

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： 孔丰逸

资格证号： 91040399

专业名称： 企业经济学

拟定学位论文题目： 寿险电销渠道激励机制改革对个人绩效产出效果的实证研究

报告日期： 2021.12.31

一、选题依据

|  |
| --- |
| 1.目的及意义（800字以内）（主要内容：阐述选题要解决什么问题，选题有何理论和现实意义）  受新冠疫情、保险行业监管加强、人口红利出清、投资端“暴雷”等因素影响，21年保险行业整体呈现低迷走势，五大上市险企寿险业务增速持续放缓，并呈现“三升两降”分化态势，基于传统电话服务基础上发展起来的新型保险营销模式也深受影响。  保险电话营销渠道起源于美国，主要通过电话将专业的寿险产品和服务送到客户耳边，目前已发展为保险销售的主要渠道之一。但与国外已经比较成熟寿险电话销售行业相比，国内寿险电话销售机构起步比较晚、水平比较低，发展参差不齐，特别是2018年以来，寿险销售行业监管趋严，不少寿险销售机构同质低效的扩张时代面临巨大挑战，以优质、高效、规范、便捷取胜的历史机遇正在来临，改革、创新、突破刻不容缓。  当前不少寿险企业主动出击，通过大数据、云计算、人工智能、区块链等科技手段赋能保险业务，改革保险全链条业务，即重塑人身险行业的经营模式，引导行业回归需求端，助力服务优化、产品创新，并对销售渠道提出新要求，积极寻求模式突破，实现降本增效。稳定销售队伍、降低队伍流动性、提升人员归属感、提高绩效产出、降低人力成本损失是当前改革道路中关注的重中之重。《保险营销人员管理基本法》作为销售人员管理、职业发展、薪酬绩效、考核、组织发展的根本管理制度，涵盖了激励理论的多项要素，应发挥“指挥棒”作用，配合企业改革方向不断迭代优化，发挥牵引作用。  因此，完善电销员工的薪酬激励制度，形成有效激励，激发保险销售人员长期从业积极性，在寿险电销渠道吸引和留住更多的优秀营销人，发挥其主观能动性，达成公司业务目标，对公司应对激烈的市场竞争、取得长足的发展有着重要的意义。  本论文想通过劳动经济学中委托-代理理论、激励理论、竞赛理论、人力资本投资决定模型、效率工资理论等相关理论，着重研究在当前寿险改革下，寿险电销销售人员激励机制迭代升级对个人绩效产出效果的实证分析。本文作者工作单位所属的上海地区某寿险公司，在寿险电销渠道市场份额占比较大，具有行业代表性，其第一手数据，包括销售人员薪酬及业务绩效数据，能够给寿险电销激励机制改革提供经验证据。因此，选择本题目，以希望通过分析所在寿险电销渠道的薪酬数据及绩效数据，探索寿险电销激励机制改革与个人绩效产出的关系。 |

