



# تبدیل کشور چین و هندوستان به غول‌هایی در صنعت بیمه زندگی

مترجم: طلا معینیان<sup>۱</sup>

۱. کارشناس مدیریت بیمه، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده بیمه اکو

## جدول ۱. شرکت‌های بیمه زندگی در چین و سهم بازار

بر مبنای حق بیمه کل در سال ۲۰۰۷\*

سهم بازار (درصد)		بیمه گران داخلی
China Life**	44.2%	
Ping An Life	16.1%	
China Pacific Life	10.3%	
Taikang Life	7.0%	
New China Life	6.6%	
Tai Ping Life	3.2%	
Sino Life	1.3%	
PICC Life	0.9%	
Mingsheng Life	0.7%	
Union Life	0.6%	
Jiahe Life	0.5%	
Greatwall Life	0.3%	
Huatai Life	0.1%	
Dragon Life	0.1%	
Yingda Taihe Life	0.0%	
Huaxia Life	0.0%	
Sinatay Life	0.0%	
Happy Life	0.0%	

سهم بازار (درصد)		شرکت‌های خارجی یا چند ملیتی	شرکت‌های خارجی یا چند ملیتی
AIA	1.8%	AIG	
Aviva-COFCO Life	0.7%	Aviva	
Generali China Life	0.7%	Generali	
CITIC-Prudential Life	0.6%	Prudential	
Allianz China Life	0.6%	Allianz	
CIGNA & CMC Life	0.5%	CIGNA	
United MetLife	0.4%	MetLife	
Skandia-BSAM Life	0.4%	Old Mutual	
Sino-US MetLife	0.3%	MetLife	
Sun Life Everbright Life	0.3%	Sun Life Financial	
Heng An Standard Life	0.3%	Standard Life	
ING Capital Life	0.3%	ING	
AEGON-CNOOC Life	0.2%	AEGON	
Manulife-Sinochem Life	0.2%	Manulife	
AXA-Minmetals	0.2%	AXA	
Pacific-Antai Life	0.1%	ING	
Cathay Life	0.1%	Cathay Life	
Haier New York Life	0.1%	New York Life	
China Life-CMG Life	0.1%	Commonwealth Bank of Australia	
John Hancock Tianan Life	0.0%	Manulife	
Nissay-SVA Life	0.0%	Nippon Life	
Sino-French Life	0.0%	CNP	
Samsung Air China Life	0.0%	Samsung Life	
Great Eastern Life	0.0%	Great Eastern	

بیمه زندگی در کشورهای هندوستان و چین به سرعت در حال رشد است. اگرچه برای تازه واردان به این بازار دشوار است، اما در هر حال شرایط بازار به سمت رشد و توسعه سریع در حال حرکت است.

دو کشور هندوستان و چین در مجموع ۴۰٪ از کل جمعیت دنیا را تشکیل می‌دهند و در طول پنج سال گذشته اقتصادشان را با سرعت بالایی توسعه بخشیده‌اند (چین با رشد تولید ناخالص داخلی ۱۰/۶ درصد و هندوستان با رشد تولید ناخالص داخلی ۸/۷ درصد). صدها میلیون انسان از مرز فقر نجات یافته‌اند و گروه بزرگی را با سطح زندگی متوسط تشکیل داده‌اند و انتظار می‌رود که این وضعیت همچنان ادامه داشته باشد.

صنعت بیمه زندگی نیز در این دو کشور رشد سریعی داشته و به ستون مهمی در اقتصاد این دو کشور تبدیل شده است که همین امر باعث ایجاد سپرده گذاری، امنیت مالی و سرمایه گذاری‌های بیشتر در امور اقتصادی این دو کشور شده است. علائم بسیاری برای گسترش صنعت بیمه در آینده این دو کشور آشکار است.

