

保险营销员较高峰期锐减400万人 头部企业营销员产能两位数增长

■本报记者 冷翠华

9月19日,银保监会发布最新数据显示,截至2022年6月30日,全国保险公司在保险中介监管信息系统执业登记的销售从业人员(以下简称保险营销员或代理人)为570.7万人,较去年底减少71.2万人,较2019年高峰时期的973万人减少402.3万人。

险企主动清虚叠加保险营销员“出走”,造成营销员人数持续下滑。在此过程中,险企持续推进保险营销队伍高质量发展,目前,头部险企的营销员改革已经初见成效,营销员产能实现两位数增长。但从行业层面来看,要实现这一目标还有些难题待解。

人数或未见底

截至2021年底,国内保险营销员共641.9万人。与之相比,2019年和2020年的保险营销员分别为973万人和842万人。到今年6月底,这一数字下降至570.7万人。

保险行业营销员下降的主要是人身险公司人员。今年上半年,人身险公司增加至94家,保险营销员由2021年底的472.8万人下降至401.4万人。

同时,财险公司保险营销员数量有所增加。2021年底,90家财险公司执业登记销售人员169.1万人,到今年6月底增至169.3万人。

对此,中华联合保险集团股份有限公司研究所博士邱剑对《证券日报》记者表示,寿险营销员持续下滑主要有四方面原因,一是前些年

年保险营销队伍快速扩张,尤其是2015年取消保险营销员资格考试之后,从业门槛大幅降低。随着保险知识的普及、监管政策的规范,缺乏专业知识的营销员逐渐被市场淘汰。

二是随着人海战术的失灵,各大保险公司纷纷转型,走精英化路线,对虚挂营销人力不断进行清退。

三是监管政策对自保件持续进行规范,要求自保件、互保件不参与业绩考核和业务竞赛,限制保险营销员用自保件获取高收益的路径,挤出保费收入中的水分,对营销员队伍也有清虚效果。

四是随着我国老龄化进程的加深,税收体制的完善等因素,客户分层明显,对保险营销员的要求提高,部分营销员难以继续展业。

普华永道中国金融行业管理咨询合伙人周瑾认为,近几年,保险营销员不断下滑,本质上是人员清虚以及行业转向高质量发展的结果。未来行业发展模式和个险渠道转型的路径仍然还不够清晰,在专业队伍打造和渠道能力升级方面,行业还面临着较大不确定性,短期内保险营销人力较难止跌回升。

邱剑认为,目前保险营销员数量或尚未见底,仍有下降空间,但随着行业在国家经济、保障体系中地位的提升,加之人们对养老需求的持续增长,保险营销队伍仍会稳步提升。

部分险企转型见效

行业转型发展伴随保险营销员持续减少,在此过程中,行业保



费增速放缓,险企积极推动个险渠道向高质量方向转型,目前头部险企的转型已经初见效果。

据半年报显示,今年上半年,平安寿险代理人人均产能同比增长27%,人均收入7957元/月,同比增长35.1%。人保寿险表示,代理人队伍转型有所突破,高端销售精英人力同比增长49%。“大个险”渠道月人均单期交保费5842元。太保寿险代理人核心人力产能有效提升,核心人力月人均首年保险业务收入32331元,同比增长23.5%;核心人力月人均首年佣金收入4630元,同比增长10.8%。新华保险持续推动“优计

划”落地实施和“年轻化、专业化、城市化”营销队伍建设,其月均合格人力6.1万人,同比下降41.9%;月均人均综合产能达3840元,同比增长23.7%。

从行业层面来看,打造高质量个险渠道仍有难点。周瑾表示,代理人素质的提升本质上是渠道能力的全面提升,既要有代理人队伍的“优选优育”,也要有相应的管理模式与激励机制,还要配套数字化营销工具赋能。这些举措需要多管齐下,且很难一蹴而就。因此,推动营销队伍转型发展的核心难点在于,险企对高质量发展模式与特点接受度

