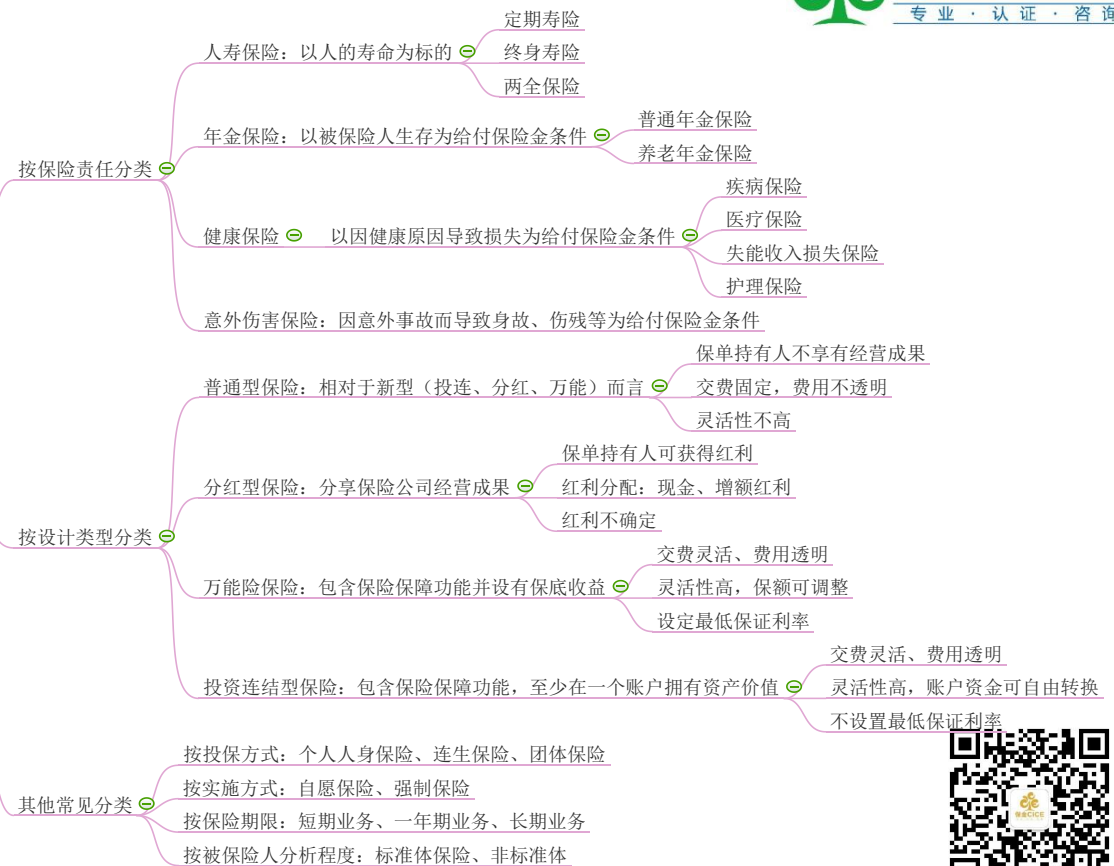
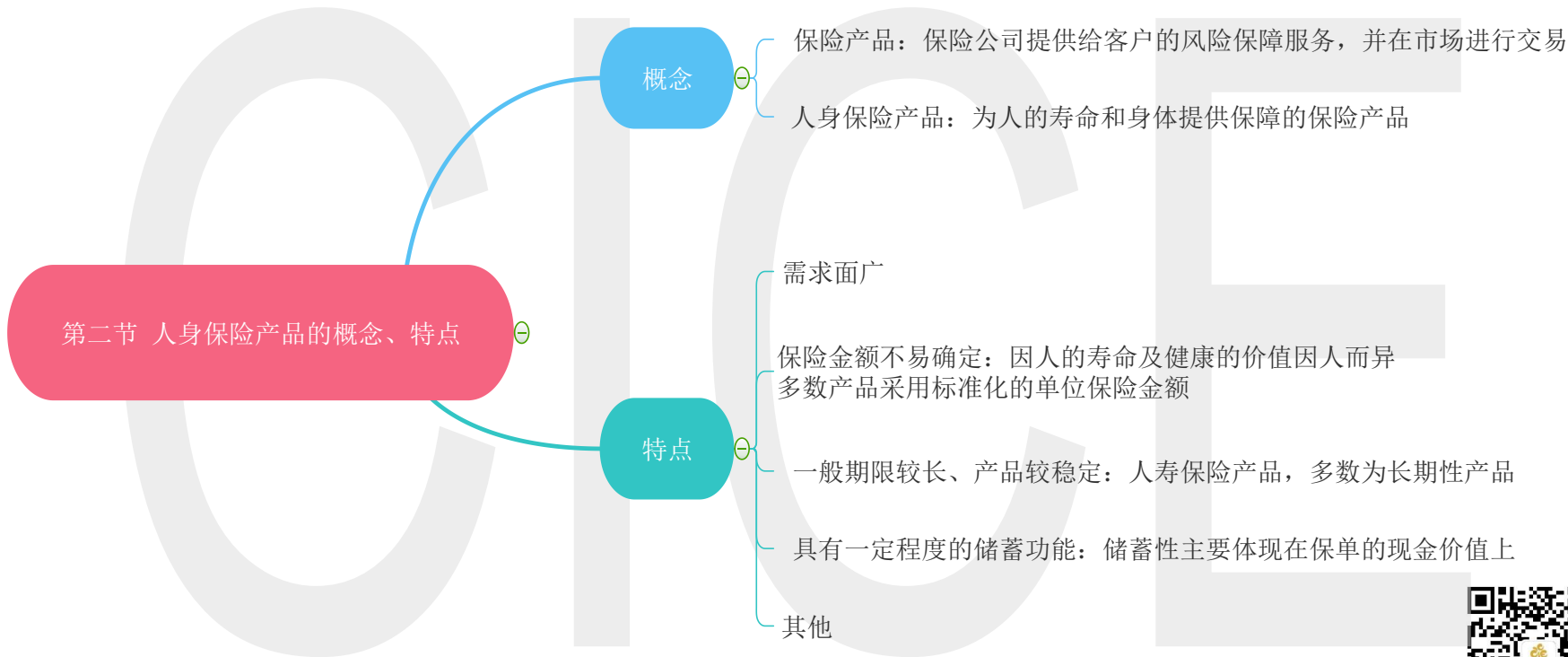
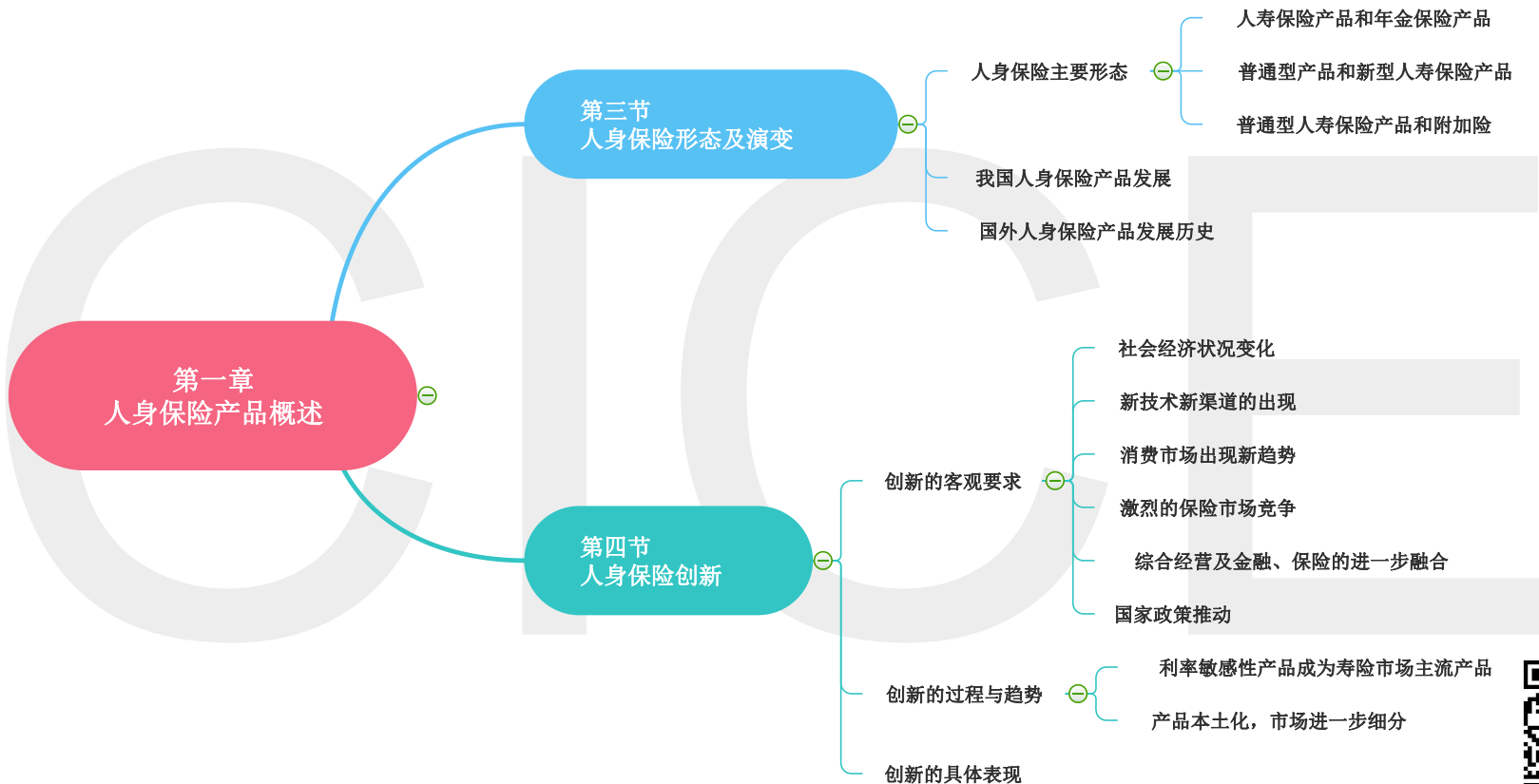


