

中证协明确并细化券商从事经纪业务职责 第三方载体不得介入证券业务的任一环节

■本报记者 周尚仔 李冰

证监会发布《证券经纪业务管理办法》并于2月28日起施行至今已一个多月。

《证券日报》记者从券商处获悉,为引导券商规范开展经纪业务,提升经纪业务管理水平,近日,中国证券业协会起草了《证券经纪业务实施细则(征求意见稿)》(以下简称《实施细则》)《证券公司客户资金账户管理规则(征求意见稿)》,修订形成了《证券公司客户账户开户协议必备条款(征求意见稿)》《证券交易委托代理协议必备条款(征求意见稿)》,并于近期征求行业意见。上述《实施细则》等4项自律规则围绕证券经纪业务内涵,进一步明确并细化券商从事证券经纪业务的职责,督促券商严格履行投资者管理职责、营销管理职责、合规管理职责、稽核审计职责。

同时,针对近期“第三方导流政策有望重启”的消息,记者从券商及第三方了解到,“目前有券商在第三方平台向部分人群进行试运营的开户测试,不过具体情况还需要等监管出台相关规则。”

中证协明确并细化券商从事经纪业务职责

目前,券商分支机构数量达到1.2万家,从业人员数量达到35.5万人,客户数量达到2.1亿,对于客户规模、分支机构和从业人员数量的增加,以及展业模式的转变,监管部门正在进一步规范券商经纪业务的工作职责。经纪业务作为“基本盘”,是支持券商其他业务发展的基础业务,业务规范健康发展也是“箭在弦上”。

《实施细则》共六章,二十七条,包括要求细化投资者身份识别,应当对机构投资者、资金账户及证券账户(不包括投资者通过融资融券融入的资金和证券)首次超过人民币1000万元的个人投资者强化身份识别。券商开展回访工作的,每年回访比例不得低于上年末客户总数(不含休眠账户及中止交易账户客户)的10%。同时,佣金管理方面,券商不得以任何形式实施垄

《证券经纪业务实施细则(征求意见稿)》要求

细化投资者身份识别

应当对机构投资者、资金账户及证券账户

户内金融资产(不包括投资者通过

融资融券融入的资金和证券)首

次超过人民币1000万元的个人

投资者强化身份识别

断,不得有恶意低价揽客等不正当竞争行为,应当按照科学合理的方法测算服务成本,测算方法应当经过合规部门认可,一经确定不得随意变更。

值得关注的是,在去年全行业业绩承压的背景下,经纪业务依旧是券商业绩的重要支撑。中证协最新数据显示,2022年,证券公司代理客户证券交易额733.25万亿元,其中代理机构客户证券交易额占比为31.81%,近年来持续提升。

从已披露2022年年报的上市券商来看,中国银河证券经纪业务营业收入101.19亿元,占公司营业收入的30.08%,新开立客户数110.84万户,开户市占率7.48%,创七年新高。方正证券代理买卖证券业务净收入23.76亿元,客户总数突破1480万户,其中新开户数近160万户,新开户市场份额6.66%。国泰君安财富管理业务营业收入113.54亿元,占营业收入的32.01%。国联证券代理买卖证券业务净收入为4.26亿元,客户总数158.38万户,较上年

同期增长14.3%。

券商已在第三方进行试运营开户测试

近日,市场中有关于券商“第三方导流政策有望重启,券商已开始向蚂蚁财富、腾讯自选股、京东金融等互联网平台询价”的消息传出,并引起广泛热议。而本次《实施细则》中也对券商借助第三方平台的投放行为进行了细化规范要求,“投资者招揽、接收交易指令等证券业务的任一环节,应当由券商独立完成,第三方载体不得介入。”

对此,有知情人士向《证券日报》记者透露,“已有券商在蚂蚁财富的财富号向部分人群进行试运营的开户测试。财富号由券商机构独立运营并管理,包括开户和交易也是券商机构独立负责。不过,具体事项进展还要等监管出台相关细则。”

易观分析金融行业高级咨询顾问苏筱芮向《证券日报》记者表示,“券商第三



崔建岐/制图

A股五大上市险企日赚4.79亿元 去年净利润同比呈“一升四降”

