

20多家险企银保渠道“开门红”保费同比下滑 专家建言提升银保渠道价值



■本报记者 冷翠华

通常情况下，银保渠道在保险业“开门红”(一般指每年1月份至3月份)期间表现较好，但今年年初该渠道表现疲弱。

记者获得的保险公司同业交流数据显示，截至2月22日，个险渠道表现整体稳健，而多数险企银保渠道保费同比降幅较大。业内人士认为，这一现象的出现，有银保渠道率先执行“报行合一”的影响，也有险企策略调整等多方面原因。同时，这也反映出当前寿险公司银保渠道的价值有待进一步提升。

多因素共同影响致银保业务下滑

对今年人身险“开门红”业绩，业界的预期原本较为乐观，一是今年“开门红”启动时间早；二是人们风险偏好下降，保险的相对竞争力提升。但从A股上市险企来看，这一预期基本落空。1月份，仅中国人寿原保费收入同比小幅增长，其他险企保费皆同比下降，且降幅不小。

从行业整体来看，今年以来截至2月22日，有统计数据的24家险企个险渠道整体业务发展稳健，保费增长平稳。其中，15家险企保费同比增长，占比为62.5%；9家同比有所下降。

反观银保渠道，有统计数据的29家险企中，今年以来截至2月22日，24家银保渠道保费同比下降，占比为

82.8%；仅5家获得正增长。受访的业内人士对记者称，从今年人身险行业来看，整体呈现“个险渠道相对稳、银保渠道下滑大”的特征。

一般情况下，人身险公司在“开门红”期间主打产品为具有储蓄理财功能的产品，银保渠道也是主力销售渠道。但今年，个险渠道表现相对稳健，而银保渠道表现疲弱。

对此，中华联合保险集团股份有限公司研究所博士邱剑对《证券日报》记者分析称，这主要缘于两方面因素。一是根据监管部门要求，银保渠道最早执行“报行合一”；二是保险产品预定利率下调，据初步估算，执行“报行合一”后，银保渠道的佣金费率较之前平均水平下降了约30%，价格战打法难以持续，短期内银保渠道规模收缩是必然结果。

一家人身险公司相关负责人对记者表示，此前部分险企会通过趸交抢占银保渠道业务，但今年这种情况较少。由于趸交对险企的资金占用、收益率要求比较高，偏谨慎的险企主动收缩这一块业务，据业内人士分析，今年前两个月银保渠道趸交保费同比下降了约三成。此外，从银行方面看，今年在推动第三方业务上力度也有所减弱。这些也是今年年初银保业务下滑的因素。

“提升价值”仍是银保渠道重要任务

在人身险行业发展过程中，银保渠道的地位起伏起伏。无论发展快

慢，都面临“价值几何”的拷问。

曾经，部分中小险企依靠银保渠道实现保费“后来居上”。2011年，银保渠道保费首次超过了营销员渠道，占比达52.63%，成为我国人身险行业第一大渠道。2015年，随着保险营销员资格考试的取消，营销员数量急剧增加，带动个险业务突飞猛进，头部主体依托个险优势，不再看重银保业务的规模。2020年以来，保险代理人持续大幅滑落的背景下，部分险企重新启用银保策略，并提出“新银保”的发展策略。

从今年开年表现来看，银保渠道的发展再次进入调整期。

在普华永道中国金融行业管理咨询合伙人周瑾看来，去年“开门红”期间，在“炒停售”的背景下，部分险企认为，通过激进的银保费用投放，也能实现快速增长，因此提倡重启银保策略。“这其实是一个非理性的过程，这种模式下，银保业务质量并没有提升，因此，当政策环境出现变化，就会出现明显波动。”周瑾表示。

周瑾续称，银保产品本身的预定利率和结算利率预期相对较高，长期来看，有可能让险企承受利差损，因此，今年部分险企主动进行压降投入、压缩规模的策略调整。

对于险企和银行的关系以及银保渠道的价值，周瑾认为，当前，保险业和银行业还没有到“双向奔赴”的阶段，更多是保险业的策略性选择，甚至部分险企没有太多选择，只能求助于银保渠道。但一个渠道的业务要实现长期稳定发展，必须回归客户

本源，围绕“为客户带来价值，给客户提供风险保障”的底层逻辑。在此基础上，险企需要结合自己的战略和目标客群，分析用哪种渠道能更好触达客群，满足其风险保障和财富管理的需求。归根结底，渠道是服务客户的一种方式，而不只是实现险企做大业务规模的目的。