和理解程度。目前,部分险企仍有短期保费规模和市场份额的思维惯性,容易导致营销员转型缺乏决心和坚持的毅力。

邱剑认为,推进个险渠道高质量发展,也对险企提出新的考验,尤其是其运营体系、支援体系和培训体系是否与营销员改革目标相匹配。要推动营销队伍高质量发展,必须从全系统协调推进各项工作。长远来看,人们对保险服务的需求是刚性的,对保险营销员的依赖仍然存在,随着险企各项体系的不断完善,以及销售队伍的沉淀,保险业个险渠道的发展依然可期。

农尚环境或将易主 拟置换资产切入新能源领域

■本报记者 李万晨曦

农尚环境易主迎来新进展。9月19日,公司公告称,公司董事会、监事会审议通过了《关于海南芯联微科技有限公司协议受让吴亮先生所持公司20%股份构成管理层收购的议案》。同日,公司发布资产置换公告,拟以不超过2.8亿元的应收账款和合同资产,等额置换广东莱克动力技术有限公司(以下简称“莱克动力”)不超过45%的股权。

据悉,莱克动力是新能源动力电池储能技术领域的公司,此举也代表着农尚环境正积极切入新能源领域。

易主迎新进展

农尚环境主营业务为园林绿化工程设计、施工、养护及苗木培育业务。2021年,公司开始布局芯片领域,积极推动集成电路板块新业务的市场开拓。

公告显示,农尚环境易主事项目前已获董事会、监事会审议通过,尚须公司股东大会审议,股东大会将于10月10日召开。

此前,2022年6月7日、6月9日和9月15日,海南芯联微科技有限公司与公司控股股东、实际控制人吴亮分别签署《股份转让协议》《补充协议》及《补充协议(二)》,吴亮拟以协议转让的方式向海南芯联微科技有限公司转让其直接持有的公司无限售流通股5866万股股份(占公司总股本的20%)。

农尚环境表示,本次协议转让完成后,海南芯联微科技有限公司将持有农尚环境20%股份,公司实际控制人将由吴亮变更为公司董事兼总经理林峰,根据《上市公司收购管理办法》相关规定,本次股份协议转让构成管理层收购。

林峰具有丰富的半导体行业投资经历。据悉,林峰曾任硅谷数模半导体有限公司董事长,北京山海昆仑资本管理有限公司总经

理。2021年11月起任农尚环境总经理、董事,主持各项生产经营管理工作,负责公司集成电路业务发展和其他职能管理工作。

海南芯联成立于今年5月12日,注册资本3亿元,林峰、付金龙现分别持有70%、30%的股权,主营业务方向为高科技技术及产品应用、推广、投资和贸易。

转向新能源领域

实控人变更也将带来一些新的变化,农尚环境一直在探索转型。公司此前就探索转型芯片领域,现在又转向新能源领域。

9月19日,农尚环境发布公告称,公司(以下简称“甲方”)拟与贺刚、吴建华(以下简称“乙方”)签订《资产置换框架协议》,甲方拟以不超过2.8亿元(含本数)的应收账款和合同资产(以下简称“置出资产”),等额置换乙方持有的莱克动力不超过45%(含本数)的股权(以

以下简称“置入资产”)。

农尚环境表示,本次签署的《资产置换框架协议》仅为双方合作意愿的意向性约定,具体的交易方案及相关交易条款,待审计机构和评估机构对置出资产和置入资产完成审计、评估等出具专业意见后,公司将按照相关法律、法规及公司章程的规定履行相应的董事会和股东大会决策和审批程序,以双方最终签署的正式协议为准。

莱克动力实际控制人为贺刚,贺刚持股80%,吴建华持股20%。公司提供从电池管理系统、结构设计、电气设计到最终产品的全流程产品设计和生产保障,主要产品包含移动机器人锂电池系统、家庭储能系统、商业储能系统以及模块化锂电池产品。

业绩方面,2021年、2022年上半年,莱克动力营收分别为2.87亿元、3.17亿元,净利润分别为381万元、949.26万元。

北京特亿阳光新能源总裁祁

海坤在接受《证券日报》记者采访时表示,我国的新能源产业正在改变和引领全球产业发展方向、分工方式和生产资源的重新配置甚至是全球产业链的重构,这是市场化的需求、也是国家政策在积极鼓励和引导下的新兴产业。由“双碳”目标带来的“新能源发电+新型储能”服务的新型电力系统,再辅以“新能源+数字化”为驱动力的数字能源产业革命,会成为双碳目标下推动我国低碳经济增长的“新源动力”,看好莱克动力的电源管理系统和相关储能产品的市场前景。