■本报记者 冷翠华

3月30日,随着新华保险发布2022年年报,A股五大上市险企2022年经营业绩正式亮相。

整体来看,五大上市险企合计实现归母净利润1746.93亿元,约合每天净利润4.79亿元,同比下降19.1%。业内人士认为,上市险企净利下降的主要原因:一是受权益投资业绩拖累,二是人身险行业仍处于深度转型期。不过,从今年的趋势来看,险企无论是投资端还是负债端,都有望取得更好的业绩,但仍需认真应对潜在风险和机遇。

中国人保 归母净利润同比上涨

去年A股五大上市险企净利润同比呈“一升四降”的特点。具体来看,2022年,中国人保取得归母净利润244.06亿元,同比增长12.8%;中国平安取得归母净利润837.74亿元,同比下降17.6%;中国人寿取得归母净利润320.82亿元,同比下降36.8%;中国太保取得归母净利润246.09亿元,同比下降8.3%;新华保险取得归母净利润98.22亿元,同比下降34.3%。

中国人保财险业务表现亮眼是其去年净利润同比上涨的重要因素。去年,中国人保旗下的人保财险实现承保利润100.63亿元,同比增长456.0%;实现净利润265.47亿元,同比增长17.5%。“中国人保利润增长主要是因为财险业经营效益好,财险效益好主要是因为承保利润好。”中国人保副董事长、总裁王廷科表示。

中国人保之外的其他4家A股上市险企去年净利润同比下降,一个重要原因是权益市场波动大,权益投资业绩不理想。例如,新华保险表示,在2021年高基数的情况下,去年受资本市场波动影响,投资收益减少,导致净利润同比变动较大。事实上,去年五大上市险企总投资收益率同比全面下降,成为拖

累年度利润的一个重要因素。

另一个重要原因是人身险行业还处在深度转型期。中国人寿表示,2022年,人身险业仍处于深度调整和转型期,行业保费收入增速进一步放缓。银保监会数据显示,去年人身险全行业保费收入按可比口径计算同比增长2.78%,2021年的这一数据为5.01%。

资产端负债端的基本面正在改善

“2023年将是寿险业自身资源禀赋和积累的转型动能充分释放的开始。”新华保险拟任董事长、首席执行官李全在致股东函中表示。

中国平安去年寿险业务坚持高质量发展,推动改革落地显效。中国平安联席CEO陈心颖表示,随着外部环境回暖及寿险改革成效逐步显现,平安寿险新业务价值2月份增速已经同比转正,预期一季度及全年新业务价值可实现正增长。

“我对未来人身险市场充满信心,对2023年及以后中国人寿的业绩增长充满信心。”中国人寿董事长白涛表示,2022年是很艰难的一年,今年,行业复苏加快进行,社会生产活动恢复正常状态,消除了行业发展的不确定性。行业转型加快,保险公司加快以客户为中心建设。

海通证券研报认为,“保险业经营具有显著顺周期特性,随着经济复苏,资产端和负债端基本面改善正在进行中。”

对今年保险行业面临的问题,中国人寿表示,资本市场方面,预计市场利率仍维持历史偏低水平,优质固收类资产供给不足的情况依然严峻,权益市场或将延续高波动的特征,公司面临权益类品种收益率持续下行和投资组合总体收益波动加大的双重压力。为此,将加强资产负债管理,持续优化资产配置结构,提高应对经济周期、利率周期、市场波动的能力,有效平衡短期收益稳定与长期价值提升。

本版主编 姜楠 责编 徐建民 制作 张玉萍 E-mail:zmx@zqrb.net 电话 010-83251785

2022年头部寿险公司逆势增长样本:

太平人寿个险及银保新单保费均大增近三成 四项继续率指标连续十年领先行业

3月28日晚间,中国太平发布了2022年业绩报告。年报显示,中国太平去年总保费收入达2650亿港元,人民币口径下增长4.6%。股东应占溢利27.97亿港元。总资产达14094亿港元,人民币口径下增长11.7%。

引人注意的是,中国太平旗下核心业务板块——太平人寿的多项核心业务指标逆势增长。2022年,太平人寿原保费收入同比增长3.6%,跑赢大市,个险期交保费规模首次跻身行业前三,银保期交保费规模达历史最高水平,新业务价值表现优于多数同业,个银13个月、25个月继续率连续十年行业领先,高端客户“1929家族办公室”经营取得新突破。

多项核心业务指标“惊艳”

“2022年,面对复杂严峻的外部环境和超预期的多重考验,全体太平人迎难而上,直面挑战,统筹疫情防控和经营发展,统筹稳增长和防风险,统筹境内和境外,克服了重重困难,集团保持平稳发展态势,高质量发展迈出新步伐。”在年报中,中国太平如是概括2022年的业绩。

