

担忧利差损风险 险企“限售”利率4.025%年金产品

证券时报记者 刘敬元

尽管有保费增长的业绩压力,但不同于以往年,寿险公司今年对于推出高利率的年金产品的做法,表示更谨慎了。

证券时报记者从保险业内获悉,目前开门红期间,中小公司仍有主打利率达 4.025%的年金产品情况,大型公司主打年金利率达到 4.025%的则不多。

一家大型寿险公司总裁对记者表示,公司也有定价利率 4.025%的年金产品,很好卖,但公司对销量进行了控制。这与对长期利率趋势的判断不无关系。

利率4.025%的年金限量销售

今年开门红主打产品,各家险企策略明显不同。七家大型寿险公司中,仅中国人寿一家的主打产品预定利率在 4.025%这一上限,其他公司大多在 2.5%,高的在 3.5%。

一家大型寿险公司总裁对记者表示,公司也有预定利率 4.025%的年金产品,但是采取了限量销售的方式,总量控制在 40 亿”。

4.025%的预定利率,是备案类保险年金产品的预定利率的上限,始自 2013 年 8 月普通型寿险产品费改。当时,寿险产品预定利率最高 2.5%的规定已执行了 14 年,已经低于不少理财产品收益率,不能再适应市场环境,监管决定放开这一定价限制,同时收紧准备金评估。

具体说来,对备案类的普通寿险产品设定了预定利率最高 3.5%的上限,而对普通型养老金或保险期间为 10 年及以上的其它普通型年金,给予了可上浮至 1.15 倍的差别化政策,也就是养老金或 10 年期以上的年金产品的预定利率最高可以到

4.025%。

如今,“预定利率 4.025%”已经成为不少保险公司的产品卖点。一家中型寿险公司的产品销售人员就表示:“预定利率 4.025%,是目前市场最高水平,而且是复利,保证领取 20 年,在利率下行周期非常划算。”

“今年卖得很好,4.025%的长期产品老百姓到哪里找,过两年根本不可能了。更何况还是固定的利率(收益率),还复利,还是 10 年、15 年这种长期的。”上述大型寿险公司总裁表示,今年的总体宏观形势虽然不比去年好,但是老百姓手里的钱的理财渠道少了,4%以上收益的理财产品本身在减少,具有长期固定利率且复利的保险年金就显得更具吸引力。

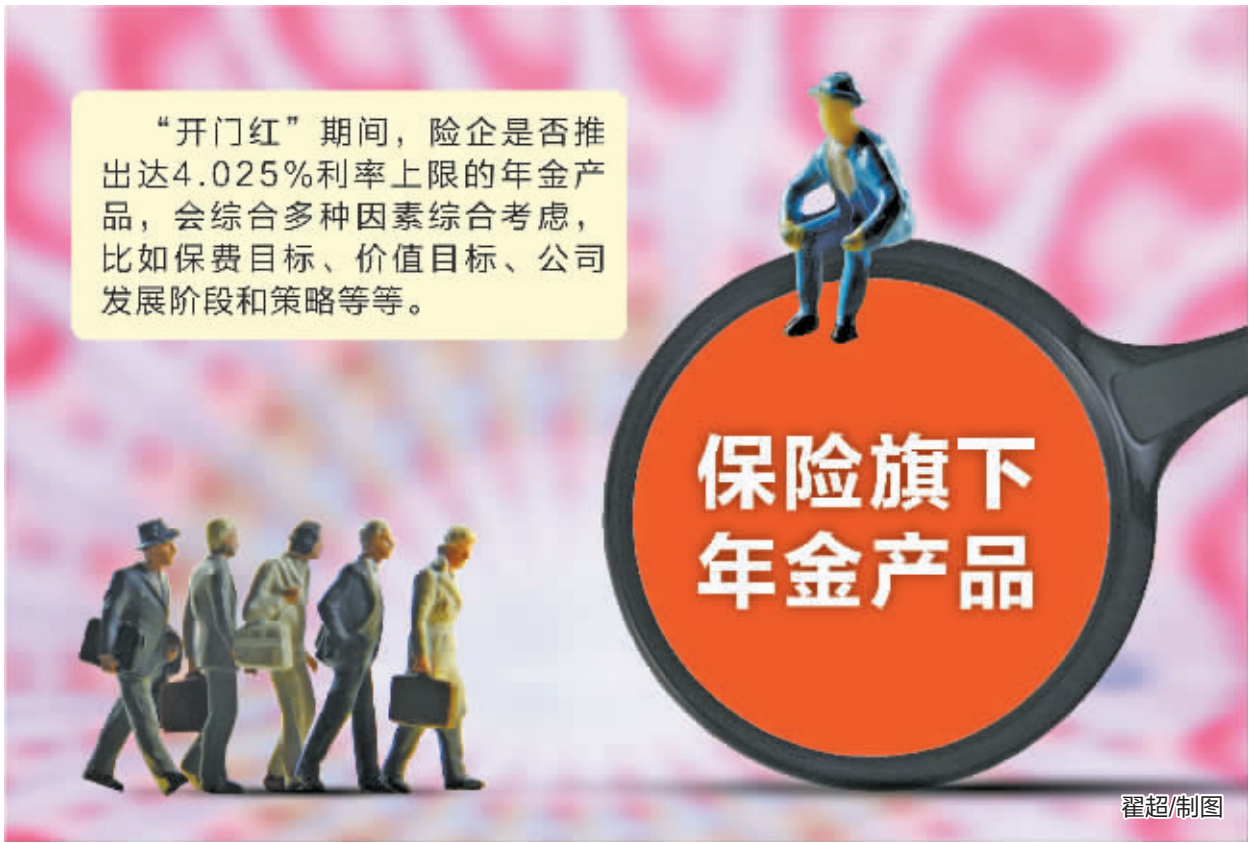
多位业内人士对记者分析,开门红”期间,险企是否推出 4.025%利率的年金产品,会综合多种因素综合考虑,比如保费目标、价值目标、公司发展阶段和策略等等。而主打 4.025%年金产品最重要的原因,还是希望能做大保费规模,实现保费增长。

