

财险公司非车险业务提速 意健险保费增速远超人身险公司

■本报记者 冷翠华

根据银保监会最新发布的数据,今年前4个月,保险行业实现原保费收入约2.12万亿元,同比增长6.45%。其中,人身险公司取得保费收入约1.62万亿元,同比增长7.3%;财险公司取得保费收入4954亿元,同比增长3.73%。

值得注意的是,《证券日报》记者注意到,财险公司非车险业务快速发展,尤其是其意外险和健康险(统称为“意健险”)业务增速远超人身险公司。业内人士认为,财险公司和人身险公司经营意健险的产品结构以及经营方式的不同,以及车险综合改革背景下财险公司大力发展非车险业务等几方面因素,共同促成了财险公司意健险保费的高增长。

短期健康险增速快

最新数据显示,今年前4个月,财险公司的意外险保费收入为211亿元,同比增长27.87%;同期,人身险公司的意外险保费收入218亿元,同比下降5.2%。同时,前4个月,财险公司健康险保费收入为783亿元,同比增长31.4%;同期,人身险公司的健康险保费收入为2995亿元,同比增长11%。

从业务性质来看,无论是短期意外险还是短期健康险,都属于人身险业务,但财险公司也可以经营这两项业务。财险公司意健险保费增速为何远超人身险公司?清华大学五道口金融学院中国保险和养老金研究中心研究总监朱俊生认为,这与保险公司的业务结构和经营方式有关。以健康险为例,财险公司经营健康险是以医疗保险为主的短期产品,而人

身险公司经营健康险则是以重疾险为主的长期产品。重疾险的件均保费较高,但其对医疗费用报销的杠杆作用不明显,更多体现的是收入补偿功能,而医疗险以其低价格、高杠杆等特点,近年来业务增长较快。因此,从保费增速上看,财险公司的健康险增速明显高于人身险公司。

同时,从经营方式来看,财险公司经营意健险主要借助和互联网平台合作等方式,场景化特征明显,而人身险公司主要依赖传统的代理人或保险中介渠道,这也使财险公司的短期人身险业务增速较快。

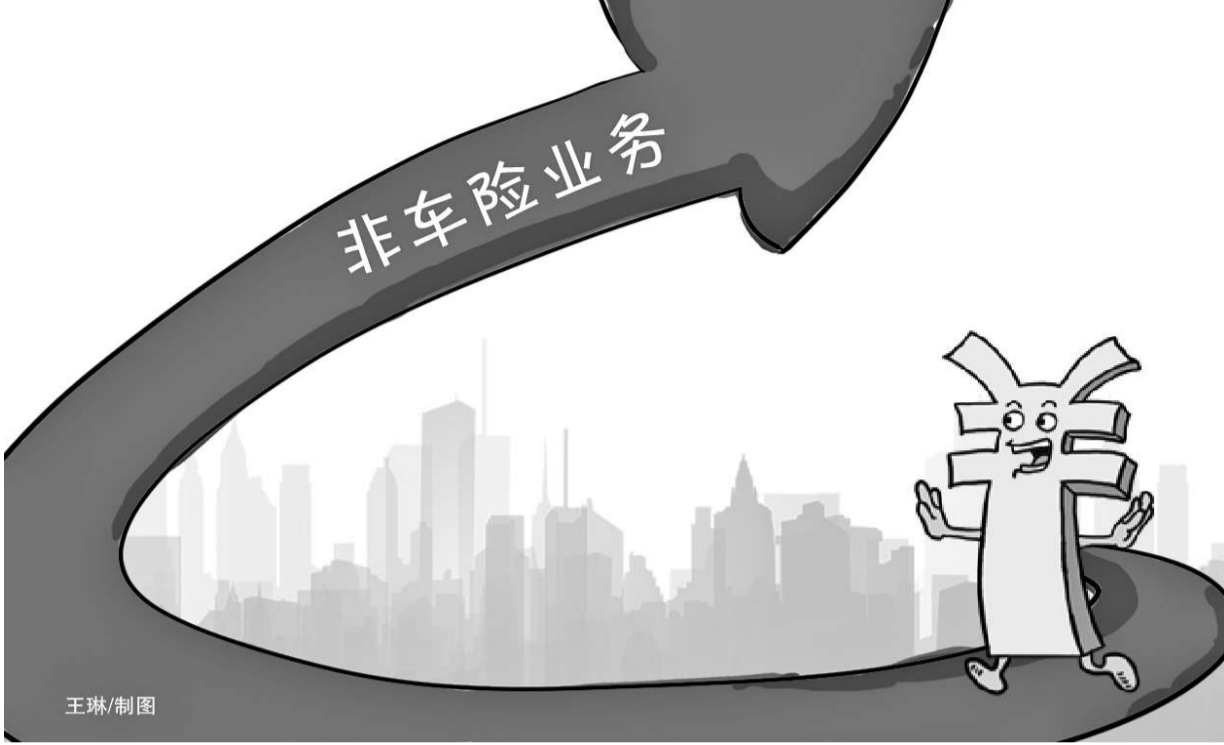
朱俊生同时强调,在车险综合改革背景下,财险公司的业务主要增长点非车险业务,他们的重视程度更高,资源投入力度更大,也带来了其意健险等业务的高增长。近两年意外险市场整体发展减速的情况下,财险公司的意外险仍保持较快增长,与其对非车险业务的推动不无关系。

