



关 爱 人 生 每 一 天

新华人寿保险股份有限公司

New China Life Insurance Company Ltd.

# 2013年年度业绩发布



2014年3月

- 本材料仅供参考之用，并不构成以下情况或作为其中的一部分：在任何司法管辖区内新华人寿保险股份有限公司（“本公司”）或其任何控股公司、附属公司出售或发售证券之要约或邀请，或者购买或认购上述证券之要约或邀请的招揽。本材料的任何部分概不作为任何合同或承诺的依据，亦不得就有关合同或承诺而对其加以依赖
- 本材料中载列的资料和观点尚未经独立核实。对于本材料所载资料或观点的公平性、准确性、完整性或正确性，本公司并未作出任何明示或默示的陈述或保证，亦不应对其加以依赖。本材料所载的资料和观点提供至本次报告日期为止。对于本次报告日期后可能发生的变化，不会另行通知，亦不会对本材料进行更新或另外修订，以反映任何进展。本公司及其任何附属公司、董事、高级管理人员、职员、雇员、顾问以及上述公司或人士的代表，对于本材料载列、呈列或派生的任何资料或因依赖该等资料而引致的，或有关本材料的其他原因而引致的任何损失，概不承担过失或其他方面的任何责任
- 本材料载有多项陈述，反映截至其中各自所指的日期时，本公司目前对未来前景的看法及预期。这些前瞻性陈述是基于若干关于本公司业务经营的假设以及本公司无法控制的因素作出的，并受限于重大的风险和不确定性，因此，实际结果或会与这些前瞻性陈述有重大差异。阁下不应过分依赖任何该等前瞻性资料。对于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另行修订这些前瞻性陈述

# 议题



综述

2

保险业务

3

投资表现

4

内含价值

5

战略与展望



2013年是中国“十二五”规划期的承上启下之年，国内经济总体运行平稳，经济结构持续调整。保险资金运用渠道放宽以及费率市场化等监管政策，为保险行业发展注入新的活力和新的挑战。

2013年，本公司在“以客户为中心”的战略思想指导下，坚持以价值经营为核心，通过一系列变革与创新的管理举措，全面深化和推进价值转型。一是搭建并完善价值考核体系，深化价值转型观念，引导机构和队伍加强对高价值产品的销售；二是进行销售管理体系组织变革，建立七大区域管理中心，将部分销售管理职能和资源配置功能下沉，有效推动机构发挥自身优势，实现差异化经营；三是完善「以客户为中心」的产品体系，有步骤分阶段运作多款创新型产品，带来较好的销售业绩和市场效应，有效稳定了渠道和队伍基础；四是建立客户全生命周期服务体系，稳固客户基础，不断扩大客户群。

通过上述策略的落实推动，公司全年保险业务收入得以实现稳定增长，营销员渠道业务结构持续优化，队伍绩效有所提升。

# 主要财务及经营指标

单位：人民币百万元	2013年	2012年	变化 (%)
总保费收入	103,640	97,719	↑ 6.1%
市场份额	9.6%	9.8%	↓ 0.2个百分点
归属于母公司股东的净利润	4,422	2,933	↑ 50.8%
总资产	565,849	493,693	↑ 14.6%
归属母公司股东权益	39,312	35,870	↑ 9.6%
基本每股收益 (元)	1.42	0.94	↑ 51.1%
每股净资产 (元)	12.6	11.5	↑ 9.6%
加权平均净资产收益率	11.8%	8.7%	↑ 3.1个百分点

# 主要财务及经营指标 (续)

单位: 人民币百万元	2013年	2012年	变化(%)
投资资产	549,596	479,189	↑ 14.7%
总投资收益 <sup>1</sup>	24,734	13,540	↑ 82.7%
总投资收益率	4.8%	3.2%	↑ 1.6个百分点
净投资收益率	4.6%	4.7%	↓ 0.1个百分点
内含价值	64,407	56,870	↑ 13.3%
一年新业务价值	4,236	4,172	↑ 1.5%
偿付能力充足率	169.66%	192.56%	↓ 22.9个百分点

注1: 总投资收益=净投资收益+投资资产买卖价差收益+公允价值变动损益+投资资产减值损失+联营企业权益法确认收益, 比较期间数据已按本期计算口径重新计算

# 议题

1

综述

2

保险业务

3

投资表现

4

内含价值

5

战略与展望



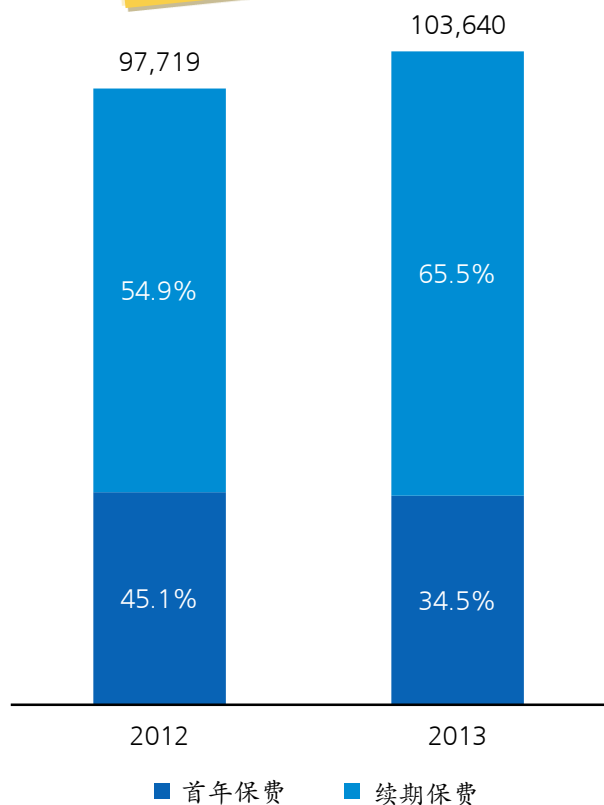
# 全年保险业务综述

## 总保费收入

(百万元人民币)

新华排名<sup>1</sup>: **3**  
 市场份额<sup>1</sup>: **9.8%** (2012) → **9.6%** (2013)

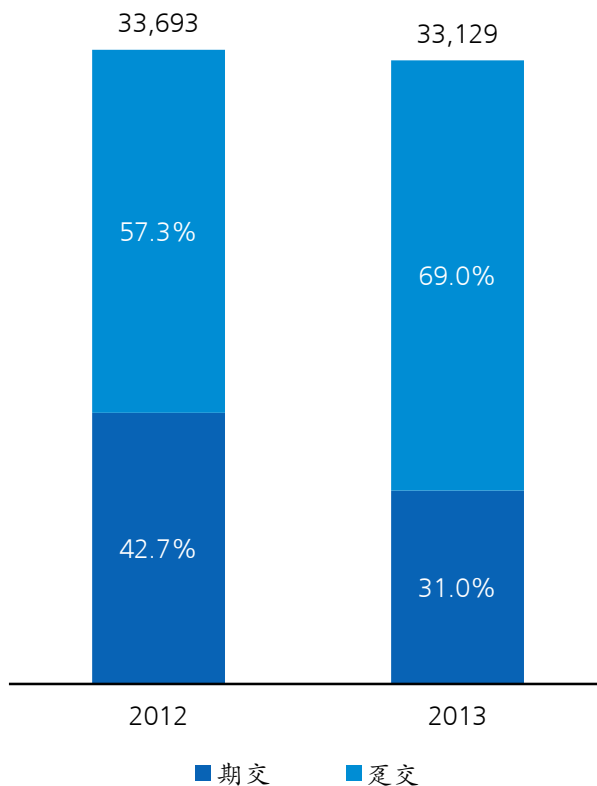
上升: **6.1%**



## 首年保费收入

(百万元人民币)

