

保险营销员数量2年锐减331.1万人 尚未跌至谷底

■本报记者 冷翠华

银保监会日前下发的《关于2021年底保险公司销售从业人员执业登记情况的通报》(以下简称《通报》)显示,截至2021年年底,全国保险公司在保险中介监管信息系统执业登记的销售人员(以下统称“保险营销员”)为641.9万人,较2019年年底高峰时期的973万人锐降331.1万人,降幅达34%。

保险营销员数量大滑坡,既有疫情等外部因素的影响,也是行业发展的必然结果。在业内人士看来,滑坡现象尚未见底,今年保险营销员数量可能会继续减少。要想改变保险业当前的发展困境,保险公司需要深入推进营销员制度改革,还需在产品、服务定位等方面妥善布局,留住人才,推进行业高质量发展。

保险营销员2年减少超三成

《通报》数据显示,截至2021年年底,国内保险营销员共有641.9万人。与之相比,2019年和2020年的保险营销员数量分别为973万人和842.8万人。由此可见,近两年来保险营销员数量在加速流失。

回溯2014年,我国保险营销员数量仅为325万人。2015年,保险营销员资格考试取消,保险从业人员快速增长。

清华大学五道口金融学院中国保险与养老金研究中心研究总监朱俊生对《证券日报》记者分析称,保险营销员资格考试的取消大幅降低了行业准入门槛。保险公司为了快速做大规模,通常会采取“人海战术”,这是前些年保险营销员数量快速增长的主要原因。

然而,“人海战术”恰如一把“双刃剑”。业内人士表示,大量营销员涌入后,在贡献保费收入的同时,也导致投诉量和退保率激增、自保件问题凸显,金字塔式营销员结构的弊端有所显现。寿险业流传着一句话:“增员就是增客户。”不少人在“年薪百万不是梦”的宣传口号的吸引下加入营销队伍,随后却发现,在向亲朋好友卖完保单后,难以继续拓展新的客户,也就难以继续存活下来。

“内部发展模式的弊端,一旦遇到外部环境变化,将共同导致营销员数量出现大滑坡。”朱俊生分析称,从内部因素看,是“人海战术”逐渐暴露出严重的问题;从外部因素看,疫情的影响、宏观经济的持续低迷,大众对未来发展的悲观预期,都会影响消费者对保险的需求。

对外经济贸易大学保险学院院长



崔建岐/制图

谢远涛对《证券日报》记者分析称,传统的保险营销员体系呈现“金字塔”结构,处在“塔底”的新人收入较低,脱落率较高,“前高-中低-后无”的佣金分配机制,也令从业人员非常短视,营销员会把更多精力用于挖掘新客户上面,缺乏提供后续服务的动力。无论是营销人员的结构还是佣金分配模式,都让保险营销员难以留下更多,走得更远。

普华永道中国金融行业管理咨询合伙人周瑾认为,两大原因导致保险营销员数量出现大滑坡。一是监管驱动的营销员清虚,导致很多虚挂的人力被剔除出去;二是保险业转型进入深水区,保费收入增速放缓,消费者需求出现变化,叠加疫情对消费者购买力和获客场景的影响,保险营销员的展业难度明显加大,在收入下降后,脱落率也明显走高。

营销员数量或继续减少

近两年,保险营销员数量已流失331.1万人。其中,2021年就流失了200.9万人,流失速度进一步加快。业内人士认为,营销员数量下滑尚未见底,未来仍有进一步下滑可能。

“今年保险营销员数量可能还会往下走。”朱俊生表示,一方面,人身险行业短期仍面临巨大增长压力,对保险营销员来说,卖不出去保单就意味着没有佣金收入,时间一长就只能离开。另一方面,在行业整体发展不利的形势下,各家险企都在探索转型,改变以往的“人海战术”,力图提质增效。但到目前为止,改革效果尚未显

