

车险费率市场化改革的政策效果*

云南财经大学 周华林

中国社会科学院 王向楠

云南省社会科学院 张文韬

摘要: 商业车险费率市场化改革是 2015 年 2 月至今中国财产保险市场最重要的话题之一。本文收集了 2014 年 1 月至 2017 年 6 月中国的月度省际面板数据, 通过统计描述和回归模型, 主要发现: 费改后, 车险市场保费收入增速基本保持平稳; 市场竞争加剧, 呈现“马太效应”现象, 中小产险公司经营困难; 产险公司的车险赔付率下降, 但费用率上升; 商业车险的费改对“交强险”产生了溢出效应。本文最后对监管机构和产险公司提出了相关的对策建议。

关键词: 商业车险 市场化改革 马太效应 交强险 溢出效应

中图分类号: F840 **文献标识码:** A **文章编号:** 2095-3151(2018)14-0011-12

DOI:10.16110/j.cnki.issn2095-3151.2018.14.002

一、引言和文献回顾

车险是中国财产保险市场的第一大险种, 保费收入占比在七成左右, 所以车险对保险行业增长和稳定的影响很大。车险由商业车险和“交强险”构成, 其中, 商业车险占车险保费收入的七成左右, 是车险市场的主体。2015 年 2 月, 我国启动和逐步试点了商业车险费率的市场化改革, 成为近几年车险市场最重要的话题。那么, 本轮商业车险费率市场化改革的效果如何? 本文从市场规模、市场结构、公司经营成本和承保利润等方面, 通过统计描述和回归模型进行定量分析。

已有文献中定量研究本文话题的很少。边文龙等(2017)在建立理论模型分析车险费率改革的逻辑后, 通过宏观政策评价模型发现, 市场化改革使深圳车险保费收入上升了 4.85%, 赔付率降低了 5.85%。本文的新意在于: 研究的是 2015 年 2 月启动的全国范围的商业车险费率市场化改革, 相应采用了 2014 年 1 月至 2017 年 6 月中国 31 个省(区、市)的月度面板数据; 除分析保费规模和赔付率外, 还分析了费率市场化改革对车险市场结构和承保盈利状况; 在很多分析中区分了商业车险和“交强险”这两个车险的组成部分。

已有的其他一些文献对本文也有参考意义, 这些研究可以分为以下三类。

第一, 分析我国第一轮商业车险费率政策市场化改革失败的原因。董志勇(2011)通过分析代理人的经营情况和产险公司保费收入最大化的行为模式, 建立一个保险需求函数的模型以解释, 费

* 本文得到国家社科基金青年项目“‘十三五’时期我国的金融安全战略研究”(No. 15AJY017)、云南财经大学引进人才科研启动资助项目“偿二代体系发展与保险业风险管控”(No. 80059900214)的资助。

率改革如何带来了车险的过低费率的非理性定价和费率的频繁调整。崔惠贤（2012）认为，追求保费收入最大化是产险公司陷入非理性竞争的根源，车险“强营销”模式加剧了这种恶性竞争，因而单纯的费率监管不利于车险市场化改革。方蕾和粟芳（2016）认为，我国车险市场的实际费率低于“理论”费率，费率监管的严格程度会影响费率水平的合理性。

第二，定性分析本轮商业车险费率市场化改革的效果。张宗韬（2016）认为，车险市场出现的新特征是由多种因素造成的，商业车险费率改革加快了某些进程，但不会改变车险市场的发展规律，不应该过分关注短期效果。

第三，分析国际车险费率市场化改革的影响。Pope（2004）认为，日本非寿险费率受到严格管制，导致日本非寿险业的效率远低于其他国家。Butler（2004）认为，美国各州保险条款格式审批制度延迟了新保单的市场准入时间，保险条款监管导致保险费率升高。Berry-Stölzle 和 Born（2012）认为，保险条款监管并没有使德国的产险价格高于竞争水平。林斌（2015）认为，欧盟和日本的车险费率市场化改革短期内对车险市场发展造成了一定的冲击，出现了产品价格下降、承保利润降低、部分公司退出市场。

二、本轮商业车险费率市场化改革的主要内容

（一）改革的背景及原因

为解决2003年（第一轮）商业车险费率市场化政策实施后市场出现的无序竞争问题，2007年中国保监会制定了商业车险三项基本条款，实行车险产品同质同价。该项政策实施以后，车险市场混乱经营的局面逐步得到扭转。然而，随着中国经济社会发展和市场经济体制的不断完善，这种“一刀切”的统一管制模式的弊端越来越凸显。为了解决车险市场长期存在的体制机制问题，更好地保护车险消费者权益和推动产险业加快转型升级，2015年2月，《中国保监会关于深化商业车险条款费率管理制度改革的意见》发布，明确了中国商业车险费改政策的指导思想、基本原则、主要目标、条款形成机制、费率形成机制、条款费率监管、组织和实施等问题。这标志着中国第二轮商业车险费率市场化改革正式启动。

