

# 保险代理人奋战“开门红” 有险企分公司首日保费超亿元

■本报记者 冷翠华

接近2024年11月底,寿险业2025年“开门红”战果备受业界关注。对于寿险行业2025年能否实现整体“开门红”,业界人士的预判存在分歧,最终结果还需要时间的验证。

## 保险代理人 连日奔波多个城市

11月18日,从北京南到天津,再返回北京;11月19日,从北京南到涪州,再到合肥南,再返回北京。连续两天,某人身险公司北京分公司代理人小组负责人郭冬(化名)奔波于不同城市,带回来的都是百万级总保费的大保单。据他介绍,月底前,小组成员还有7个大单待签。这些保单将在2025年1月1日开始正式生效,相应的保费收入将算在2025年1月份。

这是保险代理人奋战2025年“开门红”的一个缩影。一家往年不常参与“开门红”活动的人身险公司11月18日晒出喜报:该公司上海分公司2025年“开门红”首日保费超1亿元。

寿险业向来有“开门红,全年红”的说法,也就是说,一季度业绩对全年业绩目标的达成具有十分重要的意义。而“开门红”备战一般从上一年的10月份启动,一直持续到当年的2月份到3月份。这段时间,往往也是保险代理人最忙碌的时候。

从险企主打的2025年“开门红”产品来看,包括预定利率2.5%的增额终身寿险,预定利率2.0%的增额终身寿险(分红型)和年金险(分红型),以及不同产品计划的组合等。

从近期保险产品“上新”

的整体情况看,记者根据中国保险行业协会数据统计,从10月1日至11月19日,“上新”的人寿保险总共有219款。其中,分红型人寿保险共99款,万能型32款。年金保险共有109款,分红型年金保险共41款,万能型21款。

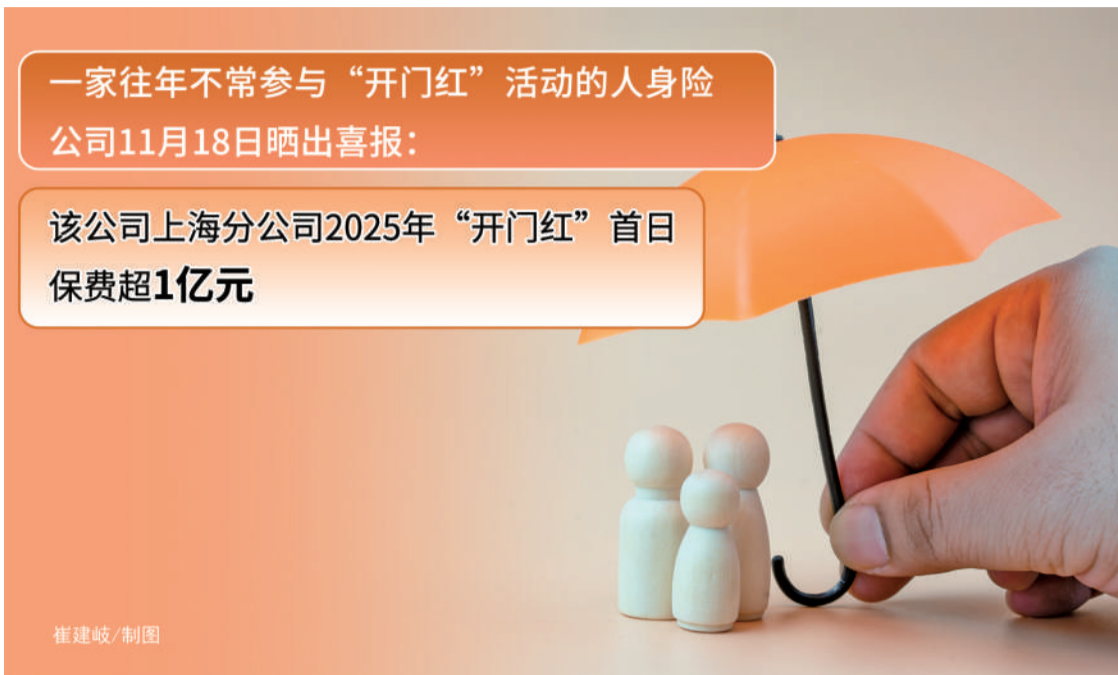
据业内人士介绍,为应对市场利率下行,减轻险企的刚性负债成本,保险公司大多希望力推浮动收益型产品,与客户共担风险、共享收益。但在产品供应端仍保持着相对均衡,以更好满足客户需求,提升意向客户转化率。

