

# 大陸保險業快步走過二二二

/ 書 立

二二二 三年，是中國大陸保險業改革發展全面推進的一年；三大國有保險公司圓滿完成資產重組改制以及人保財險和中國人壽的海外成功上市，成為了去年大陸保險業最為引人注目的事件；以車險改革為主的各項改革措施不斷推出，把保險業市場化改革全面引向深入；外資保險公司的加速進入，經營區域和經營限制的進一步放開，使保險市場的對外開放無論廣度還是深度都前進了一大步；特別是年初，在全面抗擊「非典」鬥爭中，保險業「服務大局、勇擔責任、團結協作、為民分憂」，不僅凸顯了保險的社會管理功能，更大大提升了保險業的社會形象；所有這一切奏響了二二二三年保險業做大做強的主旋律，全年共實現保費收入三千八百八十億元人民幣，比上年增長百分之二十七點一。其中，壽險保費收入二千六百六十九億元；健康險和意外險保費收入三百四十二億元；財產險保費收入八百六十九億元，使大陸保險業發展呈現一波蓬勃向上的大好態勢。

## 抗擊「非典」——凸顯保險的社會管理功能

二二二三年，對大陸經濟和發展最大的外來影響，首推遭遇「非典」和戰勝「非典」。同樣，保險業也與「非典」打響了一場遭遇戰。

時隔半年後，大陸保監會主席吳定富先生這樣評論：在今年抗擊「非典」鬥爭中，保險的社會管理功能得到社會的普遍認可。面對嚴峻的疫情，各保險公司及時開發應對「非典」的保險產品，提供多層次的保險保障，大大增強了人們戰勝「非典」疫情的信心。在這場鬥爭中，保險業再現出高度的政治意識、大局意識和責任意識，體現了「服務大局、勇擔責任、團結協作、為民分憂」的行業精神。

據統計，僅從去年四月二十日至五月二十日，大陸就有二十一一個保險公司的四十一種應對「非典」



的新產品和服務問世。

迄二〇〇三年六月三十日止，大陸壽險公司共接受「非典」索賠四百九十四例，總賠付金額四百一十七萬元。長期以來，人們對保險的功能更多關注於經濟補償和資金融通方面。與「非典」有關的保險賠付的確也在很大的程度上緩解了「非典患者」經濟上的困難。但當疫情過後，人們再次審視時，若干專家認為，保險業抗擊「非典」中體現出的現代保險的社會管理功能，更應引起重視。

保險業在對社會風險的管理方面具有其獨特優勢。保險作為專門經營風險的行業，在風險處理上形成了專門化的優勢，能以較低的成本實現對風險事故社會處理的其他方式的替代，對社會的穩定的發展起著重要的管理和引導作用。「非典」在很大程度上衝擊著人們傳統的风险觀念和意識，健康保險對「非典」的積極介入及相關宣傳引導著人們風險觀念的不斷成熟，促使人們重視對風險的防範，加強對風險的管理。

保險業在社會理性的建設方面也發揮著一定的管理和引導功能。無論從哪個角度看，「非典疫情」的突如其來都引起了老百姓的一些不安情緒。保險業通過採取「非典健康保險」等產品開發、銷售及專門化服務等具體措施配合政府對「非典」客觀、全面、及時地宣傳，引導老百姓培養良好的生活習慣和樹立科學的健康防範意識，取得了明顯效果。

在二〇〇三年十二月十三日召開的「第一屆中國保險業發展改革論壇暨現代保險功能研討會」上，吳定富先生曾進一步闡述保險社會管理功能的豐富內涵和它體現的幾個方面：一是社會保障管理；二是社會風險管理；三是社會關係管理；四是社會信用管理。他呼籲，要充分認識發揮現代保險社會管理功能的重大意義，努力發揮現代保險的社會管理功能，為促進經濟社會和人的全面發展服務。

#### 國有保險公司——順利實現重組上市

二〇〇三年十二月二十二日，中國再保險（集團）公司及其旗下的兩家新公司——中國財產再保險公司和中國人壽再保險公司在北京同時掛牌，給二〇〇三年的保險業改革日誌又記上濃彩的一筆。



這也是完美的一筆。它使人們可以用「國有保險公司完成重組改制」來評價今年保險業改革的進程。中國人保、中國人壽和中國再保這三大國有保險的重組改制，是去年大陸保險業體制改革中之重點。以中國再保險掛牌為標誌，三家公司的重組改制工作在年底以前全部順利完成。

