

# 监管加强规范“开门红” 险企营销策略现分化

本报记者 陈晶晶 广州报道

每逢岁末年初,保险公司都会开展“开门红”保险营销活动。但近几年来,启动“开门红”的时间越来越早,从当年12月、次年1月提前至当年10月,再到现在的9月。

公开数据显示,“开门红”营

销活动期间出现的违法违规案件较为集中。普华永道发布的保险业监管处罚数据显示,2023年一季度,人身险公司罚单总金额为2879万元,高于二季度罚款总金额2771万元、三季度罚款总金额2332万元。特别是2023年1月,是今年罚单数量和金额最

高的月份。

《中国经营报》记者从知情人士处获悉,为保护保险消费者合法权益,促进人身保险市场平稳健康发展,近日,国家金融监督管理总局已向各人身险公司下发《关于强化管理促进人身险业务平稳健康发展的通知》【人身险部函〔2023〕

428号】(以下简称《通知》)。

据悉,《通知》直指“开门红”营销活动期间出现的乱象,包括产品、费用、营销各个环节问题均被通报,更是划出了下一步查处重点。

在监管纠偏之下,未来险企“开门红”将如何进行合规调整?

“开门红”策略分化

实际上,去年便有险企高管公开表示淡化“开门红”,强调业务均衡发展、建立可持续发展模式,秉持长期主义,抛弃短期主义。

招商证券非银团队研报分析显示,复盘近五年上市险企的新单保费数据可见,第一季度相对领先的公司,一整年几乎都能维持竞争优势。

不过,经过最近两年的转型调整,“开门红”营销已经开始慢慢降温,各家保险公司和业内对2024年“开门红”的策略、前景已出现分化。

据记者了解,部分大型人身险公司已于9月启动了“开门红”营销活动,相关产品也已经上市。这些险企位于北方的分支机构从召开誓师会,到新产品培训,再到客户邀约,一项项营销活动已有序开展。

另外几家大型险企目前仍旧按照既定目标做业务,并未启动“开门红”营销工作。

在今年8月中国太保2023年半年报业绩发布会上,中国太保寿险总经理蔡强明确表示,“今年公司将不做‘开门红’。”

“‘开门红’这种‘保费搬家’‘一柱擎天’模式不可持续。‘长航’行动转型的核心是要把队伍的短期冲刺模式改变成常态化经营模式,从以往一年做一次‘开门红’,变成每天早上都是‘开门红’的工作模式。”蔡强说。

实际上,去年便有险企高管公开表示淡化“开门红”,强调业务均衡发展、建立可持续发展模式,秉持长期主义,抛弃短期主义。

招银国际研究部最新发文指出,“各家‘开门红’节奏及推行产品

存在差异,其中,新华保险、太平人寿尚未开启‘开门红’预收,四季度策略转变仍存空间;中国太保从2022年开始弱化‘开门红’,在此次监管背景下,或成为最受益标的。”

一位中型寿险公司高管对记者表示,“‘开门红’容易导致业务发展不平衡,在某个时间段过于集中销售保险,特别是产品满期给付期集中,容易引起现金流大幅波动,增加险企风险。弱化‘开门红’而形成一年均衡发展的格局,有利于险企健康发展。”

对于2024年“开门红”前景,不少人士依旧表示看好。

“随着银行存款利率持续下调,理财产品收益率承压,3%预定利率的保险产品仍然有竞争优势,所以2024年‘开门红’应该不错。”上述寿险公司高管说。

海通证券研报显示,目前保险产品相比其他类型资产仍有相对吸引力,叠加2023年“开门红”前期基数不高,2024年“开门红”表现值得期待。

招商证券非银团队研报分析称,展望2024年一季度,上市险企新业务价值有望实现两位数增长,取得“开门红”。研报中称,“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、代理人澎湃的展业斗志、去年同期疫情达峰的低基数等多重利好,预计上市险企2024年一季度新业务价值增速与2023年一季度持平甚至有望进一步改善,实现两位数正增长,实现行业性趋势反转,其中优秀的公司预计将在行业水平之上取得更亮眼成绩。”

另一位业内人士则表示,不看好2024年“开门红”。监管对于保险产品利率和银保渠道费用双管齐下进行管控后,保险产品自身和其销售渠道都受到了限制,在产品利率下滑、渠道费用下滑背景下,2024年“开门红”很难说乐观。

## 费用、产品、销售“三管齐下”

各人身保险公司要加强销售渠道、人员和行为管理,严禁销售误导、强制捆绑搭售等侵害消费者合法权益的行为。要完善管理制度,建立大数据筛查模型,开展全面排查,坚决杜绝套利风险。

