

# 险企探路独代模式 破解保险代理人行业困局

■本报记者 冷翠华

在保险代理人(亦称“保险营销员”)数量持续下滑的背景下,个人代理渠道业务如何实现可持续发展?近几年,保险行业一直在寻求解题思路。

早在2020年底,监管部门就尝试通过独立个人保险代理人(以下简称“独立代理人”)的试点,为行业个人代理渠道创造健康增量。4年过去了,独立代理人发展情况如何?未来,这一模式要实现可持续发展,还需要解决哪些难题?对此,《证券日报》记者进行了走访调查。

## 扁平化优势持续显现

“我今天下午就要飞到杭州去参加培训,所有费用全部自付。”近日,在山西太原大家人寿盛世专属代理店,店主罗育燕对记者表示,为了提升自己的专业素养,持续学习必不可少。

罗育燕是大家人寿保险股份有限公司(以下简称“大家人寿”)的独立代理人,整个门店的经营也主要依靠她的个人能力。根据监管部门2020年发布的《关于发展独立个人保险代理人有关事项的通知》(以下简称《通知》),独立个人保险代理人是指与保险公司直接签订委托代理合同,自主独立开展保险销售的保险销售从业人员。独立代理人直接按照代理销售的保险费率计提佣金,不得发展保险营销团队。

独立代理人模式打破了传统代理人制度中“金字塔”式的层级和收入分配机制,扁平化的分账方式使得销售利益更加向一线销售人员倾斜。

在采访中,记者了解到,大家人寿在独立代理人方面的探索已走完三个阶段。第一阶段是通过扁平化的分账方式吸引优秀人才成为独立代理人;第二阶段是通过打

造“三年五证”(健康财富规划师、退休养老规划师、家庭财务安全规划师、私人财富管理师、金融资产规划师)专业资格培训和认证体系,提升独立代理人的专业性;第三阶段是筛选符合监管要求的独立代理人,为其申报并注册保险专属代理店,帮助他们实现可持续发展。

据大家人寿个险业务中心副总经理刘勇刚介绍,自2021年开始试点独立代理人模式至今,该公司已在12个省(区、市)开设了50多家保险专属代理店。以“坐商”模式重塑服务生态,推动独立代理人从“保险推销员”向“社区保险管家”转型。

数据显示,去年大家人寿个险渠道新单期交保费达16.65亿元,近5年复合增长率达85%。从专属代理店来看,不仅店均新单期交保费是行业代理人平均产能的十多倍,13个月保费续费率高达96.7%,且保持客户零投诉记录,印证了其在提升服务质效、增强客户黏性等方面的优势。

对外经济贸易大学保险学院院长谢远涛对《证券日报》记者表示,近年保险行业整体面临代理人数量持续下滑的困境,自监管部门发布《通知》以来,以大家人寿为代表的多家保险公司积极尝试独立代理人制度,通过扁平化的分账方式和服务体系,提升代理人的独立性和专业性,吸引了优秀人才。从独立代理人当中的MDRT(百万圆桌会议)会员数量、代理人产能贡献等角度来看,实践符合政策预期,也有利于行业转型。

## 仍面临内外部挑战

公开数据显示,自独立代理人模式放开以来,已有10余家保险公司及保险中介公司参与独立代理人模式试点,个别头部险企也参与独立代理人试点,但试点规模还较小。未来,独立代理人模式能否



独立代理人模式打破了传统代理人制度中“金字塔”式的层级和收入分配机制,扁平化的分账方式使得销售利益更加向一线销售人员倾斜

成为突破当前我国保险代理人困境的有效路径,也备受行业关注。

分析人士认为,从行业发展来看,传统代理人模式持续时间较长,涉及人数多,运行具有一定的惯性。个人保险代理人模式1992年引入我国保险市场,之后队伍发展迅速,至2019年超过了900万人,此后,在行业发展转型等诸多因素影响下,保险代理人数量持续滑落,至今已有200万人左右。在此背景下,长期依赖传统代理人模式的险企转型发展独立代理人模式也并非易事,还处在少量尝试阶段。

