

锻造可持续的寿险价值增长

2017年6月

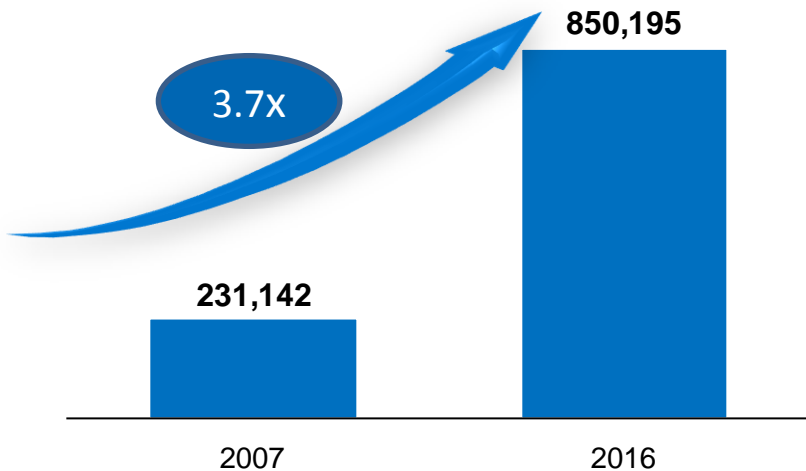


前瞻性声明

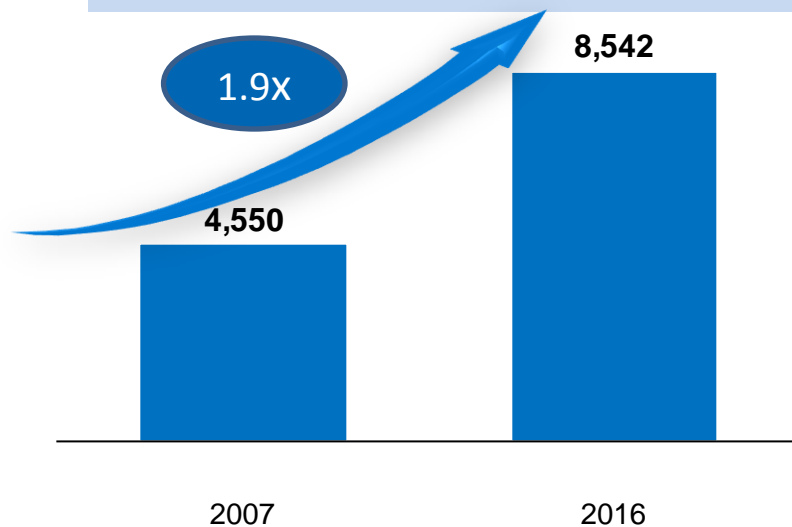
- 本材料由中国太平洋保险（集团）股份有限公司（“本公司”）仅作参考之用，并不构成以下情况或作为其中一部分，且亦不应被解释为情况如此，即：在任何司法管辖区内提呈或邀请出售或发售本公司或任何控股公司或其任何子公司的证券，或招揽作出购买或认购上述证券的要约或邀请。本材料的内容或其派发的事实概不作为订立任何合同或作出任何承诺的依据，或就此而加以依赖。
- 本材料中载列的资料未经独立核实。对于本材料所载资料或意见是否公平、准确、完整或正确无误，并未明示或默示作出任何陈述或保证，且亦不应对之加以依赖。本材料所载的资料和意见是提供截至路演推介日期为止，并且可对本材料作出任何更改，无须另行通知；对于在路演推介日期后可能发生的任何变化，日后不会对本材料进行更新或以其他方式加以修订，以反映上述变化的任何最新发展。本公司及其关联公司或任何董事、高级管理人员、雇员、顾问或代表，对于因本材料所载或呈列的任何资料而产生的或因其他原因产生与本材料有关的任何损失，概不承担疏忽或其他方面的责任。
- 本材料载有多项陈述，反映本公司目前就截至其中所示个别日期为止对未来前景之看法及预期。这些前瞻性陈述是依据多项关于本公司营运的假设以及在本公司控制范围以外的因素作出的，可能受庞大风险和不明确情况的影响，因此，实际结果或会与这些前瞻性陈述所述者有重大差异，你不应当过分依赖前瞻性陈述的内容。对于在该等日期后出现的新资料、事件或情况，本公司无义务更新或以其他方式修订这些前瞻性陈述。