“开门红”作为国内人身险业长期以来的“特色”之一,也是保险公司实现全年销售任务的重要节点。在“开门红”期间,保险公司会组织各项营销活动销售保险产品、抢占市场份额。据业内人士介绍,部分保险公司在“开门红”期间取得的业务量达到全年业务的40%~50%,甚至达到70%。

不过,多位业内资深人士对记者表示,“开门红”作为短期内依靠费用刺激产生的保险销售高峰,并不可持续。同时,部分保险公司在“开门红”期间的实际销售情况,大幅高于报告的业务发展计划,且存在重保费规模轻质量、重业务轻服务等盲目发展问题。

实际上,监管部门已经关注到了“开门红”期间存在的乱象。

2020年10月29日,原中国银保监会发布了《关于加强规范管理人身保险公司年度业务平稳发展的通知》,针对各家公司开始提前布局“开门红”的情况,明确指出,各家人身保险公司应坚持“保险姓保”的发展理念,摒弃片面追求规模和业绩,以高费用换取短期业务发展的经营思路,合理规划全年发展任务、平衡业务发展节奏,有效防控经营风险。

此次《通知》再度明确,保险公司要坚持高质量发展,科学制定年度预算。年度预算是制定业务计划的前提和基础。各人身保

险公司要以优化负债质量、提升发展可持续性为目标,科学制定公司年度预算,防止激进发展、大进大出。预算应紧密结合公司实际,与公司发展规划有效衔接,平衡好规模、价值、费用、利润等指标,严格偿付能力等资本约束条件,并制定相配套的考核指标及年度业务计划。董事会和公司主要负责人应切实履行职责,强化预算制定及实施全链条管理,确保预算科学合理并得到有效落实,实现预期经营目标。

除了预算制定要科学,监管部门还要求保险公司在费用方面执行“报行合一”。

10月20日,国家金融监督管理总局人身保险监管工作负责人在2023年三季度银行业保险业数据信息新闻发布会上表示,近些年,人身保险业同质化竞争严重,保险公司费用管理普遍较为粗放,导致实际费用超出了产品报备时的水平,出现“报行不一”的情况。

“费用高企不仅扰乱了市场秩序,也是虚假费用、虚假投保、虚假退保等问题的根源,更是滋生‘代理黑产’的土壤,影响了行业高质量发展。强化产品‘报行合一’是严格监管的具体体现,也是推动行业算账经营、强化管理的必然需求。同时,开展‘报行合一’也有助于治理市场乱象,切实保护保险消费者的合法权益,为行业营造风清气正的发展环境,

推动保险公司降低经营成本、提升负债质量。”上述负责人进一步表示。

《通知》明确,各人身险公司落实管控责任,严格执行“报行合一”。应当在回溯分析基础上,合理确定产品预定利率、保证利率、投资收益率、预定附加费用率等各项精算假设,按照监管要求进行审批备案。要落实产品销售执行的管控责任,采取有效措施,加强费用规范性、真实性管理,确保实际费用不高于报备费用,杜绝恶性竞争。

值得一提的是,为冲业绩,“开门红”营销期间,有的保险销售人员会利用活动炒作概念,打着“即将停售”“限时限量”“产品打折”旗号向消费者推销产品。部分销售人员还会利用活动期间的产品销售政策,夸大保单分红。比如在介绍分红型、投资连结型、万能型等人身保险新型产品时,存在以历史较高收益率进行披露、承诺保证收益等夸大宣传或不实宣传的行为,进而误导消费者投保。

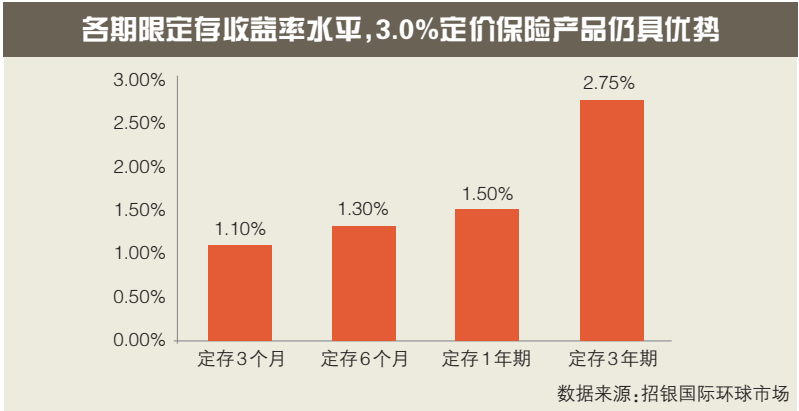
一位保险代理人王先生向记者透露,个别保险公司分支机构及销售人员还会私自印制、使用、发布保险产品宣传材料。通过短信、微信、朋友圈等制造传播虚假信息进行销售误导;通过歪曲监管政策、炒作产品停售等方式进行产品促销。