## ۱. بازار امروز

هر دو بازارهای چین و هندوستان در انحصار دو شرکت دولتی به نام‌های شرکت بیمه مردمی چین<sup>۱</sup> و شرکت بیمه زندگی هندوستان<sup>۲</sup> بوده‌اند که هر دو به تدریج به رقابت خارجی و داخلی رو آورده‌اند. در سال ۱۹۸۸، زمانی که شرکت بیمه پینگ آن<sup>۳</sup> تأسیس شد، این بازار انحصاری در چین به طور رسمی پایان یافت. در دو دهه بعد، شرکت‌های بیمه زندگی زیادی وارد بازار شدند تا جایی که در اواخر سال ۲۰۰۷، ۴۲ شرکت بیمه در چین مشغول ارائه خدمات بیمه‌ای جدید به مردم بودند که نزدیک به نیمی از آنها شرکت‌های داخلی و بقیه شرکت‌های خارجی یا شرکت‌های مشارکتی (خارجی و داخلی) بودند.

مالکیت شرکت ای.آی.ای<sup>۴</sup> صد درصد خارجی است و تعدادی از شرکت‌های خارجی توانسته‌اند چیزی در حدود ۵۱ درصد از مالکیت خود را قطعی کنند و بقیه شرکای خارجی به یک سهم ۵۰ درصدی محدود شده‌اند (جدول ۱).

\* به جز شرکت‌های بیمه درمانی و مستمری

\*\* شامل شرکت‌های مندرج در جدول و شرکت مادر آنها

\* شرکت بیمه زندگی چین

1. People's Insurance Company of China (PICC)

2. Life Insurance Corporation of India (LIC)

3. Ping An

4. AIA

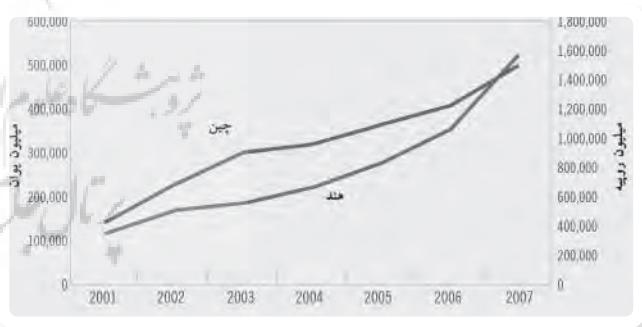
## جدول ۲. شرکت‌های بیمه زندگی در هند و سهم بازار آنها بر مبنای حق بیمه کل طی سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۷

سهم بازار (درصد)		بیمه‌گران داخلی
LIC	81.9%	
Reliance Life	0.6%	
Sahara	0.0%	
سهم بازار (درصد)		شرکت‌های خارجی یا چند ملیتی
ICICI Pru	5.1%	Prudential
Bajaj Allianz	3.4%	Allianz
SBI Life	1.9%	Cardif SA
HDFC Std Life	1.8%	Standard Life
Birla Sun Life	1.1%	Sun Life Financial
Max New York	1.0%	New York Life
Tata AIG	0.9%	AIG
Aviva	0.7%	Aviva
Kotak Life	0.6%	Old Mutual
ING Vysya	0.5%	ING
Metlife	0.3%	Metlife
Shriram Life	0.1%	SANLAM
Bharti AXA	0.0%	AXA

سال ۲۰۰۳ شرکت بیمه زندگی چین (بیمه‌گر موفق بیمه زندگی در کشور چین) دست به فروش سهام خود در بازارهای بورس نیویورک و هنگ‌کنگ زد. به دنبال این حرکت شرکت پینگ‌آن در سال ۲۰۰۴ سهام خود را در بازار بورس هنگ‌کنگ به فروش رساند. در سال ۲۰۰۷ این دو شرکت به همراه شرکت چاینا پسیفیک (سومین شرکت بزرگ بیمه در چین) سهام خود را در بازار بورس شانگهای به فروش رساندند. پیش‌بینی می‌شود در سال‌های آتی بسیاری از شرکت‌ها دنباله روی این شرکت‌ها باشند.