對保險業來說，下面是一些難忘日子：一 二年底，中國人保、中國人壽和中國再保三家國有保險公司的股份制改革方案獲得國務院批准。

在二 三年初召開的全國保險工作會議上，國有保險公司的股份制改革被確定為去年保險業最重要的一項工作，隨後進入實質性運作階段。

同年下半年，三家國有保險公司先後宣佈重組改制。大陸人保重組為中國人保控股公司，並發起成立中國人民財產保險股份有限公司和中國人保資產管理有限公司；中國人壽重組為中國人壽保險（集團）公司和中國人壽保險股份有限公司及中國人壽資產管理有限公司；中國再保險重組為中國再保險（集團）公司，並發起設立中國財產再保險股份有限公司、中國人壽再保險股份有限公司和中國大地財產保險股份有限公司。

二 三年十一月七日，中國人民財產保險股份有限公司以 股在香港聯交所成功上市，成為第一家在海外整體上市的國有金融企業。十二月十七日、十八日，中國人壽保險股份有限公司在紐約和香港成功上市，成為首家在美國、香港兩地上市的大陸金融企業。從資本構成單一的國有保險公司，到股份制保險公司，再到上市公司，占大陸保險業將近三分之二市場份額的三大國有保險公司在去年經歷了一場如「浴火重生」般的轉變。

業內人士認為，國有保險公司重組改制成功，突破了多年來制約保險業發展的體制「瓶頸」，為今後的改革與發展打開了通道。國有保險公司通過改革建立了現代企業制度，建立健全了法人治理結構和科學的決策機制、高效的激勵約束機制，參照國際慣例建立了企業運行機制，為培養核心競爭力、更好地參與內地、國際競爭提供了體制保證。中國人保、中國人壽在海外上市以及中再集團在子公司組建中



引進外資，開啟了大陸保險業運用國際資本市場的大門。通過上市和招股募集資金，壯大了國有保險公司力量，增強了抵禦風險的能力和償付能力。更重要的是，通過重組改制和上市，國有保險企業從國有獨資企業轉變為股份制公司，成為以市場為導向、以股東價值最大化為經營目標的競爭主體，有利於公司管理水平和經營業績的提升，也有利於國有資產的保值增值。改制與上市給保險公司帶來了更強的內部約束力，將會逐漸改變大陸保險公司現有的經營模式，提升保險公司的創新能力和服務質量，促進保險業做大做強。

但專家也指出：國有保險公司要徹底完成這場「脫胎換骨」的變革，仍然任重而道遠。各家公司要在規範公司治理結構、轉換經營機制、增強企業內部活力和外部競爭力、提高贏利能力等方面下苦工夫。保險公司上市以後，從近期看，必須實現從規模經營到效益經營的轉型，通過重新調整費率結構和產品與服務定位，淘汰非效益險種，實行分支機構重組從服務中提升產品價值。

#### 發展中調整——向穩健和效益邁進

近年末，人們不難發現，二二年曾經賣得相當火爆並有力拉動保險業整體保費上升的分紅保險產品，不論是個人營銷還是銀行代賣，去年都出現了不同程度的「降溫」；或者是在繳費形式上提高了期繳比例，降低躉繳比例；或者是在內容上增加了保障，弱化了投資功能；或者是直接停售了某類高風險產品。不斷調整下的分紅保險產品依舊保持了較高的增速，同時也在快速增長中剔除了許多風險因素。

對分紅保險的調整其實只是二二年大陸保險業所進行的一系列主動或被動的調整在一個產品層面上的反映。去年大陸保險業在繼續保持快速發展勢頭的同時，最大的變化其實是貫穿於保險公司經營戰略、管理方式、產品開發以及業務結構中的不斷調整。而調整的動力不論是來自自身的認識，還是來自外部的壓力，其目的都是為了加強對經營風險的有效控制，提高企業的經營效益，追求一種持續、協調、健康的發展模式。



調整體現在各方面。產險市場上，占市場份額百分之九十以上的「老三」——中國人保、中國平安和中國太保，都在進行有計劃的調整，從產品結構到考核標準，從管理機制到營銷方式。而華泰保險等更是一種主動的姿態對公司進行「升級換代」，以期在激烈的競爭中找準自己的定位，表現在具體產品及做法上，給人們印象最深的可能要算去年八月起的產險公司幾乎全面叫停的機動車輛消費貸款保證保險，和部分公司為預防風險而提高車險業務中的高風險業務品種保費收取標準和承保條件，甚至拒絕承保高風險車輛。壽險市場上，除了對分紅保險等產品進行必要的調整外，各保險公司對自身業務結構、償付能力、管理標準等也更加重視，並根據自己的發展規劃進行適應市場需求和競爭變化的調整。產品設計開發以及服務更加細化和差異化，更加注重保險保障功能的回歸。絕大多數公司不再片面地以保費規模來作為競爭和考核的標準，而更加重視業務品質、持續發展能力；不再注重一時一地的市場佔有，而更加重視公司的品牌、客戶的忠誠度以及公司長期可持續發展的能力。

