

投资“放大器”效应显现 多家上市险企上半年利润高增长

◎记者 何奎

截至8月26日,A股和港股已有5家上市险企披露2026年上半年“成绩单”。报告期内,受益于权益市场上行,这些上市险企归母净利润普遍高速增长。

在市场人士看来,上半年相关上市险企业绩高速增长背后,投资收益大幅增长是主要贡献因素。自新会计准则实行以来,保险公司投资资产更多被分类为FVTPL(以公允价值计量且其变动计入当期损益)资产,尤其是大部分科技股被纳入FVTPL,其股价波动显著影响了险企利润。不过,也有业内人士认为,FVTPL分类其实是一把“双刃剑”,当权益市场大幅上涨时会增厚险企业绩,资本市场调整时则会对险企业绩形成拖累。

上半年多家险企业绩高增长

已披露上半年业绩的5家上市险企,整体表现亮眼。数据显示:报告期内,中国平安实现归母净利润约925.85亿元,同比增长约36%;中国太平实现股东应占溢利约128.73亿港元,同比增长约90%;众安保险实现归母净利润约15.5亿元,同比增长约132%;友邦保险实现归母净利润约42.94亿美元,同比增长约69%;新华保险实现归母净利润约227.93亿元,同比增长约54%。

归母净利润高速增长的核心驱动因素,无一例外指向投资表现。关于中国平安上半年归母净利润大幅增长,华泰证券非银首席分析师李健对上海证券报记者分析称,主要影响因素包括投资业绩高增长、资管板块利润高增长、金融赋能板块扭亏为盈,以及可转债转股权价值重估收益较高。

中国太平表示,上半年公司实现总投资收益约479.52亿港元,同比增长约121%。

2026年上半年

- 中国平安实现归母净利润约925.85亿元,同比增长约36%
- 中国太平实现股东应占溢利约128.73亿港元,同比增长约90%
- 众安保险实现归母净利润约15.5亿元,同比增长约132%
- 友邦保险实现归母净利润约42.94亿美元,同比增长约69%
- 新华保险实现归母净利润约227.93亿元,同比增长约54%

众安保险表示,上半年,受益于权益市场上行,公司保险投资资产的总投资收益同比大幅增长约150%至15.96亿元,带动归母净利润同比增长约132%至15.5亿元。

分季度来看,更能感受到投资收益波动对上市险企业绩的放大效应。今年一季度和二季度,权益市场表现分化明显,例如,创业板指一季度累计下跌约0.57%,二季度累计上涨约36.35%。

由于权益市场表现季度分化,上市险企的季度业绩差异同样较大。例如:一季度,中国人寿归母净利润同比下降32.3%,中国平安归母净利润同比下降7.4%;上半年,中国人寿归母净利润预增约215%到235%,中国平安归母净利润同比增长36%。由此可见,二季度权益市场走强带动了险企业绩。

长期价值指标保持增长

在市场人士看来,资本市场波动左右险企业绩将成为常态。在新会计准则下,以科技股为代表的资产被险企分类为FVTPL,其浮盈盈亏直接计入当期损益。这意味着,权益市场的波动会“即时”反映在利润表中。

7月以来,创业板指数累计下跌逾

20%,这或将导致上市险企下半年业绩承压。中信证券研报称,受权益市场表现影响,保险公司下半年整体面临利润增长压力。中信证券研报表示,重点关注保险股中的红利策略,尤其是股息收益率超过5%、核心资本充分、派息政策有望延续增长潜力的标的。

中泰证券策略分析师张文字在接受记者采访时表示,受FVTPL分类影响,险企利润表现愈发受到权益投资影响,尤其是权益投资占比高、成长板块配置较多的险企。因此,应评估保险公司的长期投资价值,更加关注营运利润、新业务价值等长期价值指标。

具体来看:保险公司营运利润剔除了短期市场波动与一次性干扰,更真实反映了核心业务长期可持续盈利能力;新业务价值是衡量寿险公司新业务盈利潜力的核心指标,反映了新销售保单预期未来产生的税后利润折现值。

上半年,多家上市险企营运利润和新业务价值保持增长趋势。例如:中国平安归母净利润同比增长约8.3%,新业务价值同比增长约11.2%;友邦保险每股税后营运溢利同比上涨约13%,新业务价值同比增长约10%。

一线调研看变化

期货工具融入有色产业链全环节 ——“有色金属之乡”企业风险管理观察



红岭矿业选矿车间。 记者 费天元 摄

◎记者 费天元

2024年以来,全球有色金属市场持续高位波动,金银铜价格已连续3年创出历史新高,且波动率不断抬升。对于有色产业链企业而言,金属价格波动一方面带来经营利润的跃升机会,另一方面也对价格端风险管理提出更高要求。

日前,上海证券报记者前往“中国有色金属之乡”——内蒙古赤峰,走访当地多家矿产采选、冶炼及贸易企业,了解金属价格高波动下的风险管理路径。记者发现,当前产业链企业对期货及衍生品工具持积极态度,主动将价格发现、风险管理等功能融入日常经营各环节。

