

PICC 培训教材
P&C

银行保险

YINHANG BAOXIAN

翟因华 © 主编

 首都经济贸易大学出版社
Capital University of Economics and Business Press

图书在版编目(CIP)数据

银行保险 / 翟因华主编. —北京:首都经济贸易大学出版社, 2014. 8

ISBN 978 - 7 - 5638 - 2261 - 4

I. ①银… II. ①翟… III. ①银行业务—保险业务—中国 IV. ①F832.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 172569 号

银行保险

翟因华 主编

出版发行 首都经济贸易大学出版社

地 址 北京市朝阳区红庙(邮编 100026)

电 话 (010)65976483 65065761 65071505(传真)

网 址 <http://www.sjmcb.com>

E-mail publish@cueb.edu.cn

经 销 全国新华书店(内部发行)

照 排 首都经济贸易大学出版社激光照排服务部

印 刷 河北三河长城印刷有限责任公司

开 本 787 毫米×1092 毫米 1/16

字 数 215 千字

印 张 10

版 次 2014 年 8 月第 1 版 2014 年 8 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 5638 - 2261 - 4/F · 1284

定 价 29.00 元

图书印装若有质量问题,本社负责调换

版权所有 侵权必究

前 言

“银行保险是经济全球化、金融一体化的必然产物,是一个全新的业务模式,它产生的背景、业务特点、运营模式等各个方面,与传统的财产保险的营销等有很大的不同。金融创新和 IT 技术的变革更推动了银行保险业的快速发展,并使之成为金融业的一个重要发展方向。”

2012 年是中国人保财险公司深入贯彻集团“十二五”规划和公司“十二五”规划、全面落实“使命 2015 计划”的重要一年,也是大力优化销售服务体系、完善运营管理平台的“销售服务体系建设年”。本着以业务渠道化、销售专业化为目标,按渠道和业务板块设置销售单元,清分客户和渠道,设立了银行保险业务部在内的四个新的渠道部门,与电销、网销、重要客户部、销售管理部共同构成公司渠道体系,形成“产品线—区域—渠道”相结合的销售服务体系,实现客户、渠道和销售队伍的精准对接,构建起了以客户为中心的差异化渠道经营模式。

银行保险业务部成立以来,承担起了对银行保险业务的专业化、精细化管理的职责,也承载了公司对银行保险业务的未来重要战略地位和发展潜力寄托的殷切希望。部门从成立伊始,坚持一手抓基础和队伍建设,一手抓银保业务发展,各项工作均取得了可喜的成绩和一定的效果。

为及时总结公司银保业务的基础建设和业务发展等方面的优秀经验,更好地指导和推进公司银保业务持续健康发展,提升公司银行渠道的内在品质与外在价值,按照公司教材体系建设工作的总体安排,总公司教育培训部和银行保险业务部于 2013 年 6 月正式启动了对《银行保险》(2013 年版)教材的编写工作。本次教材的编写,由总公司银行保险业务部部门成员以及抽调了公司系统内具有银保丰富实践与管理经验的同志组成编写组。《银行保险》一书是为保险从业人员在岗或岗前培训而编著的,在编写过程中,编写组全体成员积极借鉴国外银行保险业务发展及运营管理的理论成果,紧密结合我国银行保险自身发展特点和人保财险业务发展的实践经验,对银行保险业务发展及运营管理涉及的有关管理理论和实务操作进行了全面梳理,经过多次论证和反复修订,终于定稿付梓,力求较系统地向读者展现银行保险的全貌,启发读者对问题的进一步思考和探讨。

本教材由王德地副总裁担任主审,银行保险业务部翟因华总经理担任主编。编写组各成员分别承担各章节的编写工作。在章节安排上,本教材从银行保险概述、银行保险模式、银行保险产品与销售渠道、银行保险管理、银保渠道代理业务、银行自有资产保险以及银行保险标准化服务及银保合作典型案例七个方面进行阐述。各章具体执笔人如下:第一章翟因华、伍扬,第二章刘博、郑宏伟、蔡江斌,第三章郑宏伟,第四章刘阳、马晓阳,第五章章丹