对于上述乱象,《通知》要求,

各人身保险公司要加强销售渠道、人员和行为管理,严禁销售误导、强制捆绑搭售等侵害消费者合法权益的行为。要完善管理制度,建立大数据筛查模型,开展全面排查,坚决杜绝套利风险。

“开门红”营销活动通常从当年10月持续到次年2月。在“开门红”期间摊收的保费收入,是在签订保单时收取。而保单在次年生效,期间客户保障的真空期及预收保费收益的计算,成为近年来灰色地带。

《通知》亦明确,要规范承保管理,不得采取大幅提前收取保费并指定第二年保单生效日的方式进行承保,不得将客户实质为保费的资金存放于其他投资理财类账户,防止出现承保空档,引发合同纠纷,滋生经营风险。要及时妥善处理消费者投诉,努力化解存量问题,防控增量风险,对于查实侵害消费者合法权益的行为,严肃追责问责。



## 前三季度资本大腾挪:近50家保险机构股权生变

本报记者 陈晶晶 广州报道					
在保险业持续深度转型的大背景下,2023年前三季	度,多家保险公司的股东欲退场。相比以往,保险股权不再炙手可热。与此同时,在“偿二代二	期”指标压力下,部分保险公司为了满足监管和业务发展的需要,申请原股东或引进新股东增资扩股,提升资本水	平和经营实力。同时,也有大中型险企选择发行资本补充债券所募集资金用于补充资本。	《中国经营报》记者根据中国保险行业协会、保险公司官网公告、资产拍卖平台统计,截至10月20日,共有49家险企	拟发生56起股权变动,其中注册资本金变更共涉及30起,涉及股权转让的共21起;涉及司法拍卖的5起。

## 挂牌转让、拍卖接连遇冷

种种迹象显示,今年以来,资本对于保险股权的热情和追逐不再。险企股权转让标数的增多,大部分保险公司股权挂牌项目至今无实质性进展,还有多次打折被拍卖依旧未交易成功的情况。

北京产权交易所显示,中航投资控股有限公司(以下简称“中航投控”)拟转让持有的中航安盟财产保险有限公司(以下简称“中航安盟财险”)50%股权,转让底价为8.85亿元,信息披露起止日期为9月22日~10月25日。若此次50%股权转让完成,中航投控将退出股东行列,不再持有中航安盟财险股权。

中国中煤能源集团有限公司拟转让中煤财产保险股份有限公司1亿股股份,占总股本的8.20%,转让底价为1.02亿元,有意竞拍者需缴纳保证金3051.74万元。

国家电投集团资本控股有限公司(以下简称“国家电投”)拟转让其所持永诚保险的1.43亿股股份,占总股本的6.57%,转让底价2.19亿元。如若转让成功,国家电投将退出永诚保险股东行列。

需要指出的是,综合近段时间保险公司股权转让项目,有两个突出特点:一是股权转让方大多为清仓式转让,计划彻底退出保险行业;二是被转让股权的标的保险公司大

多为中小险企。

对于今年以来保险公司股权转让密集的原因,业内专家分析表示,股东主要出于优化业务结构与回归主业需要。一些保险公司的大股东是大型国有企业,按照服务国家战略、增强核心功能的改革要求,中央企业要坚守实业,聚焦主业,剥离非主业与非优势产业。另外,保险行业属于长期投资,股东的整体回报水平并不高,一些中小险企甚至还存在较大亏损,短期内难见回报,股东有了撤退的计划。

值得一提的是,不少保险公司股权被降价拍卖仍未有资本接盘。

例如,日前,在经历两次流拍之后,重庆金阳房地产开发有限公司持有的国宝人寿保险股份有限公司(以下简称“国宝人寿”)1.8亿股股份将于11月10日再次被拍卖。而起拍价,也从第一次的3.348亿元下降至2.7119亿元,相当于打了8折。在近期,国宝人寿第七大股东四川雄飞集团有限责任公司拍卖所持1.5亿股,同样出现流拍。

今年5月,重庆市公路工程(集团)股份有限公司持有的安诚保险1.71亿股股权第二次进行拍卖。虽然以评估价7折的价格起拍,但无人出价最后流拍。7月,上述项目正式进入变卖阶段。该笔股权的变卖价为1.54亿元,较