新一站保险网总经理助理李阳也对《证券日报》记者分析道,相对而言,长期健康险的保费收入周期长、经营更加稳定,人身险公司的主要精力放在该项业务之上,而对于财险公司而言,在车险改革带来的经营压力下,其有很强的动力来推动意健险等非车险业务的发展。

记者了解到,在交叉销售策略下,目前已经有不少财险公司在销售车险的同时,向消费者推荐性价比比较高的意外险或短期健康险,以推动非车险业务的发展,保持整体业务的增速。

头部险企车险市占率下降

从财险公司的不同业务来看,其保费增速分化明显:车险业务继续负



增长,而大部分非车险业务实现了较快发展。

具体来看,目前车险仍然是财险公司第一大业务,但今年其保费增速乏力。银保监会数据显示,前4个月,财险公司车险保费为2485亿元,同比下降6.86%。从4月份单月来看,车险原保费收入667亿元,同比下降8.5%(前值为下降4.3%),降幅进一步扩大,这是由于2020年同期基数抬升后车险保费增速受综改的负面影响越来越明显。人保财险相关负责人表示,预计车险保费下降趋势仍将持续,到今年9月份以后车险保费的当期同比才会呈上升趋势,但预计今年全年车险同比仍将是负增长。

值得一提的是,在车险综改大型险企保费“限速”的影响下,主要上市险企前4个月累计车险市占率仍延续小幅下行趋势,人保财险和平安财险的市占率分别为31.3%(前值为31.6%)和23.4%(前值为23.5%)。“限速应该有两个层面的理解,一是部分险企为减小车险承保亏损压力,采取主动降低增速的策略;二是各地监管部门为平衡各主体业务份额,以行业自律的方式限制激进型公司的增长率。”某财险公司车险部负责人对记者表示。

但分析人士同时指出,尽管头部险企的车险市占率略有下降,但是从长远来看,车险综合改革对头部险企的影响较小,而对中小险企影响较

大。目前从全行业来看车险承保仍保持着承保盈利,但利润集中在头部险企,而不少中小财险公司处在车险承保亏损的境地。

在这样的形势下,大力发展非车险业务也成为财险公司必然的选择。数据也反映出,今年前4个月,财险公司车险业务同比下降,主要非车险业务继续高速增长。具体来看,财险公司责任险、健康险、意外险和农业保险收入分别为401亿元、783亿元、211亿元和321亿元,分别同比增长25.3%、31.4%、27.87%和20.7%。主要业务中,仅有保证保险业务仍在持续收缩,前4个月取得保费173亿元,同比下降32.68%。

