

2020

# 中国保险中介市场生态白皮书

保险营销员世代差异与融合

## 研究背景

- 2020年，受到年初新冠疫情的外部冲击，国内经济曾经一度按下“暂停键”。随着疫情的快速遏制以及复工复产的浪潮，作为凸显经济韧性的保险板块，保费收入仍旧实现了正增长。
- 2020上半年，我国保费收入同比增长6.4%，增速与去年同期相比，明显放缓。

## 研究意义

- 在充分调研、与时俱进的基础上，为行业提供准确、及时的资讯与洞见。
- 报告基于三大问卷，呈现了2020年中国保险业总体的发展态势，揭示了中国保险营销员的基本生态（A卷5648份）、疫情对保险营销的影响（C卷5993份）、以及中国保险营销员的世代差异与融合（B卷1046份）。

## 研究目的

- ◆ 希望通过每年调研，不断积累、加深对行业规律的理解，从而为行业的持续发展提供支持。

联合发布



北大汇丰风险管理与保险研究中心（RMIRC）



保险行銷集团保险资讯研究发展中心（IRDC）



中国保险业整体发展态势

- 2019年全年，原保险保费收入4.3万亿元，同比增长12.17%，位列世界第二。
- 总资产20.6万亿元，同比增长12.18%。特别是人身险保费收入，2019年同比增速从2018年的1.87%迅速提升至13.76%。
- 在原保险赔付支出方面，人身险赔付支出轻微下降，从2018年的6401亿元降至2019年的6392亿元。
- 保险深度从2018年的4.2%上升至2019年的4.3%；保险密度从2018年的2724元提高到2019年的3046元。与世界发达国家仍存在巨大差异。
- 2019年的保险营销员数量突破了900万的大关，达到了912万，但同比增速明显放缓，我国保险市场已从数量增长向质量增长转变。

表2.1 2018-2019年中国保险业经营总体情况

| 项目      | 2018年<br>(亿元) | 同比变化<br>(%) | 2019年<br>(亿元) | 同比变化<br>(%) |
|---------|---------------|-------------|---------------|-------------|
| 原保险保费收入 | 38017         | 3.92        | 42645         | 12.17       |
| 财产险     | 10770         | 9.51        | 11649         | 8.16        |
| 人身险     | 27247         | 1.87        | 30995         | 13.76       |
| 原保险赔付支出 | 12298         | 9.99        | 12894         | 4.85        |
| 财产险     | 5897          | 15.92       | 6502          | 10.26       |
| 人身险     | 6401          | 5.04        | 6392          | -0.14       |
| 总资产     | 183309        | 9.45        | 205645        | 12.18       |

资料来源：中国银保监会。

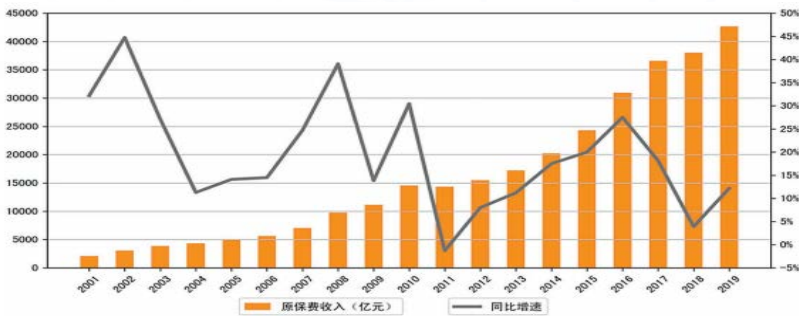


图2.1 2001-2019年中国保险业保费收入和同比增速

资料来源：中国银保监会。

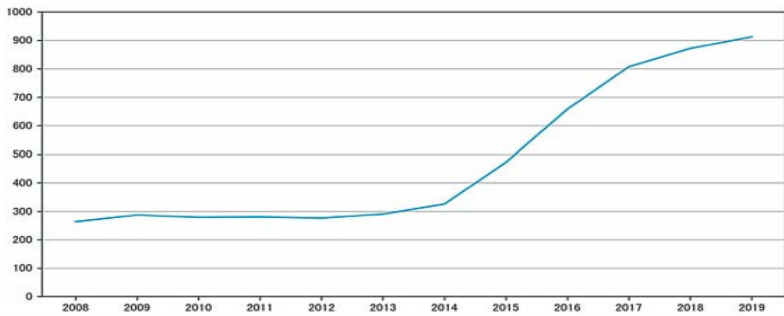


图2.2 2008-2019年中国保险营销员人力规模（万人）

资料来源：中国银保监会。

2020

# 中国保险中介市场生态白皮书

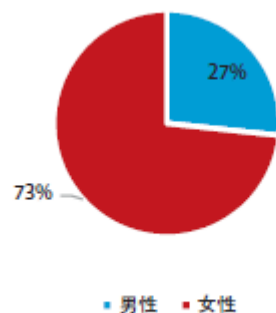
保险营销员世代差异与融合



## 保险营销员的基本特征

性别

以女性为主，约占73%

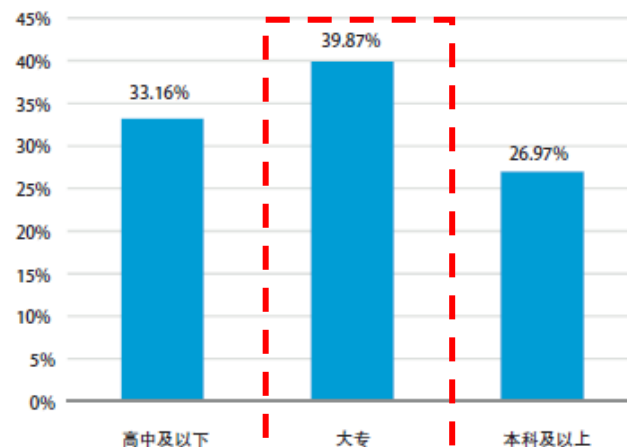


(a) 保险营销员的性别分布

学历

以大专为主，约占40%

本科及以上学历只占26.97%



(b) 保险营销员的学历分布

联合发布

 PHBS 北大汇丰风险管理与保险研究中心 (RMIRC)  IRDC 保险营销集团保险资讯研究发展中心 (IRDC)



2020

# 中国保险中介市场生态白皮书

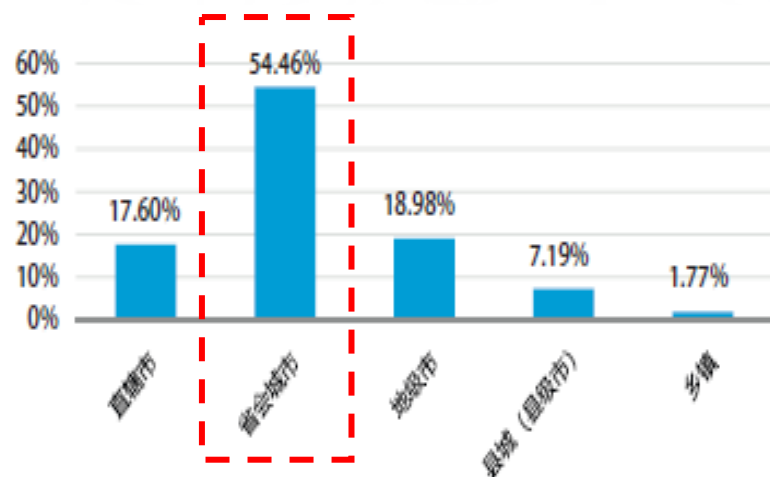
保险营销员世代差异与融合



## 保险营销员的基本特征

### 地区

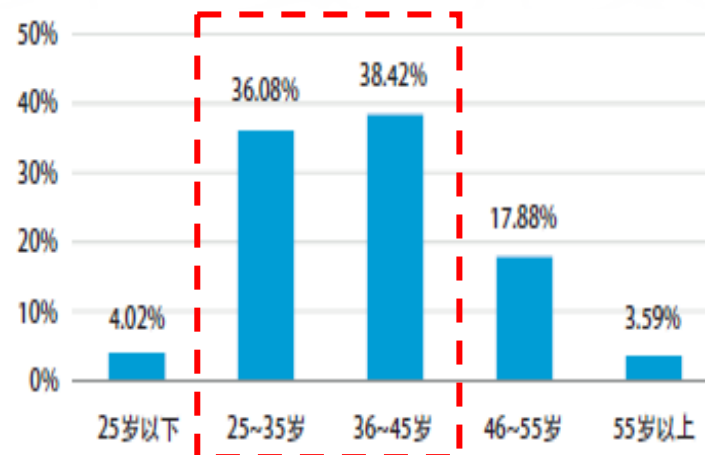
- ❑ 工作地域主要在省会城市，约占54.46%
- ❑ 省会和直辖市共吸纳了72%的从业人员



(c) 保险营销员的地域分布

### 年龄

- ❑ 以中青年为主（25-45岁），占近75%



(d) 保险营销员的年龄分布

联合发布

PHBS 北大汇丰风险管理与保险研究中心 (RMIRC) IRDC 保险行销集团保险资讯研究发展中心 (IRDC)



