

# 头部寿险公司个人营销员数量探底企稳

■本报记者 冷翠华

在寿险行业个人营销员整体数量仍在下降的背景下,头部寿险公司营销员呈止跌企稳之势。截至今年二季度末,A股5家上市系寿险公司的个人营销员数量合计较一季度末小幅回升,不同险企间有一定分化。

数据显示,截至二季度末,中国人寿、新华保险、平安人寿、太保寿险以及人保寿险5家寿险公司共有个人营销员1372799人,比一季度末增加2755人。

具体来看,今年二季度,中国人寿个人营销员数量环比增长。截至二季度末,其个人营销员数量为657193人,较一季度末增加了12441人。同时,截至二季度末,太保寿险个人营销员数量为19万人,与一季度持平。其他3家寿险公司个人营销员环比仍有所下降,但下降速度有所放缓。

天职国际金融业咨询合伙人周瑾对《证券日报》记者表示,对于头部寿险公司而言,其营销队伍经历了过去几年的持续清虚,同时相关险企推动“优增优育”发展模式,从专业导向、考核激励、数智化平台等多种维度提升队伍的专业能力及留存率,因此营销队伍呈现出企稳态势。

在北京排排网保险代理有限公司总经理杨帆看来,头部险企营销员数量出现企稳迹象,说明前几年持续压缩低产能队伍、推动代理人职业化转型已取得一定成效,现阶段保留下来的队伍整体质量和产能相对更高,加上险企在培训、客户经营和数字化工具方面持续投入,对核心代理人的稳定也起到了支撑作用。

不过,从寿险全行业来看,目前个人营销员数量仍未止跌。截至2026年二季度末,57家披露数据的人身险公司个险营销员合计209.1万人,较一季度末再减3.5万人。

对此,杨帆认为,中小险企在收入吸引力、培训体系、客户资源和职业发展路径上与头部险企存在差距,部分低产能代理人继续被淘汰。换句话说,行业正在从“人海战术”转向“高质



量队伍”,个人营销员数量下降是结构调整的一部分。

周瑾表示,对中小险企来说,在行业产品转型对队伍专业要求提高的背景下,主动脱落和被动清虚的影响仍在继续,因此个人营销员数量仍延续下滑趋势。

长期以来,个险渠道是寿险公司最主要的业务渠道之一,峰值时期个人营销员数量曾达912万人。在行业发展新阶段,寿险公司尤其是大中型寿险公司仍将个险渠道作为基本盘,并持续提升渠道业务价值。

中国人寿总裁李明光表示,当前中国人寿开展全渠道经营,以个险渠道为基本盘,银保、团险等渠道多点开花,各渠道协同补位做好多场景服务。在个险渠道方面,中国人寿加快推进队伍职业化、专业化、年轻化转型,销售队伍量稳质升,人均产能显著增长。

新华保险总裁袁兴峰介绍,上半

年,新华保险月均绩优个人营销员增长达16.2%,个险渠道实现保费收入822.20亿元,同比增长13.4%;月均绩优人力2.08万人,同比增16.2%;月均人均综合产能2.20万元,同比增长31.7%。

上半年,平安人寿主动优化交期结构,丰富长交期产品供给,满足客户多元化需求,稳步提升长期客户规模及客户黏性,代理人渠道高质量发展,人均新业务价值同比增长14.1%。

而伴随寿险新单产品加速向分红险倾斜,代理人队伍站在了新的节点,渠道将迎来哪些机遇与挑战,未来发展趋势如何,也引发行业持续讨论。

周瑾表示,分红险具有“保底收益+浮动分红”的特点,匹配了低利率环境下消费者的风险偏好和财富管理需求,但同时也对销售队伍的专业能力提出了更高要求。销售人员需要向客户解释清楚分红险的保底利率、演示利率、分红实现率等概念。

