“三法则”主沉浮 投连险随大盘加速进入洗牌期

受股市拖累,与资本市场密切相关的投连险市场尽管出现一定程度的增长放缓,但总体上看所受到的冲击低于基金市场。不过,细分后发现,一些业绩比较好的投连险继续受到市场的青睐,保费并没有受到太大影响,而另外一些公司不断出现退保现象,保费收入出现明显下滑。

这意味着经过皆大欢喜快速发展阶段后,投连险差异化竞争加剧,业绩出现明显分化,投连保险进入洗牌再生阶段。

本报记者 卢晓平

郭晨凯 制图

业绩是硬道理

来自信诚人寿的最新数据显示,截至5月底,公司全国保费收入营销员系统同比增长22%,保费收入3亿元;银保系统同比增长219%,保费收入为1.3亿元。而投连险占居前者的3/4,占居后者的90%。

北京市场表现得同样很耀眼。信息显示,截至5月底,信诚北京保费收入达7600多万元,而6月已经实现了2000多万元的保费收入,创出今年保费新高。

在中资保险公司中,泰康人寿的投连保费收入也保持向上的发展态势。今年1-5月,投连险保费收入在138亿元,继续平稳上升。

5月份来自资本市场的情况并不乐观:5月份,上证综合指数下跌7.03%,开放式基金指数下跌5.01%,其中股票型基金指数下跌5.93%,配置型基金指数下跌4.02%,只有债券型基金指数逆市微涨0.05%。

光大证券的肖超虎表示,市场确实不好,但总有卖得好的基金。而业绩是吸引投资者的基石。

信诚人寿的投连险产品从保守型到进取型的7个投资账户。从各账户5月当月净值增长看,明显跑赢大盘。分别是:成长先锋为-3.58%、积极成长为-4.09%、策略成长为-3.89%、平衡增长为-2.58%、文件配置为-0.77%、优选全债为0.22%、现金增利为0.20%。

不仅是单月走好,投资者更为关心中长期收益,是否能跑赢大盘。

从最近三个月(截至2月底)和最近半年(截至5月30日)情况看,上证综指分别下跌21.05%和29.53%,而泰康e理财投连账户收益率,积极成长型为-4.84%和-4.39%,而稳健收益型为2.44%和7.89%。

不过,在记者的采访中,也遭遇了一些尴尬。一些保险公司尽管现在投资险业绩不错,但鉴于资本市场近期走弱压力,担心投资业绩下滑带来其他意外,显得十分低调。

金融学术界多年的资产配置和组合管理理论研究认为,长期投资收益率最主要的决定因素是策略性的资产配置。因此,一个账户的资产配置结构是否适合于自己的投资需求,是作为评价某个账户优劣的唯一尺度。

如此看来,一种适合增加需求的有业绩支撑的投连险,能长期拴住投资者的心。

入市时机选择不当投连险高位深套

北京保险市场受资本市场影响,投连险销售显著受挫,自今年1月份起连续下滑,1-4月月环比下降30.8%。

高处不胜寒,尤其在去年二季度末三季度初,资本市场处于历史高位设立投连险的,已经高位被套,业绩下滑使得退保增加,保费收入出现明显下滑。

2007年上半年,得益于中国股市的不断上涨,市场上的投连险都在同时期获得了不小的收益。有关数据显示,2007年部分保险公司的投连保费收入同比增长了4倍。但是自从去年下半年到现在,全球股市波动加剧,中国股市也一路下行。上证指数从最高的6124.04点下跌到昨日已经跌破2800点,指数腰斩还多,而高位建仓的投连险的保险公司苦不堪言。

根据世德贝投资咨询(北京)有限公司研究分析部关于今年一季度投连险报告分析,如果把各类账户按照成立的时间点划分,发现2007年9月1日前成立的账户在2008年第一季度的收益率要略优于2007年9月1日后成立的账户。因为一些相对较晚成立的账户要按其说明书中规定的资产配置比例在股市相对比较高的价位上建仓,大大地限制了保险公司在股市下滑的环境下对仓位的调整能力。

据了解,今年1-4月,在北京市场,受到资本市场影响,投连险退保现象在一些保险公司中时有发生,投连险业务占比超过65%的8家公司中,仅光大永明和华泰人寿退保率有所下降,有的退保率甚至高达两位数。

