



关爱人生每一天

2015 年中期业绩发布

2015 Interim Results Announcement

2015.08.26

- 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、联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。本公司及其任何联属公司、董事、监事、高级管理人员、管理人员、雇员、顾问以及上述公司或人士的任何代表，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，本公司无任何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



2015年，本公司紧密围绕“业绩达成”和“战略转型”两大工作主题，以业务发展为核心，深入推进战略转型。综合来看，上半年本公司经营全面超额达成计划目标，并呈现出良好的增长态势；同时，在近几年持续努力的基础上，本公司战略转型的效果开始逐步呈现，公司队伍建设、客户建设、机构建设势头良好，公司已进入可持续、健康发展的轨道。

从上半年公司寿险业务的发展情况来看，主要有以下几个特点：

产品运作推动业务增长

- “金彩一生”巩固年金险销售基础
- 健康险及老年系列产品完善产品体系
- “盛世赢家”拉升业务规模，优化客户结构

业务结构持续优化

- 长期期交业务增长，年期结构持续优化
- 年金险和健康险协调发展，持续推动产品转型

队伍建设取得显著成效

- 规模增加，人员活动率提升
- 人均产能及收入提高

主要财务及经营指标

单位：人民币百万元	2015年上半年	2014年上半年	变化 (%)
总保费收入	72,661	66,817	↑ 8.7%
市场份额 ¹	7.7%	8.7%	↓ 1.0个百分点
归属于母公司股东的净利润	6,752	3,748	↑ 80.1%
总投资收益	31,480	13,775	↑ 128.5%
年化总投资收益率	10.5%	5.1%	↑ 5.4个百分点
年化净投资收益率	4.8%	5.1%	↓ 0.3个百分点
基本每股收益 (元)	2.16	1.20	↑ 80.0%
加权平均净资产收益率	12.75%	9.04%	↑ 3.71个百分点
上半年新业务价值	3,450	2,409	↑ 43.2%

注：1. 市场份额来自中国保监会公布的数据

主要财务及经营指标 (续)

单位: 人民币百万元	2015年6月30日	2014年12月31日	变化 (%)
总资产	659,840	643,709	↑ 2.5%
归属于母公司股东的股东权益	56,929	48,359	↑ 17.7%
投资资产	641,138	625,718	↑ 2.5%
归属于母公司股东的每股净资产(元)	18.25	15.50	↑ 17.7%
内含价值	99,247	85,260	↑ 16.4%
偿付能力充足率	245.75%	226.53%	↑ 19.22个百分点

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



总体保险业务情况

总保费收入

(百万元人民币)

新华排名¹:

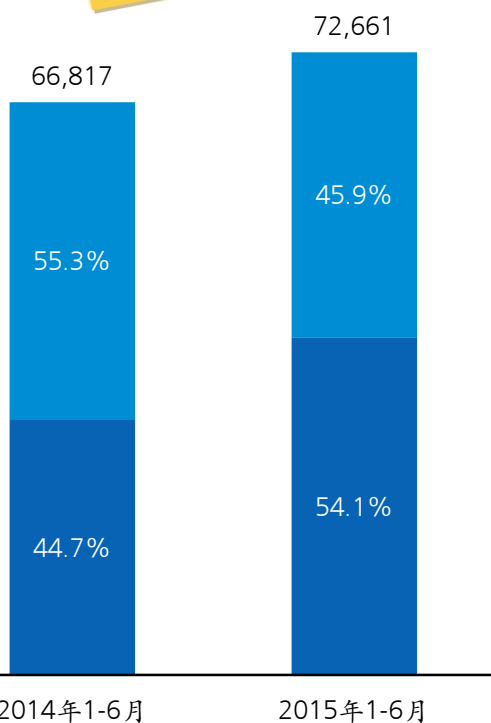
3

3

市场份额: 8.7%

7.7%

上升: 8.7%



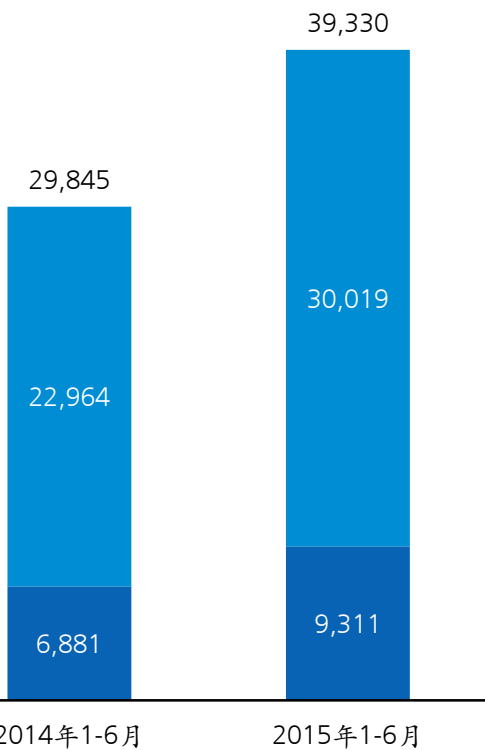
■ 首年保费

■ 续期保费

首年保费收入

(百万元人民币)

上升: 31.8%



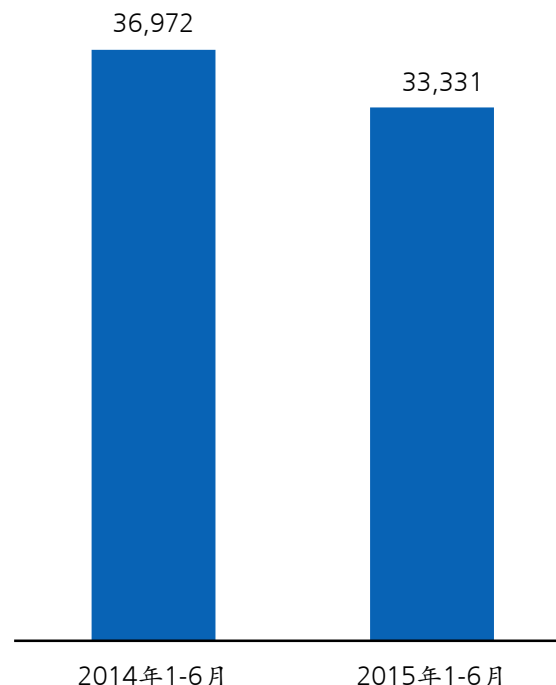
■ 期交

■ 趸交

续期保费收入

(百万元人民币)

下降: 9.8%



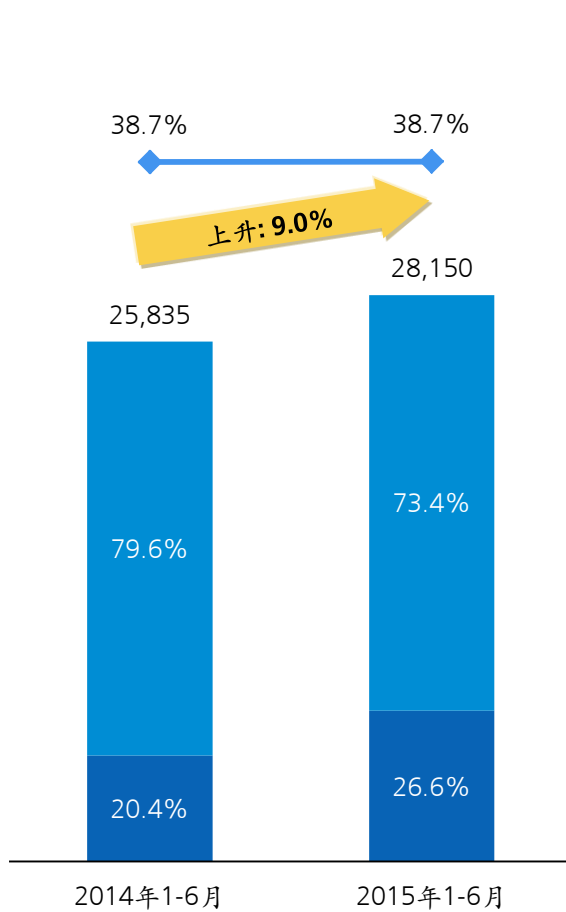
注

1、排名依据中国保监会公布的市场份额数据

营销员渠道：保费收入快速增长

营销员渠道总保费

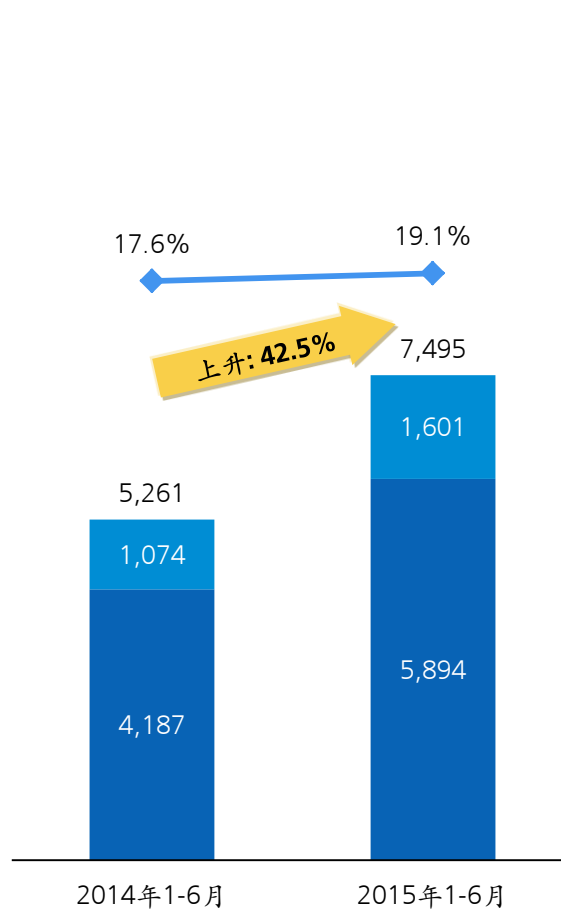
(百万元人民币)



