

启动时间提前 产品供给多元

# 险企打响2024年开门红营销战

“我们从国庆节后开始备战2024年开门红，开培训会、拜访客户等，最近一段时间周末还在加班。”某大型险企的保险代理人袁先生向中国证券报记者表示。

当前，多家险企已推出2024年开门红产品，也有部分险企正在筹备开门红。整体来看，险企开门红启动时间有所提前，在产品方面，不少险企主推短交年金和增额终身寿险产品。作为预定利率切换后的首个开门红，业内人士预期有所分化。

●本报记者 陈露

## 开门红营销陆续启动

9月15日，中国人寿推出鑫耀龙腾两全险、鑫禧龙腾年金险等多款产品，并附加万能账户，正式开启2024年开门红营销。

进入10月，平安人寿、泰康人寿、友邦人寿等多家保险公司也陆续推出开门红产品。比如，平安人寿推出御享金尊分红保险产品计划和平安御享财富3.0保险产品计划两款产品；泰康人寿推出泰康尊享世家（增额版）2023终身寿险产品。

记者注意到，和往年相比，今年的开门红营销时间相对较早。某大型险企的保险代理人王女士透露，该公司去年10月开始筹备开门红，今年由于预定利率下调，上半年公司的业绩完成较好，从8月份开始，就已经在着手筹备开门红产品的相关工作，目前一款开门红产品销售已经快接近尾声。

此外，也有一些保险公司正在备战开门红。某中型险企保险代理人刘女士告诉记者，该公司的开门红产品将在11月1日推出，预计会推出包括年金险、增额终身寿险等在内的三款产品。目前公司正在进行员工培训，学习新产品。



视觉中国图片

业内人士告诉记者，保险公司的开门红营销相当于保险业的“双十一”，在业界有“开门红，红一年”的说法，开门红做得好，就能奠定公司全年的业绩基础。对于保险代理人来说，公司会有一定的考核激励机制，开门红完成得好，能拿到更多奖励。对于消费者来说，在开门红产品营销期间，通常会有一些优惠政策，比如健康险放开核保条件等，购买意愿也更强烈。

## 产品类型多样

今年8月，人身险产品的预定利率由3.5%切换至3.0%。预定利率换挡之后，险企开门红产品有何变化？整体来看，短交年金和增额终身寿险仍是主力产品，产品的短交快返特征较为明显。

记者从多位保险代理人处了解到，短交

快返的年金险产品成为不少险企的主推产品。“交费期限较短，返还速度快的保险产品更加符合客户的需求。现在很多年金险产品会附加万能账户，如果客户不想把年金取出，还可以把钱放到万能账户里，进行复利增值，较为灵活。”代理人袁先生表示。

业内人士预计，2024年开门红产品供给将更加多元化。招商证券非银金融首席分析师郑积沙表示，预计2024年开门红期间各公司将进一步扩大供给，以多样化的产品形态满足不同客户需求。除了继续主打近几年的短交年金险外，亦可能推动分红险销售来满足客户需求，并进一步缓解人身险公司的刚性负债成本压力。

## 业内预期分化

从上市险企披露的最新数据来看，预定

利率切换之后，8月以来，寿险保费收入增速放缓。2024年开门红能否重现增长？业内预期出现分化。

有保险代理人向记者表示，不少客户在预定利率切换前已经购买了保险，拓展客户的新需求存在一定困难。也有代理人表示，开门红期间的销量不错，每天平均有几十单的高端客户签单。

南京证券分析师陈颖认为，随着7月底预定利率3.5%人身险产品正式下架，受部分需求提前释放影响，行业人身险保费收入增速如期走弱，且预计这一趋势今年或仍将持续。

但也有业内人士表示看好2024年寿险开门红。郑积沙认为，受益于客户旺盛的稳健理财需求、储蓄险突出的产品力、更加充分的准备周期、去年同期低基数等多重利好，2024年寿险开门红可期。

