

陆文颖：投连险凭“啥”这么火 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/246/2021_2022__E9_99_86_E6_96_87_E9_A2_96_EF_c67_246307.htm 8亿！这不是一家保险公司一年的保费收入，也不是一家保险公司一年的投资收益，而是合资寿险公司联泰大都会人寿一款投连险在今年5至7月的保费收入。4月19日，外资银行向本地居民提供人民币业务开闸前夜，联泰大都会牵手花旗银行共推“财富精选计划(B款)”投连产品，下设货币型、混合偏股型、股票型三个投资账户。当月，其在工行和农行又推出了“财富精选计划(C款)”。近一月之后，2亿元投连保费落袋联泰大都会人寿，B款投连产品的件均保费近50万元。而在今年1至4月，联泰大都会总保费收入尚不足1亿元。陆文颖，联泰大都会人寿副总裁，在银保市场打拼多年，自联泰大都会2006年以来便一头“栽”进酝酿投连的工作中。从调研市场、到联手花旗等银行，再到产品开发，她和她的团队会同公司产品相关部门忙了近一年。现在，她又在为开发新一代投连产品(期缴)而开始忙碌。《上海证券报》：自联泰大都会4月底开卖投连以来，连续两个月保费收入冲过2亿。再看整个市场，无论股市大涨还是大盘调整，保险公司的投连账户一个接着一个推。投连险为何这么火？陆文颖：投连产品卖得火，就好比基金热销，这是由客户追逐收益的特性所决定的。很多客户把它看作为基金类的新型理财产品收益高、进出灵活，其实，他们往往忽略了一点，它还比基金多了一份保障功能，同时也是为客户提供了一个很好的理财平台。多数投资者看重的是投连险的收益。看收益关键还要靠数据说话，自账户

建立起短短三个月来，“财富精选计划”的股票型、混合偏股型账户收益率已分别达到22%、20%。股指飘红时，投连收益水涨船高；大盘震荡时，投连抗跌性凸显。这样一来，投连没有不火的道理。《上海证券报》：目前多数寿险公司相继推出了投连产品，消费者挑选投连险时关键看什么？陆文颖：一看收费标准，二看风险控制。收费标准主要包括进入成本、退出成本，具体涉及到的费用有初始费用、买卖差价、风险保费、保单管理费、退保费用、投资账户管理费以及账户转换费用等。对于关注资本市场的投资者来说，他们比较熟悉是基金产品的收费标准，相信他们在挑选投连产品时也比较关注这一项。至于风险控制，我认为主要包含两点：第一，保险公司投资团队的实力、投资水平，消费者买了保险公司的产品，就是希望账户的增值能力能愈发提升；第二，在资本市场波动时，投连账户本身是否能够具备抗风险的能力。包括是否设置多个账户供客户选择，是否可以进行账户之间的免费转换。《上海证券报》：在资本市场波动时，投连险账户如何做到抗跌？如何让投资者相信，保险公司的投资能力比拼得过基金公司？陆文颖：投连账户的抗跌性主要体现在产品本身的设计上，投连险通常由多个不同特性的账户组合而成，联泰大都会人寿在已有三个账户的基础上，将于9月再推债券型、偏债型两个账户，以满足更多风险偏好的客户进行配置，并可根据市场的走势，随时免费进行账户转换。其实，现在市场上有300多个基金产品，保险公司作为机构投资者，在基金产品的选择上是比一般的个人投资者有优势的。而保险公司在投连方面的投资能力，关键看它筛选基金产品的实力。就比如，联泰大都会外方股东美国大都会

集团有着一套严格的基金公司和基金产品的筛选标准和流程，同时每季会有持续的监控。另外，联泰大都会在推投连产品时并非单枪匹马，开发过程中吸收了花旗银行和工商银行的很多建议，这两款产品可以说是由我们和花旗、工行一同开发的。《上海证券报》：在投连这波热潮中，我们留意到，外资公司(包括合资)多数走在了中资的前面，甚至还有一部分中资公司还未跟进，原因何在？陆文颖：在中资公司心中，几年前的投连退保风波，或许尚留阴影。就连银行现在谈起那次风波来，仍记忆犹新，因此，在今年投连再战银保渠道时，银行也曾有些顾虑。另外，中资公司既有市场的成熟度也阻碍了它在产品创新上的脚步。在这波投连热潮之前，中资公司的万能险、分红险还都销售得不错，中资公司因此没有动力去考虑再推新品。外资公司则不同。外资公司的母公司大多具有在投连产品风险控制方面的丰富经验，分支机构又多数局限于大城市，这就决定了他们对资本市场变化的敏感度要胜于中资，推投连险的动力主要来源于对中国资本市场的中长期看好。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com