开门红还会红吗？

2020年开门红第一枪打响，险企开门红策略已经发生分化

□半岛记者 姚文嵩

每年的最后一个季度，通常为寿险公司备战“开门红”时期。然而今年开门红与去年相比来得要早一些，中国人寿已经吹响2020年“开门红”的号角，并推出了年金型新产品“鑫享至尊庆典版”。在行业回归保障本源的背景下，2020年“开门红”将主打储蓄型和保障型产品，持续优化突出保障本源。通过市场信息反馈来看，部分保险公司已经在明显弱化“开门红”，但有关专家表示，2020年“开门红”仍然被看好。

2020年“开门红”号角吹响

近日，中国人寿推出年金险新产品“鑫享至尊庆典版”，打响备战2020年“开门红”的第一枪，比往年提前了一个月，甚至有网友吐槽，“我还穿着短袖呢，2020年的开门红就开战了！”

根据公开资料显示，“鑫享至尊庆典版”交费期间为3年，保险期间为10年，凡是出生满28日至68周岁的人均可投保。根据保险责任，客户投保该产品后，从第5个保单周年日起，中国人寿每年会给付60%年交保费，满期金为基本保额，身故金则为已交保费和现金价值中的较大者，预计第5年末，产投比将打平。

除中国人寿外，目前，其他上市寿险公司尚未推出针对2020年开门红的具体产品或具体规划，目前仍聚焦于达成2019年的保费收入任务。

高预定利率产品或将缺席“开门红”

值得注意的是，中国人寿推出的“鑫享至尊庆典版”已经不再是预定利率4.025%的产品。8月30日，中国银保监会于官网发布《关于完善人身保险业责任准备金评估利率形成机制及调整责任准备金评估利率有关事项的通知》，将普通型养老年金或10年以上的普通型长期年金责任准备金评估利率上限从“年复利4.025%和预定利率的小者”调整为“年复利3.5%和预定利率的小者”，引导市场调低长期年金险产品预定利率的举措，显然已经开始对市场产生一定的影响。

“高预定利率产品将不会出现在2020年‘开门红’中，许多保险公司计划在今年10月底停售这类产品，明年‘开门红’期间应该不会有了。”一位行业观察人士表示，一方面，是为了响应8月底“下调两类普通型年金险的责任准备金评估利率”的监管政策；另一方面，随着市场利率下行，这类高预定利率产品潜在的利差损风险已经可以预见。

“开门红”产品结构将持续优化

值得关注的是，在行业回归保障本源的背景下，从2019年“开门红”产品开始转型，除年金保险外，健康险也成为部分险企的“开门红”主力产品，同时通过医疗险等搭配销售。从今年年初“开门红”产品类型来看，中国人寿、华夏保险、中信保诚等险企近期都推出了新型年金保险，但其返还期限有所延长，部分产品的预定利率同比有所上升，这些“开门红”产品均搭配了万能险账户，同时提供身故保险金等保障。以中国人寿“鑫享金生”产品条款为例，其包含两个基本条款“国寿鑫享金生年金保险A款/B款”，同时可与三个万能账户条款——“国寿鑫尊宝终身寿险（万能型）（庆典版）、国寿鑫尊宝终身寿险（万能型）（A版）、国寿鑫尊宝养老年金（万能型）（C版）”组合投保，并可同时投保多类型的附加险产品，从而强化保障功能。以增加其吸引力。

2020年很多险企将保障型产品作为开门红的主打产品，例如，新华保险2019年的开门红产品以健康险为主导、附加险为重要增长点、年金险为补充。同时，太平人寿推出的太平卓越智臻，平安人寿推出的金玺人生、平安福等开门红产品都是终身产品。业内人士指出，在政策的引导下，2020年开门红产品仍在持续优化，向保障型产品转型。

寿险公司开门红策略发生分化

通过调查可以看出，尽管大部分寿险公司仍在推动开门红工作，但其对开门红的认知发生了明显变化，突击战思维正在向持久战思维转变。据中国太平人寿内部工作人员透露，中国太平人寿今年的开门红也不会像往年那样只打开门红，更考虑持续性增长。实际上，从2019年开门红起，不同寿险公司在开门红策略已经发生分化。

