责编 杨月涵 美编 白杨 责校 杨志强 电话:64101908 news0518@163.com

严惩银保电销乱象 人保寿险被罚338万

2020年银保监会首张罚单落在了中国人民人寿保险股份有限公司(以下简称“人保寿险”)身上。3月18日,银保监会披露银保监罚决字〔2020〕1号行政处罚决定书表示,因存在欺骗投保人、私自上浮备案费率等行为,对人保寿险总公司、6家电销中心及15名相关责任人共计罚款338万元,而这也是银保监会2018年成立以来给保险机构开出的最大罚单。与此同时,罚单还牵出两家银行合作伙伴的不合规销售行为。不难看出,随着“双罚制”的落实和穿透式监管的推进,近年来,在处罚机构的同时,涉事的责任人及关联机构也成为监管部门重点关注的对象。

四大违规行为曝光

伴随着1号罚单的落地,人保寿险电网销业务欺骗投保人、未按规定使用经备案保险费率、提供及编制虚假报告资料等违规行径也公之于众。银保监会表示,经查,2017年1月至2018年6月期间,人保寿险河北、成都、郑州、重庆、深圳和广东共6家电销中心经电销渠道销售的部分保单,存在与事实不符的宣传等欺骗投保人的行为。

网销业务方面也是一样。银保监会指出,人保寿险通过支付宝平台销售的“100万自驾车两全险”产品存在不实宣传的问题:“100万自驾车两全险”产品销售页面对“非意外身故/全残”的保险责任描述的部分内容在合同条款中并无规定,对“意外住院津贴补助”的保险责任仅进行了片面描述,与合同条款不一致,对满期返还描述为“所交保费+5%利息”。

同样通过支付宝平台销售的“妈妈乐少儿疾病住院险”产品,则存在未按规定使用经备案保险费率的行为。据了解,该产品由1款主险及3款附加险共同构成,保费合计200元,保险期1年。其中,作为附加险的学生平安意外伤害医疗保险(A款)报价68元,对照该险种向原保监会报备的条款费率,应执行的报备保费为5.3元(有社保)、5.88元(无社保),费率上浮均超过10.5倍。

事实上,北京商报记者调查发现,2019年9月,银保监会在发布的《关于三家银行保险机构侵害消费者权益情况的通报》中就提及了前述两项违规情况。彼时,银保监会办公厅还据此要求银行保险机构结合侵害消费者权益乱象整治工作,围绕违规收费、销售误导、惜赔拖赔等侵害金融消费者八项基本权利的各类违法违规行为开展自查自纠,严格按照相关法律法规和监管规定,依法合规开展经营活动,切实保护广大消费者合法权益。

另外,人保寿险还存在客户信息数据不真实、部分涉及可回溯管理的业务虚假、向原保监会报送的2017年个人医疗理赔数据不真实等提供、编制虚假报告、文件、资料的行为。

总公司申辩 监管Say No

北京商报记者注意到,对于上述侵犯消费者权益的行为,人保寿险总公司、河北电销中心以及部分总公司责任人曾提出陈述申辩,请求从轻、减轻或免予处罚。例如,人保寿险总公司申辩称,上述各项违法行为均属于分支机构问题,总公司领导和部门负责人对违法事实有间接督导责任,不应承担直接责任。同时,在检查组指出上述各项违法问题后,公司立查立改,部分问题如可回溯业务管理等在进场前已向合作银行发函提出整改要求,且公司或个人无主观故意,属于相关人员对制度理解不深、操作不规范等客观因素。此外,电网销违法问题属于同一违法行为,请求合并处罚。河北电销中心也提出申辩意见表示,检查组指出问题后,中心内部立查立改,于第一时间停止开展新业务,并对有关责任人进行了内部处罚,请求依法从轻、减轻或免予处罚。

