并解决其逐渐显露的问题，借鉴其发展经验。

其次，开发适用的新产品。农村合作医疗保险属于为政府“托管”的业务，以“基金型”条款来承保农村新型合作医疗业务并不完全适合，形式上一般政府只同意签订协议，认为没有必要在保险合同上签字。应该尽快开发适应农村医疗保险市场、满足各方需求、适用的新产品，并完善配套系统进行管理。

第三，加强对农村定点医疗机构网络的管理。农村合作医疗基金是为了防范农民“因病返贫、因病致贫”的政策性基金，医疗机构必须做到“合理用药、合理检查、合理收费”。保险公司与当地医院取得良性合作，才能让农民得到实惠，达到风险管理和服务的最佳效果。因此，必须加强对农村定点医疗机构网络的管理。要指导分公司制定严格周密的业务操作规范和业务流程，总结各地服务中心和农保专管员队伍建设的经验，加强政治思想教育和业务技能培训，提升专管员的服务品质，将农村新型合作医疗业务办成政府放心、农民

^① 参见国际劳工组织 102 号条约有关健康保险最低给付率的规定。

满意的形象工程。

第四，从公司发展和市场角度进行研究，对管理成本与综合效益进行深入分析，为中国人寿下一步发展进行科学决策。

第五，加强监控管理，及时发现问题，解决问题，必要时，在一定时期内，用总量控制的方法对农村医保业务进行风险防范。

第六，借鉴国内外先进经验，加强供需方费用控制。中国人寿在农村开展健康保险，一定要做好费用控制。作为付费的第三方，为了控制卫生服务费用，应该综合运用需方控制和供方控制两种手段。

（六）意外伤害保险业务

县域农民意外风险较大，人均收入相对较低，客观上适合发展交费低、保障高的短期险业务。因此，要大力发展短期险业务。重点发展已被广大农民接受的、社会效益较好的学生平安保险及其附加住院医疗保险。在此基础上，充分利用直销、营销、兼业代理三支队伍，积极开展以意外伤害保险为代表的各类卡式业务的销售。

二、管理职能策略

（一）宣传与品牌

要根据县域经济特点，加大宣传力度，提高农民的保险意识和风险观念。县域居民的保险意识相对薄弱，要使广大农民积极参加保险，首先必须使他们了解保险，知道保险的功能与作用，同时要认同保险公司。发展县域保险，宣传要先行。目前保险公司在农村市场的宣传十分不到位，如果加大宣传力度，唤起农民的保险意识，完全可以实现更多的潜在保险需求。

县域的保险宣传要紧密结合县域实际，贴近县域居民生活和实际需要，采取有别于城市的、更有针对性的宣传方式，开展全方位、多角度的立体式宣传。要结合农村特点，尽量采用一些农民喜闻乐见的方式，如宣传单、板报、墙体广告、人员讲解等，总之要贴近农民，注重实效。在宣传内容上，既要宣传保险条款，普及保险基本常识，也要注重公司理念、公司业绩以及优质服务等形象宣传，还要有典型赔案宣传，以事实说话，不断提高公司在农民中的美

誉度，进而提高农民自觉参加保险的积极性。引导县域居民树立正确的风险观念，提高县域居民对保险的认知，让保险消费理念走入寻常农户家，根植于县域广阔而厚实的土壤。

（二）产品开发

县域保险产品开发原则

总体上来说，县域保险产品开发的原则是满足需求和引导需求。现在中国人寿在县域的产品还不能很好地满足县域保险客户的独特需求，也没有充分考虑县域保险客户在经济支付能力方面的特殊性。因此，有必要对现在的客户市场进一步细分，在此基础上研究他们的不同需求，找准农村客户购买保险产品的需求点，尤其要加强农村群众急需的养老、医疗和意外伤害保险产品的需求分析，据此开发适合的产品，努力为县域居民提供适销对路的保险服务。

首先，县域保险产品应该具有明显的保障功能。要能提供给农民医疗、养老、意外、死亡、残废等保险保障，那些没有明显保障功能、类似于储蓄存单的保险不适合在农村销售。

其次，县域保险产品的保险金额要适当。保险金额太低，不能满足县域保险客户的保障需求。保险金额太高，又会超出客户的经济承受能力。因此，提供和客户缴费能力相匹配的保障水平非常必要。

再次，县域保险产品的内容要简明，条款要通俗。一方面，和城市相比，县域保险客户的整体文化素质相对较低，平时获取保险知识的渠道比较少，内容简明、条款通俗的保险产品容易被接受。另一方面，县域营销人员的整体文化素质相对较低，对产品的解释能力相对有限，过于复杂的产品容易诱发误导行为。

最后，产品的设计要切合县域保险客户的实际情况。例如农村地区人群收入不稳定且普遍较低，未来可能无力按时缴纳续期保费而导致保单失效，如果交费期限较长，许多人会担心到时交不起保费；外出打工人员容易脱保，因而更愿意选择缴费期短一些，保障低一点的险种。设计缴费较低或者缴费期相对灵活的产品会更加受到农村客户的欢迎。

县域保险产品开发策略

（一）产品开发权仍然应该原则上集中于总公司

经济水平较发达城镇的保险需求和城市类似，研究县域保险产品开发的重点是要针对农村保险需求的开发。由于现有产品不太适合县域居民的需求，有

些人提出,要在总公司加快开发适合产品的同时,可以让一些分公司享有产品开发权。对此我们认为,目前阶段大多数分公司不具备独立开发产品的能力,缺乏足够的数据积累,也缺乏精算力量。因此,产品开发权仍然应该集中在总公司,这样才有利于风险控制。鉴于产品开发权高度集中和全国县域千差万别客观上存在一定的矛盾,我们认为,在条件具备的省允许其开发适应当地需求的地方性产品,这样就可以把产品开发的集中与适当的分散有机地结合起来。相应地,建议保险监管部门调整产品监管政策,允许地方性产品直接报备当地保监局。

(四) 准确定位农村寿险市场,推出真正适合农民需求的险种和险种组合

由于农民的生活环境和消费水平不同,对保险的需求也必然不同。为此必须充分考虑到农村及农民的具体情况,加大对农村保险产品的研发力度,这既是保险发挥社会管理功能的具体体现,更是保险公司切实为“三农”服务、有效拓展农村市场的重要切入点。

因此,有必要对现在的客户市场进一步细分,进一步加强对农村市场和人群的分析,如县域保险客户可分为县域的城镇居民、农村居民。农民这个群体可以根据其主要收入来源的不同,进一步细分为外出打工为主的、在家经商或从事手工业为主的、兼业农户以及纯农户等。在此基础上研究他们的不同需求,找准农村客户购买保险产品的需求点,据此开发适合的产品,努力为农民群众提供适销对路的保险服务。

我们认为,现阶段公司要重点开发以下保险市场:

①养老保险市场。1996年,我国 65岁及以上人口占总人口的比重超过 7%, 65岁及以上人口占总人口的比重也达到 7%,标志着我国已经初步进入老龄化社会。同时,由于农业人口大量流入非农产业和小城镇,农村人口老龄化正在加速;计划生育政策的推行使农村家庭趋于小型化。因此,农村迫切需要社会化养老保障。我国上海、北京、天津、广东、浙江等地农村已经基本具备办理社会养老保险和商业补充养老保险的条件^①,中国人寿应该抓住这一机

^① 根据有关对国外农民养老保险的经验分析,建立农民养老保险大都是在工业化发展的中期转向成熟期的过渡阶段,即工业化发展靠自身积累,且其剩余反哺农业的时期。从经济指标看大体有:①农业在国民生产总值中的份额在 5%以下,农业劳动力份额在 10%以下;②农业人口在总人口中所占比重降至 30%以下,且处于老龄人口高峰期;③经济发展总体水平较高,人均 GDP在 1000美元以上。参见杨翠迎、庾国柱:“建立农民社会养老年金保险计划的经济社会条件的实证分析”,《中国农村观察》1998年第 3期。

遇。

②健康保险市场。目前，除部分地区进行新型合作医疗试点外，大部分农村地区仍然缺乏制度性的健康保障，农民看病几乎完全是自费，因病致贫、因病返贫的问题很突出，对健康保障的需求非常迫切。中国人寿应该加强对农村地区健康保险需求的调查，有针对性地增加供给。

③失地农民保险市场。随着城市化进程的加快，失地农民的数量越来越多，据不完全统计，中国已经拥有 1000 多万失地农民，估计到 2010 年中国失地农民将达到 1 亿人，其中将有 300 万以上的农民处于失地又失业的状态，而从动态来看，这一数字有可能达到 800 万人^①。因此失地农民的基本生活保障问题越来越引起社会广泛关注。虽然目前各地都在积极探索建立失地农民基本生活保障制度，但总体上看，对失地农民的社会保障体系并没有建立起来。这就需要商业保险公司开发相应的产品。

④少儿保险市场。随着农村居民生活水平的提高，人们开始追求生活质量，跟城里人一样他们（她）们对下一代的投入也会不断增加，农村对儿童、学生保险产品的需求及购买力一直相对较高，需要保险公司开发这方面的险种。

⑤个体、私营企业（企业家）保险市场。农村个体、私营经济发展很快，但缺乏相应的风险保障体系，他们的生产、经营和生活都存在很大的不稳定性，需要保险公司为他们提供切实满足其需要的产品。

⑥流动人口保险市场。自 1995 年后，由于农村劳动力的大规模转移，农村劳动力的非农化率显著提高，1995 年为 10.5%，2000 年为 14.5%，每年向非农产业转移出去的农村劳动力大约为 300 万人。在我国加入 WTO 后，农村劳动力频繁流动的趋势还会加速。作为一个数量庞大的群体，流动人口的就业、养老、医疗等保障问题不仅关系到其自身和家庭的幸福、稳定，还关系到整个社会的安定。因此，必须针对流动人口的保险保障需求，开发相关产品。

同时，中国人寿要积累农村保险的经营数据，适当的时候单独制定针对农村居民的生命表和调查疾病谱，从而能够有的放矢的更科学地开发相应的产品。

（三）不同保险产品的开发要有所侧重

总体上来看，县域保险的目标客户群为中低端市场，但我国各地县域经济的发展很不平衡，我们应当采取分类指导的办法发展县域保险，避免“一刀

^① 邹建锋、张海生：“嘉兴征地试验：‘土地换社保’，苏州农网，2000 年 10 月 10 日。

切”模式。要根据县域的消费水平和需求特点,根据农民的实际购买力和缴费习惯,有针对性地进行产品开发,制定差异化的产品策略。

(二) 开发差异化产品,满足不同消费水平群体的需求

随着我国经济的高速增长和居民收入水平的不断提高,农村居民收入分配格局不断变化,收入差距发生变化。这使得农村居民收入产生比较明显的分层现象,内部收入差距拉大。因此,中国人寿应开发差异化产品及组合,以满足不同消费群体的差异化需求。

为实现差异化的产品开发战略,中国人寿首先应该继续按照产品开发部下发的《县域保险产品组合指导意见》,通过产品组合基本满足农村居民不同层次的需要。在县域保险市场上,应以短期意外险产品为基础,大力发展卡折式业务;要坚持因地制宜、分类指导,在经济发展水平中等偏上的地区要考虑大力发展两康保险和分红保险。

其次,要适当扩大县支公司的产品组合权,以灵活的产品组合满足农村居民多层次的保险需求。

再次,中国人寿有必要对农村居民收入分层的具体情况进行专题调研,研究不同收入群体的保险需求,在条件成熟的时候针对特定人群量身定制产品,以增强产品的适应性。

要在充分调研的基础上,根据不同县域经济承受能力和保险需求特点,开发适合各地实际情况的养老、医疗和意外险产品。在贫困县域,可设计低保费、低保额的保险产品,突出保险的保障性。在较富裕县域,可设计有一定投资价值的保险产品,开发中高端市场,兼顾保险的投资性。

(三) 专门开发“农”字头保险产品,争取相应的税惠政策

目前社会各界都非常关心“三农”问题,农村面临最好的发展机遇。中国人寿要利用好这个时机,在充分调研的基础上,专门开发针对农村居民人身风险特点的“农”字头产品。这有助于更好地满足农村居民的保险需求,树立中国人寿在农村保险市场的品牌,也有助于在保监会的协调下向有关部门就这类产品争取相应的税收优惠政策。

(三) 信息技术

强化信息技术在县域业务中的运用,加强后援支持。后援支持是业务发展的重要保证,能否有效地提供高质量的后援支持,关系到整个县域保险的发展。县域网点分散,风险控制点多,以传统的不管理手段和管理方式提供后援支

持,可能会使经营成本上升,风险控制乏力,服务质量打折。加强县域后援支持,要注重依靠现代科技手段,加大信息技术的投入,不断提高管理服务的技术含量,加强服务功能,提高管理服务效率,为业务发展提供坚实的保障。

(四) 风险管理

县域保险面临的主要风险是业务风险,包括操作风险或运营风险、政策风险、市场风险、违规风险、信用风险等。具体来说,是指公司在产品设计、条款安排、制度完善及遵循、授权控制、操作准则、流程及遵守、销售策划、活动管理及控制、诚信维护、客户服务、理算及赔(给)付等业务经营管理过程中出现不当或漏洞或问题,并由此引发的,有可能对公司的业务经营、信誉和市场地位造成不利影响或损失的风险。

对县域保险的业务风险控制活动应至少包括以下几个基本要素:健全、完善的业务风险控制组织体系;完善的业务风险控制制度和工作程序;持续、系统、有效和可量化的业务风险识别、监控、评估和控制;按有关业务风险控制要求,定期收集来自各业务管理及销售管理部门的市场信息、经营管理资讯,以便动态地了解 and 掌握有关业务的发展情况和问题;独立地对业务风险控制活动进行定期的回顾、分析和总结,并及时地按要求形成专门的业务风险评估报告。

县域保险业务经营管理过程涉及的环节众多、内容广泛、复杂度高。因此,县域保险的业务风险控制应覆盖保险业务的前、中、后的各个环节:包括售前(市场研究、产品设计、条款安排等)、售中(销售策划、活动管理、核保承保)、售后管理(保全服务、定损赔付等)和财务、信息及票据、单证管理等后台支持环节。

县域公司应依据整体性原则,整合公司业务管理资源,促进业务风险控制岗位人员、产品销售人员、业务管理人员和后台支持人员的相互沟通和有效配合。通过对上述各项主要风险点的识别、检查、监督和评估,不断总结控制经验,提高业务风险的控制能力。

具体来说,当前县域保险的风险控制要着重做好以下几项工作:

第一,降低政策性风险。加强和政府相关部门之间的沟通与协调,为县域保险发展创造良好的外部环境。

第二,防范县域业务快速扩张所带来的经营风险。不能盲目地全面铺设农村营销服务部,农村营销服务部的数量必须和县支公司的业务管理和风险控制

能力相适应，以避免对营销服务部管理失控的风险。

第三，防范代理人的误导风险。要强化内部管理，建立代理人守法从业的约束机制，堵塞管理漏洞，加强诚信和风险预警体系建设，逐步建立对业务员的信用评价体系，经常性地对业务员进行诚实守信、职业道德和行为操守教育，增强从业人员自律意识和社会责任感，自觉养成遵纪守法、诚实守信的习惯，消除违规展业、误导欺骗的侥幸心理，有效控制违规行为和风险隐患的发生。

第四，防范业务经营风险。由于农村营销服务部点多面广，业务分散，要确保资金的安全性，必须坚持现金银行划转制度。不论是保费还是赔款、费用或佣金，都要利用银行或信用社的服务网络进行安全、足额、快速的划转，严禁大额现金的流动，防范和杜绝经营风险。

第五，加强对农村定点医疗机构网络的管理。在县域健康保险的风险控制中，医疗服务提供者起着决定性的作用，建议采取以下措施加强对医疗服务提供者的管理：一是建立定点医院制度。保险公司可就健康保险保障范围内的医疗收费标准、医疗服务质量等内容，在各医院之间进行公开招标，引入竞争机制，从中遴选出若干服务规范、信誉良好的医疗机构，并与之签订合作协议。加强对定点医院的管理，通过合同的形式和进入退出机制约束医院行为，将不合格的医院排除在外。二是相机审查医疗服务。加强与卫生部门的协调，争取保险公司对合同医院的审查权，保险公司可委派医保专管员对定点医院和合同医生进行随机抽查，加强对医疗服务过程的协调管理，审核医院或医生所提供的施治方案和用药在医疗上是否必须和适当，以把好核赔关。三是实现保险公司与医疗服务提供者的网络对接。大力推进医疗保险体系的网络建设，在针对医疗服务提供者的管理内容上，保险公司应积极推动定点医院的电子化建设，由从初级的病历调阅、治疗调查等手工管理模式，逐步转变为通过网络来实现费用控制和医疗服务协调管理。并在此基础上，实现保险公司与医院网络系统与数据的对接。

第五，探索和银行、邮政、信用社进一步合作的方式，共同推动双方的合作向高层次、深内涵、全面融合的方向发展，形成共享客户信息、共同开拓市场、共担经营风险、共享经营成果，建立双方利益上更加紧密的联系。

第六，要做好核保和核赔的制度建设，防范投保人和被保险人的逆选择和道德风险。

第七，运用再保险分散风险，化解经营风险，增强承保能力。

（五）客户服务

要高度重视县域保险的客户服务

随着农村业务的快速发展，也对客户服务工作提出了更高的要求，农民是朴实的，也是现实的。客户服务工作的好坏，直接关系到国寿品牌在广大农民心目中的形象，做好客户服务工作至关重要。在县域，服务好一个客户，等于开发了一片市场。特别是农村地区还是一个“熟人社会”，村落内部，甚至村落之间居民信息传递快捷。如果保险公司对一个保户能提供良好的服务，就等于做了免费的广告，这个人现身说法，会带动其他村民购买保险。相反，如果一个保户觉得保险公司服务态度恶劣，服务水平低下，同样会打消他身边许多人购买保险的想法。

因此，要高度重视客户服务的重要性。农村居民分散，保险公司客户服务难度较大，成本较高，但这不能成为降低客户服务标准的借口。保险公司同样不能因为农民整体文化水平不高，是弱势群体，就漠视其合法权益以及对保险公司的合理诉求，要及时响应其诉求。

完善和创新农村客户服务体系

要尝试建立一套符合县域市场特点、行之有效的客户服务制度，扩大公司美誉度，促使县域保险市场朝着良性的方向发展。要通过业务员良好到位的服务，架起联系保险公司与客户之间的桥梁，使客户从内心感到，保险能够扎根于农村，能为县域提供长远服务。当风险发生时，有保险公司的业务员与他们同在；当家庭发生不幸时，有保险公司的后盾在支撑。

高度重视，认真抓好续期收费工作

随着农村业务的全面快速发展，续期保费的规模愈来愈大，各级公司要采取强有力措施，把这项对客户、公司和代理人都有益的工作抓实抓好，进一步降低退保率、失效率，努力提高续收率。农村营销服务部可根据需要设立专、兼职收展员，加强与当地银邮部门的协作配合，加大续期保费清收力度。

规范管理，建立服务部值班制度

农村营销服务部是公司的五级网点，是公司对外服务的最基层窗口，是接受客户咨询、投诉，承揽客户投保，处理理赔的最前沿。服务部建设要借鉴银行、邮政的经验，逐步做到“五个统一”，即门面装饰统一，标志、标识统一，柜台布置统一，宣传资料统一，实务操作统一。建立与银行邮政同步的值班制度，实现与银行邮政网点的服务对接。投诉电话、承保须知、理赔须知、规章

制度、业务人员情况要公布上墙。营销服务部的“三板六簿”制度要落实，尤其要办好赔款公示宣传栏，既可提高理赔的透明度，又便于接受客户的监督，挤压赔款水分，增加客户对公司的信任度和市场美誉度。赔款超过 1000 元以上的要送款上门，大额赔款要进行媒体宣传。同时各营销服务部要主动参与当地文化建设，为农民提供致富信息，替农民排忧解难，让农民真切感受到中国人寿的关爱呵护，使中国人寿成为广大农村群众购买保险的第一联想。

（三）创新机制，推广落实“驻村服务员”制度

为有效解决农村的客户服务问题，牢牢掌握农村市场的主动权，我们建议逐步建立和推广驻村业务员制度。农村营销服务部的业务员要按居住地点、按村定人，该业务员是其所居住的行政村内新单承揽、续期收费、咨询投诉和报案理赔的第一责任人，并要在行政村村委会和该业务员住所公开悬挂服务承诺公示牌，公布投诉监督电话等。推广实施这一制度对稳定和扩大业务员队伍，提高农村的客户服务水平，巩固和扩张农村市场都具有十分重要的意义。

（四）充分利用通讯手段

加大客户回访力度，建立信息反馈的回路。

三、组织发展策略

（一）管理架构设置

1. 优化县域保险的组织架构

从实践来看，公司股份制改造后实施的组织架构，没有农村网点部的机构设置，仅是在个人业务部设置了一个农网岗，这种组织架构不能很好地完成县域公司发展的组织实施工作。因此，有必要进一步完善县域保险的管理架构。我们认为，在总公司设立县域保险部，是建立适应县域保险发展所必需的组织架构的良好开端。

同时，设立县域保险部，需要考虑其职能定位，必须避免与其他相关部门，如个险销售部、团体保险部、中介业务部在管理和职能定位等方面的冲突、交叉或重叠。县域保险中个险、团险、银保等业务的发展仍然归个险销售部、团体保险部以及中介业务部对口管理，而县域保险部的职能定位是：统一制定县域公司发展的工作规划，负责研究、指导、协调县域保险的发展，具体

负责县域公司发展战略的组织落实工作。

现在有些省分公司申请设立县域保险处，我们觉得应该非常慎重。如果建立县域保险处，要像总公司的县域保险部一样，职能定位要避免与个险部、团险部、中介部等部门的重复交叉，造成职能不清。其定位可以为发展县域保险提供统计数据与分析，具体负责县域公司发展的组织推动工作，从组织上保证县域公司各项发展措施的落实。

建立与县域保险相适应的管理体制

根据集中管理、分权处理的原则，县域保险公司往往是通过上级公司的授权进行业务保全和理赔处理。但由于受制于机构网点、办公场地、人员素质、费用投入、管理能力和服务水准等条件的影响，对农村业务的管理还存在着诸多问题。反映较为突出的问题是业务手续处理比较烦琐，理赔调查难度较大，一些赔案久拖不决，不能及时赔付，导致客户不满。

对于上述存在的问题，基层公司首先要着眼于提高服务效率，以弥补现有管理体制的不足。同时，从长远看，要考虑进一步完善县域保险的管理体制，在风险可控的基础上扩大县域支公司的管理权限。如核保管理权限要向基层前台延伸，实现基层公司小额保单的自行出单。我们在调研中了解到，与市级业务处理中心出单相比，基层出单至少可提前两个工作日。又如，在赔付率合理可控范围的基础上将小额赔款（如赔付金额在 1000—5000 元间的可由中心营销服务部当场处理结案）的核赔权限授权给中心营销服务部，但同时要有与之相适应的配套管理制度，加大业务质量检查的力度和公司的管理调控能力，并对违规人员给予坚决、严格的处理、处罚。

（二）营销网点布局

巩固城区的业务发展

发展县域保险，首先就是要巩固县城这个根据地，继续在县城挖潜和拓展业务。县城是一个县的政治、经济、文化中心，大力发展县城业务不仅能扩大县域公司的经营规模，提高经营效益，还能增加党政领导对中国人寿和保险的了解，提高中国人寿的知名度。县城又是县域寿险市场的制高点，目前中国人寿县域保费收入中 70% 以上的保费收入来自城区，所以要重点加以经营，保持中国人寿在县域的主导地位。

大力推进营销服务部建设

（1）合理布局

农村销售网点布局是县域保险业务发展的根本依托。要建立科学、合理的农村营销网点的分布体系。网点布局的主要依据是对当地保险资源的分析，因此要综合考虑所在地区经济发展水平、人口密度和集中程度、交通的便捷性（交通状况会影响到单证管理、人员管理）等，同时结合营销人员管理、场地租赁成本、内部管控等因素，合理配置资源。

合理布局的总体原则是效益最大化，最大限度的节约成本，提高效益。具体来说，网点的合理布局要考虑网点对周围的辐射能力；要能充分挖掘保源，满足投保需求，要能辐射服务。

因此，在发展县域保险业务时，没有必要全面铺开，可以采取“中心建点，辐射周边”的工作思路，即确立依托重点城镇、辐射周边乡村的农村营销服务部建设模式。以经济条件较好、交通便利的重点乡镇为中心，建立农村营销服务部，并在周围乡村建立隶属于中心乡镇的保险销售网点。这样有利于发挥中心乡镇的聚集效应和辐射带动效应，加快业务发展步伐。

为实现县域保险网点的合理布局，当前要整合现有网点资源。县域保险的网点，特别是农村营销服务部，不一定要做大，但首先要做强，对于业务规模小或地域相对集中的网点要坚决撤并，加大帮扶力度，促进其加快发展，解决农村营销服务部业务发展不平衡问题。对于尚没有完成建点布局的乡镇，要加快建点步伐，在辐射能力强的中心乡镇设点，同时辐射周围乡镇。

（四）规范管理

在农村营销服务部基本完成网点布局后，要将工作重心由建点布局转移到分级提高、做大做强的发展思路上来，即通过规范化管理，引导农村营销服务部朝着业务平台高、管理规范、经济效益好的方向迈进。

农村营销服务部的标准化建设要以全面落实各项管理制度为切入点，突出以管理促发展的主题。首先，要制定和落实《农村营销服务部管理办法》，控制农村业务的经营风险。其次，加强例会管理，建立规范的工作制度，促进农村营销服务部的正规化建设。再次，结合个人代理人管理的最新发展趋势，研究制定符合农村营销服务部运行特点的个人代理人管理办法，提高队伍的稳定性，塑造中国人寿良好的企业形象。

（五）提升品质

农村营销服务部最终的发展方向，是实行公司化经营。只有实现公司化经营，才能保证农村营销服务部各项业务的长期稳定发展，才能保证农村营销服务部各项管理上台阶，才能调动广大农村营销服务部所属人员的工作积极性。

实现公司化经营的农村营销服务部有两个基本的条件，一是业务规模大，二是管理规范，如果不能达到以上两个条件，就谈不上公司化经营。农村营销服务部实现公司化经营的基本模式是：农村营销服务部经理实行聘用制，保证公司各项政策、制度的执行力度，业务员仍实行营销制，保持队伍的活力；农村营销服务部各项经营管理按照县公司的标准，走正规化建设的道路；农村营销服务部拥有一定的费用自主权，在县公司的统一部署下，自主实现补充性的业务推动；农村营销服务部经理对当年各项任务指标和管理目标负责，并将目标完成情况与奖惩挂钩。总之，农村营销服务部的发展思路，是按照县公司的模式建设，达成自主经营、规模经营的目标。

在通过规范化管理来提升农村营销服务部品质，引导其向公司化方向发展过程中，由于农村营销服务部的情况千差万别，要分类管理，分级提高，使农村营销服务部的建设更符合当地的社会政治经济环境。具体来说，对于经济相对落后的山区、丘陵地区的农村营销服务部，要推进标准农村营销服务部建设。在管理模式、负责人定位、汇报制度、报表管理、财务管理、内勤管理、职场文化建设、职场地点及布置等方面力求规范，通过完善各项管理制度，督促其规范化经营；对于经济相对较好，人口较集中的中心集镇的农村营销服务部，加快其向公司化经营发展。

⑥ 政策扶持

在营销服务部发展的初期，设立机构租用房屋、招聘人员、宣传等方面都需要大量的投入，如果没有上级公司费用政策的倾斜，靠自身的力量很难达到理想的目标，在正常运转后，人员待遇、营业开支、职场建设、业务推动方面更需要费用支持，所以一个恰当的费用扶持政策是非常关键的。

另外，农村网点作为公司最基层的分支机构，承担了公司在乡镇的所有业务发展和管理，需要相应的费用和开支。而往往其自身费用有限，所以特别需要公司的费用支持。尤其是在农村营销服务部建立之初，适度的费用支持，对其业务和队伍发展起着至关重要的作用。

因此，要适当加大对农村网点的费用投入。根据各公司地域经济状况，业务构成情况，制订相对灵活的经营绩效考核指标和相关政策，对农村业务占比较大的公司给予必要的政策倾斜和费用扶持，加大对农村网点建设的投入，提高费用补贴标准。

⑦ 争取监管部门支持

目前有相当一部分农村营销服务部没有得到审批。应该加大和监管部门沟

通的力度，尽快完成农村营销服务部的审批工作，促进农村营销服务部的正规化建设，从而保证农村营销服务部的合法、合规经营。

（三）人力资源管理

1. 建立有效的激励机制

为推动县域保险的发展，必须完善考核体系，建立有效的激励机制。激励可以分三个层面：一是对县域公司的激励机制；二是对农村营销服务部的激励机制；三是对营销员的激励机制。

要鼓励县域公司拓展县域保险业务。结合各地实际，对县域公司采取适当的方式实施考核，对县域保险业务发展好的公司要综合运用物质和精神激励措施予以一定的奖励，调动县域公司发展县域保险的积极性。

要加大对农村营销服务部的费用支持力度，改善服务部的软、硬件环境。同时，鼓励其向规范化、标准化、公司化方向发展。对业务发展良好、管理规范在农村营销服务部要采取相应的激励措施，鼓励农村营销服务部的规范化发展。

要逐步解决营销员的后顾之忧，鼓励增员。要加强和当地政府有关部门的协调，协助解决营销员税收负担过于沉重的问题，为营销员的发展创造良好的外部环境。同时，各地要结合自身实际情况，积极进行营销员体制的改革试点，采取多种方法解决营销员的后顾之忧，使广大营销员能够安心地献身县域保险事业。

