



保险销售行为新规点评：聚焦 规范销售误导和培育销售队 伍长期竞争力 利好行业长期 健康发展



事件：7月19日，银保监会发布《保险销售行为管理办法（征求意见稿）》，向社会公开征求意见。

我们认为，该版保险销售行为新规是对4月下发的《人身保险销售行为管理办法（征求意见稿）》的内容与理念的一次重申，与4月新规不同的是，该版在人员分级方面明确规定险企应建立自身的销售能力资质分级管理体系，而非此前的险企应依据中保协的标准对销售人员实施分级管理，结合上海证券报7月18日获悉的中保协的《保险销售从业人员销售能力资质分级体系建设规划》，我们判断，人员分级实施或由中保协拟定标准框架，险企自行制定细则，预计险企自由度有所提升。此外，此版新规在产品分级、人员分级与禁止强制搭售等方面的具体细则上较4月新规均更为模糊，我们判断，具体规定仍待后续实施细则出台。该版保险销售行为新规核心内容如下：

1) 保险教育方面：规定险企及中介机构需承担公众教育义务，定期开展保险知识介绍、发布保险消费风险提示等活动，我们认为一定程度上将提升我国居民的保险意识，利好商业保险下沉市场的开拓。

2) 产品分级：明确险企应根据产品的结构复杂程度、保费负担水平以及保单利益的风险高低等标准，建立产品分级管理制度。

3) 人员分级：明确险企及中介机构应在支持行业自律组织相关工作的基础上，综合考察销售人员的专业知识、销售能力、诚信水平、品行状况等情况，建立销售能力资质分级管理体系，并与产品分级管理制度相衔接，

实行差别授权。我们判断，人员分级管理或将总体遵循“高能力多授权、低能力少授权”的原则，优质代理人将被授权销售更多高件均、高价值的保障型或投资类产品，代理人渠道结构优秀且培训体系完善（更有机会培育出更多高等级代理人）的上市险企具备优势。

4) 禁止炒作停售及价格变动：明确险企应在计划停售或调整产品价格后的 10 个工作日内向社会发出公告，且无合法合理理由外，险企应根据公告内容进行产品停售或价格调整。我们认为，当前仍有较多中小险企将炒停作为销售手段之一，业务流程规范的大型险企有望受益。

5) 规范个人营销宣传：明确险企及中介机构对所属销售人员发布宣传信息的行为负有管理主体责任，并应进行事前审核及授权发布，保险销售人员未经授权不得发布保险销售宣传信息。我们认为，代理人无序的个人营销宣传是导致销售误导的关键因素之一，此规定有利于减少销售误导，改善市场与消费者对保险行业的看法，减少保险投诉并降低退保率。

6) 禁止强制搭售：明确不能要求投保人在购买非保险产品或服务时，必须同时就特定保险产品订立保险合同，我们预计，这将对以养老社区撬

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_44271