2020

# 中国保险中介市场生态白皮书

保险营销员世代差异与融合



## 保险营销员的工作业绩

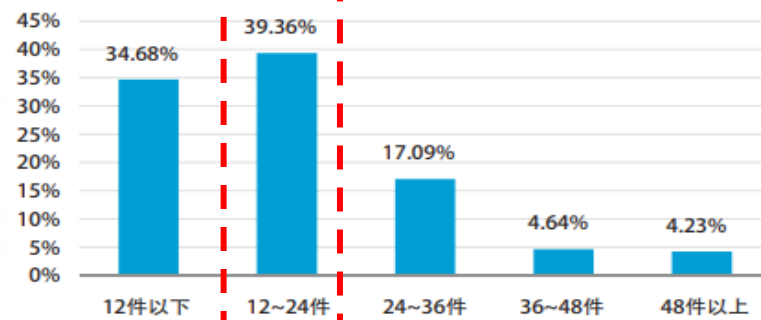
保险营销员的工作业绩主要通过：年完成保单数和月收入来衡量。

### 年完成 保单数

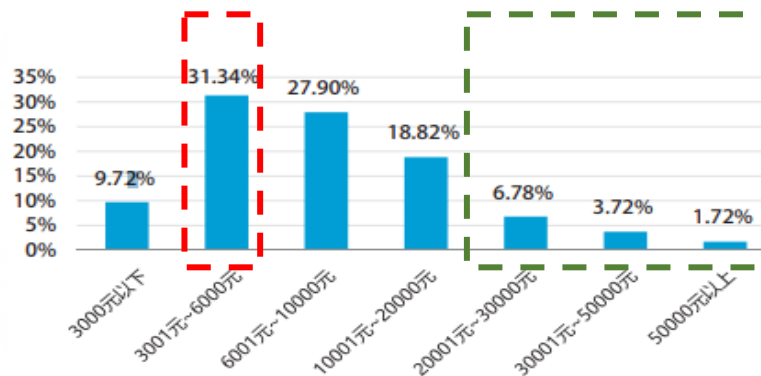
约40%的保险营销员年完成保单数为12-24件，占比最大。

### 月收入

保险营销员的收入分配不均匀。其中，主体区间集中于3000-6000元，约占31%；2万元以上的占到12.22%，比去年提升了2.6%；5万元以上的提升了0.3%，占1.72%。



