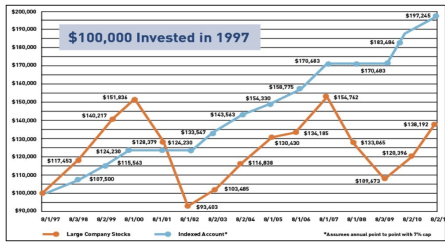


F&G 指数万能寿险 保额 100 万元以下免体检 保重疾和长期护理而无需额外保费

目前在美国所有寿险类别的销售份额中,指数型万能寿险(IUL)的占比增长异常迅速。指数型万能寿险有何优点呢?为何会成为当红炸子鸡呢?

综观保险市场的发展,由「终身寿险/Whole Life」、「万能寿险/Universal Life」、「投资型万能寿险/Variable Universal Life」而一路到目前的「指数型万能寿险」,都有其出现与存在的时空背景,也都各自在时蔚为时代潮流。指数型万能寿险的设计是因为过去20年美国有两次大的金融危机,一次是2000年高科技的泡沫,一次是2008年整个的金融危机。经过了两次大的金融危机,欧债危机,导致投资型万能寿险的销售急冻。虽然股市瞬息万变,曲线高高低低,但是在这种指数型万能寿险里,所有的指数策略都是保证,在市场跌的时候,托底。我们用下面一张图就可以说明。



图中橘色的线是股市曲线高高低低的情况,而蓝色的线是这种指数型保险的利息计算方式。可以看到,在市场涨的时候,你可以享受到一部分的上涨成功,但当市场跌的时候,不过是当年你拿的利息为零,之前的胜利果实依然还在,现金价值永远不会因为股市波动而有所减损,而且是利率复利增长,并且拥有税务的优惠,现金值内赚的钱完全合法的免税(Tax Free),现金值里赚来的钱根据国税局7702A(b)条款,对于保单内赚的钱,保险公司不给您1099税表,也不通知国税局。

每家保险公司的指数型万能寿险选择的指数不同,计算利息的策略也不同,包括标准普尔500指数(S&P 500 Index),Barclays Trailblazer Sectors 5 Index, Credit Suisse Balanced Trend 5% Index,道琼斯工业平均指数,纳斯达克100,罗素2000,恒生指数,EURO STOXX 50或MSCI新兴市场等这些具有公信力的指数。

IUL保单有累积保单现金价值功能,有钱存下来供将来使用。同时,保单里面的现金价值是一种持保人随时可以借贷的资产,保单现金价值有多种用途,例如可以用来补助子女大学教育费、婚嫁金、创业金、购买房地产的

头期款,也可用于应急开销,或是用于帮助支付长期护理费用,但很多人没有这方面的知识,白白错过了一个有效的财务资助工具。

在此向大家推荐两款信保人寿 Fidelity & Guaranty Life (F&G) 指数型万能寿险 IUL 产品,供参考:

产品1:申请资格年龄18-80岁,如果你选择“S&P 500 1 Year Point To Point Indexed Strategy”——它的投资方式是“1 Year Point To Point”,直接翻译过来就是“一年一次的点对点投资收益策略”,计划书的演示收益是7.47%,S&P涨,您也可以一起涨,上涨是有封顶利率(cap rate),此款IUL的封顶利率是13.00%。S&P跌,但它保证的是如果S&P下跌时您不赔钱,而指数账户的保底是0.25%,18-50岁不超过100万美金保额,免体检。

Start Year	End Year	S&P 500 Index	S&P 500 Annual Point To Point 100% PAR with 13.50 CAP
12/15/2000	12/15/2001	-13.55%	0.25%
12/15/2001	12/15/2002	-19.74%	0.25%
12/15/2002	12/15/2003	17.32%	13.00%
12/15/2003	12/15/2004	12.89%	12.89%
12/15/2004	12/15/2005	5.41%	5.41%
12/15/2005	12/15/2006	12.29%	12.29%
12/15/2006	12/15/2007	-1.32%	1.32%
12/15/2007	12/15/2008	-39.93%	0.25%
12/15/2008	12/15/2009	27.56%	13.00%
12/15/2009	12/15/2010	11.49%	11.49%
12/15/2010	12/15/2011	-1.58%	0.25%
12/15/2011	12/15/2012	17.65%	13.00%
12/15/2012	12/15/2013	24.90%	13.00%
12/15/2013	12/15/2014	11.37%	11.37%
12/15/2014	12/15/2015	2.70%	2.70%
12/15/2015	12/15/2016	10.70%	10.70%
12/15/2016	12/15/2017	18.29%	13.00%
12/15/2017	12/15/2018	-4.85%	0.25%
12/15/2018	12/15/2019	25.35%	13.00%
12/15/2019	12/15/2020	15.77%	13.00%
10 Year Average		11.58%	8.89%
20 Year Average		5.31%	7.87%

