CITY FINANCIAL DAILY 专业决定影响力

2026年11月9日 | 星期一
第6067期

国内统一连续出版物号CN61-0021
邮发代号51-40
每周一二三四五出版
今日4版
本报新闻职业道德监督电话:029-89668179
本报法律顾问单位:陕西永嘉信律师事务所
法律顾问:韩永安 赵戈辉

城市金融报

城市金融网 www.csjrw.cn
城市金融报App 城市金融报微信公众号 城市金融报头条号



第九届中国国际进口博览会在上海举行

11月5日至10日,第九届中国国际进口博览会在上海举行。本届进博会以“新时代,共享未来”为主题,吸引162个国家、地区和国际组织参与,4142家境外企业参展。其中,世界500强和行业龙头企业数量首次超过300家。图为参观者在国家展中国馆体验动车组模拟驾驶。 新华社供图

人身险利率参考“锚”出炉

金头条
工行青海分行协办

本报综合报道 最新一期保险产品预定利率研究值公布,保险产品“不降息”。

11月4日,中国保险行业协会官网发布信息显示,近日,该协会组织召开人身保险业利率研究专家咨询委员会2026年三季度例会。与会专家研究了人身保险产品预定利率研究值,提出当前普通型人身保险产品预定利率研究值为1.9%。

与上期的1.94%相比,最新预定利率研究值有所回落,不过与当前在售普通型保险产品预定利率上限2%仅相差10个基点,未超出25个基点,意味着未触发预定利率调整条件,不会引发保险产品预定利率调整。

研究值环比回落4个基点

所谓人身险产品预定利率,是指保险公司在设计产品时,根据对未来投资收益的合理预期,预先设定的精算假设利率,用于计算保险产品的保费及相关保单利益。

近年来,面对持续下行的利率,为降低利差损风险,保险业不断优化负债成本。其中举措之一,即建立预定利率与市场利率挂钩及动态调整机制。预定利率研究值结合5年期以上贷款市场报价利率(LPR)、5年期定期存款利率、10年期国债收益率等市场利率变化和行业资产负债管理情况确定。

根据国家金融监督管理总局2025年1月下发的《关于建立预定利率与市场利率挂钩及动态调整机制有关事项的通知》,预定利率最高值取0.25%的整倍数。当保险公司在售普通型人身保险产品预定利率最高值连续2个季度比预定利率研究值高25个基点及以上时,要及时下调新产品预定利率最高值,并在2个月内平稳做好新老产品切换工作。

自动态调整机制建立以来,2025年1月、4月、7月、10月及2026年1月,中国保险行业协会公布的普通型人身保险产品预定利率研究值分别为2.34%、2.13%、1.99%、1.90%和1.89%,单季分别环比下降21个基点、14个基点、9个基点、1个基点,降幅逐步收窄。

其中,2025年7月,预定利率下调机制首次被触发。自当年9月起,人身险产品预定利率上限全面下调,并沿用至今。当前,普通型人身保险产品预定利率最高值为2.0%,分红型保险产品预定利率最高值为1.75%,万能型保险产品最低保证利率最高值为1.0%。

经历了四连降后,2026年4月,预定利率研究值首次回升至1.93%;7月公布的研究值进一步升至1.94%。而此次最新公布的研究值为1.90%,打破了此前连续两个季度的回暖态势,与2.34%的历史峰值相比,已累计下调44个基点。

在南开大学金融学教授田利辉看来,此次4个基点的回落,是长周期平滑机制对利率下行趋势的滞后确认,而非某个月份利率跳水的即时映射。

田利辉解释称,预定利率研究值锚定5年期以上LPR、5年期定期存款利率和10年期国债收益率的250日与750日移动平均值,这套算法天生带有较强惯性。一季度、二季度之所以能连续回暖至1.93%、1.94%,是因为2025年下半年长端利率的趋势性回暖仍在均线中形成正向拖拽。

