

《2020中国保险中介市场生态白皮书》揭开保险营销员生存现状面纱

# 900万保险营销员众生相：仅三成月入过万元 逾四成不足6000元

■本报记者 苏向泉

近期,人身险公司又开始备战2021年的“开门红”,新一轮增员开始了。各大招聘网站已贴上险企各种“高薪招聘”的信息,让一些欲年底换工作者跃跃欲试。保险营销员群体的实际生存状态是怎样的?真像招聘信息中所说的那样“轻松月入过万”吗?

近期,由北京大学汇丰商学院风险管理及保险研究中心和保险行销集团保险资讯研究中心联合发布的《2020中国保险中介市场生态白皮书》(以下简称“白皮书”)揭开了保险营销员目前生存状态的面纱:只有31.04%的受访者月收入超过1万元,有68.96%的受访者月入不到1万元,其中,超过四成人不足6000元。

今年以来,受突发疫情冲击,不少保险营销员的收入在年初就受到一定影响。保险行业一度转向线上展业,保险营销员也经历了从线下向线上的转变,直播、短视频等渠道渐成营销员线上展业增收的新途径。但随着疫情逐渐得以控制,近期有不少保险从业人员向《证券日报》记者透露,目前营销员的展业情况已恢复到疫情前的状态了。同时,突发疫情对居民的投保热情也有一定刺激,带动了保险营销的复苏。

## 1.72%营销员月收入超5万元

保险营销员的数量从2014年以来快速增长,自2017年突破800万人后,在2019年进一步突破900万人,达到912万人。保险营销员已成为国内金融子行业中从业人数最多的群体。

从发展趋势看,自突破800万人后,保险营销员数量同比增速明显放缓,各险企的增员策略也开始从“数量增长”向“质量增长”转变,不少人身险公司开始强化对保险营销员的管理,并注重对营销员均保费、长期交保费等高价值业务展业能力的考核。

目前,保险营销员展业保费,即个险保费收入,仍是人身险行业发展的基石。因此,这一群体的生存状态直接关系到保险行业的长远发展。

从大家最关心的保险行业收入情况来看,上述白皮书调研了来自中国18个省、4个直辖市、3个自治区的69个城市的45家保险机构营销团队的12687个有效受访者。从调研情况看,大部分保险营销员的年保单完成数相对较少,月收入水平仍然较低,但与往年(文中的同比数据均为今年调研时段与去年同期调研时段的对比数据,下同)不同的是,今年保险营销员的高收入者占比较去年略有提升。

整体来看,约40%的受访者年完成保单数为12-24件(即平均每月出一单到两单),占比最大。而营销员月收入



的主体区间集中于3000元-6000元,约占31%。月收入2万元以上的占比12.22%,比去年提升2.6个百分点;月收入5万元以上的也提升0.3个百分点,占比1.72%。

2019年元旦前夕,监管发布了《财政部税务总局关于个人所得税法修改后有关优惠政策衔接问题的通知》(财税2018[164]号文)。随着该通知的落地,中低收入水平的保险代理人个税税负大幅下降。以代理人每月收入1万元为例,在税后收入年缴个税至少减少1.1万元,该政策对营销员收入的影响颇为显著。

从目前保险营销员从业构成来看,保险营销员队伍仍以女性为主,占比73%;男性只占27%。保险营销员的学历以大中专为主,约占40%;本科及以上学历的保险营销员从2019年的22.76%提升到2020年的26.97%。

此外,随着寿险公司“大城市战略”的推动,保险营销员的工作地域开始向省会城市集聚,达到54.46%,比2019年高出11个百分点。2020年,省会城市和直辖市共吸纳72%的保险从业人员。从年龄上看,25岁-45岁的保险营销员占据主体,占比近75%。

## 保险营销员转向线上营销

突发疫情在催化消费者投保热情的同时,也加速了保险营销员群体展业方式的变革及展业技能的提升。

根据白皮书调研结果,受疫情因素影响,在营销员的五种常态获客渠道(转介绍、缘故、陌生拜访、网络渠道、其

他)中,只有缘故(熟人获客)与网络渠道占比相对去年有所提升。特别是网络获客,已从2019年的14.3%上升到2020年的17.1%,反映出保险营销员群体应对疫情所造成的社交疏离,从线下向线上转型的努力。

慧择副总裁宋号盛对《证券日报》记者表示,疫情导致生产生活骤降,经济下行压力加大,家庭收入减少,影响了普通消费者在长期人寿和健康保险产品上花钱的意愿。但互联网保险因其方便、快捷、易接触、性价比高等特点,吸引了越来越多的消费者。另外,互联网保险“无接触”模式能有效防止线下保险聚集性销售可能带来的感染风险,提升安全性。随着技术手段的不断提高,越来越多的消费者转向线上接触保险。

