

万能险成中小险企掘金之地

2013年,中小险企“傍上”互联网销售万能险,打出高于5%的年化收益率来招揽生意,在获得大量现金流的同时也大大提升了知名度。目前来看,投资性较强的万能险已成为中小险企迅速崛起的捷径,近期最引人关注的要数珠江人寿和天安人寿的两款万能险入驻余额宝限额销售,几分钟内售罄。

2013年不少险企的规模保费增长强劲,如生命人寿的规模保费707亿元,已经超越太平人寿的521亿元,接近泰康人寿的规模保费778亿元。而在生命人寿707亿元的规模保费中,原保险保费收入为222亿元,保户投资款新增缴费则高达485亿元。投资型保险产品已成为生命人寿保费增长的引擎。

在众多中小险企中,华夏人寿无疑是2013年的一匹“黑马”,该公司的规模保费达368亿元,仅次于太平人寿,排名第九,其中原保险保费收入仅为37亿元,保户投资款新增缴费高达331亿元。

说到这,可能有很多读者对保费如此细致的划分不知所以然,认为衡量一家险企的业绩以及市场份额就只与保监会统

2013年保户投资款新增缴费前十名(单位:亿元)					
险企	投资款新增缴费	原保费收入	险企	投资款新增缴费	原保费收入
1. 平安人寿	719	1461	6. 人保寿险	117	753
2. 生命人寿	485	222	7. 正德人寿	114	1
3. 华夏人寿	331	37	8. 国寿股份	110	3267
4. 泰康人寿	153	611	9. 和谐健康	103	1
5. 前海人寿	139	4	10. 新华保险	101	1036

一发布的原保险保费收入多少挂钩。但事实并非如此,新会计准则实施后,原保险保费收入已不能简单用来衡量人身险公司的“江湖地位”。

2013年5月,寿险保费收入的统计口径发生了明显变化,保监会在往年的“原保险保费收入”之外,新增“保户投资款新增缴费”、“投连险独立账户新增缴费”两个统计指标。

根据新会计准则,原保险保费收入已不再是人身险行业及公司所有保费收入的笼统概括,而是指传统险及通过保障风险测试的分红险及万能险的保费收入部分。所以新设两个统计口径,对没有通过风险测试的万能险和分红险的投资收入部分,则被列入“保户投资款新增缴费”。

在目前的业务结构下,仅通过原保险保费收入来衡量一家保险公司规模的大小或市场地位就不合适了,如2013年正德人

寿的原保费收入仅1.16亿元,看似一家小公司,然而其“保户投资款新增缴费”一项却高达114亿元,两项合计来看,显然跻身中型公司之列;此外,有类似情况的还有前海人寿以及和谐健康,2013年上述两家险企的原保费收入仅为4亿元和1亿元,但是“保户投资款新增缴费”一项竟然都超过百亿,足以排进行业前十名。

值得关注的是,上述“黑马”都有一个共同点:保户投资款新增缴费规模比较大,增加了总盘子“规模保费”。

不难发现,以生命人寿、前海人寿、华夏人寿、正德人寿等为代表的一批中小险

企,2013年落袋的保户投资款新增缴费远远多于原保费收入。这也意味着这批寿险公司目前销售的多为偏投资型的万能险等产品。

曾有中小型险企人士坦言,在增员乏力、个险难做的情况下,发展能带来现金流的万能险,迅速做大做强,通过投资赚利差,同时获得有实力的客户资源成为很多小公司的选择。

近十几年来,寿险业从监管层到学术界一直都在推进寿险业务要回归保障本质。但事实证明,对险企而言,保障型业务不等于盈利、不等于客户欢迎。同样,投资型业务也不等于无利可图,相反的是市场、客户一直对投资型业务兴趣颇大。

无论是什么公司,在风险可控的情况下与客户一起赚钱是硬道理!只要客户有需求、法律未禁止、公司有收益的业务都要做。尤其在目前市场经常闹钱荒、传统风险型寿险业务难以支撑销售队伍生存与发展、客户对传统保险需求难以扩大的情况下,寿险公司更应通过投资型业务吸引客户、稳定队伍、集聚资金、投资获利,实现客户、队伍与公司的三赢。

国寿养老险公司副总经理 张绍白/撰文 贾丛丛/制表

· 热点 ·

新一轮中美保险监管会谈举行

北京商报讯(记者 刘伟)2月21日,中国保监会与美国贸易代表办公室、全美保险监督官协会共同举办的第九次中美保险会谈及中美保险监管研讨会在福州举行。中国保监会副主席周延礼、美国助理贸易代表雷明、全美保险监督官协会主席亚当·海姆出席。

周延礼在会谈中指出,在国际保险监管领域,改革是主旋律,防范系统性风险和统一全球监管规则是旋律中的最新强音。

在国际保险监管改革大潮的推动下,中国保监会牢牢守住风险底线,积极推进保险行业文化理念、市场化运作、商业模式、监管制度等方面的改革,致力于实现由保险大国到保险强国的转变。中美同为保险大国,应加强信息交换、经验共享和人员交流,共同促进国际保险监管改革向纵深方向发展。雷明对中美保险会谈机制给予了高度评价,认为会议促进了双方互动,加深了双方对保险业发展、监管政策和监管改革的理