2. 加强人才培养

人才问题是关系县域保险发展的关键问题，一支有战斗力的人才队伍，是促进县域保险发展的根本保证。中国人寿在县域已经拥有一大批业务能力强、懂经营、会管理的人才，这是中国人寿最重要的竞争优势之一。但大家仍然感到人才缺乏，要解决这个问题，必须转变用人观念，拓宽选人视野，完善用人机制。要以体制机制创新为契机，制定和完善各项政策，多层次、多渠道、多形式地挖掘县域保险人才，抓住培养、吸引、用好人才三个环节，逐步使专业人才的培养和使用走上规范化管理轨道，建设一支与县域保险发展相适应的用得去、用得上、留得住的人才队伍。通过良好的人才管理机制调动各方面积极性，为县域保险发展提供充足的人才保证。

随着县域保险的快速发展，保险业务创新大量涌现，保险的技术含量不断提高，出现部分专业岗位人才紧缺的现象是必然的，对这个问题，要采取各种

方法加以解决：

第一，通过实践锻炼造就人才。县域保险发展的过程，就是培养人才的过程。中国人寿发展县域保险，始终要靠到基层中去发现人才，在实践中培养人才，在发展中造就人才。

第二，通过专业培训培养人才。培训是提高人才素质、促进人才成长的必要途径。通过健全保险教育培训体系，有针对性地开展多层次、多渠道、多种方式的专业培训，可以在较短时期内培养一大批发展县域保险急需的各类人才。

第三，通过吸收引进聚集人才。坚持按需引进、突出重点、讲求实效的思路，广开进贤之路，大力引进各个行业的优秀人才聚集到中国人寿的县域保险业务中来，让一切有利于县域保险快速发展的知识、技术和管理等生产要素充分发挥作用。

只要坚持以人为本，关心人才、尊重人才，紧紧抓住吸引、培养、用好人才三个环节，就一定能够造就一支适应县域保险改革发展需要、素质优良、结构合理、作风过硬的人才队伍，为加快县域保险发展提供坚强的人才保证和广泛的智力支持。

四、县域保险发展前景

综上所述，如果中国人寿将各项业务、职能管理和组织发展策略付诸实施，就一定能够充分发挥其在县域保险业务中的先发优势，在县域保险中保持行业领导地位，形成公司的核心竞争力。

总体上看，我们估计县域保险总体保费到 2005 年的增长率将达到 15% 左右，总体市场份额将持续保持在 15% 左右。

具体测算过程如下：

我们建立了中国人寿县域保险保费收入与县域 GDP 之间简单的计量经济模型，使用全国 31 个省市自治区 1995 年、1996 年的数据样本进行回归，得到一元线性方程如下：

保费收入 = 0.15 × GDP + 1.5

保费 (亿元) = 0.15 × GDP (亿元) + 1.5

亿元

估计和检验结果表明，回归方程与样本观察值拟合很好。同时，回归系数的 t 检验值为 10.0000，表明县域的 Y_{it} 对中国人寿县域业务保费收入增长有极强的解释能力。

1999 年，全国县域经济 Y_{it} 增长率为 10.0000%（高于全国 9.0000% 的增长率），其中，东部地区县域经济 Y_{it} 增长率为 11.0000%；中部地区为 10.0000%；西部地区为 9.0000%。鉴于此，我们对 1999—2005 年县域 Y_{it} 的平均增长速度作两种假设：①假设为 10.0000%；②假设为 9.0000%。

在第一种假设下，预测结果如下：到 2005 年，中国人寿县域人身保险费收入将达到 100.0000 亿元，年平均增长率为 10.0000%，比县域经济 Y_{it} 的增长速度高出 1.0000 个百分点。

第二种假设下，到 2005 年，县域人身保险费收入将达到 90.0000 亿元，年平均增长率为 9.0000%，比县域经济 Y_{it} 的增长速度高出 0.0000 个百分点。见表 7-1。

表 7-1 中国人寿 1999—2005 年发展展望及其在行业中的地位						
单位：亿元、豫						
年 份	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年
全国县域人身保费收入 *	100.0000	110.0000	121.0000	133.1000	146.4100	161.0510
中国人寿县域人身保费收入 *	10.0000	11.0000	12.1000	13.3100	14.6410	16.1051
中国人寿占比	10.0000%	10.0000%	10.0000%	10.0000%	10.0000%	10.0000%
全国县域人身保费收入 **	90.0000	99.0000	108.9000	119.7900	131.7690	144.9281
中国人寿县域人身保费收入 **	9.0000	9.9000	10.8900	11.9790	13.1769	14.4928
中国人寿占比	10.0000%	10.0000%	10.0000%	10.0000%	10.0000%	10.0000%

注：* 是假设县域 Y_{it} 平均增长率为 10.0000% 时的县域人身保费收入。* * 是假设县域 Y_{it} 平均增长率为 9.0000% 时的县域人身保费收入。

附录 员 农村人身保险需求调查问卷

您好：

这项调查主要是了解您对保险的认识、参加保险的情况和您对未来参加保险的打算以及您对保险事业的希望、要求、建议，以便为政府及相关部门决策提供依据。我们将严格遵守《统计法》为您的个人资料保密，感谢您的配合！

一、家庭基本情况

本部分调查对象为家庭户主

您的性别：(单选)

(男 男 (女 女

您的年龄？(单选)

(男 男岁以下 (女 女-男岁 (男 男-源岁 (女 女-缘岁 (男 男-远岁
岁 (女 远岁以上

您家常住人口：(单选)

(男 猿人以下 (女 猿-缘人 (男 缘人以上

您的家庭人员构成情况：(单选)

(男 小两口 (女 老两口 (男 三口 (女 四口人以上

您的文化程度？(单选)

(男 小学及以下 (女 初中 (男 高中 (女 中专 (男 大学专科 (女 大学本科 (男 其他

您目前您家庭主要的收入来源？(可多选，按重要性排序)

(男 农、林、牧、渔、养殖业 (女 手工业 (男 商品批发零售 (女 运输
(男 外出打工 (女 离退休工资收入 (男 国家或村里补贴 (女 其他

您全家总的现金收入：(单选)

☐ 圆园园元以下 ☐ 圆园园元-源园园元 ☐ 源园园元-远园园元 ☐ 远园园元-愿园园元
☐ 愿园园元-员园园园元 ☐ 员园园园元-员猿园园元 ☐ 员猿园园元-员远园园元 ☐ 员远园园元-猿园园园元
☐ 猿园园园元以上

二、对保险的认识与评价

您了解保险吗？(单选) ☐

☐ 比较了解 ☐ 了解一点 ☐ 不了解 ☐ 跳答第 员题]

您是怎样了解保险的？(单选) ☐

☐ 报纸杂志、广播电视、互联网 ☐ 保险公司业务员介绍 ☐ 亲戚、朋友介绍
☐ 保险公司组织的宣传活动 ☐ 银行储蓄所、邮政局的宣传材料

您村里是否有推销保险的业务员？(单选) ☐

☐ 有 ☐ 没有 ☐ 不清楚 ☐ 跳答第 员题]

是什么人在您村里推销保险？(多选) ☐☐☐☐☐

☐ 村干部 ☐ 信贷员 ☐ 教师 ☐ 其他人

您认为农村居民有必要买保险吗？(单选) ☐

☐ 有必要 ☐ 没有必要 ☐ 买不买无所谓

从您接触或听说的情况，您认为当前保险公司工作人员和保险营销员的素质怎么样？(单选) ☐

☐ 很高 ☐ 较高 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 很差

您对保险是怎样看的？(单选) ☐

☐ 买保险可以使被保险人获得一定保障，减少后顾之忧 ☐ 买保险是一种投资
☐ 买保险和储蓄差不多 ☐ 买保险是一种从众心理 ☐ 目前商业保险运作很不规范，让人不敢相信 ☐ 其他_____ (请用文字说明)

您知道的保险公司有哪些？(多选) ☐☐☐☐☐☐

☐ 中国人寿保险股份有限公司 ☐ 太平洋人寿保险公司 ☐ 平安人寿保险公司
☐ 新华人寿保险公司 ☐ 泰康人寿保险公司 ☐ 友邦人寿保险公司
☐ 太平人寿保险公司 ☐ 其他

您认为以下哪个部门是全国商业保险的主管机关？(单选) ☐

☐ 中国人民银行 ☐ 中国保险行业协会 ☐ 中国保险学会 ☐ 中国保险监督管理委员会
☐ 国家工商行政管理局 ☐ 不知道

图图您认为下列哪一种保险市场主体的功能和作用最需要进一步加强？(单选) ☐

(资 保险监管机关 (圆 保险公司 (獭 保险中介机构 (包括保险代理公司、保险公估公司、保险经纪公司) (源 保险行业协会

三、家庭购买保险情况

图图您或您的家庭买过保险吗？[单选，如选择 (资，跳问 图图] ☐

(资 买过 (圆 没买过

图图您为什么没有买保险？(单选) ☐

(资 没有钱 (圆 不了解保险条款 (獭 没有必要 (源 认为保险不可靠

图图您是通过什么方式买的保险？(可多选) ☐☐☐☐☐

(资 通过保险公司现场宣传介绍购买 (圆 通过上门推销的保险公司业务员购买 (獭 村里统一购买 (源 亲朋代为购买 (缘 在银行、邮政储蓄柜台购买 (远 网上购买 (苑 自己去保险公司购买 (壕 其他，请注明_____

图图您购买的是传统产品还是新型产品？(单选) ☐

(资 传统产品 (保障型) (圆 新型产品 (分红、万能、投连)

图图您买的是哪种保险？(可多选) ☐☐☐☐☐

(资 人寿保险 (圆 养老保险 (獭 医疗保险 (源 重大疾病保险 (缘 意外伤害保险 (远 其他，请注明_____

图图您给谁购买的保险？(可多选) ☐☐☐☐☐

(资 自己 (圆 配偶 (獭 孩子 (源 老人 (缘 其他，请注明_____

图图您所买的保险年缴费额是多少？(单选) ☐

(资 缘元以下 (圆 缘-缘元 (獭 缘-缘元 (源 缘-缘元 (缘 缘-缘元 (远 缘-缘元 (苑 缘元以上

图图您是在什么情况下买的保险？(单选) ☐

(资 保险业务员的强烈游说下 (圆 亲友做保险公司业务员，碍于情面 (獭 出于需要主动购买 (源 别人买自己也买 (缘 乡、村干部动员购买

图图您对已买保险的保险责任、条款等了解的途径是什么？(单选) ☐

(资 保险业务员介绍 (圆 自己研究 (獭 向别人请教 (源 到现在也不了解

圆您觉得保险公司的服务满意吗？(单选) ☐

(员 非常满意 (圆 基本满意 (猿 不满意

圆您觉得保险公司最需要加强哪些方面的服务？(多选，按重要性依次排列) ☐☐☐☐☐

(员 保险代理人根据我的需求和经济水平设计保险计划 (圆 详细解释保险条款 (猿 及时送达保单 (源 及时收取续期保费 (缘 定期回访 (远 帮助办理理赔手续 (苑 及时给付保险金

圆如果您买了保险，是否想过退保或者已经退保？(单选) ☐

(员 想过退保 (圆 已经退保 (猿 已经部分退保 (源 没想过退保也没退保 (远 跳答第猿题

猿您想退保或已退保的主要原因是什么？(单选) ☐

(员 保费高、收益低、缴费期长 (圆 当初是在别人的劝说下买了保险，现在后悔 (猿 当初对所买保险的险种了解不很清楚，感到已买的保单不合算 (源 经济收入减少，缴不起保费 (缘 在保险营销员动员下，退原保买新的险种 (远 原投保时的营销员找不到了，对后续服务不放心 (苑 发现保险公司业务员的承诺与保险公司兑现并不一致 (愿 看到别人退自己也退

猿您认为购买保险是否会加重家庭的经济负担？(单选) ☐

(员 会 (圆 不会 (猿 有影响，但负担不大

猿您认为买保险后是否真的就能保险？(单选) ☐

(员 确实能够保险 (圆 买了保险心里踏实 (猿 不一定保险 (源 不好说

四、未来保险需求

猿今后几年，您及您的家庭是否考虑买保险？(单选) ☐

(员 买 (圆 不买

猿如您有节余的钱会 (多选，按重要性依次排列) ☐☐☐☐☐

(员 买保险 (圆 储蓄 (猿 生产性投资 (源 资助儿女 (缘 修建房屋 (远 自己保管 (苑 其他，请注明_____

猿您如何安排个人及家庭成员的养老问题？(单选) ☐

(员 儿女赡养 (圆 个人储蓄 (猿 政府或村里照顾 (源 去敬老院 (缘 买保险 (远 其他，请注明_____

獐对于农村居民来说,当遇有天灾人祸时,会考虑用什么办法渡过难关? (可多选) ☐☐☐☐☐

(尙 政府或村里救助 (圀 自己承担 (獐 亲朋好友帮忙 (源 听天由命
(缘 购买保险 (迕 其他,请注明_____

獐近年来,您的家庭主要的支出项目有哪些? (多选,按多少依次排序)

☐☐☐☐☐

(尙 生产性支出 (圀 盖房或房屋维修 (獐 衣食住行等日常消费 (源 子女教育
(缘 医疗费支出 (迕 婚丧嫁娶 (珖 其他,请注明_____

獐您是否愿意通过购买保险来分担上述支出带来的经济压力? (单选)

☐

(尙 愿意 (圀 不愿意

獐您如计划购买保险,能够承担的年缴费额约为多少? (单选)

☐

(尙 缘元以下 (圀 缘-缘元 (獐 缘-缘元 (源 缘-缘元
(缘 缘-缘元 (迕 缘-缘元 (珖 缘元以上

源按照保险责任不同,人身保险可分为人寿保险、意外伤害保险和健康保险 獐大类,如购买人身保险您将选哪些险种? (多选,按重要性依次排列)

☐☐☐☐☐

【人寿保险】 (尙 终身寿险 (圀 定期寿险 (獐 生、死两全保险 (源 年金
保险 (缘 个人养老金保险 (迕 子女教育保险 (珖 婚嫁保险

【人身意外伤害保险】 (獐 人身意外伤害险

【健康保险】 (源 重大疾病保险 (迕 住院医疗保险 (珖 手术保险
(缘 意外伤害医疗保险 (獐 收入损失保险

源按设计类型,人身保险可以分为传统型保险、分红保险、万能保险和
投资连结保险,如购买人身险您首选哪一类? (单选)

☐

(尙 传统型 (圀 分红保险 (獐 万能保险 (源 投资连结类保险

源如果您选择一家保险公司买保险,您会考虑以下哪些方面? (可多选)

☐☐☐☐☐

(尙 保险公司知名度 (圀 保险产品的多样化 (獐 保险产品的质量
(源 保险公司员工及业务员的素质 (缘 投保及理赔程序 (迕 保险服务质量

源如需购买保险,您最希望保险公司为您提供哪方面的信息? (可多选)

☐☐☐☐☐

(尙 根据您的需要,推荐有关产品 (圀 详细说明保险责任 (獐 说明保险

责任免除的详细内容 (源 该险种可能的收益及不确定性 (缘 介绍投保、索赔等程序 (选 客户及保险公司各自的责任和义务 (苑 保险公司服务内容介绍 (愿 有关保险公司信誉、实力、规模等方面的介绍

源您希望保险公司通过什么方式推销产品？(可多选) ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ (选 (员 答 源

(员 保险公司业务员上门推销 (圆 保险公司到村里召开产品宣传会 (猿 通过银行储蓄所、邮政等网点代销 (源 网上销售 (缘 通过保险经纪公司或保险代理公司销售 (选 增设咨询服务场所，由专业人士帮助介绍合适险种 (苑 需要者自己到保险公司购买 (愿 电话销售 (怨 其他，请注明_____

源您希望什么样的人在他的村里做保险业务员推销保险？(可多选)

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

(员 村干部 (圆 村里威信高、德高望重的人 (猿 村里的信贷员 (源 村里见多识广、能说会道的人 (缘 保险公司的正式工作人员 (选 教师 (苑 离退休人员 (愿 邮局工作人员 (怨 其他，请注明_____

源目前农村居民购买保险的较少，您认为主要原因是什么？(多选，按重要性依次排列) ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

(员 收入低，经济条件不允许 (圆 对保险不了解，不知道买保险是不是合适 (猿 针对农民家庭设计的险种太少 (源 听人家说保险是骗人，保险公司不可靠 (缘 保险公司服务不好 (选 保费高、缴费期长 (苑 保险公司业务员说话不算数，承诺的兑现不了 (愿 当地风俗习惯 (怨 其他，请注明_____

源对于农村家庭来说，家里的主要劳动力一旦遭遇意外，不幸身故或丧失劳动能力，家庭将蒙受重大损失，您是否愿意给他们买一份保险，使您的家庭如果发生上述不幸可以得到一笔经济补偿？(单选) ☐

(员 愿意 (如选愿意，请答以下两问) (圆 不愿意

对于上述险种，您每年能承受的保险费为多少？(单选)

☐

(员 员元以下 (圆 员-缘元 (猿 缘-员元 (源 员-员元 (缘 员-缘元 (选 缘元以上

一旦上述意外发生，您希望得到多少赔付？(告诉被调查对象：一般而言，赔款越高，需要交的保险费越多) (单选) ☐

(员 缘元以下 (圆 缘-员元 (圆 员-缘元 (猿 缘-员元 (源 缘-员元 (缘 缘-员元 (选 缘元以上

源题如果您的孩子考上大学，需要您每年为孩子支付一笔学杂费和生活费，您的家庭每年能承担的约为多少？(单选) ☐

负 5000元以下 (圆 5001—10000元 (猿 10001—20000元 (源 20001—30000元
(缘 30001—40000元 (远 40001—50000元 (苑 50000元以上

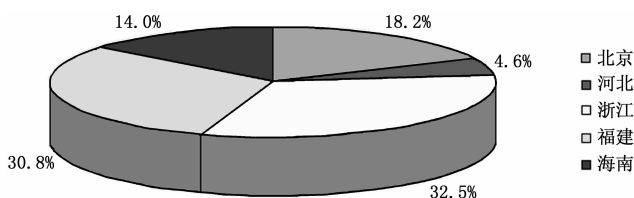
源题您对目前的人身保险工作有什么要求和建议，请写在下面：_____

缘题您认为当前农村有什么险种急需开发，请写在下面：_____

附录 圆 东部地区县域人身保险需求调查问卷分析

一、样本情况分析

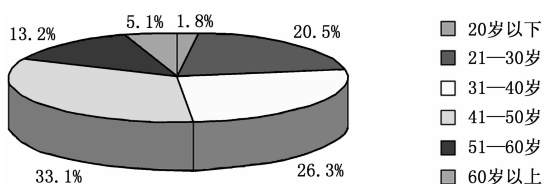
省份结构：东部地区回收问卷 1000 份，其中有效问卷 850 份，其中北京市 100 份，占 11.8%，河北省 150 份，占 17.6%，浙江省 200 份，占 23.5%，福建省 150 份，占 17.6%，海南省 50 份，占 5.9%（见图附 圆原员）。



图附 圆原员 调查样本的省份结构

性别结构：本次调查要求户主填答问卷，从被调查者的性别结构看，男性居多，占 55.2%，女性占 44.8%。

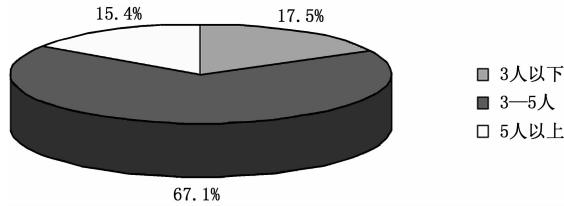
年龄结构：以青壮年为主，20—30 岁占 20.5%，31—40 岁占 26.3%，41—50 岁占 33.1%，51—60 岁占 13.2%，60 岁以上占 5.1%（见图附 圆原圆）。



图附 圆原圆 被调查者的年龄结构

家庭常住人口情况：以 3—4 人的家庭为主，占 33.1%，三人以下占 26.3%。

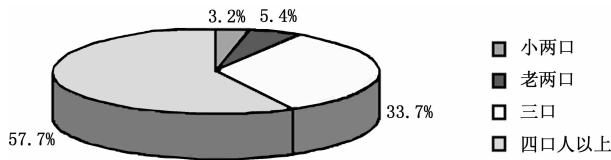
图 1-1 被调查者的家庭成员构成



图附 1-1 被调查者的家庭成员构成

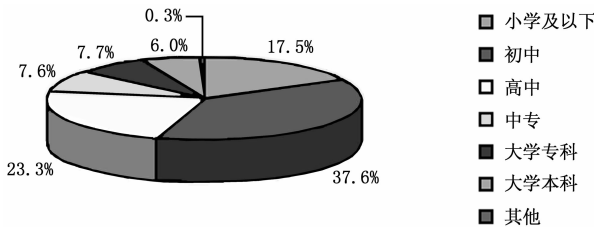
家庭成员构成：以三口或四口人以上为主，其中，三口之家占 33.7%，四口人以上占 57.7%，小两口占 3.2%，老两口占 5.4%（见图附 1-1）。

从县域居民的家庭结构来看，四口人及四口人以上的家庭居多，这种“扩展型家庭”（包括祖孙三代）比较多地依赖于家庭保障。同时要看到的是，由于计划生育政策的实施，也有相当一部分由三口人组成的“核心家庭”（包括父母子女），这部分人的养老、健康将更多地依赖于社会化的保障机制（见图附 1-1）。



图附 1-2 被调查者的文化程度

文化程度：以高中以下学历居多，共占调查人口总数的 77.6%。其中，小学及以下占 0.3%，初中占 6.0%，高中占 7.7%。而中专及以上占 23.3%，整体文化素质不高（见图附 1-2）。

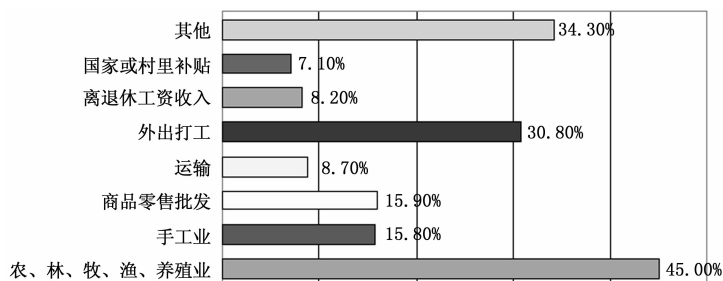


图附 1-3 被调查者的文化程度

家庭主要收入来源：县域居民的主要收入来源仍是以传统农业即农、林、牧、渔养殖业居多，占被调查者的 77.6%，除此之外的收入来源依次是，其他收入来源占 7.6%（包括在职人员工资等），打工收入占 17.5%，商品批发零

售业占 员豫、手工业占 员豫，运输收入占 愿豫、退休工资收入占 愿豫、国家或村里补贴占 苑豫（见图附 圆原远）。

可见，县域居民仍以传统的农业收入为主要来源，但其收入结构日趋多元化，在农村兼业农民越来越多，传统农业以外的收入也占有一定的比例，这有利于增加农民的现金收入，提高其实际购买力。



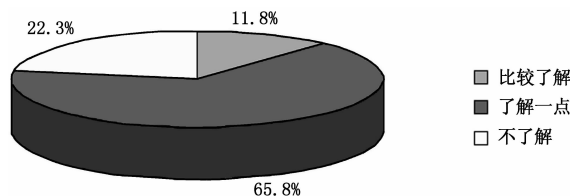
图附 圆原远 被调查户的收入来源结构

二、调查结果统计分析

（一）对保险的认识与评价

圆保险认知程度

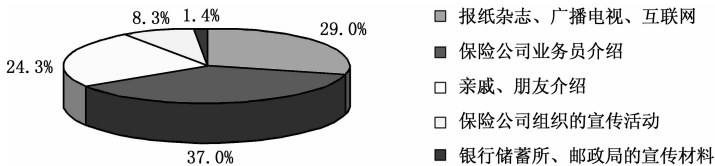
调查结果显示，苑豫的农村居民对保险有一定的了解，其中，“比较了解”的占 员豫，“了解一点”的占 远豫。另外，圆豫的农村居民对保险“不了解”（见图附 圆原苑）。



图附 圆原苑 被调查者对保险的了解程度

对于了解保险的途径，绝大多数居民主要通过保险公司的业务员或亲戚朋友介绍或通过电视了解，其中，猿豫的农村居民通过“保险公司业务员介绍”，圆豫通过“报纸杂志、广播电视、互联网”，圆豫通过“亲戚朋友介绍”。其

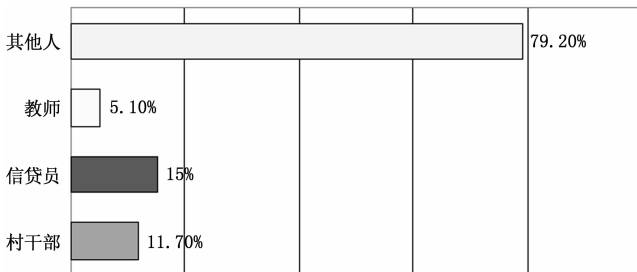
他了解保险的途径较少，通过公司组织的宣传活动了解保险的只占 愿豫豫，通过银行储蓄所、邮政局的宣传材料了解保险的也只占 愿豫豫（见图附 图原愿。



图附 图原愿 被调查者了解保险的途径

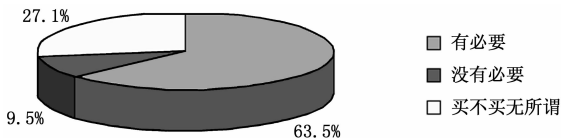
可见，县域绝大多数居民了解保险的途径比较单一，主要了解渠道提供的保险知识也很有限，这直接导致了绝大多数居民对保险了解较少，甚至不了解，从而制约了对保险的购买。

愿豫豫的被调查者回答村里有保险业务员，愿豫豫的被调查者村里没有保险业务员，另外 愿豫豫的被调查者不清楚。被调查者所知道的保险业务员的构成见图附 图原怨。



图附 图原怨 被调查者所在地保险业务员的构成

对于保险重要性的认识，愿豫豫的被调查户认为农村居民“有必要”买保险，认为“没有必要”的占 怨豫豫，认为“买不买无所谓”的占 愿豫豫（见图附 图原愿园）。可见，大部分被调查对象还是意识到了保险必要性的，但还有近 愿豫豫的被调查户对保险重要性的认识存在偏差。

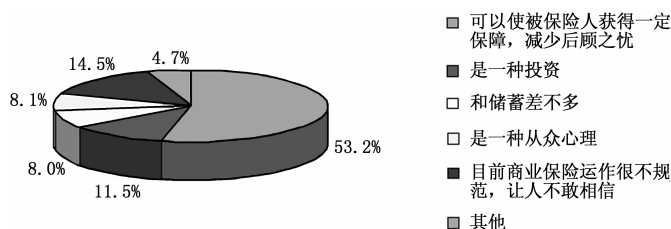


图附 图原愿园 被调查者对买保险的态度

愿对商业保险、市场主体及从业人员的评价

对于保险的看法，愿豫豫的农村居民认为“买保险可以使被保险人获得一

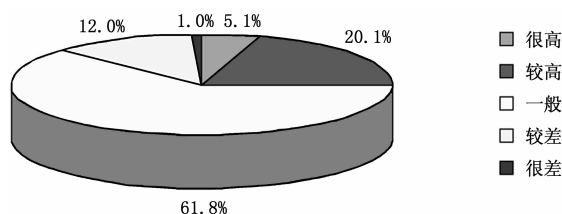
定保障，减少后顾之忧”，认为“目前商业保险运作很不规范，让人不敢相信”，“买保险是一种投资”的分别占 员圆豫和 员圆豫；愿圆豫认为“买保险是一种从众心理”，认为“买保险和储蓄差不多”的占 愿圆豫（见图附 圆原员）。



图附 圆原员 被调查者对买保险的看法

可见，有近一半的人对保险的本质和功能存在认识偏差，这在某种程度上诠释了为什么有近 猿圆豫的被调查户认为没有必要购买保险，这也与县域居民缺乏了解保险知识的渠道有关系。

对于当前保险从业人员素质的看法，认为“很高”或“较高”的占 圆圆豫，认为“一般”的占 远圆豫，认为“较差”或“很差”的占 员圆豫。可见，在被调查户看来，保险从业人员的总体素质水平一般（见图附 圆原圆）。

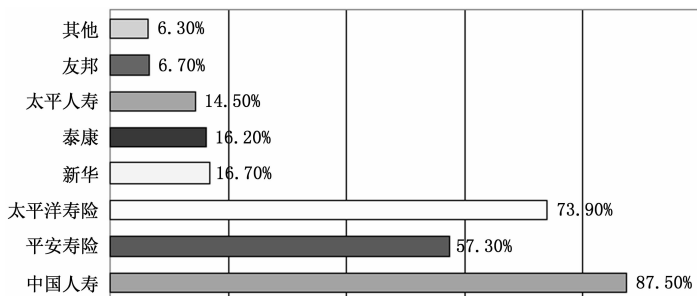


图附 圆原圆 被调查者对保险从业人员素质的评价

被调查对象比较熟悉的公司分别是中国人寿、太平洋和平安。其中，知道中国人寿的占被调查对象的 愿圆豫，知道太平洋寿险的占 苑圆豫，知道平安寿险的占 缘圆豫。对其他市场主体相对比较陌生，如新华占 员圆豫，泰康占 员圆豫，太平人寿占 员圆豫，友邦占 远圆豫（见图附 圆原猿）。

可见，中国人寿在县域的知名度最高，这与中国人寿在广大县域有大量的分支机构和辐射面较广的农村营销服务部有关系。但太平洋寿险公司在县域对中国人寿的挑战也不容忽视。

知道中国保监会是全国商业保险主管机关的农村居民仅为 圆圆豫。对于“你认为下列哪一种保险市场主体的功能和作用最需要进一步加强”，猿圆豫的被调查户选择“保险公司”，圆圆豫选择“保险监管机关”，选择“保险中介机



