

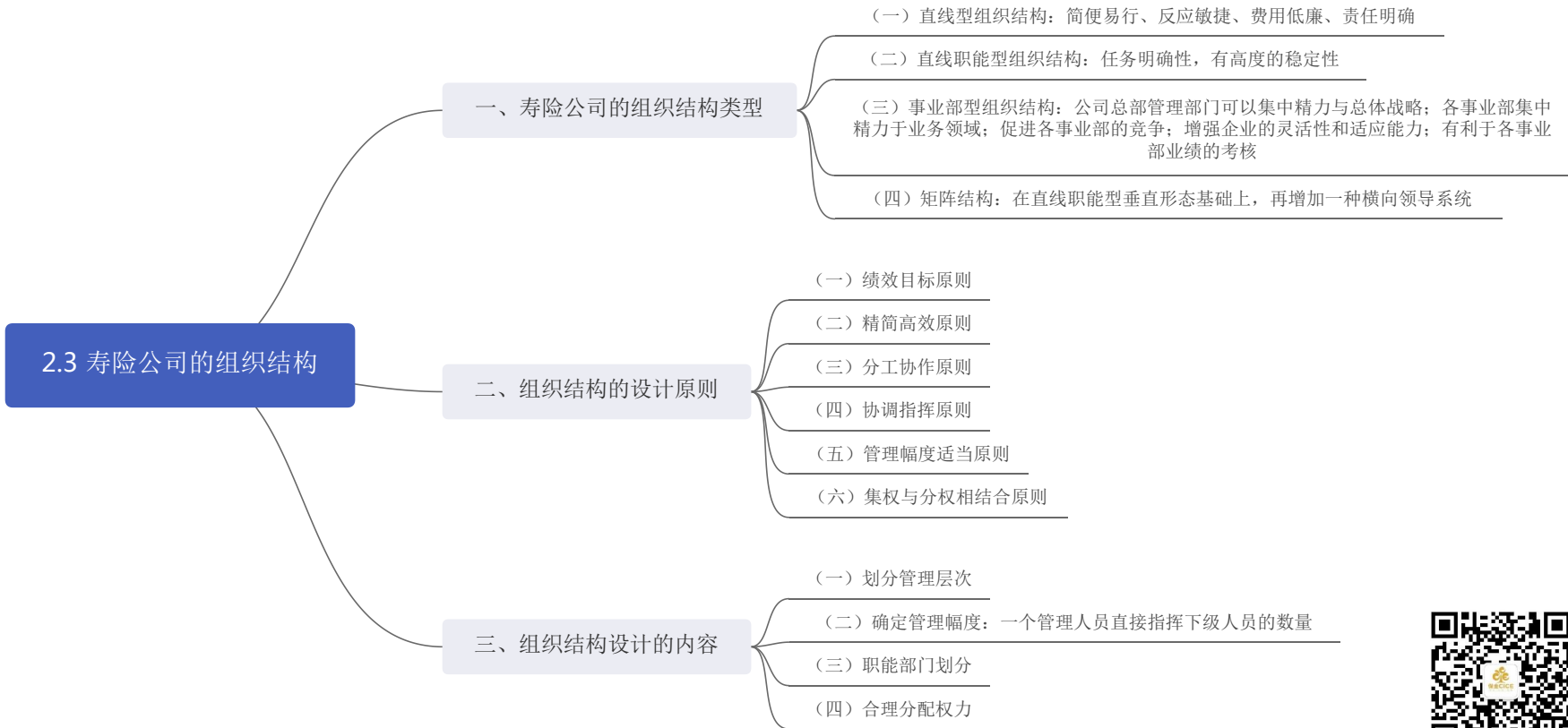
寿险公司设立

第一节 寿险公司的设立

- 一、寿险公司设立的条件
 - (一) 寿险公司成立，必须经国务院保险监督管理机构批准
 - (二) 业务经营许可
- 二、寿险公司设立规定
 - (一) 股东资质：主要股东具备持续盈利能力，信誉良好，近三年内无重大违法违规记录，净资产不低于人民币2亿元
 - (二) 公司章程：总则；经营宗旨和范围；注册资本与股份；股东和股东大会；董事会；监事会；总经理及其他高管；财务会计制度、利润分配和审计；公司基本管理制度；通知和公告；合并、分立、增资、减资、解散和清算；公司治理特殊事项；修改章程；附则
 - (三) 注册资本：设立保险公司注册资本最低限额为人民币2亿元
 - (四) 高管资质：正副董事长、执行董事、正副总经理等
 - (五) 组织机构和管理制度
 - (六) 营业场所和设施
- 三、寿险公司设立流程
 - (一) 设立申请：设立申请书；可行性研究报告；筹建方案；投资人营业执照；筹备组负责人；其他资料
 - (二) 公司筹建：批筹1年内完成筹建工作
 - (三) 公司开业
 - (四) 分支机构设立，分支机构不具有法人资格，民事责任由保险公司承担
- 四、外资寿险公司的设立
 - (一) 外资寿险公司的设立，注册资本最低限额为人民币2亿元或等值的自由兑换货币
 - (二) 驻华代表机构的设立