(a) 年完成保单件数



(b) 月收入

图3.2 保险营销员的工作业绩

联合发布

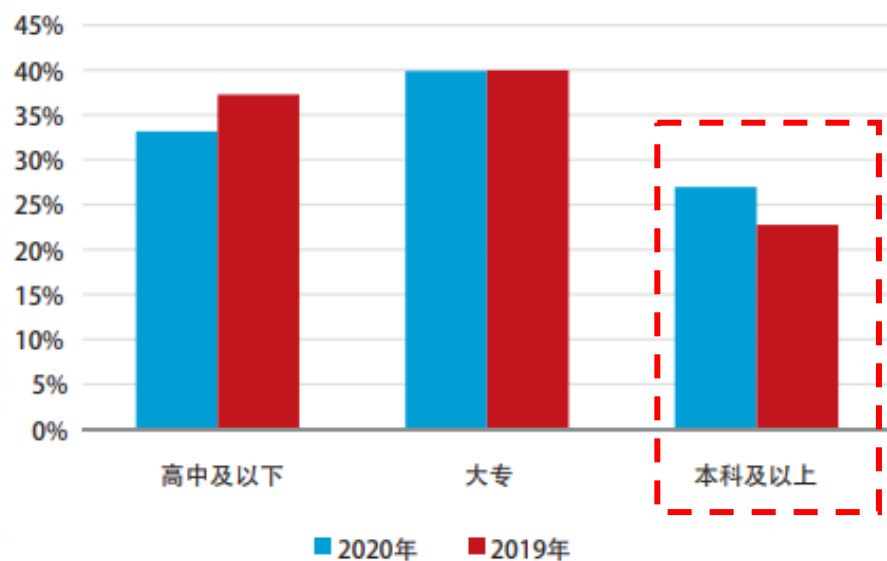




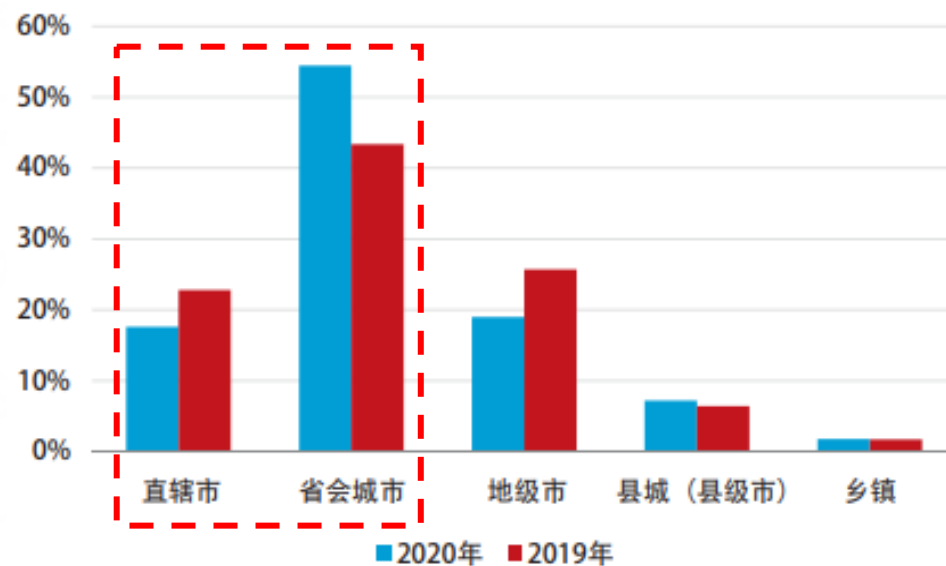
## 保险营销员群体的新特征

## 学历提升，向省会城市集聚

- 本科及其以上的学历占比从2019年的22.76%提升到26.97%。
- 省会城市和直辖市共吸纳了72%的从业人员，比2019年的66%也高出6%。



(a) 学历分布



(b) 地域分布

联合发布



2020

# 中国保险中介市场生态白皮书

保险营销员世代差异与融合



## 保险营销员群体的新特征

### 网络渠道获客比例增加

- 只有缘故与网络渠道占比相对去年有所提升。特别是网络获客，从2019年的14.3%，上升到2020年的17.1%。

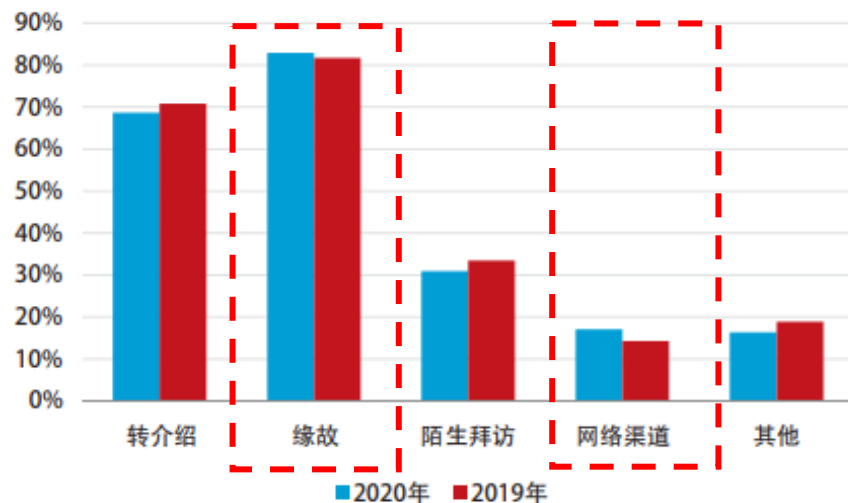


图3.4 保险营销员获客方式新趋势（2019-2020）

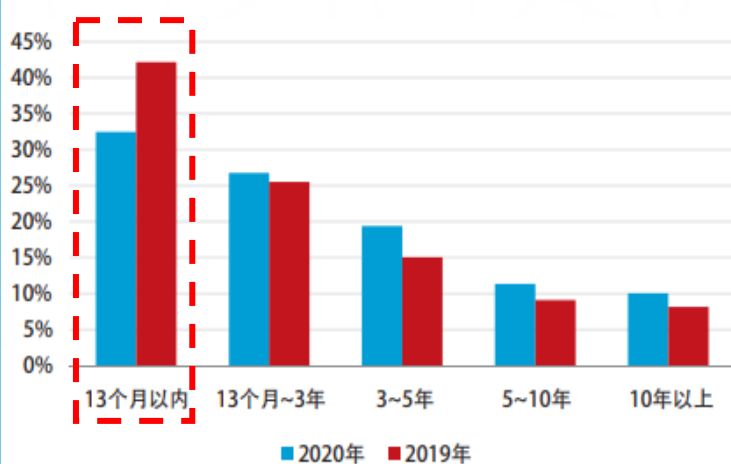
联合发布



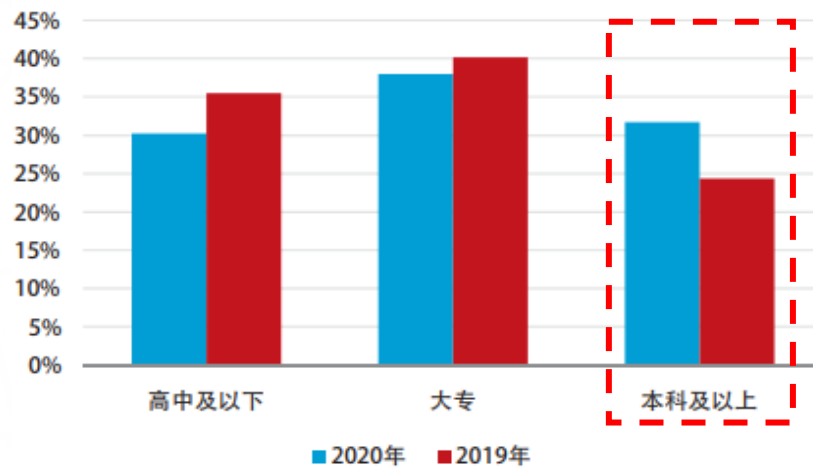
## 保险营销员群体的新特征

## 新人比重下降，学历提升显著，高收入者增多

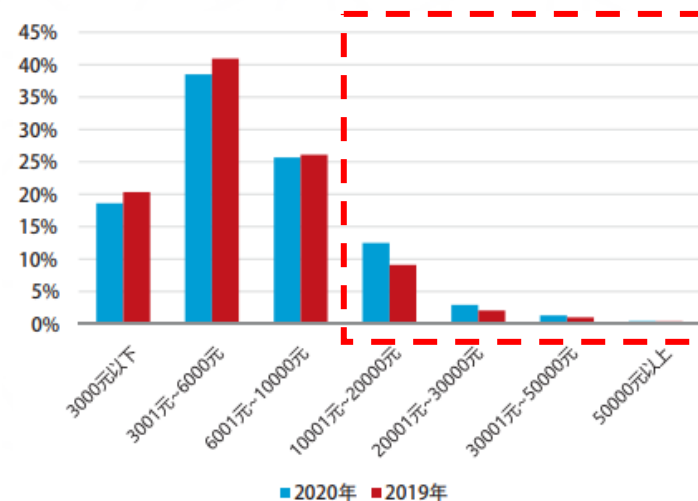
- 新人占比从2019年的约40%，下滑至2020年的约30%。
- 新人本科及以上学历从2019年的24.4%大幅提升至2020年的31.8%。
- 新人高收入者的占比大幅上升。月收入高于1万的，从2019年的12.6%上升至2020年的17.2%。



(a) 新人年资分布



(b) 新人学历分布



(c) 新人月收入分布

联合发布

PHBS  
北京大学汇丰商学院

北大汇丰风险管理与保险研究中心 (RMIRC)

IRDC  
保险营销集团保险资讯研究发展中心

保险营销集团保险资讯研究发展中心 (IRDC)

2020  
中国保险中介市场生态  
白皮书  
保险营销员世代差异与融合

2020

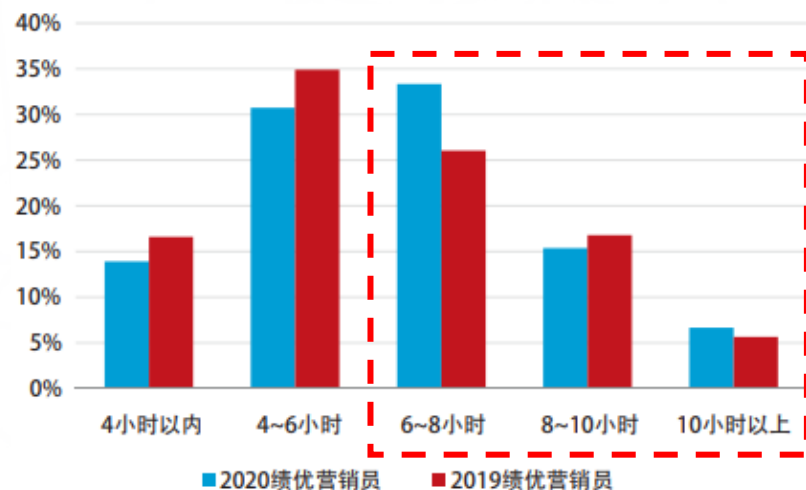
# 中国保险中介市场生态白皮书

保险营销员世代差异与融合

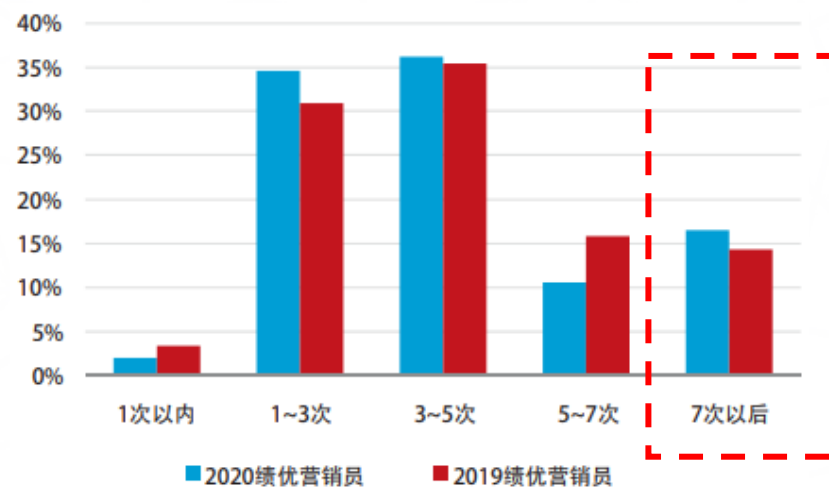
## 保险营销员群体的新特征

### 绩优保险营销员工作更努力，韧性更强

- 绩优保险营销员每日工作6小时以上的占比达到55%，比去年上升6%。
- 17%的绩优营销员在被拒绝7次之后才放弃，比去年上升了3%。



(a) 绩优营销员工作日在保险营销工作上的时间



(b) 绩优营销员拜访客户遭受几次拒绝后会放弃

联合发布



PHBS  
北京大学汇丰商学院

北大汇丰风险管理与保险研究中心 (RMIRC)



保险行销集团保险资讯研究发展中心 (IRDC)