（二）改革的主要内容

本轮商业车险费率市场化改革实行“从车”“从人”的原则，通过差异化定价，反映风险差异对费率的影响。商业车险费率改革政策可概括为“一套条款，三层费率”。“一套条款”是指，建立一套示范条款，并搭配少数公司创新型条款。《深化商业车险条款费率管理制度改革试点工作方案》规定，由中国保险行业协会拟订商业车险行业示范条款，建立创新型条款评估和保护机制。“三层费率”是指，商业车险的费率由基准纯风险保费、基准附加费用和费率调整系数三层组成。基准纯风险保费由中国保险行业协会制定，实行按车型而非新车购置价定价，中国保险行业协会首次将“零整比”应用于行业示范条款的具体条款，车险费率随零整比系数浮动。基准附加费用和费率调整系数由产险公司自主确定，其中，基准附加费用率与产险公司的经营管理水平挂钩，费率调整系数与无赔款优待因子、自主渠道系数、自主核保系数以及交通违法记录挂钩。通过将车辆使用风险管理、产险公司识别风险和精算定价能力等因素均纳入定价因子，可以一定程度上“倒逼”驾驶人加强安全风险管理，提高产险公司精算定价水平和经营管理水平等。

除了条款和费率形成上的改革外，本轮商业车险费率改革还吸取了2003年第一轮改革失败的

经验教训,对“三率”实行阈值管理,即要求各产险公司的综合费用率、综合赔付率和综合成本率不超过该指标在前三个年度相应期间全行业平均同比变动幅度。“三率”阈值管理措施在一定程度上限制了各市场主体非理性价格竞争问题,这也是本轮商业车险费率改革的创新之一。

本轮商业车险费率政策定价引入了更多的风险因子,定价更为公平合理,较大程度上解决了消费中的低风险客户补贴高风险客户的现象(边文龙等,2017)。同时,由于费率引入了交通违法记录系数因子,可以“倒逼”驾驶者主动加强驾车风险管理,提高驾驶水平,有利于降低整个社会交通事故发生率,营造良好的交通出行安全氛围。费改后,产险公司的定价自主权更大,低风险车型获得较高的价格折扣更大,绝大部分消费者商业车险保费支出将有不同程度的减少。

(三) 改革的进度安排

本轮商业车险费率改革采取先试点、再逐步依次推进的方式进行。2015年6月,费改最先在黑龙江、山东、广西、重庆、陕西、青岛6个地区进行,是第一批试点地区。2016年1月,将费改试点范围扩展到天津、内蒙古、吉林、安徽、河南、湖北、湖南、广东、四川、青海、宁夏、新疆12个地区,是第二批试点地区。2016年上半年,北京、河北、山西、辽宁、上海、江苏、浙江、福建、江西、海南、贵州、云南、西藏、甘肃、深圳、大连、宁波、厦门18个地区作为第三批试点地区先后启动了费改。截至2016年7月1日,本轮商业车险费率市场化改革已在全国推广完成。2017年6月,监管机构进一步扩大车险费率下浮空间,加大商业车险费率定价自主权。

本轮商业车险费改中的费率折扣系数采取了分层次推进的方式。2015年2月,《深化商业车险条款费率管理制度改革试点工作方案》将“自主核保系数”和“自主渠道系数”的浮动范围设置在 $[-15%, +15%]$ 。在费改之前,电销渠道的保单实行最多15%的优惠政策,使电销渠道发展较好的产险公司具有较强的价格优势。费改后,各地区所有渠道优惠政策均等,电销渠道的价格竞争优势消失。2017年6月,费率浮动的空间加大,“自主核保系数”下限调整至0.70~0.85,“自主渠道系数”下限调整至0.70~0.75,“自主核保系数”和“自主渠道系数”的上限调整为1.15~1.25。

三、商业车险费率市场化改革的政策效果:统计描述

(一) 市场规模变动情况

2015年6月,商业车险费率市场化改革的第一批试点在6个地区启动,这些地区的车险保费收入增速有所下滑(见图1)。第一,2015年下半年的车险保费收入增速低于上半年的增速,也低于费改前同期水平。第二,2016年5月“营改增”以前,车险保费收入增速也低于费改前的同期水平;5月“营改增”以后,车险保费收入增速均低于2015年同期水平。2016年下半年这些地区车险保费收入增速与上年同期差距收窄,这主要是受汽车销量增速大幅拉升的影响(见图2)。2016年汽车销售税收的优惠力度加大,对汽车消费形成了较强的刺激作用。第三,2017年上半年车险保费收入增速明显低于2015年费改前同期值。

2016年1月,商业车险费率市场化改革的第二批试点在12个地区启动,这些地区车险保费收入增速下滑(见图3)。第一,2016年,尽管全国汽车销量增速较上年明显上升,费改后,2016年这些地区车险保费收入增速低于费改前2015年的同期增速。第二,受深化费改前“抢收”的影响,2017年上半年车险保费收入增速较2016年略有提升,但仍低于2015年上半年费改前的增速。

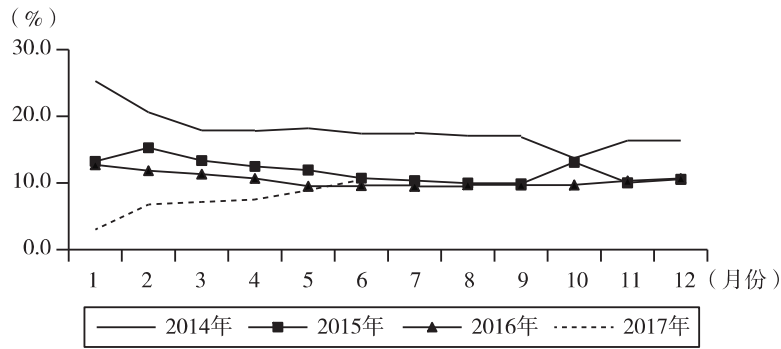


图1 第一批费改地区的车险保费收入增速 (年内累积增速)