北京社科院研究员、中国人民大学智能社会治理中心研究员王鹏对《证券日报》记者表示,农尚环境原是以园林绿化业务为主,布局新能源符合“双碳”的整体战略要求,新能源行业未来也具有发展潜力。传统行业转型新能源还需技术、资金、人才、市场等多方面的整合,能否成功还需时间检验。

80家养老概念公司近十年合计营收增长超375% 机构人士预计:养老产业将步入黄金发展期

■本报记者 楚丽君

9月20日,国家卫生健康委召开新闻发布会,介绍党的十八大以来老龄工作进展与成效。国家卫生健康委老龄健康司司长王海东在会上介绍,我国老龄化呈现出数量多、速度快、差异大、任务重的形势和特点。下一步,将认真实施积极应对人口老龄化国家战略,坚持积极老龄观,促进健康老龄化,努力走出一条中国特色应对人口老龄化的道路。

在养老服务供给方面,民政部养老服务司副司长李永新在会上表示,2012年至2021年,中央财政累计投入359亿元支持养老服务设施建设。截至目前,社区养老服务基本覆盖城市社区和半数以上农村社区。截至2022年第一季度,全国各类养老服务机构和设施达36万个,床位812.6万张,床位数是2012年底的近2倍。

对于我国养老产业的发展现状,浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林在接受《证券日报》记者采访时表示,首先,当前养老产业基础设施供给不足现象比较突出。一方面是逐渐强化的老龄化现状,老人越来越多,另一方面是养老设施投入的不足,尤其是人均养老服务设施的保有量还有待提高,设施供给增加追不上老龄化人口增加的幅度。未来除了财政要加大基础设施供给投入,也要通过社会资本结合的方式,增加供给。其次,养老意识亟待改变。养老金依然是老人的基本保障,但光靠养老金不能满足差异化的养老需求,为了保障老人生活,要开展多渠道多元化的老年人财富规划,还要进一步提升低养老金收入老人的收入水平,保障其生活品质。最后,养老产业要关注老年人潜在的需求。通过发现老年人的需求来挖掘老年人的消费潜力,要针对不同年龄阶段推出差异化的养老服务产品。

近十年,养老概念上市企业也取得快速发展。同花顺数据显示,截至9月20日,养老概念板块内合计有92家上市公司。其中,有80家公司2021年业绩与2012年业绩有可比性,2012年合计实现营业收入2261.75亿元,2021年合计实现营业收入10743.64亿元,十年间合计营业收入增长375.01%;2012年合计实现归母净利润156.17亿元,2021年合计实现归母净利润311.09亿元,十年间归母净利润增长99.20%。

对于养老产业的发展方向,黑崎资本创始合伙人陈兴文表示,未来的养老产业,不单单是护理和调养,有可能衍生出娱乐型养老、旅游型养老等。面对老龄化,养老行业在我国是一个朝阳行业,而且现代城市老人普遍接受较高教育,也更注重养老的品质和内在需求。

9月20日,养老概念板块震荡走强,截至收盘,板块整体涨0.93%,跑赢上证指数(涨0.22%),板块内有66只个股实现上涨,占比超七成。

对于养老概念板块的投资机会,排排网财富公募产品运营经理徐圣雄对《证券日报》记者表示:“在政策扶持、人口老龄化提速、居民财富日益增长、人均寿命提升以及生活品质要求提高的背景下,考虑到我国目前养老产业还有待完善,在供需缺口带动下,养老产业有望迎来高速发展,未来十年将会是养老产业的黄金发展期。”

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,在人口老龄化进程加快和政策支持背景下,养老产业的服务模式创新和产业成长空间巨大,相关企业经营普遍比较稳健,比如数字化建设等细分方向上的快速成长机会。因此,养老是兼具阶段性主题机会的长期投资方向。短期来看,养老相关的数字化建设和创新、医疗服务、医疗器械、医疗康复等方向的机会更多一些,中长期看,保险和养老地产的机遇也有可能逐步展现。