调研还显示,96%的营销员认为,疫情的突发提升了公众保险意识,提高了公众对保险的重视程度。疫情期间,在各险种中,医疗险与重疾险最受客户青睐。

外部环境的冲击和整个行业的转型,使得进入保险营销行业的门槛日益增高,导致2020年新人比重明显下滑。数据显示,年资少于13个月的新人占比从2019年的约四成,下滑至2020年的约三成。

## 险企强化AI等技术应用

今年以来,不少大型险企在深化转型,强化AI等技术在保险营销员群体中的应用。

中国平安表示,寿险方面,平安在

业内首创智能拜访助手,支持音视频通话、销售方案讲解、机器人智能辅助等功能,通过线上“AI会客厅”的音视频方式,实现远程与客户见面互动,今年上半年累计使用772万人次。此外,平安持续升级智能陪练工具,支持代理人进行产品知识、分群客户销售方案等多元化场景演练。“AI会客厅”自上线以来,已累计使用755万人次,代理人好评率达99%。

中国太保表示,受疫情影响,传统的代理人线下展业、增员和基础管理模式受阻。太保寿险积极应对挑战,加快推动线上化经营,采取坚持优化人才招募,加强技能训练,强化新技术应用等多项举措,推动营销员队伍转型升级。2020年上半年,代理人队伍月均人力76.6万人;月均健康人力和月均绩优人力分别为20.7万人和12.1万人,占比达到27.0%和115.8%,在二季度逐月回升。

宋号盛对《证券日报》记者表示,大数据时代的到来,为人工智能的飞速发展带来前所未有的数据红利。其中,以知识图谱为代表的知识工程和以深度学习为代表的机器学习等相关领域均取得长足进步。从保险业务流程来看,从保险产品的设计起,保险产品和服务的场景、风险管理与防范的数据驱动、理赔服务与管理的成本控制等,都离不开大数据技术的支持。当前保险产品种类繁多、销售渠道各异、条款设计复杂,保险公司亟需全面、精确的保险产品知识图谱,以及各类智能科技应用,以应对产品创新、风险监控、保险营销等多方面的挑战。

## 第40家A股上市券商即将报到 中金公司今日申购

机构预测上市后合理股价36.7元/股

■本报记者 周尚仔

A股市场将再迎一位券业“老将”上市。

10月20日,中金公司开启网上、网下申购。若此次新股发行成功,中金公司将成为A股市场第40家上市券商,“A+H”股上市券商也将因此增至14家。

公开信息显示,中金公司本次新股发行价为28.78元/股,拟公开发行不超过4.59亿股A股,预计募资总额为131.98亿元。

华泰证券大金团队首席分析师沈娟认为,中金公司行业地位领先,净利润、ROE、杠杆率等多项指标名列前茅,预期新股上市后合理股价为36.7元。

## 中金公司A股IPO 预计募资净额超130亿元

10月19日,中金公司发布首次公开发行股票发行公告显示,根据初步询价结果,综合考虑发行人基本面、可比公司估值水平、所处行业、市场情况、募集资金需求及承销风险等因素,协商确定本次发行价格为28.78元/股,网下发行不再进行累计投标询价。

中金公司本次A股发行股份数量为4.59亿股,占发行后总股本的比例为9.5%,全部为公开发行新股,不设老股转让。本次发行后,公司总股本为48.27亿股。截至招股说明书签署日,中央汇金直接持有公司19.36亿股内资股,占总股本的44.32%,为公司控股股东。

本次发行采用战略配售、网下发行和网上发行相结合的方式。若发行成功,中金公司预计募集资金总额为131.98亿元,扣除发行费用约16612.99万元后,预计募资净额为130.32亿元。

对于本次A股IPO的募资用途,中金公司表示,在扣除发行费用后,将全部用于增加公司资本金,补充公司营运资金,支持公司境内外业务发展。同时,将利用本次募集资金进一步加强在金融科技、国际化等战略领域的投入。中金公司在招股说明书中还特别表示,适时把握战略性并购机会。2017年,中金公司已完成对中投证券的收购。

《证券日报》记者查询相关资料后发现,截至目前,首发募资超过百亿元的上市券商只有4家,中金公司名列

第三,紧随国泰君安、华泰证券之后。在今年所有A股IPO项目中,中金公司的首发募资金额位列第四,紧随中芯国际、京沪高铁、金龙鱼之后。

值得注意的是,除了中金公司启动A股申购外,今年已有中银证券、中泰证券、国联证券在A股成功上市。此外,仍有2家券商正处于A股IPO审核状态。其中,万联证券的审核状态为“已反馈”,财达证券为“预先披露更新”。

