

腾讯微信平台上线保险服务——

互联网保险成气候 传统保险业迎挑战

经济日报·中国经济网记者 江帆

热点聚焦

当前,除了传统险企,互联网巨头也发挥自身流量和技术优势,纷纷布局互联网保险。在这一趋势下,保险营销成本持续下降,传统营销模式逐渐发生改变,给行业带来了更多挑战。不过,由于互联网保险产品品种单一,尚难满足多元化的保障需求,网络渠道与传统模式还将互为补充,共同发展

近日,腾讯微信平台悄然出现了“保险服务”的入口。目前,虽然微信保险还没有全面开放,仅对1%的用户开放,但是诸如投保百元可保600万元、传统保险商业模式将迎来变局等,引起了业界的关注。微信推出的保险服务与之前互联网保险有什么不同,对传统保险业务是否会带来冲击?

偏爱补充医疗保险

说起保险,很多人首先想到的是传统寿险,或者重大疾病医疗保险,腾讯微信上线销售的正是一款地地道道的补充医疗保险。所谓补充医疗保险,就是当被保险人发生医疗费用时,在社保报销比例之外,由保险公司提供给被保险人的一种经济补偿型保险。目前,最常见的补充医疗保险多是由单位以团险形式从保险公司购买。随着人们生活水平和对健康质量需求的提高,越来越多个性化的补充医疗保险产品开始出现。腾讯微信与泰康在线合作推出的“微医保”产品当属此类。

“‘微医保’最低只需要百元保费就能获得数百万元保额,且对国内公立医院的自费项目、自费药也可赔付。同时,保障范围涵盖了发病率最高、个人医疗负担较重的百种重疾,可以帮用户实现重疾无忧。”泰康保险集团副总裁兼健康险事业部总经理邱希淳如是说。

以百元保费撬动几百万元的保障,听起来确实非常不错。但是,如此悬殊的缴费与理赔,保险公司的风险能否覆盖?

“以互联网巨大的流量,补充医疗保险这种产品的确可以做到以小博大的保障效果。”对外经济贸易大学教授王国军说,像阿里巴巴持股的互联网保险公司众安保险就有类似的补充医疗保险产品。记者在众安保险公司网站上看到一款补充医疗保险产品,136元起价,

我国互联网保险发展的主要阶段

资料来源:平安证券

阶段	时间	主要事件
萌芽期	1997年至2007年	<ul style="list-style-type: none"> 1997年,互联网保险信息公司诞生 2000年8月份,太保与平安开通全国性网站 2000年9月份,泰康在线开通 2005年,电子签名法颁布
探索期	2008年至2011年	<ul style="list-style-type: none"> 电商平台兴起,保险网站如惠择网、向日葵网等涌现
全面发展期	2012年至2013年	<ul style="list-style-type: none"> 互联网保险依托官方网站、保险超市、门户网站、O2O平台、第三方电商平台等多渠道展开 理财型保险引入第三方电商平台
爆发期	2013年以后	<ul style="list-style-type: none"> 保险电商化成为趋势,进军移动端,向无纸化、智能化、定制化、智能保险系统发展

保障额度为300万元,与“微医保”产品类似。

除了互联网巨大的流量能为这种保险产品降低风险外,商业补充医疗保险还有一道天然的风险屏障,那就是社保。据业内人士介绍,由于补充医疗保险只报销社保报销后那部分费用,并且此类补充医疗保险对于一般疾病的住院治疗或手术,还会设置一个万元的报销起付线,后端的报销相对风险可控。“由于社保报销比较规范,后端需要关注的风险点主要在自费药的滥用风险上。”