降低經營風險、提高業務質量是調整的主要目的，適應更為激烈的市場競爭是調整的重要原因。二、三年大陸保險業是在快速發展中積極進行調整的一年。這種調整為保險業做大做強將打下良好的基礎，在今後的發展過程中整個保險業將會慢慢品嚐到它帶來的甜頭。

#### 車險改革——加快市場化進程

二、三年八月，天安保險公司在瀋陽市推出了「酒後駕車險」，一度使大陸車險市場上風雲再起。一時間，許多人對天安保險這一新險種的可操作性、合法性等產生了質疑。對一個保險品種的關注程度如此之大，在大陸保險業的發展歷史上還很少見過。

「酒後駕車險」的意義並不僅僅局限在它是一個受到爭議的險種。這個險種實際上是保險公司對承保責任作了一次小小的改動，而這個改動只有在二、三年才可能出現，因為自二、三年一月一日起，大陸保監會對車險條款、費率管理制度進行改革，廢除了原先的統頒條款費率，改由各保險公司自主制定條款費率，這才使天安保險可以根據自己的理解推出「酒後駕車險」。

近年來，大陸保險業的市場化進程一直在持續，其中一個重要內容，就是管理部門不斷把原來產品



定價權放給市場主體，由保險公司自主經營。二 二年底，大陸保監會在試點的基礎上，決定在二三年進行車險改革。與此同時，對航空意外險進行改革也在去年進行。這是近幾年大陸保險業市場化邁出的一大步。

車險在大陸財產險市場上有著重要的地位。財產險百分之六十的保費收入來自車險收入，可謂佔據大半江山。以往，由於條款費率統一制定，保險公司無權更改，實際上只起到一個銷售公司的作用，因此在開發產品、提升服務方面缺少積極性，車險給投保人的最直感覺是保險產品、保險服務的趨同，價格戰幾乎總是佔據著車險市場競爭的主角，保險公司靠高額回扣去打拼市場，導致市場秩序混亂。

二 三年進行的車險改革，給車險市場引入更多的市場機制，也給市場帶來了巨大變化。各家保險公司在自行擬定條款費率以後，一些以往很難在市場上看到的現象，以往客戶很難看到的車險產品、車險服務，隨著保險公司創新力度的不斷加大而越來越多，車險市場更加人性化、個性化了。經歷了一年改革的大陸車險市場，市場化進程加快是令人感到的最大變化。

在過去的一年，各經營車險的保險公司均推出了自主制定的條款費率，有的公司還根據市場情況做了多次調整。新條款費率以歷史資料和精算為依據，更加公平合理，重視從車從人因素，強調個性化和差異化，保險責任有所增大，整體費率水平有所下降，消費者得到了實惠。費率改革使車險市場與主體內部也發生了重大變化，各保險公司加強對車險業務的管理，開始重視經營效益。去年保險公司經營策略的轉變正說明這一點，從源頭抓起。更多保險公司開始注重成本核算，效益為中心成為公司業務拓展目標。保險公司對不同車型、不同險種的區分對待，甚至有些險種退出市場，高風險車輛被許多保險公司疏遠，車輛貸款保證保險在許多地區停售，盜搶險對一些牌子的車型開始選擇等等，更顯示了改革給保險企業帶來的重要影響。

機動車險費率的放開，加速了保險公司的優勝劣汰，車險市場開始了重新洗牌。「投保容易理賠難」等老大難問題也開始逐漸得到解決。去年車險的服務創新層出不窮，理賠質量越來越高、速度越來越快，使客戶獲得了越來越多的服務和方便。據統計，二 三年車險市場在車均保費下降的情況下，保