但进入三季度,10年期国债收益率从二季度末的1.73%附近震荡下行,8月触及1.66%附近的年内低点,10月进一步下探至1.62%。“新的下行数据进入均线体系后,历史数据的正向牵引力被削弱,研究值随之承压。与此同时,在权益市场震荡加大、险资投资收益不确定性上升的背景下,行业对‘利差损’风险采取审慎取向。”田利辉说。

保险新单预定利率将阶段性企稳

对于保险业而言,预定利率直接关联保险产品的定价与收益,其调整牵动着市场的神经。

随着最新一期普通型人身保险产品预定利率研究值出炉,业内普遍认为,保险产品预定利率将阶段性企稳,这不仅有利于保单的持续销售,也将驱动寿险新单负债成本持续改善。

从宏观趋势与产品策略来看,中泰证券非银金融行业首席葛玉翔指出:“中期来看,新产品预定利率上限调整的可能性并不高,不过,也不排除监管结合后续股债市场波动和险资自身经营情况做综合考虑。”葛玉翔进一步表示,此前部分险企已推出预定利率为1.25%的分红型产品,这折射出高质量发展阶段下各险企差异化经营的思路。

在负债成本改善方面,广发证券非银金融行业联席首席刘淇认为,随着低利率保单的新单及续期保费流入,存量保单负债成本有望呈现逐年下降趋势。同时,险企持续加大分红险推广力度,在当前居民理财市场中,分红险、万能险等浮动收益型产品的相对吸引力持续提升,产品结构切换有望加速,从而降低刚性负债成本。

聚焦今年的边际变化,方正证券保险行业分析师贾舒雅表示,自2025年8月末上一轮预定利率下调以来,至今已超一年未做调整,今年险企新单成本的压降主要得益于各公司的主动差异化管理,具体体现在两方面:

一是“报行合一”持续深化。今年3月,监管部门下发通知,将银保渠道费用细化为佣金、薪酬激励、培训及客户服务费、固定费用四项,进一步规范银保渠道费用。随着银保渠道占比的持续提升,此举有望推动销售效率进一步提升。

二是部分险企主动下调分红险保底利率。当前行业主销产品仍以1.75%保底利率的分红险和2%保底利率的传统险为主,但已有部分公司开始试点1.25%保底利率的分红险。“不过,由于市场仍偏好高保底利率产品,预计此类主动下调带来的行业整体成本优化幅度相对有限。”贾舒雅指出。

对于消费者来说,预定利率研究值下调将带来哪些影响?

“新单的保证收益会下降,这是由利率环境决定的。”对外经济贸易大学保险学院院长谢远涛表示,消费者在挑选产品时需要注意,分红险的演示利率不等于实际收益,要看公司过往的分红实现率和投资能力;也要回到保障需求本身,寿险和健康险的核心是风险转移,不必因为利率下行而抢购或者观望;确有长期储蓄安排的,可以拉长持有期,用分红险、年金做跨周期配置,同时留足流动性。此外,已经持有的保单则不受影响。

田利辉认为,对消费者而言,研究值回落短期不会直接推高保费或降低收益,但是,若未来预定利率上限下调,保障型产品保费可能上升,储蓄型产品保底收益和现金价值增长会放缓。建议投资者不必因“降息预期”而盲目抢购,也不宜过度等待。配置时,应先明确保障或长期资金规划需求,关注产品现金价值、费用结构、公司投资能力和分红实现率,尤其对分红险要理性看待演示利率与保证收益的区别。

今日评
工行嘉兴分行协办

网络理财不能相信“低门槛”

□郭子源

当你在金融机构App上看到某产品号称“低门槛”时,一定要提高警惕。近日,中国互联网金融协会组织开展金融产品网络营销违规活动专项监测,其中8款App因违规使用“低门槛”营销用语被通报。