图附 图 10 被调查者对保险市场主体的认知

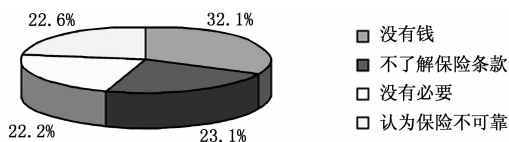
构”和“保险行业协会”的分别占 3.30% 和 3.30%。

(二) 保险消费行为分析

1. 保险渗透率

调查显示，买过保险的占 32.1%。这表明东部地区的保险渗透率较高。下面有一题问到所购买保险产品的缴费额时，32.1% 的被调查户的缴费额为 500 元以下，可以推测这部分主要是为子女买的学平险。其他的主要是大人为自己购买的保险，因为下面的问卷结果表明，在买保险的人中有近七成的居民是为自己买的人身寿险。

在没有买保险的被调查对象中，“没有钱购买保险的”占 32.1%， “不了解保险条款的”占 23.1%，认为没有必要的占 22.2%，认为保险不可靠的占 22.6%（见图附 图 11）。这个问题提供了一个重要信息，很大一部分没有买保险的被调查户并不是没有实际购买能力，而是由于不了解保险的功能或对保险产生怀疑。如果保险公司加大宣传力度，让居民更多地了解保险、认同保险，潜在需求是很大的。

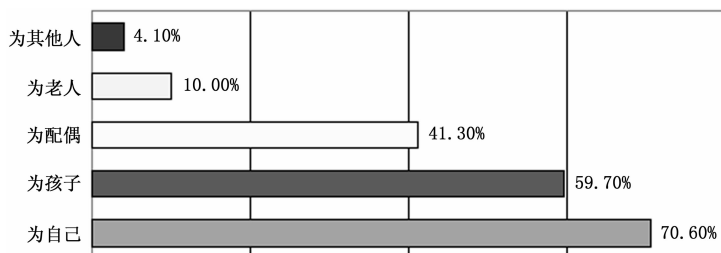


图附 图 11 被调查者没买保险的原因

2. 购买保险的决策

第一，在为谁买的问题上，已购买保险的 32.1% 的被调查户中，给自己买的最多，为 32.1%，其次是给孩子买的占 23.1%，其余依次是给配偶买的占 22.2%，给老人买的占 22.6%（见图附 图 12）。被调查户中给孩子买保险的占

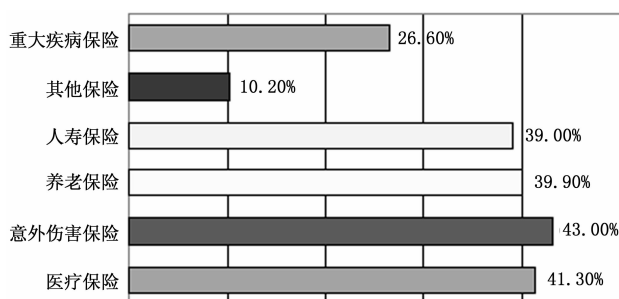
到近 远成左右，其中大部分是学平险，还有为自己买保险的占到了七成，说明东部地区的保险意识确实得到提高。



图附 圆原缘 被调查者为谁买保险

第二，在购买险种问题上，购买新型产品的占 圆缘缘缘，购买传统型产品的占 苑缘缘缘。这一方面和县域的居民的经济承受能力有关，新型产品的缴费相对较高，制约了居民的保险消费；另一方面也反映出县域居民更迫切需要的是保障型产品。

猿缘的被调查户购买了人寿保险，猿缘缘购买了养老保险，源缘购买了意外伤害保险，圆缘缘购买了重大疾病保险，源缘缘购买了医疗保险，员缘缘购买了其他保险（见图附 圆原苑）。可见，在生、老、病、死、残等人身风险中，目前东部地区县域居民几乎给予了同样的关注，愿意购买各险种的分布都很均衡，所以在设计险种时保险公司对各种风险都应该给予关注。



图附 圆原苑 被调查者购买保险的险种的分布

第三，在所购买保险产品的缴费额问题上，调查显示，居民保险年缴费额以 员缘—猿缘元较为突出，占 圆缘缘缘，其他各个缴费额度分布比较均衡，除了年缴费额 缘缘元以上仅占 苑缘缘外，其他各个层次缴费额所占比例大致都在 员缘—员缘缘之间（见图附 圆原苑）。可见，在生、老、病、死、残等人身风险中，目前东部地区县域居民几乎给予了同样的关注，愿意购买各险种的分布都很均衡，所以在设计险种时保险公司对各种风险都应该给予关注。

第四，从购买渠道看，源缘的被调查户是通过上门推销的保险公司业务员购买，村里统一购买的占 圆缘缘缘，其他形式购买的占 苑缘缘（多为学校统一要求购

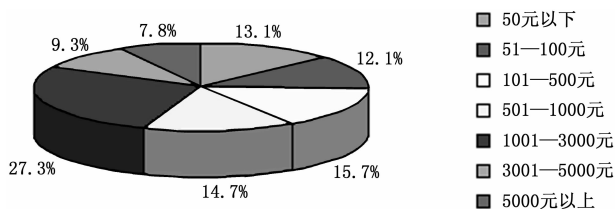


图 10 被调查者的保险缴费额分布

买) 自己去保险公司购买占 14.20%。其他渠道购买占 20.30%。

可见，县域保险目前主要是个人营销业务。同时，展业渠道逐渐多元化，团险和兼业代理也占有一定的比重。在经济比较发达，组织能力比较强的乡村，通过村统一购买的也占有一定比例。个人的保险意识比较高，主动去保险公司购买的也占一定比例（见图 11）。

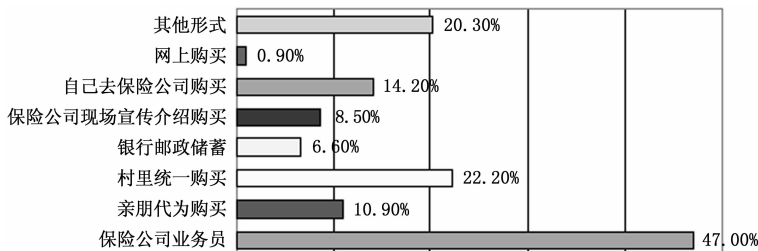


图 11 被调查者购买保险的途径分布

第五，从购买动机看，对于“您是在什么情况下买的保险”，大多数人还是“出于需要主动购买”的占 43.30%，其他各项选择分布比较均衡，都在 10%—18% 之间，选择“在保险业务员的强烈劝说下”的占 18.10%，选择“因保险公司业务员是亲友，买保险是碍于情面”的占 14.10%，选择乡、村干部动员购买的占 13.40%，选择“别人买自己也买”的占 10.90%（见图 12）。

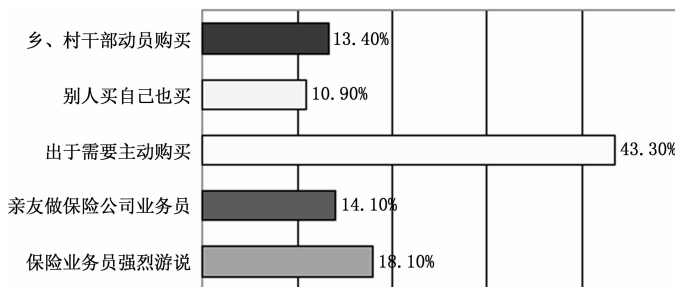
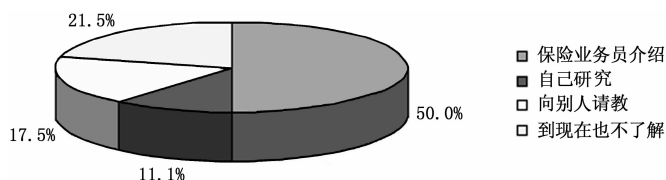


图 12 被调查者购买保险的动机

从购买动机看，很多被调查户购买保险的行为不够理性。保险业务员诱

导、人情、从众心理等占相当的比重。

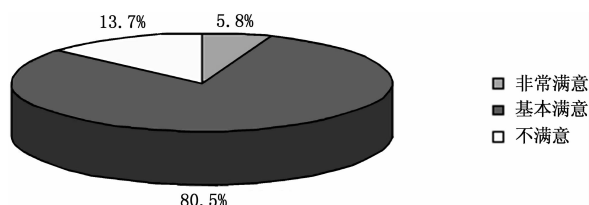
第六，从对所购买保险的了解途径看，购买保险人员对已购买保险的保险责任、条款等的主要了解途径是保险业务员介绍的占 缘豫，自己主动研究和向别人请教的分别占 员愿豫和 员愿豫，至今也不了解保险责任和条款的占 圆豫（见图附 圆原圆）。



图附 圆原圆 被调查者对保险责任和条款的了解途径

这一方面表明了相当一部分被调查户的保险消费非常被动，买了保险也不了解自己会得到哪些保障，更谈不上按照自己的需求去选择合适的险种；另一方面，这也暴露了保险营销员和公司提供的服务不够，没有帮助客户认真分析其自身面临的风险及其保障缺口，并根据需求设计和提供相应的保单组合。

第七，从对保险公司服务的满意程度看，对保险公司服务满意的占 愿豫，其中基本满意的占 愿豫，但非常满意的比例很低，仅为 缘豫，有 员愿豫的对保险公司服务不满意（见图附 圆原猿）。

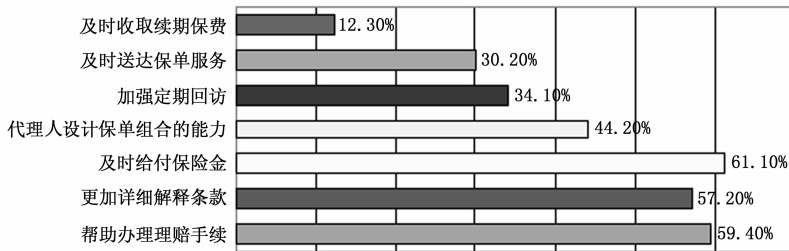


图附 圆原猿 被调查者对保险服务的满意度

对保险公司的服务非常满意的不到 远豫，不满意的却高达 员愿豫，这表明保险公司和营销人员的服务不尽责到位，距离客户的期望值较远。

第八，从对保险公司服务的期望看，购买保险的居民，最希望保险公司加强的服务依次为：及时给付保险金（占 远愿豫）、帮助办理理赔手续（占 缘愿豫）、更加详细解释条款（占 缘愿豫）、代理人根据需求 and 经济水平设计保单组合的能力（占 源愿豫）、加强定期回访（占 猿愿豫）、及时送达保单服务（占 猿愿豫）以及及时收取续期保费（员愿豫）（见图附 圆原圆）。

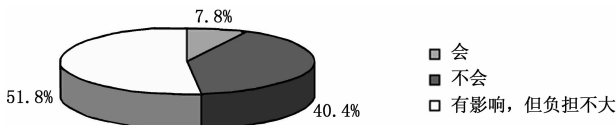
可见，客户非常希望保险公司能履行承诺，在保险事故发生时及时给付保险金。客户对理赔手续不太清楚，希望提供帮助，也反映出客户对保险知识的



图附 圆源源 被调查者对保险服务的期望

缺乏，要求保险公司提供更详细的服务。同时，客户普遍希望保险业务员根据其需求设计保单组合，并通俗易懂地解释条款，这表达了客户明明白白消费的愿望，也表明目前这方面做得还非常不够。同时，客户对售后服务也有相当的需求。

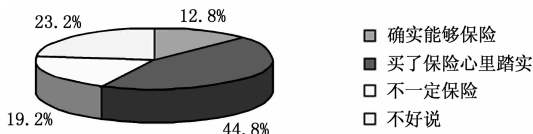
第九，从买保险后的影响看，普遍认为购买保险基本不会加重家庭经济负担，其中 缘圆豫 认为购买保险对家庭经济负担有影响，但负担不大，源圆豫 的人认为不会加重家庭负担，仅有 苑圆豫 的人认为购买保险加重家庭经济负担（见图附 圆源源）。



图附 圆源源 被调查者对买保险对其经济影响的想法

可见，对大多数被调查户来说，通过调整支出结构来购买保险，一般不会明显加重家庭经济负担。

买保险后是否真的就能保险了，对这一问题，选择“确实能够保险”的占 员圆豫，“买了保险心里踏实”的占 源圆豫，认为“不一定保险”的占 员圆豫，“不好说”的占 圆圆豫（见图附 圆源源）。

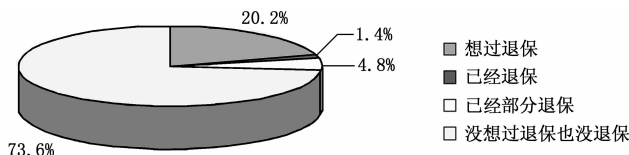


图附 圆源源 被调查者买保险后的保障感

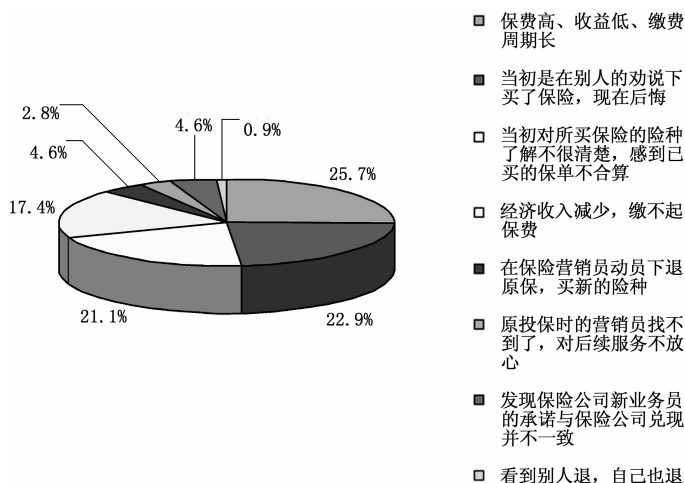
退保行为

已买保险的被调查户中，想过退保、已经退保或部分退保的占 圆圆豫，退保的原因排在第一位的是“保费高、收益低、缴费期长”，占 圆圆豫，“当

初在别人劝说下买了保险现在后悔”，占 圆缘豫，“当初对所买保险不了解，现在感到不合算”，占 圆缘豫，其次是“经济收入减少，缴不起保费”，占 圆缘豫，“发现保险公司业务员的承诺与保险公司兑现不一致”和“在保险营销员动员下退保，买新的险种”都占 圆缘豫，其余还有“原投保时的营销员找不到了，对后续服务不放心”，占 圆缘豫（见图附 圆缘豫 图附 圆缘豫）。



图附 圆缘豫 被调查者的退保行为



图附 圆缘豫 被调查者退保的原因

约 远豫左右的被调查户选择退保，另有 圆缘豫的被调查户想过退保。这表明县域保险的退保率较高，保单保全的压力很大。退保的原因主要是保险产品不适合、当初的非理性消费、保险业务员的误导等，真正由于经济收入能力不济而选择退保的比重并不高。

（三）未来保险消费趋势分析

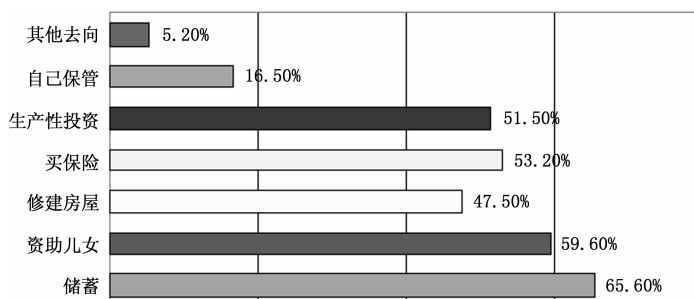
圆未来保险消费的意愿

调查显示，远缘豫的被调查户，考虑今后几年买保险。愿缘豫的被调查户愿意为家里的主要劳动力购买保险。远缘豫的被调查户愿意通过保险来分担经济压力。这表明，越来越多的被调查户表达了未来消费保险的意愿。

圆影响保险消费的因素

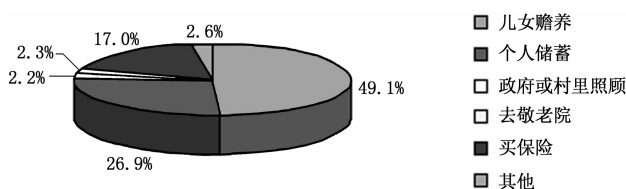
(良) 观念

本次调查设定专门的题目对农村居民可能影响保险消费的观念问题进行了调查。结果显示，对于怎样安排自己节余的钱，被调查户的选择率排序依次是：储蓄（远缘圆豫）、资助儿女（缘圆圆豫）、买保险（缘圆圆豫）、生产性投资（缘圆圆豫）、修建房屋（源圆圆豫）、自己保管（元圆圆豫）和其他去向（缘圆圆豫）（见图附 圆原圆苑）。



图附 圆原圆苑 被调查者对安排余钱的偏好

对于养老问题的安排方式，被调查户的选择率排序依次是：儿女赡养（源圆圆豫）、个人储蓄（圆圆圆豫）、买保险（员圆圆豫）、其他（圆圆圆豫）、去敬老院（圆圆圆豫）、政府或村里照顾（圆圆圆豫）（见图附 圆原圆愿）。

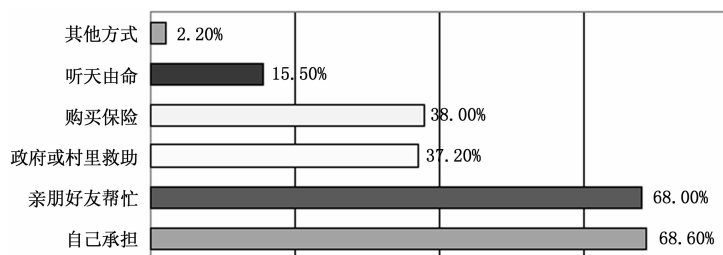


图附 圆原圆愿 被调查者对养老方式的偏好

对于应付天灾人祸的方法，被调查户的选择率排序依次是：自己承担（远圆圆豫）、亲朋好友帮忙（远圆圆豫）、购买保险（猿圆圆豫）、政府或村里救助（猿圆圆豫）、听天由命（员圆圆豫）、其他方式（圆圆圆豫）（见图附 圆原圆怨）。

上述分析表明，无论是养老还是应付天灾人祸以及对节余的钱的使用方面，保险都没有被作为首选，这一方面反映了被调查户的观念制约了保险的消费，另一方面，保险公司及其从业人员的口碑不好、宣传缺乏力度等供给层面的缺点也是重要原因。

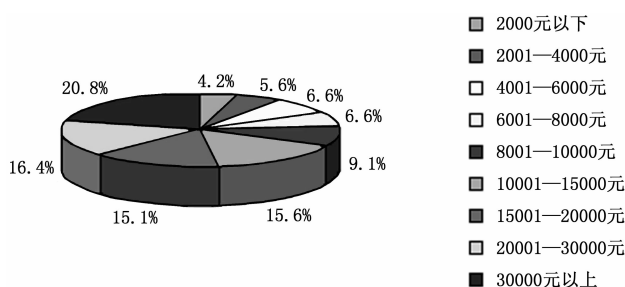
(圆) 经济实力



图附 圆原圆 被调查者应付天灾人祸的方法

家庭收入情况：被调查户全年现金收入，员万元以上的占 猿缘豫，圆万元以上的占 员缘豫，猿万元以上的占 圆缘豫，总体收入水平较高。远万元以下的占 员缘豫，其中 圆万元以下的占 源缘豫。

员万元以上现金收入分布比较均衡，而且 猿万元收入以上占的比例很高，这恰恰说明了东部地区居民的收入确实较高，是我国经济发展的前沿地区（见图附 圆原圆）。



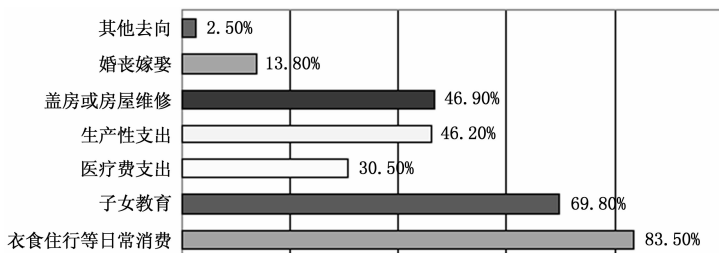
图附 圆原圆 被调查户现金收入分布

调查显示，被调查户对“近年来，您的家庭主要的支出项目有哪些”的提问，排在前三位的是：衣食住行等日常消费（愿缘豫）、子女教育（远缘豫）、盖房或房屋维修（源缘豫），之后是生产性支出（源缘豫）、医疗费支出（猿缘豫）和婚丧嫁娶（猿缘豫）（见图附 圆原圆）。

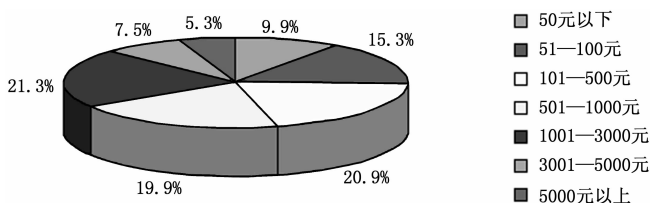
调查结果显示，被调查户的收入用于日常消费的部分占的比重最大，这和县域居民恩格尔系数较高是一致的。这也在一定程度上抑制了对保险的消费。

猿保险消费能力

如购买保险，被调查户能承担的年缴费额主要集中在 缘—猿万元之间，其中 缘—员万元占 员缘豫，员—缘万元占 圆缘豫，缘—员万元占 员缘豫，员—猿万元占 员缘豫。对 猿万元以上的较大数额的保单支付能力较小，其中，猿—缘万元的占 苑缘豫，缘万元以上的占 缘缘豫（见图附 圆原圆）。



图附 图 8-1 被调查户主要支出项目



图附 图 8-2 被调查者能承担的年缴费额

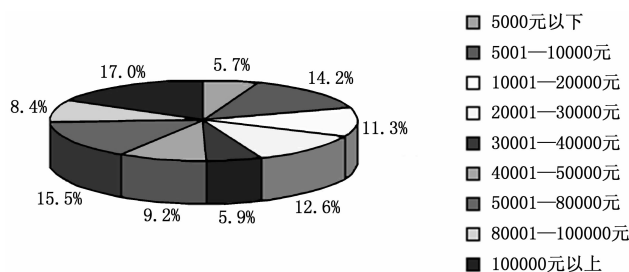
大多数被调查户能承担的年缴费额集中在 50—1000 元之间，这表明东部地区县域居民的保费支付能力呈现差异化，应该根据差异化需求供给差异化的产品。因此，目前主要根据城镇人口的需求开发的产品很难和县域居民的需求完全匹配，要求针对“低保费、低保障”的产品进行开发。同时，更不能忽略高收入居民的保障需求，可以同时注重开发年缴费较高的养老保险、年金保险或分红保险等。

对于保险金额的要求也是比较实际的，在“一般而言，赔款越高，需要交的保险费越多”的提示下，对于“一旦意外发生，您希望得到多少赔付”，50%的被调查户选择在 5000 元以下，15%的被调查户选择在 5001—10000 元，15%的被调查户的选择在 10001—20000 元，15%的被调查户的选择在 20001—30000 元，5%的被调查户的选择在 30001—40000 元，5%的被调查户的选择在 40001—50000 元，5%的被调查户的选择在 50001—100000 元，5%的被调查户的选择在 100001—200000 元，5%的被调查户的选择在 200001—500000 元以上（见图附 图 8-3）。

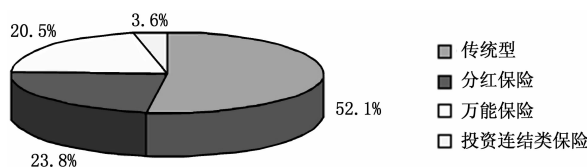
可见，各个层次保险金额要求分布比较均衡，这表明，县域居民收入水平的差异较大，对保障水平的要求差距较大。

保险别（种）需求

如购买保险，在各个险别中，选择传统型人身保险的占 50%，其次为分红保险，占 30%，再次为万能保险占 10%，选择投资连接保险较少，仅占 5%（见图附 图 8-4）。



图附 圆京藪 被调查者希望的保险金额



图附 圆京藪 被调查者希望购买的险别

从调查人员反馈的信息中我们发现，一些被调查户对传统型和新型人身保险产品的区别缺乏了解，同时有些调查人员也不能很好地解释其区别，可能只是简单地说“万能保险灵活”、“分红保险每年有分红”，这样被调查户只能在非完全信息的情况下作出想当然的选择，我们的判断是由于上述因素的影响，选择新型保险产品的占比高估。

如果购买，选择个人养老金保险、重大疾病保险和人身意外伤害保险等险种的最多，分别占 缘圆豫、源圆豫、源圆豫，其他依次为购买终身寿险的占 猿圆豫，购买子女教育保险的占 猿圆豫，购买住院医疗保险的占 圆圆豫，购买意外伤害医疗保险的占 圆圆豫，购买生死两全保险的占 员圆豫，购买定期寿险的占 员圆豫，购买年金保险的占 苑圆豫，购买婚嫁保险和购买手术保险的都占 远圆豫，购买收入损失保险的占 远圆豫（见图附 圆京藪）。

对险种的偏好表明了县域居民的需求集中在疾病保障、意外伤害保障以及养老保障等领域。

缘对保险公司的要求

农村居民在购买保险选择保险公司时，比较关注保险服务质量及保险公司的知名度，远圆豫的人考虑保险服务质量，缘圆豫的人会考虑保险公司知名度，缘圆豫的人考虑保险产品的质量，猿圆豫的人考虑保险公司员工及业务员的素质，源圆豫的人考虑投保及理赔程序，圆圆豫的人 would 考虑产品多样化（见图附 圆京藪）。

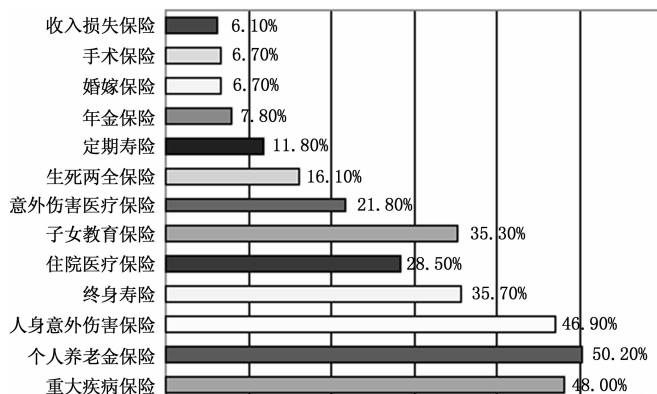


图 10 被调查者希望购买的险种

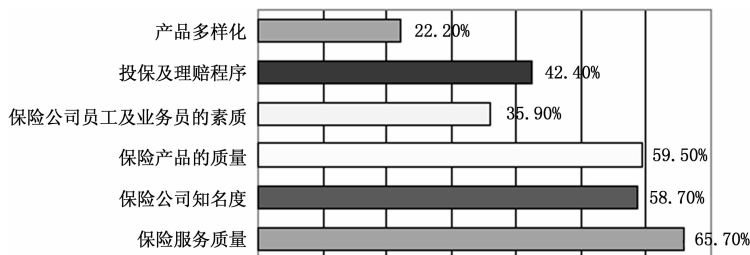
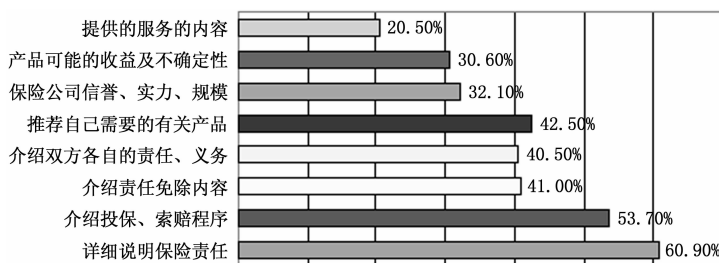


图 11 影响被调查者选择投保公司的因素

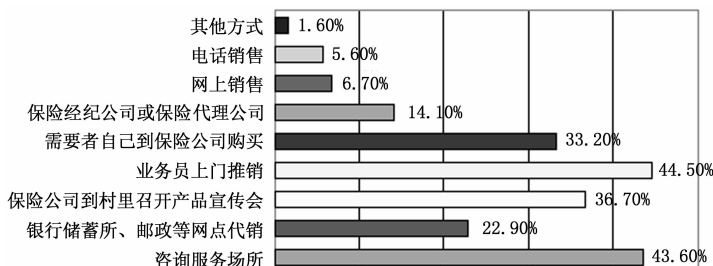
对于购买保险时，希望保险公司提供哪些方面的信息，**不愿**的人选择详细说明保险责任，**愿意**的人选择介绍投保、索赔程序，**愿意**的人希望保险公司推荐自己需要的有关产品，**愿意**希望保险公司介绍责任免除内容，**愿意**的人希望保险公司介绍双方各自的责任和义务，**愿意**的人希望得到保险公司信誉、实力、规模等方面信息，**愿意**希望保险公司说明产品可能的收益及不确定性、**愿意**希望保险公司提供服务的内容。被调查户大多希望保险公司提供多方面的信息，这充分表明了其对理性消费的渴望（见图 10）。**愿意**。

对购买渠道的偏好

调查中设定“您希望保险公司通过什么方式推销产品”来调查农村居民对保险购买渠道的偏好，结果显示，**愿意**的人选择保险公司业务员上门推销，**愿意**的选择增设咨询服务场所由专业人士帮助介绍合适险种，**愿意**的人选择保险公司到村里召开产品宣传会，**愿意**的人选择需要者自己到保险公司购买，**愿意**的人选择通过银行储蓄所、邮政等网点代销，**愿意**的人选择保险经纪公司或保险代理公司销售，**愿意**的人选择网上销售，**愿意**的人选择电话