现,存量营销员的整体结构尚未明显改观,预计短期内保险营销员数量仍可能会继续下降。

周瑾认为,目前保险业改革处于深水区,各方面的问题仍未得到根本解决,行业经营模式也没有发生本质上的变化,保险营销员的能力仍无法满足行业高质量发展的需求,所以未来营销员队伍仍可能进一步精简,营销员数量仍将进一步下滑。

谢远涛分析称,今后保险营销员将进行更深层次的结构调整,“二八定律”将会在保险营销领域有所体现,少数高质量的专业保险营销员将占据大部分的市场份额。在传统保险营销员数量缩水的同时,独立代理人可能会成为重要增长极;打破传统的代理人结构和佣金制度后,有望留住更多的高品质保险营销人员。

保险业改革需系统性推进

保险营销员数量大滑坡,并非只是“点”上的问题。要解决这个问题,也需要采取系统性措施,既要营销员制度本身进行变革,也要对保险公司战略方向、经营模式等方面进行升级。

周瑾认为,营销员数量滑坡的现象,本质上凸显了保险业传统经营模式已无法适应高质量发展的需求。要解决这一问题,首先,要从行业战略方向和经营模式入手,从客户视角出发,针对细分客群的特征和保险需求做出精准分析,在产品开发和服务模式上

进行变革。其次,匹配不同客户的需求,在营销方式和营销员队伍的招募、培养等方面进行变革,提升渠道能力和价值创造,切实满足客户需求。

谢远涛指出,营销员数量滑坡的背后,反映出保险业发展的问题所在。近年来,保险产品同质化问题凸显。例如,银保渠道的绝对销售主力是增额终身寿险,开门红期间险企大多聚焦于快返年金产品,在此背景下,市场竞争愈发聚焦在价格和激励费用上,影响了保险市场的可持续发展。因此,要解决营销员数量滑坡的问题,险企必须从产品设计、服务定位以及后续发展方面都进行妥善布局。

朱俊生认为,对于保险营销员数量滑坡的问题,需要保险公司、保险营销员以及监管部门多方面合力解决。首先,保险公司要改变原有的“人海战术”模式,通过机制设置、系统培训等方式推动保险营销员向高质量、精英化方向发展。其次,保险营销员需要不断提升专业素质。随着消费者保险意识的增强和专业度的提升,加上获取信息的渠道增加,保险营销员必须拿出自己的专业水平,才能将合适的产品卖给合适的人,为消费者创造价值的同时,也实现自身的长远发展。

第三,监管部门在推进保险营销员佣金制度改革时,应把握好时机和力度,避免加剧当前保险业面临的严峻形势。例如,如果在当前改革佣金制度,降低首佣比例、拉长佣金发放周期,可能会导致保险营销员的短期收入更低,进一步加大保险业吸引优秀人才的难度,令保险业的发展更加困难。

国民银行一“元老”股东有点惨 持股14年全被司法冻结

■本报记者 吕东

新三板挂牌的银行又有新情况。2月22日,在新三板挂牌的象山国民村镇银行(证券简称“国民银行”)对外发布公告称,作为其发起人股东之一的宁波天安(集团)股份有限公司(以下简称“宁波天安”)所持的该行480万股股份已全部被司法冻结,占该行总股本的5.65%。

公开信息显示,早在2008年国民银行设立之初,宁波天安即完成认缴缴款,成为该行发起人股东之一,现为国民银行第四大股东。

“股权司法冻结是人民法院在诉讼或执行中采取的一种强制措施,主要是限制股东从公司获取利益以及处分股权,防止股权收益不当流失。”北京德和衡律师事务所合伙人陈爽在接受《证券日报》记者采访时表示。

因借款合同纠纷 一家股东持股全被冻结

国民银行发布的公告显示,此次被冻结的宁波天安所持股份全部为无限售条件股份,冻结期限为2022年2月21日起至2025年2月16日止。目前,该笔冻结股份已在中国结算办理司法冻结登记。

