

增额终身寿险被点名 人身险负面清单发布

买到手的保险发现是“图片仅供参考”?保险代理人销售时不按“套路”出牌?很多消费者进退两难,如何放心买保险成了一大难题。1月15日,北京商报记者从业内获悉,银保监会人身险部近期向人身险公司发布人身保险产品“负面清单”(2023版)(以下简称“2023版负面清单”)。与2022版负面清单相比,新增了增额终身寿险、养老金产品相关的问题,如增额终身寿险减保规则不明确等。

“负面清单”不仅是险企产品开发的对照参考模板,更是消费者避坑的指南。根据2023版负面清单新增问题,消费者要想买保险更放心,该怎样避开雷区?以及2023版负面清单中关于增额终身寿险等产品还列举了哪些“负面教材”?



前期现金价值较高,能够通过减保达到理财的效果,成了增额终身寿险走红的原因之一。

而每款产品在不同的周期和选择不同缴费年限时,现金价值的高低都不一样,减保规则在其中需要重点关注,不同产品因为减保规则的不同,能领取的现金价值也不一样。“从增额终身寿险产品的减保规则层面出发,通过保险工具储备的钱最终是要拿出来用的,所以能否灵活地拿出来用,能拿出多少、怎么拿,都有哪些条件约束是需要重点关注的,为了满足需要,消费者要对减保规则做认真的研究和分析。”有保险从业人员对北京商报记者表示。

除了从产品角度出发,消费者还需要从自身需求出发考虑如何作出最理想的选择。“从选择保险开始,就要考虑清楚为什么选择保险,通过保险做这份准备要解决什么问题,预计会在什么时候动用、动用多少,这些因素都需要认真考虑,因为不同条件下也会影响我们对产品的选择。”上述保险从业人员补充表示。

显然,“负面清单”对人身险市场起到了积极的纠偏作用,不仅可以从源头规范不当行为,也为消费者指明了方向。“买保险作为资产配置中最重要的一个配置,要从需要解决的问题这一角度出发,即关注问题和目标本身,不要把保险仅当理财工具看待。”毛艳辉如是表示。

在资深精算师徐昱琛看来,每年负面清单扩容,会根据社会发展、产品发展情况进行更新。整体而言,保险条款较为复杂,保险产品的简化或通俗化任重道远,从消费者角度来说,可以找到能提供长期服务的保险专业人士,因为保险的服务具有中长期这一属性。对于保险公司而言,要在产品开发过程中严格遵守相关规则,尤其是每年的新规,比如减保、定价、费用方面,要做到完整地宣传保险产品。

北京商报记者 陈婷婷 胡永新

热门险种再被点名

人身保险产品负面清单再次更新。

1月15日,北京商报记者从业内获悉,银保监会人身险部近期向行业人身险公司发布2023版负面清单。与2022版负面清单相比,2023版负面清单新增8条至90条。

值得注意的是,2022版负面清单就已经重点提及了增额终身寿险产品在责任设计、营销层面所存在的问题。此次2023版负面清单再次将增额终身寿险等产品推至聚光灯下,具体而言,2023版负面清单剑指当下热门险种增额终身寿险存在减保规则不明确、定价附加费用率假设较公司实际销售费用显著偏低、利润测试投资收益假设与公司实际经营情况存在较大偏差在内的三个问题。

除了增额终身寿险,2023版负面清单新增的相关问题还涉及养老金产品等。如2023版负面清单列出“养老金产品通过调整降低产品前期的身故利益来补贴增加后期生存给付的利益,并在产品宣传时承诺超定价利率的长期高回报”这一问题。

值得注意的是,增额终身寿险不止一次被点名,该险种存在的销售误导、利用加保规则变相突破定价等乱象也不可忽视。

2022年11月18日,银保监会发布通报指出,随着增额终身寿险产品受到市场关注,个别公司激进经营,行业恶性竞争现象有所抬头。如弘康人寿、中华联合人寿共2款增额终身寿险产品定价假设的附加费用率较实际销

2023版负面清单剑指三大问题



减保规则不明确

显著偏低

存在较大偏差

售费用显著偏低。小美人寿2款增额终身寿险,利润测试的投资收益假设与经营实际情况存在较大偏差。银保监会人身险部已要求上述公司立即停止销售有关产品,并进行全面排查整改。