高质量发展深入推进源于中国太平的经营战略引领。年报中显示,2022年,中国太平坚持价值导向不动摇,深入实施高质量发展战略,生态圈建设、科技创新、综合协同等战略举措有效落地,重点项目实现突破,强基固本取得扎实成效。

正是在集团战略的统筹推动下,2022年,在全球环境风高浪急、多重超预期因素冲击的复杂形势下,太平人寿保持战略定力,厚积薄发,向市场交出了一份亮眼的业绩。

年报显示,2022年,太平人寿经营的人寿保险业务经营溢利净额达83.47亿港元。新单保费同比大增20%,其中个险新单保费同比增长28.6%,银保新单保费同比增长29.7%,代理人人力较年初逆势增长1.6%;新业务价值表现优于多数同业;个险、银保四项继续率连续多年稳居行业领先地位。

从个险来看,2022年,太平人寿个人代理

队伍分销的保费达1220.78亿港元。去年代理人每月活动人力人均期缴保费上升至13280元人民币,而2021年该指标为13040元人民币。

银保业务方面,保费由2021年449.43亿港元上升9.4%至2022年491.51亿港元。其中银保续年期缴保费由2021年355.49亿港元增加至2022年373.80亿港元,上升5.2%。

业务品质方面,太平人寿续保率多年连续稳居行业前列。个人代理及银行保险渠道第13个月保费继续率分别为93%及96.7%,而第25个月保费复合继续率则分别为91.8%及96.1%。

从资本市场关注的内含价值来看,太平人寿内含价值(以港元折算)由2021年末2401亿港元增加1.1%至2426亿港元。在去年不少险企内含价值出现下滑的背景下,逆势增长尤为难得。

“高质量发展战略”推进争先进位

“滴水石穿非一日之功,绳锯木断非一日之力。”

太平人寿在行业下行压力下,表现出来的业绩增长韧性,源于太平集团提前战略谋划,以及太平人寿“谋定”之后的积极作为。

“不谋全局者,不足谋一域。”2021年,中国太平集团领导班子从战略全局出发,科学分析了“十四五”时期所面临的形势,提出坚持“央企情怀、客户至上、创新引领、价值导向”十六字方针的总体要求,为中国太平高质量发展定下基调。

高质量发展,核心要求即把提高供给体系质量作为主攻方向,彻底改变过去主要靠要素投入、规模扩张、忽视质量效益的粗放式增长,通过提高质量和效益实现良性循环和竞争力提升。

顶层设计明确之后,太平人寿通过研究全球寿险业百年历史的发展规律,做到了对于如何穿越发展周期、度过重大危机的心中有数,结合公司发展实际,制定“高质量发展战略”并于2022年春节全面开启。

“高质量业务发展战略”的核心要求在于以人力的高质量发展为基础,带动公司整体经营的高质量发展。即以队伍高质量发展为纲,以公司整体的高质量发展为目的,通过对于队伍的全方位赋能,切实做到纲举目张。

其中,产品赋能方面,月交产品的创新上市,实现了代理人一个月开单全年有收入,也最大程度保证了业务品质;IFamily家庭保单的创新推出,则帮助代理人将经营视角从“一个客户”转向“一个家庭”。

科技赋能方面,逐渐形成业务、客户服务和科技应用三者深度融合的发展局面,在线早会、在线培训、在线销售行为管理、在线办公等一系列线上应用的开发,在疫情期间对于队伍的稳定发展居功至伟;“智能双录”有效提升了双录效率;“iFamily家庭保障分析”系统更是显著降低了代理人进行家庭保险规划的难度。

服务赋能方面,太平人寿医养布局持续深入,乐享养老品牌目前基本实现“东西南北中”全覆盖,在满足客户多元化养老需求的同时,场景化销售对于吸引中高端客户投保、有效拉动业绩提升发挥了重大作用。

此外,针对客户的差异化需求,太平人寿加大队伍分级培养管理,在增员、培训、晋级、展业等各个环节帮助队伍高质量发展,通过高素质的代理人团队,提供更个性化的产品、服务等,实现精准的差异化服务。

“高质量业务发展战略”实施后效果显著,太平人寿行业排名争先进位。在行业人力大幅下滑的情况下,其代理人数量却不断上行,2021年如此,2022年同样如此。2022年末,其大个险人力更是逆势实现正增长。