对于该股东所持股份被司法冻结的原因,国民银行表示,系该股东与平安银行宁波分行的金融借款合同纠纷所致,由宁波市鄞州区人民法院根据(2022)浙0212民诉前调1388号文书对其所持股份执行冻结。

天眼查信息显示,宁波天安对国民银行的持股已近14年之久,属于该行的“创始元老”之一。

针对“元老”股东的持股被冻结一事,国民银行方面表示,此次涉及股份不是实际控制人控制的股份,即使全部被冻结,也不会导致公司控股股东或实际控制人发生变化。截至公告披露之日,该行各项业务正常开展,上述股权司法冻结未对公司日常经营产生重大不利影响。

陈爽对《证券日报》记者表示,通常情况下,一位股东所持银行股权被冻结,对银行经营不会造成本质上的影响。早前发布的《中国银保监会关于加强商业银行股权质押管理的通知》,曾对持股5%以上的股东进行股权质押做出明确要求和规定,要求商业银行建立和完善与股东经营风险之间的防火墙。另外,国民银行是新三板挂牌企业,对其股权的质押、冻

结也有相关规定。比如,人民法院已对股权采取冻结保全措施的,股权持有人、所有权人或者第三人提供了有效担保,法院经审查符合法律规定的,可以解除对股权的冻结。此外,股权持有人或所有权人清偿了该债务后,也可要求法院予以解冻。股权持有人、所有权人确实无法履行还款义务的,法院可以根据《最高人民法院关于人民法院强制执行股权若干问题的规定》,拍卖被执行人的股权。《证券日报》记者昨日曾多次拨打宁波天安的办公电话,欲对股权冻结一事进行深入了解,但电话一直无人接听。

村镇银行发展冷热不均 信贷规模有限成痛点

近几年,由于没有新银行进入新三板市场,加之齐鲁银行“转身而去”,截至目前,在新三板挂牌的银行数量已减至7家,其中包括4家农商行和3家村镇银行。国民银行就是3家新三板挂牌的村镇银行之一。

2021年半年报显示,国民银行在2021年上半年实现归属于挂牌银行股东的净利润为836.78万元,较2020年同期增长49.38%,该增幅也是所有新三板挂牌银行中最高的。资料显示,宁波鄞州农商行持有国民银行股权占比为47.17%,是该行的主要发起人和控股股东。

“根据2021年半年报数据,国民银行作为一家新三板挂牌银行,自身的经营还是不错的。”招联金融首席研究员董希淼对《证券日报》记者表示,数量超千家的村镇银行的发展极不平衡,由于仅在县域内开展业务,部分经济发展较差地区的村镇银行经营遇到较大困境,有些村镇银行近年来业绩下滑严重。

董希淼认为,部分村镇银行发展面临的困难是其自身特点决定的。村镇银行普遍存在资本实力小、信贷规模小的情况。在成立初期,村镇银行主要依靠主发起行的支持,如果主发起行的支持力度不够,村镇银行的发展就会很艰难。

国民银行曾表示,将“严格坚守县域和专注主业”,这就导致该行的整体信贷规模非常有限。《关于进一步推动村镇银行化解风险改革重组有关事项的通知》的下发后,旨在加强对村镇银行补充资本和改革重组的支持,对村镇银行的健康发展具有重要意义。

多家银行部分理财产品费率降为零 未来或有更多银行跟进

■本报记者 张志伟 见习记者 余俊毅

继去年多家银行对基金代销费率打折后,今年以来银行理财产品的相关费率也相继下降。

《证券日报》记者梳理后发现,2022年开年以来,包括招商银行、华夏银行、光大银行等在内的多家银行及其理财子公司已先后发布费率调整公告,将其理财产品或代销的理财产品费率进行下调,部分产品的费率已降至0。

比如,招商银行近日在官网接连披露数十份理财产品费率优惠公告,涉及管理费、销售服务费、费率,部分产品优惠后的费率已降至0。此前,华夏银行也曾发布过类似的产品费率优惠公告,部分产品的销售手续费率按照说明书约定降至0。

销售理财产品、基金产品收取的相关费用作为银行的中间业务,一直是银行的重要收入来源之一,银行为何要忍痛“割肉”呢?