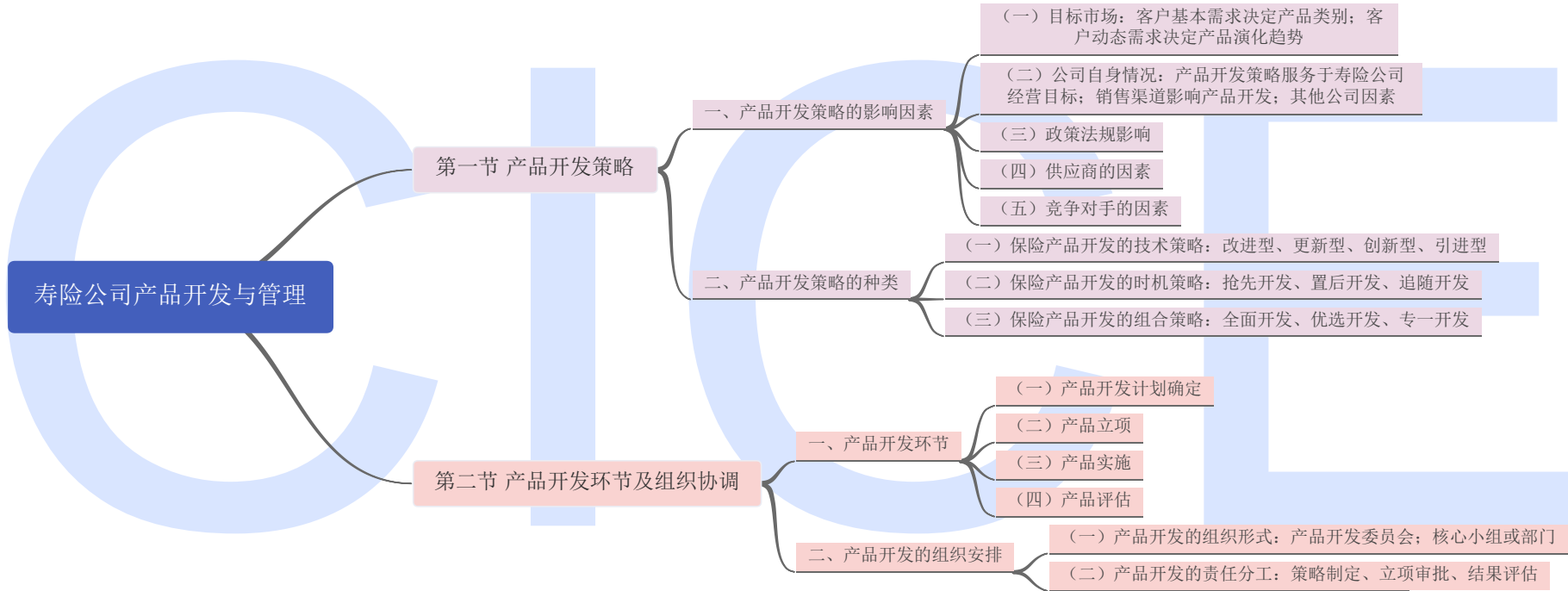
2.4 寿险公司的解散、破产及清算

一、寿险公司的解散：依法设立的保险公司因法定原因或出现法定事由，经保险监管部门批准，结束营业活动，停止从事保险业务的行为

二、寿险公司破产：作为债务人的寿险公司处于法院依法定条件和程序所确定的已不能以现有财产清偿到期债务的状态

三、寿险公司清算：按顺序清偿：**1.**所欠职工工资和医疗、伤残补助等，所欠应当划入职工个人账户的基本养老保险费用等，以及法律规定应当支付职工的补偿金；**2.**赔偿或给付保险金；**3.**其他社会保险费用和所欠税款；**4.**普通破产债权





