

中国人寿经营策略

万峰 总裁



中国人寿保险股份有限公司
China Life Insurance Company Limited



主要内容

- 业务发展策略
- 运营策略
- 其他策略
- 宏观环境变化下的中国人寿应对措施



业务发展策略——“四个坚持”

产品策略：坚持以发展传统型和分红型产品为重点，适度发展投连、万能等新型投资型产品

业务结构策略：坚持以发展长期性期交业务为主，注重实现业务结构的平稳优化

渠道策略：坚持以个人代理为主渠道，充分发挥团险、银邮等其他渠道的作用

区域发展策略：坚持实施整体发展目标与局部竞争目标相结合发展策略，实现公司业务快速、统筹协调和可持续发展

- 保持业务持续快速健康发展
- 促进新业务价值与内含价值持续增长
- 尊重变化，抓住机遇，牢牢把握中国人寿自己的发展方向



产品策略

坚持以发展传统型和分红型产品为重点，适度发展投连、万能等新型投资型产品

□ 产品定位

- ✓ 服务大众客户，兼顾中高端客户
- ✓ 考虑产品对公司内含价值的贡献
- ✓ 发展以履行公司社会责任为主要目的的产品

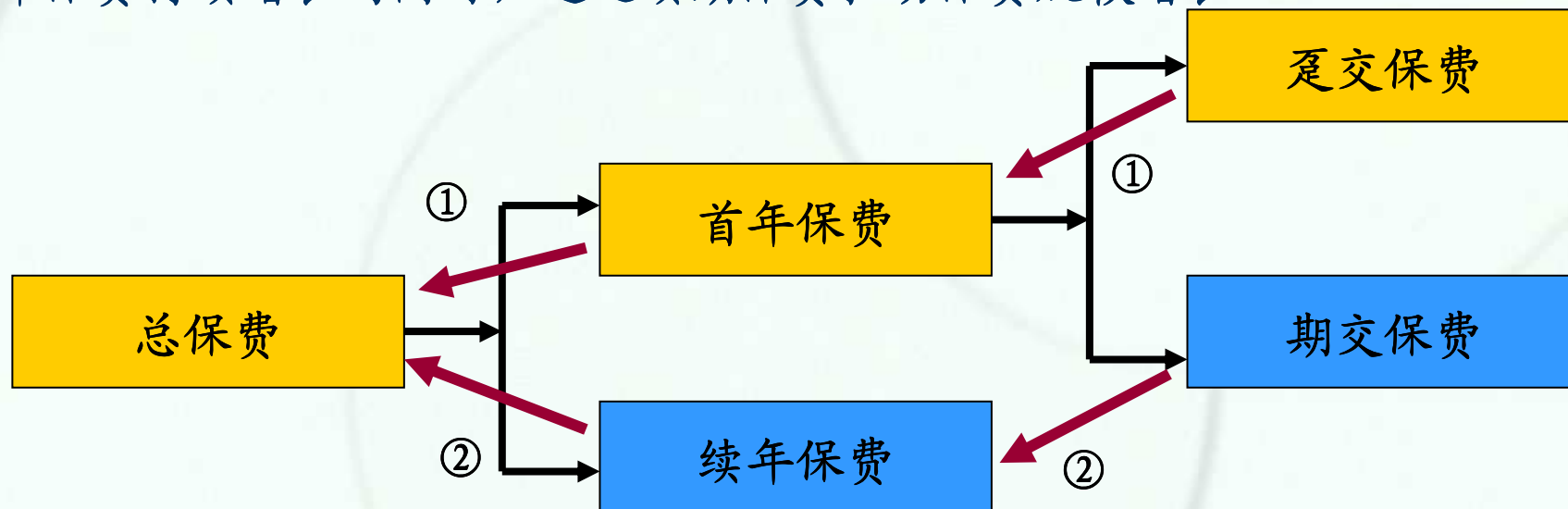
□ 具体举措

- ✓ 采取市场导向的发展策略
- ✓ 采取引导市场、创造市场的策略
- ✓ 采取品牌产品策略
- ✓ 采取产品细分策略



业务结构策略

坚持以发展长期性期交业务为主，注重实现业务结构的平稳优化，在保持首年保费持续增长的同时，通过续期保费拉动保费规模增长



① 保费增长方式一：推动保费规模增长方式

靠趸交保费促进首年保费增长，进而实现总保费规模的增长。

② 保费增长方式二：拉动保费规模增长方式

上年期交保费促进本年续期保费增长，进而实现本年度总保费规模的增长。



渠道策略

坚持以个人代理为主渠道，充分发挥团险、银邮等其他渠道的作用

- 个险渠道：有效增员，提高产能，加强管理
- 银邮代理渠道：提高代理网点的精细化管理，推动银邮代理渠道业务结构调整
- 团险销售渠道：探索组建总部和分公司团险大客户销售精英团队
- 推进电话直销、网络营销等新型销售渠道的创新
- 同时，公司近两年将继续加大对网点的投入，加强资源的整合以及交叉销售的力度



