

中国人民大学经济学院以研究生毕业同等学力

申请硕士学位论文写作报告

姓 名： 陈江波

资格证号： 71040782

专业名称： 世界经济学

拟定学位论文题目：外资寿险公司个人营销渠道发展模式对其经营利润的影响

报告日期： 2021-12-31

一、选题依据

|  |
| --- |
| **1.目的及意义：**  一、选题要解决的问题：  银行保险业进一步扩大开放背景下，将有更多外资寿险公司进入中国。当前中国寿险市场正处于转型改革新一轮探索期，作为外资寿险公司主要营收及利润贡献的个人营销渠道，其发展模式如何选择对于外企在国内的长期持续发展至关重要。  二、理论意义  寿险企业利润有三个来源：利差益、费差益、死差益。在新的时代背景下，如何通过优化/变革营销员渠道发展模式，对利润三因子产生有利影响。  三、现实意义  为未来进入中国市场的外资寿险公司提供个人营销渠道发展策略路径参考。 |

|  |
| --- |
| 1. **文献综述：**   2.1 关于寿险公司利润来源的研究  从理论上讲，保险公司的来源分为三个方面：1、死差益：预期死亡率与实际死亡率的差别形成的利润；2、费差益：预期经营费用与实际经营费用的差别形成的利润；3、利差益：预期投资收益率与实际投资收益率之间的差别形成的利润。  李佳（2018）在《当期经营视角的保险公司盈利指标解析》一文中阐明了以下观点：1、寿险公司当期销售的长期保单不但会给当年创造利润，还隐含着大量未来逐渐释放的利润；2、剩余边际在当期的摊销是寿险公司利润来源的重要组成部分；3、新业务价值是反映寿险公司业绩的根本指标，寿险公司应更多注重新单剩余边际和新业务价值指标，来分别反映财险、寿险公司的当期经营业绩和价值创造。  赵美娜（2021）在《寿险公司利源分析及与新会计准则的衔接》一文中从现行准则利润表出发，对准备金提转差进行分解，推导出利源公式，再由利源公式，从原理上推  导出新会计准则下利润的展现形式，得出以下结论：1、现行准则下利润来源由边际释放、经营偏差和投资偏差组成。边际释放，特别剩余边际释放，是业务承保利润的主要来  源，较稳定分布在整个保障期，且可以减少经营偏差带来的波动。投资偏差对于投资成分重、负债利息高的业务十分重要，是影响其利润的关键因素；2、新会计准则（IFRS17） 下收入只来源于保险公司提供的服务，对于投资成分重的业务其收入大幅下降；IFRS17 的利润展现形式类似于现行准则利源分析，更利于阅读者理解保险公司的利润，提高保险公司财报与其他行业的可比性。在负债评估口径一致的前提下，以现行准则下的利源分析为桥梁，推导出 IFRS17 利润理论上应与现行一致。  宋欣蕊等（2020）在《剩余边际对寿险产品利润分布的影响》一文中以中国平安保险集团寿险及健康险业务2011年～2018年每年的剩余边际摊销额和税前利润数数据为样本，阐明以下观点：1、不同类型的寿险产品利润分布模式存在显著差异，如终身寿险  产品的利润呈现“U”字型，但附加重疾险后整个产品的利润得到相应改善；分红两全产品的利润曲线在缴费期结束时出现拐点，此后保持相对稳定的利润释放。同时，寿险产品的利润分布模式、盈利能力与产品设计和保险责任存在密切关系，传统保障型业务（终身寿险）的盈利能力较弱，而储蓄型产品的利润释放波动较小，能够为公司带来持续稳定的利润。2、第二，摊销因子的选择对利润分布模式产生较大的影响。有效保单和剩余期限作为摊销因子时的利润曲线比较平稳，并且大部分利润集中在前期释放；预期红利仅用于分红保险产品，利润曲线也相对平稳；以现金价值和死亡给付作为摊销因子的利润曲线呈现上升趋势，但后者的波动性很大，利润释放集中在中后期导致利润现值对利率敏感程度高。  2.2 关于寿险公司营销渠道发展模式的研究  何小伟等（2020）在《我国寿险公司营销渠道策略探析》一文中选取了80家寿险公司为研究对象，根据业务性质、资本结构以及保费收入规模进一步细分为大型寿险公司、中小型寿险公司、外资寿险公司、养老与健康险公司，并对不同类型人身险公司渠道策略进行了比较分析。得出寿险公司营销渠道的发展策略趋势：1、大型寿险公司的个险渠道在不断巩固提升。个险渠道在大型寿险公司的基础性地位将会进一步巩固，在其他寿险公司的相对地位也会有所提升。个险渠道的发展过程虽然缓慢而艰难，但是一旦建立起一定规模的营销队伍，就能收获比较稳定的产能和价值，构筑市场竞争的“护城河”。2、银保渠道在各类寿险公司的相对地位将会出现分化。对于中小寿险公司、外资寿险公司、养老与健康险公司而言，尽管最近几年银保渠道的相对地位出现了下降，但是这种趋势不会一直持续下降，而是会逐步稳定下来。对于很多中小型寿险公司和银行系寿险公司而言，受到自身规模、资本结构等因素的影响，发展银保渠道比发展个险渠道更有比较优势，银保渠道仍将在未来很长一段时间里扮演主要营销渠道的角色。