寿险公司产品开发与管理

第三节 产品立项

一、产品创意收集

(一) 市场调研：问卷调查；面访式调研

(二) 意见收集

二、创意筛选

主要考虑：直接否决因素；需进行量化打分因素

三、可行性分析

(一) 草案的讨论过程

(二) 总公司审核草案

(三) 产品委员会审议草案

第四节 产品实施

一、产品设计

(一) 保险条款：条款内容；制定条款

(二) 产品定价

(三) 运营规则

二、业务系统构建

(一) 产品系统需求

(二) 产品定义系统构建

(三) 营销系统构建

(四) 新契约系统构建

(五) 核保、理赔系统构建

(六) 保全系统构建

(七) 财务系统构建

三、产品备案或审批

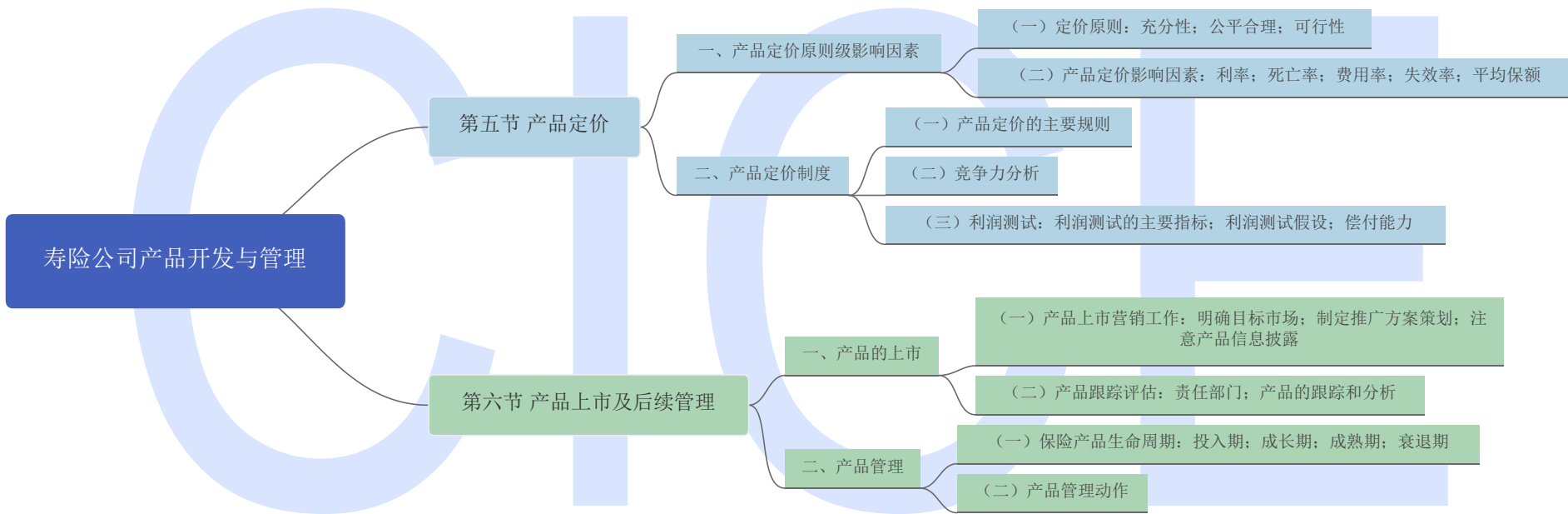
(一) 报备相关规定

(二) 材料准备

四、产品售前准备阶段

制定产品销售规则；制作产品销售宣传资料；产品销售战略制定与实施；产品培训；系统测试；后台更新等





寿险公司营销管理

第一节 人身保险营销概述

一、人身保险营销的概念

二、人身保险营销管理过程：分析营销机会；选择目标市场；确定人身保险营销策略；组织控制人身保险营销活动

第二节 营销信息管理系统与营销调研

一、人身保险营销信息：环境；特定技术；特定企业；特定人身保险产品

(一) 人身保险营销信息管理系统概念

(二) 信息管理系统的构成：确定信息需求；内部报告系统；营销情报系统；营销调研系统；营销分析系统；传递营销信息

三、营销调研：确定调研问题和目标；制定调研计划；收集、整理信息；分析信息；提出研究报告

第三节 市场细分、目标市场选择和市场定位

一、市场细分

(一) 市场细分的概念

(二) 个人寿险市场的细分：地理细分；人文细分；心理细分；行为细分

二、目标市场选择

(一) 目标市场选择原则：适度、协调、相符

(二) 目标市场的选择策略：无差异性市场；差异性市场；集中性市场

三、人身保险目标市场定位

(一) 市场定位

(二) 市场定位的选择：产品；服务；人员；形象；渠道



寿险公司营销管理

第四节 寿险公司的营销渠道

一、寿险公司营销渠道的概念

二、寿险公司营销渠道的分类

个人代理渠道；雇员直销渠道；专业代理渠道；兼业代理渠道；经纪人渠道；直效行销渠道

三、寿险公司营销渠道的选择

(一) 分析消费者的服务需求