图附 圆原苑 被调查者希望保险公司提供的信息



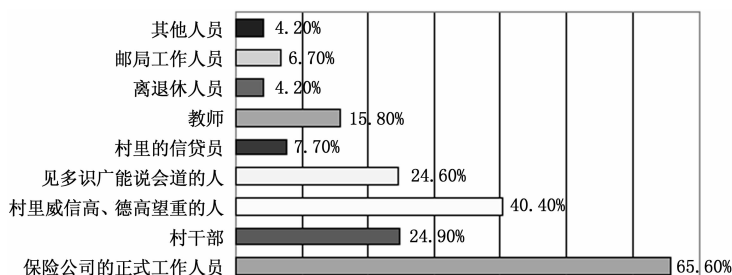
图附 圆原愿 被调查者希望购买保险的渠道

销售（见图附 圆原愿）。

将近一半的被调查户希望业务员上门推销，这表明一半以上的被调查户能够接受寿险营销。同时，源豫左右的被调查户选择增设咨询服务场所由专业人士帮助介绍合适险种，这表明在具备条件的地方设立农村营销服务部是非常可行的；猿豫左右的被调查户选择保险公司到村里召开产品宣传会，也表明在东部地区通过产品说明会形式推销保险业务为县域的居民所接受。另外，东部地区的居民的保险意识确实有了提高，自己上保险公司购买也成了很重要的一个渠道。由于银行储蓄所、邮政的网络覆盖面广，代销保险业为一部分被调查户所接受。另外，网上销售、电话营销不为被调查户所熟悉。

对于希望什么人在本村当保险业务员推销保险，远豫的人选择保险公司的正式工作人员，源豫的人选择村里威信高、德高望重的人，圆豫的人选择村干部，圆豫的人选择见多识广能说会道的人，员豫的人选择教师，远豫的人选择邮局工作人员。苑豫的人选择村里的信贷员，源豫的人选择离退休人员（见图附 圆原愿）。

被调查户选择什么人在村里当保险业务员，实际上表明被调查户对什么人信任度更多。比较有意思的是，高达 远豫的被调查户选择保险公司的正式工作人员，显然，他们并不知道保险业务员是保险公司的代理人，不是保险公司

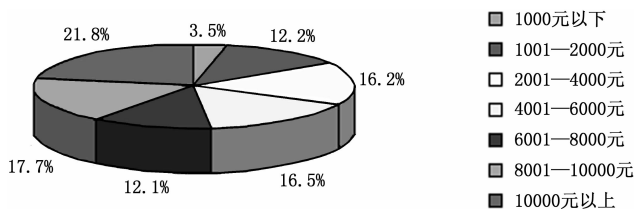


图附 10-1 被调查者希望保险业务员的人选

的正式工作人员。但作出这种选择恰恰表明了被调查户觉得正式工作人员背后有一个单位在向他们承担责任，能够给他们带来较稳定的预期，而对其他人则不太信任，害怕被骗上当。除了保险公司的正式工作人员，被调查户选择的主要是乡村的“精英阶层”，显然，和一般村民相比，这些“精英阶层”更值得信赖。这些都充分表明了信誉对于县域保险发展的重要性。

对于子女教育储蓄类保险的需求

对于孩子考上大学，每年能够承担 1 万元以上的学杂费和生活费的占 12.2%，能够承担 1000—10000 元的占 16.5%，能够承担 1000 元以下的仅占 3.5%（见图附 10-2）。



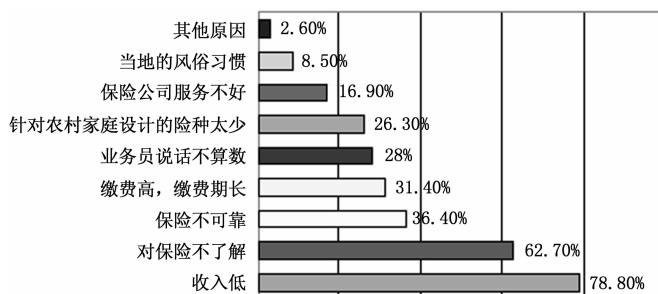
图附 10-2 被调查者能承担的教育费用

目前大多数大学一年的学杂费和生活费一般都在 1 万元以上，但调查发现，能够承担 1 万元以上的仅为 12.2%，县域居民对类似于子女教育婚嫁金保险的储蓄类保险的需求潜力较大。

为什么没有买保险

目前农村居民购买保险较少的主要原因，12.2% 的人认为是收入低，经济条件不允许；16.5% 的人认为是对保险不了解，不知道买保险是否合适；17.7% 的人认为是保险公司骗人，保险不可靠；12.1% 的人认为是缴费高，缴费期长；16.2% 的人认为是保险公司业务员说话不算数；21.8% 的人认为是针对农村家庭设计的险种太少，3.5% 的人认为保险公司服务不好；12.2% 的人认为

是当地的风俗习惯（见图附 圆原原）。



图附 圆原原 被调查者没有买保险的原因

在被调查户的自我评价中，高达 苑豫的人认为经济原因是制约保险消费的主要原因。但对保险不了解、产品不合适以及对保险公司和业务员不信任也占了相当大的比重。这也表明，提高县域保险的渗透面，除了发展县域经济，提高人均可支配收入水平外，还必须从提高县域居民对保险的认知、提供合适的产品以及提高保险公司及其从业人员的信誉等角度入手。

三、调 查 结 论

（一）保险认知与评价

被调查对象对保险有一定的了解，但了解保险的比重较低（占 苑豫）。绝大多数居民主要通过保险公司的业务员或亲戚朋友介绍或通过电视了解保险，渠道比较单一。但对保险的功能和作用的认识大多数人有了一定的提高，有 缘豫的被调查者能认识到“买保险可以使被保险人获得一定保障，减少后顾之忧”。对于商业保险及其从业人员的信任度正在逐步提高，普遍认为保险从业人员素质一般。中国人寿在农村知名度最高。

（二）保险消费行为

农村保险的渗透率较高，买过保险的占 远豫。

已购买保险主要为自己的小家庭（即夫妇俩及孩子）投保，其次是老人。

在购买险种问题上，以购买传统型产品为主，险种集中在养老保险、重大疾病保险、意外伤害保险、终身寿险和子女教育保险。

绝大多数居民缴费额为 500-1000 元之间，说明居民对保险的经济支付能力相对较弱，但各个层次分布较均衡，可以针对不同收入的农民开发不同的险种。

从购买渠道看，几乎超过一半通过上门推销的保险公司业务员购买，其次村里统一购买、其他形式购买（多为学校组织统一购买）的和自己去保险公司购买。

保险消费行为逐步理性，“出于需要主动购买”的仅占 15.3%， “因保险公司业务员是亲友，买保险是碍于情面”和“在保险业务员的强烈劝说下”所占比重变小（14.4%）。

从对所购买保险的了解途径看，购买保险人员对已购买保险的保险责任、条款等的主要了解途径是保险业务员介绍（52.9%），至今也不了解保险责任和条款的仍然占 10.4%。

对保险公司服务基本满意，但非常满意的所占比例很低（10.4%），仍然有 15.3% 的对保险公司服务不满意。

购买保险的居民，最希望保险公司加强的服务依次为：及时给付保险金（占 25.9%）、帮助办理理赔手续（占 25.9%）、更加详细解释条款（占 25.9%）、代理人根据需求和经济水平设计保单组合的能力（占 15.3%）、加强定期回访（占 15.3%）、及时送达保单服务（15.3%）以及及时收取续期保费（占 15.3%）。

普遍认为购买保险基本不会加重家庭经济负担。认为买保险后“确实能够保险”和“买了保险心里踏实”的占 52.9%，认为“不一定保险”和“不好说”的占 15.3%。

已买保险的被调查户中，想过退保、已经退保或部分退保的占 10.4%，退保的主要原因主要是“保费高、收益低、缴费期长”，在保险营销员动员下退原保，买新的保险也是重要原因。

（三）保险消费趋势

农村保险市场潜力巨大，大多数人考虑今后几年买保险。15.3% 的被调查人愿意为家里的主要劳动力购买保险。52.9% 的被调查户愿意通过保险来分担经济压力。

观念是影响保险消费的重要因素。对于安排自己节余的钱、养老问题以及应付天灾人祸的方法，保险都没有被作为首选。

被调查户总体收入水平较高,能承担的年缴费额主要集中在 猿园园-猿园园园元之间,保险金额在 猿万元左右的居多。

选择传统型人身保险的所占比例较大(占 猿园%),其次为分红保险(占 猿%),选择投资连接保险较少(占 猿%)。考虑购买的险种多集中在重大疾病保险、个人养老金保险和人身意外伤害保险等。

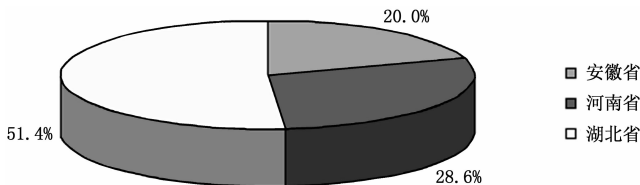
在购买保险选择保险公司时,比较关注保险公司的知名度及保险产品和服务的质量,对于购买保险时,希望保险公司提供有关保险产品、服务质量等方面的信息。

大多数居民选择增设咨询服务场所由专业人士帮助介绍合适险种(占 猿%),也有很多人偏好选择通过银行储蓄所、邮政等网点代销、保险公司到村里召开产品宣传会、保险公司业务员上门推销等。绝大多数人希望保险公司的正式工作人员在本村推销保险。

附录 中部地区县域人身保险需求调查问卷分析

一、样本情况分析

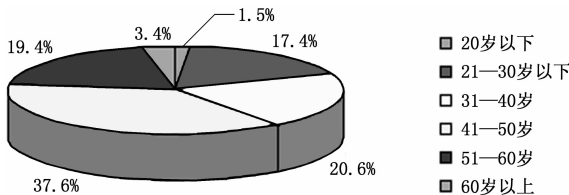
省份结构：中部地区回收问卷 份，其中有效问卷 份，湖北省 份，占中部地区问卷的 ，河南省 份，占 ，安徽省 份，占 （见图附 ）。



图附 调查样本的省份结构

性别结构：本次调查要求户主填答问卷，从被调查者的性别结构看，男性居多，占 ，女性占 。

年龄结构：以青壮年为主， 岁占 ， 岁以下占 ， 岁以上占 （见图附 ）。

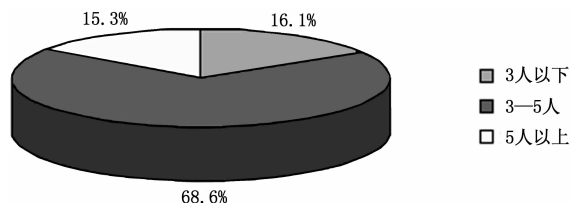


图附 被调查者的年龄结构

家庭常住人口情况：以 缘人的家庭为主，占 ，三人以下占

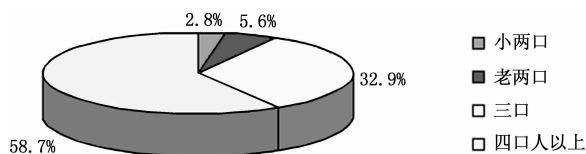
猿圆豫，缘人以上占 猿猿豫。

家庭成员构成：以三口或四口人以上为主，其中，三口之家占 猿圆豫，四口人以上占 猿圆豫，小两口占 圆圆豫，老两口占 猿圆豫（见图附 猿猿猿）。



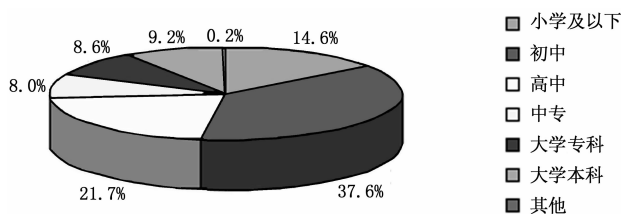
图附 猿猿猿 被调查者的家庭成员构成

从中部地区居民的家庭结构看，四口人及以上的家庭接近六成，属“扩展型家庭”（猿圆豫），其养老和健康多依赖于家庭保障。同时，三口之家的“核心家庭”（猿圆豫）占三分之一强，客观上需要社会化的保障机制（见图附 猿猿源）。



图附 猿猿源 被调查者的家庭结构

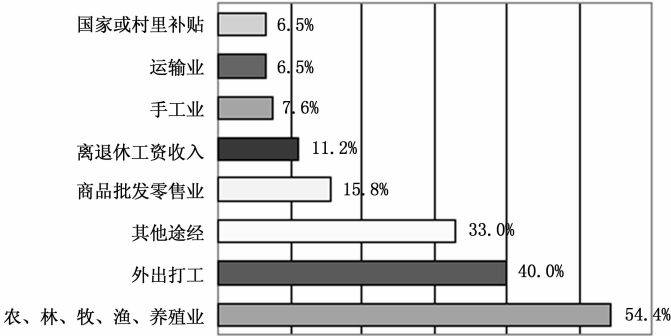
文化程度：以初中毕业居多，占 猿圆豫，高中占 圆圆豫。中专及以上占 圆圆豫，小学及以下占 猿圆豫。整体文化素质不高（见图附 猿猿缘）。



图附 猿猿缘 被调查者文化程度

家庭主要收入来源：来源于传统农业即农、林、牧、渔、养殖业的占 猿圆豫，来源于打工收入的占 猿圆豫，其他依次是商品批发零售业占 猿圆豫；退休工资收入占 猿圆豫；手工业占 猿圆豫；运输业、国家或村里补贴的比重较小。其他途径占 猿圆豫（见图附 猿猿远）。

数据显示，收入结构多元化成为趋势，虽然传统农业作为收入来源仍占半数，但值得注意的是外出打工作为主要收入来源所占比例也比较大，较利于增



图附 猿京远 被调查户的收入来源结构

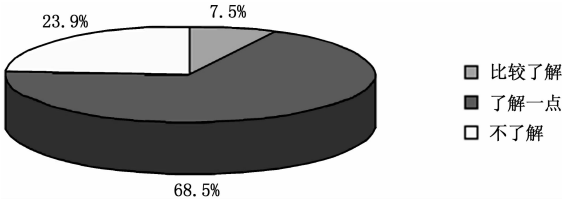
加农民现金收入，提高实际购买力。

二、调查结果统计分析

（一）保险认知与评价分析

猿京远 保险认知程度

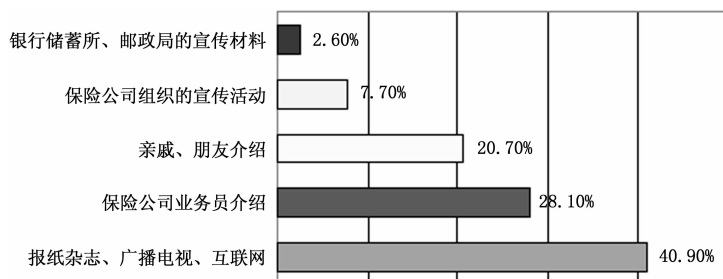
调查结果显示，苑京豫的农村居民对保险有一定的了解，其中，“比较了解”的占 苑京豫，“了解一点”的占 远京豫。另外，圆京豫的农村居民对保险“不了解”（见图附 猿京苑）。



图附 猿京苑 被调查者对保险的了解程度

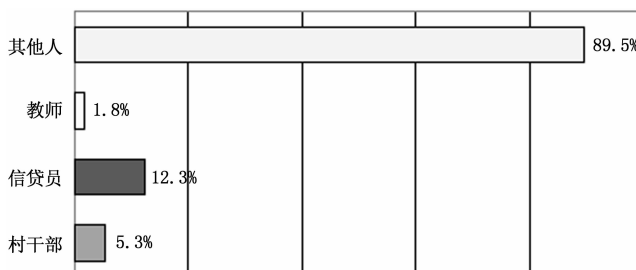
对于了解保险的途径，绝大多数居民主要通过报刊杂志、广播电视、互联网、保险公司的业务员或亲戚朋友介绍，其中，源京豫的农村居民通过“报纸杂志、广播电视、互联网”，圆京豫的农村居民通过“保险公司业务员介绍”，圆京豫通过“亲戚朋友介绍”，其他了解保险的途径较少，通过公司组织的宣传活动了解保险的只占 苑京豫，通过银行储蓄所、邮政局的宣传材料了解保险的只占 圆京豫（见图附 猿京愿）。

图附 猿显示，中部地区绝大多数居民了解保险的途径集中在了报纸杂志、广播电视、互联网、保险公司业务员介绍和亲戚朋友介绍上面，其他途径微乎其微，这表明居民了解保险的渠道仍然非常有限。



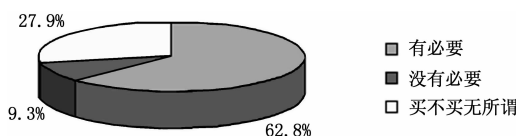
图附 猿 被调查者了解保险的途径

猿的被调查者回答村里有保险业务员，猿的被调查者回答村里没有保险业务员，另外 圆%的被调查者回答不清楚。愿%的人回答有其他人在村里推销保险（见图附 猿）。



图附 猿 被调查者所在地保险业务员的构成

对于保险重要性的认识，愿%的被调查户认为农村居民“有必要”买保险，认为“没有必要”的占 怨%，认为“买不买无所谓”的占 圆%。可见，大部分被调查对象认识到了保险的必要性，但对保险重要性的认识存在偏差的还占三成以上（见图附 猿）。

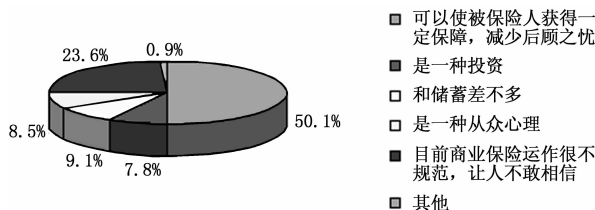


图附 猿 被调查者对买保险的态度

圆对商业保险、市场主体及从业人员的评价

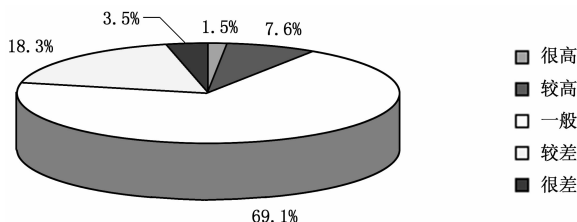
对于保险的看法，缘%的农村居民认为“买保险可以使被保险人获得

一定保障，减少后顾之忧”， $\frac{1}{4}$ 的农村居民认为“目前商业保险运作很不规范，让人不敢相信”，认为“买保险和储蓄差不多”的占 $\frac{1}{4}$ ，认为“买保险是一种从众心理”的和“买保险是一种投资”的分别占 $\frac{1}{4}$ 和 $\frac{1}{4}$ （见图附 猿原猿）。



图附 猿原猿 被调查者对买保险的看法

对于当前保险从业人员素质的看法，认为“很高”或“较高”的占 $\frac{1}{4}$ ，认为“一般”的占 $\frac{1}{4}$ ，认为“较差”或“很差”的占 $\frac{1}{4}$ （见图附 猿原猿）。可见，被调查户认为保险从业人员总体素质不高，很差的甚至占比不小，可见人们对保险从业人员的信任度不高，这在一定程度上制约人们的保险购买行为。



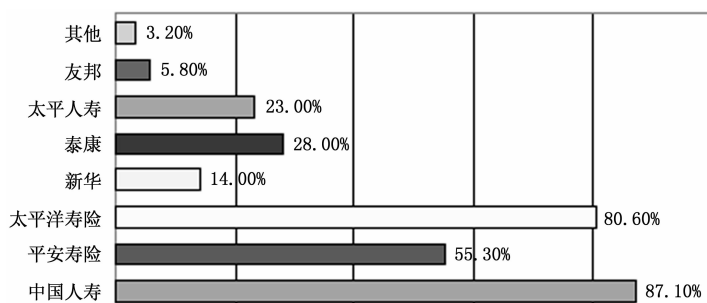
图附 猿原猿 被调查者对保险从业人员素质的评价

被调查对象比较熟悉的公司分别是中国人寿、太平洋和平安。其中，知道中国人寿的占被调查对象的 $\frac{1}{4}$ ，太平洋寿险的占 $\frac{1}{4}$ ，平安寿险占 $\frac{1}{4}$ ，泰康占 $\frac{1}{4}$ ，太平人寿占 $\frac{1}{4}$ ，新华占 $\frac{1}{4}$ ，对其他市场主体相对比较陌生（见图附 猿原猿）。调查显示，中国人寿在县域的知名度位居各寿险公司之首，这源于中国人寿庞大的分支机构和农村营销服务部的优势。不容忽视的是太平洋寿险与中国人寿的知名度相差距离不大。

知道中国保监会是全国商业保险主管机关的农村居民为 $\frac{1}{4}$ 。

（二）保险消费行为分析

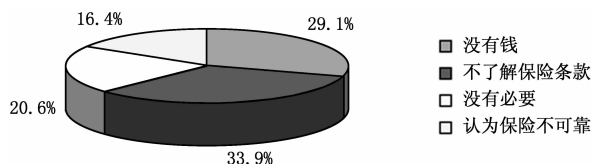
猿保险渗透率



图附 猿猿猿 被调查者对保险市场主体的认知

调查显示,买过保险的占 猿猿.猿%.这一比例还是比较高的,调查“所购买的产品缴费额”,结果显示, 猿猿.猿%的被调查用户缴费额在 猿元以下,买过保险的大部分为“学平险”。

在没有买保险的被调查对象中,“不了解保险条款的”占 猿猿.猿%,“没有钱购买保险的”占 猿猿.猿%,认为没有必要的占 猿猿.猿%,认为保险不可靠的占 猿猿.猿% (见图附 猿猿源)。从中我们可以看到,“没有钱购买保险”固然是中部地区的一个特点,但排在首位的是对保险条款不了解,对保险不信任的也大有人在。因此,这给我们的启示是,让更多的人了解保险是激发潜在需求的前提。



图附 猿猿源 被调查者没买保险的原因

圆圆 购买保险的决策

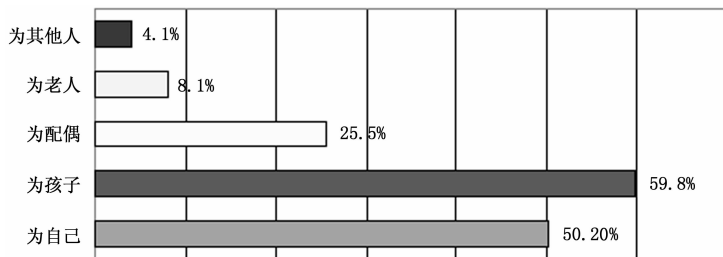
第一,在为谁买的问题上,已购买保险的被调查户中,给孩子买的最多,占 猿猿.猿%,给自己买的为 猿猿.猿%,其余依次是给配偶买的占 猿猿.猿%,给老人买的占 猿猿.猿% (见图附 猿猿缘)。

给孩子买保险的最多,大部分是学平险。

第二,在购买险种问题上,购买传统型产品的占 猿猿.猿%,购买新型产品的占 猿猿.猿%。

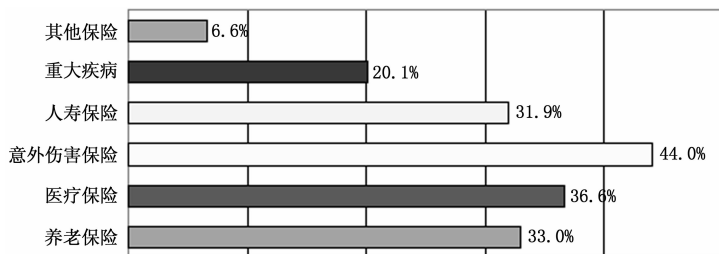
结合后面对收入情况的调查可以分析,购买传统型产品居多的原因之一是受经济能力的制约,因为新型产品缴费相对较高。

猿猿.猿%购买了意外伤害保险,猿猿.猿%购买了医疗保险,猿猿.猿%购买了养老保



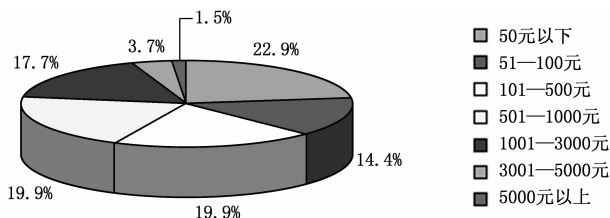
图附 豫东 被调查者为谁买保险

豫东的被调查户购买了人寿保险，豫西购买了重大疾病保险，豫南购买了其他保险（见图附 豫东）。



图附 豫东 被调查者购买保险险种的分布

第三，在所购买保险产品的缴费额问题上，调查显示，缴费额在 50 元以下的比重相对较大，占 22.9%，51—100 元的占 14.4%，101—500 元的占 19.9%，501—1000 元的占 19.9%，1001—3000 元的占 17.7%，3001—5000 元的占 3.7%，5000 元以上占 1.5%（见图附 豫东）。

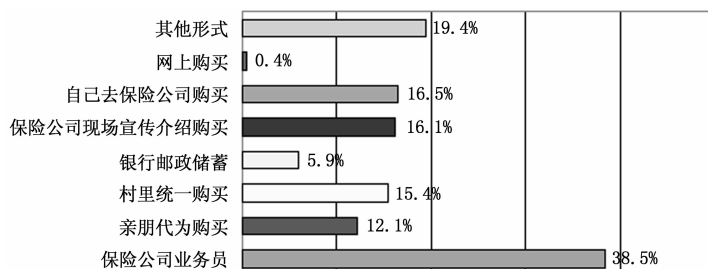


图附 豫东 被调查者的保险缴费额分布

从缴费额上看，中部地区县域居民多集中在低保费的保险产品上，5000 元以上的缴费额占比例甚小。

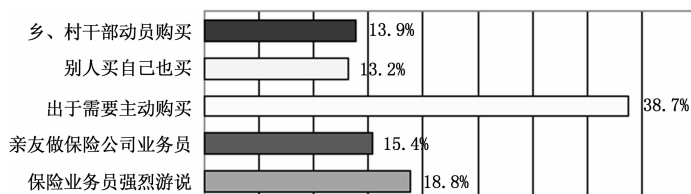
第四，从购买渠道看，通过上门推销的保险公司业务员购买的占 36.6%，村里统一购买的占 31.9%，自己去保险公司购买占 20.1%，通过保险公司现场宣传介绍购买占 17.7%，亲朋代为购买的和在银行邮政储蓄柜台分别占 4.1% 和 8.1%。

猿猿猿猿和猿猿猿猿，网上购买者为猿猿猿猿。其他形式购买的占猿猿猿猿（见图附猿猿猿猿）。



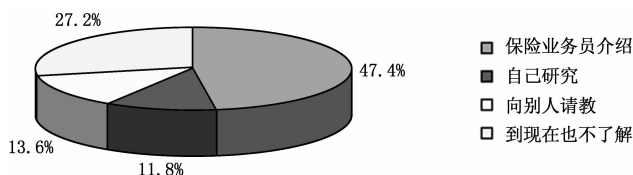
图附猿猿猿猿 被调查者购买保险的途径分布

第五，从购买动机看，对于“您是在什么情况下买的保险”，选择“出于需要主动购买”的占猿猿猿猿，选择“因保险公司业务员是亲友，买保险是碍于情面”和“在保险业务员的强烈游说下”的共占猿猿猿猿，乡、村干部动员购买的占猿猿猿猿，选择“别人买自己也买”的占猿猿猿猿。可见，很多被调查户购买保险的行为不够理性（见图附猿猿猿猿）。



图附猿猿猿猿 被调查者购买保险的动机

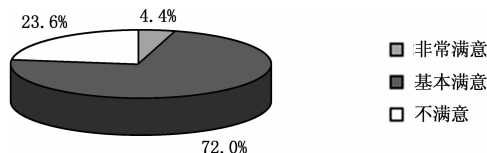
第六，从对所购买保险的了解途径看，购买保险人员对已购买保险的保险责任、条款等的主要了解途径是保险业务员介绍，占猿猿猿猿，自己主动研究和向别人请教的分别占猿猿猿猿和猿猿猿猿，至今也不了解保险责任和条款的占猿猿猿猿（见图附猿猿猿猿）。



图附猿猿猿猿 被调查者对保险责任和条款的了解途径

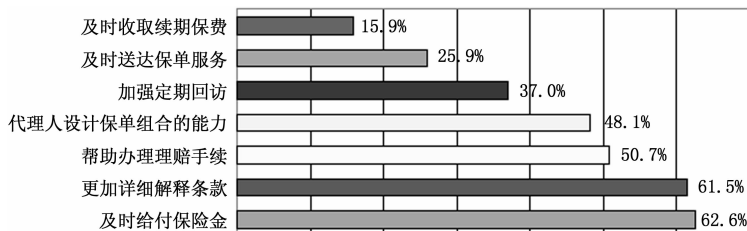
可见，买了保险却不了解保险责任和条款的大有人在，表明保险公司在这一环节的服务不很到位，存在着纠纷隐患。

第七，从对保险公司服务的满意程度看，对保险公司服务满意的占 72.0%，其中基本满意的占 72.0%，但非常满意的所占比例很低，仅为 4.4%。23.6% 的对保险公司服务不满意。可见保险公司的服务与投保人的满意度之间还有很大差距（见图附 猿原猿）。