杨帆补充说,在寿险新单主力产品转型的背景下,个险销售队伍能否真正稳定,关键要看险企能否同步提升代理人的专业化能力和持续服务能力。

展望未来,杨帆认为,个人代理渠道对寿险公司具有不可替代的价值,尤其是在长期保障、养老、财富管理复杂产品销售中,客户往往需要持续沟通和专业服务,很难单纯依靠线上渠道。当前个代渠道的发展重点已不再是扩充人数,而是提升队伍质量和人均产能。险企需要减少对短期增员和高压销售的依赖,建立更清晰的职业发展路径,加强保险、养老、健康和财富管理等方面的综合培训,同时通过数字化工具提升客户分析、产品匹配和售后服务效率。未来真正有竞争力的个险渠道,会呈现规模更精简、专业度更高、客户经营更长期的特点。

## 年内超20家持牌消金公司高管更迭

■本报记者 李 冰

日前,国家金融监督管理总局北京监管局发布批复公告,核准傅承峰担任中信消费金融有限公司(以下简称“中信消费金融”)总经理的任职资格。

资料显示,中信消费金融是全国第24家持牌消费金融机构,股东为中国中信金融控股有限公司(持股70%)与金蝶软件(中国)有限公司(持股30%),注册资本10亿元,为中信集团消费金融业务板块重要布局。中信消费金融新任总经理傅承峰历任中信银行个人信贷部总经理助理,一级分行副行长、行长等职务,具有丰富的金融从业经历与管理经验。

结合中信集团近年来布局消费金融板块的人事调动来看,中信集团正持续优化消费金融板块治理结构,强化统筹布局。2024年8月,监管部门正式核准中信银行“老将”李如东中信消费金融董事长的任职资格。2025年3月,经

监管批复,中信消费金融注册资本增至10亿元,资本实力进一步夯实。

“高管团队配齐、资本实力夯实,中信消费金融正依托集团资源深化转型。”博通咨询金融行业资深分析师王蓬博对《证券日报》记者表示,从新任管理层履历来看,其具备中信体系信贷管理经验,能够强化集团对消金牌照的战略把控,理顺银行与消金之间的业务协同路径,推动机构从侧重业务拓展,转向经营发展与风险管控并重的发展阶段。

消费金融行业目前已形成多元主体参与、多层次服务供给的发展格局,全国持牌消费金融公司共计31家。经记者梳理,年内监管部门已核准超20家持牌消费金融公司累计超40人次的高管任职资格,相关岗位涵盖董事长、总经理、副总经理、首席风险官、首席合规官等关键岗位。

从机构类型来看,本轮人事调整覆盖银行系、互联网系、产业系各类持牌消费金融主体。其中,银行系消费金融

机构成为人事变动主力军,中银消费金融、北银消费金融、中信消费金融等多家机构均有高管任职资格获批,股东银行持续向消金子公司输送具备信贷、风控经验的管理人才,强化股东协同与风险管控能力。

苏商银行研究院高级研究员杜娟对《证券日报》记者表示,高管密集迭代将推动持牌消金驶入治理升级新周期。持牌消费金融公司的母行及母公司通过内部人才轮岗、委派等方式调整消金管理层,能够强化股东与消金子公司之间的战略协同,确保机构经营方向契合股东长期发展布局。

头部互联网系持牌消费金融公司人事调整同样动作频频。蚂蚁消费金融、小米消费金融等机构已有董事会秘书、董事等岗位高管获监管任职资格核准,持续完善治理架构。

针对本轮消金行业密集的高管迭发现象,中国邮政储蓄银行研究员娄飞鹏在接受《证券日报》采访时分析,本轮

行业高管更迭源于多重行业变革逻辑:一是消费金融行业告别规模扩张,迈入“精耕细作”的存量经营阶段;二是监管持续趋严,机构亟待补齐风控、合规方面的短板;三是行业分化不断加剧,中小机构寄望换帅谋求业务突破,头部机构则借此优化内部治理;四是股东变更、增资扩股、董事会改组等事项,推动批量人事调整,属于机构层面的主动战略布局。

展望未来持牌消金公司高管选聘与人才迭代趋势,娄飞鹏认为,一是拥有金融科技、数字风控、大模型相关从业背景的人才将更受看重,推动科技深度嵌入信贷审批、风险定价全流程;二是首席合规官、首席风险官等岗位持续增设,以此强化机构合规管理与自主风控能力;三是兼具多元从业背景、银行系委派出身的年轻化人才广受青睐,市场化公开招聘也将成为人才选拔主流,助力机构深耕业务场景、打造差异化运营实力。

