

# 互联网险企经营车险如何突围

泰康在线近日举办一周年庆典,在活动现场,除了发布多款场景化的互联网保险产品外,更受市场关注的是与多家企业签订了战略合作,其中就包括民太安保险公估集团。这是泰康在线挖来原华泰财险总经理助理、北京分公司总经理左卫东出任泰康在线副总裁,分管车险业务后又一大动作。对此,泰康在线相关负责人表示,这意味着公司做好了全面进军车险领域的准备。

目前,商业车险经营资质并没有完全放开,尤其对于没有物理网点的互联网保险公司来说,监管放行的态度更为谨慎,需要考虑此类险企的服务模式和网点的铺设能力。成立于2013年的首家互联网险企众安保险于去年最先拿到车险的经营资质,所采取的经营模式是线上销售和线下服务相结合,将后端的出险查勘、定损等流程外包予股东方中国平安。有行业内部人士指出,这一模式并没有真正做到互联网化,创新方面并不足,在业务经营方面也存在同业竞争的缺憾。

据了解,众安保险除了与中国平安有股权方面的关系外,还存在同业竞争

**在财险领域,车险一直处于霸主地位,险企都想分得一杯羹,新兴的互联网保险公司也不甘示弱。继众安保险、安心保险相继获得车险经营资质后,泰康在线、易安保险也纷纷自曝参与车险牌照的争夺战。然而,车险一向以服务网点丰富为制胜法宝,这对于没有物理网点的互联网险企来说无疑提出了更大的挑战,如何突围备受关注。**

关系,平安车险具有很庞大的客户群以及较为完善的后援服务平台,代理众安车险后端服务并不是一件难事。“正因为存在同业竞争,很多客户没有必要非得通过众安来买车险,通过互联网购买平安的车险也很方便,这样众安车险吸引力就大打折扣了。”一位险企负责人如是解释,更何况众安保险还得将很大一部分收入划拨给平安,从某种程度上来说只是给平安做了嫁衣。

今年9月中旬,安心保险获准在北京、广东、深圳等地区经营车险。安心保险总裁钟诚曾经在车险市场打拼多年,具有丰富的经验,且广东算得上其大本营。安心保险内部人士介绍,安心保险的车险经营模式

是通过互联网技术,将保险公司的柜台搬到客户的手机上,服务全流程均在移动端实现,可以随时投保、随时赔、随时退,也就是说,车主累计不出车的时间,可以申请退掉部分保费,这将成为安心保险经营车险的特色之一。安心保险的另一特色则是,线下线上相结合,在全国各省市设立服务中心,服务中心并非开展业务的分支机构,而主要是负责协调、管理各地合作的4S店、维修单位、救援公司以及代驾公司等车险服务供应商,保证服务质量。简单的赔案,客户通过手机即可快速完成理赔服务,复杂的赔案则需借助当地的理赔服务中心。目前这一经营模式仍在试行阶段,能否突破传统的经营模式备受关注。

与此同时,泰康在线也正在为经营车险做准备,未来将依托集团的资源实现推广与服务。对此,左卫东介绍,大致方向为既要借助新的互联网技术,又要借助泰康人寿线下营销员资源,并探索车险服务网络,以及车联网、UBI车险等。如果线上客户不能完全自助完成查单服务,将依托线下的服务网络和团队,包括保险公估公司做好大量的服务工作。如此来看,双方的互联网系统可能会实现无缝对接。

不过,值得一提的是,在车险费率市场化改革之后,网销车险的费率优势逐渐退去,保费收入面临下滑。有数据显示,2016年前三季度,网销渠道车险累计保费323.45亿元,占比32.25%,保费收入同比下滑38.31%。一位车险业务人士介绍,按照监管层的规定,网销渠道有15%的价格优惠空间,使其相对于其他渠道有了更多的优势,但随着车险费率市场化改革的全面推行,各个渠道的费率浮动范围趋于统一,网销渠道价格优势不再,保费收入应声而降。这也将是互联网险企经营车险所面临的问题。

北京商报记者 陈婷婷

## · 资讯 ·

### 大都会人寿启动新品牌形象

近日,中美联泰大都会人寿正式发布全新的中文品牌徽标和“大都会人寿,共驭美好未来”标语。大都会人寿中国首席市场运营官姚兵表示,新品牌传递着一个更为主动的伙伴形象,意味着致力于成为客户可以信赖的长期伙伴,帮助他们在不断变化的环境中从容驾驭,相伴走入美好的未来。

与此同时,大都会人寿还携手中国运动员教育基金开展“中国运动员赢家教育计划”,将为中国在役和退役运动员打造再教育方案,提升他们在英语、财商管理及职业规划方面的能力,帮助他们从容应变,在告别运动生涯后继续把握通往美好未来的正确方向,成为真正的人生赢家。

### 新一站“省心赔”案件占四成

为了帮助消费者实现便捷、快速理赔,新一站保险自今年4月起便推出“省心赔”服务。北京商报记者从新一站获悉,运行半年来,“省心赔”处理的案件已经占到该网站总理赔案件的四成。

“目前,新一站理赔案件平均每月1000多件,省心赔所占的比例是400件左右,整体的理赔款项是200多万元。”新一站副总经理邹苇表示,理赔险种大多是航班延误、行李丢失以及报销型的健康险理赔,而在处理复杂的住院、医疗案件上,“省心赔”也会在3天之内把款项打到客户账号上,相较于其他平台7天左右的理赔时间,“省心赔”大大缩短了传统保险行业的理赔周期。

新一站总经理国婷丽表示,“省心赔”是结合网站生态环境,采取理赔款先行垫付的活动,化繁从简,节约消费者的时间,真正做到“高效理赔”。同时,客户实现过程可视化,即理赔进度全程可自主查看,过程全透明,理赔进展信息将及时传递给消费者。