本版主编于德良 责编石柳 制作曹秉琛
E-mail:zmzx@zqrb.net 电话 010-83251785

国美渠道变革打造新模式店 助推零售企业数字化升级转型

渠道是零售连锁企业的支柱。而在复杂多变的环境下,为了尽快实现突围,国美创始人黄光裕对线下家电卖场进行了一场前所未有的变革。

作为北京首家新模式店,国美电器西坝河馆近期的试营业受到外界关注。国美电器董事长黄秀虹表示,这是国美“家·生活”战略推进的重要里程碑,以“展示体验、家延伸、家服务”为特色的新模式店,将开启国美升级发展的新阶段,也将进一步推动零售行业数实融合、高质量发展。

新模式复制升级: 下半年计划改造208家门店

国美零售TO C事业群副总裁李俊涛介绍,国美门店新模式打破了传统实体门店的场景组合和模式,在线下让用户感受场景化精品展示体验,在线上则提供全量商品展示及售前、售中、售后全生命周期服务,实现了到店、到网、到家的O2O全场景无缝融合。

谈到新模式店的具体运营模式和发展计划,国美零售TO C事业群运营体系VP何健称,“下半年我们将在全国新增150家1万平方米以上的城市展厅店,改造全国门店208家,经营面积预计超过145万平方米。”而国美门店新模式将在这208家门店进行复制或升级。

他表示,国美新模式店将分为多种类型。在全国门店中,5000平方米以上的门店将是国美近一年里改造升级的重点,面积达到1万平方米以上的门店才能初步定位为“城市展馆店”;另一类为商圈店,面积在5000平方米到1万平方米之间,国美会在这类门店引入更多的场景互动、饮食售卖等。此次,国美电器也与全球知名游戏魔兽世界达成战略合作,在门店等实现联动。

新模式店无疑是国美在全零售业态上的又一次尝试。将在国美战略中扮演怎样的角色,是否能带动其业绩及地位的回归,也备受业内关

注。对此,何健认为,目前国美线下数千家的实体店贯穿六大平台,而线上主要以真快乐为主体,是公司战略当中的两个非常重要的布局。实体店运营模式要将供应链、物流、大数据等平台战略所有的元素都融合,与线上平台形成一体化运营。

2017年,国美确立了“家·生活”新发展战略,并在今年宣布这一战略步入第二阶段的升级与延展,以线上、线下、供应链、物流、大数据云和共享共建六大平台为支撑“全零售生态共享平台”初步搭建完成。2022年,国美将以“全零售”为主战场,持续对渠道进行变革。

国美方面认为,线下门店从电器卖场升级为新模式店是渠道变革的重要一环。新模式店渠道还将进一步下沉。

落地、联动: 带动全产业链及跨界集群发展

据了解,国美新模式店受到美的、

海尔、苹果、华帝等众多知名品牌的认可。新模式店通过全场景、全链路的精准定位、资源重组、降本提质增效,带动各方业绩提升。

为了助力家电产品升级迭代,促进消费增长升级,国美电器与中国家用电器服务维修协会签署了战略合作框架协议,共同推动“以旧换新”“家电下乡”等活动深入开展。中国家用电器服务维修协会理事会主席团主席刘秀敏认为,新模式店一是凸显了智能制造的全新理念与成果,二是凸显了智慧场景的全新设计与成果,三是凸显了智享服务的全新体验与快乐。

她认为,中国家用电器服务维修协会自2014年以来就不断推动家电制造、销售、服务企业跨界融合,并带动全产业链及跨界集群发展,新模式零售门店是“局变全变”战略的又一次落地。

中国商业联合会副会长张丽君



表示,在新商业环境下,通过数字化赋能,推动线上线下进一步跨界融合,实现“人、货、场”的全面升级和重构,已然成为零售业的新选择。在这个背景下,有着36年历史的国美以线

下实体为发展根基,打造出实体零售转型升级后的重要成果,是顺势应势、革新创变的新举措,国美新模式店的打造为零售企业数字化升级提供了范例。(CIS)