## 疫情对保险营销的影响

## 对民众保险态度的影响

- 96%的营销员认为疫情推动了公众的**保险意识**，提高了公众对于保险的**重视程度**。
- 疫情期间，在各险种中，**医疗险与重疾险**最受客户青睐。

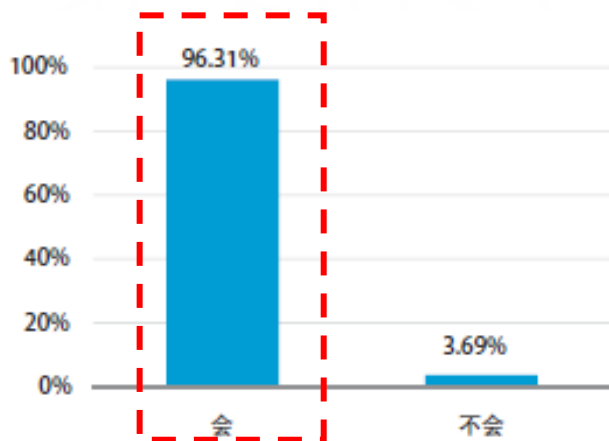


图4.1(a) 疫情是否会提高民众对保险的重视程度

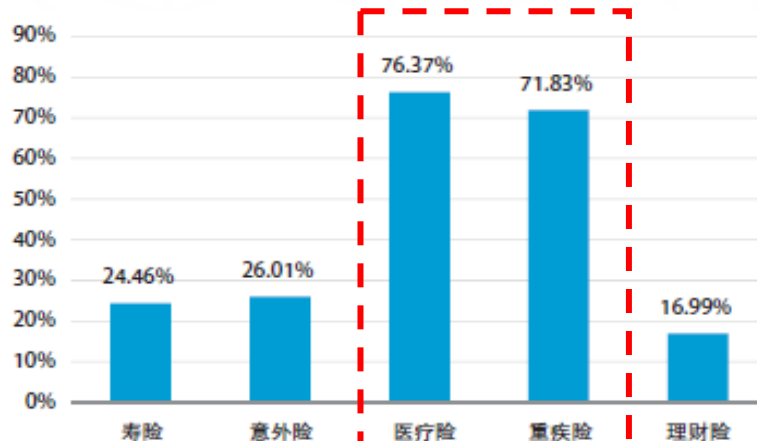


图4.1(b) 疫情期间客户对各类产品的青睐程度



## 疫情对保险营销的影响

## 对于营销员主要业务的影响

□ 个人新单业务受疫情影响最大，续缴保费业务所受影响最小。

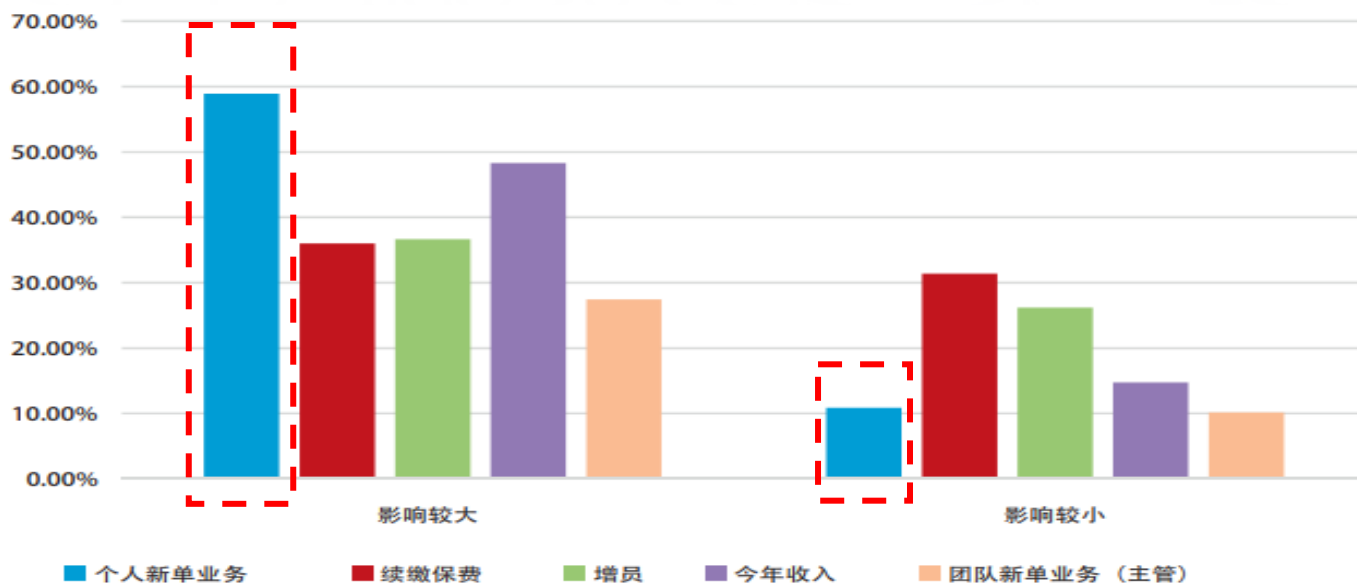


图4.2 疫情对五项业务的影响程度

联合发布



## 疫情对保险营销的影响

## 对于保险营销活动的影响

□ 受疫情影响最大的活动是找新客户与约谈，最小的是客户服务与培训。

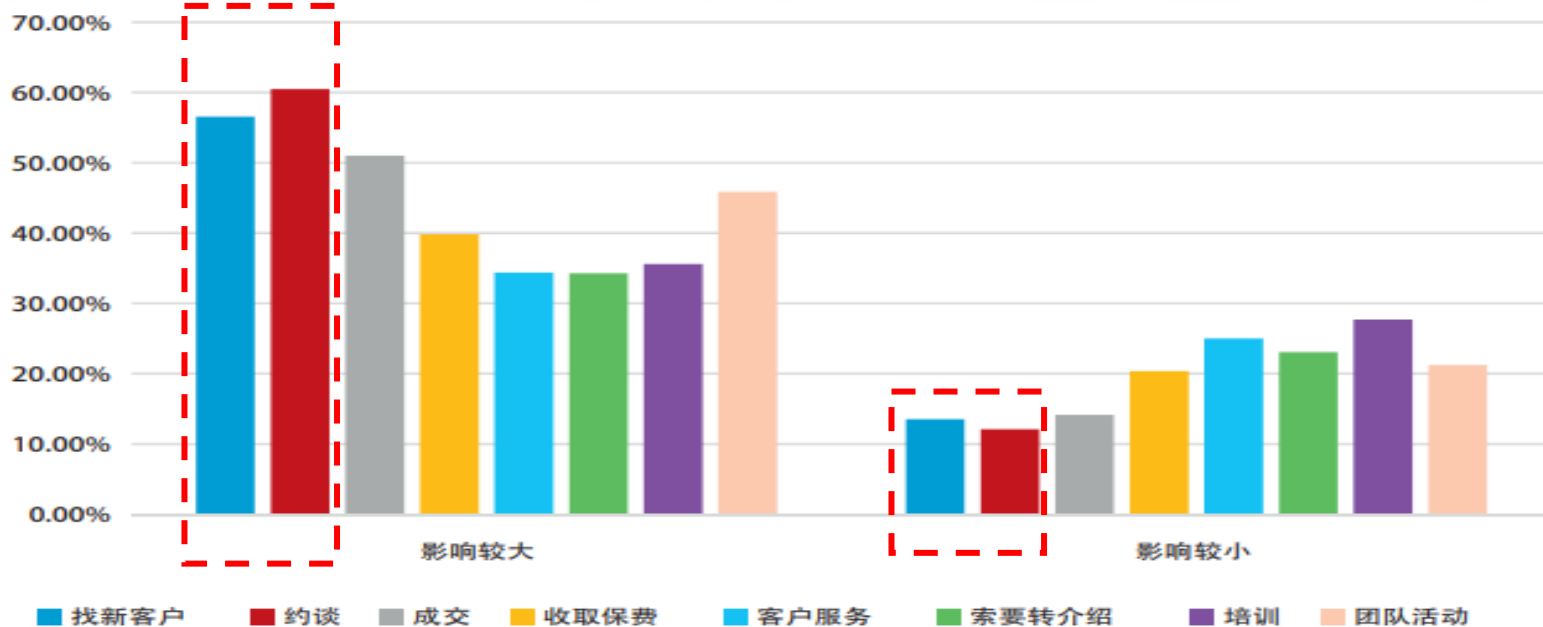


图4.3 疫情对以上保险营销活动的影响程度

联合发布



## 疫情对保险营销的影响

## 疫情期间各活动网上平台使用情况

- 网络对部分传统线下保险营销活动虽然有一定弥补和替代作用，但其对增员而言，使用比率是最低的。

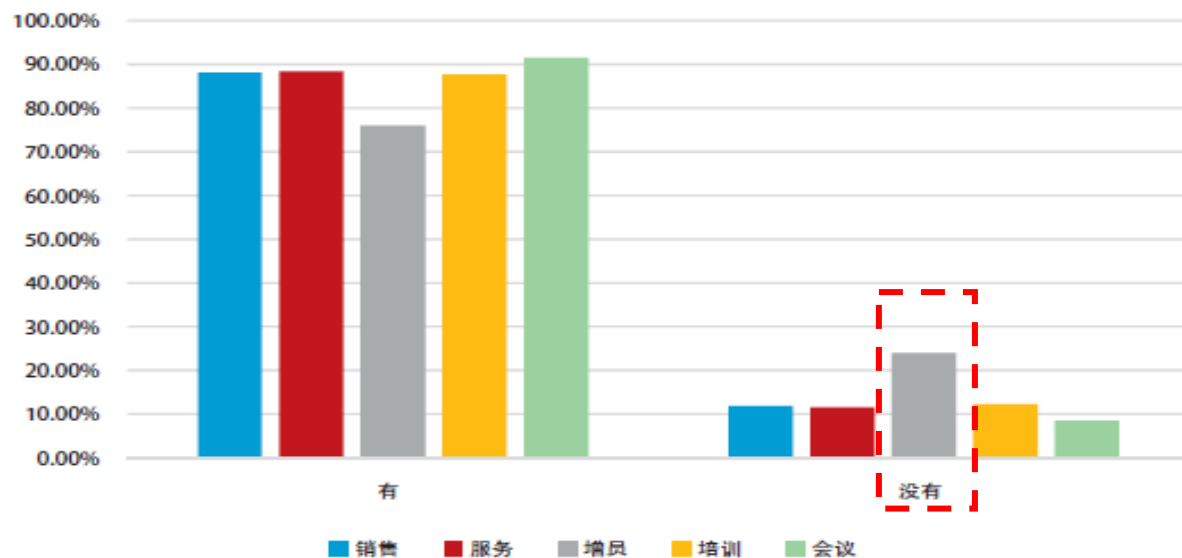


图4.4 疫情期间各项活动网上平台使用情况

联合发布



北大汇丰风险管理与保险研究中心 (RMIRC)



保险行銷集团保险资讯研究发展中心 (IRDC)



2020

# 中国保险中介市场生态白皮书

保险营销员世代差异与融合



## 中国保险营销员世代差异与融合

- 1 世代的划分
- 2 团队长的基本特征
- 3 团队的基本特征
- 4 世代特征
- 5 世代差异带来的挑战
- 6 世代差异与团队发展策略
- 7 绩优团队的特点

联合发布



北大汇丰风险管理与保险研究中心 (RMIRC)



保险行销集团保险资讯研究发展中心 (IRDC)





## 世代的划分

- ❑ 保险团队的构成呈现出更为**多元化**的趋势。
- ❑ 出生于1965-1979年间的人为X世代，**X世代是线下的世代**。
- ❑ 出生于1980-1994年间的人为Y世代，**Y世代拥抱了互联网**。
- ❑ 出生于1995-2009年间的人则为Z世代，**Z世代则是移动互联网的世代**。
- ❑ 当前，**Y世代已成为保险团队的主力军**，是团队融合的关键世代。
- ❑ X、Y、Z世代的不同时代特征、生活态度与价值观必然影响到团队的**组织发展策略**，并最终体现在业绩上。

