

重庆0~6岁儿童家庭商业保险消费调查研究

廖益¹, 张靖², 颜俊鑫¹

(1. 重庆第二师范学院 经济与工商管理学院, 重庆 400067; 2. 西南政法大学 马克思主义学院, 重庆 400031)

摘要:采用问卷和访谈结合的方法调查重庆0~6岁儿童家庭儿童商业保险消费行为。运用SPSS软件进行数据处理,采用描述性统计分析和回归分析法进行数据统计分析。调查结果表明:有76.3%的家庭为儿童购买了保险,但是只有46.92%的家庭购买了商业保险;已经购买了保险的家庭满意及非常满意的共占79.62%。居住地经济发达程度和父(母)学历对儿童商业保险参保率有显著影响;家庭商业保险消费行为受朋友、同事、亲戚影响比较大;家庭对儿童保险产品消费偏好传统功能;家长在购买商业保险时比较看重保险公司品牌和影响力。在此基础上,从需求和供给的角度分析影响儿童保险消费的因素。由此,从家庭层面、企业层面、政府和社会层面提出促进重庆儿童商业保险发展的建议。

关键词:重庆; 0~6岁儿童; 商业保险; 消费

中图分类号:F840

文献标识码:A

文章编号:1008-6390(2020)06-0081-05

一、问题的提出

儿童的健康和保险问题越来越受到国家和社会的关注,《中国儿童发展纲要(2011—2020)》中的首要目标就是提高儿童的健康水平。0~6岁儿童由于年龄小、自我保护意识不强,属于意外发生率较高的人群。不但如此,随着重大疾病的发病率开始呈现出低龄化的趋势,低龄儿童患病率也较高。为加强儿童基本健康保障,国家实行了儿童社会医疗保险制度,保费低,政府给予部分补助,一般家长都会购买。但这只能给儿童提供最基本的保障,商业保险成为社会保险必要而有力的补充。在儿童就医看病费用不断上涨,家庭对儿童教育和各类培训支出日益攀升的情况下,家庭对儿童保险的消费投资需求将越来越大,儿童保险产品供给也越来越丰富,如有保障型儿童保险产品、储蓄型儿童保险产品、投资型儿童保险产品。因此,儿童商业保险市场潜力很大。然而,我国儿童商业保险市场发展与发达国家相比还较为滞后。研究儿童家庭的商业保险消费现状,尤其是低龄儿童的商业保险消费行为,对加大儿童成长保障力度、促进儿童商业保险市场发展具有重要的意义。

国外研究保险消费和需求的成果非常丰富,从购买保险的微观经济主体出发,通过实验和大量的市场数据分析影响保险消费和需求的因素。如Yuriy Pylypchuk和Thomas M. Selden用完全非参数方法对儿童健康保险中种族和民族差异进行研究,证实家庭贫困水平、父母的受教育情况、家庭结构、移民等是影响保险的主要因素^[1]。Betty Smith-Campbell和Debra Pile指出低收入儿童及其家庭的医疗保险受到诸如儿童健康保险计划和医疗补助等公共资助项目的影响^[2]。同样,保险消费也是国内学者研究的热点,只是针对儿童保险消费的研究文献较少。具有代表性的,何梓榆从人均收入值、人口老龄化、城市化水平、受教育水平,研究商业医疗保险的需求影响,得出四者与商业医疗保险需求呈正相关^[3]。杨翔云通过数据分析,对我国儿童商业医疗保险影响因素进行了研究^[4]。他列举了主要的三大影响因素:其一是家庭经济情况;其二是儿童身体条件;其三是户口即城乡差别;其次是性别、年龄等。李姣媛等研究了社会医疗保险对儿童健康的影响,发现社会医疗保险显著提高了儿童自评健康水平^[5]。可见,国内外研究将家庭经济条件、受教育状