■ 首年保费 ■ 续期保费
— 占总保费收入

营销员渠道首年保费

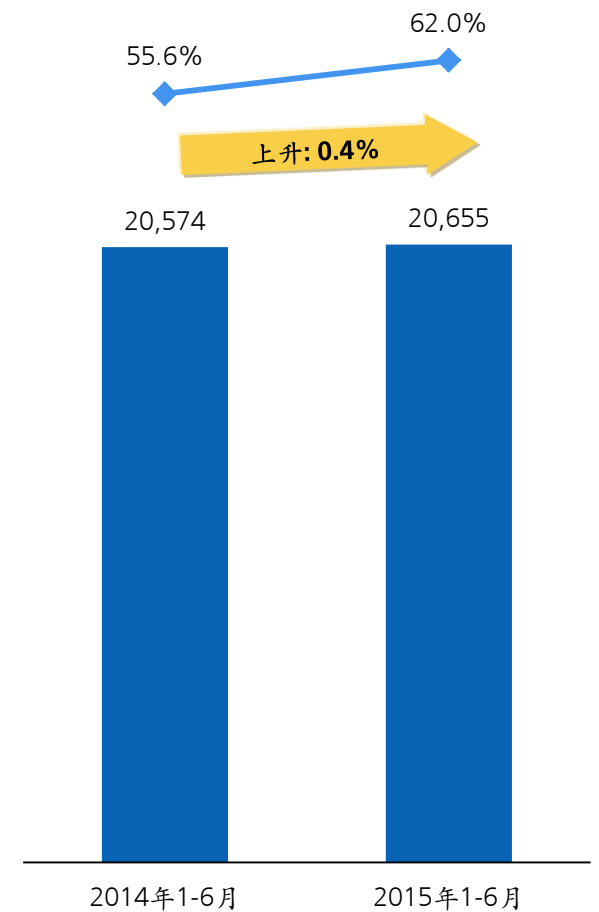
(百万元人民币)



■ 期交 ■ 趸交
— 占首年保费比

营销员渠道续期保费

(百万元人民币)

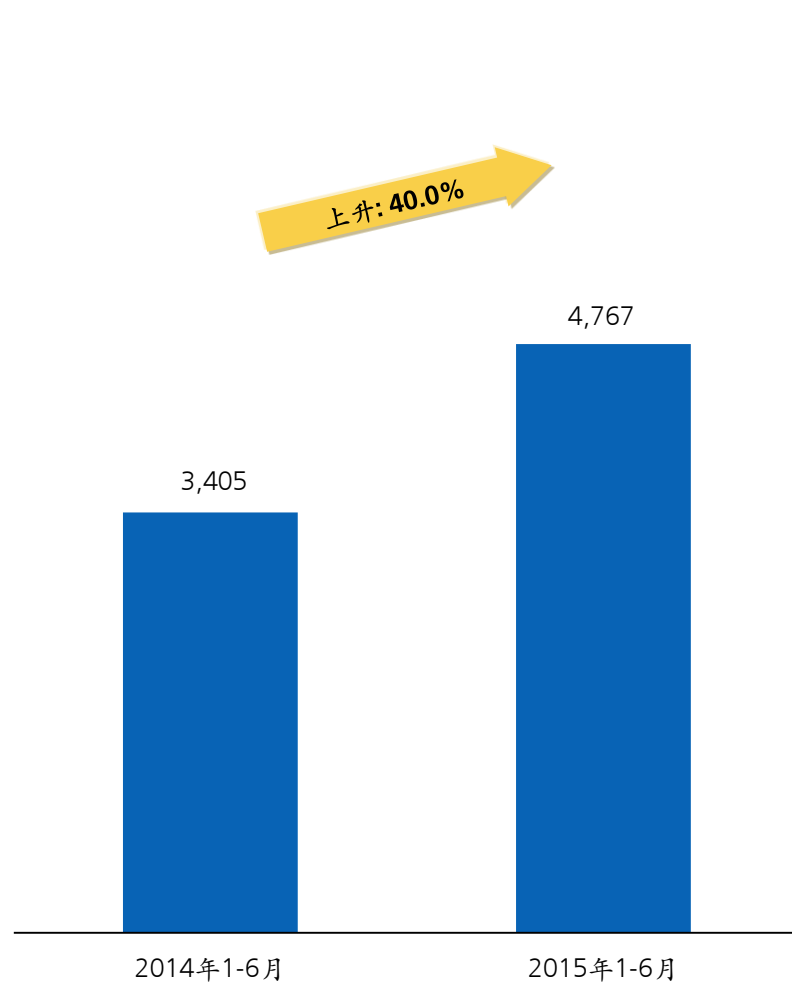


■ 营销员渠道续期保费
— 占续期保费比

营销员渠道（续）：期限及产品结构持续优化

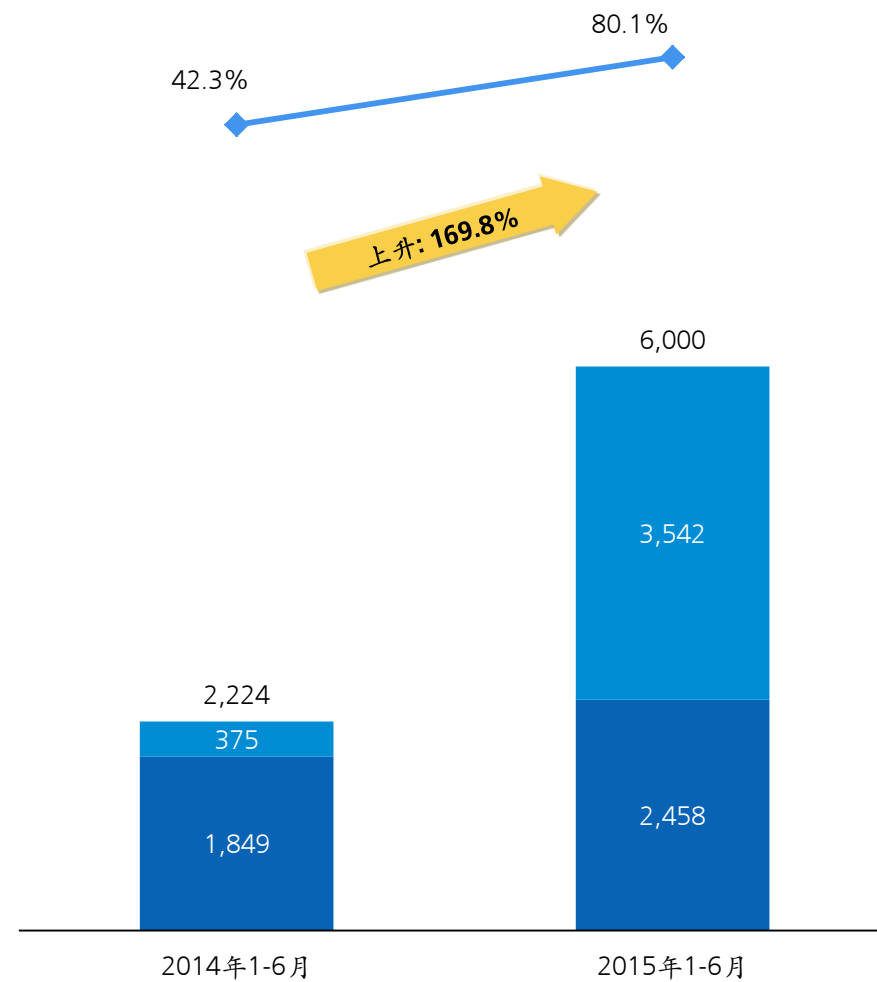
10年期及以上产品首年期交保费

(百万元人民币)



健康险及传统险首年保费

(百万元人民币)

