聚沙成塔 集腋成裘

行业变局报行合一下保险优势高客养老护理保障需求

养老规划师考试研究中心

学以致用 知行合一

目录

CONTENTS

1
行业变局
旧逻辑失效，新范式确立

2
“三五七”的战略回应
穿越周期的罗盘

01

行业变局

旧逻辑失效，新范式确立

- 监管导向重塑
- 利差优势消弭
- 客户需求进化

监管深透

政策一脉相承
引导行业稳健发展

近一年来，监管机构持续出台新规，关注行业风险演进趋势

2024年8月

《关于健全人身保险产品定价机制的通知》

《关于平稳有序做好人身保险产品切换有关工作的通知》

- 建立预定利率与市场利率挂钩及动态调整机制
- 要求平稳有序开展产品定价调整和切换等工作

2024年9月

《关于加强监管防范风险推动保险业高质量发展的若干意见》

- 强化资产负债联动监管。健全利率传导和负债成本调节机制。引导优化资产配置结构，提升跨市场跨周期投资管理能力
- 化分级分类监管。健全保险机构监管评级制度，强化评级结果运用

2024年9月

《关于推动中长期资金入市的指导意见》

- 要求建立健全商业保险资金、各类养老金等中长期资金的三年以上长周期考核机制，推动树立长期业绩导向，培育壮大保险资金等耐心资本等

2025年1月

《关于建立预定利率与市场利率挂钩及动态调整机制有关事项的通知》

- 推动缓解保险公司利差损的风险

2025年4月

《关于调整保险资金权益类资产监管比例有关事项的通知》

《关于加强万能型人身保险监管有关事项的通知》

《关于推动深化人身保险行业个人营销体制改革的通知》

- 提出最低保证利率调整机制，防范利差损风险…强化资产负债匹配管理，防范期限错配风险
- 提出优化代理制保险销售顾问的管理机制，深化执行“报行合一”，

深化代理人营销体制改革，行业向“专业”看齐

将要开启1992年个人营销体制后的第二次革命
正式进入专业化、职业化时代

发布时间：2025-04-18　　下载　打印　微博　微信　更多

索 引 号：717804719/2025-286　　主题分类：政策法规
办文部门：人身保险监管司　　发文日期：2025-04-14
公文名称：国家金融监督管理总局关于推动深化人身保险行业个人营销体制改革的通知
文　　号：金规〔2025〕13号

国家金融监督管理总局

金规〔2025〕13号

国家金融监督管理总局
关于推动深化人身保险行业个人营销体制改革的通知

各金融监管局，保险业协会，各人身保险公司：

为贯彻落实《国务院关于加强监管防范风险推动保险业高质量发展的若干意见》精神，推动人身保险行业建立管理体系科学、利益分配公平、激励机制有效的营销体制，培养笃守诚信理念、筑牢合规意识、明悉客户需求、具备专业知识、提供优质服务的高素质保险销售人才队伍，促进人身保险行业高质量发展，现就有关事项通知如下：

核心点1：销售人员专业化与职业化

提升专业化水平，全流程管理销售人员，包括招募、培训等，并做档案管理。引导职业化发展，构建长期服务架构、晋升体系和佣金薪酬激励制度，**精简层级，按劳分配，销售利益向一线倾斜。**

核心点2：以客户为中心

打造客户全生命周期服务体系，提供合适产品和服务，重视不得宣传仅以保费、佣金为衡量标准的荣誉称号

核心点3：从业监管要求

行业协会建立产品分类和销售人员分级标准

核心点4：佣金发放与风险管理

增强长期服务能力，明确缴费期5-10年至少分3年发佣，10年以上至少分5年发佣；强化合规和风险管理，避免制度设计出现套利空间，防止畸形发展

“报行合一”逐步落地，重塑行业渠道格局，利好规范经营（1/2）

“报行合一”指保险公司向监管部门备案产品时，需明确费用结构（如佣金、手续费、管理费等），且实际经营中不得超出备案标准。杜绝“说一套、做一套”的违规行为，**确保精算假设、预算费用与考核费用“三费合一”，核心在于规范市场费用**，这对保险公司原有的预算管理体系和成本分摊机制提出了颠覆性的挑战。