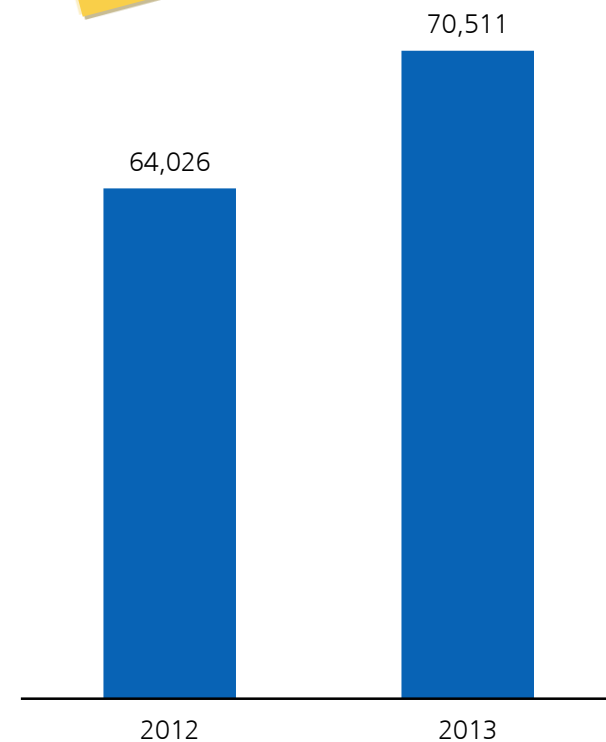
下降: **1.7%**



## 续期保费收入

(百万元人民币)

上升: **10.1%**



注1: 市场排名及份额来自保监会网站

本文件仅限于特定范围使用, "免责声明"是本文件不可分割的组成内容



# 全年保险业务综述（续）

## 一季度

引入新的价值考核体系后，团队适应需要时间，业绩出现一定程度的下滑

## 二季度

推出创新型产品，销售团队及渠道网点逐步稳定

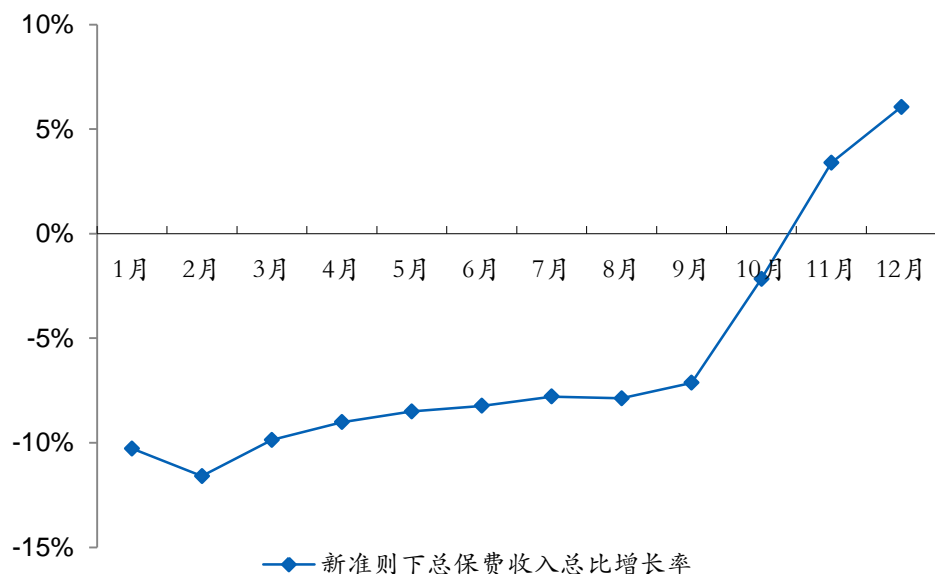
## 三季度

进入转型适应期，健康险等高价值产品销售开始进入高速增长期

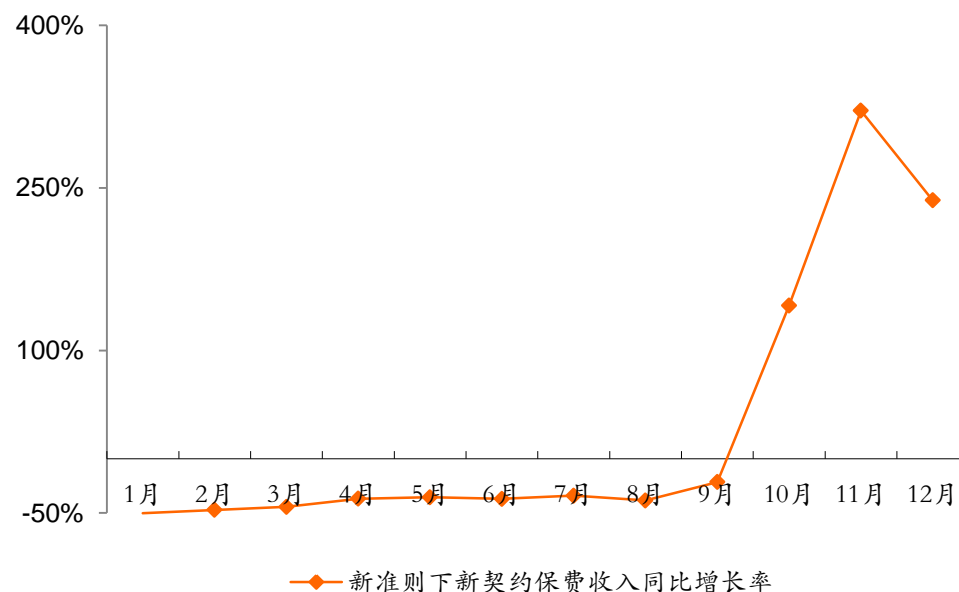
## 四季度

业务实现良好冲刺，新契约保费良性增长，保证了新业务价值的正增长

### 2013年各月份新准则下总保费同比增长率<sup>1</sup>



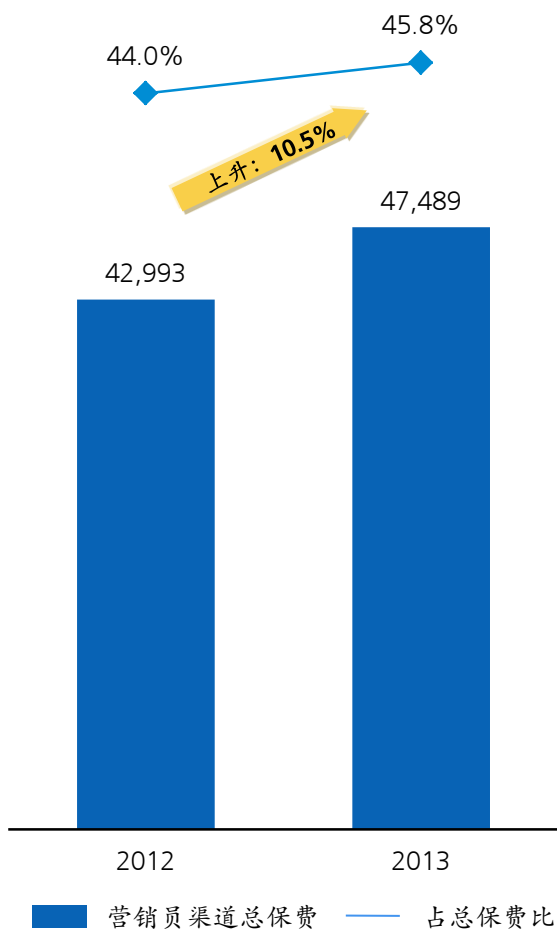
### 2013年各月份新准则下新契约保费同比增长率<sup>2</sup>



注1：总保费为逐月累计总保费各月度增长率  
注2：新契约保费为单月新契约保费各月度增长率

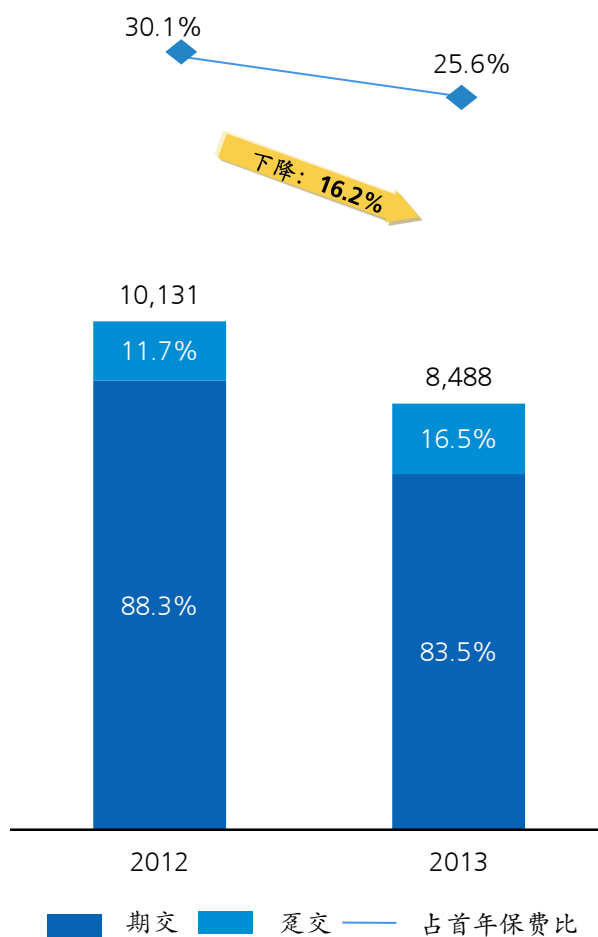
### 营销员渠道总保费

(百万元人民币)