红、王心晔,第六章林娜,第七章刘博、章丹红、王心晔。在教材编写的过程中,银行保险业务部经理室领导蔺湘,各相关处室负责人郭琦、张硕、伍扬以及处室成员蔡江斌、蔡凌飞、安永国等付出了大量辛勤劳动,具体参与了教材编写的整合与修订工作。对全体编审人员在百忙之中付出的辛勤劳动,谨此表示衷心的感谢。

本书在写作过程中力求做到各种理论无误,专业术语准确,实务程序完整,以符合教学和实践的需要。整个教材的编写时间归集约为4个月,因编著者的能力和学识有限,书中难免有疏漏和差错的地方,望请读者不吝赐教。

本书编写组

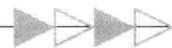
第一章 银行保险概述及发展	1
第一节 银行保险的起源与特点	1
一、银行保险的起源	1
二、银行保险产生的原因	2
三、银行保险的模式	3
四、银行保险特点	4
第二节 国际银行保险的发展状况	4
一、法国银行保险业概况	5
二、英国银行保险业概况	5
三、美国的银行保险发展模式	5
第三节 我国银行保险的发展状况	6
一、我国银行保险业务的发展阶段	6
二、在合作模式方面的探索	7
三、银行保险业务中财产险与寿险的差异	8
四、当前国内财产险市场银行保险发展情况	9
五、我国银行保险发展存在的问题	9
第四节 我国银行保险发展前景及思路	10
一、决定银行保险合作前景的因素	10
二、银行保险合作的发展思路	11
第二章 银行保险模式	14
第一节 银行保险的主要合作模式	14
一、分销协议模式	14
二、战略联盟模式	14
三、合资企业模式	15
四、金融集团模式	15
五、四种合作模式的比较分析	16
第二节 银行保险销售模式	18

一、主要销售模式	18
二、销售模式选择	18
第三节 银行保险渠道整合	20
第四节 银行保险销售流程设计	21
一、业务开展前的准备工作	21
二、不同形式的保险合同的投保与出单操作流程	22
三、核保	23
四、收费	23
五、统计结算	23
六、保单批改	23
第五节 “银保通”IT 系统	23
一、系统定义	24
二、系统架构	24
三、主要功能	24
四、主要特点	25
第三章 银行保险产品与销售渠道	27
第一节 适合公司客户的财险产品与销售模式	27
一、适合普通贷款客户的财险产品及销售模式	27
二、适合贸易融资客户的财险产品及销售模式	31
三、适合对公结算客户的产品及销售模式	32
第二节 适合个人客户的财险产品与销售模式	34
一、适合个人贷款客户的财险产品及销售模式	34
二、适合个人高端客户的财险产品及销售模式	36
三、适合普通柜台客户的财险产品及销售模式	37
四、适合信用卡客户的财险产品及销售模式	38
第三节 适合机构客户的财险产品	39
一、银行综合保险	40
二、董事高管责任保险	40
第四节 银保产品和销售模式的创新	41
一、开发“理财”加“保障”的新产品	41
二、创新业务模式,完善银保金融产品	41
三、转变销售模式,积极拓展银保新渠道	43
四、创新营销工具,提升销售成功率	44
第四章 银行保险管理	45
第一节 银行保险的管理架构	45

一、总公司层面	46
二、省级公司层面	46
三、地市级公司层面	46
四、业务支援、协作部门	46
第二节 银行保险的销售队伍	46
一、银行保险可以采用的销售队伍	46
二、各种销售队伍的主要特征	46
三、我国财险银保销售队伍的主要构成	47
第三节 销售队伍的管理	48
一、人员的招聘管理	48
二、人员的考核管理	49
三、人员的活动管理	54
四、人员的品质管理	55
第四节 银行保险的薪酬和激励	55
一、薪酬设计和激励方案的原则及目的	56
二、保险公司销售人员的报酬和激励	56
三、银行雇员的报酬和激励	57
第五节 银行保险的培训	58
一、培训的特点	58
二、保险销售人员的培训	58
三、银行雇员的培训	60
四、银行保险渠道管理培训	60
第五章 银行渠道代理业务	65
第一节 银行渠道代理保险业务的合同签订与管理	65
一、全面合作协议	65
二、保险兼业代理协议	68
三、专项代理合作协议	82
第二节 银行代理保险业务操作的主要环节	85
一、宣导销售	85
二、投保	86
三、出单	86
四、单证交接	86
五、保险费划转	86
六、对账	86
七、理赔支付	86