对此,易观高级分析师苏薇芮对《证券日报》记者表示,近年来银行理财(含子公司)各项费率整体呈下行态势,主要源于近年来资金面宽松,带动理财收益下行,对费率造成一定挤压。此外,随着银行理财子公司陆续成立,“资管新规”的影响不断深化,理财产品供给侧竞争不断加剧,在产品发行层面,伴随理财产品向净值化转型,净值产品的发行量、存续规模持续上升,规模效应也会在一定程度上带动费率下行。

值得注意的是,理财产品的“费率降为0”,并不代表“0收费”。记者了解到,通常情况下,银

行理财产品主要包括六大类费用,且各家银行(含理财子公司)收费的项目和费率有所不同。目前,银行理财产品收取的主要费用有销售费、托管费、固定管理费、浮动管理费、认购费、申购费、赎回费以及理财产品在投资运作过程中可能产生的其他费用。

此外,部分银行理财产品还会收取超额业绩报酬,这是指当理财产品实际兑付收益率超过业绩比较基准时,银行将对超过的部分按一定比例在投资者和自身之间进行分配,这是净值型理财产品的主要收费项目之一。

普益标准的研报指出,总体来说,银行理财的固定费率要低于公募基金,特别是托管费方面。不过,在超额管理费方面,公募基金几乎不收取这部分费用,而银行理财的收取比例在10%-100%之间,总体收取比例偏高。

中央财经大学证券期货研究所研究员、内蒙古银行研究发展部总经理杨海平对《证券日报》记者表示,此前公募基金也曾掀起降费潮。资管新规全面实施后,大资管竞争格局正在形成。放在银行与公募基金及其他大资管成员竞争的背景下,上述商业银行业务策略的变化代表了未来的演进趋势。

中国社科院金融所银行研究室主任李广子对《证券日报》记者表示,未来可能会有更多银行采取降低费率的方式进行竞争。价格战只是应对外部竞争的一种方式,银行可以着眼于提高综合金融服务能力,在基金或理财产品代持过程中为客户提供有针对性的财富管理建议,增加客户黏性,提高客户的满意度。

券商资管发力主动管理 前20强规模已突破5.2万亿元

中信证券超万亿元居首,中银证券环比增87%

■本报记者 周尚任

“大资管”时代下,券商资管规模已从峰值逐步降至8.64万亿元,压缩幅度超50%。券商资管面临全面转型,提升主动管理能力成为重要转型方向。最新数据显示,中信证券的主动管理规模、主动管理资产规模双双突破1万亿元;中金公司等5家券商的主动管理资产规模占比均超90%,转型成效凸显。

不过,在步伐不断加快的转型过程中,也暴露出不少问题。其中,资管新规落实不到位、资管产品违规运作、投资管理不规范、信用风险管理机制不健全等方面的问题较为突出。

前20强券商资管规模 合计突破6万亿元

2月23日晚间,中基协发布资管月均规模(更新)显示,2021年四季度,前20强券商的资产管理规模合计6.15万亿元。其中,中信证券以1.17万亿元的月均资管规模遥遥领先,领先第二名中金公司近3000亿元。中银证券以5977.38亿元的规模超越招商资管,位列第三。中银证券、中信证券的月均资管规模较去年三季度均增长超千亿元,分别增加了1245.6亿元、1225.89亿元。