资料来源: 根据中国保监会和各产险公司披露的数据整理。若无特别说明, 本文其他图表的数据来源同此。

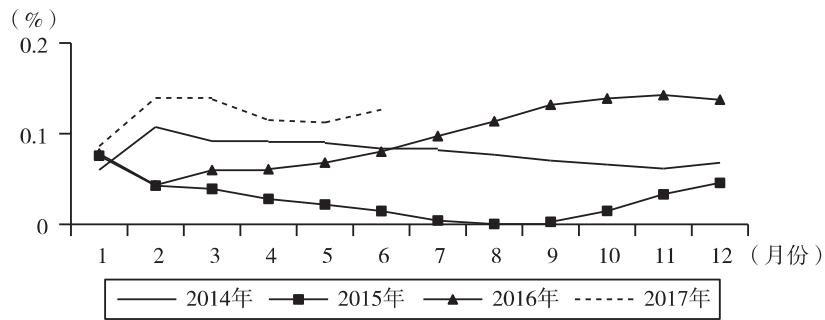


图2 我国汽车销售量增速 (年内累积增速)

资料来源: 根据中国汽车工业协会数据整理。

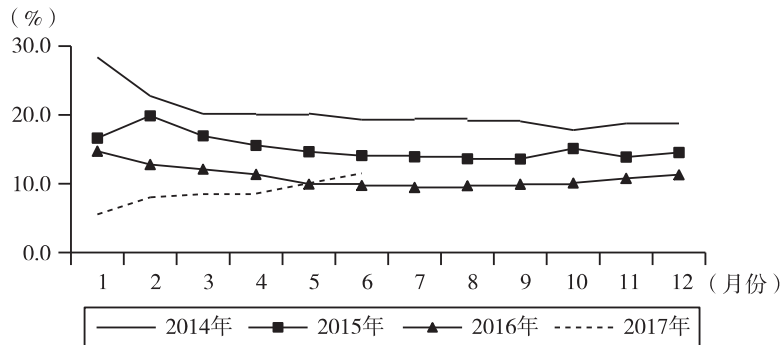


图3 第二批费改地区的车险保费收入增速 (年内累积增速)

2016年7月, 商业车险费率市场化改革的第三批试点在18个地区启动, 这些地区的车险保费收入增长仍然明显减缓 (见图4)。第一, 2016年5月, “营改增” 实施以后, 税费分离导致5月以后车险保费收入增速出现一定程度下滑, 冲减了新车销量上升带来的保费收入增长。第二, 2016年下半年, 费改以后车险保费收入增速明显低于2015年同期的增速。第三, 2017年上半年, 受到费改、汽车销售税收优惠减半以及“营改增” 等因素的影响, 车险保费收入增速明显减缓, 低于2015年和2016年的同期值。

总之, 商业车险费率市场化改革的三批试点地区的车险保费收入增速均较费改前减缓, 但仍保持了增长状态。分析时, 需要剔除汽车销售税收优惠政策、“营改增” 等因素的影响。

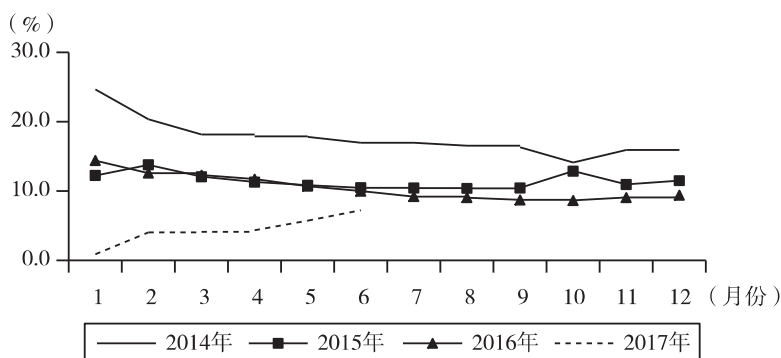


图 4 第三批费改地区的车险保费收入增速 (年内累积增速)

(二) 市场集中度变化情况

2015 年 6 月商业车险费率市场化改革逐步实施以来，车险市场呈现出强者恒强的“马太效应”现象（见图 5），这与国际上主要国家车险费率市场化改革以后的情况一致。“第一集团”的车险市场份额逐年上升，2017 年上半年车险市场份额较 2015 年上半年上升 1.5 个百分点。“第二集团”的车险市场份额逐年下降。“第三集团”车险市场份额从 2015 年上半年的 11.0% 提高到 2017 年上半年的 11.2%，这主要归因于这一时期新成立了多家公司。从各产险公司的平均市场份额看，“第三集团”下降了。

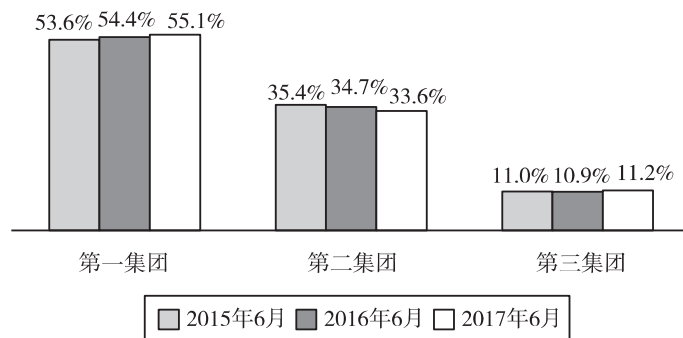


图 5 三类公司的车险市场份额

注：“第一集团”为中国人保和中国平安；“第二集团”为保费收入排名第 3 至第 10 位的产险公司，2015 年以来排名前 10 位产险公司未变；“第三集团”为保费收入排名第 10 位以后的产险公司。图 11 同此。

