

# 寿险业力推代理人转型 打造专业规划师覆盖多业务领域

证券时报记者 刘敬元

本周三,保险业新“国十条”正式出台,其中提到“加快营销体制改革”。对此,业内人士认为,这为保险业继续探索营销人员转型,确定了制度基础。

证券时报记者获悉,近年来,头部寿险公司在探索打造专业规划师:金融保险规划师、健康财富规划师、养老规划师、财富康养保险规划师、全生命周期规划师……

受访的业内人士分析,从保险代理人到各类规划师,是保险公司围绕客户需求而从供给侧的改革升级,也意味着保险从侧重销售向以客户需求为中心转变。这些规划师的新职业,不仅对代理人能力提出更高要求,也是保险公司综合竞争力的比拼。

## 多种规划师浮出水面

近日,新华保险在全渠道高峰会上宣布,积极构建全生命周期规划师(WLP)培训体系。WLP是该公司在“XIN一代计划”框架下,针对优秀销售人员规划的新发展赛道,使命是围绕客户及家庭的全生命周期保险保障及金融需求,以跨学科、广融合的知识结构,为客户提供人身保障、健康、养老、财富管理和子女教育的服务,为高净值人群提供全生命周期和全财富周期的解决方案。

这是推动绩优代理人向规划师进阶的又一家大型寿险公司,此前数家寿险公司已经行动。

去年,中国人寿宣布启动“种子计划”的新型营销模式布局,建立以“金融保险规划师”为主体的新队伍,为客户提供健康、养老、财富管理多元保障。截至6月末,“种子计划”有序推进,已在24个城市启动试点,并取得初步成效。

平安人寿携手清华大学、北京大学,打造“平安人寿财富康养保险规划师”培养项目,涵盖投资、法律、税务、医学、养老等多个领域。

泰康保险集团打造健康财富规划师(HWP),旨在为客户提供保险、健康、养老和理财的咨询规划服务,帮助客户实现保险和医养实体服务相结合的规划需求。

太保寿险在队伍转型中打造“五年四证”专业能力认证体系,即为保险代理人打造包括健康管理师、养老规划师、财税规划师、传承规划师在内的五年专业培训及职业认证计划。探索独立代理人模式的大家寿也推出“三年六证”专业认证培养计划,包括健康财富规划师、退休养老规划师、家庭财务安全规划师等。

与之类似的,还有太平人寿的“医康



图虫创意/供图 翟超/制图

业内人士表示,保险公司打造各类专业规划师,是在供给端的代理人层面不断进行升级,推动专业化转型;同时也是为了更好地满足客户需求,特别是高净值人群的需求。80后、90后成为保险公司主力客群,他们对保险代理人的专业性要求更高,决策更加理性。而高净值人群近年越发受到保险公司重视。

养经理人”,友邦人寿的“养老规划师”,人保寿险的“TWP保险财富规划师”,财信人寿的“PLP个人寿险规划师”等。

从形式上看,有保险公司的规划师项目面向现有销售队伍,如平安人寿。也有的是新建一个规划师队伍,对其在招聘条件、支持政策上会区别于既有销售队伍,如中国人寿、人保寿险等。

保险学者、北京大学中国保险与社会保障研究中心专家委员会委员朱俊生向证券时报记者分析,每家公司的规划师与代理人之间的差异性都有所不同,但总体上,各类专业规划师是代理人的“升级版”。

## 从侧重销售到以客户为中心

朱俊生认为,保险公司打造各类专业规划师,是在供给端的代理人层面不断升级,推动专业化转型;同时也是为了更好地满足客户需求,特别是高净值人群的需求。80后、90后成为保险公司主力客群,他们对保险代理人的专业性要求更高,决策更加理性。而高净值人群近年越发受到保险公司重视。

“从保险代理人到规划师身份的转变,其实是从原来侧重销售的保险服务模式,转变为以客户的全生命周期风险管理及财富管理需求为中心,以专业价值和长期陪伴为特色的保险综合服务模式的转变。”普华永道中国金融行业管理咨询合伙人周瑾向证券时报记者分析,这也是顺应保险行业以客户为中心转型和高质量发展要求的必然趋势。

