

30年个险营销路 国寿与您温暖同行

2026年,中国人寿集团旗下寿险公司将迎来个险营销30周年。为迎接这一具有特殊意义的时刻,向广大客户展现个险营销30年来的发展成果,传承30年专业守护初心,中国人寿寿险公司于近日正式启动主题为“三十而立 共赢未来”个险营销30周年系列活动,通过贯穿2026年的四大篇章主题活动,感恩客户30年来的长情相伴。

其中,主题“三十而立”的“立”以拼音“li”代替,不同场景下可以“立”“力”“丽”“励”等不同语境字义来解释;“共赢”强调成果共享——三十年的成长与发展源于“客户得保障、销售人员得发展、社会得安心”的生态共赢。未来,中国人寿寿险公司将持续以“合力共赢”的理念为广大客户创造更大保障价值。

“个人营销代理人制度”正式引入

30年前,根据我国第一部《保险法》,保险业实行专业化经营,原中国人民保险公司更名为中国人民保险(集团)公司,下设中保财险、中保人寿和中保再保险三家公司,中保人寿继承了所

有人身险业务。这30年,中国人寿个险营销始终与公司发展同频共振。个险销售队伍如同春笋般在全国各地破土而出,将保险的种子播撒在960万平方公里的土地上。公司个险渠道总保费从

1996年的不足12亿元到2024年的跨越5200亿,每一份保单,都记录着中国家庭保险保障和财富增长的点点滴滴,也是从这一年开始,“个人营销代理人制度”正式引入。

从沿海开放城市到西部边陲小镇,从繁华都市到偏远山村,公司个险销售队伍用脚步丈量责任,用专业诠释担当,让保险这份“无形”的保障,化作无数家庭抵御风险的“有形”依靠。

引领国内寿险业砥砺前行

中国人寿寿险公司的实力与品牌价值得消费者信赖。2025年前三季度,公司实现归属于母公司股东的净利润超1678亿元,在上年同期高基数上增长60.5%。归属于母公司股东的股东权益达6258.28亿元,较上年度末增长22.8%。在保险公司风险综合评级中,连续30个季度保持A类评级。总资产达74179.81亿元,投资资产达72829.82亿元,较

2024年底分别增长9.6%、10.2%。截至2025年11月30日,当年度总保费已超过7000亿元,较2024年全年保费实现了高基数上的新突破。

从76年前的应运而生,到30年前迈入人身险业务专业化经营,再到当下的引领国内寿险业砥砺前行,中国人寿寿险公司持续推进营销体系改革,推动营销体制机制不断健全完善,进一步提高销售人员

专业水平和服务能力,促使销售队伍结构更加合理,业务发展更加稳健。一路走来,从计划经济时代的独家经营到市场经济大潮中的破浪前行,从聚焦传统保险业务领域到积极落实大健康、大养老战略,构建康养服务体系,变的是发展方式和经营模式,不变的是顺应时代的开拓进取,是“以人民为中心”的发展思想,是“成人达己”的企业价值观,是守护人民

美好生活的赤诚初心。

迎来个险营销30周年之际,中国人寿寿险公司将继续深耕寿险沃土,全心全意为广大保险消费者提供简捷、品质、温暖的保险保障服务。未来,公司将不忘初心、砥砺前行,以高质量的保险产品供给助力夯实人民美好生活的“经济基础”,切实提升人民群众的获得感、幸福感和安全感。