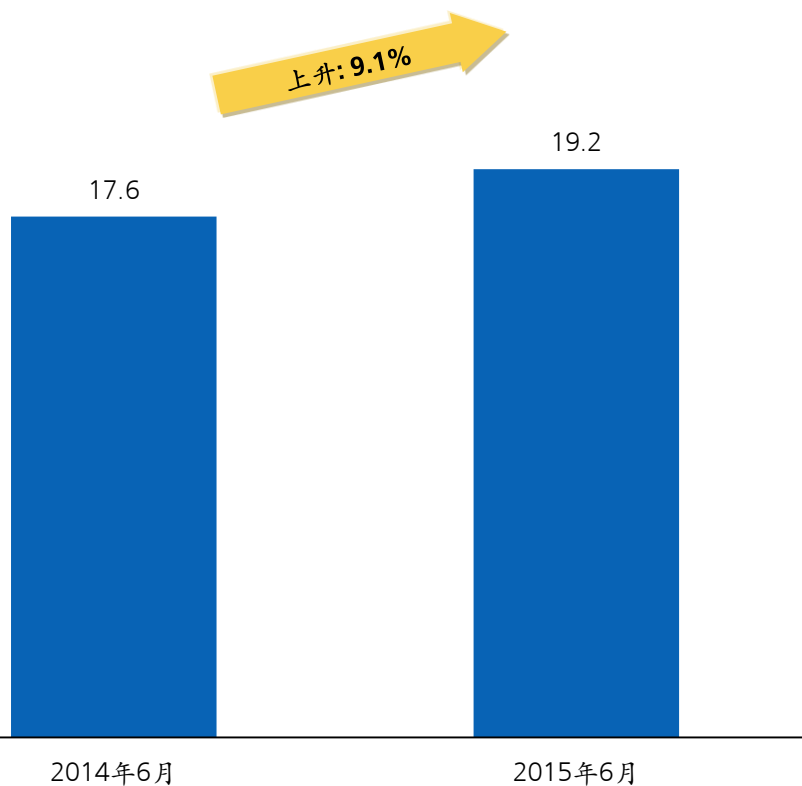


■ 健康险首年保费 ■ 传统险首年保费
— 传统险和健康险首年保费占营销员渠道首年保费比

营销员渠道（续）：队伍规模保持稳定，持续推动绩优建设

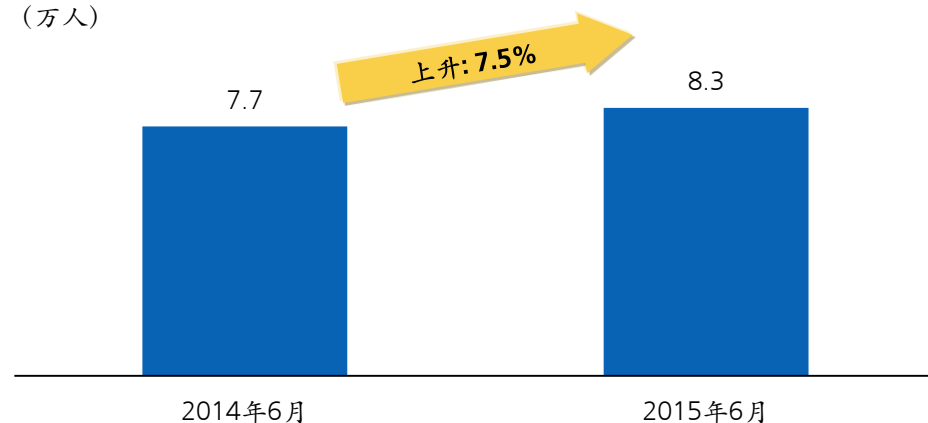
营销员渠道总人力

(万人)



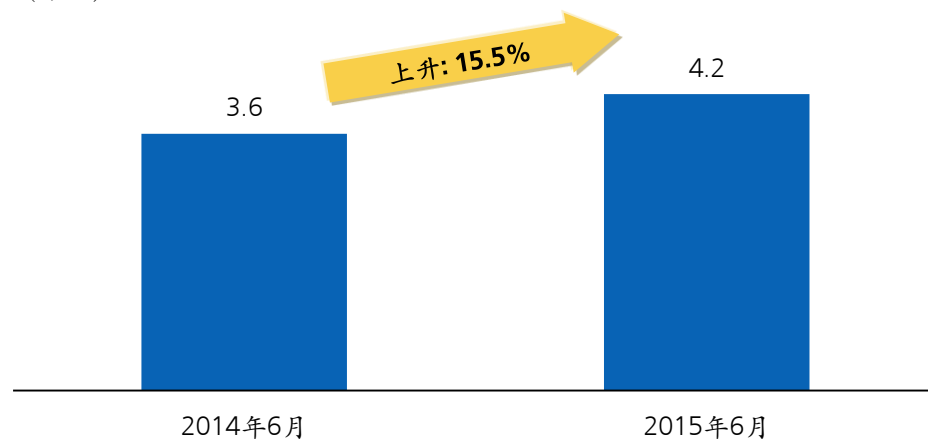
营销员渠道有效人力¹ (月均)

(万人)



营销员渠道绩优人力² (月均)

(万人)



注:

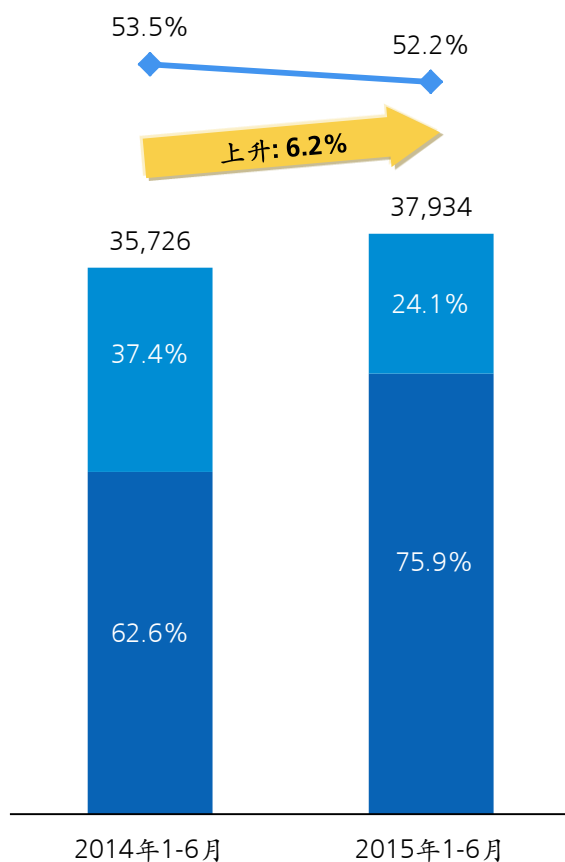
1、有效人力为月度内个人出单有效新契约件数在一件以上(含一件)且保障期在一年以上的营销业务员人数

2、绩优人力为月度内个人出单有效新契约件数在一件以上(含一件)且保障期在一年以上、个险首年佣金在2,000元(含)以上的营销业务员人数,比较期间数据已按本期计算口径重新计算

银行保险渠道：新型产品带动规模增长

银保渠道总保费

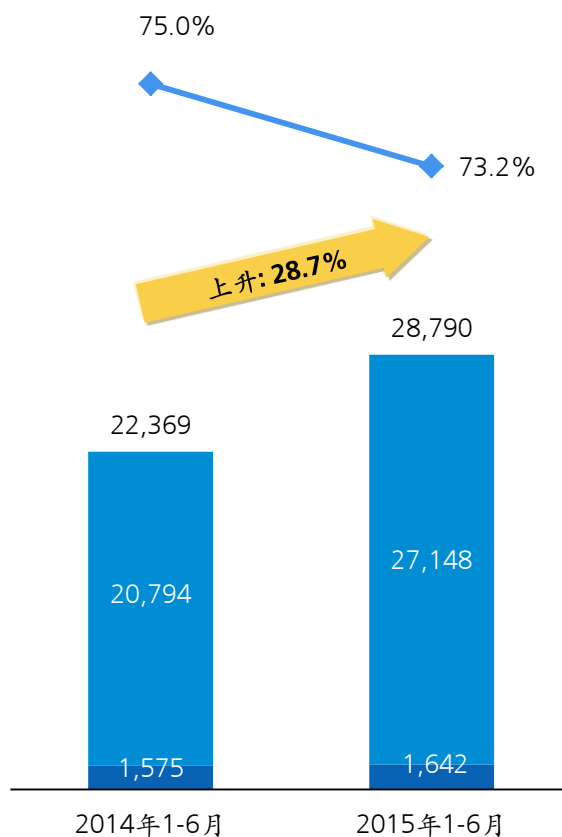
(百万元人民币)