第三节 银行代理保险业务主要操作流程	87
一、银行柜台出单承保业务流程	87
二、保险公司柜台出单业务操作流程	87
三、理赔业务流程(见图 5-3)	88
第四节 银行渠道代理保险资金业务	88
一、代收代付业务	88
二、代理资金结算业务	89
三、协议存款业务	89
四、时点存款业务	90
第五节 保理业务	91
一、保理业务简介	91
二、保理业务的分类	91
三、贸易信用险与保理业务	92
第六节 担保业务	94
第七节 网上银行	95
第六章 银行自有资产统保	96
第一节 银行自有资产统保业务概述	96
一、银行自有资产统保业务定义	96
二、银行自有资产统保业务的意义	96
第二节 银行自有资产统保业务管理	97
一、银行资产管理模式	97
二、工作职责与人员管理	97
三、客户档案管理	98
四、项目期末准备工作	98
五、投诉及争议事项处理	99
第三节 银行自有资产统保业务操作流程	99
一、非车险类资产保险统保操作流程	100
二、车险类资产保险统保操作流程	100
第四节 银行自有资产统保业务服务规范	101
一、首席承保项目服务规范	101
二、共保项目服务规范	104
第五节 银行自有资产统保业务注意事项	105
一、资产评估与风险调研	105
二、设计统保操作流程	105
三、制订保险方案	105

四、保险招标与保险公司的选择	105
五、保险合同的签署	106
六、统保实施与期内服务	106
第七章 银行保险标准化服务及银保合作典型案例	107
第一节 银行保险标准化服务	107
一、银行保险业务部	107
二、银行保险业务客户经理和银保专营团队	108
三、银行保险业务活动量管理制度	109
四、重点服务工作	109
第二节 银保合作典型案例	110
一、江苏宿迁市公司银保业务经验介绍	110
二、浙江衢州分公司银保业务发展经验	111
三、广东佛山三水支公司“政银保”项目	113
四、甘肃省小额贷款保证保险项目	115
五、上海分公司“微保险”产品	116
附则 银行保险相关政策与制度	118



银行保险概述及发展

在经济全球化和金融一体化的背景下，银行保险应运而生。银行保险（bancassurance）是由银行、邮政、基金组织以及其他金融机构与保险公司合作，充分利用和协同双方的优势资源，通过共同的销售渠道，向共同的客户提供产品和服务，以一体化的经营形式来满足客户多元化的金融需求。

银行保险不是一种产品，而是不同金融产品、服务的相互整合，互为补充，共同发展。银行保险作为一种新型的保险概念，在金融合作中，体现出银行与保险公司的强强联手，互联互通。对银行而言，银行保险业务属于银行的中间业务，是银行借助丰富的营业网点、客户资源以及良好的形象，协助保险公司办理保险业务从而获得手续费的服务。对保险公司而言，银行是保险的一种销售渠道。

在国内财产保险公司中，银行保险业务部门的管理实务中通常包括三类业务：第一类为银行渠道业务，包括银行通过自有渠道代理销售保险产品、金融产品采购等，这类业务也是通常意义中的银行渠道代理业务。第二类为银行客户业务，包括银行作为投保人、被保险人或受益人的自有资产保险和其他与其运营行为关联的保险，以及员工人身、财产保险等，这类业务中银行为保险人的客户，由于业务的维护需要与银行直接联系，因此通常被纳入银行保险业务部门的工作职责中，本书第六章将对此类业务进行介绍。第三类为其他合作业务，包括银行代收代付、银行为受益人的信用险业务或手续费为零的合作业务等。

尽管本书着重于介绍财产保险公司的银行保险内容，但银行保险的起源与发展与寿险业务密不可分，至今国内外银行保险中寿险业务的发展程度均要优于财产保险，因此本章在介绍银行保险的起源及发展时，将不可避免地大量提及银行与寿险业的合作与融合。本章从银行保险的起源与特点开始展开，简要介绍国际银行保险的发展情况，并着重介绍国内银行保险的发展进程、不足与发展前景，以使读者通过本章的阅读，能够对银行保险的概况有全面的了解。