随着数字金融的发展,互联网已成为消费者获取金融产品的重要渠道。金融机构要么通过自营网络平台介绍、销售金融产品,如自身App、在第三方互联网平台上开设的自身服务账号等,要么委托第三方机构开展营销活动,尤其倾向于和流量高、受众广的平台合作,以提升销售业绩。金融产品销售“触网”,在坚持合法合规的前提下,有助于降低金融服务成本、提高金融服务效率和覆盖面,是数字经济蓬勃发展的有益体现。

消费者获取金融产品本身也没有所谓的高门槛、低门槛之说,本质上都要遵守法律法规、遵循金融规律。比如,借款人能否获得贷款,以多高的资金价格获得多少额度的贷款,核心依据是借款人的信用风险水平,金融机构的授信审批、风险防控规则,必须坚持合法合规、信息透明。

既然规则清晰,各类诸如“低门槛”“低利率”“秒到账”的违规营销话术为何屡禁不止?背后是诱导消费者非理性获取金融产品的套路。等贷款到账后,不少消费者才意识到:所谓的“低门槛”,往往以高利率作为代价;所谓的“低利率”,实则为文字游戏——日息乍一听并不太高,但折算为年化利率却不低,消费者实际承担的费用与销售者吹嘘的优惠相差甚远。

依法将各类金融活动全部纳入监管,是守护群众“钱袋子”的根本保障。由多部门联合出台的《金融产品网络营销管理办法》已自今年9月30日起实施。其中明确提出,制作网络营销内容不得使用“低风险”“低门槛”“秒到账”“高收益”“低利率”“无成本”等诱导性用语。同时,以下行为也被明令禁止。例如,明示或暗示资产管理产品、投资顾问或者咨询服务保本、承诺收益、限定损失金额或比例;夸大保险责任或保险产品收益,将保险产品收益与存款、资产管理产品等金融产品简单类比;涉及分期付款的,通过片面宣传首期费用优惠等方式诱导消费;等等。

规矩立起来了,更要扎实落地、长期执行。金融产品网络营销的违规行为较难在短期内彻底清除,较易死灰复燃,因此相关监管措施要持续、深入跟进。其中,应重点明确各相关部门的责与权,各司其职并形成合力,更好适应网络营销覆盖面广、信息量大、渠道多且隐秘等新特征。与此同时,金融机构、第三方互联网平台也要严格遵守监管规则。其中,金融机构应压实主体责任,对网络营销内容的合法合规性负责,并建立审核工作机制;第三方互联网平台则应加强信息披露,便于消费者查询、核实合作金融机构和营销金融产品的基本信息。在此基础上,久久为功,铲除虚假、误导营销活动滋生的土壤,让消费者明明白白消费,安心理性投资。

财发布

多部门部署加强消费基础设施建设

为深入实施提振消费专项行动,持续扩大内需,增加有效投资,激发消费活力,促进消费和投资良性互动,国家发展改革委、交通运输部、商务部等五部门日前联合印发《关于加强消费基础设施建设 促进消费投资良性互动的指导意见》(以下简称《指导意见》)。

《指导意见》要求,把加强消费基础设施建设作为改善消费供给、促进有效投资的重要抓手,补齐设施短板,优化设施布局,提升设施功能,实现供需更高水平动态平衡,做强国内大循环。

围绕完善城乡商业设施、提升服务消费设施、优化出行消费设施、健全流通设施网络、推进新型消费设施建设等方面,《指导意见》部署了20项政策举措。

为优化出行消费设施,《指导意见》明确,加大充电设施建设力度。统筹推进充电设施建设布局,新建、改扩建停车场,严格按照有关标准规范建设充电基础设施或预留条件。在客流量较大的商业街区、商业综合体、景区、文旅消费集聚区等的配套停车场,可规划建设大功率充电设施。有序扩大高速公路货运繁忙路段电动重卡充换电设施覆盖范围。加强农村地区充电设施建设,推进充电设施配套电网建设改造。

聚焦推进新型消费设施建设,《指导意见》明确,加快数字化消费设施全覆盖。推进商品交易市场、商业街区、景区等消费场所5G、千兆光网、物联网、云计算深度覆盖,实现高速网络通达、业务智能感知、数据全域互通。支持建设智慧商圈、智慧市场、智慧店铺,推动消费终端智能化升级,普及智能收银、自助服务终端、智能电子价签等设施。