太保寿险业绩持续稳步提升

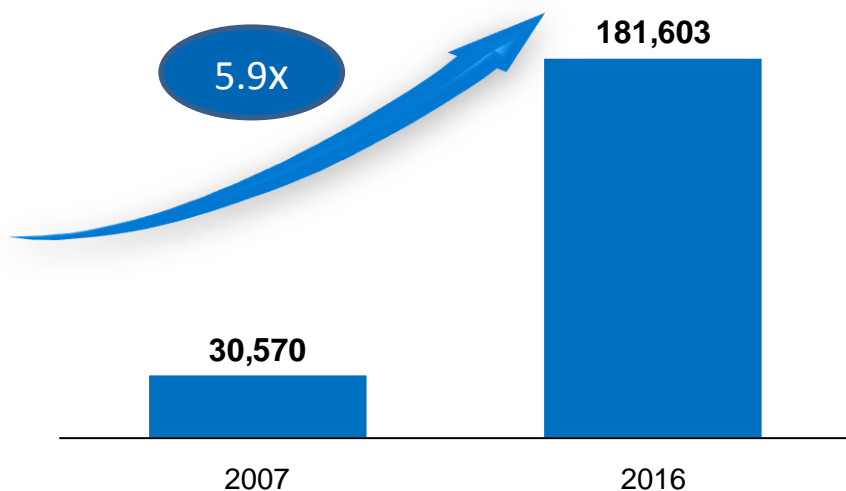
总资产



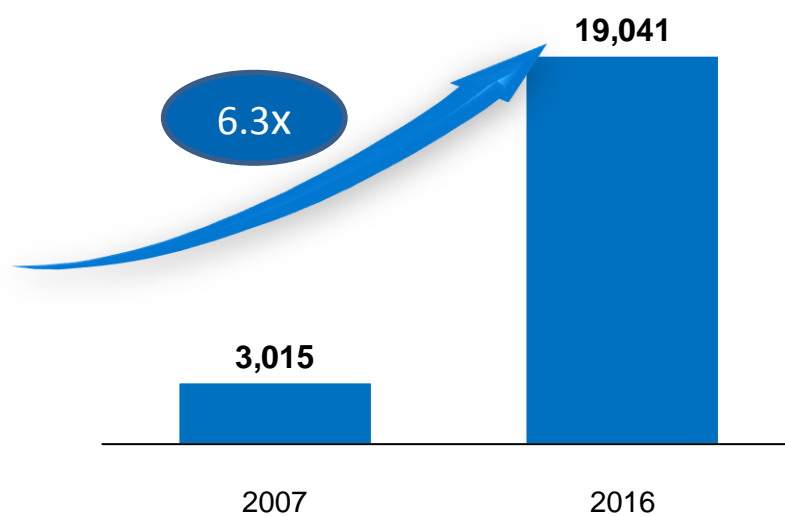
净利润



内含价值



新业务价值



注：报告中若未特别注明，数据单位均为百万。

目录

Part 1 寿险公司价值和利源解析

- 1、十年迎巨变，转型升级在路上
- 2、转换内生动力，多轮驱动促发展

Part 2 太保寿险近年及未来发展策略

- 1、践行“保险姓保”，发展长期保障型业务
- 2、贯彻监管新政，规划和完善产品策略

Part 1

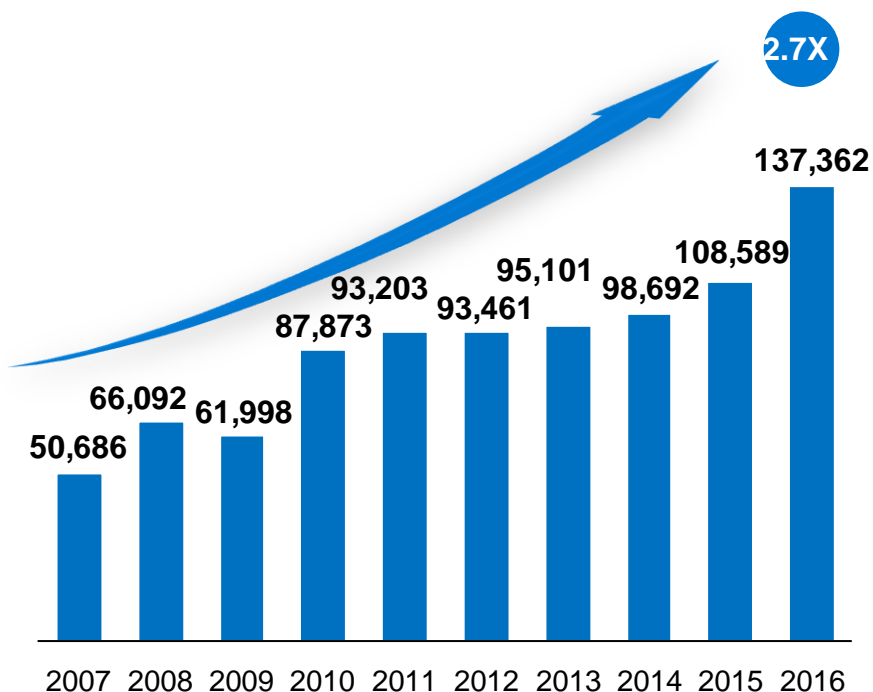
1 十年迎巨变，转型升级在路上

2 转换内生动力，多轮驱动促发展

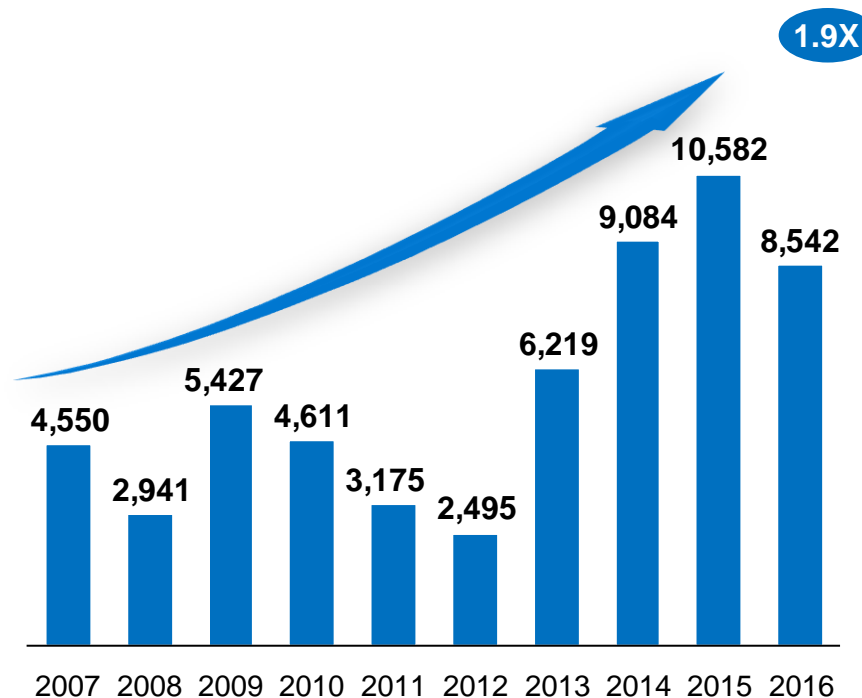
2007至2016年，业务收入与净利润快速增长

- 2007至2016年，2016年寿险业务收入为上市初期的2.7倍
- 2007至2016年，2016年寿险业务净利润为上市初期的1.9倍

寿险业务收入

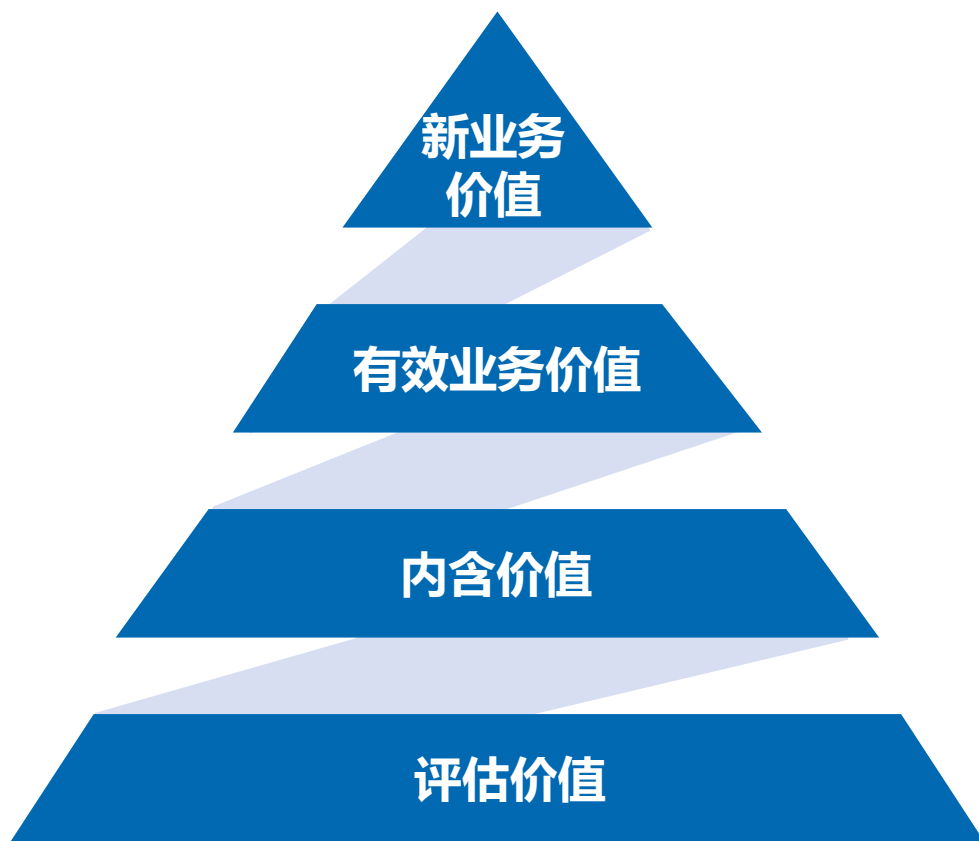


寿险业务净利润



寿险公司价值构成

- 作为寿险公司实力的重要考量指标，评估价值主要由内含价值和未来新业务价值组成。新业务价值反映公司的发展延续性及成长性。



新业务价值

当年新业务在未来产生的可分配利润的现值

有效业务价值

所有有效业务未来产生的可分配利润的现值

内含价值

有效业务价值 + 调整后净资产

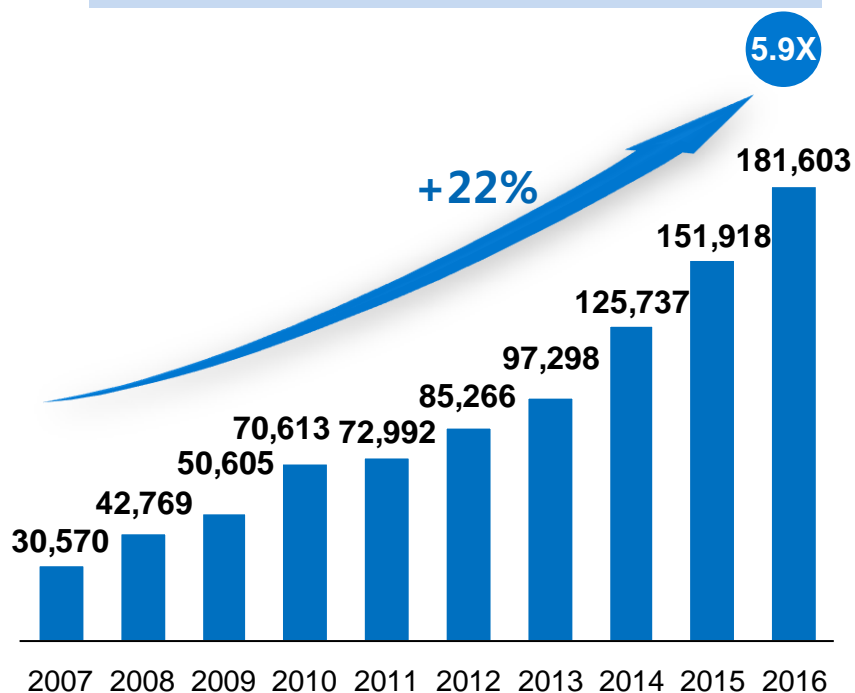
评估价值

内含价值 + 一年新业务价值*新业务倍数，新业务倍数由对未来新业务价值增速的预判等决定

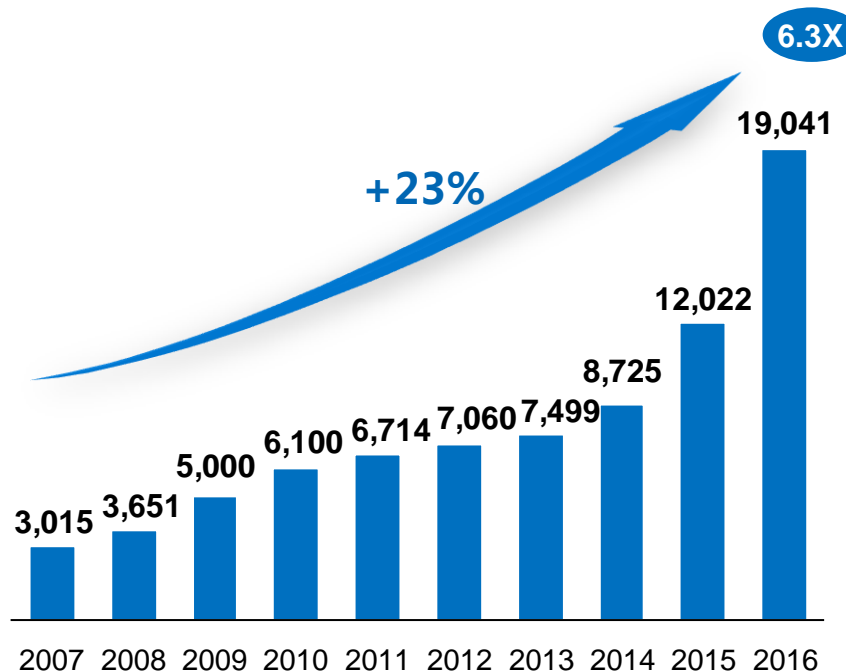
2007至2016年，内含价值和新业务价值快速增长

- 2007至2016年，内含价值年复合增长率达22%，2016年为上市初期的5.9倍
- 2007至2016年，新业务价值年复合增长率为23%，2016年为上市初期的6.3倍

