

# 陕西农村寿险市场发展的新路径

贺宁毅,田富强

(西北农林科技大学 经济管理学院,陕西 杨凌 712100)

**摘要:**以产业组织理论中的SCP分析框架为基础,对陕西农村寿险市场的结构、行为和绩效进行分析。分析认为:陕西农村寿险市场发展不均衡、区域发展不均衡、标准化管理程度低、寿险产品和营销渠道单一。在此基础上借鉴农村寿险市场实践中发展的新经验,提出陕西农村寿险市场持续、快速、健康发展的新路径:探索组建“保险村”、产品量身定做、销售与服务“进村入户”、政府引导下的公司创新。

**关键词:**社会保障;农村寿险;SCP分析框架;市场结构

**中图分类号:**F840.62

**文献标志码:**A

**文章编号:**1671-6248(2008)01-0082-06

陕西是中国西北的一个农业大省,经济基础落后,自然条件差异大,农民人均收入低。2006年末陕西省常住人口为3 735.05万人,其中农业人口2 483.23万,占全省总人口的67.02%。2006年全省GDP为2 883.51亿元,农村居民人均纯收入为2 260元,比全国平均农民人均纯收入低1 327元。2006年全省保险费总收入为116.18亿元,县域保险费收入为37.76亿元,占全省保险费总收入的32.5%。其中县域寿险保险费收入为27.79亿元,仅占全省寿险保费收入的35.6%<sup>[1]</sup>。可见,陕西农村寿险市场极不发达。对陕西广大的农村地区来讲,农村寿险与农民的生活息息相关,在广大农村地区扮演着越来越重要的角色。因此,寻找陕西农村寿险市场持续、快速、健康发展的新路径成为目前亟待研究的重要课题。

近年来学界在此领域也不乏有益的探索,比较有代表性的包括:邢娜和张爱香对近年来陕西保险业发展的市场结构进行分析,认为陕西保险市场资源配置效率低下,应针对市场结构现状,营造良好的投资环境,加大广告宣传和保险产品创新力度,满足

不同层次的保险需求,以促进市场绩效的提高<sup>[2]</sup>。这对于整体把握陕西保险业市场有一定指导意义,但缺乏对陕西农村寿险市场的具体分析及分区域研究。刘珺通过分析影响西部农村寿险市场需求和供给的主要因素,针对寿险市场供给和需求不平衡的现状,建议应当根据寿险市场的发展水平,进行分层次、分区域的制度选择<sup>[3]</sup>。这为陕西寿险市场的发展提供了可资借鉴的理论基础,但是在具体发展路径方面的研究还相对不足,在系统性和实用性方面也有待深入。笔者将以SCP(Structure-Conduct-Performance,结构-行为-绩效)模型分析框架为理论基础,对陕西农村寿险市场的结构进行分析,进而探讨陕西农村寿险市场健康发展的新路径。

## 一、SCP分析框架

产业组织理论主要研究产业内经济资源的组织方式以及由此影响的市场绩效,并在此基础上提出有效组织产业资源的政策主张。在诸多产业组织理论体系中,哈佛学派的SCP分析框架最具代表

收稿日期:2007-11-28

作者简介:贺宁毅(1973-),男,四川乐至人,管理学博士研究生。

性<sup>[4]</sup>。SCP 模型是由美国哈佛大学产业经济学权威贝恩(Bain)、谢勒(Scherer)等人于 20 世纪 30 年代建立的。该模型以新古典学派的价格理论为基础,在承袭了前人一系列研究成果的基础上,以实证研究为主要手段,把产业分解成为特定的市场,按照结构、行为和绩效三个方面对其进行分析,构造了一个既能深入具体环节,又有系统逻辑体系的分析框架。哈佛学派认为:市场结构决定市场行为,而市场行为决定市场配置资源的绩效,其关系的分析框架表示如图 1。