合资理财公司再添一员 4家国有大行布局完成

■本报记者 吕东

随着工行宣布筹建中外合资理财公司获批,第四家合资理财公司已浮出水面。

而截至目前,六大国有银行中,包括工行、中行、建行、交行均已布局于此。

普益标准研究员康蓉芸对《证券日报》记者表示,目前,获批筹建或开业的4家合资理财公司均由国有大行理财子公司与国外大型资产管理公司合资设立,从这一点也可以看出,当前大型外资机构重点寻求与具有更好的渠道、客户和品牌资源的国有大行开展合作。

4家国有大行均已布局

工行本周三晚发布公告称,其全资子公司工银理财有限责任公司

到银保监会批复,工银理财获准与高盛资产管理有限责任公司合作筹建中外合资理财公司。据了解,合资理财公司将由工银理财与高盛资产管理共同出资设立,出资比例将分别为49%和51%。

工行称,工银理财此次与高盛资产管理共同出资筹建合资理财公司,将有利于其为客户提供更加多样化和专业化的理财服务,并进一步增强银行服务实体经济的能力。下一步,将推动工银理财按照监管要求尽快完成合资理财公司各项筹建工作。

随着工行筹建合资理财公司获批落地,六大国有银行中已有4家银行的合资理财公司陆续获批筹建,其中2家已陆续开业。

去年9月份,由东方汇理资产管理公司和中行旗下的中银理财出资设立的汇华理财有限公司开业,这也是首家开业的合资理财公司;本月12

日,贝莱德建信理财宣布已获银保监会批准将与中国开展理财业务。贝莱德拥有合资理财公司50.1%的股份,建行通过全资理财子公司一建信理财有限责任公司持有40%,淡马锡持有9.9%;此外,施罗德交银理财获银保监会批准在上海筹建,拟筹建的施罗德交银理财将由施罗德投资管理有限公司出资比例51%、交银理财出资比例49%。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林在接受《证券日报》记者采访时表示,合资理财公司筹建、开业后,将在管理模式上更加国际化,有利于优化管理。而由于此类合资理财公司投资人更加多元,将吸引更多跨国投资者。相较于国内理财机构,合资理财公司运作将更加国际化,渠道更加广阔。

康蓉芸指出,由于外资机构拥有较为成熟的资产管理和财富管理经

验,服务能力较强,其进入将会产生“鲶鱼效应”,倒逼我国理财市场加速改革和创新,同时将重点在我国中高端理财市场中开展竞争。

合资理财公司已发40款产品

加上最新工银理财与高盛资产管理筹建的合资理财公司,目前银行理财子(孙)公司获批筹建的数量已增至26家。随着银行理财子公司及合资理财公司陆续设立、开业,净值型理财产品发行速度也在加快。

2020年,净值型理财产品发行大幅提速,全年共发行净值型理财产品28575款,较2019年增加13145款。根据普益标准最新发布的数据显示,上周理财子公司产品发行量增幅明显,银行理财子公司共发行了182款理财产品,环比增加63款,增幅达52.94%。与此同时,上周银行理财子公司

共有510款理财产品在售,环比增加73款,上周理财产品产品在售数量达近两个月最高。

据记者了解,尽管已有两家合资理财公司开业,但目前理财产品在售的仅为首家合资理财公司——汇华理财,截至目前,汇华理财已发行40款理财产品。

康蓉芸指出,合资理财公司可以拓展多元化资产配置,满足投资者的多样化服务需求,形成差异化竞争。她同时指出,合资理财公司经营过程中应注意的主要风险点,一是在产品体系方面,外资机构的文化和管理理念可能会在出现中国“水土不服”的风险,应注重产品的本土化;其次,在管理模式方面,外资入股理财子公司时会面临经营理念和文化的碰撞问题,需与中国资管机构在经营管理方面不断磨合,以求充分发挥外资机构在投研、管理方面的优势。

