# 中外保险中介市场比较分析

来源：网络 作者：梦回江南 更新时间：2025-04-15

*第一篇：中外保险中介市场比较分析中外保险中介市场比较分析2024-12-26一、发达国家保险中介市场基本情况与特点各国保险中介市场发展可分为三种模式：一是以经纪为主的中介模式，典型国家为英国。二是以代理为主，典型国家为日本。三是代理、经纪...*

**第一篇：中外保险中介市场比较分析**

中外保险中介市场比较分析

2024-12-26

一、发达国家保险中介市场基本情况与特点

各国保险中介市场发展可分为三种模式：一是以经纪为主的中介模式，典型国家为英国。二是以代理为主，典型国家为日本。三是代理、经纪并存，典型国家为美国。

（一）英国保险中介市场。英国是世界上最发达的保险经纪市场，现有3200多家独立的保险经纪公司，是保险公司的4倍，近8万名保险经纪人，业务范围涉及财产保险、人寿保险和再保险领域，市场份额占财产保险业务量的60%以上，占一般人寿保险业务量的20%，占养老金保险业务量的80%。英国经纪人组织形式可以是个人、合伙企业和股份有限公司。

英国对保险经纪人的管理相当严格，主要表现在：一是经纪人独立于保险人，为客户安排最佳保险合同；经纪人应定期向协会提供交易统计表，说明它与每家寿险公司交易的比例情况。二是1977年《保险经纪人法》明确规定了运营资本最低金额，保险经纪人必须提交偿付保证金和购买职业责任保险，每年要向注册理事会提交审计过的财务报告。三是注册委员会唯一的处罚办法就是将违法者除名。

英国采取了以保险经纪为主的中介模式，有两方面的原因：从英国的商业历史看，借助于经纪人开展业务是英国商人的独特习惯，而劳合社在英国保险业的特殊地位造就了英国的保险经纪人及经纪制度。从社会环境看，经纪人有着独特的法律地位，与代理人相比有更高的灵活性和自由性。

（二）日本保险中介市场。日本1996 年保险业法修订之前, 保险市场上进行营销的中介人仅仅是保险代理人，其后也引进了保险经纪人制度，但保险代理制度仍占绝对主导地位。日本在保险销售方面沿袭历史做法，擅长自我推销，借助于代理人开展业务。另外日本企业注重信誉，重视提高自身的业务水准和员工素质，接受保险代理服务。因此，代理在保险市场上一直起着主导作用。

日本保险代理人分为生命保险营销人和损害保险代理店两种，都必须在保险监管机构金融厅注册。日本寿险公司采取生命保险营销人制度。营销人制度与代理人制度极为相似，主要区别在于营销员与公司的合同属劳务合同而不是代理合同。日本的财产险公司主要采用的是代理店制度。截至2024年末，共有损害险保险代理店28.6万家，保费收入占财产险保费收入的92.9％。损害保险代理店分为4个等级，不同的等级为一家或数家保险公司提供销售服务。

（三）美国保险中介市场。美国采取的是保险代理人和保险经纪人并存、以保险代理人为主体的中介制度体系。

美国100多万保险代理人构成了保险公司的主要销售体系。美国的保险代理人分为人寿保险代理人、事故及健康险代理人和财产责任险代理人。按保险代理人代表保险公司数量的多寡，分为专业代理人与独立代理人之分。专业代理人只能为一家保险公司代理业务，主要被寿险公司所采用。独立代理人可同时为几家保险公司代理业务，主要被非寿险公司采用。美国保险公司对于代理人的管理采用总代理制、分公司制、直接报告制三种方式。总代理制是保险公司仅与总代理人签订代理契约，授权其在一定地区和范围内从事有关业务，在寿险和非寿险领域广泛采用。分公司制是保险公司在各地设置分支机构，以完成总代理所承担的各项任务，应用于寿险和非寿险领域，一些经济实力雄厚、分支机构众多的保险公司采用这种制度。直接报告制是保险代理人直接与总公司签订代理合同，地方代理人通常保持其营业区内的独占权力，主要是提供续期保费和拓展业务等服务。

美国的保险经纪人主要活跃在财产与责任保险领域，招揽大企业或大项目的保险业务。在财产保险经纪人中，有独立经纪人和经纪公司。在美国有些州，当财产保险的独立代理人领有15家以上公司代理的执照时，会被称为独立经纪人。经纪公司一般规模较大，如全美乃至全球排名第一的保险经纪公司Marsh，在世界范围内为大工商企业提供保险服务和风险管理咨询服务。

美国采取政府管理与行业自律相结合的保险中介制度双重管理机制。保险中介机构除受全国保险监督官协会（NAIC）及各州保险监管局监管外，行业自律组织也是保险中介制度正常运行的重要保证。中介自律组织包括美国保险代理人协会、全国公共保险公证人、全国人寿保险协会等。保险中介人需要遵守的自律性守则包括：全国人寿保险协会职业道德守则、美国特许人寿保险经销商(CIU)和特许金融顾问协会(CHFC)的职业道德守则，以及百万美元圆桌会的职业道德守则。

纵观各国保险中介制度，有以下共同特点：

一是保险中介牢牢占据着保险销售的主渠道。发达国家的保险销售基本上都是靠保险中介来实现的。如英国劳合社只接受保险经纪人安排的业务，日本市场上90％以上的财产险业务是由保险代理店获得的，美国除少数业务是保险公司直销外，其余都是由保险代理人和经纪人完成的。

二是教育培训体系完备，从业人员素质较高。通过设置不同的考试等级制度，确保中介从业人员素质。建立了完备的培训体系，各保险监管当局不仅自己开办学院，还聘请相关院校和保险、法律专家等来培训高素质的保险中介人才。

三是有完善的法律体系和行业自律机制。发达国家保险中介市场经过了上百年的发展，有着较为完善的法律法规体系，政府通过法律来规范保险中介人的市场行为。另外发达国家已实现高度市场化，面对“优胜劣汰”的市场竞争，职业化的保险中介人都自觉地约束自己的行为，行业自律机制较为健全。

二、中外保险中介市场比较分析

改革开放以来特别是近几年来，伴随着保险业的发展，我国保险中介业开始起步，为中国保险业做大做强发挥了积极作用。其主要特点有：

（一）保险专业中介机构呈现快速发展态势。按照市场化原则，不断扩大专业中介机构

市场准入，数量迅速增加。截至2024年10月末，共批准设立专业中介机构1755家，处于经营状态的1699家，其中保险代理机构1231家，保险经纪机构253家，保险公估机构215家。

（二）保险中介法律法规体系基本建立。《保险代理机构管理规定》、《保险经纪机构管理规定》、《保险公估机构管理规定》、《保险中介机构法人治理结构指引》、《保险中介从业人员继续教育办法》、《保险经纪、代理、公估从业人员职业道德指引》等规章、规范性文件对保险中介的规范发展提供了必要的制度基础。

（三）中介机构在服务创新、产品创新、经营创新方面取得了初步的成效。一些专业中介机构找准了进入保险市场的切入点，初步形成了富有特色的经营模式，走上了良性发展的轨道，促进了保险业各项功能的有效发挥。

（四）保险中介业务规模增长较快。2024年9月末，保险经纪和代理机构所实现保费收入只占总保费的1.26％，到2024年9月末，提高到3.89％，计145亿元。

然而，与国外相比，我国保险中介市场有比较大的差距：

其一，市场占有率低。目前，我国保险代理机构和保险经纪机构在内的中介公司对整个市场的占有率不4%，市场影响力小。

其二，专业化水平较低。专业中介机构成立时间较短，实际运作经验积累不足，专业服务特色不明显，没有形成一支专业能力很强的从业队伍。

其三，中介机构与保险公司没有形成战略合作。目前保险公司的关注力多放在渠道建设上。大多数中介机构倾向于代理手续费高和佣金高的业务，乐意和出价高的保险公司合作，往往形成保险公司之间恶性竞争的延伸。中介机构与保险公司之间形成了一种“竞争关系”。

其四，经营模式比较粗放。多数专业保险中介机构基本以出卖其拥有的人际关系资源为代价获取代理手续费或佣金。市场的竞争核心指标仍然以人际关系的深浅和多少为计量。而保险标的的风险管理、保险产品的应用设计、国内国际保险市场支持、承保技术的实施等只作为经营的辅助手段操作，忽视了保险高附加值的服务和教育培训，在繁荣增长的局面下产生巨大成本。

三、对发展我国专业保险中介市场的建议

（一）深化体制改革，拓展保险中介发展空间。推进保险公司社会化、专业化经营，抓住核心优势，调整工作重心，剥离部分职能，借助保险中介机构促进产业发展。在保险公司和保险中介机构之间建立合作伙伴关系，达成互惠双赢。

（二）加强专业品质，注重诚信建设，提高中介机构的核心竞争力。专业和诚信是保险中介的生命线和立足之本。如果保险中介机构的专业化程度不强，甚至有欺骗客户的行为，就会侵害投保人和被保险人的利益，导致社会公众对保险机构和保险业的不信任。应大力加强保险中介机构的专业化和诚信建设，努力提升中介机构的服务水准和行业信誉。

（三）实施人才战略，推进对外开放，加速保险专业中介与国外接轨。根据加入WTO的承诺，我国已经逐步开放了保险经纪机构与外资的合作。目前，已有韦莱浦东和中怡两家合资经纪公司进入市场。开放保险经纪业，一方面带来国外先进的技术和管理，另一方面也有利于推进市场竞争。建议进一步扩大保险中介市场的对外开放，准予我国保险代理公司和公估公司与国际知名保险中介机构进行合作。实施保险中介人才战略，强化中介从业人员资格考试制度，建立专业中介技术人员资质考试制度，建立中介高管人员强制培训制度，引进国外优秀中介人才，不断提高中介队伍素质。