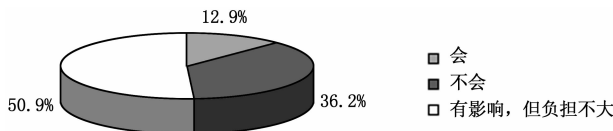
图附 猿原猿 被调查者对保险服务的满意度

第八，从对保险公司服务的期望看，购买保险的居民，最希望保险公司加强的服务依次为：及时给付保险金（占 62.6%）、更加详细解释条款（占 61.5%）、帮助办理理赔手续（占 50.7%）、代理人根据需求和经济水平设计保单组合的能力（占 48.1%）、加强定期回访（占 37.0%）、及时送达保单服务（占 25.9%）以及及时收取续期保费（占 15.9%）（见图附 猿原肆）。



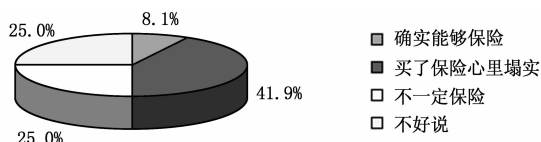
图附 猿原肆 被调查者对保险服务的期望

第九，买保险后的影响。普遍认为购买保险基本不会加重家庭经济负担，其中 36.2% 的人认为购买保险对家庭经济负担有影响，但负担不大，50.9% 的人认为不会加重家庭负担，仅有 12.9% 的人认为购买保险加重家庭经济负担（见图附 猿原伍）。



图附 猿原伍 被调查者对买保险对其经济的影响的看法

买保险后是否真的就能保险了，对这一问题，选择“确实能够保险”和“买了保险心里踏实”的占 36.2%，认为“不一定保险”和“不好说”的占 50.9%（见图附 猿原陆）。

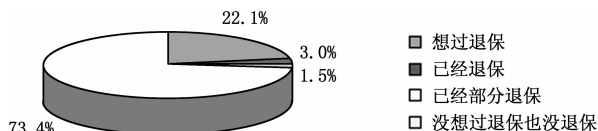


图附 猿源 被调查者买保险后的保障感

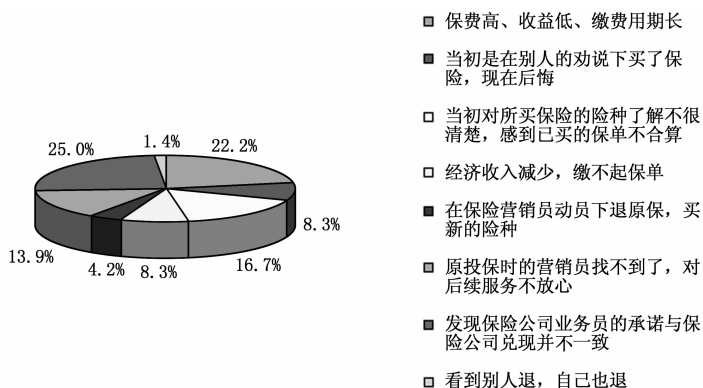
对保险功能的认识偏差可能部分源于对保险公司的不信任，而非保险本身。因为目前部分消费者把保险公司和保险的概念混同，把个别听到或看到的保险公司的负面信息看成保险活动本身的不可信性。

猿退保行为

已买保险的被调查户中，想过退保、已经退保或部分退保的占 猿缘缘缘（见图附 猿缘），退保的原因排在前面的是“原投保时的营销员找不到了，对后续服务不放心”及“发现保险公司业务员的承诺与保险公司兑现不一致”等占 猿缘缘缘。“保费高、收益低、缴费期长”占 猿缘缘缘，“当初对所买保险不了解，现在感到不合算”的占 猿缘缘缘，其余还有“当初在别人劝说下买了保险现在后悔”的占 猿缘缘缘，“经济收入减少，缴不起保费”的占 猿缘缘缘（见图附 猿缘）。



图附 猿缘 被调查者的退保行为



图附 猿缘 被调查者退保的原因

(三) 保险消费趋势分析

未来保险消费的意愿

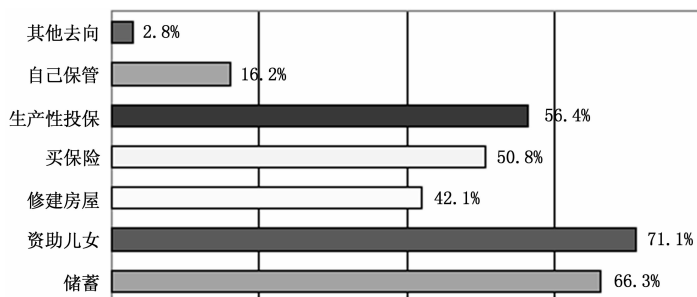
调查显示，有 42.1% 的被调查户，考虑今后几年买保险。愿意的被调查人愿意为家里的主要劳动力购买保险。有 50.8% 的被调查户愿意通过保险来分担经济压力。

可见，多数被调查对象愿意在未来购买保险产品。

影响保险消费的因素

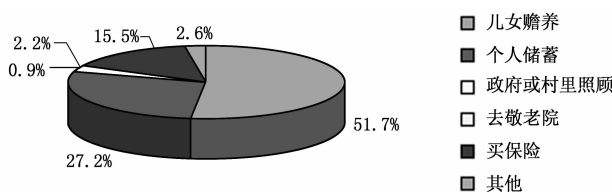
(一) 观念

本次调查设定专门的题目对农村居民可能影响保险消费的观念问题进行了调查。结果显示，对于怎样安排自己节余的钱，被调查户的选择率排序依次是：资助儿女（42.1%）、储蓄（66.3%）、生产性投资（56.4%）、买保险（50.8%）、修建房屋（42.1%）和自己保管（16.2%），其他去向（2.8%）（见图 4-1）。图附 4-1。



图附 4-1 被调查者对安排余钱的偏好

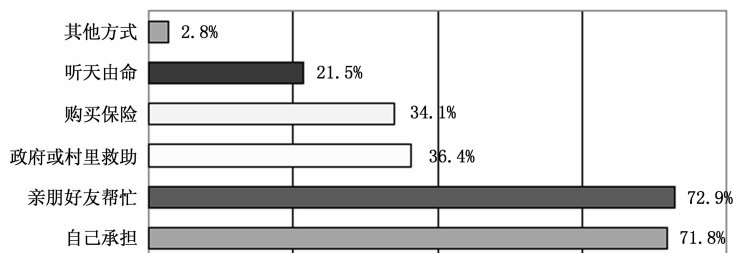
对于养老问题的安排方式，被调查户的选择率排序依次是：儿女赡养（51.7%）、个人储蓄（27.2%）、买保险（15.5%）、去敬老院（2.6%）、政府或村里照顾（2.2%）、其他（0.9%）（见图 4-2）。图附 4-2。



图附 4-2 被调查者对养老方式的偏好

对于应付天灾人祸的方法，被调查户的选择率排序依次是：亲朋好友帮忙

（猿圆豫）、自己承担（猿圆豫）、政府或村里救助（猿圆豫）、购买保险（猿圆豫）、听天由命（猿圆豫）其他方式（猿圆豫）（见图附 猿圆猿）。

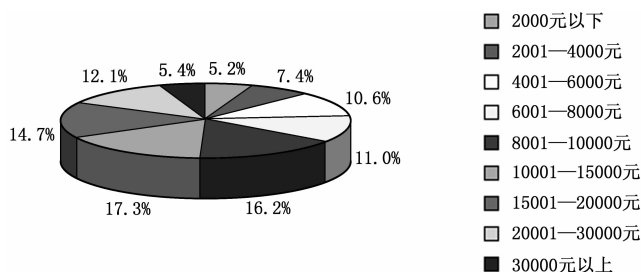


图附 猿圆猿 被调查者应付天灾人祸的方法

前述数据表明，无论是养老、应付天灾人祸还是对节余的钱的使用方面，保险均未列入首选，这一方面反映了人们观念的滞后，但另一方面也暴露了保险公司对保险的宣传力度不够。

（四）经济实力

家庭收入情况：被调查户全年现金收入，员万—圆万元的占 猿圆豫，圆万—猿万元的占 猿圆豫，猿圆元以上以上的占 猿圆豫，总体收入水平不高。员圆元以下以下的占 猿圆豫，其中 圆圆元以下以下的占 猿圆豫（见图附 猿圆源）。



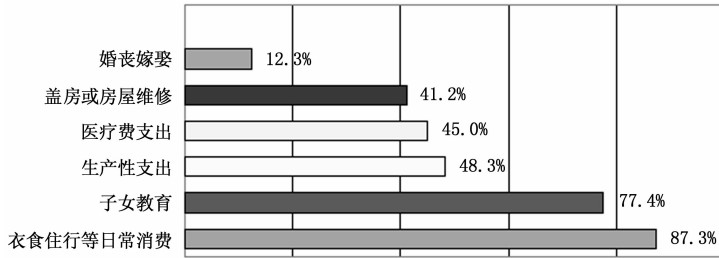
图附 猿圆源 被调查户现金收入分布

调查显示，被调查户“近年来，您的家庭主要的支出项目有哪些”，排在前三位的是：衣食住行等日常消费（猿圆豫）、子女教育（猿圆豫）、之后是生产性支出（猿圆豫），医疗费支出（猿圆豫）、盖房或房屋维修（猿圆豫）和婚丧嫁娶（猿圆豫）（见图附 猿圆缘）。

可见，中部地区被调查户恩格尔系数很高。同时，子女教育支出也占了很高的比重，这说明子女教育金保险有较大的潜在需求。

猿圆 保险消费能力

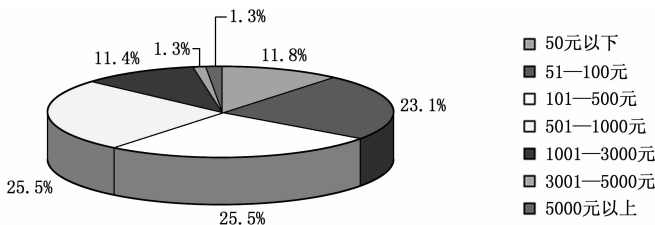
如购买保险，被调查户能承担的年缴费额主要集中在 猿—猿圆元之间，



图附 8-1 被调查户主要支出项目

其中 50 元以下的占 1.3%，51—100 元的占 11.8%，101—500 元占 23.1%，501—1000 元占 25.5%，1001—3000 元占 25.5%，3001—5000 元占 1.3%，5000 元以上占 1.3%。对 5000 元以上的数额的保单支付能力较小，占 1.3%（见图附 8-2）。

说明大多数被调查户的经济承受能力有限。



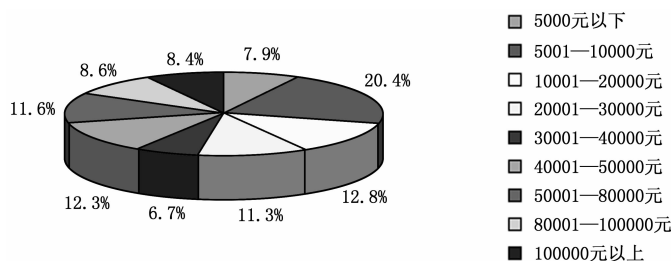
图附 8-2 被调查者能承担的年缴保费

对于保险金额的要求相对比较均匀，在“一般而言，赔款越高，需要交的保险费越多”的提示下，对于“一旦意外发生，您希望得到多少赔付”，7.1% 的被调查户选择在 5000 元以下，11.8% 的选择在 5001—10000 元。23.1% 的选择在 10001—50000 元，25.5% 的选择在 50001—100000 元，25.5% 的选择在 100001—500000 元，1.3% 的选择在 500001—1000000 元，1.3% 的选择在 1000001 元以上（见图附 8-3）。

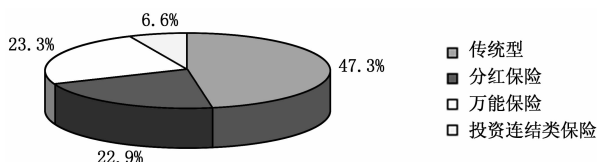
险别（种）需求

如购买保险，在各个险别中，选择传统型人身保险的占 7.1%，其次为万能保险占 11.8%，再次分红保险占 23.1%，选择投资连接保险较少，仅占 25.5%（见图附 8-4）。

如果购买保险，选择人身意外伤害保险、个人养老金保险和子女教育保险等险种的最多，分别占 25.5%、25.5%、25.5%，这表明这几方面的保险需求相对较大。其他依次为重大疾病保险占 23.1%、意外伤害医疗保险占 23.1%，

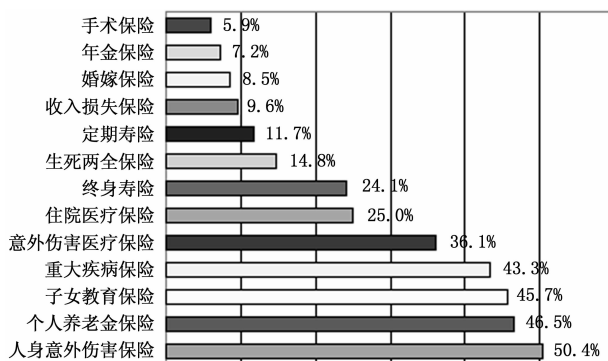


图附 猿 被调查者希望的保险金额



图附 猿 被调查者希望购买的险别

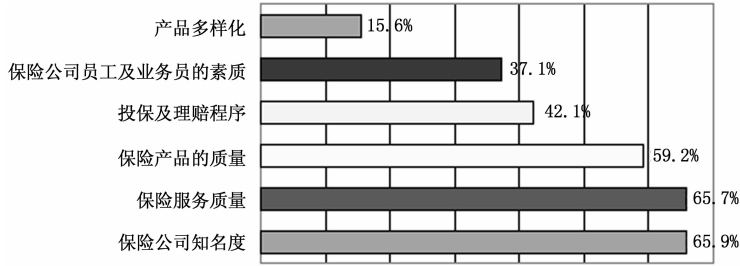
住院医疗保险占 圆豫、终身寿险占 圆豫、生死两全保险占 圆豫、定期寿险占 圆豫、收入损失保险占 圆豫、婚嫁保险占 圆豫、年金保险占 圆豫、手术保险占 圆豫 (见图附 猿)。



图附 猿 被调查者希望购买的险种

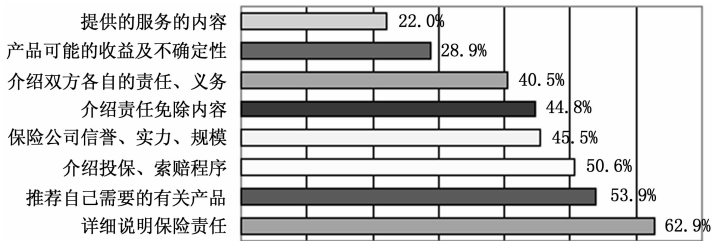
对保险公司的要求

农村居民在购买保险选择保险公司时，比较关注保险服务的质量和保险公司的知名度以及保险产品的质量等，还圆豫的人考虑保险服务质量，还圆豫的人考虑保险公司知名度，缘圆豫的人考虑保险产品的质量，源圆豫的人考虑投保及理赔程序，猿圆豫的人考虑保险公司员工及业务员的素质，员圆豫的人考虑产品多样化。可见，被调查户在选择保险产品时，渴望了解的信息很多 (见图附 猿)。



图附 獭弱苑 影响被调查者选择投保公司的因素

对于购买保险时，希望保险公司提供哪些方面的信息，远弱豫的人选择详细说明保险责任，缘弱豫的人希望保险公司推荐自己需要的有关产品，缘弱豫的人选择介绍投保、索赔程序，源弱豫的人希望得到保险公司信誉、实力、规模等方面信息，源弱豫的人希望保险公司介绍责任免除内容，源弱豫的人希望保险公司介绍双方各自的责任和义务，圆弱豫的人希望保险公司说明产品可能的收益及不确定性，圆弱豫的人希望保险公司提供服务的内容（见图附 獭弱苑）。

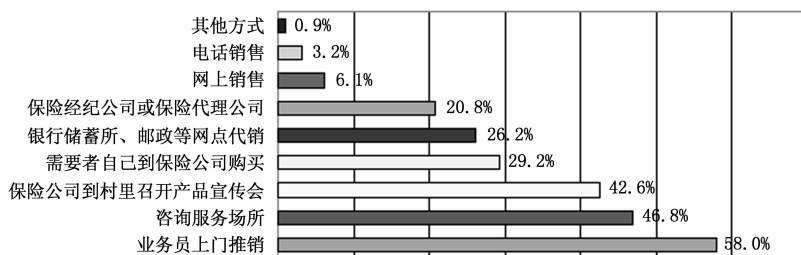


图附 獭弱苑 被调查者希望保险公司提供的信息

远对购买渠道的偏好

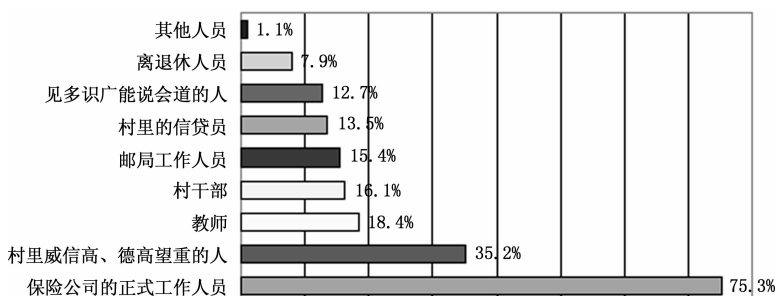
调查中设定“您希望保险公司通过什么方式推销产品”来调查农村居民对保险购买渠道的偏好，结果显示，源弱豫的选择增设咨询服务场所由专业人士帮助介绍合适险种，源弱豫的人选择保险公司到村里召开产品宣传会，獭弱豫的人选择保险公司业务员上门推销，圆弱豫的人选择需要者自己到保险公司购买，圆弱豫的人选择通过银行储蓄所、邮政等网点代销，圆弱豫的人选择保险经纪公司或保险代理公司销售，远弱豫的人选择网上销售，獭弱豫的人选择电话销售（见图附 獭弱苑）。

对于希望什么人在本村当保险业务员推销保险，苑弱豫的人选择保险公司的正式工作人员，獭弱豫的人选择村里威信高、德高望重的人，员弱豫的人选择教师，员弱豫的人选择村干部，员弱豫的人选择邮局工作人员，员弱豫的人选择村里的信贷员，员弱豫的人选择见多识广能说会道的人，苑弱豫的人选择



图附 猿源 被调查者希望购买保险的渠道

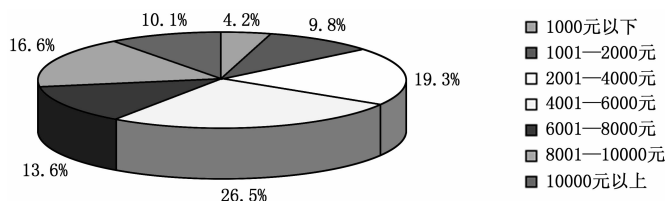
离退休人员 (见图附 猿源)。



图附 猿源 被调查者希望保险业务员的人选

对于子女教育储蓄类保险的需求

对于孩子考上大学, 每年能够承担 员万元以上的学杂费和生活费的占 猿缘豫, 能够承担 源圆园—愿圆园元的占 源圆豫, 仅能承担 源圆园元以下的占 猿圆豫 (见图附 猿源)。

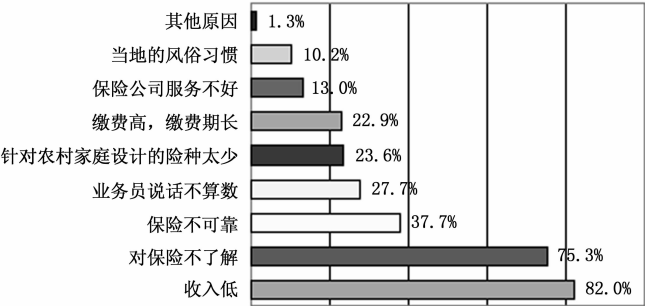


图附 猿源 被调查者能承担的教育费用

为什么没有买保险

目前农村居民购买保险较少的原因, 愿豫的人认为是收入低、经济条件不允许。苑圆豫的人认为是对保险不了解, 不知道买保险是否合适; 猿圆豫的人认为是保险公司骗人, 保险不可靠; 圆圆豫的人认为是保险公司业务员说话不算数; 圆圆豫的人认为是针对农村家庭设计的险种太少, 圆圆豫的人认为是缴费高, 缴费期长; 员圆豫的人认为保险公司服务不好; 员圆豫的人认为是当地的

风俗习惯（见图附 猿京腐）。



图附 猿京腐 被调查者没有购买保险的原因

三、调 查 结 论

（一）保险认知与评价

被调查对象对保险有一定的了解，但了解保险的比重较低（猿圆豫）；通过电视、保险公司的业务员或亲戚朋友介绍等渠道仍是了解保险的主要渠道。对保险的功能和作用能认识到，“买保险可以使被保险人获得一定保障，减少后顾之忧”的占一半。对于商业保险及其从业人员的信任度不高，普遍认为保险从业人员素质一般或较差。中国人寿知名度居首，但略高于太平洋寿险。

（二）保险消费行为

农村保险的渗透率较高，买过保险的占 缘圆豫。

已购买保险主要为孩子和自己投保，其中，为孩子购买的保险超过自己。其次是为配偶和老人购买。

在购买险种问题上，以购买传统型产品为主，险种集中在意外伤害保险、医疗保险、养老保险、人寿保险和重大疾病保险。

居民缴费额为年 缘千元以下的占 圆圆豫，所占比重较大，缘千元以上的大额保单仅占 员圆豫，说明居民对保险的经济支付能力相对较弱。

从购买渠道看，通过保险公司业务员上门推销购买的居多，村里统一购买、自己去保险公司购买、保险公司现场宣传介绍的比重相差不多。

保险消费行为不够理性,“出于需要主动购买”的仅占 猿圆豫,“别人买自己也买”的也占一部分比重。

从对所购买保险的了解途径看,购买保险人员对已购买保险的保险责任、条款等的主要了解途径是保险业务员介绍(占 源圆豫),自己研究请教,至今也不了解保险责任和条款的仍然占 圆圆豫。

对保险公司服务基本满意,但非常满意的占比例很低(源圆豫),仍然有 圆圆豫的对保险公司服务不满意。

购买保险的居民,最希望保险公司加强的服务依次为:及时给付保险金(占 源圆豫)、更加详细解释条款(占 源圆豫)、帮助办理理赔手续(占 源圆豫)、代理人根据需求和经济水平设计保单组合的能力(占 源圆豫)、加强定期回访(占 猿圆豫)及时送达保单服务(占 圆圆豫)、及时收取续期保费(占 圆圆豫)。

普遍认为购买保险基本不会加重家庭经济负担。认为买保险后“确实能够保险”和“买了保险心里踏实”的占 猿圆豫,认为“不一定保险”和“不好说”的也占 猿圆豫。

已买保险的被调查户中,想过退保、已经退保或部分退保的占 圆圆豫,退保的主要原因是“原投保时的营销员找不到了,对后续服务不放心”及“发现保险公司业务员的承诺与保险公司兑现不一致”。

(三) 保险消费趋势

农村保险市场潜力巨大,大多数人考虑今后几年买保险。愿圆豫被调查人愿意为家里的主要劳动力购买保险。源圆豫的被调查户愿意通过保险来分担经济压力。

观念是影响保险消费的重要因素。对于安排自己节余的钱、养老问题以及应付天灾人祸的方法,保险都没有被作为首选。

被调查户总体收入水平不高,能承担的年缴费额在 猿圆元以上以上的占比非常小。

如购买保险,选择传统型人身保险的占 源圆豫,其次为万能保险占 圆圆豫,再次分红保险占 圆圆豫,选择投资连接保险较少,仅占 源圆豫。

考虑购买的险种选择人身意外伤害保险、个人养老金保险和子女教育保险最多。

在购买保险选择保险公司时,比较关注保险服务的质量和保险公司的知名

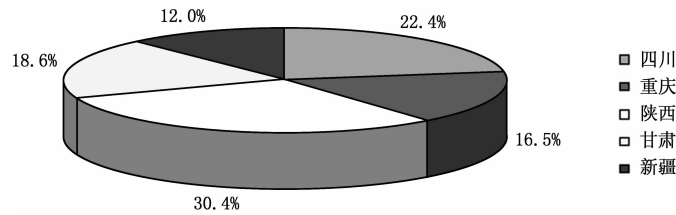
度以及保险产品的质量，对于购买保险时，希望保险公司提供有关保险责任等方面的信息。

大多数居民选择增设咨询服务场所由专业人士帮助介绍合适险种（占~~源~~源），也有很多人偏好选择保险公司到村里召开产品宣传会。绝大多数人希望保险公司的正式工作人员和村里威信高的人在本村推销保险。

附录 源 西部地区县域人身保险需求调查问卷分析

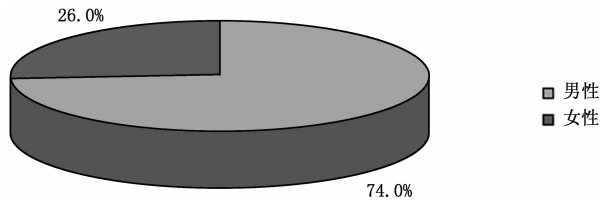
一、样本情况分析

省份结构：西部地区回收问卷 源份，其中有效问卷 源份，四川省 份，占 圆豫，重庆市 份，占 员豫，陕西省 份，占 猿豫，甘肃省 份，占 员豫，新疆维吾尔自治区 份，占 员豫（见图附 源原）。



图附 源原 调查样本的省份结构

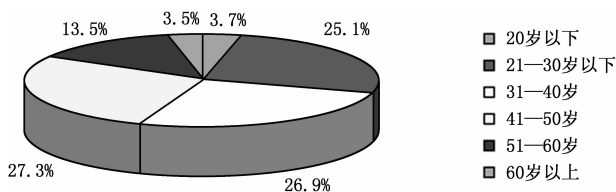
性别结构：本次调查要求户主填答问卷，从被调查者的性别结构看，男性居多，占 苑豫，女性占 圆豫（见图附 源圆）。



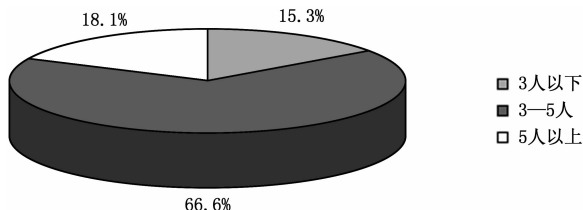
图附 源圆 被调查者的性别结构

年龄结构：以青壮年为主，圆-猿岁占 苑豫，圆岁以下占 猿豫，缘岁以上占 员豫（见图附 源猿）。

家庭常住人口情况：以猿-缘人的家庭为主，占 远豫，猿人以下占 员豫，缘人以上占 员豫（见图附 源源）。

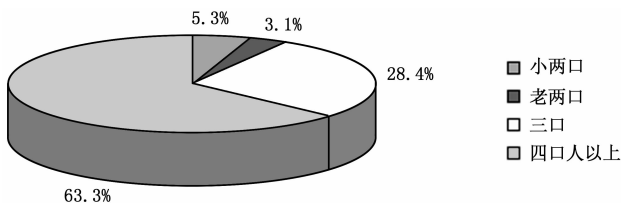


图附 源京缘 被调查者的年龄结构



图附 源京缘 被调查者的家庭成员构成

家庭成员构成：以三口或四口人以上为主，其中，三口之家占 圆四圆豫，四口人以上占 远五圆豫，小两口占 缘圆圆豫，老两口占 猿圆圆豫（见图附 源京缘。

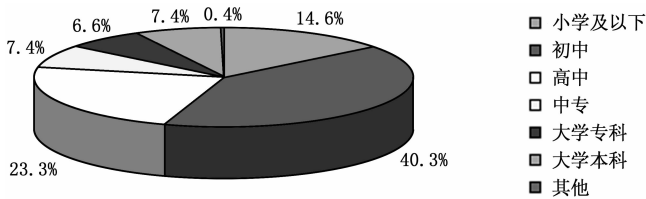


图附 源京缘 被调查者的家庭结构

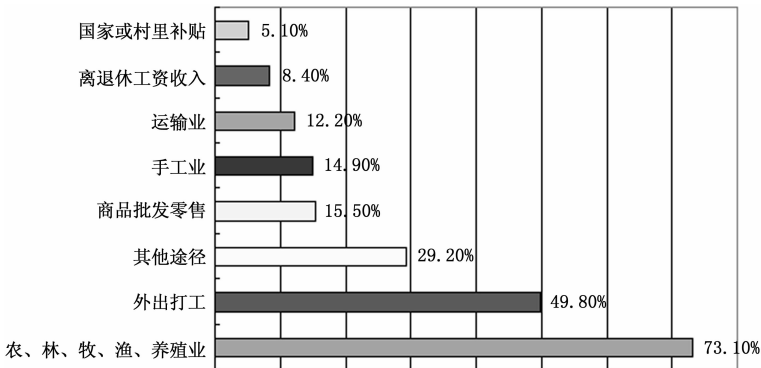
从西部县域居民的家庭结构来看，四口人及四口人以上的家庭居多，这种“扩展型家庭”（源京缘）比较多地依赖于家庭保障。同时要看到的是，由于计划生育政策的实施，也有相当一部分由三口人组成的“核心家庭”（源京缘），这部分人的养老、健康将更多地依赖于社会化的保障机制（见图附 源京缘。

文化程度：以初中和高中毕业居多，其中，初中占 源四圆豫，高中占 圆四圆豫。中专及以上占比 圆四圆豫，整体文化素质偏低，小学及以下占 员四圆豫，比重较大（见图附 源京缘。

家庭主要收入来源：主要来源于传统农业即农、林、牧、渔、养殖业的居多，占 苑圆圆豫。其他依次的主要来源是外出打工收入，占 源圆圆豫。其他途径的占 圆四圆豫。商品批发零售和手工业各占 员四圆豫和 员四圆豫；来源于运输业、离退休收入和国家或村里补贴的比重较小（见图附 源京缘。



