

万亿分红险考验险企“平衡术”

中经记者 樊红敏 北京报道

在低利率的行业大背景下,人身险行业产品结构正在发生深刻变化。最新行业数据显示,今年上半年,分红险原保险保费收入已突破

分红险主导地位确立

分红险占人身险业务比重达 35.2%,为 2015 年以来高点。

中国保险行业协会公布的同业交流数据显示,今年 1—6 月,行业实现分红险原保险保费收入达 10126 亿元,已超 2024 年全年的 7659 亿元和 2025 年全年的 9042 亿元,同比增长 94.4%。同期,人身险公司实现原保险保费收入 2.87 万亿元,同比增长 3.6%。分红险占人身险业务比重达 35.2%,为 2015 年以来高点。据申万宏源统计,2026 年一季度,54 家寿险公司披露的前五大主

险企态度分化

“一旦公司为了维持竞争力透支特别储备或保持较高红利水平,实际负债成本并未真正下降,反而可能形成新的隐性刚兑。”

根据行业研究机构统计,今年上半年,披露相关数据的 50 家险企中,有 5 家公司前五大产品均为分红险产品,另有 7 家公司前五大产品中未见分红险。记者从业内了解到,这种分化源于企业核心禀赋差异,包括投资能力、资本偿付能力、渠道与客群、历史负债等多方面的差异。以分红险资本消耗对险企业绩的影响为例,记者注意到,中华联合人寿 2026 年债券评级报告提到:“受偿付能力充足率限制,2025 年上半年公司分红险投放受限,导致 2025 年分红险规模保费同比大幅下降 93.66%至 0.24 亿元,贡献度下降 6.42 个百分点至 0.5%。”工银安盛人寿 2026 年债券评级报告也提到:“2023 年以来,公司主动减少高资本消耗型产品的销售,分红险产品保费收入持续下降。”在分红险对新业务价值率的影

万亿元大关,同比大增 94.4%,而同期人身险公司的原保险保费收入增速仅 3.6%,分红险体量在人身险中的占比已达 35.2%。

不过,尽管分红险已成为拉动行业保费规模增长的绝对主力,但

力产品中,分红险保费规模 2138 亿元,占比 48%,超越普通型产品位居第一。从头部产品来看,54 家寿险公司第一大产品中,分红险数量达 23 款,保费占比从 2025 年的 23%飙升至 41%,主导地位得以确立。记者梳理部分人身险公司 2026 年债券评级报告发现,部分险企分红险规模保费占比在快速攀升。比如,华泰人寿 2023 年分红险占比为 20.89%,2025 年该数据已升

至 51.45%;中英人寿 2023 年分红险占比为 2.7%,今年一季度该数据升至 42.03%;交银人寿分红险占比也由 2024 年的 13.26%提升至 2026 年一季度的 27.32%。“分红险依托‘保证利益+浮动红利’机制,实现风险共担、利益共享,有助于缓释利率下行带来的利差损压力,夯实资产负债管理根基。”交银人寿方面在接受记者采访时表示,不过,交银人寿方面同时表示,相对有限,客观上带来新业务价值率阶段性承压。”交银人寿方面向记者表示,新业务价值率分化,源于渠道结构、产品形态、费用水平、客户结构、投资假设等多重因素差异。不过,惠誉评级亚太区保险机构评级高级分析师王梦媛向记者表示,分红险转型并不必然带来新业务价值率上升或下降。从长期看,分红险通过风险共担降低了负债刚性,对投资收益和利率变化的敏感度更低,价值稳定性更强。而分红险对保险公司投资能力的考验同样不容忽视。“部分中小公司投资资质不全,能力不足,过往也没有较好的分红实现率记录,因此无力竞争分红险赛道。”天职国际金融咨询合伙人周瑾表示。在周瑾看来,过去两年股票投资大幅拉升了投资回报,分红险虽然降低了险企的刚性成本压力,但也同时减少了其达成高投资回报

不同险企对分红险的态度却呈现明显的分化。“分红险规模狂飙过程中,险企需统筹平衡多重核心关系。首先需要平衡的就是保费规模与财务价值的关系,分红险价值率偏

低,盲目冲规模会拉低新业务价值;同时,分红险高资本消耗属性,要求企业同步做好资本补充,维持偿付能力稳定。”中国社会科学院保险与经济发展研究中心主任郭金龙向《中国经营报》记者表示。

分红险并非占比越高越好,不存在统一标准阈值。适宜占比一般是结合自身负债结构、资产配置能力、渠道禀赋、中长期战略综合统筹确定。“从行业合理结构来看,头部险企分红险新单占比宜维持在 50%左右的合理范围,能够平衡规模与风险;中型险企适配 25%—40%的稳步转型;中小及资本承压险企可控制在 25%以内,优先夯实保障型业务。”郭金龙表示。

人身险营销改革深水区:百万佣金追偿“常态化”

中经记者 陈晶晶 北京报道

近期,保险行业悄然掀起一轮佣金追偿诉讼潮,多家险企集中起诉保险代理人,相关案件陆续曝光。《中国经营报》记者注意到,光大永明人寿、国富人寿、东方嘉富人寿、北京人寿等多家险企接连披露保险代理合同纠纷案件,部分涉案代理人被判退还数十万甚至超百万元佣金。长期以来,保险行业一些代理人