با پایان یافتن انحصاری بودن بیمه در هند در سال ۱۹۹۹، اولین شرکت خصوصی بیمه در سال ۲۰۰۱ شروع به کار کرد. تا سال ۲۰۰۸، هفده شرکت خصوصی بیمه زندگی مشغول به کار بودند که همه به جز دو شرکت، شرکت‌های مشارکتی (خارجی و داخلی) با حداکثر ۲۶ درصد مالکیت خارجی بودند (جدول ۲). در حال حاضر سهام هیچ‌یک از این شرکت‌ها در بازارهای بورس به فروش نمی‌رسد؛ هر چند که صحبت‌های زیادی بر سر فروش سهام این شرکت‌ها در آینده نزدیک وجود دارد.

## نمودار ۱. رشد حق بیمه چین در مقایسه با هندوستان



هر دو کشور چین و هندوستان شاهد رشد زیادی در درآمد حق بیمه بوده‌اند (نمودار ۱). در سال ۲۰۰۷ در چین، درآمد کل این صنعت ۴۹۴ میلیارد یین برابر با ۶۸ میلیارد دلار آمریکا بوده است؛ یعنی در طی پنج سال به‌طور متوسط با یک نرخ رشد ترکیبی ۱۷ درصدی در هر سال روبرو بوده است. سه شرکت پیشرو (باتوجه به جدول) دارای سهم ۷۰ درصدی از بازار براساس حق بیمه می‌باشند، گرچه پیش‌بینی می‌شود این سهم هنگام توسعه بقیه شرکت‌های نوپا کاهش یابد. در سال مالی ۲۰۰۶-۲۰۰۷ درآمد حق بیمه صنعت بیمه در هندوستان معادل ۳۴ میلیارد دلار آمریکا بوده است؛ یعنی در طی پنج سال به‌طور متوسط با یک نرخ رشد ترکیبی ۲۶ درصدی در هر سال روبرو بوده است. بخش خصوصی هندوستان با داشتن حدود ۱۸ درصد سهم بازار در سال ۲۰۰۶-۲۰۰۷ یا ۲۶ درصد از درآمد حق بیمه، پیشرفت کرده است.



CHINA LIFE  
中国人寿

با وجود رشد سریع در آمد حق بیمه‌ها، تفاوت میان در آمد بخش‌های مختلف هر کشور بسیار زیاد است. در چین این رشد، بر شهرهای ساحلی و مناطق ثروتمندتر و نقاطی که گسترش و دخالت غرب کمتر بوده، متمرکز شده است؛ اگرچه این وضعیت به سرعت در حال تغییر است.

این شیوه توسعه به علت توزیع تاریخی ثروت در کشور چین و همچنین این حقیقت که شرکت‌های تازه وارد مجبور به تأسیس در شهرهای کلیدی و بزرگ هستند، به این شکل است.

شرکت‌های جدیدتر در چین سعی می‌کنند دفاتر نمایندگی را خارج از شهرهای ساحلی تأسیس کنند تا بتوانند سهم بیشتری از بازار در مناطق دیگر داشته باشند. اگرچه برای هندوستان محدودیتی برای اینکه شرکت‌ها در کجا فعالیت کنند وجود ندارد، اما اکثر مؤسسان این شرکت‌ها شهر بمبئی را برای فعالیت خود انتخاب نموده‌اند و بقیه شرکت‌ها در بین سایر شهرهای بزرگ این کشورها پراکنده شده‌اند.

## ۲. قوانین و مقررات

اولین قانون بیمه کشور چین در سال ۱۹۹۵ معرفی گردید و کمیسیون قانونگذاری بیمه چین<sup>۱</sup> به‌طور رسمی در سال ۱۹۹۸ تأسیس شد. پس از گذراندن یک دوره برای تأسیس قوانین نظارتی پایه‌ای، CIRC فعالیت خود را در سال‌های اخیر گسترش داده است و در حال امتحان روش‌های خارجی قانونگذاری و انطباق آنها با شرایط منحصر به فرد صنایع بیمه داخلی است. در برخی موارد، بدون تردید CIRC قدم‌هایی فراتر از کشورهای پیشرفته برداشته است؛ به‌طور مثال از جمله این اقدامات می‌توان وادار کردن شرکت‌ها به گسترش چهارچوب‌های اقدامات مدیریت ریسک، گزارش ارزش واقعی سالانه و آزمودن میزان پویایی توانگری را نام برد.