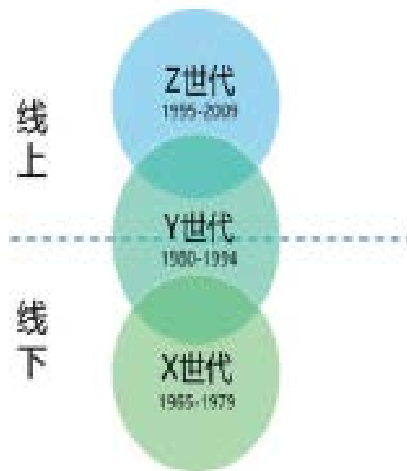


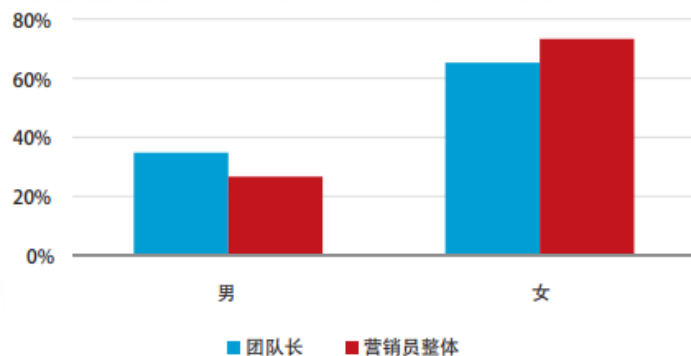
图5.1 X-Y-Z世代划分及特点



## 团队长的基本特征

## 性别

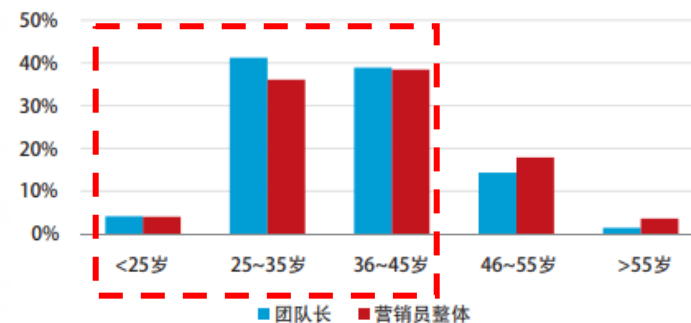
- 以女性为主，约占65%。
- 男性比重比整体营销员样本（27%）高8%。



(a) 性别

## 年龄

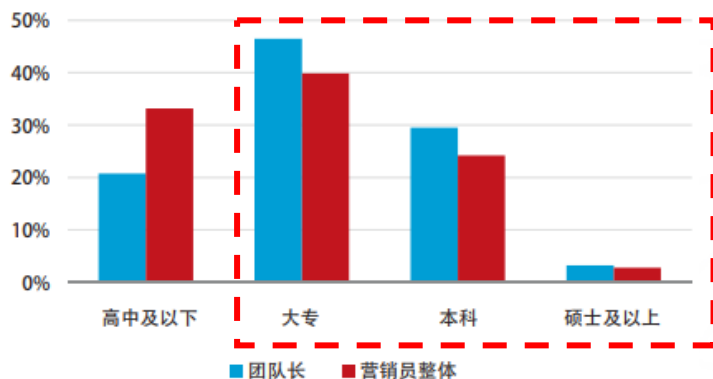
- 年龄相对于行业整体，显得更为年轻。



(c) 年龄

## 学历

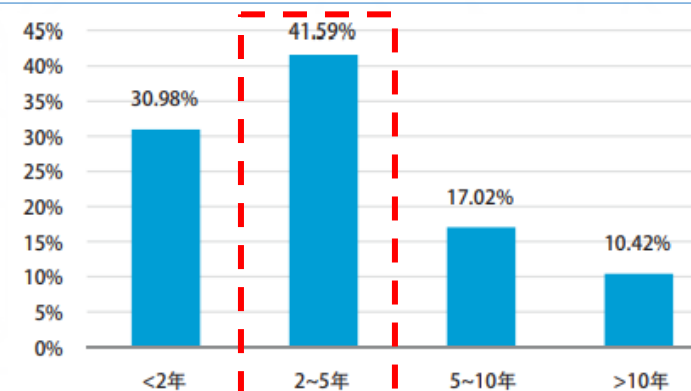
- 大专及以上学历的占80%。
- 学历明显高于行业平均水平。



(b) 学历

## 管理年资

- 管理年资也并不长，主要集中于2~5年。

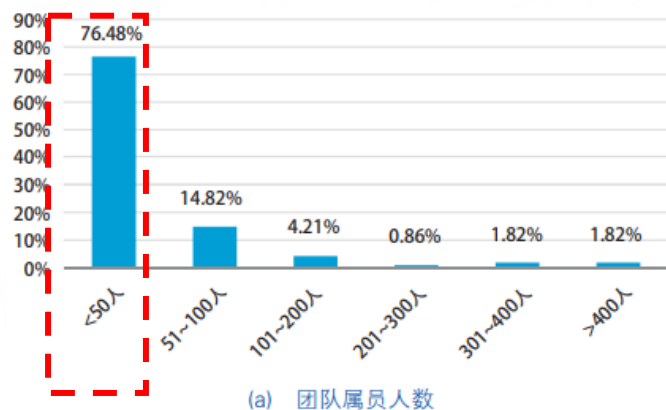


(d) 管理年资

## 团队的基本特征

## 团队规模

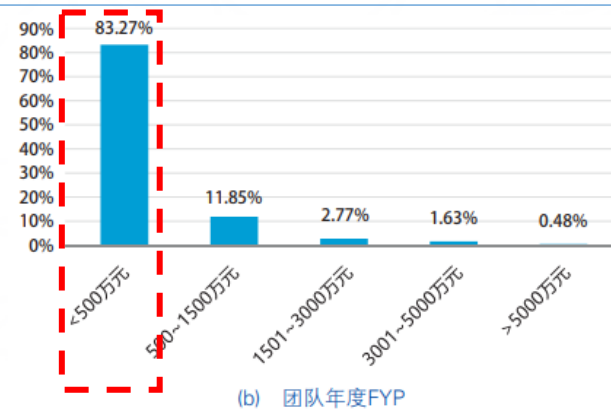
- 小规模保险团队是当前市场的主体。
- 小于50人的团队占到了76.5%。



(a) 团队属员人数

## 年度FYP

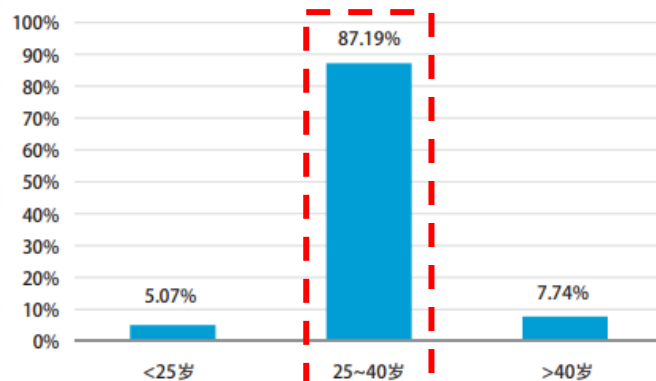
- 83.3%的团队年化FYP小于500万元。



(b) 团队年度FYP

## 年龄结构

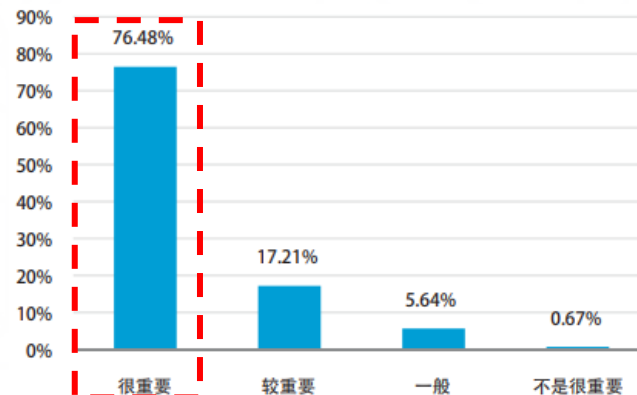
- 87.2%的团队以25-40岁的Y世代为主，是各团队的绝对主力。



(c) 团队年龄结构

## 新生代

- 76.5%的团队长认为招募新生代，对于团队未来的发展至关重要。



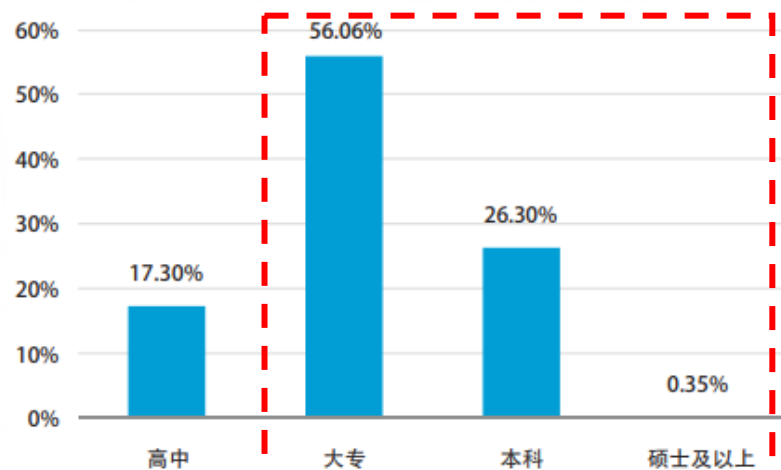
(d) 招募新生代的重要性



## 世代特征

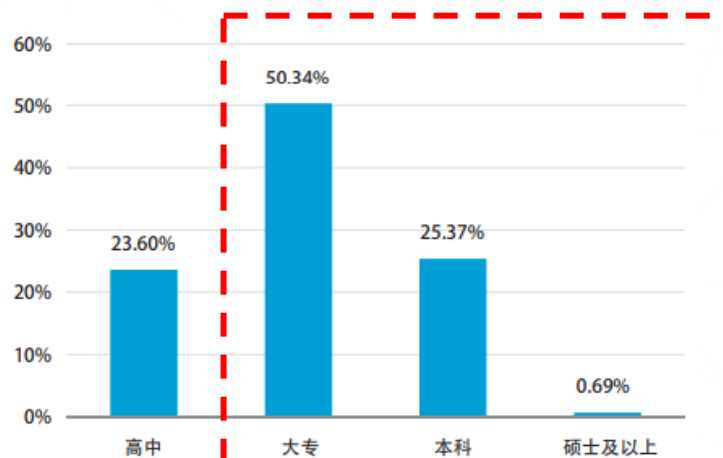
## 年龄与学历

- 成员学历从X到Y再到Z世代，是**逐步提升**的过程。
- 大专及以上学历占X世代44%。
- 大专及以上学历占Y世代的76%。
- 大专及以上学历占Z世代的83%。
- 中国的保险营销员队伍，整体上正呈现**年轻化与高学历化**的趋势。