与此同时,投连险销售受挫,受此影响,寿险保费收入增速开始放缓。今年1-4月北京保险市场实现保费收入214.2亿元,同比增长38.1%,其中,人身险保费收入为170.3亿元,同比增长44.6%。人身险中,寿险业务寿险保费收入148.7亿元,同比增长49.2%。投连险同比增长3.9倍。

不过,值得注意的是,不同时间段成立的混合偏股型和混合偏债型账户在收益率上的差距要大于其它类型的账户,因为这两种类型账户在不同资产类别中规定的配置比例波动幅度比较高,所以这从另外一个层次上反映了,保险公司在不同市场走势下对仓位的调整能力能够在一定程度上影响账户的短期收益业绩。

据了解,信诚人寿5月份在成长先锋账户中继续增仓债券型基金;月末在成长先锋账户、分红账户和积极成长账户增仓信诚蓝筹基金;相对于股票市场的波动,债券市场在5月份表现较为稳定。继续保持债券高仓位,并主要增持3年央票,但对转债资产保持谨慎。这验证了好的收益与投资操作策略有很大关系。

切忌侥幸误导销售

什么是立足投连险市场的根本?

保险专家郝演苏在接受记者采访时表示,从2001年4月,信诚人寿即已推出了投连一代产品-信诚“运筹”智选投资连结保险,成为中国投连险市场最早的开拓者之一。经过7年的发展,信诚的投连产品已经成为信诚人寿拓展市场的核心产品。由于该公司在销售中一直比较严谨,即使在2002年全国出现投连险风波时,信诚人寿也是零投诉。

中金公司周光在其研究报告里指出,由于投连险固有的缺点,投连险需要认真管理、仔细经营。从销售的风险来说,投连险一定要避免误导销售,要让投保人清清楚楚地明白投资风险要由自己来承担,而且相比基金,投保人还要承担高得多的费用(因为要支付高额的代理人佣金)。从保险公司的角度来说,一定要想清楚推投连险的作用和目的。中金认为目前投连险可以和应该用来替代已经销售困难的银保产品,而不应该用来侵蚀分红险和万能险的销售,否则就是舍本逐末。所以总的来说,赞成投连险的销售,但是必须严格管理,避免误导销售。

为此,中国保监会还专门发通知,提示人身保险银邮代理业务风险。强调少数公司的银邮代理业务中隐藏着一定风险,主要表现为盲目追求保费规模,恶性提高渠道手续费及销售激励费用,导致银保渠道费差损出现乃至不断扩大,并寄希望于依靠高风险投资赚取高投资收益弥补费差损。

三法则主投连险沉浮

郝演苏明确表示,产品销售受市场环境的影响是必然的,但不是绝对的。

也有一些保险公司借机发力,如泰康人寿借助投连发展迅猛,业务增速达到49%。招商信诺和中英人寿借助投资型产品快速增长,跃居外资公司前3位。

“资本市场的变化多端正是考验投连险关键时刻,是留下来成为金子还是被冲刷走成为沙子,保险公司正面临着抉择”,郝演苏表示保险公司投连险业务的洗牌时机已经到来。

他认为,销售渠道的变化改变了保险公司在投连险市场的名次排列。

去年,招商已经和招商信诺签署了排他性银保业务协议,约定:招商信诺营业网点所到之处,招商银行只销售招商信诺的产品。而招商信诺正是凭借招行的大力支持,于去年8月份夺得外资寿险排行榜冠军。

东方证券资深分析师王小罡也认为,在最大的几家商业银行中,工行与中保集团(太平人寿)牵手在即;建行拟控股幸福人寿51%的股权;中行旗下中银保险已经“外资转内资”,并获得国内全套财险业务展业资格;交行试图参股中保康联。如果在参股保险公司之后,这些大银行都与相关保险公司签订排他性协议,那将造成现有银保业务格局的巨变。