刘勇刚表示,独立代理人模式为我国寿险营销体制改革探索了一条新路径。当然,正处在试点过程中的独立代理人模式发展也并非一帆风顺。他坦言,这一模式的发展也面临外部和内部挑战。外部面临全行业销售人员流失的环境,“三高”(高质量、高产能、高收入)改革加剧了同业之间的竞争,同时,保险产品预定利率持续下降对保险销售产生影响;内部则面临内勤和外勤人员对独立代理人模式的理解偏差以及路径依赖,招募优秀干部难度大,机构发展不均衡

等问题。刘勇刚表示,独立代理人模式为我国寿险营销体制改革探索了一条新路径。当然,正处在试点过程中的独立代理人模式发展也并非一帆风顺。他坦言,这一模式的发展也面临外部和内部挑战。外部面临全行业销售人员流失的环境,“三高”(高质量、高产能、高收入)改革加剧了同业之间的竞争,同时,保险产品预定利率持续下降对保险销售产生影响;内部则面临内勤和外勤人员对独立代理人模式的理解偏差以及路径依赖,招募优秀干部难度大,机构发展不均衡

等问题。刘勇刚表示,独立代理人模式为我国寿险营销体制改革探索了一条新路径。当然,正处在试点过程中的独立代理人模式发展也并非一帆风顺。他坦言,这一模式的发展也面临外部和内部挑战。外部面临全行业销售人员流失的环境,“三高”(高质量、高产能、高收入)改革加剧了同业之间的竞争,同时,保险产品预定利率持续下降对保险销售产生影响;内部则面临内勤和外勤人员对独立代理人模式的理解偏差以及路径依赖,招募优秀干部难度大,机构发展不均衡

等问题。刘勇刚表示,独立代理人模式为我国寿险营销体制改革探索了一条新路径。当然,正处在试点过程中的独立代理人模式发展也并非一帆风顺。他坦言,这一模式的发展也面临外部和内部挑战。外部面临全行业销售人员流失的环境,“三高”(高质量、高产能、高收入)改革加剧了同业之间的竞争,同时,保险产品预定利率持续下降对保险销售产生影响;内部则面临内勤和外勤人员对独立代理人模式的理解偏差以及路径依赖,招募优秀干部难度大,机构发展不均衡

大家人寿有关人士认为,着眼未来,保险销售市场将加速分层,具体来看,百万医疗险、航意险等简单保险产品的销售将完全线上化,传统代理人退出该市场;家庭全生命周期规划、超高净值客户服务等复杂需求市场则由独立代理人模式主导。独立代理人将逐渐演变为“个人风险管理事务所”,整合保险、法律、税务服务,满足客户的复杂需求。

谢远涛表示,独立代理人模式不是新鲜事物,但是在中国的实践还需要持续开展,也面临一些挑战。未来,独立代理人模式要实现更好发展,还需要从多方面进行完善,例如,妥善解决独立代理人的社保问题,保险公司提供更多系统支持,提升其职业稳定性和市场认可度等。今后,随着独立人力模式实践经验的积累,政策的进一步细化以及市场环境的持续完善,独立代理人模式有望发挥更大作用。

# 券商月内“拜访”近500家上市公司 并购重组预期及进展成关注话题

■本报记者 周尚研  
见习记者 于宏

当前,在市场交投活跃的情况下,券商积极“拜访”上市公司,挖掘投资机会。Wind资讯数据显示,3月份以来(截至3月25日,下同),已有121家券商对493家上市公司进行了3140次调研。同时,在并购重组市场持续活跃的背景下,市场对上市公司并购重组的关注度提升,并购重组预期、进展及相关规划成为券商调研上市公司过程中的高频问题。

## 头部券商调研活跃

在券商调研的次数方面,数据显示,头部券商调研活跃,中信证券股份有限公司、长江证券股份有限公司月内均进行了118次调研,并列第一;其次是中国国际金融股份有限公

司,月内已调研117次;中信建投证券股份有限公司、浙商证券股份有限公司月内调研次数分别为91次、85次;华泰证券股份有限公司、国泰君安证券股份有限公司月内调研次数均为80次。