北京排排网保险代理有限公司总经理杨帆对《证券日报》记者表示,当前,分红险的销售仍面临一些挑战:一是消费者对分红险的理解程度不足,对其收益性和风险性存在认知偏差;二是市场竞争激烈,产品同质化严重,难以形成独特的竞争优势;三是消费者的信任问题,由于过去部分分红险产品的分红实现率不及预期,一定程度上影响消费者对分红险的信任度;四是监管政策对分红险的销售和宣传提出了更高的要求。

## 机遇与挑战并存 业界未形成一致预期

透过保险代理人的奔波与忙碌,业界人士对寿险行业2025年“开门红”的整体预期如何?记者采访发现,不同的人感受和预判不同,分歧明显。这背后的原因在于,当前,寿险行业面临的机遇与挑战都较多,因此,业界对明年寿险业“开门红”的表现未形成一致预期。

在对外经贸大学创新与风险管理研究中心副主任龙格看来,人身险行业2025年“开门红”面临的挑战体现在以下几个方面:一是近



一家往年不常参与“开门红”活动的人身险

公司11月18日晒出喜报:

该公司上海分公司2025年“开门红”首日  
保费超1亿元

崔建斌/制图

两年人身险产品预定利率多次调整,保险产品也出现多次停售。在此过程中,大量意向客户加速转化为实际客户,行业短期保费快速提升,一定程度上影响后期保费增长。

二是受整体投资收益较低等因素影响,2023年分红险的分红实现率整体较低,部分销售人员和客户信心不足。三是保险公司力推分红险的愿望与营销团队对产品的熟悉程度不够,客户的接受程度不高之间还存在矛盾,一定程度上可能影响销量。因此,整体上,对2025年寿险行业“开门红”持谨慎的预判。

不过,杨帆的预期则相对乐观。尽管行业存在诸多挑战,但两方面积极因素有望促进行业达成“开门红”的预期。一方面,随着经济的逐步复苏和市场需求的增加,人身险保费有望迎来新一轮的增长;另一方面,保险公司也在不断

创新和优化产品,以适应消费者的多样化需求,有助于提升“开门红”业绩。

多位券商分析师表示,当前人身险行业的挑战与利好交织,整体来看,仍较为看好2025年寿险业“开门红”。

开源证券近期发布的研报认为,预计寿险2025年负债端仍将保持较好增速,从NBV(新业务价值)增速展望角度看,个险“报行合一”、产品结构优化和预定利率调降有望进一步支撑价值率提升,需要持续关注供给侧产能提升和需求侧的新变化。

国信证券非银金融分析师孔祥认为,近两年,监管部门持续引导行业下调预定利率,在行业产品结构转型背景下,储蓄型保险快速放量,叠加“炒停售”等行为,引发市场对2025年“开门红”需求透支的担忧,也带来了一些挑战。不

过,结合当前行业面临的几大趋势,持续看好2025年寿险业“开门红”的保费收入表现。

首先,存款利率下行,储蓄型保险中长期财富管理功能凸显;其次,险企纷纷加大新产品开发力度,多元化产品策略或进一步催化“开门红”保险需求;再次,目前财富管理市场相对缺乏稳健收益及长周期产品,储蓄型保险中长期收益率仍具备较强吸引力。

整体来看,考虑到当前行业面临的养老、医疗、养老、储蓄等多元需求,叠加渠道及产品改革初见成效,孔祥预计,人身险行业2025年“开门红”期间保费同比增速约为7%至8%,对应NBV增速为25%。

孔祥表示,2025年“开门红”对寿险业客户需求的挖掘能力提出了更高要求,产品竞争力、代理人销售能力、渠道覆盖度等是险企能否实现“开门红”的关键因素。

# 多家银行招聘高管 市场化“海选”形式受青睐

■本报记者 李冰

又见银行公开招聘高管。11月19日,西安银行股份有限公司发布关于公开招聘中层管理人员的公告,招聘管理型支行负责人岗位3人至5人。此前,大连银行曾面向社会招聘总行副行长或行助2名。

