

# 3.5%，再见

# 这类保险要不要抢“上车”

羊城晚报记者 程行欢

“保险产品预定利率将下调至3%”，这一年年初就开始广为流传的消息，近期终于要迎来落地执行。虽然公开文件尚未发布，但大部分产品已经陆续下架，记者从多方获悉，多家保险公司近日已接到相关管理部门窗口指导。有保险中介表示，已收到来自15家险企的40多款产品下架通知。保险预定利率为何要下调？这种调整会带来哪些变化？消费者要不要抢搭“末班车”？

## A「炒停售」火爆行情再现

近期，“3.5%预定利率的人身险产品最迟将在7月31日退出市场”的消息不脛而走。消息称，8月起，人身险新产品普通型、分红型人身险的预定利率上限将分别调整为3%、2.5%，万能险最低保证利率不能高于2%。

对于这一传闻，记者多方了解获悉，多家险企近日已接到相关管理部门窗口指导。“从消息释放到最终下架，中间只有12天，咨询量和购买的人突然多了起来。”一位刚入职保险公司的业务员告诉羊城晚报记者，这两天生意特别好做，因此到月底是个冲刺业绩的最好时机。很多客户都在这个时间节点提前下单，提前释放了需求，“甚至不乏巨额保单”。她表示，由于相关产品预定利率下调主要是对未来预期理财收益有影响，而这一部分客户的理财资金相对充裕，受此影响，市场的热情瞬间被点燃。因此，不少保险公司业务员业绩在7月底都突然纷纷走高。

寿险产品预定利率下调，产品要下架，抢搭末班车倒计时引发热销。事实上，如果将时间线拉长，保险业“炒停售”这种景象也似曾相识。2019年，寿险产品预定利率上限从4.025%下调至3.5%，当时也引发了一波销售热潮。“抓紧上车”成为保险销售最常用的词汇，而一张张产品收益表格带来的数字差距，也同样带动了大众的购买热情。此后，虽然这一利率降到3.5%，但与银行储蓄产品相比，储蓄型保险的利率水平仍代表着较高的长期收益保证，再加上保险“保障”的功能，由此成为稳健型理财产品的代表，一跃而成为市场的宠儿。

## B 预定利率下调有何影响？

那么，保险产品预定利率为何要下调？

预定利率是保险公司在设计长期保险产品时的一个假设参数，在产品定价时，根据公司对未来资金运用收益率的预测而为保单假设的每年收益率。在市场利率下行的预期背景下，现在销售产品有较高的利率，可能会为将来几十年后保险公司的兑付带来风险。通俗地讲，就是保险公司长期投资收益率已经很难达到3.5%，因此停售相关较高预定利率产品，有助于保险公司防范长期经营风险，有助于行业持续发展。

根据一些机构测算的结果，这次保险产品预定利率下调到3.0%之后，终身寿险、年金险、健康险、两全险和定期寿险等长期保险的价格预计都会上涨，对应的毛保费（真正的保障成本）涨幅分别为19.5%、18.4%、16.4%、7.5%和3.5%。而从利率敏感性（未来涨价幅度来看）来看，则是终身寿险>年金>重疾>两全>定期寿险这

一顺序。

对于普通消费者来说，这意味着两个变化：一是储蓄型保险的收益会变低，二是在同样保障责任下的保险产品，保费会上涨。

不妨以目前已经报备的某3.0利率产品进行演示，来对比调整前后的收益差别。以30岁女性，5年交、年交10万元为例，在保单年度10年、20年、30年、40年、50年、60年、70年，3.5%利率对应的现金价值分别为75060元、842365元、1188240元、1676130元、2364350元、3335150元、4704555元；而3.0%利率对应的现金价值分别为588030元、789890元、1061540元、1426620元、1917200元、2576330元、3461560元。时间拉得越长，收益的差距就越大。

另一方面，则是价格的变化。对于同样保障责任的产品来说，因为相关利率降低，必须用涨价来抵御未来的兑付风险。根据业内测算，产品预定利率从3.5%降到3%，预计成

人重疾险价格将要上涨15%左右。目前市场上高性价比的成人重疾险保费每年在5000元左右，利率变动后每年可能要多交600元，而少儿重疾险因时间跨度更长，价格可能会上涨30%左右。

## C 消费者该怎么选？

对于一般消费者来说，看到类似保险产品将停售的消息，第一反应可能就是“要不要上车”。实际上，对于寿险、重疾险这类保障性保险来说，无论预定利率是否下调，业内专家都是建议尽早投保。这是因为，保险是一个家庭责任与保障的刚需，并且承保条件会随着年龄和健康的状况不断变化，仅从年龄这一条件变化来说，年纪越大，价格越高保障越难，这是个铁律，甚至会出现因身体健康原因而被拒保的情况。“保险的最基本功能是保障，因此利率并不是决定性因素。”一位大型寿险企业人员告诉记者，尽早配置则可以尽早保障。