此外,行业协会也发出提示,如中国精算师协会指出,有的保险营销员在销售增额终身寿险产品过程中涉嫌误导性宣传,增额终身寿险并非“稳赚不赔”,请消费者予以警惕。

减保不明易引纠纷

增额终身寿险减保指什么?增额终身寿险投保后有一定的灵活性,可以追加或减少保额,减保规则指的是保险公司对减保的限制条款。

这意味着增额终身寿险减保取现规则不明确,则容易侵害消费者权益。

“从定价的角度,增额终身寿险的减保取

现功能,未必按照减保取现的额度,按比例递减。同时,这个比例按什么计算,减保取现的额度是按基本保额或原保费的比例递减还是按照增加之后,减保取现当下的保险金额和现金价值的额度等比例递减,很多约定不够明确。如此一来,保险公司就多了足够的自我裁夺权,在未来会带来很多纠纷。”英国精算师协会会员及泰生元精算咨询公司创始人毛艳辉表示。

毛艳辉进一步表示,客户在减保取现的过程中,该承担哪些费用也并不明确,前期的销售费用,甚至因减保取现带来的人力成本、运营费用等,在定价的过程中并未明确。在产品定价与准备金提取时,既然有减保取现的功能,就会预留出更多的费用与准备金,这样对长期持有的客户以及对产品的投资收益都有不利影响,对保险公司后期兑现有竞争的保底给付,也有巨大压力。

与2022版负面清单对比,2023版负面清

单还首次列出了同样备受消费者关注的养老金产品存在的问题。

众所周知,养老金产品主要有累计期与领取期两个时期,在毛艳辉看来,负面清单里提及“通过调整降低产品前期的身故利益来补贴增加后期生存给付的利益”主要指降低前期累积期身故利益来补贴增加领取期生存利益的给付,这种利益调整实际上给生存期给付利益带来的实际收益并不大,但仍然会侵害在累积期身故的保单持有人权益。在产品宣传时承诺超定价利率的长期高回报,属于销售误导,容易给客户带来不切实际预期的同时,在客户明白后,易产生大量退保。这对保单持有人、销售人员、保险公司而言,都会承受损失。

按需投保斟酌“为何选”

由于增额终身寿险减保灵活,再加上

银行互联网贷款冲刺半年整改期

作为传统线下贷款的重要补充,互联网贷款业务曾一时间“风头无两”,成为银行发力的“香饽饽”,但由于展业过于激进、风险管理存在隐患,一度引发监管关注。2023年6月30日,被称为“史上最严”的互联网贷款新规过渡期即将结束,留给银行整改的时间不多了。

新春将至,银行人一刻也不敢停歇,已经制订好下一步整改计划。有银行相关人士在接受北京商报记者采访时表示,“将积极推动整改工作,并计划于过渡期内全部完成整改”。也有银行人士透露,下一步将夯实自主能力,建设自有渠道,融合线上线下,持续为用户提供金融解决方案。

整改仍在“进行时”

对银行来说,2023年“任务单”中必不可少的一项便是互联网贷款业务整改。将时间线拉回至2020年,2020年7月17日,银保监会发布《商业银行互联网贷款管理暂行办法》(互联网贷款新规),从风险管理体系、风险数据和风险模型管理、贷款合作管理多方面对银行互联网贷款业务作出了要求,并按照“新老划断”原则设置了两年过渡期。

过渡期本该在2022年7月结束,但由于受疫情影响和经济环境等因素影响,银行互联网贷款业务整改进程受到一定影响。为审慎推进整改、避免因业务停办产生收缩效应,银保监会印发《关于加强商业银行互联网贷款业务管理提升金融服务质效的通知》(以下简称《通知》)决定将银行互联网贷款存量业务过渡期延长至2023年6月30日。

如今,离过渡期结束仅剩160天,多家银行也早早做好规划,将下一步整改计划提上日程。“我行严格按照监管规定要求开展互联网贷款业务整改工作,并在监管要求的时限内达成整改要求。”一位银行知情人士透露称。

另一位民营银行相关人士也提到,“对于

互联网贷款业务的断直连的整改进展,首先,我行已完成了百行征信和朴道征信的商务协议签署以及系统的对接;其次,对于涉及到首批14家平台企业金融业务的基本上完成了整改;此外,其他尚未整改的互联网贷款平台计划按照监管要求于2023年6月底前完成整改,届时,对于不能完成整改的平台将停止业务合作”。