■ 首年保费 ■ 续期保费
— 占总保费收入

银保渠道首年保费

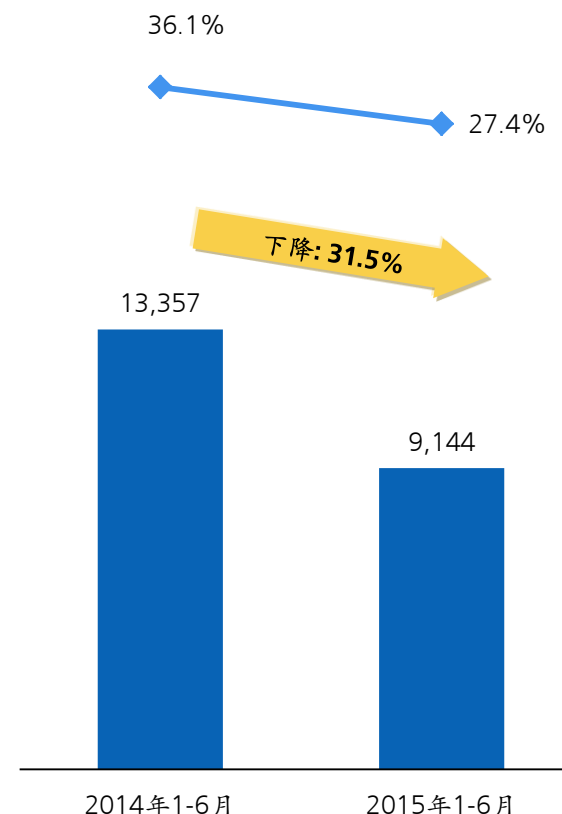
(百万元人民币)



■ 期交 ■ 趸交
— 占首年保费比

银保渠道续期保费

(百万元人民币)

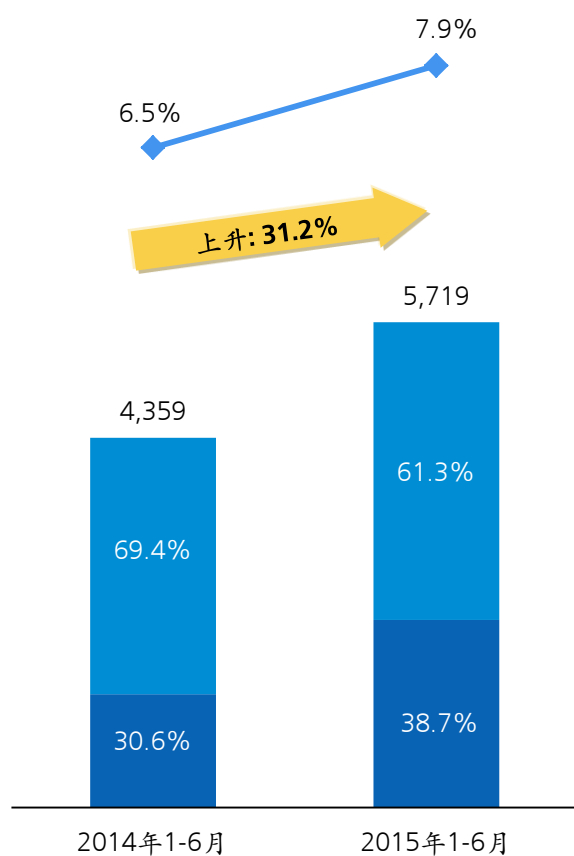


■ 银保渠道续期保费
— 占续期保费比

服务经营渠道：持续深化客户经营能力

服务经营渠道总保费

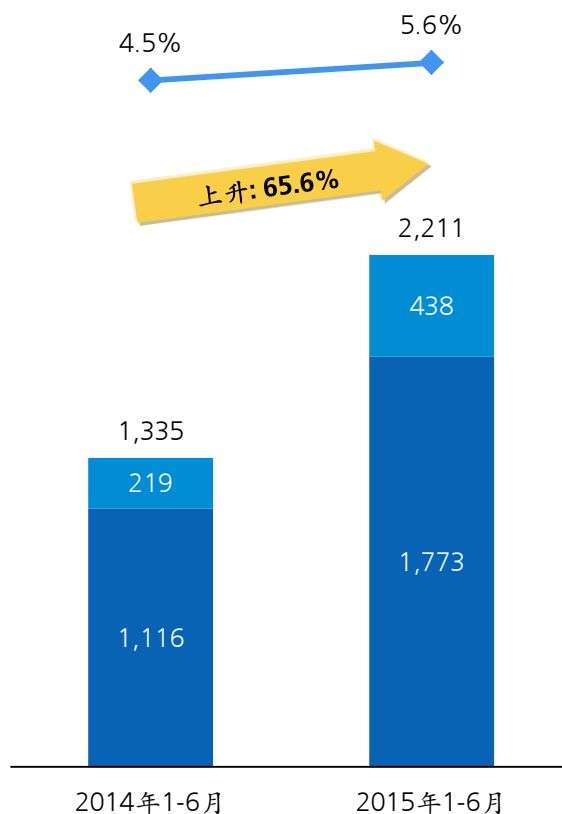
(百万元人民币)



■ 首年保费 ■ 续期保费
—— 占总保费收入

服务经营渠道首年保费

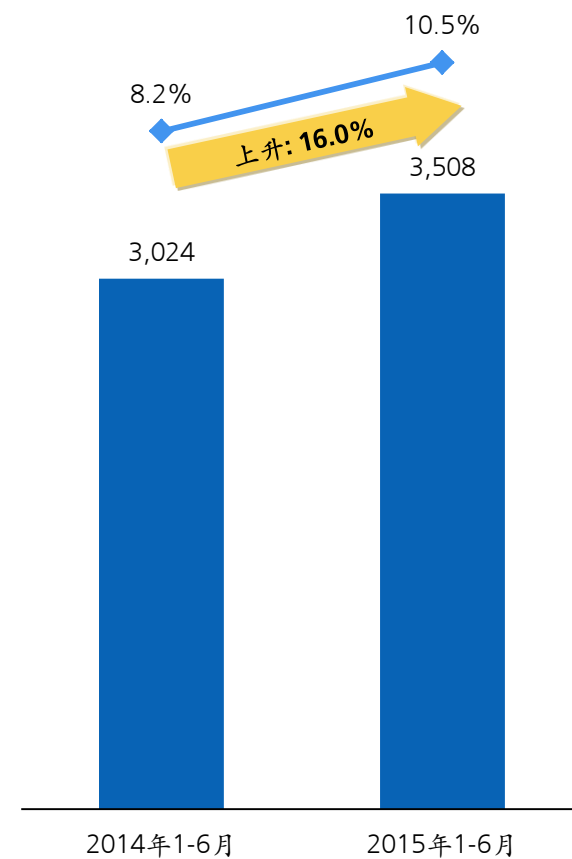
(百万元人民币)



■ 期交 ■ 趸交
—— 占首年保费比

服务经营渠道续期保费

(百万元人民币)



■ 服务经营渠道续期保费
—— 占续期保费比

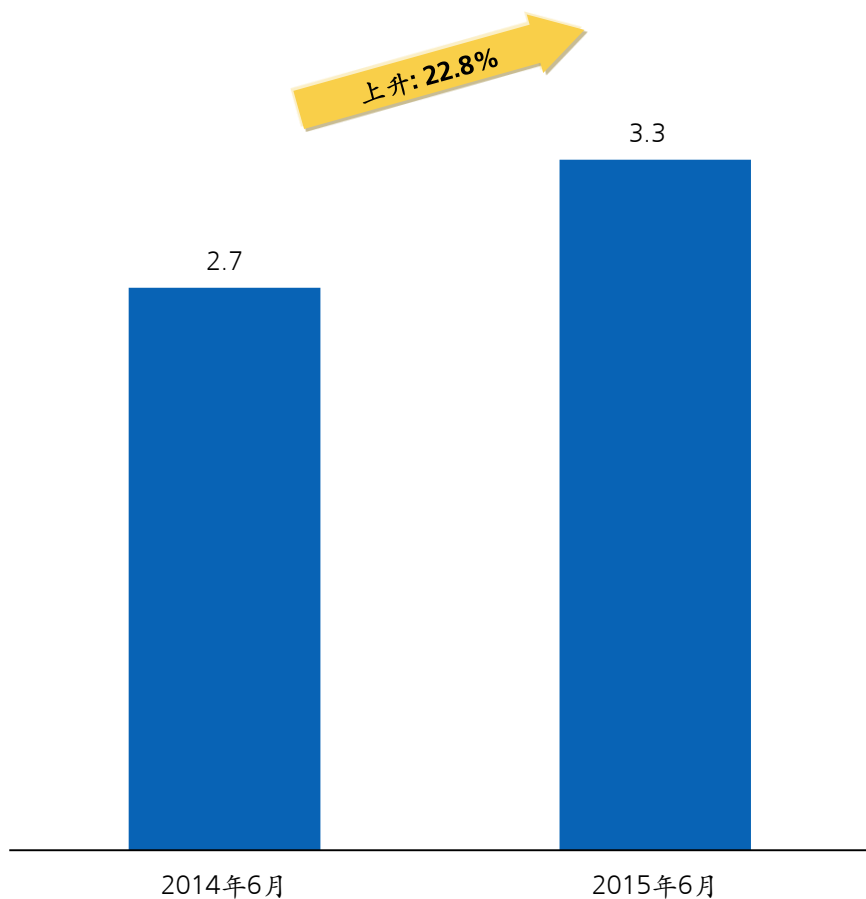
注：2014年起，服务经营渠道单独列示，各渠道保费数均做了相应调整，比较期间数据已按本期计算口径重新计算