（四）改善监管，强化自律，促进中介机构健康和谐发展。借鉴国外保险监管的经验，立足于我国中介市场，制定出符合中国国情的监管政策。一是严格中介市场准入制度，完善中介机构退出机制；二是鼓励中介机构业务创新、服务创新，加强诚信建设，推进市场竞争；三是严格监管中介机构市场行为的合法合规性，加大现场检查力度，规范市场秩序，对危害保险体系稳定的误导、欺诈和恶性竞争行为严格查处，促进中介市场健康协调发展。要加强保险中介行业自律组织建设，成立独立的全国性中介行业协会，发挥行业自律组织作为沟通政府与中介主体的媒体作用，增加社会大众对中介机构的信心。（吕宙、高晓辉）

**第二篇：异化的保险中介市场**

异化的保险中介市场】

保险业与中介行业本应具有休戚与共的合作关系，但目前出现了竞争化、寻租化、短期化等“异化”现象，中介行业的功能与作用没有得到有效发挥。

据《中国保险报》报道，在2024年初的全国保险工作会议上，部分保险主体对中介行业提出诟病。中介行业是保险市场专业化分工的产物，本应与保险行业休戚与共，为什么二者之间的关系会陷入目前的境地，如何实现保险业与中介行业的协调发展，以促进整个保险市场的健康快速可持续发展？

保险中介是界于投保人和保险人之间，促成保险交易的主体，专业保险中介包括保险经纪、代理与公估机构。自2024年以来，我国保险中介机构迅速增加，为完善保险市场体系，加快保险业发展发挥了积极作用。据统计，截至2024年6月，保监会已批设专业保险中介机构1258家。随着保监会推行一系列促进专业中介市场发展的举措，保险中介机构的数量还将会有较快的增长。

尽管如此，我国保险中介行业的业务规模仍然偏小，应有的功能和作用未得到有效的发挥，与保险业之间的关系也尚未理顺。2024年，全国通过保险中介市场(含保险营销员)实现保费2902.7亿元，占全部保费收入的67.2%。其中，以保险营销员和保险兼业代理机构实现的保费为主，占到全部保费收入的70%以上；而保险代理机构、保险经纪机构实现的保费收入占比很小，仅占全部保费收入的3%以下；其余部分是保险公司直销业务。同时，保险中介经营效益不理想，以湖北省内的保险代理公司为例，2024年3季度，33家保险代理公司中仅有4家微利，累计亏损总量达546.74万元，平均每家亏损18.85万元。

保险中介的功能与作用

保险中介行业产生于保险交易的需要，是保险市场专业分工的产物，其功能主要是信息传递，充当保险交易双方的信息桥梁，客观公允地评判保险产品和服务、保险机构、保险损失，并且以自身的信誉为担保，使得保险交易能够在更大的范围内形成。

保险中介行业的作用主要体现在以下几个方面：

(一)节约保险交易成本。从投保人角度看，保险中介机构的存在可以节约其认知风险的成本、搜寻保险产品的成本、对比保险产品价格的成本、理赔时的谈判成本；从保险人角度看，保险中介机构可以节约产品信息的推广成本、理赔时的谈判成本和保险机构的相关管理成本。

(二)拓展保险交易领域。保险中介机构一方面能够在空间上拓展保险交易的领域，保险人可以委托代理机构在其自身没有机构和人员的地域内展业；经纪机构也可能出于价格、实力的考虑将业务介绍到外地保险人那里。另一方面，能够在业务范围上拓展保险交易的领域。保险中介机构一是可以结合自身专业知识与技能以及对投保人的风险保障需要的了解，对现有的保险产品与服务提出改进甚至创新的建议，促使保险人拓展业务领域；二是可以开拓潜在投保人未曾意识到的保险保障需要，并促成其投保。

(三)提升保险交易质量。保险中介机构在向投保人和被保险人提供专业服务的同时，能够通过促进充分竞争，降低费率，扩大承保责任，从而增加保险消费者剩余；能够通过拓展市场，创新保险业务，从而扩大保险产品生产者剩余，进而提升整个保险交易的质量。

保险中介机构的上述作用促进了保险市场的组织结构和保险人的内部管理结构的变革。根据企业理论，在外部市场交易成本低于内部管理交易成本时，市场将取代企业。因此，当保险中介机构所节约的交易成本达到一定程度时，保险公司将压缩自身一些内部管理部门，而转向通过中介机构进行交易，保险公司将出现企业管理理论中所谓“虚拟化”的趋势。

因此，在我国专业保险中介机构发展之初，曾有过取代保险直销和个人营销的乐观估计。特别是加入世界贸易组织后，业内进一步提高了保险中介的乐观预期。但是直至如今，保险中介的经营并不乐观，甚至面临较大困难。

中介行业与保险公司的关系不正

我国保险中介行业虽然经过几年来的快速发展，取得一定成绩，但目前应有的功能与作用仍未得到有效发挥。

(一)保险中介机构定位模糊，与保险机构之间应有的合作关系“竞争化”，没有起到大幅度拓展保险交易的作用。目前，大部分保险中介机构并未根据自身特性确定合理的市场定位，而是片面追求业务数量和经营效益，倾向于从事代理费率或佣金率高的业务，乐于同出价高的保险机构合作。因此，保险中介机构往往成为保险机构之间恶性竞争的延伸环节。往往是局限在现有的少数几个市场上，如车险、企财险市场，通过降价手段来承揽业务，而没有发挥拓展保险交易的作用。从湖北省的情况看，近年来，保险中介业务机构十分单一，财产险业务占总业务量的80%以上。还曾经出现少数保险代理公司、经纪公司参与客户组织的财产险招标活动，通过低费率报价、扩大保险责任、赠送险种，甚至承诺给予不当利益等方式，参与恶性费率竞争。

一旦保险机构对自身的恶性竞争行为进行控制，中介机构就失去了经营的空间。据《湖北日报》报道，2024年12月，湖北财产保险机构强化执行车险8%代理手续费的自律公约后，部分中介机构就声言“没法做了”。

(二)专业保险中介机构将自身掌握的客户资源“寻租化”，没有实现保险交易成本的降低和保险机构内部组织管理结构的优化。从保险市场情况来看，大部分中介机构没有形成显著的专业和技术优势，而主要是依靠关系营销掌握客户资源，然后向保险公司“转卖”，可以类比于将客户关系用以寻租。中介机构由于需要支付自身业务人员费用，因此向保险人索要的手续费或佣金比例一般达到保费收入的20%－30%，比保险人通过自身展业或营销员展业的成本高，并没有实现保险交易成本的降低和保险机构内部组织管理结构的优化。

(三)中介机构经营理念和行为“短期化”，没有可持续的提高保险消费者剩余。中介机构出现之初，在一定程度、一定时间内促进了保险费率的下调，增大了保险消费者剩余。但在大部分中介机构业务经营过程中，由于片面追求自身利益最大化，选择支付费用最高的保险机构承保而忽视其他方面，往往导致消费者售后服务不佳；同时自身诚信意识、内部管理也存在薄弱环节，而使得消费者利益受损。如湖北某代理公司选择手续费比例高的某保险机构承保业务，但该保险机构此项业务出现较大亏损，而与该代理公司产生了合同纠纷，导致少数车险客户未得到及时赔付。

中介行业与保险业之间的关系为什么出现“异化”，有如下几个方面：

(一)中介行业的信誉未得到有效培育和树立。信誉是中介行业的生命线，中介行业信息传递功能需要凭借良好的信誉作担保。我国专业保险中介机构成立的时间不长，信誉的树立与传播需要一个过程；同时，中介机构自身的经营理念、人力资源、业务技能和诚信意识也存在亟待完善的地方。不可否认，目前中介机构存在一定程度的信誉缺失。

同时，中介行业与保险业之间的关系出现了信誉缺失下的“恶性循环”：中介行业由于信誉缺失，获得业务的成本较高、业务量难以得到大幅度提升，为维持自身生存，只有选择支付高费用率的保险机构。这导致两个后果，一是部分保险机构拒绝与专业保险中介合作；二是保险机构支付过高费用后，服务又难以跟上。进一步增加了业务拓展的难度。

(二)保险机构内控不完善助长了中介行业短期化行为。部分保险机构在内控制度缺失的情况下，不计成本地进行恶性竞争，客观上助长了中介机构的短期化行为，使其缺乏市场开拓的动力，演变成为保险机构恶性竞争的延续。

目前，随着人保财险、中国人寿和平安保险集团海外上市，我国保险机构公司治理结构水平和内部管控能力有了很大程度的提升，效益理念逐步深化。在这种背景下，平均中介费用比例呈现下降的趋势，中介机构营利空间有所缩减。同时，又缺乏开拓新市场领域的动力和能力。因此，经营上不可避免的出现一定困难。

(三)中介市场准入条件不高，部分中介机构存在机会主义行为倾向。除了以上客观原因外，由于中介市场准人条件不高，经营失败的成本较小，部分中介机构经营者存在“捞一把就走”的机会主义行为倾向，忽视信誉建设、客户服务和内部管理，甚至抽逃注册资本，撕埋保单，参与编制虚假赔案等违法违规行为也有不同程度的出现。在这种情况下，保险公司与中介行业之间的冲突和矛盾越发突出。保险公司与中介行业应协调发展

(一)强化保险中介监管方面的法制建设，有效约束中介行为。目前，保监会颁布了保险经纪、代理、公估公司三个管理规定，经过一段时间的执行起到一定效果。但这三个规定偏重于对专业中介的市场准入方面，类似于一个行业法的作用，对专业中介的市场行为、行政处罚方面的规定比较少。因此，建议强化对中介监管法规的建设，加大处罚力度，有效约束中介机构的行为。