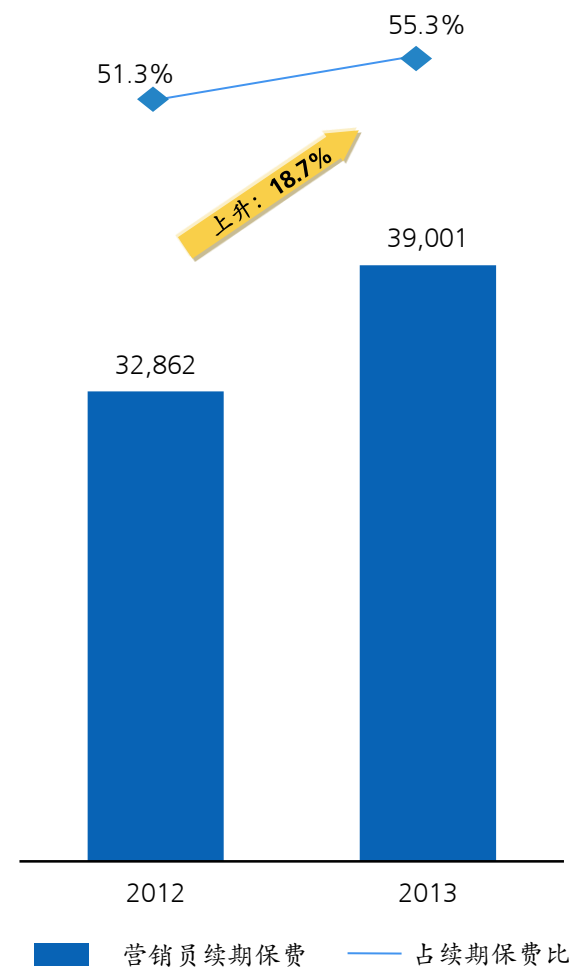
### 营销员渠道首年保费

(百万元人民币)



### 营销员渠道续期保费

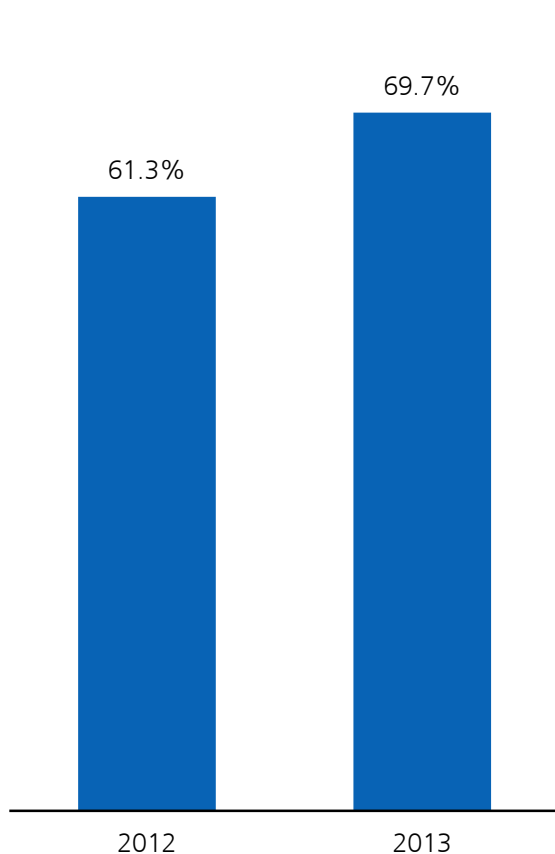
(百万元人民币)



# 保险业务

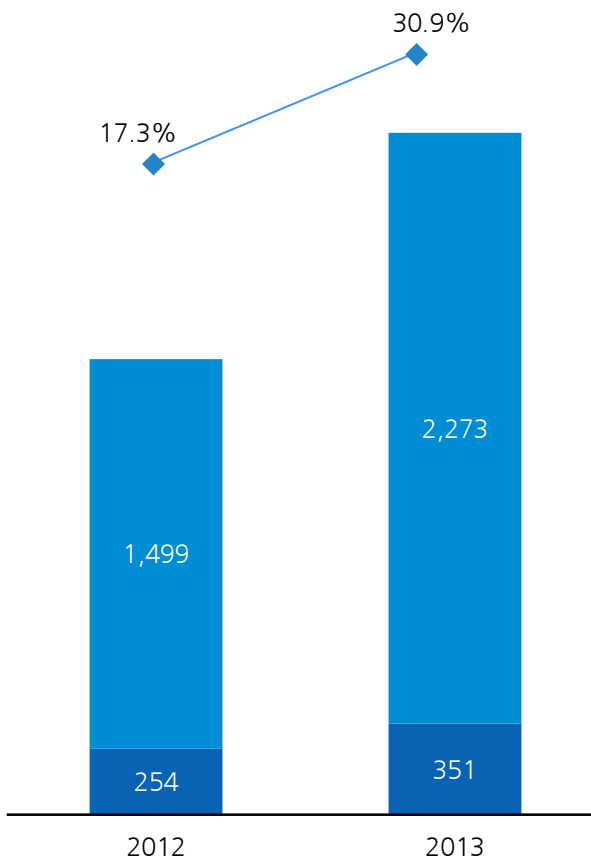
## —营销员渠道（续）

### 10年及以上期交保费占首年保费比



### 健康险及传统险首年保费占比

(百万元人民币)



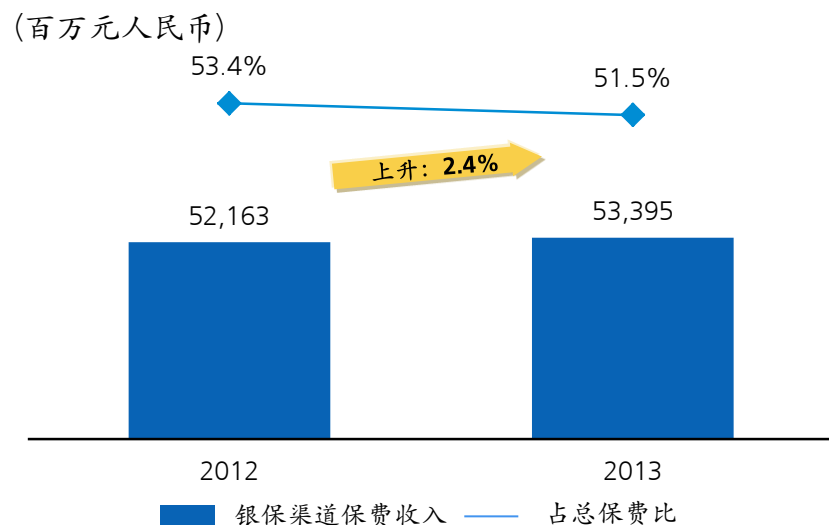
### 营销员人力<sup>2</sup>



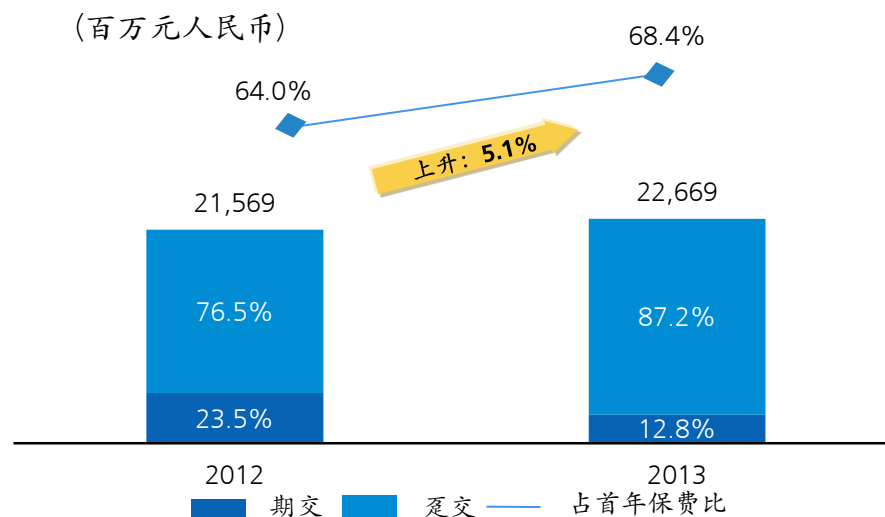
■ 传统险首年保费    ■ 健康险首年保费    ■ 绩优人力<sup>1</sup>  
— 健康险及传统险首年保费占营销员首年保费比