(三) 综合成本率变动情况

2015 年 6 月第一批试点地区的车险综合成本率较费改之前有显著的下降趋势（见图 6）。第一，2015 年下半年这些地区的车险综合成本率较上半年有所下降。第二，2016 年上半年这些地区的车险综合成本率低于费改前的同期水平，2016 年下半年车险综合成本率高于上年同期水平。第三，2017 年上半年综合成本率同比上升，接近 2015 年费改前水平，主要是受深化费改前“抢收”的影响。

2016 年 1 月商业车险费改在第二批地区推行，该地区综合成本率较费改前有所下降（见图 7）。第一，2016 年该地区综合成本率明显低于 2015 年同期水平。第二，2017 年上半年该地区车险综合成本率同比上升，但仍低于 2015 年费改前的水平。

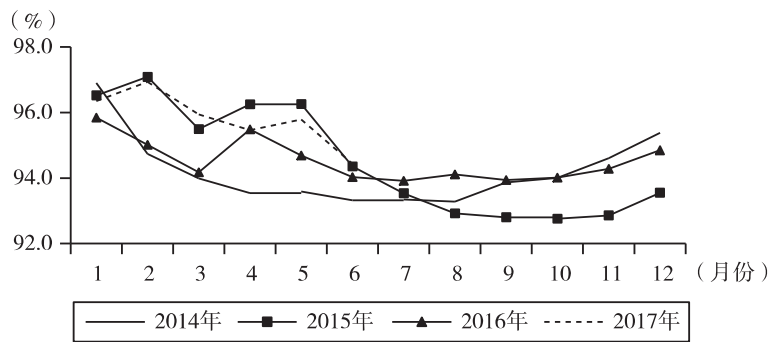


图6 第一批费改地区车险综合成本率 (年内累积值)

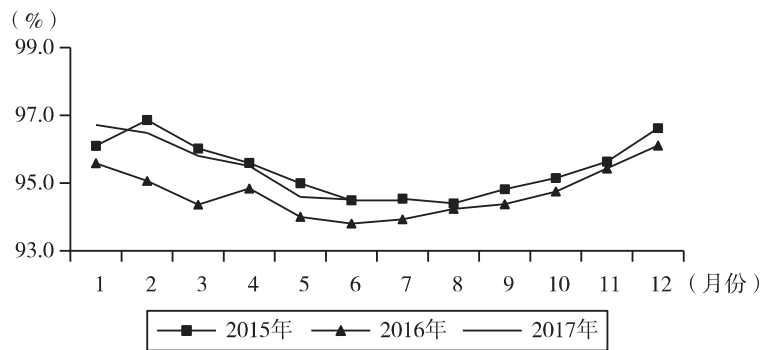


图7 第二批费改地区车险综合成本率 (年内累积值)

2016年7月商业车险费改在第三批地区推行,该地区综合成本率较费改前上升(见图8)。第一,2016年下半年这些地区综合成本率较上半年明显下降,但仍高于2015年同期水平。第二,2017年车险综合成本率同比下降,仍高于2015年同期水平。

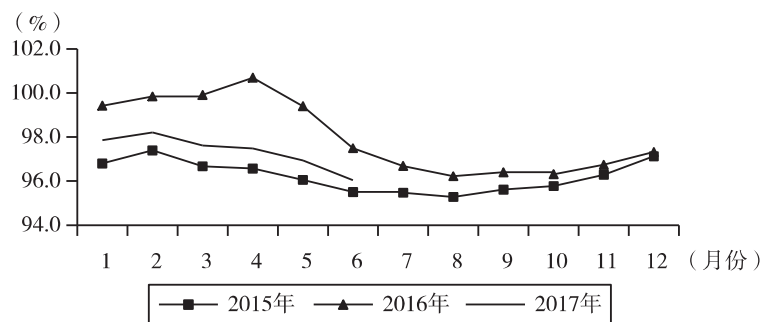


图8 第三批费改地区车险综合成本率 (年内累积值)

综合成本率是综合赔付率与综合费用率之和。从车险综合成本率的结构变化来看(见图9):第一,费改后,车险综合赔付率明显降低,反映出费改后费率调整系数等激励机制产生的影响;第二,车险综合费用率明显上升,反映出费改后市场主体仍然倚重价格竞争,产险公司展业成本上升。综合费用率的上升在很大程度上归因于产险公司的不规范经营,部分产险公司经营管理不规范,出现违规套取手续费、虚列手续费、赠送礼品和未按规定足额提取未决赔款准备金等行为,扰乱了车险市场秩序。如截至2017年7月,有30家产险公司合计收到128张罚单,罚款金额共计2923.5万元,这些罚单中,有40张罚单是由于虚列费用,30张罚单是由于编制虚假材料,15张罚

