

意外险新规划定费率上限 消费者将获利好

划定费率“天花板” 剑指手续费畸高

“意外险百分之几百的附加费用率,监管怎么不管管?消费者权益去哪儿了?”打开知乎搜索“意外险”字样,便能看到意外险消费者的如是质问。

长久以来,意外险市场被手续费畸高乱象所困扰,而近期监管罚单中亦有相关案例。4月中旬的一张营口银保监局罚单便显示,在意外险中介费用率大幅超出预定费用率行为方面,幸福团体交通意外伤害保险预定附加费用率为25%,然而幸福人寿营口支2019年1月初至2020年5月底承保的3件团体交通意外伤害保险,向中介机构支付的手续费率超出预定费用率水平15%以上。

新近发布的《意见稿》中,便剑指手续费畸高乱象,划定费率“天花板”《意见稿》规定,各保单年度的预定附加费用率由保险公司自主设定,但平均附加费用率不得超过规定的上限。

其中,个人短期意外险业务,以及个人长期意外险期交业务的平均附加费用率均不得超过35%,而个人长期意外险趸交业务平均附加费用率不得超过18%。而团体方面,短期意外险、长期意外险的期交业务、趸交业务的平均附加费用率依次以25%、15%和8%为上限。

“一方面,意外险费率太高不利于保护消费者利益;另一方面,客观来看,如今意外险,尤其是短期意外险多与机票、车票订购和旅游等消费场景相结合,意外险离开这些渠道后很难触达客户,掌握这些场景的平台或者机构与保险公司博弈后,费用率自然升高。”对于意外险手续费畸高的原因,清华大学五道口金融学院中国保险和养老金研究中心研究员朱俊生如是分析。

首都经贸大学保险系副主任李文中则指出,首先,相比其他人身险业务,意外险件均保费较低,但业务流程相差不大,客观上件均



手续费畸高、捆绑销售、骗保骗赔……意外险乱象频出,监管再次重拳出击。4月14日,北京商报记者从业内渠道获悉,日前银保监会发布《意外伤害保险业务监管办法(征求意见稿)》(以下简称《意见稿》),控费降价,剑指“捆绑销售”等诸多行业痼疾,同时要求强化客户信息真实性管理。

业内人士认为,《意见稿》划定费率“天花板”有利于打击意外险手续费畸高现象,“负面清单”的明确有利于进一步保障消费者权益,而对于客户信息的管理,或能对骇人听闻的“杀亲骗保”风险起到一定的遏制作用。

意外险平均附加费用率上限表

业务类型	短期意外险	长期意外险	
		期交	趸交
个人	35%	35%	18%
团体	25%	15%	8%

人力成本,特别是佣金占比较高。其次,意外险附加保费虽占比高,但绝对金额不大,消费者对其不敏感。再次,人身意外伤害保险承保的风险是典型可保风险,消费者转嫁意愿强,因而更能忍受较高附加费用率。最后,随着互联网销售渠道发展,意外险保费中人工成本占比大幅下降,但由于价格黏性和不同机构间攀比,佣金水平也很难大幅下降。

“监管部门发布监管规定对平均附加费用率进行限制,并要求保险公司对附加费用率高于上限进行专项说明,肯定能够较大程度上抑制意外险附加费用率过高这种现象,让消费者从中获利。”对此,李文中如是表示。

除了对于手续费畸高打击可令消费者获利外,中国精算师协会创会会长徐昱琛指出,对于赔付率的管控亦可达到降价让利消费者的目的。

如在价格调整机制方面《意见稿》规定,对过去三年平均赔付率低于50%的短期意外险产品,保险公司应及时调整定价以确保下一年度赔付率不低于50%。与此同时,

《意见稿》要求对于连续两年保费收入超过200万元且赔付率低于30%的产品,保险公司应停售。

朱俊生亦介绍道,去年全国意外险整体市场赔付率约为27%,整体费用率较高,或在50%以上。他总结称,如今监管改革的思路是对意外险综合成本结构进行调整,拉高赔付率,降低费用率。

