

产品、销售双分级成“杀手锏” 险企加紧系统性升级

中经记者 陈晶晶 北京报道

当前，保险公司的产品体系、销售体系正在经历全面重塑。

继《金融机构产品适当性管

理办法》(以下简称《适当性管理办法》)之后，保险业首部聚焦产品适当性管理的自律性文件——《保险产品适当性管理自律规范》(以下简称《自律规范》)，将于2026年7月1日正式

施行。

《中国经营报》记者注意到，目前，中国人寿(601628.SH)、平安人寿、太保寿险、中邮人寿、阳光人寿等多家保险公司已完成官网产品分级分类信息披露

工作。

根据中国保险行业协会方面介绍，《自律规范》搭建起覆盖产品分级、销售资质、客户评估、匹配销售、内控管理及自律监督的全流程闭环管理体系，致力于

从源头上化解销售误导与产品错配风险，提升销售行为的专业性和规范性。

多位业内人士向记者表示，此次产品与销售“双分级”制度落地，短期或让险企面临系统

改造、人员培训的投入压力，部分资质不达标销售人员或将遭遇淘汰，但长期来看，将加速保险行业从短期销售向长期服务、“规模优先”向“质量优先”转型。

销售资质与产品风险相匹配

新规强制要求从“产品推销”向“需求匹配”转型，从根本上颠覆了依赖信息不对称与话术诱导的传统销售逻辑。

适当性管理，是指金融机构根据产品的基本属性、风险特征等，结合客户金融需求、财务状况、风险承受能力等因素，开展识别、提示、匹配、销售、交易等活动。

今年“3·15”期间，中国电子商务旗下消保平台数据显示，2025年保险行业投诉量同比激增368%，成金融领域投诉增长最快的行业。其中，销售环节违规占比超六成，销售误导、产品错配成为最大痛点。

根据《适当性管理办法》《自律规范》，此次保险产品分级不以保费规模、产品收益为划分依据，而是核心锚定产品复杂程度和保单利益确定性两大维度实施标准化分级，差异化匹配客户风险承受能力。

例如人身保险产品分为P1至

P5五个梯度等级，财产保险产品划分为P1、P2两个等级。针对人身险产品P4、P5类利益浮动、风险偏高的复杂人身险产品，额外配套设置R1至R5五级专属风险等级划分。

值得一提的是，此次销售人员分级并非单一以销售业绩论高低，而是综合考量销售人员的保险知识、诚信合规守法记录、销售履历等核心指标。

在记者采访的多位保险经纪人看来，新规要求从“产品推销”转向“需求匹配”，改写了传统保险销售的底层逻辑。过去几十年保险行业沿用的“以产品为中心”的销售模式，本质是通过话术引导、高佣金激励让销售人员优先推送保险公司想销售的产品，而新规将适

当性义务落到实处后，销售人员首先要做的是对客户的风险承受能力、保障需求做全面评估，再匹配对应等级的产品，这意味着过去靠信息差、话术诱导销售高佣金产品的路径完全走不通，传统的“亲情单”销售模式会快速退出市场，保险销售的专业化门槛被大幅抬高。

上海市海华永泰律师事务所高级合伙人孙宇昊律师向记者表示，新规强制要求从“产品推销”向“需求匹配”转型，从根本上颠覆了依赖信息不对称与话术诱导的传统销售逻辑，要求销售流程必须以客户风险承受能力与需求评估为起点，这实质上是对《中华人民共和国消费者权益保护法》中知情权与自主选择权的具体化落实。

多维度升级进行时

一家头部保险经纪公司的团队长向记者透露，其所在经纪公司已经实行经纪人销售分级管理制度，分为初级能力、中级能力、高级能力、特级能力等四个资质等级。

记者实测观察到，面对新规实施临近，保险公司正从技术系统、产品布局、销售渠道等多维度同步推进适配调整。

多家寿险公司在其官网“产品基本信息”中增加了产品分类的信息，并完整展示了每个在售人身险产品的条款、费率表、产品现金价值表、产品说明/产品说明书、产品分类等级等内容。

据记者实测，市面上常见的医疗险、重疾险、意外伤害保险一般会归为P1等级，分红险、万能险、两全保险一般会归为P3等级。例如中邮人寿在专项信息披露栏目中增加“在售产品分类及风险等级”选项，点击相关按钮后便可获悉70多款产品的分类分级情况，其中P1级产品占比过半，其余为P2级、P3级产品。

与此同时，不少人身险公司销售队伍管理体系已进行了重构、升级。

例如阳光人寿已升级适当性管理体系，修订《阳光人寿适当性管理办法》，涵盖产品与消费者分级、销售适当性管理、监测机制等关键环节，并同步完善配套制度，推动适当性管理嵌入全业务流程。在业务流程方面，优化风险评估问卷并升级移动出单、手工出单、官微等多渠道适当性流程，系统可在销售过程中自动校验产品风险等级与销售人员资质，不匹配则自动阻断交易。