而保险公司的银保业务在很大程度上依赖投连险。

郝演苏总结说,渠道、业绩、诚信等三方面,决定保险公司在投连市场今后发展轨迹。因此,只有三者皆具有的,才能在投连险市场继续保持高歌前行。否则,将被市场无情淘汰。

渠道决定价值 投连险业绩分化两重天

⊙本报记者 黄蕾

六月股市再度重挫,寿险商脸上面露苦色。在股票投资亏损之外,困扰他们更多的则是彼时“一荣俱荣”、如今“一损俱损”的投连险销售成绩单。

受累不断下跌的股指,投连险自今年5月以来集体遭遇“滑铁卢”,新增保费业绩飘红者寥寥无几。令寿险商们同为苦恼的,还有日渐上浮的投连险退保率。

颇为玩味的是,细分至各渠道表现来看,倚赖于银行渠道销售投连险的寿险商受伤最惨重,其业绩下滑速度明显快于通过代理人或中介渠道去销售投连险的同业公司。同是“滑铁卢”,却也呈现出分化两重天的迹象。

“销售表现明显不如今年年初。”沪上一合资寿险公司负责人昨晚在电话里告诉记者。他说,其实,从今年3月份开始,该公司的投连险销售收入就在不断走低。

股指不断下挫,与股市紧密挂钩的投连险自然难逃销售锐减的命运。以上述公司(上海地区)为例,其今年2月单月投连险的保费还是800多万元,到3月单月已锐减至300多万,这样的颓势一直延续至今年6月。投连险的欠佳表现直接拖累了保险公司的整体业绩。

受投连险困扰的绝不止上述公司一家。根据上海保险同业公会最新出炉的内部统计数据,记者粗略计算发现,今年5月单月,投连险的保费收入环比下滑23.4%。万能险也出现了13.9%的环比负增长,相反,分红险逆势飘红,保费收入环比小幅上涨了9.5%。

记者发现,19家销售投连险的在沪寿险公司中,仅有6家公司(泰康人寿、中宏人寿、海康人寿、信诚人寿、光大永明人寿、中国人寿)的投连险保费收入实现环比正增长,其中,中国人寿于今年5月才开始在沪销售投连险。尽管上述公司5月单月进账的投连险保费收入均多于4月,但相对于今年3月和4月的增速,5月单月的投连险增速已出现明显放缓迹象。

值得注意的是,在彼时牛市中风头强劲的寿险公司,亦是在此轮投连险“滑铁卢”中受伤较重者。仍以上海市场为例,下滑情况最严重的是专攻投连险的瑞泰人寿,保费收入下滑幅度达到了91.46%。而导致瑞泰人寿5月单月业绩环比下滑的祸首,就是银行保险这个销售渠道。据一位知情人士告诉记者,瑞泰人寿来自中介渠道的投连险保费增速较为平稳,而来自银保渠道的投连险保费收入却急速下滑。

这样的渠道分化表现,几乎是销售投连险的寿险商们遇到的共同问题。业内人士分析说,这主要是不同销售渠道的特性所致,“在牛市时,银行渠道销售投连险易引发‘羊群效应’,销售情况较为火爆。但当股市下挫时,个人营销的优势就凸显出来了。”

他举例说,相对于银行销售保险的工作人员来说,保险公司及保险中介机构的代理人具备的保险知识更充分,当股市下跌时,代理人会结合现时的情况,向保户及潜在客户解释投连险的长期投资价值,以及退保所带来的损失。“尤其是在投资大环境整体不向好的情况下,在通货膨胀、人民币升值加剧的大环境中,投连险的投资价值相对银行存款或股票投资而言,相对稳健,而目前投资者最为看重的就是稳字当头。”

另外,投连险件均保费较高的寿险公司,退保情况也较为严重。业内人士分析称,这与投资者的投资心态有着直接联系,“通常投资金额较大的投资者,容易做出退保的决定。”

“疯”销一年多的投连险产品已历经了多次指数下跌的考验。面对国内这风云变幻的资本市场,谁又能保证目前被股市“牵着鼻子走”的投连险,一直能做到“一荣俱荣”?业内人士疾呼:在股市频频震荡的当口,投连险这种基金替代型产品,转型已是迫在眉睫。

“寿险公司应该学会在跌势中寻求投连险的转型。”一位业内专家在接受本报记者采访时如是表示。他解释说,转型重点在于推出个险渠道的投连险产品,并与其他保障类产品捆绑销售,在投连险产品中注入更多的保障色彩,使消费者在跌势中充分挖掘其它基金等理财产品所不具备的保险保障优势。