但是需要指出的是，在新的监管环境下，银保渠道也会出现一些变革与升级。3、营销渠道多元化、均衡化趋势进一步凸显。对于很多中小型寿险公司和外资寿险公司来说，在“严监管、防风险”的外部环境下，银保渠道的相对地位正在下降。与此同时，网络直销、专业代理等渠道则迎来了快速发展的机会。  2.3 外资寿险公司个人营销渠道发展模式对利润的影响研究  杨晓敏（2018）在《寿险业智力资本与经营绩效关系的实证分析》一文中以中国64家寿险公司2007—2015年的经营数据为研究对象，用权益报酬率、承保利润率、人均净利润、资本保值增值率这四个指标反映企业经营绩效，从动态视角构建了中国寿险业智力资本与经营绩效关系模型，运用Stata软件得出二者关系的面板数据模型。结果发现：人力资本、关系资本对当期经营绩效有直接影响。人力资本与当期承保利润率、人均净利润和净资产收益率关系显著，其中以前两者为重；关系资本与人均净利润关系显著。上期的物质资本和当期的净资产收益率关系显著且影响方向为正，与净资产收益率也有显著关系。  姚佳斌（2017）在《我国寿险公司经营绩效影响因素的实证研究》一文中使用 2009 年到 2015 年《中国保险年鉴》的数据，以资产收益率为经营绩效衡量指标，运用双固定效应模型和混合效应模型，对我国寿险公司经营绩效影响因素进行实证研究。 根据研究结论，提出五点建议：1、根据企业规模与经营绩效的倒 U 型关系，控制企业的最优规模。 公司发展前期，经营绩效随着公司规模的扩大而增长，形成规模经济；当公司发展经历拐点之后， 组织控制成本及其人力成本的增加，导致公司经营绩效的下滑。因此，合理控制企业最优规模对提升公司经营绩效具有积极的促进作用。2、积极履行社会责任，充分发挥社会管理职能。 寿险公司通过积极承担社会责任的方式，扩大公司知名度和品牌，更好地吸引和服务消费者，提高消费者对寿险公司的信任感和依赖感，从而为公司经营绩效的提升创造动力。3、积极向健康管理方向转变，做好事前预防，降低赔付率。寿险公司应从被动的事后理赔转向主动的事前预防，降低风险发生的概率，做好相应的宣传教育和安全防护工作，努力向健康管理发展模式转变，增强客户的消费体验和满意度。4、重视投资和保费收入，资产端和负债端两手抓。寿险公司的投资收益直接影响了其经营绩效；另外，当期的经营绩效会影响到未来几年的经营绩效，努力做大、做强保费收入对保险公司而言是一种良性循环。寿险公司的资产端和负债端要双向驱动，协同发展。5、适当降低直销比例，拓宽销售渠道，合理运用资源。寿险公司多样化的销售渠道能充分调动各界资源，提高效率，从而降低获客成本和销售成本，最终提升寿险公司的经营绩效， 但是过分拓展销售渠道也可能会增加一定的边际成本，不利于公司发展。  林炫伟（2014）在《关于保险利润与保险人力资源的实证研究》一文中选取中国６０家保险公司的面板数据进行统计分析，得出以下结论及建议：1、人力资源的数量和质量对保险公司盈利至关重要。人力资源的数量和质量主要通过影响承保利润和投资利润两个途径对保险公司的利润产生影响。 2、目前承保利润较大程度上依靠人海战术。然 而，这种人海战术并不适合保险公司的长远发展。员工人数的增长只能带来保费数量的增长，却不能保证保费的质量。保费质量不过关会导致后续赔付支出可能会随保费增加而提高。要提升承保利润，保险公司应逐步将战略重心转移至提高人力资源质量上。3、员工经验技能作用受限于人才流动性。保险人才流动性过大这一现状限制了员工经验和技能积累对公司利润增长的作用。因而，通过改善薪酬制度降低保险人才的流动性，发挥员工经验技能对提升保险利润的作用，是保险人力资源管理工作的重中之重。  2.4 文献评述  2.4.1 关于寿险公司利润来源的文献评述  学者对于寿险公司利润来源的分析逐步深化，并结合新会计准则进行了利润来源的对比分析，阐明以下观点：1、剩余边际当期摊销及新业务价值是利润的直观来源。2、不同类型产品的利润曲线具备显著差益。  2.4.2 关于外资寿险公司营销渠道发展模式的文献评述  学者对于寿险公司营销渠道发展模式的研究呈现不同观点（部分学者建议寿险公司多渠道发展），但是在个人营销渠道的发展定位上基本形成共识：1、个人营销渠道是寿险公司重要的利润“护城河”；2、“人海战术”模式已不适应行业长期高质量发展要求。  2.4.3 关于寿险公司人力资源对经营绩效影响的文献评述  学者对于个人营销渠道人力资源对经营绩效影响的研究结论趋于一致：寿险公司应通过提升人力资源质量，加大人才培育力度，提高人员留存，积累人力资本，最终实现利润的长期持续增长。    2.4.2 可进一步研究的问题  外资寿险公司如何通过差异化的人才招募及培育策略，形成独具竞争力的个人营销渠道发展模式，进而通过人力资本的积累获得可持续的良好利润表现。 |