内含价值



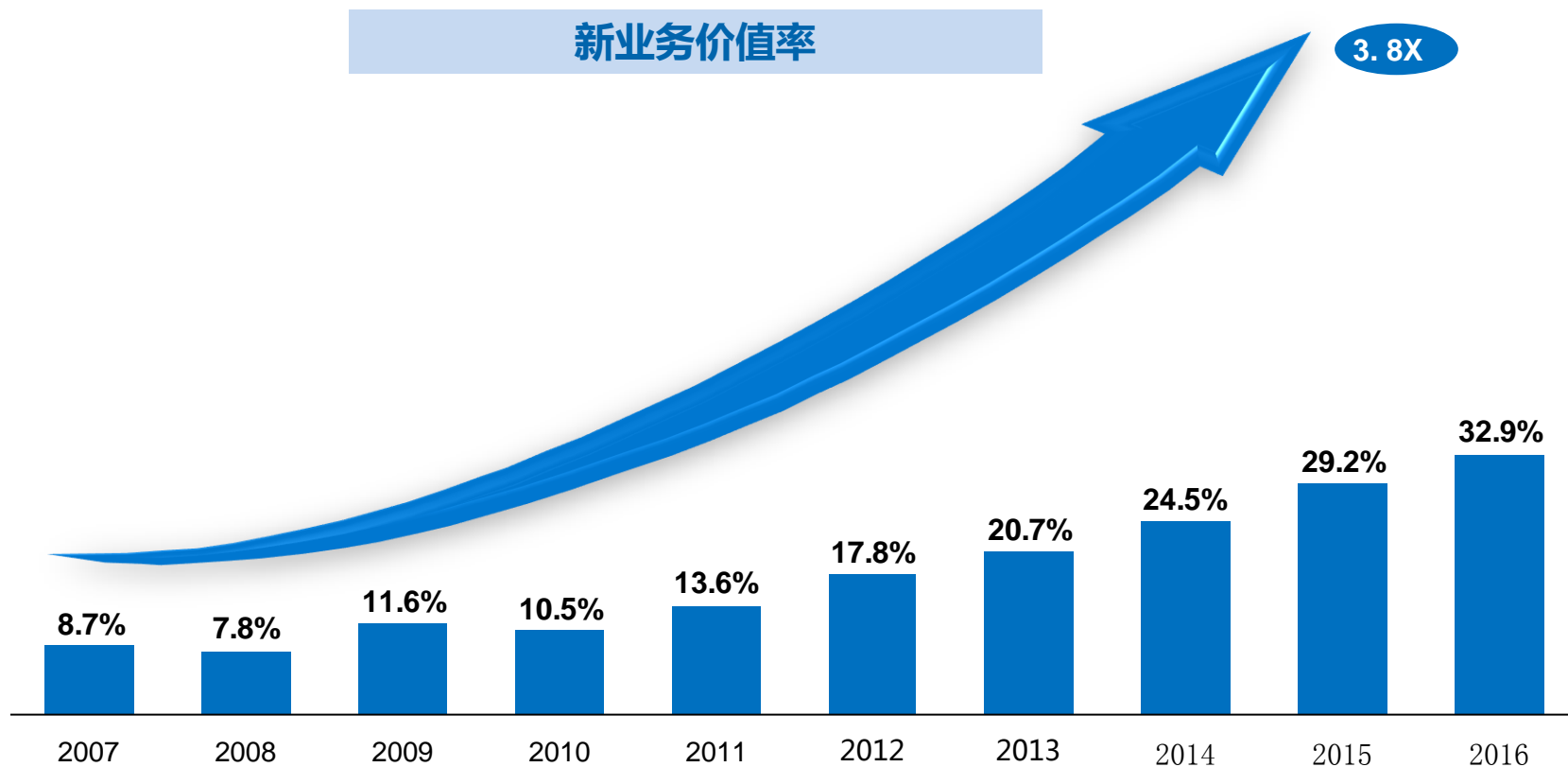
新业务价值



注：2015年及以前内含价值为偿一代评估结果，2016年为偿二代评估结果。报告中若未特别注明，数据单位均为百万

2007至2016年，新业务价值率显著提升

- 2016年新业务价值率为上市初期的3.8倍。特别是2012-2016年得益于聚焦营销渠道、聚焦期缴业务”的发展策略，新业务价值率得到了显著提升。



注：2015年及以前内含价值为偿一代评估结果，2016年为偿二代评估结果。

Part 1

1 十年迎巨变，转型升级在路上

2 转换内生动力，多轮驱动促发展

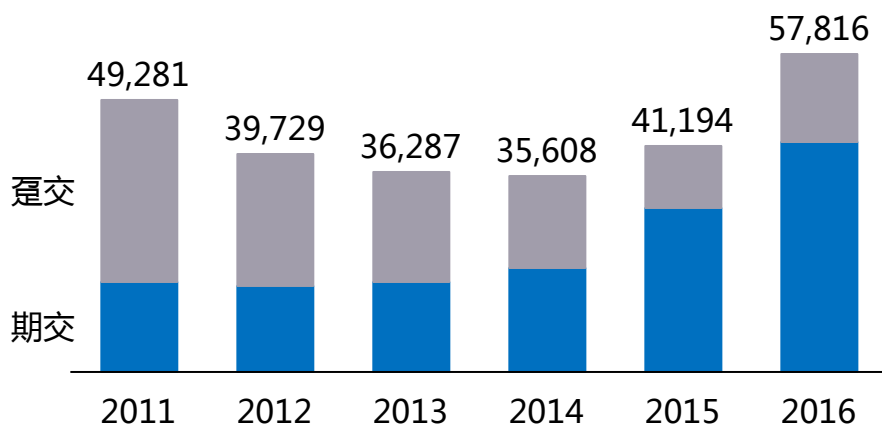
寿险公司价值增长的关键驱动因素



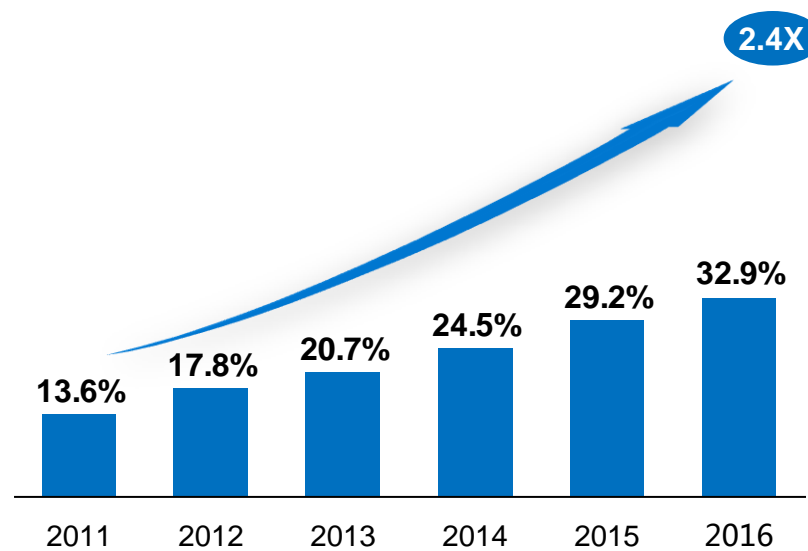
大个险格局推动价值增长来源根本转变

- 实施“聚焦营销，聚焦期交”策略，大力发展业务质量高、可持续增长能力强的个险业务
- 个险业务规模持续增长，业务结构不断优化，新业务价值率从2011年的13.6%持续提升至2016年的32.9%