万能险目前成为投连险的替代品之一 资料图

信托转向

大盘走势成了信托产品发行的“风向标”,在整个大盘萎靡不振的状态下,五月份信托产品的发行继续转向,证券投资类集合资金信托计划虽有所增加,但整体仍处于低迷。而固定收益类信托产品继续呈稳步上升趋势。

大盘低迷 五月信托产品风向转“稳”

⊙本报记者 唐真龙

西南财经大学信托与理财研究所昨日发布的2008年5月信托产品月度报告显示,根据公开资料统计,今年5月份共有26家信托公司成立了51只集合资金信托产品,募集资金规模为40.2223亿元,与上月相比增加了9.651亿元,增幅为31.57%。

稳健产品占据主流

经历了2008年3、4月银信产品发行数量的剧增之后,本月银信产品发行数量的增速放缓,但仍保持稳步增长趋势。据不完全公开资料统计结果显示,5月份有19家商业银行与17家以上的信托公司进行了合作,共发行银信合作理财产品(下称“银信产品”)170款,发行数量比上月增加了14款,增幅为8.97%。

与前两月相同,本月发行的银信产品以稳健型产品为主,其中贷款类和投资于信贷资产的权益类产品占本月发行的银信产品总数的80%以上,而其余产品以典型的证券投资、股权投资为主,鲜有创新型产品出现。

对于这种现象,西南财经大学信托与理财研究所研究员李勇表示,一方面是因为目前紧缩的货币政策使企业对通过银行信贷以外方式融资的需求增大,贷款类银信产品的大量出现正是符合这种融资需求,而银行大量发行贷款类银信产品既可以发展客户,亦可提高中间业务收入,因此银行乐于发行此类产品,缺乏产品创新的内部动力;另一方面,近期银监会重点规范银行理财业务及投资者对稳健型产品的偏好,使银行缺乏产品创新的外部环境。

银信合作持续看好

对于本月银信产品所呈现的特点,报告认为与信托贷款等融资类银信产品的大量发行有关,银行通过发行此类产品可以在不占用信贷额度的情况下向客户间接发放贷款,这种业务模式可以很好的应对目前紧缩的货币政策。不过,如果监管层干预,不排除这种模式受到影响、融资类银信产品发行受限的情况发生。但报告认为,这并不会从根本上影响银行与信托业务合作的开展,银信合作的产品模式仍有很大的创新空间,随着理财市场的发展与完善,银行与信托公司之间会在更多领域展开合作。

银信合作类单一信托产品的快速发展,与集合资金信托产品发行数停滞不前形成了鲜明的对比,而从近期银信合作产品发行情况来看,这种现象的产生,与产品设计能力无必然关系。制度的约束使信托公司的集合资金信托产品走上为高端客户提供专业服务的道路,因此,无论在产品规模还是产品数量上,定位为中低端的银信合作产品均占明显优势。虽然部分信托公司参与发行的银信合作产品数量远高于集合资金信托产品数,但由于在银信合作业务中信托公司的收入有限,此类产品即使大规模的发行仍无法成为公司取得收入的主要手段。因此,信托公司参与银信合作产品发行最有利于发展的好处在于获得低成本的手续费收入及发展潜在客户。

■创新产品

中信信托再创亮点

按以往惯例,本期报告评出了本期最具亮点产品——“中信融金1号不良资产收购集合资金信托计划”。该产品计划募集3亿~6亿人民币,信托期限为3年,信托资金主要用于不良资产收购。

“‘中信融金1号不良资产收购集合资金信托计划’最大的亮点在于信托资金运用方式。”李勇表示,该产品募集资金主要用于不良资产收购,通过溢价出售不良资产获得信托受益。目前看来,这款产品是第一款专门从事于不良资产收购的信托计划。

此外,中信信托还引入了中信资产管理有限公司作为资产管理的服务商,且中信资产管理有限公司以自有资金认购大部分次级信托受益权,与项目共担风险。

报告认为,“中信融金1号不良资产收购集合资金信托计划”是中信信托继推出中信锦绣系列股权投资基金信托计划后又一个具有积极意义的信托产品。此类产品为信托公司提出了更高的资产管理要求,有利于信托公司走高端理财领域。