第一节 银行保险的起源与特点

一、银行保险的起源

自 19 世纪开始，比利时的 CGER、西班牙的 La Caixa、法国的 CNP 等公司已开始提供

银行与保险服务，银行业与保险业已开始相互结合。但 1980 年以前的银行保险处于萌芽阶段，仅在欧洲出现，银行只是充当保险公司的兼业代理人，收取代理佣金。

真正意义的银行保险是 20 世纪 80 年代从欧洲开始的，为了应对银行业的竞争，银行开始涉足资本性保障产品的开发，开发出养老保险年金产品，从此开始全面介入保险领域。在金融、税收和立法产生巨大变化的背景下，不同金融业务逐步融合，随后美国、澳大利亚以及拉丁美洲和亚洲等地区的银行保险都开始迅速发展，产品种类不断增加，银行保险模式也不断翻新，保险公司内部银行渠道的保费占比大幅上升。到 2000 年以后，银行保险更加成熟，出现了银保一体化的高度融合。

二、银行保险产生的原因

（一）银行进入银行保险领域的原因

1. 宏观政策及社会环境的影响。宏观政策方面，20 世纪 80 年代以来，欧洲国家开始修改有关银行和保险的法律，解除了之前的一些限制，银行可以在保险领域实现经营。

社会环境方面，近几十年，西方发达国家人口增长率大幅下降，使社会出现人口老龄化的隐忧，居民对养老金及长期投资金融产品的需求增加，客户对中长期投资产品的偏好增加，这为银行保险的发展带来了机遇。

2. 增加银行中间业务收入。随着金融市场的发展，银行间的竞争不断加剧，传统的存贷业务利润一再摊薄，因此，中间业务收入越来越受到银行的关注。银行保险业务的开展并不形成银行的资产负债表内资产和表内负债，也不会降低资本与资产的比率，可以使银行以佣金的形式增加可观的收入。

3. 利用保险保障扩大主营业务。这一点主要针对财产险公司的产品。财产险产品的功能以保障为主，银行要求贷款客户就抵质押物购买财产险保单，可以在抵质押物遭受自然灾害或意外事故而损失时优先获得保险赔偿，从而保障了银行贷款的安全性。

随着市场的发展，保证保险、信用保险等产品也逐步受到银行重视。保证保险、信用保险保单可以将银行列为第一受益人，这些保单的签发往往可以替代贷款客户的抵质押物，因此，可以起到放大贷款、增加银行主营业务量的作用。尽管此类业务往往没有向银行支付佣金，但也受到了银行的欢迎。

4. 减少资金的流失。这一点主要针对寿险产品。寿险产品与银行产品较为相似，为避免大量资金流入保险公司，银行也主动与保险公司展开合作，与保险公司签订协议，在参与销售的同时也参与资金的管理。

5. 提高销售网络和人员的效率。银行、邮政等金融机构往往拥有丰富的营销网络机构和大量的员工。开展银行保险业务可以更加充分地利用这些网点、柜面及员工资源，分摊经营成本、提高经营效率。

6. 提供“一站式”服务，保持客户稳定性。统计显示，客户在一个机构购买的产品越多，则流失的概率越小。客户资源的转移意味着需要花费更大的成本拓展新客户。由于个人和企业客户均不止拥有一个银行账户，向客户提供更多的金融产品可以增加客户的忠

诚度。在这些金融产品能够进一步丰富、互相补充的情况下，客户将更加稳定。

（二）保险公司进入银行保险的原因

1. 挖掘业务资源。银行机构掌握着庞大而全面的企业客户和个人客户资源。利用这些资源，可以进行系统分析，为保险公司开发产品提供便利，也可进一步挖掘客户的营销价值，借助银行广泛的客户群和业务线，更加“以客户为中心”，通过银行向个人客户、公司客户等销售不同种类的产品。

2. 提高销售效率。除了营业网点外，银行还有很多可以借助的销售形式，如呼叫中心、网上银行、电子银行、电话银行等，理财规划师、信贷客户经理等。借助银行的渠道销售保险产品，可以使保险公司迅速进入商业银行更为庞大的销售网络，扩大销售渠道。