同时,《指导意见》提出,加强绿色消费设施建设改造。大力发展绿色市场、绿色街区、绿色商场、绿色酒店,推动各类消费场所开展节能降碳改造,推广使用节能空调、高效照明、节水器具、智能化节电控制系统、可再生能源利用设施等。

在健全流通设施网络方面,《指导意见》提出,构建高效冷链物流体系。推进国家骨干冷链物流基地、区域冷链集散中心等骨干冷链物流设施建设,支持高标准冷藏库、冷冻库等新建和改扩建、老旧冷库更新改造。 记者 张茜楠

微博汇
工行新疆分行协办

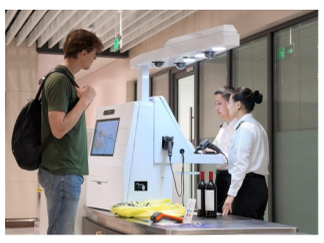
10月份中国物流业景气指数为51.2%



@新浪财经 近日,中国物流与采购联合会发布10月份中国物流业景气指数。指数继续处于扩张区间,新订单环比回升,但区域走势分化明显。10月份,中国物流业景气指数为51.2%,环比回落0.3个百分点,持续保持扩张态势。业务总量指数、新订单指数、资金周转率指数、固定资产投资完成额指数、从业人员指数、业务活动预期指数等多个分项处在景气区间,资金周转率、固定资产投资完成额、从业人员指数环比回升。分地区来看,东部、中部、西部地区业务总量指数分别为51.1%、50.8%和51.4%,环比均有所回落。新订单指数为51.5%,环比回升0.3个百分点,区域分化特征突出,中部、西部新订单环比回升,东部新订单环比回落。

全国首笔进境物品税外卡直缴入库业务落地

@同花顺 11月5日,深圳海关联合交通银行深圳分行研发的智能缴税终端上线,实现境外银行卡直接刷卡缴税、税款直达国库。当日,皇岗口岸成功完成全国首笔进境物品税外卡直缴入库,标志着深圳海关首创的旅检渠道进境物品税外卡征缴便利化改革正式落地。“太方便了!直接在智能缴税终端上刷境外银行卡就能缴税,全程不到一分钟。”首位体验这项服务的俄罗斯籍旅客阿列克谢先生欣喜地说。据皇岗海关现场关员杨辉介绍:“智能缴税终端项目上线给外籍旅客带来了很大便利。旅客无需下载境内App、无需换汇、无需绑定境内支付账户,使用自己的境外银行卡就能缴税,真正做到刷卡即缴、缴完即走。人工操作减少了,旅客等待时间缩短了,现场通关效率提升了。”



全球首个仿生人形机器人新闻主播亮相



@每日经济新闻 近日,在第七届世界媒体峰会人工智能与中国式现代化论坛上,全球首个仿生人形机器人新闻主播正式亮相。这一成果标志着“权威资讯+具身智能”的创新传播模式从理论构想走向实体应用,为人工智能时代的新闻传播提供了全新范式。此次发布的机器人新闻主播名为“新言”与“新语”,由新华社与优必选联合研发,中国导演张艺谋担任其形象主创设计师,面向新闻场景定制打造。两位机器人新闻主播均采用1:1真人比例复刻,依托新华社AI时政资讯智能体“新华语典”,以及优必选从仿生皮肤、具身智能硬件、操作系统、情感大模型到整机量产制造的全链条自主技术,具备现场出镜播报的能力。

责编:朱希杰 版式:吕美君 电话:(029)89668179 邮箱:csjrb101@sohu.com

2027年度本报将继续提高报纸质量
内容会更加丰富、好看、实用
咨询电话:(029)89668717
《城市金融报》与您“约”订 请到就近邮局办理订阅手续
全年订价298.8元
邮发代号51—40