

上市险企晒保费：寿险分化车险降温

个险缩水团险猛进

保费规模方面，中国平安位列榜首，保费收入7973.4亿元，其次是中国人寿的6129亿元，中国人保、中国太保、新华保险保费收入依次为5604.6亿元、3565.55亿元和1595.11亿元。在保费增速上，五家均同比上升，新华保险保费增速达15.48%，中国人寿、中国太保、中国人保、中国平安保费同比增长率分别为7.83%、3.06%、1.5%和0.34%。

分业务来看，在寿险板块，五家上市险企寿险保费合计1.55万亿元，除新华保险和中国人寿两家纯寿险公司保费收入正增长外，人保寿险等另外三家公司均同比微降。

“寿险保费低点已过，板块投资价值凸显。”对于上市险企寿险保费整体情况，兴业证券分析师张博表示，2020年一季度新华保险、中国人寿领先的承保表现奠定其全年业绩基调，下半年保费增速低系因业务节奏、疫情短期压制购险意愿。

北京商报记者梳理发现，个险渠道新保业务的收缩或是拉低上市险企寿险业务保费收入的主要因素。

以2020年保费收入同比下降1.84%的太保寿险为例，其个人客户业务收入1985.01亿元，同比降低2.87%，其中代理人渠道保费收入达1912.91亿元，同比微降1.99%，占太保寿险2020年保费收入的91.76%。而在代理人渠道，新保业务收入290.35亿元，大降26.67%，其中中期缴业务收入219.77亿元，同比下滑33.4%，降速跌破三成。与此同时，太保寿险代理人渠道占大头的续期业务收入1622.56亿元，同比微增4.3%。

首都经贸大学保险系副主任李文中认为，个险新业务萎缩有两方面原因。首先，受到疫情影响，经济发展增速下降，个人收入增长承压，这会明显影响个险新单业务的增长。其次，疫情使面对面交流的机会减少，因此也会影响主要依赖营销员展业和银保渠道的个险新单业务的增长。

五大上市险企2020年保费“成绩单”全部揭晓。1月19日，据北京商报记者梳理，2020年五大上市险企总计保费收入达2.49万亿元，同比增长3.65%。分业务板块来看，寿险渠道团险业务剧增，且个险新业务猛降；财险中，车险保费占比减少，非车险逐渐崛起，其中意健险高歌猛进，而信保业务缩水明显。



与个险业务相对的是团险业务，2020年，团险业务保费收入一改过去多年低速增长的面貌，出现了20%左右的高增长。其中，平安人保的寿险及健康险业务，在2020年创下团体业务同比增长18.08%的成绩，而太保寿险团体业务收入同比增长24.61%。

在李文中看来，这主要是因为疫情影响之下，很多用人单位为了能够减轻员工的后顾之忧、尽快实现复工复产而为员工购买保险，而且由于前基数较小，这很容易推动团险业务的高增长。但是李文中亦直言指出，这种高增长难以保持持续性。

车险马太效应加剧

在产险板块，最引人瞩目的，莫过于车险综合改革下“台柱”车险的降温。

总体来看，三家公司合计产险保费收入8659.68亿元，同比增长3.56%。其中，人保财险、平安产险、太保产险保费收入分别为4320.19亿元、2858.54亿元和1480.95亿元，三者增速依次为0.09%、5.51%和10.85%。

头部财险公司车险保费增速依旧，但多

数占比却在不断下滑。北京商报记者梳理发现，三家上市公司2020年车险占财险业务总收入的64.37%，相较2019年的65.83%同比下降1.46个百分点。其中，除了人保财险的车险占比提升0.58个百分点外，另两家财险公司车险占比均下降，仅太保产险保费收入占比64.6%的车险业务，便相较上年同期占比下降5.17个百分点。

李文中认为，车险业务总体占比下降主要有两方面原因，即上半年疫情影响了人们的出行，导致车险需求降低；另外，去年9月车险改革导致车险费率出现较大幅度下降。

意健险疾驰

在非车险方面，意健险的高速增长以及信保业务的大幅萎缩也值得注意。

如人保财险2020年意外伤害及健康险同比大增15%，平安财险意外健康险业务收入增速更是高达32.08%。而信保业务方面，根据已公布数据来看，人保财险收入“缩水”76.79%，在各上市险企各险种中增速垫底。

“意健险发展迅速应该主要是健康险的

发展，意外险在上半年受疫情影响是负增长的，下半年疫情减轻之后旅游业出现了报复性增长，带动意外险业务恢复。”李文中认为，近年来，健康险一直保持较高的增长速度，疫情更是对人们进行了一次全面的健康风险教育，会进一步推动健康险的发展。

而对于信保业务的猛降，李文中则分析，由于近年来信保业务高速增长过程中一些保险公司放松了风险管控导致赔付率快速攀升，甚至危及少数公司的偿付能力。他解释称：在此背景下，银保监会在2020年5月初发布了《信用保险和保证保险业务监管办法》加强对信保业务，特别是融资性信保业务的监管；一些保险公司也主动对业务进行调整，收缩信保业务。”

