

# Generation after 1980,1990 in the Insurance need of an Emerging Force.

Yang Pengcheng Ye Yinghui

<sup>1</sup> College of Economic, Qingdao University ,Qingdao, China,266071

**Abstract:** Insurance to avoid the risks and reduce uncertainty the loss of a means, an increasingly important position in today's high-speed development of social. Of which (born during 1980-1990 this crowded) as the generation born in Chinese development and changes in the most dramatic period independence, autonomy, individuality, innovation and boundless vitality is their unique portrayal. Today, this generation has grown into the backbone of today's society, the main consumer.

**Key words :**An emerging force Insurance awareness Demand for insurance

## 一、引言:

随着改革开放以来,我国的经济迅速发展。尤其是在金融领域的发展令世界都叹为观止。保险属于金融领域的一个分支。中国的保险业走过了“从1979年复业—1996年首次扩容—2004年再次扩容—2005年的全面开放—2006年“国十条”出台的历程”。这三十多年了,保险业有了翻天覆地的变化。如今保险也成为一个朝阳行业,人们对保险的需求越来越多元化,越来越趋于年轻化。

## 二、调查基本情况

本次调查共发放问卷600份,其中纸质问卷100份,网络问卷500份,共回收有效问卷525份。基本的调查情况如下:

1. 男性占51.23%,女性占48.76%;
2. 20.6%年龄超过32岁(即1980年之前生人),52.9%为80后(即1980-1990年生人),26.5%为90后(即1990年之后生人);
3. 8090后中参加工作的占总劳动力人数的71.8%(学生考虑为非劳动力),其中8.87%的被调查者工作、生活地为农村,28.73%为县级市、乡镇,62.4%为城市。
4. 已婚占有调查问卷人数38.4%,已婚有子女的占35.6%;

从调查结果来看,有83.1%的女性对保险产品有更多的需求,相比之下,男性对保

险产品地需求相对较弱,为66.1%。被调查者中有85.2%购买过保险产品,其中已参加工作的约占77%:男性占?女性占?此外,少数在校学生独立购买过保险产品,也就是说,绝大多数的90后是在父母学校的指导下为自己投保,或完全不知道自己是否投过保。

## 三、调查结果分析

(一)基本指标的统计描述及分析

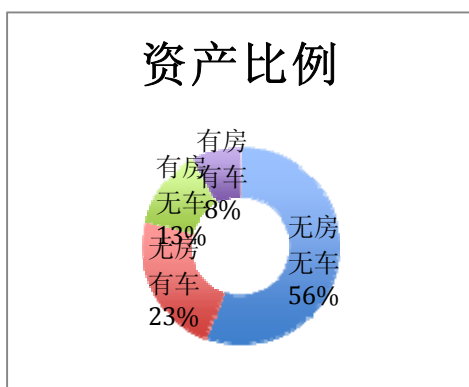
(1)性别:如下图所示,在回收的有效调查问卷中男性占51.23%,女性占48.76%。男女比例基本持平。



图1

有83.1%的女性对保险产品有更多的需求,相比之下,男性对保险产品地需求相对较弱,为66.1%。且问卷调查中可以用MATLAB对数据进行分析,明显发现女性的保险意识较男性的保险意识强。通过查阅资料,根据《中国人寿保险业经验生命表》观察可得,在相同的年龄阶段女性的死亡率是小于男性的死亡率。

为什么会出现女性的死亡风险小而保险针对这个问题，通过查阅资料我们得出了结论。随着社会的不断发展，女性在社会中的地位不断提升，但是相对于男性来说，女性是社会的弱势群体这一相对地位并没有发生变化。弱势群体在学术方面被分为两类：社会性弱势群体和生理上弱势群体。社会性弱势群体是指由社会因素造成的，如失业，下岗，受排斥、受排挤等；生理上弱势群体是指有明显的生理原因，如疾病，年龄等。由此可以看出女性在社会上属于社会性弱势，而男性在保险市场上属于生理性弱势。女性所处的社会性弱势的情况是在社会的不断发展下有所改变，