第一节 人身保险概述

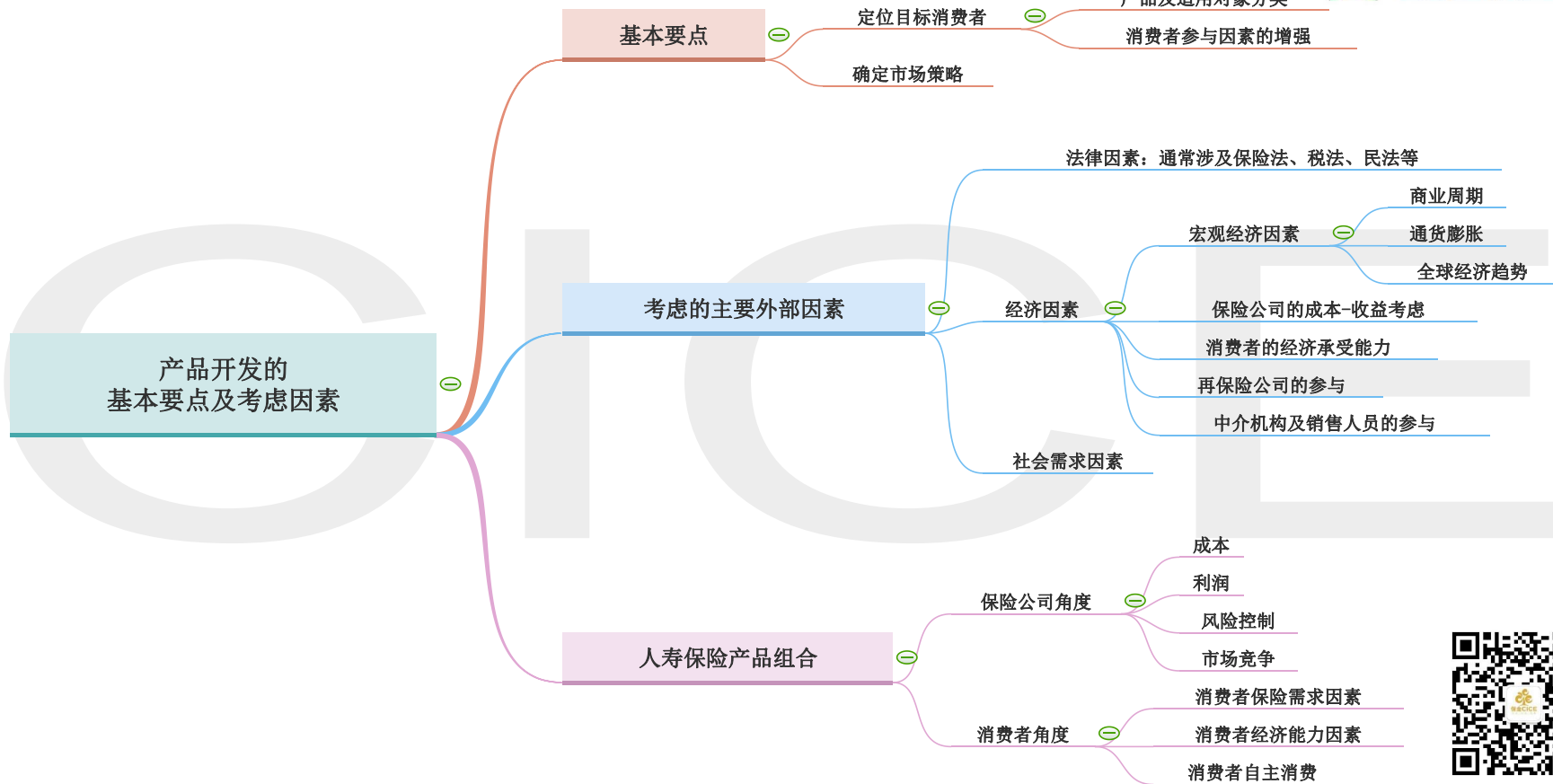
1.2 人身保险的分类

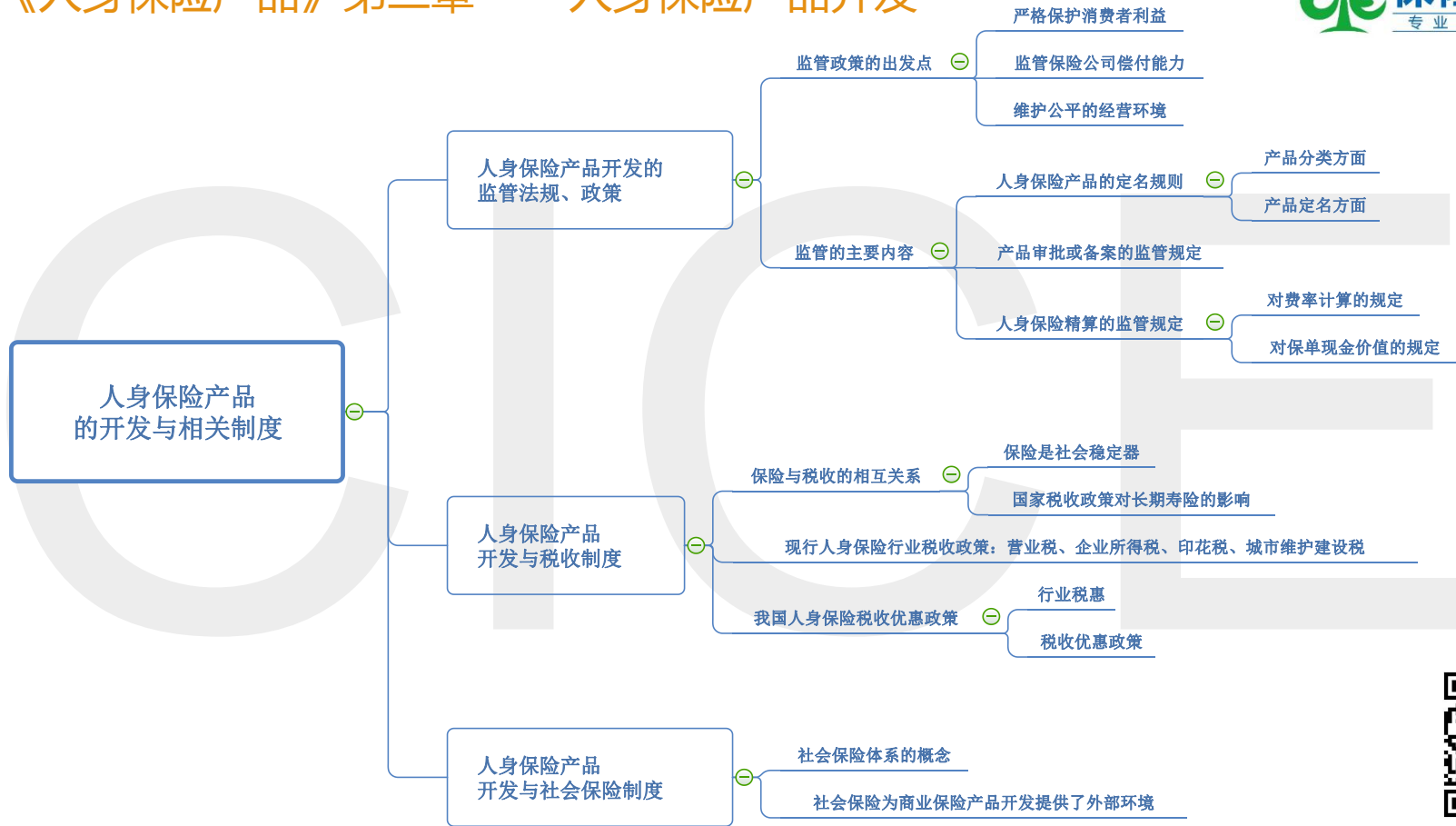


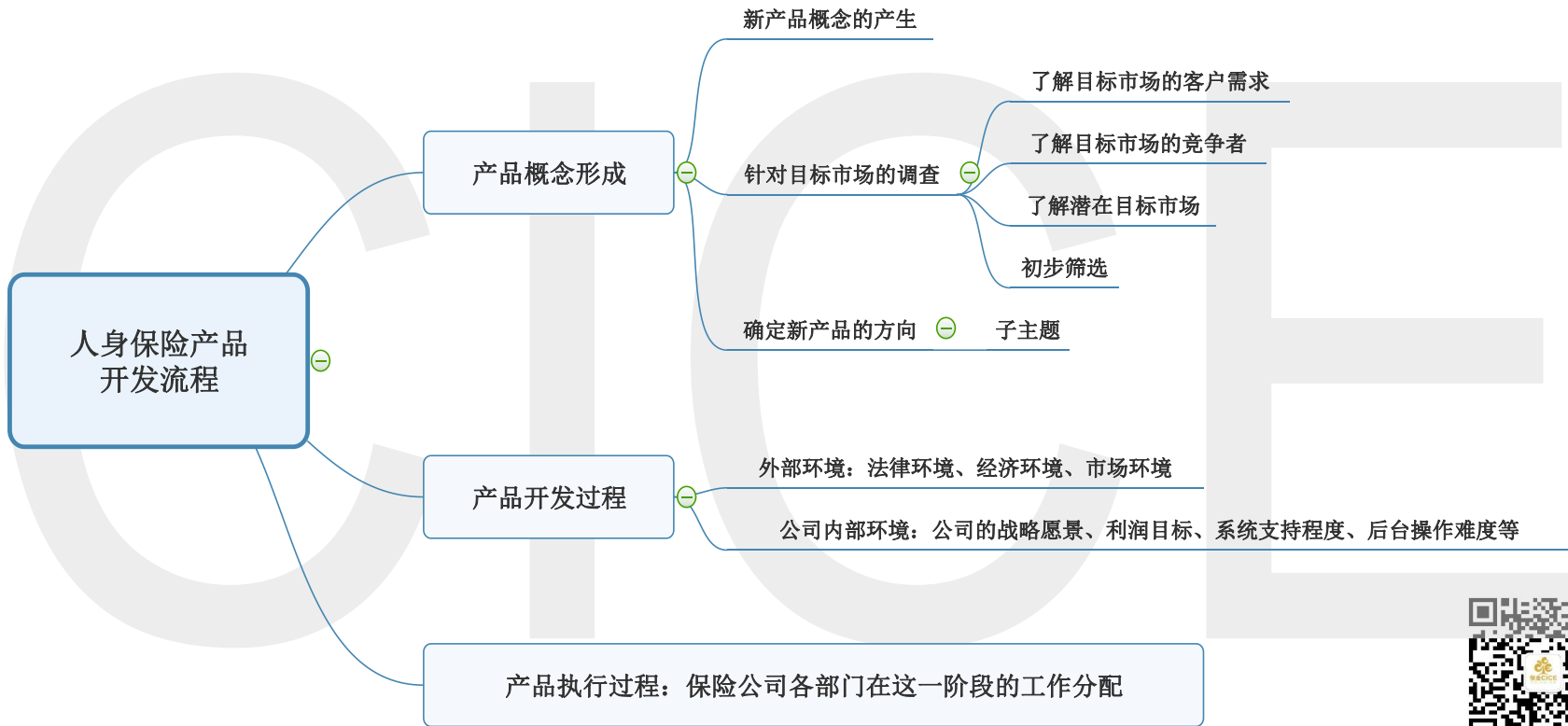


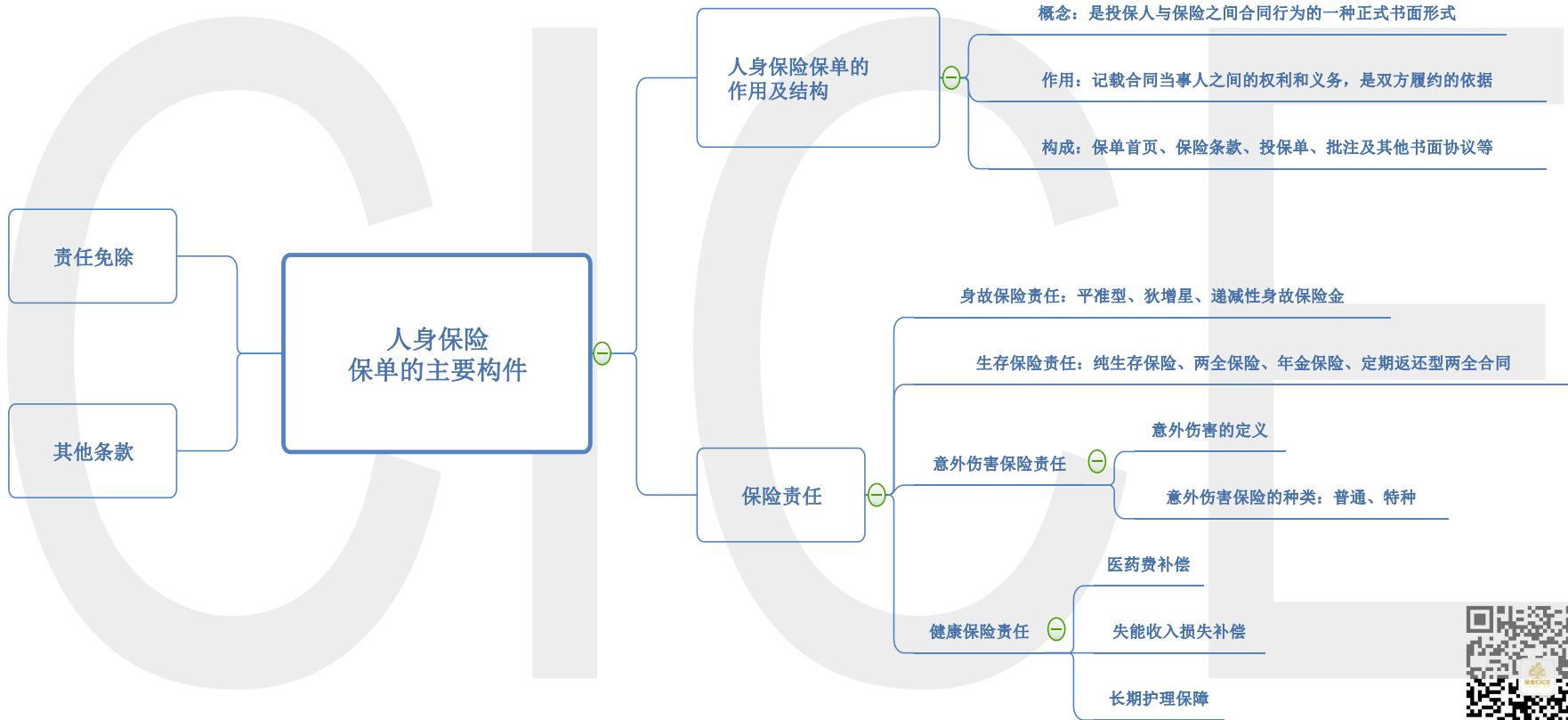


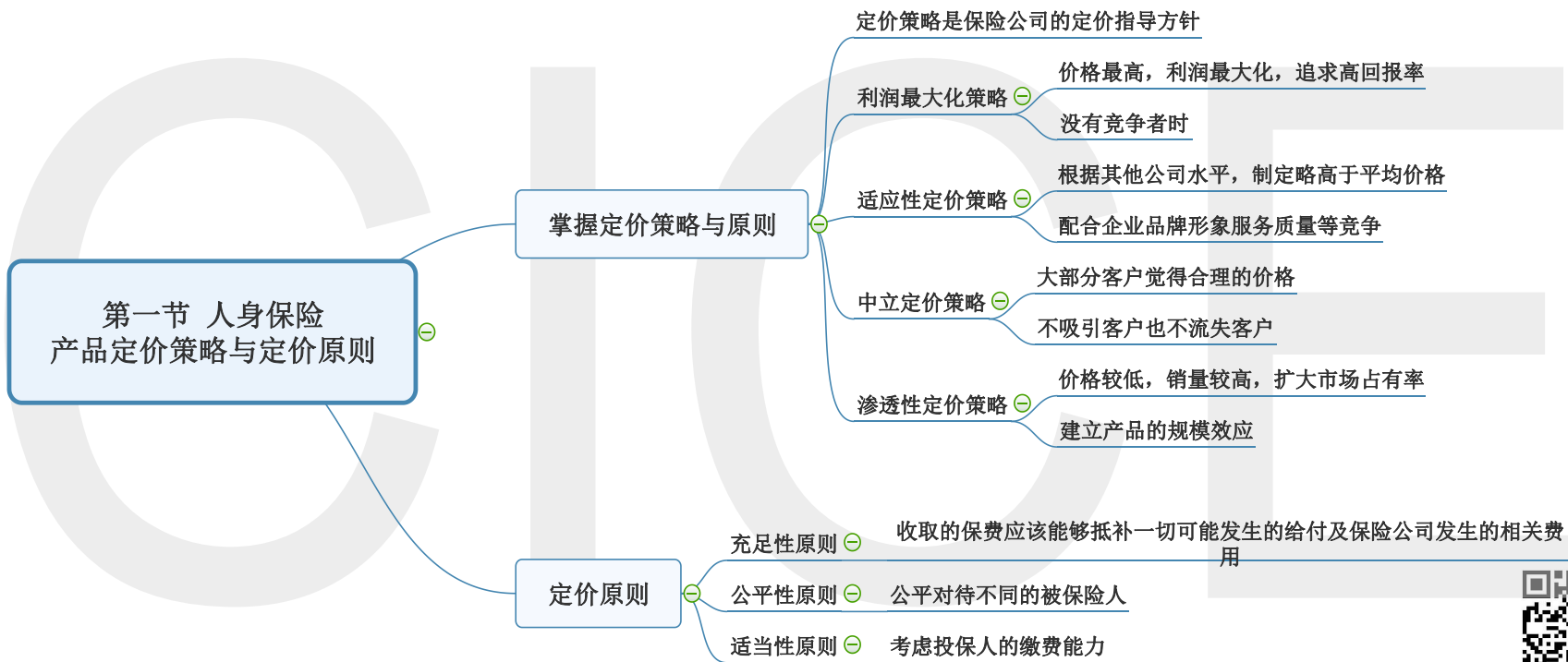
A3 《人身保险产品》第二章——人身保险产品开发

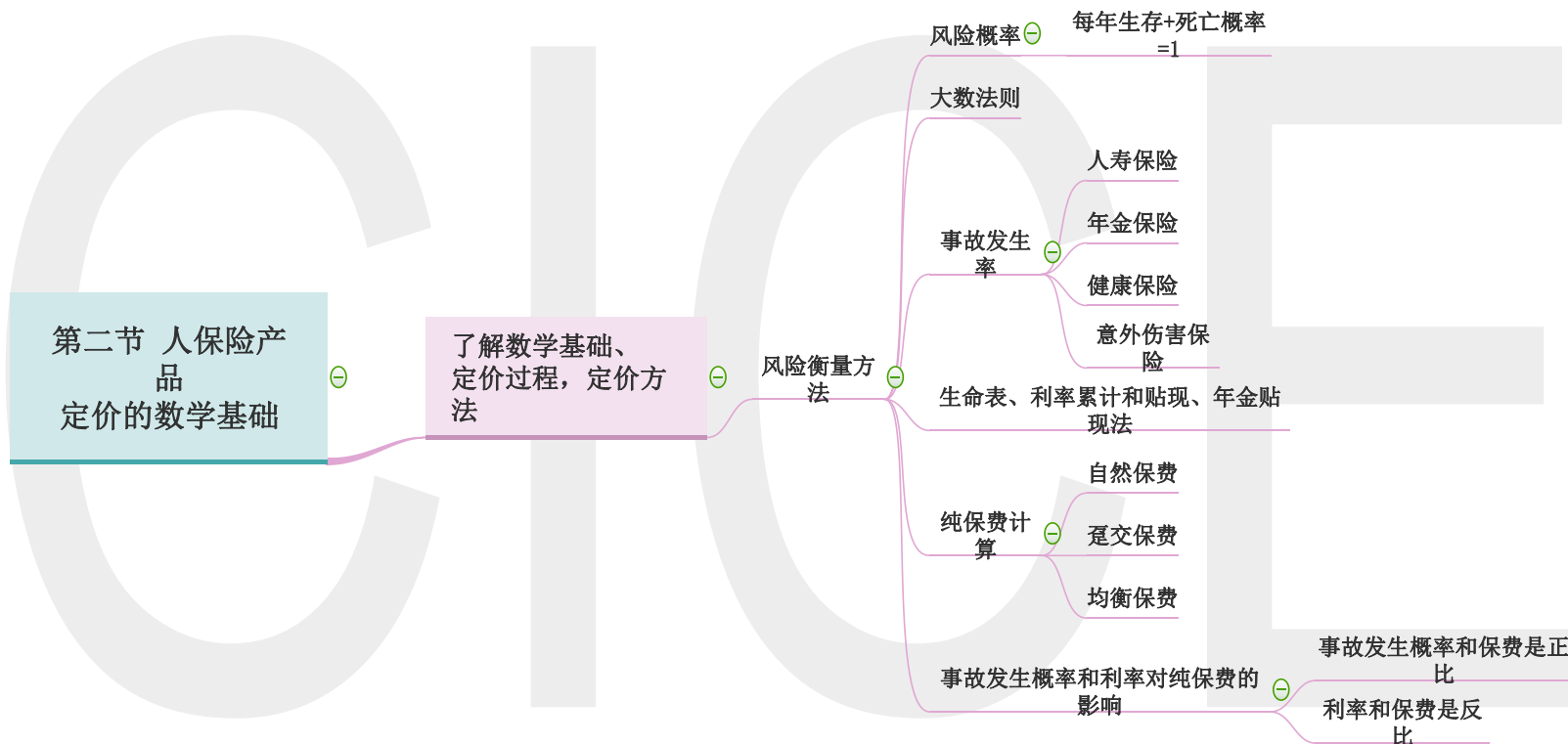












第三节 人身保险产品的责任准备金及现金价值

责任准备金

概念 ⊖ 保险公司对履行其未来及负责人所需资金的估计

计算保单准备金的方法

毛保费法和纯保费法 ⊖

毛保费：考虑了和产品有关的营运费用或附加费用的准备金评估法

纯保费：忽略营运费用或附加费用的准备评估法

评估方法 ⊖ 修正制 ⊖ 第一年保证金水平调低

计算纯保费保证金方法

过去法和未来法 ⊖