在邱剑看来，市场是最聪明的，客户在哪个渠道更容易持续获取、成本更低、服务更好，行业发展的方向就在哪里。但我国银保渠道通常存在四大缺陷：一是银保渠道规模贡献显著但价值贡献有限；二是银行团队难以销售复杂性、高价值的保险产品；三是银行与险企难以在客户经营上进行有效协同；四是险企难以和银行建立互信的长期稳定合作。

在邱剑看来，大部分银行的中高净值客群保险渗透率仅为3%至5%，具备巨大潜力。打造“高产能、高素质、高收入”的三高队伍，服务高净值客户的资产配置需求，定制差异化的保险产品，可以提升银保渠道对险企的价值。

平安证券王维逸团队认为，在“报行合一”背景下，银保渠道行业费用率水平趋于一致，竞争焦点将从手续费转向保险产品和银行的合作关系。未来，银保合作模式应巩固现有成果，推动长期协议合作落地；发挥头部险企综合优势，推动银行和保险战略合作转型；同时，适度发展金控模式(即综合金融)，多方面促进银保业务的量增价升。

杭州工商信托落地首单数据信托产品 中长期看，数据资产化催生的相关市场潜在规模可达10万亿元级

■本报记者 张安

日前，记者从杭州工商信托股份有限公司(以下简称“杭州工商信托”)获悉，该公司依托杭州“数字高地”的区域优势，推出了“数据信托”系列产品。首单产品杭工信·数金晨1号数据信托(以下简称“数金晨1号”)已于2024年2月份正式成立，其底层数据资产已在动产融资统一登记平台完成登记。

该产品是杭州征信有限公司以合法持有并经营的数据服务收益权作为委托财产设立资产服务信托。杭州工商信托作为受托人，对于受托管理的数据服务收益权，以信托合同架构为载体，完成资产权属确权行为。

数据信托属于新型资产服务信托的一种。目前，数字经济时代已全面到来，数据日益成为国家经济发展的重要资源和生产要素。党的二十大报告提出，“加快建设网络强国、数字经济”“加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合，打造具有国际竞争力的数字产业集群”。

在政策和市场导向下，随着数据由技术概念向场景化、社会化概念的转变，预计数据信托在我国的公共场景和商业场景中产生巨大的发展潜力和需求。

据《2023年中国数据交易市场研究报告》，2022年，中国数据交易市场规模为876.8亿元，占全球数据市场交易规模的13.4%，占亚洲数据市场交易规模的66.5%。到2025年，规模有望增至2046亿元。中长期看，数据资产化催生的相关市场潜在规模可能达到10万亿元级。

从应用场景来看，数据信托的应用场景可分为公民数据信托、商业平台数据信托和政府数据信托等。数据信托可实现独立监督管理，保护数据主体权益；可为初创企业提供获取数

据的渠道，防止头部平台的数据垄断。此外，通过数据信托整合不同来源的数据，可辅助公共政策制定、医疗卫生研究等，提高运营效率，增进公共利益。零散的个人数据由专业受托人管理和运用，可转化为现实的收益，实现数据价值提升。

值得注意的是，在金融行业，信贷风险评估、供应链金融等均对数据有较高的需求，但场景数据和用户数据掌握在不同服务机构手中。若由商业平台数据服务信托作为综合数据“中转”中心，在保障数据安全的前提下，可以实现跨行业的数据共享，提升数据资产服务和数据资产定价能力，增强不同主体间的信任，加强风险识别和防范能力，提高金融服务实体经济的质效。

对于此次布局数据信托产品，杭州工商信托方面对《证券日报》记者表示，公司布局数据信托产品具备制度优势、区域优势、集团协同优势、创新意识等多方面优势。

杭州工商信托进一步表示，信托公司在布局数据信托产品时除了具备诸多优势外，还需要在能力、技术等方面进行诸多储备，包括人才储备、客户储备、数据管理技术、安全技术、区块链技术等多个方面。

用益信托研究员喻智对《证券日报》记者表示，对信托公司来说，布局数据信托业务，在金融科技方面的实力储备必不可少。信托公司通过信托计划对数据资产进行风险隔离，需在设计、经营数据资产时履行忠实、审慎的信托义务，对数据的使用进行规范。

