

年末发力代销保险 银行“吸金”转移阵地

临近年末,银行总会使出浑身解数“吸金”,伴随着银行理财产品收益率吸引力弱化,代销的保险产品得到客户经理“力荐”,成为银行“开门红”战役中的别样风景。近日,北京商报记者走访北京地区多家银行网点时发现,银行客户经理推荐收益型保险产品的热情明显提高,其中,中小险企年金类产品得到主要推荐。



年末银行热荐保险产品原因

- 银行理财收益率弱化
- 完成代销收入指标
- 代销效益较好
- 年末增加销售业绩
- 客户经理激励较高

某养老年金保险产品投资情况



亿元,同口径较上年增长4.51%,主要是代理保险收入和附属公司证券经纪等代理业务收入增加。2019年招商银行实现代理保险保费943.19亿元,同比增长33.88%。

性价比几何

对于习惯在银行购买存款、理财产品的客户而言,收益型保险显得陌生许多。这些产品性价比究竟如何?未来利率趋势如何?怎样选择投资时机?也成为消费者心头的疑问。

徐昱琛对北京商报记者表示,产品是否靠谱要从两方面看待,正规银行和保险公司推出的保险产品本身都是靠谱的,不过其中的不确定因素在于,推荐产品的人,是否会存在夸大收益、故意隐瞒等不合规的推销行为,这个问题也是消费者需要关注的。

从年金险的收益率来看,在推介产品时,张晓明对北京商报记者表示,去年还能买到4.025%的年金险,今年收益率已经下调,未来的利率说不定会更低,如有意向可以尽早购买。

此前2019年8月30日,银保监会印发《关于完善人身保险业责任准备金评估利率形成机制及调整责任准备金评估利率有关事项的通知》规定,对2013年8月5日及以后签发的普通型养老年金或十年以上的普通型长期年金,将责任准备金评估利率上限由年复利4.025%和预定利率的小者调整为年复利3.5%和预定利率的小者。

周毅钦表示,监管调整年金险收益主要出于对保险公司偿付能力的风险考虑以及长周期下利差损失的担忧。对于未来年金险的收益走势,他进一步对北京商报记者指出,出于对国内长周期利率走势的判断,长期来看,如果未来5-10年,国内仍然是处于低利率环境下,年金险的收益将继续下滑。

那么,基于年金险的特性,这种产品是不是人人都适合购买?徐昱琛指出,理财型保险的功能有保障和理财两方面,一是如果想做保障用,肯定不适合买年金险,年金险主要是资产增值的作用;二是作为增值收益来看,年金险的收益没有很高,投资期限又长,适合想要资产长期稳健增值、提前锁定利率的人群。

北京商报记者 孟凡霞 马娟

热推收益型保险

在张晓(化名)的办公桌上,摆着几张刚刚勾画过的养老年金保险产品的宣传材料。张晓是一家国有大行某支行客户经理,临近年末,他越发忙碌。拿起一张宣传材料,张晓向北京商报记者介绍,现在银行存款理财产品利率不高,最近收益型保险卖得比较火,自己和家人也购买了这种保险产品。

类似的推介保险产品情形在银行网点正屡屡发生。近日,北京商报记者走访北京地区多家国有大行、股份制银行网点时发现,当客户咨询想购买银行存款及理财产品时,多家银行客户经理并未多推销自家银行理财产品,反而“主动”力荐“代销”的收益型保险产品,存够一定期限即可保本保收益成为这类产品的推荐卖点。

张晓介绍,目前该行有零存整取的年金类收益型保险,分三年交和五年交两种,1万元起存,保本没有任何风险。这种保险保障的是身故险,主要以拿利息为主,按期交,交够三年或五年后,未来急用钱可以随时取,如果

不用钱放在里面继续增值,以后每年以上一年度现金价值的3.5%进行复利增长,放的时间越长收益递增越高。

张晓对照某养老年金保险产品的利益演示材料给北京商报记者算了一笔账,以每年交5万元保费,期限三年,预定利率3.5%复利增长为例,总计交保费15万元,三年后,扣除保险代理人佣金、保险公司管理费、费用之后,年末现金价值为149769元。若三年内取出则非常不划算,三年以后每年按上一年度现金价值的3.5%进行复利增长。即第四年末现金价值为 $149769 \times (1+3.5\%) = 155010$ 元,以此类推,如果钱一直未取出,到第24年末现金价值就涨到了308394元,原保费本金翻倍。“这种产品中长期投资性价比比较高,现在利率不断下行,就当买个长期稳定收益。”