注1：绩优人数为个险业务渠道报告期各月绩优人力的简单平均数。2013年绩优人力标准较2012年有所提升，2013年月度绩优人力指月度内承保且月度内未撤保一件以上（含一件），且产品保障期在一年以上、累计首年佣金按地区差异达到人民币2,000元或3,000元的营销员人数；2012年绩优人力数据按照2013年标准重新计算  
 注2：营销员人数中含个人业务渠道营销员17.7万人，服务经营渠道续收业务员约2.4万人

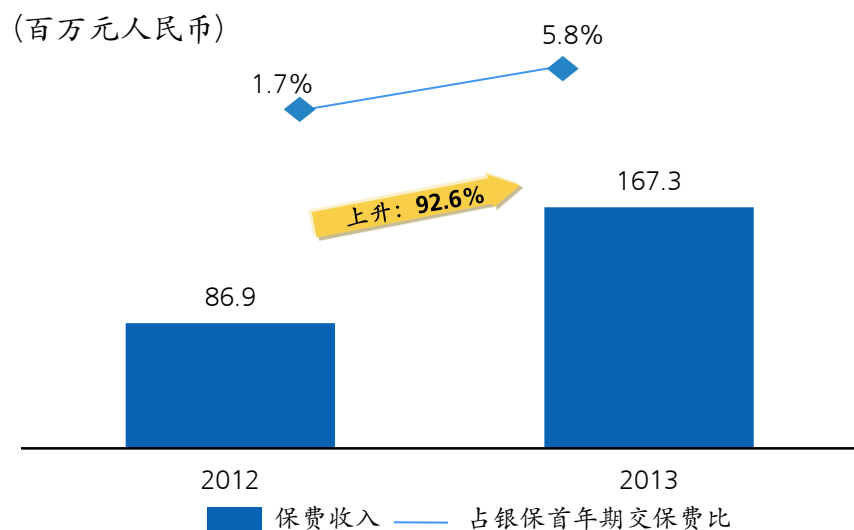
### 银保渠道总保费



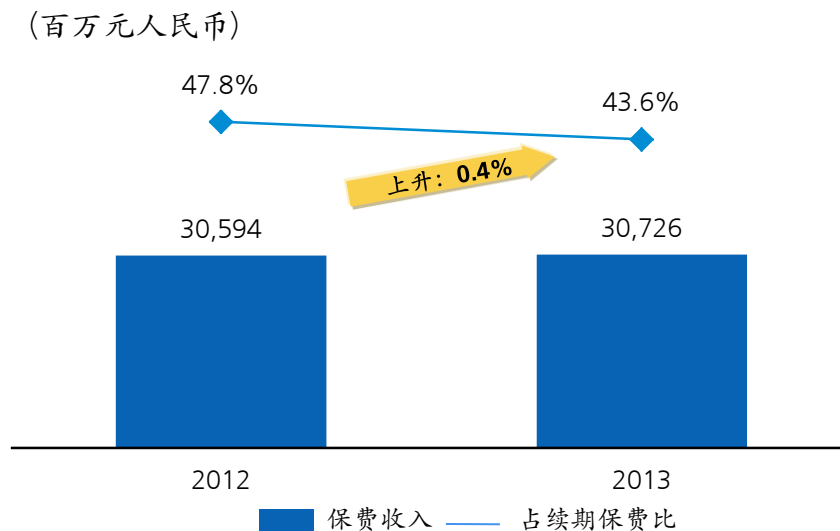
### 银保渠道首年保费



### 10年及以上产品首年期交保费收入



### 银保渠道续期保费

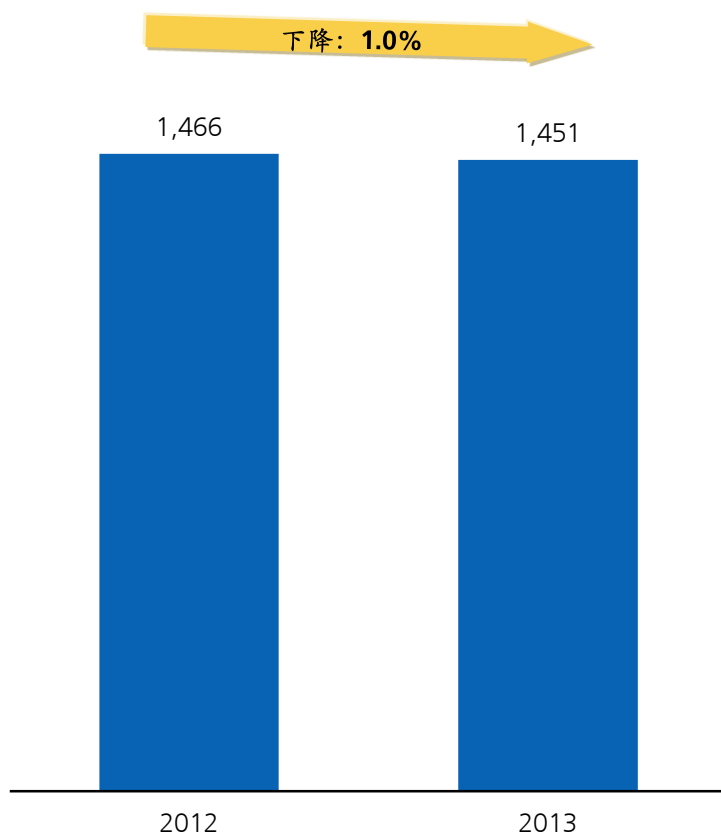


# 保险业务

## —团体保险业务及财富管理渠道

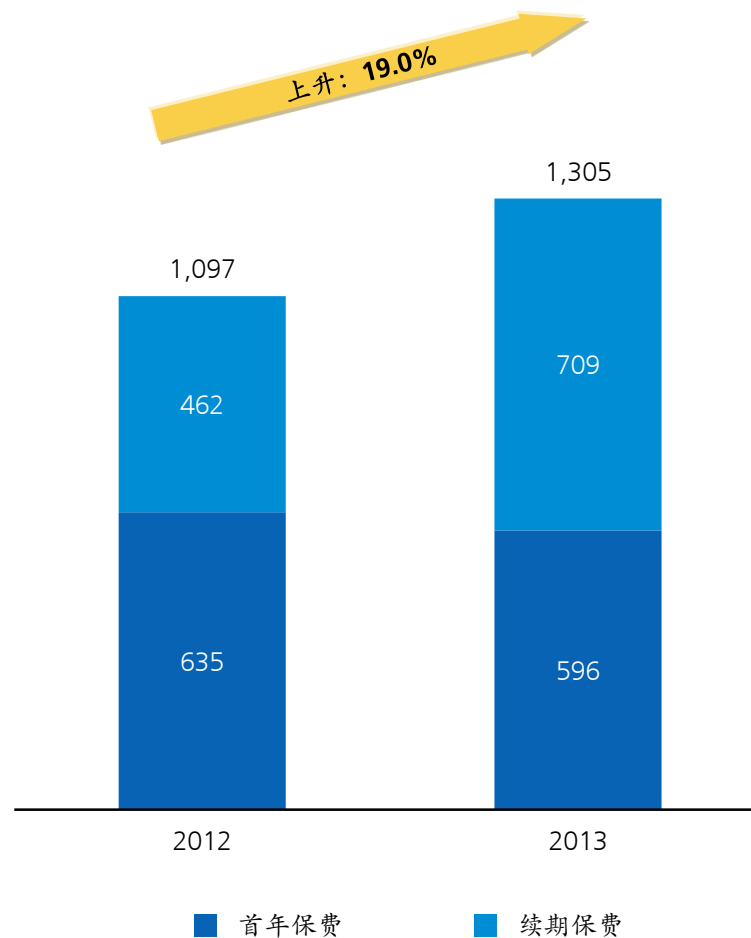
### 团体保险业务保费收入

(百万元人民币)