2.74亿元的评估价来说打了5.7折。

幸福人寿亦有3笔股权二次拍卖均遭流拍。这3笔股权数量分别为1.68亿股、1.65亿股、1.33亿股,起拍价分别为1.13亿元、1.11亿元、0.89亿元,起拍价较评估价打了8折。

今年1月底,云南省昆明市中级人民法院对栾川县金兴矿业有限责任公司持有的和泰人寿14%的股权进行公开拍卖。该股权评估价0.97亿元,起拍价为0.78亿元,也是评估价的约80%。

不过,上述险企股权被拍卖与自身关系不大,而是股东存在债务问题,保险公司股权处于质押和冻结状态,因债务到期无法偿还,导致被司法拍卖。

此外,也有因以物抵债,险企股权被转划的情况。

例如,中原农险发布关于变更股东有关情况公告称,根据《河南省漯河市中级人民法院执行裁定书》的裁定,被执行人漯河市经济发展投资总公司持有中原农险的3000万股权(占总股本的1.422%),以物抵债至申请执行人漯河市郾城区农村信用合作联社。据此,漯河市郾城区农村信用合作联社通过“以物抵债”的形式取得中原农险1.422%股权。以物抵债后,漯河市经济发展投资总公司不再持有中原农险股份。

## 增资发债金额大幅增加

国家金融监管总局数据显示,2023年二季度末,保险公司平均综合偿付能力充足率为188%,核心偿付能力充足率为122.7%。186家保险公司中,55家公司风险综合评级为A类,104家公司为B类,15家公司为C类,12家公司为D类。其中,27家“不达标”险企均为中小险企。

“偿二代二期”工程执行以来,为满足监管要求,多家险企急需补充资本,通过增资、发债的方式提高偿付能力。

从增资金额看,2023年增资规模已经超过2022年拟增资规模311.55亿元。其中,包括个别险企巨额增资计划,如信泰人寿、阳光人寿、中国人寿(海外)、英大财险等拟增资金额分别达到60.65亿元、50亿元、40.79亿元、35亿元。

从增资后股权变动来看,有多家险企增资完成后,股东持股比例不变,也有部分险企股权更加集中到了大股东手中。

国宝人寿发布公告称,拟将注册资本由15亿元增至19.8亿元,参与增资的股东以货币方式向国宝人寿合计投入资金约8.93亿元。本次增资扩股共增

加股份4.8亿股,将使总股份由原有15亿股增加至19.8亿股,增加股份每股单价为1.86元,增加注册资本4.8亿元,剩余溢价部分约4.13亿元计入资本公积。

此次国宝人寿增资并无新股东引入,而是由股东四川发展(控股)有限责任公司(以下简称“四川发展”)出资5.58亿元,认购3亿股;四川金融控股集团有限公司(以下简称“四川金控”)出资3.35亿元,认购1.8亿股。若此次增资获批,第一大股东四川发展的持股比例将由20%增至30.3%,四川金控将升至第二大股东,持股比例由12%增至18.18%。华贵人寿拟增资10亿元,其中,茅台集团出资4.7亿元,增持后拟重回第一大股东位置。

安华农险发布公告显示,公司有三家股东拟退出,并与第一大股东融捷投资控股集团有限公司(以下简称“融捷集团”)签订股权转让协议,将所持股权全部转让给融捷集团。若转让成功,第一大股东融捷集团持股比例将增至32.72%。今年5月,爱心人寿公告称拟增资3亿元,全部由大股东新里程健康产业集团有限公司认缴。

公开数据显示,除增资扩股外,累计15家险企获批发行资本补充债。实际上,2023年整个保险行业拟发行资本补充债金额累计1056.5亿元,相比2022年全年979.5亿元有所增加。

10月19日,阳光保险集团(6963.HK)发布公告称,其附属子公司阳光人寿于近期收到监管批复,获准于全国银行间债券市场公开发行10年期可赎回资本补充债券,发行规模不超过120亿元。

值得一提的是,今年以来,新华保险(601336.SH)、中国人保(601319.SH)、人保寿险、太保产险、泰康人寿均已获批发债,发债金额均超100亿元,其中泰康人寿、新华人寿发行规模最大,不超过200亿元。

对于一些险企倾向于发债的原因,一位寿险公司高管对记者分析称,资本补充债券和次级债虽然都属于债权性质的资本补充工具,但是对比次级债无法交易、认购的活跃程度低而言,资本补充债券更有优势。再加上其能进行二级市场交易,流动性高、交易灵活,发行流程简单,投资者认购更活跃,便于险企成功发行。