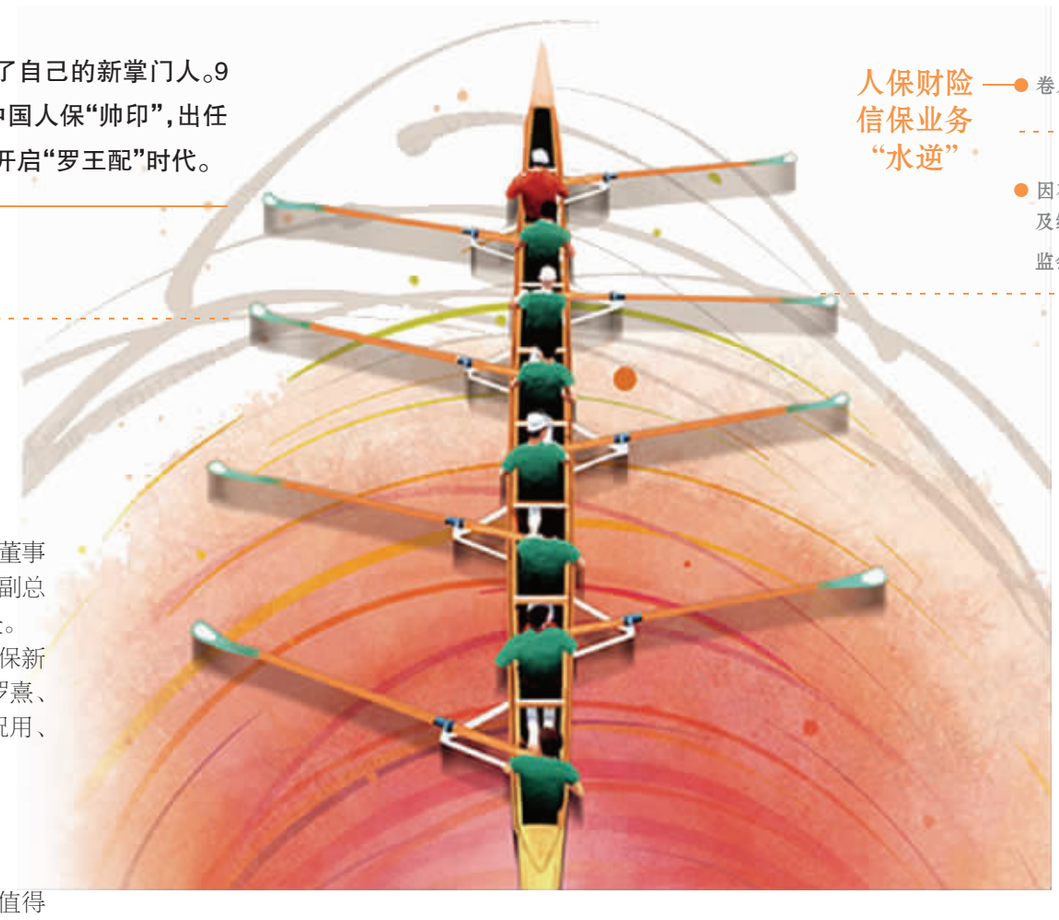
责编 杨月涵 美编 李烝 责校 池红云 电话:64101908 news0518@163.com

新掌门就位 中国人保能否打开新局面

距离缪建民告别老东家,履新招商局后两月之久,中国人保终于迎来了自己的新掌门人。9月8日,北京商报记者从业内获悉,中国太平党委书记、董事长罗熹将接下中国人保"帅印",出任党委书记以及董事长一职。自此,中国人保正式配齐了董事长和总裁搭档,开启"罗王配"时代。



今年上半年,人保财险信保保费收入为43.18亿元,同比下降59%,承保亏损逾29.5亿元

人保财险市场占有率

人保财险信保业务"水逆"

- 卷入23亿元服务费纠纷
- 关停助贷险部门风波
- 因存在欺骗投保人、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为,人保寿险"拿下"银保监会2020年首张罚单

"老太平人"齐聚人保

今年7月10日,中国人保原董事长缪建民调任招商局董事长。此后,中国人保董事长一职一直空缺。如今时隔两月,中国人保终于等来新掌门。

资料显示,罗熹毕业于中国人民银行研究生部,系高级经济师。曾任中国出口信用保险公司总经理、副董事长,中国工商银行股份有限公司执行董事、副行长,中国农业银行股份有限公司执行董事、副行长,中国农业银行行长助理,华润集团副董事长、总经理等职。