过去法的保单准备金=过去纯保费收入的终值-过去保险责任给付的终值

未来法的保单准备金=未来保险责任给付的现值-未来纯保费收入的现值

影响责任准备金计算的假设 ⊖

死亡率、发生率

利率

退保率



当采用均衡保费方式时，投保人过去缴纳保费的累计值与博取保险成本累计值之间的差额是属于保单持有人的，这部分金额不会因为保单效力的改变而丧失，一般称之为保单现金价值

第三节 人身保险产品的责任准备金及现金价值

现金价值

概念

退保金

不丧失保单利益

保单价值准备金的计算

纯保费法

现金价值的计算

现金价值不大于责任准备金

财务风险

死亡率风险

效益风险

退保成本

几种寿险产品的现金价值

短期不考虑

定期寿险

长期会有0，增长，回归0

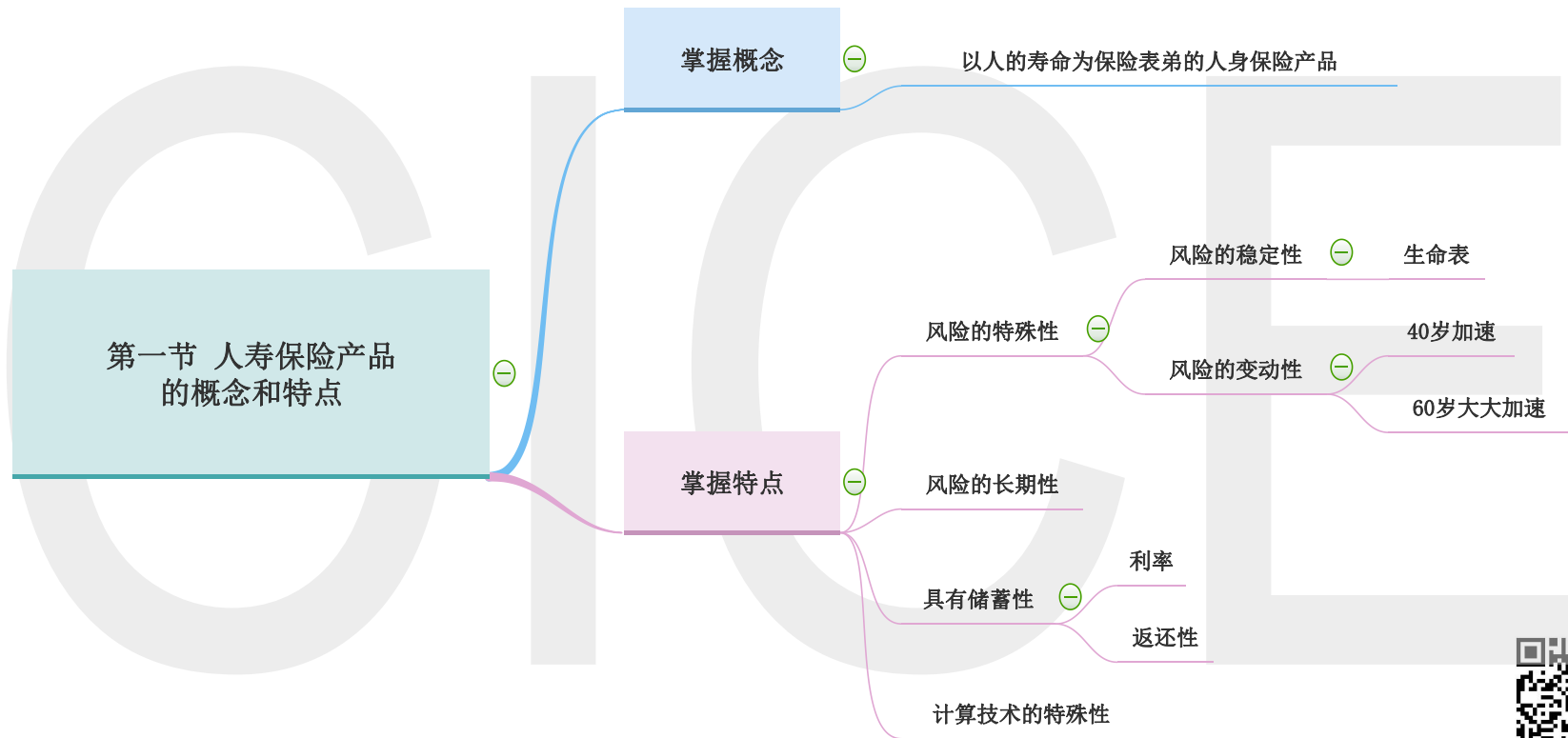
终身寿险、定期两全保险

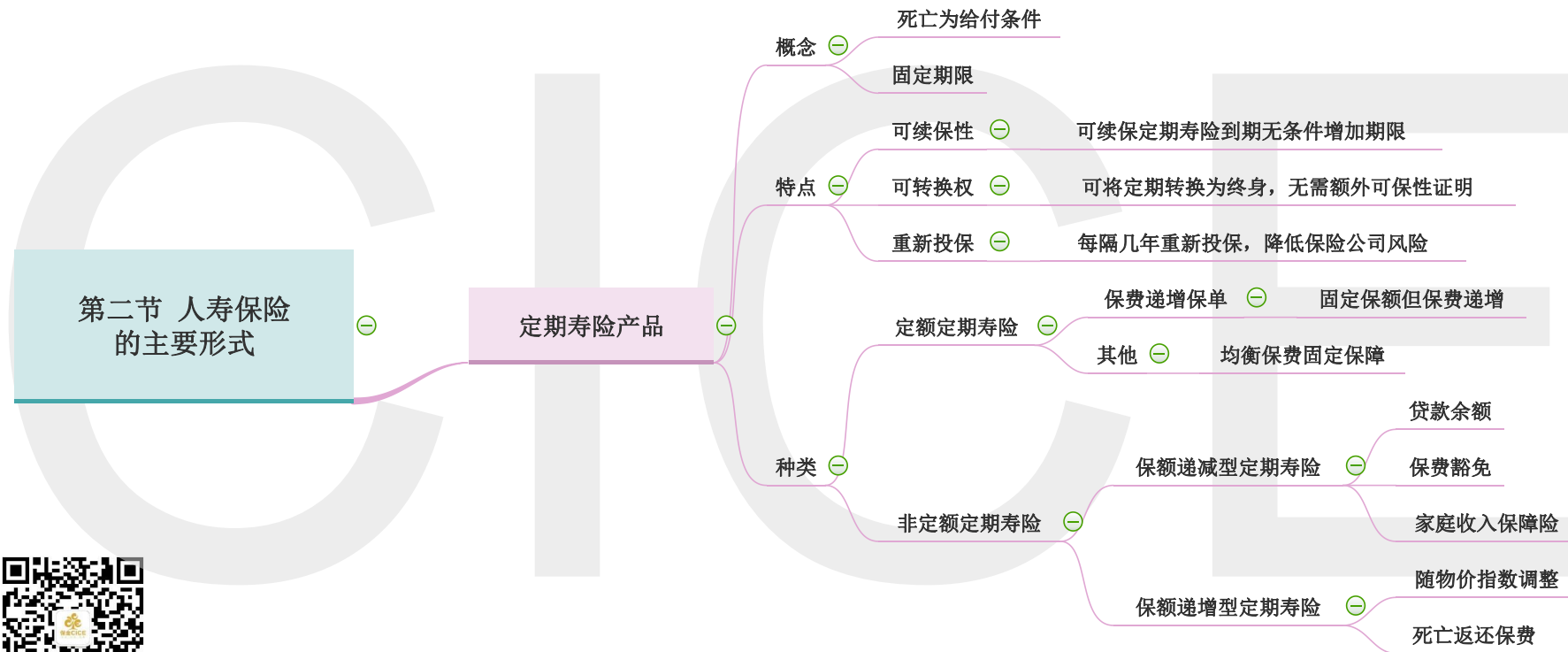
累计增长

定期返还型寿险

生存金会导致现金价值降低







第二节 人寿保险的主要形式

终身寿险

