

中期业绩报告多项业绩指标行业领先

中国人寿寿险公司

打出“坚守”和“求变”组合拳

8月26日,中国人寿保险股份有限公司(简称“中国人寿寿险公司”)举行中期业绩发布会。2022年上半年,中国人寿寿险公司实现总保费4399.69亿元,继续保持稳定;截至6月30日,公司内含价值达12508.77亿元,较2021年底增长4%;公司新业务价值为257.45亿元。三项指标均保持行业领先,公司发展稳中有进。

通过价值引领、多措并举、综合施策,中国人寿寿险公司应对不确定性的能力不断提升,增长基础得到巩固,新的经营定调逐渐清晰。

“四化”改革和五大核心优势

“十四五”期间,中国人寿寿险公司一方面推进“四化”改革,另一方面构建五大核心优势。

“四化”改革,一是推进数字化改革,让数字跑起来、活起来、用起来,成为产品服务的精准载体;二是推进综合化工作,重点在产品整合和渠道整合上下功夫,实现“一个客户、多个产品、一站式服务”;三是推进专业化建设,提高销售队伍的专业化素养和运营服务的效率,在科技、精算和医养方面打造一支专业的领军队伍;四是推进市场化工作,激发内部活力和内生动力。

中国人寿寿险公司要构建的五大核心优势包括产品服务优势、营销体系优势、生态平台优势、资金运用优势、风险防控优势。

今年是中国人寿寿险公司“鼎新”改革的第三年,目前来看,已达到了一年打基础、两年搭框架、三年见成效的目标。对于未来发展,中国人寿寿险公司董事长白涛提出两大关键词——“坚守”和“求变”,所谓的坚守,就是坚守保险姓保和保险保障本源,坚守保险为民的核心发展理念,坚持高质量发展主线不动摇;所谓求变,则是与时俱进,适应内外部环境变化。

在中期业绩发布会上,中国人寿寿险公司党委书记赵鹏进一步阐述了下一阶段的六个“坚持”,包括坚持服务“国之大者”不动摇,坚持高质量发展不动摇,坚持“以客户为中心”不动摇,坚持队伍建设不动摇,坚持改革创新不动摇,坚持防控风险不动摇。

下一步,中国人寿寿险公司将重点围绕营销体系改革、数字化转型、综合化经营、产品+服务的模式创新、提升风险防控能力等方面,继续加大改革力度,不断为公司高质量发展注入新动能。

中报彰显业务发展韧性

从中国人寿寿险公司亮眼的中报数据可以看出,在行业深度调整阶段,中国人寿寿险公司表现出较大的业务发展韧性,规模价值继续引领行业。

今年上半年,中国人寿寿险公司实现总保费收入达4399.69亿元,行业领先地位进一步提升。截至6月30日,公司内含价值达12508.77亿元,较2021年底增长4%;新业务价值为257.45亿元;新单保费为1393.58亿元,同比上升4.1%。首年期交保费为798.38亿元,其中,十年期及以上首年期交保费为302.26亿元,同比上升4.4%;续期保费为3006.11亿元。

中国人寿寿险公司密切关注市场需求变化,保持战略定力,及时调整发展策略,全力以赴通过专业化运作、规范化管理、市场化机制、科技化支撑筑牢根基,坚定不移推进业务高质量发展。截至6月30日,中国人寿寿险公司总销售人力为81万人。

具体来看,中国人寿寿险公司个险板块稳字当头,渠道转型不断深入,业务发展整体稳健。上半年,个险板块实现总保费3524.87亿元,续期保费2740.16亿元;首年期交保费为689.57亿元,同比增长0.5%,其中,十年期及以上首年期交保费为302.12亿元,同比增长4.7%。

面对常态化疫情防控和市场环境变化带来的多重挑战,中国人寿寿险公司个险板块聚焦一线生产单元,多措并举激发队伍活力。推出“众鑫计划”专项提优提质项目,加快推动队伍向专业化、职业化转型;全面升级销售队伍管理办法,强化业务品质管理;通过“国寿易学堂”、智能培训系统等数字化平台加强线上培训及风险合规教育。

中国人寿寿险公司银保板块积极深化与银行合作,渠道可持续发展能力逐步增强。中报显示,上半年,中国人寿寿险公司

银保渠道实现总保费426.09亿元,同比增长23.7%;首年期交保费为108.64亿元,其中,5年期及以上首年期交保费35.11亿元;续期保费达257.07亿元,同比增长15.5%,占渠道总保费比重为60.33%。