2018年9月,罗熹接替王滨出任中国太平保险集团党委书记、董事长。不过,在今年3月,太平人寿保险有限公司发生工商变更,罗熹卸任法定代表人,程永红接任。彼时,公司回应称,太平人寿公司管理层的变更是正常的公司经营变动,主要为调整优化内部公司治理的一次尝试。

除了掌门人更迭外,有着共和国"保险长子"之称的中国人保在半年内总裁也现变更。今年4月,中国信保党委副书记、副董事长、总经理王廷科转会至中国人保任党委副书记、总裁。而在出任中国信保党委副书记、副董事长之前,王廷科曾任中国太平保险集团副总经理、太平养老保险股份有限公司董事长。

随着罗熹执掌"帅印",至此,中国人保新一届领导班子成员浮出水面:党委书记罗熹、总裁王廷科、副总裁谢一群、副总裁李祝用、副总裁肖建友、副总裁于泽等。

新征程挑战犹存

"罗王配"时代下,中国人保新征程值得期待。但对于新任掌门人罗熹而言,挑战已然存在。首先是支柱业务财险板块。2020年可谓是人保财险的"水逆"之年,先是遭遇近八年"最差"开局,而后旗下多家分支机构频收罚单。另外,今年以来,人保财险频被信保业务推上热搜,先后卷入23亿元服务费纠纷、关停助贷险部门风波。而今年上半年,人保财险信保保费收入为43.18亿元,同比下降59%,承保亏损逾29.5亿元。

在中国人保召开的2020年上半年中期业绩发布会上,人保财险副总裁沈东直言,预计全年信保保费将继续出现负增长,下半年仍然难以扭转亏损态势,但整体亏损幅度相比上半年将明显收窄。

国盛证券分析师马婷婷认为,虽然人保财险信保业务赔付明显增加,但风险敞口预计逐步缩窄,同时,车险、货运等险种疫情期间出险明显下降。不过,也有业内人士将人保财险频繁"踩雷"信保业务与保险公司自身风控意识和风控能力不足有关。而除了人保财险外,还有媒体报道称,人保资产"踩雷"方正债券,旗下多只基金饱受牵连,甚至遭遇清盘。

此外,作为财险业当之无愧的"老大哥",2019年人保财险在财产保险市场的占有率达到33.2%,同比提升0.2个百分点。但拉长时间线来看,五年前,即2014年,人保财险的市场占有率为33.5%,2009年更是高达39.92%。不难看出,在保险行业竞争激烈的当下,无数"追兵"正奋力瓜分"大哥"的"蛋糕"。

人保财险屡上罚单榜,人保寿险更是"拿下"了银保监会2020年的首张罚单。今年3月,因存在欺骗投保人、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为,人保寿险总公司、6家电销中心及15名相关责任人共计被罚款338万元,成为银保监会成立以来给保险机构开出的最大罚单。

"3411"工程下半场

但对于中国人保而言,最为外界关注的其实是新任掌门人到岗之后,中国人保"3411"工程将行至何方?

此前,前董事长缪建民于2018年6月提出了"3411"战略转型工程:其中"3",是指财、寿、健康险三家子公司转型;"4"指创新驱动发展、数字化、一体化、国际化四大战略,两个"1"分别指打好一场中心城市攻坚战和守住一条不发生系统性风险的底线。

随着缪建民的离任,这一工程的"下半场"将如何推进?会不会进行调整?针对这一公众关心的问题,中国人保集团副董事长、总裁王廷科表示:"下一步,公司不仅不会动摇,而且要加快、加强、加力推进'3411'向纵深发展。"

王廷科指出,要根据当前面临的形势,突出加快"3411"工程中的科技赋能、商业模式变革、数字化转型等工作,进一步抓好、抓实、抓紧一些"牛鼻子"性的工作,推动"3411"工程取得更好的成效。

那么,随着掌舵人的到岗,新领导班子的搭建,"3411"工程将继续前行还是"转舵"行驶?对此,北京商报记者采访该公司,但截至发稿,该公司未回复。

北京商报记者 陈婷婷 刘宇阳

规模大增 汇安基金仍存"迷你"考题

随着公募基金行业逐步走向成熟,由专业人士发起设立的个人系公募队伍也日渐壮大,而作为国内首家全自然人持股的个人系公募,汇安基金的一举一动自然备受市场关注。北京商报记者注意到,自2019年11月首任总经理秦军离任后,一直由董事长代行职务的汇安基金,在时隔近10个月后,迎来了新一任总经理刘强。纵观汇安基金近年来的发展,规模突飞猛进的同时,也存在迷你产品数量较多、主动权益类基金业绩普遍跑输同类平均等问题。未来如何带领公司保持规模高速发展,又如何助推权益类产品业绩提升,成为摆在刘强面前的新考题。