布局数据信托对信托公司提出了更高能力要求，信托公司需要进一步提升对数据资产的运营托管、账户管理、份额登记、风险管理等服务能力，并不断加强自身科技及系统支撑能力。

“理财夜市”成银行理财标配 产品销量和客户满意度双提升

■本报记者 彭妍

近期，招银理财、平安理财、光大理财、广银理财、北京银行等纷纷推出专属理财夜市产品，主推“24小时不打烊”服务模式，为上班族提供了全新的晚间财富增值渠道。从营销的情况来看，“理财夜市”专属产品的推出确实起到了积极的营销效果，实现了产品销量和客户满意度的双提升。

“理财夜市”并不是新鲜概念，以前就有类似的专属产品，现在布局的理财子公司和银行机构多了，逐渐成为理财产品的标配。“冠蓉咨询创始人周毅对《证券日报》记者表示，对于理财子公司来说，研发推出理财夜市产品是行业不断竞争和创新的结果，是金融科技和运营管理的有机结合产物，也是理财行业追求差异化的必经之路，说明银行理财行业在资管新规落地后，不断自我革新、优化完善的市场化机制逐渐成熟。

银行App开“理财夜市”专区

“理财夜市”是指在交易日24点前购买赎回等同于当日交易时间买入赎回的理财产品，T+1日开始计算收益/到账，延长了理财产品购买和赎回的交易时间。这也意味着在工作日非交易时间买入和赎回“理财夜市”的理财产品，起息时间更早，到账时间更快。

在购买渠道上，记者浏览银行App发现，多家银行和理财子公司开设了“理财夜市”专区。在产品类型上，“理财夜市”产品多为现金管理类，或者由多只短期理财产品组成的活钱管理服务。从业绩比较基准来看，各理财子公司参与银行“理财夜市”的理财产品的业绩比较基准多在2%至3%之间，风险多为R1。

例如，平安银行App“理财夜市”专区有6款代销的平安理财夜市专属理财产品，交易日24点前购买这些产品，第二个交易日就开始计算收益。以“天天成长1号”为例，0申购费，1分钱起购，1分钱追加。交易日0:00—24:00(不含)申购，T+1交易日开始计算收益；非交易日申购，T+2交易日开始计算收益。另外，支持快速赎回和普通赎回，赎回费为0。快速赎回，正常情况下实时到账，每个自然日快速赎回额度1万元。普通赎回交易日0:00—24:00(不含)赎回，T+1交易日赎回到账；非交易日赎回，T+2交易日赎回到账。

南开大学金融发展研究院院长田利辉对《证券日报》记者表示，“理财夜市”产品对理财子公司和投资者双方都有积极影响。对于理财子公司而言，通

过推出“理财夜市”产品，可以扩大客户群体，提高产品销售量，增加公司收益。同时，这种服务模式也有助于提升客户满意度和忠诚度，增强品牌形象。对于投资者而言，“理财夜市”提供了更多的投资选择和灵活性。此外，这种产品也有助于提高投资者的理财意识，促进金融市场的健康发展。

参与“理财夜市”需注意风险

从具体数据看，“理财夜市”产品的推出确实起到了积极的营销效果。以平安理财为例，其理财夜市产品自今年1月份上线，将交易时间延长至当日24点。

数据显示，平安理财的夜市产品“灵活宝”系列产品的销售额实现了一定的提升，受到了广大客户的关注和信任，实现了产品销量和客户满意度的双提升。广银理财自今年1月份推出“理财夜市”以后，该银行的“日添薪”现金管理类产品的销售规模已经超过10亿元。

“近期咨询购买此类产品的客户挺多。”多家银行客户经理对记者表示，实际上，“理财夜市”产品主要是延长交易时间，收益上对投资者的影响很小。投资者的获益主要体现在两方面，一方面可以在非交易时间申购产品，另一方面是有些夜市产品还可以提前起息。

实际上，“理财夜市”并非新鲜事，早在几年前已有银行积极布局。业内专家认为，相较于之前的夜市理财，这次参与的理财子公司更多，产品的类型和数量都有进一步丰富和提升。与此同时，这也对银行理财子公司的产品、服务和风险能力提出了更高要求。

中国银行研究院研究员杜阳在接受《证券日报》记者采访时提醒，银行和投资者在参与“理财夜市”过程中，需要注意以下几点：一是理财子公司在开展理财夜市时应遵循监管规定，确保业务合规。二是理财夜市可能会面临系统稳定性、网络安全等方面的风险。银行和理财子公司应加强技术手段，确保理财夜市服务顺畅、安全。三是理财夜市可能会吸引更多投资者参与，但投资者在追求高收益的同时，也应注意风险。