通过观察可以得到的，在投保的所有人群中，有固定资产的人为财险所缴纳的保费支出较高。该财产险主要集中在投保家庭财产险以及车险。家庭财产险主要内容主要包括：房屋、装修、室内财产的火灾、爆炸等 16 种常见的自然灾害。并且我们观察到 2010 年 11 月 15 日发生在上海的居民楼火灾事故让更多的群众意识到家庭财产险的重要性。另外一部分主要集中在车险部分，随着 80, 90 后消费观的前沿化，越来越多的汽车走入他

对这些因素的数据进行了分析：

群组		样本所占比例
性别	男性	51.23%
	女性	48.77%
工作所在地	城市	62.4%
	县级市、乡镇	28.73%
	农村	8.87%
受教育程度	高中以下	34.09%
	本科（含专科）	51.76%
	硕士及以上	14.15%

意识高呢？

而生理性弱势的是不容易发生改变的。因此女性的保险意识比男性的强。

### (2) 婚姻状况分析

调查结果显示，已婚的 80, 90 后，曾为自己或家人投保的比例高达 91.5%，而未婚的 80, 90 后曾为自己或家人投保的比例仅占 33.4%。由此可见，已婚人士对个人和家庭投保意识及需求有非常明显的增加。首先，当成立家庭时，8090 后对个人及伴侣的人身安全、健康等方面都会有比未婚时更加深入的考虑，因此对寿险和意外险等保险产品的需求会加深。另外，已婚人士大多拥有稳定的工作，因为绝大多数工作单位或企业的在职人员都有“五险”的保障，因此其对保险的认识必然高于无工作经历的 80, 90 后，而且有工作经历的人群对保险产品的需求更大。对已婚且有子女的 80, 90 后更是如此。作为年轻的 80, 90 后父母，他们会为子女的安全及健康投保，因此对保险产品的需求较大。从调查问卷上我们观察到已婚有子女的 80,90 后主要为子女投保的是少儿生存金保险，少儿疾病医疗保险。

### (3) 资产状况分析：

们的生活中，虽然其中会有一些地域上的差异，但是我们以青岛地区为例，发现使用代步车的人群趋于年轻化。而购买车险是必要的，它不仅为汽车投了保障，也让拥有者能够更加放心的使用。因此有车有房的人群对保险的需求更迫切。

### (4) 收入情况的分析（指所有劳动力，除学生外）

收入的主要因素有：工作所在地，受教育程度，就业单位等

就业单位	党政机关	11.15%
	事业单位	30.10%
	中央国有企业	6.64%
	地方国有企业	3.38%
	集体企业	4.48%
	私营企业	10.53%
	个体工商户	19.04%
	其它行业	14.68%

表 1

从问卷中的到的年收入水平的分布如下:

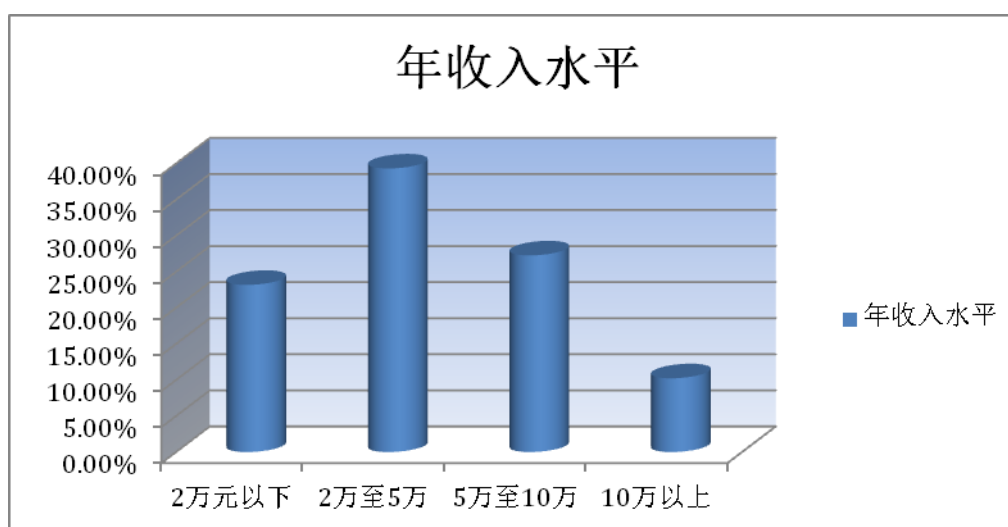


图3

对该部分的年收入水平和保险意识, 保险需求, 保费支出, 这四项做线性回归, (设年收入为  $y$ , 保险意识为  $x_1$ , 保险需求为  $x_2$ ,