(二) 确立营销渠道的目标

(三) 设计可选择的渠道方案

(四) 对方案进行评估与选择

四、寿险公司营销渠道的风险管控：个人营销员；银行保险；电话销售；互联网销售

第五节 寿险公司的营销渠道管理

一、营销基本公式：保费=人力*人均件数*件均保费；营销管理=人力发展*活动管理*技能训练

二、人力发展管理

(一) 营销渠道的人力内涵：代理制；员工制

(二) 营销人员的招募

(三) 营销渠道的人力组织结构

三、活动管理：差勤管理；会议管理；活动量管理

四、考核管理：考核；晋升

第六节 培训管理

一、培训需求分析：组织层面；工作层面；人员层面

二、培训计划拟定及执行

(一) 培训对象：中高层管理人员；基层管理人员；销售人员

(二) 培训负责人：培训规划与执行单位；培训讲师

(三) 培训内容：知识、态度、技巧、习惯

(四) 培训的时间与进度

(五) 培训方式

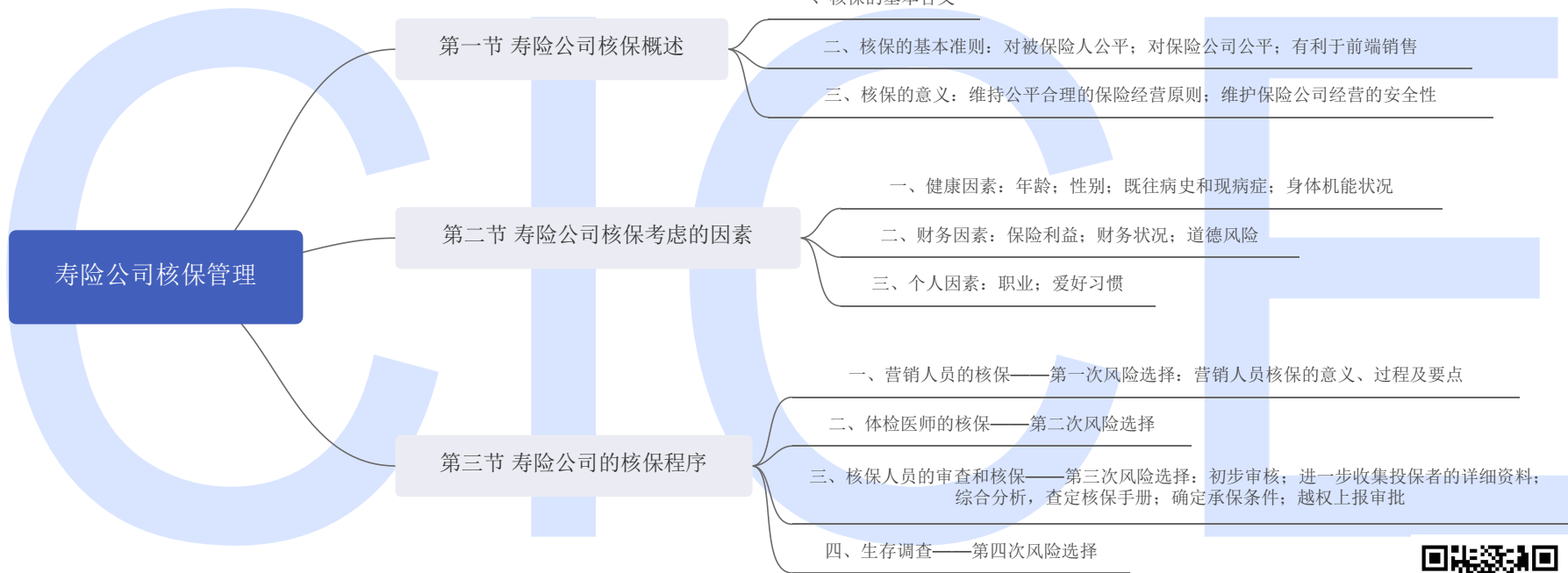
三、培训评估与反馈

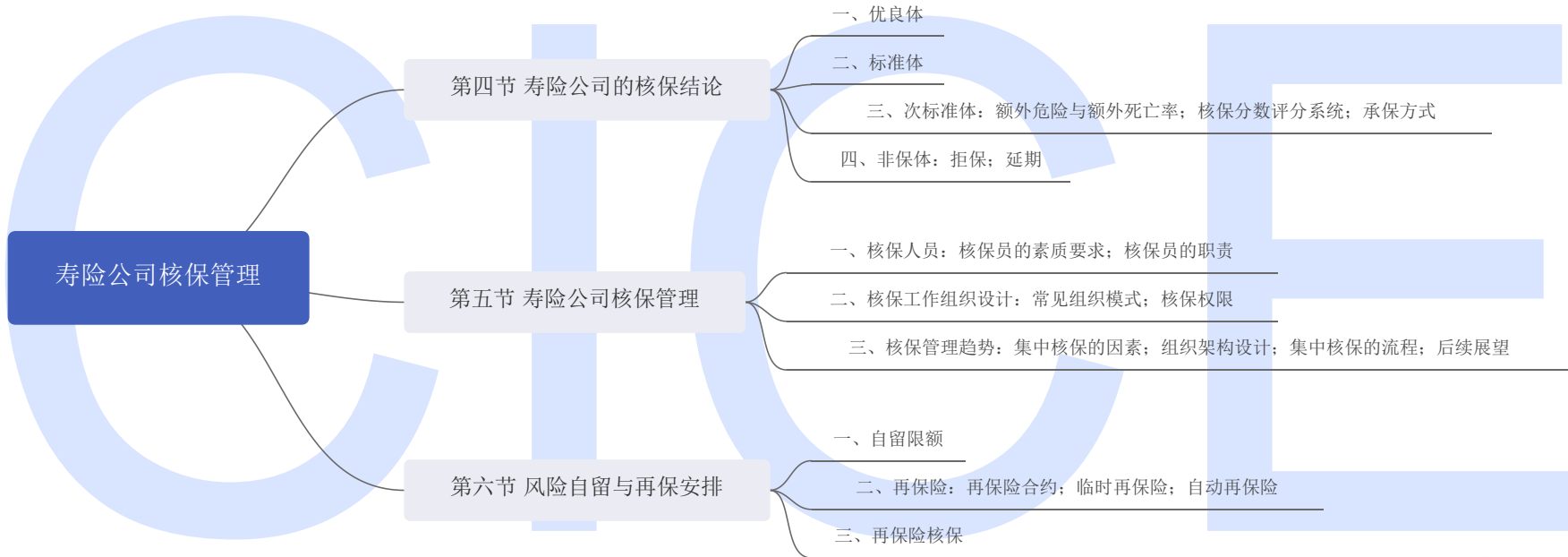
(一) 评估目的

(二) 评估模式：反应评估；学习评估；行为评估；结果评估

(三) 评估方法：调查人事档案；面谈；测验；问卷调查；行为分析；意见反映表；成本效益分析







寿险公司资金运用管理

第一节 寿险公司资金运用概述

- 一、寿险资金的性质：负债性；稳定性；增值性；社会性
- 二、寿险公司可运用的资金来源：资本金；准备金：未到期责任准备金，赔款准备金，寿险责任准备金，总准备金；其他资金：保留盈余，结算中形成的短期负债
- 三、寿险公司投资的理论基础：资产负债管理理论；资产组合管理理论；套利理论

第二节 寿险公司的资金运用形式

- 一、流动性资产：库存现金和可以随时用于支付的存款，以及期限短、流动性强、易于转换为确定金额现金，且价值变动风险较少的资产
- 二、固定收益类资产：具有明确存续到期时间、按照预定的利率和形式偿付利息和本金等特征的资产，以及主要价值依赖于上述资产价值变动的资产，主要有债券及存款
- 三、权益类资产：证券投资基金；股票；私募股权投资
- 四、不动产类资产：不动产投资；基础设施投资
- 五、其他金融资产：商业银行理财产品；信托计划；信贷资产支持证券
- 六、关于保险资金运用的其他规定
- 七、禁止保险公司资金运用的领域