区域发展策略（1/2）

整体发展目标
与局部竞争目
标相结合

差异化经营目标

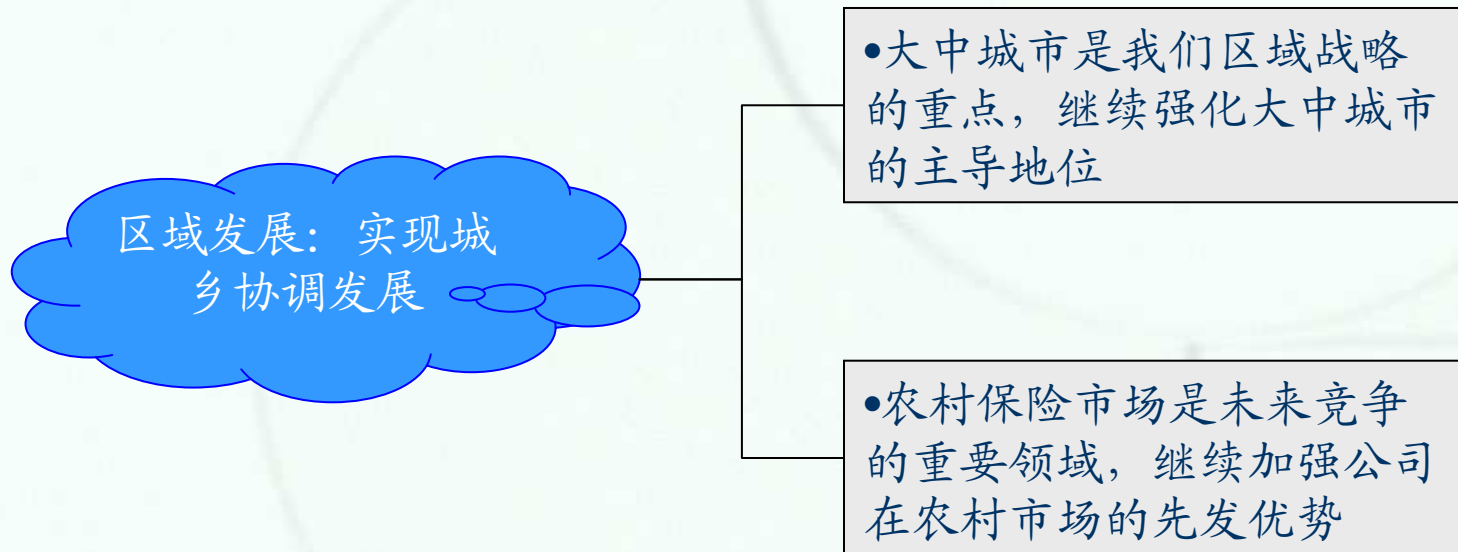
- 通过差异化的战略定位与指标设置，体现不同地区不同公司经营目标（经营任务）的不同，更好地适合当地市场竞争的环境。