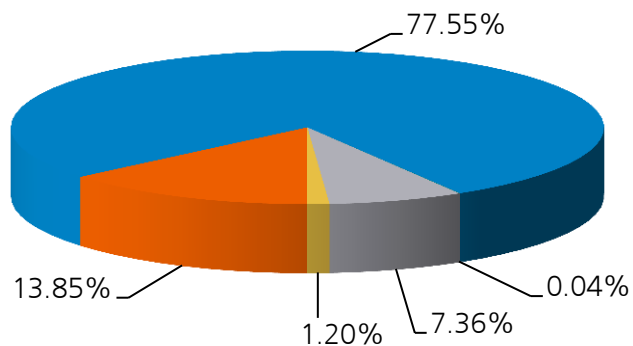


### 财富管理渠道保费收入

(百万元人民币)



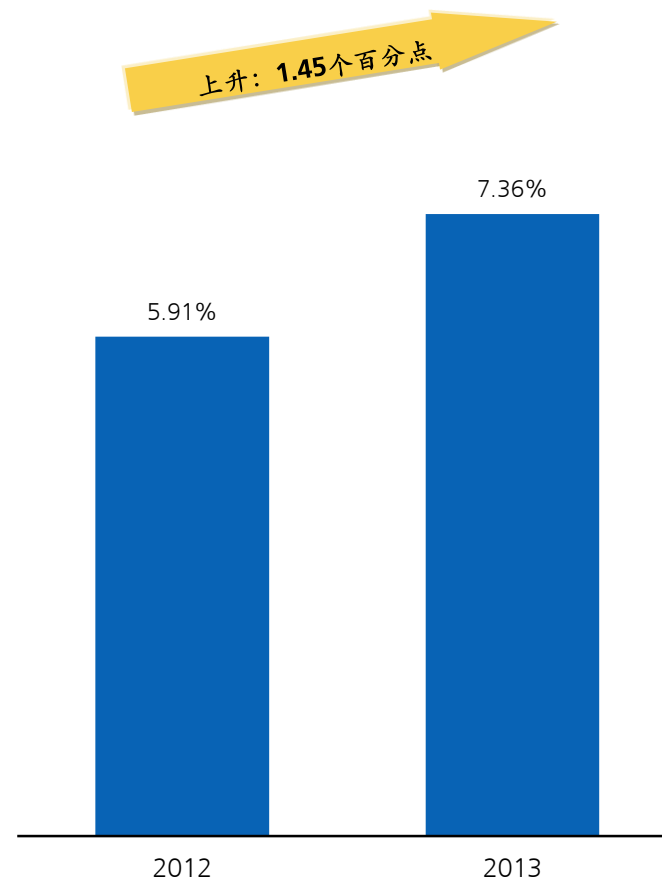
## 2013年保费收入按险种分布



■ 传统型保险 ■ 分红型保险 ■ 万能型保险 ■ 健康保险 ■ 意外保险

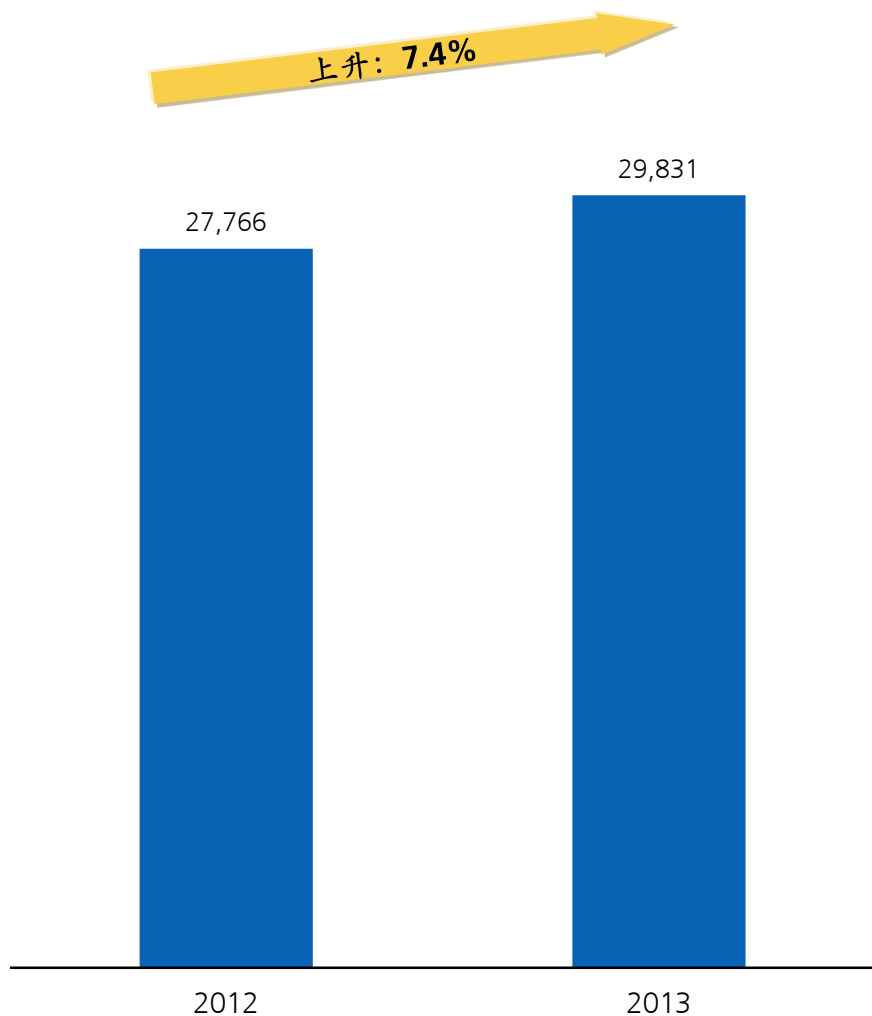
- 2013年公司产品结构仍以分红险为主，占总保费收入77.55%。传统型保险的大幅增长得益于费率市场化产品“惠福宝”的推出
- 健康险全年实现保险业务收入76.33亿元，较上年同期增长32.06%，增速继续大幅领先于整体保费增速。健康险保费收入占整体保险业务收入的比例由2012年的5.91%上升到2013年的7.36%，健康险首年保费占整体首年保费收入的比例从2012年的6.77%提升到2013年的9.50%