|  |
| --- |
| 1. 文献综述（3000字左右）（主要内容：做文献梳理和研究动态的综述，归纳已有的研究所做的工作，形成了哪些共识？列举出在哪些问题上仍未形成共识？各种不同的观点是什么？针对目前的研究，你发现了哪些问题想要继续研究？）   1）寿险销售人员激励机制的相关文献  在经济学和组织行为学中，激励被广泛地认同为组织通过相关方法控制个体行为、引导业绩的重要手段。从交换理论的视角，获得组织的激励是个体产生组织期望行为的重要动机。因此，激励被视为诱导个体达到组织期望目标的重要因素之一（马喜芳，2017）。Hartwick（1987）提出激励机制定义，认为激励机制是通过设计符合人的需要和动机的奖罚措施和工作环境，引导和控制人的行为，使其积极努力地朝组织期望的目标前进的行为过程。William通过研究发现，在缺乏科学有效激励的情况下，人的潜力只能发挥出20%~30%，利用科学有效的激励机制能够激发员工剩余70%～80%的潜力。  《保险营销人员管理基本法》作为销售人员管理、职业发展、薪酬绩效、考核、组织发展的根本管理制度，涵盖了激励理论的多项要素。从整个保险领域研究理论来看，多数学者的研究内容主要涉及寿险营销体制的发展与改革、寿险营销员的行为与治理、寿险营销策略与激励。其中，个人代理人激励机制为学者关注的重点内容之一。  2000年以后，部分学者将委托-代理理论引入保险委托代理关系的研究，在结合我国实际情况的基础上，得出研究结论：当前寿险公司缺乏有效的激励机制，难以正确引导代理人的行为，从而引发各种问题，导致保险公司收益无法实现最大化，居民的保险需求无法得到满足，整个社会无法达到帕累托最优。Holmstrom与Milgrom（1987），曹均华、邢炜、俞自由（2000）等，以及丁怡（2009），蒋海等（2010）学者认为寿险公司与代理人之间本质上是一种委托代理关系，通过理论分析与模型研究，得出委托代理问题是寿险公司激励机制问题产生的根源。叶朝晖（2003）从契约经济学角度分析,认为现行的营销业务政策造成了寿险营销制度出现强规模激励和弱代理人声誉机制的问题。黄椿（2010）认为寿险个人代理人的激励机制以业绩利益为核心，缺乏对业务品质与服务方面的激励。徐文刚和魏久锋（2013）指出当前保险营销员组织发展和激励机制均为粗放经营模式，极易导致营销员的短期行为，也是影响行业可持续发展的重要因素。薛建谱和王卫华（2013）运用了委托代理的实证模型来分析寿险公司激励机制的局限性，得出仍以业绩为核心指标的激励机制无法较好地发挥作用。马喜芳（2014）提出，解决寿险公司与营销员间的委托代理问题，委托人要利用监督来限制代理人从事自利行为的能力，或利用激励使得代理人与委托人的目标一致，后者方向的核心就是委托人设计出一个最优激励与约束机制，以促使代理人从自身利益出发选择对委托人最有利的行为，从而使被激励者的行为向激励者预期的方向发展。而企业这个大系统由各个小系统组成，组织间各个员工和系统间相互影响与合作，利于形成激励协同，协同程度越高，输出功能和效应越大，结果价值越大，有利于减少信息不对称带来的成本和风险。武开、张慧颖（2016）  提出增加监督强度 能够提高代理人努力程度。但是，委托人在选择监督强度时，应与代理人的内、外在激励保持平衡，以利于代理人保持最佳的努力程度，防止挤出效应产生。  2）个人绩效产出影响因素的相关文献  企业如何对员工进行有效激励，最大化员工的努力程度进而充分发挥人才的积极作用 现已成为现代企业管理者需要解决的核心问题。墨菲（1990）认为，绩效就是员工与其所在的组织或企业的目标相关的行为。伯纳迪恩（1995）把绩效定义为工作的结果，一个好的工作结果就会有更高的工资。现在普遍认为员工绩效是组织内部的员工为组织所做的努力以及因此而获得的收益。根据波特劳勒激励模式理论，提出影响和决定员工努力程度的因素主要是奖励价值、奖励期望、员工对努力程度的个人感知三方面。李晓燕（2018）提出，个人绩效产出的提升受员工自身的能力水平、企业的工作环境、绩效考核是否公平、领导的管理模式、企业文化、激励机制等因素影响。其中，有效的激励机制能调动人的工作积极性，充分激发人的潜在能力，使员工的工作动机更加明确，同时还有助于吸引更多外来人才，营造良好的竞争环境。  在保险行业中，个人产出保费往往作为个人工作结果好坏的绩效评价标准。