

中国人寿组织架构大调整

本报记者 宋文娟 北京报道

北京西城区金融大街16号,中国人寿保险股份有限公司(以下简称“中国人寿”,601628.SH)总部大楼内部,正在掀起一场组织机构改革。改革名为“鼎新工程”,顾名思义

“十二字”调整方针

中国人寿总的组织架构调整方针是12个字:“强总部、精省域、优地市、活基层”。

记者获悉,此次组织架构调整之后,中国人寿总部将有:董事会办公室/投资者关系部、战略规划部/转型办公室、办公室(党委办公室、党委宣传部、机关党委)/扶贫办公室、人力资源部(党委组织部)、营销管理部、收展管理部、个险企划部、个险运营部、培训部、综合金融部、团体业务部/战略客户部、基金销售管理部、健康保险事业部、投资管理中心、财务部、资产管理部、精算部、流程与运营部、核保核赔部、金融科技部、法律与合规部、风险管理部等在内的30个部门,约150个处室和6个团队。

内部人士透露,此次中国人寿专门聘请了波士顿咨询公司。中国人寿上次“三定”还在2014年的林岱仁时期,比起五年前,此次组织架构调整幅度力度更大,涉及范围更广。

苏恒轩透露,中国人寿总的组织架构调整方针是12个字:“强总

部、精省域、优地市、活基层”。

对于总部组织架构的调整安排,其提出强化前台、优化中台、精简后台。所谓前台指三大中心:大个险发展中心、多元发展中心、投资管理中心。所谓大个险发展中心即将个险的1个部门(原为个险销售部)扩展为6个部门,包含营销(营销发展部)、收展(收展管理部)、企划(个险企划部)、培训(个险培训部)、综合金融(综合金融部)、运营(个险运营部)。

多元发展中心则指将团险(团体业务部/战略客户部)、银保(银行保险部)、健康险(健康保险事业部)和基金销售(基金销售管理部)等部门形成与大个险协调发展的整体布局。而投资管理中心则淡化行政色彩,实行市场化,设置了战略资产配置团队、战术资产配置团队、境外投资团队、另类投资团队、投资运营团队、投资风险团队六个团队。

其原来电子商务部与业务管理部撤销。业务管理部原保全管理处、续期与代理业务管理处整合为客户服务部的保全与代理业务管理处。原业管部柜面管理职能也移入客户服务部柜面服务管理处。一位在中国人寿总部工作多年的中层干部告诉记者,“业务管理部是在保单管理的理念和模式下产生的,保险公司管理围绕保单管理,但保单是一个死的东西,保单管理要求去控制,而客户服务则不同,客户服务是全流程的,从与客户接触一直到最后整个生命周期结束。由业务管理部到客户服务部,是由保单管理到客户服务理念的转变。”

中国人寿副总裁杨红称,客户服务在做两个融合,服务和销售深度融合,服务与科技深度融合。在组织架构上,总部把所有面向客户服务的端点归到客户服务部,把核保核赔放在一个部门,组建了运营

《中国经营报》记者独家获悉,中国人寿总部此次组织架构调整幅度与范围较大,诸多部门职能进行了优化、新增、迁出。如,为强化大个险职能,中国人寿个险部门由一个部门扩展为6个部门;撤销电子商务部,原财务管理部与

原会计部合并,撤销业务管理部,将其保全管理、续期与代理业务管理、柜面管理职能移入客户服务部,其续期管理职能移入个险企划部等。

此外,中国人寿多家省公司总经理职位也进行了新老更替。

服务中心,把对运营管理评价放在一个部门也是一个作业的调度中心,形成服务、生产、控制三足鼎立的格局。

此外,中国人寿战略规划部/转型办公室强化了区域发展职能,新增变革创新处,承接公司重大变革创新项目推进实施、统筹开展公司项目管理职能,其原来企划处调整为重点区域发展处,新增雄安新区、粤港澳大湾区、海南自贸区等国家区域发展战略承接工作,其审计部新增并加强区域审计中心管理和业务指导职能。

团险业务部门与国寿集团“三定”相衔接,改为团体业务部/战略客户部,对于团险业务部其职能中新增了职团开拓业务、税惠业务,集团公司战略客户拓展、团工会等相关承接工作职能。而其董事会办公室/投资者关系部则还需牵头组织开展公司市值经营,密切关注资本市场与公司股价走势。