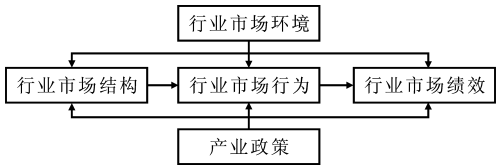


图 1 SCP 分析框架

笔者以该分析框架为基础,对陕西农村寿险市场结构及其市场行为和绩效进行分析。

## 二、陕西农村寿险市场环境分析

根据国家统计局抽样调查,2006 年陕西农村居民人均纯收入为 2 260 元,农村居民家庭人均纯收入已超出中国寿险起步阶段城镇居民的收入水平。1982 年陕西开始试办简易人身保险、团体人身保险、人身意外伤害保险业务,从 1982 ~ 1992 年,人身保险业务主要在城镇范围展开,而同期的城镇居民人均可支配收入并没有超过 2 100 元,低于 2006 年农村居民人均纯收入水平,因此陕西农村寿险市场整体已具备一定的收入基础。

### (一) 农村人口老龄化和家庭结构小型化增加了对医疗、养老保险的需求

目前,陕西农村人口的老龄化程度比城镇更为严重。2006 年,在陕西农村人口中,65 岁以上老年人口的比重为 7.7%,而城镇 65 岁以上老年人口数占城镇总人口的比重为 6.1%。世界各国的经验表明,农村人口老龄化使得政府职能在农村养老保障体系中发挥有限的作用<sup>[5]</sup>。农村人口老龄化也会逐步改变人们消费及储蓄结构,提升人们养老的危机意识,为商业养老保险在农村的开展留下广阔空间。此外,老年群体是一个各种慢性病高发的群体,这不仅对医疗保险提出了更高的要求,而且由于农村家庭保障功能的日趋弱化,老年人的健康与生活护理问题也日益突出,老年照料护理类的险种将拥有广

阔市场。

随着农村社会经济结构的变迁,中国农村家庭结构小型化的趋势日益明显。陕西农村居民家庭平均每户常住人口从 2004 年的 4.1 降为 2005 年的 4.06,并进一步降为 2006 年的 4.03。农村家庭结构小型化改变了人们“养儿防老”的观念。农民养老观念的变化,为陕西农村商业养老保险的发展提供了极大的市场需求。

### (二) 特殊农民群体的寿险需求

笔者以失地农民和农民工的保障需求为例,来分析特殊农民群体的寿险需求。城市化使得大量农民离开世代相依为命的土地。在传统体制下,农民失去了土地,就丧失了最基本的生存保障,也给社会增添了不稳定因素。因此,失地农民对养老保险提出了更高要求:既要能解决当前人口的养老,又能惠及后代人。陕西现在大约有 500 万农民工,他们既不能享受国家社会保障中的养老保险、医疗保险及失业保险,也极少有人为自己和家人购买必需的商业人身保险、医疗保险等。现阶段实行的农民工养老保险基金区域统筹政策与农民工跨省区流动存在着尖锐的矛盾<sup>[6]</sup>。农民工即使参保也很难享受老有所养的福利待遇,这是他们消极对待养老保险的主要原因。

## 三、陕西农村寿险市场结构分析

在 SCP 分析框架中,市场结构是指规定构成市场卖者(企业)之间、买者(企业或消费者)之间、买者集团与卖者集团之间,以及市场上已有的买者和卖者与准备进入市场的潜在买者和卖者之间等诸多关系的因素及其特征。决定市场结构的主要因素包括市场集中度、产品差别化和新企业的进入壁垒<sup>[7]</sup>。

### (一) 陕西农村寿险市场集中度

在 SCP 分析框架中,市场集中度是决定市场结构的首要因素。它表示在某个具体产业或市场中,买者或卖者具有怎样的相对规模结构的指标。笔者将分别用绝对集中度指标和  $H. I$  指数来分析陕西农村寿险市场结构。