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

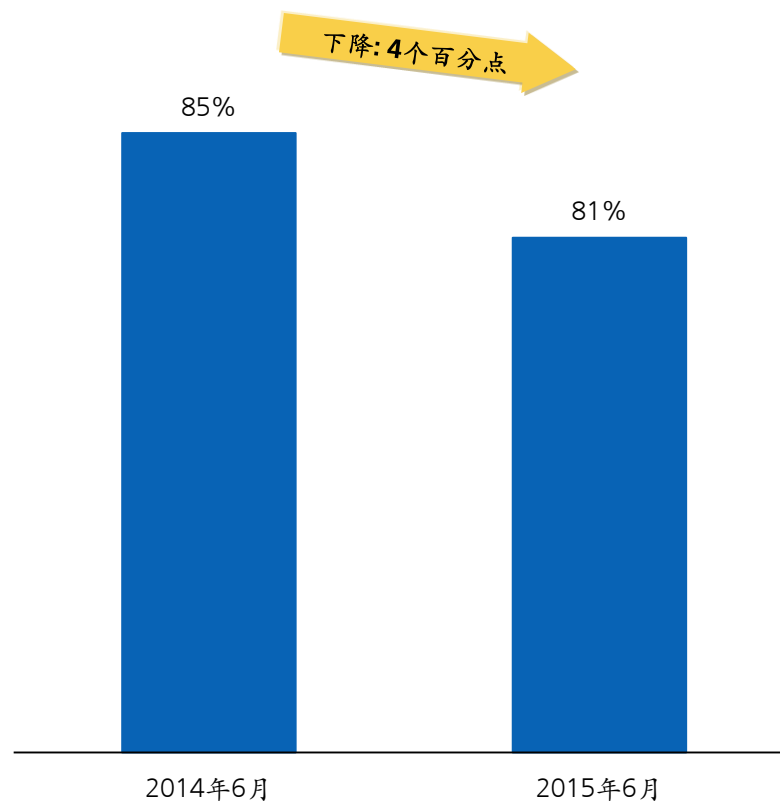
服务经营渠道（续）：队伍规模持续增长

服务经营渠道总人力

(万人)



服务经营渠道业务员实动率¹（月均）



注

1、实动率=统计期内实动人/平均在岗人数*100%，实动人是指统计期内在岗且出单有效件数一件以上（含一件），首年佣金为210元以上（含）的业务员人数

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



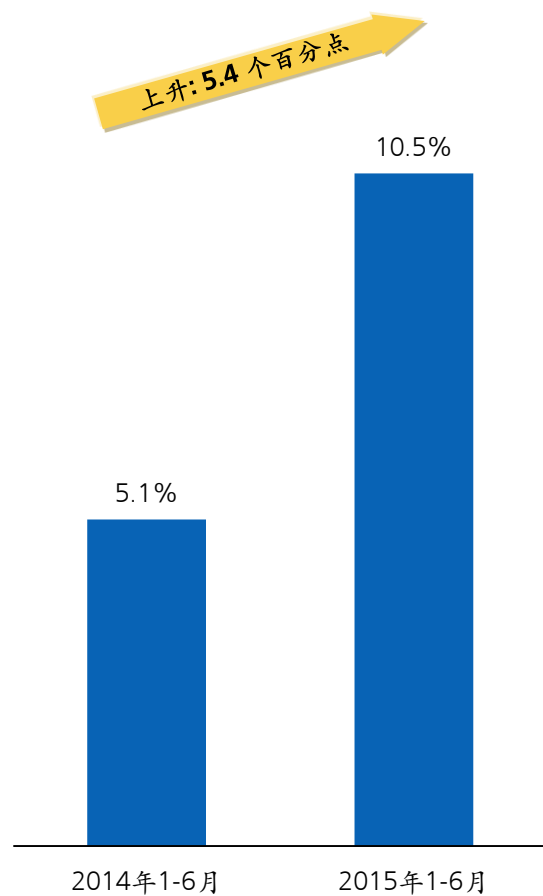
投资策略及投资表现：投资总收益水平显著提升

投资资产

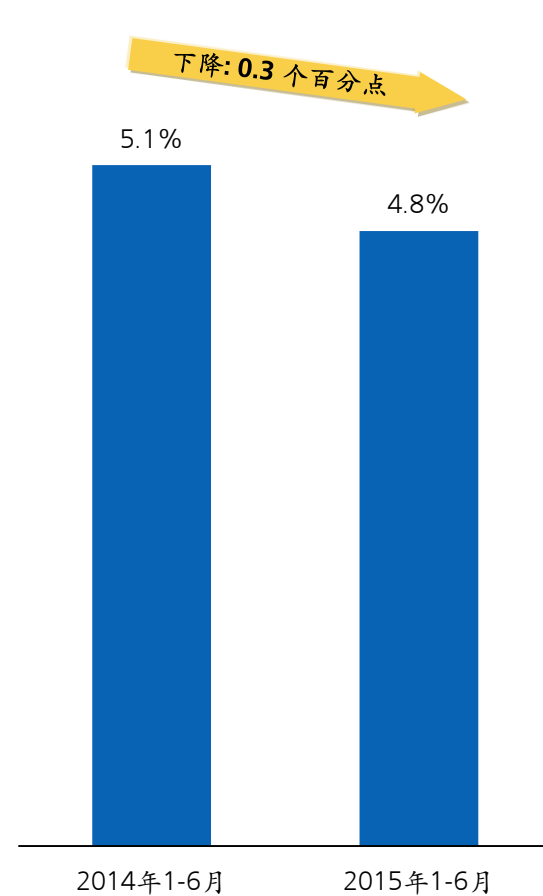
(百万元人民币)



总投资收益率 (年化)



净投资收益率 (年化)



投资策略及投资表现

资产配置结构大致稳定，股权类资产配置有所上升

投资组合

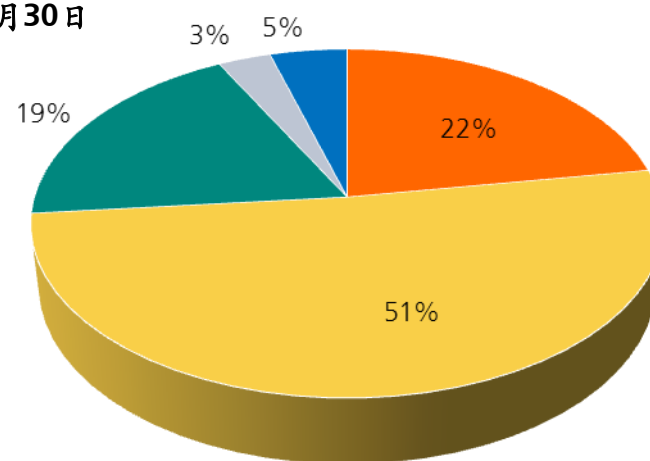
单位：人民币百万元	截至2015年6月30日	截至2014年12月31日	变化 (%)
投资资产 ¹	641,138	625,718	↑ 2.5%
定期存款 ²	143,748	167,297	↓ 14.1%
债权型投资	327,523	345,518	↓ 5.2%
— 债券及债务	229,205	237,403	↓ 3.5%
— 信托计划	49,282	59,475	↓ 17.1%
— 债权计划 ³	26,356	24,823	↑ 6.2%
— 项目资产支持计划	20,000	20,000	0.0%
— 其他 ⁴	2,680	3,817	↓ 29.8%
股权型投资	120,685	70,553	↑ 71.1%
— 基金	49,074	22,309	↑ 120.0%
— 股票 ⁵	49,067	34,141	↑ 43.7%
— 长期股权投资	9,636	10,150	↓ 5.1%
— 其他 ⁶	12,908	3,953	↑ 226.5%
现金及现金等价物 ²	19,920	14,503	↑ 37.4%
其他投资 ⁷	29,262	27,847	↑ 5.1%