(二)实现中介行业严格准入前提下的“有进有退”，提升市场主体的素质。目前，一方面要严格执行并适当提高中介机构准入时的注册资本、保证金和高管人员方面的要求，避免因准入“门槛”低，而导致中介主体低素质和机会主义倾向；另一方面要建立健全专业中介机构之间的重组，兼并、破产等法规，鼓励信誉好、绩效高的机构迅速扩张，促进信誉差、亏损严重的机构迅速退出。通过严格准人、有序退出来实现中介市场主体的优胜劣汰，为专业中介市场发展奠定基础。

(三)加强对保险机构中介业务的管理。

以全面推行保险中介统一发票为基础，严格要求保险机构建立完善中介业务、财务台帐管理，理顺保险机构与专业中介之间的资金往来关系；以规范保险中介合同为基础，明确界定保险机构与专业中介在承保、理赔、服务等业务环节的权责，理顺保险机构与专业中介之间的业务往来关系。避免专业中介片面依赖车险、企财险等少数几个市场领域。，(四)鼓励中介机构开拓新的市场领域，避免陷入现有客户资源的恶性竞争。目前，中介机构可以在拓展养老、健康、责任险和农村业务方面发挥应有作用。保险监管部门也应当通过适当方式鼓励专业中介机构开拓市场，一是鼓励中介机构的创新经营模式和方法，鼓励专业中介机构利用自身的渠道、资源优势开拓市场；二是对保险机构支付中介机构新开拓业务的中介费比例给予一定的宽松政策，新市场领域的开拓需要投入，也相应的应该有高的回报，因此可以对新开发市场领域给予优惠的中介费比例政策；三是鼓励中介机构将业务拓展中的创新产品与服务的创意有偿转让给保险机构，促进保险机构的创新。

(五)强化中介机构诚信体系建设，逐步培育和树立专业中介机构的声誉。保险监管部门可以参照保险业诚信体系建设的模式，加强对中介机构诚信体系的建设。如建立专业中介机构和从业人员黑名单制度，定期公布保险监管部门对中介机构投诉、检查的统计结果。同时，也可以组织中介机构进行集中宣传，通过典型引导，宣传正面事例，引导客户认识、信任专业中介机构。

(六)进一步加强中介机构的监管和自律，强化内外部约束。保险监管部门要加强对中介机构业务，财务行为的监管，严厉打击展业过程中的误导宣传、欺诈和截留、挪用保费等行为，确保客户和保险人的合法利益。同时，还要从严查处借助股东或关联方行政力量强制或变相强制中介交易的中介机构，避免少数部门利用专业保险中介机构作为权力寻租的新渠道。保险监管部门还可以通过组建行业协会或在现有的保险行业协会下组建专业委员会，为专业中介机构创建自律和交流的平台，促进中介机构更新经营理念和方法。《中国保险》2024年第5期

中国保险网2024/07/13

**第三篇：2024年保险中介市场报告**

2024年保险中介市场报告

2024-03-02

【字体：大 中 小】【打印本页】【关闭窗口】

一、保险中介市场运行情况

截至2024年底，全国共有保险专业中介机构2550家，兼业代理机构18.99万家，营销员329万余人。全国保险公司通过保险中介渠道实现保费收入10941.25亿元，同比增长19.43%，占全国总保费收入的75.46%。全国中介共实现业务收入971.62亿元，同比增长10.17%。

（一）保险专业中介机构

1．基本情况

截至2024年底，全国共有保险专业中介机构2550家，比上季度末增加4家。其中，保险代理公司1853家，保险经纪公司392家，保险公估公司305家，分别占72.67%、15.37%和11.96%。全国保险专业中介机构注册资本达到90.80亿元,同比增长24.33％；总资产达到135.91亿元，同比增长26.77%。

2．业务情况

截至2024年底，全国保险代理公司和保险经纪公司实现保费收入794.75亿元，同比增长38.57%；占全国总保费收入5.48%，同比上升0.33个百分点。

保险代理公司实现代理保费收入481.68亿元，同比增长46.50%。其中，实现财产险保费收入342.80亿元，人身险保费收入138.88亿元，分别占全部代理保费收入的71.20%和28.80%。

保险经纪公司实现保费收入313.07亿元，同比增长27.96%。其中，实现财产险保费收入261.58亿元，占全部经纪保费收入的83.55%；实现人身险保费收入43.02亿元，占全部经纪保费收入的13.74%。同时，实现再保险业务类经纪保费收入8.47亿元。

保险公估公司实现评估估损金额195.41亿元，同比减少12.52%。

3．经营情况

截至2024年底，保险专业中介机构实现业务收入119.21亿元，同比增长33.60%；实现净利润8.15亿元，同比增长71.94%。

保险代理公司实现佣金收入63.09亿元，同比增长40.76%。其中，实现财产险佣

金收入42.57亿元，同比增长70.14％，占全部代理佣金收入的67.48%；实现人身险佣金收入20.52亿元，同比增长50.33％，占全部代理佣金收入的32.52%。保险代理公司实现净利润1.99亿元，同比增长134.12%。

保险经纪公司实现业务收入43.96亿元，同比增长32.81%。其中，实现财产险佣金收入34.10亿元，同比增长36.29%,占全部经纪业务收入的77.57%;实现人身险佣金收入4.77亿元，同比增长25.53%，占经纪业务收入的10.85%；实现再保险佣金收入6332万元、咨询费收入4.46亿元，占经纪业务收入的11.58%。保险经纪公司实现净利润5.71亿元，同比增长62.22%。

保险公估公司实现业务收入12.16亿元，同比增长7.52%。实现财产险公估服务费收入11.74亿元，其中，机动车辆险6.37亿元，占财产险公估服务费的54.26%;企业财产险2.36亿元，占财产险公估服务费的20.10%；家庭财产保险315.71万元，占财产险公估服务费的0.27%；货运、船舶险1.48亿元，占财产险公估服务费的12.61%；工程险8248.48万元，约占财产险公估服务费的7.03%，其他险种占财产险公估服务费的5.73%。人身险公估服务费收入约877.41万元，其他收入3309.25万元。保险公估公司实现净利润0.45亿元，同比增长18.42%。

（二）保险兼业代理机构

1．基本情况

截至2024年底，全国共有保险兼业代理机构189877家，比上季度末减少9564家。

表1 截至2024年底保险兼业代理机构数量情况

类型

银行

邮政

铁路

航空

车商

其他

合计

数量(家)

1136

2484435

2171

23859

24935

189877

占比（％）

59.85

13.08

0.23

1.14

12.57

13.13

100.00

2．业务情况

截至2024年底，保险兼业代理机构实现保费收入5464.42亿元，同比增长22.50%；

占全国总保费收入的37.68%，同比下降2.37个百分点。

表2截至2024年底保险兼业代理机构业务情况

类型

银行

邮政

铁路

航空

车商

其他

合计

保费收入（亿元）

3503.79

895.99

3.07

7.18

424.82

629.57

5464.42

占比（％）

64.12

16.40

0.06

0.13

7.77

11.52

100.00

3．经营情况

截至2024年底，保险兼业代理机构实现佣金收入283.45亿元，同比增长27.61%。

表3截至2024年底保险兼业代理机构经营情况

类型

银行

邮政

铁路

航空

车商

其他

合计

佣金收入（亿元）

149.87

34.30.36

4.28

51.80

42.80

283.45

占比（％）

52.87

12.12

0.13

1.518.27

15.10

100.00

（三）保险营销员

1．基本情况

截至2024年底，全国共有保险营销员3297786人，比上季度末增加了15.13万人。其中寿险险营销员2879040人，产险营销员418746人。

2．业务情况

截至2024年底，保险营销员实现保费收入4682.08亿元，同比增长13.45%；占全

国总保费收入的32.29%，同比下降4.77个百分点。其中，实现人身险保费收入3587.52亿元，实现财产险保费收入1094.56亿元，分别占同期全国人身险保费和财产险保费收入的33.84%和28.10%。

3．经营情况

截至2024年底，保险营销员实现佣金收入568.96亿元，同比微降0.29%。其中，寿险营销员佣金收入为471.48亿元；产险营销员佣金收入为97.48亿元。

二、2024年保险中介监管工作情况及2024年监管工作重点

（一）2024年监管工作情况

一是保险公司中介业务检查成效初现。2024年保险公司中介业务专项检查已经表明，保险公司是保险中介业务违法违规行为的最大受益者，是保险中介市场秩序混乱的源头。为从根本上规范保险中介市场秩序、维护被保险人利益，2024年1月1日保监会印发《关于开展保险公司中介业务现场检查工作的通知》，部署在全国范围内开展保险公司中介业务检查工作。通过对21家保险法人的58个基层机构进行检查，查明保险公司利用中介业务、中介渠道、虚增成本、非法套取资金1.4亿元，保险公司与中介机构的业务关系不合法、不真实、不透明情况较为严重。同时，依法对检查中发现的严重违法违规的保险机构及其高管人员进行了严肃处理，处罚保险公司及保险中介机构117家，向15家保险总公司下发监管函，吊销1家省级公司营业部经营保险业务许可证，罚款合计1323万元；处理责任人员138名，行业终身禁入2人；向税务、公安、司法等部门移送违法犯罪线索15起。这次检查通过严查重处、责任追究、媒体监督等多种方式，在全国范围内营造了监管的高压态势，树立了监管权威，不但对被检查公司震动很大，在保险业内也引起了连锁反应，公司自查自纠和加强内控管理的意识有所增强。

二是保险营销员体制改革取得突破。在确立了“稳定队伍、提升素质、创新模式，防范风险”的改革目标后，保监会商人力资源和社会保障部、国家工商行政管理总局，下发了《关于改革完善保险营销员管理体制的意见》，明确改革的方向、目标和总体思路，表明监管部门的态度和决心，向全行业提出原则性要求，引导市场稳步推进各项改革工作。改革正式启动后，社会各方高度关注、积极反应。金融时报、上海证券报等主流媒体纷纷报道，均对改革持肯定和支持态度，同时也表现出通过改革逐步解决现有营销体制中存在问题的期望。各保险机构表示，要主动把握好改革的有利时机，调整发展战略，未来发展要与改革方向保持一致，要积极探索新的保险营销模式和营销渠道。