新业务年化保费（单位：百万元）

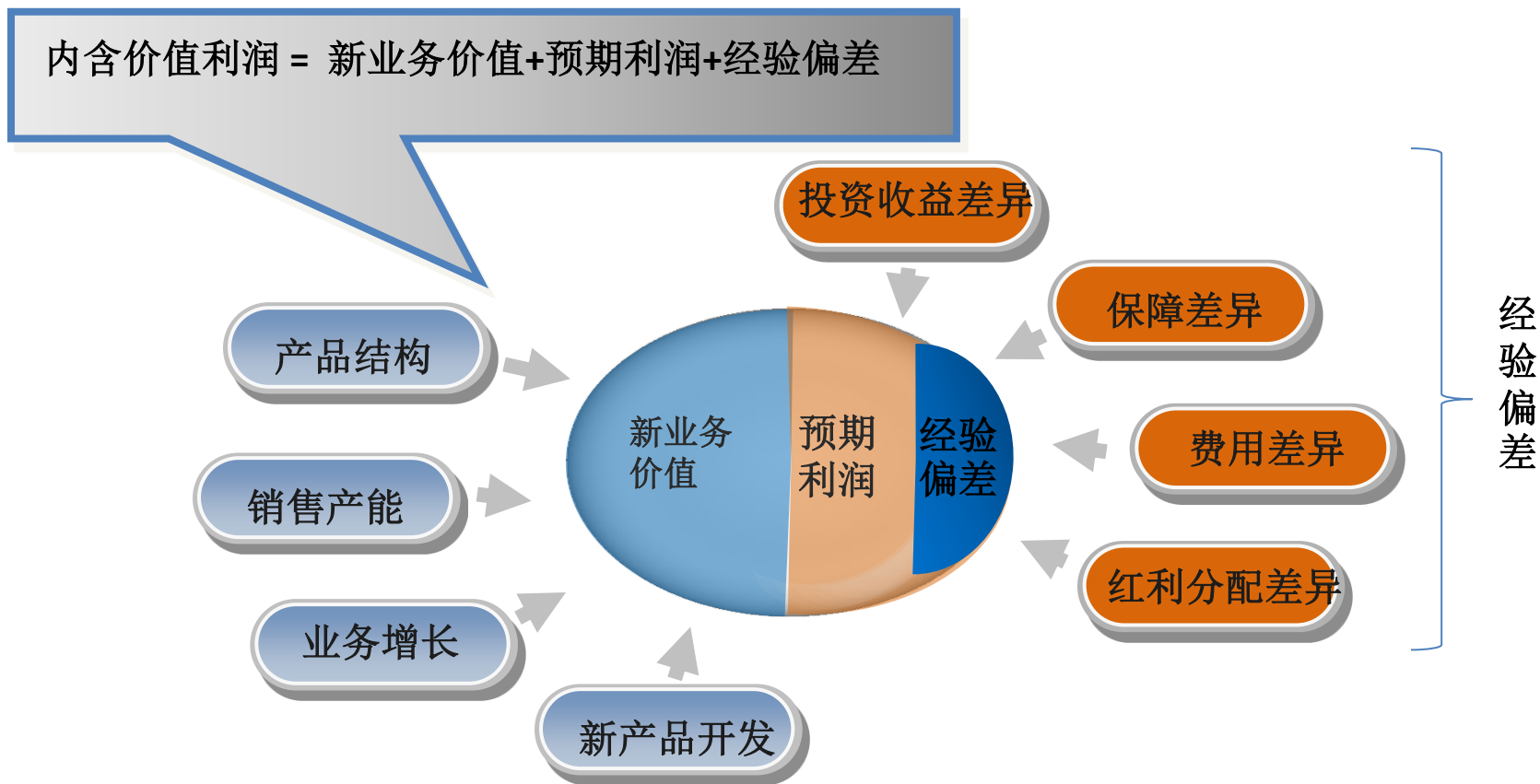


新业务价值率



注：2015年及以前新业务价值率为年报披露的偿一代评估结果，2016年为偿二代评估结果

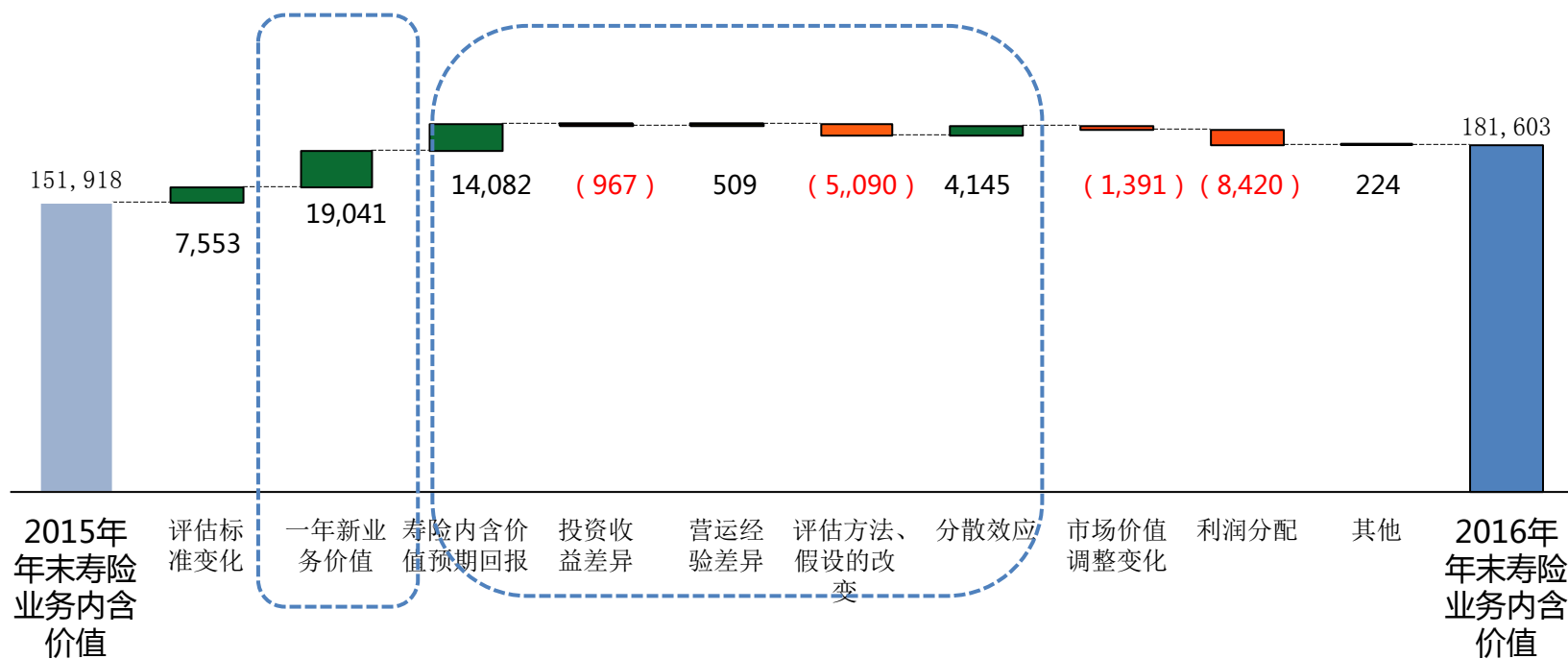
寿险业务“价值增长”的基本路径



经验偏差是实际营运经验与预期结果之间的差异。

内含价值变动分析是管理经营偏差的有效手段

2016年寿险业务内含价值变动分析（单位：百万元）



注：2016年由于采用偿二代评估标准，标准切换对内含价值有一定影响。

审慎合理的假设设定有利于价值可实现（1/2）

- 上市以来太保寿险实际投资收益率超过稳定的精算假设
- 2013年以来，公司通过加强和改善资产负债管理等举措，投资收益率更加趋稳，风险收益比率更好

太保寿险投资收益率（%）

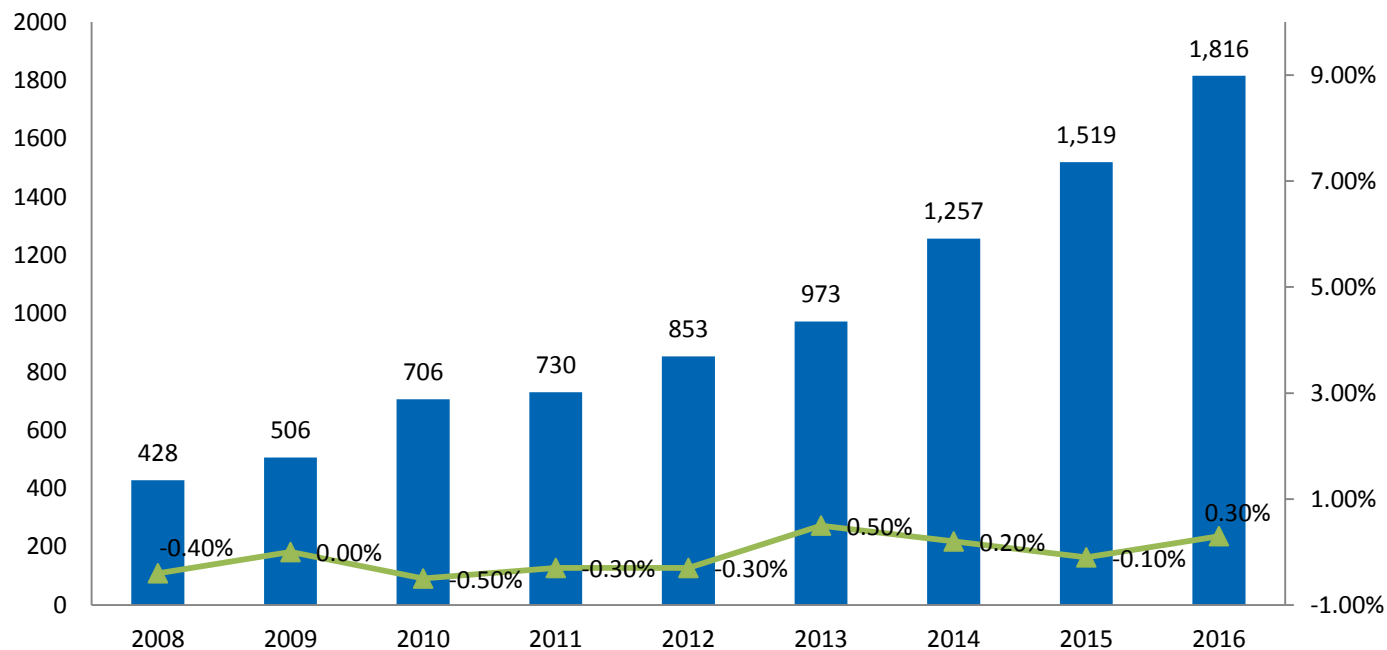
年度	净投资收益率	总投资收益率
2007	5.7%	12.6%
2008	6.6%	4.3%
2009	4.2%	6.4%
2010	4.5%	5.3%
2011	4.7%	3.5%
2012	4.9%	3.5%
2013	5.1%	5.1%
2014	5.3%	6.1%
2015	5.1%	6.8%
2016	5.7%	5.4%
2007上市至今平均	5.2%	5.9%

审慎合理的假设设定有利于价值可实现（2/2）

上市以来太保寿险营运偏差小

内含价值与营运经验偏差率

单位：亿元



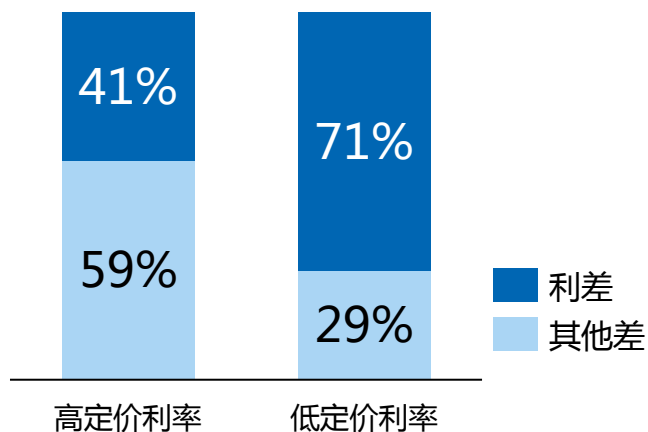
2008-2016年平均营运经验偏差率为0.03%。

注：营运经验偏差率=营运经验偏差/内含价值。

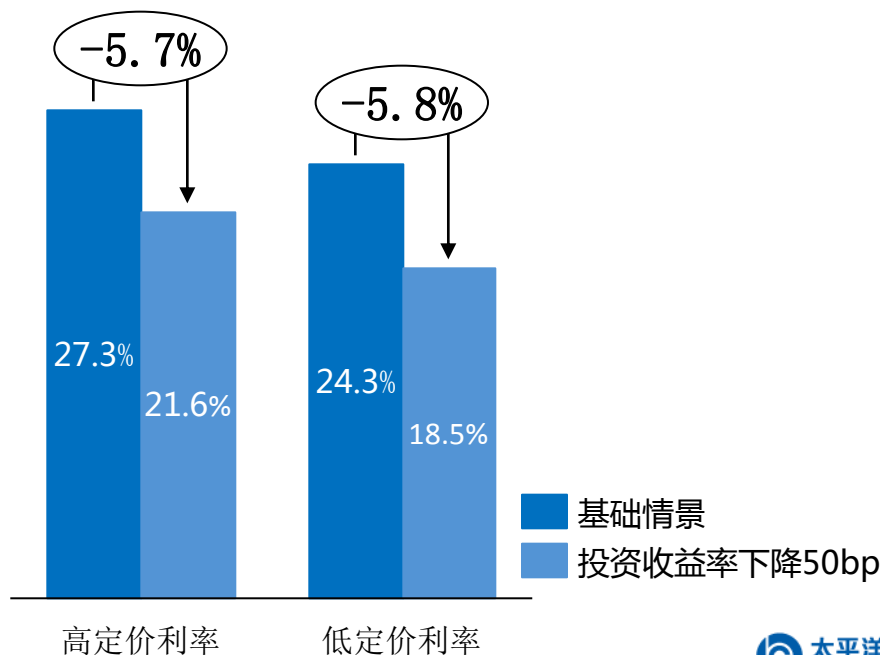
不同定价策略的价值稳定性

- 利率风险是长期寿险业务中最不确定、影响最大的风险
- 采取不同的定价策略得出相同的保费，总体价值率水平比较接近
- 在高定价利率产品保费中客户的保证收益高，公司投资收益差虽低，但投资收益风险暴露程度接近
- 使用较低的定价利率，通过与客户分享收益、共担风险，降低风险暴露程度，仍然是较为稳妥的定价策略