追偿诉讼密集出现

2026 年二季度偿付能力报告显示,光大永明人寿、东方嘉富人寿、国富人寿等多家人身险公司披露“保险代理合同纠纷”,将旗下多名代理人告上法庭,旨在追回已发放的佣金、奖励及津贴,有的案件涉案金额高,追责力度大。例如,光大永明人寿涉及 2 名代理人的 2 起案件诉讼金额合计超 540 万元。最终,法院判决返还佣金及利息合计超过 232 万元。光大永明人寿在偿付能力报告中明确称,相关执行回款可冲抵部分损失。东方嘉富人寿方面不仅起诉了 2 个保险代理人,还起诉了一家安徽春风保险代理有限公司,金额均在 25 万元以上,其中两人已经判决,处于强制执行或待执行阶段。国富人寿方面起诉 3 位代理人,涉案金额 103.74 万元,目前尚未结案。另外,北京人寿在偿付能力报告中披露的一起保险代理合同纠纷案件,涉及金额 19.11 万元。对此,北京人寿方面回应记者称:“‘李某保险代理合同纠纷’为河北分公司个险渠道代理人李某于 2025 年 3 月起诉我司的保险代理合同纠纷,非我司主动起诉代理人。”值得一提的是,除了上述中小险企,头部险企平安人寿、太保寿险等均出现多起与旗下代理人合同诉讼。记者梳理判决书注意到,险企与代理人合同纠纷,大多与代理人存在销售误导、夸大产品责任,后

采取销售误导、私下返佣、短期套利退保等方式展业,近乎“零成本”的违规,不仅加剧消费者投诉纠纷,也推高险企经营成本与风险。违规成本走向“显性化”,折射出代理人营销体制改革正进入深水区。多位业内人士对记者表示,随着监管推行佣金追索追回制度、保险产品适当性自律规范等落地实施,追偿佣金或将转向常态化,倒逼代理人主动规范展业行为。

续客户集中退保有关,险企向代理人发起诉讼追索已发放佣金,部分险企还提出赔偿保单差额损失的诉求;另一类则指向向代理人自保件、互保件套利,代理人或团队为获取高额首年佣金、津贴奖励,投保后短期内集中退保,险企据此起诉追回佣金与各类津贴。记者查阅多起案件均显示,法院普遍认可保险公司的追偿权利,追责范围不再区分在职、离职状态,无论销售人员是否已经离岗、注销工号或退出行业,代理人在销售保单过程中存在违规问题,引发后续退保与险企损失,便要承担相应的佣金返还责任。上海市海华永泰律师事务所高级合伙人孙宇昊对记者分析称,保险公司向代理人追偿佣金,本质上是保险公司基于代理合同约定,对因代理人违规行为、业务质量问题或者相关损失产生的经济责任进行追索的一种法律途径。“佣金追偿机制并非单纯为了追究代理人责任,而是希望改变过去部分销售模式中过度关注短期成交、忽视长期服务的问题,促使代理人在销售过程中更加重视产品适配、合规说明和持续服务。”“但也需要注意,佣金追偿应当建立在明确规则和责任边界的基础上,并非意味着保险公司可以对所有经营结果简单向代理人转嫁责任,需要结合代理人的具体行为、合同约定以及损失形成原因综合判断。”孙宇昊表示。

成本升高倒逼强化合规

据第三方信息平台企业预警通统计,2025 年保险机构共收到罚单 4694 张,同比增长 4.8%。其中销售行为违规 1964 张,占比 41.86%,同比提升 1.61 个百分点,为第一大处罚事由。多名保险代理人向记者坦言,一直以来,国内保险个险营销渠道实行的是“首年高佣金、续期低佣金”的“基本法体系”,首年佣金占比较高,后续年度续期佣金少。这种激励导向,使部分代理人形成重短期开单、轻长期服务的展业思维。有的代理人为快速开单、冲保费规模,不惜采取返佣、误导、虚假承诺等方式促成交易。“此前险企对销售人员的追

行业将达成权责新共识

一位保险公司合规部人士在接受记者采访时表示,常态化的佣金追索扣回机制,为行业高质量发展带来积极作用。“这套机制把保险公司、业务管理人员、一线代理人、消费者各自的责任与权利划分得更加清晰,改变了过去责任模糊、追责混乱的行业境况。越来越多险企和从业人员不再回避权责争议,而是主动直面矛盾。”一位中型寿险公司代理人对记者表示,为进一步厘清销售权责、从源头规避违规投保与销售风险,其所在机构已全面落实售前适当性问卷调查机制,把合规审核前置至销售环节。据该代理人透露,这套售前适当性问卷调查主要聚焦两大核心维度:其一,排查客户重复投保问题,重点核实客户是否已配置同类保障,针对百万医疗险等高频普惠险种,重复投保无法叠加理赔、无实际保障价值,公司将直接拒保,从源头规避无效投保。其二,匹配客