費收入仍平穩增長，表明車險的覆蓋面正在擴大，越來越多的車享受到保險保障。車險改革正在通過市場實現它的各項既定目標。

去年車險改革僅僅是大陸車險市場化進程的第一步，市場這隻無形大手還將繼續推動大陸車險業的市場化不斷深入。

#### 監管質量升級——為保險業發展堅實基礎

去年九月，國家保監會發佈《關於保險公司經營區域有關問題的通知》進一步放寬了對保險公司經營區域的限制。通知對保險公司在省、自治區或直轄市設有分支機構的，要求在控制風險、保證服務前提下，在該區域內開展業務可以不再層層設立機構，而是可以採取通過專業仲介公司或設立營銷服務部的方式開展業務。這一規定的出臺不僅將大大節約保險公司開展業務的成本，而且對許多公司此前面臨的經營地域限制問題提供了疏解的渠道。

二 三年，像《關於保險公司經營區域有關問題的通知》一樣，能夠積極規範和促進保險業健康發展的監管規定出臺了許多。保監會本著提高監管質量和服務，促進保險業發展的宗旨，圍繞做大做強保險業這一目標，積極轉變監管方式，完善保險監管法制體系建設，先後出臺了一系列監管規定。監管法律體系的進一步完善，監管能力的進一步加強，監管質量的大幅提高以及監管方式的逐步轉變，保證了二 三年大陸保險業繼續保持了快速協調健康發展勢頭。

回顧二 三年出臺的監管規定，我們會看到：去年開年不久的三月份，保監會就發佈了《保險公司償付能力額度及監管指標管理規定》，從切實保障被保險人利益，保證保險公司的償付能力的目標出發，對償付能力額度、產壽險公司的監管指標、相關指標的監督和檢查等方面進行了詳細的規範。此舉使大陸的保險監管由一般性的市場監管向償付能力監管邁出了實質性步伐。七月份，保監會修訂了《保險公司高級管理人員任取資格管理規定》的有關條文，一是放寬了學歷和從業背景的限制，降低了在相關領域的從業年限要求；二是進一步強調高級管理人員的品行要求，規定有犯罪記錄的人員一律不得擔任保險公司高管；三是縮小了進行任職審核的人員範圍，對分公司以下副總經理不再進行任職審查。這



些規定的出臺，十分有利於吸引更多優秀管理人才加入到保險業的管理隊伍中來，從而進一步推動保險業更快的發展。為了適應保險資金持續快速增長、資金運用規模日益擴大的情況，保監會於二〇〇三年重新修訂了《保險公司投資證券投資基金管理暫行辦法》和《保險公司購買中央企業債券管理辦法》，分別把投資證券基金的比例調整為百分之十五、購買企業債券的比例調整為百分之二十。另外，進一步明確保險公司可以投資中央銀行票據業務。這些措施的出臺，為保險資金的運用拓展了空間，從而為保險資金的保值增值提供了新的保證。

在這一年，一方面，保險監管法制體系在逐步完善；另一方面，保險監管方式在逐步趨於靈活有效——對市場中出現的新事物，只要符合市場規律和發展方向，不違反法律法規，就允許大膽探索。保監會主席吳定富先生在二〇〇三年年中召開的全國保險工作座談會上對各地保險監管負責人提出的監管要求，反映出這種監管思路的轉變——為做大做強保險業，保險監管要提供全面有效的服務。「幹本行，想全局；幹好本行，服務全局」，從宏觀和全局角度觀察問題處理問題，寓監管於服務之中，使大陸二〇〇三年的保險監管向成熟邁出了堅實的一大步。

#### 仲介市場——迎來發展新機遇

二〇〇三年，是大陸保險仲介主體發展最快的一年。年內，國家保監會根據有關法律法規的要求，把保險仲介機構的審批納入日常工作，實行審批制度的程式化和透明化，做到成熟一個批准一個。保險監管在市場准入上的放開，促進了保險仲介主體的迅速增長。截至去年底，大陸現已開業經營的專業保險仲介機構已達六百七十八家，其中有五百一十七家是二〇〇三年新批開業的，加上目前正在籌建待開業的三百五十八家機構，到今年年底，大陸專業保險仲介機構將有望超過千家。保險經紀、公估、代理等仲介機構的迅速發展，必將在促進保險業的專業化經營和快速發展上發揮越來越重要的作用。

在仲介機構迅速發展的背後，更具實質意義的是去年市場對保險仲介的認同大大提高。一方面，保險仲介在保險市場發展中的作用日益突出，市場份額不斷上升。通過積極開拓市場，提高專業服務水平，去年保險經紀公司成功地完成了許多大型保險專案的風險評估和保險安排，公估公司較好地完成了