年底备战“开门红”期间,代销的保险产品也成为银行揽客利器。某国有大行一支行网点理财经理王芳(化名)对北京商报记者介绍,年底该行的存款理财产品没什么活动,不过1月1日该行有3款“开门红”的保险新产品推出,目前正在火爆预约中。

银行创收利器

为何近期客户经理不推银行理财开始热荐保险?中国保险资管协会特邀研究员卜振兴对北京商报记者表示,年末一般是商业银行冲存款的时候,银行理财账户和存款账户是在一起的,这个时候大力推动理财会对存款产生影响,而保险账户是单独开立,成为增加销售业绩的主要方向,推介产品的客户经理也会按照销售费用提取一定的奖励绩效,因此更有动力推荐。

“一年下来,银行需要完成中间收入或保费收入的指标,另外,银行与保险公司会签订保险代销协议,不同产品会有不同推广费用,通常消费者交费期限越长,给银行的手续费越高,银行推年金类的保险产品效益较好。”中国精算师协会创始会员徐昱琛补充道。

北京商报记者在走访中了解到,虽然大型保险公司与银行也有合作,但银行客户经理倾向推荐购买的基本是中小险企的产品。对此,卜振兴指出,中小型险企产品收益高,容易获得客户认可,并且一般销售费用更高,

给客户经理的激励比较到位。

金融监管研究院副院长周毅钦进一步表示,中小险企由于品牌知名度较差,因此给予银行方面的返点会较其他大型险企更高,这也是代销银行非常看中的“肥肉”。在中间业务收入返点上,理财子公司、基金等产品虽然客户接受度高,但返点明显逊色于信托、保险理财产品,因此不少银行在客户资产种类的摆布上也会综合考虑代销高返点产品给银行带来的绝对收益。

事实上,银行热推保险产品,折射了自资管新规以来,银行理财产品收益呈现下降趋势的现状。“目前银行理财产品的收益普遍下滑,保险理财产品的替代性价值就凸显出来了。”周毅钦如是说。

另一方面,保险产品的走俏也反映出作为银行中间收入的一种,代销保险取得的手续费收入已然成为商业银行创收的重要来源。

以工商银行为例,其年报显示,2019年,工行手续费及佣金净收入1556亿元,同比增长7.1%。其中,代理保险等代理代销类业务收入增长较快。2019年工行代理销售个人保险1326亿元,同比增长31.42%。招商银行年报显示,2019年该行代理服务手续费收入136.81

Market focus

公募“冠军魔咒”会重演吗

距离2020年结束还有11个交易日,公募基金的冠军争夺战也逐渐白热化。截至12月15日,农银汇理工业4.0灵活配置混合以高达131.22%的年内收益率暂居业绩榜首位,而农银汇理基金旗下2只产品以及广发高端制造股票A也以超120%的收益率紧随其后。但与此同时,有关公募“冠军魔咒”也再度被提起。往年数据显示,曾登顶年度业绩冠军的公募产品,在夺冠后次年,大多数遭遇“滑铁卢”,业绩大幅下滑甚至为负。而据最新数据,2019年度的冠军基金产品仍领跑同类平均。如此来看,今年公募“冠军魔咒”或有望被打破。

战况胶着

临近年末,冠军基金产品的争夺战也开始呈现胶着状态,而当前市场的聚焦点也集中在4只基金上。

据Wind最新数据显示,截至12月15日,农银汇理工业4.0灵活配置混合以高达131.22%的年内收益率暂居业绩榜首位,而农银汇理新能源主题灵活配置混合、广发高端制造股票A、农银汇理研究精选灵活配置混合则分别以128.88%、124.3%、123.4%的年内收益率紧随其后。

值得一提的是,此前广发高端制造股票A一直稳居首位,但上述农银汇理基金旗下3只产品则是“穷追不舍”,一直紧随其后。12月14日,农银汇理工业4.0灵活配置混合、农银汇理新能源主题灵活配置混合综

于实现反超,广发高端制造股票A则被“挤”至业绩榜第3名,可见公募“冠军争夺战”的激烈程度。

据悉,广发高端制造股票由孙迪和郑澄然共同管理。公开资料显示,孙迪曾任广发基金研究发展部研究员、部门总经理助理、副总经理,现任广发基金研究发展部总经理。孙迪当前在管基金共4只(份额合并计算,下同)。而郑澄然则是新生代基金经理,证券从业年限仅五年,曾先后任广发基金研究发展部研究员、成长投资部研究员,于2020年5月20日开始任广发鑫享混合基金经理,并于7月23日兼任广发高端制造股票基金经理。