寿险公司资金运用管理

第三节 寿险公司资金运用的管理模式

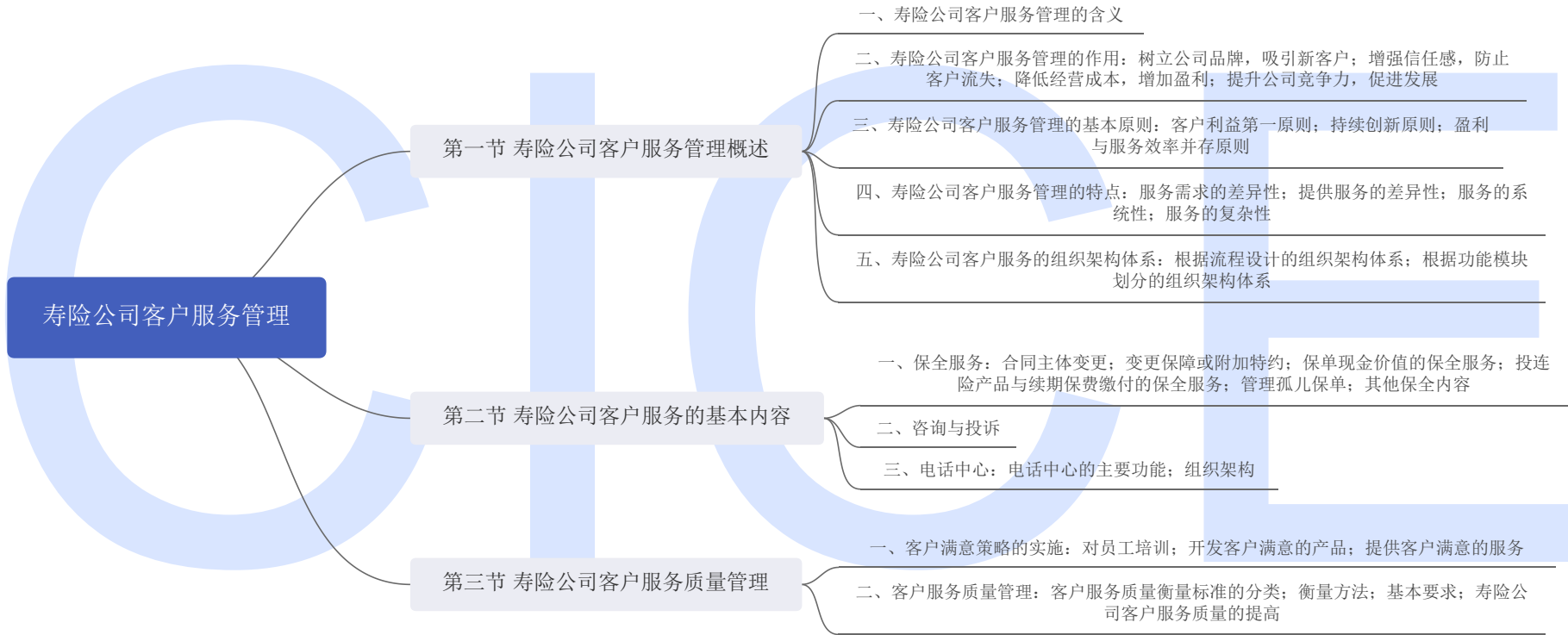
- 一、内设投资机构模式的组织结构、优点与不足
- 二、委托外部专业机构管理模式的特点、优势与不足
- 三、通过全资或控股子公司运作模式的特点、优势
- 四、国际保险业资产委托管理
- 五、我国保险业资产委托管理

保险资产委托管理的框架体系：投资机构的设置；选择管理人；选择托管人；明确职责，规范操作

第四节 寿险公司资金运用的管理流程

- 一、委托资产战略配置
 - (一) 寿险资产战略配置的基本内涵
 - (二) 资产负债管理：现金流检测法；现金流匹配法；免疫法
 - (三) 资产战略配置的基本流程：资产配置的整体思路；资产配置步骤：固定收益资产投资；权益类资产投资；另类资产投资；境外资产投资
- 二、委托资产的投资监督
 - (一) 委托资产面临的主要风险：市场风险；信用风险；流动性风险；结算风险；操作风险；法律法规风险；道德风险；政策风险
 - (二) 委托人对管理人投资监督：法律法规风险；市场风险、信用风险和流动性风险；道德风险
 - (三) 托管人对管理人的投资监督：法律法规风险；道德风险；结算风险
- 三、委托资产的绩效评估和风险控制
 - (一) 概述
 - (二) 保险委托资产的绩效评估
 - (三) 保险投资基准
 - (四) 风险控制





寿险公司的理赔管理

第一节 理赔基本原理

- 一、理赔内涵：被保险人在保险合同有效期内发生保险事故后，要求保险公司履行其保险金给付义务，保险公司依据保险合同，对该保险金给付责任进行审定的过程
- 二、寿险公司理赔特点：保险金给付一般具有确定性；理赔以给付为主；保险公司不承担被保险人或受益人防止或减少损失费用
- 三、寿险公司理赔原则：依法合规原则；从实原则；高效原则；保密原则；权限管理原则
- 四、理赔意义：理赔使保险的基本职能得以实现；可以检验核保决策的整体有效性；有助于提高寿险公司风险管理水平；在保险公司所有的服务中心处于优先与核心地位

