

瑞士再保险最新一期 *sigma* 研究报告指出，寿险公司应更加以消费者为中心，以帮助人们作出更好的保险购买决策

联系方式:

集团媒体关系部，苏黎世
电话：+41 43 2857171

Lukas Steinmann, 苏黎世
电话：+41 43 285 4687

Milka Kirova, 阿蒙克
电话：+1 914 828 6503

黄硕辉, 香港
电话：+852 2582 5644

瑞士再保险股份有限公司
Mythenquai 50/60
P.O. Box
CH-8022 Zurich

电话：+41 43 2852121
传真：+41 43 285 2999
www.swissre.com

- 报告分析了消费者购买和不购买寿险产品的原因
- 从行为经济学的角度进行深入研究，可以帮助更多人作出更好的保险购买决策
- 为方便消费者，寿险公司需要简化产品，改进消费者购买体验，采用适应数字化时代的分销策略，并建立长期关系
- 寿险公司可以帮助消费者更好地了解保险的价值，改变保险业常用的“推销保险而不是购买保险”这一销售方式

苏黎世，2013年12月4日 – 瑞士再保险最新一期 *sigma* 研究报告《寿险：关注消费者》分析了在销售和购买寿险产品过程中的动态情形。一个主要发现是，消费者不希望“被推销”寿险产品，而是希望在知情的情况下，作出购买寿险产品的决策。

通常认为，由于寿险有助于促进家庭福祉，所以消费者希望购买足够的保障，以缓解维持家庭生活水准方面存在的风险。但是，从对于死亡“保障缺口”（即，一旦家庭支柱不幸身故，家庭所获得保障的不足程度）的估计中发现，与通常想法相反的是：在大部分国家中，大多数家庭的投保水平不足。

消费者不购买寿险产品的常见原因

在美洲、亚洲和欧洲进行的调查结果表明，人们不购买寿险的常见原因包括：价格、性价比顾虑、未认知需求、产品设计复杂、购买流程繁复，以及缺乏对保险业的信任等。许多消费者之所以不购买寿险，仅仅因为他们没有充分了解寿险的好处，或是被冗长而复杂的购买流程所吓退。

瑞士再保险人寿与健康险产品负责人 Thierry Léger 表示：“寿险在保障人们免于陷入经济困难方面，具有真正的价值。更好地了解人们的行为和需求，可以帮助保险业提供更优质的服务和更好的保障。”

行为经济学有助解释消费者的选择行为

本期 *sigma* 报告还从行为经济学的角度，进一步分析了消费者在购买寿险方面的决策行为。消费者的选择受到不同行为偏好的影响，并会阻碍“理性”的行为决策，尤其是涉及到复杂的决策时，比如购买寿险。诸如“过分自信”、“信息过多”或“偏离现状”等情况，都可能导致消费者过于乐观地看待自身情况，或是促使他们不愿意购买寿险产品。

行为经济学的许多方面要结合具体环境分析，无法一概而论。*sigma* 报告的作者之一 Lukas Steinmann 表示：“不过，认识行为的影响，有助于指导保险公司改善产品设计和销售流程，进而帮助个人克服自身行为偏好，最终在管理自己及其家庭应对风险敞口方面做出更好的选择。”