经梳理,年内多家银行有过市场化选聘高管的举动。综合看,银行对高管人才选拔方式愈发多元,通过市场化渠道“海选”高管形式颇受青睐。

## 频现高管“招贤榜”

大连银行招聘总行副行长、总行行助助理要求应聘者年龄在50周岁以下,且具有大型国有商业银行或全国性股份制商业银行工作经历的优先。

岗位条件方面,大连银行公告中要求较详细。比如,要求副行长应满足从事金融工作6年以上或从

事经济工作10年以上(其中从事金融工作3年以上);行助助理应满足从事金融工作4年以上或从事经济工作8年以上(其中从事金融工作2年以上)。

事实上,上述银行并非个例。此前,渤海银行、天津银行、天津农村商业银行等机构也曾向社会公开招聘副行长,部分职位职责“紧扣”科技。例如,天津银行公开招聘2名副行长,其中主要负责风险管理等工作1名,主要负责科技运营管理工作1名;渤海银行招聘副行长3名,其中主要负责批发业务1名,主要负责风险业务1名,主要负责金融市场(资产负债及财务)业务1名等。

结合各家银行来看,在年龄方面,银行均要求应聘者在50岁左右,特别优秀的可适当放宽年龄。在工作经验方面,则普遍要求应聘者从事金融工作10年或以上。应聘原因方面,多家银行均表示,是为了进一步提高该行经营管理水平,增强市场竞争活力,推进银行

持续健康高质量发展。

在谈及目前银行通过市场化招聘手段引进高层次人才的特点时,中国邮政储蓄银行研究员姜飞鹏对《证券日报》记者表示:“整体看,市场化选聘模式愈发受到中小银行青睐,同时银行更偏好‘年轻化’且具有金融实操经验的高管。从自身体系外选拔高管有助于促进优秀人才市场化流动,也有助于银行引进优秀的人才、先进的管理,激发银行的活力,提高经营管理成效。但银行在从外部引进高管的同时,也要做好内部人才选拔,对外部引进高管做好文化融合等。”

## 招聘方式愈发多元

综合来看,今年以来,银行招聘高管的方式愈发多元,通过市场化手段招聘管理岗位人才屡见不鲜,不仅会在自家银行官网发布招聘公告,也会在一些大型的社会招聘网站公开发布信息。比如,在某招聘网站上,某银行招聘银行行

长、副行长、部门总经理、公司业务客户经理等多个职位。

高端人才猎头机构CGI数字金融团队合伙人贺焱告诉《证券日报》记者:“目前银行业金融科技人才缺口确实存在,供需失衡问题仍待解决。当前银行对于高管人才选拔越发市场化,在我们所经手的一些案例中,有过不少银行显示出市场化选聘高管的需求,职位包括行长、副行长、首席风险官、首席信息官等等。”

从政策层面看,公开选聘高管也受到监管部门鼓励。《银行保险机构公司治理准则的通知》明确,银行保险机构应当严格依照有关法律法规、监管规定和公司章程,选聘高级管理人员,鼓励银行保险机构采用市场化选聘机制,以公开、透明的方式选聘高级管理人员,持续提升高级管理人员的专业素养和业务水平。

姜飞鹏表示:“‘海选’高管反映出银行经营管理更加开放、更具市场化,这是积极的趋势。就中小

银行而言,吸引优秀的体制外行长加盟,相对而言是低成本人才储备举动,优秀的高管人才对新鲜事物相对较为敏锐,能为银行注入新的动力。”

如何解决“海选”高管在银行内部管理“水土不服”现象?中国银行研究院研究员杜阳建议,一是加强文化融合,搭建信任桥梁。建立多层次沟通机制。二是优化制度与管理流程。推动流程标准化与简化,调整业务流程,减少因流程复杂性导致的新高管适应障碍。借助数字化工具优化信息传递,提升新高管决策效率。三是明确角色定位,设定合理预期。不苛求外部高管在短期内交付高业绩,而是以适应期、文化融合为考核重点。四是提供充分支持,形成合力推进。构建包容的学习环境,提供外部培训,帮助外部高管快速适应银行监管要求和业务特性。通过学习分享会、行业交流活动,引导外部高管理解金融行业的最佳实践。

