主管副总编辑 韩哲 主编 陈婷婷 美编 李烝 责校 李爽 E-mail:news0518@163.com

银行系险企净利退保双增

银保渠道是保险行业最重要的销售渠道之一，当前寿险行业代理人数量急剧减少，个险渠道新单保费下滑明显，在此背景下，银保渠道的市场表现更是受到业界的高度关注。

5月5日，北京商报记者梳理各险企年报发现，2021年10家银行系险企合计实现净利润97.61亿元，同比增长13.15%；合计实现保险业务收入3126.28亿元，同比增长9.23%。其中，有8家保险业务收入、净利润双增。

保费净利飘红

目前，非上市险企2021年年报已陆续披露。北京商报记者梳理发现，2021年10家银行系保险公司：中邮人寿、工银安盛人寿、建信人寿、农银人寿、交银人寿、中银三星人寿、中信保诚人寿、招商信诺人寿、光大永明人寿、中荷人寿均实现盈利。除招商信诺人寿净利润较2020年下滑27.46%外，其余9家公司净利润均表现为正增长。北京商报记者就净利润下滑以及银保渠道相关行业问题向招商信诺人寿发函采访，截至发稿尚未获得回复。

从保险业务收入维度来看，10家公司合计实现保险业务收入3126.28亿元，同比增长9.23%。除工银安盛人寿出现了2.9%的小幅下滑外，其余9家公司的保险业务收入同样表现为正增长。其中，中邮人寿实现保险业务收入858.09亿元，稳坐“头把交椅”。

“整个行业保费收入负增长的背景下，银行系保险公司保险业务收入和净利润都实现了较快增长，这样的成绩来之不易。”对于2021年银行系险企的业绩表现，首都经贸大学保险系副主任李文中如是评价。

2021年受代理人脱落加剧及疫情冲击居民收入等因素影响，寿险业务整体承压，为何银行系险企能够“风景独好”？李文中进一步分析表示，一方面，在个人代理渠道承压转型的大背景下，银保渠道的价值相对提升，保险公司更加注重和发展银保渠道。另一方面，互联网保险新规发布之后，使得保险公司更加重视线下渠道，特别是中小保险公司将重回线下渠道，自然也会提前布局银保渠道，推动银保业务的发展。此外，银行系保险公司所取得的成绩更是与背靠股东银行，能够更有效的利用银保渠道有关。

从投资收益来看，2021年10家公司共实现投资收益674.08亿元，同比增长21.52%。其中，实现投资收益最多的是中邮人寿，该公司2021年投资收益达124.59亿元。投资收益增幅最大的是中银三星人寿，同比增长49.87%至19.32亿元。

退保攀升

得益于股东方的渠道资源，银保渠道是银行系险企最重要销售渠道。梳理来看，10家险企中，建信人寿、农银人寿、中银三星人寿等6家公司原保费收入前5位的保险产品均通过银保渠道销售。

产品类型也以年金保险产品、终身寿险等偏重储蓄型的产品为主。比如，中荷人寿2021年度原保险保费收入居前5位的保险产品中，有3款终身寿险产品、1款年金险产品、1款两全险（分红型）产品。

业内人士指出，这样的业务模式虽然能带来保费规模和现金流，但也会加剧偿付能力的消耗。北京商报记者发现，在2021年，包括中信保诚人寿、交银人寿在内，多家险企有增资、发债等资本补充动作。

对于各家银行系险企偏重发展储蓄型产品的情况，某保险公司银保部资深从业人员分析指出，从现在各家银行系公司的经营来看，大多数是在以银行方面的渠道资源优势来确保业务规模，带来充沛的现金流，但基层的展业模式相较十年前并没有实质性的提升和进步，整个行业亟待精耕细作。

银行系险企在保费规模及净利润逆势增长的同时，也出现了退保金大比例增加的情况。梳理来看，10家银行系寿险公司总退保金达340.7亿元，同比增长9.3%，其中7家公司退保金呈现快速增长趋势。

对于退保金攀升的情况，李文中表示，由于会计权责发生制的会计规则和银保渠道佣金支付规则，银保渠道业务退保金大比例增加在短期内往往对保险公司的盈利没有太大影响，甚至可能还会有利于营利。但是，退保金大幅增长会在当期给保险公司带来流动性压力，从长远看会给公司后续的营利带来压力。对于保险公司而言，要降低退保大幅增长所带来的压力，需要注重客户选择，更要关注那些抗风险能力强的客户。

银保亟待转型

各家银行系险企在着重发展银保渠道同时，纷纷迈上了渠道改革的步伐。如中邮人寿、中银三星人寿、中荷人寿、农银人寿等。

公开资料显示，在中邮人寿2022年工作会议上，该公司提出，一是深耕细耕主渠道，二是推进“一主多辅、多点发力”多元渠道策略，在深耕细耕邮银主渠道基础上，加快团险业务发展，积极开拓互联网及中介业务。同时全面推广数字化营销，提升数字化运营能力。同时，中邮人寿的新股东友邦保险，也将在产品开发、科技、投资、风险管理、拓展和深化中邮保险独有分销潜力方面，为中邮人寿提供支持。

同样计划进行多元渠道发展的还有中荷人寿，在中荷人寿2022年工作会上，该公司党委书记刘向途提出了十项重点工作，包括推动银保提升、加快个险转型、发展网销直营等。

不同于中邮人寿、中荷人寿的多元渠道布局，中银三星人寿将目光放在了互联网渠道。该公司董事长王建宏曾表示：充分利用商业银行比较优势，积极布局互联网保险战略，打造第一和第二增长曲线。

在银行系险企的渠道转型过程中，个险渠道也被重视，农银人寿将价值转型、渠道转型确立为该公司的业务经营方向，推进个险渠道发展，推动银保渠道价值转型。

对于渠道转型的考虑，农银人寿方面表示，保险回归保障本源的核心表征是保障型和长期型业务成为市场和客户的主流选择。对于银行系寿险公司而言，银保渠道的转型就显得尤为迫切。

可以看出，在回归保障的大背景下，转型已经成为行业共识，但行业转型与银保渠道本身并不冲突，关键在于对渠道的利用。上述保险公司银保部资深从业人员分析表示，银保渠道资源是银行系险企的天然优势，如果各家公司集中精力做好银行渠道的深耕，也能形成自己的核心竞争力。对于银保渠道的利用，他进一步建议指出，目前银保渠道产品销售，大多由理财经理完成，他们拥有客户资源和销售能力，除了推销短、平、快的储蓄型产品，也应该尝试进行重疾、意外、医疗等保障型产品的销售。

李文中也建议，各公司不仅要布局渠道转型，还应该与股东方银行合作加强客户分析，挖掘更多的优质客户并做好客户细分，满足不同客户的保障需求与投资需求，同时，在当前投资风险较大的背景下更注重保障型保险产品的开发与销售。

北京商报记者 陈婷婷 李秀梅