

从“卖保险的”到“国寿企业家”

创新个案

□ 本报记者 王新蕾
本报通讯员 徐钢



6月2日，中国人寿山东省分公司在济南举行的万众创富表彰会上，来自全省国寿系统的34位创富精英获奖。

一直以来，保险一线营销人员都被俗称为“卖保险的”。这个队伍有多庞大？截至2016年一季度，全国的数据是710万，业内人士预计，当前已超800万人。

“去年，我省保险行业创业人力增长46.17%，总量增长34%，期交增长85.12%。”6月2日，在中国人寿山东分公司2016年度万众创富表彰暨2017年国寿客户节启动大会上，该公司总经理白彬说：“今年我们将举全省之力，突破400亿总保费、115亿期交、30万创业人力三大核心目标。”

为什么需要30万人？“一方面，我国保险业的密度、深度远低于发达国家。行业和公司的内在需求，需要更大的队伍。另一方面，这个庞大的队伍，更多在推动客户、社会转变观念、认知保险，观念问题还要依靠文化来解决。”白彬说。

事实上，我国保险企业与发达国家不少“百年老店”相比，在各方面还存在一定差距，国内真正意义上的“保险企业家”队伍正在壮大。

94岁的“美国保险之父”梅第，依然亲自“跑单”。63岁的李权文，是中国人寿济南分公司城区营销六部鑫鑫团队经理，她要成为“中国的梅第”。她自2002年至今连年荣获济南市五星级精英，曾经创造连续500天连续业绩的记录，并在2015年底坚持周周业绩，距今已经持续了75周。“我认为没有比拜访客户更重要的工作，没有比给客户送去保险保障更值得让人开心的事情。”李权文说。

带领着648人团队的王志刚，现任中国人寿威海分公司城区第一营销部区域总监。团队日益壮大，他也在以“国寿企业家”的身

份要求自己，“社会对保险行业依然缺乏认同，不少营销员的家人不支持他们的工作。在此情况下，尤其需要领头羊的带动。”王志刚的个人成长，成为了照亮营销员及其家庭的正能量。

孩子刚满三个月就投入工作的张研说：“我2006年从山大毕业后就加入公司，当时很多人都不理解，一个山大毕业生为什么去做‘卖保险的’？父母都坚决反对。”如今，她已是济南银保理财中心泰赢工作室团队主管，合计人力35人，主管8人。

“近年来，从业者优胜劣汰速度不断加快，大量不专业的代理人将被淘汰，只有道德水平值得信赖、专业技能过硬的高素质销售员才能赢得市场。行业PK，不再是利用信息不对称的销售人员之间销售技巧和人海战术的竞争，而是产品优质服务好坏的体验之

连续举办11年来，越来越多的团队和创业者成为创业致富的主角，成长为“国寿企业家”。

据介绍，“国寿企业家”机制是国寿对保险销售人员的培养路径，对各阶段盈利模式、核心利益及关键技能进行详细阐释，可以用于指导营业单位的日常经营、为销售人员提供职业生涯规划、引导主管自主经营、吸引准增员加盟等多个方面。

从国寿人到国寿店长，到国寿经理人，再到“国寿企业家”，在这条培养路线中，客户开拓技术和直营店盈利技术是关键。到了“国寿企业家”阶段，只要培养出一批掌握关键技术的国寿经理人、国寿店长，不断复制盈利模式，就可以形成自己的企业，成为统领千名员工、雇用多名高级经理人、年薪百万以上的企业家。

从“卖保险的”到“国寿企业家”，离不开中国人寿提供的最佳的创业平台。“我国保险业90年代引入个人营销机制。这个机制功不可没，它实际上就在构建平台，它是创业，不是就业。在国寿平台帮助下，创业者不需要办理工商执照，不需要自发宣传，借助国寿的文化品牌、号召力和政策，把全部精力用到经营上。”白彬说。

“随着规模不断扩大，经营企业不仅要靠个人的管理能力和规章制度，更要有核心文化，用文化凝聚全体员工向共同目标努力。建立良好的企业文化，是‘国寿企业家’盈利的关键因素。”白彬说，各级主管要着力增强自主经营能力，不断提升团队的凝聚力，使“国寿企业家”的成长之路越走越宽广。