如果你选择“Barclays Trailblazer Sectors 5 Index”——它的投资方式是“1 Year Point To Point with 0.00% Spread and 190% Participate Rate”,直接翻译过来就是一年一次的点对点投资收益策略,190%参与率,保单的指数收益乘以190%参与率,譬如某年Barclays的收益是9.01%, $9.01 \times 1.9 = 17.11$,那年保单收益就是17.11%。计划书的演示收益是7.16%,指数涨,您也可以一起涨,上涨是没有封顶利率(cap rate),它保证的是如果指数下跌时您不赔钱,而指数账户的保底是0.25%,18-50岁不超过100

万美金保额,免体检。

Start Year	End Year	Barclays Trailblazer Sectors 5 Index	Barclays Annual Point to Point with 0.00% Spread and 190% PAR
12/15/2004	12/15/2005	0.18%	0.34%
12/15/2005	12/15/2006	4.39%	8.35%
12/15/2006	12/15/2007	-0.51%	0.25%
12/15/2007	12/15/2008	-5.60%	0.25%
12/15/2008	12/15/2009	2.66%	5.06%
12/15/2009	12/15/2010	7.42%	14.10%
12/15/2010	12/15/2011	10.28%	19.54%
12/15/2011	12/15/2012	9.01%	17.11%
12/15/2012	12/15/2013	6.02%	11.45%
12/15/2013	12/15/2014	14.31%	27.19%
12/15/2014	12/15/2015	-3.97%	0.25%
12/15/2015	12/15/2016	7.06%	13.41%
12/15/2016	12/15/2017	12.30%	23.37%
12/15/2017	12/15/2018	-7.53%	0.25%
12/15/2018	12/15/2019	15.78%	29.99%
12/15/2019	12/15/2020	-0.11%	0.25%
10 Year Average		6.05%	13.78%

产品2:申请资格年龄0-80岁,如果你选择“S&P 500 1 Year Point To Point Indexed Strategy”——它的投资方式是“1 Year Point To Point”,直接翻译过来就是“一年一次的点对点投资收益策略”,计划书的演示收益是7.28%,S&P涨,您也可以一起涨,上涨是有封顶利率(cap rate),此款IUL的封顶利率是12.50%。S&P跌,但它保证的是如果S&P下跌时您不赔钱,而指数账户的保底是0.25%,0-50岁不超过100万美金保额,免体检。

如果你选择“Barclays Trailblazer Sectors 5 Index”——它的投资方式是“1 Year Point To Point with 0.00% Spread and 180% Participate Rate”,直接翻译过来就是一年一次的点对点投资收益策略,180%参与率,保单的指数收益乘以180%参与率,譬如某年Barclays的收益是9.01%, $9.01 \times 1.8 = 16.21$,那年保单收益就是16.21%。计划书的演示收益是7.16%,指数涨,您也可以一起涨,上涨是没有封顶利率(cap rate),它保证的是如果指数下跌时您不赔钱,而指数账户的保底是0.25%,18-50岁不超过100万美金保额,免体检。

这两款F&G IUL产品除了保障之外还增加免费的生前理赔条款,生前理赔条款包括:重大疾病生前理赔,慢性疾病/长期护理生前理赔和绝症生前理赔。万一患有重大疾病、慢性疾病/长期护理、绝症(生命周期在24个月之内)时,可向保险公司申请提前



理赔,把身后理赔变成提前理赔,让活着时就可以使用理赔金,理赔金最高可达保额的100%,理赔金均无需纳税!完全免税!