三是市场风险得到及时化解。根据保险风险的特点，建立覆盖风险发生和蔓延全过程的风险防范机制。密切关注相关信息，掌握风险的发展动向。完善风险排查和预警监测机制，下发《关于防范和打击保险专业中介机构涉嫌传销行为的通知》，部署在全国范围内排查保险专业中介机构涉嫌传销案件；下发《关于严格规范保险专业中介机构激

励行为的通知》，高度重视辖区内保险专业中介机构实施激励机制过程中的潜在风险，加强监测预警，完善应急预案，及时跟进处置。此外，对国有及国有控股保险中介机构“小金库”情况进行专项治理。

四是制度建设逐步完备。起草《保险销售从业人员监管规定》、《保险经纪、保险公估从业人员监管规定》，理顺监管定位、坚持从业公平性、提高准入门槛、尊重各地实际，进一步加强从业人员管理；起草《保险公司委托金融机构代理保险业务监管规定》，强化保险公司的管控责任，明确金融机构代理保险业务的有关要求，细化法律责任；起草《互联网保险业务监管规定》，努力防范网络欺诈风险，对互联网保险业务进行依法、科学、有效监管，切实维护投保人或被保险人合法权益；下发《关于保险公司中介业务检查中代理人、经纪人佣金监管有关问题的通知》，明确保险公司中介业务检查中代理人、经纪人佣金监管政策；下发《关于规范保险公司相互代理业务有关事项的通知》，明确保险公司相互代理的监管要求和标准。

五是行政许可工作进一步规范。根据《行政许可法》及三部监管规定，建立分级审核制度，严把准入关，做好行政许可工作。明确保监会和保监局之间的行政许可职责分工，强化了保监局属地监管职能和责任。

六是工作透明度进一步提升。采取召开情况通报会、媒体通气会、发布新闻通稿、邀请媒体记者实地调查查处情况等多种方式，主动向媒体公开监管信息，加大信息披露力度，掌握工作主动权，提高公众知情权，一年来共组织召开1次媒体通气会，发布新闻通稿10篇。大力加强信息化建设，通过保险中介监管信息系统全面推广上线，实现了全国范围内的数据集中和信息共享；通过在线处理行政许可事项，有效提高了工作效率，增强了行政许可工作的透明度。经过不断地努力，2024年保险中介监管信息化水平有了质的提高，监管基础进一步夯实。

（二）2024年监管工作重点

1.求真务实履行监管职责

一是进一步强化保险公司中介业务查处力度。针对中介业务检查揭示出的问题，继续按照逐步深入、稳步推进、严查重处的思路，扎实开展现场检查。主要是继续围绕保险公司与中介机构合作关系是否真实、合法等内容开展检查；继续依法从重处罚违法违规行为，对涉嫌行贿、职务侵占、贪污、商业贿赂、非法集资、传销、洗钱、逃避纳税义务等案件和线索，严格依法移送相关执法部门；继续加强通报披露，及时在辖区内通报检查结果，及时向新闻媒体宣传披露违法案件处理情况。通过严查重处，增强保险公司自查自纠和加强内控管理的意识，使行业逐步形成自觉依法合规经营、自觉抵制违法违规行为的风气，推动保险中介市场秩序不断好转。

二是坚决清理整顿代理市场。在目前保险代理机构多、业务规模小、市场格局比较

混乱的状况下，结合近年来专项检查工作情况，针对保险代理机构与保险公司相互勾结、违法违规普遍而严重等突出问题，集中力量对保险代理市场开展清理整顿，依法将一批严重违法违规、经营管理混乱的代理机构清理出市场，推动保险代理市场走向规范化、专业化。同时，针对保险公司利用部分党政机关、社会团体和事业单位代理保险业务存在的种种问题，联合相关部门开展调研。

三是积极推动保险营销员体制改革。在落实有关政策文件精神的基础上，按照既定的改革方向、目标和思路，逐步完善改革的配套措施，推动保险营销员管理体制改革。要求各保险公司和保险中介机构按照体制更顺、管控更严、素质更高、队伍更稳的发展方向，全面梳理本公司保险营销员管理体制，切实转换经营理念，保护保险营销员的合法权益，促进保险营销队伍稳定发展。同时，鼓励改革创新模式，充分发挥市场主体的积极作用，大力推动建立新型保险销售体系。

四是有效防范和化解风险。高度关注市场动向，及时分析市场出现的新情况新问题以及潜在的风险点，科学预测风险带来的后果，有针对性地研究制定应急预案；继续对常规违法违规行为保持高压态势，从严从快查处，及时化解风险，防止风险蔓延；完善风险防范机制，加大协调和指导力度；研究加强保险专业中介机构内部管理，提出明确的监管要求，促使保险专业中介机构提升内控意识、提高内控水平、增强防范化解风险能力，努力从源头上遏制风险。

五是进一步完善规章制度。适时启动《保险中介集团监管办法》、《保险公司委托汽车销售商代理保险业务监管规定》、《保险公司相互代理保险业务监管办法》的起草工作；抓紧制定《保险销售从业人员监管规定》、《保险经纪、公估从业人员监管规定》、《保险公司委托金融机构代理保险业务监管规定》、《互联网保险业务监管规定》实施后的具体配套办法；研究保险代理、经纪、公估机构兼业开展相关业务等问题，并出台配套规定；进一步研究完善保险中介机构市场退出制度。

六是继续加强基础性工作。围绕“十二五”规划，就如何进一步加强市场监管、如何做好保险中介市场的环境培育和结构调整、如何进一步提升监管干部业务能力等问题深入开展调研。进一步加强行政许可工作，继续实施行政许可通报制度。完善保险中介监管信息系统建设，提高使用效率。关注和支持新闻媒体曝光违法违规行为和报道保险监管举措，继续加强对外宣传，发挥舆论的监督作用。

2.鼓励创新引导培育市场

当前，保险中介市场正处于从数量增加到质量提升的转变过程中，保险经纪、公估机构总体发展趋势良好，社会认可度不断提高，品牌优势初步显现，保险代理机构全国性保险销售网络初步形成。为更好地促进保险中介市场持续健康发展，保险中介监管要牢牢把握工作主动权，在依法严处违法违规行为、规范市场秩序的同时，还要做好保险中介市场的环境培育和结构调整工作，促进行业形成科学发展的内在动力。一要推动我

国保险中介市场对外开放。只有深入推进保险中介市场对外开放，充分利用国外的资本优势，借鉴国外先进发展经验，才能快速提高我国保险中介行业的整体经营水平，加快保险中介市场走市场化、规范化、职业化和国际化步伐，稳步提高承接保险销售职能的能力。二要鼓励兼并重组。出台具体政策措施，鼓励和支持有发展空间和发展潜力的中介机构，进行机构间的兼并重组，鼓励建立全国性服务网络，逐步将现有保险中介机构培育成优势互补的大型保险中介公司。三要鼓励上市融资，壮大资本实力。鼓励自身发展条件成熟的专业中介机构，在市场环境允许的前提下上市融资，突破资本“瓶颈”，提高自身的综合竞争力，走专业化、集约化发展道路，努力提升自身的专业化程度和服务水平，以适应保险市场发展的需要。四要鼓励保险公司提高创新意识，加大对新型营销模式的创新力度，通过发展专属代理公司、网络销售、电话销售等多元销售渠道，促进保险产业升级，实现专业化经营，促进可持续发展。五要鼓励保险公司充分利用保险中介渠道，采取销售服务外包、引入经纪人制度等多种方式，逐步形成保险公司与保险中介机构专业分工、稳定合作、互利共赢的全新市场格局和良性互动机制。

附件1：2024年保险代理公司业务收入前20名排名情况

附件2：2024年保险经纪公司业务收入前20名排名情况

附件3：2024年保险公估公司业务收入前20名排名情况

附件1：2024年保险代理公司业务收入前20名排名情况

排名

机构名称

华康保险代理有限公司

大童保险销售服务有限公司【1】

河北盛安保险代理有限公司

广东泛华南枫保险代理有限公司

四川泛华保险代理有限公司

东莞市南枫佳誉保险代理有限公司

四川泰源保险代理有限公司

河北泛联保险代理有限公司

广州市泛华益安保险代理有限公司

广州辉信保险代理有限公司

广州市隆昊保险代理有限公司

长沙育才保险代理有限公司

广东神华保险代理有限公司

河北圣源祥保险代理有限公司

业务收入（万元）

45176.57

20496.50

12473.94

10659.50

9567.58

7891.92

7534.73

7434.71

7219.00

5032.10

4885.33

4874.43

4710.36

4704.70

占比(%)

7.16

3.25

1.98

1.70

1.52

1.25

1.19

1.18

1.14

0.80

0.78

0.77

0.75

0.74

广州均邦保险代理有限公司

河北泛华安信保险代理有限公司

广州市宏诚保险代理有限公司

福建泛华信恒保险代理有限公司

四川嘉诚保险代理有限公司

北京泛联保险代理有限公司

合计

4435.20

4395.89

4222.65

3959.81

3850.56

3731.89

177257.37

0.70

0.70

0.67

0.63

0.61

0.59

28.10

附件2：2024年保险经纪公司业务收入前20名排名情况

排名

机构名称

长安保险经纪有限公司

北京联合保险经纪有限公司

江泰保险经纪股份有限公司

中怡保险经纪有限责任公司

韦莱保险经纪有限公司

达信（北京）保险经纪有限公司

竞盛保险经纪股份有限公司

华泰保险经纪有限公司

中盛国际保险经纪有限责任公司

中人保险经纪有限公司

航联保险经纪有限公司

长城保险经纪有限公司

华信保险经纪有限公司

中电投保险经纪有限公司

北京中汇国际保险经纪有限公司

北京金诚国际保险经纪有限公司

上海环亚保险经纪有限公司

上海东大保险经纪有限责任公司

广东泛华卡富斯保险经纪有限公司

怡和立信保险经纪有限责任公司

合计

业务收入（万元）

46666.63

34701.38

22369.52

20052.00

18530.24

18306.85

14939.57

10663.77

9211.90

9063.53

9021.32

8326.06

7167.45

5798.55

5652.22

5388.75

4678.09

4403.22

3940.21

3903.84

262785.10

占比(%)