负面清单立经营“禁令” 捆绑销售乱象当休

捆绑销售在各类险种中均是屡禁不止的行业难题,意外险亦然。

在此之前,意外险在各类消费场景中捆绑搭售的问题屡屡见诸报端。

近日江苏省消费者权益保护委员会发布的线上保险消费调查报告便显示,线上保险消费者遇到捆绑销售的场景中占比最高的是非保险产品(如车票、机票等)消费或贷款时被默认购买保险,五成以上的消费者都遇

过此类情况。而且,在第三方购票平台中搭售的保险产品,其保险费用、赔付额度与同一保险公司承保的其他赔付范围近似的同类型产品,在赔付条件、金额方面存在明显差异。

李文中认为,意外险捆绑销售现象之所以频发,主要是因为意外险是一种场景化非常明确的险种,在特定场景下将其与特定的其他商品与服务捆绑进行销售非常容易成功。与此同时,捆绑之后意外险保费占消费者总支出的比例普遍很小,消费者对其不敏感,这进一步提高了捆绑销售成本的可能性。

除了禁止捆绑外,“负面清单”亦禁止险企销售意外险时直接或通过保险中介强迫消费者订立保险合同;通过无合法资质的机构、未进行执业登记的机构销售意外险,或委托经营区域外的保险中介机构或个人销售意外险产品;夸大保险保障范围、隐瞒责任免除、虚假宣传等误导投保人和被保险人的行为;以利益输送、商业贿赂等手段开展不正当竞争。

强化客户信息真实性管理 “防火墙”拦截“杀亲骗保”

除了手续费畸高、捆绑销售频发等乱象之外,骗保骗赔亦是意外险行业频发乱象之一,其中不乏“杀妻骗保”“杀母骗保”这类骇人听闻的恶性案件。

对此,有业内人士指出,此次《意见稿》中对于客户信息真实性的管理,能对骗保骗赔起到一定遏制作用。

具体而言《意见稿》提出,保险公司应加强意外险业务的客户信息真实性管理,在遵守有关法律法规的前提下,明确要求保险销售人员以及保险中介机构按照意外险业务经营和客户端服务的需要提供真实、完整的客户信息,并对其所提供客户信息的真实性、完整性进行审核。

同时《意见稿》要求保险公司的核心业务系统(银邮)保通等有关业务系统应具备客户信息字段完整性和逻辑准确性的控制功能。

“意外险保费低、保额高,杠杆效应明显,因此有可能带来一些道德风险,包括骗保骗赔。”朱俊生指出,如果不同公司的信息不能相互对比,亦容易造成道德风险。他表示,行业应加强客户信息真实性管理,若消费者同时在不同险企投保,行业共同信息基础设施能够及时识别这种有可能带来骗保骗赔的情况,从而起到一定的预警作用,所以这方面的信息基础设施建设亦非常重要。

李文中同样认为,这样一方面能够从核保环节拒保部分有较高骗保嫌疑的客户,另一方面能够在理赔环节通过复核相关信息再次筛除骗赔案件。“当然,仅要求客户信息真实还不行,关键是要采取相关技术手段与措施来保证客户信息的真实性,而且建立和完善行业意外险信息共享与反欺诈平台是一项非常重要的工作。”李文中亦如是补充。

北京商报记者 陈婷婷 周茜怡

线上花样百出 大额存单能否缓解银行揽储压力

4月14日,北京商报记者调查发现,相较于以往的热火,许多银行线下网点已不再将“大额存单保本保息、高利率”等宣传标语挂在重要展示位置,部分银行已下调3年期大额存单利率。而与之形成鲜明对比的是,线上可转让大额存单功能的火热推广。分析人士认为,为了提高大额存单的流动性,吸引投资者,有些银行会设置大额存单线上转让平台,但转让方的信用风险和跨平台能否转让等问题依旧未有明确的监管规定,银行缓解揽储压力未来应依靠开发种类丰富的产品吸引客户,同时通过提升金融服务的质量来吸引客户。

利率下调线下揽储“静悄悄”

作为稳健型投资者最青睐的产品,大额存单一直都是银行拉存款的利器。但在市场利率下行的背景下,银行线下揽储动力正在逐步减弱。4月14日,北京商报记者走访北京地区部分网点发现,多家银行已不再将大额存单的宣传标语挂在营业网点的重点推介位置,更有部分银行已对长期大额存单利率进行下调。