收稿日期:2020-04-17

基金项目:教育部学校规划建设发展中心重庆第二师范学院儿童研究院课题“‘互联网+’背景下未来幼儿园个性化服务供给模式研究”(CSDP18FC3201);重庆市人文社科重点研究基地“重庆市统筹城乡教育研究中心”课题“重庆市儿童保险产品消费行为研究”(JDND201703)

作者简介:廖益,教授,研究方向:产业经济;张靖,硕士研究生,研究方向:政治经济学。

况、城市化水平或城乡差异列入了影响参保的重要因素。国内现有儿童保险研究主要集中于儿童商业和社会医疗保险领域,总的来看儿童医保参保率低^[6]。关于儿童商业保险参保的研究更少,具有代表性的如薛松森研究了中国农村留守儿童商业保险参与情况,参保率几乎为零^[7]。本研究通过对重庆市0~6岁儿童家庭的调查,了解商业保险消费现状和影响因素,以促进儿童商业保险市场发展,更好地发挥商业保险对儿童成长的保障作用。

二、重庆0~6岁儿童家庭保险消费调查

(一) 调查设计

本研究采用问卷调查与访谈法相结合的调查思路。借鉴相关文献资料结合本研究目的,设计了重庆0~6岁儿童保险产品消费问卷调查表。第一部分为调查对象的基本信息,涵盖子女年龄、被试年龄、学历、家庭居住地、家庭收入;第二部分为重庆0~6岁儿童参保的现状和意愿调查,包括保险消费现状及未购买原因、愿意为儿童购买商业保险的种类、对所购保险的满意度等;第三部分为影响儿童商业保险产品消费行为因素的调查。

(二) 数据采集和处理

本研究通过现场发放问卷和访谈、网络发放问卷的方式,面向重庆市主城区和各区县随机抽样开展调研,被试均为重庆0~6岁儿童家庭的成员。共发放问卷235份,回收问卷221份,剔除异常值和缺乏相关变量的样本,有效问卷211份,回收有效率为95%。家长年龄以30岁以下(38.86%)和30~35岁(36.49%)年龄段为主;被试学历分布以高中学历(34.12%)、初中学历(30.81%)、大学学历(23.22%)为主;子女年龄为1岁以下(14.22%)、1~2岁(20.85%)、2~3岁(20.85%)、3~4岁(13.74%)、4~5岁(7.58%)、5~6岁(22.75%);被试主要居住在重庆主城区,其中主城区城镇居住地家庭占41.7%,非主城区城镇居住地家庭占27.97%,农村居住地家庭占30.33%。对调查数据采用SPSS22.0软件进行统计分析,主要采取描述性统计和回归分析的方法。

(三) 调查结果

1. 0~6岁儿童家庭参保现状调查

调查结果显示,23.7%的家庭没有购买任何保险,59.24%的家庭购买了社会保险,46.92%的家庭购买了商业保险,约29.86%的家庭既为孩子购买了社会保险又购买了商业保险。进一步调查产生商业保险消费决策的动因,受朋友、同事、亲戚影响产

生商业保险购买决定的占62.6%;因孩子生病经历产生购买决定的占10.1%;受企业、社区等宣传产生保险购买决定的占15.2%;主动关注保险为孩子参保的占9.1%;其他占3.0%。阻碍和影响商业保险购买的首要因素调查,结果显示,26.8%的家长是因为已经购买了社会保险,认为购买商业保险没有必要;27.7%的家长认为商业保险会增加家庭经济压力,不愿意承受相关费用;7.14%的家长认为没有必要购买任何保险;15.18%的家长表示不了解儿童商业保险;5.35%的家长是因为对现有险种和保险服务不满意;7.14%的家长认为购买商业保险有风险,不愿意承受;其他原因占10.69%。

2. 保险消费满意度调查

大部分购买了商业保险的家庭对所购买的保险持满意态度,满意和非常满意的共占79.62%。在对当前保险公司和保险产品存在的问题和改进建议调查中,65.9%的消费者认为儿童保险产品类型较少,且存在产品重复情况;79.6%的人认为保险保障范围狭窄,实际报销时限制性条件多;56.9%的人认为产品与实际需求不符,实用性不强;89.0%的人认为理赔不及时,手续繁琐;41.23%的人指出人员变化大,缺乏持续售后服务。

