

五大上市险企一季度净利润增长强劲

截至4月27日晚间,A股五大上市险企2023年一季度业绩全部出炉。综合来看,上市险企一季度业绩回暖趋势显著。从净利润增长情况来看,中国人保、新华保险净利润同比增幅均超过100%,中国人寿、中国平安、中国太保也实现较为强劲的增长。

受行业龙头企业业绩向好提振,4月27日,A股保险板块表现强势。截至27日收盘,Wind保险指数大涨近9%,中国平安涨停,新华保险、中国太保、中国人寿涨超6%,中国人保涨近5%。

●本报记者 薛瑾 黄一灵



视觉中国图片

业绩回暖趋势明显

从一季报披露的经营数据来看,五大险企业绩回暖趋势明显。

具体来看,2023年第一季度,中国平安实现营业收入2537.78亿元,同比增长30.8%;实现归属于母公司股东的净利润383.52亿元,同比增长48.9%。中国人寿实现营业收入3683.85亿元,同比增长7.2%;实现归属于母公司股东的净利润178.85亿元,同比增长18%。中国人保实现营业收入1377.69亿元,同比增长8%;实现归属于母公司股东的净利润117.21亿元,同比增加230%。中国太保实现营业收入943.86亿元,同比增长19.4%;实现归属于母公司股东的净利润116.26亿元,同比增长27.4%。新华保险实现营业收入290.05亿元,同比增长17.4%;实现归属于母公司股东的净利润69.17亿元,同比增长114.8%。

从今年1月1日起,上市险企应用《企业会计准则第25号——保险合同》(下称“新保险合同准则”)以及《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》(下称“新金融工具会计准则”)。

银保监会相关部门负责人4月26日表示,从2023年一季度情况看,实施两个新准则后保险公司资产负债表基本保持稳定,资产、负债、所有者权益变化不大;从利润表看,实施两个新准则对保险公司营业收入影响相对较大,利润总体实现

正增长。

投资端改善提振业绩

业内人士认为,今年一季度,上市险企资产端改善、投资收益回暖,是险企当期业绩提升的重要因素之一。

中国平安表示,公司营收和归母净利润同比增长主要受资本市场上行、投资收益增加影响。截至一季度末,公司保险资金投资组合规模超4.49万亿元,较年初增长3.1%,年化净投资收益率为3.1%,年化总投资收益率为3.3%。新华保险亦称,公司净利润增长的主要原因是总投资收益较上年同期增加。数据显示,新华保险一季度末投资资产超1.23万亿元,一季度年化总投资收益率达5.2%。

中国人寿一季度实现总投资收益529.32亿元,同比增长18.8%。中国人寿方面表示,公司把握利率阶段性抬升机会,加快债券配置节奏,缓解配置压力;紧密跟踪权益市场变化,适时兑现价差收益,提升收益水平。

中国太保一季度总投资收益率为1.4%,同比上升0.4个百分点。公司表示,今年以来,信用利差收窄,国债收益率小幅上行。权益市场上涨,公司积极把握市场机会,投资收益保持基本稳健。

中国人保也表示,债券投资方面较好把握了一季度利率运行节奏,在市场利率低点加大波段操作力度;同时加大优质非标资产投资力度。权

益投资方面积极挖掘信息技术、数字经济等结构性机会。

带动保险股估值修复

负债端的复苏尤其是寿险业务的复苏,也为险企业绩回暖贡献了力量。

例如,一季度中国人寿实现保费收入3272.21亿元,同比增长3.9%;各项新单业务相关指标实现正增长,新单保费为1176.69亿元,同比增长16.6%,公司一季度新单业务价值增速由负转正,同比增长7.7%。