注

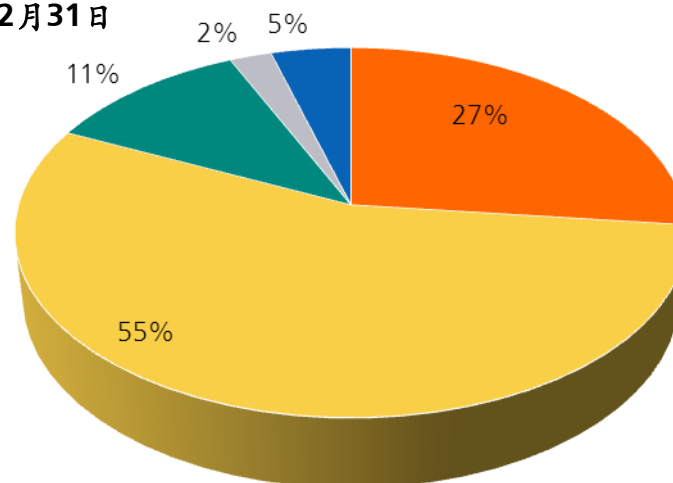
- 1、相关投资资产包含独立账户资产中对应的投资资产
- 2、现金及现金等价物含三个月及三个月以内定期存款，定期存款不含三个月及三个月以内定期存款
- 3、债权计划主要为基础设施和不动产资金项目
- 4、其他债权型投资包括资产管理计划和理财产品
- 5、股票含普通股和优先股
- 6、其他股权型投资包括资产管理计划、私募股权、未上市股权、信托计划和理财产品
- 7、其他投资主要包括存出资本保证金、保户质押贷款、买入返售金融资产、应收股利及应收利息等

各类资产占比图示

2015年6月30日



2014年12月31日



■ 债权型投资
 ■ 定期存款
 ■ 股权型投资
■ 现金及等价物
 ■ 其他投资

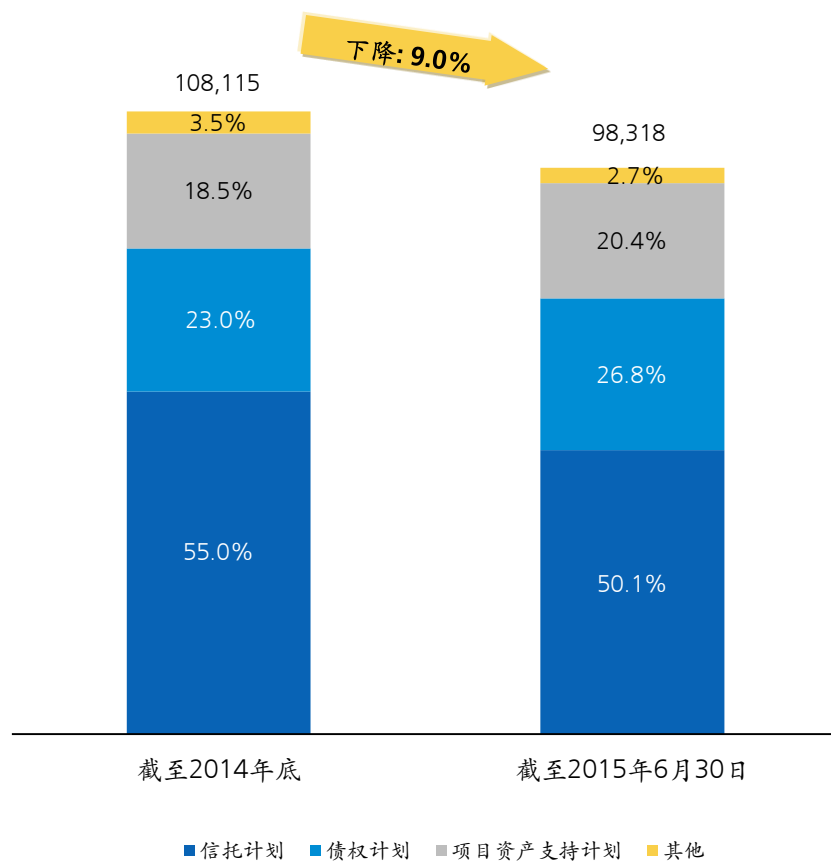
本文件仅限于特定范围使用，”免责声明“是本文件不可分割的组成内容

投资策略及投资表现

非标资产规模小幅下降

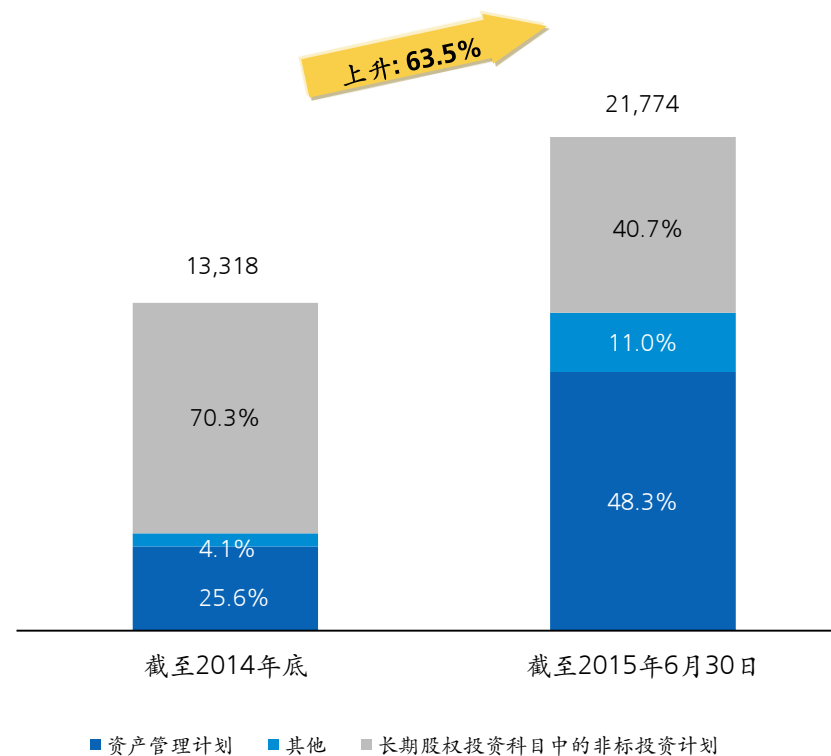
非标债权投资

(百万元人民币)



非标股权投资

(百万元人民币)