但银保监会复核后表示,总公司不仅负有制度建设职责,还应承担制度在下级机构落实的督导责任。上述各项违法问题并非个例,检查组抽查了人保寿险广东、山西、黑龙江、河南、贵州等多家下级机构,均查实存在上述情况,表明问题具有普遍性、持续性,并非仅仅属于“部分机构执行不到位”。

“其根源是总公司对下级机构制度执行及落实情况不重视、不作为,没有切实履行总公司对下级机构的指导和监督职责,应对上述违法违规事实承担直接责任。”银保监会强调。而对于河北电销中心提出的申辩意见,银保监会也回应称,立查立改并进行内部追责不能作为从轻、减轻或免予处罚的理由。

为此,银保监会对人保寿险共计罚款338万元。其中,人保寿险总公司罚款135万元,6家电销中心罚款80万元,行政处罚相关责任人15人,罚款123万元。

对于此次处罚,人保寿险回应北京商报记者表示,公司接受银保监会作出的行政处罚决定。处罚决定书中指出的违规问题只是个别业务领域的个别现象,人保寿险依法合规经营情况总体良好。自2018年11月银保监会进场检查之日起,公司按照“即知即改,立行立改”的原则,对检查发现的问题及时组织整改,并已于2019年一季度完成绝大部分整改工作。

穿透式全链条监管袭来

“此次既处罚机构,又抓住‘关键少数’,处罚公司高管,是银保监会成立以来对保险公司的最大罚单。”针对开年1号罚单,银保监会消保局相关负责人如是表示。

近年来,在处罚机构的同时,涉事的责任人及公司高管也成为了监管重点关注的对象。中央财经大学中国精算研究院金融科技中心副主任陈辉表示,任何公司行为的背后都是人来主导,特别是高级管理层,“双罚制”就是要加大对保险高级管理人员的约束,使其“不能犯、不敢犯、不愿犯”,这样才能保证监管处罚的约束,也才能降低监管的博弈。

国务院发展研究中心金融研究所保险研究室副主任朱俊生也坦言,若仅偏重对机构的处罚,却没有落实到具体责任人,那么震慑力是相对较小的。未来类似事件的发生,也只会使得相关人员进行内部岗位的调整,不会因为自身的不当行为承担相应的后果,这实则是一种袒护。而在这种背景下,“双罚制”则能够很好地补足上述短板。

值得一提的是,此次处罚并不仅限于人保寿险内部,两家合作银行机构也同样遭罚。3月18日,银保监会发布对邮储银行和农业银行的行政处罚决定书。其中提及,两家银行在2018年1-10月代理的人保寿险保险业务中,存在部分可回溯视频质检结果未反馈给保险公司或缺失的情况。

陈辉表示,原银监会、原保监会合并后,对于银行保险的穿透式监管、全链条监管提供了可能,因此,近期能看到多起关联处罚的情况,而这有利于从源头上控制误导消费者的现象发生,例如消费者买理财产品最后却发现是保险产品等。 **北京商报记者 孟凡霞 刘宇阳**

宅家理财重塑线上服务 券商App花式“涨粉”

“‘股乐齐鸣’正在直播”,这已是3月18日上午一小时内,投资者李维(化名)收到的某券商App推送的第3场直播消息。过去两个月,全民宅家炒股,券商App线上直播“风起”。有研究报告显示,2月有17家券商App产品入榜移动App前1000名,且月活跃用户环比增幅均超过了10%。分析人士指出,疫情给券商带来经纪业务转型的重要机遇,券商应“化危为机”,建立用户线上消费习惯的同时,要重新考虑规划自己的线上服务。

宅家炒股“激活”券商App

根据易观千帆发布的《2020年2月移动App TOP1000榜单》数据,2月有17家券商App产品入榜,从2月活跃用户规模和排名上看,排名前14的券商App活跃用户规模均超过了300万人。其中,华泰证券的涨乐财富通App月活排名居首,活跃人数为830.8万人;其次是国泰君安证券的国泰君安君弘App,活跃用户为472.6万人,相较第一名已有比较明显的差距;平安证券App居于第三名,月活用户有419.6万人。

