

寿险改革红利渐近 五大上市险企年报交卷

投资拖累净利 资产配置画像清晰

北京商报记者统计,2022年五大上市险企合计归母净利润1746.71亿元,同比下降19.06%,日均约赚4.79亿元。

从盈利情况来看,5家上市险企净利润一升四降。2022年中国平安归母净利润为837.74亿元,依旧占据5家公司榜首位置。中国人寿、中国人保、中国太保、新华保险分别实现净利润320.82亿元、244.06亿元、246.09亿元、98亿元。

2022年,利率持续下行,股票市场波动加剧。在复杂的投资环境中,5家上市险企的总投资收益合计4681.57亿元,同比下滑18.15%。从投资收益效果来看,5家险企总投资收益率位于2.5%-4.6%区间,净投资收益率则位于3.94%-5.1%区间。

2023年,各家险企投资策略是怎样的?从配置结构看,债权型金融资产投资和权益类资产配置依旧是公司资产配置的主要方向。在中国人寿业绩会上,该公司副总裁刘晖表示,在固收方面,将把握利率高位,在固收投资方面做强固收底仓,重点提升票息收益,资产久期,对于长周期、低风险的利率债应配尽配。在权益投资方面,做稳权益投资,统筹好收益增强和波动管理。

中国平安首席投资执行官邓斌也透露,将保持在战略资产配置牵引下,加强战术配置,包括板块的轮动、时点的选择、节奏的把握,会通过寻找最优秀的投资经理,通过投资渠道,创造超额收益。

不同于2022年保险业投资端经历了大考,随着我国经济复苏,业内人士一致认为保险业资产端和负债端将同步改善。而随着2023年股市、债市回暖,上市险企的投资收益和净利润也有望回升。据浙商证券分析师团

随着新华保险公布2022年度业绩,A股五大上市险企2022年成绩单揭开面纱。3月30日,北京商报记者统计,2022年五大上市险企合计归母净利润1746.71亿元,同比下降19.06%,日均约赚4.79亿元。受市场震荡下行影响,投资端表现不佳,5家上市险企的总投资收益合计4681.57亿元,同比下滑18.15%。

在负债端,随着寿险转型进入深水区,在严峻复杂的市场环境下,上市险企寿险新业务价值增长持续承压,有公司发力多元业务,注重银保等渠道发展。财险板块车险保费回暖的同时,非车业务占比进一步提高。



队预测,2023年一季度10年期国债收益率基本在2.9%上下小幅震荡,750天国债收益率曲线下行趋势放缓,权益市场表现较好,考虑2022年同期投资收益基数较低,预计行业投资端收益反弹,助力利润增长。

多元渠道“放彩” 代理人规模再探底

在寿险行业深度转型和疫情冲击的大环境下,2022年,各家公司新业务价值、保费收入增速持续承压。

从经营表现来看,2022年五大上市险企的寿险新业务价值均出现不同程度下滑。太保寿险新业务价值下滑31.4%至92.05亿元。人保寿险新业务价值为26.69亿元,同比下降17.3%。

个险渠道式微的同时,有险企积极拓展多元渠道。平安寿险2022年银保渠道新业务价值同比增长15.9%,国寿寿险银保渠道保费规模及业务价值也实现较快增长,银保渠道总保费达634.15亿元,同比增长28.6%。

随着行业进入转型攻坚期,行业内人身险公司持续主动清退落后产能,持续推进代理人队伍向优质、专业、高效转型。2022年,上市险企代理人数量再次“探底”。太保寿险月均保险营销员27.9万人,同比减少46.9%;代理人队伍规模急速减少的还有人保寿险,截至2022年末,该公司“大个险”营销员为9.74万人,减少47.61%。