## 健康险占总保费比例

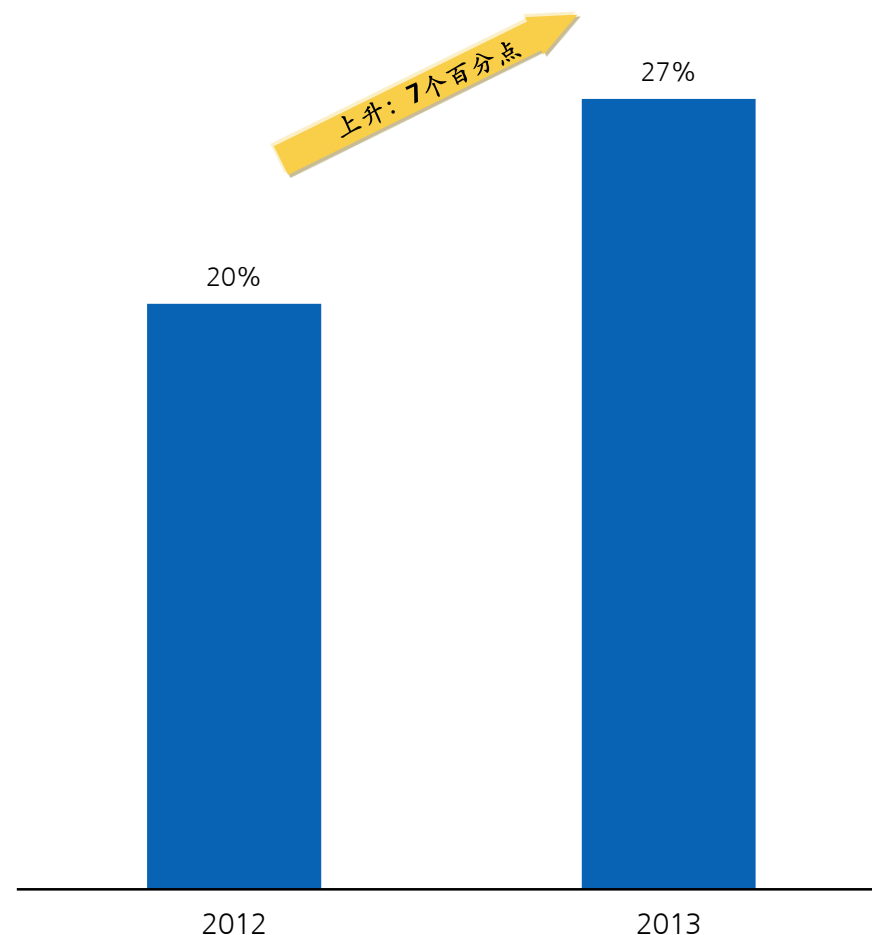


## 客户数量

(千人)



## 新增客户中核心客户占比



# 议题

1

综述

2

保险业务

3

投资表现

4

内含价值

5

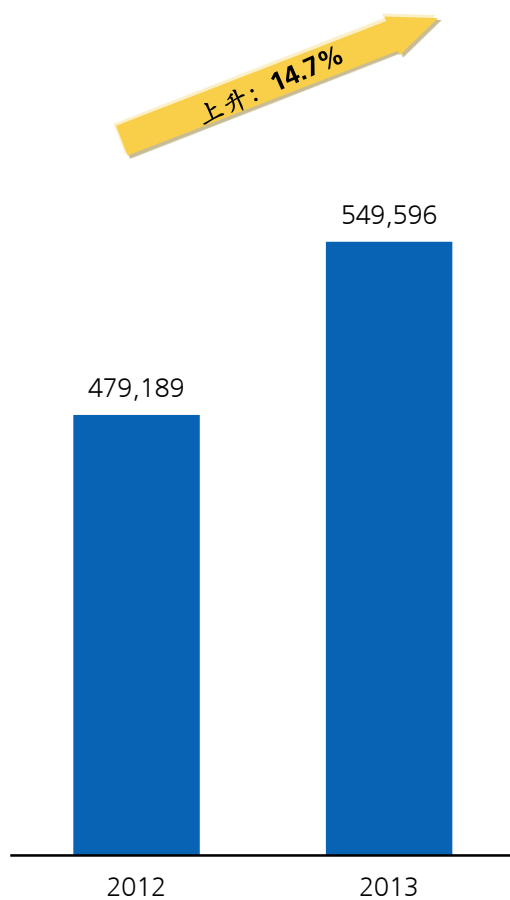
战略与展望



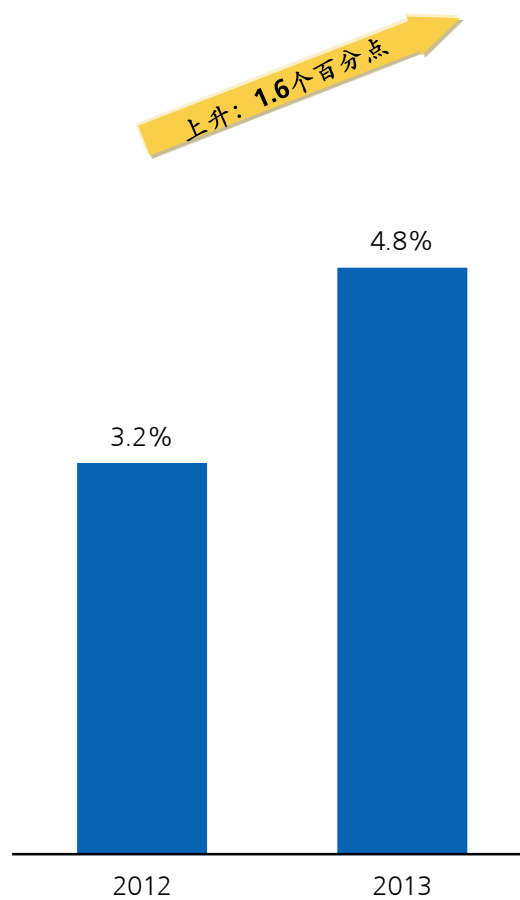


## 投资资产

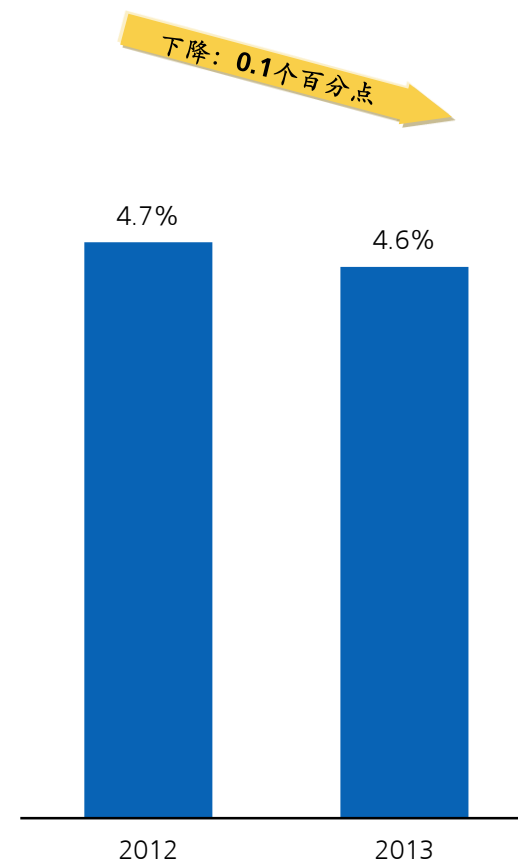
(百万元人民币)



## 总投资收益率



## 净投资收益率

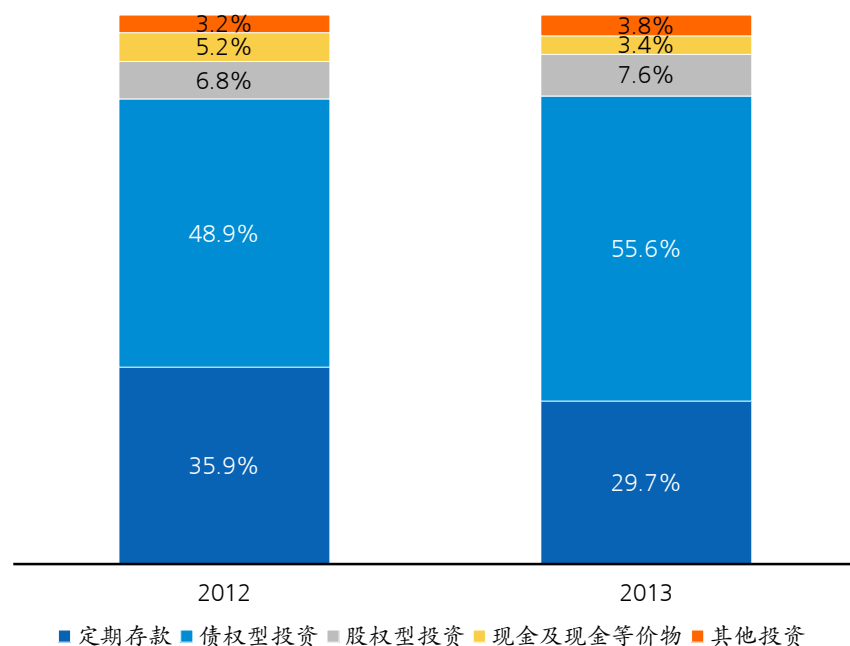


# 投资策略及投资表现 (续)

## 投资策略

- 1 以资产负债匹配管理为基础，兼顾管理资金的安全性、流动性、收益性
- 2 在良好的资产配置和有效的风险控制的前提下寻求最大的投资组合收益

## 各类资产占比图示



## 投资组合

单位：人民币百万元

	2013	2012年	变化(%)
投资资产	549,596	479,189	↑ 14.7%
定期存款	163,137	171,853	↓ 5.1%
债权型投资	305,558	234,130	↑ 30.5%
股权型投资	41,589	32,793	↑ 26.8%
— 基金	13,067	15,869	↓ 17.7%
— 股票	19,118	16,216	↑ 17.9%
— 长期股权投资	9,404	708	↑ 1,228.2%
现金及现金等价物	18,570	25,066	↓ 25.9%
其他投资	20,742	15,347	↑ 35.2%