3. 0~6岁儿童家庭保险消费偏好调查

其一,保险产品。以李克特5点量表法调查商业保险中几类儿童保险险种购买意愿程度,选项平均综合得分= $\Sigma(\text{频数} \times \text{对应分值}) / \text{填写总人次}$,受到青睐程度依次为儿童医疗险、儿童意外险、儿童重疾险、儿童投资理财保险、儿童教育保险(见表1)。对于投资理财险,分析发现,购买的消费群体多数住在经济发达的地区,年轻,有较高学历,家庭年收入在平均水平以上,他们愿意将购买保险作为投资理财方式的一种,既可以有所保障,又能够提高资金利用率。教育储蓄险是本次调研中家庭较少选择的险种,或许是因为0~6岁儿童是学龄前儿童,家长并不急迫。总的来看,0~6岁儿童家庭在购买保险种类上偏向于医疗和意外、重疾的基本保障,对投资储蓄类保险产品的购买力度均不大。

其二,保险公司。在购买了商业保险的消费群体中,分别有43.6%、39.8%的家长选择中国人寿保险、中国平安保险公司推出的儿童保险产品,共占83.7%。

4. 参保率的影响因素调查

以是否购买儿童商业保险为因变量,居住地情况、父(母)文化程度为自变量,通过二元logistic回归分析对样本进行分析,结果见表2。结果表明:父

(母)文化程度对商业保险购买有着显著的影响,学历越高的人购买商业保险可能性越大。主要生活的地方对商业保险购买有着显著的影响,农村居住地家庭购买商业保险少。

表1 儿童商业保险险种购买意愿调查结果

选项	平均综合得分
儿童医疗险	3.94
儿童意外险	3.6
儿童重疾险	3.23
儿童投资理财险	2.48
儿童教育保险	1.86

表2 购买儿童商业保险影响因素回归分析结果

影响因素	B	Sig.	Exp(B)
父(母)文化程度			
初级	-1.262	0.022	0.991
中级	0.953	0.001	1.534
高级	1.199	0.034	2.201
居住地的经济发达程度			
主城区城镇	0.633	0.001	1.581
非主城区城镇	0.731	0.003	1.492
农村	-0.873	0.015	2.421

(四) 讨论与分析

1. 消费现状分析

本次调查结果显示,重庆0~6岁儿童参保率较高,76.3%的家庭购买了保险,但是购买了商业保险的家庭占比并不高,只有46.92%。这说明家长的商业保险消费意识还不强,也说明儿童商业保险市场开发力度不够,市场潜力还很大。而已经购买了商业保险的消费者总体满意度较高。

2. 影响保险消费因素分析

根据调查结果,对影响保险消费因素从市场供需双方角度进行分析,归结为家庭因素、企业因素。来自家庭的因素有:一是家长对商业保险的认识不够,缺乏商业保险消费的强烈意识。从保险购买现状调查结果来看,无论是商业保险还是社会保险,有23.7%的家庭没有购买任何保险。就商业保险而言,购买率不到调查样本量的一半。对未购买商业保险的家庭开展阻碍和影响消费的首要因素调查,有26.8%的家长表示已经购买了社保,认为购买商保没有必要,说明家庭对商业保险作用的认识还不够。二是父(母)文化和经济因素是影响保险消费的重要因素。调查结果表明父(母)文化程度低的