此外,保险公司与互联网企业开展的类似合作,还会有其他方面的风险控制手段,包括通过互联网信息和大数据对投保人实行风险筛选,以及对投保人年龄作出一定限制等。

将改变传统营销方式

“从长远看,这种互联网保险的销售方式会对保险行业有极大的改变。”王国军认为,一是互联网使得风险管理场景化。互联网可以及时知晓被保险人的风险状态。这种功能有助于提升保险的风险管控能力。二是网络营销尤其是社交网络营销,将影响保险销售方式。在社交网络中,人与人之间的信任度比较高,也比较紧密,保险产品推销会更顺畅。社交网络营销可以降低传统保险营销的成本和价格,并慢慢渗透进保险营销中。

保监会最新数据显示,今年前三季度,基于产品线逐渐完善、新技术加速应用、创新险种不断推出等因素,4家互联网保险公司高速发展。在保费收入方面,实现原保险保费收入64.64亿元,同比增长133.77%。在保单件数方面,4家公司44.56亿件,同比增长110.13%。

互联网保险的确可以让保险产品在

极短时间内大面积接触到客户。但是,在这种对传统保险销售路径的颠覆中,消费者对保险服务的体验至关重要。

“短时间内出现大量的互联网客户群,这意味着竞争将主要在产品定价、销售成本和保险服务上。由于是补充医疗保险,一个客户买了一家的产品,就可能不用再买第二家的了,因为医疗赔付是以医疗费用支出为限,赔付不可能大于支出。因此,这种互联网保险产品将主要拼服务。光有价格,没有服务是绝对不行的。”邱希淳说。

那么,互联网对保险营销方式的缓

慢改变会对中小保险公司带来哪些影响?业内专家表示,互联网技术的广泛运用,将缩小中小险企在渠道方面同大型险企之间的竞争差距。当然,这也对保险企业在互联网技术和社交网络上的能力提出了更高的要求。

据了解,到目前为止,阿里、百度等互联网巨头进军保险行业,大多采取了“保险超市”的平台第三方代销模式,即在平台上提供各类保险产品让客户自主选择保险项目。“大数据+社交”的玩法或将给互联网保险更多的属性,也将给传统保险业带来更多挑战。

点评

首先是要练好服务内功

江帆

随着经济的发展和水平的提高,为人们的利益和人身安全提供保障的保险行业,也逐渐做大做强。无论是保险业两位数的增长还是越来越深入人心的保险意识,都是证明。在这一过程中,互联网也发挥了巨大的作用。

互联网进入传统保险领域绝对是一件好事。从长远看,互联网基因植入传统保险业最终会改变保险的模样。不过,这也将是一个长期的过程,一种缓慢的变化。这也给了我们一个提示:传统保险企业触网不能匆忙;互联网企业做保险不能性急。

由于保险产品的特殊性质,保险销售表面销售的是合同,实质销售的是服务,服务本身就是产品的一部分。一个保险产品往往是被保险者一生的托付和最重要的保障之一。因此,对于传统险

企来说,找互联网合作伙伴不光需要情投意合,还需要对方对保险理念和经营有较为深刻的理解和认识。条件具备,二者的合作才可能长久而理性。对互联网企业也是一样,如果只想从保险销售中赚取快钱,只是看重网络销售的巨大流量,则在保险领域不可能走远。

从目前实践看,由于互联网保险产品有标准化、简单化的特征,主流产品仍然囿于短期健康险、快速理财险等,鲜有保障较为全面的长期产品,这意味着互联网保险产品还远不能覆盖社会多元的保障需求,传统保险代理人的角色仍然是不可替代的。如此,保险渠道的网络创新和传统模式将在相当长一个时期内共同发展。无论是险企,还是互联网企业,都要先练好最基础的服务内功,此为胜者正道。

财经周评

上周一(11月6日),网络安全服务商360公司的借壳方江南嘉捷电梯股份有限公司召开重大资产重组媒体说明会,对360借壳的一系列事项作出解答。11月2日,江南嘉捷重组草案披露后,引发了资本市场对于中概股回归的极大关注。

针对360拟借壳江南嘉捷重组上市,证监会新闻发言人表示,证监会将重点支持符合国家产业发展方向、掌握核心技术、具有一定规模的优质境外上市中资企业参与A股公司并购重组,并对重组上市交易进一步严格要求。