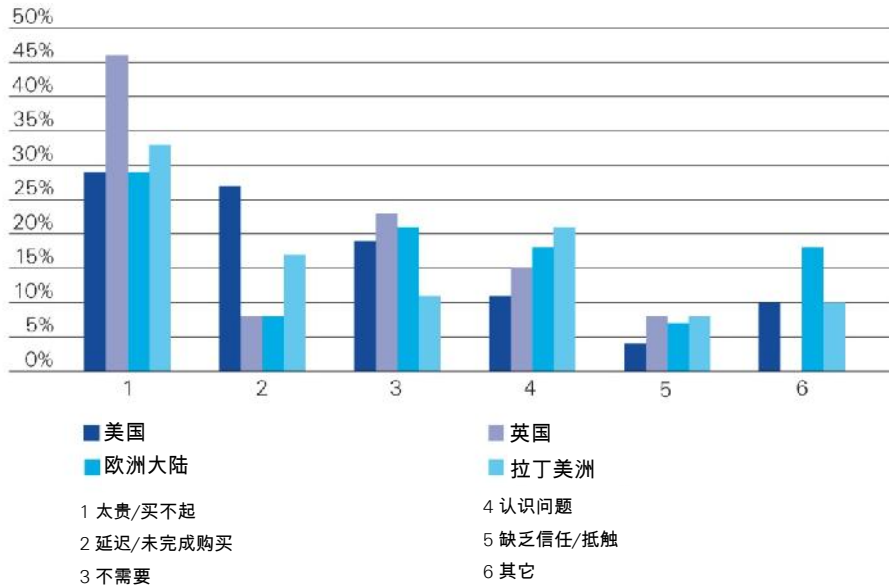
消费者不希望“被推销”寿险产品

目前在全世界范围内，保险代理人仍然是寿险产品的主要销售渠道。然而，本报告的一个主要发现是，消费者越来越希望从公正的来源以及可靠的同伴处获得客观的信息，在此基础上，进行产品研究，然后做出主动的购买决定。由于能够轻松获得相关信息，现代消费者有能力并更加独立地进行购买决策。鉴于此，保险公司所面临的挑战和机遇是，改变销售方式，以实现“购买”而非“推销”保险产品和服务。

本期 *sigma* 报告就保险公司如何加强以消费者为中心提供了相关建议。包括，简化产品设计、精简承保流程、提高消费者沟通和教育活动、与消费者建立长期关系，以及随着移动和互联网技术的发展，在利用不同分销平台方面勇于创新等等。

“对于寿险来说，很多消费者都是‘非购买者’，”*sigma* 报告作者之一 Milka Kirova 说，“如果保险公司可以了解其中的缘由，就能处于更有利的位置，设计出人们需要的产品，并且提高寿险的便利性。同样，寿险的投保增加将会相应提升个人和社会的福祉。”

消费者不购买寿险的主要原因



资料来源：美国：《购买者和非购买者》（Buyers and Non-Buyers），国际寿险营销研究协会，2012年；欧洲：《欧洲保险业报告：寿险消费者》（European Insurance Report: Customers for Life），瑞士再保险，2012年；英国：《保险业报告，寿险面临的责任》（The Insurance Report, Facing Life's Responsibilities），瑞士再保险，2011年；拉丁美洲：《2013年拉丁美洲保险业报告》（Latin America Insurance Report 2013），瑞士再保险，即将发布。

编者按：

瑞士再保险

瑞士再保险集团是一家领先的再保险、保险和其他保险型风险转移方式的批量业务提供商。集团以直接交易方式和通过经纪公司方式开展业务，全球客户群包括保险公司、大中型企业和公共部门客户。从标准产品乃至各个险种的量身定制保险保障，瑞士再保险都能充分利用其资本实力、专长和创新能力，以帮助承担企业和社会发展过程中的风险。瑞士再保险于1863年在瑞士苏黎世创立，通过其全球60个办事处的网络为客户提供服务。瑞士再保险目前的信用评级为：(i)标准普尔：“AA-”级；(ii)穆迪：“A1”级；(iii) A.M. Best：“A+”级。Swiss Re Ltd是瑞士再保险集团的控股公司，其记名股票在瑞士证券交易所上市，并以股票代码“SREN”进行交易。瑞士再保险自1913年起服务亚洲市场，1995年在中国设立办事机构，并于2003年在北京设立分公司，在全国范围内提供全面的再保险产品及服务。瑞士再保险亚太区总部设在香港，目前在亚太区员工人数约1,000人。有关瑞士再保险集团的更多信息，请访问：

www.swissre.com

如何订阅本期 *sigma* 研究报告：

2013年第6期 *sigma* 研究报告的英文、德文、法文和西班牙文的电子版可以从瑞士再保险网站下载，网址如下：<http://www.swissre.com/sigma>。中文和日文版本即将推出。



现在也可以订阅 2013 年第 6 期 *sigma* 研究报告的英文、法文、德文和西班牙文的印刷版本。中文及日文版本将很快推出。如有需要，请您将完整的邮寄地址发至 sigma@swissre.com。

如何获得 *sigma* 研究报告的媒体信息：

有关本期 *sigma* 研究报告的英文、德文、法文、西班牙文的媒体信息可以从瑞士再保险网站下载，网址如下：www.swissre.com。