## 在健全完善公司治理方面当表率

# 业内人士建言上市银行高质量发展

●本报记者 张佳琳

10月16日，“2023年中国上市银行发展论坛暨银行业公司治理四季讲堂第三讲”在杭州召开。与会专家表示，商业银行作为实体经济与金融市场之间的桥梁，扮演着至关重要的角色。上市银行作为金融行业中的关键角色，要积极融入服务经济社会发展大局，以自身的专业能力和诚信经营，推动国家经济发展；通过创新金融产品和服务，提高金融服务的覆盖面和普惠性，为广大企业和个人提供优质金融服务。

## 持续完善公司治理

随着中国经济的高速发展，中国式现代化和经济高质量发展势在必行。作为银行业的领

头羊，上市银行的表现备受关注。

回顾上市银行过去一年的表现，中国银行业党委副书记、专职副会长邢炜表示：“2022年，上市银行延续稳健发展态势，坚持‘规模、结构、效益、效率、质量’动态均衡发展，推动党的领导和公司治理有机融合，在规范公司治理、加快业务变革、强化风险管理、推进数字化转型等领域取得成效。董事高管履职能力提升，公司治理不断完善，ESG信息披露质量持续提升，资产负债规模稳步增长，资产负债结构持续优化，资产质量保持稳定，轻型化转型初显成效。”

中国工商银行原行长杨凯生表示，上市银行应努力成为行业内各方面的标杆，在健全完善公司治理方面做标杆、当表率，无疑是其中的一个重要方面。不断加强和完善我国银行业的公司治理，是防范和化解金融风

险的需要，对维护资本市场的稳定具有积极作用。

原银保监会公司治理监管部副主任张显球说，当前上市银行加强公司治理建设需要做到六个“进一步”：一是进一步加强党的领导和党的建设，持续推动党的领导和公司治理有机融合；二是进一步规范股东行为；三是进一步加强董事会建设；四是进一步提升道德水准；五是进一步加强信息披露；六是进一步重视环境和社会问题。

## 优化调整资产结构

经济周期波动之下，上市银行经营仍面临挑战是与会专家的共识。

“净息差收窄，经营压力增大，资产质量承压，银行估值偏低，外部资本补充不易。”浙

商银行党委副书记、行长张荣森分析，新形势下如何平衡兼顾资本、规模、质量、效益，走出中国特色的金融发展之路，是新时代给银行业的重要课题。

浙商银行提出“垒好经济周期弱敏感资产压舱石”的经营策略，通过优化调整资产结构，持续牵引客户结构和收入结构的调整。经过一年多实践，成效开始显现。截至2023年6月末，浙商银行经济周期弱敏感资产实现营收95.17亿元，同比增长26.71%，占全部营收的比例达到29.58%，同比增加5.24个百分点。非息收入占比增加1.07个百分点至27.86%，绿色中收增幅达47.6%。

展望未来，专家表示，上市银行仍以支持实体经济为使命，持续围绕服务中国式现代化和推动高质量发展，把握机遇、应对挑战、实现新突破。

# 唤醒“睡眠保单” 多家险企在行动

●本报记者 薛瑾

10月开始，为期一年的人身保险“睡眠保单”清理工作渐次展开。中国证券报记者从业内了解到，近日，针对国家金融监督管理总局日前下发的组织开展人身保险“睡眠保单”清理专项工作通知，多家险企目前正在紧锣密鼓筹备或实施应对举措，部分险企已经召开专项工作方案沟通研讨会议，包括制定客户通知、提供配套工具和服务支持、人员培训与服务宣传以及建立长效机制等行动方案。

## 专项工作紧锣密鼓开展

“我们刚刚在总公司会议室召开人身保险‘睡眠保单’清理专项工作方案沟通研讨会。”10月16日，北京一家大型险企相关负责人说，会上研讨了专项工作的计划和步骤。

“我们收到相关文件后，当天运营部门及IT部门召开紧急会议，对监管文件进行解读、明确数据报送口径、明确系统开发排期等事宜，确保在监管要求的时间内完成相关各项工作。次日已完成系统需求的提交，后续拟通过短信、智能外呼、人工追踪等多种方式对‘睡眠保单’客户进行提醒。”爱心人寿相关负责