推动“四个体系”强起来 期货业发展空间巨大

■本报记者 王宁

作为承担国民经济发展重任的期货业,发展重点正在发生转变。在5月26日举行的“第十八届上海衍生品市场论坛”上,与会人士对期货市场现阶段的发展重任有了重新定位,他们认为应当对照国际最高标准,最好水平,推动“四个体系”从“建起来”到“强起来”,改变原来较为单一和浅层次市场体系格局,正式迈向高质量发展阶段。

多位业内人士向《证券日报》记者表示,期货品种不断完善、基础制度建设和促进市场功能进一步发挥等,均对行业发展提出了新的要求,虽然目前所取得成绩较为显著,但未来发展空间仍然巨大。接下来,要构建更加成熟的基础设施与制度体系,夯实高质量发展的

“四梁八柱”。

原油要推出国际化期权

坚持以服务实体经济和国家战略为宗旨,把期货市场高质量发展作为当前的中心任务,这是上海期货市场现阶段的发展重任有了重新定位,他们认为应当对照国际最高标准,最好水平,推动“四个体系”从“建起来”到“强起来”,改变原来较为单一和浅层次市场体系格局,正式迈向高质量发展阶段。

多位业内人士向《证券日报》记者表示,期货品种不断完善、基础制度建设和促进市场功能进一步发挥等,均对行业发展提出了新的要求,虽然目前所取得成绩较为显著,但未来发展空间仍然巨大。接下来,要构建更加成熟的基础设施与制度体系,夯实高质量发展的

行质量不断提升,但对照国际最高标准,市场发展还有很大提升空间,需要推动“四个体系”从“建起来”到“强起来”,要建立场内场外对接、境内境外互动、效能大幅提升的立体化、多层次的市场,赋能全产业链,供应链;拓展品种序列覆盖面,打造丰富且高质量的产品,形成强大的风险管理与财富管理“工具池”。同时,解决体制机制性障碍,构建更加成熟的基础设施与制度体系,夯实高质量发展的“四梁八柱”。

姜岩表示,作为大宗商品要素市场的关键性金融基础设施,上期所将继续发挥地处上海的地域优势,以“四个成为”为指引,完成“四大转型”,具体表现在四方面:一是力争成为建设强大国内市场的开路先锋,实现业务主线由场内驱动向期现一体化双轮驱动的转型;二是力争成为更高水平开放的排头兵,实现市场布局

由境内为主向境内外联动的转型;三是力争成为创新驱动发展的实践范例,实现科技战略由支撑发展向主动赋能的转型;四是力争成为金融基础设施治理体系和治理现代化先行者,实现管理模式由传统经营向现代化治理+管理的转型。

市场发展离不开《期货法》

除了当前市场所面临的高质量发展问题之外,对于制度建设的关注度也很高。上海交通大学高级金融学院执行理事屠光绍介绍说,《期货法》目前正处于一谈阶段,这对于未来期货市场基础设施建设至关重要,同时,对于未来大宗商品在全球市场定价权也不可或缺。期货市场功能发挥需要依靠健全和完善的市场制度,制度供给对期货市场发展非常重要,再加上对外开放建设,更

需要完善的制度建设。

屠光绍认为,《期货法》对于期货市场作用主要表现在三方面:一是基础制度供给是期货市场发展的基本保障;二是承担了新发展阶段和金融供给侧结构性改革任务;三是市场制度开放是提升期货市场国际地位的重要动力。