周瑾认为,这一转变,对代理人队伍的素质、能力和专业价值都提出了更高的要求。以前简单靠缘故关系和营销话术的销售,显然已经不能满足客户的专业需求。规划师必须具备经济、金融与风险管理的专业知识,还需要就客户关心的资产配置与财富规划、健康管理及养老安排,乃至税务筹划、家族财富传承等需求,提出有价值的专业建议,才能吸引和留住客户,并通过伴随式的专业服务,达到客户需求满足和客户价值挖掘的双赢目标。

## 为提升综合实力赋能

推动代理人走向专业规划师,保险公司需要有配套的支持政策,既要

赋能代理人专业,也要打通康养生态等各类服务资源,为代理人搭建更好的资源平台。

在周瑾看来,对保险公司而言,打造规划师的模式,需要改变经营模式和理念,修改基本法与考核标准,提升队伍的专业技能,配备数字化的平台工具。对于高端策略的保险公司,还可能通过独立品牌与文化的塑造、荣誉体系的设计,针对性的产品与服务配套,以实现差异化的竞争。

有别于现有队伍,中国人寿的“种子计划”有新定位、新架构、新制度、新营销、新赋能、新发展。其中,新架构是指营销组织架构从多层次向扁平化转变,从一人多职向专业专注转变。新制度即通过在激励导向、考核管理、人员准入、产能驱动、业务品质、发展诉求六大方面的改革优化。

在生态资源方面,以中国平安为例,在“综合金融+医疗养老”战略布局持续深化。据中国平安半年报,截至2024年6月末,2.36亿名的平安个人客户中有超63%的客户同时使用了其医疗养老生态圈提供的服务;居家养老服务覆盖全国64个城市,累计超12万名客户获得居家养老服务资格;高品质康养社区项目已在5个城市启动。

新华保险董事长杨玉成在中期业绩发布会上提到,保险公司的业务表面上看是每一家公司的代理人在前线销售保险产品,但实际上比拼的是背后每家公司的综合竞争实力。他表示,“以客户为中心”的战略不是简单的一句话,而是全方位的系统工程,从产品竞争力的提升到客户服务生态圈的打造,还涉及科技、运营、赔付等。近日,该公司在产品、客户服务、运营服务、康养、培训五大维度发布新计划,赋能发展。

在朱俊生看来,保险公司推动代理人的专业化升级,不仅仅体现在打造规划师本身,还要在整个代理人队伍上着手,例如更好地进行利益分配,升级培训体系,帮助新跨入保险业的人才留存,以便进入“队伍专业提升、客户服务更好、保险公司业务发展”的良性循环。

## 交通银行深圳分行:绿色金融助力零碳智慧园区建设

在国家“双碳”战略目标的指引下,智慧能源产业迎来重大发展机遇。交通银行深圳分行扎实书写“绿色金融”大文章,积极助力零碳智慧园区建设,为能源产业绿色转型贡献金融力量。

某能源集团是该领域的龙头企业,近年来大力发展以零碳智慧工业园区为主导的智慧能源业务,在全国区域建立了“源网荷储”一体的综合智慧能源供应体系。针对零碳智慧园区建设项目主体多为新成立公司、

# 多地区布局耐心资本 总投入已超5000亿元

证券时报记者 刘艺文

多个地区多行业正在积极布局耐心资本,瞄准核心技术或者产业链。

据证券时报记者粗略统计,截至目前,上述投资总规模已超过5000亿元。

## 工行中行出手

近日,国家能源集团和工商银行共同成立的北京国能工融强链股权投资基金(有限合伙)完成中国证券投资基金业协会备案,首期150亿元正式落地运营。

该基金是国家能源集团联合工商银行以“产业+金融”方式落地的百亿级大基金,也是国务院国资委2023年出台《中央企业基金业务管理暂行办法》以来完成备案的首批产业基金。基金规模300亿元,首期规模150亿元,国家能源集团所属国华投资出资30%,工商银行所属工银金融资产投资有限公司出资70%,国华投资资管公司担任基金管理人。