矩阵式考核体系

- 通过构建横纵交错的矩阵式考核体系，逐步提升公司内部管理水平，为经营管理体制的优化创造条件



区域发展策略（2/2）



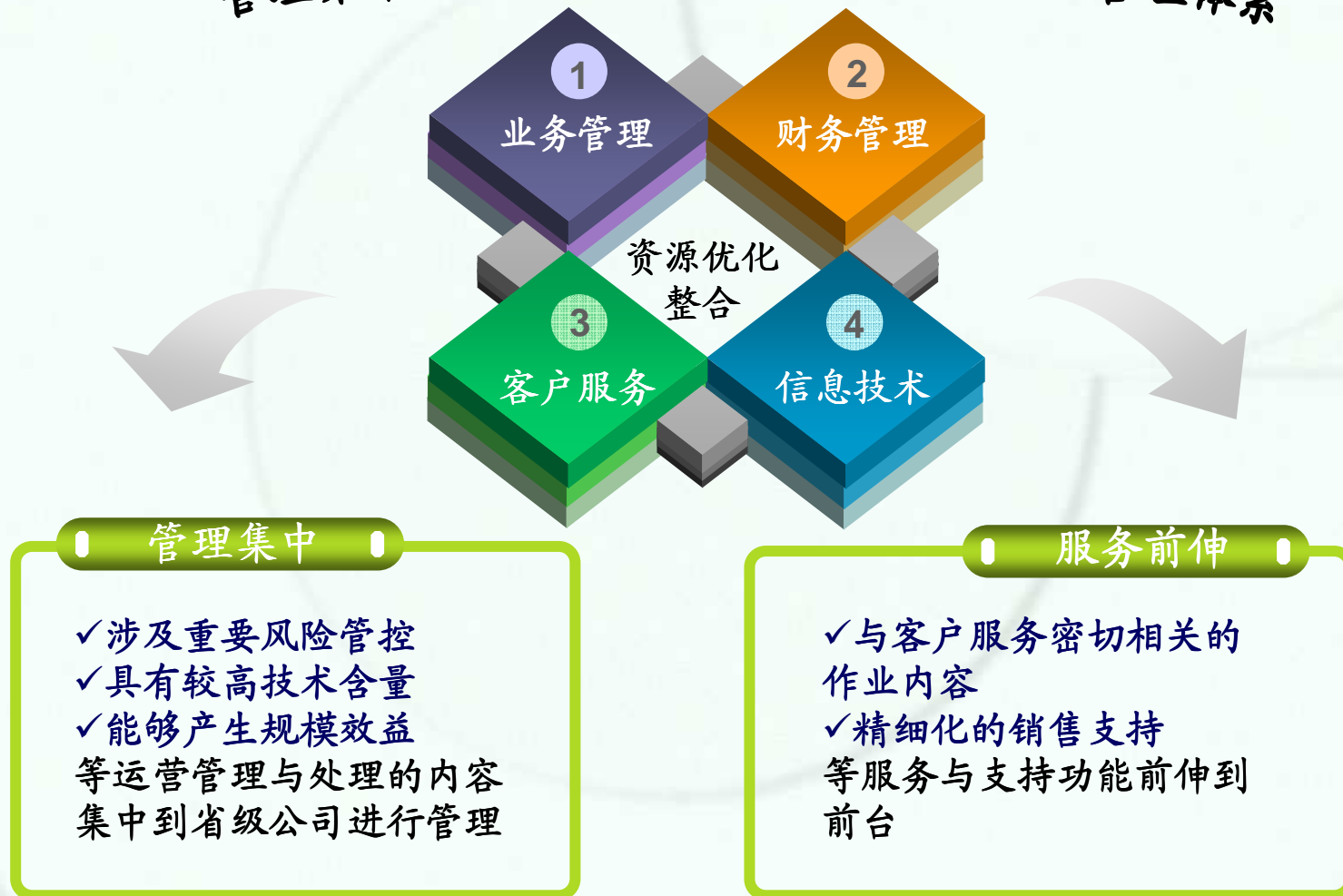
主要内容

- 业务发展策略
- 运营策略
- 其他策略
- 宏观环境变化下的中国人寿应对

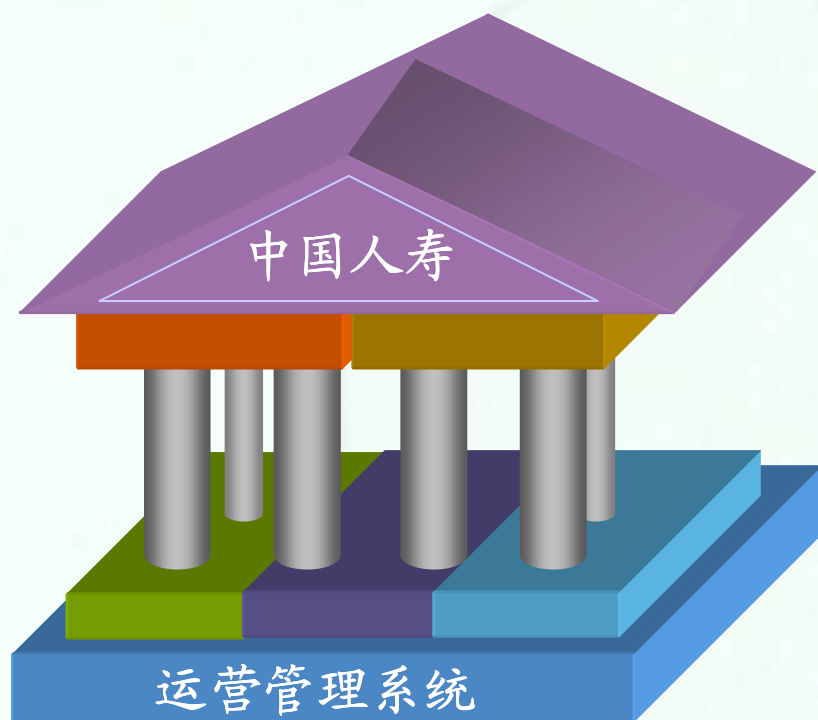


运营策略——实现省级集中运营管理，建立“管理集中、服务前伸”为核心理念的运营管理体系

