

市场直击

银保膨胀再触保险公司“偿付伤疤”

□本报记者 马斌

今年一季度保险业业绩数据... 银行保险业务急剧上升。上海市场,中国人寿上海分公司银保业务一季度竟然同比增长超过900%...

一次会议中举例指出,某大型寿险公司,其25%的个人业务(主要指期缴产品)创造的内含价值是92%;25%的团险创造的内含价值是6%;50%的银行保险业务创造的内含价值仅仅2%。

平安保险副总经理兼银行保险事业部总经理陆敏则表示,每家保险公司在核算时可能会采用不同的贴现率水平(通常采用股本回报率)以及不同的费用口径,因此内含价值的测算结果可能会有比较大的出入...

所谓内含价值,按照2005年5月23日中国保监会推出的《人身保险内含价值报告编制指引》(征求意见稿)的标准说法,是指在充分考虑总体风险的情况下,分配给适用业务的资产所产生的股东现金流的现值。

而此前,为解决资本金约束难题,新华、泰康和太平人寿等多家寿险公司都发行了规模不等的次级债。不过,一位保险业高层人士称,次级债期届满5年后需要逐年打折计人,并不能根本解决问题;并且次级债并不构成保险公司的核心资本,与商业银行资产规模受核心资本充足率制约类似,保险公司的业务规模膨胀急需通过增资扩股或者公开发行政票上市方式补充资本金。

而2004年度新华人寿偿付能力不足就被指与银保比例偏大有关。与保监会对保险公司的偿付能力要求相关的还有内含价值的差异。有关不同保险业务的内含价值差异,保监会主席助理陈文辉曾在

1-2月份上海市寿险业务银保收入 单位:千元

Table with columns: 排名, 公司名称, FYP, Single, RP. Lists top 10 insurance companies in Shanghai for Jan-Feb 2006.

徘徊低谷 保险个人营销反道而行

□本报记者 马斌

与银行保险的火热相比,传统的个人营销渠道的情况却不乐观。

以上海为例,剔除银行保险大涨的因素,近日公布的数据显示:曾被作为寿险公司发展“底盘”的个人营销业务,一季度同比下降近20%,营销员人数减少1300余人。

一家寿险公司提供的内部数据显示,2006年1月份和2月份,在全上海已开业的22家寿险(不包括瑞泰人寿),除平安、友邦、国寿几大公司以及少数几家合资公司外,绝大部分寿险公司个人新契约保费收入,均在100万元的业绩平台上,有些甚至仅数十万元规模,而相应的营销员队伍不过几百人。

一家大型寿险公司高层表示,在上海,成熟的个人营销团队应该稳定在2000-3000人左右,月薪契约保费收入上千万规模,目前的情况显示,多数公司个人营销仍然勉强度日。

除此之外,业内人士称,由于统计口径的不统一,各家寿险

公司的业务规模数据也常常不具有可比性。他表示,目前保监会以及同业公会公布的都是总保费数据,不能反映公司的业务品质和内含价值,而在行业内比较通行的是修正保费或者年度化折算保费的方法。所谓年度化折算保费,是指十年期期缴保费收入按照100%计算,趸缴产品按照10%折算计入,而十年期以下的期缴产品则按照年限折算,如:5年期折算率为50%。该人士称,如若按照上述标准计算,结果会大不相同。

比如,上海保险同业公会统计数据显示,2005年1-6月,按照个险新契约(包括期缴和趸缴)保费收入排名,国寿上海(5.3亿元)排名第一,平安上海(3.4亿元)第二,友邦(2.2亿元)第三。假设按照修正保费口径,即对趸缴产品按10%打折统计;平安上海就取代国寿排名第一,市占率超过30%。如果套用更严格的计算方法比如年度化标准保费的口径统计,国寿上海分公司的保费收入和市场份额将进一步缩水,友邦则会超过中国人寿。

2月上海部分公司个人寿险业务保费收入 单位:千元

Table with columns: 排名, 公司名称, FYP(期缴), 趸缴, 续期. Lists personal insurance premium income for Feb 2006.