上期所党委副书记、总经理王凤海表示,目前上期所已上市了20个期货品种和5个期权品种,形成了涵盖能源化工、有色金属、黑色金属和贵金属等国民经济关键领域的产品体系,市场规模连续多年位居全球期货衍生品交易所前列,市场地位不断提升。与此同时,天然橡胶系列衍生品已形成完善的产品序列,包括天然橡胶期货和期权、20号胶期货、天然橡胶标准仓单及延伸仓单交易业务,而天然橡胶“保险+期货”的乡村振兴项目,也涵盖境内外市场。

年内公募基金销售“降温” 银行仍是代销主力军

■本报记者 李文 见习记者 余俊毅

近年来,基金发行市场火热,销售渠道在不断扩容。作为投资者信赖的传统金融机构,银行的基金代销业务也蓬勃发展,已逐渐成为银行重要的收入来源之一。

相比去年,今年银行的基金销售情况相对平稳,但这也并不妨碍一季度银行系力量稳居基金销售的主力军。

根据近日中国证券投资基金业协会(以下简称“中基协”)披露的2021年一季度基金销售机构公募基金销售保有规模数据,银行仍然占据了基金代销规模的“半壁江山”。

银行基金销售情况平稳

作为中间业务的一类,基金代销业务为不少银行贡献了可观的非息收入。与保险、券商等各类金融机构相比,银行一直是代销基金的“主力军”。

去年以来,由于基金行情相对较好,投资者对于购买基金的热情也空前高涨。某股份行客户经理对《证券日报》记者说,“去年行情火热的时候,很多客户都会提前三天就预约新发基金,一旦开售,要不了几分钟就能过亿元。甚至很多投资者此前并没有基金投资经验,仅凭热门一热,哪只基金抢手就买哪只”。

记者梳理银行的年报发现,有不少银行都在其年报中提到其代销基金业务增长带动了手续费收入的增长。例如,工商银行2020年代理销售基金为6856亿元,相比去年的5892亿元增长了近1000亿元,同比增幅为16.36%。招商银行基金代销成绩也较为亮眼。年报显示,2020年该行全年代销非货币基金6107.04亿元,较2019年的2197.7亿元同比增长177.88%。这足以看出去年银行在代销基金业务上的“实力”。

记者采访了身边的大部分基金投资者之后发现,相比互联网金融平台渠道的投资者,银行渠道的基金投资者在面对基金行情波动时似乎更加的“淡定”。

“春节后客户对于基金的投资热情明显下降,不少客户开始关注起收益率相对稳定、风险较低的产品。但总体来说并未出现频繁赎回基金的现象,因为银行客户在投资基金的理念上大多都是长期持有,并不会因为短期波动而出现恐慌情绪。”上述银行客户经理对记者表示。

某银行业内人士对《证券日报》记者表示,虽然银行的手续费不如互联网销售平台优惠,但银行大户的购买力很强,更在乎的是服务感受和操作系统的便捷程度。虽然独立销售机构代销的基金数量更多,但客单价低。

私募基金中汇润生首席特约研究员吴昊对《证券日报》记者表示,从银行传统来看,基金代销的优势主要在存量用户上。银行代销虽然有用户规模优势,但是还是存在部分长尾银行缺乏运营营销互联网人才和技术人才的投入,同时银行的佣金费率相对于其他互联网金融平台高,特色服务并不是很明显。

银行仍是基金销售的主力

近期,中基协发布2021年一季度销售机构的公募基金销售保有量规模前100名名单,这是协会首次对公募基金存量销售规模对外公布。记者注意到,其中银行系机构占据销售保有规模半数以上。值得注意的是,第三方销售机构也占据了不小的销售规模。

《证券日报》记者梳理发现,在股票和混合公募基金销售保有规模前10名中,银行占据8席。在前100名中,有47家券商、31家银行、21家第三方销售机构以及1家保险公司上榜。