而对于有养老和投资需求的个体来说，目前3.5%的利率已经是目前稳健型理财产品中天花板一样的存在，如果消费者手头有未来长期不用的闲钱，可以根据个人需求来进行资产配置。例如，预定利率3.5%的增额终身寿险，后续用于养老、子女留学等，是不错的资产配置工具。即使降到3%，依然跑赢大部分银行理财产品。

在市场利率下行的预期背景下，未来保险产品预定利率

还可能进一步下调。至于消费者究竟怎么选，还是回归需求本身。寿险、重疾险属于基础保障，如果还没完善，就应早点“上车”。如果有攒钱需求，不管是想要配置中长期稳健资产，想准备教育金、养老金，还是有特殊的需求（如债务隔离、资产保全、财富传承等），也都可以考虑做相关配置。但是如果已经自身保险配置齐全，或者本身也没有闲钱，则没有必要为了“上车”而“上车”。简单地说，短期的保险产品，这点利率的波动带来的影响可以忽略不计。如果有长期储蓄养老打算，此类产品带来的收益差距，则会随着时间拉长而越来越大。消费者可以根据自己情况酌情考虑。

当然，保险新发产品都是根据经济条件和市场条件而变化。当市场进入加息周期后，保险产品的预定利率也会有相应的新变化。当前，普通型人身险产品预定利率即使降到3.0%，仍高于分红险预定利率和主流万能险的保证利率，也高于市场上大部分稳健型理财产品。随着收益不确定性的增加，预计未来在保险市场上，更多低保证但高浮动的产品会增多，例如分红险。



图/视觉中国

## 码上就看

杜绝虚假宣传  
医美机构不得制造“容貌焦虑”



大涨26.69%!  
大众50亿元入股小鹏



一个网点就能覆盖客户生活的吃喝玩乐等周边，在银行网点就能了解祖国航空航天的发展历程，通过网点就能链接起百余项政务服务……一个小网点，是如何发挥大能量？当一系列便民举措成了银行网点的标配，建设银行广东省分行给出的网点升级改造的新路径，围绕新金融“开放共享”的理念，在保持网点综合性对外服务功能的基础上，以客户视角，运用数字化、智能化、平台化的工具和手段，实施差异化经营和管理，形成了独具专业优势和品牌特色的金融服务“港湾”。



金融力量服务高质量发展

特色网点·看“建”

文/戴曼曼 图/受访者提供

践行金融新理念，探索金融新业态，让小网点发挥大能量

# 广东建行持续探索特色网点建设路径

## 1 数字化转型 打造智能化银行服务

数字化发展带来个性化服务，也为银行业的金融服务创新抢得先机。广东省首家沉浸式建行生活馆便在中山石岐支行落地生根。

“快去建行，听说那里开了家建行生活体验馆，有好多优惠活动！”在线上下一体化的经营模式下，运用建行生活等数字化手段赋能市民消费新场景，建行中山石岐支行成为了附近居民热爱的“打卡点”。

立足石岐支行硬件条件，该行在客户显眼位置融合“建行生活”VI宣传元素，包括在引导分流区、客户等候区、智能服务区等，整体布局的协调统一，让每位进入网点的客户仿佛置身于“建行生活”橙色海洋当中。

这片橙色背后，连接起了客户周边的生活，也让他们得到了真实惠。在网点智慧展示屏上，除了播放建行生活优惠活动、附近商户优惠信息，客户还可以点击了解优惠详情增强互动服务体验，在“建行生活”APP上使用优惠下单后，可以直接在体验馆内立即自提购买的商品，让“建行生活”从虚拟应用变成沉浸式体验，实现“线上优惠”+“线下自提”的一站式购物。

数字经济以数据资源为关键要素，具体在网点方面，建行广东省分行通过这种数字化、智能化的资源信息共享方式，不仅惠及了网点客户，也成功帮助周围的商户引流。据最新数据，目前通过建行中山石岐支行入驻建行生活的商户已超150家，累计实现2.5万余笔188万元的线上交易额，建行生

活精品馆有效连接银行网点、客户、商户三方，形成良好的生态循环。

通过线上线下融合联动，建设银行广东省分行正逐步推动网点向轻型化、智能化、场景化转型。另一个生动的例子就是建行佛山文华北路支行。面朝珠三角地区规模最大、汽车品牌最集中、功能较齐全的汽车销售市场之一的华南汽车城，文华北路支行积极探索银行创新业务发展模式。