记者手记

在保险回归本源的大趋势下，行业发展越来越规范有序。保险营销队伍庞大，如何能有效提高整体产能？挑战愈加明显，技术革新、竞争分化加剧，对保险人才机制提出了更高要求。

“国寿企业家”机制，是一个全套人才选拔与淘汰机制，配合营销员基础管理、培训工作、完善佣金制度等举措，为从业人员提供了良好的生存环境和发展空间，不仅提升了员工归属感与责任感，还有效避免了人才流失、销售误导等现象，提升了保险业的声誉和形象。

龙卡信用卡发卡量破1亿张大关

□ 记者 王爽 报道

本报济南讯 建设银行信用卡中心自2002年12月正式成立并发行第一张龙卡信用卡以来，截至目前，龙卡信用卡的发卡总量已达10030万张。这是记者5月26日在中国建设银行举行的龙卡信用卡“发卡突破1亿张暨龙卡JOY信用卡上市”新闻发布会上获悉的。

建设银行信用卡中心成立于2002年12月。十五年间，中国国内信用卡产业从过去的跑马圈地到如今的精耕细作，从专业专注到平台融合，跨越了欧美发达国家67年的发展历程，如今已成为仅次于美国的全球第二大信用卡发卡市场。统计显示，2016年，全国信用卡消费交易额已占到社会消费品零售总额的57%，全国信用卡贷款余额4万亿元，占个人消费信贷的82%，信用卡已渗透到百姓日常生活消费的方方面面，成为助力国家经济转型、推动国民消费升级的中坚力量。

记者了解到，建设银行从2004年在国内率先推出面向私家车主的龙卡汽车卡，到2017年在腾讯跨界合作推出龙卡腾讯游戏信用卡，建设银行打造形成了涵盖餐饮娱乐、时尚购物、交通出行、旅游休闲、公务消费等丰富权益的全生活链信用卡产品体系。

发布会上，建设银行还面向广大年轻客户全新推出龙卡JOY信用卡。该产品紧紧围绕年轻客户兴趣爱好和消费行为特征，在业内率先创新推出5%最低还款额超额权益，为年轻客群提供标准白金卡权益（学生版为金卡权益）以及涵盖海淘、留学、旅游、酒店及美食等各类生活休闲娱乐优惠礼遇。

中国平安 列《福布斯》第16位

□ 记者 李铁 报道

本报济南讯 5月25日，美国《福布斯》杂志发布了2017年“全球上市公司2000强”排行榜（Forbes Global 2000）。得益于营业收入、利润和资产规模等各项业绩的强劲增长，中国平安连续第十三年入围该榜单，排名较2016年提升4位，位列全球第16位，全球多元保险企业第一，并在中国内地入围企业中排名第5，继续在中国保险企业中位列第一。同时，在全球金融企业排名中，中国平安名列第10位。

根据2017年榜单，中国平安的营收高达1066亿美元，利润95亿美元，资产8010亿美元，市值为1008亿美元。2016年，中国平安实现了持续领先市场的发展，营业收入达人民币7744.88亿元，同比增长11.7%；净利润为人民币723.68亿元，同比增长11.0%；归属于母公司股东净利润为人民币623.94亿元，同比增长15.1%；公司总资产约人民币5.58万亿元，较年初增长17.0%；偿付能力充足。

解读促进全省金融稳健发展电视会议精神③

严防死守保稳定 攻坚克难促发展

□ 本报记者 王爽

5月4日在济南召开的促进全省金融稳健发展电视会议指出，金融工作系统性很强，要打好“整体战”“立体战”“攻坚战”，形成金融改革发展和风险防控的“大合唱”。组合拳之一，就是要攻守兼备、守字当头，推动金融改革发展稳定互促共进。

稳定是根本，是一切改革发展的前提和基础，改革和发展又为稳定创造条件。严防死守保稳定是维护金融安全，形成有效金融风险防控格局的内在要求。首先，从经济社会发展的大局来看，由于金融风险突发性强、波及面广、危害性大，金融问题牵一发而动全身，可能会造成全局性的波动，国际金融危机就是例子。其次，从金融发展的环境来看，不确定、不稳定因素增多，而且通过各种渠道向金融体系渗透、传递、蔓延，如果不及时处理或者处理不当，就会对金融业发展形成较大冲击。第三，我省正处于新旧动能转换的关键时期，千方百计、严防死守、全力以赴防范金融风险维护稳定尤为重要。为此，



要推动金融机构、金融组织切实承担风险管理责任，提高风险管理水平；要加强金融监管，抓重点、补短板，强化风险监测、识别、管理和处置，决不允许引发区域性系统性风险；要建立完善金融风险防控协作机制，构建省、市、县三级，政、

