

# 平安确定发展三支柱 银行已成未来增长点

## 保险、银行、资产管理为三支柱 不排除进一步收购商业银行的可能

□本报记者 黄蕾

用“时间紧、任务多”来形容平安保险2月5日的A股上海路演行程,一点也不为过。

昨日,上海浦东香格里拉酒店人头攒动,随着平安保险集团三位“重磅人物”——董事长马明哲、首席保险业务执行官梁家驹、资产管理公司董事长陈德贤的现身,平安保险两场分别针对询价对象和分析师的一对多路演推介会正式登场。

在近两个小时面向询价对象的路演现场,平安高层历数公司诸多优势。“国内保险业最早引入海外战略投资者”、“业务结构均衡”、“人才年轻化国际化”等成为他们口中的公司“王牌”。

一位与会人士向记者透露,整个路演过程中,马明哲提及最多的词要属“集团化经营”,这也正是平安保险一直强调的自身优势。在对平安保险集团整体架构作了简单的描述之后,马明哲也提出了平安保险未来发展的三大支柱即保险、银行和资产管理。

马明哲的开场白得到了与会人士的响应,路演现场询价对象表现得亦是相当踊跃。在肯定平安近年来多元化经营表现不俗的同时,他们也提出了“平安旗下非保险业务仍不是集团主流”这个现存问题,以及未来如何发挥平安集团产

业链之间的协同效应等。

“平安高层也意识到了这个问题。”该人士称。针对询价对象普遍关注的“平安非保险业务对集团利润贡献率较低”这个问题,平安高层在路演现场明确透露了正在加快集团化步伐的信息。

他同时透露,平安在会上已证实正在对深商行和平安银行进行整合,并表示将来有意重点将深商行发展成为全国性商业银行。另据有关人士昨日向记者透露,在平安保险的整个集团发展战略中,不排除将来有继续收购商业银行的计划。包括光大银行、深圳发展银行、东莞商业银行、恒丰银行在内的多家银行相继与平安保险传出过并购“绯闻”。

“平安保险在集团化上确有优势,凭这点可为它的内含价值‘加分’。但这同时意味着它要比其他公司付出更多的综合管理成本。我们会在数日内给出一个合理价位,同时根据它最后的发行价格区间来决定配售规模。”这是一位基金经理人走出上海路演会场见到记者后的第一句话,言语中不时流露探底心态。

同时,由集团总经理张子欣带领的广深路演小组亦于昨日上午拉开了深圳路演的序幕。知情人士向记者透露,来自深圳基金、证券、信托、私募界的五六十名投资者人士分别参加了深圳的路演。



平安支柱产业的轮廓正在渐渐清晰 郭晨凯制图

## 高盛高华:平安合理估值40元

□本报记者 黄蕾

作为平安保险主承销商的高盛高华证券公司在昨日“分析师路演”上给出了一份及时的投资价值分析报告,认为平安的合理估值应该在40元左右。

据参加这次会议的一位分析师透露,在对平安保险旗下的各项业务表现进行分析后,高盛高华的分析师认为,“国内投资渠道的放开给了平安很

大的投资空间,平安多元化的投资对其投资回报率的提升至少有248个基点的帮助。”

因此,在综合考虑投资收益等因素后,高盛高华认为,平安保险的估值应该在32.9元至55.5元之间,再加上对贴现率因素的考虑,高盛高华最终给出了“40元”的合理估值。

高盛高华的分析师同时认为,明确的战略规划也是平安保险吸引人的地方。一心想做

“金融大超市”的平安保险,很早便开始为未来集团化发展未雨绸缪。从引进摩根、高盛等海外战略投资者到吸纳国际化专业人才,平安为集团化发展走的每一步棋都清晰可见。

对于保险公司来说,风险管控在其发展过程中当属较重要的一环。高盛高华在报告中也提到了平安保险较透明的股权结构和股东团队。据记者了解,平安集团深圳总部风险管控部门

的员工就有70多人,平安保险对这方面的重视可见一斑。

业内人士对于高盛高华证券的评估基本认可。“综合各种因素后,40元的价位还是比较合理的。”上述分析师认为,就目前来看,平安集团化的协同效应已经开始显现,比如,平安保险的招股说明书中提到,平安保险交叉销售业务的占比正稳步上升,这往往是很多投资者所忽略的。

