

中华财险开展政策性农村住房保险的 SWOT 分析

——以都江堰支公司为例

唐琦

(四川农业大学商学院, 四川 成都 610000)

【摘要】: 政策性农业保险是由农业保险演变而来的, 近年来发展态势良好。中华财险都江堰支公司是该地区唯一一家开展政策性农村住房保险的保险公司, 运用 SWOT 分析法对其开展该项农业保险的优势、劣势、机会和威胁进行分析, 进而提出对该公司农业保险发展战略的几点建议。

【关键词】: 中华财险; 政策性农村住房保险; SWOT 分析法

【中图分类号】: D9 **【文献标识码】**: A **【doi】**: 10.19311/j.cnki.1672-3198.2018.16.060

政策性农村住房保险, 是由政府组织推动, 农户自愿参保, 财政资金补助, 保险公司经营, 以农民居住用房为参保对象, 按照保险合同约定对倒塌房屋损失予以赔偿的保险制度, 具有保险责任全、政府补助多、赔偿标准高、赔付速度快等特点。

1、中华财险概况

中华联合财产保险股份有限公司(简称中华财险)创始于1986年, 是经中国保监会批准设立的全国性财产保险公司, 也是全国唯一一家以“中华”冠名的财产保险公司。中华财险始终践行“服务至上、信守承诺、回报社会”的服务宗旨, 勇于承担社会责任, 得到了社会各界的广泛认可。中华财险都江堰支公司成立于2003年, 保险业务涉及机动车保险、企业/家庭财产保险、信用证保险等方面, 并于2014年开始开展政策性农村居民住房保险, 针对山区、丘陵、平原等不同的地理位置设置了不同的费率, 现已有4万余客户。在成都市的指导下, 该公司开展政策性农村居民住房保险时突出“政府补贴, 保障全面, 价格实惠, 服务周到, 技术支持, 理赔及时”的特点。

2、SWOT 分析法

SWOT 分析法是美国哈佛大学教授安德鲁斯 20 世纪 70 年代提出的战略分析框架, 是一种综合考虑企业内部条件和外部环境的各种因素, 进行系统评价, 从而选择最佳战略的方法, 也是企业战略管理的一个重要步骤。

3、中华财险都江堰支公司开展政策性农村住房保险的 SWOT 分析

3.1 优势 (Strengths)

(1) 差异化产品。都江堰现有 4 家保险公司开展农业及农业保险业务, 但仅有中华财险一家有政策性农村住房保险险种, 在该地区内不存在行业竞争。

(2) 保费低，保额高，农民参保积极。政策性农村住房保险采取政府补贴的方式，再加上极低的费率，农户只需缴纳保费的小部分，就能获上千倍的赔偿，保险保障的扩大效应大，切实减轻了农民的负担，能有效调动农户参保积极性。以该公司的平原砖木结构住房保险为例，保额为 250 元/平方米，费率为 0.09%，总保费为 0.225 元，除去各级财政补贴 75%，农户仅需缴纳 0.05625 元/平方米的保险费。

(3) 标的物及其受灾情况识别简单。农村住房保

险的标的物为不动产，在投保与定损时，均需要保险机构专业人员到现场勘察并记录，相较于种植业等农产品这些高道德风险的险种而言，基本不存在谎报灾情、骗取保费的情况。且房屋的受损程度易于评估，方便确定赔付金额。

3.2 劣势 (Weakness)

(1) 保额固定，不能满足需求。与保费与保额呈正相关的保险险种相比，政策性农村住房保险保额固定，虽然费率低，但当灾难真正发生时，保额之于房价，难以满足农户的需求。接前例，现有一套上述结构农村住房面积为 80m²，灾情出现时，如果导致房屋倒塌等不能用于居住，在不计免赔的情况下赔付 250 元/平方米，都江堰房价每平米过千元，面对 250 元的最高保额难以维持居民的正常生活。

(2) 保额高，赔付率高，风险大。该保险的费率极低，一旦发生较为严重的自然灾害，就会导致极高的赔偿，在没有风险分散机制或其他准备的前提下，会给公司带来极大的损失。