相较之下,上述农银汇理基金旗下3位“争夺者”则均由同一基金经理——赵诣管理。相关资料显示,赵诣目前在管产品共计4只,截至12月15日,赵诣任职期间最佳基

金回报为农银汇理新能源主题灵活配置混合,高达169.61%。就当前公募基金业绩榜来看,2020年度的冠军基金经理较大可能在广发基金和农银汇理基金中诞生。

“冠军魔咒”

无独有偶,与赵诣一样,去年的冠军基金经理也有3只在管产品业绩亮眼,并同时包揽2019年度公募业绩榜三甲。

2019年,广发基金旗下广发双擎升级混合A以121.69%的年内收益率稳坐该年度的冠军基金宝座,其基金经理为刘格菘。同期,刘格菘在管的广发创新升级灵活配置混合、广发多元新兴股票也分别以110.37%、106.58%的年内收益率分别排名公募业绩榜第二、第三名,强势“霸榜”。

值得一提的是,在夺得2019年冠军基金经理桂冠后,刘格菘紧接着在2020年1月发行的新基金广发科技先锋混合,就受到投资者热捧,根据彼时公告披露的80亿元募集上限和8.68%的配售比例不算难算,该产品实际募集金额超过900亿元。

事实上,高光过后,历年来屡见不鲜的公募“冠军魔咒”,也令市场聚焦刘格菘在2020年的业绩表现。所谓公募“冠军魔咒”,即指前一年业绩排名靠前的基金,在下一年度往往表现平平甚至倒数。

例如,东方红睿华沪港深灵活配置混合以67.9%的全年收益率夺得2017年冠军基金之位,但在2018年度,其年内收益率大幅下滑至-21.97%,跑输同类平均8.97个百

分点。而在2016年以92.1%的年内收益率夺冠的国泰浓益灵活配置混合C,2017年的收益率仅为13.56%,远低于该年冠军基金的表现。另外,易方达新兴成长灵活配置混合曾以171.78%的年内收益率在2015年居榜首,但在次年,该产品的年收益率由盈转跌,大幅亏损39.83%,且跑输同类平均超35个百分点。

不过,过往的“冠军魔咒”似乎并未发生在刘格菘身上。公开数据显示,整体而言,2020年刘格菘在管的大部分产品业绩也在持续增长。数据显示,截至12月15日,2019年度的冠军基金广发双擎升级混合A的年内收益率为53.49%,跑赢同类平均13.72个百分点。当前,刘格菘在管的9只产品(份额分开计算)中,仅3只跑输同类平均,而今年表现最佳的为广发鑫享灵活配置混合,年内收益率达99.21%,接近翻倍。可以看出,公募“冠军魔咒”似乎没有在刘格菘身上上演。

避免盲从

那么,公募“冠军魔咒”背后成因究竟为何?在资深市场人士王群航看来,产品的设计定位和行情是影响基金业绩的关键因素。“要把市场和产品结合起来看。首先要关注基金产品本身的投资范围,是进行全市场投资还是进行特定行业/主题投资。其次要关注基础市场行情是普涨还是结构性上涨。比如投资特定行业/主题的基金,业绩好坏会跟基础市场的结构性行情的结构特征相关。”

财经评论员郭施亮则认为:“冠军魔咒”也与基金经理激进的投资心态有关。获得冠军后,基金经理的投资心态难免有所激进,资产管理策略可能会发生较大变化。基金经理在冠军光环的重压下,加之业绩考核以及稳定排名的压力,也可能影响下一年的发挥。

正如上述业内人士所言,所谓“冠军魔咒”,不过是基金经理投资策略与市场环境影响不符所产生的结果。在此背景下,也有业内人士认为:“冠军魔咒”的存在并非坏事。“如果表现好的产品一直都表现很好,而表现差的产品持续表现不好,市场也会极度不平衡。在不同的基础市场行业背景下,不同基金产品的投资范围、投资策略以及基金经理的能力发挥也各有不同,所以产品的业绩表现、排名也有所不同,这才是市场的魅力。”王群航如是说。

王群航预测,未来的基础市场行情,普涨的可能性越来越小,结构性行情的特征会得到强化,未来的基金绩效表现也会更加丰富多彩。

而在基金产品日渐丰富的情况下,投资者如何避免盲从投资?深圳中金华创基金管理有限公司董事长龚涛表示,从产品规模、长期收益率、产品的设计结构,是否有跟投,基金经理的履历等方面,都可以分析一位基金经理是否能够成为长期稳定盈利的“大神”;挑选基金经理和其管理的产品如同看股票的基本面,上述因素缺一不可。”

北京商报记者 孟凡霞 李海媛