从基金销售的保有规模上看,在股票和混合公募基金销售保有规模中,31家银行合计保有规模达3.32万亿元,21家第三方销售机构合计保有规模为1.21万亿元,47家券商合计保有规模为0.87万亿元,银行及第三方销售机构的销量还是远大于券商。非货币基金销售保有规模中,银行系合计保有规模为3.78万亿元,第三方销售机构合计保有规模为1.79万亿元,券商合计保有规模为0.92万亿元。总体上看,银行系公募基金销售合计保有规模占比超过50%。

如果单看股票和混合型基金,招商银行以6711亿元保有量占据第一。蚂蚁(杭州)基金销售有限公司保有量规模达5719亿元排名第二,工商银行保有量规模达4992亿元排在第三位。建设银行、上海天天基金销售有限公司、中国银行、交通银行、农业银行、上海浦东发展银行、民生银行位于第四至第十名,保有量均超过1500亿元。

光大科技创新总监、社科院研究员王硕对《证券日报》记者表示,从银行代销基金规模较大主要源于三个方面优势。一是历史长,存量多。相对于券商和第三方而言,银行代销基金具有悠久历史,存量规模较大。二是基础好,客户多。银行庞大的客户规模,是其他金融机构暂时无法比拟的,特别是对于资产保值增值的客户而言,在银行购买理财产品和基金产品也是一种习惯。三是声誉强,销售好。银行的客户经理可以与客户进行面对面交流,自然带来天然的亲近感和信任,对于中老年客户和大客户尤为关键。

同时,显然得益于互联网平台的发展和线上支付的普及,第三方销售公司异军突起,特别是依靠费率低、便捷化和智能投顾等吸引了一批年轻客户群体,但与银行相比,由于其在客户积累,特别是高净值客户的积累上尚存在一定短板,所以短时间来看,银行代销仍将占主流。

助力湖北疫后经济重振和高质量发展 中国人寿广发银行595亿元金融“活水”入鄂

聚焦金融资源,引导“活水”入鄂,助力湖北重大项目、重点产业发展。近日,长江资本大会暨第十二届武汉金博会东湖保险论坛在武汉举办。会上,金融机构与50余家央企及鄂子公司、湖北重点企业现场进行资金供需对接,仅中国人寿集团旗下广发银行、资管公司等成员单位就与湖北重点企业及有关政府平台签订595亿元金融合作协议。

保险业是金融体系的重要组成部分,保险资金具有期限长、规模大、投资模式灵活多样的特点。发挥保险资金优势,支持实体经济,既是拓宽保险资金运用渠道、促进保险业发展的内在需求,也是推动金融回归本源、服务实体经济社会的必然要求。

中国人寿集团旗下国寿资产公司分别与长江生态环保集团和武汉城建集团签署合作协议,国寿投资公

司与湖北省科投签署合作协议,涉及合作总金额约为200亿元。此外,广发银行武汉分行与东湖开发区管委签订战略合作协议,与湖北省联投集团等8家省、市重点企业签约近300亿元战略合作协议。

中国人寿保险(集团)公司属国家大型金融保险企业,已连续18年入选《财富》世界500强企业,2020年集团合并营业收入近1万亿元,合并总

资产超5万亿元。广发银行是国内首批组建的股份制商业银行之一,自2016年8月份加入中国人寿大家庭以来,广发银行践行“一个客户、一个国寿”理念,坚持“助力主业、互利共赢”原则,致力于为人寿及各成员单位提供多元化的金融服务。进入湖北18年来,广发银行武汉分行始终紧扣区域经济发展主题,累计向湖北地区发放贷款超过4000亿元。

广发银行表示,将认真贯彻落实党中央决策部署,立足服务湖北经济发展,坚决履行央企职责使命,积极践行社会责任,充分发挥综合金融优势,围绕大健康产业、公共卫生、农业保险、普惠养老、科技保险、基础设施建设等领域加强合作,全力做好金融保险服务,进一步服务湖北经济社会发展和实体经济建设,助力湖北疫后经济重振和高质量发展。(CIS)