单是由于违规赠礼。^①

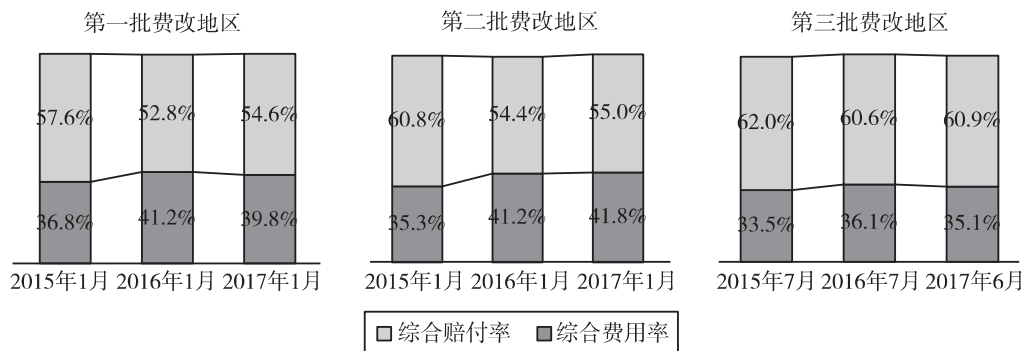


图9 各批次费改地区车险综合成本率构成

总之，前两批试点地区综合成本率先下降后上升（第一批费改地区：94.4% → 94.0% → 94.4%；第二批费改地区 96.1% → 95.6% → 96.8%）。第三批试点地区综合成本率先上升后略微回落，仍高于费改之前水平（95.5% → 96.7% → 96.0%）。车险综合成本率的结构变化表明，车险综合赔付率下降的改革红利被竞争导致的综合费用率上升效果抵消。

（四）公司盈利变化情况

2015年6月商业车险费率市场化政策实施后，车险承保利润总量持续增长（见图10）。在车险整体方面，2016年上半年承保利润较上年同期增加6.4亿元，2016年6月底商业车险费改在全国推广以后，车险承保利润仍然略微增加。分险种来看，商业车险承保利润递减，“交强险”承保亏损大幅减少。本轮商业车险费改建立了激励约束机制，“倒逼”车主注重驾驶安全，降低了产险公司赔付成本，对“交强险”承保利润产生了正向溢出效应。

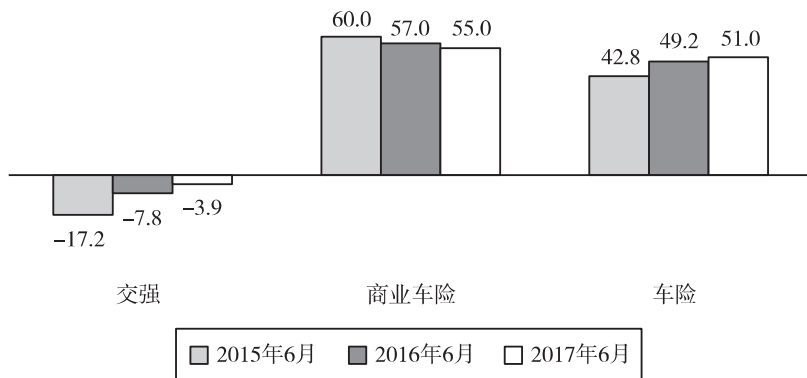


图10 车险承保利润（单位：亿元）

不同规模产险公司的车险承保利润占比呈现“马太效应”现象。在商业车险方面（见图11(a)），大型产险公司在承保利润中的份额逐年上升，中小产险公司商业车险持续承保亏损，且亏损程度加剧。在“交强险”方面，大型产险公司的承保利润情况逐年改善，中小产险公司的承保亏损程度加剧（见图11(b)）。可见，费率市场化改革后，大型产险公司在品牌、服务、费用、精算技术等方面拥有了更大的市场竞争优势。

^① 慧保天下 《严监管年：不足7月300余张罚单近7000万罚款》，搜狐财经，2017年7月27日。

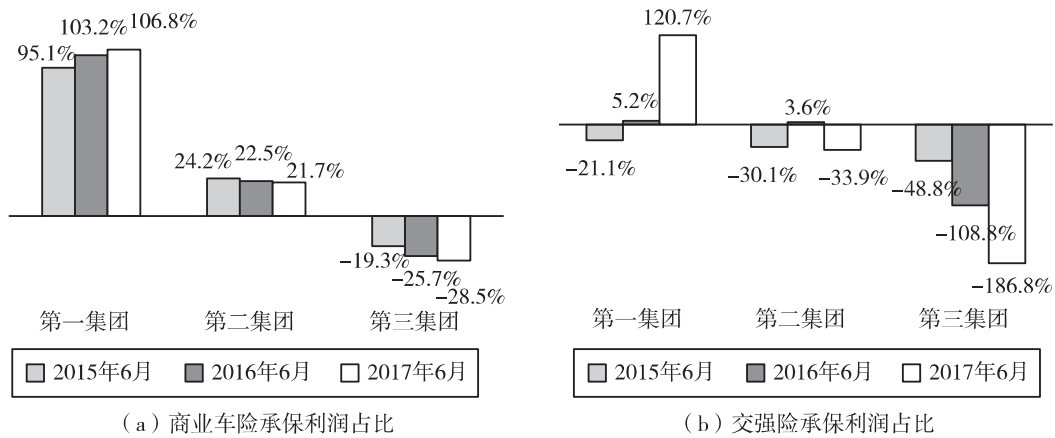


图 11 三类公司车险承保利润占比

总之，商业车险费改以后，车险整体利润情况改善，这主要归因于“交强险”承保亏损大幅减少。车险承保利润出现明显的“马太效应”现象，不同规模公司的承保利润加剧分化。

四、商业车险费率市场化改革的效果：回归分析

(一) 回归模型

本节通过建立回归模型，估计商业车险费率市场化改革对车险市场规模和承保利润的影响。我们收集了2014年1月至2017年6月中国31个省（区、市）的月度面板数据。数据来源于中国保监会、中国保险行业协会、各产险公司信息披露报告、中经网统计数据库和国家统计局数据库。