保费支出为  $x_3$ , 系数分别为  $k_1, k_2, k_3$ )

建立模型为:  $y = k_1 x_1 + k_2 x_2 + k_3 x_3$

$$\Delta y = \alpha \Delta x_2$$

利用Eviews做线性回归可得:  $k_1, k_2, k_3$  均大于0;

由此可知, 收入水平与保险意识, 保险需求, 保费支出均成正比。即收入水平越高, 保险意识就越强, 保险的需求越大, 保费的支出就越多。

根据马斯诺的“需求层次理论”, 收入是影响马斯诺需求理论五大层次的首要因素。而在本人中分析到保产品的需求也必然受到收入的影响这是完全符合规律的。

同时通过查阅资料, 在山东大学于文广

老师的分析论文《保险需求的收入弹性分析》中, 可以得到保险的需求与收入的弹性也有着密切的关系, 收入增长的越快, 弹性系数越大, 会导致保险需求的增长越快。而对于现今我国的状况, 收入增长比例呈递增趋势, 这会保险行业无非是一个巨大的利好。

(5) 在校的80,90后行为、心理分析

在校80,90后作为一个即将由学生逐步进入社会的特殊群体, 受到当今社会的强烈

关注。当代大学生（包括研究生在读）由年龄大约为18至27岁的青年组成，作为即将步入工作岗位的80、90后，其保险认识及需求显示了与其它群体不同的特性。根据2008年上海交大就业服务和职业发展中心对大学生保险需求及意愿的调查与研究，

- 大学生对保险的需求主要是基于基础保障
- 大学生的身体健康状况较好，占医疗保险比例在社会群体中是最小的，而且有着较高的保险意识。
- 绝大多数的大学生认为未来对保险的需求仍然需要建立在未来的工资收入的基础上。

#### 总结：

##### (1) 分析得出结论

80,90后作为保险市场的新兴力量，对保险市场的发展有着至关重要的作用。著名保险学家申曙光教授曾在《社会养老保险隐形负债》中分析到，在2040-2045年这段时期内社会养老保险基金中的隐形负债是最大的，此时社会养老保险支付的个人账户将会产生很大的无法支付或支付困难的分险，这样就从侧面反映出来80,90更加需要为自己未来的养老保险上做出购买计划。因此80,90后不论是从市场的大环境下考虑，还是从他们自身考虑，他们都是非常有竞争力的新一代保险市场的需求力量。

##### (2) 政策建议

1、加大宣讲，提高居民保险意识。居民寿险消费需求的大小，在一定程度上取决于居民的保险意识。而且从以上调查中可以发现，80,90后中占23%的居民不了解寿险，而且对寿险用途的了解比较单一，78%的人只比较意外伤害的保障和储备养老金。这就需要保险公司扩大宣传通道，加大电视、网络、广告的投入力度，配合当前社保政策法规的实施，组织相关保险知识人员，积极开展社区保险知识宣讲活动，提高居民保险意识。

2、加强保险队伍建设、拓宽保险经营渠道。居民选择保险公司主要还是看公司的信誉度，而且目前大多数居民了解保险是通过保险代理人，所以保险公司应该加强保险代理人业务、素质等方面的培训，提高服

务质量，树立良好信誉。

3、加快新产品开发，为居民提供便利渠道，尤其在新兴消费群体方面应增加适合该群体的保险险种。

4、稳步提高理赔速度和质量。保险事故逐年增加，事后理赔日益成为寿险消费者关注的焦点，理赔合理与否，不仅影响保险公司的信誉水平，而且决定着保险公司日后业务的开展。在防止诈保事件的前提下，保险公司应以保障消费者利益为目的，维持正常盈利水平的基础上，最大限度的对保险事故受害人予以赔偿，从而维持社会稳定，提高保险公司的信誉度。

致谢

很荣幸能够接到组委会的论文邀请。通过这次的论文写作，让我有了很大收获，身为90后的自己对保险也有了更多一层次的认识。谨以我们的论文向我们的指导老师刘老师致以最诚挚的谢意。再次感谢组委会能够给我们这样一个锻炼的机会。

参考文献：

[1] Affect the consumer decision-making factor analysis-Economic Research Guide based on question date (J).2010(7):14-16

刘文勇. 影响居民消费决策的因子分析——基于调查问卷数据的研究(J). 经济研究导刊. 2010(7):14-16

[2] Income Elasticity Analysis of Insurance Demands in Shandong Province and It's Major Cities.