## 上海路演多路开工

□本报记者 黄蕾

一边忙着与个别询价对象一对一拜访,另一边急着与机构投资者一对多见面,平安保险昨日的上海路演之行忙得不亦乐乎。

知情人士透露称,以董事长马明哲为代表的平安上海路演小组首先于昨日上午拜访了个别询价对象的高层。“听完平安的推介后,我们认为,平安的估值优势在于:业务结构均衡、治理结构突出以及全控架构凸显。”

据记者了解,在与平安高层进行短时间的亲密接触后,询价对象普遍给出了“40元左右”的合理估值。

临近中午时,平安保险与询价对象及机构投资者来了个正面对话。据一位与会人士透露,现场气氛相当热烈,询价对象将“投资受益预期、集团战略架构”等问题一股脑儿抛给了平安高层。

虽然后者的回答因时间有限点到为止,不过,询价对象表示还算满意。

下午四点半,来自上海投行等多家单位的数十名分析师来到香格里拉酒店二楼北京厅,参加平安保险昨日路演的最后一项进程“分析师路演”。

相比中午询价对象的提问,下午这些金融分析师们的问题,要一针见血得多。在这场由平安保险主承销商之一的高盛高华证券主持的路演上,分析师们对高盛高华现场提供的一份平安保险估值报告进行了逐字逐句的“剖析”。

分析师们的平安估值报告将陆续于本周内出炉。一位与会分析师向记者表示,“因为此前对中国人寿进行了估值分析,我们对保险行业的评估标准有了深入的了解,相信随后的平安估值分析报告对投资者有一定参考价值。”

## 保险电话营销 规范试点有望在江苏破冰

□本报记者 黄蕾

业界讨论已久的保险电话营销规范化问题有望率先在江苏破冰。记者昨日从江苏保监局了解到,该局日前在江苏保险行业系统内印发了《关于加强人身保险个险业务销售管理的通知》(征求意见稿),明确电话营销人员在销售电话销售时须完整告知投保人及销售全程录音等规定。

电话保险作为一种新兴的营销方式,以低成本、低投入的特点成为许多保险公司的新业务渠道。但由于具体的监管办法还未到位,因此引发的投诉及纠纷越来越多。以联泰大都会人寿CEO贝克俊为代表的多名保险公司高层在今年全保会上呼吁,“电话营销等新型保险营销模式在国内刚起步,需要相关配套的法律出台,以保证这种营销模式在国内的长期发展。”

江苏省目前正在研究探讨的方法可谓在全国创了先。据记者了解,相关征求意见稿中规定,电话营销人员在销售电话销售时应确认投保人的身份,并将姓名、展业证号、所属公司名称、服务电话以及保单重要内容,完整告知投保人;从事电话销售时,同一保险公司被同一销售对象拒绝三次后,不得再次对其进行电话销售。事实上,在不同保险公司中都出现过类似的电话销售问题。

而在整个电话销售过程中,电



话保险销售员夸大保险产品功能从而诱导客户,却是客户最为担忧的问题。对此,江苏保监局在这份征求意见稿中做好了充分的铺垫:保险公司在进行电话销售时,应投保投保人同意后方可对销售全程录音,并备份存盘,保存期限不得低于保险期间2年;录音记录至少应包含投保人身份信息、产品保障范围、受益人信息、保险期间、保险金额、缴费方式、保险费及保单生效日期等内容;投保人与保险公司因电话营销发生合同纠纷时,可以要求保险公司提供录音资料,保险公司不得拒绝。