从上市公司接受调研的“热度”来看,3月份以来,接受券商调研次数最多的上市公司是深南电路股份有限公司,已接受券商调研51次;其次是沈阳芯源微电子设备股份有限公司(以下简称“芯源微”),已接受券商调研45次;此外,上海晶丰明源半导体股份有限公司(以下简称“晶丰明源”)、惠州市德赛西威汽车电子股份有限公司、中科星图股份有限公司、深圳市汇顶科技股份有限公司(以下简称“汇顶科技”),接受券商调研次数均超40次。

在个股表现方面,3月份以来,上述493家上市公司对应的个股

中,有335只个股股价实现上涨,其中有34只个股期间累计涨幅在20%以上,6只个股期间累计涨幅在50%以上。其中,涨幅最大的个股为聚杰微纤,在此期间股价上涨92.43%;其次是胜宏科技,期间累计上涨65.94%。

从行业分布来看,上述493家上市公司中,有55家属于工业机械行业(Wind行业,下同),30家属于电子元件,29家属于汽车零配件与设备,28家属于集成电路,21家属于商品化工,20家属于应用软件,20家属于电气部件与设备。

## 关注并购重组相关投资机会

并购重组是资本市场优化资源配置、实现价值发现功能的重要方式之一,在支持上市公司转型升级、促进产业结构调整、推动经济高质量发展等方面发挥着积极作用。

纵观券商在调研中聚焦的问题可知,上市公司并购重组的预期和进展备受关注,多家上市公司被问及相关问题。

例如,芯源微被问及,公司拟引入战略投资方将对公司业务带来哪些积极影响、并购交易进展如何;晶丰明源被问及公司拟收购四川易冲科技有限公司的进展如何;立讯精密工业股份有限公司被问及,收购闻泰科技股份有限公司部分子公司股权及资产完成后,未来有怎样的发展规划;汇顶科技被问及,公司收购云英谷科技股份有限公司的战略考量,以及该次收购终止的原因。

当前,A股市场并购重组愈发活跃。Wind资讯数据显示,截至3月25日(按最新披露日计),月内共有99家上市公司(包含竞买方、出让方、标的方等)披露了并购重组事件相关公告。从重组目的来看,

主要包括横向整合、战略合作、资产调整等。重组形式包括发行股份购买资产、资产置换、协议收购和二级市场收购等。

在行业分布方面,上述99家上市公司中,有8家属于汽车零部件行业;属于电子设备、仪器和元件、其他金属与采矿的分别有7家;有6家属于房地产管理和开发行业;属于基础化工、制药、半导体材料与设备的分别有4家。

对于潜在的投资机遇,光大证券股份有限公司首席策略分析师张宇生表示:“在判断行业的并购重组机遇方面,建议关注政策明确提到的方向,主要包括集成电路、生物医药、新材料等战略性新兴产业相关方向。此外,历史上发生过大规模的并购重组的行业也值得重点关注,包括医药生物、计算机、传媒、电力设备、电子、机械设备等行业。”

# 银行理财子公司密集下调产品费率 部分产品已现“零费率”

■本报记者 彭妍

近日,多家银行理财子公司宣布下调旗下理财产品的多项费率。《证券日报》记者梳理发现,今年3月份以来,中邮理财、中银理财、光大理财、渤海理财等多家理财子公司宣布对旗下多款理财产品实施费率优化调整。调整后,多款理财产品管理费率降至0%。

在业内人士看来,此次密集降费,主要是受近期理财产品收益承压影响。从长期来看,银行理财机构还需提升综合能力,为客户带来实实在在的投资收益。

## 主要为提升客户吸引力

3月21日,光大理财发布公告称,将于2025年4月1日(含)至

2027年7月6日(含)期间开展“阳光金丰利534期”理财产品(EW3524)费率优惠活动。管理费率由0.3%下调至0.15%,D类份额销售服务费和H类份额销售服务费费率均由0.5%降至0.4%。