# 民营银行跟进下调存款利率 “3字头”存款利率仍存

■本报记者 熊悦

11月19日,福建华通银行发布关于调整部分定期存款挂牌利率的公告,自2024年11月20日起,该行三个月、六个月、一年期个人定期存款(整存整取,下同)挂牌利率分别调整为1.40%、1.60%、1.70%。上述产品利率较最近一次调整利率均下调10个基点。

福建华通银行官网公告信息显示,这是该行年内第六次调整定期存款挂牌利率。此前的调整涉及各个期限的单位定期存款、个人定期存款等产品。其中,三年期、五年期定期存款挂牌利率的调降较为密集,调降幅度也更大。

目前,仍有民营银行的存款利率在“3字头”,和国有大行、全国性股份制银行同期的存款利率相比

仍较高。例如,福建华通银行三年期、五年期的个人定期存款利率均为3%,三年期、五年期的单位定期存款利率分别为3.15%、3.40%。业内人士认为,这反映出民营银行在压降负债成本与保持一定揽储吸引力之间面临着平衡的难题。

实际上,自今年10月份国有大行年内第二次下调存款挂牌利率以来,全国性股份制银行、城商行、农商行纷纷跟进。近期,多家民营银行密集下调存款挂牌利率。江西裕民银行、深圳前海微众银行、四川新网银行、温州民商银行等4家民营银行均于11月15日公布新的人民币存款利率表。

如江西裕民银行相关公告显示,该行自2024年11月15日起调整人民币存款利率,三个月、六个月、一年期、二年期、三年期和五年期

的定期存款利率分别从1.15%、1.4%、1.6%、1.75%、2.25%和2.3%调整至0.9%、1.15%、1.35%、1.5%、2%和2.05%。降幅均为25个基点。

在此之前,上海华瑞银行、无锡锡商银行、重庆富民银行、武汉众邦银行、江苏苏商银行、浙江网商银行等已下调人民币存款利率。总体来看,三年期、五年期定期存款利率仍是民营银行调整的重点,有的民营银行对各个期限的存款产品均进行调整。

中国邮政储蓄银行研究员姜飞鹏对《证券日报》记者表示,今年以来,在银行业净息差整体承压的情况下,民营银行净息差出现较大幅度下降,稳定净息差压力较大。加之民营银行本身存款利率相对较高,这些因素综合导致民营银行存款利率下调幅度较大。

国家金融监督管理总局公布的数据显示,今年二季度,民营银行的净息差为4.21%,较一季度下降11个基点。同期,大型商业银行、股份制商业银行、城商行、农商行的净息差降幅分别为1个基点、1个基点、0个基点、0个基点。

“客户基础较为扎实的民营银行通过更大幅度地下调存款利率,进一步缩小与大中型银行间的负债成本差距。”苏商银行研究院高级研究员杜娟告诉记者,包括民营银行在内的中小银行由于规模、品牌、客户基础等方面不及国有大行,故存款利率较国有大行有溢价。在支持实体经济、推动经济增长的背景下,目前政策利率处于下行区间,且银行在稳住净息差的压力下也下调了存款利率。民营银行一般会跟进大行调整存款利率,

维持一个适当的溢价幅度。

杜娟表示,民营银行要提高存款竞争力,首先要夯实客户基础,通过精细化客户运营、高质量产品服务提升客户黏性;其次是通过多样化服务交叉实现低成本存款沉淀,如代发薪、结算资金的沉淀等;三是寻求资质牌照,带来更多存款沉淀路径。除存款业务外,民营银行还需要普遍提升资产负债精细化管理能力,通过优化负债结构提升负债能力、降低负债成本。

“民营银行主要通过线上渠道发展业务,为了更好地平衡压降负债成本和保持一定揽储吸引力,需要充分利用数字化的优势,进一步优化资产配置布局,提高资产端收益率,稳定负债成本,提升运营管理能力。”姜飞鹏表示。

# 又见银行理财子公司 自购“含权类”产品 专家称未来还会有其他公司跟进

■本报记者 彭妍

近日,招银理财宣布自购旗下含权类理财产品。理财子公司购买自家理财产品并非新鲜事。早在2022年和2023年,包括光大理财、南银理财、中邮理财、招银理财、兴银理财在内的理财子公司都曾使用自有资金投资旗下理财产品。