年金险评估利率六年复位:监管意在防利差损风险

本报记者 陈晶晶 北京报道

保险保障转型势在必行。据了解,为进一步完善人身保险业责任准备金评估利率形成机制,切实防范人身保险业风险,中国银保监会近日下发《关于完善人

“起伏”年金险

通俗来说,预定利率就是保险公司提供给客户的回报率,预定利率的高低和保险产品的价格直接相关。在其他假设条件不变的前提下,如果一款保险产品的预定利率越高,客户投保该产品时所缴纳的保费则越少,保险产品的竞争力越强。中央财经大学中国精算研究院博士陈辉认为,预定利率是产品定价利率,评估利率是基于多高的利率评估准备金,正常情况都使用市场利率进行评估,预定利率与责任准备金评估利率可以相同。

实际上,4.025%的预定利率,来自于2013年8月原中国保监会启动普通型人身保险费率政策改革。彼时,费率政策规定,2013年8月5日及以后签发的普通型养老金或保险期间为10年及以上的其他普通型年金保单,保险公司采用的法定

账面无影响

对于此次调整责任准备金评估利率,银保监会相关负责人表示,从近几年的人身保险业发展看,通过落实责任准备金评估利率形成机制,切实管住了增量业务利差损风险,有效激发了市场活力。但随着宏观经济形势的变化以及行业改革的深化,现行评估利率形成机制有待优化。结合中国当前经济形势,未来保险业投资端面临一定压力,为应对可能出现的利差损风险,有必要适当下调现行评估利率。

据银保监会测算,人身保险业此次调整需新增计提责任准备金

倒逼寿险转型

记者注意到,在《通知》下发之前,部分寿险公司已经在内部发文停售预定利率为4.025%的产品。例如,某寿险的“惠民福寿”和另一家寿险的“传家福”都已经停售。8月26日,一家寿险公司在内部公布关于个险、收展渠道停止销售两款预定利率为4.025%产品的通知,称根据公司业务发展需要,经研究决定,两款产品自2019年10月31日24时起,在个险渠道及收展渠道停

身保险业责任准备金评估利率形成机制及调整责任准备金评估利率有关事项的通知》(以下简称“《通知》”),其中调整部分险种的评估利率水平成为业内关注焦点。

对于该部分的描述,《通知》中提到,2013年8月5日及以后签发

的,普通型养老金或10年以上的普通型长期年金,将责任准备金评估利率上限由年复利4.025%和预定利率的小者调整为年复利3.5%和预定利率的小者,以此推动行业转变发展方式,进一步加大风险保障类产品发展力度。

中,年金保险产品的保费收入累计就已经远远超过了行业全年万能的保费收入。此后,为规范保险公司产品开发设计行为,切实发挥人身保险产品的保障功能,2017年监管下发《中国保监会关于规范人身保险公司产品开发设计行为的通知》规定两全保险产品、年金保险产品,首次生存保险金给付应在保单生效满5年之后,且每年给付或部分领取比例不得超过已交保险费的20%。这一规定直接清理了大批不符合要求的年金保险产品,此后年金保费收入开始下降。

2018年以来,年金险业务在寿险行业中的占比已经逐渐下滑。2018年、2019年1-7月,年金险保费收入分别为10476亿元、7991亿元,在寿险业务占比为50.55%、49.52%。

对客户依然有吸引力,部分看重收益的客户可能会流向万能险。几位寿险公司总精算师对记者表示,虽不直接影响寿险公司利润、偿付能力、内含价值,但影响会在未来逐步显现,寿险公司产品策略、销售策略、业务结构或将面临调整。

华泰证券研报分析认为,未来新的产品设计时会充分考虑行业趋势,预定利率高于3.5%的产品大规模获批可能性较小,高预定利率产品的规模有望压缩,推动保障型产品结构改善,推动行业持续回归保障功能。

按照“深耕”策略,截至2019年6月底,德华安顾人寿已在全国开设4家分公司,22家中心支公司和84家营销服务部/支公司,机构网点已覆盖山东、江苏、河北三省26个地市、110个区县。从呱呱坠地到不断超越,德华安顾人寿已成为中国寿险市场上一股快速崛起的力量。

作为与个险渠道并驾齐驱的战略渠道,数字化一直被看作德华

成甚至九成以上,是第一主打业务。尤其其部分新成立的中小公司,情况更为典型。此次评估利率的调整或对中小险企近几年较多地采取高现价产品策略以实现规模的快速提升,影响较大。