对财产保险公司而言，在银行要求贷款客户投保与抵质押物相关的保险或者以保证保险、信用保险保单代替抵质押物时，将大大推动保险产品的销售。

（三）客户选择银行保险的原因

终端客户可以获得更多的金融产品的选择，购买财产险类产品还可以获得切实的风险保障。

综上，银行保险的健康发展可以获得银行、保险公司、客户“三赢”的结果。

三、银行保险的模式

目前国内外银行保险的模式主要分为以下几种类型：

（一）销售协议模式

在销售协议模式中，银行仅作为保险公司的兼业代理人，销售保险公司的产品，获取代理佣金收入。此类模式中，银行只是进入保险领域的销售环节，银行与保险公司纯属合作关系，没有或很少共享客户资源。

（二）战略联盟模式

在战略联盟模式中，银行和保险公司进一步形成了战略联盟，银行和保险公司在产品开发、服务提供方式、渠道管理乃至融资合作、操作平台融合，并可以在共享客户资源方面有所作为。为达到这一模式，银行和保险公司还需要在 IT 系统对接、销售专员培训方面增加投入。

（三）合资企业模式

在合资企业模式中，银行与保险公司签订了资本合作协议，共同出资建立一个新的保险公司。银行与保险公司可以发挥各自在产品 and 客户方面的优势，在一个企业的内部实现银行与保险的融合。这一模式要求银行与保险公司双方建立起长期和稳固的合作关系，信息交流更加密切，并共同分担成本与经营风险。

（四）金融集团模式

在金融集团模式中，银行与保险公司处于同一个金融集团中，双方的业务和系统高度一体化，保险公司具有很强的开发同一集团下银行现有客户的能力，银行也有能力向客户提供“一站式”服务和高度一体化的产品。

由此可见,随着银保一体化程度的加深,银行和保险公司在所有权结构上融合越来越紧密,从简单的分销协议模式的合作,逐步演进到集团公司治理结构的整合。我国的银保业务多以销售协议模式为主,逐步向战略联盟模式方向发展。在我国现有的分业经营监管环境下,国内的银行及保险公司均在探索向更高模式发展的方式和途径。

四、银行保险特点

(一) 银行保险的特征

1. 银行保险是“银行+保险”。很明显,银行保险具有银行和保险的双重功能,需要双方的共同投入,在分析共同客户的需求、开发结合银行与保险业务的共同产品、开拓共同的销售渠道方面做出努力。

2. 银行保险完全可以作为双方的重要业务资源。通过银行保险业务产品的开发和销售,能让保险业务与银行业务高度地结合在一起;通过银行内部的佣金激励,能极大地调动业务人员的积极性、确保销售能力,为银行业务发展提供核心产品线和服务线。

3. 银行保险将“以客户为中心”作为出发点和终结点。银行保险的发展历程告诉我们,客户的需求是促使银行保险发展迅猛的主要原因。通过银保一体化的销售方式,为客户提供最物有所值的产品和服务套餐。

(二) 银行保险与其他保险业务的区别

1. 经营方式的不同。银行保险运用银行的销售网络销售保险产品,提供专业服务,销售形式多样。这种销售方式能使银行保险的销售者利用银行和保险公司的资源、信息接触到庞大的客户群体,短期内能扩大市场规模、降低营销成本。

2. 提供产品的差异。鉴于营销渠道的独特性,银行保险的产品也呈现出与保险公司其他渠道产品不同的特质。银行产品通常分两类:一是简明易懂的标准保险产品,在条款设计、投保模式、缴费等方面更简单、方便,多数产品可以免核保、提高出单效率。二是专门适应银行消费需要和针对银行客户开发的保险产品,注重与银行保险的匹配性,一般与银行产品共同销售给目标客户。

3. 经营主体的多元。传统的保险只能由保险公司来经营,即由保险公司负责保险产品的开发和销售,以及相应的承保、理赔等。而银行保险以银行参与保险业务为前提,销售的主体不仅限于保险公司,还有银行甚至邮政系统。

第二节 国际银行保险的发展状况

各国银行保险的发展,同本地区的金融经营制度以及具体的监管制度、金融市场环境、税收制度密切相关。一个国家金融系统的发展历史和定位,决定着该国各种金融机构的发展格局和相互关系,进而影响着银行保险的发展程度和基本特点。各国的银行保险监管体系及其保险监管法规都体现了由禁止到准入,由严格到宽松,由分割到统一的趋势。总体看来,大多数的欧洲国家由于长期实行金融混业经营,对银行保险的产品销售和股权

