

朋友圈里的保险营销： 聊天后3个营销员发来保险方案

■本报记者 冷翠华

新型冠状病毒引发的肺炎疫情已经持续了一个多月的时间。800多万保险营销员尚不能面对面展业，业绩和收入双双下滑。疫情考验之下，保险营销员有的暂缓了换房计划，有的趁着闲暇继续休假，有的忙着和老客户联系、寻找挖潜的机会，有的忙着转型线上寻找客户、学习知识、提高专业水平……

近期，《证券日报》记者采访了不同险企的5名保险营销员，倾听他们的故事，以及他们讲述的保险营销员群体“众生相”。整体来看，从业时间较长的保险营销员面对短期的压力尚能自如应对，但对于800多万的营销员群体而言，个体的差异巨大，相同的愿望则是疫情早日散去，可以与客户面对面“聊聊闲天，说说保险”。

有营销员暂缓生活升级计划

刘晨(接受受访者意愿，文中保险营销员姓名均为化名)是某大型中资人身险公司的保险营销员，从业已有12年，随着积累的客户越来越多，收入稳步增长。不过，这个2月，她感受到浓浓的寒意：“新增收入太少了，大家压力都挺大的，线上展业绩效要差一些，业绩明显下滑。”

据刘晨介绍，去年就计划春节后换一套房，计划改善居住条件，现在不得不缓一缓。一方面，疫情时期出门看房不方便，另一方面，收入大幅下降。“短期收入下降影响不大，不过未来的不确定性让大家担忧，不能出去见客户，就很难成交保单。”刘晨说道。

其实，刘晨所说的保单是指主要依赖线下销售的长保单，这种产品一般是长期险，保险期间长、保额大、保费高，所以消费者购买会更加慎重，一般也需要保险营销员专门约时间面谈、成交的可能性才大。

“面对面的交流很有必要，沟通会更投入，同时，客户能看见我本人、我的表情、我的肢体语言，双方沟通的时间会更长，生活化的内容和工作的内容交叉在一起，交流起来更容易，客户对保险营销员的感知也会更加具象。”某外资人身险公司保险营销员晓莉对记者说。

值得注意的是，在疫情期间，部分保险产品的销售并未受到很大影响，



王琳/制图

如短期医疗险。这类产品一般保险期间短、保费低、保险责任单一且明晰，日常销售是线上线下同步推进。目前，保险营销员主推的产品也是这一类产品，但他们必须面对的问题是，这类产品本身保费低，营销员的佣金提成很少。

对于刘晨和晓莉这样的“老”保险营销员而言，短期收入受疫情影响尚可应对自如，毕竟还有续期佣金以及老客户的再开发作为支撑，但对于入职不久的“新”保险营销员而言，其面临的困难就大很多，续期佣金少、难以开发新客户，收入没有保障。在采访中，记者了解到，保险营销员脱落是常态，保险行业营销员大进大出的现象已有多年。

在采访中，还有保险营销员表达了另一层担忧：本身在互联网快速发展环境下，险企的很多销售已经线上化，疫情环境更是有加速这一进程的趋势，对于保险行业而言，加速线上布局，是转危为机的一大重要途径，但对于保险营销员而言，恐怕挑战大于机遇。

事实上，今年五大上市险企的开门红大数据也在一定程度上反映了保险营销员面临的难题。1月份，5家上市人身险公司原保险保费收入呈“两升两降一平”的格局，保费增速较高的险

企主要是由于开门红启动时间早，受疫情影响小，其他的则有所下降。目前，2月份保费数据尚未发布，但业界普遍预计将大幅下滑，相应的，保险营销员的收入也会下降。

坚信长期需求和专业力量

尽管有不少困难，但多数保险营销员也看到了积极的一面，最让他们保有信心的是，经过此次大疫，人们的保险意识空前提高，相信疫情之后，当营销员对人们谈保险的时候会得到更多的理解，目前暂时无法推进的工作也将逐步理顺。

“到那时，肯定会忙起来，跑起来，收入也会涨上来。”一家中型中资人身险公司保险营销员陈霖表示，她说虽然近期没有签单长期保单，但当自己致电客户时对方倾听的意愿更强，只是做决定尚需时日，或者需要线下见面再次沟通助一把力。