“下一步,我们将根据各个平台的整改情况,积极推动整改工作,并计划于2023年6月底前完成全部整改。”上述民营银行相关人士说道。

由于每家银行互联网贷款业务体量不同,所以银行的整改进度也有所不同。“积极整改”“已基本整改完成”“将努力清理存量业务”,这是多位银行人士透露的信号。银保监会指出,过渡期内,不符合监管规定的存量业务,应当在控制整体规模的基础上,逐步有序压降;过渡期内,超出存量规模的新增业务应当符合相关监管规定的要求。

业务进入“冷静期”

从当初的“跑马圈地”到如今的强监管压顶,银行互联网贷款业务已进入“冷静期”。从监管传递的信号来看,彼时决定延长过渡期

的原因:部分银行的互联网贷款业务特别是合作贷款业务,面临到期合规的压力。

谈及合作贷款就不得不提到助贷机构,在规范合作业务管理方面,《通知》给出了具体规定,明确银行应当规范与第三方机构互联网贷款合作业务,对共同出资、信息科技合作等业务分类别签订合作协议并明确各方权责,不得在贷款出资协议中掺杂混合其他服务约定。

顶层文件下发后,就有银行开始着手通过制定“白名单”、严控资金准入等方式来规范合作机构管理。大中型银行“出手”较早,一家股份制银行相关负责人此前曾向北京商报记者透露称,“对于选取助贷机构,我行已制定了专项管理办法,对于助贷机构的资质、业务流程等工作内容均有明确规范”。

地方性中小银行、民营银行亦有自己的考量。“我行严格按照监管要求,持续强化对互联网贷款业务的主动性管理。”一位银行人士介绍,“我行合作机构的准入和评审,均有着严格的管理标准及规范。在未来的业务开展过程中,我行也将持续以制度为纲,以立足本地、夯实自主能力为基,主动选择符合监管制度及我行业务发展战略要求的机构进行合作。”

监管释放的一系列信号也表明,未来在助贷业务中,银行应当充分发挥助力普惠金融的积极作用,合作机构设定不公平不合理合作条件、服务收费质价不符的,银行应当限制或者拒绝合作。一位民营银行人士也强调,“对于助贷机构的选择,我行主要根据平台的资产规模、经营状况、风险表现等多维度进行评估,选择符合我行风险偏好的机构”。

博通分析金融行业资深分析师王蓬博指出,在当前的经济环境和预期下,银行互联网贷款支持实体经济发展和满足普惠金融的核心风控要求,银行也不得再将核心风控业务进行外包,若完全依靠外部机构进行风控流程操作、人员审核,银行将逐渐失去核心竞争力,也会导致金融风险持续累积。

加大自营渠道建设

虽然过渡期延长为银行争得了“喘息”时间,但互联网贷款新规对区域性中小银行及民营银行也提出了新的要求与挑战。

北京商报记者在采访过程中了解到,挑战主要集中在如何通过差异化经营战略增强

竞争优势、如何提升品牌知名度、如何完善内部治理结构及核心风控能力建设等内容。要解决这些问题,拓宽自营获客渠道不容忽视,多家银行知情人士均向记者透露了这一方向。

一位民营银行人士坦言,2022年以来,我行积极响应国家号召,支持实体经济发展,贷款结构不断优化,普惠型小微贷款、本地贷款和自营贷款余额保持持续增长。未来我行将继续围绕“立足本地、聚焦普惠、强化品牌”的业务目标,不断夯实自主能力,建设自有渠道,融合线上线下,持续为小微企业、个体工商户和个人消费者提供极致体验的金融解决方案。

另一家银行人士也提及了加大自营渠道建设的重要性。他表示,2023年我行将继续努力提升金融服务实体经济质效,加大对于自营信贷产品的投放,同时积极履行贷款管理主体责任,严格落实监管机构对于互联网贷款业务相关征信、支付、信息数据管理、消费者权益保护等工作的要求,防范贷款管理“空心化”。同时,加大力度培育深度行业金融服务能力,持续打造场景智慧金融特色业务模式,加大自营贷款的投放力度,进一步加强全面风险管理体系的建设,以更好地服务实体经济。

探寻互联网贷款自营渠道建设,银行应如何发力?易观分析金融行业高级分析师苏筱芮表示,未来,银行互联网贷款业务仍需以银行为行动主体,合作机构主要起到辅助作用,不能“反客为主”。自营渠道建设是银行营销自有业务的竞争力所在,但近年来亦遭遇到部分瓶颈,尤其中小银行在自营渠道方面,面临客群老龄化、功能体验不足等各类问题。因此,银行需针对性地作出相应改进,同时关注用户的使用反馈,建立健全线上与用户沟通的良好渠道等。

北京商报记者 宋亦桐