分析费率市场化改革“总体效应”的模型如下：

$$Prem_{it} = \beta_{10} + \gamma_1 d_{0it} + \beta_{11} VehicleProd_{it} + \beta_{12} Invest_{it} + \beta_{13} CPI_{it} + \mu_{1it} \quad (1)$$

$$Profit_{it} = \beta_{20} + \gamma_2 d_{0it} + \beta_{21} VehicleProd_{it} + \beta_{22} Invest_{it} + \beta_{23} CPI_{it} + \beta_{24} EarnedPrem_{it} + \mu_{2it} \quad (2)$$

其中， i 表示省（区、市）， t 表示月份。 $Prem_{it}$ 和 $Profit_{it}$ 为模型的因变量， $Prem_{it}$ 为车险业务规模指标，以车险保费收入度量； $Profit_{it}$ 为车险利润指标，以车险承保利润度量。 d_{0it} 为虚拟变量，对于处于费率市场化改革的样本取1，否则取0。我们最关注的是 d_{0it} 的两个系数的估计值（ $\hat{\gamma}_1$ 和 $\hat{\gamma}_2$ ）。 μ_{1it} 和 μ_{2it} 为随机扰动项，假设均服从正态分布。

回归中控制了如下变量。由于没有各省（区、市）月度的汽车保有量或销量的数据， $VehicleProd_{it}$ 表示汽车产量。 CPI_{it} 表示通货膨胀水平，采用居民消费价格指数（CPI）度量。 $Invest_{it}$ 表示固定资产投资额。由于地区国内生产总值（GDP）只有季度数据，而固定资产投资额与地区国内生产总值高度相关，所以选择固定资产投资额度量各地区的经济增长。 $EarnedPrem_{it}$ 表示已赚保费，其作为车险承保利润（ $Profit_{it}$ ）方程中的一个控制变量。

考虑到本轮商业车险费率市场化改革是分批次进行的，我们也设计了“分批试点效应”模型，如下：

$$Prem_{it} = \beta_{10} + \sum_{j=1}^3 \gamma_{1j} d_{j1it} + \beta_{11} VehicleProd_{it} + \beta_{12} Invest_{it} + \beta_{13} CPI_{it} + \mu_{1it} \quad (3)$$

$$Profit_{it} = \beta_{20} + \sum_{j=1}^3 \gamma_{2j} d_{j1it} + \beta_{21} VehicleProd_{it} + \beta_{22} Invest_{it} + \beta_{23} CPI_{it} + \beta_{24} EarnedPrem_{it} + \mu_{2it} \quad (4)$$

式 (3) 是在式 (1) 的基础上去掉了 $\gamma_1 d_{0it}$, 加入了 $\sum_{j=1}^3 \gamma_{1j} d_j$; 式 (4) 是在式 (2) 的基础上去掉了 $\gamma_2 d_{0it}$, 加入了 $\sum_{j=1}^3 \gamma_{2j} d_j$ 。 d_{ju} ($j=1, 2, 3$) 为虚拟变量, d_{1u} 、 d_{2u} 和 d_{3u} 分别表示样本处于费率市场化改革的第一批试点、第二批试点和第三批试点地区。

(二) 回归结果分析

在表 1 报告的 6 个回归结果中, 变量 d_0 的系数估计值均为正, 也均在 1% 的水平上显著, 这说明控制经济增长、汽车销售和通货膨胀因素后, 车险保费收入较费改前显著增加 [第 (1)、第 (2)、第 (3) 个回归结果], 车险承保利润也较费改前显著增加 [第 (4)、第 (5)、第 (6) 个回归结果]。因此, 商业车险“费改批实施”对车险市场产生了显著的积极影响。由于“交强险” [第 (3)、第 (6) 个结果] 并没有进行费率改革, 所以商业车险的费率改革对“交强险”产生了积极的溢出效应。

在已有文献中, 边文龙等 (2017) 根据宏观政策评价模型, 估计得到 2011 年深圳市场化改革使得保费收入上升了 4.85%, 赔付率降低 5.85%。2015 年开启的本轮商业车险费率市场化改革的政策力度远大于 2011 年深圳的试点, 所以车险保费收入和承保利润的变动幅度也更大。

表 1 商业车险费率市场化改革的总效应

因变量	保费收入			承保利润		
	车险	商业车险	交强险	车险	商业车险	交强险
样本						
估计方法	RE (1)	RE (2)	FE (3)	FE (4)	FE (5)	RE (6)
d_0	2.19*** (0.19)	1.73*** (0.15)	0.47*** (0.07)	0.37*** (0.08)	0.25*** (0.07)	0.11*** (0.04)
<i>VehicleProd</i>	0.50*** (0.04)	0.38*** (0.03)	0.12*** (0.03)	-0.07*** (0.01)	-0.05*** (0.01)	-0.02** (0.01)
<i>Invest</i>	0.01*** (0.00)	0.00*** (0.00)	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)
<i>CPI</i>	-12.67 (15.17)	-9.92 (11.56)	-2.68 (2.46)	-10.68*** (3.80)	-8.49** (3.72)	-2.08 (1.54)
<i>EarnedPrem</i>	—	—	—	-0.02 (0.03)	-0.01 (0.04)	-0.01 (0.01)
常数项	11.0*** (1.42)	7.96*** (1.17)	3.12*** (0.28)	1.17*** (0.40)	0.90*** (0.29)	0.22 (0.22)