“无论是保险营销员的直观感受，还是业内分析人士的预判，未来，我国保险需求都将大幅提升，尤其是健康险产品，其发展前景被广泛看好。同时，随着我国对外开放力度的进一步加大，近两年外资险企布局中国力度空前，也说明其对中国保险市场前景的看好。

另一名营销员俞桐则对记者强调，要相信专业的力量，目前无法线下展业，不过放慢节奏也是难得的时光，可以静下心来思考发展的路子，学习知识，提升专业度，不仅要会卖保险，而且还要会理财和保障方案的设计，提升服务水平，甚至可以成为客户重要的朋友。

记者约访俞桐时，他尚在外国度假，正要参加一个电话会议，后来，他告诉记者：“昨晚，刚刚通过电话和微信和两个客户成功签单。”俞桐表示，虽然身在国外，但借助发达的通信工具，参加会议、部署工作、销售保险，都不会耽误，不过，他也坦承，线上销售仍然以简单产品，复杂长期产品的销售还是得依靠线下沟通。

俞桐表示，近期虽然没有拜访客户，但是通过微信群已经组织了3次线上产品说明会，通过新型的展业方式，也收获了不错的效果。“其实，客户和我們都在逐渐改变，大家都在适应，随机应变是我们最重要的能力之一。”

值得一提的是，采访完之后，记者也收到了3位保险营销员发来的保障方案，还有1位营销员给记者发来微信消息：“我们的产品性价比很高，有机会见面为您介绍。等疫情过去，春暖花开，约您一起喝茶。”

手机银行房贷利率转换未找到入口 IOS系统更新“慢了半拍”

■本报记者 彭妍

按照央行规定，3月1日起金融机构应启动存量房贷定价利率基准“换锚”工作，并于今年8月底前完成。2月29日，多家银行推出房贷利率切换细则，考虑到疫情的影响，各大银行均鼓励线上操作，客户可通过手机银行和网上银行等线上渠道办理贷款利率基准转换业务。

近日，《证券日报》记者咨询了多家银行的客服人员并且下载了多家银行手机银行APP进行体验发现，虽然各家银行线上业务已经开展，部分银行在网站等显眼位置推出线上操作流程，但实际客户在使用中可能遇到无法转换完成的情况。记者了解到，这可能与APP版本有关，IOS系统的部分银行APP要等版本更新后才能进行利率转换操作。

部分银行APP未及时更新

近日，多家银行均在其官网上发布公告称，于3月1日起启动存量浮动利率个人房贷定价基准转换为LPR的工作。

事实上，银行对此次个人住房贷款利率转换可谓非常重视，多家银行在官网最突出页面列出了转换方法。疫情期间，手机银行无疑是办理业务的最佳选择。记者发现，不少银行也在其官网上，图文并茂的介绍了手机端的详细操作流程(包括IOS和安卓的操作流程)，但是在部分银行APP中，按流程操作后未找到进行LPR利率转换的相关入口。

记者了解到，这是因为部分银行操作流程已公布，但是APP尚未更新所致。据了解，大部分手机银行APP，无论是安卓还是苹果操作系统均可办理转换，但是需升级到最新版本。有某大行行的客服告诉记者：“IOS系统的APP还没有更新，可能还要等几天，手机银行办理这个业务，目前只能通过最新版的安卓系统手机银行进行贷款利率转换操作。”

《证券日报》记者随后尝试用安卓手机登录最新版的上述银行APP，进入贷款模块，点击“房贷利率转换”，则可进入

到利率转换页面。在进行利率转换时，记者发现需要操作变更的要素有两处，一是利率转换方式(可选择LPR浮动利率或固定利率)，二是重定价日(可选择放款日期对应日或每年1月1日)。

另外记者发现，近期银行APP密集更新，也主要是围绕新增利率转换模块展开，如建设银行在3月2日，上线了4.3.2版本。其重要更新便是“贷款频道新增房贷利率转换功能，支持客户进行房贷利率变更调整”。3月2日中行更新的APP版本中，新增了贷款LPR利率转换功能。