# 议题

1

综述

2

保险业务

3

投资表现

4

内含价值

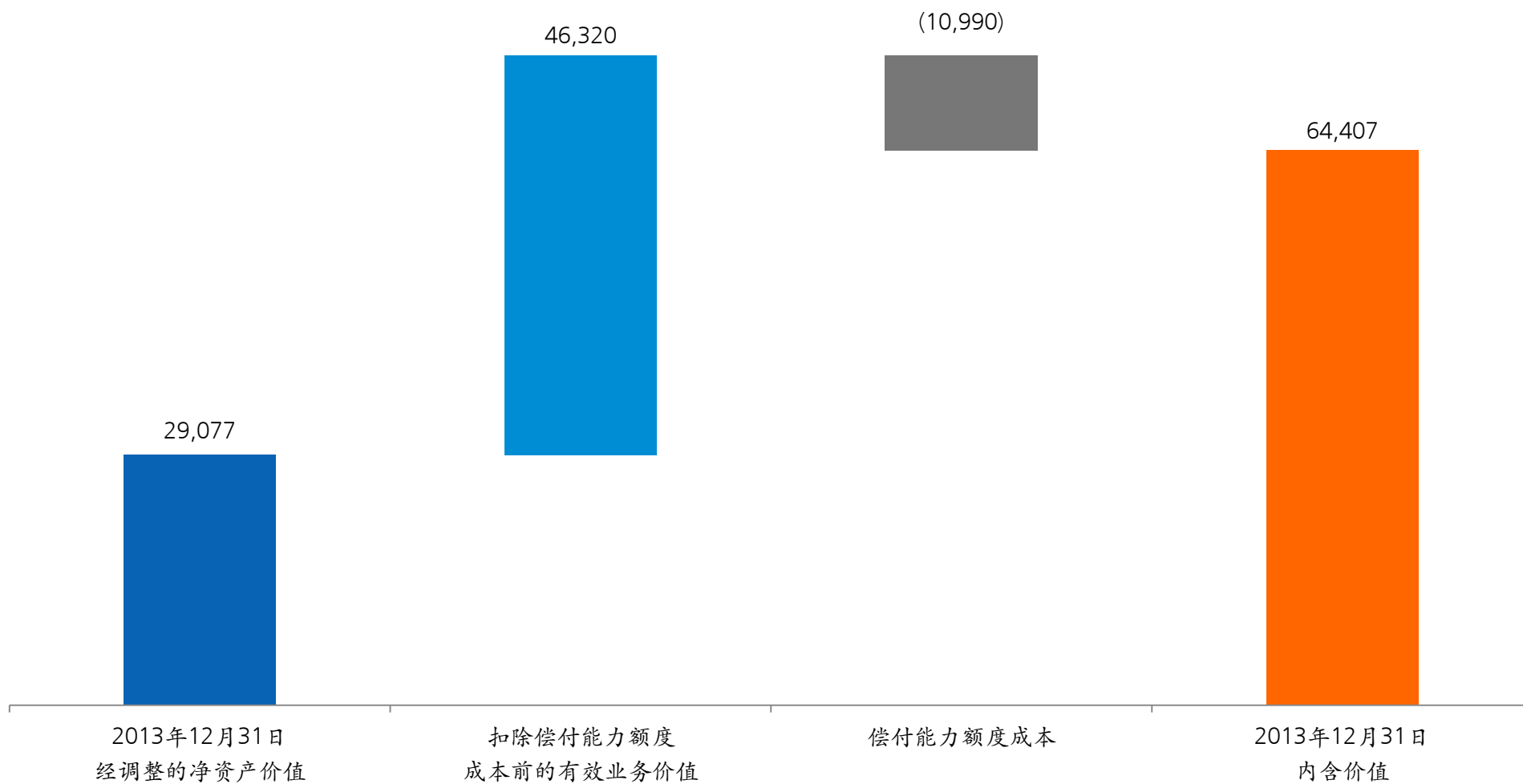
5

战略与展望



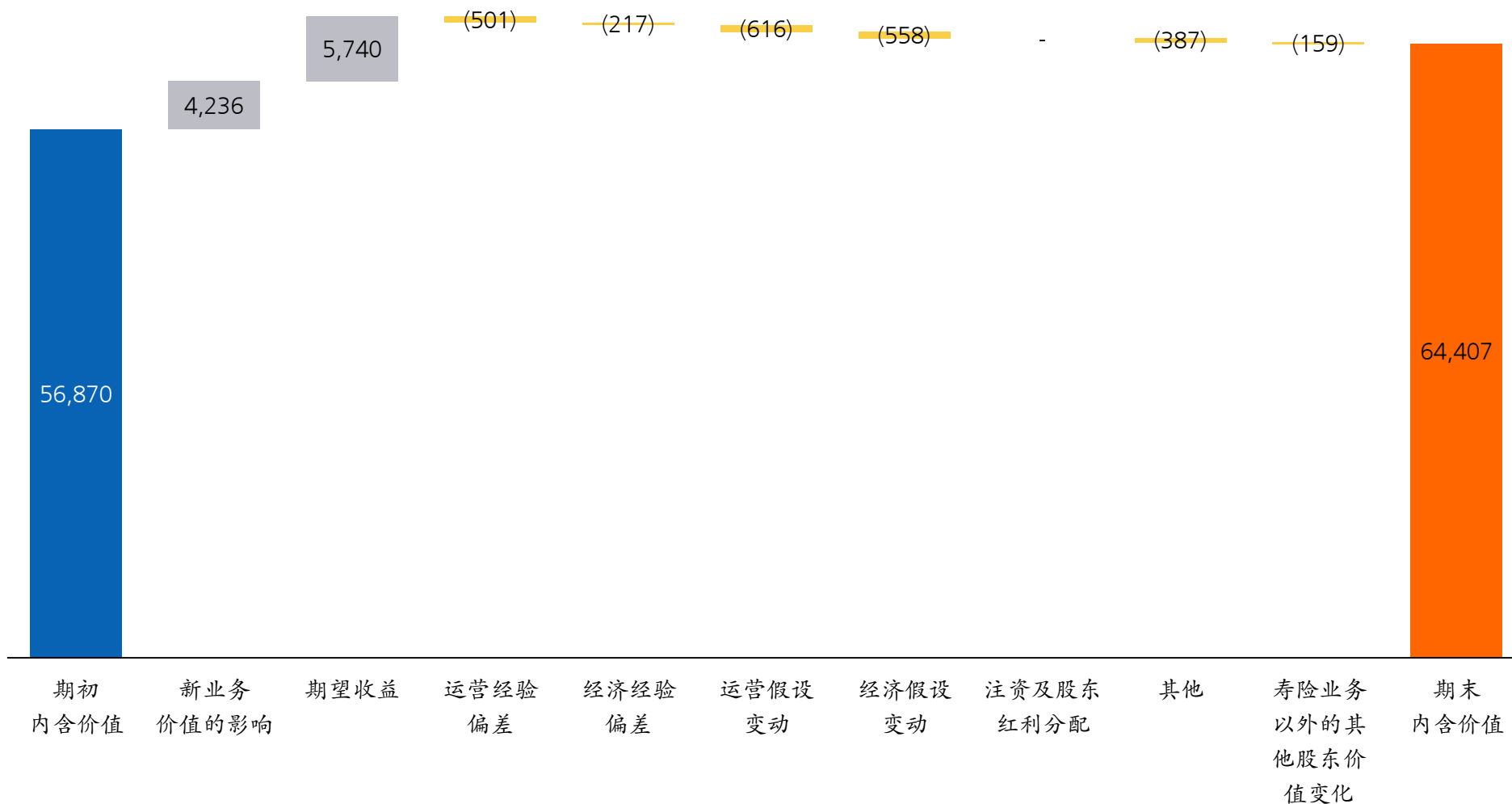
# 内含价值—构成分析

(百万元人民币)