在田利辉看来，面对“理财夜市”再度兴起，银行和理财子公司在推广时需要注意市场竞争风险，需要不断创新产品和服务以吸引和留住客户；需要注重技术风险，防止出现技术故障或数据泄露等问题；需要注重合规风险，确保产品的合规性和投资者的权益。

宽基ETF“抄底”布局 2月份资金净流入额达去年第四季度近两倍

■本报记者 吴珊
 见习记者 彭衍松

近期，A股大盘经历底部调整，沪指逐渐稳定在3000点，多只宽基“吸金”效应明显。

从2月份整体情况来看，中证500ETF、沪深300ETF易方达、沪深300ETF等多只宽基ETF仅2月份的资金净流入额比去年第四季度多950亿元以上。

针对沪指逐渐稳定在3000点对宽基ETF资金流入的影响，以及当前资金流动和市场投资机会，前海开源基金首席经济学家杨德龙向《证券日报》记者表示，市场已逐渐形成稳定向上的趋势，这吸引了一部分资金流入宽基ETF“抄底”布局。近期，宽基ETF出现了较大规模的申购，反映了投资者对市场的信心以及对后市的乐观预期。

大盘稳定向好 多只宽基持续“吸金”

在刚刚过去的2月份，A股持续回升

向好，沪指曾一度走出“八连阳”行情。

回顾2月份三大指数走势，上证指数期间累计涨8.13%，深证成指期间累计涨13.61%，创业板指期间累计涨14.85%。在2月份的最后一天(即29日)，北向资金净流入一度超过214亿元，净买入达到166.04亿元。

专精特新企业高质量发展促进工程执行主任袁帅向《证券日报》记者表示，随着沪指逐渐稳定在3000点附近，市场情绪逐渐稳定，投资者信心增强，开始增加对市场的投入。

在这波上涨行情下，多只宽基ETF大幅“吸金”放量。

Wind资讯数据显示，2月份，宽基ETF的净流入总额达到1903.41亿元，超过2023年第四季度952.31亿元水平，是后者的近两倍。

具体看，多只宽基ETF在2月份的“吸金”表现同样超过“一整季”。其中，南方中证500ETF、华夏沪深300ETF、易方达沪深300ETF发起式、嘉实沪深300ETF、华泰柏瑞沪深300ETF的净流入总额达到1249.75亿元。

“宽基ETF具有持仓分散、波动率适中、抗跌性较强的优势。”排排网财

富管理合伙人姚旭升向《证券日报》记者表示，行情初期阶段，强势行业或主题尚不明确，买入宽基ETF可以高仓位覆盖多个行业，在一定程度上可以避免踏空行情和降低投资风险，因此，宽基ETF是市场底部快速配置权益资产的优质工具。

截至3月1日，年内宽基ETF的份额达到了7198.04亿份，相比去年末增长了1441.27亿份；年内宽基ETF的日均成交额平均达到2亿元，相比去年第四季度增长了52.27%。

公募基金选择自购“抄底”积极因素不断累积

实际上，去年第四季度，A股大盘经历持续震荡。

多位市场人士和机构认为，A股的底部区域逐渐显现，一些公募基金则选择自购来“抄底”。

姚旭升表示，基金自购往往被视为市场进入阶段性底部的参考信号，在一定程度上说明了机构对后市行情持乐观态度，也是机构对自身投研能力有充分自信的一种表现。

与此同时，积极因素不断累积。2月6日，中央汇金投资有限责任公司(以下简称“中央汇金公司”)网站发布公告称，中央汇金公司充分认可当前A股市场配置价值，已于近日扩大交易型开放式指数基金(ETF)增持范围，并将持续加大增持力度，扩大增持规模，坚决维护资本市场平稳运行。

“在大量资金逐渐流入的情况下，后市的也将相对较多。”杨德龙认为，低估值蓝筹股、低估值高股息率股票以及传统优质龙头股，AI科技股等相关股票将是未来投资主线。这些领域具备较高的投资潜力和市场前景，值得投资者关注。

基于当前的资金流动性情况和市场趋势，袁帅认为，首先，随着经济复苏预期的增强，周期性行业如基建、有色等可能会迎来投资机会；其次，科技和成长潜力仍然值得期待；第三，随着消费升级和数字化转型的推进，消费电子、互联网等行业也可能会有不错的表现。当然，投资者在参与市场时仍需关注风险，做好资产配置和风险管理。