“开门红”提前鸣枪

受疫情因素影响，部分上市险企提前打响2021年开门红。早在去年9月下旬，寿险“老大”中国人寿便推出了鑫耀东方年金保险产品；而后，太保寿险于去年9月24日推出鑫享事诚年金险（庆典版）；平安人寿推出主力年

金型产品平安金瑞人生（2021）年金保险”，并于去年11月推出“平安财富金瑞2021保险产品计划”。

万联证券非银分析师徐飞认为，险企对开门红的高度重视，叠加2020年低基数影响，将会使得2021年一季度新单保费增速和NBV（新业务价值）增速均大幅提升。

“开门红预收保费情况大好，一季度险企业绩提升已成定局。”徐飞介绍称，头部险企开门红表现出色，截至12月11日，中国平安和太保寿险新单预收保费较2020年1月实收保费增长均超过100%；中国人寿和太平人寿紧随其后，增长率达80%以上；新华保险在2020年1月新单保费高基数的基础上，仍实现了65%的增长。他认为，开门红火爆的销售情况将带动2021年一季度新单保费增速大幅提高。

同时李文中认为，部分上市险企将2021年开门红提前至去年末，按正常逻辑这会有利2021年开门红的实现。但是受两方面因素影响，是否能够真正实现险企当初的预期还有待观察。首先，在严防金融风险的大背景下，中国银保监会专门发文加以规范整顿，使得一些过去险企备战开门红的方法不能再用。其次，近来全国多地又出现了新冠疫情，一定程度上对各家险企争取开门红产生不利影响。

同时李文中介绍称，备战开门红更多是各家公司为了讨个好彩头，对全年业务一般不会产生实质性影响，因为前期需求过多释放，未来自然就会增速放缓；反之，前期需求受到抑制，未来就会出现较大的反弹。因此，他认为2021年全年保险业务的发展更多是受当年经济发展水平的影响。

而在产险方面，李文中则预测，未来意健险将继续保持高增长的态势；车险改革对车险业务增长带来的压力会逐步减轻，但是高速增长也应该不会有；信保业务随着风险释放也会逐渐趋于稳定。总体来看，对于各家产险公司而言，机会更容易出现在健康险领域，车险业务与信保业务难言有大的增长空间。

北京商报记者 陈婷婷 周茵怡

首只公募MOM“启航”50亿上限牛刀小试

自2020年底获批以来，首批公募MOM的发行成立情况也持续受到全市场关注。1月20日，首批获批产品之一的建信智汇优选一年持有期混合(MOM)(以下简称“建信智汇优选MOM”)将正式开启发行。据悉，该基金在募集期15日的基础上，设置了50亿元的募集上限。有业内人士指出，作为一类在海外发展相对成熟、国内公募市场仍属鲜见的新品类基金，公募MOM的具体发行情况仍待观察。但从长期的角度来看，受益于投资、风控、收费等多方面优势，公募MOM有望继FOF(基金中基金)之后，成为又一类备受欢迎的细分产品。

上限50亿

时隔获批仅三周，首批5只公募MOM中的建信智汇优选MOM将率先在1月20日“启航”。根据公告信息显示，该基金计划募集期自1月20日起至2月3日止，合计发行15日，并设定了50亿元的首次募集规模上限。由此不难看出，身为管理人的建信基金对这类创新产品的募集期待。

所谓MOM，即管理人中管理人基金，是境外一类成熟的资产管理产品，其做法是管理人将部分或全部资产委托给不同的资产管理机构进行管理或提供投资建议，具有“多元管理、多元资产、多元风格”的特征，既能体现母管理人的大类资产配置能力，又可以发挥不同子管理人的特定资产管理能力。

同时，从基金合同中“投资顾问”一栏的相关介绍不难看出，此次首发的建信智汇优选MOM选定了广发基金和景顺长城基金两位管理人共同运作。

在财经评论员郭施亮看来：“基金管理人+投资顾问”的模式有利于提升基金产品的专业性及针对性，也为投资者带来相对更加确定或专业的投资预期。同时，由于资产管理及配置的专业性，有利于提升MOM未

来的投资风险管理能力，降低踩雷或净值大幅下降的风险。

值得一提的是，除建信智汇优选MOM外，其余4只获批产品中的部分也已“整装待发”。某公募内部人士直言，公司方面已计划在2月开启旗下产品发行。另一家公募市场部人士也向北京商报记者透露，可能会在农历新年前发行。但对于具体时间，相关人士均表示尚未明确，需以公告为准。

代销队伍庞大

南方某公募市场部人士坦言：“不论从投资还是风险控制角度看，我个人都挺看好MOM这类产品，作为同类首只公开发行的产品，加之托管银行和众多代销渠道的帮助，应该会有不错的募集表现”。

据招募说明书披露，建信智汇优选MOM的基金托管人为交通银行，据同花顺iFinD数据显示，截至1月19日，无论从代销基金数量，还是代销基金总规模的角度考量，交通银行均在同类型机构中位居前三。而除交通银行外，建信基金第一大股东建设银行、中信证券、蚂蚁基金、天天基金等54家代销机构也将参与销售。