許多重大保險事故的勘察估損工作，代理公司的業務也在逐步增長。保險經紀公司和專業代理公司實現的保費也有了顯著提高。另一方面，保險仲介與保險公司的關係明顯正常化，從過去的完全敵對和吵作開始走向合作。通過市場的磨合，無論是保險公司還是仲介機構都清楚地看到了彼此建立一種相互依託、互利共贏的合作關係的重要性。從工商銀行保全系統數億保額的保險安排到「神舟五號」太空人的保險服務，去年不僅越來越多的保險專案接納引入了保險仲介，而且在有些省份一些財險公司包括一些大的保險公司甚至已經把車險理賠服務完全打包交給保險仲介機構去經營。

最值得一提的是，隨著去年十月一日保險公司經營區域限制的放寬，保險仲介機構參與市場經營的限制隨之進一步放開，占市場主導地位的各保險公司開始把仲介作為改革經營體制的重要舉措和市場條件。二、三年年底前，中國人保已先人一步透露，為全力打造保險金融集團，實現專業化經營，公司正在抓緊申報設立壽險、健康險、經紀公司和代理公司，以培育經營相互依託、業務共同發展的整體優勢。毋庸置疑，保險公司經營體制和經營方式的轉變，將打破保險仲介發展的最大桎梏，給仲介市場帶來突破性的發展。

去年，有關保險仲介市場的監管制度也越來越完善，為加快保險仲介市場的發展營造良好的制度環境。保險監管部門在鼓勵發展專業保險仲介機構的同時，加強了監管政策規定和市場退出機制的建設。年內四十九家保險仲介機構由於未能在規定期限內完成籌建工作或沒有達到開業標準，被取消了籌建資格。保險仲介市場初步形成了規範進入、有序退出、優勝劣汰的准入退出機制，開始步入良性迴圈的新階段。

我們看到，儘管目前大陸專業保險仲介機構已近千家，但在市場上真正活躍的力量還並不多，企業在整體素質有待提高，保險仲介公司無論是在市場定位、業務開拓，還是專業化水平、服務質量等方面都與成熟的市場要求差距較大。但是，有一點值得期待，就是去年第一家中外合資保險經紀公司已經成立。合資保險經紀公司的運作與發展，或許會在促進保險仲介市場的與國際接軌，提升大陸仲介機構的專業化和服務水平等多方面，作出一個很好的樣板和示範，從而有助於推進保險仲介市場儘快朝著市場



化、規範化、職業化和國際化的方向邁進。

### 競爭——為「第三領域」注入活力

二 三年如果你是在年初和年底兩次出差乘坐飛機，在各大機場航意險共保櫃檯購買航意險保單時，所遇到的情況會截然不同。年初還是排著長長隊伍的航意險共保櫃檯，年底卻冷清了很多。因為更多的保險公司在機場設立了自己的航意險櫃檯，開始自行銷售產品和服務。

其實，人們在不同時間遇到的這兩種不同的情況正是大陸保險業不斷發展、對外開放不斷加大、體制改革不斷深化的必然結果。因為新《保險法》的實施，給原來長期由壽險公司開發的短期健康保險和意外傷害保險注入了新的生力軍，財產保險公司進入「第三領域」。從而人保財險、太平洋財險、平安財險等公司都相繼推出了自己的短期健康險和意外傷害保險產品。

二 三年是大陸加入世貿組織的第二年，保險業的開放程度明顯加大，各家保險公司的發展策略也悄然發生變化，保險市場在調整中穩步推進，經濟效益成為各家公司追求的主要目標，經營特色成為各家公司在競爭取勝的主要法寶。年初，各界還在探討壽險公司「共保」航意險是否合時宜；幾個月後，壽險公司「共保」航意險的情況開始發生了變化，這就是市場化的力量，這就是保險公司商業化發展的結果。

實際上，在產險進入「第三領域」之前，保險市場上出現的許多短期意外傷害險就大有取代二十元傳統航意險保單之勢，太保壽險的「世紀行差旅行保障卡」，五十元可保全年海、陸、空意外保險；平安的一百元保全年的航意險，泰康人壽與福建興業銀行發行的「興業商務保險卡」，九十九元保全年的航意險等等。人壽保險公司和財產保險公司推出的套餐產品，共同特點是價格更加實惠，而且保險範圍涵蓋的領域更加廣泛。

短期健康保險和意外傷害保險儘管在壽險公司的業務總量中所佔有的比重不大，其保費收入目前占人壽保險公司保費總收入不足百分之十。但因其具有「短、平、快」的特點，市場潛力很大，故成為「兵家必爭之地」。