注

- 1、其他非标债权投资包括资产管理计划和理财产品
- 2、其他非标股权投资包括信托计划、理财产品和私募股权

议题

1

综述

2

保险业务

3

投资表现

4

内含价值

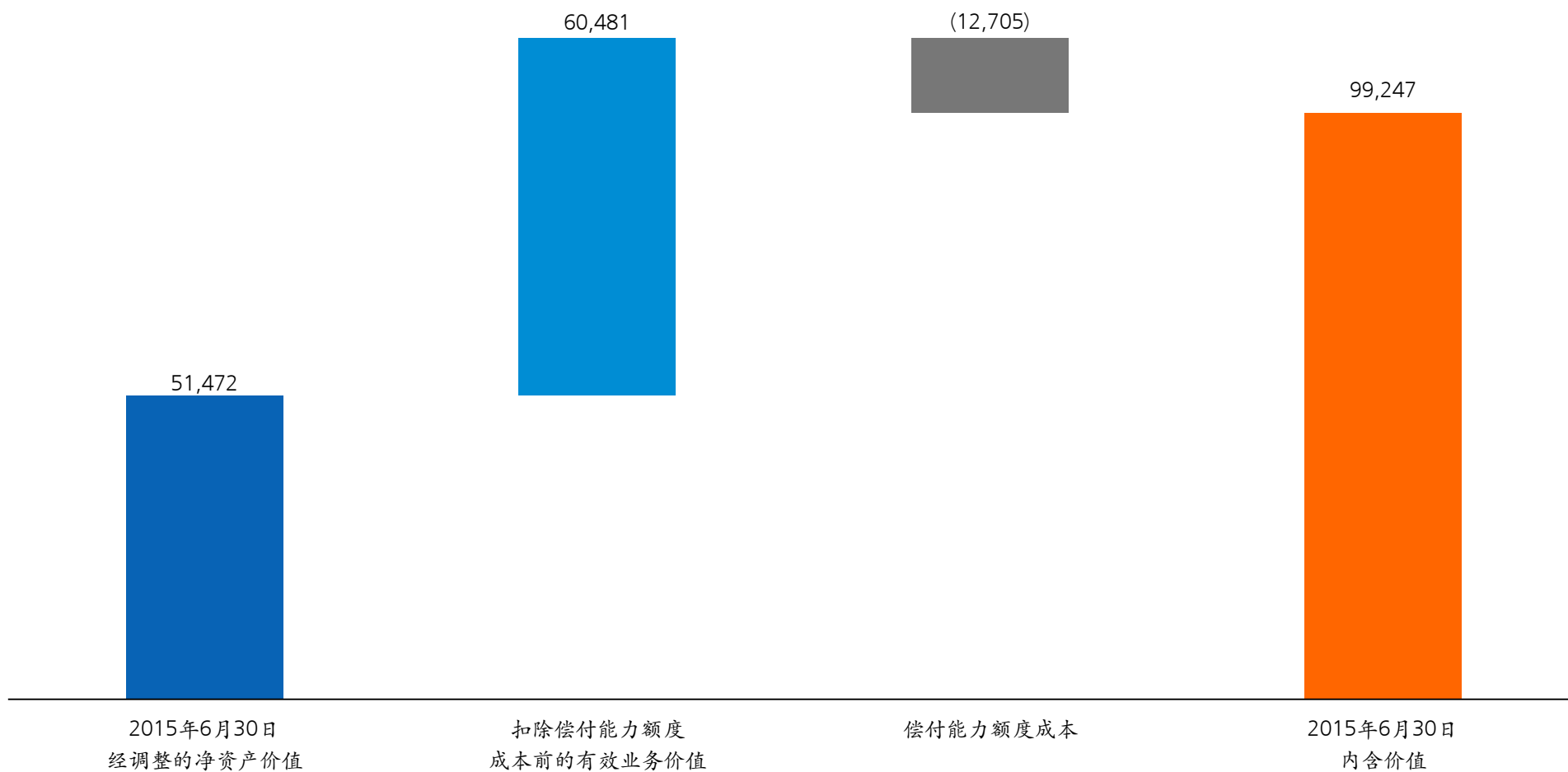
5

战略与展望



内含价值—构成分析

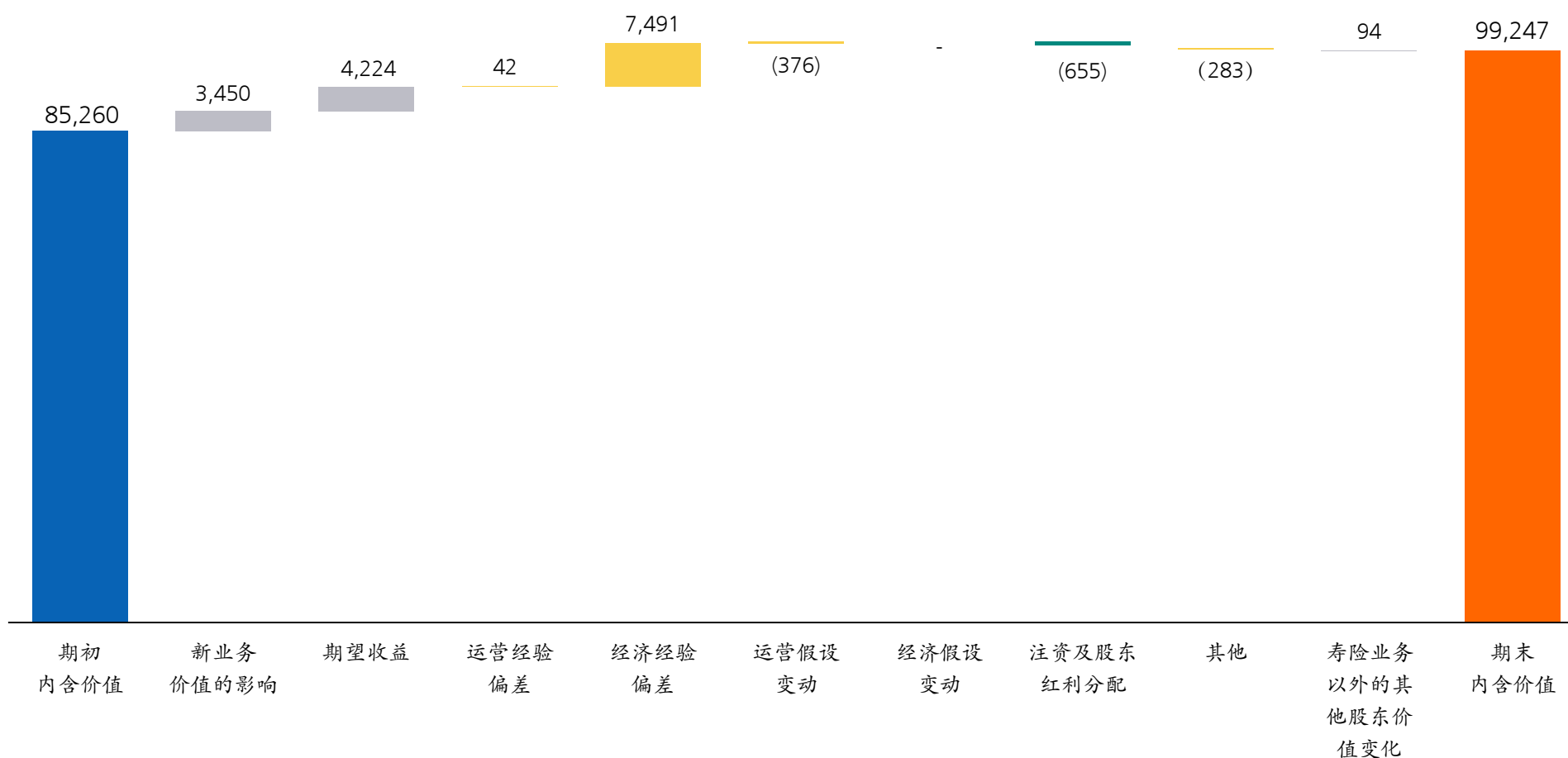
(百万元人民币)



注：由于四舍五入，数字合计可能与汇总数有细微差异

内含价值—变动分析

(百万元人民币)

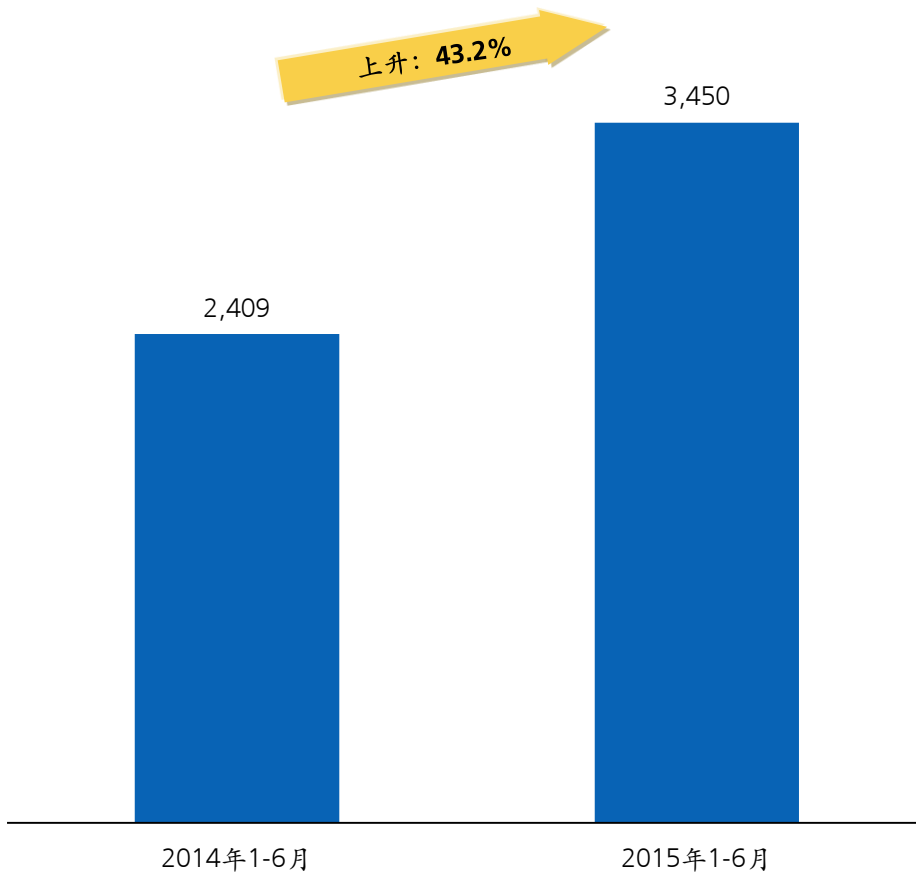


注：由于四舍五入，数字合计可能与汇总数有细微差异

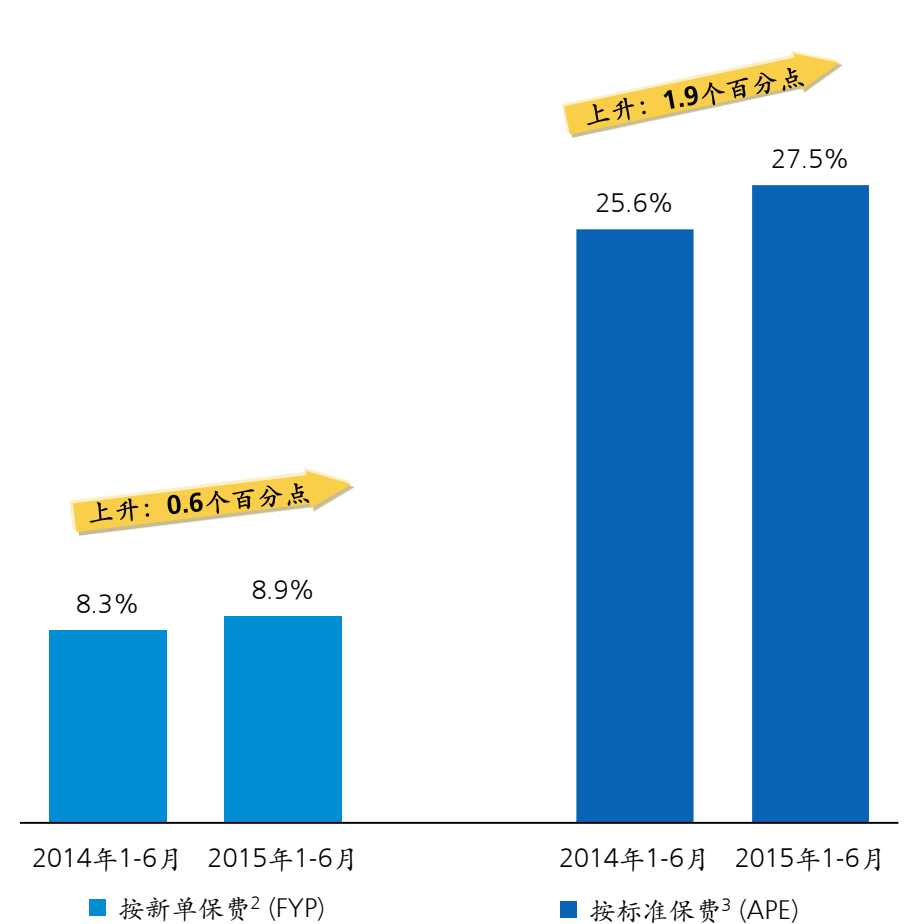
上半年新业务价值

上半年新业务价值¹

(百万元人民币)



