



福布斯“全球企业2000强”放榜

中国人寿高质量跃升68个名次

第一重答案

时代因素:大国崛起,行业辉煌推澜7家险企入围

大国崛起是众多中国企业入围“全球企业2000强”最根本的时代因素。

即便全球经济放缓的2019年,中国依旧以6.1个百分点的GDP增幅成为十大经济体中增速最高者,GDP达99万亿元,几近百万亿,稳居世界第二位。

事实上,过去的数年中国持续领跑全球十大经济体GDP增速。

最典型的数据:2010年初登第二大经济体之时,中国的GDP与第一大经济体GDP对比仅为41%;2019年,这一数字达到67%。更有多家智库的普遍观点认为,中国将在2030年成为世界第一大经济体。

这些数字的背后,中国企业伴随大国同步崛起,在“全球企业2000强”榜单中表现亮眼。

5月中旬,福布斯发布的“全球企业2000强”榜单,美国有588家企业上

榜,数量最多。中国次之,共有367家企业上榜,再创历史纪录。日本上榜企业为217家。

其中,中国内地266家企业上榜,新入围者41家,占比15%。美国新入围者占比不足10%。

多家大型国有金融企业表现强劲,如中国工商银行连续8年蝉联榜首,中国建设银行夺得亚军,中国农业银行名列第5位、中国银行排名第10。招商银行、交通银行、邮储银行等多家银行也纷纷入围。

保险领域,中国有7家险企入围,分别是中国平安、中国人保、中国人寿、中国太保、中国太平、新华保险、中国再保险,排名相对往年分别实现了0、-61、68、10、-40、6、26的名次上升。

第37名中国人寿,不仅是国有保险企业排名最高者,亦是中国企业排名增幅最大者。

探析中国人寿如此强劲的排名提

升,除了大国崛起的时代因素,中国保险行业高质量发展黄金时代的来临,亦是一个根本性因素。

这一点,2019年有两大数据佐证:其一,2019年,中国人均GDP首次站上1万美元新台阶。

根据GDP的涨幅,对应各国保险发展水平。大约在各国人均GDP突破10000美元的时候,保险会呈现出爬坡式上涨的状态。

其二,2019年,中国人口突破14亿。

14亿人口,这意味着足够的保险人口基数,加上国内保险渗透率严重不足的现实,及互联网时代消费者风险保障意识的显著增强,都在预示着中国保险业正在迎来高光时刻。

大国崛起与行业高质量发展也是国寿排名上升的时代和宏观背景,但外部因素并不足以令之实现68位排名的大幅提升。内因才是必然。

第二重答案

根本内因:重振国寿,方才是排名蹿升68位的必然因素

从2018年的105名,到2019年的37名,这一年里国寿经历了什么?

如果说耗时18年完成的人均GDP从1千美元到1万美元的跨越,是国寿“全球企业2000强”榜单持续提升的外部因素,那么内部因素当是——“重振国寿”蹄疾步稳,实现良好开局。

“重振国寿”,始于2019年。2019年前夕的国寿颇受质疑,一方面是来自市场份额的下滑,净利润腰斩一朝回到十年前,令之士气颇为低落;另一方面则是拘于无奈,市场化改革的不畅难以跟上中国寿险市场竞争激烈之程度。

伴随新班子更替,2019年初,

“重振国寿”六问应势而出,“需要明确和把握什么?需要继承和发扬什么?需要克服和解决什么?需要调整和优化什么?需要转换和转变什么?需要创新和创造什么?”六个问题振聋发聩,吹响了“重振国寿”新征程的号角。

随后的多个公开媒体活动中,国寿发布国寿市场化改革蓝图——鼎新工程。从前端“一体多元”布局,到中台流程重塑、科技助力,再至资产端的投资驱动,面对多年沉疴和汹涌而来的科技冲击、模式升维,“重振+鼎新”成为其2019年的关键词。