监、金、企四方密切合作、齐抓共管的金融风险防控格局，全力维护金融安全和稳定。

发展是根本出路，一切问题都要在发展中来寻求解决之道。百业兴则金融兴，百业稳则金融稳。没有健康良好的经

济基础，就不可能有稳健运行的金融业。金融攻坚克难促发展是助推供给侧结构性改革、促进新旧动能转换和提升金融服务水平内在要求。攻坚克难促发展，要立足服务实体经济，拿出更加具体有效的措施，引导资金投向实体经济，实现金融业与实体经济的共生共荣。攻坚克难促发展，要加快金融改革发展，不断提升服务实体经济的能力和水平，以市场为导向、以客户为中心，在营销、服务、产品、渠道、管理等方面加快创新，根据客户所需“量身定做”特色化、个性化的金融产品和服务，在支持实体经济、服务百姓的同时，进一步扩大自身经营空间。攻坚克难促发展，要注重优化融资结构，有效解决融资难、融资贵问题，提高直接融资规模和比重，推动金融结构以间接融资为主向间接融资与直接融资并重转化，降低过度信贷依赖风险。

求木之长者，必固其根本；欲流之长者，必浚其泉源。要正确认识并处理好改革发展和稳定的关系，形成经济发展和金融改革稳定的“大合唱”，推动改革发展与稳定相辅相成、互促互进。

全省农商行“智e购”商城推广现场会召开

□ 记者 王爽 通讯员 李德品 报道

本报青州讯 5月22日，全省农村商业银行“智e购”商城推广现场会在青州召开。当日下午，参会人员分四路赴青州农商行辖内的6家支行和4家农村金融网点，对主题银行建设和“智e购”商城线下运营情况进行了现场观摩，并听取了青州农商行关于“智e购”商城推广试点的工作汇报和潍坊市联社关于全市农商行系统“智e购”商城试点推广整体情况介绍。

省联社主任孙开连介绍，截至目前，全省“智e购”商城试点工作中，商城注册用户53万户，进驻商户9000户，累计交易笔数56万笔，金额3100万元。

孙开连表示，全省农村商业银行要正确认识“智e购”商城的作用，准确把握商城推广工作的四个关键环节：一是网点规划布局。要优化乡镇农村网点功能，巩固农村市场服务能力；要深耕城市社区市场，加快城区网点服务升级；要拓宽农村金融服务，推动“智e购”商城进村入户；要摸清城乡需求热点，积极开展代理服务。二是商城经营管理。要加强商户和商品服务质量管控，精心打造好本地的商城特色馆，维护商城良好声誉。三是商品物流配送。要综合做好商城商品物流配送，实现农村电商“最后一公里”服务，促进线上线下服务协同发展。四是商城营销宣传。要加大公关力度，延伸宣传覆盖面，加强业务渗透力，增强活动持续性，全面开展商城营销宣传工作。

中行联合山东互联网集团 共建社区“大平台”

□ 记者 王爽 报道

本报济南讯 近日，中国银行山东省分行与大众网共同搭建的中银“新闻e社区”平台正式上线，标志着山东新媒体社区平台矩阵的搭建，小社区从此走上“新闻大平台”。

据悉，该平台以“共筑网上网下同心圆，营造良好社区文化环境”为宗旨，在中国银行“中银e社区”APP上开设“新闻e社区”栏目，同步播发“山东24小时”新闻客户端的17城市的地方新闻资讯，填补“中银e社区”的本地化新闻的空白。

中国银行山东省分行党委书记、行长王锡峰介绍：“中国银行不断创新普惠金融服务模式，为广大社区居民量身打造集物业、住户、商户、银行等多项功能的e社区智能化服务场景。截至今年4月末，共签约e社区1588家，服务社区居民52万户。本次与山东省互联网传媒集团战略合作是一次银行金融领域与新闻传媒领域的跨界合作，是对e社区服务场景的全新升级，真正让社区居民享受到‘足不出户，走遍社区’的现代化综合服务。”

围绕“中银e社区”宣传平台，中国银行山东省分行将与山东省互联网传媒集团不断拓展新合作领域，在线上加强与媒体平台的融合，提升居民服务体验；在线下联合开展丰富多彩的社区活动，为居民营造良好的社区文化环境。通过线上线下的合作互动，实现银媒深度融合发展，更好地推动全省文化产业转型升级，更好地为广大居民提供普惠金融服务。

