

新规3月起实施 保监会动态监测

以房养老保险逐月上报“成绩单”

在春节前,保监会发布《老年人住房反向抵押养老保险试点统计制度》,要求参与以房养老保险试点的险企详细报送各项经营指标。其中就包括房产类型、房屋面积、土地到期时间、房产估值等基本情况,及房子的贷款本金、贷款利息等。除此之外,险企还需要上报产品开发和销售情况,包括普通生效时间、保单状态、被保险人年龄、原保险保费收入外,还依据以房养老保险特点划分参与型与非参与型两种产品类型,以及养老金领取金额等统计指标。

统计数据显示,近年来,空巢老人持续增加,2013年已突破1亿人。农村老年人留守现象突出,2012年约有5000万人。这为保险业推行以房养老制提供了契机,反过来,以房养老也将缓解老龄化这一社会性问题。

事实上,早在2003年,身为中国房地产开发集团党委书记(现幸福人寿董事长)的孟晓苏就开始着手“住房反向抵押保险”,即以房养老等相关问题;而其2008

随着老龄化日趋严重,如何养老成为一大热门话题,而养老的形式也追求多样化,用房子抵押也可养老。在保险业,去年7月起北京、上海、广州、武汉四地获准试点推行老年人住房反向抵押养老保险(以下简称“以房养老保险”)。对于这一新型养老模式,各方看法不一,保监会为了适时掌握试点业务开办情况,要求参与试点的险企自3月起逐月上报业务推进工作。

年退居二线后创建的幸福人寿主营业务也是“住房反向抵押贷款”,与“住房反向抵押保险”息息相关。

去年7月初,保险版以房养老正式敲定,在北京、上海、广州、武汉四地试点两年,其中,为了解决房地产价格波动给参与以房养老的老人带来的影响,保监会要求保险公司对投保人抵押房屋增值采取两种处理方式,即试点产品分为参与型和非参与型。其中,参与型产品是指保险公司可参与分享房屋增值收益;非参与型产

品则指保险公司不参与分享房屋增值收益,抵押房屋价值增长全部归属于保险受益人。

不过,对于以房养老,市场反应不一。乐观者认为,未来“4-2-1”结构的家庭不断增多,房子闲置将成为一种趋势,把房子变现养老成为一种不错的选择;而持不同看法的人则认为,在受传统观念影响,有屋才有家的感觉,抵押房子养老一时难推广,尤其目前房产制度仍实施70年产权,让这以房养老也面临重重困难。

民政部部长李立国就曾指出,“以房养老”为老年人在家庭养老、社会养老、国家帮扶之外,增加了新的选择,有利于盘活房产资源,提高老年人生活质量。但“以房养老”在我国还是一个新鲜事物,受传统伦理观念、老年人预期寿命、房地产市场价格走势等因素的影响,在实施中难免存在制约条件,需要边试点边摸索。

为了扫清以房养老的制度障碍,湖北省政协委员董玉霞也在今年省级“两会”上提交一份落实老年人终身房制度问题的提案,董玉霞说,“以房养老”政策出台近半年,响应实践者寥寥无几,这其中除了老年人思想比较保守、政策还有待观望外,还有很多客观因素,比如70年土地使用权的规定。因此,董玉霞建议,探索出台老年人终身房产政策或制度,即将“以房养老”的老人房产期限延续到老人去世为止,以此顺利推行用房产抵押养老的模式。

北京商报记者 崔启斌 陈婷婷

· 资讯 ·

20个省市试点开展农产品价格保险

近日北京商报记者从保监会获悉,我国农业保险经营创新不断加强,已在20个省市启动主要口粮作物、生猪和蔬菜目标价格保险试点。

在农业保险方面,去年我国还启动全国农业保险管理信息平台建设,提升农业保险信息化水平,推动建立中国农业保险再保险共同体,稳定农业再保险供给能力。

保监会提供的数据显示,我国农业保险承担风险保障1.7万亿元,同比增长19.6%;向3500.7万受灾农户赔款214.6亿元,同比增长2.9%。

在巨灾保险方面,去年我国开展巨灾保险制度顶层设计,明确路线图和时间表。完成“建立巨灾保险制度”重点课题,构建巨灾保险制度总体框架。推动《地震巨灾保险条例》立法进程,完成《地震巨灾保险条例》初稿。制定地震巨灾保险制度试运行方案,做好开发城乡住宅地震保险产品和推动组建地震保险共保体工作。加大巨灾保险试点推广力度,深圳、宁波巨灾保险试点先后落地。