随着各家公司代理人队伍转型走后半程,转型成效可以预见,以平安寿险为例,2022年,该公司代理人人均新业务价值同比增长22.1%,寿险及健康险业务营运利润同比

增长16.4%。

“从这些数据来看,代理人规模下降的趋势已经逐渐平稳。”北京工商大学中国保险研究院副秘书长宋占军表示,有再保机构分析认为,中国保险市场300万保险代理人可以满足消费者购买保险的需求。在当前人身保险代理人队伍的基础上,下一步应进一步提升人均产能,提高代理人留存率。

对于2023年的行业发展,中国人寿董事长白涛表示:“第一,行业的复苏正在加快进行;第二,行业转型在加快;第三,支撑整个行业价值增长的积极因素在加快形成;第四,销售队伍的核心骨干和人均产能是稳定的,为整个行业的回升奠定了基础;第五,银保渠道在发力。”

白涛同时也表示,在营销体系改革、数字化经营、综合化发展、生态化建设这些新动能

的带动下,寿险业结构性和长期性的增长空间正在打开。

车险回温 非车占比“再下一城”

与“愁云惨淡”的寿险业务不同,2022年财险“老三”平安产险、太保产险、人保财险保险业务收入齐涨。其中,平安产险、人保财险保费增速分别为10.4%、8.3%。太保产险保险业务收入增速也达到了11.6%。

车险业务方面,经过车险综改后财险业“提质、降本、增效”的改革成效初步显现,加上2022年汽车消费需求上升、车辆出险率下降、汛期巨灾少发等因素影响,2022年三家公司车险业务持续回温,车险保费收入均超过了6%。

而随着《中国保险行业协会新能源汽车商业保险专属条款(试行)》发布,财险“老三”在新能源车险市场也“开疆扩土”。其中,太保产险2022年新能源车保费增速超过90%,业务成本有所降低。人保财险也表示,公司新能源车险保持较快增长。

与此同时,三家公司也在积极主动扩展非车业务,优化非车险业务占比。具体而言,太保产险2022年非车险业务收入同比增长18.8%,占比达43.2%;人保财险非车险业务占比44.1%,同比提高1个百分点。根据业内预测,头部险企有望凭借在费率、渠道方面的优势,进一步扩展盈利空间。

在上海对外经贸大学保险系专家朱少杰看来,虽然我国的汽车保有量仍处于增长通道,车险保费收入随着汽车保有量的增长已经上升至很高的规模,但由于市场竞争激烈,车险业务的盈利性并不好。不管是头部险企,还是中小险企,都需要从非车险业务中寻求突破,获得业务增长点。

北京商报记者 陈婷婷 胡永新 李秀梅

支付机构“出海热”背后

2023开年以来,不少支付机构在全球化布局上动作频频。

3月30日,北京商报记者获悉,PingPong于近日获得由澳大利亚证券和投资委员会(ASIC)颁发的金融服务牌照,由此获得在澳大利亚从事非现金支付和外汇业务的许可资质。

牌照合规是支付机构全球化布局的重要一步。除了PingPong外,北京商报记者梳理发现,目前,包括连连、Airwallex空中云汇、汇付、新国都等机构也在紧锣密鼓加码全球化业务,在业内看来,随着外部环境的改善,行业未来发展预期仍然向好,不过竞争也将更为激烈。

揽牌不断

支付行业涌现“出海热”。

最新动作来自PingPong,3月30日,北京商报记者获悉,PingPong再次斩获一张牌照,获得在澳大利亚从事非现金支付和外汇业务的相关许可资质。截至目前,PingPong已揽获澳大利亚ASIC颁发的AFSL、加拿大FINTRAC颁发的MSB、美国FinCEN颁发的MSB、美国多州颁发的MTL、欧洲卢森堡CSSF颁发的EMI、中国央行颁发的《支付业务许可证》、中国香港海关颁发的MSO、中国香港证监会颁发的LFETL、日本JPSA会员认证、印度OPGSP等。