10.60

7.89

5.10

4.57

4.21

4.16

3.39

2.43

2.09

2.06

2.05

1.93

1.66

1.32

1.29

1.23

1.06

1.00

0.90

0.89

59.78

附件3：2024年保险公估公司业务收入前20名排名情况

排名

机构名称

民太安保险公估股份有限公司

泛华保险公估有限公司 业务收入（万元）

21244.30

13927.80

占比(%)

18.24

11.96

深圳市联胜保险公估有限公司

上海恒量保险公估有限公司

深圳市智信达保险公估有限公司

根宁翰保险公估（中国）有限公司

上海泛华天衡保险公估有限公司

北京华泰保险公估有限公司

广东衡量行保险公估有限公司

广州市汇中保险公估有限公司

广州天信保险公估有限公司

竞胜保险公估有限公司

上海悦之保险公估有限公司

大连衡信哲保险公估有限公司

平量行保险公估（上海）有限公司

深圳俊通保险公估有限公司

北京天诺嘉福保险公估有限公司

广州正商保险公估有限公司

深圳市万宜麦理伦保险公估有限公司

上海东太保险公估有限公司

4454.26

4168.47

4003.46

3739.01

3458.41

2554.10

2352.30

2159.14

2024.50

1829.74

1803.00

1728.71

1568.96

1539.90

1426.05

1303.54

1282.26

1174.83

3.83

3.59

3.44

3.22

2.98

2.19

2.02

1.86

1.80

1.57

1.54

1.49

1.35

1.33

1.23

1.12

1.10

1.01

合计

77804.74

66.95

【1】含河南大童保险代理有限公司3473.51万元，四川大童保险代理有限公司1876.98万元，河北大童保险代理有限公司1750.25万元，广州大童保险代理有限公司1617.06万元，山东大童保险代理有限公司1444.25万元，云南大童保险代理有限公司1105.29万元，江苏大童保险代理有限公司702.39万元，陕西大童保险代理有限公司385.95万元，湖南大童保险代理有限公司306.47万元，辽宁大童保险代理有限公司253.19万元，海南大童保险代理有限公司59.34万元，大童保险销售服务有限公司7521.82万元。

**第四篇：保险中介行业市场现状以及未来发展前景分析**

目录

CONTENTS

第一篇：我国保险中介行业市场发展竞争分析--------------------------1 第二篇：保险中介市场现状分析保监会摸底整顿-----------------------2 第三篇：保险中介业最大挑战来自去中介化趋势-----------------------2 第四篇：保险中介市场发展趋势分析--------4 ①专业化发展趋势5 ③综合化趋势--------5 第五篇：前瞻资讯针对保险中介行业研究报告分析特点--------------5 第六篇：2024年保险中介行业发展趋势----7 第七篇：中国保险中介行业市场前瞻与投资规划分析报告-----------8 第八篇：保险中介准入门槛大幅提高注册资本不得低于五千万-----9

本文所有数据出自于《2024-2024年中国保险中介行业市场前瞻与投资战略规划分析报告》

第一篇：我国保险中介行业市场发展竞争分析

保险中介是指介于保险经营机构之间的或保险经营机构与投保人之间的，专门从事保险业务咨询与招揽、风险管理与安排、价值衡量与评估、损失鉴定与理算等中介服务活动，并从中依法获取佣金或手续费的单位或个人。

由于保险专业代理是接受保险公司委托展业，保险专业代理代表了保险公司的利益。保险专业代理机构的业务经营活动及权限通常在保险公司与专业代理机构之间签定的代理合同或授权契约中予以规定,其业务活动一般包括招揽与接受保险业务、收取保费、勘察业务、签发保单、审核赔款等。

保险专业代理的代理手续费按照其代理收取的保费，根据代理合同或授权契约中规定的比例提取。保险专业代理需要经保险监管部门审核批准并符合法律规定的有关条件后，才能取得从事相关业务的资格。

我国互联网保险产品目前主要以价值较低、黏度较差、相对单一的产品为主。未来，互联网保险营销将从产品价值、保费规模和服务水平等多方面进行提升，发展潜力巨大。

本文来源前瞻产业研究院，未经前瞻产业研究院书面授权，禁止转载，违者将被追究法律责任！第二篇：保险中介市场现状分析保监会摸底整顿

保监会近日向各保险公司及地方保监局下发了一份《中国保监会关于务必做好保险中介市场清理整顿摸清底数工作的紧急通知》(以下简称《紧急通知》)，要求各保险机构主动揭示问题、上报数据资料真实并进行有效整改。

据了解，该《通知》要求摸清的潜在风险点主要包括，保险公司自查的内容涉及专业中介机构、兼业中介机构以及保险营销员三个方面，自查内容达到了18项内容;涉及专业保险中介机构自查内容包括机构自身和销售人员两个方面，自查内容达16项;在保险兼业代理机构方面自查分为机构自身和业务人员两个方面，自查内容达10项。

2024年8月份，在上海泛鑫保险案引爆保险中介市场。证监会已经证监会相关负责多次在不同场合，强调对保险中介市场的管理整顿，防止违规。而泛鑫案涉案13亿元左右，其实际控制人和其他涉案人员已经在今年7月开庭受审。

第三篇：保险中介业最大挑战来自去中介化趋势

近年来，保险中介市场财务造假、非法套取资金、销售误导等乱象丛生，违法违规行为突出，风险隐患时有暴露，已进入风险高发期。

在年初召开的2024年全国保险监管工作会议上，保监会主席项俊波提出，从今年起，要下大力气切实规范保险中介市场秩序，争取2-3年内让保险中介违法违规行为得到根本扭转，基本理顺保险中介的发展理念、制度体系、运行机制和监管架构。

清理整治随即进入部署阶段。4月24日，保监会副主席黄洪在2024年保险中介监管工作会议暨清理整顿动员会议上表示，保监会将用一年左右的时间对保险中介市场进行全面清理整顿，并在此基础上形成基本改革思路，逐步推进中介市场的改革措施。

保监会中介监管部主任王金铎介绍，项俊波对清理整顿工作的批示长达300多字，“这种情况比较少见，可见保监会的重视程度”。

为了全面部署清理整顿工作，保监会先后召开了10个座谈会，向保险中介机构和保险公司发出了100多张调查表格，力度之大，前所未有。“目前保费收入有80%来自中介渠道，保险中介的发展情况，不仅关系到保险中介市场的发展，更关系到保险市场的发展。因此，这次清理整顿是一次涵盖保险中介机构和保险公司的全面整顿，不留死角。”王金铎表示。

同时，中介市场整顿领导小组吸纳了产险、寿险、稽查和国际部等八个业务部门的主要负责人参加，以便协调开展工作。

保监会对保险中介市场进行过多次清理整顿，此前以正式发文形式开展的保险中介市场清理整顿便有两次，分别是1992年和1999年。针对保险中介市场的各种专项检查和处罚，则属监管常态。仅2024年-2024年四年间，保监会便清理了逾1万家保险中介机构。

此次的不同之处在于，清理整顿不仅仅局限于中介市场本身。“保险中介的问题不是独立存在的，而是和保险业密切相关。如果没有来自保险公司的各种因素的作用，可能也形成不了保险中介诸多乱象。”黄洪指出。

此次清理整顿亦从保险市场和中介市场存在的主要问题重点着力。5月，保监会下发的《关于印发保险中介市场清理整顿工作方案的通知》和《关于印发保险中介市场清理整顿第一阶段实施方案的通知》提出，佣金收入和营销员增减异常、分支机构设立或注销异常以及虚列中介业务费用等典型问题将被重点摸底。

值得注意的是，保险公司高管、员工或其直系亲属实际控制的保险中介机构，首次被摸底。

在一定程度上来说，保险中介渠道已异化为保险公司业务造假的通道，诸多违法违规行为是由保险中介机构与保险公司相互勾结而成，这一点可从保监会及其派出机构历年发出的处罚公告得到佐证。

比如，基层保险公司为了套取中介费用，将直接业务虚挂为保险中介业务以套取手续费，或将直接业务转入保险营销员名下套取资金;有的保险公司串通中介机构以虚假退保或理赔套取资金，通过中介机构向利益关联单位和个人非法输送利益等等。

“保险中介长期积累的问题，已严重阻碍了中介和保险市场的发展，到了非解决不可的地步了。”黄洪表示。

此次清理整顿，将为保险中介市场改革清障。黄洪表示，这次清理整顿更着眼于解决保险中介乃至整个保险业的可持续发展问题，以此作为突破口和抓手，通过深化改革，为保险中介寻求新机制、新优势，为发展清除障碍，再造发展新动力。保险中介市场存在的问题由来已久，虽经屡次清理，依然难除痼疾。黄洪认为，原因在于对保险中介市场缺乏全面、系统、深入的研究分析，监管政策和制度碎片化且执行不到位，只查表面问题，不挖深层根源，影响了监管权威和规章的效用。