无论是江南嘉捷重组草案的披露,还是证监会的表态,都为曾经一波三折的中概股回归带来了一股“暖风”。伴着“暖风”,11月6日,量子高科早盘停牌,并披露将“筹划重大资产重组事项”。此前,量子高科于今年9月份中止收购曾是纽交所退市企业尚华医药下属公司的睿智化学。11月7日,华灿光电公告,公司申请恢复审查于今年7月份中止的重大资产重组事项,其中也有中概股的身影。

不过,对于想要回归的中概股,最近的消息也并非全是利好。在不久前的发布会上,曾在美国纳斯达克挂牌、私有化后转战国内的稳健医疗,IPO申请遭否决。

毫无疑问,作为领先的网络安全公司,360的借壳重组将有利于引导优质科技股在A股上市,开启优质中概股回归热潮。但是,中概股回归也并非一路绿灯。某些看重A股市场高估值,只为使相关股东高位套现,只想回来大肆圈钱的中概股,将很难回A股。

回溯2015年,在巨人网络、暴风科技、分众传媒等公司的带动下,中概股曾掀起一波回归A股的热潮。但是,热潮之下乱象也在涌现。当时,监管部门对部分中概股回归提出了质疑,认为这类企业回归A股市场有较大的特殊性,境内外市场的明显价差、壳资源炒作等现象应当予以高度关注,并暂缓了中概股回归的步伐。

今年以来,A股市场投资风格和市场生态发生了很大变化。严格监管、定增制度改变、减持新规出台等,使得A股价值投资成为主流,初步改变了过去炒小、炒新、炒差的投机风格,资金重新开始关注基本面。同时,A股全球化和对外开放加速,外资持股突破万亿元,也为境外优质中资企业回归A股创造了条件。

在此形势下,市场乐见那些代表传统产业转型升级和新经济的优质境外上市中资企业,在合法合规、合情合理的情况下走上回归之路。同时,监管部门也应继续严厉打击内幕交易,抑制壳资源乱象,严禁跨境套利等行为,让中概股在A股市场上发挥积极作用。

市场动向

外资持股金额创新高

价值投资理念对市场影响较大

本报记者 周琳

中国人民银行日前公布的境外机构和人民币金融资产情况表显示,截至2017年9月份,境外机构和人民币持有的境内人民币股票资产达1.021万亿元,首次超过1万亿元。相较同期沪深两市逾56万亿元的A股总市值,外资持股占比依然偏低,但最近3年增速较快。

从资金结构看,Wind资讯显示,截至11月7日,自开通以来,沪股通(北向)资金达1895.39亿元,深股通(北向)资金达1415.44亿元,合计超过3300亿元,占全部外资持股比重约三成。这说明沪股通、深股通已成为外资机构和人民币资产的重要选项。

从持股风格变换看,外资主要偏爱“白马股”和业绩相对稳定的大盘蓝筹股,一般持股期限超过3个月,风格相对稳健,短期调仓幅度不大。以外资持股的重要代表QFII(合格境外机构投资者)为例,Wind资讯统计,根据2017年三季报,全部A股中的QFII重仓流通股共计274只,持仓市值合计1342.71亿元。分行业看,传统金融、白酒、家电、机场建设等板块受到QFII热捧。

招商基金国际业务部总监兼招商资产管理(香港)有限公司总经理白海峰认为,境外机构参与A股投资是我国资本进一步对外开放的重要体现,对国内资本市场的成熟和完善也起到了积极作用。今年以来,A股逐渐回到重视业绩、资本回报率、有机增长、核心业务盈利模式、护城河等价值投资的经典指标中来,这与外资增持有很大关系。此外,纳入MSCI新兴市场指数的利好,也给外资增持A股“架起桥梁”。