北京商报记者 崔启斌 陈婷婷

保险业1月利润有望破300亿

保监会副主席周延礼2月13日出席《中国保险业竞争力报告(2014)》蓝皮书发布会时透露,保险业1月预计利润比去年同期增加216.18亿元,约为333.63亿元,同比增长184.07%。

今年1月我国保险业开局良好,延续了2014年的高速发展态势,共实现保费收入4005.56亿元,同比增长18.95%。其中,财险业务发展平稳,保费收入同比增长13.81%;人身险保费收入同比增长19.62%,普通型寿险取代投资和理财型产品成为寿险业第一大险种;健康险保费收入高达249.98亿元,同比增长30%;意外险保费收入59.36亿元,同比增长19.35%。截至1月底,中国保险业总资产已达10.4万亿元,较年初增长2.16个百分点;净资产1.4万亿元,较年初增长3%。外资公司1月保费收入152.86亿元,同比增长105%,市场份额大幅提升。

对于保险业1月的亮丽数据,周延礼说,这得益于去年以来的政策支持,保险新“国十条”和《关于加快发展商业健康保险的若干意见》的发布使得保险业的政策支持迈上新台阶,行业发展呈现出新迹象。此外,资金运用改革的继续深化,保险业服务大局能力的突破,这些都是促成今年保险业良好开局的重要因素。

北京商报记者 崔启斌 陈婷婷

观点

品牌是一种能给拥有者带来溢价、产生增值的无形资产,这其中,提升企业核心竞争力的品牌战略是关键。中国企业跨入全球竞争舞台上,品牌塑造显得异常重要。在2月12日举办的“北京商业品牌大会”现场,保险行业观察员在接受北京商报记者采访时指出,品牌塑造关键在于提升服务质量。

平安财险北京分公司副总经理 解保林

科技提升车险服务品牌



车险品牌的塑造关键在于服务,而服务品质的提升则借助于科技。面对快速发展的互联网,哪家保险公司能借助互联网这一东风,则会在市场上占有主动权,并迅速提升品牌形象。

从全国车险来看,北京是竞争最为激烈的市场之一,几乎所有经营车险的全国性保险公司都挤在北京市场开展业务。目前,更多的互联网元素嵌入车险服务当中,包括很多产品的研发也是基于互联网思维。

以平安财险为例,正在大力推广好车主App项目,这个项目整合了线下渠道和服务资源,北京地区近

百万平安客户将能享受到O2O模式下汽车生态端的综合服务。同时还围绕汽车生态圈,通过搭建综合理赔服务中心和扩大电子网点,缩短客户理赔半径,努力向客户提供一揽子一站式综合服务。通过App客户自助终端,车主可免费获得救援服务,并跟踪道路救援状态等。

互联网技术不仅用于理赔过程,也用于投保环节,如电子保单推出,方便了客户,也节省了资源。去年底,北京地区试点推电子保单之后,平安财险成为国内首家获监管层认可推行电子保单的财产险公司。

北京商报记者 崔启斌 陈婷婷

长安责任险发展改革部总经理 宋向求

责任险品牌塑造贯穿于社会治理中

经过近几年的发展,保险业的品牌形象逐步得到社会的认同,2014年国务院推出了新“国十条”,将保险业从自我发展提升到国家经济发展的高度。作为责任险,其品牌塑造则贯穿于社会治理和经济发展中。

在新“国十条”中,首次将保险业定位为现代服务,这将意味着未来保险业将从服务社会和经济发展的作用,保险业的品牌将得到最大的改善。与其他传统行业所不同的是,保险业的品牌对于保险公司来说实际是对社会的承诺,是广大客户对保险公司的信任。结合长安责

任险来说,公司成立以来,一直把专业和责任作为品牌定位,立志打造中国责任险第一品牌。

责任险与国家发展的水平和经济水平与法制环境是息息相关的。如果从保险服务社会的角度来说,责任险会承担起巨大的作用。具体来说,责任险与每一个企业和消费者都关系紧密。例如,长安责任险在北京承保了庆丰包子铺,如果老百姓消费时由于食品安全造成伤害,都会通过责任险获得赔偿,这有利于稳定经营,也有利于维护消费者的利益。

北京商报记者 崔启斌 陈婷婷

