

春至万物生 理财正当时

一年之计在于春,春天正是播种的季节,辛勤播种然后静待秋收。如此万物生长的季节,理财也应提上日程,本周本报为您推荐多家银行产品,赶紧来看看吧!

■记者 杨露露



中信银行
CHINA CITIC BANK

中信银行十堰分行

中信银行人民币理财,(稳信+)安盈象固收稳健一年封闭式,业绩比较基准3.9%,(稳信+)安盈象固收稳健两年封闭式,业绩比较基准3.5%,安心+安盈象固收稳健1年封闭,PR2级;私

中信银行:有温度的银行

行份额业基3.95%;100万元起,额度不限。

安心+安盈象固收稳健两年封闭,PR2级;业基3.5%;100万元起。

定期存款,3年5万元起,利率3.25%,2年5万元起,利率2.55%。

薪金煲天天利,起购金额1万元,最短持有1天,7日年化收益率1.9%。

地址:北京北路111号汇城大厦/人民南路40号/公园路103号/江苏路8号

咨询电话:8106678



中信银行



中国银行
BANK OF CHINA

中国银行十堰分行

中行税易贷 助小微企业经营周转无忧

“税易贷”是中国银行针对纳税申报良好的小微企业推出的一款信用贷款产品,该产品以客户增值纳税税额为依据给予一定

信用额度,客户通过线上渠道自主申请,在线获取预授信额度。

贷款额度:最高50万元。

贷款利率:3.85%。

还款方式:随借随还,按日计息。

联系方式:刘经理

13986918818



中国银行



中国农业银行
AGRICULTURAL BANK OF CHINA

中国农业银行十堰分行

下载农业银行掌银APP 享1元砍价、1元洗车、半价美食等福利

砍价活动时间为3月8日至3月31日,活动仅限手机银行注册地为十堰农行且手机号码为十堰地区的客户。活动方式:微信扫码跳转直达,或者登录农行掌银一城市专区(定位十堰)一智慧生活一十堰智享生活一砍价会场。

兔年大大吉,百分百中奖。活动时间从即日起至3月31日。湖北地区掌银注册客户可免费参与抽奖,随机赢取微

信立减金优惠券奖励,每邀请一个好友参加可得2个积分,积分可兑换微信立减金。活动方式:扫码直达或者登录农行掌银一城市专区(定位十堰)一羊毛口袋一兔年大大吉、百分百中奖。

信用卡1元洗车活动方式:关注农行湖北分行微银行公众号一微生活一信用卡一1元洗车。信用卡周二8折,天天9折。话费充值、中

石化加油卡、京东E卡周二8折,每天9折抢购。活动方式:关注农行湖北分行微银行公众号一微生活一信用卡一周二8折,每天9折。

信用卡周末半价:书亦烧仙草、肯德基、元祖食品、都可、茶百道、星巴克、麦当劳、瑞幸咖啡半价购代金券,活动方式:农行掌银一信用卡一热门活动一周末半价。

详情可咨询全市各农行网点



中国农业银行

(理财非存款 产品有风险 投资须谨慎)

超七成险企赔付率不足50%

健康险赔付率引发广泛讨论

近日,随着主要上市保险公司年报数据公布,个人短期健康险最新赔付率也陆续出炉。截至3月20日,已有130多家险企披露了2022年个人短期健康险业务整体综合赔付率。从公布的数据看,赔付率的中位数为37%,有超七成的险企赔付率不足50%,但仍有9家险企超过了100%的红线,甚至有个别险企赔付率出现负数。

赔付率是健康险产品的重要经营指标

赔付率是指一定时间内赔款支出与保费收入的百分比,可以间接衡量某类保险产品或保险公司的盈利水平。与此同时,市场上关于短期健康险赔付率高低的讨论声不绝于耳。有观点认为,赔付率高一些比较好,可以更多让利于保险消费者。也有观点认为,赔付率低一些才更科学,体现了险企的产品开发能力和综合盈利能力。

根据银保监会发布的《关于规

范短期健康保险业务有关问题的通知》,保险公司须不晚于次年2月底前披露上一年度赔付率指标。这说明赔付率是健康险产品的重要经营指标,监管部门对于短期健康险的依法合规经营持续关注,引导保险公司做好客户服务工作,真正满足人民群众健康保障需求。

对于健康险产品赔付率应有全面科学的认识,需要结合险企的业务模式、产品结构、行业规模等综合判断。不宜一把尺子量到底,简单用赔付率高好还是低好来进行判断。

从保险公司的规模角度来看,大中型公司和小型公司的健康险产品赔付率呈两极分化态势。对于中小险企而言,保单规模往往比较小,即便经过再保险的分保,整体风险仍难以分散,这必然会导致相关产品的赔付率畸高。因此,如果一家险企的整体赔付率持续保持高位,说明这家企业在长期稳健经营方面还有待提升,需要进一步做好风险管理。而一些中大型公

司由于产品丰富,风险也比较分散,会使得赔付率保持在适度水平,但如果赔付率过低,则说明产品设计有缺陷,未能实现“保险姓保”的定位,也应该在经营中调整业务模式。

保险公司应在产品差异化设计上下功夫

从业务形态角度分析,短期健康险属于人身险业务,寿险公司在定价、营销、投保、理赔等方面拥有天然的优势,产品赔付率相对较低。财险公司经营健康险业务的时间较短,大数据积累、产品定价、代理人渠道等方面有所欠缺,因此整体赔付率容易升高。不过,也要看到财险公司在短期健康险的产品设计、迭代速度方面具有独特的优势,在获取市场份额、普及保险理念方面采取了不少积极的尝试。

保险公司的经营指标是多元的,仅凭赔付率一项,并不能全面反映险企的盈利能力和经营情况。例如,在“百万医疗险”推出之后,不

少公司把更多资源和精力放在如何更多获得客户上,势必会消耗更多的销售费用。正所谓“羊毛出在羊身上”,如果销售费用持续增加,客观上占用了保险产品的理赔和服务资源,不光消费者的体验不佳,保险公司还可能陷入赔了保费又赚不到口碑的尴尬境地。

此外,如果当年的投保人群中年轻人和健康人群较多,会在一定程度上拉低产品的赔付率。而随着产品迭代和投保人群结构变化,赔付率也会出现波动。

从长远来看,健康险产品整体增速虽然有所放缓,但是无论是“惠民保”还是“百万医疗险”,都已经成为公众认知度很高的健康保险产品。保险公司应该在产品差异化设计上更多下功夫,根据赔付率数据科学厘定费率,为公众提供更丰富的健康险产品。与其在产品推广上做多营销费用,不如在健康管理上做好风险减量服务,进而提升利润水平,才是经营好健康险产品的正确路径。

据《经济日报》