“管理集中、服务前伸”为核心理念的运营管理体系



我们希望通过建设一个先进的运营体系，为中国人寿赢得竞争提供强大支持

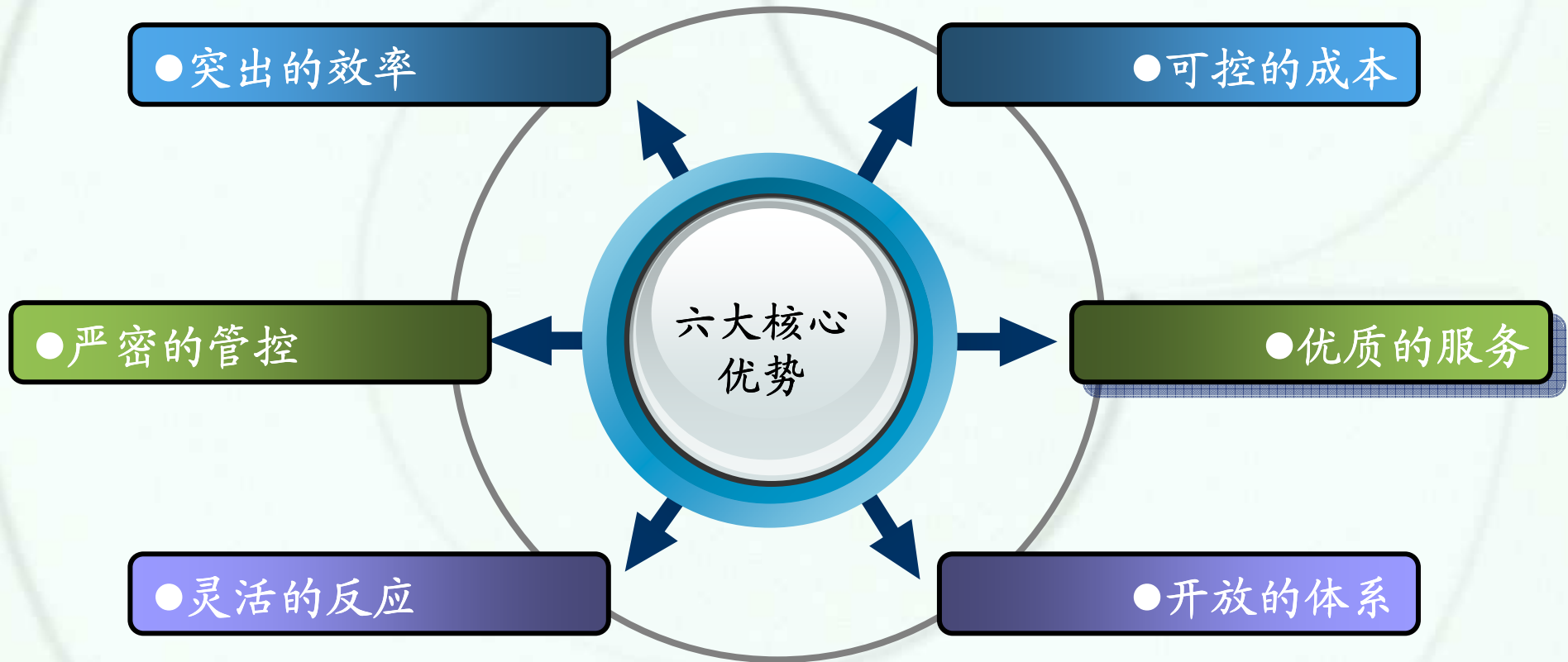


➤遍布全国各个省、地区、县城、乡镇乃至农村的网点，是中国人寿拓展业务和提供客户服务最宝贵、最有力的资源。

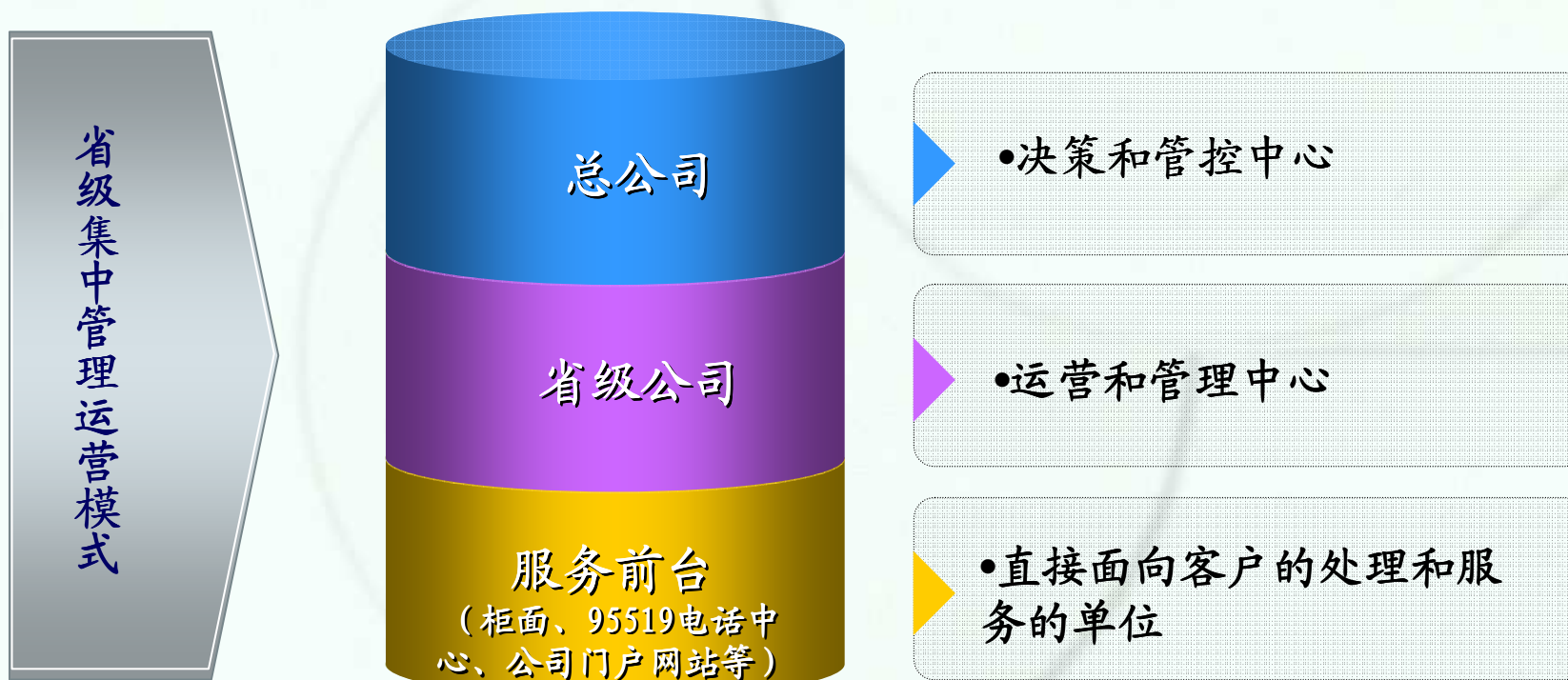
➤中国保险市场未来的竞争必将从规模竞争走向服务和品牌的竞争，我们将通过建设一个先进的后台运营系统，为中国人寿赢得竞争提供强大的支持。