## 部分银行个人经营贷“缩量抬价”

有银行实际放款利率突破4%

■本报记者 彭 妍

近日,深圳个人经营贷市场格局出现明显分化,个别机构实际放款利率突破4%,但市场主流抵押经营贷利率仍维持在2%区间,行业分层定价特征愈发凸显。

受访专家表示,这一现象释放出明确信号:个人经营贷正式告别低价“内卷”时代。部分中小银行利率走高并非短期市场波动,而是银行零售信贷策略从“低价冲规模”向风险匹配定价转型的直观体现。受零售信贷不良暴露、监管引导行业破除价格“内卷”,银行净息差持续承压等多重因素驱动,中小银行全面推行客群细分、分层定价模式,通过差异化利率筛选优质客群、覆盖风险成本,经营贷利率中枢整体上行或将成为长期市场趋势。

具体来看,深圳地区部分中小银行实际审批利率已出现明显上浮。以广东华兴银行为例,其个人经营贷产品宣传页面标注年化利率低至3.98%(单利)、最高可贷500万元,但该最低利率

仅面向最优资质客户。该行个贷经理坦言,市场多数普通借款人综合评估后的实际利率多在4%上下,最终定价以客户资质及系统综合审核结果为准。

无独有偶,宁波银行深圳某支行网点个贷经理向《证券日报》记者介绍,客户使用优惠券后,经营贷最低利率可达2.35%,但无优惠券的普通客户,实际审批利率普遍突破4%。

北京地区多家银行个贷经理也向记者透露,目前当地个人经营贷最低利率仍可至2.35%,但自10月起,利率将迎来上调。

天府立言金融研究院院长曾刚对《证券日报》记者表示,当前经营贷市场呈现明显分化格局,利率上行属于局部调整,并非全行业趋势。深圳地区部分中小银行实际放款利率突破4%,仅反映区域市场竞争与风险定价的阶段性变化。整体来看,大小银行定价策略迥异,不同城市的市场压力、机构风险偏好和竞争格局各不相同,并不存在一线城市率先调价、全国逐层传导的固定规律,经营贷利率下行

空间也已大幅收窄。

经营贷利率分化背后,是银行业零售信贷整体经营策略的根本性调整。过去行业普遍依靠低价抢占市场规模、跑马圈地,而随着零售信贷不良风险持续暴露,银行经营逻辑彻底逆转,现阶段已将资产质量放在首位,通过抬高准入门槛、择优精准投放,搭配差异化风险定价匹配不同客群资质,行业竞争也从单纯的“利率比拼”,转向优质客户质量的竞争。

上市银行2026年半年报也印证了这一趋势,部分股份行、城商行及地方农商行个人贷款余额有所回落,个人经营贷款余额出现收缩,个人贷款板块不良率有所上行。

例如,杭州银行个人贷款余额较上年末下降6.06%,其中个人经营贷款余额降幅达10.22%;该行半年报披露全行整体不良贷款率维持0.76%,个人贷款不良率走高,零售端风险压力凸显。成都银行个人经营贷款余额较上年末下降6.85%,个人贷款不良率有所抬升。

曾刚认为,多重因素共同驱动本轮

经营贷利率上行。其一,风险溢价持续抬升。此前经营贷规模的快速扩张,使得近两年行业经营性贷款不良率稳步走高,资产质量承压倒逼银行上调此类信贷风险定价。其二,优质客户资源稀缺。优质信贷客户多被头部大型银行抢占,中小银行为维持业务体量,只能下沉服务风险偏高的边际客群。其三,银行净息差持续承压。行业存款竞争加剧,存款定期化、长期化推高揽储成本,在息差持续收窄的背景下,部分银行选择上调贷款定价对冲经营压力。