第二节 理赔的组织架构

理赔部门的常见架构

- (一) 传统模式：按产品类型分类；按机构分布分类；按理赔的岗位设置分类；按理赔的组织流程分类；按理赔专业管理模式分类
- (二) 理赔组织新趋势：理赔集中化的必要性；组织架构设计；集中理赔流程；后续展望



寿险公司理赔管理

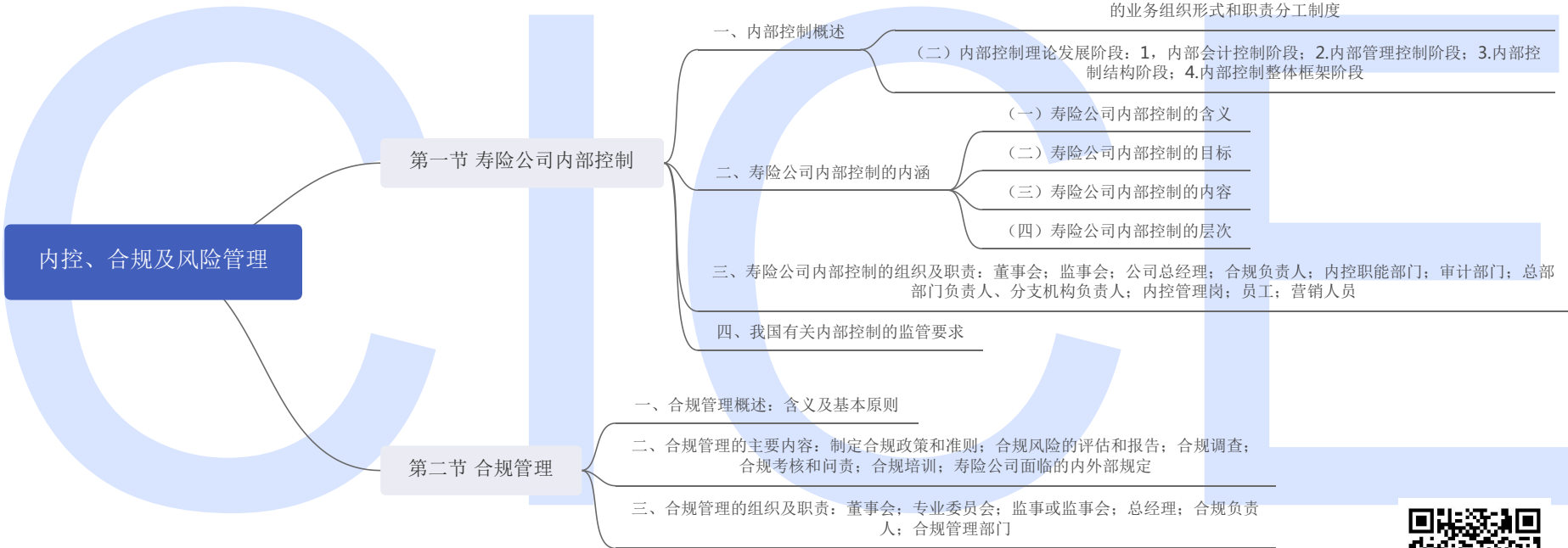
第三节 理赔过程

- 一、接案：报案；索赔申请；索赔时效；索赔的举证责任
- 二、立案：索赔资料的提交；索赔资料受理；立案条件；立案处理
- 三、初审：审核出险时保险合同是否有效；审核出险事故的性质；审核申请人所提供的证明材料是否完整、有效；审核出现事故是否需要理赔调查
- 四、调查：理赔调查原则；理赔调查作业规则；理赔调查的基本方法；理赔调查报告的撰写；
- 五、理算：给付理算；拒付理算；豁免保费理算；理算注意事项
- 六、复效、审批
- 七、结案、归档
- 八、理赔相关的监管规定