性质

无论何时发生死亡事故，保险公司都将给付保险金

100岁时现金价值等于保额可退保拿钱

以100岁精算

终身寿险同时含有两全保险和定期寿险性质

储蓄型

退保

保单抵押贷款

分红与非分红终身寿险

普通终身寿险 终身缴费

限制缴费终身寿险 20年缴清

保费不确定终身寿险

种类

当期假设终身寿险

利率敏感型终身寿险

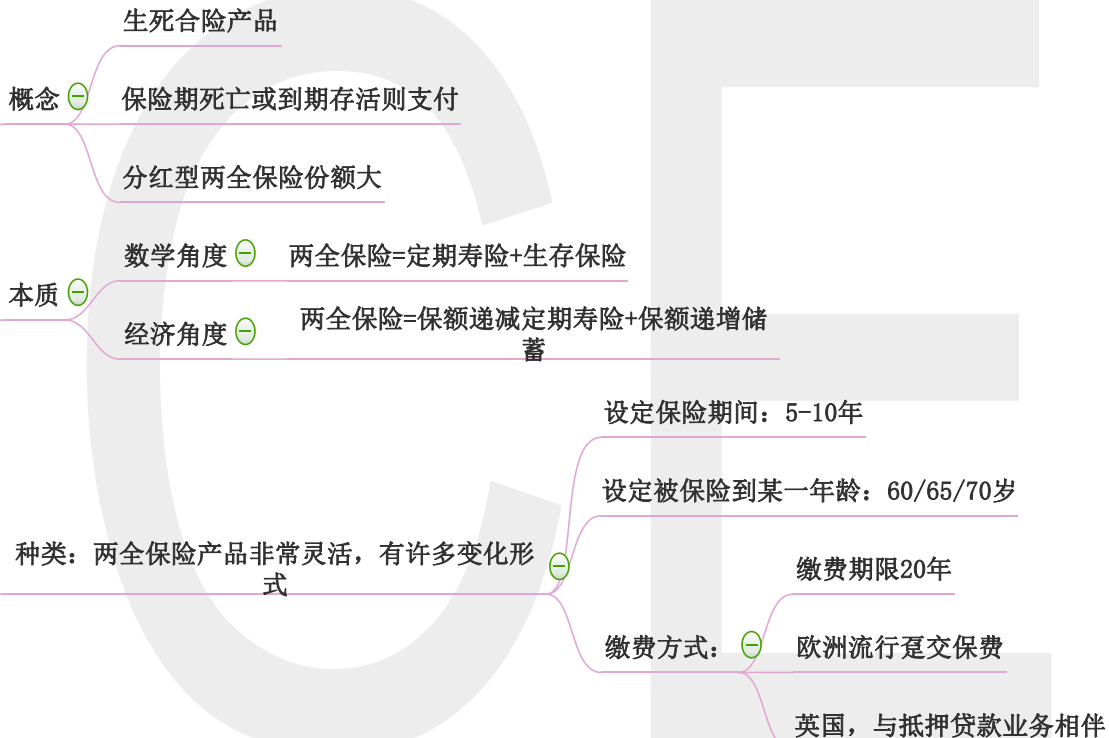
保费和现金价值不断调整

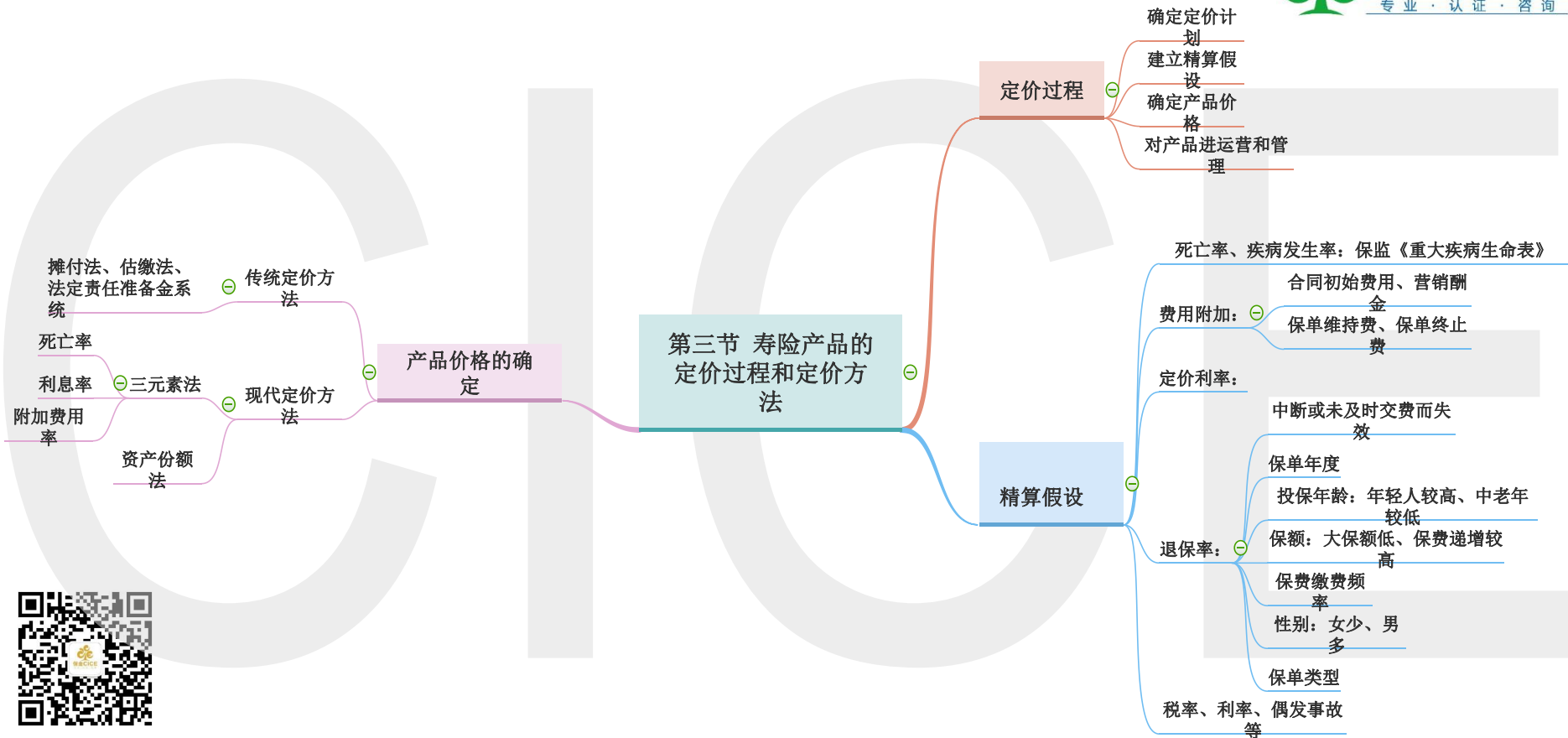
其他

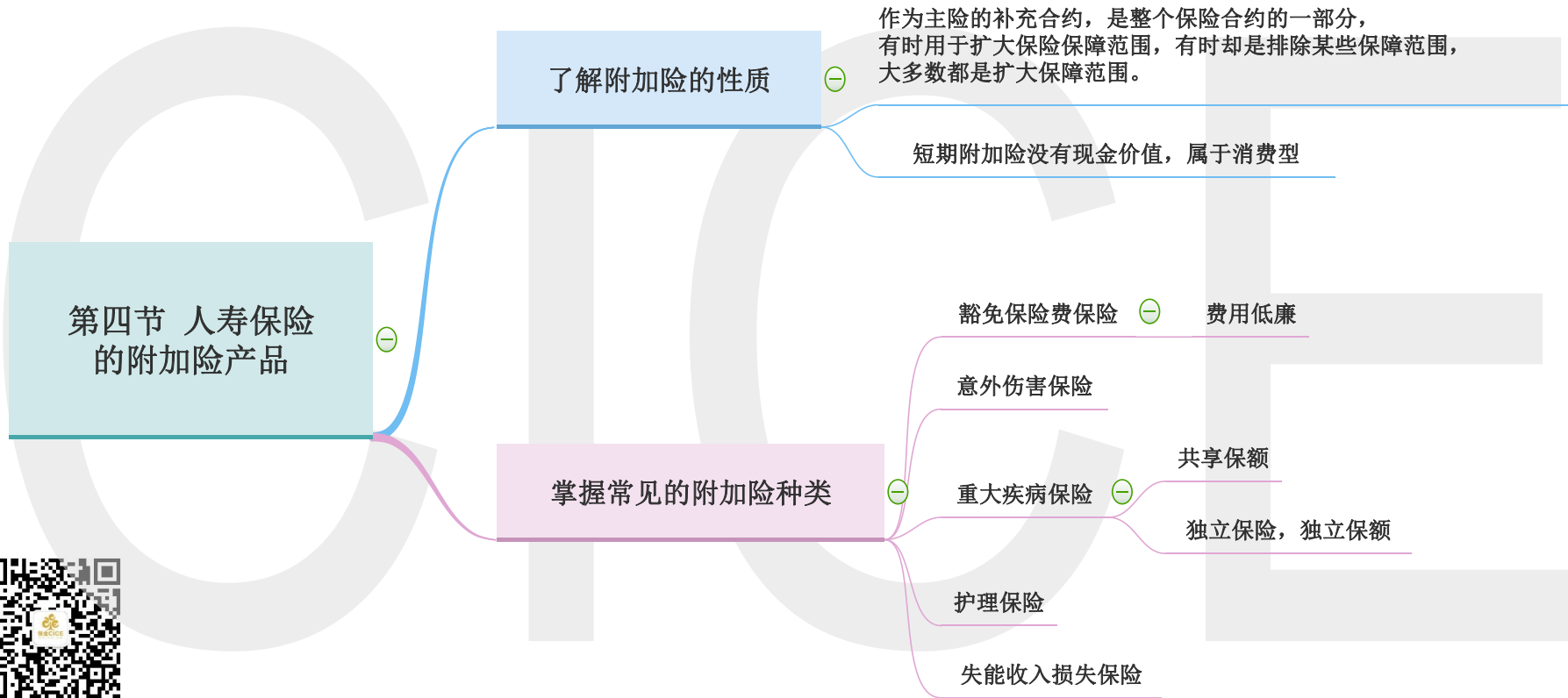


第二节 人寿保险的主要形式

两全保险







第五节 人寿保险产品的发展历程

国内外人寿保险产品发展

1982年简易人身险

90年代团体两全险、个人营销业务

1990年团体两全险、避税发放薪资，1999年停止

2000年分红型终身寿险

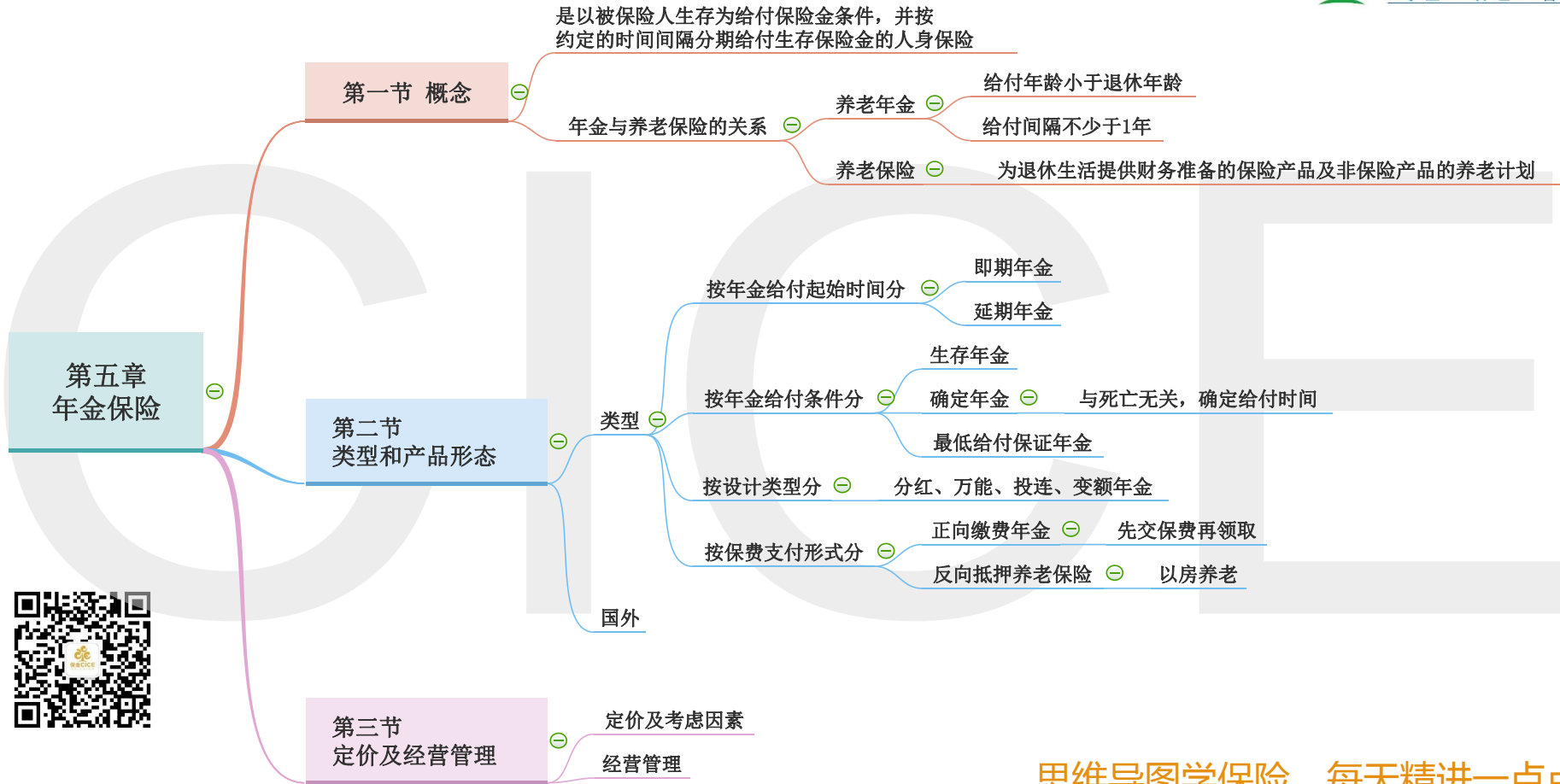