此外，记者还收到该行的短信提示：“电子渠道办理房贷利率转换操作流程：1.手机银行(限签约客户，需客户端4.3.2或更高版本)：进入“贷款-房贷利率转换”菜单操作。2.个人网银(限网银盾客户)：进入“贷款服务-房贷利率转换”菜单操作。另外，如您的贷款有共同借款人，则需所有借款人通过手机银行或个人网银办理转换且选项一致才会生效。”

客户称“线上体验很好”

客户对于通过手机银行APP端办理贷款利率转换是否满意呢？记者采访了部分有房贷贷款的客户。从调查的结果来看，记者发现，大部分客户对于使用手机银行APP办理比较满意。

一位在某国有大行有房贷业务的客户在接受《证券日报》记者采访时表示，“通过线上渠道办理贷款利率转换很方便，只要在部分APP就可以一键操作，全程下来几分钟就可以办理完，快捷方便，关键是不需要在疫情期间去银行网点办理。”

为了让客户有更好地体验，不少银行进行了快捷安排。某银行的客户经理对客户表示，在该银行手机银行APP的首页滚动页面上，就有LPR一键转换功能，在转换渠道上，通过路径“全部-贷款-利率基准转换-一键转换”进行相关操作即可完成。

同时，记者在咨询部分银行客服时注意到，多家银行直接将LPR利率转换业务咨询作为单独项设置在电话银行各业务选项最前面，客户可直接快捷咨询该项业务。

上周基建类信托募资环比增近1倍 平均收益率近8%直追房地产信托

■本报记者 邢萌

近两日，资本市场大基建板块持续走高，领涨A股。事实上，在集合信托市场上，上周基建产业信托预热已然开始，募资规模超20亿元，环比增幅近100%；产品收益率约8%，直追房地产信托收益率。

今年以来，基建产业信托持续火热，1月份2月份的发行规模占比均超过去年同期水平，这也反映出信托公司加大了此领域的布局。作为信托公司重要的传统业务，基建产业信托是信托公司参与基础设施建设的主要途径，今年基础设施建设有望迎来更大力度的政府支持和资源倾斜，基建产业信托或将迎来持续爆发，同时信托公司也应注重探索挖掘新基建业务模式。

基建类信托平均收益率近8%

在过去的一周里，集合信托市场明显回暖，募资数量及规模显著上升。用益信托数据显示，上周共有127款集合信托产品成立，数量环比增加58.75%；募集资金166.13亿元，环比增加177.58%。用益信托分析称：“募集规模大增的原因，一是近期市场流动性较为充裕，加上信托公司复工进度较好，集合产品的募集有被疫情压抑后的反弹，二是信托业正响应监管层的号召，积极地成立专项纾困计划，为实体经济提供资金支持。”

从信托资金投向领域来看，在募资规模上，据统计，上周金融集合信托募集资金54.44亿元；工商企业信托募集资金26.26亿元；基建产业信托募集资金22.04亿元，环比增加98.84%；在平均收益率上，工商企业信托(8.87%)、房地产信托(7.96%)、基建产业信托(7.92%)位列三甲。基建产业信托表现突出，募资规模增幅接近翻倍，平均收益率也接近8%。

实际上，今年来基建产业信托持续火热。“我们统计数据发现，今年1月份2月份基建产业类集合信托分别发行653.76亿元、383.03亿元，占整个集合信托产品的比分别为32.43%、27.14%，去年同期占比仅有22.71%、22.01%，这说明今年以来信托公司明显加大了基建产业类产品的布局。”用益信托研究员

帅国让向《证券日报》记者分析道。

作为三大与实体经济密切相关传统业务之一，基建产业信托具有明显的政策优势。帅国让认为，在“房住不炒”的基调下，房地产信托发展受限；经济增速换挡，实体经济增速放缓也带来了资产质量的下滑，工商企业类项目信用风险加大；近期，7省份推出25万亿元的重点基建项目，基建投资成为了经济稳增长的有力抓手，基建产业信托发展优势明显。

应探索更多新基建业务模式

疫情当下，基建被机构普遍认为是恢复生产、拉动经济增长的重要抓手。中银国际证券研究表明，预计疫情影响下逆周期调节政策节奏比原来预想的要加快，力度要加码。就财政政策而言，发行地方政府专项债，提升基建投资是见效最快的方法。基建作为经济托底的主要手段，其重要性在当前的环境下进一步凸显。