省级集中运营模式可以带给中国人寿的竞争优势



运营管理体系——各管理层级的定位



运营管理体系——业务运营管理



运营管理体系——财务运营管理

● 实现会计核算、资产管理、费用管理、资金管理、税务管理、会计档案管理和统计信息报送的省级集中管理与处理。

● 加大财务垂直控制力度，增强总公司的管控能力。

● 进一步规范公司财会基础工作，提高公司集约化经营管理水平。

● 增强整个公司防范和管控经营风险的能力。



运营管理体系——客户服务管理

总公司客户服务管理部

- 客户服务规划和管理
- 客户服务品质管理
- 附加值服务策划和管理
- 客户信息分析

省级公司客户服务管理中心

- 以95519电话服务集中为核心
- 实现了95519电话服务中心呼入与呼出业务服务、VIP客户和附加值服务管理、服务渠道管理、客户投诉管理的省级集中

柜面

- 执行省级公司分派的具体客户服务任务



运营管理体系——信息技术运营管理

信息技术是实现集中管理的基础保障，信息技术集中管理以数据集中为基础，以网络为支撑。

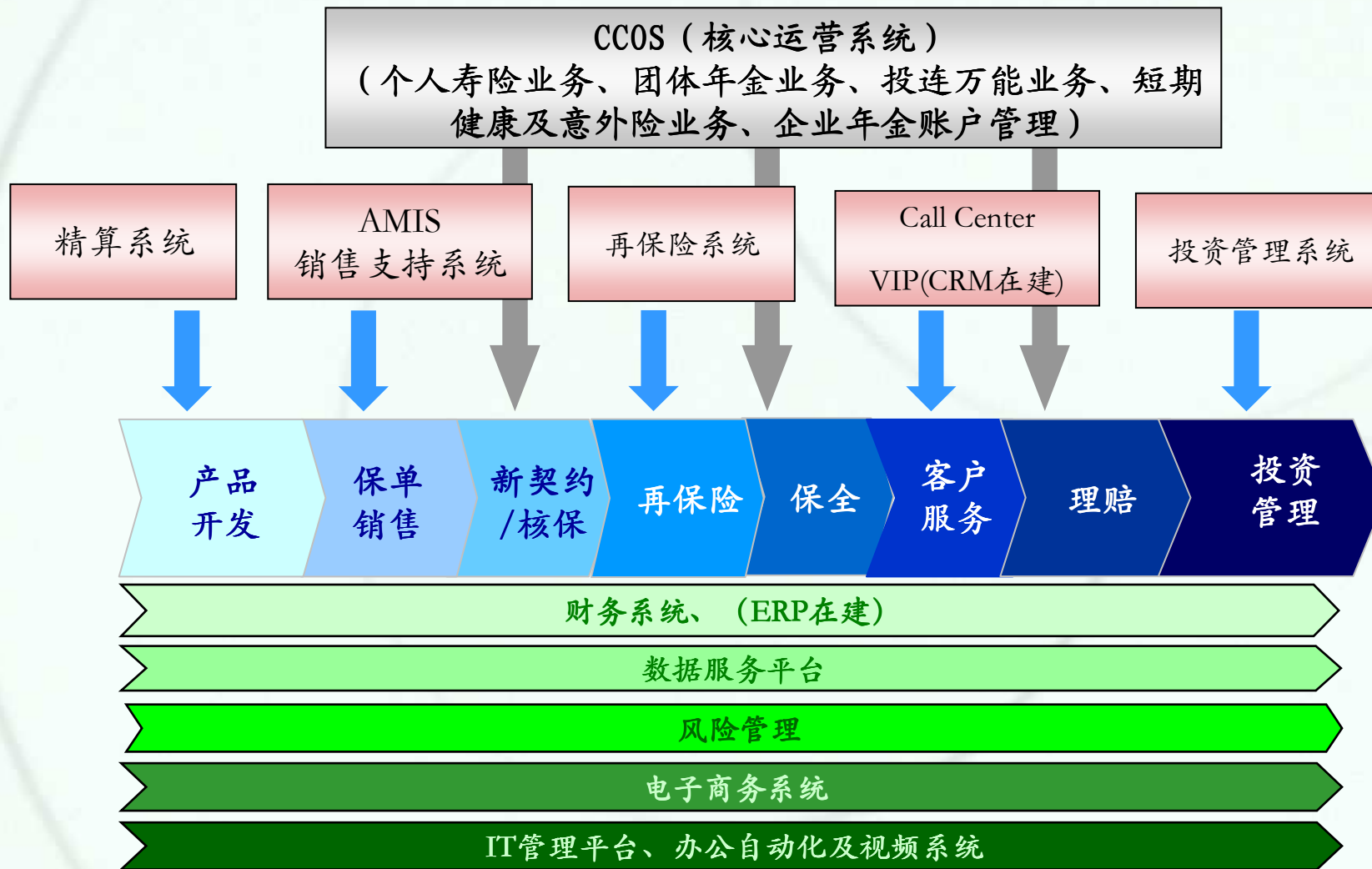
✓ 核心业务运营类系统、企业管理类、业务支持类应用系统的数据，集中至省级数据中心管理。