#### 1. 绝对集中度指标

绝对集中度指标是最基本的市场集中度指标,它能较好地反映产业内生产集中的状况,显示市场的垄断和竞争程度,因此是使用较为广泛的市场集中度指标,其计算公式为

$$CR_n = \sum_{i=1}^N X_i / \sum_{i=1}^n X_i \tag{1}$$

式中： $CR_n$  为  $X$  产业中规模最大的前  $n$  位企业的市场集中度； $n$  为  $X$  产业中规模最大的前  $n$  位企业数； $X_i$  为  $X$  产业中第  $i$  位企业的生产额或销售额、资产额、职工人数； $i$  为  $X$  产业中第  $i$  位企业数； $N$  为  $X$  产业中的全部企业数。

分析陕西农村寿险市场集中度时，选取县域保险费收入作为衡量寿险公司农村市场占有率的指标。2006 年陕西省共有 5 家寿险公司，即  $N = 5$ ，全年县域寿险保险费收入总计 27.79 亿元，其中保险费收入最多的保险公司是中国人寿保险股份有限公司陕西省分公司，收入为 25.05 亿元。这 5 家寿险公司陕西农村寿险市场集中度指标的结果如表 1 所示。

表 1 陕西省农村寿险市场集中度

$CR_1$	$CR_2$	$CR_3$	$CR_4$	$CR_5$
90.14%	97.03%	98.76%	99.41%	100%

由表 1 可知，陕西寿险市场县域保险费收入的降序排名前四位依次为中国人寿保险股份有限公司陕西分公司、太平洋保险公司陕西分公司、中国平安人寿保险股份有限公司陕西分公司和泰康人寿保险股份有限公司陕西分公司，其市场集中度  $CR_4$  为 99.41%。

哈佛学派代表人物贝恩曾将集中类型划分为六个等级，其中企业总数在 20 家以内且前四位企业市场占有率  $CR_4 > 75\%$  的产业为极高寡占型产业。由此可见，陕西农村寿险市场属于极高寡占型，且中国人寿保险股份有限公司陕西分公司占据绝对优势。

2. H. I 指数

$H. I$  指数是反映市场集中度的综合指标，称为赫希曼赫菲德尔指数，其计算公式为

$$H. I = \sum_{i=1}^N (X_i/X)^2 \tag{2}$$

式中： $X$  为  $X$  产业中的市场总规模； $X_i$  为  $X$  产业中第  $i$  位企业的规模； $i$  为  $X$  产业中第  $i$  位企业数； $N$  为  $X$  产业中的全部企业总数， $N = 5$ 。

由式(2)计算可得  $H. I$  指数，为 0.82。根据美国政策实践中运用的标准来看，如果  $H. I$  指数大于 0.18，该市场被归为高度集中的市场，可见陕西农村寿险市场高度集中。再计算  $H. I$  指数的倒数，可得集中度指数相同的等规模企业的个数  $n$ ，为 1.2。也就是说陕西农村寿险市场基本集中在中国人寿保险股份有限公司陕西分公司手中。

(二) 陕西农村寿险产品差异

产品差异是指同一产业内不同企业提供的同类

商品，由于在质量、款式、性能、销售服务、信息提供和消费者偏好等方面存在的差异，从而导致产品间替代的不完全性的状况。它是决定市场结构的主要因素之一，也是企业在经营上对抗竞争的一种主要手段，属于一种非价格壁垒。

具体到保险市场而言，虽然商业保险并非唯一的选择，居民要获得风险保障，除了购买商业保险产品以外，还可以通过社会保障制度获得一定保障。但是由于陕西省整体经济水平较低，社会保障制度尚不完善，覆盖面窄，保障水平低，所以对于有保障需求并有支付能力的居民而言，社会保障之于商业保险的替代率并不高，从而导致了保险市场上商业保险的寡占。