图附 源 被调查者的文化程度



图附 源 被调查户的收入来源结构

可见，县域居民的收入结构日趋多元化，但传统农业以外的收入占比仍然最高。同时，兼业农民越来越多，外出打工收入占比较高。传统农业以外的收入占有一定的比例，这有利于增加农民的现金收入，提高其实际购买力。

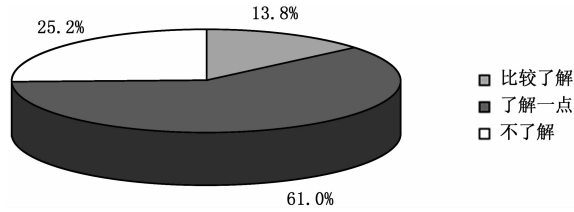
二、调查结果统计分析

（一）保险认知与评价分析

保险认知程度

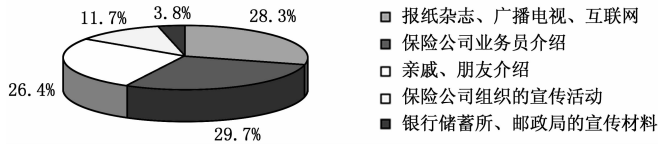
调查结果显示，苑的农村居民对保险有一定的了解，其中，“比较了解”的占 苑，“了解一点”的占 苑。另外，苑的农村居民对保险“不了解”（见图附 源）。苑。

对于了解保险的途径，绝大多数居民主要通过保险公司的业务员或亲戚朋友介绍或通过电视了解，其中，苑的农村居民通过“保险公司业务员介绍”，苑通过“亲戚朋友介绍”，苑通过“报纸杂志、广播电视、互联



图附 源原愿 被调查者对保险的了解程度

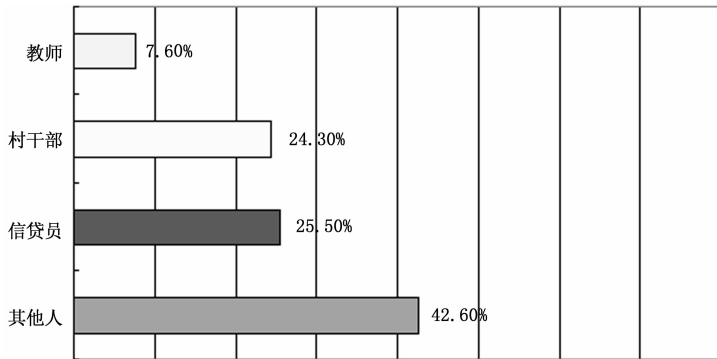
网”。其他了解保险的途径较少，通过公司组织的宣传活动了解保险的只占 员原原原，通过银行储蓄所、邮政局的宣传材料了解保险的只占 猿原原原（见图附 源原原原）。



图附 源原原 被调查者了解保险的途径

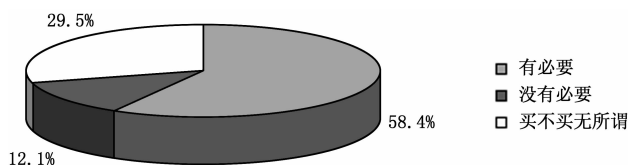
可见，县域绝大多数居民了解保险的途径比较单一，主要了解渠道提供的保险知识也很有限，这直接导致了绝大多数居民对保险了解较少，甚至不了解，从而制约了对保险的购买。

猿原原原的被调查者回答村里有保险业务员，圆原原原的被调查者回答村里没有保险业务员，另外 猿原原原的被调查者不清楚。卖保险的人有 圆原原原是信贷员，圆原原原是村干部，苑原原原是教师（见图附 源原原原）。



图附 源原原 被调查者所在地保险业务员的构成

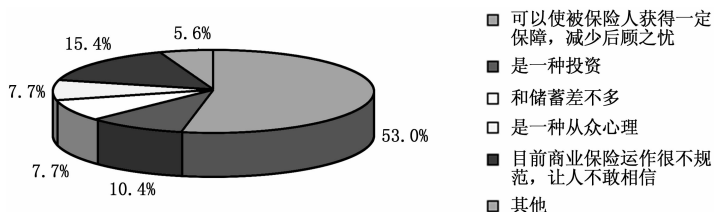
对于保险重要性的认识，缘原原原的被调查户认为农村居民“有必要”买保险，认为“没有必要”的占 员原原原，认为“买不买无所谓”的占 圆原原原（见图附 源原原原）。



图附 源圆源 被调查者对买保险的态度

圆 圆 对商业保险、市场主体及从业人员的评价

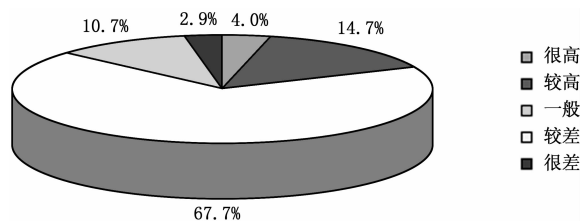
对于保险的看法，缘豫豫的农村居民认为“买保险可以使被保险人获得一定保障，减少后顾之忧”，认为“买保险和储蓄差不多”、“买保险是一种投资”的分别占苑圆豫和员圆豫；员圆豫的农村居民认为“目前商业保险运作很不规范，让人不敢相信”，苑圆豫的农村居民认为“买保险是一种从众心理”（见图附 源圆圆）。



图附 源圆圆 被调查者对买保险的看法

可见，有近一半的人对保险的本质和功能存在认识偏差，这在某种程度上诠释了为什么有近 源圆豫的被调查户认为没有必要购买保险，这也与县域居民缺乏了解保险知识的渠道有关系。

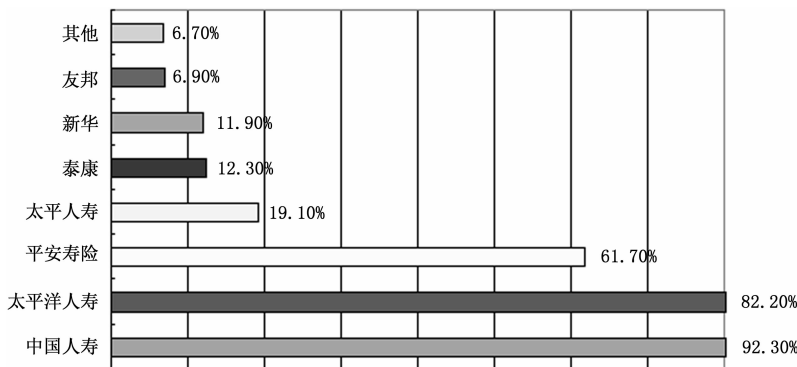
对于当前保险从业人员素质的看法，认为“很高”或“较高”的占员圆豫，认为“一般”的占远圆豫，认为“较差”或“很差”的占员圆豫。可见，当前保险从业人员素质不高是制约人们购买保险的一个重要因素（见图附 源圆猿）。



图附 源圆猿 被调查者对保险从业人员素质的评价

被调查对象比较熟悉的公司分别是中国人寿、平安和太平洋。其中，知道

中国人寿的占被调查对象的 92.30%，知道太平洋寿险的占 82.20%，知道平安寿险占 61.70%。对其他市场主体相对陌生，如新华占 11.90%，泰康占 12.30%，太平人寿占 19.10%，友邦只占 6.90%（见图附 10 源 10）。



图附 10 源 10 被调查者对保险市场主体的认知

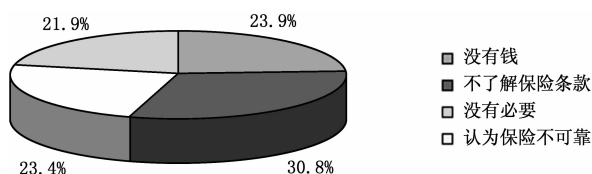
可见，中国人寿在县域的知名度最高，这与中国人寿在广大县域有大量的分支机构和辐射面较广的农村营销服务部有关系。当然，太平洋和平安两家公司在县域对中国人寿的挑战也不容忽视。对其他中小型公司的认知中，被调查户对太平保险的认知最高，甚至超过了泰康和新华，这可能是由于被调查户无形中将与太平洋联系起来的缘故，即太平洋保险的品牌宣传客观上对太平保险有外部经济效应（溢出效应）。

知道中国保监会是全国商业保险主管机关的农村居民仅为 10.00%。对于“你认为下列哪一种保险市场主体的功能和作用最需要进一步加强”，10.00%的被调查户选择“保险公司”，10.00%选择“保险监管机关”，选择“保险中介机构”和“保险行业协会”的分别占 10.00%和 10.00%。

（二）保险消费行为分析

1. 保险渗透率

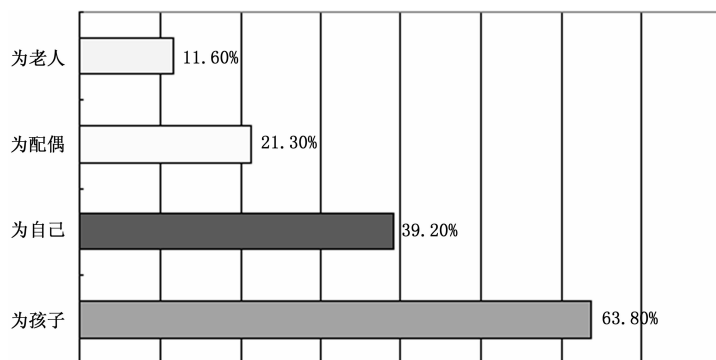
调查显示，买过保险的占 70.00%。保险渗透率较高，但其中很大一部分是家长为孩子在学校统一购买的保险。在没有买保险的被调查对象中，“没有钱购买保险的”占 10.00%， “不了解保险条款的”占 10.00%，认为没有必要的占 10.00%，认为保险不可靠的占 10.00%（见图附 11 源 11）。可见，七成以上没有买保险的被调查户并不是没有实际购买能力，而是由于不了解保险的功能或对保险产生怀疑。



图附 源 被调查者没买保险的原因

圆 购买保险的决策

第一，在为谁买的问题上，已购买保险的 圆 被调查户中，给孩子买的最多，占 远，其次是给自己买的占 猿，其余依次是给配偶买的占 圆，给老人买的占 员（见图附 源）。给孩子买的保险大部分是学平险。



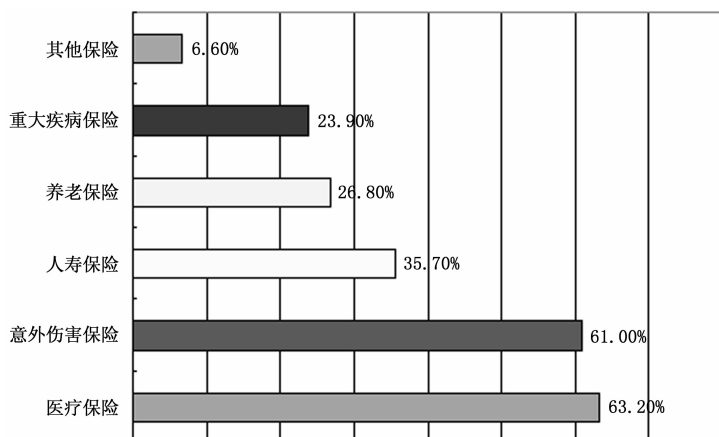
图附 源 被调查者为谁买保险

第二，在购买险种问题上，购买新型产品的占 圆，购买传统型产品的占 苑。这一方面和县域的居民的经济承受能力有关，新型产品的缴费相对较高，制约了居民的保险消费；另一方面也反映出县域居民更迫切需要的是保障型产品。

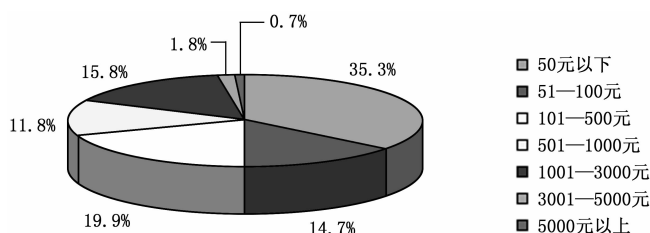
被调查户中 远购买了医疗保险，远购买了意外伤害保险，猿购买了人寿保险，圆购买了养老保险，圆购买了重大疾病保险，远购买了其他保险（见图附 源）。

第三，在所购买保险产品的缴费额问题上，调查显示，绝大多数居民缴费额为 员元以下，占 愿，其中，缘元以下的占 猿，缘— 员的占 员，员— 缘元的占 员，缘— 员的占 员。缴费额在 员— 猿元之间的占 员，猿元以上的仅占 圆（见图附 源）。

由于受收入的限制，县域居民普遍购买“低保费、低保障”的保险产品，几乎所有居民的缴费额都在 猿元以下。



图附 源原 被调查者购买保险险种的分布

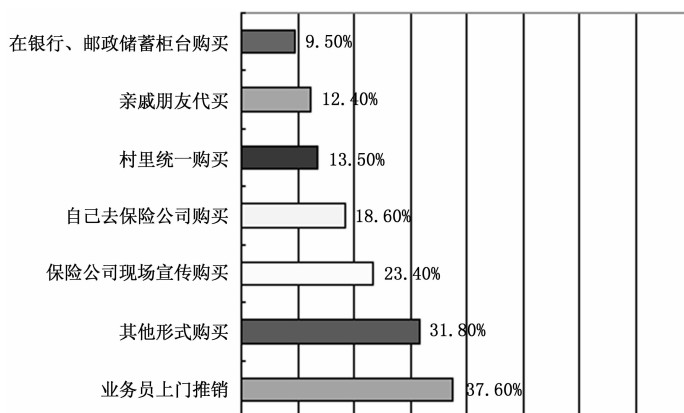


图附 源原 被调查者的保险缴费额分布

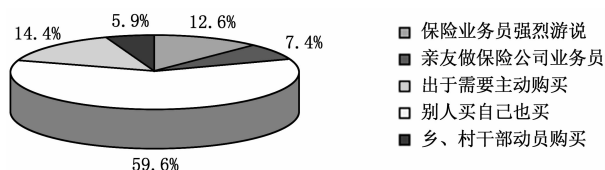
第四，从购买渠道看，~~猿~~的被调查户是通过上门推销的保险公司业务员购买，其他形式购买占 ~~猿~~，~~猿~~通过保险公司现场宣传介绍购买，自己去保险公司购买占 ~~猿~~。亲朋代为购买的占 ~~猿~~，村里统一购买的占 ~~猿~~，在银行邮政储蓄柜台都占 ~~猿~~，没有网上购买（见图附 源原）。

第五，从购买动机看，对于“您是在什么情况下买的保险”，选择“出于需要主动购买”的占 ~~猿~~，选择“别人买自己也买”的占 ~~猿~~，选择“因保险公司业务员是亲友，买保险是碍于情面”和“在保险业务员的强烈游说下”的共占 ~~猿~~，乡、村干部动员购买的占 ~~猿~~（见图附 源原）。可见，很多被调查户购买保险的行为不够理性。保险业务员诱导、人情、从众心理等占相当的比重。

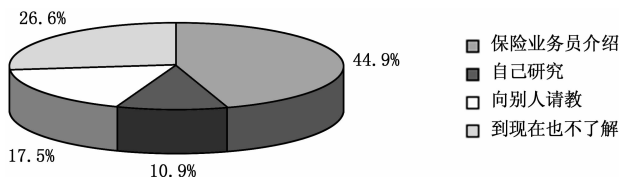
第六，从对所购买保险的了解途径看，购买保险人员对已购买保险的保险责任、条款等的主要了解途径是保险业务员介绍，占 ~~猿~~，自己主动研究和向别人请教的分别占 ~~猿~~和 ~~猿~~，至今也不了解保险责任和条款的占 ~~猿~~（见图附 源原）。



图附 源原源 被调查者购买保险的途径分布

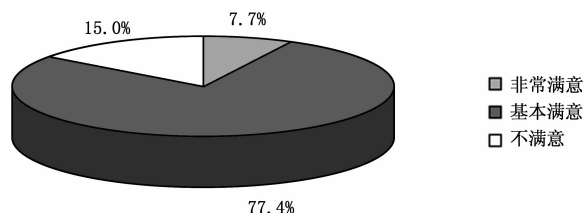


图附 源原源 被调查者购买保险的动机



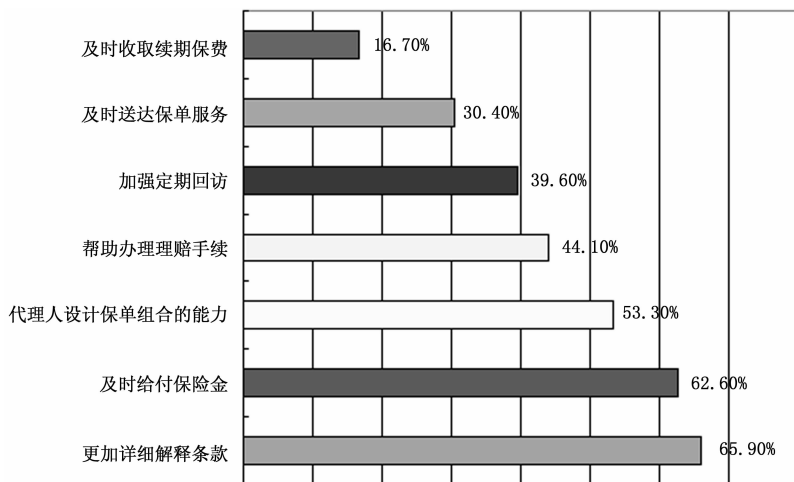
图附 源原源 被调查者对保险责任和条款的了解途径

第七，从对保险公司服务的满意程度看，对保险公司服务满意的占 77.4%，其中基本满意的占 77.4%，非常满意的仅占 7.7%。对保险公司服务不满意的占 15.0%（见图附 源原源）。这说明保险公司和营销人员的服务不尽到位，距离客户的期望值较远。



图附 源原源 被调查者对保险服务的满意度

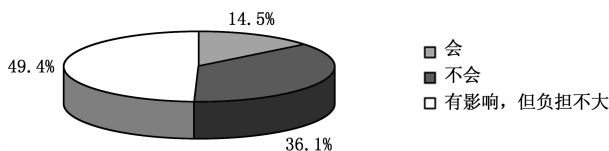
第八，从对保险公司服务的期望看，购买保险的居民，最希望保险公司加强的服务依次为：更加详细解释条款（占 65.90%）、及时给付保险金（占 62.60%）、代理人根据需求 and 经济水平设计保单组合的能力（占 53.30%）、帮助办理理赔手续（占 44.10%）、加强定期回访（占 39.60%）、及时送达保单服务（占 30.40%）以及及时收取续期保费（占 16.70%）（见图附 源原图 8）。可见，对广大县域的文化水平相对较低的居民来说，目前保险公司的保单条款还比较复杂难懂，同时，客户非常希望保险公司能履行承诺，在保险事故发生时及时给付保险金。客户也普遍希望保险业务员根据其需求设计保单组合，帮助办理理赔等等。



图附 源原图 8 被调查者对保险服务的期望

可见，对广大县域的文化水平相对较低的居民来说，目前保险公司的保单条款还比较复杂难懂，同时，客户非常希望保险公司能履行承诺，在保险事故发生时及时给付保险金。客户也普遍希望保险业务员根据其需求设计保单组合，帮助办理理赔等等。

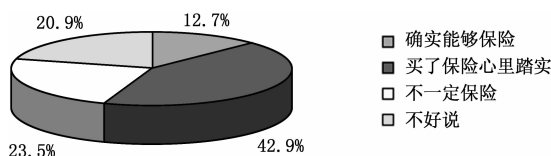
第九，买保险后的影响。普遍认为购买保险基本不会加重家庭经济负担，其中 49.4% 的认为购买保险对家庭经济负担有影响，但负担不大，36.1% 的人认为不会加重家庭负担，有 14.5% 的人认为购买保险加重家庭经济负担（见图附 源原图 9）。可见，对大多数被调查户来说，通过调整支出结构来购买保险，一般不会明显加重家庭经济负担。



图附 源原图 9 被调查者对买保险对其经济影响的看法

买保险后是否真的就能保险了，对这一问题，选择“确实能够保险”和

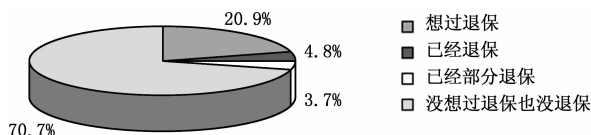
“买了保险心里踏实”的占 42.9%，认为“不一定保险”和“不好说”的占 23.5%（见图附 源 10-1）。



图附 源 10-1 被调查者买保险后的保障感

退保行为

已买保险的被调查户中，想过退保、已经退保或部分退保的占 20.9%（见图附 源 10-2），这表明县域保险的退保率较高，保单保全的压力很大。退保的原因排在第一位的是“保费高、收益低、缴费期长”占 70.7%，其次是“当初对所买保险不了解，现在感到不合算”的占 4.8%， “当初在别人劝说下买了保险现在后悔”和“发现保险公司业务员的承诺与保险公司兑现不一致”均占 3.7%。“经济收入减少，缴不起保费”占 20.9%，其余还有“原投保时的营销员找不到了，对后续服务不放心”占 20.9%， “在保险营销员动员下退原保，买新险种”占 20.9%（见图附 源 10-2）。



图附 源 10-2 被调查者的退保行为

可见，退保的原因主要是保险产品不适合、当初的非理性消费、保险业务员的误导等，真正由于经济收入能力不济而选择退保的比重并不高。

（三）未来保险消费趋势分析

未来保险消费的意愿

调查显示，20.9%的被调查户，考虑今后几年买保险。20.9%的被调查人愿意为家里的主要劳动力购买保险。20.9%的被调查户愿意通过保险来分担经济压力。

影响保险消费的因素

（1）观念

本次调查设定专门的题目对农村居民可能影响保险消费的观念问题进行了调查。结果显示，对于怎样安排自己节余的钱，被调查户的选择率排序依次

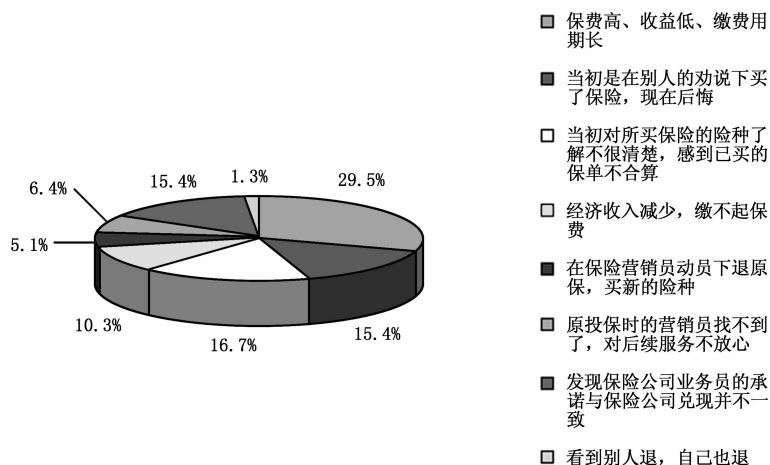


图 4-1 被调查者退保的原因

是：资助儿女（[图 4-2](#)）、储蓄（[图 4-3](#)）、生产性投资（[图 4-4](#)）、买保险（[图 4-5](#)）、修建房屋（[图 4-6](#)）、自己保管（[图 4-7](#)）和其他去向（[图 4-8](#)）（见图附 源 4-1）。

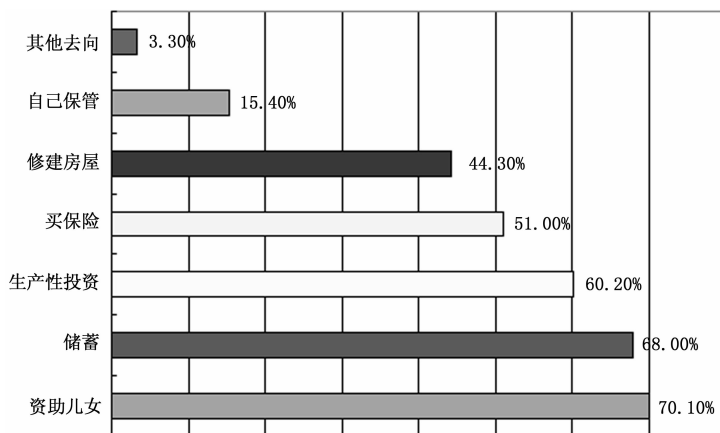
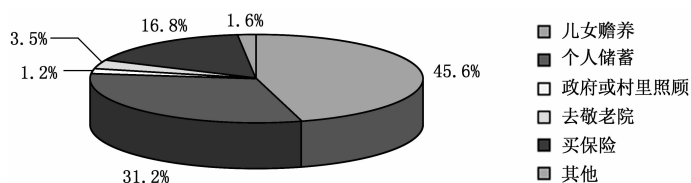


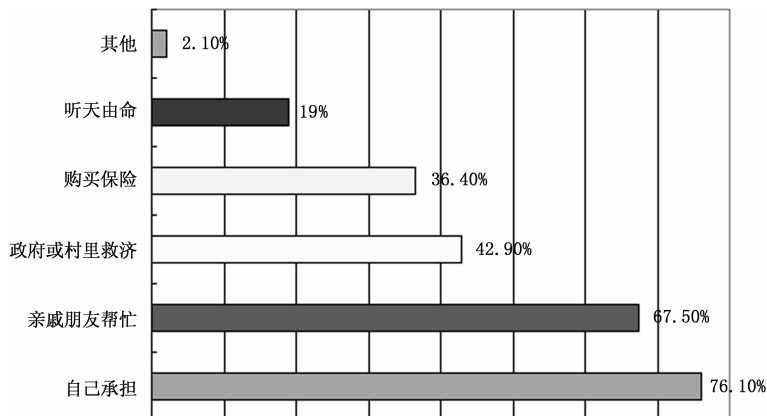
图 4-2 被调查者对安排余钱的偏好

对于养老问题的安排方式，被调查户的选择率排序依次是：儿女赡养（[图 4-9](#)）、个人储蓄（[图 4-10](#)）、买保险（[图 4-11](#)）、去敬老院（[图 4-12](#)）；其他（[图 4-13](#)）、政府或村里照顾（[图 4-14](#)）（见图附 源 4-2）。

对于应付天灾人祸的方法，被调查户的选择率排序依次是：自己承担（[图 4-15](#)）、亲朋好友帮忙（[图 4-16](#)）、政府或村里救助（[图 4-17](#)）、购买保险（[图 4-18](#)）、听天由命（[图 4-19](#)）（见图附 源 4-3）。



图附 源原圆 被调查者对养老方式的偏好

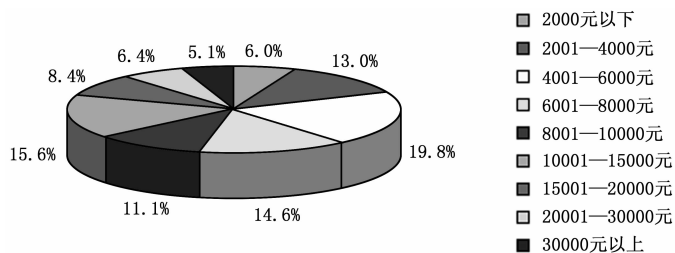


图附 源原圆 被调查者应付天灾人祸的方法

上述分析表明，无论是养老还是应付天灾人祸以及对节余的钱的使用方面，保险都没有被作为首选，这一方面反映了被调查户的观念制约了保险的消费，另一方面，保险公司及其从业人员的口碑不好、宣传缺乏力度等供给层面也是重要原因。

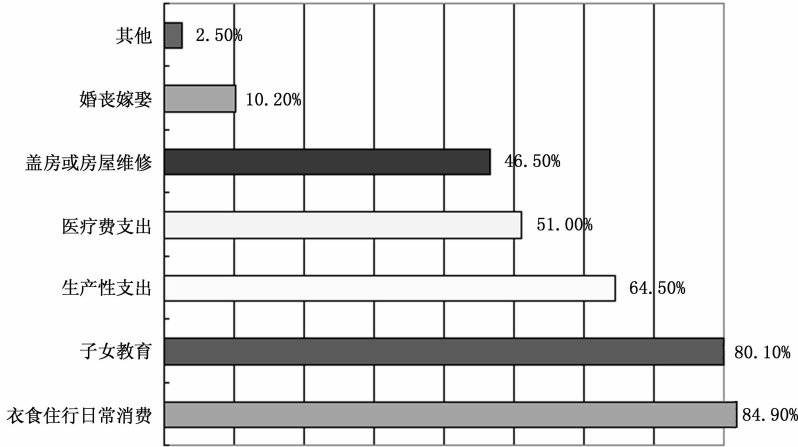
④ 经济实力

家庭收入情况：被调查户全年现金收入，5万元以上的占 34.3%，4万元以上的占 25.8%，3万元以上的仅占 15.6%，2万元以上的占 11.1%，1万元以下的占 8.4%，其中1万元以下的占比 2.8%。总体收入水平较低（见图附 源原圆）。



图附 源原圆 被调查户现金收入分布

调查显示，被调查户“近年来，您的家庭主要的支出项目有哪些”，排在前三位的是：衣食住行等日常消费（图 8-1）、子女教育（图 8-1）、生产性支出（图 8-1），之后是医疗费支出（图 8-1）、盖房或房屋维修（图 8-1）和婚丧嫁娶（图 8-1）（见图附 源 8-1）。

