

合资寿险进军长三角人才成敲门砖 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/276/2021\\_2022\\_\\_E5\\_90\\_88\\_E8\\_B5\\_84\\_E5\\_AF\\_BF\\_E9\\_c67\\_276135.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/276/2021_2022__E5_90_88_E8_B5_84_E5_AF_BF_E9_c67_276135.htm) 向长三角地区保险市场拓展，成为合资寿险公司的重头戏之一。中宏保险高级副总裁李汉雄在接受《每日经济新闻》专访时称，长三角生活水平越来越高，对保险的需求越来越大。据央行上海总部公布的最新数据，东部地区的保费收入占全国保费收入的57.42%，其中广东、江苏、北京保费收入规模分别为607.87亿元、502.83亿元、411.53亿元，位居全国前三位。2006年，固定资产投资和汽车消费的高增长拉动了财产险业务的快速发展，东部地区财产险保费收入增速达24.19%，江苏、浙江、上海等省市财产险保费突破百亿元大关。长三角地区保险市场的增长潜力，使得外资保险公司纷纷看好，加快设点布局。作为首批进入江苏省的中外合资寿险公司，中宏保险已在南京、无锡和常州设立分支机构，前不久镇江市营销服务部获准设立。李汉雄表示，中宏保险的外资股东是宏利集团，在亚洲已运作超过100多年。宏利十分了解中国市场，当年先在中国发展，才进入美国市场的。在亚洲卖保险，与欧美市场需求不同，宏利更了解两者间的市场差异。目前，在亚洲市场高覆盖率的保险公司不会超过3家，宏利是其中之一。他说，中宏产品的推出速度可能不是最快，但吸收了宏利在亚洲发展的丰富经验，更符合客户需求，在内控上也做的比较好。值得注意的是，中宏保险在长三角的市场拓展并没有依赖于银行渠道。李汉雄称，中宏保险至今尚未涉足银保业务。虽然银保业务对保费增长的贡献很大，但对保险公司的帮助

有限。“对于客户而言，在柜台购买保险产品缺乏一个过程，来帮助客户深入了解产品的特性以及全面衡量保障需求。”他指出。不过，李汉雄认为，合资寿险公司拓展长三角市场的同时，人才培养非常关键。中宏在常州、镇江等城市招募的营销员，在培训方面进一步加强，比上海的培训要多。在培训时间上，若是一项培训在时间在沪需要3小时，而在常州就要6小时。新设点城市的营销团队都是新人，没有可以帮带的成熟员工，如果营销人员在工作中表现不够好，还要继续接受培训。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)