于是,我们看到了国寿2019年的高光表现:18.6个百分点的新业务价值增幅、全年5670.86亿元的保费,184

万的销售人力,7.3%的综合投资收益率,3.77亿元的总资产,583亿的净利润,重回千亿美元并创下过去五年新高的总市值……

“干部能上能下、分配能多能少、人员能进能出”的改革话语体系中,2019年的国寿肌肉尽显,持续的季报、半年报、年报的亮丽风光,一扫往昔之低迷。

稳坐市场第一,逼近15%的资产增速,同比增速412%的净利润,增长高达60%的总市值等系列硬核指标,又恰是“全球企业2000强”评选关注的四大核心指标。

从这一维度,当可以更好地理解国寿何以在“全球企业2000强”排名中大幅上升。

第三重答案

红利初放:硬核指标之外看到未来,高质量转型之正解。

或许是营收、总资产、利润、市值等硬核数据过于灿烂耀眼,一定程度上掩盖了其他重要的核心数据,甚至是走向高质量之路的战略战术。

熟知寿险的经营者可知保费久期、产品结构、渠道结构等数据更能彰显一家寿险公司可持续健康发展的能力。

事实上,这一点恰是国寿2019年表现颇为亮眼的地方。

典型者如保费业务结构的改变,2019年国寿趸交保费占比仅为0.4%;首年期交保费达1,094.16亿元,占长险首年保费比重为97.89%;十年期及以上首年期交保费同比增长42.1%;续期保费占总保费的比重七成……续期拉动效应进一步显现。

2020年疫情下的第一季度,在行

业保费仅增长2个百分点的情况下,国寿保费增幅依旧达到2位数,是行业增速的6倍,乃“老三家”中增速最高者。

再如,相对国寿200万营销人力的强劲数字,其实“聚焦大个险”战略方才是值得关注的重点。这支全面融合营销与收展队伍、保险规划师队伍、电话销售队伍,集合营销、收展、企划、教育培训、综合金融、运营6大一级部门的大个险事业群,方才是这家保险巨擘的镇司重器。

伴随保费端的调整,投资端的战略完善是其另一把镇司重器。具体而言,以资产负债联动为核心的大类资产配置方法论成为战略性的“作战指导”,逐步完善了战术资产配置、专业品种投资管理、全口径风险管理、投资运营支持等在内的投资管理体系。

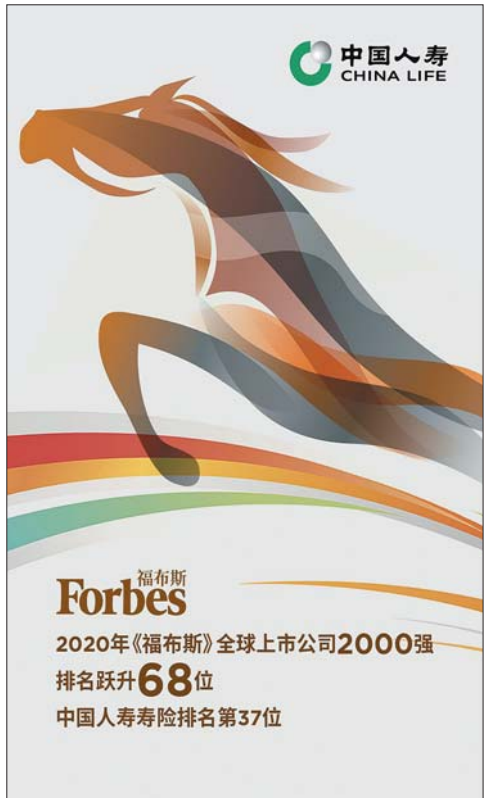
科技的时代,运营前中后三端的

流程优化与再造探索、能上能下的“市场化”改革等项目重塑也非简单数字可描述的,亦非朝夕间可完成。仅2019年国寿与机制性配套的项目多达30余个,从销售、产品导向,到科技时代的用户体验,以客户为中心的流程重塑,整体完成时间短则三年,长则五年。

当上述非数字可描述的项目完成时,即其鼎新计划达成时,就是大象转身时。对国寿而言,最大的红利尚需时间,这也是国寿巨大的体量决定的。如此,可以将“全球企业2000强”榜单排名上升理解为是之走向未来的开始。

如何走向高质量发展注定是一个长期、系统的过程,是保险公司的共同考验。

上述种种,皆是国寿转型的思考与积累,或许也是传统寿险企业走向高质量发展的正解。



这么好的资讯,你还没关注?

齐鲁晚报·今日烟台
旗下微信公众号、微博,
全方位陪伴您!
识别二维码,关注起来吧

今日烟台
官方微博

每天
用最鲜的资讯
唤醒你!

今日烟台
官方微信

每天
用最全面的新闻
包围你!



齐鲁晚报·今日烟台

新闻发生时
我们网上见
新闻详解读
明天纸上见

齐鲁壹点
App客户端

齐鲁晚报壹点App,省
内大事分分钟掌握,烟
台信息实时推送。