从刚发布不久的上市险企年中报数据来看，上半年4家公司续期保费增速与去年同期相比均有较大程度的回落，因去年同期各公司新单出现不同程度负增长。新华和国寿在上半年发力做了一定规模的“开门红”业务，均推出高预定利率年金险，维持了和去年同期相同水平的增速。截至2019年6月，中国人寿原保费收入为3780亿元，同比增长4.9%，较2018年中期微升0.2个百分点，其中新单增速为2%，续期增速为6.4%，新单增速较去年同期提升25.6个百分点，续期增速回落20.2个百分点，整体增速较为平稳。新华也呈现出同样的规律，截至2019年6月，新华保险原保费收入为740亿元，同比增长9%，较去年同期微降1.8个百分点，其中新单增速为10.3%，续期增速为8.7%，新单增速较去年同期提升36.4个百分点，续期增速回落18.9个百分点，整体增速平稳。

太保寿和平安寿则集中力量进一步转型，整体增速因新单增长较缓较去年同期有所回落。另外，上市险企市场份额在2019年上半年较年初有所下降，四家寿险公司原保费收入市占率较年初下降了2.5个百分点至47.2%，主要原因为上市险企更加注重深化转型，淡化“开门红”，专家也指出，淡化“开门红”将会是险企的一种长期趋势，可能部分中小险企转型进度较缓慢，依然在“开门红”期间通过较高成本获取规模增长，并不利于均衡发展。

2020年开门红仍被看好

“开门红，则全年红。”除了中国人寿启动2020年“开门红”以外，其他保险公司已经开始备战2020年的“开门红”，虽然部分保险公司已经在明显弱化“开门红”，但在今年来看“开门红”依然是不容忽视的一个销售节点。

对于上市寿险公司2020年开门红的保费收入情况，天风证券认为，预计2020年“开门红”整体好于去年同期，主要基于以下判断：一是2019年股市好转有望提升2020年的保费表现；二是银行理财收益率下降有利于保费表现，储蓄险“保本保收益”的优势凸显；三是2019年国寿、太保、新华等公司领导层均有变更，使得对明年保费增长的诉求更强，国寿、太保、新华会较去年提前开启“开门红”；四是蓄险与保障险的销售有共振效应，预估2020年保费增长有望迎来改善；五是监管实质上已将年金险新产品的预定利率上限从4.025%降至3.5%，限制负债成本。此后，其他形式的限制定价的政策有望继续出台，针对重疾险的定价限制也值得期待，利好于定价利率审慎的大型公司。

基金定投有技巧 理财师为大家支招

□半岛记者 姚文嵩 张欣健

说到基金定投，大家可能会想到平均成本、分散风险、定期投资、手续简便等好处很多，但具体怎么操作或选择基金呢？在“每新杯”第十届中国金融理财师专业大赛中，不少参赛选手在提交的参赛视频中提到了这一理财方式，今天让我们听听大赛一等奖获奖者的建议吧。

董晓宇
招商银行潍坊分行贵宾理财经理

基金定投是董晓宇四年来一直在每月坚持的事情，她认为，基金定投很适合懒人或者说是忙人，购买手续简便，手机银行一次签约，长期有效。每个月定期自动存一笔钱进去，任它涨跌更替，咱们只管坚持投资。在做基金定投的过程中，尤其需要注意：定投周期不能太短，预期周期最短也要一年，一是聚沙成塔，二是为了整体的稳定性。

苏高杨
中国邮政储蓄银行山东路营业部理财经理

苏高杨建议选择多只不同类型的基金，避免放在一个篮子中产生较大损失，投资者选择基金时最好不超过3~5只，便于后期管理。

苏高杨还指出，基金定投投资应坚持一个市场周期。倘若没有经过一个市场周期的观察就轻易地放弃，就很容易出现判断的失误，导致前期的投入前功尽弃。

从长远来看，基金定投选择红利再投资比选择现金分红收益更大。红利再投资是将分到的现金红利折算成基金份额再投资该基金，这样便能产生基金定投的复利增长效应。此外，基金管理者为了鼓励投资者追加投资，一般规定红利再投资不收取费用，所以选择红利再投资有利于降低投资者的投资成本。

孙晓燕
中国银行青岛京口路支行理财经理

对于市民如何选取基金定投，孙晓燕建议选择波动大、激进的基金，如：指数型或股票型基金，不要定投债券基金和货币基金。优选长期业绩好的基金和基金经理。在金额方面，定投的金额因人而异，建议可将每月收入的10%~20%用于基金定投。最后应注意一是要选择一到两只好基金坚持长时间定投，不要选择太多只或经常换基金。二是要设定一个合理的收益目标，及时止盈，当收益率达到止盈线时，赎回基金。

关注半岛金融，进入《参赛视频》

扫码进入《理财师大赛》专题