据悉,该基金定位于产业控制,通过聚焦新能源、煤化工、铁路运输、港口与航运、火电等国家能源集团产业链,积极寻找优质资产并购机会,股债联动优化项目资本结构进行投后赋能,强化国家能源集团产业链一体化运营优势,保障国家能源安全。

中国银行300亿元科创母基金成功落地。8月16日,中国银行旗下中银证券成功完成科创母基金签约,这是国有大型商业银行中首个成功推进设立的科创母基金,为当前科技创新一级市场注入新动力,为提高耐心资本供给探索出一条新路子。

中银科创母基金由中国银行旗下中银证券担任发起单位和管理人,联合地方政府、产业龙头分批分期设立,引导更多市场资源投入,投小、投长期、投硬科技。

## 湘沪等地已在布局

近日,湖南省政府召开金芙蓉投资基金新闻发布会,宣布组建规模达3000亿元的湖南省金芙蓉投资基金。金芙蓉基金将统筹整合省市县三级财政及国企基金,以此撬动社会资本,形成集成化、规模化、体系化的基金矩阵。

据悉,湖南计划用3年左右时间,省财政累计出资约240亿元,协同联动该省属国企出资约800亿元,带动市县加大投入,引导撬动社会资本,规模最终达到3000亿元。据华声在线消息,金芙蓉基金

有五大投向:一是产业引导,重点支持“4×4”现代化产业体系建设;二是科技创新,重点支持投早、投小、投长期、投硬科技;三是基础设施;四是社会发展;五是围绕省重点工程、重大项目,通过“一事一议”设立重大项目专项基金。

9月初,广州工投资控股集团有限公司与广东恒健投资控股有限公司举行战略合作框架协议签约仪式。双方拟合作设立规模100亿元的广州新质生产力产业高质量发展基金,综合运用并购、重组等多种方式开展业务合作,通过与资本市场的对接,实现产业和金融资本的高效融合,支持上市公司高质量发展。

广东恒健投资控股有限公司是广东省委、省政府重大战略投资平台和省级国有资本运营公司,投资覆盖新能源、生物医药与健康、新一代电子信息技术、人工智能、高端装备制造等十余个战略性新兴产业,服务省重大战略部署取得积极成效。

稍早前的7月26日,上海三大先导产业母基金正式启动,包括集成电路、生物医药、人工智能母基金以及未来产业基金,总规模1000亿元。更早前7月3日,江苏首批14只、总规模506亿元的产业专项基金在江苏高科技投资集团集中签约,标志着江苏省战略性新兴产业母基金由组建阶段进入实操阶段。

## 基金存续期长达15年

8月底,江苏苏州生物医药产业专项母基金(有限合伙)成立。据披露,该专项母基金目标规模60亿元,由苏州高新子公司苏州新投资管理有限公司、苏州医疗器械产业发展集团有限公司,以及苏州苏高新集团共同作为有限合伙人参与设立。

该专项母基金存续期15年,其中投资期7年,退出期8年,延长期2年。较于基金存续期最常见的是“5+2”模式,该专项母基金存续期达到15年,这意味着江苏省战略性新兴产业母基金欲做“耐心资本”。

9月7日,在2024浦江创新论坛开幕式上,上海宣布将组建目标规模100亿元的未来产业基金,以政府引导的方式投早、投小、投长期、投硬科技,同时做耐心资本,长周期布局,存续期达15年,构建接续投资生态。风险容忍方面,未来产业基金遵循科技创新规律,坚持市场化运作,宽容失败,尽职免责。

# 11家主要银行理财子公司 8月规模增长约2260亿

证券时报记者获悉,11家主要银行理财子公司存续理财规模,继7月环比增长1.18万亿元之后,8月份增长约2260亿元至19.61万亿元。这表明,这11家理财子公司的存续理财规模环比增速由7月份的6.5%,降至8月份的1.16%。