(3) 宣传方式单一，业务开展难度大。现阶段普遍的宣传方式是到乡镇和村上开宣传会，需要借助村委会等向村民传达以使农民们了解这个险种，若有需要，再联系公司到现场查看标的物。这就需要村委会等积极配合进行宣传，若村上宣传不积极，就会影响投保率。

3.3 机会 (Opportunities)

(1) 政府支持，前景良好。近年来，国家一直关注“三农”问题，也逐渐重视农业保险的发展，在政府的大力支持下，现阶段农业保险属朝阳产业，发展前景广阔。

(2) 开发新险种的空间大。该公司仅政策性农村住房保险这一种农业保险，产品单一，同时说明其农业保险发展空间大，可开发的险种范围广。

(3) 新进入者威胁小。由于政策性农业保险的特殊性，每开发一种险种之前，都需要总公司向保监会申请，由保监会进行审核是否惠农、是否满足开展条件等。此过程繁琐且保监会会进行全方面的考虑，故潜在进入者的威胁小，该公司在该地区可以继续保持无竞争状态。

3.4 威胁 (Threats)

(1) 法律法规不完善。现与农业保险相关的法规不够全面，《农业保险条例》也还不完善，目前还没有适合我国国情的专门针对政策性农业保险的法律法规。

(2) 都江堰地理位置的特殊性。都江堰市地处岷江出山口，该地区暴雨洪涝、干旱、雷电等气象灾害频繁发生，一旦受灾，则会导致房屋大面积毁损且毁损情况严重，导致巨大的赔付额。

(3) 农民对政策性农业保险认识有偏差。在连续参保几年间都没有灾难发生时，大多农民就觉得没有必要购买该保险，进而退保。

表 1 中华财险都江堰公司开展政策性农村住房保险的 SWOT 分析

优势 (S)	机会 (O)
差异化产品	政府支持，前景良好
保费低，保额高，农民参保积极	开发新险种的空间大
标的物及其受灾情况识别简单	新进入者威胁小
劣势 (W)	威胁 (T)
保额固定，不能满足需求	法律法规不完善
保额高，赔付率高，风险大	都江堰地理位置的特殊性
宣传方式单一，业务开展难度大	农民对政策性农业保险认识有偏差

4、建议

(1) 创新保险机制。不仅仅局限于定额赔付，借鉴“保费缴纳越多保额越高”机制，设立不同的投保档次供投保人选择，以满足不同农户的需求。

(2) 开拓营销渠道。走出传统的“宣传会”的营销方式，利用口碑营销、广告营销、网络营销、服务营销、影视营销等方式，如拍宣传片、举办知识讲座等，从多方面进行业务宣传，并树立良好的公司形象，吸引更多的客户。

(3) 加强人才建设。政策性农村住房保险的标的物具有一定的专业性，公司应逐渐完善用人机制，引进了解农村现状、农民心理及房地产等的专业人才，既能抓住农民的心理并从其的切身利益出发推销产品，还能凭专业知识赢得客户的信赖，有利于公司和保险本身得到认可，增加投保量。

(4) 增强服务意识。保险业属于典型的服务行业，员工的服务意识与服务态度直接影响公司的业绩，这就要求员工在推广业务时要保证客户明确了解该产品，避免后续发生冲突。其次，在保如、保中、保后各个阶段提供优质服务，既要挖掘潜在客户，又要杜绝出现客户投保后就不予理睬的情况。

(5) 强化农民投保意识。很多农民缺乏分散自然灾害造成的损失的意识，这就需要保险人员向其说明灾难发生的严重性和投保之后的好处，让其权衡利弊，以增强投保意识。

(6) 开发新的险种。结合都江堰的地理位置、气候条件等尝试研发新的农业保险品种，以分散单一农业保险的高风险，同时提升公司的知名度，提高市场占有率。

[参考文献]:

[1] 贾金荣, 段月萍. 洛川县农业保险发展的 SWOT 分析[J]. 资治文摘 (管理版), 2009, (04): 51+119.

[2] 张超. 基于 SWOT 分析的新华保险南阳分公司发展路径研究[J]. 中国商论, 2017, (06): 29-31.

[3]曹琳, 孙瑞杰. 保险大时代下的保险营销探讨[J]. 现代商贸工业, 2017, (25).