家庭商业保险购买率低,居住在农村的家庭儿童商业保险购买率比较低。对未购买商业保险的家庭开展阻碍和影响消费的首要因素调查,结果表明,27.7%的家长认为商业保险会增加家庭经济压力,不愿意承受相关费用。事实上,家庭可以通过合理规划,获得与自身的需求和经济条件相匹配的保险产品。三是对商业保险的消费偏好传统上,家庭保险购买决策主要受朋友等群体的影响。从购买商业保险险种上可以看出大部分家长还是较看重保险的传统功能,比如医疗和健康保障。商业保险的购买决策主要受朋友、同事、亲戚的影响,由企业宣传而产生购买决策的消费群体所占百分比不大。一方面可能是宣传力度不够,另一方面可以反映出商业保险市场中消费群体存在信任危机问题。四是在保险消费中偏重行业中品牌口碑较好、实力较为雄厚的大保险公司。从保险行业企业供给方来看,虽然调查结果表明已购买保险的消费群体满意度较高,但保险公司及产品供给上还存在需要完善的地方,如产品同质化、售后服务跟不上、保险产品与实际需求不符等。本次调查结果也折射出儿童保险市场存在有效供给不足、市场开发力度不够的问题。

三、促进重庆0~6岁儿童保险产业发展的建议

需求决定供给,儿童商业保险消费现状和需求将直接决定儿童保险产业的发展方向和产业效益。但反过来,产业发展对消费需求有着决定性的影响,可以通过创造和扩大消费需求而改变现有的消费需求水平和结构。只有供需双方相互作用,形成一个良性循环的发展态势,才能推进产业健康持续发展。儿童保险产业的发展,关系着儿童的健康和成长,离不开政府的主导和社会的支持。因此,结合调查结果,本文从家庭、企业、政府和社会三个层面提出促进重庆0~6岁儿童保险产业发展的建议。

(一) 家庭层面

1. 增强保险消费意识,正确认识儿童商业保险的作用

家长的保险消费观念、受教育水平、保险风险意识、消费偏好直接影响到相关儿童保险的消费行为,从而影响孩子的健康成长。家庭应该重视儿童保险,树立正确的儿童保险消费观念,增强风险防范意识。因为学龄前儿童对细菌的抗体少、患病概率高,家庭应增强儿童医疗保险的购买意识。而且,由于0~6岁儿童自我保护意识不强,容易发生意外伤害,父母必须考虑和预防意外带来的伤害,在增强儿

童安全意识的同时提高家庭抗风险能力。儿童商业保险是社会医疗保险的必要和有力补充。儿童大病医疗保障严重不足一直是中国医保体系的一个大问题,引入商业保险是完善我国医疗保险体制的重要途径。如商业保险弥补了部分社会保险的不足,社会保险不能报销的部分费用可以由商业保险承担,从而减轻了家庭经济负担。因此,对于0~6岁儿童家庭而言,正确认识儿童商业保险,早规划早受益。

2. 主动关注儿童商业保险政策,结合经济情况合理规划购买保险产品

保险行业的健康科学发展离不开消费者的支持。儿童家庭要积极主动地了解儿童保险相关知识,通过新闻报纸和电视栏目等多种媒体渠道和保险公司等正规渠道获得有关儿童保险资讯,并关注儿童商业保险产品。在调查中,绝大多数家长都偏向于为孩子购买健康保险和意外伤害险,而忽视了孩子的阶段发展特征。因此,家长可以明确孩子健康成长过程中可能需要的保险需求,根据自身经济条件和保障需求有规划地合理选择儿童保险产品。除基本健康保障外,儿童保险也是家庭储蓄和投资的重要途径,例如带有红利累计等性质的教育金保险。教育金保险提供强制储蓄功能和保险期间的风险保障,即使家长不能继续缴纳保费,此时保险对儿童的保障依旧有效,所以家长可以根据家庭实际教育费用需求有选择地进行投保。通过家庭合理规划,在经济成本最小化情况下充分发挥商业保险的作用,可提高对儿童成长的保障程度。