不同定价策略下的利源构成（示例）



不同定价策略下的新业务价值率（示例）



广阔市场带来多样化定价策略和丰富的利源

中国市场的广度和深度具有巨大的保险市场空间

- 不同地区、年龄、收入、文化客户差别
- 健康、意外、养老和子女教育、死亡等保险保障需求不同
- 不同市场、渠道利润结构差异

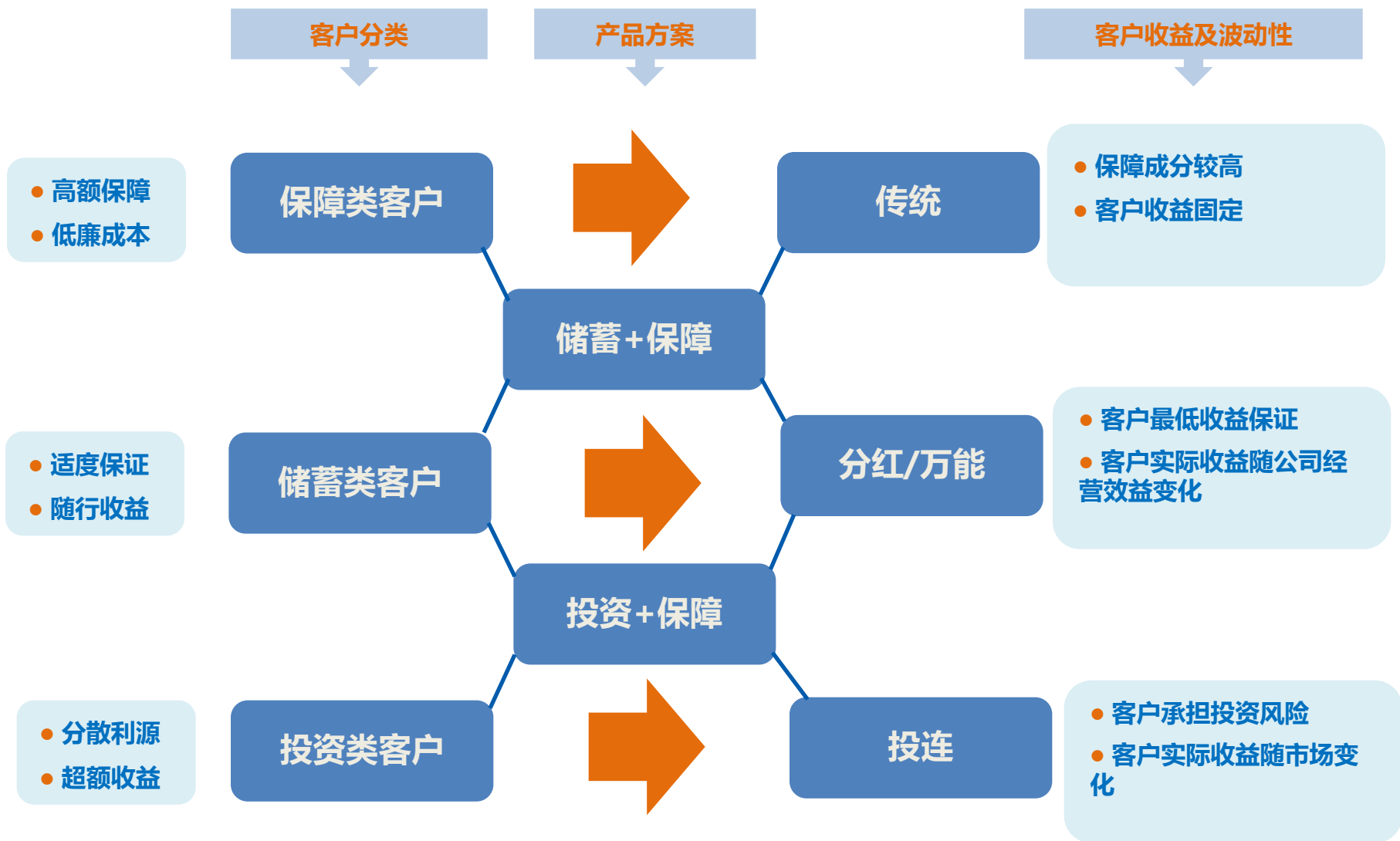
不同的客户对收益和保障要求不同

- 经济实力强的客户追求资金的配置和灵活性、要求较高的收益、高端服务体验
- 普通客户倾向于产品简单、收益稳健、保障杠杆高

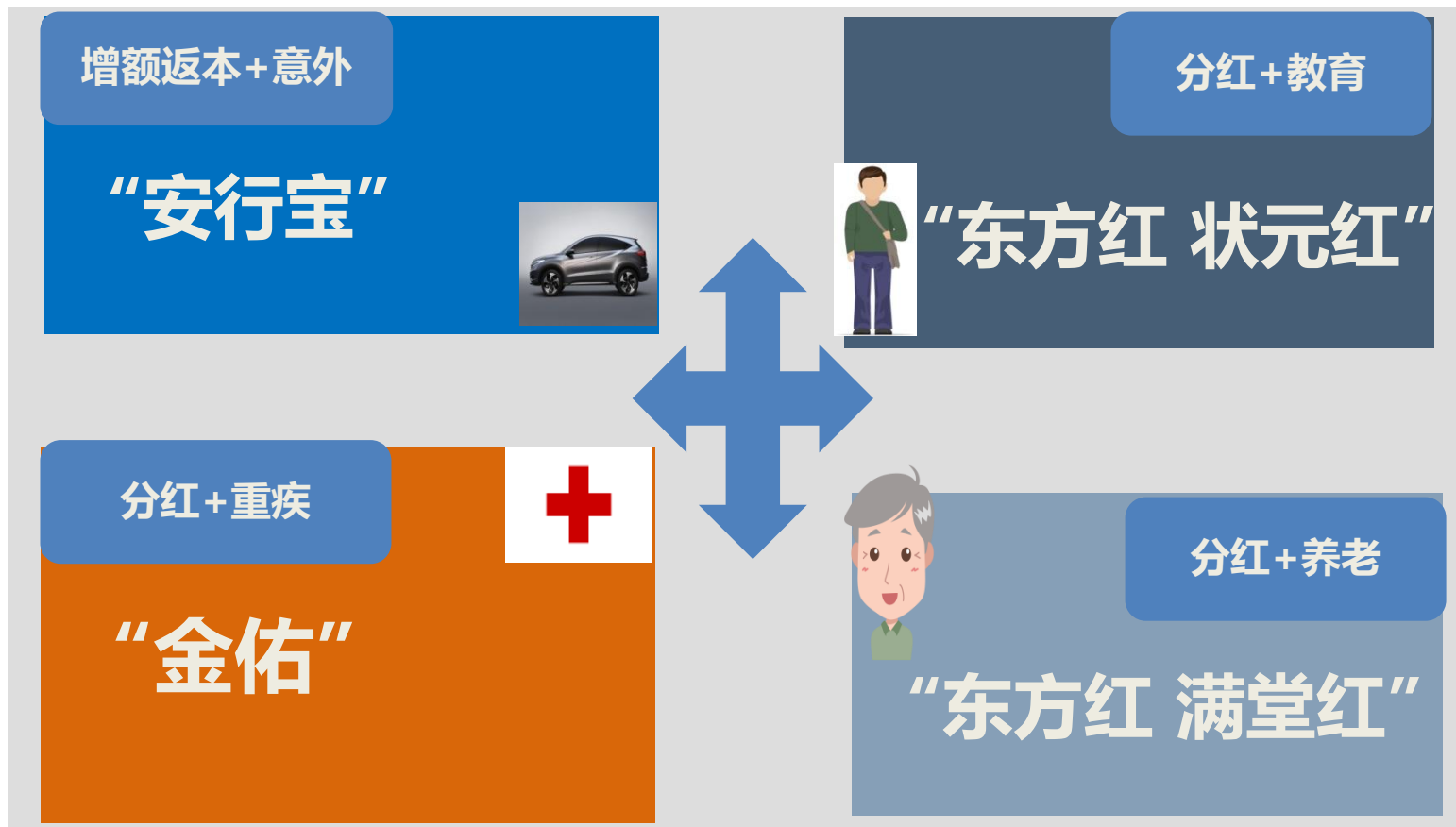
不同产品体现的收益和保障不同

- 消费型产品用低保费获得高保障
- 保障高的长期产品客户期待保费还本
- 养老金、子女教育保险客户期待较高的收益

寿险利润来源- 丰富的市场和产品提供稳定的利源 (1/2)



寿险利润来源- 丰富的市场和产品提供稳定的利源 (2/2)



目录

Part 1

寿险公司价值和利源解析

- 1、十年迎巨变，转型升级在路上
- 2、转换内生动力，多轮驱动促发展

Part 2

太保寿险近年及未来发展策略

- 1、践行“保险姓保”，发展长期保障型业务
- 2、贯彻监管新政，规划和完善产品策略

Part 2

1 践行“保险姓保”，发展长期保障型业务

2 贯彻监管新政，规划和完善产品策略

寿险公司可持续发展需要价值、利润、偿付能力三方面协调平衡发展

价值
增长

利润
积累

偿付能力
管理



价值增长

新业务“质”“量”兼备，是公司未来价值增长的保证。



利润积累

加强营运、投资管理，积累死差、利差等利润贡献。



偿付能力管理

有效管理偿二代下最低资本，防控风险，降低资本成本。

价值、利润持续增长，偿付能力充足稳定

- 公司坚持“以客户需求为导向，专注保险主业，推动和实现可持续的价值增长”的发展理念，大力发展业务质量高、可持续增长能力强的个人长期保障型业务，呈现价值、利润同步增长、偿付能力充足稳定的局面。

23%

新业务价值近5
年复合增长率

新业务价值

近年来，长期保障型业务发展迅速，随着业务结构优化、交费期限加长，新业务价值增速屡次创下新高。

会计利润

过去6年累计净利润达401亿，剩余边际余额较大，2016年底达1726亿；新业务剩余边际增长较快。

2016年底
剩余边际余额

1726亿

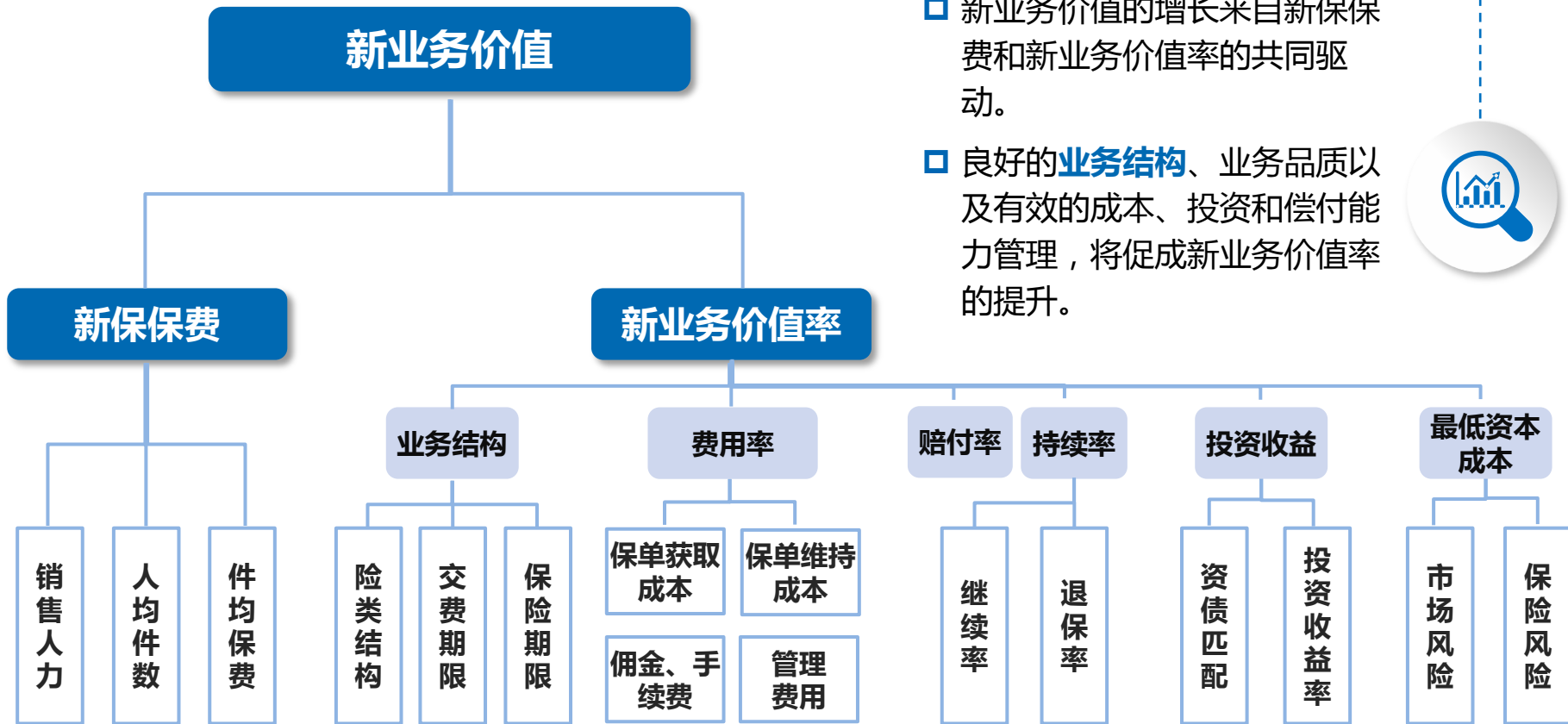
267%

2017年一季度
综合偿付能力充足率

偿付能力

偿二代下偿付能力充足并且相对稳定。2017年一季度，综合偿付能力充足率达267%，核心充足率达265%。

业务结构等是新业务价值增长的关键驱动因素



- 新业务价值的增长来自新保保费和新业务价值率的共同驱动。
- 良好的**业务结构**、业务品质以及有效的成本、投资和偿付能力管理，将促成新业务价值率的提升。



销售能力

业务结构

成本平衡

业务品质

投资管理

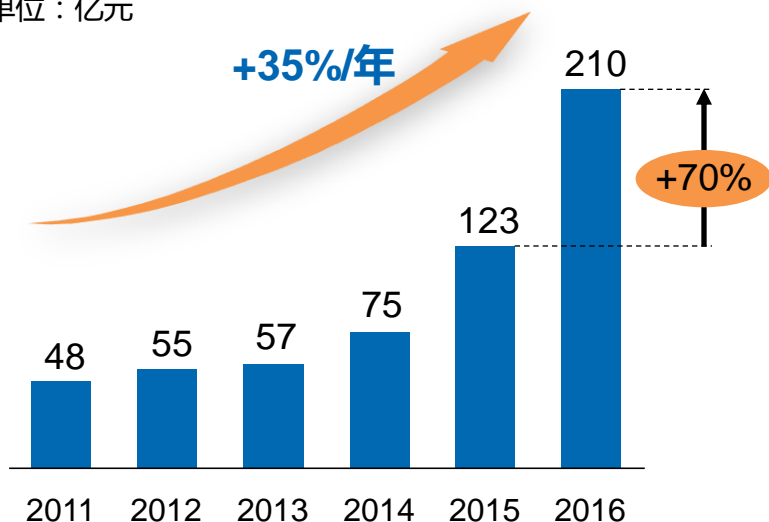
偿付能力管理

长期保障型业务发展迅速，新保保费占比持续提升

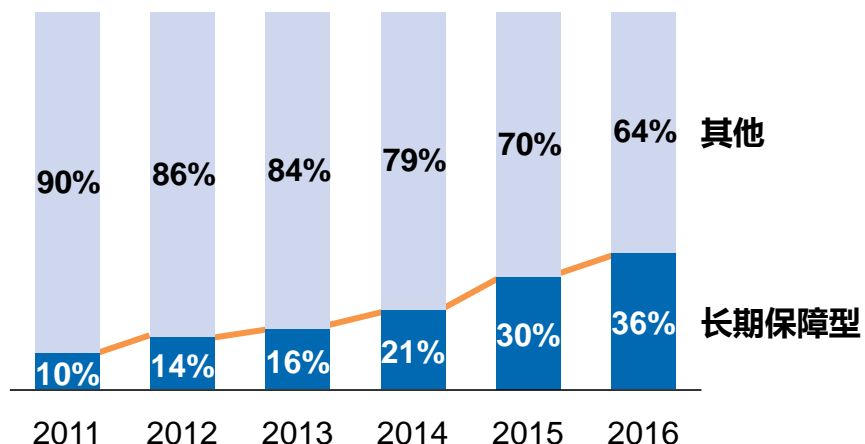
- 公司遵循“保险姓保”的行业发展规律，大力发展长期保障型业务。至2016年，长期保障型业务的新保保费增速已达70%，长期保障型业务占比从2011年的10%持续提升至2016年的36%。