服务国家战略勇担央企责任

2022年,在做大做优做强主业基本盘的同时,太平人寿也牢记央企子公司责任担当,全力当好服务国家战略的“排头兵”。

近年来,太平人寿响应国家需求,不断做大做足保险保障的“基本盘”。

首先,太平人寿聚焦积极应对人口老龄化战略,助力保障“老有所养”“老有所医”。在集

团公司统筹下,将“保险+大健康”“保险+大养老”服务体系作为发展重点,以“享老有社区、服务有平台、照护有资源、支付有保险”的思路,通过延伸产业链,结合各方资源优势,打造以保险为核心的医养生态圈。

太平人寿还积极参与第三支柱建设,截至2022年12月末,公司在售养老年金产品共计11款;2021年,公司成为业内首批获准参与专属商业养老保险的6家寿险公司之一,2022年11月份,首批7款个人养老金保险产品出炉,太平人寿又成功入围。

养老服务方面,太平人寿坚持“轻重并举”,“自有+合作”养老项目已达32家,分布在21省份27市。其中,太平自有项目4家,分别为“梧桐人家”“海棠人家”“芙蓉人家”和“木棉人家”。

健康医疗方面,搭建健康管理平台,在医疗、健康、医药等产业项目上进行战略合作,为客户提供全面专业的医疗资源。

其次,支持绿色发展,创新驱动发展等战略,服务实体经济高质量发展。太平人寿加强重大绿色低碳能源网络布局,投资逾30亿元在风电、核电等绿色能源领域;发力新兴产业及物流基础设施等新赛道,通过公募REITs、市场化基金的参与盘活存量优质资产等,不断为实体经济高质量发展注入金融支持。

再者,服务乡村振兴、区域协调发展战略,太平人寿深入落实集团定点帮扶甘肃两当、安徽裕安帮扶工作;积极落实监管要求,完成定点帮扶内蒙古土城子乡各项帮扶任务。2022全年消费帮扶超900万元。

另外,在服务消费者保障需求方面,太平人寿持续围绕客户“生、老、病、死、残”全生命周期保障需求,产品全面均衡。同时,推进“惠民保”业务,参与7个地市惠民保项目;积极建设大病商办项目,为430万城乡居民提供大病保险精准服务。

最后,在提升客户便捷度方面,太平人寿提升用户体验。在销售环节,最快10分钟即可完成“智能双录”;在售后服务环节,仅需3步客户即可完成线上保全操作;在理赔环节,“秒赔”服务已实现“秒级”支付理赔款……通

过大数据、人工智能等科技赋能,全场景、全流程的数字化应用提升代理人效率、提升用户体验。

2023年坚定寿险发展底层逻辑

在2022年取得逆势增长的同时,市场和业界更关注2023年中国太平及太平人寿的经营策略。

对此,中国太平在年报中做了“发展展望”:“2023年是中国太平高质量发展战略实施的关键之年。中国太平经营发展的总体要求是:坚持稳中求进,坚持守正创新,坚持价值导向,坚持强基固本,坚持严防风险,推动业务实现质的有效提升和量的合理增长,奋力开创集团高质量发展新局面。我们将保持战略定力,推动业务高质量发展;完善机制,主动对接服务国家战略;统筹施策,有效防范化解金融风险;深挖潜力,加速推进生态圈建设;强化创新,全面推动科技运营服务升级;脚踏实地,走稳走好国际化发展之路;强基固本,持续夯实经营管理基础,努力实现服务国家战略有新作为、业务高质量发展有新进展、生态圈建设有新突破、综合协同上新台阶、国际化发展有新格局、客户服务有新提升、防范化解风险有新成效,致力于成为股东、客户、社会创造更大的价值。”

在年报中,中国太平也进一步提及了太平人寿的经营理念:“坚定寿险发展底层逻辑,大力推动高质量组织建设,用好资源赋能,推动代理人队伍量质并举,打造更多卓越的‘保险企业家’,整合好‘保险+医养+科技’等优质资源,用服务深度诠释保险价值,全力满足人民群众美好生活的需要。”

太平人寿表示,公司一方面将守住“稳”的基底,继续坚持专业经营,聚焦保险主业,在产品形态、缴费形式、业务模式上不断创新,以高质量供给满足人民群众不断升级的保障需求。另一方面,开拓“进”的新路。将继续延长“保险+”产业链,扩大医养生态圈,继续紧跟国家战略要求,践行服务实体经济使命。

(CIS)