2000年定期返还型两全保险和提前给付型重大疾病保险组合

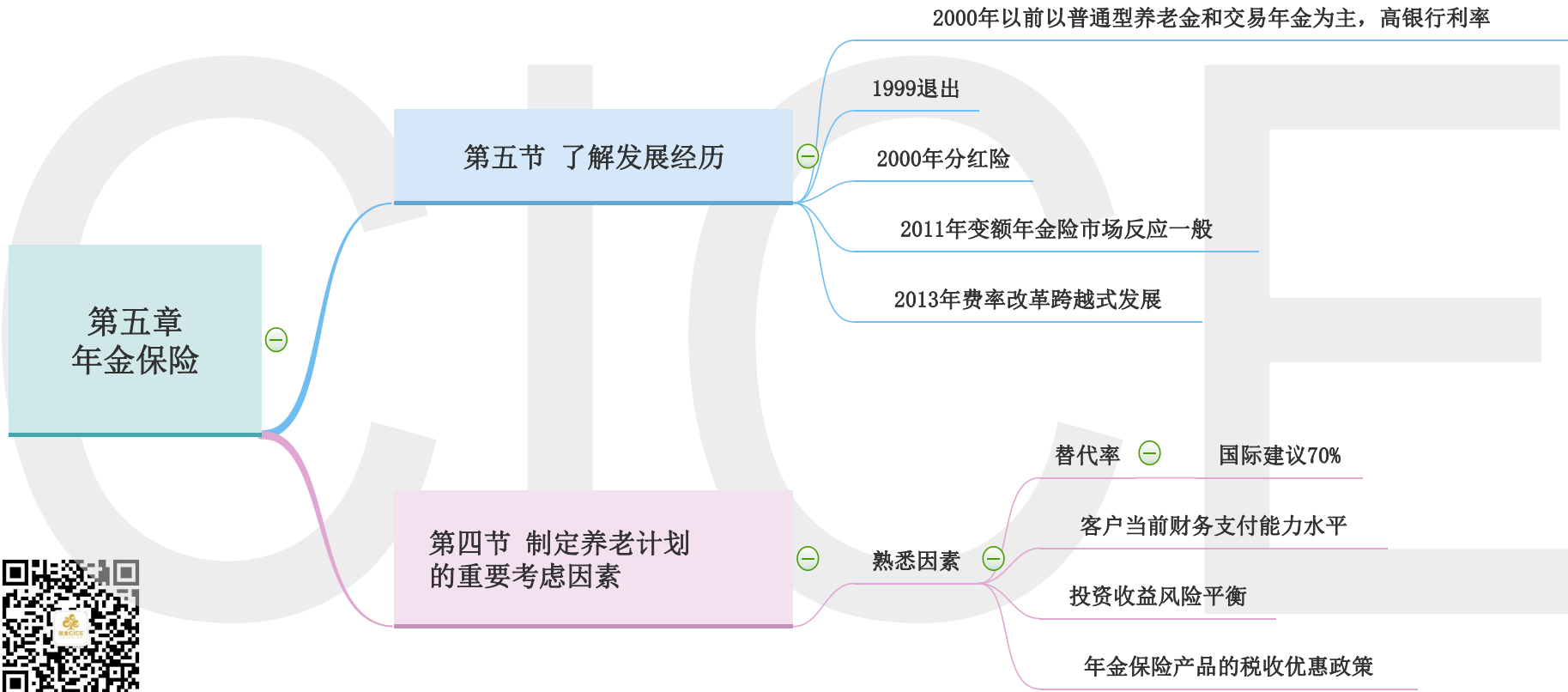
2002年银保渠道

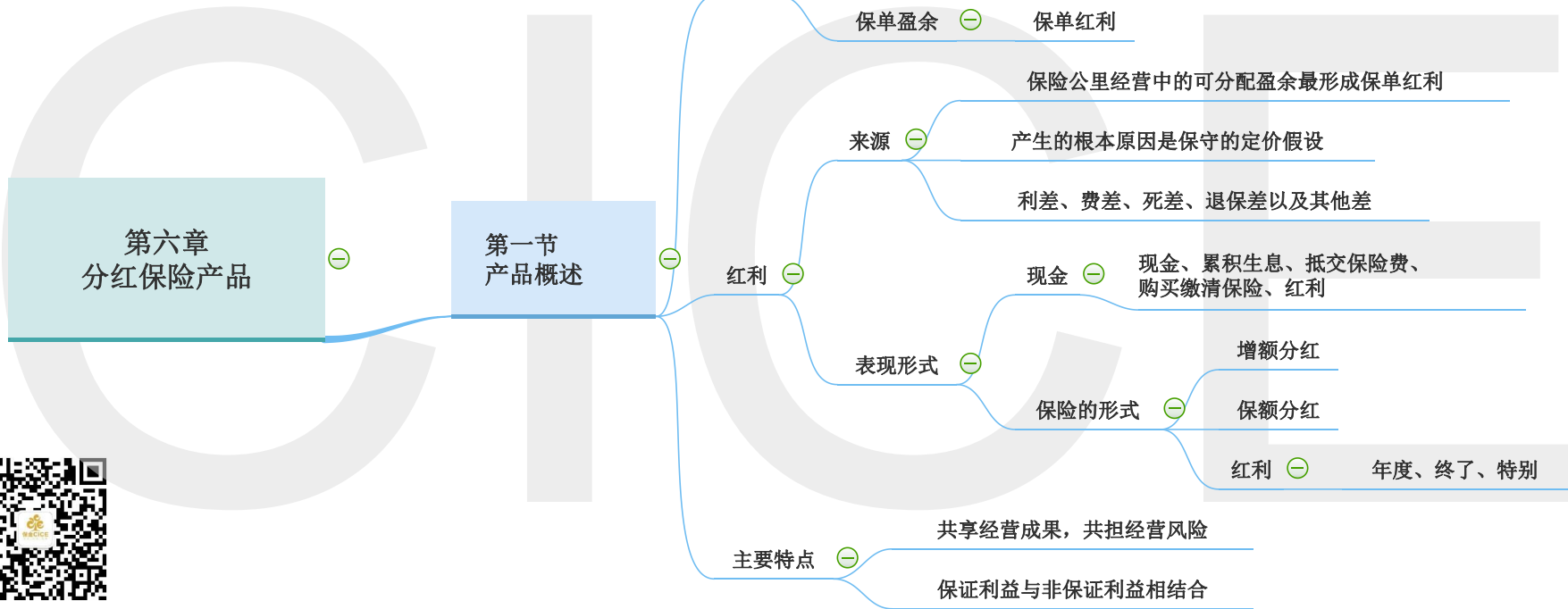
2015年万能险费率改革

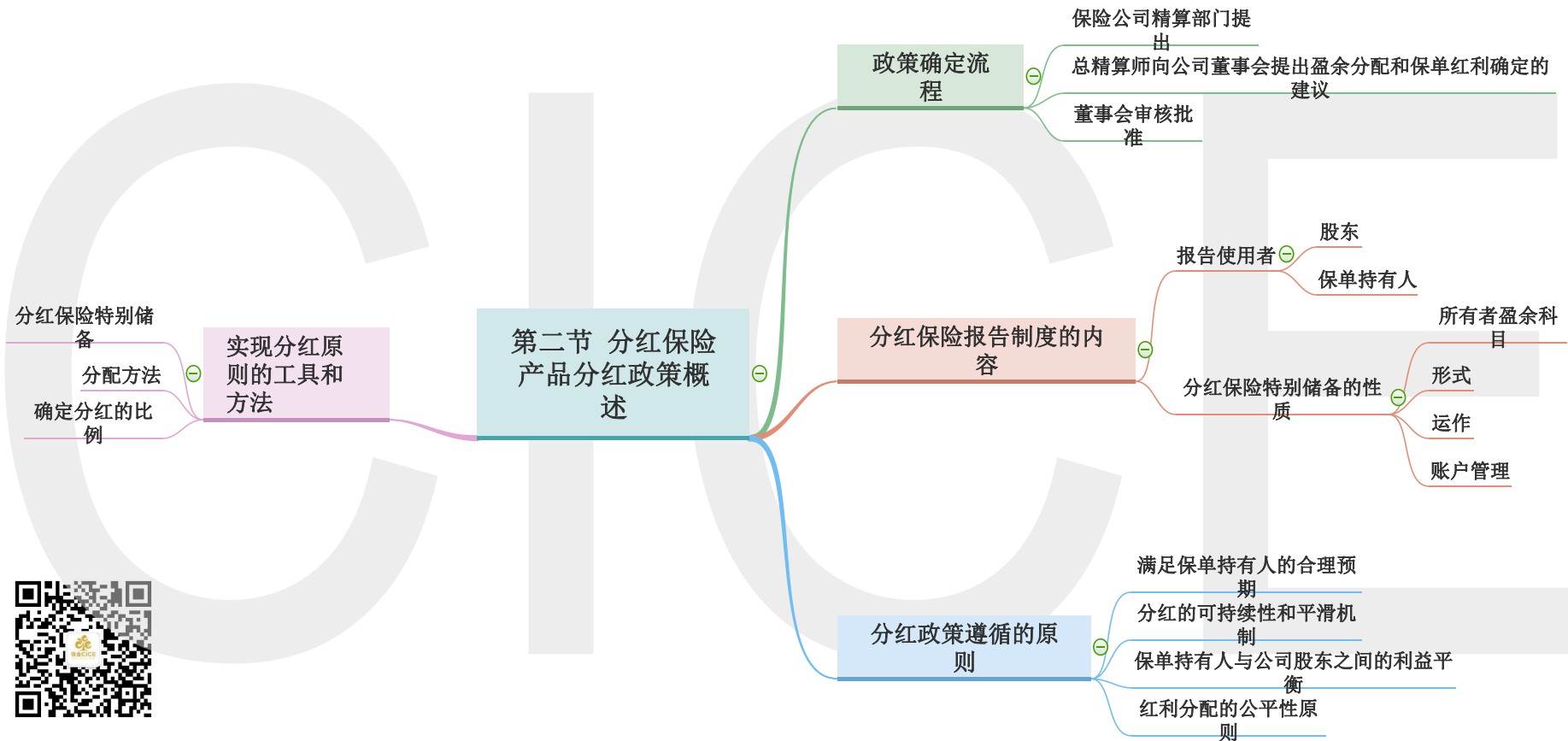


A3 《人身保险产品》第五章——年金保险产品









第三节 分红保险产品的关键要素

熟悉产品特征的设计

保证利益与非保证利益的比重 ⊖ 公司策略

分红保险形态选择 ⊖
全差分红
两差分红

熟悉定价因素

分红险可以降低实际的购买成本

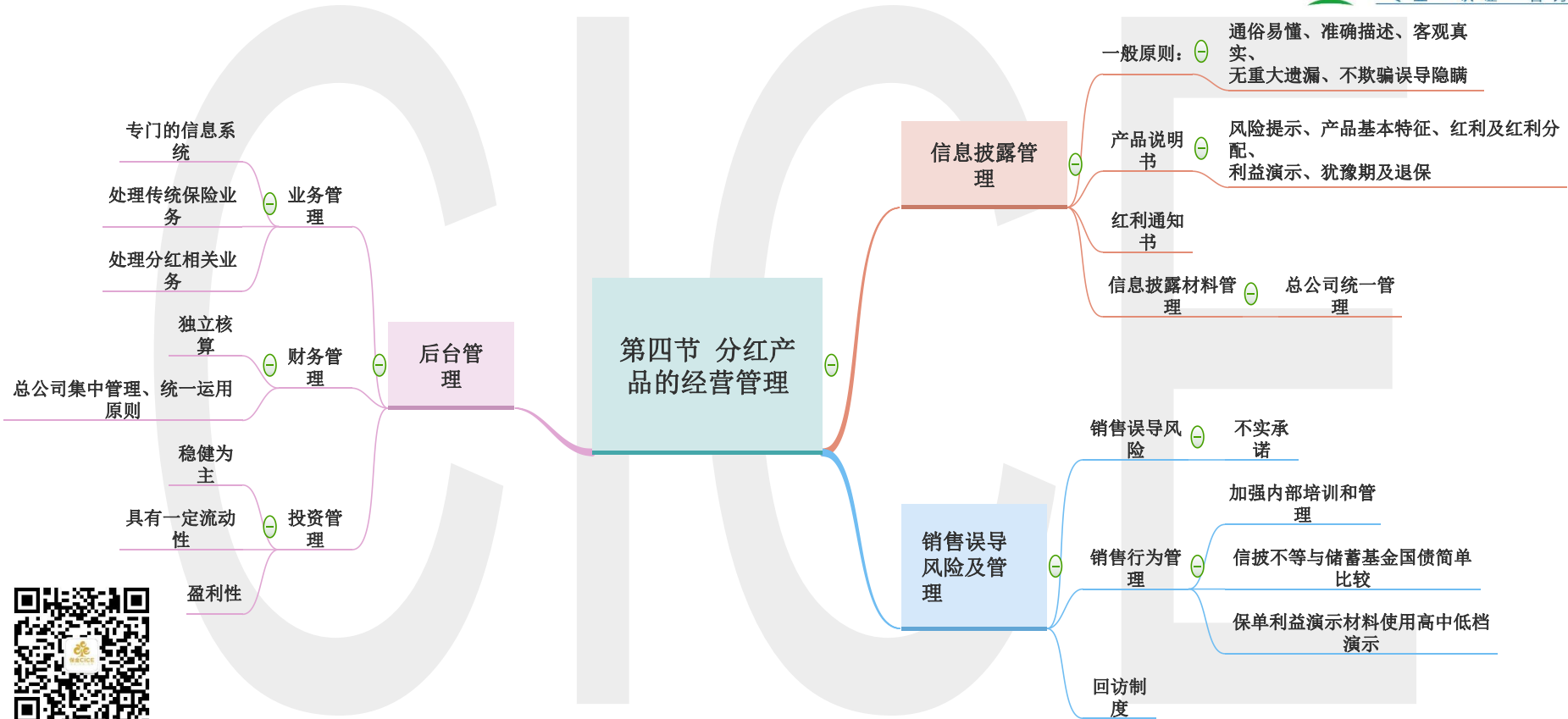
非分红和分红难以直接比较 ⊖ 分红不确定

熟悉开发原理

一般方法 ⊖
分红不能为负数
2015年《分红保险精算规定》

红利成本 ⊖
每个保单年度分红成本在数值上等于当年可分配盈余，所有分红包括支付给保护的
红利和相应的支付给公司股东的红利
支付保户红利等于现金红利、增额红利的精算现值和终了红利之和