同时，寿险企业年度保费目标的设定也主要基于人力规模与人均产出保费两项指标，但由于营销队伍人均产出保费过低且提升困难，企业更愿意通过推行“人海战术”，提升人力规模，从而实现保费目标。  20 世纪 60 年代，舒尔茨提出了人力资本理论，指出人力资本代表人的能力和素质，人力资本价值是经济增长的主要因素。卢卡斯( 1988) 的人力资本模型强调，每一个生产者都得益于人力资本的平均水平而非人力资本的总量。当前，随着人口红利出清、人均成本逐年上升等因素影响，实证发现营销员人海战术不利于寿险经营绩效的提高，中资寿险公司粗放的佣金激励机制使赔付率和退保率上升（刘玉焕，2013）。因此，保险公司要注重提升营销人员的素质，提高人均产能，不能一味依靠人力规模投入。  3）激励机制与个人绩效产出的相关文献  随着市场经济的日趋发展与完善，企业管理者们越来越清醒地意识到，企业的市场竞争优势不在于企业掌握多少物资资本，而在于企业能够获得多少人力资源，企业必须采取一切科学、合理的手段去获得人才。企业进行人力资源管理的核心目标是追求利润最大化，这就要求企业能够激励员工，让员工有更高的积极性，为企业创造更大的价值（孙文凯，2015）。  早在20世纪初，“科学管理之父”Taylor就提出实行有差别的工资制标准。发展至今，各个公司都独有一整套薪酬制度，其薪酬管理主要基于员工为公司提供生产力，而公司为员工提供相应有价值的报酬作为回报，提高员工的工作满意度，从而提高员工绩效水平这一基本假设之上。此外，薪酬也是个体获得其他有价值东西的手段，薪酬水平的提高，意味着员工有更多资源满足其额外需求(刘志强，2014)。伴随激励理论的发展，对员工个人绩效产出的激励手段逐渐细化为以薪酬为代表的显性激励和隐性激励，主要包括晋升、精神、契约激励等。其次，不少学者通过实证分析，针对优化激励机制提出策略及研究成果。马洪坤、李仲飞（2019）提出，企业在不完全信息条件下，可借助微观信息结构，优化激励机制，增强企业竞争力。马喜芳（2017）提出基于胜任力的薪酬模式，通过对员工所具备的价值观、知识、技能等进行科学评估，精细识别员工胜任力水平的差异，采用差异化激励手段和方法，引导员工在专业水平提高而获得较高报酬，从而实现委托人和代理人共赢的结果。张如凯、程德俊、任桐（2017）从团队薪酬结构出发，侧重于分析团队薪酬结构特征的关键要素：薪酬差距和激励强度。黄群慧等（2014）提出了员工持股是一种激励与治理双重效应同时具备的制度安排，从长远来看员工持股能够对员工起到激励效果，对企业绩效有积极作用。唐玲芝（2016）对于员工持股计划的实施效果进行检验，得出该计划能够显著提升上市公司股票的市场价格，并且还能提高公司的盈利能力。秦远建（2020）就员工持股计划对企业创新的影响进行实证分析，得出核心人员的持股对企业创新的影响更为明显。不少上市险企，也在积极探索、尝试激励机制改革，如中国平安为保证核心人才的稳定性，引入员工持股计划作为员工长期激励策略，通过赋予企业员工本企业股票或期权来分享企业所有权与剩余收益。郑森圭等（2020）以委托代理模型为基础, 构建动态基础薪酬模型, 将传统固定基础薪酬模型的基础薪酬动态化, 有利于发挥对员工的激励作用。  4）文献评述  本部分主要梳理了激励机制与个人绩效产出的相关研究成果，通过相关梳理可以发现，这一领域的研究还存在以下几个有待完善的方面：第一，这一领域的研究主要是集中在寿险个人代理人模式下，单独对寿险电销这个新型模式进行的研究相对较少。电销模式作为我国寿险营销模式中的重要组部分，这一领域相对有限的研究成果对于我们进一步认识激励与绩效的相关关系产生了一定的阻碍，从而不利于我们从微观上把握寿险行业的激励机制及其治理后果。第二，这一领域的文献大多是基于案例研究的方法展开的，实证内容相对较少。案例研究对于我们深入认识某一寿险公司个体的激励机制治理效果具有重要作用，但这种认识更多地体现在实务操作层面，理论高度有待提高，此外，缺乏经验证据支持的理论探讨使得研究结论缺乏直观、科学的认知。第三，既有研究成果对于当下寿险改革后的激励机制策效果缺乏研究。现有的相关文献大多是基于现阶段激励机制存在的潜在问题并提出针对性解决对策的思路展开的，较少涉及应对策略会给险企管理层以及政策制定者哪些参考性启示。基于上述问题，本文试图对寿险电销激励机制与个人绩效产出的相关关系进行进一步研究，以丰富这一领域的研究成果。 |