注: FE 表示面板数据固定效应模型, RE 表示面板数据随机效应模型, 二者的选择根据 Hausman 检验的结果确定。系数估计值下方括号内为标准差。“***” “**” “*” 分别表示变量在 1%、5%、10% 的水平上显著。在地区维度上, 由于厦门、深圳、大连、青岛、宁波的固定资产投资额、汽车产量等数据严重缺失, 回归中将这 5 个城市的数据归入其所在的省。时间维度上, 由于各年 1 月固定资产投资额和汽车产量数据缺失, 2 月数据为累计值, 所以各年度 2 月数据均取 1 月和 2 月平均值, 略去各年度 1 月数值。

表 2 的回归结果显示, d_1 、 d_2 和 d_3 在 6 个回归结果中均为正向显著, 说明三个批次试点的商业车险费率市场化改革均产生了改革红利效应。不过, 不同批次的效果大小存在较大差异。对于车险整体和商业车险, 随着商业车险费率改革的逐步深入, 改革的红利效应逐渐增强 ($1.94 < 2.01 < 2.58$, $1.41 < 1.56 < 2.13$; $0.40 < 0.46$, $0.11 < 0.26 < 0.39$)。商业车险的费改对“交强险”产生了溢出效应, 有趣的是, 溢出效应是随改革的推进逐渐减弱的 ($0.58 > 0.48 > 0.45$; $0.29 > 0.19 > 0.02$), 反映出溢出效应并没有可持续性。

表 2 商业车险费率市场化改革的分批试点效应

因变量	保费收入			承保利润		
	车险	商业车险	交强险	车险	商业车险	交强险
样本						
估计方法	RE (1)	RE (2)	FE (3)	FE (4)	FE (5)	RE (6)
d_1	1.94*** (0.46)	1.41*** (0.35)	0.58** (0.24)	0.40*** (0.13)	0.11*** (0.11)	0.29*** (0.06)
d_2	2.01*** (0.30)	1.56*** (0.23)	0.48*** (0.12)	0.46*** (0.15)	0.26** (0.13)	0.19*** (0.04)
d_3	2.58*** (0.29)	2.13*** (0.22)	0.45*** (0.07)	0.41*** (0.12)	0.39*** (0.14)	0.02 (0.03)
<i>VehicleProd</i>	0.48*** (0.04)	0.37*** (0.03)	0.11*** (0.03)	-0.07*** (0.01)	-0.05*** (0.01)	-0.01** (0.01)
<i>Invest</i>	0.00*** (0.00)	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)
<i>CPI</i>	-8.56 (15.4)	-6.28 (11.67)	-2.27 (2.68)	-10.59*** (4.02)	-8.21** (3.96)	-2.55 (1.86)
<i>EarnedPrem</i>	—	—	—	-0.03 (0.03)	-0.02 (0.03)	-0.01*** (0.01)
常数项	10.92*** (1.18)	7.93*** (0.98)	3.13*** (0.27)	1.30*** (0.33)	1.05*** (0.29)	0.26** (0.14)

注: 同表 1。

为了更直观地反映商业车险费率市场化改革对车险市场的影响, 我们设计了表 3。在费率改革总效应方面: 第一, 商业车险费改实施后, 各省(区、市)的车险、商业车险和“交强险”的平均保费收入均较费改前增加; 第二, 费改后, 各省(区、市)的车险平均承保利润和商业车险平均承保利润较费改前增加, “交强险”的平均承保利润由负变正。“交强险”平均承保利润的上升幅度明显高于商业车险, 这主要是由于费改政策实施以后, 商业车险赔付率下降的效应被综合费用率上升的竞争性成本冲销。

关于三个批次的费率改革试点效应的影响, 结论主要有以下两个方面。第一, 随着费改的逐步推进, 商业车险保费收入均值和承保利润均值上升幅度逐渐提升, 其中, 保费收入均值变动幅度为

-4.73% → 8.91% → 47.33%，承保利润均值变动幅度为 7.18% → 21.82% → 76.28%。这反映出商业车险费改的红利效应逐步加强。第二，需要说明的是，费改后，保费收入均值变化率的变动幅度小于承保利润均值的变动幅度，这主要是受“交强险”承保利润改善幅度加大的影响，并非完全是费改红利的作用。