大家人寿升级销售资质管理体系，依据从业年限、专业知识、诚信水平等核心指标，将代理人能力划分为四个等级，并遵循“高能力多授权、低能力少授权”的原则，实现销售资质与产品风险等级的挂钩。构

建了“事前先准入、事中强校验、事后可回溯”的全流程数字化适当性管控体系。

一家头部保险经纪公司的团队长向记者透露，其所在经纪公司已经实行经纪人销售分级管理制度，分为初级能力、中级能力、高级能力、特级能力等四个资质等级。

“我们销售等级划分需要依据专业培训、考试，以及相关继续教育培训的要求，公司内部培训和考试比较严格，不容易蒙混过关。”上述团队长告诉记者。

不过，也有人身险公司经代渠道负责人向记者表示，建议监管部门组织统一的专业考试，进一步细化销售人员分级细则，完善销售能力资质认证体系，即形成“基础资格+分级考试+实操考核+动态评级”机制，确保新规落实到位。

保险产品与销售人员双分级分类对应表

销售人员能力等级	可销售保险产品
无等级要求	P1类
四级	P1、P2类
三级	P1、P2、P3类
二级	P1、P2、P3、P4类
一级	所有保险产品

资料整理:陈晶晶 刘洋/制图

短期阵痛换长期高质量

从长期来看，此次新规将推动行业从单纯比拼保费规模、产品收益，转向比拼专业服务、合规经营、客户适配度。

多位业内人士向记者表示，短期来看，产品和销售“双分级”新规将给行业带来阶段性挑战，保险公司需持续投入大量资金、人力、技术资源用于系统改造、人员培训、制度修订，合规运营成本可能上升，另外部分专业能力不足、无法通过分级资质考核的销售人员，将面临职业转型或淘汰出局，行业销售队伍存量体系改造的高昂成本与路径依赖，其庞大的个险代理人队伍和复杂的产品线需要进行系统性分级重构，培训与合规成本增加，且需平衡新旧考核体系以防止团队动荡。相较之下，中小险企则受制于资源禀赋的硬约束，其往往依赖少数高性价比产品抢

占市场，若核心产品被划入P4、P5等高等级，而自身销售人员资质普遍较低，将直接导致销售渠道受阻；同时，缺乏资金与品牌实力建立完备的分级培训及认证体系，可能在新规下面临人才流失与市场份额进一步被挤压的困境。

不过，从长期来看，此次新规将推动行业从单纯比拼保费规模、产品收益，转向比拼专业服务、合规经营、客户适配度。伴随新规持续落地，保险科技赋能作用持续凸显，人工智能、大数据将广泛应用于客户需求分析、产品风险匹配、合规风险预警等环节，智能系统将逐步应用于险企销售端。例如，2026年一季度，中国平安(601318.SH)AI智能体赋能需求分析、个性化推荐、话术支持等，辅助实现销售额达到304.42亿元。

此外，在前述团队长看来，过

去保险营销人员的职业上升路径基本只有“做业绩升主管”“拉队伍搭团队”，很多专业能力不强但不擅长管理的销售人员很难获得对应的职业回报。而未来销售分级授权体系落地后，高等级的销售人员可以销售复杂的产品，获得更高的佣金收入与职业尊严，不需要走管理路线也能获得足够的发展空间。

“这会引导更多从业者深耕专业能力、重视长期服务口碑，整个保险营销群体的职业定位会从‘销售业务员’逐步转向‘家庭风险规划顾问’，从业者职业生命周期会大幅拉长，社会对行业的评价也会随之逐步提升。”该团队长表示。

在他看来，整个新规的落地，虽然短期会让行业经历阵痛，但长期来看无论是对消费者权益的保护，还是对行业的健康可持续发展，都有不可替代的正向作用。

财险公司2025业绩出炉：保费增速趋缓 净利润同比增长近四成

中经记者 樊红敏 北京报道

随着各家险企2025年第四季度偿付能力报告陆续披露，财险业2025年全年整体业绩情况出炉。

据相关机构统计，截至目前，已披露偿付能力报告的87家财险公司(大地财险部分数据来自母公司中国再保，东吴财险、法巴天星保险由于成立时间较短仅有部分数据)实现净利润808.36亿元，同比增长39.14%。

超七成公司净利润实现增长

2025年财险行业整体盈利情况明显向好。

2025年，87家财险公司合计实现净利润808.36亿元，同比增长39.14%；全行业共有63家机构净利润实现正增长，占比超过七成。

其中，净利润排在前五位的险企分别为人保财险、平安财险、太保财险、国寿财险和众安保险，对应的净利润规模分别为349.63亿元、171.03亿元、98.64亿元、39.76亿元和16.79亿元；对应的增速分别为27.14%、17.51%、33.73%、109.05%和185.60%。

2025年，只有前海财险、太平科技、现代财险、史带财险等8家机构仍在亏损，合计亏损4.03亿元；对比来看，2024年亏损的财险公司数量高达18家，合计亏损46.02亿元。