中国平安表示,公司寿险及健康险新业务价值同比增长8.8%,代理人渠道同比转正,银保渠道同比大幅增长。

中国证券报记者注意到,一季报正式披露之前,受负债端暖意的传导,A股保险板块已提前迎来复苏行情。

“年初至今,保险负债端的需求在持续复苏,从而带动保险股的估值修复。但目前,市场对此的认知程度仍然较低。考虑到进入二季度后,更多高价值的差异化重疾产品上市在即,我们认为仍将持续带动负债端的修复。”天风证券分析师周颖婕指出。

国泰君安非银金融团队亦指出,在当前居民持续旺盛的理财类险种购买需求以及2022年二季度低基数等影响下,预计保险行业在今年二季度的保费数据仍可能超预期。

告别跑马圈地 信用卡业务转向“精耕细作”

●本报记者 王方圆

信用卡业务是商业银行消费金融版图的重要组成部分。据中国证券报记者不完全统计,截至2022年末,已有工商银行、建设银行等5家银行信用卡累计发卡量均超过1亿张。

不过,当前信用卡发卡量增速有所放缓。伴随着对“睡眠卡”的清理及不良认定趋严等因素,部分银行信用卡不良率也有所抬升。分析人士表示,当前信用卡业务已经逐渐告别“跑马圈地”时代,商业银行应着力打造客户经营能力。

主题类信用卡成“流量担当”

上市银行年报数据显示,截至2022年末,共有10家银行信用卡累计发卡量(部分银行统计口径为流通卡量)均超过5000万张,均为国有行和股份行。

具体来看,工商银行、建设银行、中国银行、中信银行、招商银行发卡量均超1亿张,分别为1.65亿张、1.40亿张、1.38亿张、1.07亿张、1.03亿张;交通银行、平安银行、民生银行、兴业银行、浦发银行均超5000万张,分别为7450.83万张、6899.72万张、6817.31万张、6630.42万张、5133.16万张。

从全行业来看,多家银行信用卡2022年末的累计发卡量较2021年末实现增长。其中,民生银行增长6.07%,兴业银行增长11.06%,浦发银行增长5.98%,中信银行增长5.21%,邮储银行增长3.04%。

从年报来看,主题类信用卡情况被部分银行重点提及。中行表示,在冬奥会举办期间大力推广主题银行卡,长城冰雪借记卡发卡突破2200万张、北京2022冬奥主题信用卡累计发卡突破198万张。据了解,报告期内,建行也创新研发了冬奥冰墩墩卡、卡塔尔世界杯卡等信用卡产品。

部分银行信用卡不良率上升

伴随信用卡业务发展,多家银行信用卡业务收入也有所提升。2022年,招商银行实现信用卡利息收入639.74亿元,同比增长7.26%;实现信

用卡非利息收入280.76亿元,同比增长3.57%。邮储银行表示,信用卡业务收入同比增长16.11%。

需要关注的是,2022年,多家银行出现信用卡贷款不良率上升的情况。截至2022年末,招商银行信用卡贷款不良率1.77%,较2021年末上升0.12个百分点;平安银行信用卡不良率为2.68%,较2021年末上升0.57个百分点;兴业银行信用卡不良率为4.01%,较2021年末上升1.72个百分点。

“逾期贷款指标较上年末小幅上升,主要原因是信用卡逾期增加较多。”兴业银行分析,2022年,部分信用卡持卡人收入水平和还款能力下降,同时催收作业人力和方式严重受限,催收成效受影响较大,信用卡业务逾期和不良增加。

还有分析人士表示,这与部分逾期认定标准调整有关。记者了解到,2021年四季度起平安银行应监管要求调整信用卡逾期认定标准,使得2022年信用卡新户逾期率有所上升。

加快数字化转型

据央行统计,我国信用卡累计发卡量由2010年2.3亿张增加至2021年8.0亿张,其增速已从2017年26.5%下降至2021年2.8%。德勤研报认为,我国信用卡行业离发卡量天花板越来越近,预示着信用卡“跑马圈地”时代将终结。