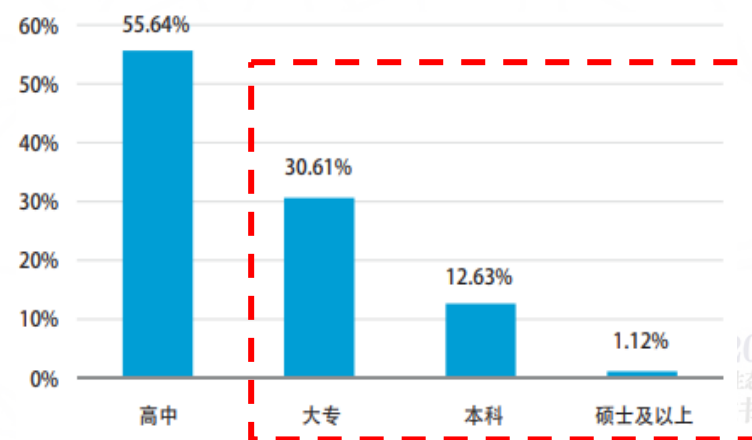
(a) 25岁以下团队成员学历分布

Z世代



(b) 25~40岁团队成员学历分布

Y世代



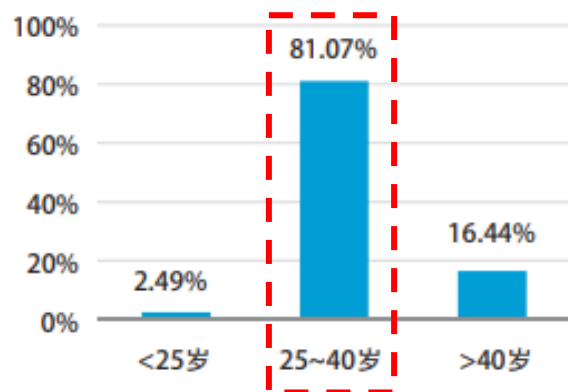
(c) 40岁以上团队成员学历分布

X世代

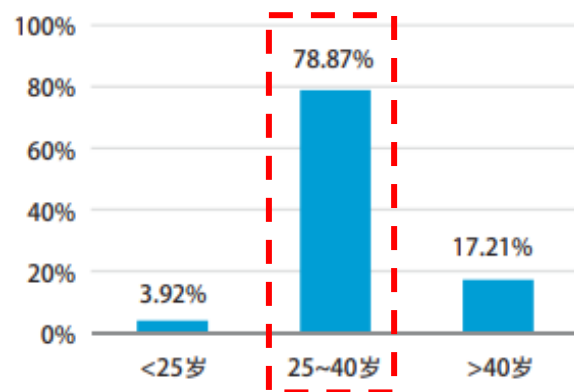
## 世代特征

年龄与  
业绩分布

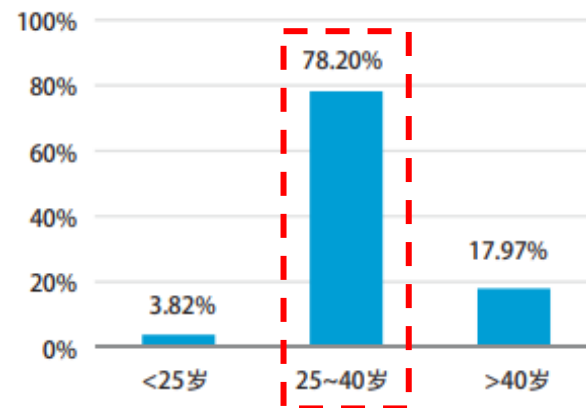
- 从FYP、件数与绩优三个指标上看，贡献最大的都是Y世代。
- 80、90后已成为保险团队中的中流砥柱。
- Z世代是件数少于6件的主要群体，需要更多的坚持与磨砺和更有针对性的培训与引导。



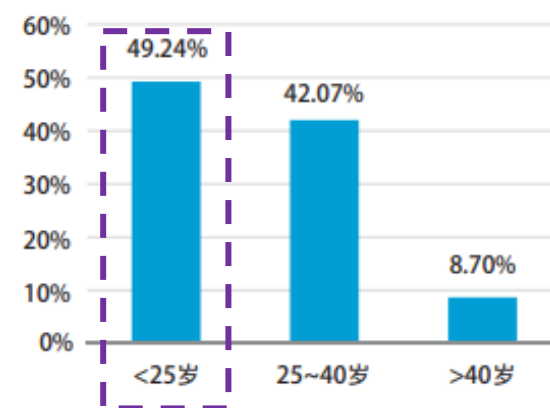
(a) 2019年对团队FYP贡献度最大的年龄段



(b) 2019年对团队件数贡献度最大的年龄段



(c) 2019年FYC&gt;5万元的绩优成员年龄分布



(d) 2019年件数少于6件的成员年龄分布



## 世代差异带来的挑战

## 成员招募

- Y世代是近两年来保险团队招募的目标主体。
- 相当多团队的团队长是X世代。
- 世代的差异在招聘与团队管理过程中势必会带来更多挑战。

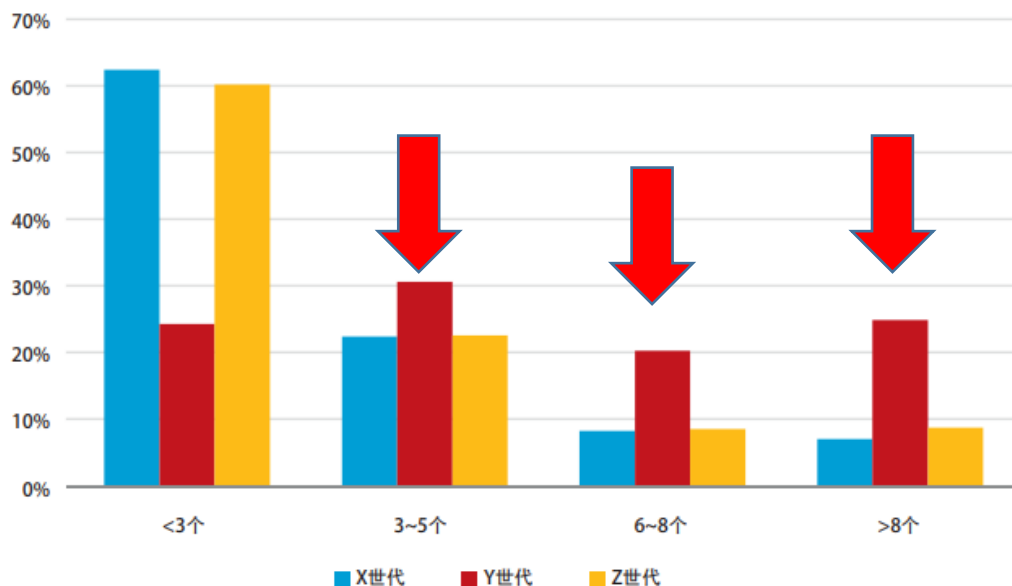


图5.6 不同世代团队成员的招募情况

联合发布



2020

# 中国保险中介市场生态白皮书

保险营销员世代差异与融合

## 世代差异带来的挑战

### 招募策略

- 有5%左右的团队长没有执行差异化的招募策略。
- 有31%的团队长认为X与Y世代的招募策略很不同。
- 有35%的团队长认为Y与Z世代的招募策略很不同。

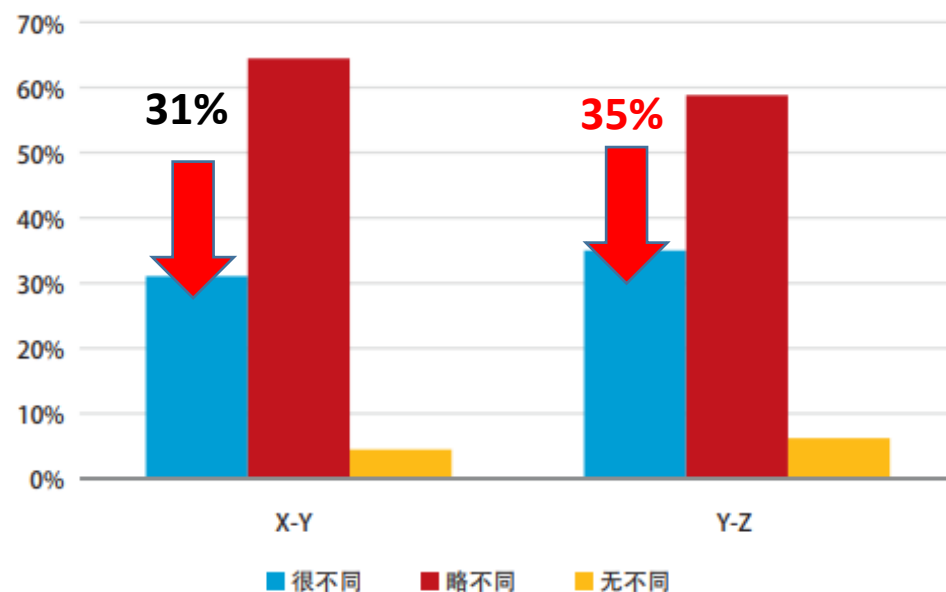


图5.7 不同世代成员的招募策略是否有所不同

联合发布

PHBS 北大汇丰风险管理及保险研究中心 (RMIRC) IRDC 保险行销集团保险资讯研究发展中心 (IRDC)