人对记者表示，“10月16日总部召集各分公司及渠道进行‘睡眠保单’清理专项工作部署及安排，明确各机构及渠道的职责分工，确定共同目标、形成总分合力、统一思想思路，确保工作的顺利开展。”

记者从多家险企了解到，各家险企对专项工作推进的进度有所差异，但整体来看，多家险企目前已进入内部筹备阶段。上海一家大型险企相关负责人表示：“目前专项工作尚未正式启动，相关业务部门还在盘点保单情况，之后会有下一步方案。”

部分险企透露，公司将于10月20日前，将摸底排查情况报告、统计报表及后续清理工作方案等相关内容报送至国家金融监督管理总局。“开展工作的时间还是比较紧的。”一位业内人士称。

## 多因素致保单“睡眠”

业内人士表示，“睡眠保单”指的是“应领未领历史保单”，主要包括保险事故发生或保险合同到期但尚未领取赔偿或满期给付保险金，以及保险合同效力中止或效力终止但尚未领取现金价值的保单。此次需要“唤醒”的对象，为2013年1月1日至2023年6月30日期

间产生的“睡眠保单”。

买保险时多家保险公司甚至通过多个经纪人比较、逐字逐句看条款，买完保险却将保险合同束之高阁甚至淡忘，成为很多保险消费者的写照。

“‘睡眠保单’包括很多情况，比如家里长辈买了年金，已经到了领取的时候，但长辈去世了，自己也不知情；自己买了保险，但中途换了联系方式，缴费中断导致保单失效了，自己也把这事给忘了，也没去退现金。”一位保经公司人士表示。

“今天翻出一张理财保单，2020年就到期了，我居然不记得买过，取出来也有两万多元。”来自江苏的保险消费者小犀表示。

## 形成长效机制

全国“睡眠保单”的规模有多大？多少钱滞留在保险公司无人领取？目前，尚没有官方公布的统计数据。不过，其量级之大，可以从部分省份的数据窥见一斑。公开信息显示，截至今年上半年末，仅是安徽省各人身险公司应领未领取生存金保单件数即超过7.7万件，涉及金额达9.2亿元。

业内人士表示，如果客户长期没有主动领

取，保险公司通常会提醒，通过短信、电子邮件、纸质信函等方式联系客户，但会有部分客户更换住址、更换手机号、银行账户销户、电子邮箱废弃等，导致“失联”。

从消费者方面，业内人士提醒，如果联系电话发生变化，应及时通过保险公司官网、官方微博或官方客服热线等方式进行变更；养成定期做保单整理的习惯，防止买了保单后，由于遗忘导致自己本可享受的权益受损；及时与家人同步自己的保单信息，除自己以外，至少还要有一到两位家人知道保单信息，以防理赔申请不畅。

事实上，多家保险公司及分支机构曾开展“保单寻亲”活动、“寻找保险生存金领取人”等活动，但未形成行业声浪。业内人士表示，由于寻找工作难度较大，涉及部门较多、费时费力，难以持续推进。而此次全行业层面的大规模专项行动即将落地，将有助于消费者资金得到有效利用，提高保险业服务客户的主动性，增强保险消费者的获得感和满意度。

部分保险公司表示，将形成长效机制，把“睡眠保单”清理工作作为常态化、持续性开展的工作，确保“睡眠保单”及时办结，切实维护保险消费者合法权益。

## “蟹卡骗局”背后：我的信息被谁卖了

●本报记者 吴杨

“蟹卡骗局”近期备受关注。中国证券报记者调研发现，近期不少人收到不明蟹卡，寄件地址和寄件人均不相同。相关部门提醒，这是一种新型骗局，不法分子大范围投递蟹卡、卫生纸等，以领奖为由，引诱收件人扫码进群做任务，最后实施诈骗。