投资的限制较少，银行保险多以紧密的股权为纽带而形成。

欧洲银行保险的产品销售涉及银行分支机构的员工、专家销售、直接销售人员、独立金融顾问和直销等多种渠道。由于银行保险的迅速发展，保险佣金在欧洲各国银行利润中的比重正在不断上升，银行保险的开展已经成为增加金融集团收入的重要来源。

一、法国银行保险业概况

法国是欧洲寿险市场最重要的国家，也是全球银行保险整合得最彻底的国家之一。从 20 世纪 80 年代开始，大型的银行进入银行保险市场，银行在寿险市场上所占的份额增长迅速，此后还逐渐向非寿险领域扩展。在经营模式方面，银行倾向于以控制保险公司的方式进入保险领域。银行拥有保险公司的形式有两种：一是建立自己的子公司，二是收购其他保险公司。

促使法国银行保险成功的要素包括：一是银行利用其巨大的分销网络和先进的电子技术，大规模、高效率地销售较为简单的保险产品，以降低成本，从而让利于顾客，使企业获得规模经济。二是保险产品设计简单，保单标准化，便于银行业务员了解并轻松向客户推销，银行与保险公司能做到信息共享。上述两点也是银行保险成功的共性因素。三是法国的政府也为银行保险的发展创造了宽松的法律环境，国家在银行和保险公司中往往占有很大的股份，并且由于政府在提供福利方面角色的弱化、民众财富的增加及赋税改革等因素，寿险需求量急剧增加。

二、英国银行保险业概况

英国作为保险业的发祥地，已拥有成熟规范的保险市场，国民保险意识相对较强，保险产品主要的销售渠道是通过经纪人销售。因此，银行保险在英国并没有占据很大的市场。

20 世纪 80 年代后期英国银行保险兴起，其发展经历了三个阶段。第一阶段是 20 世纪 80 年代，英国的银行开始以代理销售商的形式进入保险领域；第二阶段为 80 年代末至 90 年代初，这一阶段主要是建立子公司；第三阶段为 90 年代中后期，银行开始收购保险公司，从而获得其品牌效应以及新险种开发的技术优势。

三、美国的银行保险发展模式

在 1999 年《金融服务现代化法案》通过之前，美国法律原则上禁止银行和保险公司相互拥有，这与欧洲银行和保险业之间传统的紧密联系形成了鲜明对比。《金融服务现代化法案》从监管上彻底拆除了银行从事保险业务的障碍，银行被允许通过金融控股公司的形式进入保险领域，从此银保合作业务正式进入充分发展时期。为了在短期内开展银保业务，许多美国银行并购保险代理机构，以形成金融集团的方式进入保险业，与保险代理机构合资或者结成销售联盟也比较流行。由于美国公众对保险的消费倾向于保险代理人，保险代理人成为重要的市场资源并被银行机构争夺。

第三节 我国银行保险的发展状况

一、我国银行保险业务的发展阶段

从总体上看,我国银保业务的发展经历了以下发展阶段。

(一) 探索阶段

自20世纪80年代国内恢复保险业务以来,保险公司与银行便开始了代理保险业务的合作。到1995年至2000年,新兴的保险公司以及个人营销的兴起使保险市场竞争越发激烈,商业银行完善的网络成为助力保险销售的资源,这一时期保险公司开始与银行签订合作协议。

(二) 快速发展阶段

从2000年起,我国银行保险发展迅速。2003年,新修订的《保险法》正式实施,解除了银行代理保险“一对一”的限制,一家银行可以同时与多家保险公司开展合作,我国银行保险发展又向前迈进了一大步。从2001年实现的银行保险收入50亿元,迅猛增长到2004年年末的795亿元。这一时期的银行保险产品主要是寿险中储蓄性的分红保险,但因保险公司之间价格战十分激烈,银行保险业务对保险公司来说利润空间很小。

(三) 调整阶段

从2004年开始,在银行不断抬高手续费的情况下,银行保险业务发展趋缓。部分保险公司开始重新思考银行保险的发展对策。财险方面,由于受国家宏观政策调控、房贷险退保、车贷险停办、银保合作成本提高的影响,财险银保市场趋于萎缩。到2006年,随着保险市场的深化和监管政策的放松,银行保险业务再次进入增长轨道。在这段时期,很多保险公司开始重视产品创新与服务的改善,意识到应选择健康的模式实现银保业务的发展。