前海开源基金首席经济学家杨德龙认

为，公募MOM属于当前国内公募市场的创新产品，短期内就接受并参与认购的投资者或还是一小部分，多数仍在观望阶段，因此初期发行规模或不会很大。但从长期来看，MOM有较大的发展空间，长期的发展趋势也同向好，可能会与公募FOF类似，有一个慢慢成长的过程。

郭施亮也表示，由于公募MOM市场相对处于新兴阶段，对于多数投资者而言，需要有一个不断熟悉的过程，具体的募集情况有待观察，可能会受当时市场环境好坏的影响。从未来发展角度看，公募MOM的潜力尚可，良好的市场环境将更有利于基金认可度的提高。

优势难点并存

创金合信基金资产配置部负责人尹海影指出，MOM产品在投资、风控、费用等多方面具备优势。例如，投资过程中，MOM将普通基金产品的“资产配置”环节和“个股投资”环节相分离，分属母M的基金经理和子M的投资顾问去管理，进一步细化分工流程，充分发挥不同基金公司在各个环节的专业化优势，提高投资运作效率。

与此同时，MOM也能够通过专业化的多元分工，使得风险因素能够被很好地分散。另外，费用上，MOM仅一层管理费和托管费，无投顾费，相对FOF降低了成本。

当然，不可否认的是，MOM产品开展的难度同样存在。尹海影表示，MOM系统要求较高，投资运作对管理人内部各个环节的要求比较高，具有较高的专业门槛；管理人层面需要研发和运行成熟的资产配置体系；合作意愿难度大，需要同业资源强大的管理人等。

北京商报记者 孟凡霞 刘宇阳

Focus

建行迎老将 王江“回归”重任在身

北京商报讯(记者 岳品瑜 宋亦桐) 空缺了两个多月，建设银行新一届领导班子终于搭建完成。1月19日，北京商报记者从知情人士处获悉，建设银行于当日上午10点召开全体大会，中央组织部相关干部宣布，中国银行党委副书记、副董事长、行长王江出任建设银行党委副书记，拟任副董事长、行长。

纵观王江的从业生涯，在20余年的银行从业经历中，建设银行占据了16年的时间，是一位“老建行人”。公开资料显示，1999年，王江正式进入金融系统工作，第一站便是建设银行。1999年至2015年，王江在建设银行先后担任山东省分行信贷风险管理处副处长，山东省德州市分行行长、党委书记，山东省分行副行长、党委委员，山东省分行副行长、党委副书记，湖北省分行主要负责人，湖北省分行行长、党委书记，上海市分行主要负责人，上海市分行行长、党委书记等职位。

2015年，王江转战交通银行出任该行副行长，2017年7月，王江开始担任江苏省副省长，主要负责教育、文化、旅游、文物、国有资产、金融、广播电视方面的工作。分管江苏省教育厅、江苏省文化和旅游厅、江苏省地方金融监督管理局等单位。

在担任了副省长两年后，王江重回银行业出任中国银行行长。2019年12月，中国银行发布公告，该行2019年第十次董事会会议审议通过聘任王江为中国银行行长，选举王江为中国银行副董事长。

在中国银行工作一年之后，王江正式回归建设银行，刚好接替了该行原行长刘桂平的空缺。根据建设银行2019年年

报等公开信息梳理发现，当前建设银行高管团队主要包括，党委书记兼董事长田国立、纪志宏、吕家进、王浩、张敏四位副行长，首席风险官靳彦民，董事会秘书胡昌苗。王江履新行长一职后，建设银行新一届领导班子正式搭建完成。

在资深银行业分析人士王剑辉看来，建设银行新任行长有非常丰富的银行从业经验，再加上此前在地方政府方面发挥的作用和积累的经验，势必将继续加大对实体经济的支持力度，在区域类项目中做一些重点推进。同时，王江对金融科技方面颇有见地，未来如何持续推进数字化转型，巩固建设银行在行业中的已有优势，也值得期待。

对于领导层而言，如何应对疫情后资产质量防控压力，继续巩固建设银行的市场领先地位和优势也成为亟待解决的问题。在2020金融论坛年会“金融合作与变革”平行论坛现场，王江曾表示，树立正确风险观，提升风险管理的主动性和前瞻性，从发展的角度来辩证地判断，让风险管理走在市场曲线之前；强化科技赋能，提升客户服务能力和风险管理水平，洞察客户痛点，优化客户体验，释放客户价值，把风险管理融入客户服务。

“疫情之后经济同时在转型，国内外的金融形势也进入了一个错综迷离的阶段，对建设银行来说，在这种环境下，首先要稳住资产质量，不要让资产质量有大的滑坡。其次稳步推进对于实体经济的支持，更应侧重在民生层面、密集型产业方面。另外借助更多科技手段，防风控、抗风险，在新的环境下把科技提升为更为重要的地位。”王剑辉补充道。