---重大疾病(Critical Illness):投保人患有重大疾病其中一项(10种重大疾病包括心脏病、中风、癌症、肾衰竭、肌肉萎缩、动脉瘤、中枢神经系统瘤、严重烧伤、主要器官移植或是瘫痪),即可申请理赔。

---慢性疾病(Chronic Illness):慢性疾病由认证合格的医疗保健医生判定投保人在过去12个月在未经协助的情况下,无法执行日常生活中六项活动中的其中两项(洗浴、穿衣、如厕、移动、进食或失禁),即可申请理赔。

---末期疾病(Terminal Illness):经医生诊断,该疾病将造成投保人于诊断后只有24个月的生命期,即可申请理赔。

信保人寿的前理赔金是直接支付给「投保人」,让投保人同样持有选择的主动权,生前还是死后使用该理赔金。投保人可以以使用理赔金来支付医疗费用,也可拿来作为看护费、生活费、治疗重大疾病后几年的康复费用,甚至偿还债务或是用来补贴治疗期间没有工作的薪资损失,使用上较可随个人需要自由运用。充分显示了投保人对其保单的使用主动权,做到“您的保险,您的选择”即受保人可以主动、合理掌控其拥有的保单。

信保人寿 Fidelity & Guaranty Life (F&G) 成立于1959年,公司总部位于美国爱荷华州 Des Moines,2013年12月在纽约证券交易所上市,拥有50个州的保险销售牌照,在美国提供人寿保险和年金产品。信保人寿财务实力雄厚,被评为财务实力A级可信的保险公司。A.M. Best (贝氏)评为A-(优),Standard & Poor's (标准普尔)评为A-(强),Fitch评为A-(好)。

尚有垂询,欢迎与资深业务总监 Steven Ting / Alice Wu 联络,电话:(240) 731-8283 或电邮 twservices888@gmail.com

低价火锅已到绝境! 突围之路却近在眼前...

素菜几块钱一份,牛羊肉十几元一份,人均30多吃得丰盛又热闹,低价火锅是许多人学生时代的美好回忆。

经过消费升级的一轮洗牌,低价火锅市场份额一再萎缩,曾经的品类领头羊们四处突围...

01

份额持续萎缩,低价火锅成“被遗忘的角落”

日前一份来自美团的火锅调研数据显示,低价火锅的是市场份额正在持续萎缩。在一线城市,火锅客单价80元以下的消费占比在15%以下,50元以下竟然仅占1%左右;在新一线和二线城市,80-120元的火锅客单是绝对主流,客单价50元以下的消费占比均为个位数。

尽管火锅赛道维持着多年来的高增长,而低价火锅的减速却十分明显。在美团的一份报告《解密消费者爱的火锅》中就已显示,2019年火锅品类门店数逐月稳步提升,增幅已达34%,但在新一线城市,客单价30元以下的火锅门店均为负增长,在二三线城市,涨幅也不超过3%。

低价火锅陪伴许多消费者度过了囊中羞涩的学生时代,而在一次次消费升级中,品牌跟上时代的脚步却显得有些吃力。消费者常常缅怀那段没钱却快乐的时光,却总是不愿再回到曾经的那家火锅店。

02

低价火锅的突围
近年来,其中的头部品牌们使劲浑身解数追赶时代,效果几何呢?内参君做了一番观察。

傣妹:升级水花不大,品牌大批更名
1997年,傣妹火锅的第一家店在安徽阜阳开业,在此后的10年里,全国门店一度超过300家,成为了全国大学生最喜欢的聚餐场所之

一。
低价是傣妹最大的法宝,即使在原料成本节节攀升的如今,锅底30元、肥牛42元、素菜5元以下,在火锅届里始终是价格杀手般的存在。

遭遇品牌老化危机后,傣妹的自救可谓不积极。由华与华操刀设计了全新品牌形象,打造出了“我爱傣妹,傣妹爱我”的品牌谚语,产品上性价比和品质感并重,打造出了爆品“傣妹巴掌大肥牛”。