与此同时,商业银行也面临着较为严重的信用卡投诉问题。银保监会数据显示,2022年第四季度,银保监会及其派出机构接收并转送的银行业消费投诉中,涉及信用卡业务投诉29981件,占投诉总量的43.1%。工商银行年报显示,在该行2022年接受的投诉中,投诉主要集中在信用卡和个人金融等业务,其中,信用卡业务投诉主要集中在协商还款、汽车专项分期、息费争议、征信记录等方面。

展望未来,业内人士表示,商业银行应着力打造客户经营能力。德勤研报认为,信用卡客户经营对大数据、人工智能的依赖越来越大,产品、权益、商户体系的复杂程度越来越高,且迭代不断加速,需要商业银行构建强大的科技服务和数据服务能力,保障客户经营体系持续稳定高效运行。

上海将探索开展金融数据安全有序跨境流动试点

●本报记者 汪荔斌

4月27日,上海举行“营造一流营商环境 服务构建新发展格局”主题系列市政府新闻发布会第三场。上海市地方金融监督管理局局长周小全表示,探索开展金融数据安全有序跨境流动试点,支持上海临港新片区国际数据港建设。

“我们将坚持稳中求进工作总基调,对标高质量发展新要求,对标全球最高标准、最好水平,提高金融服务便利水平,强化全球资源配置功能,加强金融风险防范化解,维护金融安全运行。打造近悦远来的金融营商环境,为上海进一步当好中国式现代化的开路先锋夯实基础。”周小全说。

周小全表示,上海将加快落实国家战略,打造国际金融中心“升级版”。发挥上海国际金融中心以人民币资产为基础的优势,提升金融中心核心功能。以设立国际金融资产交易平台为契机,创新机制安排,作为境内

外金融市场的制度“转接口”,便利境内外投资者参与我国金融市场。

周小全表示,上海将以发展人民币离岸交易为抓手,通过高水平制度供给,从规则、规制、管理、标准等制度型开放上,打开新的发展空间,打造人民币离岸交易中心,更好统筹发展在岸业务和离岸业务。同时,进

一步创新面向国际的人民币金融产品,推进人民币外汇期货交易试点。深化全球资管中心建设,提升人民币资产吸引力。

上海将建设全球资源配置功能高地。周小全表示,完善金融市场体系、产品体系、机构体系、基础设施体系,进一步提高国际化水平。建设开放高效的金融市场体系,配合落实全面实行股票发行注册制改革,提升资本市场融资功能。深入探索金融高水平制度型开放,在自贸试验区和临港新片区加大风险压力测试,加快对标高标准经贸规则。培育种类齐全的金融产品体系,加大金融衍生品供给,丰富商品和金融期货期权品种。完善多层次、广覆盖、高能级金融机构体系,加快金融机构集聚,持续推动对外开放项目落地。打造互联互通的金融基础设施体系,高水平推进银行间和交易所债券市场互联互通及统一对外开放,增强面向国内国际的服务能力。

周小全提出,上海将提供高质量金融供给,把为实体经济服务作为出发点和落脚点,提升金融服务实体经济质效。加强金融政策协调配合,全力服务“3+6”重点产业集群发展,尤其是科创、中小微、民营企业,加强金融中心与经济、科创、贸易、航运中心的联动,形成共促经济高质量发展合力。



视觉中国图片

控制利差损风险 3.5%复利终身寿险或停售

●本报记者 石诗语

“最近监管部门对部分寿险公司做了窗口指导,3.5%复利的终身寿险产品可能即将停售,如果有配置需求,建议尽快投保锁定收益。”某头部保险公司保险经纪对中国证券报记者说。

近年来,随着定期利率持续走低、理财产品波动加大,大额存单产品一单难求,以复利递增的增额终身寿险产品成为不少稳健型投资者的“心头好”。记者在调研中了解到,险企出于控制负债成本、降低利差损风险的考虑,3.5%利率终身寿险产品或将停售。投资者应根据家庭资产状况、风险承受能力等具体情况按需配置,切忌受“停售”炒作影响盲目跟风。