荣成农商行累计发放贷款100多亿元，支持建造渔船、渔业仓储基地等渔业设施

金融服务助推荣成渔业华丽转型

□ 本报记者 李铁



从春节后到4月末，山东蓝越远洋渔业有限公司（下文简称蓝越）的20艘大型远洋捕捞船陆续出海，远赴太平洋、大西洋和印度洋。这是荣成转型远洋渔业的一个缩影。2016年全市专业远洋渔船达到307艘，完成远洋渔业产量30万吨、产值38.3亿元，远洋渔船数量、产量、收入均居全国县级首位。

在2012年之前，无论是蓝越还是整个荣成市，都是以近海捕捞为主业。随着近海捕捞资源的枯竭，转型远洋捕捞势在必行。2012年11月，农业部明确提出推动我国远洋渔业持续稳定发展，荣成也实施了“走出去”战略，不断提高远洋渔业的市场竞争力。

作为荣成本地的主要金融机构之一，荣成农商行立即响应政府号召，支持渔业转型

发展。该行严格控制对540马力以下小渔船及近海捕捞业授信规模，通过信贷支持重点的转移引导大批客户积极发展远洋渔业。实力较强的，以远洋渔船作抵押，一次授信放贷，分期偿还本金，有效缓解其融资压力；实力较弱的，由渔船建造方提供担保，渔船建成投产后，转为渔船抵押分期还款的模式进行支持。

截至目前，该行累计发放贷款100多亿元，支持建造960马级以上远洋渔船240余艘，远洋运输补给船10余艘，远洋渔业回运仓储基地5个。

荣成市沙窝岛国家远洋渔业基地是全国第二个国家级远洋渔业基地项目，该项目规划占地面积20平方公里，总投资约3.38亿元。该项目获批后，荣成农商行瞅准时机，积极与企业沟通，为项目授信1.5亿元，有力推进了渔业基地的建设，助力其打造国际化大渔港，使得我国远洋渔业在地域空间上形成了“南有舟山，北有沙窝岛”的战略格局。

最让企业津津乐道的是在对具体企业的支持中，荣成农商行充分发挥了地方银行决策响应灵活、作业流程短的优势，该行董事

长卢均平就提出要支持“客户需要什么样的服务，我们就提供什么样的服务”思路。

建造一艘大型远洋专业捕捞船的造价高达2000万元左右，前期融资规模较大，后期回款周期长，造成渔业企业的资产负债率总体偏高。“远洋船外出一趟短则半年，长则一年，人工、折旧、财务等成本算下来，维持整个船队每年要5000万元。”蓝越的关联公司山东蓝润水产有限公司（下文简称蓝润）总经理蔡全贵算了一笔账。

4月底，由于前期给捕捞船加油、更换网具，同时成品库存量大，造成回款延迟，而5月初公司还有一笔贷款到期，公司的流动资金压力突然增加。了解到这个情况后，荣成农商行与公司协商，办理了3500万元的续贷，帮助企业度过了难关，避免了过桥成本。

对比多家银行后，蔡全贵总结，荣成农商行的优势在于它能够扎根荣成本地，因为对渔业和企业特别了解，在办理贷款过程中，能够急企业之所急，高效率地审批贷款；在贷款期限和还款方式方面，能够根据企业的资金流动情况灵活选择。

除了贷款服务灵活，业务品种也是为企业量身打造。针对渔业企业缺乏抵押物的情况，该行于2004年在全国首创“海域使用权抵押贷款”业务，经过多年的推广，该行鉴于海上物产与海域使用权联系紧密的特点，又创新开办“海域使用权及海上物产抵押贷款”业务，放大贷款额度。荣成寻山水产集团单纯以海域使用权抵押，仅能获得贷款2300万元，而使用新业务，贷款额度达5900万元，额度放大了2.6倍。

在支持中型企业转型的同时，该行没有放弃“支农支小”的定位。荣成全市从事海产品养殖加工企业2万多家，在扶持涉海产业个体业户发展的同时，该行努力引导散户走集约化经营之路，逐步培育起了海带养殖、名优特产品开发、海干品加工等产业集群。针对涉海中小微企业融资难实际，主动对接提供融资，先后创新推出应收账款质押、仓单质押、存单质押、股权质押、中小企业信用共同体、贸易融资等新产品服务，全面满足中小微企业融资需求。去年以来已累计为海洋食品精深加工、冷冻调理食品、冷链物流等行业中小微企业提供融资20亿元。