业内人士向《中国经营报》记者表示，财险业利润大增，从承保端看，受惠于自然灾害较少和“报行合一”深化带来的手续费及佣金压降，财险行业的综合成本率显著下降，承保盈利改善；从投资端看，保险行业在政策刺激和考核激励下的股票仓位增加，2025年资本市场回暖，大幅拉升了投资回报。不过，2025年财险行业整体保费增幅放缓，行业亟须转向差异化竞争。

从净利润增速来看，行业有29家净利润增速超100%，其中排在前列的富邦财险、国泰财险、泰康在线，同比增幅分别达3499.31%、974.76%、825.77%。

其中，富邦财险2025年在净利润激增的同时，投资收益率也同比增长20.58%。记者从富邦财险方面了解到，其背后系因出售长期股权投资获得的一次性收益所致。

国泰财险向记者表示，2025年公司净利润实现大幅增长，是稳健经营、科技赋能、差异化布局和稳健投资的综合成果。公司将数智创新融入业务全链路，同时精准定位市场，聚焦泛场景保险、个人家庭保障、车险细分、小微企业经营等新兴赛道，并加速“AI+”战略转型。

承保端、投资端双重改善

从行业整体来看，财险业利润大幅增长，缘于负债端综合成本下降和投资端投资收益率上升的“双轮驱动”。

从负债端综合成本率来看，中国人寿战略企划部发布的研报数据显示，2025年，行业综合成本率98.57%，同比下降0.9个百分点，为近10年同期行业综合成本率最低。从成本结构看，行业综合赔付率72.03%，同比下降0.35个百分点；综合费用率26.53%，同比下降0.55个百分点。分险类看，车险综合成本率96.67%，同比下降1.22个百分点，是行业承保利润的主要来源。非车险领域，家财险、农

存量市场竞争态势凸显

值得关注的是，财险行业保费增速在下滑。

中国人寿战略企划部研报数据显示，2025年，行业实现保费收入17569.98亿元，保费增速3.92%，较去年下降1.63个百分点。分险类看，车险实现保费收入9408.73亿元，同比增长2.98%，较去年下降1.1个百分点。非车险实现保费收入8161.25亿元，保费增速5.03%，增速同比下降2.31个百分点；行业非车险占比46.45%，同比提升0.49个百分点，为历年最高水平。

对应到具体公司来看，据记者统计，2025年行业有21家财险公司保险业务收入为负增长，其中10家降幅超过10%，降幅最大的久隆财险，保险业务收入近乎砍半，同比下降46.36%。

保费增速下滑背后或也有一部分公司主动调整业务结构有关。今年2月份，多家保险公司方面向记者透露，已停止融资性保证保险业务。永诚保险方面彼时向记者表示，“公司已于2024年停止开展个人融资性保证保险业

险、健康险、船舶险承保盈利。

投资收益方面，据统计，2025年，除大地财险外，86家财险公司的平均投资收益率为3.63%，同比提升0.44%；共有12家公司的投资收益率超过5%，26家公司投资收益率超过3%。

“2025年财险行业的业绩表现得益于承保端和投资端的双重改善。从承保端看，受惠于自然灾害较少和‘报行合一’深化带来的手续费及佣金压降，去年财险行业的综合成本率显著下降，承保盈利改善；从投资端看，保险行业在政策刺激和考核激励下股票仓位增加，去年股票市场的活跃

行情，使得财险行业投资收益率明显提升，大幅拉升了投资回报。”天职国际金融咨询合伙人周瑾向记者表示。

北京大学应用经济学博士后、教授朱俊生也向记者表示，“报行合一”显著压降了前端手续费和营销费用。这种由合规驱动的费用率下降，直接转化为承保利润，使得行业扭亏为盈的机构数量大幅增加；投资收益的增加与资本市场的回暖及险企资产配置结构的优化密不可分，有效对冲了过往年度的盈利压力。

不过，部分险企投资收益率显著上升或与其切换新会计准则

有关。

据记者不完全统计，2025年已有超过10家财险公司已切换或部分切换至新会计准则。

周瑾向记者表示，新会计准则的实施，财险行业受到的影响要大大小于寿险公司，其影响主要来自新金融工具准则IFRS9，新准则将更多的资产划分为FVTPL，按照公允价值计量且估值变动计入损益，导致利润表的波动放大。

“在2025年的股市环境下，财务投资收益率会显著上升，但如果资本市场回调，也会导致利润水平剧变。”周瑾强调。

步转向高质量发展，保费增速向GDP增速靠拢，存量市场竞争态势凸显。这对行业主体的传统管理模式提出了新挑战，要求险企进一步提升产品开发、风险管理、核保理赔等专业能力。”上述研报提到。

“财险行业整体保费增幅放缓趋势已经显现，车险增长乏力，燃油车险市场趋于饱和，增量主要来自新能源车，非车险的不同险种和不同经营主体的分化加剧，行业亟须转向差异化竞争。”周瑾表示。

“存量市场竞争进一步加剧。近年来，行业从高速发展逐