第五节 分红保险产品的发展过程

了解现状及存在问题

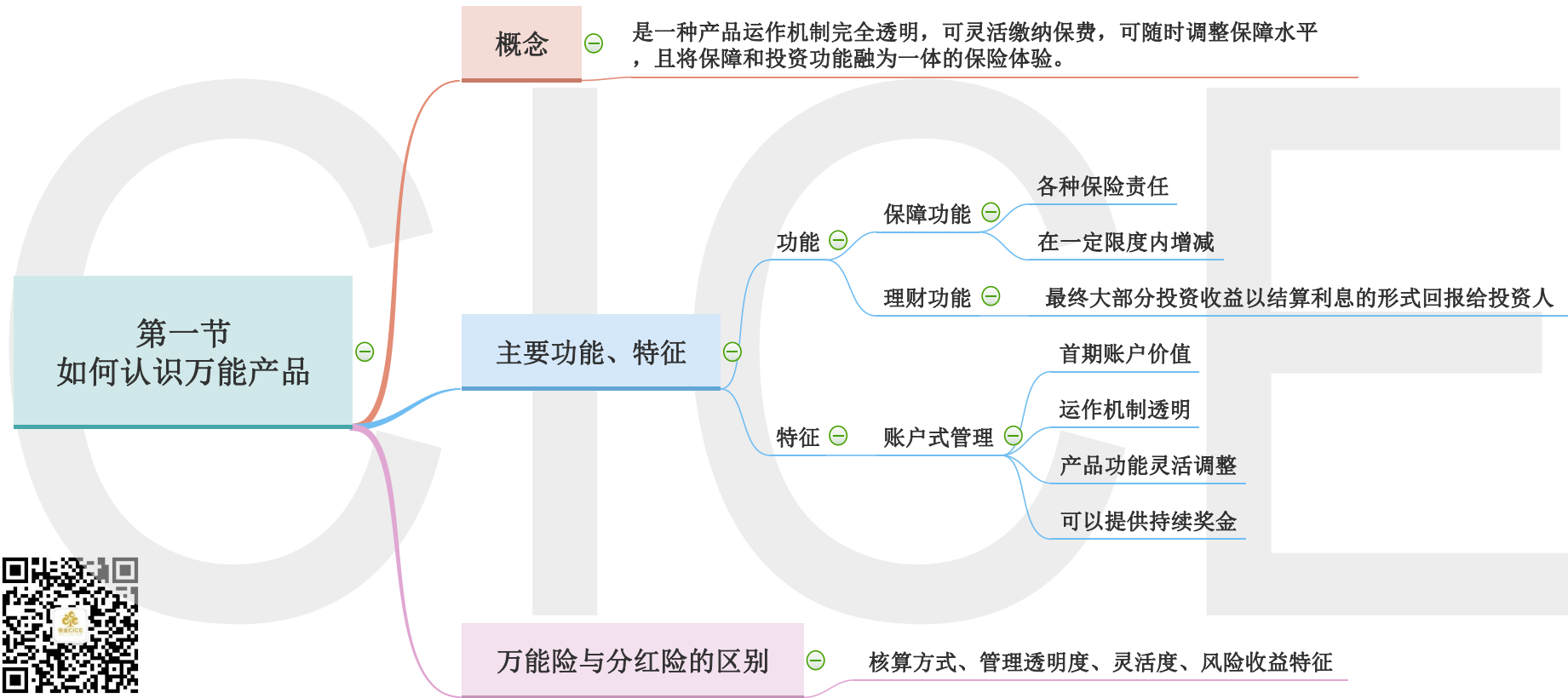
销售误导

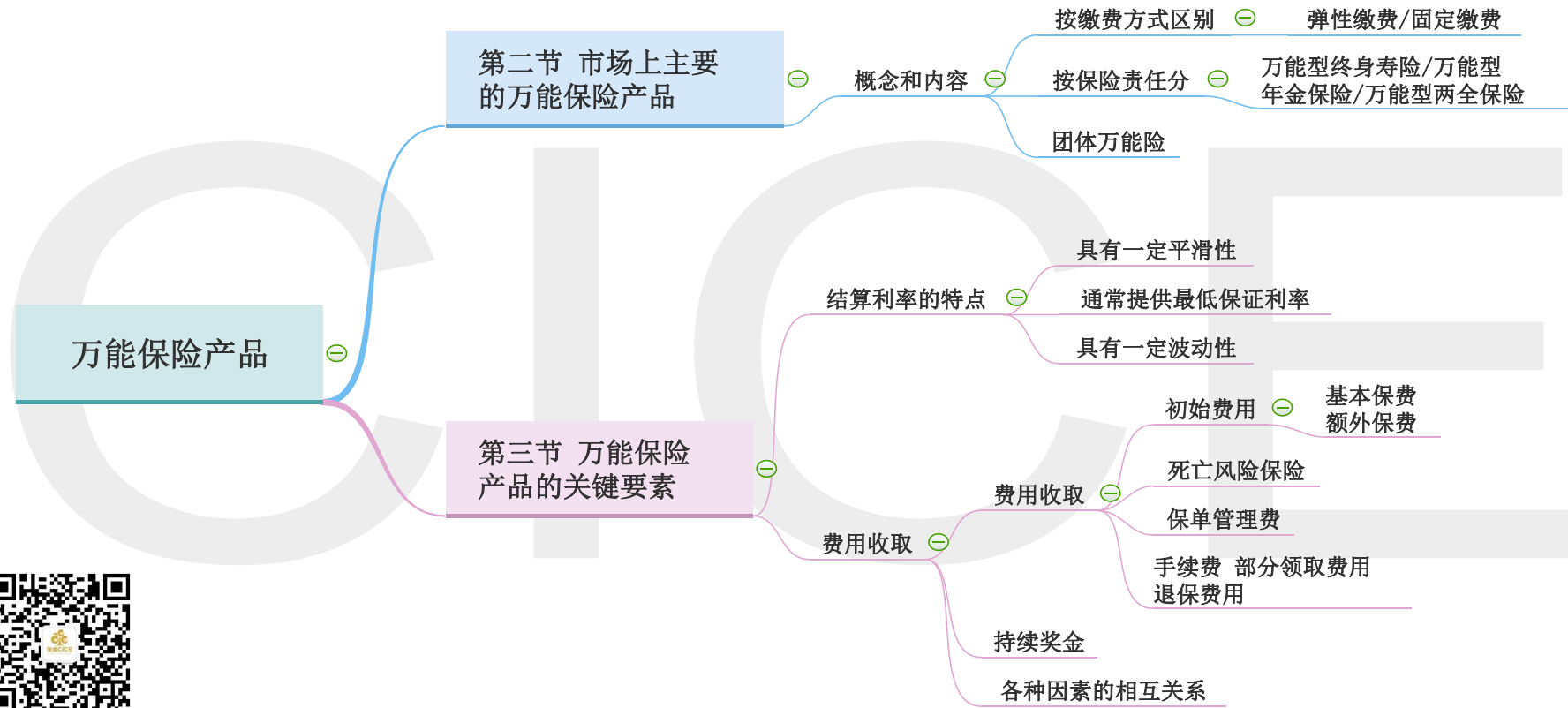
保险公司经营和投资水平有待提高

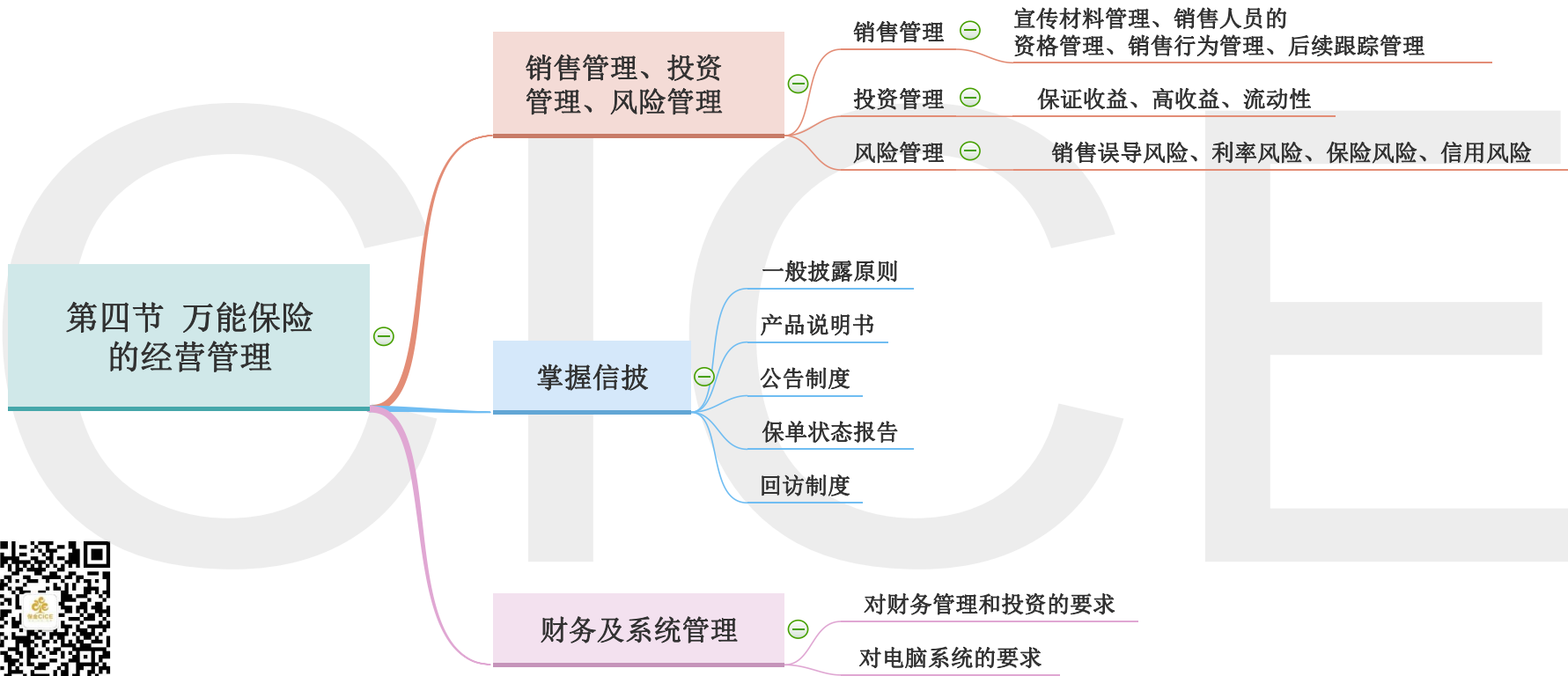
分红产品的相关理论和法律上不健全

产品创新有待加强









第五节 我国万能保险产品发展与现状

影响因素

经营环境变化

资金运用渠道变化

WTO保险市场开放

居民需求的变化

发展现状

销售公司数量逐年增长

地位逐渐上升

形态多样

市场的理解与认可

万能产品与定期返还型产品的组合销售得到迅速发展

存在问题

资金运作压力大、销售管理压力大、内部资源要求高



第六节 国外万能 保险概述

发展状况

缴费和领取灵活，高自主权

保费分配透明

提供最低保证收益率

产品形态呈现多样化

市场细分趋势

问题

利率敏感

监督

从业人员和机构管理

销售考试

