

摒弃片面追求规模和业绩,回归风险保障本源——

保险业“开门红”风光不再了吗

本报记者 李晨阳

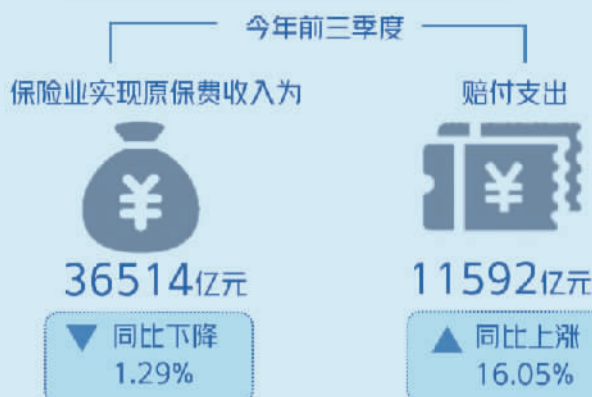
保险业“开门红”

一般指险企每到岁末年初重点销售某些保险产品的传统。在此期间,多数险企通常会主推收益率较高的年金保险产品来吸引客户



上图 近日,平安人寿北京分公司的工作人员(右二)在为客户讲解保险产品和服务条款。(资料图片)

银保监会数据显示



陶然论金

当前,A股市场“元宇宙”概念股受到资金追捧,11月刚过去一旬,就有相关概念股涨幅超过60%甚至80%。如此涨幅,惊动了监管部门,目前深交所已对多家涉及“元宇宙”概念股的公司下发关注函,要求具体说明主营业务与“元宇宙”的相关性,是否存在“蹭热点”行为等。

“元宇宙”概念突然火热有其原因。近期,国外大型互联网公司为了应对流量见顶的现实问题,纷纷表示将建设一个更加真实的虚拟世界以吸引客群,并抛出“元宇宙”概念。

客观来说,“元宇宙”概念确实画了一张行业发展的“大饼”,其将整合多种新技术而产生新型虚实相融的互联网应用和社会形态,基于扩展现实技术提供沉浸式体验,基于数字孪生技术生成现实世界的镜像,将虚拟世界与现实世界在经济系统、社交系统、身份系统上密切融合,可能带来长期投资机会。

反观国内被炒热的“元宇宙”概念股,却发现公司多为游戏软件公司,与国外互联网公司的“元宇宙”概念相去甚远。让人纳闷的是,当A股中某上市公司表示将推出一款“元宇宙”概念游戏后,其股价随之大幅度拉升。难道国内资本对“元宇宙”概念的认识仅仅停留在游戏层面?一个让游戏更加真实的“元宇宙”恐难以吸引资金的持续流入。

个人投资者应对当前被炒热的“元宇宙”概念股保持清醒认识,切勿贸然为一个刚刚兴起且不成热的概念买单。判断行业的成长性,首先要看应用终端是否普及,能否建立虚拟和现实的联系。其次要有真实的内容建设和落地场景。当“元宇宙”终端产品的销量提升,带动终端厂商、代工厂需求提升;内容公司开始提供其他具有社交属性的内容产品;不断有新技术和公司“元宇宙”的各个组成部分进行优化时,这个行业才真正开始走向成熟。

“元宇宙”离进入寻常百姓家还很遥远。过多的资金炒作题材概念,不利于资本市场健康发展。监管部门应密切关注市场动态,关注账户联动,关注异常交易,依法依规严肃处理操纵市场行为,净化市场生态。

当前,证券监管部门正全面落实“零容忍”的执法理念,并通过不断完善法规机制,加强与司法的衔接,加大对市场操纵等恶性违法违规行为的打击力度。提醒资本市场某些参与者,应将精力更多地放在行业研究上,不要通过炒作概念、利用资金优势短期拉升操控股价,坑害中小投资者,赚取不义之财。

“元宇宙”应是一项长期投资建设的系统性工程,其基本面还有待时间验证,短期热炒不可取。

本版编辑 祝惠春 王宝会 美编 高妍

示,作为兼顾“财富+养老+传承”的新一代年金型保险产品计划,御享财富的推出,是平安人寿积极落实“保险姓保”,以客户需求为导向,提升产品供给能力,构建多层次产品体系的重要举措。

中国社会科学院保险与经济发展研究中心副主任王向楠告诉记者,加强产品的养老保障属性能放宽投保人年龄要求,吸引更多为生命周期风险做财务规划的投保人,可以说,积极应对人口老龄化对保险业“开门红”有着积极影响。不过,高龄人群的寿命长短、各类疾病的发生率和费用、护理需求等数据的积累相对较少,长期趋势不容易预测,所以险企发展这类产品,更要先建立稳健的定价和核保能力。

“此外,养老保障产品具有期限长、资金量大等特点,年金险+万能险的产品设计形式丰富,所以产品设计、营销和后续管理更考验公司的经营水平。特别是高龄人群金融风险知识和技能整体上较弱,这就要求保险公司多为消费者讲解,帮助消费者分析,并提供真正适合其需求的产品,要以客户为中心,把保单视角转为客户视角。”王向楠说。