2010年以来,监管部门连续下发文件规范银保业务。2010年底,银监会下发《关于进一步加强商业银行代理保险业务合规销售及风险管理的通知》(银监发〔2010〕90号),提出不允许保险公司人员派驻银行网点。2011年初,银监会和保监会联合下发《商业银行代理保险业务监管指引》(银监发〔2011〕10号)进一步明确这一原则。2012年,银监会下发了《中国银监会关于整治银行业金融机构不规范经营的通知》(银监发〔2012〕3号),提出了著名的“七不准”限制,其中第五项为“不得借贷搭售”,要求银行业金融机构不得在发放贷款或以其他方式提供融资时强制捆绑、搭售保险。上述监管文件的出台使寿险公司银行保险业务遭受重大打击,2011年保费负增长1.85%,2012年保费负增长达到9.73%。而2012年“七不准”禁令的出台也对财产险的银保业务带来了冲击。2014年1月,中国保监会、中国银监会联合下发了《关于进一步规范商业银行代理保险业务销售行为的通知》(保监发〔2014〕3号),文件要求,商业银行应当对投保人进行需求分析与风险承受能力测评,把合适的产品销售给有需求和承受能力的客户;保险公司、商业银行应对银行保险业务进行结构调整,应加大力度发展风险保障型和长期储蓄型保险产品;文件同时对明示“犹豫期”等银保代理渠道销售行为进一步提出规范性要求。笔者认为,从2011年开始,随着监管的再次

发力,我国银行保险实际上进入了一个新的阶段,即为在监管中调整、在规范中寻求发展的阶段。上述调整虽然减缓了银行保险业务的发展步伐,但有利于维护银行保险的声誉,保持正常的竞争秩序,长期来看有利于银行保险的健康发展。

我国银行保险业的发展状况见图 1-1 和图 1-2。

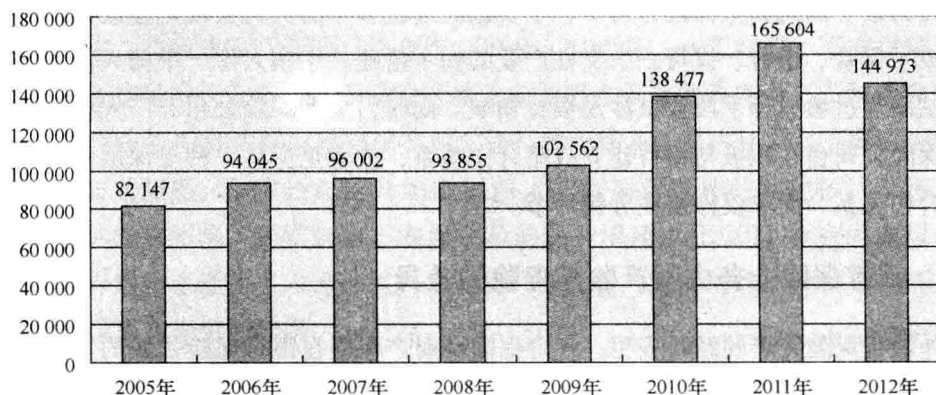


图 1-1 2005 ~ 2012 年银行兼业代理机构数量变化 (单位: 个)