第四节 再保险索赔

- 一、案件通知与处理
- 二、理赔费用处理及赔款摊回
- 三、争议与问题解决：错误和遗漏、仲裁、偿付能力不足





内控、合规及风险管理

第三节 风险管理

一、风险管理概述：风险管理是对影响组织目标实现的各种不确定性事件进行识别和评估，并采取应对措施将其影响控制在可接受范围内的过程

二、寿险公司的风险管理方法

(一) 控制型风险管理方法：避免风险；降低风险；减少风险；预防风险；抑制风险；分散风险

(二) 财务型风险管理方法：风险转移；风险自留

三、我国有关风险管理的监管要求：监管法规；偿二代制度体系

第四节 全面风险管理

一、全面风险管理概述

(一) 全面风险管理基本概念

(二) 全面风险管理的基本原则：一致性；匹配性；全面性；全员参与；定量与定性相结合；不断优化

二、寿险公司全面风险管理的组织体系：“三道防线”；董事会；风险管理委员会；首席风险官或责任人；风险管理职能部门；其他职能部门和业务单位

三、风险分类：市场风险；信用风险；保险风险；操作风险；战略风险；声誉风险；流动性风险

四、全面风险管理的体系工作

(一) 风险管理战略

(二) 全面风险管理工作环节：风险识别和评估；风险计量；风险应对与控制；风险预警；风险监督；风险报告及沟通

(三) 全面风险管理的基本支持：风险管理制度；风险管理信息系统；风险量化模型；风险绩效考核

五、资产负债管理与全面风险管理



激励、约束与绩效管理

第一节 激励

一、激励的含义

二、激励的类型：内容型激励；过程型激励；结果反馈型激励

三、寿险公司的激励手段：薪酬激励；目标激励；参与激励；人性化激励

第二节 约束

一、约束机制的概念与内涵：约束的含义及原则

二、寿险公司常用的约束手段：内部约束：公司章程约束，合同约定；外部约束：市场约束、法律约束、道德约束、监管约束

第三节 绩效与绩效管理

一、绩效：绩效的概念、绩效考核、绩效管理

二、绩效管理的常用方法：平衡记分卡法；关键绩效指标法；360度绩效评估法；绩效管理方法评价



激励、约束与绩效管理

第四节 寿险公司绩效管理的流程

一、绩效管理的组织分工

(一) 企业战略目标分解：财务层面目标；客户层面目标；内部流程层面目标；学习与成长层面目标

二、绩效管理指标体系构建

(二) 公司级KPI指标选取

(三) 部门级KPI指标选取

(四) 岗位KPI指标选取：岗位分析，制定岗位职责说明书；部门KPI指标分解

(五) KPI指标解释

三、绩效管理的基本流程

(一) 绩效计划及绩效目标设定

(二) 绩效形成的过程与控制

(三) 绩效考核与评价

(四) 绩效反馈与绩效面谈

(五) 绩效结果的应用



寿险公司品牌管理

第一节 品牌概述

一、品牌的含义

二、品牌的基本特性

三、品牌的作用：品牌是提升保险公司竞争力的核心之一；品牌经营可以帮助保险公司摆脱低级的价格竞争；品牌经营可以使消费者的利益得到充分保障；坚持品牌经营是加强我国保险业诚信建设的重要路径

第二节 品牌分析

一、企业自身实力分析

(一) 业务与管理能力分析：创新及开发能力；财务能力；营销与投资管理能力；组织及人事管理能力

(二) 无形资源分析：知识经验；公司文化；社会关系；公司信誉

二、品牌资产分析

(一) 品牌资产的构成； (二) 品牌资产评估

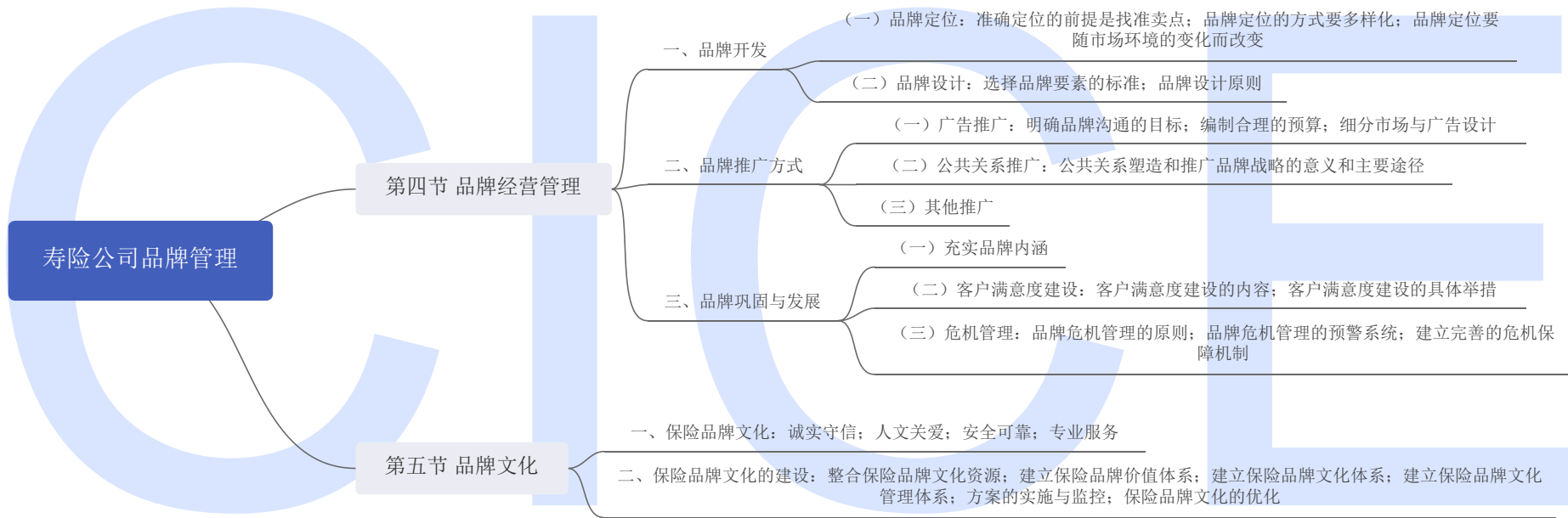
第三节 品牌战略管理

一、品牌战略管理概述

品牌战略含义；保险公司品牌战略的特点

二、品牌战略的分类：基于不同层次的品牌战略；基于不同组合的品牌战略；基于不同发展阶段的的品牌战略





寿险公司信息管理

第一节 保险信息要素

一、保险信息的分类

(一) 外部信息管理

(二) 业务信息管理：营销信息管理；保险产品信息管理；承保信息管理；保险合同信息管理；收付费信息管理；理赔信息管理；再保险信息管理

(三) 财务信息管理

(四) 人事信息管理

二、保险信息管理

第二节 信息系统部门的组织

一、信息系统部门组织架构

(一) 信息职能部门：信息使用部门；信息供应部门；信息处理部门；信息咨询部门；信息管理部门

(二) 信息管理部门

二、信息系统部门职能

数据信息挖掘；数据信息处理；数据信息存储

三、信息系统各部门组织管理

(一) 系统项目管理：风险管理；质量管理；进度管理；费用管理；人力资源管理；文档管理

(二) 系统外包管理：保险信息系统外包的优势；保险信息系统外包的缺点



寿险公司信息管理

第三节 寿险公司信息系统

寿险公司核心业务系统

- (一) 新契约系统
- (二) 保全系统：续期缴费；附加险续保；合同内容变更；解除合同；借款、还款；可转换权益；保险合同的补发与换发；保险关系转移；生存给付；红利领取
- (三) 理赔系统：接案与立案；初审与调查；理赔计算；复核审批与结案归档
- (四) 单证档案系统