除江苏外,其它地方保监局也表示有意推进电话营销规范化进程。记者从上海保监局获悉,该局去年召集了部分寿险公司相关负责人,就规范电话营销电话销售行为听取过意见,旨在研究探讨规范电话销售行为的方法,不过目前相关办法尚未成形。

## 银保带头 寿险业酝酿业务转型

□本报记者 邹靓

2007年的中国寿险市场,正酝酿着系列转型。

中国保监会在昨日公布的2006年人身保险业运行情况显示,去年全年我国人身保险实现保费4132.01亿元,同比增长11.67%,在总保费中占比73.24%。其中,寿险保费收入3592.64亿元,同比增长10.65%;健康险保费收入376.9亿元,同比增长20.86%。意外险保费收入162.47亿元,同比增长14.89%。

中国保监会分析指出,近年来人身保险公司主动调整业务结构,行业形势趋于良好。从分业数据来看,我国人身保险业

增长的主要力量仍然来自银行保险业务。但目前银保的情况不容乐观。某大型中资寿险公司银保业务部门负责人在接受上海证券报采访时表示,目前银保渠道属于浅层次合作,保险公司在合作中明显处于劣势。

上述负责人进一步表示,从同业竞争的角度来看,银保业务的复制能力很强,因为银行和保险公司之间只通过费率连接,无法建立排他性的稳定的合作关系。而目前多数银保合作都是一种“超短期合作”,费用控制的不确定性使得银保业务的盈利能力偏低。

仅从上海寿险市场2006年的银保市场情况来看,银保业

务转型压力已经初步显现。2006年一季度上海银保业绩狂飙,仅中国人寿上海分公司一家银保业绩同比增长就超过了900%。其中市场上绝大部分银保产品为趸缴产品,这意味着银保业绩的爆发式增长并不具有可持续性。且可能带来2007年同比业绩负增长。

对此中国保监会表示,目前寿险业银保渠道正在积极转型,尝试开展期缴银保业务。提高期缴业务和长期寿险业务的占比,开发与银行产品互补、体现行业核心优势的保险产品。

某中型寿险公司银保部门负责人表示,对寿险公司来说,缴费期限的转变意味着银保产品

内涵价值的提高。“第一步是从趸缴产品向期缴产品转型,实现银保业绩增长的可持续性。第二步是延长缴费期限,比如从五年期缴向十年期缴转变,从而实现银保保费收入有稳定的现金流,为保险公司进行资金期限的匹配管理创造条件。”

据悉,部分寿险公司已经开始尝试缴费期限转型以提高公司业绩的内涵价值,不仅是在银保产品,在个险销售上同样适用。上述部门经理指出,缴费期限的转变往往还伴随着产品结构的转型,比如增加保险产品的保障功能,这对巩固客户群以及恢复保险产品应有的社会功能不无益处。

## 门槛松动 大地保险欲染指出口信保

□本报记者 黄蕾

被扣上“政策性保险业务”帽子的出口信用保险领域有望向市场开放。记者近日获悉,大地保险正在积极筹划向保监会申请开办出口信用保险业务,从而走出国门,进军国际信用保险市场。

正准备向我国唯一一家可从事出口信用保险业务的政策性保险公司——中国出口信用保险公司“叫板”的保险公司,不止大地保险一家。据知情人士昨日向记者透露,保监会已经允许华泰财产保险公司开始试点出口信用保险业务,不过,该消息尚未得到华泰财险方面的证实。

这意味着我国出口信用保险的大门正在向市场敞开,将有越来越多的保险公司可以涉



足这个利润可观的领域。值得注意的是保监会近日下发的“关于加强和改进对高新技术企业出口信用保险业务有关问题的通知”内容,也在一定程度上传递了相同的信息。

从记者手中拿到的这份通知来看,在其第3页中明确注明:

“在积极发展政策性出口信用保险的基础上,适当增加商业性出口信用保险业务经营主体,发展多种形式的出口信用保险业务,支持高新技术产品出口。”值得一提的是,这是监管层首次将发展出口信用保险市场的决心提升到文件的高度。

对于觊觎中国出口信用保险已久的外资信用保险公司,政策门槛的松动绝对是一个利好信号。一家全球信用保险公司中国代表处工作人员称,监管层此时放出出口信用保险由政策性业务向市场开放的信号,那意味着离向外资开放也不远了,他们期待那天能尽快到来。

事实上,在我国出口信用保险市场尚不对外开放的前提下,外资信用保险公司目前只能向国内企业提供咨询、信用评级等服务性业务,或与我国内贸易保险领域。一位外资信用保险领域人士表示,从长远来看,中国信用保险市场是一块待挖的“金矿”,一旦中国出口信用保险市场向外资开放,外资出口信用保险公司必定纷纷抢滩中国。

■业内快讯

## 合众人寿今年 将新开6家分公司

□本报记者 卢晓平

日前第一家总部设在中部地区的寿险公司——合众人寿董事长戴皓表示,2007年合众人寿力争保费收入有一个大的提升,在现有12家分公司的基础上再开设6-8家省级分公司,使省级分公司达到20余家左右,从而稳步踏上中国寿险界中型保险公司的平台。

戴皓说,下一步,合众人寿将全面贯彻落实吴定富主席在2007年全国保险工作会议上的重要讲话精神,牢牢抓住国家金融体制改革大好时机,因势利导,推动合众人寿快速发展,为建设社会主义和谐社会作出贡献。

武汉市副市长孙亚表示,在刚刚过去的2006年,合众人寿取得了很好的业绩,保费收入同比增长179%,希望合众人寿在2007年继续保持良好的发展势头。湖北省保监局局长任建国对合众人寿成立两年来取得的成绩表示肯定,他希望合众人寿更加坚定地以科学发展观统领各项工作,坚持实事求是,以人为本,建设和谐社会,更加深入地服务当地社会经济建设。

## 华宝信托推出 银行担保浮息产品

□本报记者 李锐

中华企业股份有限公司债权信托优先收益权转让及回购信托计划近日由华宝信托正式推出,债权总额为2.6亿元人民币,其中由华宝信托将2.5亿元优先受益权部分等额分割后向社会投资者转让。此举为广大投资者提供了一个稳健安全的投资渠道。

据该项目负责人介绍,作为该信托计划的委托人,中华企业股份有限公司将其向项目公司发放委托贷款所形成的债权作为信托财产信托给华宝信托,转让期限24个月,中华企业按约定价格向优先受益人回购优先受益权。该信托计划的优点主要在于风险控制措施完善,系由中国农业银行提供无条件、不可撤销的连带责任担保,这无疑为投资者的信托资产提供强有力的安全保障。

他分析说,社会投资者作为优先受益人的年预期收益率为5%,为当前二年期银行存款税后利率(2.448%)的2倍。近3个月内,银行人民币一年期产品的平均收益率为3.2%,2006年第一、二期的三年期凭证式国债收益率为3.14%,均低于该信托计划的预期收益。同时,为帮助投资者规避持有期内的加息风险,该产品采用浮动收益的设置,预期收益率随中国人民银行2年期定期存款基准利率的调整,当日同步浮动。

作为中国房地产行业的龙头之一,中华企业有丰富的抵御行业周期风险的经验 and 能力。

该信托计划是以未来还款现金流为标的资产的信托产品。对于投资者来说,资产的现金流就是收益,投资者的手中闲散现金获得了稳定收益,而对于债权的原有权利人——中华企业来说,既获得了现金流,又可以扩大再生产。这样一个新的投资品种,对于投资者和原有权利人来说,是一种双赢。

据悉,本次产品运作期限2年,认购起点为100万元,可按10万元整数倍递增。目前正在接受预约,推介期至2007年2月15日止。