环比而言,2月17家券商App活跃人数均较上月有了明显增长。国泰君安君弘App、光大证券的光大金阳光App、中国银河证券App环比增幅居前三位,分别达到了18.07%、17.28%、17.01%。

2月券商App活跃人数增加与当月股市交投活跃息息相关。根据渤海证券研报,2月日均股基成交额达10351.7亿元,环比增长39.59%,较去年同期增长64.42%,仅代理买卖证券业务一项就为券商带来了50.9亿元的收入增量(佣金率以0.0288%计算)。同时,受益于经纪、自营业务增长,2月券商业绩同比环比均有所改善。

首创证券研发部总经理王剑辉对北京商报记者表示,疫情给券商带来经纪业务转型的重要机遇,在疫情防控特殊时期,居家操作客户增加,用户信息需求迅速增长,形成了一个短暂有利的时间窗口。同时用户对线上服务需求增加,对券商App功能、体验、内容上的要求更多,这也会使客户更多集中于少量券商App上。

花式“涨粉”加强线上运营

“除了受疫情影响宅家炒股以及行情火爆市场风险偏好提高等因素,就App来看,活跃用户规模的变化也跟各券商在疫情期间的运营活动有关。”易观金融行业分析师田杰对北京商报记者表示。

一些券商在疫情防控期间对App从运营和产品层面进行了更新。例如2月国泰君安证券上线疫情相关板块,第一时间解读疫情对股市的影响和相关概念,并且在首页上线了7×24小时直播的咨询和观点。而各类视频直播“风起”也成为疫情期间券商App内的一大亮点:“各位××证券的投资者朋友大家好,还没加关注的朋友现在点一下关注,直播马上开始。”3月18日,某券商营业部的一位投资顾问以这样的开场白在App上开始了当日的视频直播。

“大盘还要调整多久”“黄金5分钟选股法”“市场上行空间有多大”“科技股回调是机会吗”,就在市场交投活跃之际,投资顾问以视频直播的形式分享投资建议在行业中越来越多见。有券商分析人士指出,券商开展线上直播有着天然优势,高素质的投顾队伍提供专业的投资知识和技能,优质的内容输出将会大大提高客户的忠诚度。

“化危为机”重塑线上服务

纵然众多券商想要抓住直播风口,有券商一场直播访问量数万,但一些券商“带流量”的能力也难言乐观。以李维3月18日看到的一场直播为例,直播时长30分钟,在线用户不到200人:“还有很多时候我看到证券类App的用户只有几个人,场面十分冷淡。”

究其原因,优质内容输出能力成为一大关键。在王剑辉看来,线上渠道一旦建立,券商内容以及研究能力的重要性尤为突出。线上提供的信息和观点分析,如果还是模棱两可、含糊不清或不具有很强的操作指导性,不仅达不到活跃用户的效果,还有可能损害现有用户黏性。

此外,田杰指出,互联网直播平台的刺激点是平台开放、用户共享,目前证券公司的直播较为封闭。北京商报记者尝试多家App后发现,看直播需要先开户,这就意味着直播主要针对存量用户运营:“大多数证券类App月活用户不超过100万,投顾用户就更少了,存量用户运营只会导致直播用户流量不足。”在田杰看来,中国投资者教育的市场十分广阔,相较于投顾功能,券商更应该重视直播的投教功能,未来做大投资者教育是行业趋势。

事实上,在居民宅家理财期间,面对大量客户的涌入,如何挖掘潜在机会,并且在疫情之后仍然保持用户黏性,是券商需要关注的重点。王剑辉表示,未来,随着科技手段发展、内容的丰富以及服务质量的提升,线上渠道会越来越多地发挥出联系客户、服务客户的作用。券商应借疫情期间“化危为机”,建立用户线上消费习惯的同时,要重新考虑规划自己的线上服务,甚至重新规划相关业务线的线下线上转型和协同,来提升客户的体验。