## 世代差异带来的挑战

## 招募挑战

- 对于Y世代，团队长最大的挑战是辅导能力。
- 对于Z世代，沟通障碍则成为最大挑战。

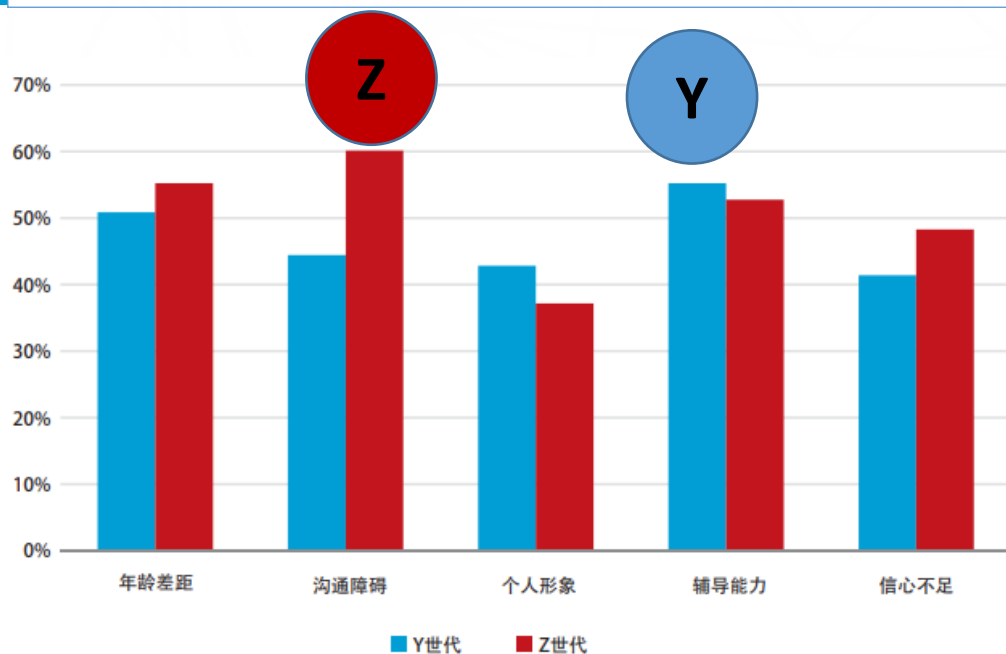


图5.8 招募Y、Z世代的显著挑战

联合发布



世代差异与团队发展策略

吸引

- 收入是吸引X世代的最主要原因。
- Y世代在看重收入的同时，也考虑事业的发展。
- Z世代则更注重自由。

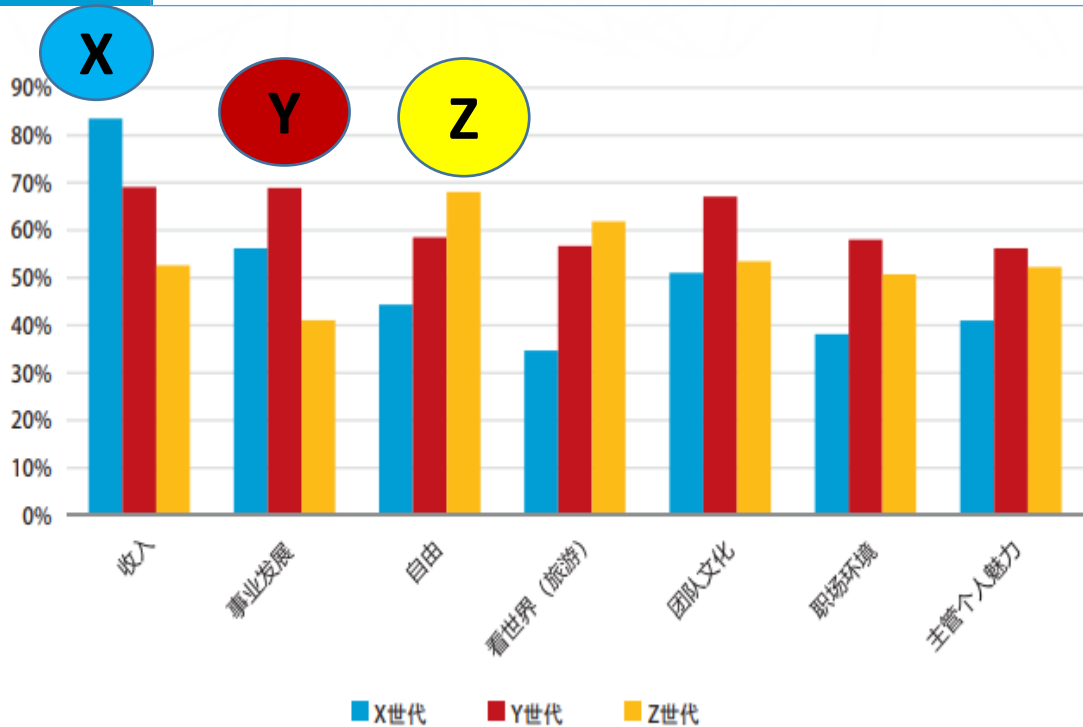


图5.9 是否认为以上因素对各世代较有吸引力

培育

- 对于X世代而言，销售技巧的培训更具挑战。
- 对Y世代与Z世代而言，习惯的塑造是最大的挑战。
- 保险知识的培育则对所有世代属员而言都是挑战最少的。

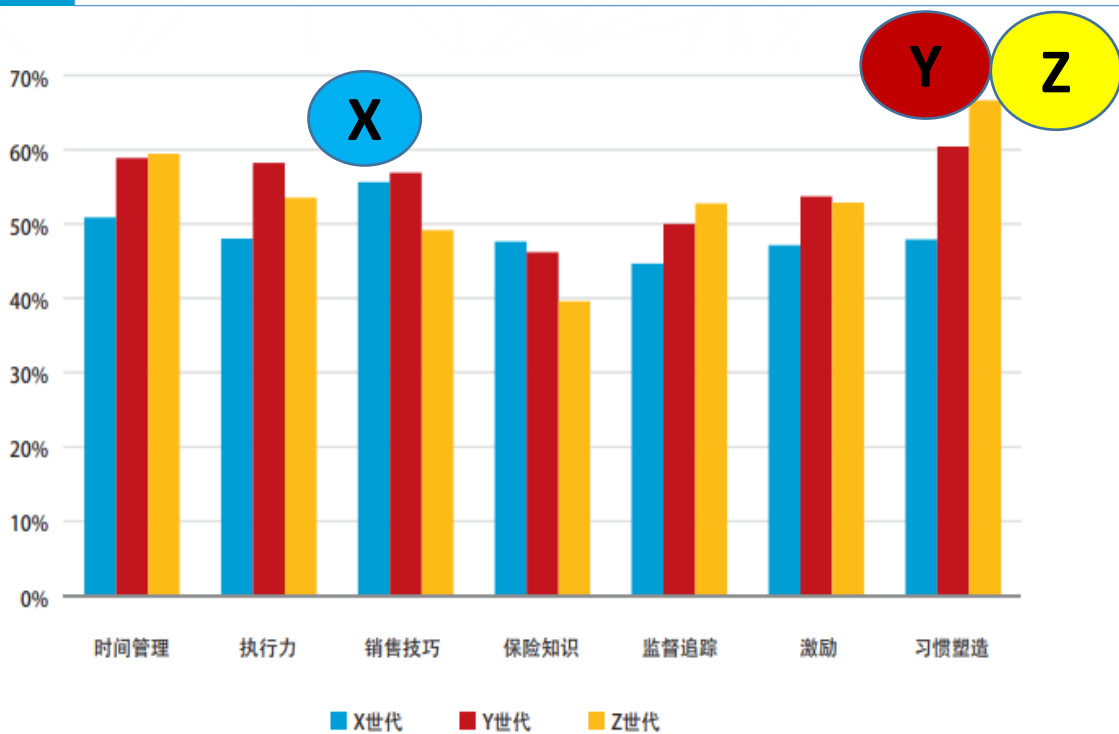


图5.10 在以上培育方面是否存在显著挑战

世代差异与团队发展策略

引导

- ❑ X世代适合面对面沟通。
- ❑ Z世代微信交流占主导。
- ❑ Y世代介于二者之间，选择二者的比重大致相当。

留存

- ❑ X世代属员考虑的最主要因素是收入。
- ❑ Y世代则在考虑收入的同时同样看重荣誉与个人成长。