另一家国有大行网点同样冷清,并未见到有关大额存单宣传的任何信息,这家银行客户经理提到:“个人大额存单发行利率分固定利率和浮动利率两种。固定利率存单采用票面年化收益率的形式计息,浮动利率存单以上海银行间同业拆借利率(Shibor)为浮动利率基准计息,每一期的个人大额存单利率各不相同。大额存单产品一般都是看投资者自己喜好购买,不过前两天刚接到通知,利率已经下调了,主要是3年期产品,例如之前3年期起投资金额为5万元的产品利率是3.85%,现在已经下调至3.3%了。”

揽储动力不明显,下调利率不仅出现在国有大行,部分股份制银行大额存单利率也同样出现了下调,一位股份制银行理财经理在推介产品时向北京商报记者直言:“现在3年期大额存单的利率已经下调至3.8%了,3月初的时候还维持在3.85%左右,现在银行内部对大额存

单贴息的情况也比较少了”。另一家股份制银行客户经理也说道:“未来大额存单利率下跌会是个趋势。”并向记者介绍了其他类别的投资产品。

对银行线下揽储动力不足、大额存单利率下跌这一现象,融360大数据研究院分析师刘银平分析指出,近两年银行业净息差水平整体收窄,很多银行通过压降高成本存款产品来降低负债成本,优化存款结构,所以2020年初以来,大额存单利率整体下跌。为了控制负债成本,未来大额存单规模增长将受限。

线上“可转让”花样百出

和线下揽储意愿较低形成鲜明对比的是,中小银行通过线上渠道增加客户黏性的意愿更加强烈。“可转让大额存单、收益高、更灵活”“不容错过的大额存单转让功能了解一下”,北京商报记者注意到,为了巧打揽储宣传牌,近日包括广东华兴银行、广州农商行、日照银行在内的多家中小银行开始通过线上力推可转让大额存单业务。

大额存单产品转让功能是银行通过个人手机银行提供的大额存单转让服务。在产品推介宣传中,各家银行均提到了“大额存单产品持有方通过大额存单的转让,可以减少提前支取的利息损失,实现资金灵活变现;购买方则获得了更多产品选择的机会,可以买到存期短、收益好的产品”。

可转让大额存单究竟如何实现盈利?例如,客户A持有一笔100万元的可转让大额存单,存期3年,利率3.85%,持有刚好一年。因急需资金,客户A发起存单转让,转让利率设置为3.25%,让利0.6%,客户B当天买入A出让的大额存单。那么客户A可获得利息收益:100万元×3.25%=32500元,比提前支取多收益29000元。这时客户B再持有2年期即可获得全额到期利息:100万元×3.85%×3=115500元。扣减先支付客户A的转让利息32500元,实利收益

83000元,年化利率4.019%,远高于现售产品。

北京商报记者注意到,可转让大额存单主要通过线上渠道实现,持有方在大额存单界面选择自己想要转让的大额存单,可以选择平价转让或者指定价格转让。购买者打开主要挂单的大额存单产品选择购买即可。从盈利金额来看,可转让大额存单能在一定程度上缓解持有方的资金周转压力,还能让购买者买到此前“高息”利率的产品,可谓一举两得。但是产品转让周期持续多久,转让价格如何确定目前还未有明确的监管规定。

银行揽储压力犹存

在定期存款靠档计息受限、结构性存款被规范之后,银行揽储压力明显提升。当前,国内市场竞争依然激烈,融资渠道本身较窄,再加上“资管新规”过渡期最后一年,银行资本补充和负债压力仍较大。4月12日,央行公布了2021年一季度金融统计数据,数据显示,今年一季度人民币存款增加8.35万亿元,同比多增2844亿元。其中,住户存款增加6.68万亿元,非金融企业存款增加2574亿元。虽然一季度整体存款数据出现上升,但从单月来看,3月人民币存款增加3.63万亿元,却同比少增4696亿元。