中邮理财近期也下调了旗下十余款产品费率,实施阶段性优惠。比如,中邮理财灵活·鸿运日开8号人民币理财产品,自2025年3月24日起至2025年5月24日,产品各类型固定管理费率(年化)调整为0.12%;自2025年5月25日至另行公告日止,产品各类型固定管理费率(年化)调整为0.15%。

此外,中银理财也宣布下调旗下四款产品的费率。3月19日该公司发布公告称,对“中银理财一怡享天天57号”产品费率进行限时优惠,优惠期内产品固定管理费率为

0.15%(年化)下调至0.05%(年化)。从费率下调幅度看,部分理财产品固定管理费率已降至0%。如,渤银理财近期宣布将两只固收类理财产品的固定管理费率从0.6%降至0%,优惠生效日分别为3月21日和3月26日。

针对近期多家银行理财子公司下调产品费率这一现象,苏商银行高级研究员杜娟对《证券日报》记者表示,主要是为提升客户吸引力,一是银行理财面临激烈竞争,降低产品费率可以增加竞争力;二是近期固收类理财产品收益率有所下行,故在产品费率上做调整。

## “阶段性降费”或成常态

记者了解到,自2023年至今,银行理财产品已开启了多轮“阶段

性降费”,各项费率整体处于下行通道。

在受访的业内人士看来,未来理财产品的“阶段性降费”将成为一种趋势,预计会有越来越多银行理财产品跟随下调,但费率继续下调的空间较为有限。工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林对《证券日报》记者表示,短期来看,阶段性降费还将延续。长期来看,理财产品费率已经接近底部,再降空间不大,盈利压力也会制约降费幅度。

就下调费率对银行理财子公司和投资者的影响,盘和林认为,对理财子公司来说,调降费率是一种营销手段,可以增加产品吸引力。但是,理财子公司短期利润会承压,长期看必须转型,通过差异化产品来获得优势,未来同

质化的理财产品竞争会更加激烈。对于投资者来说,成本虽然降低但收益有限,需要斟酌自己的理财布局。

杜娟表示,降低产品费率只是吸引客户的手段之一。为避免进入同质化的价格战,长期来看,理财子公司还需提升综合能力。首先是多元化资产配置策略,如加大权益类资产配置、海外资产配置等,这背后需提升各项能力,如权益市场研判能力、投资策略、资产管理能力等;其次是加强投资者专业服务、综合服务,如家庭资产配置方案、教育基金投资方案等,从单一产品价格竞争转向综合服务质量竞争与专业能力竞争;最后是加强产品创新与联动,如与母行之间做零钱理财等差异化产品来获得优势,未来同

# 招商银行资产规模突破12万亿元 2024年净利润实现同比增长

■本报记者 熊悦  
见习记者 刘晓一

3月25日晚间,备受关注的招商银行2024年度报告出炉。整体来看,2024年,招商银行经营效益保持稳定,业务规模站上新台阶,资产质量保持稳健。

2024年,该行(按集团口径)实现营业收入3374.88亿元;实现归属于该行股东的净利润1483.91亿元,同比增长1.22%。

进一步看营收结构,该行净利息收入为2112.77亿元,同比降幅较上年同期有所收窄。净息差同比下降17个基点至1.98%,降幅进一步收窄。同时,该行非利息净收入增速同比转正,同比增长1.41%至1262.11亿元。

从2024年度报告中可以看到,该行非利息净收入实现同比增长主要由其他净收入拉动。其他净收入中,投资收益为298.80亿元,同比增长34.74%,主要是债券投资收益增加。非利息净收入的另外一个重要组成部分手续费及佣金收入,同比下降14.28%至720.94亿元。

资产规模方面,2024年末,招商银行资产总额突破12万亿元,为12.15万亿元,较上年末增长10.19%。其中,贷款和垫款总额为6.89万亿元,较上年末增长5.83%;负债总额为10.92万亿元,较上年末增长9.81%。其中客户存款总额为9.10万亿元,较上年末增长11.54%。

资产质量保持稳定。2024年末,该行不良贷款率为0.95%,与上年末持平;拨备覆盖率为411.98%。资本充足率、一级资本充足率和核心一级资本充足率分别为19.05%、17.48%和14.86%,均较上年末上升。