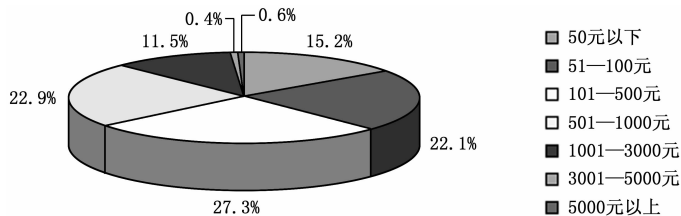


图附 源 8-1 被调查户的主要支出项目

调查结果显示，被调查户的收入用于日常消费和子女教育的部分占有非常大的比重，这也在一定程度上抑制了对保险的消费。

保险消费能力

如购买保险，被调查户能承担的年缴费额主要集中在 50 元以下，其中 50 元以下占比 22.9%，51—100 元之间的占 11.5%，101—500 元占 27.3%，501—1000 元占 22.1%，1001—3000 元占 0.4%，3001—5000 元占 0.6%，5000 元以上占 15.2%。对 500 元以上的较大数额的保单支付能力很小，其中，5001—10000 元的占比 0.4%，10000 元以上的占比 0.6%（见图附 源 8-2）。

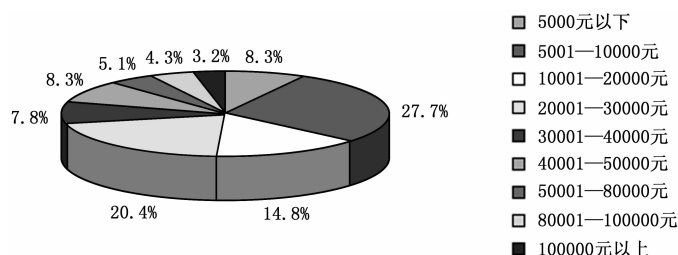


图附 源 8-2 被调查者能承担的年缴费额

大多数被调查户能承担的年缴费额集中在 50—100 元之间，这表明大多数县域居民的保费支付能力有限；同时，支付能力在 500 元及 500 元以上的

也占有一定比例,说明县域居民之间的收入差距较大,需求呈现差异化,应该根据差异化需求供给差异化的产品。

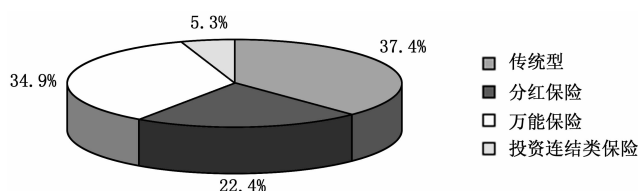
对于保险金额的要求也是比较实际的,在“一般而言,赔款越高,需要交的保险费越多”的提示下,对于“一旦意外发生,您希望得到多少赔付”,愿选择的被调查户选择在5000元以下,愿选择的选择在5001—10000元。愿选择的选择在10001—20000元,愿选择的选择在20001—30000元,愿选择的选择在30001—40000元,愿选择的选择在40001—50000元,愿选择的选择在50001—80000元,愿选择的选择在80001—100000元,愿选择的选择在100000元以上(见图附 源)。



图附 源 被调查者希望的保险金额

源 险别(种)需求

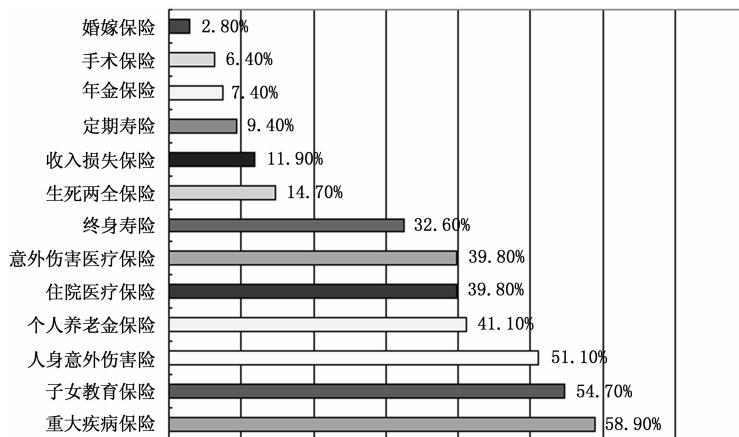
如购买保险,在各个险别中,选择传统型人身保险的占37.4%,其次为万能保险占22.4%,再次为分红保险占20.4%,选择投资连接保险较少,仅占5.3% (见图附 源)。



图附 源 被调查者希望购买的险别

如果购买,选择重大疾病保险、子女教育保险和人身意外伤害保险等险种的最多,分别占34.9%、34.9%、34.9%,其他依次为个人养老金保险占22.4%,住院医疗保险和意外伤害医疗保险均占14.8%,终身寿险占8.3%,生死两全保险占8.3%,收入损失保险占8.3%,定期寿险占8.3%,年金保险占8.3%,手术保险占8.3%,婚嫁保险占8.3% (见图附 源)。

对险种的偏好表明了县域居民的需求集中在疾病保障、意外伤害保障以及



图附 10-1 被调查者希望购买的险种

养老保障等领域。很值得关注的是：对险种的偏好和家庭主要支出的调查有一个共同点，就是子女教育越来越受到广大西部县域家庭的重视，因此，保险公司在开发产品时，应充分考虑客户需求，提供更有针对性的产品。

对保险公司的要求

农村居民在购买保险选择保险公司时，比较关注保险公司的知名度及保险产品或服务的质量，~~远~~的人考虑保险服务质量，~~远~~的人考虑保险公司知名度，~~远~~的人考虑保险产品的质量，~~远~~的人考虑保险公司员工及业务员的素质，~~远~~的人考虑投保及理赔程序，~~远~~的人考虑产品多样化（见图附 10-2）。可以看出，被调查户对保险公司的期盼很多，县域保险的发展的主要矛盾并不仅仅是需求不足，有效供给同样不足。

对于购买保险时，希望保险公司提供哪些方面的信息，~~远~~的人选择详细说明保险责任，~~远~~的人选择介绍投保、索赔程序，~~远~~的人希望保险公司推荐自己需要的有关产品，~~远~~的人希望保险公司介绍责任免除内容，~~远~~的人希望得到保险公司信誉、实力、规模等方面信息，~~远~~的人希望保险公司介绍双方各自的责任和义务，~~远~~和~~远~~的人希望保险公司说明产品可能的收益及不确定性以及保险公司提供的服务的内容（见图附 10-3）。

对购买渠道的偏好

调查中设定“您希望保险公司通过什么方式推销产品”来调查农村居民对保险购买渠道的偏好，结果显示，~~远~~的人选择保险公司业务员上门推销，~~远~~的人选择保险公司到村里召开产品宣传会，~~远~~的选择增设咨询服务场所由专业人士帮助介绍合适险种，~~远~~的人选择通过银行储蓄所、邮政等

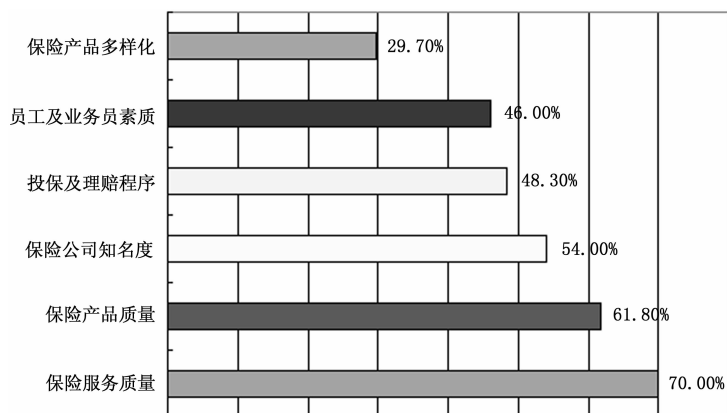


图 6-1 影响被调查者选择投保公司的因素

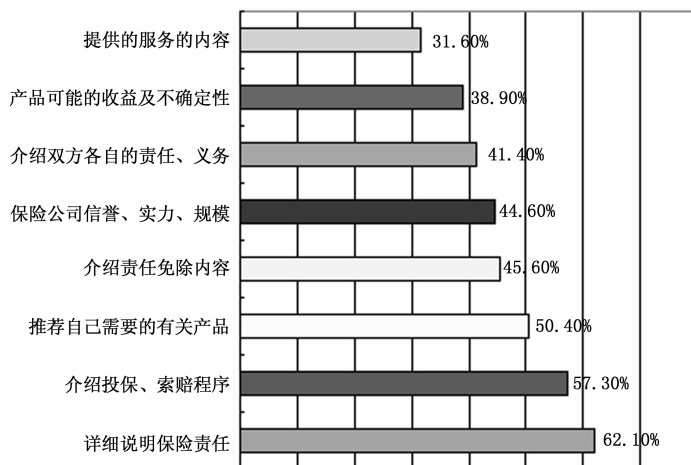
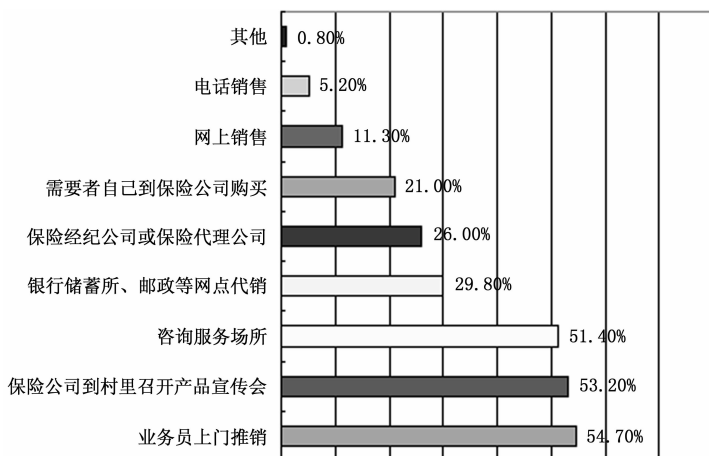


图 6-2 被调查者希望保险公司提供的信息

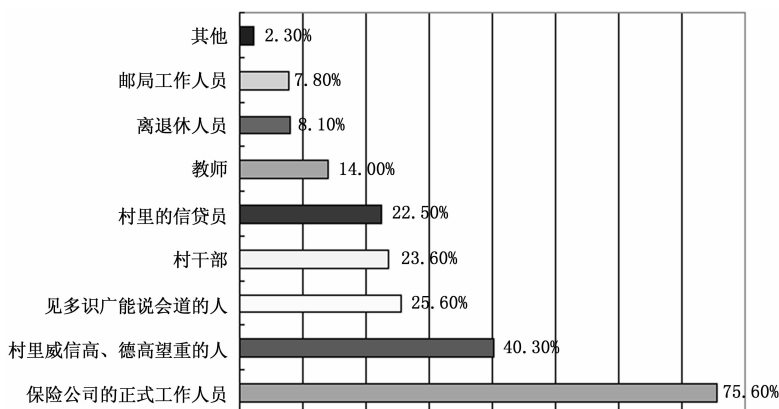
网点代销， 10.00% 的人选择保险经纪公司或保险代理公司销售， 10.00% 的人选择需要者自己到保险公司购买， 10.00% 的人选择网上销售， 10.00% 的人选择电话销售（见图附 源 6-1）。

对于希望什么人在本村当保险业务员推销保险， 10.00% 的人选择保险公司的正式工作人员， 10.00% 的人选择村里威信高、德高望重的人， 10.00% 的人选择见多识广能说会道的人， 10.00% 的人选择村干部， 10.00% 的人选择村里的信贷员， 10.00% 的人选择教师， 10.00% 的人选择离退休人员， 10.00% 的人选择邮局工作人员（见图附 源 6-2）。

被调查户选择什么人在村里当保险业务员，实际上表明被调查户对什么人



图附 源 被调查者希望购买保险的渠道



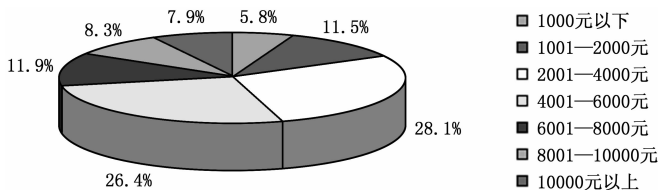
图附 源 被调查者希望保险业务员的人选

信任度更多。比较有意思的是，高达 75.60% 的被调查户选择保险公司的正式工作人员，显然，他们并不知道保险业务员是保险公司的代理人，不是保险公司的正式工作人员。但作出这种选择恰恰表明了被调查户觉得正式工作人员背后有一个单位在向他们承担责任，能够给他们带来较稳定的预期，而对其他人则不太信任，害怕被骗上当。除了保险公司的正式工作人员，被调查户选择的主要是乡村的“精英阶层”，显然，和一般村民相比，这些“精英阶层”更值得信赖。这些都充分表明了信誉对于县域保险发展的重要性。

对子女教育储蓄类保险的需求

目前大多数大学一年的学杂费和生活费一般都在 1 万元以上，但调查发现，每年能够承担 1 万元以上的学杂费和生活费的仅占 25.60%，能够承担

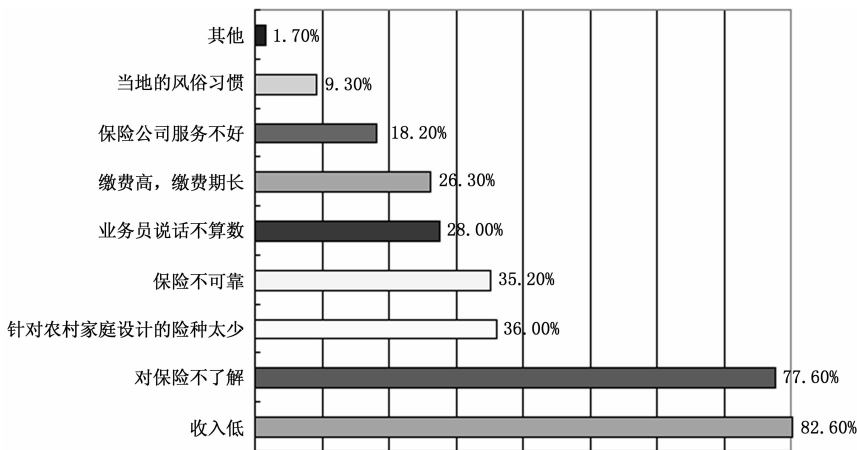
趸交1000元的占 1.00%，能够承担 趸交1000元的占 1.00%，仅能承担 趸交1000元以下的占 1.00%。可见，西部县域居民对类似于子女教育婚嫁金保险的储蓄类保险的需求潜力较大（见图附 源泉）。



图附 源泉 被调查者能承担的教育费用

为什么没有买保险

目前农村居民购买保险较少的主要原因，有10%的人认为是收入低、经济条件不允许；有10%的人认为是对保险不了解，不知道买保险是否合适；有10%的人认为是保险公司骗人，保险不可靠；有10%的人认为是缴费高，缴费期长；有10%的人认为是保险公司业务员说话不算数；有10%的人认为是针对农村家庭设计的险种太少，有10%的人认为保险公司服务不好；有10%的人认为是当地的风俗习惯（见图附 源泉图）。



图附 源泉 被调查者没有买保险的原因

可见，提高县域保险的渗透面，除了发展县域经济，提高人均可支配收入水平外，还必须从提高县域居民对保险的认知、提供合适的产品以及提高保险公司及其从业人员的信誉等角度入手。

三、调 查 结 论

(一) 保险认知与评价

被调查对象对保险有一定的了解，但了解保险的比重较低（ 54.3% ），绝大多数居民主要通过保险公司的业务员或亲戚朋友介绍或通过电视了解保险，渠道比较单一。能认识到“买保险可以使被保险人获得一定保障，减少后顾之忧”的只占被调查者的一半（ 50% ），可见，对保险的功能和作用的认知还显不足。对于商业保险及其从业人员的信任度很低，普遍认为保险从业人员素质一般或较差（ 68.6% ）。中国人寿在农村知名度最高。

(二) 保险消费行为

虽然调查显示，农村保险的渗透率较高，买过保险的占 54.3% ，但其中很大一部分是家长应学校要求，为孩子在学校统一购买的。

已购买保险主要是为自己和孩子投保，其次是配偶和老人。

在购买险种问题上，以购买传统型产品为主，险种集中在医疗保险、意外伤害保险、人寿保险养老保险和重大疾病保险。

绝大多数居民缴费额在 5000 元以下，且低保费比重较大，说明居民对保险的经济支付能力相对较弱。

从购买渠道看，通过保险公司业务员上门推销购买的较多（ 34.3% ），其次是保险公司现场宣传购买、亲朋代为购买、村里统一购买的和在银行邮政储蓄柜台购买。

保险消费行为逐渐趋于理性，“出于需要主动购买”的占 54.3% ，“因保险公司业务员是亲友，买保险是碍于情面”和“在保险业务员的强烈游说下”所占比重不大（分别为 29.1% 和 16.6% ）。

从对所购买保险的了解途径看，购买保险人员对已购买保险的保险责任、条款等的主要了解途径是保险业务员介绍（ 68.6% ），至今也不了解保险责任和条款的比重仍然较大（ 34.3% ）。

对保险公司服务基本满意，但非常满意的所占比例很低（ 9.1% ），仍然有 54.3% 的对保险公司服务不满意。

购买保险的居民,最希望保险公司加强的服务依次为:更加详细解释条款(远缘缘缘)、及时给付保险金(远缘缘缘)、代理人根据需求和经济水平设计保单组合的能力(缘缘缘缘)、帮助办理理赔手续(源缘缘缘)、加强定期回访(猿缘缘缘)、及时送达保单服务(猿缘缘缘)以及及时收取续期保费(员缘缘缘)。

普遍认为购买保险基本不会加重家庭经济负担。认为买保险后“确实能够保险”和“买了保险心里踏实”的占缘缘缘缘,认为“不一定保险”和“不好说”的占源缘缘缘。

已买保险的被调查户中,想过退保、已经退保或部分退保的占圆缘缘缘,退保的主要原因是当初购买不够理性及保险公司业务员的承诺和兑现不一致,“保费高、收益低、缴费期长”也是重要原因。

(三) 保险消费趋势

农村保险市场潜力巨大,多数人考虑今后几年买保险。苑缘缘缘的被调查人愿意为家里的主要劳动力购买保险。远缘缘缘的被调查户愿意通过保险来分担经济压力。

观念是影响保险消费的重要因素。对于安排自己节余的钱、养老问题以及应付天灾人祸的方法,保险都没有被作为首选。

被调查户总体收入水平较低,能承担的年缴费额主要集中在员缘缘缘元以下,保险金额在缘缘缘-猿缘缘缘万元之间的居多。

选择传统型人身保险的比例较大(猿缘缘缘),其次为万能保险(猿缘缘缘),选择投资连接保险较少(缘缘缘缘)。考虑购买的险种多集中在重大疾病保险、子女教育保险和人身意外伤害保险等。

在购买保险选择保险公司时,比较关注保险公司的知名度及保险产品和服务的质量,对于购买保险时,希望保险公司提供有关保险产品、服务质量等方面的信息。

大多数居民通过保险公司业务员上门推销(缘缘缘缘),也有很多人偏好选择保险公司到村里召开产品宣传会、增设咨询服务场所由专业人士帮助介绍合适险种,通过银行储蓄所、邮政等网点代销等。绝大多数人希望保险公司的正式工作人员在本村推销保险(苑缘缘缘)。

附录 缘 县域人身保险业务统计表

分公司	年份	本省自治区直辖市 计划单列市辖区 内县域 亿元	本省自治区直辖市 计划单列市辖区内 县域总人口 (万人)	本省自治区直辖市计划单列市 辖区内县域保费收入 (万元)	
				当地人身险 保费收入	中国人寿 保费收入
山东省	2016年	10.00	10.00	10.00	10.00
	2017年	10.00	10.00	10.00	10.00
宁波市	2016年	10.00	10.00	10.00	10.00
	2017年	10.00	10.00	10.00	10.00
山西省	2016年	10.00	10.00	10.00	10.00
	2017年	10.00	10.00	10.00	10.00
广西壮族自治区	2016年	10.00	10.00	10.00	10.00
	2017年	10.00	10.00	10.00	10.00
吉林省	2016年	10.00	10.00	10.00	10.00
	2017年	10.00	10.00	10.00	10.00
江西省	2016年	10.00	10.00	10.00	10.00
	2017年	10.00	10.00	10.00	10.00
天津市	2016年	10.00	10.00	10.00	10.00
	2017年	10.00	10.00	10.00	10.00
宁夏回族自治区	2016年	10.00	10.00	10.00	10.00
	2017年	10.00	10.00	10.00	10.00
江苏省	2016年	10.00	10.00	10.00	10.00
	2017年	10.00	10.00	10.00	10.00
新疆维吾尔自治区	2016年	10.00	10.00	10.00	10.00
	2017年	10.00	10.00	10.00	10.00
大连市	2016年	10.00	10.00	10.00	10.00
	2017年	10.00	10.00	10.00	10.00

续表					
分公司	年份	本省自治区直辖市 计划单列市辖区 内县域 保费 (亿元)	本省自治区直辖市 计划单列市辖区内 县域总人口 (万人)	本省自治区直辖市计划单列市 辖区内县域保费收入 (万元)	
				当地人身险 保费收入	中国人寿 保费收入
青海省	圆园园蒙	员苑苑	圆苑	缘缘	缘缘
	圆园园源	员苑	圆苑	缘苑	缘苑
福建省	圆园园蒙	猿猿	圆缘	缘缘	猿猿
	圆园园源	猿苑	圆苑	缘缘	猿缘
贵州省	圆园园蒙	怨源	猿猿	员缘	苑
	圆园园源	员	猿	怨	远
浙江省	圆园园蒙	源	圆	怨	缘
	圆园园源	缘	猿	员	远
重庆市	圆园园蒙	员苑	圆苑	员	怨
	圆园园源	员	圆	员	员
内蒙古自治区	圆园园蒙	员	员	员	员
	圆园园源	员	员	员	员
安徽省	圆园园蒙	员	源	圆	圆
	圆园园源	员	源	源	猿
黑龙江省	圆园园蒙	员	圆	圆	圆
	圆园园源	员	圆	圆	圆
云南省	圆园园蒙	圆	猿	源	员
	圆园园源	圆	猿	源	员
广东省	圆园园蒙	猿	源	圆	圆
	圆园园源	猿	源	猿	圆
湖北省	圆园园蒙	圆	源	猿	圆
	圆园园源	圆	源	猿	圆
四川省	圆园园蒙	源	远	愿	猿
	圆园园源	源	远	怨	源
甘肃省	圆园园蒙	员	猿	圆	员
	圆园园源	员	猿	员	员
北京市	圆园园蒙	猿	苑	员	员
	圆园园源	圆	苑	员	员
上海市	圆园园蒙	苑	远	员	愿
	圆园园源	苑	远	员	怨

续表

分公司	年份	本省自治区直辖市 计划单列市辖区 内县域保费 (亿元)	本省自治区直辖市 计划单列市辖区内 县域总人口 (万人)	本省自治区直辖市计划单列市 辖区内县域保费收入 (万元)	
				当地人身险 保费收入	中国人寿 保费收入
辽宁省	2018年	15.20	15.20	15.20	15.20
	2019年	15.20	15.20	15.20	15.20
河北省	2018年	15.20	15.20	15.20	15.20
	2019年	15.20	15.20	15.20	15.20
陕西省	2018年	15.20	15.20	15.20	15.20
	2019年	15.20	15.20	15.20	15.20
河南省	2018年	15.20	15.20	15.20	15.20
	2019年	15.20	15.20	15.20	15.20
青岛市	2018年	15.20	15.20	15.20	15.20
	2019年	15.20	15.20	15.20	15.20
湖南省	2018年	15.20	15.20	15.20	15.20
	2019年	15.20	15.20	15.20	15.20
海南省	2018年	15.20	15.20	15.20	15.20
	2019年	15.20	15.20	15.20	15.20
合计	2018年	15.20	15.20	15.20	15.20
	2019年	15.20	15.20	15.20	15.20

资料来源：中国人寿战略规划部。

附录 远 对城市保险市场的基本判断

一、我国城市寿险市场整体竞争仍然不足

下面我们分别用市场集中度和洛伦兹曲线来分析我国寿险市场结构。

（一）市场集中度分析

我们用前四位寿险公司保费收入在整个寿险市场所占比重（ H_4 ）和前八位寿险公司保费收入在整个市场所占比重（ H_8 ）来分析，计算结果如表附远原员所示。寿险公司 H_4 越聚聚越聚， H_8 越聚聚越聚。可见我国保险行业的市场集中度极高。

表附 远原员

我国寿险市场集中度

H_4	H_8
聚聚聚聚	聚聚聚聚

注：①保费收入为 聚聚聚 年累计数据。数据来源于各公司报送的《保险公司主要指标临时报表》。

②中国人寿集团保费收入数据为中国人寿集团存续业务保费收入数据。

③保费收入数据为各保险公司内部管理报表数据，未经审计，各保险公司不对该数据的用途及由此带来的后果承担任何法律责任。

④友邦包括友邦上海、友邦广州、友邦深圳、友邦北京、友邦苏州、友邦东莞和友邦江门。

⑤由于计算的四舍五入问题，各公司保费收入可能存在细微的误差。

资料来源：中国保监会网站。

借鉴产业组织理论中以绝对集中度指标划分市场结构的贝恩方法（见表附远原圆，对竞争结构进行分类，我国保险市场属于寡占 I 型，竞争不足。

表附 远原园

贝恩方法的竞争结构分类

竞争结构类型	市场集中度	
	悦 _圆 (豫)	悦 _圆 (豫)
寡占Ⅰ型	豫 _圆 悦 _圆	
寡占Ⅱ型	远豫 _圆 悦 _圆 约 豫 _圆	或 愿豫 _圆 悦 _圆
寡占Ⅲ型	缘豫 _圆 悦 _圆 约 豫 _圆	豫 _圆 悦 _圆 约 豫 _圆
寡占Ⅳ型	豫 _圆 悦 _圆 约 缘豫 _圆	源豫 _圆 悦 _圆 约 豫 _圆
寡占Ⅴ型	豫 _圆 悦 _圆 约 豫 _圆	或 源豫 _圆 悦 _圆 约 豫 _圆
竞争型	悦 _圆 约 缘豫 _圆	或 悦 _圆 约 缘豫 _圆

又根据国际经验，如日本通产省 员994年曾依据行业集中率 悦_圆对各产业进行分类，其结果见表附 远原猿

表附 远原猿

日本通产省 员994年市场结构分类

悦 _圆 ≥ 苑豫 _圆	极高集中寡占型
源豫 _圆 ≤ 悦 _圆 约 苑豫 _圆	高、中集中寡占型
缘豫 _圆 ≤ 悦 _圆 约 源豫 _圆	竞争型 (低集中型)
悦 _圆 约 源豫 _圆	竞争型 (非集中型)

根据这个划分标准，悦_圆在 缘豫_圆以下的，可以视为完全竞争；悦_圆在 缘豫_圆—苑豫_圆的，可以视为垄断竞争；悦_圆超过 苑豫_圆的，可以视为寡头垄断。这样，我国保险市场结构从理论上说基本属于极高度寡头垄断型。

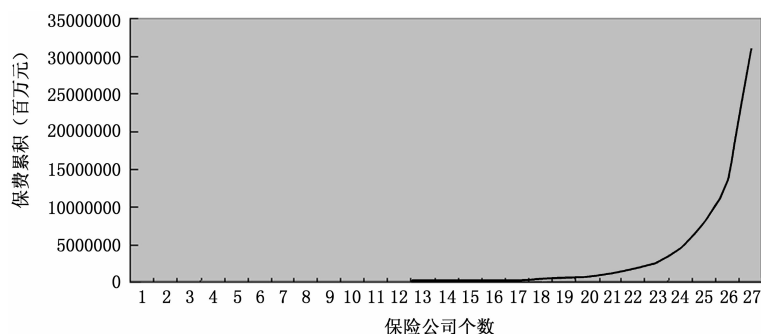
综上所述，从我国保险市场集中度的各指标来看，我国寿险业的市场集中度很高，主要集中在中国人寿、平安人寿、太平洋人寿、泰康人寿，四者占有了 愿豫_圆 的市场份额。^① 在这种市场结构下，市场竞争不够充分。

(二) 洛伦兹曲线分析

洛伦兹曲线表示的是市场占有率与市场中由小到大企业的累积之间的关系。当某一特定的市场上所有的企业规模完全相同时，洛伦兹曲线与均等分布线（对角线）重合。曲线越偏离对角线，企业规模分布的不均匀度越大。

从图附 远原员可以看出，我国寿险的洛伦兹曲线远远偏离均等线（对角线），所以我国寿险企业规模分布极不均匀。

① 在 圆004年上市之前人寿集团与人寿股份统一计算，所以在此仍把二者合为一。



图附 远-圆 圆圆园年我国寿险的洛伦兹曲线

综上所述，我国寿险市场目前总体上市场集中度很高，属于寡头垄断市场，市场竞争并不充分。城市保险市场还有很大的发展空间。

二、城市人均收入高，人口密度大， 风险和保险意识较强，保源充分， 仍然是中国人寿的主战场

收入，特别是人均可支配收入的多少是决定寿险现实需求大小的最重要因素。近年来，全国农民人均纯收入连续增长缓慢，城乡居民收入差距不断扩大。自上个世纪 愿年代中期农民收入增长放缓后，灵愿年以来，农民收入已连续 苑年低速增长，不及城镇居民收入增量的 员缘。城乡居民收入差距持续扩大，由上世纪 愿年代中期的 员愿倍左右，扩大到 灵愿年为 圆圆缘倍，圆圆园年为 圆圆缘倍，圆圆圆年为 圆圆缘倍，圆圆缘年为 猿圆缘倍，呈现加速扩大的趋势。近几年来，城镇居民可支配收入年平均增长率超过农民人均纯收入年均实际增长 员倍多，以 圆圆园年为例，两者分别为 员圆缘和 源圆缘。