北京商报记者 孟凡霞 马嫡

趣店业绩“变脸” 净利缩水八成 持续缩减业务规模

北京商报讯(记者 孟凡霞 刘四红)北京时间3月18日,中国金融技术服务公司趣店集团(NYSE:QD)发布2019年四季度及全年财报。数据显示,2019年全年,趣店实现净利润33.52亿元人民币,较2018年增长31.5%;不过,趣店2019年四季度业绩出现“变脸”,调整后净利润仅1.57亿元人民币,环比下降85.2%,受累于四季度业绩,趣店集团去年全年业绩未达预期。

北京商报记者注意到,趣店在公布财报的同时还宣布了重大人事调整,杨家康因个人原因辞去趣店集团CFO一职,将继续担任财务顾问,高岩出任趣店集团财务副总裁,祝祺出任投资者关系副总裁。

从财报具体数据来看,2019年四季度,趣店集团录得总收入19.32亿元人民币(2.77亿美元),环比下降25.4%;调整后净利润1.57亿元人民币(0.23亿美元),环比下降85.2%。时间线拉长至全年来看,2019年,趣店录得总收入88.4亿元人民币(12.7亿美元),较2018年增长14.9%;实现调整后净利润33.52亿元人民币(4.81亿美元),较2018年增长31.5%。

在运营数据方面,趣店集团称,受行业下行影响,开放平台合作方采取了更加严格的信贷标准,因此趣店开放平台业务整体呈收缩趋势。财报显示,2019年四季度,开放平台撮合交易金额80.2亿元人民币,环比下降19.7%;实现收入6.49亿元人民币,环比下降34.6%。

截至2019年12月31日,趣店累计注册用户数为7946万,服务用户612万,累计服务用户1904万。截至2019年四季度末,平台180天以上的逾期率低于3.2%。

值得注意的是,对于2020年一季度的业务发展,趣店集团方面预计一季度将会产生亏损,主要是鉴于当前疫情对宏观经济及行业环境的影响,趣店和其合作方将会继续收缩业务规模,加快去杠杆进程。

祝祺称:“在行业不确定性上升、市场环境严峻的情况下,为更好地保护公司资产安全,公司采取了一系列措施,以最大程度地控制风险。新型冠状病毒疫情的发生,给中国的线上消费信贷行业带来了更多挑战。2020年一季度,趣店将继续保持严格的信审标准,缩减业务规模”。

整体股价表现方面,上市两年多以来,趣店股价从刚上市时期的最高点35美元跌至最低点1.58美元,跌幅超95%。截至发稿北京时间3月18日晚,趣店最新报价1.7美元。

对于2019年四季度业绩大幅下滑原因及公司应对对策等,北京商报记者对趣店方面进行了采访,但截至发稿,未收到进一步回复。

“趣店的业绩在去年四季度出现变脸,其实也是目前网络借贷行业整体形势的一个缩影。趣店在去年三季报中就对全年的业绩展望进行了下调,按当时的预测全年利润在40亿元人民币,目前来看,实际实现的情况比当时预期要低。”零壹研究院院长于百程分析,趣店业务主要包括自营贷款和助贷相关业务,业绩与业务规模、收入模式、坏账等均相关,但去年以来,网络借贷行业包括合作机构、产品利率、催收等各个方面都在收紧监管,因此趣店业务成本也在逐步上升。

在于百程看来,今年一季度,整个行业又受到突发疫情的持续影响,客户还款能力有所下降,坏账率普遍上升,放款量也在压缩,因此今年一季度可能是全年最困难的时期。

网贷之家研究院院长张叶霞同样称,今年一季度因为疫情影响,对线上消费信贷业务带来较大冲击,线下催收难度大增,或许逾期率将进一步走高,因此一季度保持谨慎并产生亏损的情况,也比较符合整体的走向。在她看来,“互金平台目前仍深处行业寒冬中,需坚守合规和自律底线,加强风控同时也需要模式创新,当然后期更需要政策的支持,这也将有助于互金行业平台走得更远”。