长期保障型新保保费增速

单位：亿元



长期保障型新保保费占比



注：长期保障型包括终身寿险、定期寿险、长期健康险及长期意外险等，安行宝两全保险由于主要责任为意外保障、超能宝与爱无忧主险由于与附加险组合销售，被列入长期保障型；储蓄型包括两全保险、年金保险，其中，短交对应交费期间10年以下的业务，长交对应交费期间10年及以上的业务；短险包括短期意外险、短期健康险。

长期保障型产品线不断丰富、产品体系日趋完善

- 长期保障型产品线不断丰富，逐步打造了以金佑、安行宝、爱无忧、超能宝等产品为主，提供身故、意外、重疾等全面保障需求的产品体系。

金佑主附险

金佑主附险为客户提供身故兼重疾保障，2013年底推出了金佑的升级版本，多年来一直是产品中的常青树。

2013

2014

爱无忧

爱无忧主附险提供癌症保障，进一步丰富了保障类产品线。当年销量11亿，新业务价值贡献排名第七。

2015

2016

保障型产品陆续升级

为满足人身保险精算制度的相关规定，同时为了更加契合客户保障需求，对金佑等主力保障型产品全面实施升级优化。

2017

安行宝

在金佑主附险基础上，开发安行宝两全保险，提供高额意外身故保障。安行宝当年新业务价值贡献排名第五。

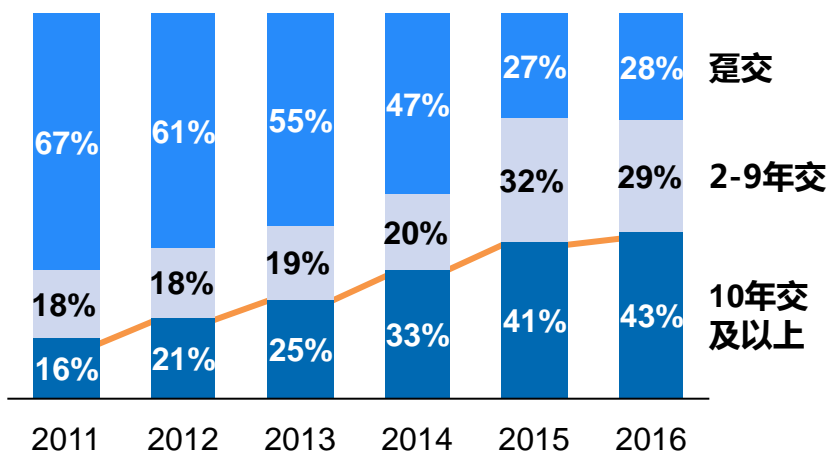
超能宝、安行宝2.0版

少儿超能宝专注少儿疾病保障需求，囊括全面的重疾及轻症保障；升级了安行宝，增加家庭成员意外保障。

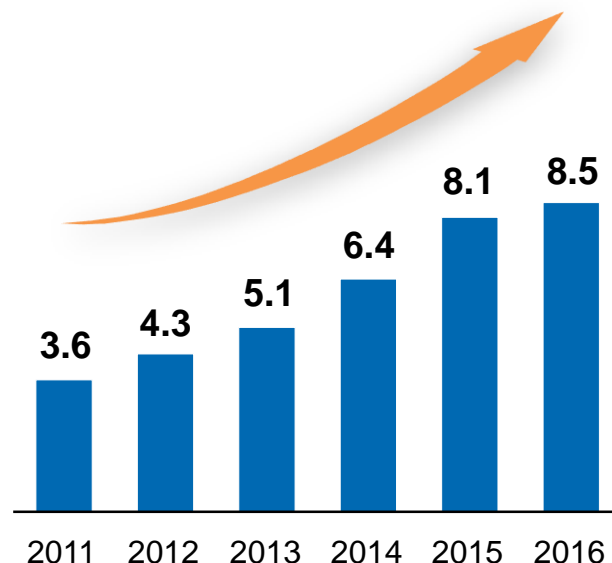
期交业务不断增长、平均交费期限稳步延长

- 期交业务不断增长，交费期限为10年及以上业务的新保保费占比从2011年的16%提升至2016年的43%；至2016年，平均交费期限约8年左右。

不同交费期限新保保费占比



平均交费期限

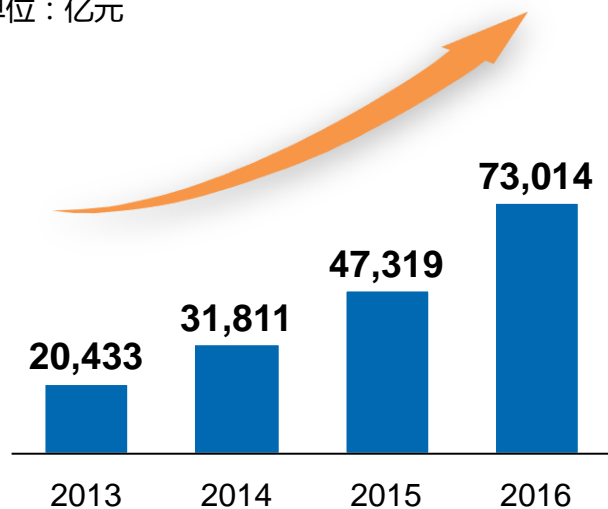


有效保额增长迅速、客户保障程度不断提高

- 长期险有效保额增长迅速、客户保障程度不断提高。截至2016年末，长期险有效保额达7.3万亿，长期险客均保额接近20万。

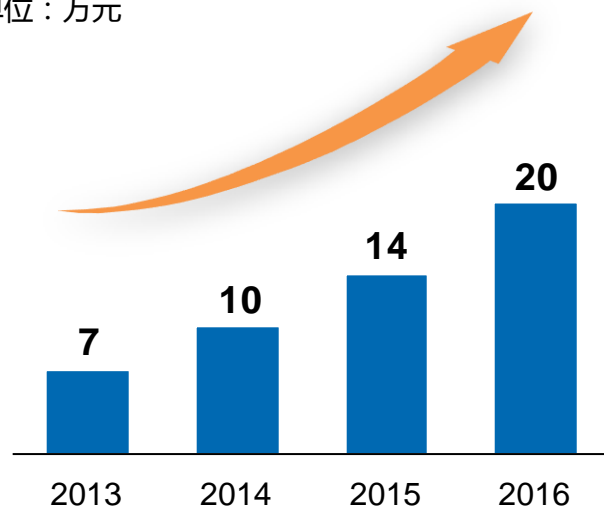
长期险有效保额

单位：亿元



长期险客均保额

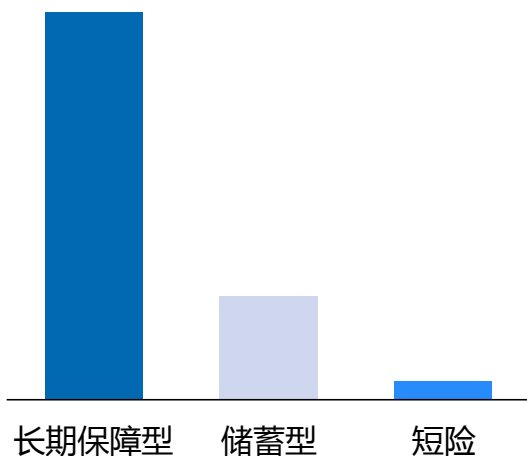
单位：万元



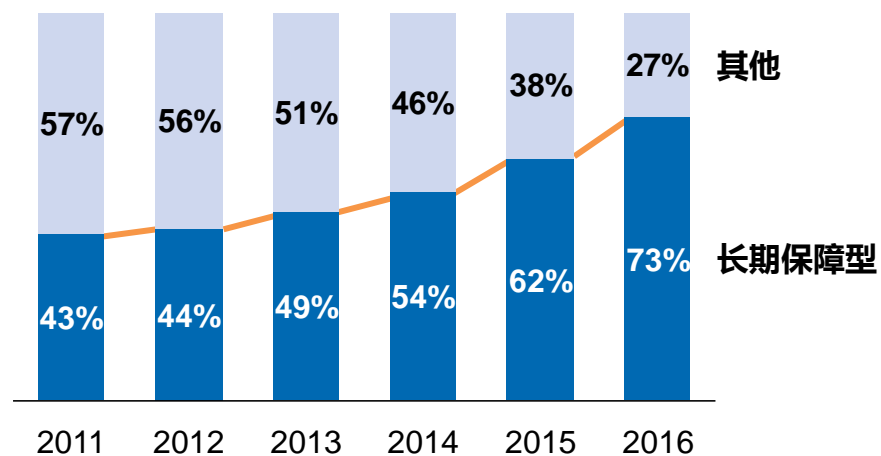
长期保障型业务新业务价值率显著高于其他险类

- 长期保障型业务新业务价值率显著高于其他险类，因此长期保障型业务的发展对新业务价值贡献较大。
- 在公司新业务价值中，长期保障型的价值占比明显提升。

长期保障型新业务价值率



长期保障型新业务价值占比

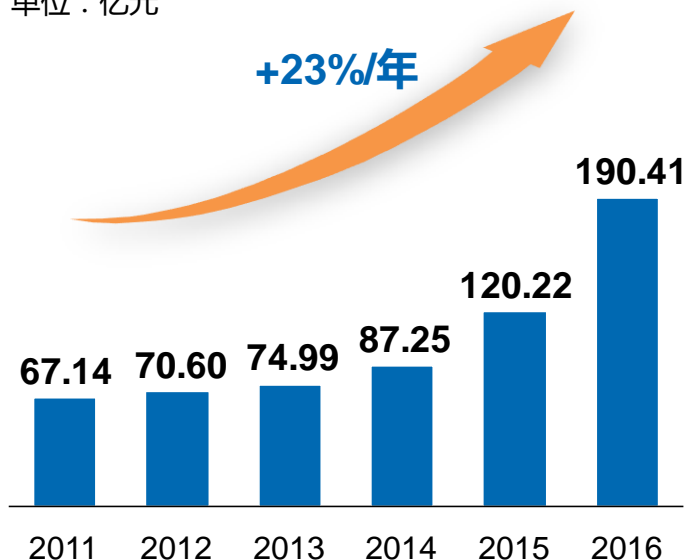


受益于长期保障型业务的发展，新业务价值显著增长、新业务价值率稳步攀升

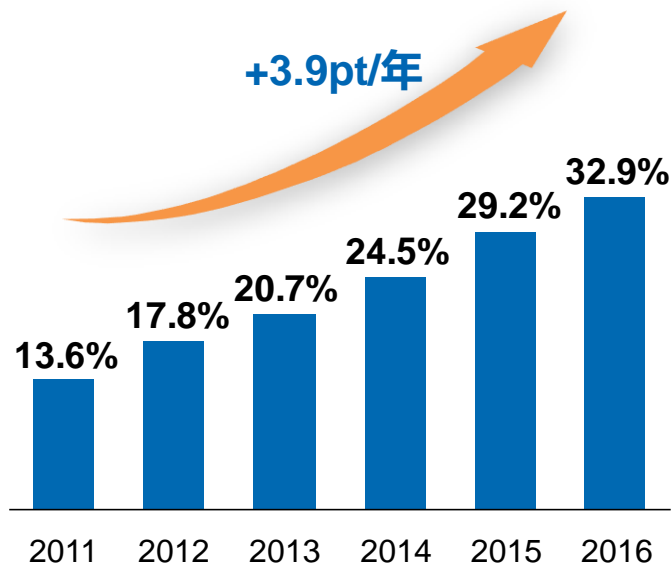
- 由于业务结构不断优化，长期保障型业务发展迅速、交费期限逐年加长、客户保障程度显著提升，新业务价值近5年复合增长率突破23%，新业务价值率平均每年提升3.9pt。