作为广东首家“汽车主题”银行网点，数字化经营理念贯穿于佛山文华北路支行“汽车主题”银行网点。结合互联网技术，网点引入3D看车在线展示功能，客户可以在网点体验360度看车、选车以及预约试驾功能，了解各个品牌车型的性、价、质等信息。增设电子广告屏、九联智能屏，现场滚动播放实时金融资讯、产品介绍、用车养车等相关信息，从看车、买车到养车，享受一站式服务，全方位体验“车主生活”。



▲珠海航空新城支行里的飞机模型



▲建设银行广东省分行珠海航空新城支行

►珠海航空新城支行随处可见的航空元素

## 2 主题化建设 让网点充分发挥特长

巨大的航天大事记连环图印在支行外墙，走进营业厅，蓝白主题色调下，现代感与科技感扑面而来，航空母舰甲板状的引导台、模拟航空舱柱体空间设计的沙发、火箭整流罩式的私密网银台，让人仿佛置身迷你航空航天馆。

这个暑假，珠海航空新城支行凭借别具一格的装修风格和无处不在的航空航天元素迅速出圈，吸引了不少航空迷前来打卡，“航空+”的特色更让网点“收获”了一批珠海航空产业及上下游企业。

“分行在打造珠海航空新城支行时，将金融服务与航空航天行业有机融合，布局及空间设计紧紧围绕‘航空航天主题’元素，很好地融合新金融发展理念。”建行广东省分行相关人员介绍。

近年来，珠海航空新城支行积极打造了与区位优势及企业特征相匹配的“航空+金融”主题特色网点，立足珠海航空

金融市场定位，利用建行的优势产品，不断扩大周边航空航天产业链的服务范围，逐步探索出一条特色经营道路。

值得一提的是珠海机场综合交通枢纽项目。作为珠海航展的载体及粤港澳大湾区重要交通枢纽，珠海机场改扩建工程被提上日程，在项目前期筹备阶段，支行凭借项目用地预审、立项及环评批复等依据便为项目及时提供8亿元前期贷款，不仅确保施工资金充足，长达3年的贷款周期更有效缓解了企业的还款压力，帮助当地航空航天事业顺利“腾飞”。

让每一家网点最大限度发挥出自己的特色，这是当前建行广东省分行推进基层机构数字化经营“建生态、搭场景、扩用户”转型的理念方向，网点找准本地资源优势，差异化、专业化打造服务主题，在提高服务质量的同时也提升了价值创造力。



## 3 平台化服务 便民金融有温度

“打破传统金融的服务壁垒，打通服务党员、群众‘最后一公里’，这里是全国首个由国有商业银行和地方政府党委共建的大型党群服务中心——广州越秀支行。通过构建党建、政、银互联互通服务网络，引入民生、政务服务场景，实现党政银共治社区，广州越秀支行成功打造广东省新金融民生服务的前沿窗口和模范窗口。”

走进支行营业室的营业大厅，占地约200平方米的白云街道综合保障中心和羊城家政基层服务站映入眼帘，党日活动、党内实训、民生政务、企业开办、人才扶持、住房金融、普惠金融等各类“金融+非金融”服务一站触达。作为区政务服务大厅的服务延伸，综合保障中心主要提供来穗人员和出租屋管理等业务办理。以此为切入点，网点进一步丰富了建融家园平台和建行住房租赁业务，为来穗人员提供住房安居全流程服务。

“广州市的三维数字地图，作为外地人初来乍到广州，一目了然，真的很方便。”来到这里办理业务的汪先生表示，网点提供的数字地图直观形象地提供居民住房大数据查询，从城市到区域，从楼栋到楼层单元多层次都有3D互动体验，还可以实现广州公租房房源VR看房。

通过现场银行人员的讲解，汪先生了解到不仅可以租房体验一站式服务，买房同样可以。广东省分行与广东省住房和城乡建设厅联合打造的广东省“数字住房（粤安居）”一体化平台，为到网点消费者VR看房、签署合同、缴交定金等一系列交易行为提供便捷支持。

据了解，该网点目前已累计承办各类培训、活动近3000场，服务党员群众超15万人。而放诸全省，建行广东省分行在全辖推出的“百项政务服务进网点”STM政务服务更是达640余项，服务用户超730万人次。智慧政务进网点惠民的背后，是依托金融科技力量，通过数字化经营手段与政府端的高效联动，实现数据信息共享和服务价值拓展。

善建者行，善者建行。近年来，在建行总行社区生态圈建设运营和线上线下融合的指引下，建行广东省分行将生态化与线上线下协同发展理念融入到了特色网点建设，持续围绕新金融“普惠、科技、共享”特性，在全省推出教育、绿色、汽车、乡村振兴、消费金融、普惠等超60家各具主题特色的网点，在服务经济社会发展的同时，为自身数字化转型拓展了更广阔的空间。