环比增幅方面,中银证券的增幅最高,为26.32%;光大资管紧随其后,为20.46%;此外,广发资管、平安证券、中泰证券、中信证券等4家券商的增幅也均超

10%。与此同时,有9家券商的月均资管规模出现不同程度的减少,其中有5家降幅均超10%,海通资管降幅更是超过20%。方正证券掉出券商月均资管规模前20名榜单,国金证券则跻身其中。

截至2021年三季度末,基金管理公司及其子公司、证券公司、期货公司、私募基金管理机构的资产管理业务总规模约为65.87万亿元。其中,证券公司及其子公司的私募资产管理业务规模为8.64万亿元,较二季度末增加0.3万亿元。但券商资管规模的占比仅为13.12%,未来仍存在较大提升空间。

券商资管未来可期,川财证券首席经济学家、研究所所长陈雳在接受《证券日报》记者采访时表示:“资管新规下,券商资管相对于银行而言,在产品配置和产品设计上有着相对优势,而且券商对市场的反应更为敏感。”

中银证券异军突起 主动管理规模环比大增87%

在资管新规下,券商通道业务受到压缩,主动管理能力开始成为券商壮大资管业务的关键。2021年四季度,前20强券商的主动管理资产规模合计达5.21万亿元。其中,中信证券的主动管理月均资产规模已超1万亿元,为10462.5亿元。去年三季度,中金公司的主动管理资产规模逼近中信证券,仅相差250亿元;然而,仅仅经历了一个季度,中信证

券再次拉开差距,领先中金公司规模1887亿元,而且,中信证券的主动管理资产规模占比也提升至89.61%。

值得一提的是,中银证券主动管理资产规模达4111.76亿元,环比增加1913.24亿元,环比增幅达87.02%。中银证券相关负责人在接受《证券日报》记者采访时表示:“2021年,国内债券市场呈现牛市行情,十年期国债收益率从年初最高的3.3%下行至年底的2.8%附近,下行约50bp。同期,转债市场大幅上涨,中证转债指数2021年全年涨幅达到18.5%。固收投资一直是中银证券的强项,2021年是泛固定收益资产的投资大年,固定收益产品规模大幅增加,中银证券凭借自身的资源禀赋和投资能力,适时加大了与各类机构的合作,不断拓展固收投资策略的广度和深度,同时以固收优势为基础,向上延伸至固收+、量化以及主动权益投资策略,使得资管规模在去年四季度实现较大增幅。”

在主动管理资产规模占比方面,18家有数据可比的券商资管的月均主动管理资产规模占其月均资管总规模的比例均超50%。其中,中金公司、财通资管、五矿证券、中泰证券、广发资管等5家券商的规模占比均超90%。

需不断加强风控意识 提升投研水平

《证券日报》记者了解到,在券商

加速优化资产管理业务结构、提升主动管理能力的过程中,也暴露出不少问题。

2月15日,北京证监局披露了关于对东兴证券采取出具警示函监管措施的决定,指出东兴证券存在的一些问题:一是资管新规落实不到位,个别产品业绩报酬提取频率超过每6个月一次;二是投资管理不规范;三是风险管控制度存在缺失。针对上述问题,北京证监局表示,东兴证券应当切实提高私募资产管理业务的合规风控水平,杜绝此类事项发生。对此,东兴证券表示,公司将按照监管要求积极整改,进一步加强和完善公司内部管理。

此前,浙商资管则因存在投资交易管理缺失,适当性管理制度不健全、合规人员配备不足、估值技术不一致、持有违约资产估值不合理等五大问题,被暂停私募资产管理产品备案6个月,公司被责令改正,有关人员被处分。

《证券日报》记者在采访中也了解到,很多券商对资管问题已高度重视,按监管要求进行了自查,对不符合规定的问题迅速整改。

陈雳向记者表示:“监管部门要求资管行业去通道化,并对前几年的资管业务进行了整治。未来,对资管产品的风险控制及主动权益管理能力的要求会越来越高,券商需要不断加强风控意识,提升投研水平。”