报备材料的管理

市场行为管理



第一节 投资连结保险产品 的概念及特点

概念

保障功能

至少一个投资账户拥有一定资产价值的人身保险

保单账户价值直接与独立账户投资业绩相连

特点

投资账户独立

投资单位计价

单位买入价、单位卖出价

投资单位业绩波动

产品透明

具有一定灵活性

可以提供持续奖金

投连险与 万能险的区别

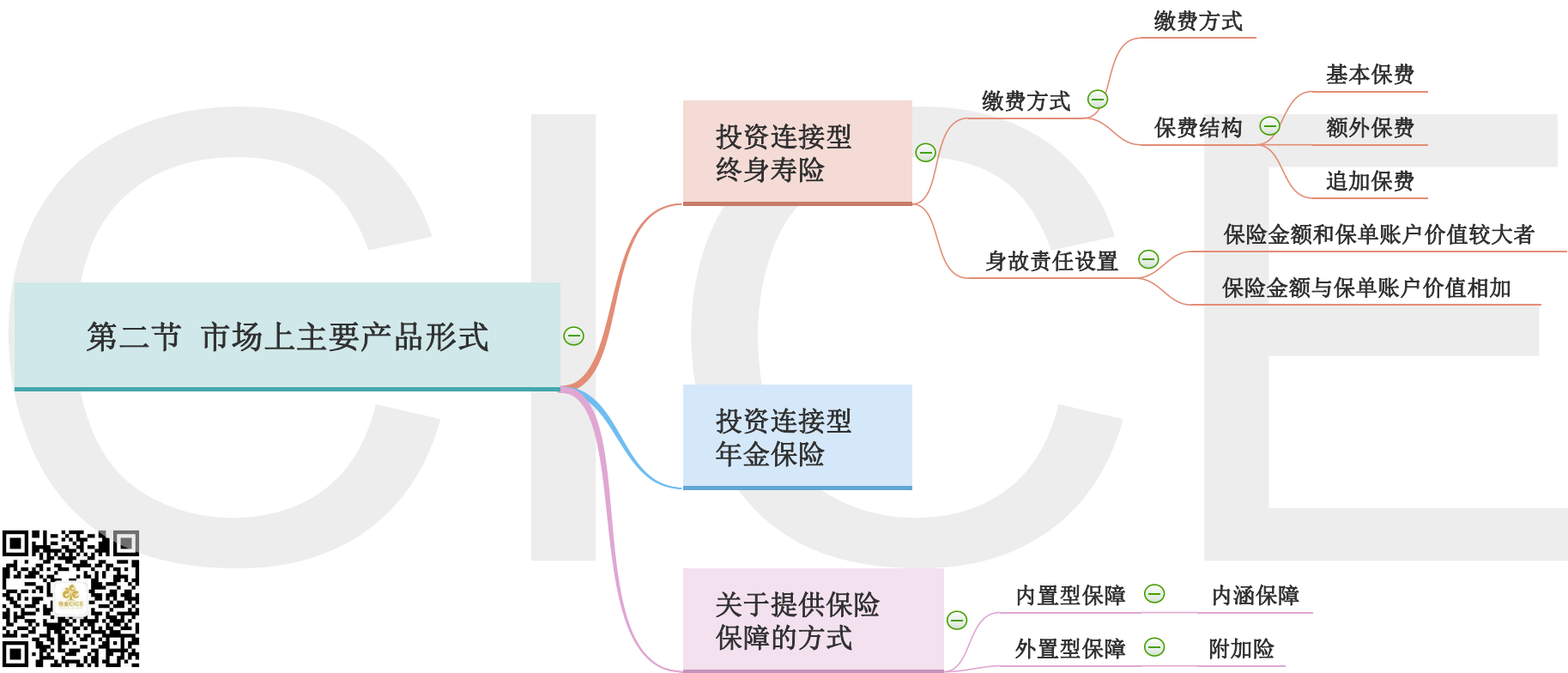
投资自由度不同

账户价值的计算方式不同

风险承担不同

管理要求不同





第三节 投资连结保险的关键产品要素

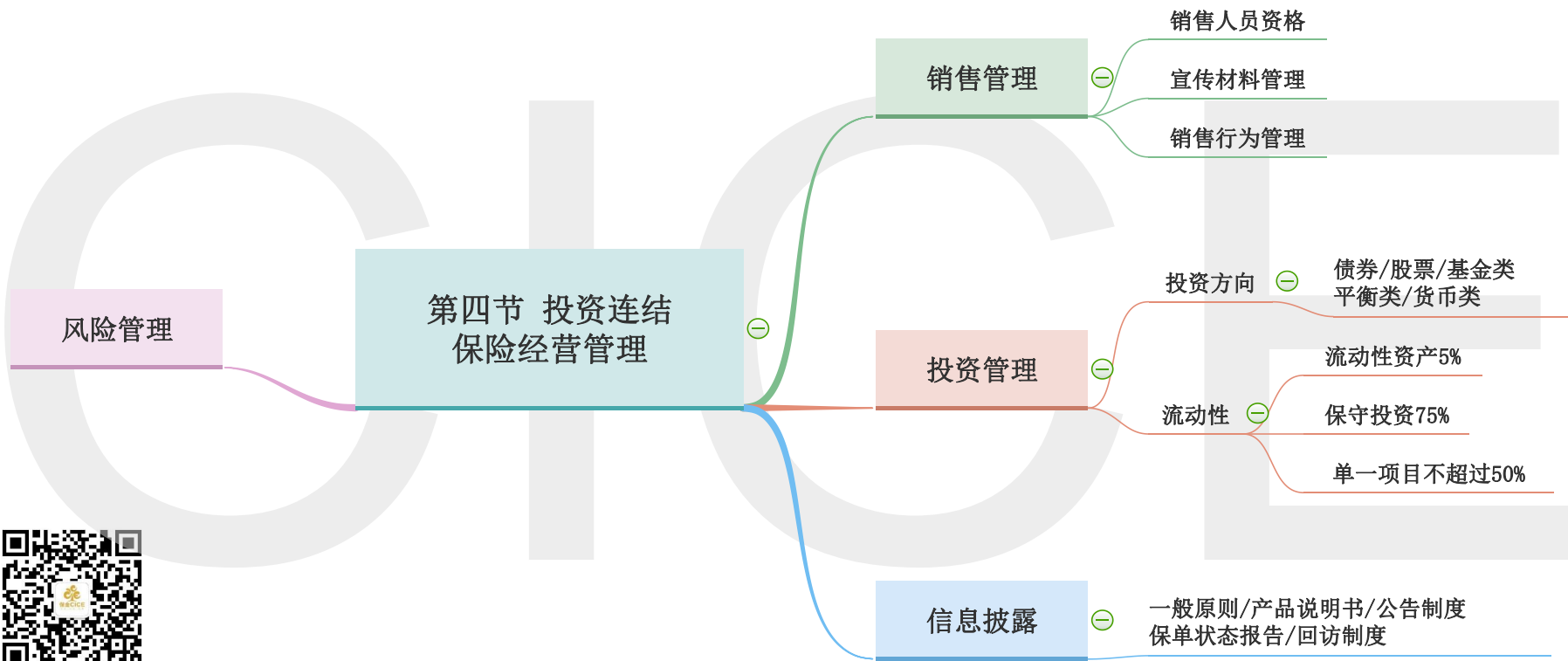
投连险产品的竞争要素

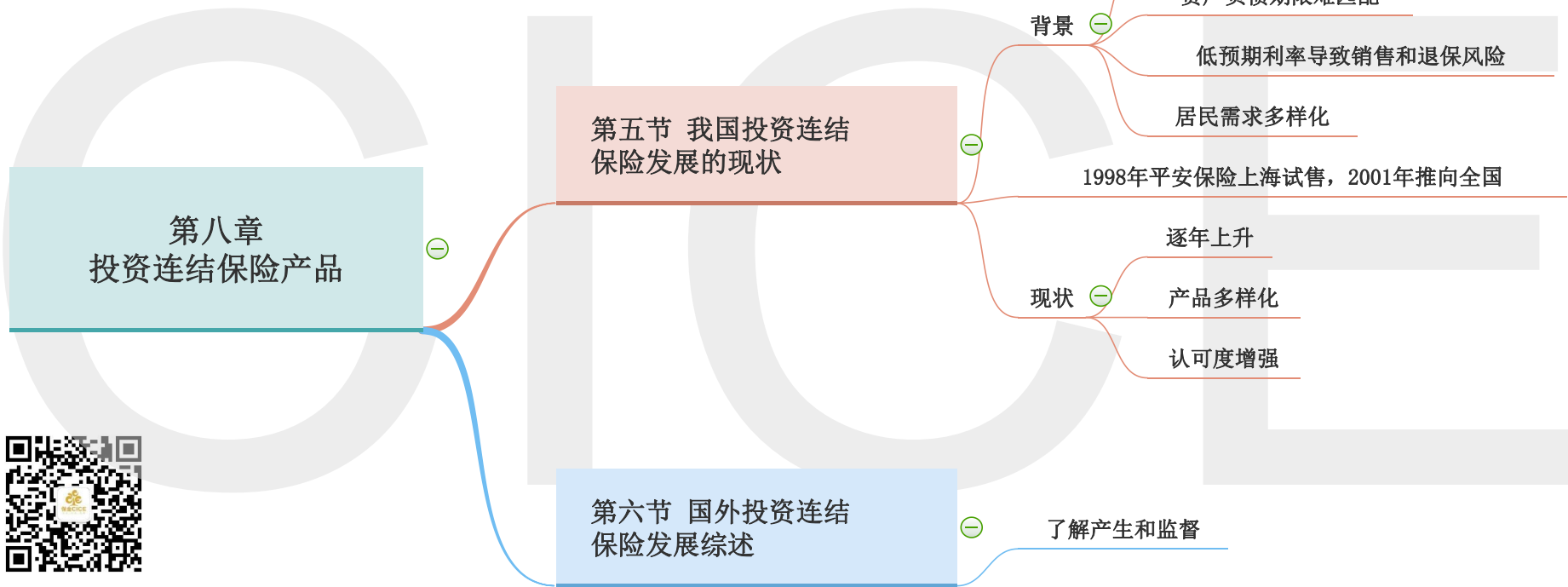
- 费用结构 ⊖
 - 初始费用 ⊖
 - 业务佣金
 - 保单的承保
 - 投资账户建立
 - 保单管理费
 - 资产管理费
 - 手续费、买入卖出差价
 - 死亡风险保费、退保费用
- 持续奖金
- 各种因素的相互关系