PingPong联合创始人卢帅在接受北京商报记者采访时指出,对于跨境支付行业来说,通过持牌,能够更深入地渗透本地市场,为用户提供高度本地化和专业的服务。目前,PingPong已经实现了在全球五大经济体和新兴经济体持牌,实现了从全球贸易需求市场到供给市场的双向合规,有助于更完整地服务客户端到端的交易需求。

拓展全球,合规要先行,牌照的获取无疑是第一步。北京商报记者多方采访了解到,近年来,在国内监管环境趋严、市场竞争将激烈、流量红利见顶的环境下,“出海”逐渐成为香饽饽,越发占据更重要的位置,并引来嗅觉敏感度的支付机构扎堆布局,纷纷谋求率先抢

占市场。

目前除PingPong外,包括连连、Airwallex空中云汇等机构亦在市场上耕耘多年,另外,汇付、新国都等机构也是市场重要参与者。

例如,3月30日,连连国际联席CEO沈恩光向北京商报记者介绍,目前,连连已持有美国全境、新加坡、泰国、印尼、英国、中国大陆、中国香港等地60多张支付牌照及相关资质,是国内少有的双向均持牌的支付企业;除了获牌外,同时,连连在中国、美国、新加坡等全球9个国家和地区设有办公室,组建了服务能力更强、更懂当地市场的本土化团队,可提供中文、英语、泰语、葡语等多语种客服支持,助力卖家触达更多潜在客户。

另外,新国都也已于2022年先后获得欧洲PI牌照、美国MSB牌照,新国都跨境支付产品中心总经理欧积泉称,今年集团还将加速发力,以服务跨境电商、外贸出口企业为主,提供全球收款、国际支付收单、VAT付款服务、国际转账和换汇等产品。在全球化布局上,除了已有的欧美地区市场,公司也将在南美、东南亚等新兴市场上布局。

而刚在今年3月初完成了对持牌支付机构100%股权收购的Airwallex空中云汇,也称将进一步拓宽全球金融服务范围,完成国内牌照收购后,其全球支付网络已全面覆盖中国内地、中国香港、新加坡、澳大利亚、美国、加拿大、英国、欧洲多国等150余个国家和地区。

此外,作为国内首批境内外双向持牌的支付机构汇付国际,近年来也在不断拓展海外持牌的区域覆盖,并称后续还将着重发力在东南亚与欧洲等地的本地化资金收付能力。

业务谋变

出海对业内来说,并不是新鲜词。但不同于早期的跑马圈地、野蛮扩张,如今支付企业的跨境业务也开启转变,有了不一样的战略。

当前,中国对外投资快速增长,包括电商、互娱、本地生活等各行业企业,都在加速全球化布局。北京商报记者了解到,面对新的外贸形态,如何在保证安全合规的同时,更加简便、快速、高效、低成本地进行跨境资金往来操作,是如今爆发式增长的外贸商家最大的需求,尤其是对于大型跨境企业来说,则更倾向于一站式的跨境跨境资金统筹方案。

“能感受到,越来越多的出海企业更注重品牌、合规以及资金的安全运营,从而更加依赖支付服务商能够运用信息化、数字化、智能化的能力,高效完成资金结算,同时替他们进行相关的合规与风险管理。”3月30日,汇付国际董事长姜靖宇在接受北京商报记者采访时谈到。

在姜靖宇看来,未来跨境支付行业的发展也将会越来越整合,所提供的服务也会逐渐从单一支付通道的模式向一站式综合资金解决方案发展。

例如,打通跨境资金清算服务、贷款金融服务、海外站点收单、货币兑换、全球资金下发、税务服务等一站式综合资金解决方案,就成为了汇付国际的核心竞争力之一。

当然,这并非孤例。围绕跨境企业核心需求,沈恩光同样称,连连国际联合有资质的行业伙伴,推出了集一键开店、全球收付款、收单、全球分发、汇兑、融资服务平台、退税等服务为一体的一站式跨境贸易服务平台,可帮助中国品牌出海,货通全球。