二、研究方案

|  |
| --- |
| 1.论证方法及数据来源（主要内容：说明论证拟采用的方法，如数理模型法、计量分析法等等，以及需要用到的数据及其来源）  1）论证方法  1.1文献分析法  文献研究是指根据研究目的，在一定范围内搜集、鉴别、整理文献，并通过文献研究形成对事实的科学认识的方法。文献研究属于一种非接触性的研究方法，通常是科学研究的接触。只有通过掌握已有研究资料，熟悉研究的前沿进展，明确以往学者取得的研究成果，才有机会在以往研究的基础上作出创新。  本文通过搜集、整理文献，回顾了我国寿险电销个人绩效产出影响因素及激励机制与个人绩效产出相关的文献，总结出目前文献有待完善的方面，同时借鉴已有文献的研究成果，对个人绩效产出影响因素、寿险电销业务改革的历史方位及现状有一个初步的把握。  1.2实证分析法  实证研究是通过观察获取经验，再将经验总结为研究一般局限的研究方法。本文使用实证研究的方法，总结当前影响绩效产出的因素及激励机制的分类，设计度量薪酬制度的变量；同时加入控制变量，构建能够基本描述激励机制与个人绩效产出关系的一般局限；此外设计模型检验了改革前后期间样本变动工资的影响因素区别。通过比较样本中改革前后变动工资影响因素及观察激励机制与个人绩效的关系，论证由理论推导而来的假说。  1.3理论分析法  理论分析方法与经验分析方法相对，是在感性认识基础上通过理性思维抽象事物的特征、属性、关系等，并对事物间的关系进行归纳，以把握其规律性的研究方法。理论的产生通常经过了学者大量经验总结，已具有较强解释力，因此可以利用已有理论去推导、预测事物发展的规律，同时可以利用已有理论规范研究话题的范围。  本文使用了委托代理理论、锦标赛理论等激励理论对薪酬激励与个人绩效表现的关系进行了分析。  2）数据来源  为了研究样本变动工资差距的基本影响因素，本文通过调查问卷的方式手工搜集并整理的寿险电销的2019—2021年销售人员基本信息及工资薪金数据作为研究样本。 |
| 1. 核心观点   （主要内容：初步阐述可能得到的观点及结论）  第一，从销售渠道激励机制改革前后销售人员变动工资差距的影响因素来看，各电销中心普遍选择更“稳妥”的改革策略，浮动绩效工资中也会考量工龄、职务等因素的影响。  第二，从个人的变动工资总额与固定工资总额比值对个人绩效产出的影响来看，变动工资总额与固定工资总额比值与个人绩效产出呈正相关关系。这说明对于寿险电销人员而言，提高变动工资占比有利于提高个人绩效产出，从而增加公司保费收入。  第三，从销售渠道内部变动工资的薪酬差距与绩效产出的相关关系来看，渠道内薪酬差距的适度增加有利于提高以转化保费和互动客户数为代表的绩效结果，二者是显著的正相关关系。  第四，销售人员的薪资项应减少与过程指标挂钩，强调结果导向。过程监控指标可作为销售人员考核指标中的一项，实际收入所得应以转化保费、互动客户数为代表的绩效结果指标有强关系，否则容易发生投产恶化。 |
| 3.创新之处（主要内容：简要阐述创新点，比如方法创新、方向创新、观点创新等等）  已有研究大多是针对车险电销及寿险代理人渠道薪酬制度及激励机制的案例研究，针对寿险电销渠道激励机制的实证内容相对较少。案例研究对于我们深入认识某一寿险电销渠道的激励机制治理效果具有重要作用，但这种认识更多地体现在实务操作层面，理论高度有待提高，此外，缺乏经验证据支持的理论探讨使得研究结论缺乏直观、科学的认知。  本文以实证分析的方法进行研究，数据来自某上市公司险企2019-2021年度电销渠道销售薪酬数据以及产能数据，能够一定程度弥补以往文献经验证据缺少，难以直观、科学反映研究结论的情况。 |