解。

会议期间,双方就中美保险业发展和监管改革、偿付能力监管改革、集团监管要素、保险业在医疗养老体系以及资本市场运作中的作用、互联网时代保险发展、巨灾保险、机动车辆保险等议题进行了交流。

中美保险会谈及中美保险监管研讨会机制对于中美之间共同探索如何在新形势下深化相互间政策理解,加强跨境监管合作起到了积极的作用。

保险业发起首届万人诚信宣言

北京商报讯(记者 刘伟)一年一度的消费者权益保护日(3·15)即将到来,为让更多人感知保险行业的正能量,近日,中国保险行业协会与和讯网共同发起“保险业首届万人诚信宣言”大型活动,在全国范围内征集一线保险代理人、经纪人的诚信宣言。

诚信宣言倡议书内容包括坚守职业道德,诚实守信、专业敬业;不夸大产品收益,不诋毁同业产品;不隐瞒保单条款盲点;不以佣金返还、礼物赠送、优惠促销等方式诱导消费者购买保险产品;努力提高自身业务水平,为消费者设计合理保障规划;严格遵守行业相关法律、法规的规定等。

本次万人诚信宣言活动将从2月24日起正式在中国保险行业协会官网与和讯网推出,并将通过“和讯网保险”微信订阅号来收集宣言者信息,如姓名、所属机构、所在城市、个人宣言、半身正面照片。

平安花6亿获中超联赛独家冠名权

中国平安集团连续四年冠名中超联赛四个赛季的独家冠名权近日终获敲定。2月21日,2014-2017年赛季中超联赛冠名仪式在工体高调举行,根据协议,平安集团将支付6亿元,每个赛季冠名费用高达1.5亿元,创职业联赛冠名费新高。而这也是中国平安继1997年收购足球俱乐部后再度涉猎足球业。

据了解,本次中超独家冠名权的争夺非常激烈,先后有多家企业参与,对此,中超公司董事

长于洪臣表示,本次中超联赛冠名企业的选择遵循了市场化的操作方式,并通过召集中超公司特别股东会,听取参与冠名竞争企业的说明,采取股东投票方式选择了企业的谈判顺序。除价格因素外,中超公司及其股东们也对竞价企业的品牌声誉、市场影响、财务实力及对中国足球的熟悉程度等进行了综合考量。中超公司认为,平安在上述维度的综合实力最强。

事实上,早在1997年1月平安就曾涉猎足球产

业,收购了深圳足球俱乐部,并且从1997-2002年短短五年时间,带领深圳足球队从一支甲B球队成功晋级甲A并于2002年甲A联赛获得亚军。而此次平安获得中超联赛的独家冠名权可谓更进一步参与到足球产业中,中国平安不仅是中超冠名史上时间最长的赞助企业,也成为了中超历史上第一个金融类冠名品牌。

对于中国平安冠名中超联赛的原因,中国平安集团品牌宣传部总经理、新闻发言人盛瑞生表示,

“第一,中国平安过去几年的发展和壮大离不开客户包括球迷在内的支持和帮助,所以冠名中超也是对大家多年的支持和帮助的感谢;第二,我们也是想借助这次冠名将平安的业务发展推向一个新的高度;第三,经过多年发展,中国足球的大环境在向好,俱乐部也都在加大投入,赛事的观赏性也在不断提高,中超本身的品牌价值也在提升,会与之成为强强联合的搭档”。

北京商报记者 苏长春

保险规划

打理少儿压岁钱首选健康保障

随着人们生活水平的提高,孩子过年收到的压岁钱也水涨船高,动辄几千元甚至是上万元,该如何打理这笔“资产”也成为了大家普遍关注的话题。孩子能富贵相伴、健康成长成为每一个家庭的期盼,这正好与收益稳健、保障健康的保险产品相吻合。

据了解,幸福人寿在新春之际就瞄准了压岁钱这一细分市场,为客户推荐“贵福宝”健康保障计划。“贵福宝”健康保障计划是基于健康生活保障和稳健财富增值两个立足点,一份保单满足客户多

种需求。

在生活保障方面,“贵福宝”包括两全保障主险责任和幸福附加贵福宝重大疾病保险,覆盖20种重大疾病保障。主险每份1000元,而附加险幸福附加贵福宝重大疾病保险每份10元,每份主险最多可搭配12份附加险,客户可根据具体情况设定健康风险保障。

在财富增值方面,“贵福宝”集长期理财规划和寿险保障功能于一体,在享有固定收益的同时还可分享公司的经营成果,既保证资金安全,又能提供稳定收益。客户可根据家

庭资产配置情况为孩子准备成长金、教育金,为家庭积累财富。“贵福宝”设定只需三年缴费期,六年即可领取满期保险金,便于

消费者灵活安排资金配置和使用周期,保险期满即可享有三倍于基本保险金额的满期金。

北京商报记者 陈婷婷

■案例:

刚当爸爸的高先生为刚出生的儿子高宝宝购买了10份幸福贵福宝两全保险(分红型),年缴保费1万元,缴费期限为三年,保险期间为六年。同时,高先生还购买了50份幸福附加贵福宝重大疾病保险,年缴保费500元。

高先生三年一共缴纳31500元。到高宝宝六岁时可获得31860元的满期金和4365元的累积红利,共计36225元(以上累积红利计算时假定年红利累积利率为3%,红利累积利率是非保证的)。同时在宝宝0-6岁期间还拥有30万元的重大疾病保障,保佑孩子健康成长。