对此,某银行系险企内部人士向记者透露,从保费规模上看,2019年以来,大多数银行系险企产品策略有所调整,主推的产品变为为了分红型两全保险和部分万能险。

《中国经营报》记者注意到,其实,自2018年以来,年金险保费收入占比已经呈现下滑趋势。

业内人士解释认为,《通知》虽不直接影响寿险公司账面数据,但是长远来看,影响业务结构、产品策略、销售策略等方面。

原会计部合并,撤销业务管理部,将其保全管理、续期与代理业务管理、柜面管理职能移入客户服务部,其续期管理职能移入个险企划部等。

此外,中国人寿多家省公司总经理职位也进行了新老更替。

服务中心,把对运营管理评价放在一个部门也是一个作业的调度中心,形成服务、生产、控制三足鼎立的格局。

此外,中国人寿战略规划部/转型办公室强化了区域发展职能,新增变革创新处,承接公司重大变革创新项目推进实施、统筹开展公司项目管理职能,其原来企划处调整为重点区域发展处,新增雄安新区、粤港澳大湾区、海南自贸区等国家区域发展战略承接工作,其审计部新增并加强区域审计中心管理和业务指导职能。

团险业务部门与国寿集团“三定”相衔接,改为团体业务部/战略客户部,对于团险业务部其职能中新增了职团开拓业务、税惠业务,集团公司战略客户拓展、团工会等相关承接工作职能。而其董事会办公室/投资者关系部则还需牵头组织开展公司市值经营,密切关注资本市场与公司股价走势。

《中国经营报》记者注意到,其实,自2018年以来,年金险保费收入占比已经呈现下滑趋势。业内人士解释认为,《通知》虽不直接影响寿险公司账面数据,但是长远来看,影响业务结构、产品策略、销售策略等方面。

《中国经营报》记者注意到,其实,自2018年以来,年金险保费收入占比已经呈现下滑趋势。

业内人士解释认为,《通知》虽不直接影响寿险公司账面数据,但是长远来看,影响业务结构、产品策略、销售策略等方面。

发力大个险

中国人寿综合金融部也纳入大个险板块,服务大个险,新增了生态圈协同与推进、高端客户多元化、一揽子金融产品打造与支持职能等。

此次调整,将个险推到了一个非常重要的位置。

记者从接近中国人寿的人士获悉,其“营销发展部”和“收展管理部”为原个险销售部进行销售专业细分,按照销售队伍差异化特点分设,以强化这两支队伍的专业化运营和区隔运作。

此外,中国人寿还增设了“个险企划部”和“个险运营部”,“个险企划部”主要负责业务发展,“个险运营部”主要负责基础管理和转型升级战略项目推进。

设立个险新部门,自然也增设不少处室,如其营销发展部增设营销规划发展处、营销督导处。“个险企划部”增设客户经营处、产品推广处,个险运营部增设营业部建设处、营业部经营处。

其“收展管理部”增设收展人力发展处、收展督导处、孤儿保单管理处。而原来银保理财规划师、电销的席位队伍也与收展队伍融合,银保部的保险规划师处调整至收展发展处。

中国人寿培训部改为专司个险销售培训,而将其原员工培训职能迁到人力资源部,银团培训职能迁到银行保险部、团险部门。“以后培训部叫个险培训部,其他一些银保、团险小的培训分出去,各自部门各自做了,聚焦力量服务个险渠道渠道为主,针对银保、团险,培训部也会设立非个险训练岗以跟进衔接银团培训。”一位国寿分支机构的人士告诉记者。

中国人寿能不能通过此次组织架构调整而在个险渠道方面取得突破仍将有待观察。

中国人寿综合金融部也纳入大个险板块,服务大个险,新增了生态圈协同与推进、高端客户多元化、一揽子金融产品打造与支持职能等。而原来客户服务部客户资源整合运用也迁出至大个险综合金融板块。

在中国人寿个险、银保和团险三大主要业务渠道方面,中国人寿这种加大个险的做法似乎是一种必然。半年报数据显示,上半年,中国人寿实现保费收入3779.76亿元,个险渠道实现保费2905.56亿元,占比76.87%。上半年中国人寿销售渠道总人力190万人,个险代理人157.3万人,占比82.7%。

半年报数据还显示,个险渠道总保费为2905.56亿元,其中新单保费为646.52亿元(期缴新单保费645.29亿元),续期保费2180.23亿元。

而中国平安的半年报显示,其代理人渠道的总保费为3166.67亿元,其中新单保费为717.22亿元(其中中期缴新单为667.58亿元),续期保费为2449.45亿元。