سازمان قانونگذاری و نظارت بر بیمه<sup>۲</sup> که در سال ۱۹۹۹ تأسیس شد، نظارت بر صنعت بیمه هندوستان را عهده‌دار بود. به‌طور کلی وجود IRDA و نظارتش بر صنعت بیمه مؤثر است، اگرچه گاهی به‌خاطر برخی روش‌های تأیید محصول مورد انتقاد برخی

1. China Insurance Regulatory Commission (CIRC)  
2. Insurance and Regulatory Development Authority (IRDA)



از شرکت‌های بیمه بوده است. در حالی که کشور چین در حال حاضر گزارش ارزش واقعی را الزامی کرده است (اگرچه نیاز به اعلام نتایج برای عموم نیست) بسیاری از شرکت‌های بیمه هندوستان به طور داخلی در حال بررسی ارزش‌های اقتصادی برای تغییرات سهام در آینده‌اند (به‌طورمثال افزایش مالکیت خارجی یا آی.پی.او).<sup>۱</sup> انتظار می‌رود بعضی از ارزشیابی‌های انجام‌شده به زودی در اختیار عموم قرار گیرد.

هر دو کشور چین و هندوستان محدودیت‌هایی برای سرمایه‌گذاری شرکت‌های خارجی دارند. در حال حاضر کمیسیون قانون‌گذاری بیمه چین برای شرکت‌های بیمه مشارکتی تا ۵۰ درصد و در صورتی که سرمایه‌گذاری خارجی به‌عنوان سرمایه‌گذار استراتژیکی در یک شرکت بیمه داخلی انجام گیرد، ۲۵ درصد حد سرمایه‌گذاری قرار می‌دهد (با حد ۲۰ درصدی برای هر سرمایه‌گذار مستقل). این حد سرمایه‌گذاری در هند به ۲۶ درصد می‌رسد؛ اگرچه مدتی است که صنعت بیمه هند در حال رأی‌گیری برای افزایش این حد سرمایه‌گذاری از ۲۶ درصد به ۴۹ درصد است. این در حالی است که دولت هندوستان ظاهراً با این افزایش موافق است اما هنوز تصمیم قطعی در این مورد گرفته نشده است. تعدادی از سرمایه‌گذاران خارجی پیش از ورود به بازار بیمه هند، منتظر افزایش حد سرمایه‌گذاری بیمه هند می‌باشند، اگرچه با تأخیر در تصویب این قانون بعضی از این سرمایه‌گذاران فکر می‌کنند شاید در انتظار ماندن بیهوده باشد. به‌علاوه اینکه قوانین هندوستان الزام می‌دارد که سهم هر سرمایه‌گذار هندی که عملکردش بیش از ۱۰ سال باشد باید به ۲۶ درصد کاهش یابد. این قانون و امکان افزایش حد سرمایه‌گذاری خارجی در هندوستان بسیار بحث‌برانگیز بوده است.

این امکان وجود دارد که کسانی که در این صنعت سرمایه‌گذاری کلان کرده‌اند، در سال‌های آتی مجبور به فروش و کم کردن سهامشان شوند که این امر منجر به حضور بیشتر سرمایه‌گذاران خارجی و توأم شدن مالکیت خارجی و داخلی خواهد شد.