(二) 企业层面

1. 树立良好社会形象,扩大知名度

消费者在选择购买商品时非常看重保险公司的品牌和信誉。同时,在商业保险产品消费中存在信任危机现象。一方面由于消费者购买产品时缺少专业敬业的保险人员咨询,导致消费者购买到不适合、不适用的保险产品,产生所购保险产品与实际需求不符的情形。另一方面,由于商业保险带有盈利性质,有消费者对商业保险存在偏见甚至产生排斥态度,在很大程度上影响了保险行业的发展和对保险产品的正常消费。因此,保险企业应当树立诚信意识,真正服务于儿童家庭,推广真正满足家庭需要又价格实惠的儿童商业保险产品,让普通大众在能清楚了解参保益处的同时也能负担其费用。不但如此,保险公司更应该热心公益事业,在职业范畴之外承担更多社会责任,通过扶贫、关爱儿童等树立良好社会形象,服务社会,扩大企业知名度,让消费者产生信任感。

2. 有针对性开发和推广产品,满足客户需求

目前,儿童保险产品同质化现象严重,满足客户需求的个性化儿童保险产品稀缺。保险公司应该进行市场细分,发挥自身特色优势并根据客户的不同需求开发和设计自家独特的儿童保险产品,如针对农村儿童,尤其是农村留守儿童可以进行有针对性的产品开发和设计,使得每个收入层次的客户都能买到合乎心意的儿童商业保险。由于消费群体受教育的程度会影响他们对儿童保险产品的认识和理解,在保险推广上,针对高学历的家庭成员,可以推介快速回报的分红险、教育储蓄险。针对低学历的潜在客户,设计简单易懂的广告,普及保险知识,先培养其购买儿童保险的习惯,再针对客户需求推广适合的保险产品。

3. 提高保险服务质量,完善售后服务

企业要提高售后服务效率和质量,一方面要关注儿童家庭客户,注意回访,持续跟进,真正关心每个购买和未购买保险家庭中儿童的成长,从教育、生活的细节入手,让已有客户真心愿意购买和宣传儿童保险,利用社会群体对保险购买的影响力,起到“一带二,二带四”的效果,形成良好的保险消费环境;另一方面,重视理赔,提高理赔效率。针对儿童商业保险,售后服务人员要及时对消费者进行追踪并提醒消费者及时报案,在险情发生的第一时间联系消费者,收集所需资料,在满足条件的同时完成急速报案,快速审批,急速闪赔,提高理赔效率。完善售后服务系统,便于客户及时反馈与保险营销人员的交流体验,把客户的满意度纳入儿童保险团队或部门考核的衡量指标,从而以更专业的形象、更周到的服务来提升顾客购买体验,提高客户的满意度和忠诚度。

(三) 政府和社会层面

1. 政府和社会各界与商业保险公司合作,加大儿童保险的宣传力度

调查显示,部分家庭对儿童商业保险认知存有误区,认为购买了社会医疗保险就没有必要购买商业保险,而出于信任危机等原因企业宣传在促进保险消费力度上有限,因此,政府有必要与保险机构合作,宣传儿童保险,让消费者树立正确的保险消费观。重庆市社会各界已经十分重视保险行业在市内的发展情况,但是对于儿童保险的宣传还不够,政府和保险公司以及社会各界应当合作起来,借助各种成果展会,发挥新闻媒体的正面宣传和引导作用,加大对儿童保险宣传力度。可以鼓励电视媒体、网络媒体通过专门的频道或保险节目,正面宣传保险作

用,让消费者通过更多的渠道认识保险、了解保险、购买保险。居住地经济发展的程度会影响家庭对儿童保险产品的认识和理解,影响家庭购买保险的积极性。因此,需要深入社区有针对性地开展参保政策宣传,充分发挥社区、居委会等宣传平台优势,如定期以社区为单位开展相关知识的宣传活动。通过宣传让更多学龄前儿童家庭熟悉我国的保障体系,制定家庭保障计划,合理规划和组合对儿童社会医疗保险和商业保险的购买。

