

上海保险企业的竞争与发展

陆爱勤

当前，上海的保险市场已成为国际保险界进入中国的首选目标，呈现出中外保险公司竞相逐鹿之势。昔日远东保险中心的上海是我国拥有保险公司最多的城市，不仅有国有、股份制的商业保险公司，而且还有外资公司，不仅随外资公司的进入兴起了“保险经纪”热，而且还率先建立了保险公估行和保险同业公会。人们正期待着上海能尽快成为公正的、法制化的、国际化的保险市场，同时也预感到保险业的竞争将更为激烈。

当然市场与竞争是不可分的。市场的发展有赖于竞争的推动，竞争有助于保险公司管理水平、服务质量的提高，有助于保险服务深度和广度的拓展，有利于市场的繁荣。但是竞争一旦展开最容易陷入价格竞争，而一味的价格竞争不仅会影响承保质量，助长竞相压价，违背保险运营的基本准则，而且必然会导致偿付能力的下降，社会稳定器、减震器功能的削弱。因而人们有一个共识：价格竞争既不应该成为竞争的主要内容，又不可能维持长久。它只能在一定幅度内展开适度竞争。

保险公司之间的竞争其主要内容应该从行业特点一向社会提供风险保障的服务性企业这一点出发，立足服务功能，施展各自的“神通”。

当代世界上不乏有享誉全球的成功企业，而这些各有特色的成功者中大凡有一条共同的经验，即富于创新，他们不仅善于推出各种适销对路的新品种，而且善于始终对环境的任何变化保持灵敏的反应，创造出自身的特色。日本的寿险业其发达程度为世界第一，其中成功的一条经验就是通过不断开发适应社会经济现时发展水平所需要的新险种，从“生活保障保险”向“生活保险”过渡，及时推出以提高生活质量，为社会解决老龄保障问题的集医疗、护理、伤害等方面服务内容为一体的保险商品。这些险种保障内容充实，范围广泛，又符合人们的心理需求，因此日本的寿险人均保费水平一直名列世界前茅，日本的六家寿险公司居世界十大公司之列。美国友邦保险公司善于抓住亚洲太平洋地区经济持续高速稳定发展的契机，把，握住亚洲一些新兴国家的人寿险业务，连连获得成功。该公司在香港根据当地具体环境，人文习惯，适时推出“望子成龙教育基金”保险，对象是14岁以下儿童。殊不知香港地区14岁以下儿童要占总人口比率的22%，达126万，且香港地区华人习惯心理有望子成龙有愿望。可见根据社会经济的发展境况及当地的人文背景不断创新无疑是一条行之有效的经验。

当然这里指的变化着的环境其包含的具体内容相当广泛，诸如保户保障需求的变化，竞争对手技能的改进，公众情绪的波动，国际市场的变迁，政府规章制度的变革，政策的调整以及经济发展的状况等等。要获取成功，各保险公司就必然需要注重分析，顺时应势，特别应以服务对象为研究重点，相应作出调整革新的设想，使公司充满活力。

作为一家保险公司要在竞争中取胜不仅要时时把握社会各阶层、各单位或家庭现时对保险的需求及时创出新险种，而且还要创出自己的特色。现在上海保险市场上国有的，股份制的，全国性的与区域性的公司并存，何以能取得成功，关键之一就是根据各自现有的力量，扬长避短，发挥各自的优势创出自身特色。弹丸之地，人口仅570万香港市场竟能容纳二、三百家保险公司，上海作为中国的第一大城市1300万人口，400多万个家庭，上万家大中型企业，其市场容量远远超出香港市场，况且上海的保险公司还只有几家，应该说这样的市场环境是各家保险公司大展鸿图的舞台。香港的民安保险公司在几百家公司中能显示出其经营船舶险的专长，中国保险有限公司则擅长火险为其特色，太平保险公则则以汽车及第三者责任险为其展业重点，上海的保险公司不妨借鉴它们的经验创建自己的特色，这样整个保险市场就会结构合理，功能齐全，经营业务广泛，竞争趋于有序。

要在竞争中取胜还需要以一流的服务质量，一流的工作效率，一流的信誉去赢得保户。一流的服务质量首先必须体现在确

立“保户需要第尸”的经营策略上，以灵活多样的经营方式和符合保户心愿的险种吸引投保人。同时在广而告知上要狠下功夫，使广大保户从知之不多到知之甚多，直至理解、信任，从而作出选择。事实证明，哪家保险公司宣传得越深入，保户心目中便会产生对其更多的倾向性。

其次，一流的服务质量还应体现在处处便利保户投保和索赔的各个环节中。提供适度的服务网点、广设代理或推行经纪人制度无不都是有效的措施。投保人往往讲究效率、方便，就近投保，如能上门服务则更受欢迎。有的公司广告宣传做得很好，投保人有意投保、但无奈找不到投保点，潜在的愿望也不可能转为即时的投保行为。同样保户还常常会考虑索赔的便利、及时。便利保户还应体现在承保方式、承保期限、交费方式，免赔额的确定以及某些承保责任的可选择性上，以便让投保人完全可以根据需要自愿投保。

一流的服务质量还应包括为保户提供防灾防损方面的技术指导，定时检查保险标的的安全情况，协助被保险人正确认识风险，加强管理，以防为主，避免灾害事故的发生。总之，为保户提供实实在在的服务是赢得保户的关键。

一流的工作效率与一流的公司信誉往往是联系在一起的，工作效率高无疑能提高公司的社会赞誉度。而一流的工作效率就保户而言，相对集中在理赔服务上，及时、合理、迅速和准确的雪中送炭是最令遇灾者感动的，正确理赔也最能体现公司恪守保险原则的信誉度。因此惜赔、滥赔都有损于公司的信誉。人们说：“信誉是公司的无形资产”一家公司能精诚服务，遵守行业道德，有效运用资金，增强偿付能力必然会使其业务经营纳入良性循环，为被保险人提供更为有利的投保条件，从而能真正赢得市场、赢得保户，立于不败之地。

总之，竞争与发展是紧密联系着的，从完善保险市场，发展保险业来看，竞争应该是开发新险种的竞争，理赔防损服务的竞争，保险偿付能力的竞争。只有在这些有益的竞争中，保险公司才能得到真正的发展，保险业才会有真正的繁荣。

（作者单位：上海师范大学）