分业务板块来看,报告期内,招商银行持续推进“零售金融、公司金融、投行与金融市场、财富管理与资产管理”四大板块发展。

优势板块零售金融方面,2024年末,该行零售客户总数达2.10亿户,较上年末增长6.60%;管理零售客户总资产(AUM)余额为14.93万亿元,较上年末增长12.05%。公司金融方面,2024年末,该行公司客户总数达316.64万户,较上年末增长12.26%;公司存款余额为4.95万亿元,较上年末增长8.67%;公司贷款余额为2.59万亿元,较上年末增长11.58%。其中,科技、绿色、普惠、制造业等重点领域贷款增速均显著高于该行贷款平均增速。投行与金融市场板块方面,2024年末,投行业务贡献公司客户融资总量(FPA)余额较年初增长14.45%。大财富管理业务方面,2024年末,该行零售财富管理持仓客户数达5821.62万户,较上年末增长13.31%,资管业务总规模达4.48万亿元。

此外,招商银行还发布了《2024年度利润分配方案公告》,拟向全体股东派发现金股息,每股现金分红2元(含税),合计拟派发现金红利约人民币504.40亿元(含税)。2024年度现金分红比例为35.32%(即现金分红占合并报表中归属于该行普通股股东的净利润的比例)。

# 中国信达2024年收购银行不良资产规模超2200亿元

■本报记者 杨洁

3月25日,中国信达资产管理股份有限公司(以下简称“中国信达”)发布2024年度经营业绩。

从业务指标来看,总体保持平稳。截至2024年末,中国信达总资产规模1.64万亿元,同比增长2.8%;归属于本公司股东权益1941.83亿元,同比增长0.7%;全年实现归属本公司股东净利润30.36亿元;核心一级资本充足率、一级资本充足率、资本充足率分别为11.07%、15.63%、16.75%,符合监管要求并保留合理安全边际。

去年中国信达主业结构进一步优化。截至2024年末,中国信达不良资产经营板块总资产9152.23亿元,收入总额403.73亿元,在集团总资产、收入总额中的占比分别为55.8%、55.3%。其中,收购经营类核心主业优势稳步提升,收购经营类不良资产净额2663.60亿元,较上年末增长7.01%;收购经营类不良资产处置收益86.06亿元,较上年末增长6.16%。中国信达业务转型成效凸显,其他不良资产业务规模2111.25亿元、收益77.30亿元,较上年末分别增长10.75%、113.09%。

2024年,中国信达主动适应新形势下风险化解需求,积极发挥金融救助和逆周期调节功能作用,深度参与重点领域风险化解,为牢牢守住不发生系统性风险底线贡献力量。

一方面,持续深耕金融不良资产。在资产收购方面,中国信达主动拓宽收购渠道,加大有效投放力度,成功竞得多个跨区域资产包和大额单体资产。去年,中国信达收购银行不良资产规模超2200亿元;积极开拓个贷及普惠不良资产业务,年内新增收购12笔个贷不良资产包,涉及资产近27万户,本金43亿元,落地公司首单普惠金融不良资产包;加强法拍业务市场拓展,推动运营模式升级,新增投放16.5亿元,实现大幅增长。

另一方面,参与重点领域风险化解。中国信达积极支持中小金融机构改革化险,年内收购中小银行不良资产规模超1400亿元,为多个省份高风险中小银行量身定制风险化解方案。公司持续助力房地产行业风险化解,积极参与保交房工作,推动城中村改造和城市更新,年内落地项目33个,投入资金近170亿元,实现保交房2万余套,带动货值超810亿元项目复工复产,促进资金与房地产行业良性循环。公司稳妥审慎参与地方债务风险化解,坚持市场化、法治化原则,投放45亿元为地方盘活资产筹措偿债资源,并提供债务管理、平台转型等服务,促进地方平稳化解债务风险。

此外,中国信达不断优化金融供给,加大对重大战略、重点领域和薄弱环节的支持力度,不断优化金融服务供给,助力实体经济高质量发展。