### ۳. توزیع

به‌علت وسعت جغرافیایی کشورهای چین و هندوستان، اگر شرکت‌ها مایل به حضور در تمامی نقاط این کشورها باشند باید

از شبکه‌های توزیع بزرگی استفاده کنند. در حال حاضر اصلی‌ترین کانال‌های توزیع بیمه زندگی در چین نیروهای انفرادی وابسته به نمایندگی، نماینده‌های فروش گروهی (فروش محصول به شکل گروهی به مؤسسات و شرکت‌های خصوصی)، بانک‌ها و شعبات اداره پست است. در سال ۲۰۰۶، تقریباً ۸۵ درصد از درآمد فروش بیمه زندگی از طریق کانال‌های وابسته به نمایندگی انجام شد که در آن زمان نزدیک به ۱/۴ میلیون نماینده‌های وابسته بیمه زندگی وجود داشته است. در پایان سال ۲۰۰۷، تعداد نماینده‌های وابسته بیمه زندگی به ۱/۷ میلیون افزایش یافت، گرچه سهم فروش تجاری این نماینده‌های وابسته به این دلیل کاهش یافت که بانک‌ها هم مشغول به توزیع این بیمه شدند.

در کشور هندوستان نیز توزیع بیمه زندگی به همین شکل است، یعنی تحت تسلط نماینده‌های وابسته است که در سال مالی ۲۰۰۶-۲۰۰۷ در زمینه ۸۹ درصد از رشته‌های جدید فعالیت داشتند. شرکت بیمه زندگی هندوستان به‌طور تخمینی در حدود ۱/۱ میلیون نماینده مجاز به‌علاوه تعداد ۹۰۰۰۰۰ بیمه‌گر خصوصی داشته است. به‌طور کلی سطح نگهداری و بهره‌وری این نماینده‌ها ضعیف است و در حال حاضر در کشور هندوستان مجوز دادن کارمزد وجود ندارد. قانون‌گذار هندی، شرکت‌های بیمه را ملزم می‌کند تا در شهرها و نقاط محروم منافع و فروش خود را کمتر در نظر بگیرند (به‌خصوص در ارتباط با خانواده‌هایی که زیر خط فقر هستند). این امر مستلزم این است که شرکت‌های بیمه زندگی شبکه‌های توزیع خود را گسترش دهند.

از اوایل دهه اخیر، بانک-بیمه نیز به‌عنوان یک شبکه توزیع مهم بیمه‌نامه‌ها، فروش انواع ابتدایی پس‌انداز، حق‌بیمه‌های یکجا و سایر خدمات بیمه‌ای در کشور چین ایجاد شده است. روابط فروش بین بانک‌ها و شرکت‌های بیمه اغلب در شعبات محلی انجام می‌گیرد، به این معنا که یک بانک ممکن است انواع محصولات را برای شرکت‌های بیمه زندگی به فروش برساند؛ در صورتی که هر شرکت بیمه زندگی، فروش محصولاتش را از طریق چند بانک انجام می‌دهد. در حال حاضر کمیسیون نظارت، به شرکت‌های بیمه و بانک‌ها اجازه می‌دهد تا استراتژی مشتری برای سهم‌بودن در سودشان داشته باشند.

1. IPO

به‌همین نحو به‌دنبال قانون‌های جدیدی که به بانک‌ها اجازه فروش بیمه داده‌اند، بانک- بیمه به‌عنوان شبکه فروش در کشور هندوستان رشد زیادی داشته است. بسیاری از شرکت‌های بیمه خصوصی در هندوستان به‌منظور استفاده از توزیع جغرافیایی شعبات بانک‌ها و حضورشان در بیشتر شهرها، با بانک‌های ملی و منطقه‌ای شروع به مشارکت و همکاری نموده‌اند و در سال مالی ۲۰۰۶-۲۰۰۷ نزدیک به ۱۶ درصد از درآمدشان در بخش خصوصی تنها از طریق فروش بیمه توسط شعبات این بانک‌ها به‌دست آمده است.

اخیراً در کشور هندوستان و چین، بازاریابی مستقیم از طریق تلفن و یا فرستادن بیمه‌گذاران به شهرهای مختلف منجر به گسترش شبکه‌های فروش بیمه زندگی می‌شود.

#### ۴. محصولات

در کشور هند و چین، فروش بیمه پس‌انداز غالب فروش بیمه زندگی بوده است. هر دو بازار، انواع محصولات پس‌انداز سرمایه‌گذاری<sup>۱</sup> و غیرسرمایه‌گذاری<sup>۲</sup> را ارائه می‌دهند. برای بیمه‌های توأم با سرمایه‌گذاری در هر دو کشور تقاضای بالایی وجود داشته است که توسط بازارهای سهامی قدرتمند حمایت شده است (حداقل تا سال ۲۰۰۷).