分析人士认为,在监管趋严、理财净值化转型的大背景下,银行负债端承压可能是长期趋势,大额存单是否能缓解银行揽储压力还有待观察。光大银行金融市场部分析师周华认为,对银行来说,大额存单产品负债成本并不低,对于客户来说,流动性不强也存在制约。从趋势看,由于国内延续良好复苏态势,一方面货币政策逐步回归中性;企业盈利前景改善推动信贷需求走强,带动市场利率水平稳步上升,有可能推动大额存单利率中枢抬升,预计负债压力相对大的中小银行大额存单利率上升较明显;但银行理财打破刚兑,对于部分低风险偏好的投资者将增加存单购买,有助于抑制利率上行空间。北京商报记者 孟凡震 宋亦桐

新发债基折戟 中融基金艰难成长

新品折戟、业绩不佳、人才资历尚浅,在当前市场环境下,中小型公募发展之路困难重重。4月14日,中融基金发布公告称,截至募集期结束,旗下新产品中融安泰一年持有期纯债因未能达到备案条件,故宣告募集失败。值得一提的是,在此之前,中融基金还曾在新发阶段遭遇延募、提前结束募集失败等状况。此外,中融基金旗下产品的中长期业绩表现平平,基金经理更是普遍经验不足。在业内人士看来,中融基金整体业绩波动的情况还需要进一步改善,优异的中长期业绩是客户稳定的重要因素。

中融基金发布公告称,截至4月12日基金募集结束,中融安泰一年持有期纯债未能满足基金合同规定的基金备案条件,因此基金合同不能生效。据北京商报记者不完全统计,这已是年内第8只宣告募集失败的新发基金,也是中融基金年内新品首现募集失败。

据基金份额发售公告显示,中融安泰一年持有期纯债的募集时间为2021年1月13日至4月12日,自基金份额发售之日起3个月内,在基金募集份额总额不少于2亿份,基金募集金额不少于2亿元且基金认购人数不少于200人的条件下,达到基金备案条件。反之,则基金合同不能生效。

北京商报记者还注意到,近年来,中融基金的新品发行之路颇为坎坷。早在2020年5月,中融鑫优创灵活配置混合就曾宣告募集失败。而在2020年4月,该产品发布提前结束的公告,将原定募集截止日从2020年6月29日提前至4月29日。但在同年5月14日,中融基金再度发布公告称,因中融鑫优创灵活配置混合未达到基金合同规定的基金备案条件,故基金合同不能生效。

此外,中融基金旗下部分在年内新发的产品也曾遭遇延募的情况。公开资料显

示,中融景颐6个月持有期混合于2020年12月21日开始募集,原定认购截止日为2021年1月15日。而后将该基金的募集期延长至1月22日,并于1月28日宣布基金合同生效。

从年内的整体发行情况看,除中融景颐6个月持有期混合外,中融基金还完成了中融行业先锋6个月持有混合的募集。当前,中融鑫锐精选一年持有混合正在发行中,后续还有中融景盛一年持有混合等待发行。综合上述情况不难看出,中融安泰一年持有期纯债是中融基金年内目前唯一发行的债券型基金,但却无缘面市。

新发基金“魅力”不够,或与中融基金旗下部分产品的长期业绩表现平平有密切关系。对于中融基金旗下产品的业绩表现,深圳中金华创基金董事长龚涛评价道,基金公司产品的业绩表现也是不同基金经理间的较量,长期收益率很能说明一个团队或者一个公司的投研能力和交易水平。就目前情况来看,中融基金整体业绩波动的情况还需要进一步改善,同时,优异的中长期业绩也是客户稳定的重要因素。

众所周知,一家基金公司投研团队的稳定与否也将影响旗下产品的中长期表现。有业内人士指出,中融基金旗下产品中长期业绩表现欠缺,或也与其基金经理任职时间较短,且多数经验不足有一定的关系。中融基金在接受北京商报记者采访时表示,中融基金的投研团队打造主要以内部培养为主、外部引进为辅,以制度和氛围吸引和选拔优秀人才,做好投研梯队建设。未来还会继续提升综合实力,以持有人利益为先。固收业务是公司传统优势,会继续保持;主动权益投资能力近两年有很大提升,也将继续发力核心投研能力,打造富有竞争力的产品,为投资者带来良好的体验。

北京商报记者 孟凡震 李海媛