## “A+H”股上市券商数量将增至14家

值得注意的是,中金公司登陆A股后,“A+H”股上市券商也将再添一员,增至14家。

招股书显示,中金公司曾于2015年11月份首次公开发行约5.56亿股(每股面值人民币1元)H股股份,并在中国香港联交所主板上市交易,每股发行价为10.28港元;同月,中金公司行使超额配售选择权,以同样价格发行8337.2万股H股股份。截至2020年10月19日收盘,中金公司H股收盘价为18.58港元/股。

中金公司在招股说明书中表示,由于境内证券市场和香港证券市场存在一定差异,公司A股和H股交易价格未必一致,但A股和H股交易价格可能会互相影响,但未必能相互抵消。

中金公司发布的中期业绩报告显示,今年上半年,公司实现收入及其他收益总额142.9亿元,同比增长40.1%;实现归属于公司股东及其他权益工具持有人的净利润30.5亿元,同比增长62.3%。据此判断,与现有的39家A股上市券商相比,其营收及净利润均能跻身前十行列。

华泰证券大金团队首席分析师沈娟预计,公司2020年至2022年每股收益可分别达到1.35元、1.66元、1.93元,预测上市后合理股价为36.7元/股。沈娟认为,中金公司未来有望实现从“精而美”向“大而美”跨越式发展,成为未来金融体系的核心参与者。

中信证券研究团队也认为,凭借丰富的国际经验和深厚的中国根基,中金公司已成为具有全球影响力的中国投行;公司独有的机构化和国际化业务特质,契合中国资本市场改革方向;中金公司作为受益于行业变革的券商龙头,将是A股中不可或缺长线配置标的。

## 两融余额6天增近500亿元 北上资金和融资客同抢13只股

■本报记者 张颖

国庆假期结束后,A股震荡反弹,上证指数站上3300点。融资客也悄然入场,进行加仓布局。

同花顺统计数据显示,10月份以来,截至10月16日的6个交易日中,A股两融余额达15212.4亿元,期间累计增加488.93亿元。其中,融资余额达14238.47亿元,累计增加351亿元。

对此,接受《证券日报》记者采访的私募排排网未来基金经理胡泊表示,两融资金代表的是杠杆资金,体现了投资者乐观的市场预期。虽然两融资金通常是一些短期资金,但只要市场热情依旧,资金的流入能够保持持续性,依然可看好A股市场的长期发展。

两融资金在10月份主要加仓了哪些行业和个股呢?统计数据显示,10月份以来截至10月16日,在28个申万一级行业中,有23个行业获融资净买入。其中,电子、医药生物和电气设备等三行业融资净买入居前,均超过40亿元,分别为55亿元、46.97亿元和40.4亿元,合计142.37亿元。另外,非银金融、国防军工、计算机、化工、汽车等行业的融资净买入额也在20亿元以上。在此期间,只有银行、食品饮料、休闲服务、综合和商业贸易等五个行业被融资客减持。

“两融资金增加,反映出投资者乐观的情绪和市场活跃度的提升。融资净买入资金较多,说明投资者看好相关板块的市场表现。”华辉创富投资总经理袁华明在接受《证券日报》记者采访时表示,电子、医药生物和电气设备等行业上半年业绩和市场表现都比较突出,近期虽有一些调整,但行业三季报业绩仍将维持景气态势,加上融资的买入,反映出投资者的看多情绪,后市重拾升势的可能性较大。

私募排排网资深研究员刘有华对《证券日报》记者表示,三季度报进入披露窗口期,电子、医药生物、电气设备等三季报业绩表现超预期,有望迎

来改善,故此受到杠杆资金的关注。国内大量的基建项目或水利工程项目,在扩内需政策影响下的电气设备行业,下半年的盈利能力有望进一步提升,行业估值中枢也有望进一步提升。此外,电子板块基本面持续改善,长期发展趋势向好。

具体到个股方面,10月份以来的6个交易日中,共有1178只股票获融资客增持;有116只个股期间融资净买入额超过1亿元。其中,期间融资净买入额居首的是比亚迪,达8.3亿元。紧随其后的是复星医药、沃森生物、金龙鱼、京东方A、隆基股份等个股,期间融资净买入额均超过5亿元。

资金加仓对股价形成有力支撑。从市场加仓的个股中,10月份以来的表现大多可圈可点。统计数据表明,10月份以来,有66只个股跑赢同期上证指数(10月份累计涨幅2.94%),占比近六成。其中,国盾量子、稳健医疗、康泰医学、厚普股份、中元股份等5只个股10月份累计涨幅均超30%,表现十分抢眼。

值得关注的,在融资客加仓布局之际,北上资金近日也回流A股市场。从十大活跃股榜单来看,10月份以来,有20只个股被北上资金净买入。与北上资金不谋而合的是,比亚迪、东方财富、复星医药、歌尔股份、立讯精密、隆基股份、迈瑞医疗、宁德时代、顺丰控股、通威股份、五粮液、洋河股份、中信证券等13只个股同时也被融资客净买入,成为两路资金共同看好的标的。