苏商银行特约研究员薛洪言表示,未来经营贷市场将呈现“实际落地利率中枢温和上行、名义挂牌利率持续分化”的格局,整体属于“缩量抬价”而非“全面涨价”。市场分层态势将长期延续:抵押充足、经营稳定、资质优质的客户,仍可享受低位优惠利率;无抵押、资质偏弱的高风险客户,利率上浮弹性更大。这也意味着,国内银行经营贷市场正式告别同质化低价“内卷”模式,全面进入按客群资质分层、风险精准匹配定价的精细化竞争新阶段。

## 小微盘策略基金净值明显修复

■本报记者 方凌晨

近期,小微盘整体反弹,相关基金净值明显修复,资金申购热情回升,部分在此前回调中放开申购的基金又重新“闭门谢客”。

回顾来看,万得微盘股指数在今年5月创下历史新高后,进入两个多月的深度回调阶段,此后迎来反弹上行。Wind数据显示,自8月以来截至9月8日,万得微盘股指数涨幅已超18%,中证2000指数涨幅约为14%。

对于本轮小微盘反弹背后的驱动因素,兴华基金投资总监黄生鹏在接受《证券日报》记者采访时分析:“本轮小微盘反弹的核心驱动力,是市场资金在前期科技方向集中抱团后的再平衡。随着科技板块进入巩固阶段,资金偏好从前期的集中交易向全市场发散,前期同样受到冷落的传统行业方向在此期间也获得了不同程度的修复。”

“A股市场在经历了7月的整体回调后,8月迎来了一段反弹行情。从结构上看,科技板块缩量整理,在红利板块的带领下,上证指数出现反弹。资金在科技和红利切换的过程中,受益于流动性外溢,小微盘板块强势反弹,整体成交水平有所回升。”中信保诚多策略基金经理王颖表示。

多只小微盘策略基金随之迎来净值增长。举例来看,8月以来截至9月8日,知名“橱窗基金”金元顺安元启灵活配置混合净值增长率为10.54%、诺安多策略混合A、东财量化精选混合A净值增长率分别为14.37%、16.51%。此前恢复大额申购的诺安多策略混合也重新限制大额申购。

“多重条件共同构筑了微盘股阶段性配置基础。”东财量化精选混合基金经理表明达和杨路炜认为,一是市场呈现“无主线、轮动快”特征,资金风险偏好抬升,行情从权重蓝筹向中小市值、高弹性成长扩散,微盘股重获市场资金关注;二是流动性环境边际改善提供支撑;三是当前微盘股估值层面处

于历史相对低位区间,叠加前期大幅回调,其存在修复的可能性;四是微盘股指数自带动态调仓机制,定期调出市值抬升标的、纳入新的低市值个股,被动实现“高抛低吸”,自带追求超额收益的制度优势。

回顾此前多轮行情,小微盘策略基金曾凭借高弹性的收益表现,收获大量投资者关注。随着板块迎来修复反弹,本轮行情能否延续,后续将如何演绎,也成为市场投资者高度关注的焦点。

黄生鹏表示:“对本轮反弹的持续性,我们持相对乐观的判断。参考历史经验,在较为拥挤的行情结束之后,市场的再平衡周期通常较长。当前小微盘的估值仍处于历史较低分位,交易结构与筹码结构均已优化,具备持续修复的基础。因此,我们认为本轮反弹具备较强的持续性,后续仍有空间。从长期投资的角度来看,小微盘策略基金具备较高的投资性价比——在市场关注度低、估值压缩的阶段介入,等待定价修复与企业成长带来的回报,这一策略在历史上多次证明了其获取长期超额收益的能力。”

“目前,小微盘策略的底层逻辑仍然在于针对流动性的逆向投资。”王颖表示,展望9月,虽然外部环境不确定性较高,但全球流动性拐点言之尚早,且小微盘板块虽然在5月至7月经历了大幅回调,但策略的底层逻辑并没有出现变化。在市场没有新增主线的前提下,小微盘股仍具备震荡上涨的基础。

黄生鹏提示,在投资小微盘策略基金时,投资者需要重点关注估值风险、市场交易集中度风险和流动性风险。小微盘方向整体估值弹性较大,当市场情绪过热时基金净值可能面临较大的回撤压力,拥挤交易后的风格切换也可能导致基金净值阶段性承压。同时,小微盘标的整体成交偏薄,在市场波动加剧时基金可能面临赎回与变现之间的摩擦成本,从而影响净值表现。