### 长城人寿第125座爱心图书室落户

为提高农村小学生课外阅读能力,自2009年起长城人寿启动“萌芽100”爱心图书室计划。日前,“萌芽100”爱心图书室正式落户洛阳市新安县西苑小学。这是长城人寿捐建的第125座爱心图书室。

据悉,“萌芽100”是长城人寿自主创建和实施的公益项目,致力于为农村贫困地区及城镇农民工子弟小学捐建可持久使用的爱心图书室,目前已持续实施六年。此外,还先后开展了“萌芽100杯”征文比赛。未来,“萌芽100”还将从社会中招募爱心志愿者,参与到学校图书室的建设中来,帮助学校建立、健全图书室管理制度;开展名著导读课程,帮助孩子们深入阅读名著,增强人文修养。

北京商报记者 陈婷婷

## 投保提醒

### 北京保监局:警惕P2P借险企误导公众

互联网色彩的保险组织模式、产品开发模式、营销模式等纷至沓来,但也存在一定风险。近日,北京保监局发现,少数业外机构和个人假借保险公司的名称、简称或LOGO,设立虚假网站、微信公众号等,对保险产品做不实宣传,部分互联网信贷平台、P2P公司虚构与保险公司的合作协议或保障责任,借助保险公司信誉为其信贷平台业务“增信”,误导社会公众。

北京保监局相关负责人介绍,如何通过正规合法网站,买到货真

价实的互联网保险产品,需要社会公众加以区分判断,辨别互联网渠道所售产品真伪,要做到“三看”。

一看渠道。消费者要注意从正规渠道购买互联网保险产品。保险公司的官方网站、保险专业中介机构经营的保险网上商城以及保险公司合作的第三方网络平台,如一些知名购物、旅游网站等。

二看资格。销售互联网保险产品需要具备相应的销售资格。直接开展承保、理赔、客户服务等保险经营行为的机构,如保险网上商城,应当有

保险业务经营或代理资格;为保险公司提供网络支持服务的各类网站,会在网页上披露合作的保险机构信息,同样,保险机构官网也可查询到合作网站的信息,以便相互印证。

三看产品。消费者在网上购买保险时,要注意甄别所购保险产品真伪。要认真阅读保险条款,充分了解保险产品的保障范围和免责范围,谨慎购买承诺高收益的产品,防范不法分子以高额回报为诱饵、假借保险名义推销非保险金融产品。

北京商报记者 许晨辉

### 太平人寿联手复旦大学设教育基金

校企强强联手,共创高层次人才培养新模式。11月17日,太平人寿在复旦大学设立“复旦-太平人才基地”及“复旦-太平教育基金”。双方将在教学实践、人才培养等方面展开深入合作。

校企联手,不仅意味着企业可储备更多的可用之才,高校毕业生也能缩短与企业间的磨合期,可谓优势互补、共赢未来。根据双方协议,由复旦大学数学科学院与太平人寿共建“复旦-太平人才基地”,太平人寿为该学院学生提供更多的实践岗位,通过搭建优质教育与专业实践的资源交

流平台,推动保险、精算等方向的科研及学术活动的开展。

精算作为研究和管理风险的利器,已经越来越引起人们的重视,并在金融保险、财务监管等领域发挥了重大作用。早在1940年,太平人寿就曾出版了“中国精算师之父”陈思度的精算学英文著作《人寿保险计算书》。此次双方的合作,可以说是强强联合。

太平人寿相关负责人介绍,公司一直注重人才的培养,此次“名企+名校”的合作,也是基于双方为发展中国保险精算事业及培养专业人才

做出积极贡献的共识。

除共建人才基地外,太平人寿还在复旦大学设立了“复旦-太平教育基金”,每年向复旦大学教育发展基金会捐赠。教育基金一部分用于在复旦大学数学科学院设立“复旦-太平奖学金”,奖励品学兼优的优秀学生,特别会优先考虑保险和精算方向的优秀学生;另一部分用于开展与保险、精算有关的科技教育及学术交流活动,由复旦大学数学科学院每年负责提出计划,并与太平人寿共同协商组织实施。

北京商报记者 陈婷婷

### 新华保险保费收入连续四年上千亿平台

新华保险11月14日晚间公告显示,根据《保险合同相关会计处理规定》,新华人寿保险前10个月累计原保险保费收入为1021.54亿元。这已是新华保险连续第四年实现保费收入超过千亿元。

据悉,2013年新华保险年度总保费收入首次突破千亿元大关,此后一直保持稳健增长态势。在今年1月召开的新华保险全年工作会议上,公司确立2016年的工作主题是:加快转型发展,强化自主经营;全年

工作的总基调是:规模稳定,价值增长,结构优化,风险可控。今年前10个月,新华保险董事长万峰带领新华保险坚定推进转型,在规模稳定的基础上,核心业务指标持续优化。

截至三季度末,新华保险总资产规模达6890.96亿元,同比增长4.3%。在保费结构上,保险营销员渠道实现保费收入468.3亿元,同比增长17.2%,占个人寿险保费收入51%,这一比例较去年同期高出9个百分点。个险营销员已成为新华保险的

渠道重心。在年期结构上,首年期缴保费收入190.5亿元,同比增长44%。其中,保险营销员渠道首年期缴保费收入107.27亿元,同比增长35.7%;银保渠道首年期缴保费收入47.13亿元,同比增长63.6%;服务经营渠道首年期缴保费收入36.11亿元,同比增长47.6%。同时公司的业务品质得到了改善,退保率较去年同期减少3个百分点。综合偿付能力充足率截至三季度末为267.8%,仍具备较大发展空间。

北京商报记者 许晨辉