然而，近两年来地方平台债务违约事件逐步增多，也需警惕政信平台项目风险。资深信托研究员袁吉伟对《证券日报》记者分析称，当前基建产业信托具有资金期限短、融资成本高、高度依赖政府信用的特点，与基础设施建设的期限和投资回报率并不相匹配，需要不断滚动借新还旧才能维持下去。庞大的债务规模累积以及较高的融资成本正在逐步加大地方财政压力，部分债务集中偿付时期，容易出现流动性风险。

从信托资金投向领域来看，在募资规模上，据统计，上周金融集合信托募集资金54.44亿元；工商企业信托募集资金26.26亿元；基建产业信托募集资金22.04亿元，环比增加98.84%；在平均收益率上，工商企业信托(8.87%)、房地产信托(7.96%)、基建产业信托(7.92%)位列三甲。基建产业信托表现突出，募资规模增幅接近翻倍，平均收益率也接近8%。

袁吉伟对记者表示：“今年基建投融资需求较旺，对于基建产业信托形成支撑，新产品发行仍会较快。与此同时，中央加强地方债务管控政策延续，将限制传统政信业务发展速度，本轮基建投资中新型基建占比很大，这是新业务领域，之前信托公司参与不多，需要探索可行的业务模式。”

把脉A股3月份走势 有券商称全年绝佳配置时机来临

■本报记者 周尚任

A股在高成交额下波动加大，3月份市场走势如何颇受投资者关注。近日，各大券商也快速推出了3月份的金股名单及市场研判观点。

《证券日报》记者注意到，3月份，券商推荐金股的步调相当一致。截至《证券日报》记者发稿时止，已经有20家券商推荐了182只3月份金股，中兴通讯被8家券商联合推荐；先导智能、顺丰控股则分别被4家券商联合推荐，完美世界、三七互娱、宁德时代等8只金股同时被3家券商联合推荐，TCL集团、世纪华通、迈瑞医疗等17个股被2家券商联合推荐。

中兴通讯无疑成为3月份券商金股中“最闪亮的星”，共被中泰证券、国

金证券、太平洋证券、方正证券、安信证券、国盛证券、东吴证券、国信证券8家券商联合推荐。国信证券给予中兴通讯的推荐逻辑为：“2020年全球都将进入5G建设高峰期，公司是通信主设备龙头厂商，确定性受益；公司定增落地，筹集约115亿元资金，全面加强5G研发和项目落地；研发积淀雄厚，产品技术保持领先。”

目前A股在高成交额下震荡加剧，在3月份市场研判方面，一部分券商认为当下无需过度乐观，亦无需过度悲观，后市大概率进入高波动区间，成长股或有上半年最后一次冲刺，消费及顺周期板块已经可以开始布局；也有部分券商认为3月份市场将进入全年绝佳的配置时机。

兴业证券首席策略分析师王德伦表示，随着前两个月市场的逐步上涨，部分投资者开始幻想出现2015年“水

牛”、“杠杆牛”的极度亢奋情绪。但当下无需过度乐观，亦无需过度悲观，短期不确定性因素逐步消除回归常态后，A股长牛仍将稳步健康前行。这个阶段，投资者可以结合年报、一季度“去伪存真”，积极布局“好赛道”，精挑细选“好股票”。

太平洋证券认为A股在此次疫情中为领先指标，“刺激预期强化+正反馈打断+成长行业景气度”仍在的三个驱动下，后市大概率进入高波动区间，成长股或有上半年最后一次冲刺，消费及顺周期板块已经可以开始布局；也有部分券商认为3月份市场将进入全年绝佳的配置时机。

中信证券的观点最为积极，认为3月份市场将进入全年绝佳的配置时

机。首先是疫情在中国境外蔓延延期，但全球资本市场已出现较为充分的调整；其次是国内经济进入快速恢复期，政策层加码，复工复产开始爬坡，预计4月份将接近正常水平。对A股市场而言，科技股将进入业绩和估值的校准期，个股将走向分化，优质科技白马将最终胜出。