## 1334只组合类保险资管产品前8个月实现正收益

■本报记者 杨笑寒

近日,组合类保险资管产品前8个月“成绩单”出炉。Wind数据显示,截至目前,共有1570只组合类保险资管产品披露了前8个月年化投资收益率(以下简称“投资收益率”)。数据显示,今年前8个月,1570只产品投资收益率的平均值为3.75%,同比下降;中位数为2.80%,同比增长0.91个百分点。1570只产品中,有1334只产品取得正收益,占比85%。

组合类保险资管产品是指保险资产管理机构面向合格投资者非公开发行、以组合方式进行投资运作的保险资产管理产品。根据组合方式的不同,组合类保险资管产品分为固收类、权益类、混合类、商品及金融衍生品类。

具体来看,今年前8个月,1102只固收类产品中,有1015只取得正收益,87只收益率为负。收益率最高的为“平安资管睿亨21号”,收益率为29.37%,最低的为“光大永明聚宝19号”,收益率为-13.31%。1102只固收类产品的平均收益率为2.64%,同比下降1.08个百分点,中位数为2.73%,同比增加0.03个百分点。

263只权益类产品中,有191只取得正收益,72只收益率为负。其中,“泰康资产悦泰科技产业精选”收益率最高,为78.44%,”工银安盛周期成长2号”收益率最低,为-33.04%。263只权益类产品收益率为平均值为7.49%,同比下降27.69个百分点,中位数为6.44%,同比下降25.22个百分点。

205只混合类产品中,有128只取得正收益,77只收益率为负。其中,“华安财保资管开阳1号”收益率最高,为84.36%,”百年资管祥瑞8号”收益率最低,为-31.73%。205只混合类产品的收益率为平均值为4.91%,同比下降17.74个百分点,中位数为3.44%,同比下降16.99个百分点。

对此,对外经济贸易大学创新与风险管理研究中心副主任龙格对《证券日报》记者表示,组合类保险资管产品收益率平均值大幅下

降而中位数保持稳定,表明下行主要是去年权益类产品的高基数退潮,今年以来科技板块走强、消费与医药板块走弱的极端分化行情共同拉低了均值。

从整体来看,多数产品仍处于正收益区间。龙格表示,出现这一现象的根源在于,10年期国债收益率下滑导致固收类产品票息收益中枢下移,叠加2025年同期权益市场反弹,导致去年同期的收益率基数较高,而2026年权益市场相对而言呈现的是结构性行情,并非普涨格局,年化折算后进一步放大了收益落差。

个股收益分布进一步反映了前述权益市场的结构性行情。具体来看,在收益率排名前20的产品中,有多只聚焦科技领域的组合类保险资管产品,例如“泰康资产悦泰科技产业精选”、“平安资管如意15号(科技主题)”和“国寿资产—睿进新质创新科技1号”等。

展望未来,保险资管机构应如何稳步提升自身投资收益率,实现跨周期、可持续发展?广东凯利资本管理有限公司总裁张令佳在接受《证券日报》记者采访时表示,保险资管机构配置和投资策略的关键约束是保险资金成本相对刚性,因此一切配置调整都需要以“资产负债匹配”为前提,不能因追求收益而偏离稳健风格。

具体到实际操作来看,张令佳表示,机构仍需从“哑铃型”配置上找均衡点。一是积极配置超长期国债、地方政府债和优质基础设施债权计划等高信用等级的非标资产,加强资产负债久期匹配。二是加码红利类权益资产,比如银行等股息率较高的板块,在一定程度上可作为“类固收”资产,通过举牌、长期股权投资平滑利润波动,这是应对利差损压力最稳健的方式。三是战略性增加私募股权、REITs(不动产投资信托基金)、黄金、对冲基金、核心不动产等另类资产的配置比例。四是在成长与价值之间均衡布局,把握风险偏好抬升带来的成长型权益资产的结构性机会。