- ❑ Z世代则主要看重团队气氛和工作自由度。

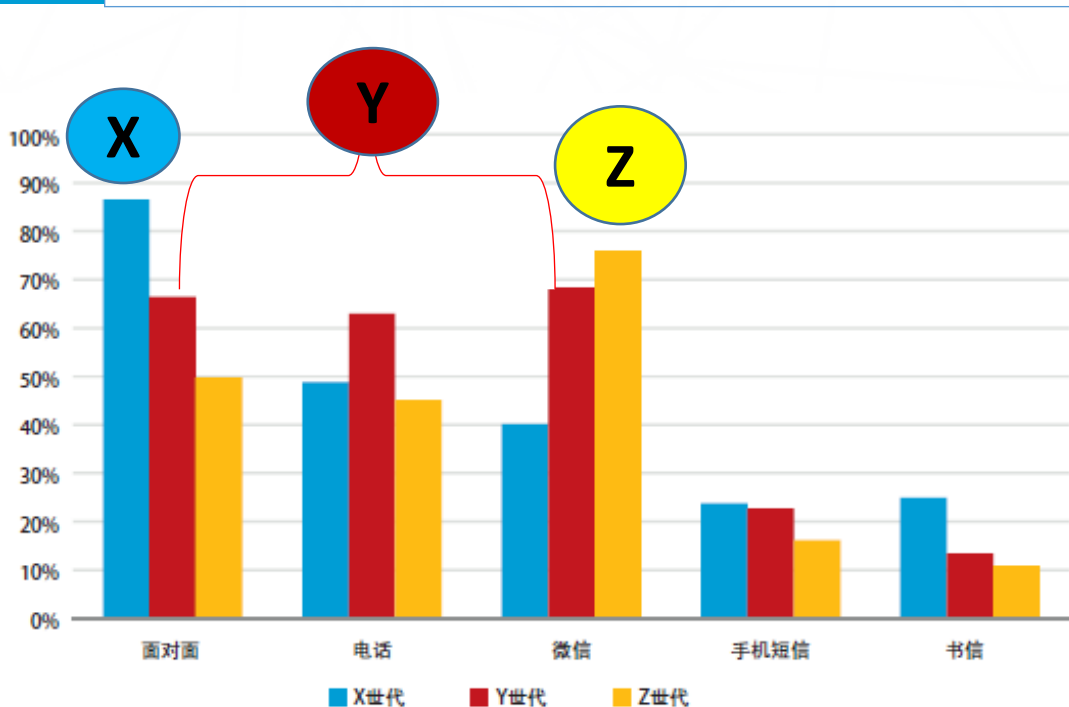


图5.11 以上方式是否适合不同世代的引导及沟通

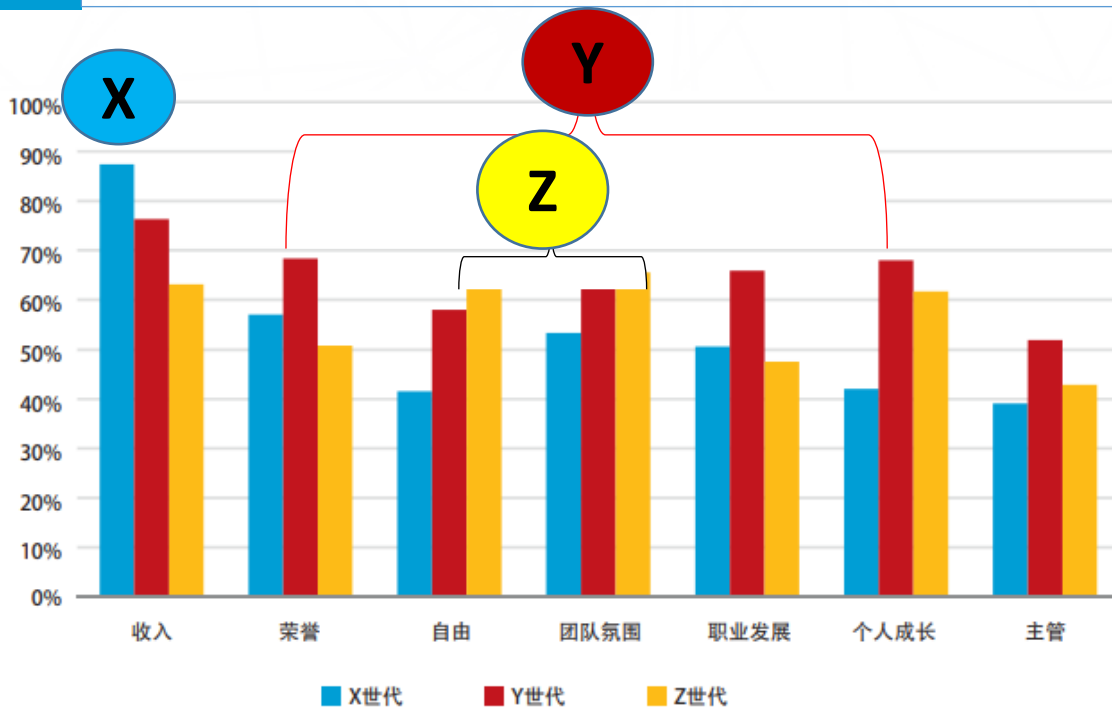
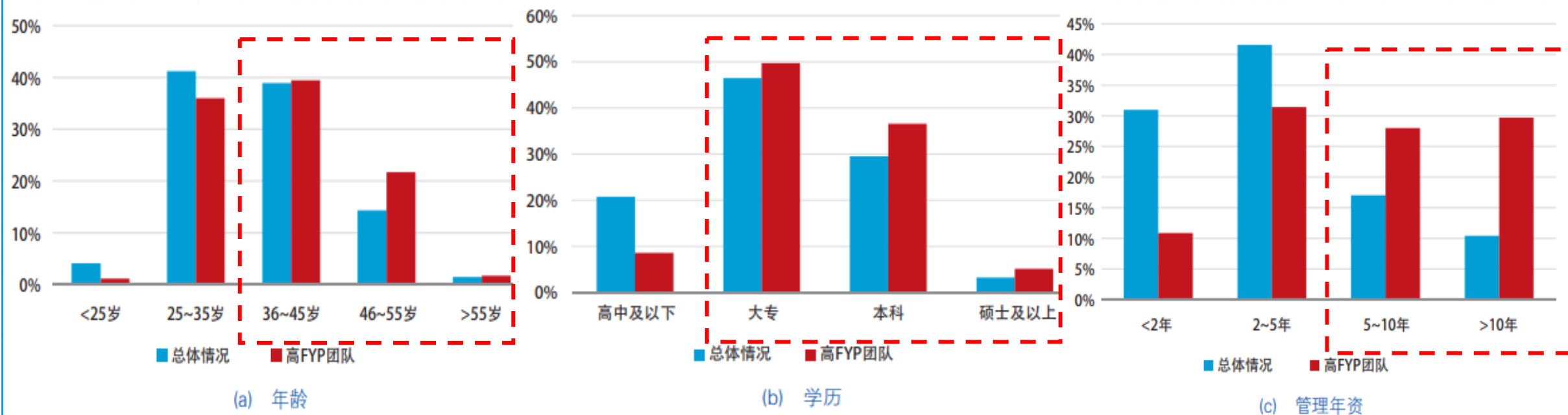


图5.12 以上因素是否能使不同世代属员留存

## 绩优团队的特点

## 绩优团队长特征

□ 绩优保险团队长的年龄、管理年资、学历都高于行业平均水平。



绩优团队的特点

绩优团队长的管理能力

绩优保险团队长能更好地抓住Y世代这一主要矛盾，能更好地巩固和发挥Y世代的主力军作用。

绩优团队长对团队发展的忧患意识表现更为强烈，更能拥有应对环境变化和行业变革的敏感与远见，能更精准地判断行业发展可能面临的障碍和问题。

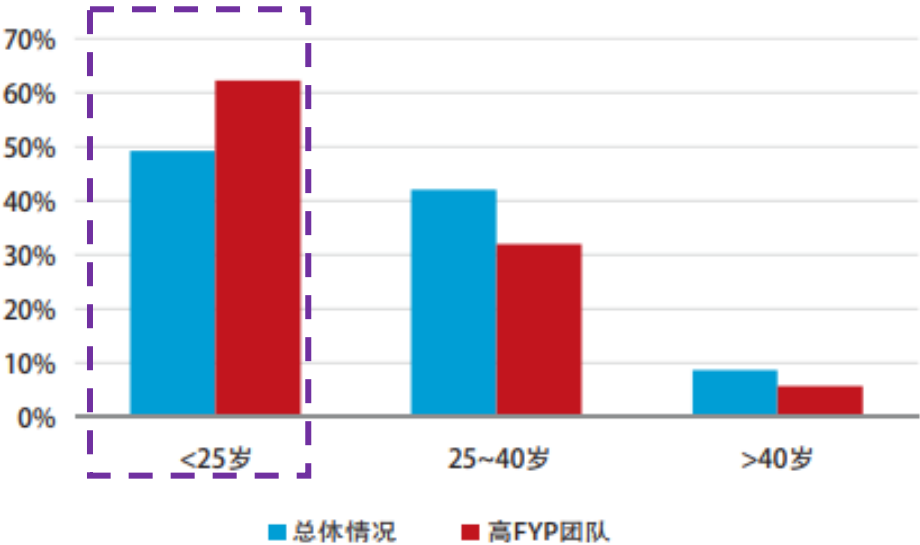


图5.14 2019年保单件数少于6件属员的年龄段分布

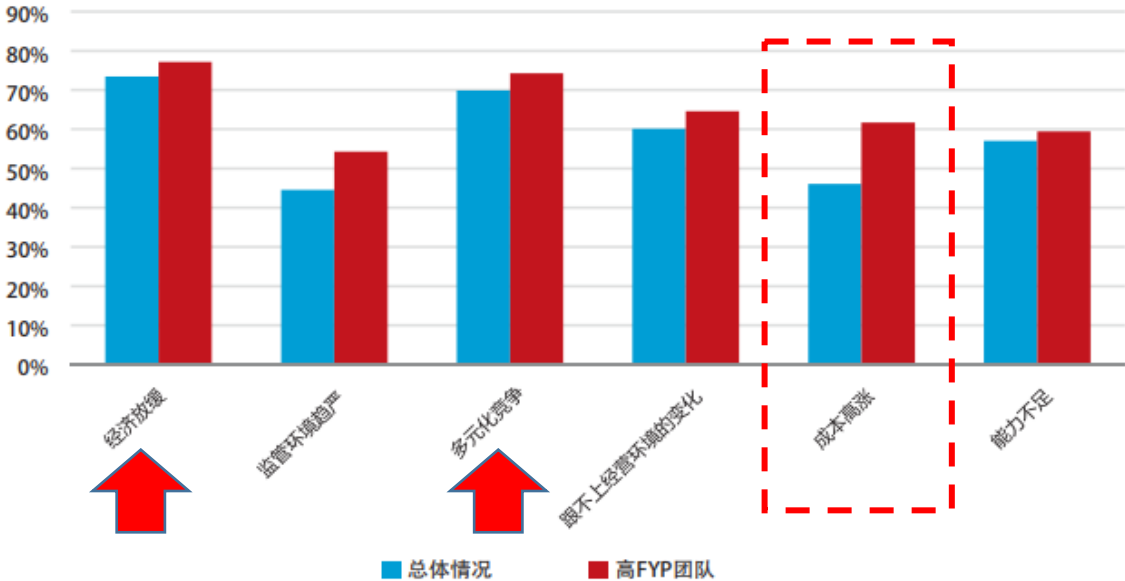


图5.15 团队长对未来2年组织经营最担心的事件