而对于商业保险行业内部而言，由于保险责任 是保险的核心产品，即投保人所追求的保险产品最主要的使用价值，其外在形式是保险合同。中国保险法规对保险合同应包含的事项有着明确的规定，加之保监会在保险条款内容和费率厘定的规定上较为严格，因此，尽管各保险公司提供的保险商品在名称、具体条款上不尽相同，但其内容实质上差别较小。目前，陕西农村寿险市场上的险种比较单一，产品差异较小，导致了陕西农村寿险市场需求的价格弹性上升，居民对于价格更为敏感，保险业内的竞争主要表现为价格手段，因此，陕西农村寿险市场属于行业高度集中模式下的同质化产品业内竞争状况。

(三) 陕西农村寿险市场进入壁垒

一般来说，新企业要想进入某一产业，就会与该产业内已有的企业产生竞争，从而形成进入壁垒。保险业的进入壁垒主要包括经济性进入壁垒与行政性进入壁垒。经济性进入壁垒主要包括规模经济壁垒和必要资本量等，行政性进入壁垒主要指国家的政策、法律制约<sup>[8]</sup>。

在经济性进入壁垒方面，陕西省保险“十一五”规划要求，2010 年保险费收入要达到 400 亿元，平均年增长 20%，保险深度为 4%，保险密度达 600 元以上。2006 年陕西省市场的保险密度为 297.5 元/人，保险深度为 2.7%，均低于全国同期平均水平（保险密度 431.3 元/人，保险深度 2.8%）。加之陕西农村寿险市场上现有的竞争主体还较少，企业规模也不大，并且市场具有一定收入基础和现实的需求，因此陕西农村寿险市场极具发展潜力，规模经济和进入的必要资本量等经济性进入壁垒不高。在行政性进入壁垒方面，则主要是国家的政策、法规门槛，也是陕西农村寿险市场的主要进入壁垒。可见，陕西农村寿险市场结构的特点表现为高市场集中

度、低产品差别化、中等进入壁垒。

## 四、陕西农村寿险市场 行为与绩效分析

根据哈佛学派的理论,市场结构决定市场行为,市场行为决定着市场绩效。在具备上述特点的市场结构下,陕西农村寿险市场行为和绩效主要表现为公司发展不均衡、区域发展不均衡、标准化管理程度低、寿险产品和营销渠道单一。

### (一) 各公司发展不均衡

目前陕西农村寿险市场上,竞争主体有中国人寿、太平洋人寿、平安人寿、泰康人寿和新华人寿 5 家。从各公司的情况来看,县域寿险机构数量多,发展速度快、分布广。2006 年底中国人寿陕西分公司在陕西省 93 个县域均设有支公司和营销服务部,网点延伸到镇、乡,县域分支机构,总数为 754 个,业务人员为 1.8 万人,县域保险费收入达到 20.50 亿元,占该公司全部保险费收入的 51.66%。太平洋人寿陕西分公司在拓展城市业务的同时,积极开拓县域市场。2006 年底太平洋人寿陕西分公司县域分支机构有 48 个,业务人员 2 541 人,县域保险费收入为 1.91 亿元,占其全部保险费收入的 14.74%。泰康人寿陕西分公司采取全面发展的策略,在县域设立的分支机构数量增加较快,现有县域分支机构 28 个,为发展陕西农村寿险业务创造了有利条件。平安人寿陕西分公司和新华人寿陕西分公司适时发展县域机构,目前分别拥有县域营销服务部 13 个和 7 个。从业务规模来看,各公司之间县域业务发展不均衡。2006 年县域寿险保费收入中,中国人寿占 90.14%,太平洋人寿占 6.89%,其余三家占 2.97%。

除中国人寿等少数在农村具有网点优势和先发优势的公司之外,大部分寿险公司对农村市场持观望态度。原因在于:第一,城市市场依然有利可图。在对农村市场缺乏了解的情况下,大部分寿险公司不愿将有限资源分散到农村。第二,大部分寿险公司在县域市场没有网点。开发县域市场需要重新铺设机构、发展队伍、培育市场,因此,前期投入较大,而实现利润的周期较城市长<sup>[9]</sup>。