表 3 费改前后车险市场保费收入和承保利润的均值（2014 年 2 月 ~ 2017 年 6 月）

内容	项目	保费收入			承保利润		
		车险	商业车险	交强险	车险	商业车险	交强险
费率改革的总效应	费改前（亿元）	16.12	12.07	4.05	0.43	0.48	-0.05
	费改后（亿元）	18.59	13.88	4.71	0.78	0.68	0.10
	变动率（%）	15.30	14.95	16.37	81.96	43.00	309.99
第一批费率改革 (2015 年 6 月开始) 的试点效应	费改前（亿元）	17.06	12.84	4.22	0.52	0.55	-0.03
	费改后（亿元）	17.34	12.23	5.11	1.01	0.59	0.42
	变动率（%）	1.63	-4.73	20.97	94.05	7.18	1331.28
第二批费率改革 (2016 年 1 月开始) 的试点效应	费改前（亿元）	16.85	12.60	4.25	0.53	0.54	-0.01
	费改后（亿元）	18.30	13.72	4.58	0.77	0.66	0.12
	变动率（%）	8.58	8.91	7.63	46.49	21.82	1191.86
第三批费率改革 (2016 年 7 月开始) 的试点效应	费改前（亿元）	16.15	11.98	4.17	0.53	0.50	0.03
	费改后（亿元）	22.83	17.66	5.17	0.81	0.89	-0.08
	变动率（%）	41.34	47.33	24.13	52.28	76.28	-427.52

最后，控制变量对车险市场的影响也有一些有趣的发现（见表 1 和表 2）。第一，汽车产量（*VehicleProd*）的系数估计值在车险保费收入的方程中均为正向且显著，反映出需求方对车险市场规模的带动作用。汽车产量的系数估计值在车险承保利润的方程中均为负向且显著，这主要是由于车险市场竞争加剧，车险手续费等经营成本上升，承保利润被摊薄。第二，固定资产投资额（*Invest*）的系数估计值均为正，一定程度上反映出经济增长对车险市场增长有带动作用。第三，居民消费价格指数（*CPI*）的系数估计值均为负，一定程度上反映出通胀带来的经营成本上升对车险规模和盈利产生了负面效应。第四，已赚保费（*EarnedPrem*）的系数估计值均为负向且统计显著，说明车险业务规模增加后车险承保利润反而减少，也反映出车险竞争加剧导致承保利润被摊薄。

五、结论与政策建议

（一）主要结论

本文的统计描述和回归分析发现，中国本轮商业车险费率市场化改革基本实现了预定目标，也没有与理论预期相悖。本文有如下的具体发现：第一，整体上讲，费改政策实施给车险市场发展带来了改革红利，车险保费规模平稳提升，承保利润改善；第二，费改政策实施后，车险市场竞争加剧，“马太效应”现象凸显，中小产险公司生存环境恶化；第三，费改政策实施后，产险公司和中介机构的非合规经营现象抬头；第四，商业车险的费改对“交强险”产生了一定的溢出效应。

（二）政策建议

首先，监管机构要加强对车险市场的监督检查和引导。（1）进一步完善车险市场监管制度。加强市场调研，深入车险多个环节了解车险业务实践过程，挑选具有较强实战经验的人士纳入保险监管队伍，完善车险监管制度，制定更为切实可行的政策措施，防范不合规经营。（2）加强对车险市场检查。加强对车险市场运行的检查和督导，通过多种方式监督车险市场运行过程，重点监管车险各利益环节，做到早发现、早治理。（3）严厉打击不合规经营管理行为，加强对市场的引导，营造公平合理的市场竞争环境。（4）通过优秀经验分享、管理培训等多种方式，对部分经营管理水平落后的机构适度辅导，提升成本管控能力。

其次，产险公司要转型升级车险发展模式。（1）提升成本管控水平。产险公司要吸收和引进新的技术手段，推进数字化和智能化建设，提高公司成本管控能力，通过有效降低赔付率的方式，为公司节约费用投放空间，赢得竞争优势。（2）加快推出个性化的产险产品。产险公司要提升车险产品开发设计水平，通过增加有效供给的方式满足市场多元化个性化的车险需求。（3）不断提升车险服务意识和水平，包括在投保、核保和理赔等多个环节提供增值服务，加强各环节配套服务建设，提高客户服务体验感和满意度，通过差异化的车险服务凝聚核心竞争优势。

参考文献

- [1] 边文龙、王向楠、李冉：《保险费率市场化效果的解释和评估》，载于《经济学（季刊）》2017年第7期，第1477~1498页。
- [2] 崔惠贤：《车险市场价格竞争的博弈分析——基于费率市场化改革背景》，载于《保险研究》2012年第6期，第39~48页。
- [3] 董志勇：《费率市场化对车险市场影响的经济学模型分析》，载于《保险研究》2011年第5期，第47~54页。
- [4] 方蕾、粟芳：《中国国情下的保险费率监管模式选择及影响分析——来自车险市场的经验证据》，载于《财经研究》2016年第4期，第112~122页。
- [5] 林斌：《商业车险条款费率市场化改革：欧盟、日本的经验与启示》，载于《南方金融》2015年第12期，第76~80页。
- [6] 张宗韬：《关于后商车费改时代的若干思考》，载于《上海保险》2016年8期，第13~16页。
- [7] Berry-Stölzle, T. R. and Born, P., "The Effect of Regulation on Insurance Pricing: The Case of Germany", *Journal of Risk and Insurance*, 2012, 79 (1): 129 - 164.
- [8] Butler, R. J., "Form Regulation in Commercial Insurance", in J. D. Cummins ed., *Deregulating Property-Liability Insurance: Restoring Competition and Increasing Market Efficiency*, Washington, D. C.: Brookings Institution Press, 2004.
- [9] Pope, N., "Deregulation in the Japanese Insurance Marketplace: Sizzle or Fizzle?", *Journal of Insurance Regulation*, 2004, 22 (3): 19 - 38.