值得注意的是,在居民财富持续净流入背景下,银行理财子公司2万亿元规模的阵营面临扩

容。数据显示,信银理财、工银理财、农银理财8月末规模均已超过1.9万亿元,即将站上2万亿元关口;中银理财规模也即将接近1.9万亿元。对于国有银行理财子公司阵营来说,这是时隔近2年多家国有银行理财子公司从峰值2万多亿元退下之后,重返此关口最近的一次。

(刘筱筱 谢忠翔)

# 保险代理人 减量已企稳提质在加速

证券时报记者 杨卓卿

经过漫长的“清虚”,上市险企代理人数量终于呈现止跌企稳之势。

证券时报记者统计发现,截至2024年6月末,中国人寿、平安人寿、太平人寿、太保寿险、新华保险、人保寿险六大上市系寿险公司代理人数量合计达160.06万人。在半年时间里,已缩减了5.79万人。可供对比的数据是,2023年上述六大险企保险代理人减少38万人。

具体来看,率先企稳的是“寿险一哥”中国人寿,上半年其个险销售人力从63.4万人减少至62.9万人,6个月仅减少0.5万人,缩减比例0.8%;截至6月末,平安寿险个人寿险销售代理人数量为34万人,半年时间减少0.7万人,比例约2%。太平人寿、人保寿险及太保寿险代理人数量半年之间缩减比例分别为3.03%、7.66%及8.04%。新华保险减少幅度更大,上半年流失1.6万代理人,缩减比例10.32%。

放宽到全行业,保险代理人减量放缓亦有数据支撑。行业观察数据显示,截至2024年6月末,人身险公司个险营

销员人数为262.03万人,同比下降12.86%,降幅较去年同期收窄9.65个百分点。不仅如此,代理人销售队伍质态也在持续改善,个险渠道人均新单产能为10.16万元/人,同比提高1.57万元/人。

透过上市险企样本,可以看到代理人质效提升更明确的数据指征。据中国平安披露,个人渠道方面,2024年上半年平安寿险新增人力中“优+”占比同比提升10.2个百分点。此外,上半年平安代理人人均月收入达11962元,同比增长9.9%。其中,人均寿险月收入9608元,同比上升10.8%,代理人渠道新业务价值增长10.8%,人均新业务价值同比增长36%。

另据中国太保半年报,上半年太保寿险营销员月均绩绩率73.8%,同比提升4.1个百分点;月均核心人力6万人,同比增长0.8%;核心人力月人均首年规模保费为6.46万元,同比增长10.6%;核心人力月人均首年佣金收入8219元,同比增长4.2%。

此外,太平人寿上半年代理人渠道新业务价值为181.06亿元,同比增长10.8%;代理人人均新业务价值同比增长36.0%;寿险代理人人均月收入

9608元,同比增长10.8%。

目前,一些业界人士对保险代理人队伍是否企稳仍持谨慎看法。从行业内看,寿险产品预定利率持续调整,“报行合一”全面深化,个险渠道也将受到影响,代理人或面临一定压力。从外部看,保险市场需求更加多元、个性化,对代理人的专业性要求更高。

实际上,保险代理人队伍自2019年触达910万人的高位后逐年下滑,至今总量已不足300万人。这5年间,诸多险企不遗余力地推动各项代理人改革,优化队伍结构,打造“精英战术”,主动引导代理人生态的破局与重塑。

如今,保险代理人队伍迎来越来越多高素质、高绩效的专业人士,“清虚”、优增、优育环环相扣。正如中国太保集团总裁赵永刚所言,核心人力是代理人队伍常态经营和管理的基准,核心人力的质态稳固是代理人队伍基石稳定的关键因素。

经过数年大浪淘沙的保险代理人,有更强的潜力与韧性直面挑战,推动个险渠道进一步高质量发展。在此过程中,代理人的自我实现感与职业荣誉感也将逐步提升。