### (二) 区域发展不均衡

从陕西农村寿险市场来看,农村寿险保险业务发展呈现出多元化发展的特点。第一,利用经济优势,发展农村寿险业务。西安市户县的自然条件优越,经济发展迅速,农民人均收入高于全省平均水

平,2006 年 GDP 为 37.25 亿元,财政收入为 1.1 亿元,农民人均纯收入为 2 746 元,5 家寿险公司均在当地设有分支机构,2006 年户县各寿险公司保险费收入合计 5 690.67 万元,其中中国人寿户县支公司保险费收入为 5 280 万元,占该县人身险保险费收入的 92%。第二,以特色经济为突破口,发展农村寿险。商洛市下辖的县(区)都是国家贫困县(区),农民收入以农作物和劳务输出为主,2006 年商洛市 GDP 为 69.92 亿元,财政收入为 2.95 亿元,城镇居民可支配收入为 6 641 元,农民人均纯收入为 1 721 元。长期以来,商洛市只有中国人寿从事寿险经营,2004 年下半年泰康人寿进入该市场。在经济基础和自然条件较差的情况下,中国人寿商洛分公司加强内部管理,深挖市场潜力,以寿险营销为基础,全面发展农村寿险业务,保费收入由 1996 年的 900 万元发展到 2006 年的 2.1 亿元。第三,发展速度较快。中国人寿临潼支公司保险费收入自 2001 年的 1 825 万元增长到 2006 年的 6 600 万元,其中农村寿险保险费收入比例为 81%,年均增长 53%;中国人寿泾阳支公司 2006 年保险费收入为 3 371 万元,其中农村寿险保险费收入比例为 83.7%,同比增长 55%;中国人寿凤翔支公司保险费收入自 1996 年的 237.69 万元增长到 2006 年的 4 025 万元,其中农村寿险保险费收入占 92.3%,年均增长 43%。

在全省 93 个考核县域中,由于经济发展情况、人口数量、自然条件、公司管理水平、保险主体数量不同,区域间业务发展不均衡。对寿险公司而言,2006 年县域保险费收入均值为 2 206 万元,40 个县(市、区)的保险费收入高于县域保险费规模平均水平。陕西县域经济结构不合理,全省有国定贫困县 50 个,省定贫困县 27 个。部分县域经济基础薄弱,经济增长速度缓慢,发展水平很低,表现为典型的二元经济结构。陕西省县域经济发展水平较低,制约了保险业的发展。加之农村寿险市场经营主体较少,市场发育不全,特别是经济发展落后的陕南、陕北地区仍存在人寿或人保公司独家经营的局面,保险中介机构也很少涉足,使得市场缺乏有效竞争。保险公司服务网点数量少,销售渠道狭窄,宣传力度不足,售后服务、理赔速度不到位,保险产品种类单一,难以满足农村寿险市场多样化、多层次的需求,影响了有效供给和市场发展。

### (三) 标准化管理程度不高

县域寿险机构中营销服务部占全部县域机构数量的 91%,由于自然条件、人员状况、管理水平等差

异,各寿险公司对营销服务部管理情况不一。如中国人寿,大部分营销服务部是在原先代办站的基础上逐步发展起来的,受自然条件的制约,营销服务部定位、人力配备、资产管理、业务流程等方面标准不统一。有的营销服务部有上百名营销员,有较完备的支持体系;有的则是“一人所”、“夫妻站”。中国人寿陕西分公司曾对县域营销服务部的管理现状进行调研,但目前尚未出台相应的管理办法。2004年太平洋人寿陕西分公司通过调研,出台了《县级营销服务部管理办法》,但有待于在实践中补充和完善。从整体上看,各寿险公司对县域营销服务部的管理粗放,仍处于初级阶段,必须建立科学合理的管理和分配机制,加强县域机构的管理,推进农村寿险市场业务的发展。