در هندوستان به همراه فروش این نوع محصولات، ضمانت‌هایی نیز برای سرمایه‌گذاری ارائه می‌شوند و در عین حال محدودیت‌های موجود در استفاده از ابزار مدیریت خطرهای تهدیدکننده بازار، مانع از نوآوری می‌شود، البته به‌نظر می‌رسد ضمانت‌های سرمایه‌گذاری جدیدی وارد بازار شود. در کشور چین هنوز این نوع از ضمانت‌ها در رابطه با این محصولات ارائه نشده است.

در کشور چین انواع بیمه‌های عمومی که از مزیت استفاده از بعضی انواع ضمانت‌ها برای بیمه‌گذاران برخوردار است، مورد استقبال مردم قرار گرفته است. این نوع محصولات در مقایسه با بیمه‌های سنتی از میزان انعطاف و سوددهی بالاتری برخوردارند.

محصولات ریسک‌های حقیقی<sup>۳</sup> (مانند بیمه عمر زمانی یا بیمه بیماری‌های وخیم) سهمی جزئی از فروش را در بازار چین به خود اختصاص داده‌اند. مردم هنوز به‌درستی ارزش این نوع

بیمه‌ها را نمی‌دانند؛ زیرا فقط در صورت مرگ و یا بسته به نوع حادثه بیمه‌شده، پرداخت به بیمه‌گذاران صورت می‌گیرد. متعاقباً در هندوستان محصولات حمایتی<sup>۴</sup> کمتر مورد استقبال مردم قرار می‌گیرد و استفاده از لغت «بیمه» کمی مایوس‌کننده به‌نظر می‌رسد. انواع بیمه‌ها مانند بیمه بیماری‌های وخیم، مرگ تصادفی و همچنین نقص عضو برای برآورده کردن نیاز مردم به بازارهای هندوستان معرفی شده‌اند. بیمه حمایتی به‌عنوان یک بازار مهم در هر دو کشور محسوب می‌شود و بنابراین برای توسعه بیشتر این بازار، بالابردن سطح تحصيلات و آگاهی مشتری مورد نیاز است.

محصولات پیچیده‌تری (مانند محصولات مستمری متغیر<sup>۵</sup> که انواع مختلفی از ضمانت‌ها را ارائه می‌دهند) به شکل میان‌مدت و یا طولانی مدت در هر دو بازار به‌عنوان ابزار پیچیده‌تر بازار سرمایه جهت اهداف مدیریت ریسک و محدود کردن آن در دسترس هستند. این نوع محصولات به‌دلیل ارائه ضمانت‌های مختلف و حمایت از مردم در هنگام متضرر شدن از زیان‌های اقتصادی و سرمایه‌گذاری، از طرفداران زیادی برخوردار هستند.

#### ۵. نگاه به آینده

تاکنون صنعت بیمه زندگی هندوستان و چین تجربیات مشابهی را در زمینه‌های مختلف پشت سر گذاشته‌اند، از قبیل جمعیت زیاد، تبدیل بازار انحصاری بیمه به بخش‌های خصوصی، توسعه چهارچوب‌های زمانی (اگرچه کشور چین اصلاحات تنظیمی بیمه را سریع‌تر از هندوستان به کار گرفت)، کانال‌های توزیع مشابه و انواع محصولات. با در نظر گرفتن رشد اقتصادی قوی، هنوز موقعیت‌های فراوانی در این دو کشور وجود دارد.