对于明年“开门红”销售环境的研判,中国人寿副总裁詹睿认为,经济以及疫情的波动将影响客户需求释放的程度,同时疫情防控的常态化对线下展业的影响亦较大。规模人力下滑,监管机构、公司自身对于高质量发展的要求越来越高等因素也会带来一定的挑战。据悉,此前监管方面就强调人身保险应科学制定发展战略,合理规划全年发展任务,平衡业务发展节奏,有效防控经营风险,促进人身保险市场平稳健康高质量发展。

从人海战术转向精耕细作

在寿险业改革的大背景下,代理人规模缩减已是大势所趋,但险企从过去粗放的人海战术转向精耕细作经营或许会给“开门红”业绩带来一些期待。各家险企面对保费增长的压力,“开门红”的激励效应显得更加重要。银保监会数据显示,今年前三季度,保险

从目前几家保险公司推出的2022年“开门红”产品来看,其更多关注客户养老保障的需求。以中国人寿这款“鑫裕年年年金保险”为例,该产品面向60周岁至75周岁客户群体提供年金、祝寿金、身故保险金,为客户退休后的品质生活提供有力保障。也就是说,凡60周岁以上、75周岁以下,身体健康者均可投保。而且该产品的年金领取方式分为定期领取和终身领取两种,投保人在投保时可选择其中一种作为合同的年金领取方式。

不难看出,在行业淡化“开门红”的背景下,险企纷纷摒弃片面追求规模和业绩,以高费用换取短期业务发展的经营思路,回归风险保障本源。险企更加注重从消费者需求出发,突出保险产品的风险保障功能,不断优化产品供给,满足消费者真实需求。

清华大学经济管理学院中国保险与风险管理研究中心主任陈秉正在接受经济日报记者采访时表示,保险公司放宽投保年限,以及推出专门针对老年人的年金保险,能够鼓励个人购买商业养老保险,给老年人更多选择空间,这不仅是在人口老龄化加速的背景下助力发展第三支柱养老保险,而且符合国际惯例以及商业保险的内在逻辑。

满足养老保障需求成切入点

对保险公司来说,在淡化“开门红”的情况下,如何设计出既符合市场需求又能给公司带来业绩增长的产品呢?据了解,多家险企把满足养老保障需求作为切入点,转向为不同群体提供差异化养老保障服务。平安人寿近日推出的“御享财富年金保险”也将投保年龄放宽到了75周岁,交费期限可选3年或5年,保障期间8年。平安人寿方面表

财金观察

相较以往,保险业2022年“开门红”来得稍晚一些。按照惯例,往年进入11月便是各家险企“开门红”同台竞技的重要阶段,但是今年多家险企都推迟了“开门红”的时间。目前,只有中国人寿、平安人寿等几家推出了相关产品。作为保险公司每年的重头戏,“开门红”一直是险企完成全年保费目标的关键时期,但是随着监管趋严,近两年“开门红”逐渐降温,接下来险企将如何改变传统营销模式,实现高质量发展?

淡化“开门红”成行业共识

保险业“开门红”,一般指险企每到岁末年初重点销售某些保险产品的传统。在此期间,多数险企通常会主推收益率较高的年金保险产品来吸引客户,比如年金险附加万能账户,交费期限多为趸交、3年、5年,保障期间多为10年及以下。但是,今年多家险企推迟了“开门红”的启动时间,淡化“开门红”已成行业共识。

对此,业内人士分析称,“一方面,在新冠肺炎疫情、寿险改革、代理人规模下滑的影响下,各大险企负债端承压,部分险企还在冲刺全年目标任务,能够分配给‘开门红’业务的资源有限;另一方面,去年银保监会发布《关于加强规范经营促进人身保险行业高质量发展的通知》,强调在行业‘开门红’、新销售行为进行持续监测,坚决打击险企违规开发保险产品、炒作产品停售、误导宣传等行为。面对监管利剑,今年险企在‘开门红’的启动时间、方案设计等方面更为谨慎。”

农业银行金华分行:

金融“活水”助力“金华智造”

浙江中科磁业股份有限公司是一家集研发、生产、销售为一体的新型磁性材料生产企业,是浙江省“凤凰计划”清单企业。当前,企业上市工作正在有条不紊地进行。

在中科磁业筹备上市的过程中,农业银行金华分行始终给予高度重视和支持,多次实地走访企业,针对企业在不同时期的金融需求,为企业定制具体服务方案,累计为企业发放各项贷款5275万元,成功帮助企业改进生产线、引进新设备、增产增收。尤其在2021年6月份,为企业发放贷款1708万元,及时满足了企业在原材料价格上涨背景下的资金需求,在企业上市进程中添砖加瓦,助力企业“凤凰涅槃”。