户经济承受能力,针对分红险、终身寿险等长期缴费险种,结合客户家庭收入评估其长期缴费能力,杜绝客户因熟人推荐、营销优惠盲目冲动投保,规避非理性投保风险。“部分客户若家庭收入难以支撑数年持续缴费压力,后续极

易出现断缴、退保问题,不仅给客户带来经济负担,也衍生出大量保单纠纷与销售风险,适当性调查可有效规避此类隐患。”上述代理人说。孙宇昊进一步对记者表示,从行业竞争角度看,短期内部分机构可能面临业务调整压力,但

中邮消费金融有限公司关于换领金融许可证的公告

根据相关规定,经向国家金融监督管理总局广东监管局报告,中邮消费金融有限公司获准换领《中华人民共和国金融许可证》,现就变更业务范围的事项公告如下:

机构名称:中邮消费金融有限公司

英文名称:PSBC CONSUMER FINANCE COMPANY LIMITED

机构住所:广州市南沙区海滨路 171 号南沙金融大厦 11 楼 1101 之一 J30

机构编码:X0011H244010001 批准日期:2015 年 11 月 17 日 发证日期:2026 年 7 月 22 日

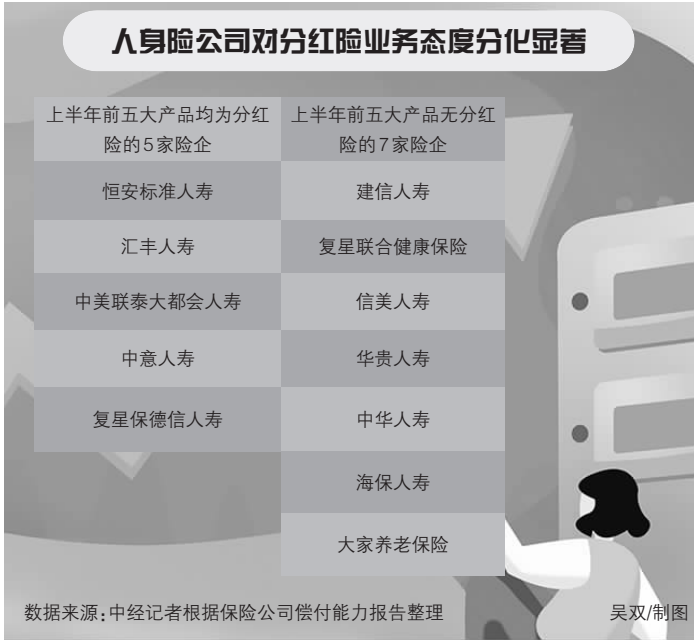
发证机关:国家金融监督管理总局广东监管局 许可证流水号:01215299 联系电话:020-22361011

业务范围:发放个人消费贷款;接受股东及其境内子公司、股东所在集团母公司及其境内子公司的存款;向境内金融结构借款;向作为公司股东的境外金融机构借款;发行非资本类债券;同业拆借;与消费金融相关的咨询、代理业务;经国家金融监督管理总局批准的其他业务。

特此公告。

中邮消费金融有限公司

2026 年 8 月 10 日



警惕偏离保障本源

“当前健康险在新单保费中几乎看不到了,个险渠道 95%都是分红险。”

与上半年分红险的“逆天”涨幅形成鲜明对比的是,同期人身险公司整体原保费收入增速仅为 3.6%,其中,健康险增速为 0.67%,意外险增速为-11.11%。进一步拉长时间来看,2023—2025 年,人身险公司健康险保费增速分别为 2.97%、6.15%、-0.41%。对应到具体机构来看,这一趋势同样明显。比如,根据上市险企 2025 年年报,在披露人身意外伤害险和健康险业务数据的 6 家上市险企中,仅一家险企意健险保费实现了正增长。同时,这 6 家险企的意健险保费在其总保费中的占比也处于较低水平。又如,中证鹏元在华泰人寿 2026 年相关债券评级报告关注事项部分也提示:“公司储蓄型保险产品占比仍较高,保障型产品占比仍有提升空间。”今年上半年就有一家国有保险公司中层在公开场合直言“当前健康险在新单保费中几乎

看不到了,个险渠道 95%都是分红险”“整个营销队伍的脑子里只能存在一种产品”,这直接导致“行业对于健康险关注不足”。郭金龙也表示,当前行业产品结构严重失衡,分红险储蓄业务爆发式增长,但保障类业务持续萎缩,偏离了保险保障本源。险企需构建均衡化产品体系:一是夯实保障业务基本盘,重点发展重疾险、医疗险、意外险、护理险等纯保障产品;二是布局契合自身实际情况的分红储蓄主力业务,替代高利率传统险,缓释利差损风险;三是配置一定比例的养老增值产品,拉长保单久期;四是保留部分短期灵活产品,实现保障与储蓄业务协同发展。“从 2025 年起就有部分保险公司逐渐平衡业务结构,在发展分红险的同时,也适度发展传统业务。”近期亦有保险公司高管向记者表示,“我们希望无论是在产品组合上,还是业务结构上都能保持适度的多元。”