



非银行金融行业保险长期空间 专题报告(三): 代理人之忧何解? 参考经纪与银保



个险渠道发展陷入困境，第三方渠道有望补位。K型分化下，我国传统个险渠道由于渠道改革、供需错配等原因，整体陷入低迷，经纪渠道凭借丰富的产品矩阵、出色的互联网流量获客、更贴近客户需求等优势，一定程度上弥补了个险代理人素质良莠不齐、销售产品单一、信息不对称、利益冲突等诸多痛点。同时银保渠道凭借银行大量客户资源，发挥“金融产品零售商”的优势，有望从客户大类资产配置角度提供建议，形成客户黏性。对比美国、英国的寿险经纪渠道发展历史，随着客户保险需求的多样化，对复杂年金险和养老险等需求的提升，更加依赖能提供众多咨询服务和产品的专业保险经纪人，保险经纪或将迎来快速增长。银保方面，对比台湾地区和法国经验，尽管我国无法达到“混业经营”的金融环境，但随着居民未来财富管理，养老类产品需求的增加，附加未来可能推出的养老税优政策，仍有望带动银保渠道保费占比的快速提升。

优秀保险经纪公司保费逆势提升，代理人素质、流量驱动和定制化服务是关键。对比今年传统险企个险保费的低迷表现，我国传统保险经纪龙头明亚和互联网保险经纪龙头慧择和水滴保费增速却逆势增长。

我们认为主要原因是，1) 明亚通过构建客观、中立、高质量人才队伍，解决了供需错配的痛点，2) 慧择迎合了年轻人群线上消费和自主决策的需求，借助第三方自媒体引流进行内容营销，定制化产品设计，3) 水滴侧重三四线普惠人群，线上低成本流量获客，高性价比爆款产品贴合下沉市场。尽管我国保险经纪增速快，占比依然很低（2019年渠道贡献仅1.02%）。

银保渠道出现边际改善，险企、银行、客户需求共振推动渠道发展。

得益于产品结构的变化和期限结构的优化，1H21 各险企的银保渠道 NBVM 出现了明显的边际改善。此外，银保渠道的险企、银行、客户均出现了积极的变化，实现三点共振。险企端：随着银保渠道逐步回归保障，NBVM 的提升使得险企加强了渠道的投入，如平安、友邦等险企动作频频，以弥补个险渠道丢失的市场份额；银行端：保险是银行中收及财富管理业务的重要产品，拥有固定收益、传承等不可替代的优势，其长期性特点能够帮助客户留存，提高客户经营深度及客均价值；客户端：财富管理需求增加、“存款搬家”、养老金账户制等需求有望推动银保渠道年金险及养老金销售规模的提升。我们看好未来银保渠道的发展。

需求和产品结构变化为推动海外经纪和银保渠道发展的重要因素。经纪：海外保险经纪较为成熟，以 2B 为主，其中美国以独立代理人为主，英国以保险经纪为主，对个人寿险业务的贡献分别约 50%和 70%，主要得益于产销分离的趋势、产品结构向年金等投资型产品转变以及对独立顾问需求的提升。银保：以台湾地区和法国为例，其银保渠道贡献分别约 50%和 65%，渠道发展中宽松监管下的混业经营为催化因素。但台湾地区主要因为利率下行带来存款搬家和年金产品需求提升，法国由于金融一体化服务需求以及储蓄类产品需求增长带动产品销售上升，根本原因仍在于产品需求的变化，以及银保渠道销售储蓄类和年金类产品的天然优势。

投资建议：随着个险渠道改革的逐步深入，改变传统代理人素质与中

高净值人士保险需求错配的情况尚需时日，传统险企势必会让出部分市场份额，第三方渠道有望补位。我们建议关注互联网保险经纪龙头水滴、慧择，以及“最优代理人”竞争策略叠加加速银保渠道布局的友邦保险，以及代理人改革深化且率先施行银行端改革的中国平安。

风险因素：新冠疫情恶化、中国经济超预期下滑、保险经纪业务严监管程度超预期、养老金账户制发展不及预期

关键词：互联网保险 养老 疫情

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_31831