为了防止清理整顿走过场，保监会专门成立了八个督导组，对保监局、保险公司和保险中介机构清理整顿各个阶段的工作进行督促指导。

清理整顿30多年发展过程中积累的诸多问题，很难一蹴而就。

本文来源前瞻产业研究院，未经前瞻产业研究院书面授权，禁止转载，违者将被追究法律责任！

第四篇：保险中介市场发展趋势分析

保险中介指介于保险经营机构之间或保险经营机构与投保人之间，专门从事保险业务咨询与销售、风险管理与安排、价值衡量与评估、损失鉴定与理算等中介服务活动，并从中依法获取佣金或手续费的单位或个人。近年来，我国保险中介市场稳定发展，前瞻产业研究院发布的《中国保险中介行业市场前瞻与投资战略规划分析报告》数据显示，截至2024年底，共有保险专业中介机构2532家，同比减少22家。其中，保险中介集团公司3家，全国性保险专业代理机构92家，区域性保险专业代理机构1678家，保险经纪机构434家，保险公估机构325家。

图表1：2024-2024年中国保险中介保费收入增长比例变化情况（单位：亿元，%）数据来源：前瞻产业研究院整理

自2024年实行市场化审批以来，我国保险中介机构准入一度出现“井喷”现象，并持续保持快速增长的势头。整个市场体系逐步健全，开放程度也明显提高。根据该行业近年来的市场发展情况来看，未来保险中介将朝着以下几方面发展：

①专业化发展趋势

保险行业专业细化，产销分离必将是保险行业发展的趋势，这是行业专业细分的结果。专业化包含机构专业化、技术专业化、人员专业化。以专业化作为保险中介行业改革着力点，以专业化提升中介行业综合实力和服务能力。

推进保险中介机构与保险公司形成合理的分工，发挥保险中介在承保理赔、风险管理和产品开发方面的积极作用，深化保险行业内部的专业化改革；提升保险中介行业的专业技术水平，促进从业人员的专业化和职业化，提升业务品质；鼓励汽车服务企业代理保险业务专业化改革，探索推进银行等金融机构代理保险业务专业化改革。

②集团化发展趋势

2024年3月，保监会已回函支持四家保险中介公司设立保险中介服务集团公司的准备工作。四家公司分别是：民太安保险公估集团股份有限公司、广州美臣投资管理咨询有限公司、英大长安保险经纪有限公司和北京联合保险经纪有限公司。

2024年3月27日，中国保监会下发《关于暂停区域性保险代理机构和部分保险兼业代理机构市场准入许可工作的通知》，明确要求，暂停区域性保险代理公司及其分支机构和金融机构、邮政以外的所有保险兼业代理机构市场准入许可工作。《通知》同时强调，支持符合条件的中介集团和全国性的保险代理公司及其分支机构的设立。至此保险代理市场的准入门槛将大幅提高，保险中介机构的集团化转型从政策层面正式开启。

③综合化趋势

第五篇：前瞻资讯针对保险中介行业研究报告分析特点

保险中介，指介于保险经营机构之间或保险经营机构与投保人之间，专门从事保险业务咨询与销售、风险管理与安排、价值衡量与评估、损失鉴定与理算等中介服务活动，并从中依法获取佣金或手续费的单位或个人。

保险中介在保险市场上作用的发挥，是由其在专业5 技术服务、保险信息沟通、风险管理咨询等诸方面的功能所决定的。按照建立和完善社会主义市场经济制度、推行改革开放政策的客观要求，市场化、规范化、职业化和国际化是未来中国保险中介行业生存的前提，也是发展的方向。

前瞻产业研究院发布的《2024-2024年中国保险中介行业市场前瞻与投资战略规划分析报告》，本报告利用前瞻资讯长期对保险中介行业市场跟踪搜集的一手市场数据，全面而准确的为您从行业的整体高度来架构分析体系。报告主要分析了国际及国内保险中介的市场环境;保险中介的经营状况;保险中介的设立流程及可行性研究;保险中介重点细分业务;保险中介20个重点区域投资潜力;保险中介领先企业经营状况。同时，佐之全行业近5年来全面详实一手市场数据，让您全面准确地把握整个保险中介的市场走向和发展趋势。

前瞻资讯发布的《中国保险中介行业市场前瞻与投资规划分析报告》，报告将根据保险中介行业发展轨迹及多年的实践经验，对行业发展存在的问题及未来趋势做出审慎分析与预测。是保险中介企业、学术科研单位、投资企业准确了解保险中介行业当前最新发展动态，把握市场机会，做出正确经营决策和明确企业发展方向不可多得的精品。也是业内第一份对保险中介行业作出全面系统分析的重量级报告。

独家首创针对保险中介行业投资可行性研究咨询服务的专项研究报告《2024-2024年保险中介项目可行性研究报告》，由前瞻产业研究院具有丰富可行性报告编制经验的团队撰写，主要依托前瞻资讯数据库、国家经济信息中心、国家统计局、国家海关总署、国际信息研究所、中国商务部研究院、清华大学图书馆以及国务院发展研究中心市场经济研究所等机构的权威数据。报告主要分析了保险中介行业市场环境、市场规模、盈利情况、市场竞争情况、6 进入壁垒和前景预测，保险中介项目技术、设备、工程、节能、环境保护、劳动安全与消防和融资方案;同时对保险中介项目经济效益和社会效益做出审慎分析与预测，从而为客户提供全面、准确、客观的项目投资可行性评估等咨询意见。

《保险中介项目商业计划书》由前瞻产业研究院具有丰富商业计划书编制经验的团队撰写，主要依托前瞻资讯数据库、国家经济信息中心、国家统计局、国家海关总署、国际信息研究所、中国商务部研究院、清华大学图书馆以及国务院发展研究中心市场经济研究所等机构的权威数据。在经过前期对项目科学地调研、分析、搜集与整理有关资料的基础上，对保险中介行业市场现状与前景进行分析，并紧密结合项目情况对保险中介项目未来发展前景进行了分析。该商业计划书详尽地介绍了保险中介项目公司背景、组织架构、保险中介市场发展现状与前景预测、保险中介项目产品服务、保险中介项目研究与开发、人力资源、保险中介项目市场和客户、保险中介项目营销策略、保险中介项目融资与资金退出、保险中介项目对资源和资金的利用、保险中介项目财务预测和保险中介项目投资风险与控制，是编制项目经营管理方案、申请项目融资的重要依据。

本文来源前瞻产业研究院，未经前瞻产业研究院书面授权，禁止转载，违者将被追究法律责任！

第六篇：2024年保险中介行业发展趋势

一直以来，保险中介就是保险公司最重要的销售渠道。数据显示，2024年保险中介渠道实现保费收入12757.74亿元，其中财产保险保费收入3540.33亿元，寿险保费收入9217.41亿元，占2024年全国总保费收入的82.4%。

保险中介又包含了保险专业中介、保险兼业代理、保险营销员三个部分。保险中介内部之间，同一类型中介内也都竞争异常激烈。保险专业中介渠道以销售产险为主，2024年实现保费收入1007.7亿元；保险兼业代理机构以及保险营销员以销售寿险为主，2024年兼业代理机构实现5877.17亿元的保费收入，保险营销员实现保费收入6010.16亿元，也是保险行业最重要的两大渠道。

保险中介机构近年来的整体经营数据一直稳中有升，那我们就看看保险中介行业哪些数据在下降。据前瞻产业研究院《中国保险中介行业市场前瞻与投资战略规划分析报告》数据显示：2024年全国共有保险专业中介机构2532家，同比减少22家；保险中介渠道实现的保费收入占全国总保费收入的82.4%，同比下降3.7个百分点，其中财产保险同比下降5.67 个百分点，寿险下降1.8个百分点；财产保险公司通过营销员实现的保费收入同比下降2.3%。

从整个保险中介行业的下降数据来看，除了个别传统产险的保费收入下降外，就是整个渠道收入占比的小幅度萎缩。寿险方面由于产品特征，依然依赖于线下销售并实现份额增长以外，产险各中介渠道保费收入占比均出现了下降。这或许也印证了互联网的进入，开始对保险销售渠道格局的改变。

（最新分析报告查看保险中介分析报告）

第七篇：中国保险中介行业市场前瞻与投资规划分析报告

前瞻产业研究院摘要：报告根据保险中介行业的发展轨迹及多年的实践经验，对保险中介行业未来的发展趋势做出审慎分析与预测。是保险中介以及相关风险投资机构准确了解保险中介行业当前最新发展动态，把握市场机会，做出正确经营决策和明确企业发展方向不可多得的精品。

报告目录请查看《2024-2024年中国保险中介行业市场前瞻与投资战略规划分析报告》 “十二五”时期是我国全面深化改革开放、加快转变经济发展方式，全面建设小康社会的攻坚时期，也是保险业实现结构调整的关键时期。作为保险市场不可或缺的一部分，保险中介市场肩负着促进保险业转型、助力保险业跨越式发展的重要使命。

目前保险中介机构仍处于多、小、散、乱状态，盈利模式不成熟的发展初级阶段，处于需要选择发展方向的关口，须深层次地根本性地转变行业的发展方式。而通过集团化，可以大大加强中介企业的综合实力，提高企业的合规经营能力，市场竞争能力，进而提高整个保险中介行业的可持续发展能力。因此，国内优秀的保险中介机构愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对行业发展环境和客户需求趋势变化的深入研究。

本报告利用前瞻资讯长期对保险中介行业市场跟踪搜集的一手市场数据，全面而准确的为您从行业的整体高度来架构分析体系。报告主要分析了国际及国内保险中介的市场环境；保险中介的经营状况；保险中介的设立流程及可行性研究；保险中介重点细分业务；保险中介20个重点区域投资潜力；保险中介领先企业经营状况。同时，佐之全行业近5年来全面详实一手市场数据，让您全面准确地把握整个保险中介的市场走向和发展趋势。

