

凭借文化亲和力 建造再保险航母

访中国再保险公司总经理戴凤举

中国再保险公司作为中国唯一一家国有独资的专业再保险公司，业务迅速发展，实力不断增强，成绩令世界同行瞩目，在中国再保险市场起着举足轻重的作用。然而，就在其即将迎来 3 周年庆典之际，国内大一统格局已被打破，国外众多公司虎视眈眈，欲从再保险入手，大举进军中国保险市场，业内人士普遍认为，今年将是中国再发展的关键时刻。为此，本刊记者专程采访了中国再保险公司总经理戴凤举。

问：面对国内外保险公司纷纷抢滩中国市场，竞争格局日益复杂的现状，您认为中国再保险公司最大的优势是什么？在竞争中如何将自己的优势转化为核心竞争力？

戴凤举：中国再保险公司目前的综合实力，与许多国外大公司相比差距还很大，但我们的优势主要是“文化亲和力”。“中国再保”是中国人自己的再保险公司，最了解中国人的行为方式和文化。经过几年的努力，我们积累了良好的业务关系基础，这些“本土优势”是外国公司在短期内甚至长期内都无法获得的。所以，我们应把自己的核心竞争力定位于“以文化亲和力为中心的优质服务”。但是，光有这一点还远远不够，“本土优势”不等于综合优势，“核心竞争力”也不等于整体竞争力。为了更好地发挥优势，缩小差距，我们需要通过战略匹配，扬长补短，把我们的本土优势与国外公司的资金、技术、管理等优势结合起来，从而形成新的竞争优势，增强整体竞争力。

问：作为中国唯一一家国有独资的专业再保险公司，“中国再保”的改革方向和目标是什么？

戴凤举：面对入世，中国再保险公司将加快改制转型，改革方向和目标是在坚持国家控股的前提下进行股份制改造，通过吸收外资和社会资金参股，实现股权结构多元化，完善法人治理结构，切实转换经营机制，引进国外先进技术和管理经验，增强经营活力和竞争能力，积极创造条件规范上市，用 5 年左右的时间，努力建成国有控股的、具有国际竞争力的、多元化的国际再保险集团。

问：今年是法定分保业务维持 20% 比例的最后一年，如何改制转型将成为关系“中国再保”生存与发展的关键所在。那么，“中国再保”今年将针对改制转型采取哪些措施？

戴凤举：鉴于法定分保业务的变化，“中国再保”要增强整体观念，将法定分保业务与发展商业分保业务联系起来一揽子考虑。首先，必须抓紧改制，尽快转型，按照“分业经营、分业管理”原则，立即着手将经营商业再保险业务和资金运用业务的部门及与之相关的资产、人员进行梳理、重组，通过吸收外资、社会资金参股设立专业子公司，分别经营产险再保险、寿险再保险、资金运用业务和海外业务。

今年要下决心改革现行商业分保业务的经营方式，给经营商业分保业务的机构更多的自主权，实现责权利对等，调动创业积极性，并立足国内，加强国际合作，特别是发展同亚洲国家和地区的保险、再保险公司的合作，开辟新的业务发展渠道。

作者：雨晨

摘自《经济日报》 2002—3—5