第四节 保险企业流程再造与后援集中

一、企业流程再造概述

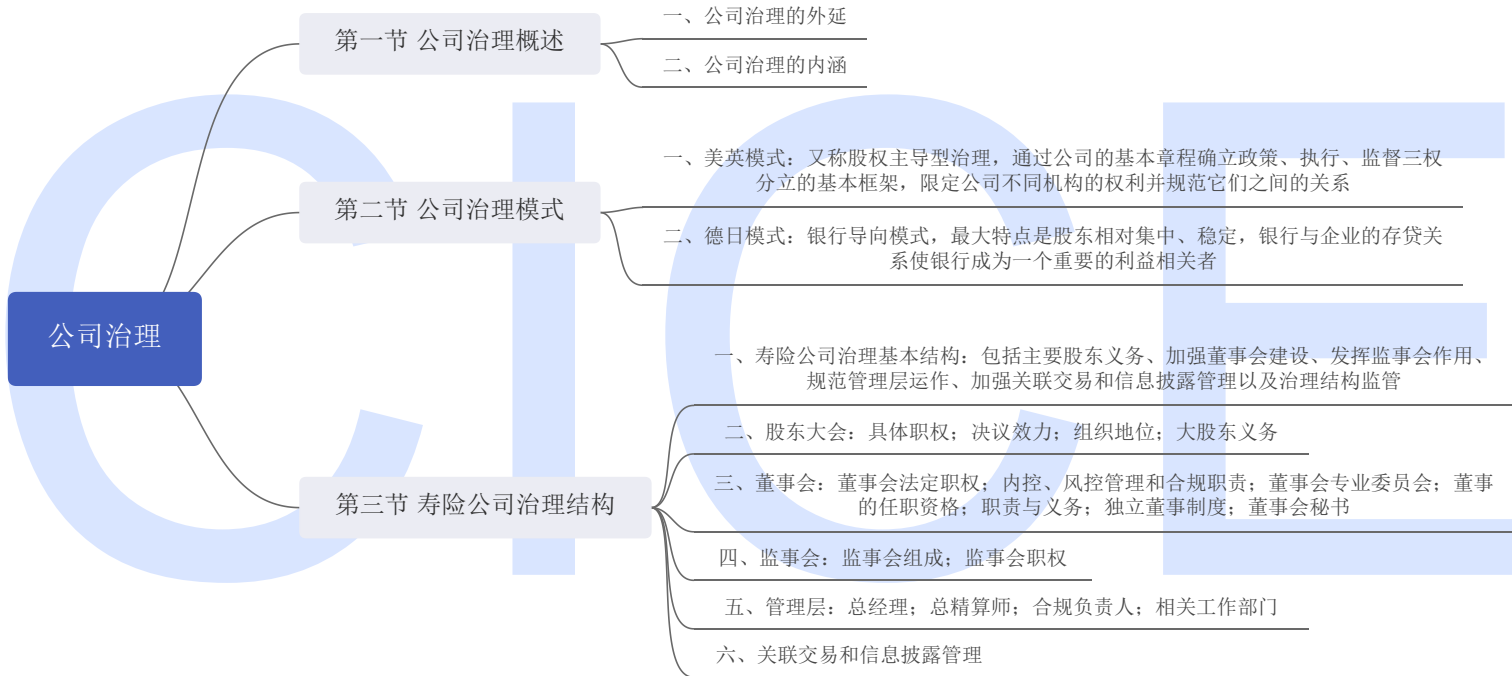
二、后援集中

- (一) 国外保险公司后援建设思路及借鉴：韩国kyobo寿险公司后援建设；美国友邦保险有限公司后援建设；经验借鉴
- (二) 国内保险公司后援集中建设趋势：全资控股外包机构；自营与外包并重；外包给第三方外包提供商

三、保险业标准化建设

- (一) 保险标准化工作改革的必要性和紧迫性
- (二) 保险标准化工作改革的目标和原则：总体目标；基本原则





寿险公司战略管理

第一节 寿险公司战略管理概述

- 一、战略：定义；内涵；战略的层次
- 二、战略管理：定义及内涵

第二节 战略外部环境分析

- 一、环境分析概述
 - (一) 环境分析的目的：加深对自身了解；避免意外事件发生；迅速识别机会和风险；快速地抓住机遇或管理风险
 - (二) 环境要素：政治、法律；经济；技术；社会
- 二、宏观环境分析：信息技术对业务流程的影响；对组织结构的影响；对后台服务的影响
- 三、行业分析
 - (一) 行业结构分析
 - (二) 竞争对手分析

第三节 内部经营条件分析

- 一、内部资源
 - (一) 财务资源分析：资本金；现金流量；无形资产
 - (二) 人力资源：公司员工；销售人员
- 二、公司能力分析：险种研究和开发能力；销售能力；竞争能力；偿付能力；获利能力；成长能力；核心能力
- 三、公司效率分析：出单效率；理赔效率；批改效率