新业务价值利润率

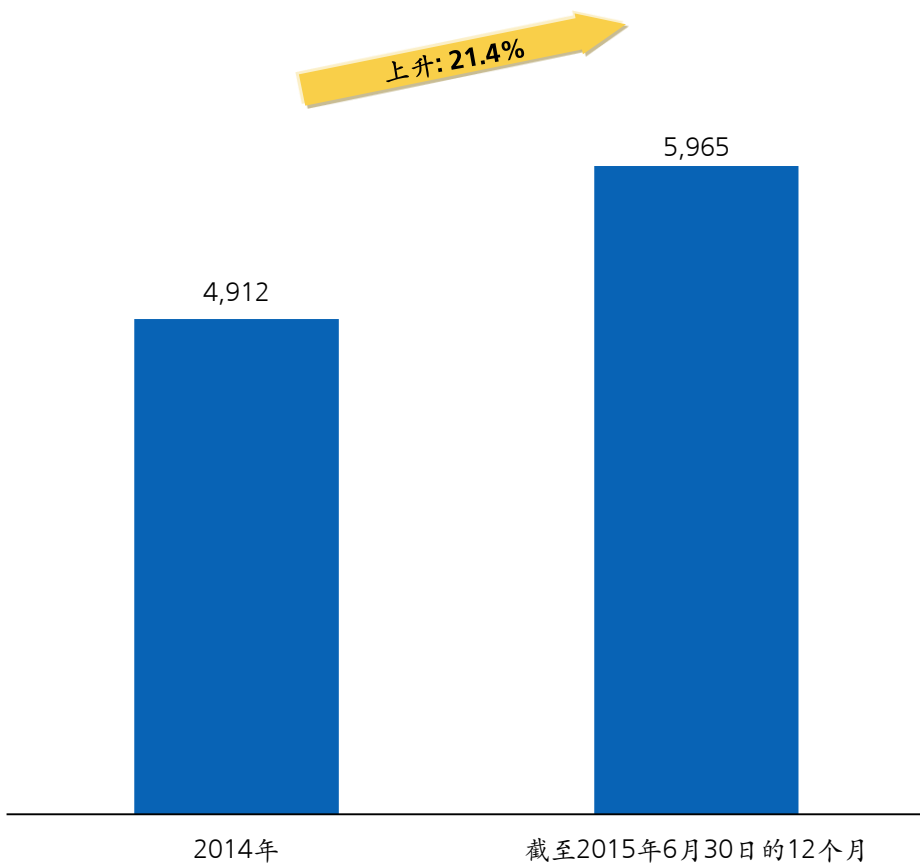


注:
1. 2014年6月30日的上半年新业务价值基于2014年12月31日的假设重新计算
2. 按新单保费新业务价值利润率 = 半年新业务价值 / 用来计算内含价值的首年保费
3. 按标准保费新业务价值利润率 = 半年新业务价值 / (100% * 用来计算内含价值的首年期交保费 + 10% * 用来计算内含价值的首年趸交保费)

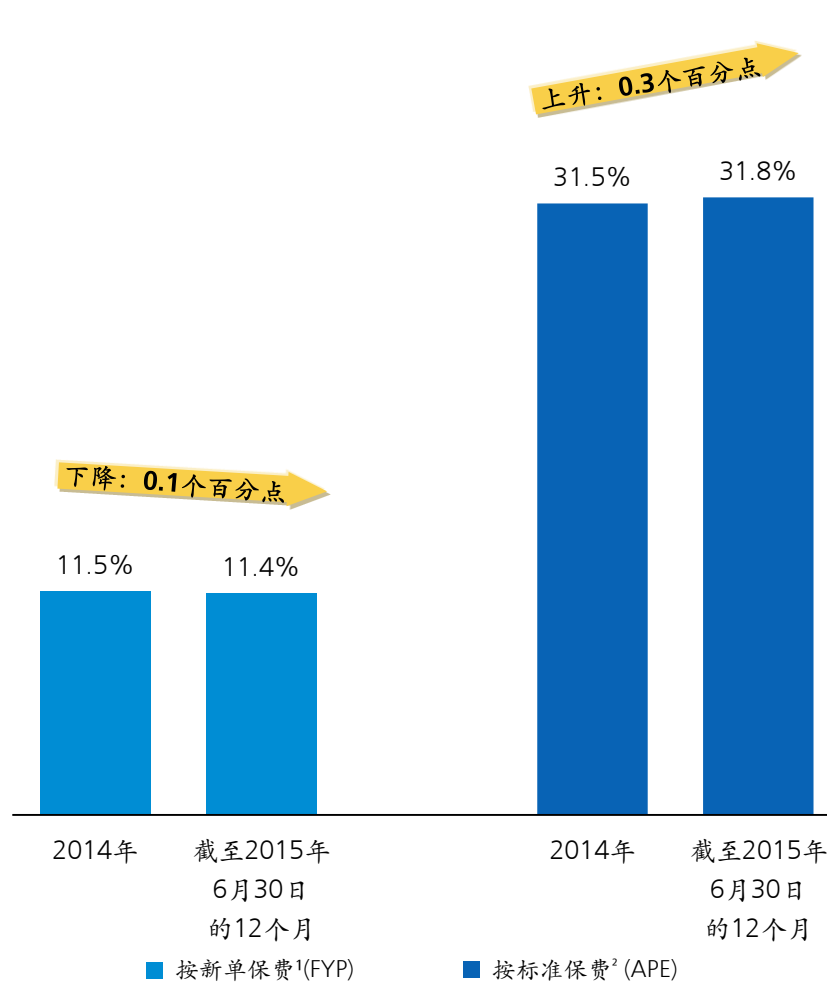
一年新业务价值

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 / 用来计算内含价值的首年保费

2.按标准保费新业务价值利润率 = 一年新业务价值 / (100% * 用来计算内含价值的首年期交保费 + 10% * 用来计算内含价值的首年趸交保费)

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



宏观形势

- ▶国内环境：经济新常态、利率下行及投资收益波动
- ▶寿险公司：专业优势充分体现，保险产品吸引力不断提升

政策利好

- ▶个税递延养老政策和促进商业健康保险业发展的优惠政策等保险新“国十条”配套政策逐步落实，民生保障领域将释放出新的发展空间，市场需求将有所扩大

行业发展

- ▶寿险公司近年聚焦营销员渠道发展，队伍总量达到历史高点，绩优人力维持高位，产品运作不断加强

未来挑战

随着保险费率市场化等改革的进一步深入，市场竞争将更加激烈，竞争焦点集中在产品创新和服务创新上，提高应对能力，加强精细化管理，提升客户体验是当务之急

发展对策

继续坚持“以客户为中心”的战略转型工作，以业务发展为核心，逐步完善客户全生命周期体系建设

通过强化人力发展、产品运作、运营管理和风险控制等方面，促进公司业务健康可持续发展

在全价值链开展数字化营销，实现营销精准化，提升效率、节省成本的同时改善用户体验

队伍建设

- ▶ 坚持“健康人海”战略，推进人力发展和产能提升的双轮驱动
- ▶ 通过基础管理平台建设加大内涵式组织发展，实现人力跨越式增长

产品运作

- ▶ 巩固年金险销售
- ▶ 适时推出新的健康险系列产品，提高产品竞争力，优化产品结构

体系完善

- ▶ 完善运营服务基础体系建设
- ▶ 推行量化指标管理，提升服务效率，创造新华服务品牌

管理控制

- ▶ 从产品到销售，从前端到后线，从总部到基层，从考核到管理等加强全面风险排查工作，以销售误导治理为核心，严格排查和流程管控，开展可疑业务数据提取与分析工作，强化品质管理和风险控制



NCI 新华保险

关爱人生每一天

Q & A