车险率先推行

《关于商业车险费率监管有关要求的通知》要求财险报送的手续费取值范围和使用规则与实际执行保持一致，以遏制车险市场手续费恶性竞争。

2018

银行保险跟进

《关于规范银行代理渠道保险产品的通知》，在人身险银保渠道推行“报行合一”，要求保险公司备案银保产品时明确费用结构和佣金上限，确保实际费用与备案一致。

2023

拓展经代渠道

监管将“报行合一”扩展至经代渠道，并对个险渠道提出全成本管控要求。

2024

覆盖非车领域

《关于加强非车险监管有关事项的通知（征求意见稿）》，拟在非车险领域推行“报行合一”，规范非车险市场手续费、费用使用等行为，标志着该政策覆盖全保险领域。

2025

逐步覆盖个险

《关于推动深化人身保险行业个人营销体制改革的通知》等提出，报行合一深化落地个险渠道。

2025

“报行合一”逐步落地，重塑行业渠道格局，利好规范经营（2/2）

“报行合一”的目的在于规范行业经营、促进降本增效、避免财务数据造假、提高行业透明度，规定的全面推行短期内可能会给行业带来冲击，**长期有利于规范保险市场竞争，促进行业稳健发展。**

对公司

整体看，保险公司内部将不断减少组织层级、提高信息传达效率、削减不必要开支，提升公司运营效率。

对代理人

既是挑战也是机遇，挑战在于组织架构会变得更加“扁平化”，市场竞争加剧；机遇在于将会提高代理人的整体素质、专业性和服务质量。

分级分类实施在即，对代理人的专业能力提出更高要求

- 7月11日，国家金融监督管理总局正式发布《金融机构产品适当性管理办法》。监管部门将商品营销环节中最重要的三个元素——人（适合的客户）、货（适当的产品）、场（适当的渠道），全面纳入管理，核心在于“产品分类分级、销售分级、客户分层”的匹配原则，用以保障消费者的合法权益。
- 2024年初，保险业协会发布《保险销售从业人员销售能力资质等级标准（人身险方向）（征求意见稿）》和《人身保险产品销售授权管理自律规则（征求意见稿）》，提出将销售人员划分为一级至四级以及无能力等级授权五个等级。

能力等级	可获授权销售产品范围
无能力等级授权	保险公司、保险中介机构可授权未取得能力等级的销售人员销售保险期间为年期及一年期以下的产品(有保证续保条款的产品除外)
能力等级四级	意外伤害保险、健康保险、普通型人寿保险、普通型年金保险
能力等级三级	意外伤害保险、健康保险、普通型人寿保险、普通型年金保险、分红型保险、万能型保险、专属商业养老保险
能力等级二级	意外伤害保险、健康保险、普通型人寿保险、普通型年金保险、分红型保险、万能型保险、专属商业养老保险、投资连结型保险、变额年金保险
能力等级一级	全部人身保险产品

利率下行

利差优势消弭

产品转向功能导向

预定利率下调，是行业在利率下行周期中的主动应对

新规落地：利率调整窗口开启

- 7月25日，中国保险行业协会发布重要数据：普通型人身险预定利率研究值降至1.99%，连续两个季度低于现行利率超25个基点，触发动态调整机制。
- 2025年8月31日24时将成为重要节点，此后所有新备案产品需符合预定利率新规。

普通型产品预定利率 2.5% → 2.0%

分红险产品预定利率 2.0% → 1.75%

万能险最低保证利率 1.5% → 1.0%

政策轨迹：六年五次调整的演进之路

- 本次调整是2019年以来第五次重大利率调整，形成清晰的监管脉络。

附：人身险预定利率调整历程(2019-2025)

调整时间	监管文件	普通型	分红型	万能型	政策意义
2019年8月	银保监办发〔2019〕182号	4.025%→3.5%	–	–	建立评估利率机制
2023年7月	窗口指导	3.5%→3.0%	–	–	首次降至3.0%以下
2024年9月	金发〔2024〕18号	3.0%→2.5%	–	–	引入动态调整机制
2024年10月	金发〔2024〕18号	–	2.5%→2.0%	2.0%→1.5%	全面实施新定价体系
2025年8月	窗口指导	2.5%→2.0%	2.0%→1.75%	1.5%→1.0%	市场化机制首次触发