据袁云峰（圆圆园）对城镇居民人均可支配收入（悦砸）、农村居民人均纯收入（晕砸）与 粤孕的双对数模型研究表明，在其他条件不变的情况下，粤孕每增长 员缘，农村居民人均纯收入增长 圆圆缘，城市居民人均可支配收入则增长 圆圆缘，农村居民在国民收入的分配格局中处于劣势地位，而且未来 苑年城乡收入差距将继续扩大。

中国与其他国家相比，如果仅仅看货币收入差距，或者说名义收入的差距，非洲的津巴布韦的城乡收入差距比中国稍微高一点，但是如果把非货币因

素考虑进去，中国的城乡收入差距是世界上最高的。^①

城乡居民收入的巨大差距表明，城市居民对寿险具有较高的现实购买力，应该是商业公司关注的主要目标。

同时，近年来，城镇高收入人群收入超常增长，富裕客户群主要集中在城市，这也决定了公司必须继续着力提高城市市场的竞争力，争夺富裕客户群。

就全国而言，2000年收入最高的 1% 人群组获得了全社会总收入的 20.5%，比 1995 年提高了 0.5 个百分点；最高的 5% 人群组获得了总收入的近 40%，比 1995 年提高了 1.5 个百分点；最高的 10% 人群组获得了总收入的近 50%，比 1995 年提高了 1.5 个百分点。这些结果意味着富人变得更富了。

如果对城镇内部和农村内部的高收入人群组的收入比例的变化作进一步考察，我们会发现全国高收入人群收入比例的上升主要来自于城镇，而不是农村。相对于 1995 年，2000 年农村中的高收入人群组的收入份额有所下降。与农村相比，城镇的高收入人群组的收入份额，虽然低一些，但却是明显上升的，收入最高的 1% 人群组获得的相对收入份额提高了 0.5 个百分点，收入最高的 5% 人群组和 10% 人群组的相对收入份额分别提高了 1.5% 和 0.5 个百分点。

因此，无论是从整体的购买力水平看，还是从富裕客户群体的分布看，城市都将继续是各公司争夺的焦点，目前不能转移目标市场。

^① 这是按照国家统计局的个人收入概念计算出来的，即城市居民的人均可支配收入与农村居民的人均纯收入的比率。对于这样一个收入差距很多人会提出不同的意见，因为它不能真实地反映城乡之间的实际收入或者用现代西方经济学的概念，实际福利水平（包括非货币性收入上的差别）。城镇居民的可支配收入还不能涵盖城市居民所享有的各种各样的实物性补贴，比如说城镇居民中很多人是享受公费医疗的，而农村居民却没有这种待遇。城镇的中小学能够获得国家大量的财政补贴，而农村的学校得到的补贴非常少，农民却要集资办学。城镇居民享受养老金保障、失业保险、最低生活费救济，而这些对农村居民来说却是一种可望而不可及的奢侈。如果把这些因素考虑进去，有人估计城乡收入差距可能要达到四五倍，甚至是六倍。

附录 苑 安徽省县域公司“位次差”
的计算方法

安徽省分公司按各县资源、保费占全省县域的比重，采用“位次差”的形式，对全省县域公司实施考核。其具体做法是首先计算出各县人口、国内生产总值、存款余额以及人均存款余额等资源在全省县域总资源中的比重，然后采取一定的权重加总（如人口资源占 缘豫豫，国内生产总值资源占 圆豫豫、存款余额和人均存款余额资源各占 缘豫豫），算出各县域的资源综合指标，并排出其位次。另一方面，计算出各县公司保费收入占全省县域保费收入的比重，并排出位次。将各县根据综合资源的排位与保费收入排位相减，即可得出“位次差”。见表附 苑原员 表附 苑原圆和表附 苑原猿 如果“位次差”为正，则予以一定的奖励。这种激励机制有利于县域公司之间形成你追我赶的竞争局面，这种方式值得进一步总结和探讨。

表附 苑原员 安徽省每个县资源（人口和 圆豫豫 占全省县级资源比重

县名	人口（万）	指数	县名	圆豫豫（亿）	指数
临泉	缘愿	圆豫豫圆豫豫	无为	源圆豫	圆豫豫圆豫豫
太和	缘圆	圆豫豫圆豫豫	天长	源圆豫	圆豫豫圆豫圆
颍上	缘圆	圆豫豫圆豫圆	怀远	猿圆豫	圆豫豫圆豫原
霍邱	缘苑	圆豫豫圆豫愿	桐城	猿圆豫	圆豫豫圆豫苑
阜南	缘苑	圆豫豫圆豫愿	涡阳	猿圆豫	圆豫豫圆豫员
无为	缘愿	圆豫豫圆豫原	定远	猿圆豫	圆豫豫圆豫员
利辛	缘愿	圆豫豫圆豫缘	宁国	猿圆豫	圆豫豫圆豫猿
涡阳	缘苑	圆豫豫圆豫愿	明光	猿圆豫	圆豫豫圆豫猿
怀远	缘圆	圆豫豫圆豫苑	蒙城	猿圆豫	圆豫豫圆豫猿
肖县	缘愿	圆豫豫圆豫愿	肖县	猿圆豫	圆豫豫圆豫愿
寿县	缘愿	圆豫豫圆豫愿	灵璧	猿圆豫	圆豫豫圆豫愿
庐江	缘愿	圆豫豫圆豫圆	太和	猿圆豫	圆豫豫圆豫愿
濉溪	缘愿	圆豫豫圆豫愿	濉溪	猿圆豫	圆豫豫圆豫圆

续表

县名	人口（万）	指数	县名	人口（万）	指数
蒙城	苑苑	园园园园园园	全椒	猿猿园园	园园园园园园
灵璧	园园	园园园园园园	临泉	猿猿园园	园园园园园园
肥东县	园园	园园园园园园	凤阳	猿猿园园	园园园园园园
舒城	怨怨	园园园园园园	肥东县	猿猿园园	园园园园园园
长丰县	怨怨	园园园园园园	怀宁	猿猿园园	园园园园园园
枞阳	怨怨	园园园园园园	霍邱	猿猿园园	园园园园园园
肥西县	怨怨	园园园园园园	砀山	猿猿园园	园园园园园园
定远	怨园	园园园园园园	来安	园园园园	园园园园园园
砀山	怨园	园园园园园园	凤台	园园园园	园园园园园园
泗县	愿愿	园园园园园园	颖上	园园园园	园园园园园园
宿松	愿园	园园园园园园	庐江	园园园园	园园园园园园
怀宁	猿怨	园园园园园园	界首	园园园园	园园园园园园
桐城	猿怨	园园园园园园	广德	园园园园	园园园园园园
界首	猿猿	园园园园园园	寿县	园园园园	园园园园园园
凤阳	猿猿	园园园园园园	阜南	园园园园	园园园园园园
五河	猿园	园园园园园园	当涂	园园园园	园园园园园园
当涂	猿苑	园园园园园园	舒城	园园园园	园园园园园园
和县	猿缘	园园园园园园	利辛	园园园园	园园园园园园
金寨	猿源	园园园园园园	枞阳	园园园园	园园园园园园
固镇	猿源	园园园园园园	五河	园园园园	园园园园园园
明光	猿猿	园园园园园园	泗县	园园园园	园园园园园园
天长	猿猿	园园园园园园	固镇	园园园园	园园园园园园
望江	猿园	园园园园园园	歙县	园园园园	园园园园园园
潜山	缘苑	园园园园园园	繁昌县	园园园园	园园园园园园
凤台	缘苑	园园园园园园	宿松	园园园园	园园园园园园
太湖	缘怨	园园园园园园	和县	园园园园	园园园园园园
南陵	缘缘	园园园园园园	肥西县	园园园园	园园园园园园
芜湖县	缘源	园园园园园园	潜山	园园园园	园园园园园园
东至	缘猿	园园园园园园	长丰县	园园园园	园园园园园园
广德	缘猿	园园园园园园	芜湖县	园园园园	园园园园园园
歙县	缘园	园园园园园园	泾县	园园园园	园园园园园园

续表					
县名	人口 (万)	指数	县名	人口 (万)	指数
来安	源愿	园园园园园园园园	含山	员圆园园	园园园园园园园
繁昌县	源远	园园园园园园	东至	员圆园园	园园园园园园园
全椒	源缘	园园园园园园园	太湖	员圆园园	园园园园园园园
含山	源源	园园园园园园园	南陵	员圆园园	园园园园园园园
岳西	源园	园园园园园园	霍山	员圆园园	园园园园园园园
宁国	猿愿	园园园园园园	金寨	员圆园园	园园园园园园园
霍山	猿苑	园园园园园园	望江	员圆园园	园园园园园园园
泾县	猿远	园园园园园园	铜陵县	员圆园园	园园园园园园园
铜陵县	猿源	园园园园园园	郎溪	员圆园园	园园园园园园园
郎溪	猿源	园园园园园园	岳西	员圆园园	园园园园园园园
青阳	圆愿	园园园园园园	休宁	员圆园园	园园园园园园园
休宁	圆苑	园园园园园园	青阳	员圆园园	园园园园园园园
祁门	员怨	园园园园园园	祁门	员圆园园	园园园园园园园
绩溪	员愿	园园园园园园	绩溪	员圆园园	园园园园园园园
旌德	员缘	园园园园园园	旌德	远园园	园园园园园园园
石台	员	园园园园园园	黟县	源园园	园园园园园园园
黟县	员园	园园园园园园	石台	猿园园	园园园园园园园
合计	源园园	员	合计	员圆园园园	员

资料来源：《安徽省统计年鉴》（圆园园缘）。

表附 苑原圆 安徽省每个县资源（存款余额和人均存款）占全省县级资源比重

县名	存款余额 (万元)	指数	县名	人均存款 (元)	指数
无为	园园园园园园园园	园园园园园园园	祁门	源园园园园	园园园园园园园
太和	园园园园园园园	园园园园园园	黟县	源园园园园	园园园园园园园
临泉	园园园园园园园	园园园园园园	旌德	源园园园园	园园园园园园园
桐城	园园园园园园园	园园园园园园园	绩溪	猿园园园园	园园园园园园园
濉溪	园园园园园园园	园园园园园园园	青阳	猿园园园园	园园园园园园园
涡阳	员园园园园园园	园园园园园园	宁国	猿园园园园	园园园园园园园
庐江	员园园园园园园	园园园园园园	歙县	猿园园园园	园园园园园园园

续表

县名	存款余额 (万元)	指数	县名	人均存款 (元)	指数
和县	156441.1	100.00	繁昌县	146.00	100.00
肥东县	156441.1	100.00	休宁	142.00	100.00
颖上	156441.1	100.00	含山	142.00	100.00
肖县	156441.1	100.00	和县	142.00	100.00
枞阳	156441.1	100.00	天长	142.00	100.00
歙县	156441.1	100.00	泾县	142.00	100.00
天长	156441.1	100.00	石台	142.00	100.00
蒙城	156441.1	100.00	桐城	142.00	100.00
砀山	156441.1	100.00	全椒	142.00	100.00
当涂	156441.1	100.00	当涂	142.00	100.00
舒城	156441.1	100.00	凤台	142.00	100.00
利辛	156441.1	100.00	霍山	142.00	100.00
界首	156441.1	100.00	铜陵县	142.00	100.00
怀宁	156441.1	100.00	界首	142.00	100.00
怀远	156441.1	100.00	东至	142.00	100.00
阜南	156441.1	100.00	怀宁	142.00	100.00
寿县	156441.1	100.00	南陵	142.00	100.00
霍邱	156441.1	100.00	广德	142.00	100.00
凤台	156441.1	100.00	无为	142.00	100.00
繁昌县	156441.1	100.00	砀山	142.00	100.00
宁国	156441.1	100.00	枞阳	142.00	100.00
含山	156441.1	100.00	来安	142.00	100.00
宿松	156441.1	100.00	濉溪	142.00	100.00
全椒	156441.1	100.00	郎溪	142.00	100.00
灵璧	156441.1	100.00	肥东县	142.00	100.00
肥西县	156441.1	100.00	太和	142.00	100.00
南陵	156441.1	100.00	芜湖县	142.00	100.00

续表

[illegible]

表附 苑泉猿 安徽省各县资源综合指标排名与“位次差”

单位	资源综合指标	资源综合指标排名	县域保费收入(万元)	县域保费排名	位次差
临泉	圆猿猿猿	员	圆猿猿猿猿	猿	原猿
无为	圆猿猿猿	圆	圆猿猿猿猿	猿	原猿
太和	圆猿猿猿	猿	猿猿猿猿猿	猿	原猿
涡阳	圆猿猿猿	源	圆猿猿猿猿	猿	原猿
颍上	圆猿猿猿	缘	猿猿猿猿猿	愿	原猿
霍邱	圆猿猿猿	远	圆猿猿猿猿	猿	原猿
肖县	圆猿猿猿	苑	猿猿猿猿猿	员	远
阜南	圆猿猿猿	愿	圆猿猿猿猿	猿	原猿
怀远	圆猿猿猿	怨	圆猿猿猿猿	圆	原苑
濉溪	圆猿猿猿	员	圆猿猿猿猿	圆	原远
利辛	圆猿猿猿	猿	猿猿猿猿猿	猿	园
蒙城	圆猿猿猿	猿	猿猿猿猿猿	苑	缘
庐江	圆猿猿猿	猿	圆猿猿猿猿	猿	园
肥东县	圆猿猿猿	猿	猿猿猿猿猿	源	猿
寿县	圆猿猿猿	猿	圆猿猿猿猿	猿	原远
桐城	圆猿猿猿	远	猿猿猿猿猿	怨	苑
灵璧	圆猿猿猿	猿	猿猿猿猿猿	猿	原远
枞阳	圆猿猿猿	猿	圆猿猿猿猿	猿	原远
砀山	圆猿猿猿	猿	猿猿猿猿猿	猿	远
舒城	圆猿猿猿	圆	圆猿猿猿猿	猿	圆
天长	圆猿猿猿	圆	圆猿猿猿猿	圆	园
怀宁	圆猿猿猿	圆	圆猿猿猿猿	圆	原圆
定远	圆猿猿猿	圆	圆猿猿猿猿	缘	原圆
界首	圆猿猿猿	圆	圆猿猿猿猿	源	原圆
当涂	圆猿猿猿	圆	圆猿猿猿猿	猿	愿
和县	圆猿猿猿	圆	圆猿猿猿猿	猿	圆
肥西县	圆猿猿猿	圆	猿猿猿猿猿	缘	圆
长丰县	圆猿猿猿	圆	圆猿猿猿猿	源	原圆
歙县	圆猿猿猿	圆	圆猿猿猿猿	猿	原圆
凤阳	圆猿猿猿	猿	圆猿猿猿猿	圆	员

续表

单位	资源综合指标	资源综合指标排名	县域保费收入(万元)	县域保费排名	位次差
凤台	员圆豫豫	猿	员圆圆圆圆	猿	原苑
宿松	员圆豫豫	猿	圆猿猿圆豫	猿	原原
宁国	员圆豫豫	猿	圆圆圆圆苑	猿	原圆
明光	员圆豫豫	猿	圆猿猿圆圆	圆	圆
泗县	员圆豫豫	猿	员圆圆圆圆	源	原愿
全椒	员圆豫豫	猿	圆圆圆圆圆	圆	愿
繁昌县	员圆豫豫	猿	猿猿猿圆愿	远	猿
五河	员圆豫豫	猿	圆圆圆圆愿	猿	愿
固镇	员圆豫豫	猿	圆圆圆圆苑	圆	愿
广德	员圆豫豫	源	圆猿猿圆圆	圆	苑
含山	员圆豫豫	源	猿猿猿圆员	圆	猿
来安	员圆豫豫	源	员猿猿圆原	源	原缘
东至	员圆豫豫	源	圆猿圆圆圆	猿	员
南陵	员圆豫豫	源	圆圆圆圆圆	猿	圆
金寨	员圆豫豫	源	员猿猿圆圆	源	原猿
潜山	员圆豫豫	源	员猿圆圆原	源	员
芜湖县	员圆豫豫	源	圆圆圆圆豫	圆	圆
望江	员圆豫豫	源	员圆圆圆愿	缘	原愿
泾县	员圆豫豫	源	员猿猿圆远	源	苑
太湖	员圆豫豫	缘	员猿圆圆猿	源	怨
霍山	员圆豫豫	缘	圆圆圆圆员	圆	圆
青阳	员圆豫豫	缘	员圆圆圆圆	缘	原缘
铜陵县	员圆豫豫	缘	员猿猿圆愿	缘	猿
祁门	员圆豫豫	缘	员猿圆圆愿	缘	猿
休宁	圆圆豫豫	缘	员圆圆圆豫	源	员
绩溪	圆圆豫豫	缘	员猿圆圆愿	缘	原猿
郎溪	圆圆豫豫	缘	员猿猿圆苑	缘	原员
旌德	圆圆豫豫	缘	员猿圆圆员	远	原圆
岳西	圆圆豫豫	缘	圆圆圆圆愿	猿	圆
黟县	圆圆豫豫	远	猿猿圆圆圆	员	缘
石台	圆圆豫豫	远	怨圆圆圆缘	远	圆
合计	员圆圆圆圆豫				

注：资源综合指标 越该县人口 辖省县级人口 伊圆豫豫 垣该县 圆圆圆辖省县级 圆圆圆伊圆豫豫 垣该县储蓄余额 辖省储蓄余额 伊圆豫豫 垣该县人均储蓄余额 辖省人均储蓄余额之和 伊圆豫豫。

当然，这种“位次差”的考核激励机制要从两个方面进一步完善：一是对县域的综合资源评价方法要更科学、合理，变量的选择要更合理，各变量权重的确定更科学。可行的方法之一是选取更多的变量，通过主成分分析法选取合适的因子变量，计算权重。二是对各县域公司的保费收入指标要进行更为科学的核算。为了进一步调整公司业务结构，提高期交业务比重，可以采取标准保费指标，以标准保费作为各县域公司排位的依据。

参 考 文 献

吴定富主编：《中国保险业发展改革报告》（吴定富，中国经济出版社 2003 年版）。

陈文辉主编：《中国人身保险发展报告》，中国财政经济出版社 2003 年版。

郑功成等著：《中国社会保障制度变迁与评估》，中国人民大学出版社 2004 年版。

庾国柱、王国军著：《中国农业保险与农村社会保障制度研究》，首都经济贸易大学出版社 2003 年版。

王梦奎主编：《中国社会保障体制改革》，中国发展出版社 2003 年版。

王东进主编：《中国社会保障制度的改革与发展》，法律出版社 2003 年版。

王晓军著：《中国养老保险制度及其精算评价》，经济科学出版社 2000 年版。

厉里虹：《人身保险欺诈及其防范》，中国金融出版社 1999 年版。

〔美〕萨宾·狄克、萨宾·鲁宾·费尔德：《微观经济学》，中国人民大学出版社 1999 年版。

〔美〕曼昆著：《经济学原理》，生活·读书·新知三联书店、北京大学出版社 1998 年版。

〔美〕奥利维尔·琼·布兰查德、斯坦利·费希尔：《宏观经济学》，经济科学出版社 1998 年版。

〔美〕罗伯特·哈特：《人寿保险经济学》，中国金融出版社 1999 年版。

〔美〕哈尔·瓦里安著，周洪等译：《微观经济学》（第三版），经济科学出版社 1999 年版。

〔美〕丹尼斯·詹姆斯著，杨春学等译：《公共选择理论》，中国社会科学出版社 1998 年版。

【美】阿瑟·科斯科、阿尔钦、诺斯等著，刘守英等译：《财产权利与制度变迁》，上海三联书店 1994 年版。

【英】弗雷德里希·奥古斯特·哈耶克著：《自由宪章》，中国社会科学出版社 1994 年版。

【挪威】卡尔·戈波尔奇著，虞国柱等译：《保险经济学》，商务印书馆 1994 年版。

【美】詹姆斯·M·马奎特著，陈秉正等译：《风险管理与保险》，清华大学出版社 1994 年版。

【德】瓦茨拉尼著，张庆红等译：《保险企业管理学》（第三版），经济科学出版社 1994 年版。

【美】詹姆斯·M·马奎特著，齐瑞宗等译：《当代风险管理与保险教程》（第七版），清华大学出版社 1994 年版。

【美】肯尼斯·布莱克，哈罗德·斯基博著，孙祁祥等译：《人寿与健康保险》（第十三版），经济科学出版社 1994 年版。

【中国台湾】袁宗蔚著：《保险学——危险与保险》（增订三十四版），首都经济贸易大学出版社 1994 年版。

【中国台湾】方明川著：《商业年金保险理论与实务》，首都经济贸易大学出版社 1994 年版。

【张维迎著】：《博弈论与信息经济学》，上海三联书店、上海人民出版社 1994 年版。

【虞国柱主编】：《保险学》，首都经济贸易大学出版社 1994 年版。

【江生忠著】：《中国保险产业组织优化研究》，中国社会科学出版社 1994 年版。

【魏华林、李开斌著】：《中国保险产业政策研究》，中国金融出版社 1994 年版。

【刘京生著】：《知识经济与保险》，中国社会科学出版社 1994 年版。

【卓志著】：《保险经营风险防范机制研究》，西南财经大学出版社 1994 年版。

【卓志著】：《人寿保险的经济分析引论》，中国金融出版社 1994 年版。

【裴光著】：《中国保险业监管研究》，中国金融出版社 1994 年版。

【孙祁祥等著】：《中国保险业：矛盾、挑战与对策》，中国金融出版社 1994 年版。

魏华林、俞自由、郭杨著：《中国保险市场的开放及其监管》，中国金融出版社 2003 年版。

关浣非著：《保险利益论》，中国金融出版社 2003 年版。

邱萍著：《保险利益研究》，机械工业出版社 2003 年版。

马明哲著：《挑战竞争》，商务印书馆 2003 年版。

刘京生：《中国农村保险制度府论纲》，中国社会科学出版社 2003 年版。

中国金融税制改革研究小组：《中国金融税制改革研究》，中国税务出版社 2003 年版。

王国军：“农村社会养老保险制度的经济可行性探讨”，《社会保障制度》2003 年第 5 期。

王国军：“中国城乡社会保障制度的比较与绩效评价”，《学术论丛》2003 年第 3 期。

杨翠迎、庾国柱：“建立农民社会养老保险计划的经济社会条件的实证分析”，《中国农村观察》2003 年 5 期。

杨翠迎、庾国柱：“中国农民社会养老保险的经济可行性研究”，《中国农村观察》2003 年第 3 期。

庾国柱、王国军：“农村合作健康保险的制度与组织形式选择”，《中国农村经济》2003 年第 3 期。

王国军、庾国柱：“分析农村社会健康保险制度经济可行性的经济计量模型探讨”，《中国卫生经济》2003 年第 5 期。

朱俊生：“我国保险业空间布局研究”，2003 年北大赛瑟论坛。

朱俊生、庾国柱：“商业健康保险和农村健康保障”，《市场与人口分析》2003 年第 3 期。

朱俊生、庾国柱：“论农村商业健康保险的发展”，《安徽保险》2003 年第 3 期。

朱俊生：“银行保险升级进行时”，《保险经理人》2003 年第 5 期。

朱俊生：“论建立多层次农村健康保障体系”，《人口与经济》2003 年第 4 期。

庾国柱、朱俊生：“论当前保险发展与风险防范”，《保险研究》2003 年第 5 期。

后 记

为深入分析中国人寿县域保险市场发展的现状，总结县域保险发展中的经验和教训，积极探索县域保险发展的道路和规律，经中国人寿保险股份有限公司总经理室批准，由战略规划部牵头，联合县域保险部，与首都经济贸易大学共同成立课题组，专题研究中国人寿县域保险发展问题。

本研究项目启动后，课题组进行了多次讨论，拟定了整体思路框架，提出了研究主旨和详细大纲，做了大量的实地调查。课题组成员先后走访了中国保监会和部分省市保监局，分别到中国人寿在重庆、安徽、河南、海南、湖南、浙江、山西、陕西、甘肃等省、市的分支机构开展调研；同时，在全国 15 个省、市、自治区的县域地区深入农村腹地，面对面地与当地老百姓访谈，发放调查问卷 1500 份，回收有效问卷 1500 多份，掌握了大量数据和原始素材。在此基础上，进行专项研讨，并几经修改，最后形成研究报告。

本研究报告是课题组全体人员共同努力的成果。中国人寿保险股份有限公司的刘凤全、黄建新、万里虹、彭宣贤、曾湘帆、蔡亮、张涤、洪梅、张治国、徐钢、胡慧敏、卓宇，首都经济贸易大学的虞国柱、朱俊生、王国军、段家喜、李文中、崔晓华、林春梅、李佳、李芸、周蕾、杨尊毅等课题组成员，分别参与了讨论、调研、撰写、组织协调等课题研究的全过程；虞国柱教授负责对研究报告进行总纂和定稿。在此，我们向各位作者和工作人员表示由衷的感谢！

此次研究得到了公司总部相关部门的大力支持和积极协助，个险销售部、团险销售部、中介代理部、健康保险部、产品开发部、精算部等部门都提出了很好的建议。浙江大学杨翠迎副教授、福建集美大学丁少群副教授、重庆工学院刘苓玲副教授、湖北经济学院刘宁副教授、池晓萍副教授、西北农林科技大学侯军岐教授、河南财经学院巴力副教授、海南保监局易细纯处长等协助我们在 15 个省、市、自治区的问卷调查中做了细致的组织和培训工作。河南省、安徽省保监局，中国人寿有关省级分公司也给予了大量的工作支持，提出了许

多宝贵的意见。没有他们的帮助也不会有今天的成果。在此，我们向他们深表谢意！

在书稿即将付梓之际，我们十分感谢中国保监会吴定富主席在百忙之中为本书题写书名，感谢中国人寿保险（集团）公司党委书记、总经理，中国人寿保险股份有限公司党委书记、董事长、总经理杨超先生亲自为本书作序。同时，也感谢中国财政经济出版社的责任编辑为本书的出版所做出的努力。

鉴于县域保险研究课题涉及面较广，研究难度较大，加之时间十分有限，本研究报告难免有些缺憾。比如，有些论据可以更充分，有的论题可以更深入，表述还可以更精炼一些等。我们认为，课题研究可以告一段落，大量需要付诸实践的艰苦工作还在后面。希望本书的出版，能引起全系统对县域保险工作的高度重视，上下共同思考这个课题，采取切实有效的措施，不断巩固和发展中国人寿的先发优势，为做大做强中国人寿服务，为中国保险业的科学发展服务。

中国人寿保险股份有限公司

县域保险发展研究课题组

圆缘年 圆月

后 记

为深入分析中国人寿县域保险市场发展的现状，总结县域保险发展中的经验和教训，积极探索县域保险发展的道路和规律，经中国人寿保险股份有限公司总经理室批准，由战略规划部牵头，联合县域保险部，与首都经济贸易大学共同成立课题组，专题研究中国人寿县域保险发展问题。

本研究项目启动后，课题组进行了多次讨论，拟定了整体思路框架，提出了研究主旨和详细大纲，做了大量的实地调查。课题组成员先后走访了中国保监会和部分省市保监局，分别到中国人寿在重庆、安徽、河南、海南、湖南、浙江、山西、陕西、甘肃等省、市的分支机构开展调研；同时，在全国 15 个省、市、自治区的县域地区深入农村腹地，面对面地与当地老百姓访谈，发放调查问卷 1500 份，回收有效问卷 1200 多份，掌握了大量数据和原始素材。在此基础上，进行专项研讨，并几经修改，最后形成研究报告。

本研究报告是课题组全体人员共同努力的成果。中国人寿保险股份有限公司的刘凤全、黄建新、万里虹、彭宣贤、曾湘帆、蔡亮、张涤、洪梅、张治国、徐钢、胡慧敏、卓宇，首都经济贸易大学的庾国柱、朱俊生、王国军、段家喜、李文中、崔晓华、林春梅、李佳、李芸、周蕾、杨尊毅等课题组成员，分别参与了讨论、调研、撰写、组织协调等课题研究的全过程；庾国柱教授负责对研究报告进行总纂和定稿。在此，我们向各位作者和工作人员表示由衷的感谢！

此次研究得到了公司总部相关部门的大力支持和积极协助，个险销售部、团险销售部、中介代理部、健康保险部、产品开发部、精算部等部门都提出了很好的建议。浙江大学杨翠迎副教授、福建集美大学丁少群副教授、重庆工学院刘苓玲副教授、湖北经济学院刘宁副教授、池晓萍副教授、西北农林科技大学侯军岐教授、河南财经学院巴力副教授、海南保监局易细纯处长等协助我们在 15 个省、市、自治区的问卷调查中做了细致的组织和培训工作。河南省、安徽省保监局，中国人寿有关省级分公司也给予了大量的工作支持，提出了许

多宝贵的意见。没有他们的帮助也不会有今天的成果。在此，我们向他们深表谢意！

在书稿即将付梓之际，我们十分感谢中国保监会吴定富主席在百忙之中为本书题写书名，感谢中国人寿保险（集团）公司党委书记、总经理，中国人寿保险股份有限公司党委书记、董事长、总经理杨超先生亲自为本书作序。同时，也感谢中国财政经济出版社的责任编辑为本书的出版所做出的努力。

鉴于县域保险研究课题涉及面较广，研究难度较大，加之时间十分有限，本研究报告难免有些缺憾。比如，有些论据可以更充分，有的论题可以更深入，表述还可以更精炼一些等。我们认为，课题研究可以告一段落，大量需要付诸实践的艰苦工作还在后面。希望本书的出版，能引起全系统对县域保险工作的高度重视，上下共同思考这个课题，采取切实有效的措施，不断巩固和发展中国人寿的先发优势，为做大做强中国人寿服务，为中国保险业的科学发展服务。

中国人寿保险股份有限公司

县域保险发展研究课题组

圆缘年 圆月