记者获悉,推出 4.025%产品的几家险企,含大型和中型险企,今年开年首周的个险期交保费实现大幅增长,增速在 50%以上,增速最高的甚至超过 100%;相比之下,主打利率 2.5%或 3.5%产品的险企同一口径保费仅略微增长或持平。

行业重新关注“利差损风险”

不过,对于保险公司来说,负债端销售 4.025%利率的产品,也面临投资端的压力。这也是上述大型险企限量销售这类产品的原因。

销售 5 年期的产品,加上限制了量,做好资产匹配的话,应该不会问



题。”上述大型险企总裁称。

业内认为,如今 4.025%预定利率年金销售得越多,险企投资端压力肯定会越大,因为投资收益要覆盖负债端成本。但事实上,如今行业开始重新关注利差损风险话题。

此前某大型险企董事长即公开发表观点认为,从 A 股上市险企看,去年前三季度的年化投资回报率在 3.4%~4.8%之间,同比下行明显。而这一投资回报率,和现在产品的定价利率之间的空间已经越来越小,特别是预定利率 4.025%的产品。

他认为,随着 2013 年、2014 年配置的 8%左右的高收益率资产陆续到期,到期资产重新配置时的收益率下行,目前在 5%左右,这会使得整体资

产投资回报大幅下降,这将对负债端的产品定价产生直接影响。也就是说,负债端产品定价利率也要适当下行。

2019 年开年后,有消息称,对于一些终身型的预定利率 4.025%的养老金产品,监管部门已经不予备案,原因即为“有较大利率风险”。一位养老险公司精算部负责人对记者说,主要是 30 年以上期限的产品,监管不予备案,担忧利率风险。

记者还获悉,监管部门去年底到今年 1 月上旬对寿险公司进行了精算制度方面的调研,调研内容就包括“公司成本收益匹配情况,是否存在利差损风险”,对未来公司及行业出现利差损风险可能性和影响的判断”等。

就此,多位寿险精算人士对记者

称,这个问题是见仁见智,取决于大家对未来的判断,而且 3 年~5 年情况不能代表未来几十年。同时,各公司面临的情况也不一样,利差损风险跟公司产品结构相关。

广东一家新成立的寿险公司精算部负责人表示,公司评估认为随着宏观经济增速放缓,投资利率整体呈下行趋势,未来行业出现利差损风险的可能性逐渐上升。

一家中型寿险公司副总裁兼总精算师说,由于寿险保单是长期业务,利率的波动是保险企业长期关注的重点。定价利率的制定,应当基于对未来的估计及根据审慎稳健原则。他认为,关键是有有一套完善的体系,去约束保险业的产品开发、定价行为。

280余座万达广场启动“邀吃日” 一站尝遍人间风味

2019年万达广场独创自有 IP 万达“邀吃日”,将于每月 17 日固化为万达美食盛宴。1 月 17 日,是万达广场首个“邀吃日”,全国 280 余座万达广场同步举行启动仪式。作为《风味人间》独家合作商业中心,万达广场拥有近 7000 家餐饮品牌的最大线下实体商业体,为大众建立一个有趣味、有触感的饮食文化场景,打造了全国最大规模的餐饮盛会。同时,由中国烹饪协会评选出的备受关注 34 个地域菜系、340 道地域经典名菜,也将在遍布全国 170 余个城市的万达广场轮番上演,开启一场万达和消费者的专属美食探索之旅。

1 月 17 日,全国 280 余座万达广场同时启动万达邀吃日。中国烹饪协会、《风味人间》制片团队、餐饮品牌商户代表、美食达人等,在主场通州万达广场,一起见证了万达邀吃日的启动。