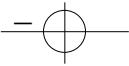
過去大陸的保險業長期以來實行的是分業經營，尤其是經營產、壽險資金混用可能帶來挪用壽險準備金支付產險賠款，影響壽險公司償付能力現象的產生，公司業務間的互不交差也使大陸的保險公司在經營業務時更趨「專業化」，但卻也使長期由壽險公司唱「獨角戲」的短期健康保險業務和意外傷害保險業務領域出現了保險品種單一、業務發展緩慢、服務質量低下、創新意識不強等現象。產險公司介入「第三領域」，促進了保險公司加大開發和豐富意外險產品、改善保險服務的力度，最終有利於保護投保人和被保險人的利益；有利於產險公司擴大業務範圍，優化產品結構；同時，也有利於降低保險公司的展業成本和承保費用，樹立公司品牌，提高公司的盈利能力，和償付能力，有利於增強大陸民族保險業的核心競爭力。隨著競爭的不斷深入，保險業也將會越做越大，越做越強。

#### 社會保險意識逐步提高

回首二 三年的大陸保險業，有很多事件令人難忘。國有保險公司完成重組改造並成功上市，車險、航意險進行市場化改革，保險業團結一心戰勝SARS帶來的疫情等等，都給保險業帶來深遠影響。但同時，一些看似微小的事件，也給關注保險業的人們留下深刻印象。二 三年下半年發生的一酒後駕車險」和保險公司「勸退保」事件等所帶來的廣泛社會反響，或者說媒體對這些問題的炒作，顯示出大陸社會的保險意識正在增強。

二 三年下半年，東北一家保險公司推出了承保因酒後駕車造成的第三者責任險。對整個保險市場或車險市場來說，某一城市的某一家保險公司分支機構，推出一個附加險，實在是一件小事情，甚至可以說微不足道：這個險種總共只賣出去三百多份。但恰恰是這件「小事」，引發了關於保險問題的大討論。在這場討論中發言的，有市場人士、有保險監管者、保險問題專家、法律界、社會學界的學者，也有大量普通百姓。討論的內容除了保險產品，深達保險的本質和它與社會、經濟的關係。媒體的熱情之高，社會的關注之強，討論涉及的範圍之廣，都是以往少見的。

在二 三年下半年，因有的保險公司拒保高風險車輛，或勸高風險客戶退保，也引發了社會對保



險的社會風險保障功能、保險公司市場定位的經營策略的討論。

人們會注意到，一直以來，能夠引起媒體「炒作」的保險新聞並不多。以往一些突發事件也會使社會關注保險問題，如空難發生，人們會關注乘客是否購買了保險，保險公司能否按約定賠償等。但這些對保險的關注，更多地附屬於對災難的關注，未脫離社會新聞的範圍。而去年社會上對保險事件的幾次大的討論，人們的關注點更多地集中在保險本身。這種變化，體現出社會和老百姓對保險業比以往更加關心，人們對保險的認識也比以往更加深入。

業內人士認為，居民對保險的認識增強，在二、三年特別明顯，這是多年來不斷努力的結果。近年來，大陸保險業快速發展，保險已經深入到社會的各個角落，與千家萬戶的生活建立了密切的聯繫，自然會受到人們的普遍關注。從維護社會和自身的利益出發，人們會對保險從產品到服務，從價格到功能，提出各種問題。宣傳保險知識似乎更多限於保險公司產品宣傳和營銷員營銷時間向客戶介紹保險知識。由於保險公司的宣傳能力和限制和營銷本身具有的功利性，宣傳效果難以預測。近年來，大陸保險宣傳的力度加大，效果明顯。大陸保監會充分發揮服務功能，改變監管方式，凡遇重大保險事件都要向社會公示，重要決策向社會公開徵求意見，引導人們關心保險問題，其作用不可低估。此外，近年來與保險有關的事件多，如：二、三年兩次空難引起的人們對航空險關注、二、三年車險改革、特別是「非典」疫情帶動了人們的保險需求等，都對提高社會的保險意識產生著影響。

在分析制約大陸保險業發展的因素時，早有學者指出，由於商業保險起步晚和文化傳統的關係，大陸社會的風險意識和保險意識普遍不強，阻礙著保險市場的進一步擴大。普及保險知識，提高社會保險意識，成為大陸保險業多年來的一項重要工作目標。在二、三年顯現出來的社會保險意識增強的趨勢，將對大陸保險業的持續健康發展帶來深遠影響，對跨入新的一年保險業來說，可謂是一枝令人心喜的報春花。

（本文作者：中國大陸資深記者）