产业链风险管理需求迫切

白银是近年来最具标志性的有色品种。受金融投资需求激增影响,2025年8月至2026年1月,上期所白银价格在不到半年时间内上涨超过2倍,从9000元/千克涨至最高32000元/千克;此后又迅速回落,最新价格报16000元/千克。

赤峰山金银铅有限公司(下称“赤峰银铅”)是山东黄金集团旗下唯一的有色冶炼企业,拥有电解铅10万吨、金120公斤、国标1号银150吨的年产能。赤峰银铅副总经理高腾跃对记者表示,公司的期货交易始于2015年,此后于2017年暂停,又在2022年末重启。

在高腾跃看来,公司是否开展期货交易,与有色金属行情高度相关。在常规的震荡行情中,由于公司采购与销售都以月均价定价,依托公司整体“快进快销”的业务模式能够在一定程度上抵御价格波动的冲击。如果行情波动持续加大,公司就要利用期货工具进行价格锁定。

“2015年,公司决定试水期货,原因是彼时有色市场持续低迷,铅价大幅走低,影响到了公司经营;2022年末,公司观察到金银等价格波动越来越大,于是决定恢复期货套期保值交易。”高腾跃说。

据介绍,赤峰银铅的风险敞口主要集中在库存环节,尤其是近年来银锭、电铅等成品持有周期拉长,库存减值风险突出。

“印象较深的案例是在今年初,白银价格快速冲高,下游采购意愿减弱、接货乏力,现货流通承压。公司灵活运用套期保值结合交割的方式,有序释放了白银现货敞口,平穩化解现货滞销风险,保障了企业经营现金流稳定。”高腾跃说。

与赤峰银铅类似,近年来随着金属价格持续波动,越来越多产业链企业开始尝试或恢复期货交易业务。以上市公司为例,据避险网统计,2025年公告参与铜期货套保的实体上市公司家数为189家,同比增加40家,过去4年复合年均增长率为23%。

价格发现功能辅助经营决策

对产业链最上游的矿企而言,虽然直接参与期货交易的意愿不算强,但近年来逐步将期货价格纳入生产经营决策的重要考量。这一方面缘于期货价格已深度融入有色产业链定价体系,另一方面充分体现了期货市场的价格发现功能。

赤峰山金红岭有色金属有限责任公司(下称“红岭矿业”)位于赤峰市巴林左旗,主要产品为锌精矿、铁精矿、铅精矿(含银)和铜精矿,年产能165万吨(包括采矿与选矿)。

红岭矿业运营管理部经理杜永亮表示,期货价格已成为矿山销售计划中的重要参考因素,主要体现在三个方面:首先,期货价格是产品销售的直接定价参考,对于锌、铜等品种,销售价格直接挂钩上期所的盘面价格;其次,矿山会参考期货价格调整销售节奏,例如,今年3月锌价大幅下跌,公司根据盘面信息选择减

少销售规模;最后,在制定年度经营计划时,公司会结合期货市场远期价格情况,来设定营收和利润目标。

“有了期货价格辅助经营决策,公司的精力就能更多投入到工艺改造、成本控制、资源回收等核心业务上。”杜永亮说。

据介绍,红岭矿业属于低品位多金属矿山,公司近年来着力降低吨矿成本,采用充填采矿法提高资源利用率,并开发了“铜铅混选—铜铅分离(抑铜浮铅)—混选尾矿选锌—选锌尾矿选铁”工艺流程,实现低品位金属的清洁高效综合回收。

期现融合带动产业链共赢

在有色金属产业链中,除了上游矿山,其他多数中下游企业都面临“两头在外”的挑战,既要面临原料市场的激烈竞争,又要适应不断变化的产品市场。其中,贸易商是调和供需矛盾的重要主体,而期货及衍生品又成为贸易商实现产业链共赢的关键抓手。

赤峰山金瑞鹏贸易有限公司(下称“山金瑞鹏”)是山东黄金集团旗下最早从事有色金属贸易的企业,公司业务品种达30余个,主要包括铅锌原料、铜、铝锭等。

“公司自成立起就开展期货套保业务,这是公司业务的需要,也是集团的要求。”山金瑞鹏期货部经理王仲英说。

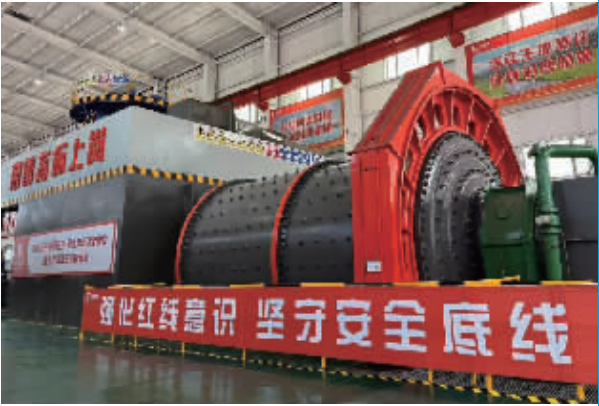
王仲英介绍,山金瑞鹏作为有色金属贸易企业,采购两端均受市场价格波动影响:对于采购及对应销售两边都已经提前定价的,基本不存在价格波动风险;但对于尚未实现销售的外贸采购合同、内贸客户年度点价合同、日常购销合同等,因存在采购或销售未确定价格的情况,如遇市场价格大幅波动,将明显影响公司经营成果。