而在配置方面，多家券商均认为科技板块出现了较高的配置价值。东吴证券认为，顺周期或有短期轮动，但科技板块仍将是风格主线；顺周期板块中，与工业生产关联度高的领域或有短期轮动机会，如水泥、工程机械等；科技仍是未来1个月到2个月的市场主线，流量基建链、云计算、车联网、医疗信息化、网络安全等等5G应用端值得布局。

助实体、保民生、战“疫”情 金融机构在行动系列报道之六

银行发行超400亿元专项同业存单 精准对接疫情防控和民生保障贷款

■本报见习记者 余俊毅

疫情面前，金融机构发行各类防疫专项债券募集资金，投向并支持防疫相关企业。《证券日报》记者根据东方财富Choice梳理发现，截至3月3日，共有84家银行在全国银行间市场完成了89单防疫专项同业存单的发行，发行规模合计达412.3亿元。

中国民生银行首席研究员温彬对《证券日报》记者表示：“银行发行防疫专项同业存单，一方面可以缓解目前的负面压力，利用银行间市场补充资金来源。另一方面将专项资金用于支持防疫相关企业，增强金融服务能力。”

银行密集发行防疫同业存单

自疫情发生以来，银行业响应监管部门政策号召，通过各种融资工具来募集防疫专项资金进行金融抗“疫”，支持相关企业的资金需求。商业银行发行债券方面，目前主要通过防疫专项同业存单募集资金支持战“疫”。

《证券日报》记者根据中国货币网信息统计发现，截至3月3日，共有84家银行在全国银行间市场完成了89单防疫专项同业存单的发行，发行规模合计达412.3亿元。

在84家银行中，包括了国有大行、股份行、城商行和农商行。值得注意的是，中小银行此次发行防疫专项同业存单积极性非常高，截至目前，共有36家城商行、31家农商行成功发行了防疫专项同业存单，合计发行规模达136.2亿元。

温彬对《证券日报》记者表示，银行发行防疫专项同业存单的动力来源于两个方面：一是，今年1月M1零增长，受疫情和季节因素影响，企业存款增长乏力，发行同业存单增加同业负债有助于缓解银行当前资金压力；二是，发行防疫专项同业存单的专项资金，提高银行为疫情防控和实体经济服务的力度。

《证券日报》记者梳理发现，国有大行的防疫专项期限基本都是三个月，股份行、城商行、农商行的防疫存

单期限一般都在六个月以上。有业内人士表示，国有大行发行的存单期限较短，是因为国有大行本身对同业资金依赖度高。

专项同业存单利率普遍偏低

从发行利率情况来看，84家银行发行的同业存单利率从2.2%到3.1%不等，防疫存单利率明显低于同期限普通同业存单利率。目前，国有大行和股份行发行的三个月期防疫专项利率都是2.2%。记者发现，其中有多家股份行在此期间发行的三个月普通同业存单利率是2.35%左右，比防疫存单高15个基点(BP)。

如招行2月19日发行的一年期防疫存单利率是2.5%，而2月18日该行发行的一年期普通存单利率是2.65%。

温彬对记者表示，防疫专项同业存单利率低于其他同业存单的平均利率水平，一是因为近期央行不断加大公开市场操作力度，市场资金相对充裕，市场利率整体下行，二是金融机

构积极落实监管要求，加大对疫情防控和复工复产的支持力度，配置防疫同业存单的需求旺盛，带动利率下行，低成本筹措资金有助于银行对疫情防控相关企业提供优惠利率贷款，降低实体经济融资成本。

从发行规模来看，截止到目前的防疫存单中，建行和民生银行发行的规模最大，分别为37.5亿元和37.9亿元。值得注意的是，建行是国有大行中首家在全国银行间市场成功发行防疫专项同业存单的银行，存单投资者涵盖政策性银行、国有大型银行、农村商业银行、基金产品和保险产品等。建行方面表示，会加大对中小金融机构的资金支持，优先满足疫情地区金融机构的流动性需求。

民生银行方面表示，募集资金专款专用，精准对接疫情防控和民生保障行业的贷款投放，主要为医疗器械生产、生活物资供应相关的民营企业提供融资保障，重点投向湖北等疫情影响严重区域。