比较优势逐步收窄，以“利差”为核心的保险销售逻辑难以持续

利率下行压缩利差空间，收益优势逐渐消弭

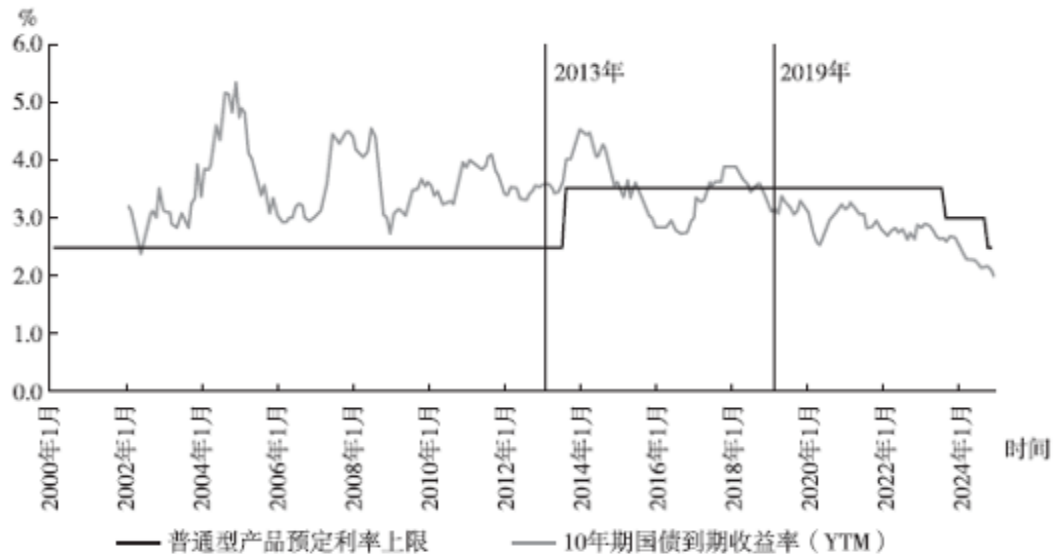
在持续降息的背景下，保险产品与银行存款、国债等传统储蓄工具的利差持续收窄，过往依靠“高保证+复利”的销售故事失去吸引力。

倒逼销售转型，专业价值成为核心竞争力

"报行合一"等监管政策的实施，销售重心转向聚焦客户家庭资产配置、风险隔离、税务规划等综合解决方案能力。

凸显保障本质，产品价值需要重新定义

定价利率下调，保险产品的“性价比”观念正在被重构，客户实质上更关注产品的长期功能和服务的确定性，而非短期收益。



注：2000—2002年10年期国债到期收益率数据缺失。

图1　普通型寿险产品预定利率上限和10年期国债到期收益率

（资料来源：Wind，公开信息）

产品切换后彻底告别粗放扩张，向“客户需求导向”的本质回归

产品演进逻辑彻底转变

告别过去同质化产品竞争模式，部分产品大规模下架，
标志着一个时代的结束。

分红险迎来新发展周期

当前随着新一轮政策周期开启，分红险有望迎来
全新发展机遇，成为寿险市场的新主角。

回归保障与长期价值

从关注利益转向真正满足客户全生命周期对于
养老、健康、传承等方面的需求。

转型机遇

客户对于保障和
财富管理的需求升级

一

老龄化程度持续加深，客户对于养老与护理保障的需求增长

老龄化是中国社会确定的大趋势，以养老为核心的银发经济，是巨大的朝阳产业

- 卫健委预测，到2033-35年我国 65岁以上人口将突破 3亿人、占比接近24%，进入重度老龄化阶段。2022 年与 2023 年新退休老人分别为 1,913 万人、2,604 万人，预计未来 15 年退休老人将年均增长 2,300 万人。
- 民政部《2022 年度国家老龄事业发展公报》披露：全国 65 岁及以上老年人口抚养比已达 21.8%，该数据与2012 年的 12.7%相比上升了 9.1 个百分点，呈持续上升趋势。

患病及失能老人规模、以及医疗护理需求持续增大

- 根据《中国老龄产业发展报告(2021-2022)》及《2022年国家卫生服务调查》数据：截至 2022 年底，我国 65 岁以上老年人患病率为 71.1%，慢病及视听障碍为老人普遍的健康问题。失能和半失能老年人口约 4400 万，占老年总人口的 16.6%、占 65 岁以上老年人口的 20%，预计到 2030 年失能人口数将达到 1 亿。