注: 数据来源为保监会历年中介业务报告。

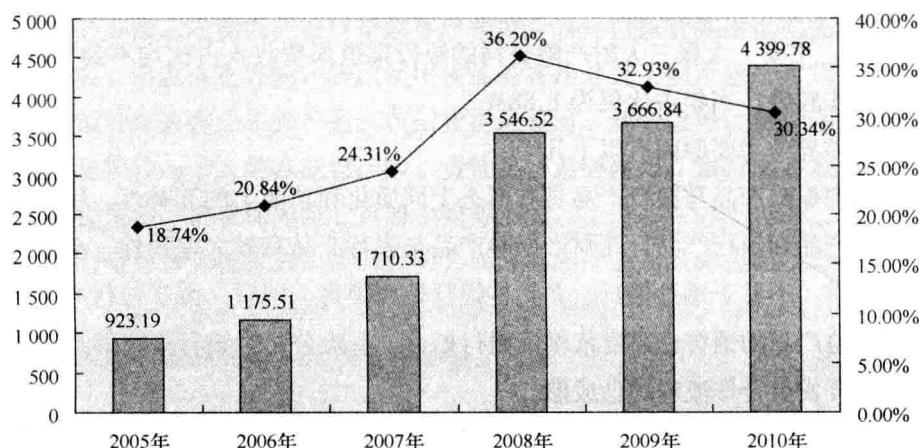


图 1-2 2006 ~ 2010 年银邮渠道保费收入及保费占比 (单位: 亿元人民币)

注: 数据来源为保监会历年中介业务报告; 自 2011 年开始保监会不再公布保险行业银邮渠道保费数据。

二、在合作模式方面的探索

为使银行保险合作模式继续走向更高的模式,国内银行与保险机构均在现有监管制度下进行尝试。

首先,大中型商业银行通过控股保险公司构建自身的保险业务版图,银行系保险公司开始发力,行业格局正在悄然发生变化。伴随银保模式的不断发展,工银安盛、农银人寿、光大永明、中荷人寿、建信人寿、交银康联、招商信诺等银行系寿险公司和中邮人寿

已应运而生，对寿险市场产生冲击；中国银行更是基于其在香港地区通过银行销售保险产品的成功经验成立大陆第一家全资银行系产险子公司，国内银行正在积极探索更高级形态的银保发展模式。

其次，大型保险公司主动涉足银行领域，中小保险公司积极通过战略合作等形式促进银保合作升级。国内大型保险公司中，平安已经通过多年的努力实现其控股银行的战略目标，完成了保险、银行、投资三大支柱产业的初步搭建，中国人寿、中国人保等大型保险集团亦试图通过参股等手段尝试涉足银行领域。同时，大型保险公司和广大依赖银行渠道的中小保险公司也在积极与银行建立战略合作关系，或者至少是一种更深层面的客户与产品上的合作关系，而非仅停留在分销环节。

三、银行保险业务中财产险与寿险的差异

国外银行保险发展的经验表明，人寿保险与财产保险在银行保险领域的发展存在较大的差异。在银行保险最发达的欧洲，西班牙、法国等国通过银行渠道完成的人寿保险保费收入占其人寿保险保费总收入的比例达60%以上；而通过银行渠道的财产保险保费收入则仅为保费兑收入的10%~12%。在我国，寿险的银保业务发展迅速，个别寿险公司银行渠道业务占比高达60%~70%以上。相比较而言，财产保险领域的银行保险发展较为缓慢，2011年，人保、平安、太保三大财产险公司的银行渠道保费收入占比均不到4%，人保财险银保渠道起步较晚，当年占比仅为1.88%。

造成这种差异的主要原因有以下几个：

首先，人寿保险产品与银行产品具有形态上同质化和功能上的互补性。银行柜台可以同时销售寿险产品和银行产品，而财产保险产品与银行产品有较大差异性，多数产品没有投资和储蓄性质，不易于通过银行，尤其是银行柜面销售。同时，由于银行为个人资金集中的场所，寿险产品的销售也高度依赖于银行柜台，寿险公司对银行渠道的开发和维护高度重视，产品开发及合作流程均已成熟。

其次，寿险产品与财产险产品的销售流程和后台管理在复杂程度方面也存在较大的差异。一是对家财险、意外险、个人责任险等以个人和家庭为销售对象的“个险”产品，可以实现免核保和定额保单的优化，但单均保费远低于寿险的储蓄及分红性质的产品，银行缺乏销售积极性。二是对企业财产险、工程保险、船舶货运险、信用保证险等以企业为销售对象的“团险”产品，内容较为复杂，对每一个项目，均需要保险公司单独提供方案和报价，通常银行的信贷客户经理难以掌握（实际上就连个人投保的商业车险的保费也很难速算出来），需要保险公司业务人员进行解释和销售。三是电子化程度普遍不高，对“个险”产品而言，由于保费规模有限，柜面出单系统开发往往未能受到足够的重视，而这又进一步限制了这类业务的发展。

因此，对银行来说，通过银行渠道销售寿险公司产品比销售财产险公司产品更易些。