近年来,中国人寿寿险公司还大力发展互联网保险业务,通过线上线下融合和线上直销方式为客户提供优质服务体验。今年上半年,中国人寿寿险公司互联网保险业务快速增长,银保监会监管口径下总保费达388.72亿元,同比增长121.5%,创历史新高。下一阶段,中国人寿寿险公司将积极布局互联网人身险专属业务,为客户提供更为便捷的互联网保险服务。

发挥保险优势服务民生

作为行业龙头企业,中国人寿寿险公司秉承“保险为民”初心,始终胸怀“国之大者”,发挥保险经济补偿、资金融通、社会管理等功能,助力稳住经济大盘,并积极支持疫情防控,推出多项优惠举措助企纾困。

中国人寿寿险公司以满足人民群众的保险保障需求为己任,深度参与多层次社会保障体系建设。截至2022年6月30日,中国人寿寿险公司在办大病保险项目200多个,覆盖近3.5亿城乡居民;累计在21个省区市落地近70个城市定制型商业医疗保险项目,承保人数超过1800万;持续承办300多个健康保障委托管理项目,覆盖超过1亿人;在17个省区市承办长期护理保险项目60多个,覆盖近2600万人;在26个省区市承办补充医疗保险项目170多个,覆盖超过5800万人。

为满足老龄人口多样化保险保障需求,中国人寿寿险公司团险渠道承保超过4000万人次老龄人群,提供约2.09万亿元的保障金额。同时,中国人寿寿险公司还致力于丰富新市民保险服务,累计提供新市民保险产品12款。

在实施“健康中国”战略的进程中,中国人寿寿险公司积极发挥自身优势,坚持“以客户为中心”的产品开发理念,着力提高产品创新能力,持续丰富多元产品供给体系。

今年上半年,中国人寿寿险公司新开发、升级产品42款,其

中,寿险两款、健康险10款、意外险29款;保障型产品共计39款。

同时,中国人寿寿险公司还积极整合线上线下及内外部医疗健康资源,提升健康管理服务能力,国寿大健康平台服务项目持续丰富,系统功能不断升级。截至今年6月30日,国寿大健康平台服务项目数量过百,累计注册用户量较2021年底增长超过13%,位居行业前列。

通过国寿大养老基金,中国人寿寿险公司积极布局机构养老、社区养老等多层次养老服务。今年上半年,国寿大养老基金加速整合康养资源,持续推进在京津冀、长江经济带、粤港澳大湾区等战略区域的养老项目布局。

中国人寿寿险公司将坚持稳中求进工作总基调,坚守保险本源,持续深化供给侧结构性改革,锚定“建设国际一流、负责任的寿险公司”社会责任战略目标,秉承“以人为本、关爱生命、创造价值、服务社会”理念,持续提升环境、社会和治理表现,助力社会可持续发展。

数字技术赋能价值创造

“加快数字化发展”是“十四五”规划纲要的重要内容,也是中国人寿寿险公司改革创新的重要引擎。今年上半年,中国人寿寿险公司全方位应用数字技术赋能价值创造,深化科技业务融合,以数字驱动助推企业高质量发展。

中国人寿寿险公司以全新自主掌控的分布式开放云架构筑牢公司数字化转型发展基础,存储空间利用率提高3倍,降本增效、绿色低碳成果显著。信息技术应用创新连续两年行业领先,持续领跑保险科技创新发展。

在智能应用方面,中国人寿寿险公司加速深化拓展,运用AI技术构建“数字员工”,人机协同取得突破,创建“智慧顾问”“智能核保”“智能客服”等各类智能机器人,自助应答服务每日超20万次。中国人寿寿险公司还持续拓展大数据服务,不断丰富保险特色的智能化应用场景,今年上半年,大数据赋能场景较2021年同期增加近94%。

中国人寿寿险公司依托数字化平台,以多样化场景为驱动,进一步增强企业协同能力,对内高效协作、对外打造开放共享的互联网社交生态圈,累计开放服务达3498个,接入各类生态应用1092个,服务广泛延伸至线上线下、企业内外,为客户提供全方位的保险数字化服务。

近年来,通过一系列创新探索,中国人寿寿险公司不断推进保险服务价值链重塑,寻求数字经济转型新的发力点和增长点,持续打造寿险企业高质量发展的范本。

数据来源:中国人寿保险股份有限公司



中国人寿寿险公司2022年中期业绩发布会现场