王仲英表示,2025年以来,全球有色金属价格涨跌剧烈,造成产业链上下游观望情绪浓厚,签订年度长单的风险上升,公司单一、传统的经营模式已难以实现稳定盈利。

面对上下游的价格博弈,山金瑞鹏积极推广点价贸易模式,给予客户在期货盘面的价格选择权,以满足行业需求。

王仲英举例称:“2025年市场大幅波动时,有上游客户要求点价,以期在销售时获得更好的价格。但公司对下游是月均价销售,此时便出现购销周期错配的风险。公司及时在期货市场买入等量合约,在上游矿山点价时平仓,用期货市场上的盈利弥补了购销错配带来的亏损。这样既满足了上下游客户需求,又保证了公司的稳健经营。”

展望期货市场发展,产业链将更多目光投向海外。受访企业表示,近年来有色金属外贸规模持续扩大,期待期货市场制度进一步开放,例如优化境外开户、境外交割,同时扩大沪金等主力品种海外影响力,推动更多跨境黄金贸易以沪金期货定价,并带动其他有色品种对外开放,便利国内产业链进出口贸易。



打造“未来保险企业家” ——专访友邦保险集团首席执行官兼总裁李源祥



李源祥

◎记者 何奎

作为国内首家外资独资人身保险公司,友邦人寿曾将保险营销员制度首次引进国内。如今,友邦保险的营销员招募策略再度升级——打造“未来保险企业家”。

近日,在友邦保险2026半年度业绩说明会结束后,友邦保险集团首席执行官兼总裁李源祥接受了上海证券报记者专访。他告诉记者:“我对公司上半年的整体业绩表现比较满意,尤其是中国境内市场。我们在中国境内的营销员队伍整体产能高于行业平均水平,在这个基础上还能实现人力和产能的提升。”

2026年上半年,友邦保险新业务价值同比增长10%,税后营运溢利每股上升13%(预计超越2023年至2026年复合年均增长率9%至11%的目标),旗下子公司友邦人寿的营销员渠道新业务价值同比增长24%。

“成功吸引成功”

面对行业发展的新阶段以及优秀人才对职业平台的更高层次期待,友邦人寿在上半年正式启动了“未来保险企业家”项目。谈及“未来保险企业家”的发展,李源祥直言:“我们非常重视新生代人才的培养,这

是推出‘未来保险企业家’项目的原因,希望找到一批素质高、有成长潜力的人才。”

李源祥介绍,当人才加入友邦后,公司会通过大约5年的培养周期,根据他们不同的发展阶段提供相应的培训、公司资源支持、专家辅导等,形成一套比较完整的人才发展计划,逐步把人才培养成未来的团队领导者。

近年来,各大寿险公司都在培养高质量营销员队伍,“未来保险企业家”项目有何差异化优势?李源祥告诉记者:“各家保险公司在具体方案设计上都会有所不同,我们培养营销员的理念是‘成功吸引成功’。”

“公司营销员队伍的平均素质较高,也能够为优秀人才提供不错的发展平台。当一个平台能够真正帮助人才取得成功,自然而然就能够吸引优秀人才加入,真正陪伴着友邦成长。”李源祥说。

数据显示,截至2026年5月末,友邦保险“未来保险企业家”项目已汇聚来自金融、互联网、制造业等行业的高端人才,这些人才的过往职业履历包括高管、中层管理、创业者等,占比分别为28%、33%和7%。

新区域的增长红利持续释放

如果说营销员渠道的升级是夯实人才战略基础,那么新区域拓展则为增长打开了增量空间。

2019年以来,友邦人寿新增设立9家分支机构,目前共在14个区域经营。2026年上半年,9家新分支机构在友邦人寿的新业务价值贡献中占比11%,新业务价值增速超过40%,如期推进实现2025年至2030年新业务价值复合年均增长率达40%的目标。

李源祥介绍:在新机构队伍建设方面,友邦人寿加速人才引进和团队扩容,强化准总监人才储备机制,通过标准化培养体系,打造未来组织领导者梯队,为长远发展提供坚实的人才保障;在客户服务方面,友邦人寿持续深化“一城一策”的服务产品体系建设,根据不同地区的客户需求特点和市场环境,制定更具针对性的市场策略和客户服务方案,不断增强市场适配能力和发展活力。