本报告最大的特点就是前瞻性和适时性。报告根据保险中介行业的发展轨迹及多年的实践经验，对保险中介行业未来的发展趋势做出审慎分析与预测。是保险中介以及相关风险投8 资机构准确了解保险中介行业当前最新发展动态，把握市场机会，做出正确经营决策和明确企业发展方向不可多得的精品。

本报告将帮助保险中介以及相关风险投资机构准确了解保险中介行业当前最新发展动向，及早发现保险中介行业市场的空白点、机会点、增长点和盈利点，前瞻性的把握保险中介行业未被满足的市场需求和趋势，形成企业良好的可持续发展优势，有效规避保险中介行业投资风险，更有效率地巩固或者拓展相应的战略性目标市场，牢牢把握行业竞争的主动权。

第八篇：保险中介准入门槛大幅提高注册资本不得低于五千万

前瞻产业研究院摘要：据前瞻产业研究院记者了解，9日，保监会称，保险经纪公司和保险专业代理公司的注册资本最低限额均大幅提高至5000万元。这意味着保险中介市场的准入门槛大大提高，有利于净化市场环境，保护被保险人利益。

近日，保监会主席项俊波批准修改《保险专业代理机构监管规定》和《保险经纪机构监管规定》。

原《保险专业代理机构监管规定》第七条第一款规定“保险专业代理公司的注册资本不得少于人民币200万元;经营区域不限于注册地所在省、自治区、直辖市的保险专业代理公司，其注册资本不得少于人民币1000万元”，目前注册资本最低限额一律修改为5000万元。同时，删去与新规相违背的原规定的第十二条，保险专业代理公司能否增设分支机构不受注册资本限制。

原《保险经纪机构监管规定》第八条对保险经纪公司的注册资本要求是不得少于人民币10 1000万元，现提高至5000万元。同时，删去原规定第十三条，保险经纪公司能否增设分支机构不受注册资本限制。

业内认为，目前我国保险中介机构大多处于小、散、乱的状态，保监会通过提高市场准入门槛，可防止先天不足的机构进入市场，构成潜在风险，从而加强中介机构的综合实力，提高企业的合规经营能力，促进整个行业的可持续发展，也有利于保护被保险人的合法权益。

**第五篇：2024年保险中介市场报告解读**

2024年保险中介市场报告解读

中国保险报 2024-07-10

我要评论

——中介市场如何实现量变到质变？

“保险兼业专业化，专业代理规模化”是2024年保险中介市场的发展趋势。2024年，保监会对中介市场进行了一系列改革，并取得了实质突破。

近日，保监会发布了《2024年中国保险中介市场报告》（以下简称《报告》），公布了大量保险中介市场的一手调研数据，并对专业中介、兼业代理、经代公估等领域存在的趋势和问题进行了解读。

监管新政作用初显

几大改革推进市场转型

“转方式、调结构”，明确要点、突出重点、突破难点，保监会在中介领域刮起的监管风暴根据保监会中介部近日发布的《报告》，2024年，全国保险专业中介机构注册资本总计达160.75亿元，同比增加45.21%；共有40家保险专业代理机构和35家保险经纪机构的注册资本达到5000万元，比2024年分别增加28家和12家。全国保险专业中介机构总资产230.49亿元，同比增加34.84%。中国保监会清理整顿代理市场、提高专业中介准入门槛、促进专业中介规模化发展等一系列监管政策的作用初显。

保监会主席项俊波在今年的陆家嘴金融论坛上指出，保险业的持续健康发展只有靠改革。2024年，中国保监会在维持前期对市场整顿高压态势的同时，出台了多项改革措施，有力地推动了中介市场的转型发展。首先，保险营销员管理体制改革取得新突破，颁布了《关于坚定不移推进保险营销员管理体制改革的意见》，进一步明确了营销体制改革的态度、目标和措施，引导行业求变、求通、求新。同时，保险兼业代理专业化有序推进，暂停核准部分保险兼业代理资格审核，出台一系列针对性很强的政策措施，鼓励支持汽车企业兼业代理保险业务向专业化转型，研究提出了邮政和银行代理保险专业化转型的基本思路。这些工作都着力围绕保险行业转方式、调结构的总体战略目标，致力服务提升保险市场运行质量和效率。

此外，为了顺应市场发展和监管工作需要，保监会还在去年实施了疏堵结合、进退并举的综合措施，推动保险专业中介提升发展质量、增强服务水平。按照保监会关于完善保险机构准入退出机制工作的统一要求，中介部果断暂停受理和审批区域性保险代理公司的市场准入申请。同时，明确鼓励保险中介机构规模化发展的政策措施，支持符合条件的保险中介机构建立健全服务体系和网络，支持发展保险中介集团。此外，还制定保险中介基本服务标准，明确了对保险经纪、代理、公估机构主要业务流程和关键环节的基本服务要求，为社会各界监督保险中介服务提供了依据和尺度。

与此同时，保险中介监管基础建设工作也取得了一定成效，如推动出台了《保险销售从业人员监管办法》《保险经纪从业人员、保险公估从业人员监管办法》，全面修订了《保险专业代理机构监管规定》《保险经纪机构监管规定》，完成起草了《中国保监会关于进一步发挥保险经纪公司促进保险创新作用的意见》，推动筹备全国保险经纪协会等。

对于2024年的中介监管工作，《报告》指出，要更加围绕促进加强保险消费者利益保护、促进市场机制更多更好地在中介领域资源配置上发挥基础性作用、提升保险中介推动保险业转型发展和服务经济社会发展的能力、加强防范化解中介领域风险等方面下功夫。

专业中介数量减少

注重规模效益化经营

截至2024年底，全国共有保险专业中介机构2532家，同比减少22家。其中，保险中介集团公司3家，全国性保险专业代理机构92家，区域性保险专业代理机构1678家，保险经纪机构434家，保险公估机构325家。

2024年，全国保险专业中介机构实现保费收入1007.70亿元，同比增长10.8%，占全国总保费收入的6.5%，同比提高0.2个百分点。全国保险专业代理机构实现代理保费收入586.64亿元，同比增长10.80%，占全国总保费收入的3.8%，同比增加0.1个百分点。其中财产险保费收入448.49亿元；寿险保费收入138.15亿元。全国保险经纪公司实现保费收入421.06亿元，同比增长10.70%，占全国总保费收入的2.7%，同比增加0.07个百分点。其中财产险保费收入340.23亿元；寿险保费收入64.99亿元；再保险业务类保费收入15.84亿元。全国保险公估公司估损金额265.61亿元，同比增长25.5%。

但《报告》也指出，虽然保险专业中介对保费贡献率在不断上升，但仍可看出其渠道占比依旧较小，相当一部分专业中介机构处于停业或业务甚微的状态，2024年，全国保险专业代理机构中有117家无业务，机构占比达7%；全国保险经纪机构共有41家无业务，机构占比达9%；全国保险公估机构共有81家无业务，机构占比达25%。

各类险种业务构成方面，2024年，保险专业代理、经纪渠道所实现的财产险方面的各险种占比基本与2024年持平，除经纪渠道责任险业务占比增长2.25个百分点，其他险种占比波动均在1个百分点之内，机动车辆保险依然占比最大。寿险业务占比增长迅速，同比增长12.65个百分点，其中专业代理渠道寿险占比增长了2.65个百分点，经纪渠道增长了10个百分点。

经代市场集中度降低

公估机构现两极分化

2024年，保险代理市场中业务排名前四家（CR4）和前八家(CR8)机构的业务收入在整个市场的占比分别为15.21%和18.25%，经纪市场分别为27.51%和41.64%；公估市场为43.95%和53.49%。同时分析近5年来的发展情况可以看到，经纪和代理市场这两项数据基本在逐年降低，而公估则是在逐年上升，说明经纪、代理市场的竞争格局越来越明显，尤其是专业代理市场，没有几家公司能占绝对的优势。公估市场则由于近几年多家公司之间的收购、兼并或集团化重组，而使得少数几家大公司掌握了多数的市场资源，机构间两极分化现象较为明显。产险业务稳中有升，寿险业务增速明显。

2024年，全国保险专业中介机构在企财险、工程险、责任险、船舶及货物运输险方面实现保费分别为142.37亿元、41.22亿元、66.28亿元、45.34亿元，险种占比在经代渠道中较为稳定，并略有上升，充分发挥了保险专业中介在高风险、高科技、重大项目等与经济社会密切相关的领域或行业方面的积极作用，特别是在发挥工程保险领域的专业优势、数据优势和人才优势方面取得了较好成绩。

银保渠道继续下降

兼业代理冷热不均 截至2024年底，全国共有保险兼业代理机构206310家，其中银行邮政类、汽车企业类、其他类机构分别为144973家、30902家、30435家。

2024年，全国保险兼业代理机构代理保费收入5877.17亿元，同比下降2.9%。其中，寿险保费收入4276.18亿元，同比下降8.5%，占寿险公司总保费收入的43%，同比减少6.4个百分点。同时，银邮机构代理保费收入4131.47亿元，占寿险公司总保费的41.5%，同比下降9.73个百分点。

2024年，全国财产保险公司通过兼业代理渠道取得的业务增长15.8%，占财产保险市场份额的29%，与2024年持平。随着汽车消费市场增速的逐步放缓，车险保费尽管仍保持增长，但增幅明显放慢，兼业机构代理机车险保费收入1361.44亿元，增速12.8%，占车险保费收入的34%，同比减少0.5个百分点。

营销员保费收入稳步提升

电销、网销冲击财险业绩

截至2024年底，全国保险营销员累计实现保费收入6010.16亿元，同比增长9.9%，占总保费收入的38.8%，同比增加0.7个百分点。

2024年，寿险公司通过营销员渠道所实现的保费收入为4835.08亿元，占总保费的比例由2024年的44.6%增至48.6%，同比上升4个百分点。全国寿险公司营销员代理分红险、普通险、健康险、意外险保费分别为3318.78亿元、808.77亿元、560.75亿元和66.64亿元，同比增长17.1%、-3.1%、22.3%和8.3%。2024年，寿险公司营销员人均保费18.12万元，比2024年增加5.66万元。