#### (四) 寿险产品种类有待丰富

各寿险公司目前在陕西农村市场上推出的保险产品种类很多,内容也不断丰富,但忽视了陕西省农村经济欠发达、城乡差距较大的现状。2006年陕西省农民人均纯收入为3 587元,远低于城镇居民人均可支配收入的11 759元,购买大额风险保障的能力较弱,因此缴费不高、保障为主的产品销售情况较好。各公司销售的产品在城市、农村并无差别,部分产品对于农村寿险市场而言价格偏高,针对性不强。各寿险公司对农村居民需求、民营企业特点的认识不够,缺乏对于农村寿险市场量身定做的保险产品。因此,亟待推出适合农村发展特点的各类保险产品,满足农民满足不同层次的保险需求。

#### (五) 销售渠道尚需拓宽

从销售渠道情况来看,直销方式仍是保险公司向县域市场渗透的主要方式,代理业务占比虽然有所提高,但仍处于次要地位,通过专业保险中介公司开拓的业务更是微乎其微,渠道单一,营销体系建设滞后,亟待创新。

### 五、发展农村市场的新路径

#### (一) 探索组建“保险村”

从2004年开始,中国人寿河南分公司尝试在部分经济状况较好、交通相对便利的地区组建“保险村”,探索出了一套具有农村特色的发展新路径。“保险村”实行县城支公司与乡镇营销部两级管理,以乡镇营销部管理为主。每个“保险村”一般聘有3名以上的保险营销员。营销员的选任由村委会集体决定,要求营销员在品德、人缘、能力和文化程度等

方面都要达到一定标准。同时,营销员详细掌握村民家庭情况,建立村民保险档案,以村民喜闻乐见的形式开展宣传,迅速拉近村民和保险服务的距离。为保证服务品质,每村聘任1名保险监督员,监督营销员的展业行为,杜绝虚假宣传和误导欺骗;协助公司进行案件勘查,预防骗保;保险公司每月组织全县保险监督员集中探讨、学习、交流,以提升管理经验和品质。

#### (二) 量身定做,自主创新

面对农村地区风险高发的特性和农民保险需求强、购买能力弱的现实,各寿险公司应当设计出低保费、高保障的产品。第一,对现有险种进行搭配组合,确定了以主打产品为主的“组合路线”;大力推出保费低、保障高的短期意外伤害保险等产品,交费水平相对低,方式相对灵活,与农民购买心理和实际需求相吻合。第二,为适应农民交费能力低的特点,适当降低最低保额限制;划定与当地农民收入水平相适应的“年交费指导线”,以不超过农民个人或家庭年收入的25%为上限。第三,销售时坚持“保费先小后大、操作先易后难”的办法,以保费低、投保易的意外险、学平险作为打开农村市场的“敲门砖”,在获得农户认可后再进行长期险销售。实践证明,农村保险产品创新一定要因地制宜,围绕农民生活热点问题和产业升级需要,根据农村消费水平和缴费习惯,设计一些保费低廉、购买方便的产品。

#### (三) 销售与服务“进村入户”

面对农村地域广阔、信息闭塞的特点,延伸服务网点、扩大覆盖面成为很多寿险公司着力突破的难点,力求以此提供便利服务。第一,建立农村网点,推行驻村服务。在一些较大的乡村聘请本地具有一定影响力的人担任驻村服务员,既可为村民提供及时服务,又可以相互监督,有效控制农村业务的风险。第二,利用农信社遍布城乡的网点优势代理保险产品,为服务“三农”和创新银保合作模式探索新的路径。

#### (四) 政府引导,公司创新

传统的商业寿险销售渠道在发展农村及落后地区业务方面面临很多挑战,代理人销售成本、保单维护和服务成本过高,导致保险公司难以盈利,因而制约了保险公司拓展农村业务的积极性。发展农村业务需要更具有创新性,而政府的有效推动是关键因素之一,如可以通过监管政策强制要求保险公司开展农村业务,以及利用非政府组织覆盖农村寿险市场。比如印度强制规定保险公司必须将业务拓展到