这是农业银行金华分行支持制造业高质量发展的一个缩影。

近年来,农业银行金华分行在当地监管部门的大力指导下,用金融“活水”助力“金华智造”,持续加大金融供给、政策供给和产品供给,有效推动资金直达制造业。通过制定金融支持金华制造业高质量发展十六条措施,把支持制造业作为服务地方经济发展的重中之重,专项配置制造业信贷规模,实施制造业十亿元信贷行动。同时,围绕“新基建”“新智造”计划和产业集群2.0培育攻坚行动,突出支持重点,加大支持高端制造业,有效助力传统制造业向数字化、绿色化制造业转型升级。截至9月末,新增制造业贷款66亿元,增速20.36%,高于各项贷款增速6.36个百分点。

(数据来源:农业银行金华分行)

·广告

邮储银行绍兴市分行:

坚持金融服务“三农”

“谢谢你们,有了这笔贷款,我的资金压力终于得到了缓解,又可以放手去干了!”浙江青瓦农业开发有限公司负责人杨先生在获批邮储银行绍兴市分行1000万元个人经营性贷款后,连连向客户经理表示感谢。

浙江青瓦农业开发有限公司成立于2017年,是一家集种植、批发零售、养殖销售、农业技术推广服务为一体的农业企业,企业发展前期资金投入需求比较大,而农业产业的特点又决定了其回收周期长,随着企业规模的逐步扩大,资金不足的焦虑充斥在负责人杨先生心头。

邮储银行绍兴市分行的工作人员在客户走访中了解到企业主杨先生的资金需求后,及时赴企调研,综合客户实际情况,为杨先生提供了额度1000万元、额度使用期为5年的个人经营性贷款支持,使企业扩大再生产有了保障。

一直以来,邮储银行绍兴市分行在当地监管部门指导下,坚持服务“三农”、城乡居民和中小企业的定位,将“普之城乡,惠之于民”的理念与助力乡村振兴战略充分结合,发挥深入县域、扎根农村的特殊优势,用方便快捷、优质高效的金融服务,全面助推当地涉农经济的发展。近年来,邮储银行绍兴市分行持续加大对“三农”领域的信贷支持力度。截至目前,当年累计发放个人经营性贷款6400多笔,金额37.89亿元,为当地小微涉农客户持续全方位提供助农金融服务。

(数据来源:邮储银行绍兴市分行)

·广告

上海银行继续保持上海地区养老金客户数前列

近期发布的上海银行三季报显示:截至2021年9月末,上海银行养老金客户160.27万户,继续保持上海地区养老金客户前列,养老金客户资产管理规模更是占零售客户的比重达到45.85%。

上海市老年群体“精致”、“有腔调”,对品质生活的要求丝毫不输年轻人,而上海银行则服务了上海地区逾三分之一的养老客户。

助力打造老年友好型社会

如今,走进上海银行网点,随处可见提升为老服务体验的细节。网点硬件服务为老化改造,智能服务渠道的适老化便捷升级,推出惠老产品等,不断完善“适老、为老、助老、惠老”养老服务模式。

此外,上海银行为助力打造老年友好型社会、适应城市老龄化趋势、服务社会民生,开展了一系列公益活动。自2021年11月起,全行范围内组织启动了“美好生活在您身边”金融服务进社区活动。上海银行主动作为,开设市民课堂,组织网点骨干、党员志愿者“走出去”,以老年人喜闻乐见的方式讲解金融知识,提升金融素养,为有智能技术应用需求的老年人提供悉心讲解、使用指导,帮助他们跟上数字时代步伐,提升老年人在“人民城市人民建,人民城市为人民”建设中的获得感、幸福感和安全感。截至目前,活动已累计开展约600场,服务覆盖近4万名老年居民。

精神大餐成就美好生活

建设老年友好型社会,既要注重改善生活条件,又要满足精神需求。上海银行深谙此道,在刚刚过去的重阳节,为老年客户献上了沪剧演出的“精神大餐”。

10月13日,正值重阳节前夕,在全新升级、享有“上海之扇”美誉的宛平剧院内,一场由著名沪剧艺术家倾力演绎的经典沪剧《雷雨》正在上演。在一众名家的精彩演绎和沪剧委婉缠绵的旋律渲染下,鲜活的人物形象和经典的唱段剧情,引得台下观众掌声雷动,大呼过瘾。

这是上海银行连续五年推出“美好生活”沪剧专场演出,为老年客户献上的一份特别的重阳节礼物,使他们在享受中华传统戏曲文化浸润的同时,也让艺术融入老年客户的“美好生活”。

这场沪剧演出信息发布之初,就引起众多老年客户的关注,虽然今年门票数量比往年增加了几百张,但在开票后短短几分钟内,就一抢而空。事实上,为满足老年客户的精神文化需求,今年“美好生活”沪剧专场演出也增加了场次和剧目。早在9月份,首场演出已在逸夫大舞台上演,为老年客户呈送了红色经典沪剧《芦荡火种》,与客户共同重温那段红色记忆。

除此之外,上海银行还参与了上海市“乐龄申城·G生活”志愿服务活动,在全市掀起帮助老年人解决智能运用的热潮,为更多老年人提供服务便利和实惠。

(数据来源:上海银行股份有限公司)

·广告