新业务价值

单位：亿元



新业务价值率



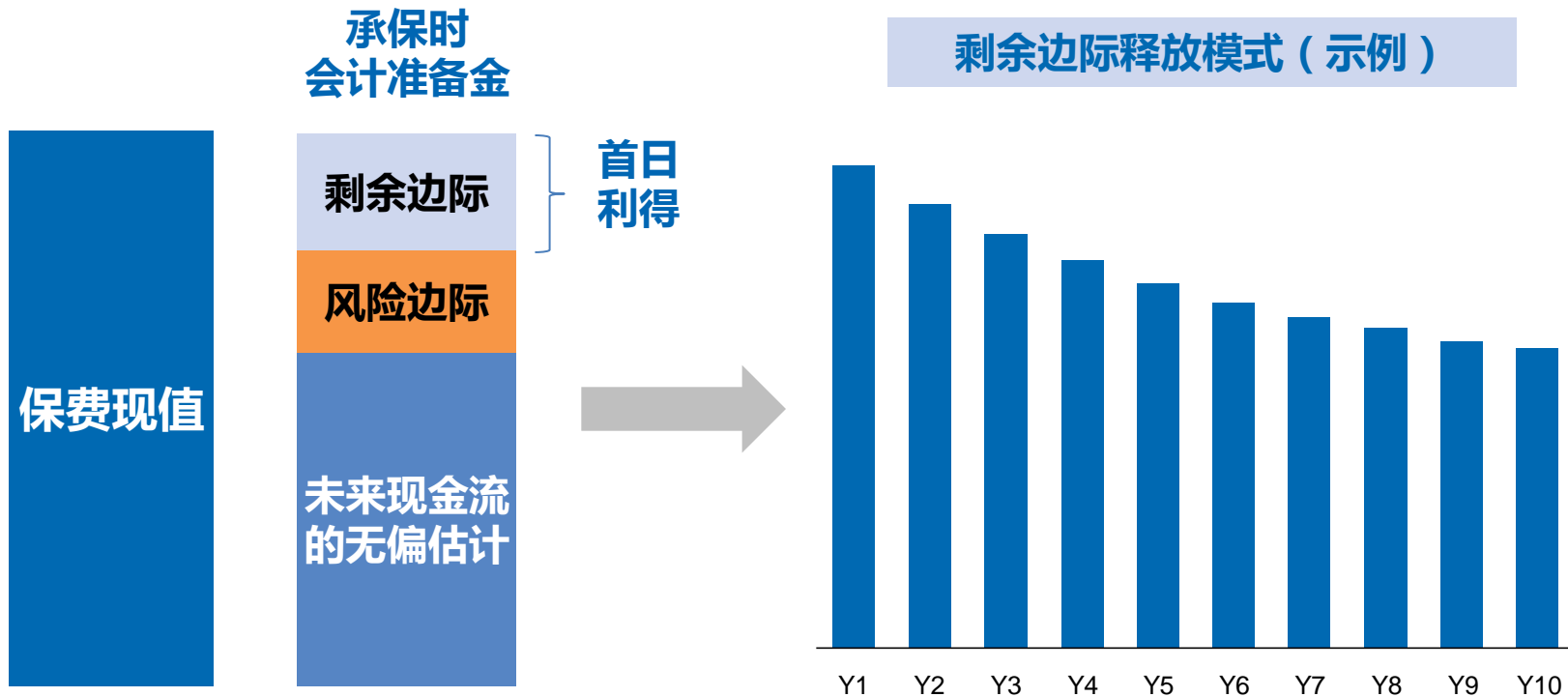
注：2011-2015年的新业务价值数据为年报披露的偿一代评估结果，2016年的新业务价值数据为年报披露的偿二代评估结果。

影响会计利润的因素



寿险公司利润增长逻辑，剩余边际释放是利润主要来源

- 剩余边际是为了不确认首日利得而确认的边际，作为会计准备金的一部分逐年释放。
- 剩余边际释放是会计利润的主要来源，由公司业务的规模和质量决定。

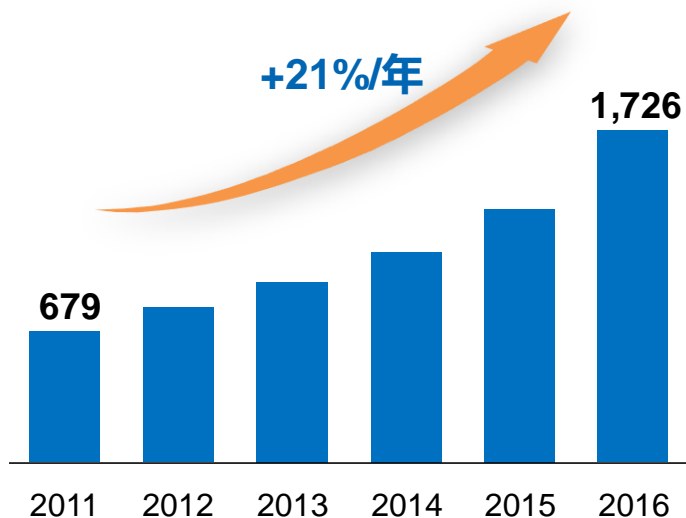


剩余边际增长较快、余额较大，是未来会计利润的稳定来源

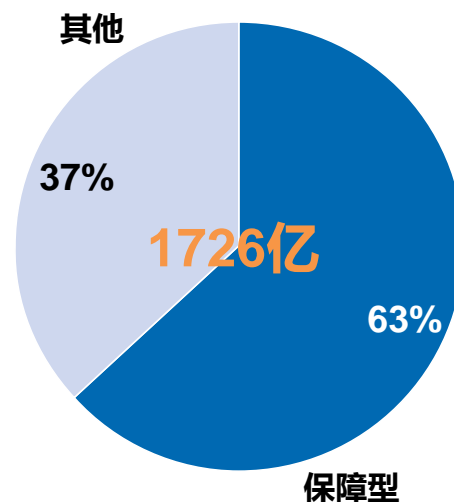
- 剩余边际近5年复合增长率达21%。截至2016年末，剩余边际余额约1726亿，是未来会计利润的稳定来源，其中，保障型业务贡献较大，占比高达63%。

过去6年的剩余边际余额

单位：亿元



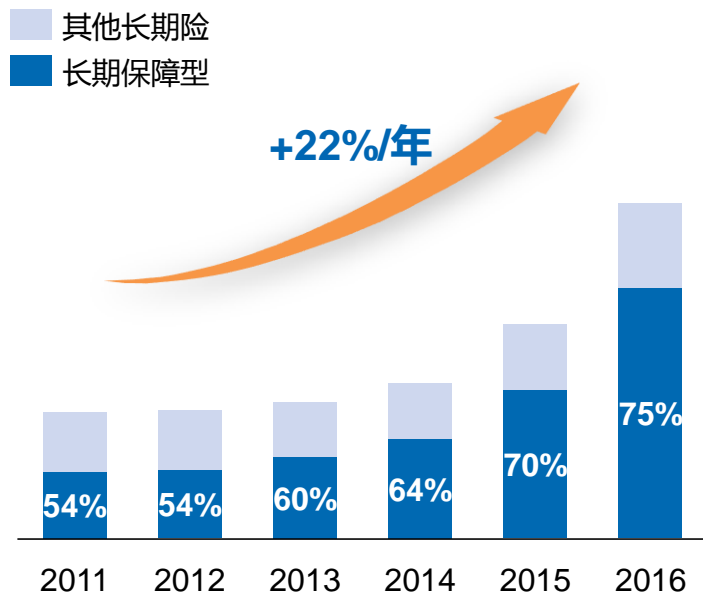
剩余边际构成



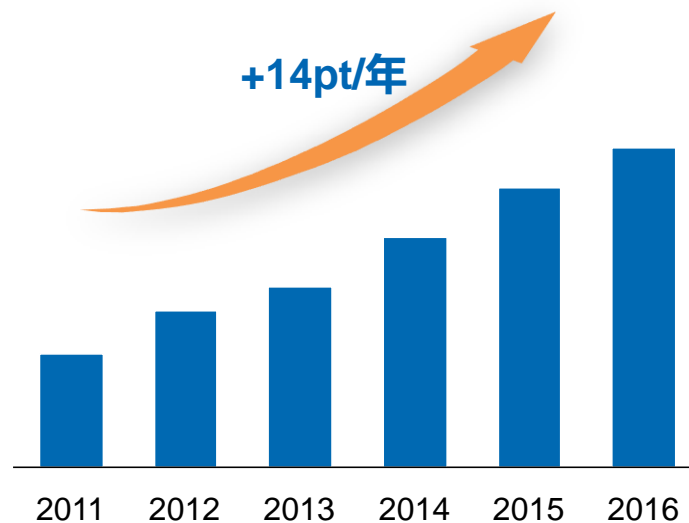
长期险新保剩余边际增长迅速

- 主要得益于新保保费的增长以及长期保障型业务占比的提升，长期险新保剩余边际增长迅速，新保利润率（剩余边际/首年保费）逐年提升。

长期险新保剩余边际



长期险新保利润率



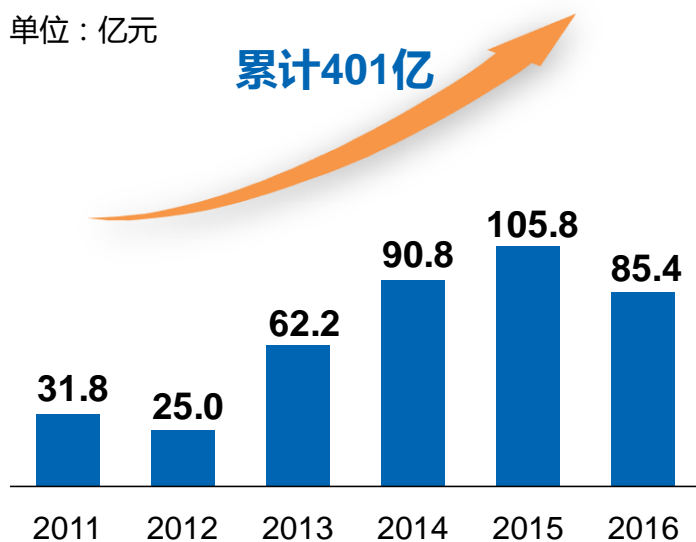
累计净利润较高，去除折现率曲线变动影响的净利润逐年增长

- 过去6年累计净利润达401亿元，从2013年开始净利润上了一个新台阶。
- 去除折现率曲线变动影响的净利润能更好地反映公司营运情况，近年来营运利润稳定增长，近5年复合增长率达44%。