农村地区,即在五年时间内保险公司必须在农村地区销售一小部分的保单,且比例需逐年增加<sup>[10]</sup>。在这种情况下,寿险公司不得不积极创新、设计合适的寿险产品、开发高效的基础设施和销售体系。

## 六、结 语

在高市场集中度、低产品差别化和中等进入壁垒的市场结构下,陕西农村寿险市场行为和绩效主要表现为公司发展不均衡、区域发展不均衡、标准化管理程度低、寿险产品和营销渠道单一。因此,陕西农村寿险业务的发展迫切需要政府的推动和更多的创新模式。政府可以通过利用现有的各级农村机构和人员帮助销售寿险产品以降低寿险在农村地区销售的渠道成本,减免农村保险业务的税收负担,帮助农民分担部分保费等各种方式推动农村寿险业务的发展。此外,政府还可以考虑利用商业保险公司的专业技能帮助政府更有效地管理一些社会保障项目,如参与管理农村的合作医疗保障体系等。各商业保险公司也应积极创新,开发适合农村地区的保险产品、确定适当的目标客户群和价值定位,尝试建立一个有效、盈利的农村业务模式,从而转变寿险企业的思想观念,从过去单纯履行在农村地区的寿险义务转变为将农村视作一个有利可图的市场。

## 参考文献:

- [1] 中国人民银行西安分行货币政策分析小组. 2006 年陕西省金融运行报告[R]. 西安: 中国人民银行西安分行, 2006.
- [2] 邢 娜, 张爱香. 陕西保险业市场结构分析[J]. 西部财会, 2007, 6(2): 52-54.
- [3] 刘 珺. 我国农村寿险开发的制度选择[J]. 西安财经学院学报, 2005, 18(5): 78-81.
- [4] 李 悦, 李 平. 现代产业经济学[M]. 大连: 东北财经大学出版社, 2002.
- [5] 郑 敏. 我国农村养老保险的现状分析[J]. 中国高新技术企业, 2007, 14(14): 124-125.
- [6] 池小萍, 张国亮. 农民工保险的困境与对策分析[J]. 湖北经济学院学报, 2005, 17(5): 54-57.
- [7] 杨公朴, 夏大慰. 现代产业经济学[M]. 2 版, 上海: 上海财经大学出版社, 2005.
- [8] 罗 皓, 黄海涛. 中国保险业的进入与退出壁垒研究[J]. 辽宁大学学报: 哲学社会科学版, 2005, 47(3): 141-144.
- [9] 孙晓菲. 陕西省各地市保险业发展差异分析[J]. 上海保险, 2006, 23(5): 45-47.
- [10] 胡 豹, 卫 新. 农村养老保障模式的国际比较与经验借鉴[J]. 农村经济, 2005, 23(10): 127-129.

## New path of Shaanxi rural life-insurance market development

HE Ning-yi, TIAN Fu-qiang

(School of Economics and Management, Northwest A&F University, Yangling 712100, Shaanxi, China)

**Abstract:** This paper analyzes the structure, conduct and performance of Shaanxi rural life-insurance market, based on the SCP(Structure-Conduct-Performance) analytical frame in the industrial organization theory. The authors come to the conclusion that under the market structure of high concentration of market, low differentiation of products, moderate barrier to entry, Shaanxi rural life-insurance market got disparate development, low degree of management of standardization and simplex products & channels. By summing up the new experiences in the market practice, the authors put forward the new path: explore to establish “insurance village”, custom-tailor products, provide face to face sales and service, the government orientate insurance companies towards innovation, which may lead to the sustained, rapid and sound development of Shaanxi rural life-insurance market.

**Key words:** social insurance; rural life-insurance; SCP analytical frame; market structure