✓ 销售支持运营类系统数据，条件允许的情况下，由省级集中管理。

✓ 战略决策、业绩信息、资金运用等有重大影响的数据，集中至总公司数据中心。

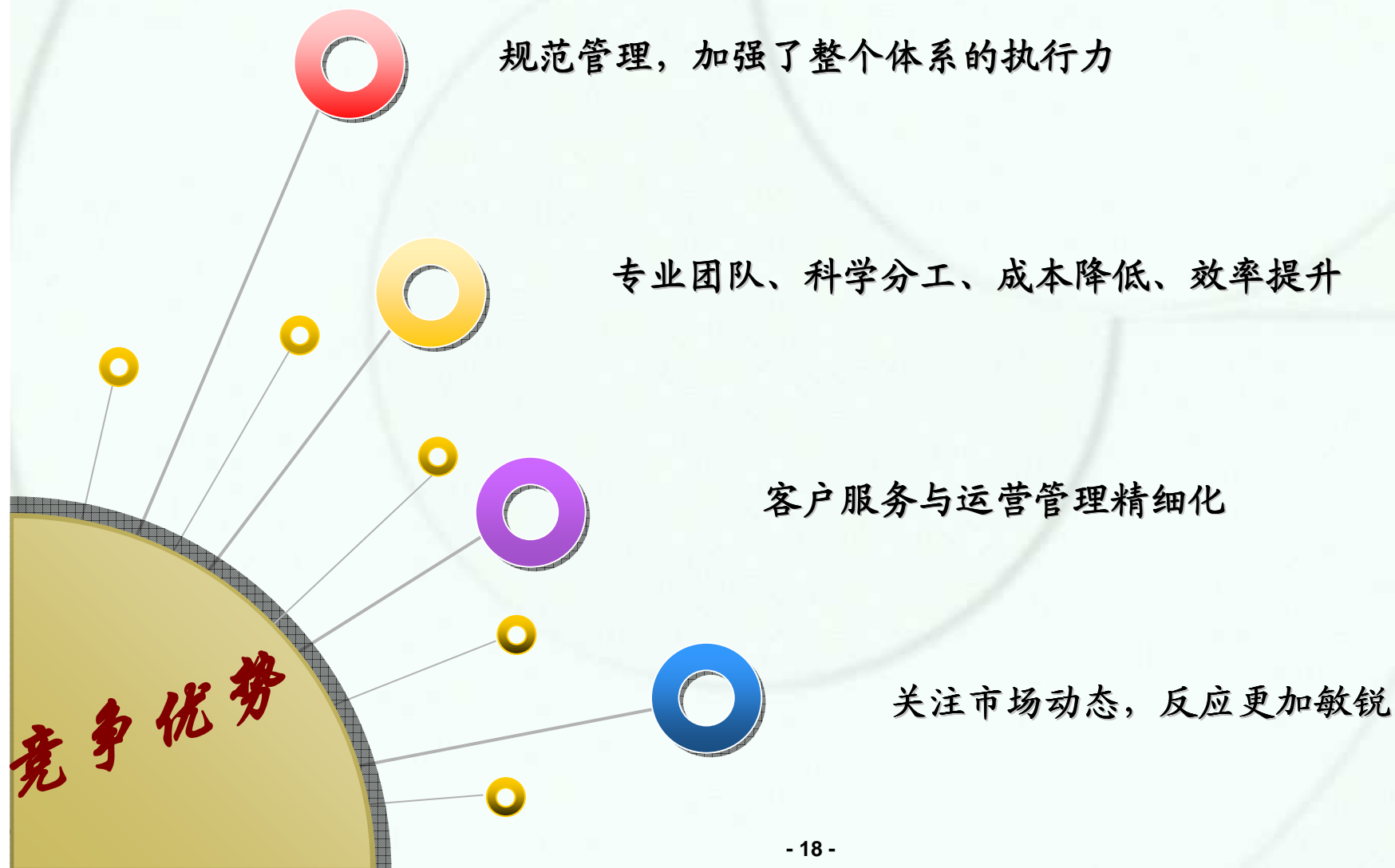


目前，信息化规范的工作流程已覆盖整个寿险经营价值链，将公司的战略、目标和行动融合为一个健康有机的整体。



应用体系已经基本覆盖寿险经营的整个价值链

省级集中运营模式带给中国人寿的优势已经显现



未来运营模式展望 (1/2)