富国基金策略部总监马全胜认为,近年来全球资金加速流入A股市场,显示出外资对中国经济充满信心。今年外资对A股的配置显著超过对债券的配置。从投资风格看,海外机构一般青睐低波动高股息的股票和一些细分领域的龙头个股。

“整体来看,未来A股在外资的影响下会越来越国际化,价值投资将成为A股市场的主流策略,资本市场将进一步成熟和完善,真正符合价值投资标准的好企业会逐渐脱颖而出,这对传统经济转型升级也将产生深远的良性影响。”白海峰认为,未来投资者的投资理念要转变,只有关注企业的成长和价值才能获得长期稳定的回报。

本版编辑 温宝臣

理性看待中概股回归

孟飞

两部门调整汽车贷款最高发放比例——

进一步激发新能源汽车市场活力

本报记者 李华林

想要买车,特别是想要买新能源汽车,但苦于首付不够的消费者,终于迎来了好消息。

近日,中国人民银行、中国银监会两部门公布了最新修订的《汽车贷款管理办法》,对自用新能源车放款最高比例提升至85%。

新办法规定,调整后的自用传统动力汽车贷款最高发放比例为80%,商用传统动力汽车贷款最高发放比例为70%;自用新能源汽车贷款最高发放比例为85%,商用新能源汽车贷款最高发放比例为75%;二手车贷款最高发放比例为70%。

据了解,在旧办法中,没有针对新能源汽车的优惠条款,二手车贷款的最高发放比例仅为50%。

对于作出调整的原因,人民银行表示,是为了落实国务院调整经济结构的政策,释放多元化消费潜力,推动绿色环保产业经济发展,以提升汽车消费信贷市场供给质效。

有专家认为,从新能源汽车、二手

■ 伴随首付比例的下调,将会有更多用户考虑选择新能源汽车。

这无疑会拉动对新能源汽车的需求

■ 在补贴退坡之际,大幅度提高新能源汽车的贷款比例,表明政府

在借助市场力量支持新能源产业的有序发展

车和传统动力汽车在贷款上的区别可以看出,政策鼓励公众购买新能源汽车和二手车,这有利于进一步刺激新能源汽车消费,激活二手车市场交易。

对于需要用贷款购买新能源汽车的用户来说,或许得到的实惠最大。具体来看,一辆北汽EU的裸车价格约在20万元左右,依据最新的贷款标准,自用新能源汽车贷款最高发放比例为85%,因此只需要3万元的首付就可以将车开回家。据了解,目前市场上北汽新能源

最常见的首付比例是三成,即6万元左右。可以预见的是,伴随首付比例的下调,将会有更多用户考虑选择新能源汽车,这无疑会拉动对新能源汽车的需求。

此外,新能源汽车贷款比例的上调,也表明了政策对新能源汽车支持方式的转变。近年来,我国新能源汽车市场进入快速增长期。据全国乘联会发布的数据显示,10月份,新能源车销量达到6.5万台,环比增长12%,同比增长

翻倍,其中插电式混合动力汽车销量同比增加2倍,纯电动汽车同比增长84%。新能源汽车产销突飞猛进的背后,离不开一直以来的补贴。不过,长期执行消费补贴,企业容易患上对政策的依赖症,紧盯政策去设定产品,也不利于行业的健康发展。

因此,按照计划,我国新能源汽车补贴将逐渐退坡,政府对于插电式混合动力车、纯电动车的补贴将从2018年开始逐年退至20%,到2020年之后取消补贴。在补贴退坡之际,大幅度提高新能源汽车的贷款比例,表明政府在借助市场力量支持新能源产业的有序发展,让市场优胜劣汰的作用充分发挥。

目前,我国新能源汽车占比并不高,尚有很大增长空间。据平安证券预测,2017年新能源车总销量有望突破70万辆,其中乘用车在50万辆以上。2018年新能源车总销量有望突破90万辆,其中新能源乘用车在70万辆以上。新能源汽车的贷款比例超过传统汽车后,新能源汽车市场活力将得到进一步激发。