整体而言,平安的代理队伍虽然只有128.6万人,而中国人寿代理人队伍却达到了157.3万人,虽然中国人寿在销售队伍数量上占优势,但是在新业务价值方面却落后于平安。半年报数据显示,中国平安的代理人渠道新业务价值为361.97亿元,而中国人寿的个险渠道新业务价值只有303.78亿元。

中国人寿能不能通过此次组织架构调整而在个险渠道方面取得突破仍将有待观察。



德华安顾人寿:六载追梦路

中国保险市场正在经历一场转型,或者说一场凤凰涅槃式转型。近14亿的人口,世界第二大经济体,及保险深度、密度等硬指标的巨大提升空间,没有人会怀疑中国保险行业灿烂的未来。

作为总部设在山东的全国性寿险法人机构,德华安顾人寿自2013年9月开业以来,秉承“保险姓保”回归保险本源的保险经营理念,发展迅速稳健,尤其是在2018年,在监管主动转型,个险市场呈现负增长的情况下,德华安顾人寿稳健疾行,逆势增长,实现规模保费收入9.86亿元,其中个险新单标保费收入2.31亿元,同比增长34%,位列行业增速第二名。核心渠道个险标保和人力规模稳步增长,依靠“职员制+代理制”的混合双轨制的创新发展模式,在营销一线筛选优秀代理人,把控增员品质,促进营销队伍的职业化和专业化,初步铸造了一支敢拼搏、勇创业的寿险专业铁军。

按照“深耕”策略,截至2019年6月底,德华安顾人寿已在全国开设4家分公司,22家中心支公司和84家营销服务部/支公司,机构网点已覆盖山东、江苏、河北三省26个地市、110个区县。从呱呱坠地到不断超越,德华安顾人寿已成为中国寿险市场上一股快速崛起的力量。

作为与个险渠道并驾齐驱的战略渠道,数字化一直被看作德华

安顾人寿一支“奇兵”。依靠行业领先的数字化策略,德华安顾人寿不断完善数字化销售与服务平台,积极探索大数据在客户/营销洞察、精准营销等方面的创新应用,实现以增产、降费、提效、风控为主轴的传统业务数字化改造。并在股东支持下探索大数据、云计算和智能投顾等前沿技术,与中国联通、Talkingdata、浪潮集团等在大数据保险应用领域开展合作,寻求在实时核保、精准营销和智能投顾方面的突破。可以说,数字化战略已经成为德华安顾人寿加速创新的助推器,极大提升了其自身的差异化竞争力。

此外,在2017年保险公司服务评价中,德华安顾人寿成为获评AA级的四家人身险公司之一;2018年公司偿二代SARMRA得分80.58分,比行业平均得分高出4.25分,公司偿付能力风险综合评级(IRR)均在B或以上,在服务品质、风险管理等方面维持了较高水准。

六年来,德华安顾人寿积极履行社会责任,投身社会公益。通过成立山东财大-德华安顾保险研究中心,提供5万元奖学金以奖励山东财经大学精算专业优秀学生,持续推进产教结合、校企合作和专业人才培养,为山东保险业的进一步发展奠定良好的人才基础;作为省管保险企业之一,承担了为菏泽市巨野县建档立卡贫困人口提供意外伤

害保险的扶贫任务,并向山东台风受灾地区捐款10万元人民币;组织开展7·8“扶贫公益跑”及“夏日送清凉”主题公益活动,为贫困地区人们及外卖骑手等特殊人群送去爱心;利用自媒体传播途径,定期向公众传播保险知识,组织线上公益活动,传递保险行业正能量,展现了自己在“德国品质,国资信用”方面的大爱和担当。

亮眼的“成绩单”使得德华安顾人寿获得了社会各界的广泛认可,在全国性财经媒体与山东省内知名媒体主办的评选活动中屡获殊荣:2014、2015“年度最具成长性寿险公司”、“杰出互联网保险创新奖”,2016“年度互联网保险创新奖”、“年度卓越合资人寿险公司”,2017年“3·15诚信金融品牌”、“卓越价值成长保险公司”,2018“年度人气互联网保险产品”、“杰出科技创新奖”、“年度山东金融业务创新奖”……这些奖项范围不一,分量有别,却都是德华安顾人寿六年来发展的华丽注脚。

未来,德华安顾人寿将继续坚持以个险渠道为核心,多元销售渠道协同发展,不断完善产品和服务,深化山东网络布局并全国拓展,创新打造差异化竞争力。凭借双方股东的优势、专业和经验,持续向合资寿险公司典范迈进,成为数字化时代的领先者,助力经济转型,共同书写中国金融市场的健康繁荣。