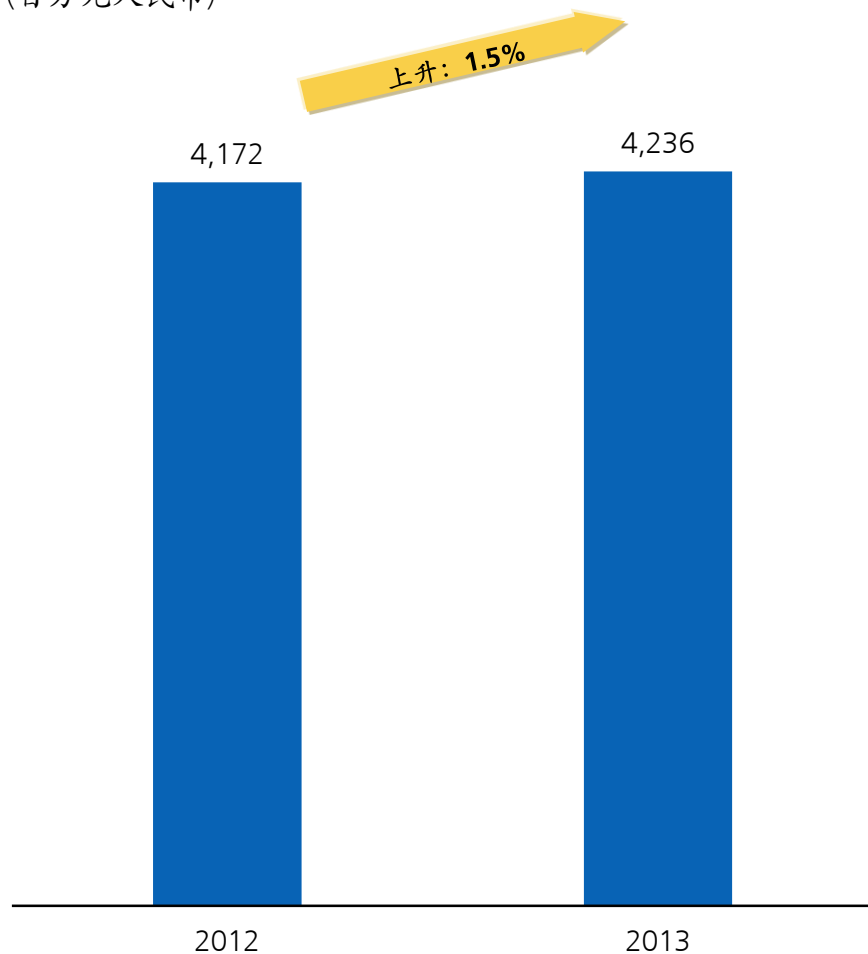
# 内含价值—变动分析

(百万元人民币)

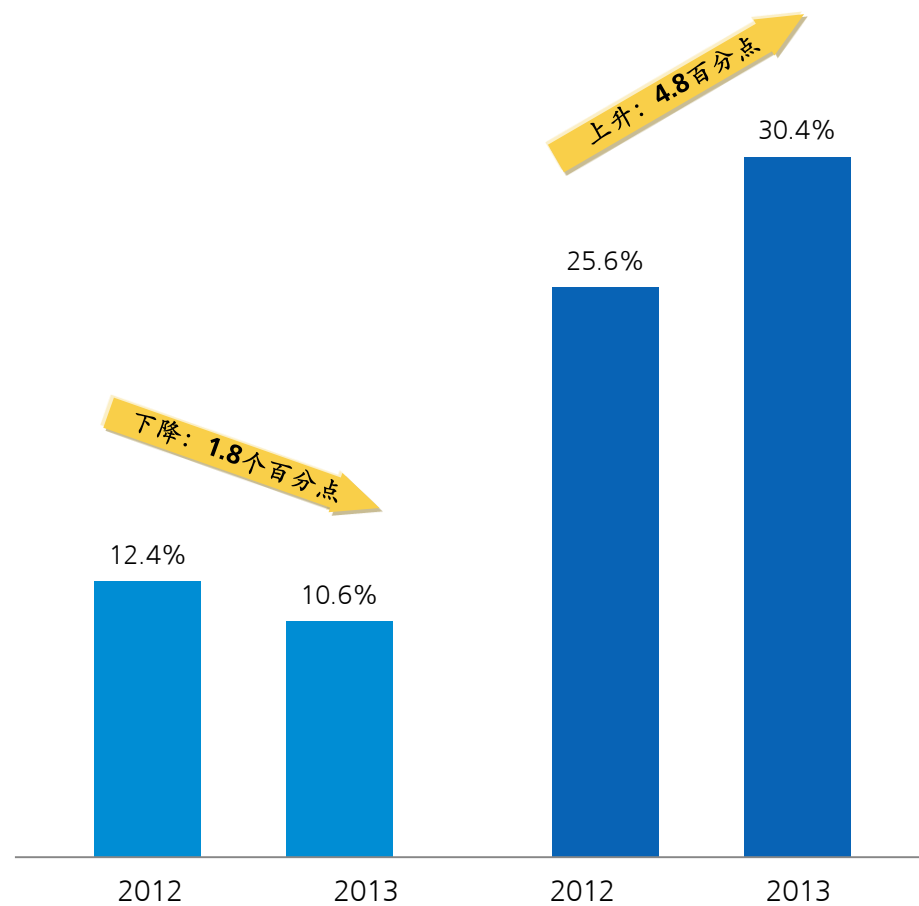


## 一年新业务价值

(百万元人民币)



## 新业务价值利润率



注:

1. 按新单保费新业务价值利润率 = 一年新业务价值 / 首年保费

2. 按标准保费新业务价值利润率 = 一年新业务价值 / (100% \* 首年期交保费 + 10% \* 首年趸交保费)

# 议题

1

综述

2

保险业务

3

投资表现

4

内含价值

5

战略与展望



## 2013年战略转型进展

完善以价值为导向的产品体系

以客户需求为导向，建立并推动全生命周期服务体系

优化政策，完善制度，深化区域管理变革，实现管理下沉

寿险业处于黄金发展期

## 2014年战略重点

战略制胜，服务制胜，细节制胜，整体制胜和文化制胜

打造深入理解、高效执行的管理团队，和高素质、高产能的销售团队

加强基础管理，强化成本优化与财务管理，健全风险控制和合规管理

建设领先的信息、数据基础，为打造竞争优势提供最前沿的技术手段



2014年，中国寿险业将迎来一系列新的发展机遇。一是国内外经济环境有所改善，将为寿险行业的持续增长提供经济基础，同时伴随着人口老龄化的加剧和城镇化进程的推进，中国保险市场将有更强的需求支持；二是随着放开前端、管理后端的监管政策逐步出台，给予寿险主体更多市场竞争空间；三是互联网金融的崛起，有利于丰富寿险行业的销售渠道和销售方式，增强寿险行业的产品、服务和管理的创新能力，为寿险行业的发展培育新的增长点。与此同时，寿险行业竞争模式将更加多样化，主体竞争将更加激烈，对寿险公司市场反应、产品创新、渠道拓展、服务升级、风险管理和资产负债管理等多方面提出了更高要求。

面对未来的机遇与挑战，2014年，本公司将进一步推进战略转型，继续贯彻以“客户为中心”的战略思想，持续推进现有业务发展，全面推进以服务核心客户群为重心的九大体系建设，包括全生命周期服务体系和与之相匹配的政策体系、机构体系、团队体系、培训体系、产品体系、运营体系、信息体系和风控体系建设，提升基础管理能力、投资能力和创新能力，巩固寿险核心优势，稳健推进产业延伸。公司将通过业务适度增长和持续优化，实现均衡与健康发展。



# NCI 新华保险

关爱人生每一天

## Q & A