“炒停潮”来袭

增额终身寿险产品“炒停潮”再次来袭,多个理财经理表示,利率3.5%的终身寿险产品将于近期停售,建议感兴趣的投资者尽快配置。

“3.5%复利计息的增额终身寿险产品可能5月初就停售了,以后再发行新的同类替代产品时利率就要按照3%来算了。”招商银行北京海淀区某支行理财经理告诉记者。

工商银行、建设银行等银行网点工作人员向记者表示:“部分险企利率为3.5%的增额终身寿险产品已经下架了,目前我们代销的几款估计近期也会停售,利率3%的同类产品已经在走发行前审批流程了。”

“具体下架时间我们也在等通知,现在投保还来得及。利率下调的可能性是很大的,之前相似的保险产品利率能达到4%以上,现在只有3.5%了。”某头部险企销售人员说。

时间拉长来看,本次产品停售之说或早有端倪。去年11月,监管部门对部分人身保险产品问题进行通报,并开展增额终身寿险产品专项风险排查工作。排查重点包括但不限于:增额比例超过产品定价利率、利润测试的投资收益假设超过公司近5年平均投资收益率水平、产品定价的附加费用率假设明显低于实际销售费用等。彼时,已有部分高利率产品因发现存在上述问题,而遭遇停售。

控制负债成本

谈及本次利率的调整原因,多位业内人士向记者分析称,主要是出于控制负债成本与投资风险的考虑,降低利差损风险。

根据相关规定,保险期间一年以上的产品,保险公司在厘定保险费时,应根据公司历史投资回报率经验和对未来的合理预期及产品特性按照审慎原则确定预定利率。

“由于近年来市场利率趋势性下行且权益市场不确定性增加,保险资金运用收益率持续低迷。若投资端的收益无法覆盖负债端成本,就会产生利差损风险,进而可能引发保险公司经营风险。”某保险资管公司相关负责人表示。

为遏制保险资金追求高收益带来的风险,控制个别公司激进经营,导致行业恶性竞争。银保监会提倡“降低预期收益率、提高产品保障水平”政策,要求保险公司限制高收益型产品,降低利率水平,加大保险责任保障力度,防范风险。

东吴证券分析师葛玉翔分析称,从短期来看,引导降低负债成本将大幅刺激产品销售,尤其是普通型养老金及10年以上的普通型长期年金,老产品停售炒作难以避免。中期来看,预定利率跟随评估利

率下行,保险公司分红险占比提升,传统险业务占比下降,虽然储蓄型业务吸引力略有下降,但分红险占比提升有望缓解人身险公司刚性负债成本压力。长期来看,有望引导人身险公司降低负债成本。

不应盲目跟风

目前市场上常见的增额终身寿险产品通常采取期交模式,保费可分三年或五年交清。从第二个保单年度起,各保单年度的保险金额按基本保险金额的3.5%以年复利形式增加。

“3.5%的复利率是写入合同的,不管未来市场利率如何变化,利率都不会变,基本上第五年就开始产生收益,适合长期投资,防范利率下行趋势。”招商银行北京西城区理财经理周南说。

此外,他还表示,增额终身寿险与普通终身寿险的不同之处在于,保单的保险金额会随时间持续递增,持有时间越长,现金价值会越来越高。若投保人在投保期间发生意外,有相应的身故、全残保险金赔付。

从理财经理提供的测算示例可看出,终身寿险产品与普通存款产品有较大差别,若投保人在5年内退保,那么保单的现金价值将受到较大折损。例如,第一年交纳保费100万元,若在该年度选择退保,则仅能退回21余万元。但若长期持有,在“增额”与“复利”的加持下,该产品年化利率较为可观。

业内人士认为,保险公司及银行等代销渠道的工作人员,在营销产品时应回归“保险姓保”的本质属性,不应夸大此类产品的理财和储蓄功能,以免误导消费者。而消费者在购买此类金融产品时,应根据家庭资产状况、风险承受能力等具体情况合理配置,不应盲目跟风。