专家表示，要从个人信息卖方等方面多管齐下，搭建严格的信息监控体系，强化个人信息的保护力度。

## 暗藏骗局

记者采访多位收到蟹卡的网友后发现，看似是简单扫码领取大闸蟹，实则是引诱收件人入局，在一次次做任务领取奖励后，实施进一步诈骗。

多位网友收到的蟹卡显示的寄件地址均不一样，河南、安徽、上海、广东等均有涉及。

收到蟹卡的网友小浩说：“莫名其妙就收到这个快递，最开始以为是公司中秋活动礼品，因为前几年也有收到朋友寄来的蟹卡礼物，也都成功兑换到了大闸蟹。但这次感觉不太正常。”他说。

小浩说，扫码后显示的是一个在线客服聊天界面，提示发送个人信息和蟹卡照片验证，信息核对无误后，就被拉进了几个群。最开始群里会频繁有抢红包环节，还会免费赠送下午茶，后来就开始布置别的任务，包括下载APP以及在一些视频平台搜索他们提供的文字，截图得现金。

也有受访者小露表示，除收到蟹卡外，还收到过卫生纸快递。“说要加微信确认信息，拉我进了群，紧接着就是十几单的购物APP刷单任务。”小露说，到最后，打着“有小道消息，资金进去之后就会涨”的名义，让进群的人往别的银行卡里充钱。担心受骗，小露便停止了操作。

## 黑灰产兜售信息

梳理整个过程可以发现，最关键的环节在于，不法分子精准锁定收件人的姓名、电话、地址等信息，实现了蟹卡寄送的精准抵达。

如何得到精准的个人信息？记者调研发现，部分非法分子长期活跃于一些黑灰产平台，通过一些网络黑话兜售用户个人信息，快递面单被随意买卖，事实上，已形成了固定的黑灰产业链。

一般来说，收购快递面单个人信息，称之为“收面”、“收料”等。10月16日，记者在某黑灰产平台上搜索发现，发布“高价收面，急用”等信息的卖家很多。

记者以急需面单数据为由咨询了一位卖家，对方表示，目前暂无实时面单（当日的面单数据），仅有历史面单，即可以提供半年以内的用户名、电话、地址等信息。“我就是做直播电商的，卖女装服饰，若需要可长期合作。”该位卖家表示。

在出售价格方面，多位卖家给出历史面单每张1.5元的价格，且面单数量不一，有的仅有5000条，有的可达到几十万的数量。也有卖家表示，面单价格有差异，实时面单价格会高于历史面单出售价格。

其实，蟹卡骗局也是电信网络诈骗的“变种”之一。辽宁瀛沈律师事务所合伙人律师张迪向记者表示，电信网络诈骗屡禁不止，个人信息买卖泛滥是最重要原因。

## 打击个人信息买卖行为

在“蟹卡诈骗”相关话题引发热议之时，上海市公安局发文提醒称，近日有不少市民收到大闸蟹兑奖卡，扫码后却出现客服窗口发来进群邀请。这是新型骗局，不法分子大范围投递大闸蟹兑奖卡、湿巾、手机支架等，以领奖为由，引导受害人扫码进群后实施刷单诈骗。

“通过发放蟹卡的方式，引诱消费者扫码进群，下载APP或点击链接，从而达到骗取消费者财物的目的，若数额较大，超过6000元的，涉嫌诈骗罪。另外，消费者还应该意识到，刷单行为亦属违法行为。”张迪说。

从法律角度看，该如何斩断庞大的利益链条？如何防止不法分子制造骗局？消费者又该如何避免掉入圈套？

相关部门提示，应首先验证快递员身份及产品信息，切勿扫描不明二维码卡片，也不要随意填写银行卡等个人信息。当有陌生来电准确说出你的个人信息，并告知有紧急事宜需处理、或有礼品需收取时，请保持冷静并通过官方途径进行核实。

业内人士提醒，消费者也不要抱有侥幸心理，为了一些蝇头小利就放松警惕。尤其是在点击链接和下载APP时，务必要先确认是否安全合法，避免掉入陷阱。

张迪表示，应严厉打击个人信息买卖行为。建议建立严格的数据监控体系，对各企事业单位收集、处理、保管个人信息的行为进行严格规范。另外，也需要增强信息提供者的自我保护意识。