对于后市的投资机会,金百临咨询分析师洪洪在接受《证券日报》记者采访时表示,周一A股市场冲高回落,医药股出现一定程度的调整,不排除主流机构资金在近期有收缩战线的可能性。但上证指数仍有望反复震荡前行。在操作中,建议市场参与者短线跟随主流资金的动向适量作些仓位变动,对低估品种可予以积极跟踪。

## 分级基金退出倒计时系列报道之二

# 又一只产品正式清盘 分级基金存量仅剩95只

■本报记者 王思文

随着工银中证新能源指数分级近期发布该分级基金工银新能源A份额、工银新能源B份额的终止上市公告,市场上的分级基金产品数量也降至95只。

进入10月份,分级基金整改工作持续加速。《证券日报》记者统计后发现,仅10月19日当天,就有易方达、汇添富、招商等多家基金公司旗下的70只分级基金产品发布持有人大会公告。

一家券商的基金行业分析师对《证券日报》记者表示:“多数分级基金成功转型为指数基金后,会吸引更多中长期资金的关注,这对转型后的产品来说,将是利好因素。另外,转型后的投资范围也有所拓宽,部分基金变更后的投资范围将增加港股投资等。”

## 分级基金产品仅剩95只

工银中证新能源指数分级近期发布关于该分级基金工银新能源A份额、工银新能源B份额终止上市的提示性公告。公告显示,工银中证新能源指数分级自2020年10月19日起进入清算程序,基金管理人不再接受持有人提出的申购、赎回、转托管等申请。

这意味着,又一只指数型分级基金正式清盘。至此,市场上现存分级基金产品还剩95只,其中包括91只指数型分级基金、2只债券型分级基金、1只普通股票型分级基金、1只偏股混合型分级基金。

与9月份相比,拥有13年历史的分级基金的整改工作正在明显加速。《证

券日报》记者统计后发现,仅10月19日当天,就有易方达、汇添富、招商等多家基金公司旗下的70只分级基金产品发布召开持有人大会公告,其中绝大部分基金将以转型方式继续运作。

譬如,10月19日,申万菱信中证环保产业指数分级发布关于该分级基金申万环保A份额、申万环保B份额终止上市的第一次提示性公告。根据公告内容,该指数分级的终止上市日期为2020年10月21日。基金份额终止上市后,该基金的各项基金份额将转换成基金份额净值为1元的申万菱信中证环保产业指数型证券投资基金(LOF)A类基金份额。

## 13年风光岁月即将收场

2007年,国内第一只分级基金国投瑞银瑞福分级基金正式成立,首发规模60亿元。

此后,由于自带“分级+杠杆、分级A收益稳定、上市溢价可进行套利”等特点,分级基金受到市场与投资者的追捧,一时风光无限。2015年股市震荡行情出现,因杠杆带来的净值暴涨和基金公司的助推,分级基金规模在短时间内急剧上升。

但好景不长,随着2015年下半年股市出现大跌,分级基金触发下折导致溢价消失,投资者开始出现巨额亏损。自此,曾经快速发展壮大的分级基金迎来了命运转折:监管层暂停分级基金审批,分级基金数量只减不增,市场开始重新审视分级基金的规范与风险。

2018年4月27日,资管新规正式落地,明确规定公募产品和开放式私募产

品不得进行份额分级;对于存量分级基金,有关部门给了基金公司些许过渡期,时间截止到2020年年底。2018年6月份,监管层对禁止公募分级基金提出了明确要求,要求基金公司拿出分级基金整改计划,分级基金按照份额不同分批整改,总份额在3亿份以下的要在2019年6月底前完成清理,总份额在3亿份以上的要在2020年年底前完成清理。

对一种基金品种进行彻底清理,这在基金业是十分罕见的。在资管新规发布后,多家基金公司积极响应,加快对旗下存量分级基金产品的整改。深圳一家公募分级基金基金经理对《证券日报》记者回忆称:“当时公司迅速对分级基金的下一步整改工作进行了布局与规划,当时提到的一个重点和难点问题就是持有人大会。能否成功召开持有人大会以及通过转型议案,是当时公司最大的担忧。”

## 处置分级基金三大路径

“一只基金产品的转型或清理工作涉及前、中、后台几乎所有部门,投研、市场、后台等各个部门都要做好协调工作。”一位基金经理对记者坦言。

尽管资管新规过渡期因疫情等原因延长了一年,但分级基金的整改工作并未延期。2020年以来,多家基金公司加快了对旗下存量分级基金整改的速度。于是,从去年开始,分级基金的数量开始不断减少。

基金公司旗下分级基金产品的处置主要有三种形式:提前清盘、转型LOF或普通指数基金、取消分级运作。