新总经理走马上任

时隔10个月后,汇安基金迎来了第二任总经理。9月5日,汇安基金发布公告称,任命刘强为总经理。公开数据显示,作为公司的首批股东和高管,刘强具有五年证券、基金行业从业经验,美国注册管理会计师,经济学学士。

工作履历方面,刘强历任阿尔卡特深圳公司财务总监、霍尼韦尔深圳公司财务总监、阿特维斯(中国)财务及信息技术总监、北京刚正国际投资有限公司副总经理,于2016年4月加入汇安基金,履新总经理前,刘强曾任汇安基金副总经理。另据天眼查数据显示,刘强持有汇安基金4.5%的股份,与郭兆强并列公司第五大股东。

事实上,刘强加入汇安基金的时间,也是汇安基金正式获批之时。那么,作为公司的元老级人物,新上任的刘强未来将如何带领公司发展?汇安基金相关负责人9月7日回应北京商报记者称,公司发展势头良好,业务正常。拟从几个方面推动进一步向好:严守合规风控底线,严防业务风险;加强投资研究能力,做好投资业绩;搞好团队建设和企业文化建设,增强凝聚力和创业精神。

规模大增背后问题多

与传统的基金公司背靠券商、银行等上市公司不同,个人系公募最大的凭靠就是股东自身。而由多位资深人士共同打造的汇安基金,在2016年成立之初就披荆斩棘,频发新品,规模也实现迅速提升。然而,不可否认的是,规模快速扩张的背后,汇安基金也面临着迷你产品众多、部分基金濒临清盘的窘境。

Wind数据显示,截至二季度末,汇安基金旗下数据可统计的基金产品合计36只(份额合并计算,下同),其中,有8只非发起式基金的规模低于5000万元的清盘线,占比22.22%。而从同期全市场的角度计算,这一比例则仅为7%。另外,汇安嘉盛纯债基金还一度因连续多个工作日基金资产净值不足5000万元,以及持有人数量不满200人,在年内先后4次发布可能触发基金合同终止情形的提示性公告。

据某中型公募内部人士介绍,迷你基金多源于一些中小型基金公司在基金发行阶段,由于发行不力而采用的"保成立策略"导致的。另外,部分长期业绩表现平平,且缺乏持续营销的基金产品,或也可能出现持续缩水、规模迷你的情况。

就迷你基金数量较多的情况,汇安基金回应表示,自成立以来,公司一直致力于布局丰富的产品线,拥有多个业内经验丰富的固收、权益、量化等投资团队,不会过度追求产品的规模增长,而是本着投资者利益为先的原则,切实保护投资者的合法权益,以勤勉尽责的原则管理好基金产品。同时,公司目前以布局风格和策略为主,规模小但都是种子产品。

沪上一位市场分析人士直言,根据此前监管要求,迷你基金数量众多或会影响公司后续产品的审批和发行。从消除影响的角度看,基金公司可以尝试针对"无力回天"的产品进行清盘,而有营销可能的产品则可以发力扩大规模。

超六成权益产品"掉队"

值得一提的是,除迷你基金占比较高外,在年内业绩方面,汇安基金旗下数量众多的权益类产品,尤其是主动权益类产品,也并未展现出较好的业绩表现。Wind数据显示,截至9月7日,今年以来,汇安基金旗下成立于2020年之前的33只主动权益类基金(份额分开计算,下同)中,以投资类型二级分类计算,年内净值增长率跑赢同类平均表现的仅有11只,跑输的则多达22只,占比66.67%。

对于净值出现明显波动的情况,汇安基金回应表示,根据汇安资产轮动灵活配置混合2020年中期报告显示,年初观察到国内工业生产比较强,固定资产投资企稳,认为经济有见底的可能,于是该基金主要配置了大金融、地产、建材及包括传媒游戏、新能源汽车、科技、医疗器械等行业的成长股。但上半年经济的回升被疫情打断,资本市场也经历了大幅波动。公司认为疫情只是暂时性地影响了经济和市场的走势,并不改变经济自身的周期运行,以及市场的牛熊更迭。

不同于权益类产品,汇安基金旗下的固收类产品虽然数量相对较少,但在业绩上仍然可圈可点。公开数据显示,截至9月7日,16只债券型基金(不包括债券指数基金)中,有11只产品的年内收益超越同类平均,最为突出的汇安嘉诚债券A净值增长率达到4.63%,跑赢同类平均约2.92个百分点。