于文广. 山东及主要城市保险需求的收入弹性分析. 1006-431105-0133-03

[3] Study on the Gender Differences of Insurance Requirements

耿嘉川. 保险需求的性别差异研究. 1008-683803-0015-03

[4] Countermeasures to prevent crime of students

孙淑文. 当代大学生消费行为调查分析。

[5] Social pension insurance invisible liabilities

申曙光. 《社会养老保险隐形负债》

[6] Theory of human motivation—the level of demand theory

马斯诺.《人类动机的理论》—需求的层次理论。

## 80,90 后保险需求的新兴力量

杨鹏程, 叶颖慧

**摘要:** 保险是规避不确定风险, 降低不确定损失的一种手段, 在如今高速发展的社会中的地位日益重要。当中 80、90 后(指在 1980—1990 这段期间出生的人群)作为出生于中国发展变化最为剧烈时期的一代, 独立、自主、个性、创新和无限的活力是他们的独特写照。现今, 这一代已经成长为当今社会的中坚力量, 消费的主体。

**关键词:** 80.90 后新生力量 保险意识 保险需求

### 附录

#### 80,90 后新生力量对保险的需求

—————调查问卷

1. 您的性别:

A、男                      B、女

2. 您的年龄:

A、32 岁以上              B、22-32 岁              C、22 岁以下

3. 您的婚姻状况:

A 未婚      B 已婚无子女      C 已婚有子女      D 其他.....

4. 您的职业:

A 国家机关、党群组织、企业、事业单位负责人      B 专业技术人员  
C 办事人员和有关人员                                      D 商业工作人员  
E 农、林、牧、渔、水利业生产人员                      F 服务性工作人员  
G 生产工人、运输工人和有关技术人员                      H 警察或军人  
I 在校学生    J 其他

5. 您的工作或生活所在地:

A 城市  
B 县级市、乡镇  
C 农村

6. 您的受教育程度:

A 小学    B 初中    C 中专    D 大专    E 高中    F 大学本科    G 硕士及硕士以上

7. 您的个人年收入:

A 20000 元以下              B 20000-50000 元              C 50000-100000 元              D 100000 以上

8. 您家庭的资产状况:

Generation after 1980,1990 in the Insurance need of an Emerging Force

---

A 租用的住房无车 B 有房有车 C 有房无车 D 仍是学生未步入社会 E 其他

9. 您对保险是否了解?

A 不了解 B 一般 C 很了解 D 其他.....

10. 您是否为自己或家人购买过保险产品?

A 是, 为自己和家人都购买过。 B 是, 只给自己购买过。 C 是, 但是在家长或学校的帮助下购买。 D 否

11. 您认为自身是否需要购买更多保险产品?

A 需要 B 现在还不需要 C 不需要

12. 您为此付出的每年的保费为多少?

A 3000 元以下 B 3000-5000 元 C 5000-8000 元 D 8000-10000 元以上 E 10000 元以上

13 您为什么购买产品?

A 医疗 B 养老 C 理财 D 储蓄 E 教育 F 跟随大众趋势 (别人买我就买了) G 其他.....

14. 您选择寿险公司的主要考虑因素是:

A 信誉度高, 有保障 B 服务好 C 产品适合 D 代理人素质

E 渠道便利 F 赔款迅速 G 其他.....

15. 您对保险公司有何建议?

---

非常感谢您的合作, 我们旨在调查 80 后, 90 后的这段消费人群的保险需求与保险意识, 希望借此机会能更加了解年轻消费群体的需求趋势。同时也希望借此机会引起您对保险的关注, 为您在将来购买保险产品提供更加全面的保险产品, 在此由衷的感谢您!