2019 年,万达广场联合《风味人间》制作团队推出独创自有 IP 万达邀吃日,并于每月的 17 日在全国 280 多座万达广场同步进行。据了解,邀吃日活动独特之处在于重点关注食材的安全和传统餐饮文化的传播。

万达商管一位负责人表示:“万达邀吃日,要让消费者吃得开心、吃得过瘾;更要吃得安全,吃得有品位。”

人间有风味 风味在万达

去年,给观众带来奇妙美食之旅的《风味人间》风靡全国。作为《风味人间》节目独家合作商业中心,万达广场结合消费者的美食体验,在主场北京通州万达广场开设了“风味人间快闪店”,高度真实的还原了《风味人间》纪录片中诱人美食的同时,还发起了吃货真心话、仿真厨房道具、炫 food”捧等互动活动,感受中华美食精粹的大胆创新,带给消费者一场精心打造的沉浸式美食盛宴。

《风味人间》纪录片执行制片人胡婧雯表示,《风味人间》剧组跨越世界五大洲、二十多个国家和地区,在这场美食探索之旅中发现,全世界人民对于吃的热情和智慧是一致的。腾讯视频《风味人间》特别开心能够联合万达广场这一优质平台,利用多方资源打造优质 IP 并落地成线下美食体验场景,让消费者一边体验美食的力量,一边感受生活的美好。

有万达的地方就有风味。人间有风味,风味在万达。

在北京通州万达广场全国启动仪式主会场,免费品尝旺顺阁鱼头泡饼、现场制作西贝搓面鱼鱼等多种互动活动,引来了周边人群纷纷参与,人头攒动,热闹非凡。

用安全、文化重新定义美食

美食,不仅是一种生活方式,更是一种生活态度。

1 月 17 日,在通州万达广场举办的邀吃日启动仪式上,万达商管集团高级总裁助理兼华北运营中心总经理孙亚洲表示,万达邀吃日发挥万达广场的规模优势,集合了全国 170 余座城市的 280 余家万达广场,近 7000 家餐饮品牌商户的规模。他说:“邀吃日要让消费者真正享受到环保健康的安全食材和经典地道的各地美味。同时,还要传承和发扬博大精深的中华饮食文化,也让民族餐饮品牌扩大知名度和影响力,打造真正代表中国美食的餐饮名牌。”

中国烹饪协会特邀执行副会长李亚光也认为,万达广场对推动餐饮行业的发展和促进百姓餐饮消费升级做出了重要贡献。他表示,280 余座万达广场连续每月举办的邀吃日活动会成为餐饮消费的盛典,中国烹饪协会将携手万达广场共同传承和弘扬中国传统餐饮文化”。

为了确保消费者能大饱口福,中国烹饪协会发布的 34 个地域菜系、340 道地域经典名菜也将轮番在各个万达广场现场亮相,结合新兴菜品,重新定义地方菜系,打造中国饮食文化体系。



一位餐饮品牌代表在启动仪式上表示,作为餐饮品牌商户,我们体会到了万达广场服务于餐饮品牌商户经营的用心。感谢 170 个城市 280 余座万达广场的平台,它不仅为品牌商家提供了展示形象和实力的窗口,也让消费者品尝到中国地域美食,体验了美食文化。”

启动仪式上,还现场发布了“万达广场美食地图暨每月主打菜系”。

每月17日定时开吃 万味榜单等你体验

从今年 1 月开始,全国所有万达广场在每个月 17 日都将举办万达邀吃日活动。

为了进一步满足消费者的需求,邀吃日还通过全国万达广场微信小程序开设了“风味美食推荐”专区,开展“风味大礼包”“风味限时抢”等组合式线上优惠活动,并根据用户的消费习惯,实现精准送达。

除了整合线上小程序资源,万达邀吃日还助力餐饮商户实体经营。全国万达广场利用活动舞台,与餐饮文化、春节相关民俗相结合,开展极具观赏性、互动性的各地特色年味市集,吸引大量的游客进店体验、消费。作为餐饮商户联动规模最大、持续时间最长的大型活动,万达邀吃日将有助于提升客群关注度,激活客群消费附加值,还能创造更多关联消费,为近 7000 家餐饮品牌建构了有机生态、创造效益最大化。

每月邀吃日期间,各万达广场也将推出主力餐饮品牌 6 折优惠让利,特价菜、免费单品等美食放“价”活动。同时,万达邀吃日还和其他业态形成有效联动,推出相应的优惠福利,提供极致的“吃喝玩乐购”的一站式狂欢。

万达广场还将和中国烹饪协会等行业组织深度合作,结合餐饮业态,开展探寻美食地图、餐厅评选、万味榜单发布等一系列“有滋有味”的活动。由万达商管联合行业协会打造多角度多维度测评的权威吃货榜单——万味榜单,也将在 2019 万达商业年会上重磅发布。(CIS)