|  |
| --- |
| 4.参考文献（顺序和格式参考模板如下，参考文献应当主要是近5年的相关资料，填写时，删掉以下参考模板）  [1]斯蒂芬，罗宾斯，《组织行为学》，北京，中国人民大学出版社，1998  [2]加里·德斯勒，《人力资源管理》， 北京，中国人民大学出版社，2005  [3]聂无逸，《企业员工激励方法》， 北京，中国经济出版社，2002  [4]叶向峰 ，《员工考核与薪酬管理》， 北京，经济科学出版社，2013  [5]杜玉新，“保险电话营销问题研究”， 《金融教学与研究》，2010年第6期，78页-80页。  [6]陈楚新，“保险电销人员压力管理问题研究”， 《保险职业学院学报》，2012年第12期， 44页－47页。  [7]王星，漆雁斌 ，“JL 公司薪酬制度分析与改进建议”，《经营管理者》，2013年第2期， 12页－13页。  [8]魏华林，黄余莉，“我国寿险营销方式转变研究”.《保险研究》，2012年第4期，72页-78页。  [9]迈克尔·詹森，威廉·麦克林，《企业理论：管理行为、代理成本与所有权结构》，1976  [10]陈郁，《所有权、控制与激励———代理经济学文选》，上海，上海人民出版社，上海三联书店，1998：5.  [11] 弗雷德里克·赫茨伯格，伯纳德·莫斯纳，巴巴拉·斯奈德曼，《赫兹伯格的双因素理论》（修订版），张湛，译.北京，中国人民大学出版社，2016  [12] 王月辉，《市场营销学》，北京，北京理工大学出版社，2017，5页-11页。  [13] 魏华林，林宝清，《保险学》，北京，高等教育出版社，2011，344页。  [14] 许敏敏，“论我国寿险业个人代理人的现状、问题及政策建议”，《特区经济》，2012年第11期，185页-187页。  [15] 黄椿，我国寿险公司个人代理人激励制度探索[A].中国保险学会（The Insurance Institute of China）.中国保险学会第二届学术年会入选论文集（实务卷，中国保险学会（The Insurance Institute of China）：中国保险学会，2010，9页。  [16] 薛建谱，王卫华，“寿险激励机制局限性分析及其完善———基于委托代理模型角度”，《企业经济》，2013年第9期，54页-58页。  [17] 陈晓燕，“中国寿险企业个人保险代理人的激励机制研究”，《内蒙古农业大学学报（社会科学版）》，2014年第16卷05期，58页-61页。  [18] 杨敏，“寿险代理人激励效应实证分析———基于 VAR 模型和脉冲响应函数的研究”，《湖北经济学院学报》，2010年第8卷第4期，48页-53页。  [19] 北大汇丰风险管理与保险研究中心，保险行销集团保险咨询研究发展中心.2018 中国保险中介市场生态白皮书———保险代理人调查报告，北大汇丰风险管理与保险研究中心，2018，35页-39页.  [20] 王秀珍，“保险电话营销发展:机遇与挑战并存”，《中国市场》，2011年第13期，40页-41页。  [20] 吴佳璇，方有恒，“保险电销人员管理研究”，《市场周刊》，2020年第06期，174页-176页。  [21] 徐敬惠，“寿险业数字化变革:以精准服务驱动供给升级”，《上海保险》，2016年第05期，24页-27页  [22] 周菲，吴美珍，“大数据时代电话营销在保险业中的运用研究——以杭州地区人寿保险为例”，《现代商业》，2019年第1期，52页-53页。  [23] 孙武军，杨璐，王丽敏，刘长宏，“新冠肺炎疫情冲击与保险行业转型发展：短期与长期视角”，《保险理论与实践》，2021年第5期。  [24] 陈泓任，“团队建设视野下降低保险电销客户专员流失的对策”，《成都师范学院学报》，2016年第32卷08期，102页-105页。  [25] 陈栋，张俊岩，“保险营销模式的转变与发展——电话营销与网络营销模式的互补”，《贵州财经学院学报》. 2011年第3期，46页-50页。  [26] 晋颖，王怀远，“保险行业“线上+线下”交互式营销渠道的构建”，《中国保险》，2019年第5期，8页-12页。  [27] 肖云，周辉，“新形势下车险营销模式探讨”，《合作经济与科技》，2019年第1期，117页-119页。  [28] Hochberg Y. V.，Lindsey L.. Incentives，targeting，and firm performance：An analysis of non- executive stock options，Review of Finance，2010（11）：4148-4186．  [29] 张望军，孙即，万丽梅，“上市公司员工持股计划的效果和问题研究”，《金融监管研究》，2016年第3期，90页- 103页。  [30] 秦远建，杨捷，“上市公司员工持股与企业创新”，《财会月刊》，2020年第16期  [31] 倪犇，林尚武，“浅议销售人员的薪酬设计”，《中国集体经济》，2012年第7期，148页-149页。  [32] 关天夫，窦元，“日本寿险营销员制度改革及启示”，《中国保险》，2011年第9期，44页-49页。  [33] 谢圣远，孙坤，“寿险个人代理人制度的激励效应研究”，《中国管理信息化》，2016年19卷01期，136页-138页。  [34] Holmstrom，Beng t，Milgrom P，Aggregation and Lin-earity in the Provision of Intertemporal Incentive，Economettica，1987，55: 303 ～ 328．  [35] 曹均华，邢炜，俞自由，“关于保险代理人激励机制问题的研究”，《经济科学》，2000年第1期，83页-93页。  [36] 丁怡 ，“委托代理理论视角下的薪酬方案设计”，《统计与决策》，2009年第8期，42页-44页。  [37] 蒋海，朱滔，李东辉，“监管、多重代理与商业银行治理的最优激励契约设计”，《经济研究》，2010年第4期，40页-53页。  [38] 吕腎芹，“浅析我国保险代理激励机制问题”，《保险职业学院学报》，2010年第6期，28页-31页。  [39] 薛建谱，王卫华，“寿险激励机制局限性分析及其完善——基于委托代理模型角度”，《企业经济》，2013年第9期，54-58页。  [40] 舒尔茨，《论人力资本投资》，北京，北京经济学院出版社，1990．  [41] 刘志强，“谁得到了满意的工作回报———工作回报满意度影响因素的实证研究”，《太原: 山西财经大学学报》，2014年第4期，81页－93页。  [42] 刘玉焕，邵全权，“营销员规模、佣金成本与寿险经营绩效”，上海财经大学学报，2013年15卷第4期，65页-72页。  [43]李晓燕，“影响员工绩效的群体动力与激励因素探究”，《经济论坛》，2018年第5期，147页-150页。  [44]王红芳，杨俊青，李野，“薪酬水平与工作满意度的曲线机制研究”，《经济管理》，2019年41卷第07期，105页-120页。  [45]杨睿娟，“销售人员的薪酬设计方案探讨”，《商场现代化》，2006年第17期，86页-87页。  [46]马喜芳，钟根元，颜世富，“基于胜任力的薪酬激励机制设计及激励协同”，《系统管理学报》，2017年26卷第6期，1016页-1021页。  [47]马喜芳，颜世富，“企业集团母子公司监控博弈分析及机制设计研究”，《中国人力资源开发》，2014年第21期，66页-71页。  [48]马洪坤，李仲飞，“基于不完全信息竞赛理论的员工激励机制研究”，《系统工程理论与实践》，2019年39卷第10期，2536页-2548页。  [49]郑森圭，崔笑宁，汪寿阳，尚维，“基于动态基础薪酬的企业薪酬制度研究”，《系统工程理论与实践》，https://kns.cnki.net/kcms/detail/11.2267.n.20211028.1306.006.html  [50]武开，张慧颖，“委托代理关系下监督强度与激励机制设计”，《系统工程》，2016年34卷第7期，69页-72页。 |

|  |
| --- |
| 5.论文提纲（写到二级标题）  题 目：  主题词：寿险电销；改革；激励机制；绩效产出   1. 绪论   1.1 选题背景及目的  1.2 本文的创新点  1.2.1 研究视角  1.2.2 数据选取  1.3 本文的研究内容与研究方法  1.3.1 研究方法  1.3.2 研究内容   1. 关于人员绩效产出及其影响因素的文献综述   2.1寿险销售人员激励机制的相关文献  2.2个人绩效产出影响因素的相关文献  2.3激励机制与个人绩效产出的相关文献  2.4文献评述   1. 激励机制对电销人员绩效产出影响的理论分析和假说   3.1 理论分析  3.2 影响机制分析  3.3 假说演绎   1. 激励机制对电销人员绩效产出影响的实证分析   5.1 样本选择与数据来源  5.2 关键变量的定义与度量  5.3 变量描述性统计  5.4 模型设定  5.5 回归检验与结果分析  5.6 稳健性检验  5.7 异质性检验   1. 研究结论与政策建议   6.1 研究结论  6.2 政策性启示  6.3 研究局限性  6.4 进一步研究展望  参考文献  致谢 |