累计净利润

单位：亿元

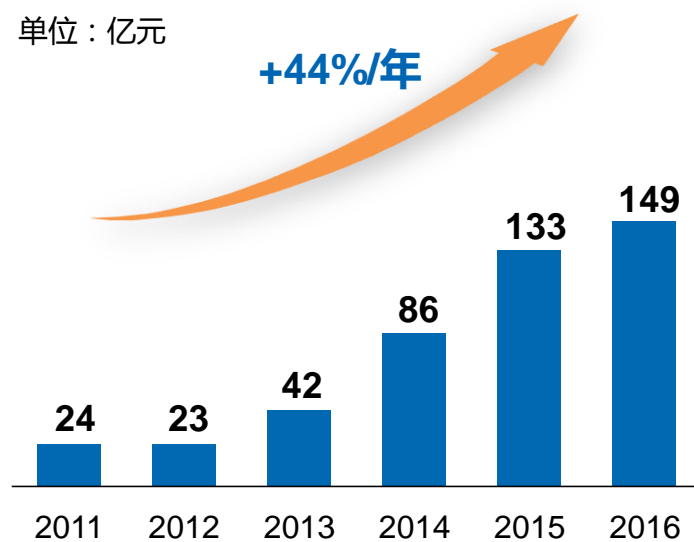
累计401亿



去除折现率曲线变动影响的净利润

单位：亿元

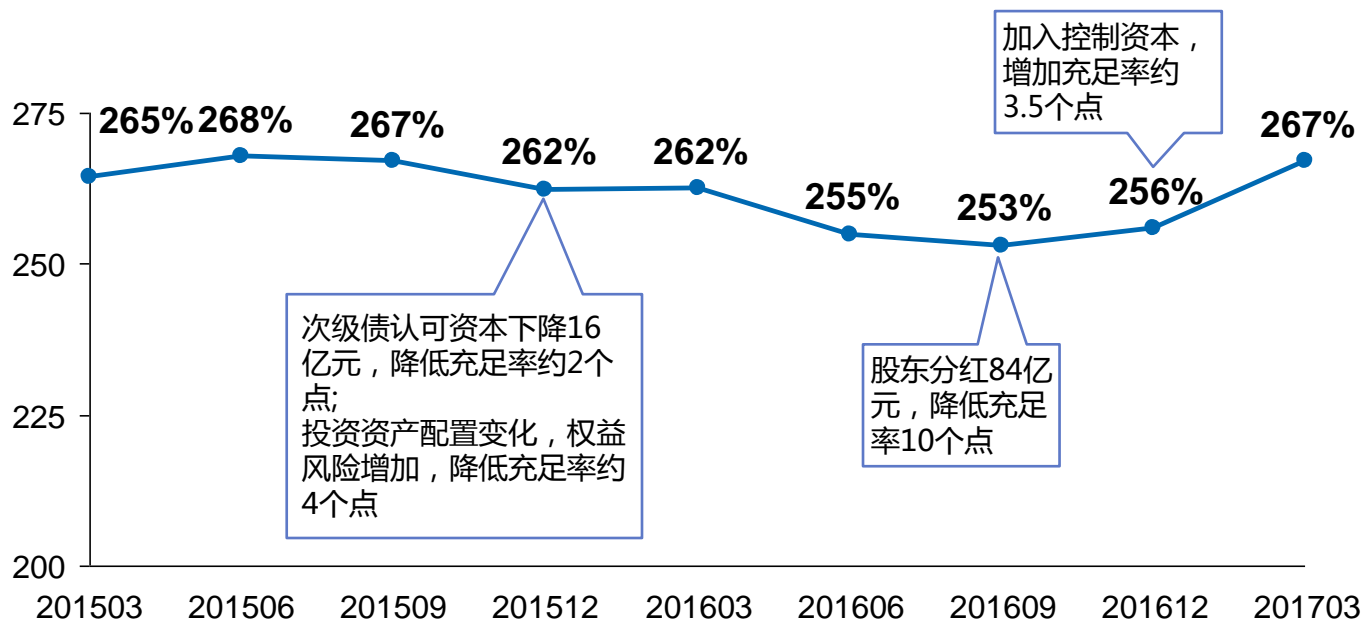
+44%/年



偿付能力充足，2017年一季度综合偿付能力充足率达267%、核心充足率达265%

- 偿二代下偿付能力充足并且相对稳定，抵御利率下行和资本市场波动能力较强。
- 主要由于一季度新业务规模较大，特别是以金佑为主的新业务价值率较高的长期保障型业务发展较快，2017年一季度偿付能力充足率上升明显。

偿二代下综合偿付能力充足率

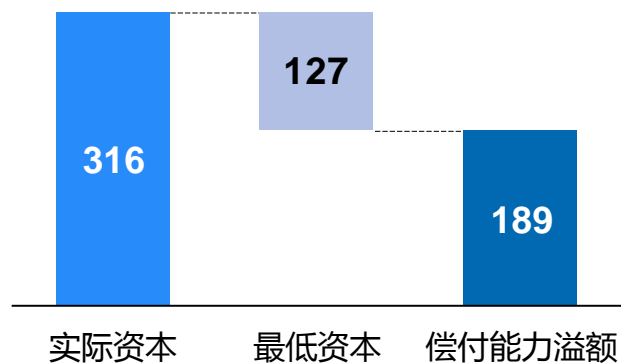


新业务偿付能力充足，能够满足自我资本需求

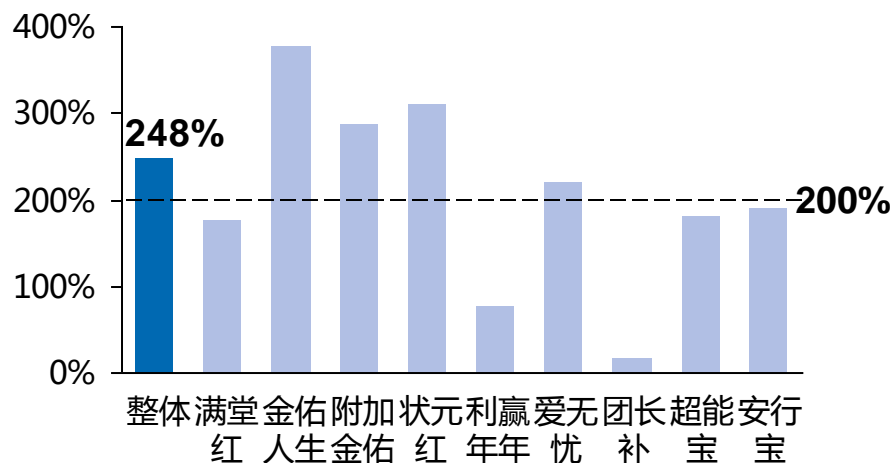
- 2017年一季度新业务首年偿二代下偿付能力充足率为248%，能够满足自我资本需求。
 - 新业务贡献实际资本316亿元；
 - 新业务占用最低资本127亿元；
 - 新业务偿付能力溢额189亿元。

新业务首年偿付能力溢额

单位：亿元



主要产品新业务首年偿付能力充足率



注：新业务的最低资本没有考虑新业务和有效业务的聚合效应。

Part 2

1 践行“保险姓保”，发展长期保障型业务

2 贯彻监管新政，规划和完善产品策略

监管新政密集出台

□ 4月份以来，保监会密集出台监管政策，提出对九大风险、八大乱象进行治理，弥补监管短板，构建严密有效的保险监管体系。

4月20日

《中国保监会关于进一步加强保险监管 维护保险业稳定健康发展的通知》
保监发34号文

1

2

4月28日

《中国保监会关于强化保险监管 打击违法违规行为 整治市场乱象的通知》
保监发40号文

3

4

5月8日

《中国保监会关于弥补监管短板构建严密有效保险监管体系的通知》
保监发44号文

5

6

5月19日

《中国保监会关于进一步加强人身保险公司销售管理工作的通知》
保监人身险136号文

7

4月23日

《中国保监会关于进一步加强保险业风险防控工作的通知》
保监发35号文

5月4日

《中国保监会关于保险业支持实体经济发展的指导意见》
保监发42号文

5月16日

《中国保监会关于规范人身保险公司产品开发设计行为的通知》
保监人身险134号文

弱化产品本质等人身保险产品现象成为监管关注焦点

监管关注

产品组合销售弱化产品本质

一些公司在产品销售宣传时，强调“投资组合”、“投资收益”等内容，弱化保险产品的保障功能；一些年金保险产品通过约定在犹豫期后即给付一定比例的年金或生存金，实现快速向消费者返还保费的目的，不符合年金保险的本质，且在产品销售时将生存给付表述为“折扣”、“优惠”，对消费者进行误导。

产品设计与产品特性相违背

一些万能型产品条款约定只可以趸交，不允许消费者追加保费，与万能型产品交费灵活的特点相违背；个别公司刻意调整投资连结型产品投资安排，使产品投资收益率在一定时间内为固定值，且在销售宣传时明示或暗示产品为“保证收益”，与投资连结型产品投资风险由消费者自行承担相违背。

产品责任偏离产品属性

一些护理保险产品责任中生存保险金给付，与被保险人是否进入护理状态无关，偏离了护理保险产品的保障属性；个别团体医疗保险责任设计为，以消费者所交保费为限给付医疗保险金，只提供保险资金投资增值服务，不承担风险保障责任，不符合医疗保险产品本质。

保监会颁布134号文，规范产品开发设计行为

- 保监会颁布了《中国保监会关于规范人身保险公司产品开发设计行为的通知》（保监人身险〔2017〕134号），旨在规范保险公司产品开发设计行为、防范经营风险。

3个原则

- 以消费者的需求为中心
- 以我国国情和行业发展为实际考量
- 以保险基本原理为根本

4类鼓励开发产品

- 定期寿险产品和终身寿险产品
- 长期年金保险产品
- 健康保险产品
- 为特定人群开发的专属保险保障产品

7项整改要求

- 两全/年金保险首次生存金给付时间为5年后、给付比例不超过已交保费20%
- 万能险/投连险不能作为附加险
- 护理保险生存金以日常生活能力障碍引发护理需要为给付条件
- 失能险生存金以工作能力丧失为给付条件
- 团体医疗保费全部用于医疗责任保险金给付
- 保险产品名称/说明书/宣传资料不得包含“理财”
- 产品组合在宣传资料中明确告知“保险产品组合”

1个时间结点

- 2017年10月1日前对已经审批或备案产品完成自查整改



产品新政有利于人身保险行业长期健康发展

产品新政的总体影响

产品供给变化

- 10月1日以后，短期理财型产品供给将大量减少，长期产品的理财功能弱化
- 保障型产品受到鼓励，保险公司将加大保障型产品供给

公司经营更加规范

- 鼓励保险公司坚持保险保障理念，以万能险等中短存续期产品为主的保险公司将受到重大影响

消费者利益受到保护

- 销售误导大量减少，消费行为更加理性
- 能获得更为丰富、差异化的保险产品，切合风险保障需求
- 投资理财向其他渠道转移

有利于行业长期发展

- 经过产品切换、销售误导治理，保险行业回归“保险姓保”，有利于树立保险业的正面形象，长期来看有利于行业健康发展

贯彻监管新政、坚持“保险姓保”，完善未来产品策略



改造东方红系列速返型产品的生存金设计，重点服务于消费者长期生存金、长期养老金的积累，并为消费者提供长期持续的生存金、养老金领取服务。



贯彻执行监管规定，改造速返型产品及附加万能产品



改造附加管家系列万能险，提供不定期、不定额追加保险费，灵活调整保险金额等功能。



大力发展保障型产品，坚持“保险姓保”



重点服务于消费者身故风险的保障规划，积极研究开发定期寿险，区分被保险人健康状况、吸烟状况等情况进行差异化定价，提高产品的科学定价水平。



重点服务于消费者看病就医等健康保障规划，并不断提高保障的覆盖面和保障的针对性。丰富重疾类、医疗类产品供给。