با وجود افزوده شدن جمعیت خانواده‌های متوسط در کشور هندوستان و چین، هنوز سطوح نفوذ بیمه‌ای از نظر استاندارد شرکت‌های بزرگ بیمه‌ای پایین است و تعداد زیادی از مردم وجود دارند که با وجود داشتن امکان مالی برای خرید بیمه، هنوز پوشش مناسبی تهیه نکرده‌اند یا اصلاً تحت هیچ پوششی قرار ندارند. شرکت‌ها در حال حاضر برای گسترش دسترسی به شهرهای مختلف، در حال فعالیت و باز کردن دفاتری در نقاط مختلف و دورافتاده کشور و همچنین به کارگیری راهکارهای جدید توزیع برای تسخیر بازارند. به‌طور معمول این چالش‌ها در بازار وجود دارد:

4. Protection Products  
5. Annuity-Type Product

1. Linked Savings Products  
2. Non-Linked Savings Products  
3. Pure Risk Products



است، به دست آورند. شرکت‌های نوپا در کشور چین باید با سرعت بیشتری خود را با بازار تطابق دهند که البته ممکن است به سرعت به نقطه اوج نرسند یا در بعضی موارد صعود این شرکت‌ها بیشتر از چندسال به طول بیانجامد. به همین نحو، در کشور هندوستان نیز شرکت‌های بیمه خصوصی باید در شرایط رقابتی دوام آورده و سعی کنند سود خود را بالا ببرند تا به موفقیت برسند.

توسعه سریع در این دو کشور به طور حتم سرمایه‌گذاران بسیاری را جذب می‌کند. شرکت‌هایی که محیط پرتحرک و در حال توسعه این دو کشور برایشان قابل درک باشد می‌توانند خود را با محیط صورت داشتن توانایی غلبه بر رقبا، جای خود را در این بازار باز کرده و از منافع زیادی بهره‌مند گردند.

#### منبع:

Liu, A, Saunders, M & Russell, D 2008, "China and India: becoming giants in life", Emphasis, vol.2.

- رشد و گسترش رقابت بین شرکت‌های بیمه‌ای (هم شرکت‌های در حال فعالیت و هم شرکت‌هایی که قصد شروع فعالیت دارند)؛  
- رشد رقابت در شرکت‌هایی که خدمات‌رسانی مالی انجام می‌دهند از قبیل بانک‌ها، شرکت‌های فعال در زمینه اوراق بهادار، شرکت‌های اندوخته پس‌اندازهای متقابل و دیگر شرکت‌ها؛  
- ایجاد نیروهای توزیع کارآمد و مؤثر؛  
- کاستن از هزینه‌های لبریز شده.

مدیریت انجام تمام موارد ذکر شده باید در میان بازارهای پویا که در حال حرکت به سوی تغییرات اصلاحی هستند، انجام شود. تمام مسائل ذکر شده جالب و هیجان‌انگیز به نظر می‌رسد ولی کسانی که در این بازارها فعالیت کرده‌اند، می‌دانند که این کار چقدر دشوار است. در بازارهای بالغ و گسترش یافته کارکنان و شاغلین نحوه عملکرد را به خوبی می‌دانند در حالی که در بازارهای نوپا و پویا هنوز این خط‌مشی و قاعده مشخص نیست و در شرکت‌های مشارکتی باید با در نظر گرفتن انتظارات فرهنگی و اقتصادی متفاوت، روابط کاری خود را با شرکا ایجاد کنند. این دو کشور با وجود جمعیت زیاد، با کمبود نیروی کارآمد مواجه هستند که همین امر جذب افراد کارآمد برای پست‌های کلیدی را بسیار پرهزینه و مشکل می‌سازد. این بازارها برای ورود، کم‌هزینه نیستند اما با وجود تمام رقابت‌ها و شکایت‌ها، کسانی که در این بازارها مشغول به کارند در حال پیشرفت و موفقیت به نظر می‌رسند. با وجود تجربه همکاری با شاغلین هر دو بازار، تضاد عقیدتی بسیار جالبی آشکار می‌شود؛ به این صورت که برخی از کارکنان در بازار بیمه چین بسیار طرفدار چین و مخالف هندوستان هستند؛ در حالی که برخی در هندوستان دقیقاً نظر عکس دارند.

شرکت‌های برتر کشور چین توانسته‌اند سود بسیار زیادی را در سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۶ که اوج رشد بازارهای سرمایه‌گذاری نیز بوده