高净值人士注重保险在财富传承、税务规划、风险管理方面的功能

高净值人士

70% 德勤调研显示，约70%的高净值人士认为保险在其整体投资策略中有重要的作用

57% 德勤调研显示，57%的高净值人士认为保险能使财富能更顺利地传承给下一代，达到资产传承的目标

34% 德勤调研显示，34%的高净值人士利用保险产品进行税务规划和优化税务结构

监管政策叠加、历史发展阶段、客户需求驱动
保险业迈入高质量发展新周期
正本清源
是保险业适应
新发展阶段、服务构建新发展格局的必然选择

行业发展新周期下，要做到三个回归

转型即回归标准，让更专业的人拥有更大的市场

- 回归寿功——奠定专业基础
- 回归客户——提升客户体验
- 回归服务——明确服务方向

回归寿功：重塑保险本源价值

- 保障功能回归：保险的核心价值在于风险转移和损失补偿，而非理财收益
- 长期属性凸显：保险是跨越生命周期的长期契约

回归客户：以客户需求为中心

- 客户需求的深度洞察：全生命周期需求图谱、客户分层需求分析
- 客户经营模式转变：从交易到关系、从单向推销到双向互动

回归服务：构建专业服务能力

- 服务内涵的扩展：基础服务标准化，增值服务差异化
- 服务能力的提升：针对不同人生阶段的核心痛点设计保障方案

02

“三五七”的战略回应

穿越周期的罗盘

- 回归保障本源
- 体现专业价值

“三五七”是从“产品驱动”向“客户驱动”的转变

再次聚焦与提升客户思想，全面强化客户行动落地，深化“知心阳光”，没有客户就没有一切，客户的工作做不好，公司经营就不可能好，公司核心能力也不可能建立和建设起来。

——2025年新[redacted]战略落地工作会议 董事长
《审时度势 浴火重生 全面增强核心能力建设与高质量发展的紧迫性》讲话

是对“客户思想”的落地实践

体现了**“一切为了客户”的核心价值观，是客户思想落地、纵横计划推进的重要抓手

是转型和未来的核心竞争力

是实现业务模式、管理模式的转型，向结构要增量，向产能要价值，向管理要利润的必由之路

是**特色化的标签

“三五七”是**队伍显著的标签，区别于其他公司，带有极强的**烙印

“三五七”是回归保障本源，高度符合客户需求、真正解决客户痛点的有效方案

创新产品与配套服务，从传统的保险产品销售模式，转向更以客户为中心的风险规划与需求配置，

精准契合不同类型、不同阶段客户在不同家庭周期中的保障需求，让客户更加一目了然。

针对性更强 | **匹配度更高** | **保障覆盖更加广泛**

三张保单保一生

着重于成年客户一生中的三个基本保障需求，即意外伤残或身亡、应对疾病、与养老准备。

五张保单全家福

在三张保单的基础上，加上对子女的健康保障，以及子女成长教育的规划。

七彩**满堂红

更加聚焦高净值家庭，在五张保单的基础上，添加了财富传承与家庭财产责任保障。

“三五七”体现专业价值，建立核心竞争力，让代理人真正赢得客户的尊重和信赖

从产品推销到家庭保障规划的转型

- **需求导向的规划思维：**“三五七”促使代理人必须首先深入了解客户的家庭结构、财务状况和未来目标，有效避免了盲目推销。
- **全景式保障视角：**与客户共同梳理一生的保障蓝图，代理人的角色也随之转变为“家庭保障规划师”，致力于为客户提供具体的解决方案。

从价格竞争到专业价值输出的升级

- **凸显解决方案价值：**代理人通过为客户精准配置不同类型的保险保障，来解决其具体的风险管理和财富传承需求。
- **聚焦服务体验差异：**当产品价格趋于透明，专业服务（如提供保单检视、协助理赔、对接医疗资源、养老规划咨询等）成为关键的差异化竞争力。

从短期交易到长期服务关系的建立

- **客户生命周期价值挖掘：**“三五七”覆盖客户全生命周期，意味着代理人与客户的联系是长期甚至终身，代理人可以伴随客户家庭成长。
- **深化信任与情感链接：**通过长期用心的服务，代理人与客户之间的关系会超越简单的买卖交易，升华为值得信赖的人生伙伴。

行业新态势的历史时点，再看“三五七”保险保障体系的价值

弥补身故与健康
等基本风险保障缺口

应对经济不确定性
增加长期养老储备

保障属性

价值属性

法律属性

善用保险法律属性
保护财富安全

保险产品与服务结合
为高品质医、健、养提供
综合解决方案

深入践行“三五七”战略——
坚定以客户需求为导向、以专业能力为根基、以价值创造为路径
才能真正顺应监管导向、回归保障本源
在风起云涌的新时代中构筑起可持续的核心竞争力

THANKS!

感 谢 聆 听

学以致用 知行合一