- 以数据中心建设为平台

北京研发中心

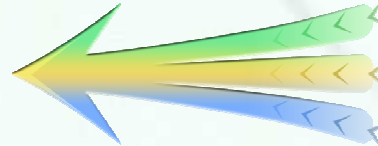


- 研发中心
- 测试中心
- 灾备中心
- 培训中心

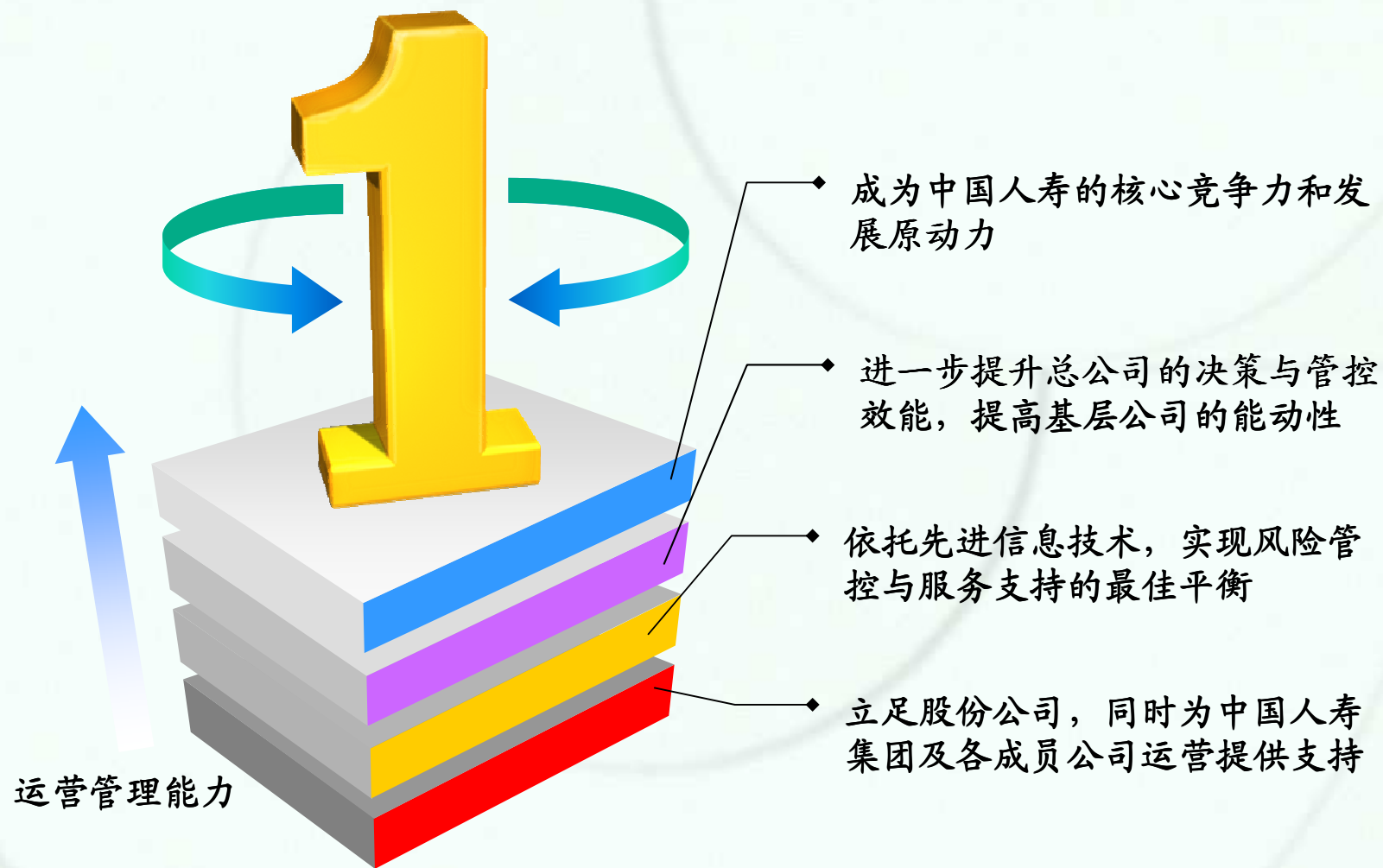
上海数据中心



- 生产中心



未来运营模式展望 (2/2)



主要内容

- 业务发展策略
- 运营策略
- 其他策略
- 宏观环境变化下的中国人寿应对



投资管理策略

为了实现安全性、收益性和流动性的目标，在总体投资策略方面，公司将继续坚持以固定收益类债券投资为主，实现资产与负债的最佳匹配；优化投资组合，继续提高权益类资产的配置比例，并积极把握新投资渠道带来的投资机会。