升级后的形象的确更加深入人心,但是却无助力傣妹实现定位和商业模式的升级。

从去年开始,全国多地傣妹门店悄然换了招牌,新品牌从形象到产品与傣妹原有风格大相径庭,却高调宣传是“傣妹升级品牌”,连傣妹的“老家”安徽阜阳也不例外。

从天眼查上,内参君暂时没有发现两个品牌之间的联系,但是大批门店“倒戈”,很大程度上让傣妹投入巨资的形象升级功亏一篑。

唎唎唎:步步没错,结果全错
成立于1998年的唎唎唎,代表了低价火锅的高光时刻,也凸显了低价火锅如今的颓势。

7月29日,唎唎发布盈利预警公告,称其预期于截至2021年6月30日净亏损4000万元-6000万元之间。这已是唎唎唎自2018年开始连续第三年净利润亏损。

作为低价火锅曾经的集大成者,唎唎唎在品牌升级的道路上,我们很难说它到底犯了什么大错。

度过了2015年的全盛时期后,低价火锅在经营成本高企市场环境下,盈利水平放缓,唎唎唎积极寻求转型:竭力摆脱快餐形象,往精致化、休闲化转型。

唎唎唎在品牌升级、产品结构、茶饮、环境、服务等各要素都进行了升级,保住了自己

在商业体中的拿铺资格,价格也水涨船高,由原先的50元左右客单价提升到了80元。

眼看旗下的湊湊火锅风头正健,于是从风格、模式上多有借鉴。这一切行动似乎都是顺势而为,却怎么都没能带领品牌再创辉煌。

今年以来,唎唎唎资本减持、高层离职、市值蒸发等多重问题集中爆发,让人不禁怀疑,到底是品牌出了问题,还是低价火锅大势已去?

季季红:偏安江西省,模式创新频繁
和前面两个品牌相比,创立于2001年的季季红火锅,在全国名声不算响,这是由于季季红火锅始终在江西省内深耕。

20年来,季季红稳居省内第一火锅品牌的交椅,走性价比路线,产品结构和傣妹较为相似,菜单上大部分菜品单价都在10元以下。

季季红的200多家直营门店,绝大部分位于江西省,占尽了区域地利。在南昌,季季红一条街开店12家,和茶颜悦色在长沙的“人海战术”颇为相似。

在一地的绝对领导地位,让季季红敢于频繁进行模式创新,通过“新场景革命”来抓住新一代消费者。

2020年铺开的“自选超市模式”反响不错,又做了“Pink主题店”。前不久,季季红打造新国潮火锅的“宇宙Disco主题店”又亮相了。

不难看出,这些新潮的模式和概念,大多吸收了一线城市餐饮创新品牌的创意和理念,结合自己对当地市场的深度理解,才能让创新完美落地。

这一切都让季季红成为了当之无愧的“南昌红”“江西红”,却也让品牌被禁锢在相对狭小的地域当中,一旦走出江西,很多品牌优势都将难以发挥。

03

低价火锅之痛:错失时代机遇

放在整个餐饮消费大盘上来看,人均50元、80元不算小钱了,而这个价格放在火锅上,却总被视为“低价”,品质感大受质疑。

产品壁垒的缺失很大程度上造成了这种局面。火锅作为重要的餐饮大赛道,同质化竞争的现象非常突出,受制于客单价,低价火锅无法在产品上打造出深刻记忆点,消费者只记得白菜1元,香菇3元,品质感何来?

在这个基础上,品牌势能更是无从谈起。尽管傣妹、唎唎家喻户晓,但是全国各地相仿的品牌随处可见,从体验上拉不开根本差距。因此在傣妹的品牌升级中,华与华打造的“傣妹巴掌大肥牛”可谓煞费苦心,可惜仍未力挽狂澜。

而另一个重要原因,恐怕出在近几年低价火锅的“占位”失败上。受制于极致性价比的商业模式,低价火锅店的利润无法支撑主流商超位置的房租,在轰轰烈烈的餐饮品牌“进商场”大潮中,傣妹、唎唎等品牌反而在撤离核心商场,逐渐消失在主流视野中,也就从消费者心智中渐渐淡出了。

04

消费刚需下的“回头路”
前面也分析了,对于餐饮消费来讲,50元-80元客单价并不低,而是永不枯竭的刚需消费,当下消费者对于性价比的注重,其实给低价火锅留足了生存空间。

对于品牌来讲,应该做的是从“品类赛道”,转向“价格带赛道”,从价格出发,为品牌寻找更加适合的商业模式。

从行动上,以下两个动作中已经凸显出机遇,提示餐饮人注意:重回快餐——在许多核心商圈,内参君意外地发现,自助快餐小火锅的身影越来越多。退守区域——季季红就是很好的例子,在自己的主场上秉持“拿来主义”,拿来的都是效益。