2月份上海市寿险业务银保收入 单位:千元

Table with columns: 排名, 公司名称, FYP, Single, RP. Lists top 10 insurance companies in Shanghai for Feb 2006.

2006年云天化集团有限责任公司公司债券发行公告

(上接A8版) 附表三: 发行人经审计的2002年、2003年和2004年合并利润及利润分配表

Table showing financial data for云天化集团 from 2002 to 2004, including revenue, expenses, and profits.

附表四: 发行人经审计的2002年、2003年和2004年合并现金流量表及补充资料

Table showing cash flow and supplementary information for云天化集团 from 2002 to 2004.

附表五: 中国农业银行经审计的2004年合并现金流量表

Table showing cash flow for 中国农业银行 in 2004.

附表六: 中国农业银行经审计的2002年、2003年和2004年合并资产负债表

Table showing balance sheet for 中国农业银行 from 2002 to 2004.

记者观察

银保一季度飙涨 平安却按兵不动 银保赚了吆喝没赚钱?

业内人士日前透露,一季度的数据显示,作为银行保险的开局者中国平安人寿保险股份有限公司(下称“平安保险”)的银保业务,目前不仅被龙头老大中国人寿远远超越,并且被二线保险公司如新华、泰康和太平人寿等超出不少。据记者掌握的材料,今年一季度中国人寿银行保险保费收入为200多亿元,新华人寿近50亿元,泰康和太平人寿则分别在30亿元上下。

而日前,平安保险副总经理兼银行保险事业部总经理陆敏在接受本报记者采访时透露,尽管一季度银行保险的外部环境发生剧烈变化,但平安保险所确定的业务指标相比去年基本持平,并且至今未有加大银保力度的计划。

平安的按兵不动现象值得深思,火爆的银保业务背后的真实或许只是赚吆喝不赚钱。

友邦上海分公司总经理鲍维此前曾在接受采访时指出,对寿险公司而言,包括银行保险在内的趸缴产品,其一次性付款安排让保险公司无需担心未来的不确定性。但是,如果要维持长期的稳定的现金流,趸缴产品就不是一个好的选择;趸缴产品占比过大造成某一年度的保费收入基数膨胀,容易引发保费收入的剧烈波动。

上述业内人士则表示,某一年度银保业务的剧烈膨胀可能会导致来年的负增长,或者为避免负增长而不得不继续做大银保业务。

陆敏则表示,平安保险之所以采取维持而非激进的市场策略,其原因在于平安保险高层一致的看法是:目前银行保险业务内含价值相对个人营销渠道要低很多,同样的资源配置到个人营销渠道,可以产生更多的回报。不过,陆敏表示,由于长期看好银行保险业务,平安保险方面尚且会维持目前的规模,而不是选择退出该市场,并且目前该公司仍在同银行进行银保业务转型的探讨。

而平安集团常务副总经理孙建一去年在一次内部会议中指出,平安近年选择在银保和团险上后退而进一步发展个险,“个险的增长能顶多少,就在银保和团险上退多少”。

在谈到银保业务的外部环境时,陆敏表示,中国商业银行陆续上市,其业务转型非常明显,比如加大中间业务力度,是推动银保业务有序竞争的契机。

一位业内人士则称,中国人寿保险股份有限公司(下称“中国人寿”)的发力与其不久前确定的专门针对平安的所谓“定点超越,全面研究”的战略有关,该战略要求中国人寿在北京、上海、深圳等中心城市的分公司在保费规模等指标上要陆续超越平安。2005年底,中国人寿上海分公司终于以市场份额领先0.01%的微弱优势击败平安上海分公司,实现6年来的首次翻身。(马斌)

附表七: 中国农业银行经审计的2004年合并现金流量表

Table showing cash flow for 中国农业银行 in 2004.

附表八: 中国农业银行云南省分行2002年、2003年和2004年财务报表

Table showing financial statements for 中国农业银行云南省分行 from 2002 to 2004.