

业绩路演会议纪要

组织方	方正证券	主持	左欣然
时间	3月31日 13:30	地点	公司大楼2003会议室
接待人数	15人	参会人员	副总裁李源等相关人员
关注重点	1、渠道策略；2、规模价值平衡；3、投资策略		

1. 2019年出现了比较大的价值率下滑，新单的增长未弥补价值率的滑坡。未来在质、量两个驱动力上的发展战略？

公司新任管理层制定了“资产负债双轮驱动，规模价值全面发展”的发展模式。公司将通过健康险和年金险双轮驱动总量增长。价值高的产品需要线下交流销售，目前增长有压力。

2. 银保渠道的价值贡献目标是多少？是否会延续高成本策略？

银保渠道以规模为主，价值为辅，与个险渠道形成合力，提升整体价值。银保渠道一季度主打规模，二季度主打价值。

3. 个险渠道业务恢复的节奏？个险投入及发展策略？代理人月均产能目标？

目前全国复工复产正在逐步进行，但线下展业困难仍然较大。

关于个险渠道发展，一是以健康险和年金险双轮驱动规模价值提升。二是建立“高产能、高留存、高素质”的三高队伍。三是业务线、招募线、管理线、培训线全面转向线上。四是成立个险销售中心，将分支机构分为东西南北四个片区，缩小管理半径。五是开展“卓越5000工程”，提升前1%优秀人力的模范作用。

今年产品结构有所调整，有助于代理人产能提升。

4. 从年报披露看，新华的价值对费用的敏感性较大，目前费用投放加大，对价值会造成多大影响？

对队伍的费用投入会带动规模的提升，促进新业务价值增长。

5. 公司未来三年的目标客群？

未来的目标客户是提升中高端客户数量，基于队伍与客户层次的高度相关性，公司将首先调整队伍，重点招募高素质代理人。

6. 健康险定位？对短期健康险的看法和规划？

公司健康险在产品、队伍、服务等方面都具有一定优势。健康险是价值的主要贡献者，将持续升级换代和再开发，满足客户需求。

短期险过去两年迅速增长，未来仍是健康险主险的重要推动力。

7. 老六家健康险增速低于行业平均，如何看待重疾险低价格、高佣金的激烈竞争？

公司坚持为客户提供有保障、高质量的重疾险，保证未来不会面临财务压力，通过提供附加服务等策略来提升产品竞争力。

8. 接下来的产品策略和价值目标？

保障型产品主险将根据客户需求持续升级换代，不断推出新的附加险产品；年金险将探索与资产端联动，提升价值水平

9. 负债久期、打平收益率及预定利率分别是多少？

负债久期近两年稍有增加。打平收益率没有统一计算标准。新单中传统险较多，预定利率高于以分红险为主的存量业务。

10. 个险队伍的激励和考核具体有什么调整？如何看待疫情后的销售？疫情期间线上销售情况如何？

疫情期间，公司调整了考核政策。公司通过线上渠道向 500 万客户赠送保险，获客效果良好。但重疾主险依然有赖于线下交流。

二、资产端

11. 资产端如何应对利率下滑的影响？公司投资收益率及内含价值对利率敏感性如何？

一是加大权益类配置。二是加长固收类久期。三是加大包括非标在内的信用类产品的研究力度和挖掘能力。内含价值中一年新业务价值及有效业务价值对投资收益的敏感性已在年报中披露。

12. 权益类投资中的二级市场投资策略？

一是加大配置高股息高分红价值稳定的标的；二是目前全球市场，尤其是港股正在下行修正阶段，公司将择机配置。

13. 非标资产配置情况及收益，再投资体量及策略？

公司的非标资产配置高点在 2014 年，第一轮非标资产配置已经到期置换，目前收益相较于 2014 年有所下滑。目前主要投资策略是用高收益利率债替换非标资产。