2024年，全国财产险公司通过营销员实现保费收入1175.08亿元，占财产险总保费的占比较2024年减少3.9个百分点。其中，企财险、机车险和责任险通过营销员的签单保费分别为60.43亿元、958.64亿元和46.30亿元，机车险、家财险、责任险、健康险、意外险的营销员渠道占比均超过20%，家财险、机车险、责任险、货运险、农业险、健康险通过该渠道的保费占比较2024年均减少1个百分点以上。究其原因，一是自2024年以来保监会开展的保险公司中介业务检查较有效地遏制了财产保险公司虚挂营销员业务的违规做法；二是保险公司电销、网销等新兴渠道直接业务的不断增加，导致产险公司营销员业务继续收缩。

中介市场的热点、难点和突破点

中国保险报 2024-07-10

我要评论 2024年以来，保监会连续出台政策措施，暂停除金融机构外的兼业代理和注册资本5000万元以下专业经代机构的市场准入，坚定不移地推进营销体制改革，引导传统保险（放心保）销售渠道整合转型发展，客观上为保险网销，尤其是车险和意外险等简单保险产品的网销业务创造了发展机遇，保险机构开展网销的意愿增强。

目前，在京保险专业中介机构积极开展网销业务。截至2024年12月，在中国保监会备案开展互联网保险业务的保险专业中介机构共31家，其中在京机构17家（经纪13家、专业代理4家）。从备案网站情况来看，有专业中介机构（如明亚经纪、世捷开元代理等）通过自办网站开展网销，也有机构（如江泰经纪、航联经纪等）通过与第三方网站合作开展网销。据了解，在京专业中介机构网销业务涉及意外险、责任险、定期寿险等。此外，还有部分保险兼业代理机构，尤其是主业代售机票的兼业代理机构网销短意险产品。

总的看来，2024年以来，保险网销业务开始呈现快速发展态势，多数保险公司和部分中介机构都在完善各级网络系统搭建属于自己的网销平台，越来越多的电子商务网站开始上线销售保险产品，尤其是一些保险和电商行业的领先者进入甚至联手开展保险网销，更是引发各界关注。

上海局：设立专属代理公司推动产销分离

自2024年起，保险公司投资设立专属保险代理公司的步伐加快，2024年设立了7家，2024年设立了6家，产寿公司均涉及，出资比例均为100％。这其中的政策性因素是，保监会于2024年9月下发了《关于改革完善保险营销员管理体制的意见》，其中明确提出了诸如“鼓励保险公司投资设立专属保险代理机构或者保险销售公司”“鼓励保险公司和保险中介机构积极探索新的保险营销模式和营销渠道，逐步实现保险销售体系专业化和职业化”“鼓励保险公司加强与保险中介机构合作，建立起稳定的专属代理关系和销售服务外包模式，通过保险专业中介渠道逐步分流销售职能”等推动产销分离的表述。

通过设立专属保险代理公司，保险公司可以将原有的渠道业务转换为相关企业与保险公司专属代理公司的协作业务。在此模式下，渠道利益的“第一次”支付表现为保险公司向专属代理公司支付手续费，代理公司在收取手续费后，再以业务协作方式，将渠道利益支付给业务的实际来源方。

江西局：推进车商保险销售专业化改革

江西将车商保险销售专业化改革（以下称专业化改革）作为保险中介市场转型发展的前沿课题，旨在通过车商保险销售专业化经营，以期实现延伸保险产业链、提升保险服务质量和水平，以及倒逼产险公司加速转变发展方式等目标。专业化改革牵涉多方利益的调整，将面临很多矛盾、问题、风险、阻力和挑战，需要我们深刻认识改革的动力和压力，科学把握改革的深度、广度、力度，合理安排改革的进程、路线图和时间表。

截至2024年底，江西全省持证的车商906家，其中欧亚、国力、运通等车商保险市场份额较大，开展专业化改革的意愿较高，资本和技术压力较小。这就意味着江西专业化改革的起点应从大型车商入手，从中小保险公司入题，走车商和中小保险公司共同转型之路。

在现行法律和制度框架下，无法全面推进车商保险销售专业化改革，只能采取诱致性制度变迁的策略，实行一部分车商先行专业化，一部分车商后行专业化或者较长时期还处在兼业状态。这势必造成专业和兼业并存的“双轨制”，既有车商集团内部的双轨现象，也会出现已经完成专业化改革的车商与还处在兼业状态的车商共存的双轨现象。前种双轨现象可以通过行政许可等监管措施解决好；而后种双轨现象还将持续较长时间，需要采取切实有效的手段加以消除。

山东局：推进银邮代理专业化

山东省邮政公司2024年起在全省推行代理保险业务的专业化经营。其特点是在保险兼业代理的大框架下，通过设立专业部门、打造专业营销队伍、实施专业化的考核管理来促进代理保险业务的快速增长。自运行以来，该模式取得了积极效果，但同时也带来一定的风险和问题。

自2024年初以来，山东邮政积极推进代理保险专业化经营。截至11月底，全省邮政市、县两级代理保险专业机构、人员全部到位，配备专业理财经理2354人，成立了180个理财团队，配备团队经理149人，专兼业讲师达200人。在专职营销人员中，非全日制员工占比63%，劳务用工占比36.5%，合同用工占比为0.5%。

业务方面，2024年1月至11月，山东省邮政公司累计实现寿险新单保费收入85.11亿元，同比增长9.39%，高于全省银邮渠道新单保费增速29个百分点（全省银邮渠道新单增速为-19.6%），占全省银邮渠道新单保费收入的55.5%，实现代理手续费收入4.16亿元，同比增长23.2%。随着专业化经营的深入，山东省邮政专职理财经理业务占比持续提高，目前已达到60%以上。

内蒙古局：逐步完善营销员用工体制

随着中国保险业不断发展，保险营销员成为保险市场上举足轻重的重要组成部分。从发展实际情况看，准入门槛偏低、法律地位不明确、激励机制不健全、社会认可度低、培训体制不健全等一系列问题，导致保险营销员缺乏归属感和荣誉感，整体素质偏低，社会形象较差，严重困扰和阻碍了保险营销员队伍的可持续发展。

近年来，保险营销员的数量基本保持稳步增长的态势。通过走街串户、挨家挨户进行营销，保险营销员极大地促进了保险业发展。其中，寿险营销员的数量明显多于产险营销员，这与寿险公司的产品销售模式具有直接关联。以内蒙古为例，2024年至2024年间累计增加50157人次，增幅达到369.13%，保险营销员保费收入持续攀升，2024年至2024年间增长翻了两番以上，仅在2024年出现拐点。

中国保险市场上活跃着近300万名保险营销员，他们不属于保险公司的正式员工，无法享受到《中华人民共和国劳动合同法》规定的基本社会保障，在与保险公司签订委托代理协议后，经授权进行保险产品销售及提供相关服务的活动，并根据销售业绩和所提供的服务获得佣金，保险营销员养老、医疗、住房、大病等生活保障均靠佣金独自支付，与保险公司毫无关系。同时，保险营销员必须遵守保险公司独特的管理制度，遵从严格的考勤、业绩考核、销售技巧及产品培训，无法从事任何兼职工作，保险营销员缺乏归属感，导致其稳定性和忠诚度远远低于其它行业。

中国保险业发展基础还比较薄弱，如果全盘照搬发达国家和地区的模式，将保险营销员转轨为个体经营者或保险公司员工，会大幅提高保险公司的经营成本。应充分考虑保险营销员数量庞杂、素质偏低的具体情况，形成转轨与分流并行、层层推进、逐步完善的用工体制。

四川局：完善保险中介市场退出机制

长期以来，保险中介市场退出机制缺位、退出渠道不畅，导致大量保险中介机构“差而不倒、乱而不倒”，继续扰乱市场，损害消费者利益，市场的优胜劣汰无法实现。四川保监局结合近年来的工作实践，探讨了完善保险中介市场退出机制的必要性，提出了关于完善退出机制的政策建议。

多年来，宽松的准入政策，使得大量保险中介主体涌入市场。如作为专业代理机构主要进入条件的注册资本要求，尽管从最初的50万元提高到200万元，但进入的资本壁垒仍然较低。以四川为例，目前市场上存在的74家保险专业代理机构注册资本在200万元或以下的有54家，占全部专业代理机构的72.9%。较低的进入壁垒，造成专业中介机构“未开业，就停业”“刚开业，就歇业”现象司空见惯。另外，主业相关和一定规模的代理业务来源作为保险兼业代理机构准入的主要条件，弹性较大，缺乏比较明确的硬性准入标准，各类型、各行业机构纷纷入市。四川地区尽管一再控制准入数量，同时加以清理整顿，目前市场上仍有近1.1万家保险兼业代理机构。再如由于目前尚未建立保险营销员的分类分级考试体系，保险营销员的学历要求、素质要求均相对较低。只要具备初中学历、通过基本资格考试，取得保险公司的委托授权即可成为保险营销人员。多年来，四川每年均有10万左右人员通过保险代理从业人员资格考试。目前接受保险公司委托，从事保险销售的保险营销员约有13万人。较低的进入壁垒，造成保险中介市场主体良莠不齐，迫切需要通过完善退出机制加以优化。

完善保险中介市场退出机制，就是要通过市场的优胜劣汰机制逐步淘汰部分规模较小、经营不善、无法适应市场需求的保险中介市场主体，要通过加大对保险中介市场的监管力度，清退严重违法违规，损害保险消费者权益的劣质保险中介机构和从业人员。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！