"在大资管时代背景下,公募基金行业本身就在权益方面具备一定优势,从长远来看,均衡发展权益和固收领域,应该是各家机构都要达到的状态",北京某公募从业人士如是说道。不过,该从业人士也指出,对于成立时间尚短的中小型基金公司,"偏科"或也是受股东情况、人才资源、发展方向等多方面因素影响。在有相关背景支持的情况下,基金公司通常会选择更易发展的方向来保证生存。在有余力的同时,再延伸至其他领域。

前述市场分析人士则表示,对于基金公司而言,权益类产品的发展也需要前期大量的投入,而且是一个循序渐进的过程,即先把业绩做出来并且保持住,积攒口碑后才能有明显的变化。另外,如果从辩证的角度看待,那么"偏科"也可以看作是一种标签,如果基金公司能在偏向的那一部分领域具备优势,或能提供特色的服务,则发展前期"偏科"也不是件坏事。

北京商报记者 孟凡霞 刘宇阳

北京银保监局发布消费风险提示 警惕保险直播营销四大风险

北京商报讯(记者 陈婷婷 周菡怡) 今年以来,受新冠肺炎疫情影响,网络营销逐渐成为发展趋势,越来越多的人开始"抢滩"保险直播行业。很多业内外人士也纷纷涉足短视频直播平台。然而,保险直播营销乱象重重,很多非专业人士主播对保险知识一知半解,9月8日,北京银保监局发布消费风险提示,为了博眼球、炒噱头,营销过程中潜藏了四大风险,直接损害到消费者利益。

风险一是无资质机构"鱼目混珠"。一些科技公司、咨询公司、文化传媒公司等业外机构在未取得保险中介从业资格的情况下,擅自开设短视频直播平台账号进行直播营销。比如有主播在直播时建议消费者向其进行付费咨询,一对一地定制个性化保险方案,套餐价格在9.9元、19.9元、68元不等,有的甚至上千元。

风险二是非专业人士"滥竽充数"。一是一些不具备专业素养的人在抖音、快手等短视频直播平台开设账号,包装成"保险专家""理财专家"来指导消费者购买保险,比如告诉消费者"这样买不对",指出消费者购买的保险产品存在很大缺陷,劝导消费者退保购买其他保险产品,却隐瞒退保会带来损失的情况。二是有的从业人员以专业人士自居来贬低或诋毁其他保险公司或保险产品,比如"带你认清某某网红保险产品的几大坑""小心某某重疾险的陷阱",实际宣传的目的主要是抹黑其他保险公司的保险产品,诱导消费者购买其推荐的保险产品。

风险三是花式宣传令人"扑朔迷离"。许多直播、短视频中只提到保险产品的保障范围、分红收益等好的一面,保险的除外责任、健康告知、分红收益的不确定等却故意不告知。在直播中宣传保险产品即将停售或限时销售,如使用"秒杀""全国疯抢""限时限量"等用语诱导消费者进行冲动消费。部分视频因为时长限制删掉一些关键信息,如"首月2元,最高600万元医疗保障"等,大搞噱头宣传,故意隐瞒保费逐月递增的事实和产品销售范围限制等。很多主播故意曲解政策或产品条款,如宣称"过往病史不用申报""得了病也能买""什么都能保"等,给消费者理赔埋下隐患。

风险四是违规操作让人"应接不暇"。一是很多直播存在违规承诺收益的问题,比如混淆保险产品和其他银行理财产品的区别,发布"保本保息""保本高收益""复利滚存"等不实信息。二是不少保险主播以打折、送红包、抽奖等方式给予消费者保险合同约定以外的利益。三是借助热点事件炒作进行不当营销,比如新冠肺炎疫情期间宣传"感染新冠肺炎一确诊即可全额赔付"等,故意混淆不同险种之间的保障范围和理赔条件的差异。

为正确认识保险直播营销中存在的风险,明明白白买保险,北京银保监局提示广大消费者,直播购买保险"三清楚":首先,清楚主播是否有资质。根据相关监管规定,只有持牌保险机构的自营平台可以从事互联网保险销售活动,第三方网络平台经营开展上述保险业务,应取得保险业务经营资格。消费者应通过保险公司的正规渠道咨询或购买保险,防止上当受骗。

其次,清楚宣传是否有陷阱。目前,直播平台从业人员良莠不齐,夸大保险责任、隐瞒保险合同重要内容等不实宣传常常发生,抹黑保险公司或保险产品诱导消费者"退旧保新"的情况也不时存在。消费者应擦亮双眼,不盲目轻信宣传中的那些"好",也要用心甄别宣传中所谓的"坑"。

最后,清楚自己是否有需求。购买保险的前提是自己确实需要保险,不要因为直播中宣传"停售""打折"而冲动消费。购买保险也可以"货比三家",通过对比不同保险公司保险产品的保障范围、保费金额、保障期限等,选择最适合自己的保险产品。