2. 加大对农村儿童保障和保险的支持力度

相关报告显示:我国婴儿及5岁以下儿童死亡率城乡、区域之间存在较大差异,农村是城市的1.3倍,西部为东部的2倍^[8]。因此,政府需继续加大对农村学龄前儿童保险政策的支持力度,并平衡农村城市儿童保险的购买比例差距,对于农村户口的0~6岁儿童家庭实施资源倾斜。提高社会医疗保险和商业医疗保险在农村儿童家庭的购买率,减轻贫困儿童家庭在参保等各方面的经济负担,政府可适当采用财政支持来帮助学龄前儿童家庭,如可通过政府给予财政补贴、与民间福利性组织合力筹集资金的方式,来为学龄前儿童提供补充保障^[9]。政府也可以通过对保险公司提供优惠政策,鼓励其面向农村地区 and 贫困儿童开展优惠保险服务业务。此外,政府应出台对应的法律法规,引导督促行业协会制定行业规范,来防范各大保险公司为竞争儿童保险市场钻法律、道德规范漏洞,损害学龄前儿童家庭的利益。

3. 探索和创新社会保险和商业保险合作模式

政府应积极促进社会保险和商业保险机构的创新性合作,协调好社会保险与商业保险两种运行体制的关系,为儿童提供更多保障。两者可以充分发挥各自的优势,创新合作领域。如商业保险机构与社会保险部门合作进入社区对学龄前儿童开展前期健康宣讲和健康管理;商业保险机构可以为政府保险政策决策提供新理念和新方法;商业保险机构还可与相关管理部门建立信息共享平台,保险公司根据社会保险的保障范围及项目来规范自身儿童商业保险产品的设计广度和深度。总之,儿童商业保险离不开社会保险的支撑,社会保险需要儿童商业保

险作为补充和延伸。二者应该有机结合起来,为学龄前儿童提供最大化的保障服务。

四、结语

学龄前儿童是建设祖国美好未来的接班人,其健康成长需要得到社会各界的广泛关注。对重庆市学龄前儿童保险消费行为调查发现,儿童商业保险消费市场潜力大,但是部分家庭保险消费和投资意识还不强,需要以政府为主导,保险机构和行业为关键,社区、居委会以及社会宣传为依托,儿童家长的配合为核心,共同改善儿童保险消费行为,加强学龄前儿童健康管理。同时,重点关注农村学龄前儿童,缩小城乡居民学龄前儿童保险消费差距。通过开创社会保险和商业保险合作的新模式,促进重庆市保险行业在学龄前儿童保险领域的开拓和创新,构建多元一体化的学龄前儿童保险新机制。

参考文献:

- [1] Pylypchuk Y, Selden Thomas M. A Discrete Choice Decomposition Analysis of Racial and Ethnic Differences in Children's Health Insurance Coverage[J]. Journal of Health Economics, 2008(27):1109-1128.
- [2] Smith-Campbell B, Pile D. Children's Health Insurance Program and Pediatric Nurses [J]. Journal of Pediatric Nursing, 2009(12):138-141.
- [3] 何梓榆. 商业医疗保险有效需求的影响因素研究[J]. 齐齐哈尔师范高等专科学校学报, 2015(3):119-121.
- [4] 杨翔云. 我国儿童商业医疗保险影响因素的实证研究[J]. 现代商业, 2016(36):23-24.
- [5] 李姣媛, 方向明. 社会医疗保险对儿童健康和医疗服务消费的影响研究[J]. 保险研究, 2018(4):98-111.
- [6] 王超群. 中国基本医疗保险的实际参保率及其分布特征:基于多源数据的分析[J]. 社会保障评论, 2020, 4(1):67-84.
- [7] 薛松森. 中国农村留守儿童商业保险参与分析[J]. 现代商业, 2016(14):174-175.
- [8] 国家统计局. 2018年《中国儿童发展纲要(2011—2020年)》统计监测报告[N]. 中国信息报, 2019-12-10(002).
- [9] 文倩. 河北省城镇儿童社会医疗保险问题与对策研究[D]. 哈尔滨:黑龙江大学, 2018.

[责任编辑 石悦]