- 继续加大固定收益投资，加强固定投资创新力度
- 继续加强战略股权投资
- 公司的股权投资策略可以确保公司投资收益的稳定性



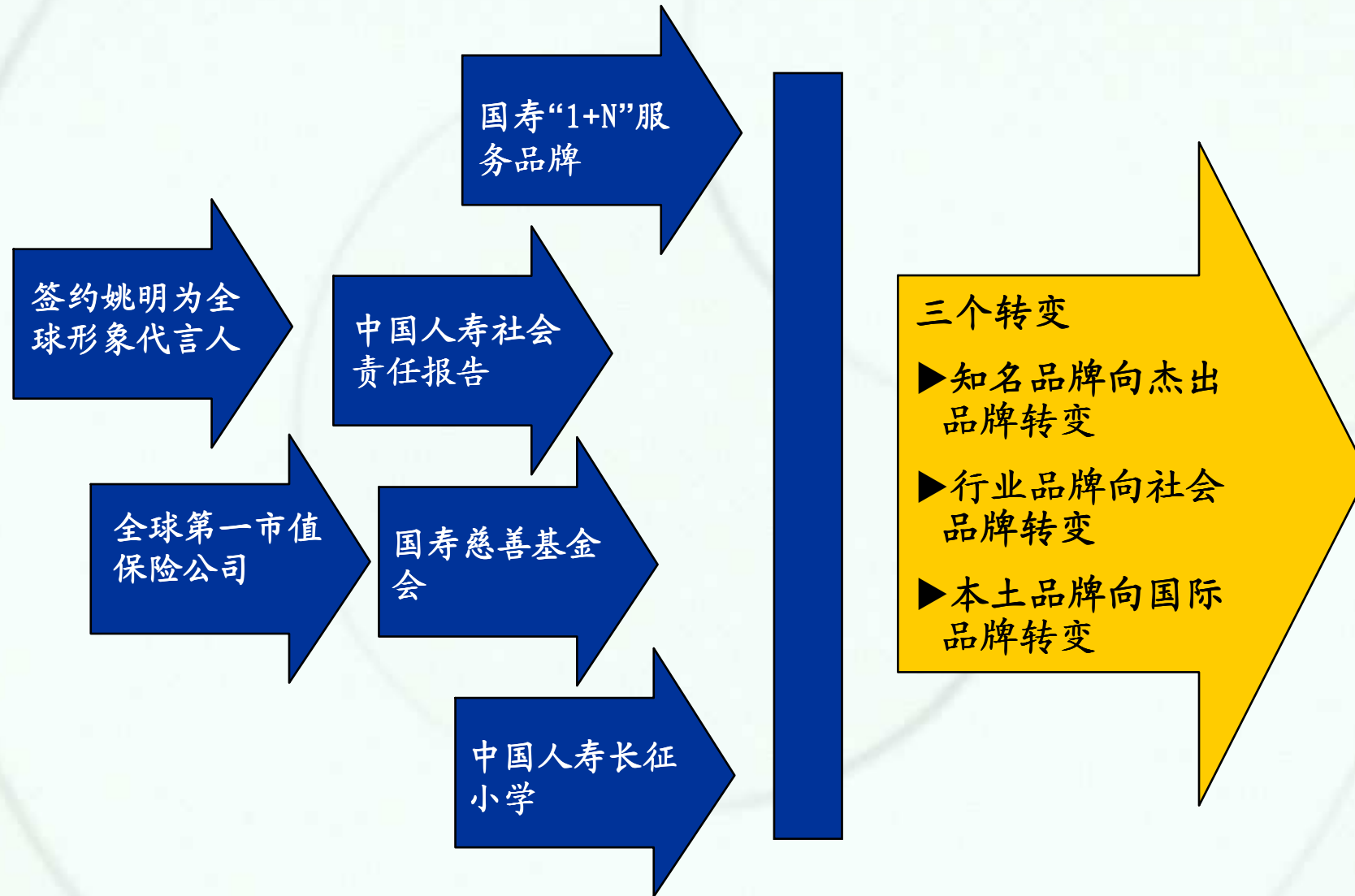
成本控制策略

通过有效的成本控制政策促进业务增长，引导业务结构调整，提高资源使用效率。2007年上半年在业务高速增长的同时，费用支出水平尤其是办公行政类费用得到了有效控制，综合费用控制率继续保持较低的水平。

- 对营业费用和办公行政类费用的绝对额控制
- 采取差异化的费用佣金倾斜政策和其它财务支持政策，促进公司业务发展和结构调整
- 加强了公司总部和分公司本部管理费用的管控，加大了费用佣金资源向销售一线的倾斜
- 继续加强对费用预算执行情况的控制和分析



品牌策略



主要内容

- 业务发展策略
- 运营策略
- 投资及其他策略
- 宏观环境变化下的中国人寿应对



费率市场化

□ 费率市场化可能会产生的影响

- ✓ 对总体业务增长的影响
- ✓ 对传统业务的影响
- ✓ 对公司管理能力和成本控制提出新的挑战

□ 公司对策

- ✓ 继续挖掘传统保障型产品的潜力，大力发展分红保险，改善业务机构，争取一年新业务价值的不断增长
- ✓ 增强公司本身的投资能力，改善投资回报



人民币升值

随着对外贸易顺差的持续快速增长，人民币升值将会是一个持续的过程，且有加速升值的可能。

□ 人民币升值的影响：

- ✓ 外汇资产占公司总资产不足3%，汇兑损失的影响很小
- ✓ 公司的人民币资产在人民币升值周期中可以得到巨大的资产溢价，对公司估值和资本市场表现有积极影响

□ 应对措施：

- ✓ 由于目前市场尚无对冲外币资产汇兑损失的金融工具，公司主要通过提高外币投资收益来降低汇率的不利影响
- ✓ 境外投资以现有外汇为主，对QDII政策审慎实施
- ✓ 积极探索能够有效控制汇兑损失的工具和途径



加息周期（1/2）

从目前来看，加息对公司经营的影响总体是有利的。

加息对公司的影响

- 从投资看，加息有利于提高公司资金运用的整体盈利水平
 - ✓ 对存量投资资产的影响
 - ✓ 对协议存款的影响
 - ✓ 对新增投资资产的影响
 - ✓ 对股票投资的影响
- 从业务发展看，加息目前对公司主打产品的销售影响不大
 - ✓ 对意外险、健康险等纯保障性的产品的影响
 - ✓ 对分红业务的影响
 - ✓ 对保障类业务和中长期期交业务的影响
 - ✓ 加息会一定程度上影响客户对保险产品的需求，增大保险产品的销售难度



加息周期（2/2）

□ 加息周期下的应对策略

- ✓ 高度重视资金运用，做好资产负债匹配管理，提高投资收益率
- ✓ 利用加息带来的有利时机，加快发展利率不敏感的传统风险型和保障型产品，发展期交业务，进一步优化业务结构。
- ✓ 加强市场调研，加大产品研发力度
- ✓ 加强对销售队伍的培训，增强销售信心，维护队伍稳定

□ 中国人寿应对加息周期的优势

- ✓ 公司的产品体系在应对央行加息方面具有很强的抗风险能力
- ✓ 积聚了大量长期客户，客户资源再开发潜力巨大
- ✓ 持续的加息周期使中国人寿积累了应对加息影响的丰富经验
- ✓ 加息有利于提高分红产品的吸引力，促进了业务增长
- ✓ 保险产品区别于其它理财产品的根本特征在于其风险保障功能



股票、基金热销

□ 股票、基金热销的影响

- ✓ 股票、基金热销对一些期限较短的投资型产品会产生一定的分流作用
- ✓ 另一方面，资本市场的持续向好则可以改善公司投资回报，提高盈利能力

□ 中国人寿的应对措施

- ✓ 继续坚持以发展传统型和分红型产品为重点的产品策略
- ✓ 适度发展投连、万能等新型投资型产品



谢谢大家!