## 招银理财自购旗下产品

近日,招银理财的海报显示,该公司以自有资金购买,且高管、投资经理及员工都购买“招银理财价值精选系列”产品。海报上编号为“102805”的理财产品,指向招银理财旗下理财产品“招智价值精选一年持有系列”,产品风险评级为PR3。

从资产配置来看,该产品理财资金不低于60%投资于固定收益类资产,不低于20%投资于权益类资产、商品及金融衍生品类资产。其中,0%至40%投资于股票等权益类资产,0%至20%投资于股指期货等商品及金融衍生品类资产。

中国银行研究院研究员杜阳对《证券日报》记者表示,银行理财子公司自购或与近期理财资金搬家现象有关。9月份以来,股票市场火热,部分投资者选择赎回理财产品,将资金转移至资本市场以期获取高收益。同时,受债债跷跷板效应影响,债券市场表现相对低迷,进而对理财产品净值表现带来较大冲击,或进一步强化投资者赎回意愿。在此背景下,理财子公司通过自购理财产品,特别是权益类理财产品,一方面,可以向市场和投资者传递积极信号,表明对理财行业发展长期向好的信心,稳定投资者情绪;另一方面,通过自购含权类理财产品,释放权益类投资将是理财子公司未来发展侧重点的信号,以期提振投资者对于理财子公司权益类投资的信心。

南开大学金融发展研究院院长田利辉在接受《证券日报》记者采访时表示,“含权类”理财产品通常与股票市场表现相关,显示出理财子公司对权益市场的信心。受当前经济复苏和市场回暖的影响,现在是投资权益类资产的较好时机。理财子公司自购行为可能是其风险管理策略的一部分,以平衡资产配置和控制风险。

理财子公司购买自家理财产品并非新鲜事。2022年,包括光大理财、南银理财、中邮理财在内的理财子公司都曾使用自有资金购买旗下理财产品。2023年,包括招银理财、兴银理财、渤海理财在内的理财子公司都曾发起自购。其中,招银理财宣布以自有资金1000万元投资旗下股票型理财产品。兴银理财宣布,用自有资金投资旗下一只红利策略产品,最高投资3000万元。从自购产品类型来看,多数理财子公司自购产品为“含权类”,但也有部分理财子公司资金投向一些固收类产品。

## 有助于稳定投资者信心

自9月24日以来,伴随A股行情升温,权益市场转暖,银行理财产品的投资布局也发生了改变,多家理财子公司将“含权”产品摆到重要位置。

招联首席研究员董希淼对《证券日报》记者表示,理财子公司通过自购,传递出对理财产品和未来趋势的信心,有助于稳定投资者信心和和市场预期的积极信号;通过自购,将理财子公司自身利益与投资者利益更紧密捆绑,有助于推动理财产品和理财市场保持稳健发展。对理财子公司本身而言,目前处于相对市场底部,通过自购也有利于优化市场布局。

未来是否会有更多理财子公司跟进?在田利辉看来,未来会有其他理财子公司跟进和效仿,进而获取竞争主动权,增强市场信心和提升产品吸引力。董希淼认为,展望下一阶段,随着我国金融市场更加稳定、投资者风险偏好改变以及银行和理财子公司能力提升,银行理财市场将呈现以促稳、稳中求进的态势。从理财规模看,理财产品存续余额有望从2023年的27万亿元左右增长至29万亿元,甚至还可能突破30万亿元;从资产配置结果看,理财资产配置在延续“二八定律”(即80%的安全垫资产和20%的博收益资产)的前提下,预计债券、公募基金、权益类资产的占比有所回升。

“不过,面对市场波动和投资者多样化需求,银行和理财子公司如何在安全性、收益性、流动性这一‘不可能三角’中做好动态平衡,将是一个长期的巨大挑战。”董希淼表示,下一阶段,银行和理财子公司应加快引入和培养专业人才,不断提升对宏观形势和金融市场的研判能力,持续提升投资研究能力和资产配置能力,为不同需求的投资者提供差异化的产品和服务。

田利辉表示,未来理财子公司竞争力主要体现在产品创新、风控水平和资管能力上。同时,能否开展优质的客户服务和通过金融科技降低成本也是竞争的重中之重。

更多精彩内容,请见——

## 证券日报新媒体



证券日报之声