保单账户价值的原则和方法

- 单位价格确定 ⊖
 - 申购价、赎回价
 - 投资账户价值=投资账户资产-投资账户负债
 - 投资单位的买卖价=投资账户价值/投资单位总数
 - 投资单位的买入价=投资单位的卖出价*(1+买入卖出差价)
- 确定投资单位数 ⊖
 - 每一个工作日评估一次







第一节 健康保险的概念及特点

分类

概念

以被保险人的身体为保险标的，保证被保险人在疾病或者意外事故所致的伤害时的直接费用或间接损失获得补偿的一种人身保险

包含：疾病保险、医疗保险、失能收入损失保险、护理保险

作用

微观作用 提高个人和企业对健康的保障需求

宏观作用 对国家和社会起到稳定器的作用

特征

健康与人寿险

多了继往症、体检、免赔额和等待期

精算多考虑发病率、伤残率、伤病持续时间、费用率、利率

经营风险上更复杂

保险多次给付

健康与社会医疗保险

社保强制，商保自愿

社保互助共济，商保权利与义务对等

社保非营利，商保盈利性

社保根据当地医疗和经济承受能力，商保投保人选择

社保费用补偿，商保费用补偿和定额给付



第二节 健康保险的主要形式

国外主要形式

- 医疗保险 ⊖
 - 住院及手术费用保险
 - 高保障医疗费用保险
 - 特殊医疗保险
- 护理保险 ⊖ 进食/沐浴/穿衣/如厕/移动
- 失能保险

掌握我国概念及特点

- 重大疾病保险 ⊖
 - 分类 ⊖
 - 保险期间 ⊖ 定期/终身
 - 给付方式 ⊖
 - 提前给付型
 - 附加给付型
 - 按比例给付型
 - 回购式选择型
 - 我国 ⊖ 2007年重大疾病定义中6种重疾，目录25种
- 癌症保险 ⊖ 只保障恶性肿瘤
- 定额给付型医疗保险 ⊖ 住院津贴
- 费用补偿型医疗保险 ⊖
 - 一般住院费用型医疗保险
 - 分项限额住院费用型医疗保险



第三节 健康保险定价

掌握短期健康险主要因素

疾病发生率

减少逆选择

免责期

无意识的带病投保

30天, 90天, 180天

住院率、平均住院费用和平均住院天数

免费额和赔付比例 自付部分费用, 投保人主动降低费用

保险因子, 通胀因子, 安全附加因子

续保率、退保率

附加费用

了解短期健康险定价过程

风险保费的计算

纯保费计算

毛保费的计算



第四节 健康保险的 产生和发展历程

了解起源、发展、 问题及对策

起源

发展 ⊖

1848年英国铁路部门旅途意外险

现状 ⊖

2006年全美三分之一拥有商业健康险

法国85%人口参加商业健康保险

荷兰高收入者只能购买商业健康险

德国超过一定收入水平自愿选择商保或社保

问题 ⊖

医疗需求过度膨胀、医疗费用迅速增长、医疗资源浪费

我国发展概况和困难

产生 ⊖

1983年上海

重大疾病保险出现 ⊖

1995年7种重疾

社保制度形成

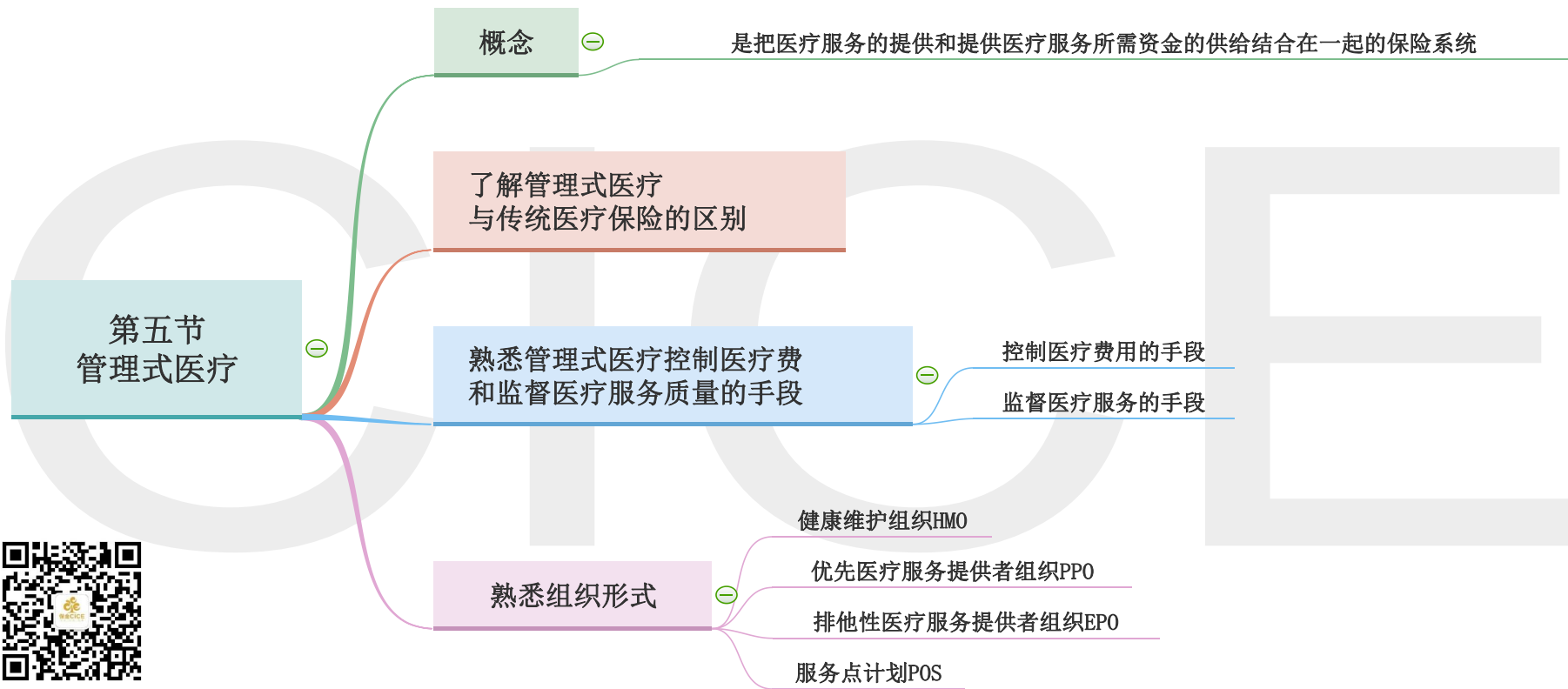
快速发展

商保参与基本医疗保障经办管理

承办城乡居民大病保险

困难





第一节 意外伤害产品的概念及特点

概念

是指被保险人遭受意外伤害，导致身体残疾，死亡或保险合同约定的其他事故时，保险公司将按事先约定的残疾肌肤比例支付残疾保险金，或按规定的保险金额支付身故保险金，其他事故的保险金额支付保险金的一种保险产品

保障范围 意外伤害、免除责任、保险责任种类、给付方式

特点

保险责任设计灵活

非补偿性的保障型保险

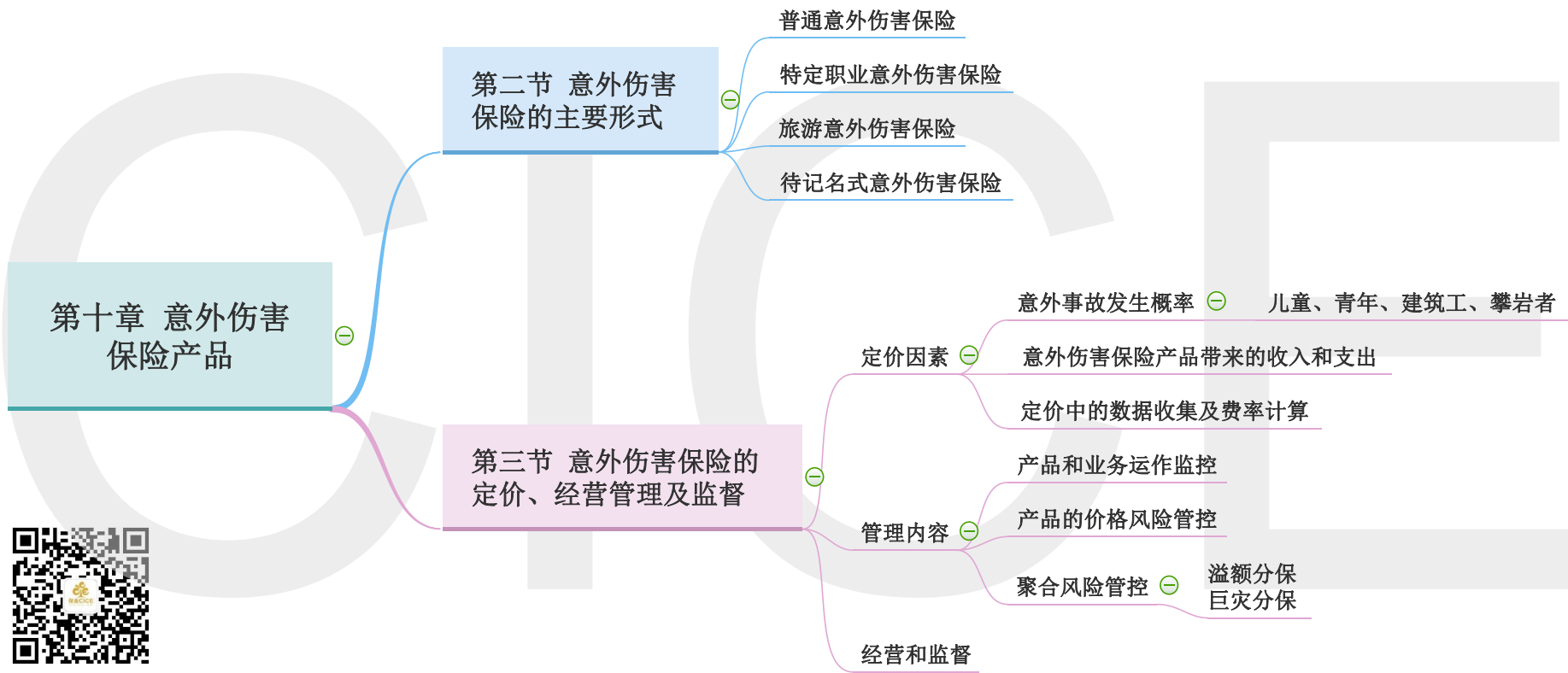
价格低，覆盖范围广

销售方式和销售渠道多样

纯保障险种，核保简便

适用近因原则，部分理赔鉴定较难





第四节 意外伤害保险产品发展历史

现状

- 国外
 - 投保率较高
 - 销售渠道广泛
 - 经营主体多样
- 国内
 - 占比较低
 - 销售渠道日益多样
 - 品种较多
 - 管理水平不断其高
 - 监督日益完善

问题

- 我国问题
 - 居民长期保障意识不强
 - 市场有待完善
 - 产品覆盖面不高，产品类型单一
- 我国对策
 - 多渠道提高保险意识
 - 通过监管法规来规范市场，提高市场竞争力



第十一章 人身保险产品

产品销售管理

第一节 人身保险产品

销售模式

渠道类型

个人代理渠道

银行邮政代理 兼业代理

保险专业代理和保险经纪人渠道

电话及网络营销

公司直销渠道

销售渠道管理的重要性

和应注意的问题

要注重市场细分和客户选择

要注重销售队伍建设

主要特点

产生的主要原因

主要表现形式

第三节 销售队伍管理

与人身保险产品销售风险

规范招聘行为 乱用招聘职位

强化教育培训体系

加强销售人员流动管理 恶意挖角

加强销售业务品质管理



第四节 人身保险产品 销售风险的防范与控制

销售人员与人身保险
产品销售风险的管控内容

遵守相关法律法规的义务

对投保人如实告知、说明义务

保险公司与人身保险
产品风险管控内容

建立完善的销售风险预警体系

健全有效的销售风险内控体系

加强回访制度的管理和落实

建立销售人员信用体系

加大对销售误导行为的惩戒力度

提高销售队伍整体素质

行业自律，保险监管与
人身保险产品销售风险管控内容

行业自律

销售风险管控