截至目前,连连国际已累计服务超170万跨境店铺,业务范围覆盖全球100多个国家和地区。

PingPong同样称,已建立的200+国家和地区业务覆盖、71国资金通道以及30+全球分支机构,能够高度支持企业的全球化和本地化运营,提高科技企业在海外的客户触达和品牌黏性。

Airwallex空中云汇则介绍,打通了全球多个银行、卡组织和第三方支付系统,实现跨国、跨系统、跨币种的实时支付,并在此基础上提供发卡、收单等一系列附加产品,满足用户的跨境支付全链路需求。

而作为支付终端的制造商和出口商的新国都,则亮出了渠道和客源。欧积泉介绍,目前,新国都全球员工总数约2500人,在国内外有着稳定的营销网络和客户群体,国外客户主要是金融、支付领域的机构;另外,新国都在出口贸易有着丰富实践和经验,可提供成熟稳定的产品和服务。

仍存挑战

随着外部环境的改善,业内对行业未来发展预期仍然看好,不过可预期的是,行业竞争也将更为激烈,面临的挑战同样不小。

“竞争会愈发激烈,对跨境收款服务商们来讲,跨境出口电商一直是命脉所在,所以在市场相对饱和的前提下预计竞争会更加激烈,市场头部机构们将会继续涉足跨境出口小额B2B等市场。”博通咨询首席分析师王蓬博预测。

同样不可忽视的是,加快“走出去”的过程中,合规、本地化运营等问题也随之而来。

尤其是对于跨境支付企业而言,如何平衡不同国家、不同金融政策法规、不同金融管理办法而引发的合规性难题,成为横亘在机构面前的一大难题。业内认为,在未来,如何兼顾“合规”与“灵活”将会是行业主要竞争趋势之一。

“合规性仍是跨境支付服务商们最需要重视的关键问题。”在王蓬博看来,目前国内跨境支付行业主要面临的反洗钱难点和行业自身特点相关。不管是跨境电商B2C卖家还是近年来兴起的外贸B2B,卖家都集中在腰

部和底部,以中小卖家为主,这就导致交易规模较小,但频率高、类目多,行业非标产品多,交易流程碎片化严重,而也正是这些特点,导致支付过程中最难做到反洗钱合规要求的资金流、物流、信息流三流合一,即对真实交易场景的判断困难。

王蓬博认为,从收入构成上来讲,手续费仍然是最主要收入来源,在保证收款安全和实效性的基础上,拓展更多服务方向,提供更多增值服务一定是支付机构未来发力的重点。比如,跨境支付服务商也在积极推出相应产品和措施,帮助跨境贸易公司解决国外电商平台政策收紧带来的合规性问题、融资难账期长资金压力大、汇率剧烈波动造成收入受损等最急需解决的问题。

针对后续海外业务拓展,易观分析金融行业高级咨询顾问苏筱芮则认为,支付机构在能力打造上主要有三方面,第一是通过海外牌照的获取,在展业范围上取得更大突破;第二是不断升级公司的科技能力,通过科技赋能产业升级在跨境支付业务中赢取市场口碑;三是针对跨境企业、跨境场景的特点持续增强数字化能力,通过对传统跨境支付痛点的深入研究,为商户提供更优质、高效的支付服务。

多家机构同样向北京商报记者透露了后续战略方向。例如,未来PingPong将继续扩大以合规为基础的全球化和数字化支付服务网络;连连国际称将继续连接整合生态,搭建“全球支付金融网络和跨境贸易网络”两大网络,为B2C平台卖家、B2B外贸企业、独立站、国际物流、旅游商、跨境MCN、留学教育机构、出海App等不同发展阶段的跨境企业提供量身定制的出海解决方案。

新国都则表示,未来三到五年,除了欧盟、美国,也还将在其他地区,如英国、加拿大、中国香港等申请支付牌照并展业,覆盖更多的出口贸易热门目标地区;业务方面,除了服务国内的跨境出口贸易企业,也将在海外当地合规展业,发展海外当地商户。

北京商报记者 刘四红