二、研究方案

|  |
| --- |
| **1.论证方法及数据来源**   1. 论证拟采用的方法：   计量分析法  二、需要用到的数据及来源：  所需数据：   1. 上市险企利润数据 2. 个人营销渠道发展成本数据 3. 不同模式寿险企业业务成长数据、新单价值保费数据   数据来源：  1、银行保险监督管理委员会官网 行业统计数据  2、上市险企年报  3、中国保险统计年鉴  3、保险中介行业年度白皮书  4、证券公司保险行研报告  5、所在公司内部样本数据 |
| 1. **核心观点**   外资寿险公司应坚定推进高品质营销员渠道建设，通过培养人力资本，实现长期持续利润成长。 |
| **3.创新之处**  观点创新：   1. 营销员（代理人）虽然非正式员工，但也可以成为公司的人力资本。 2. 在国内区域发展战略背景下，外资寿险公司在中心城市及核心城市群具备发展高品质营销员渠道的独特优势。   3、对于营销员的培养，短期造成较高成本支出，但长期为带来更好的客户、更好的产品利润率、更好的继续率、更好的整体品牌效应，最终为外资寿险公司实现长期的利润成长。 |

|  |
| --- |
| 4.参考文献  1. 书  中文图书：  郑荣禄，《学习的革命》，上海，上海交通大学出版社，2021。  2．期刊  中文期刊：  [1]杨晓敏，“寿险业智力资本与经营绩效关系的实证分析”,《统计与决策》，2018年第24期，168页~172页。  [2]姚佳斌，“我国寿险公司经营绩效影响因素的实证研究”，《上海立信会计金融学院学报》，2017年第3期，  101页~110页。  [3]何小伟 冯丽娜 ”我国寿险公司营销渠道策略探析“，《保险职业学院学报》，2020年第3期，20页~24页。  [4]宋欣蕊 张一骏 王博，”剩余边际对寿险产品利润分布的影响“，《新理财》，2020年第1期，24页~27页。  [5]珊珊，“国际个险渠道发展启示录”，《理财顾问》，2018年第11期，40页~42页。  [6]赵美娜,”寿险公司利源分析及与新会计准则的衔接”，《财会学习》，2021年第27期，67页~70页。  [7]林炫伟,”关于保险利润与保险人力资源的实证研究”，《上海保险》，2014年第10期，37页~41页。  [8]李佳,”当期经营视角的保险公司盈利指标解析”，《财务与会计》，2018年第12期，63页~65页。 |

|  |
| --- |
| **5.论文提纲**  题 目：外资寿险公司个人营销渠道发展模式对其经营利润的影响  主题词：外资 寿险公司 个人营销渠道 人力资本 利润   1. **绪论**   1.1 研究背景与意义  1.1.1 研究背景  1.1.2 研究意义  1.2 研究思路与方法  1.2.1 研究思路  1.2.2 研究方法  1.3 本文的创新点与局限性  1.3.1 创新点  1.3.2 局限性   1. **文献综述**   2.1 关于寿险公司利润来源的研究  2.2 关于寿险公司营销渠道发展模式的研究  2.3 寿险公司人力资源对经营绩效影响的研究  2.4 文献评述  2.4.1 关于寿险公司利润来源的文献评述  2.4.2 关于外资寿险公司营销渠道发展模式的文献评述  2.4.3 关于寿险公司人力资源对经营绩效影响的文献评述   1. **理论基础与研究假设**   3.1 相关概念  3.1.1 利差益 死差益 费差益  3.1.2 新单利润率  3.1.3 保单继续率  3.2 理论基础  3.2.1 比较优势理论  3.2.2 利润最大化理论  3.2.3 人力资本理论  3.3 研究假设提出  3.3.1 个人营销渠道发展模式对于新单利润率的影响  3.3.2 个人营销渠道发展模式对于保单继续率的影响研究  3.3.3 个人营销渠道发展模式对于优质客户市场开发及公司品牌效应的影响研究   1. **外资寿险公司个人营销渠道发展模式对其经营利润影响的实证分析**   4.1 样本选取与数据来源  4.1.1 样本选取  4.1.2 数据来源  4.2 变量定义  4.2.1 因变量  4.2.2 解释变量  4.2.3 控制变量  4.3 研究设计  4.3.1 模型建立  4.3.2 内生性问题  4.4 实证分析与结果  4.4.1 描述性统计分析  4.4.2 相关性分析  4.4.3 回归分析  4.4.4 稳健性建议   1. **研究结论及政策建议**   5.1 研究结论  5.2 政策建议 |