

车险“二次综改”来临

险企定价空间加大,中小险企亟须精细化运营

本报记者 陈晶晶 北京报道

车险“二次综改”已在多地拉开帷幕。

《中国经营报》记者注意到,北京、天津、陕西在内的16省市和自治区已在4月28日24时率先试点采用最新商业车险自主定价系数。上海地区商业车险自主定价系数于5月27日零时起切换,浮动范围由此前的0.65~1.35扩大到0.5~1.5。其他

扩大险企自主定价空间

车险“二次综改”将最低定价系数从0.65变为0.5,给予险企0.15个点的调整空间,可以使车险保费价格最高可降23%。

多位业内人士对《中国经营报》记者分析表示,新一轮的车险价格调整将在全国范围内展开,也让财险公司在保费定价上有了更大的空间。保险公司通过车辆的历史出险情况、车型、车龄、车主经验、维修费用(或零整比)等各种因素进行综合判断,未来车险差异化定价会越来越突出。

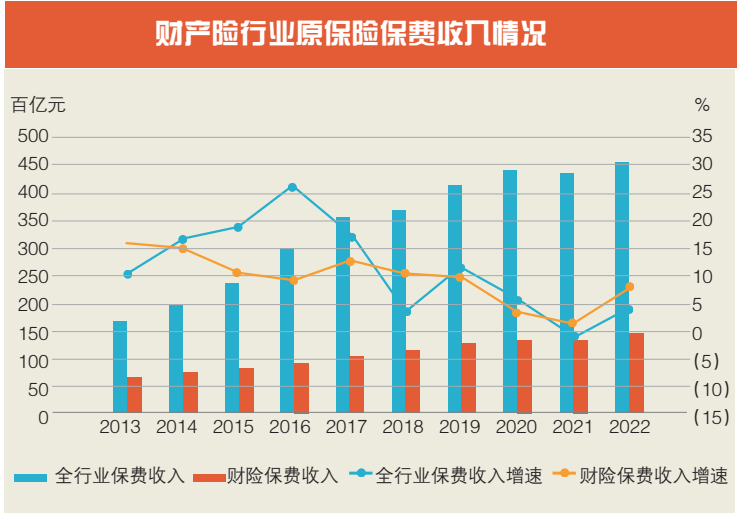
车险“二次综改”将最低定价系数从0.65变为0.5,给予险企0.15个点的调整空间。而这一变化带来的直接影响,就是使车险保费价格最高可降23%。同样,按照最高定价系数看,从1.35变为1.5,也会使车险保费上涨,最高可涨11%。也就是说,保单项目与保费完全一样的情况下,价格最高可以相差34%。

律商风险产品经理蔡舒对记者分析表示,从整体来看,每辆车的车险保费会存在降价也存在涨价的情况,但无论涨幅还是降幅都不会出现大的波动。

从实际操作上看,确实如此。据介绍,从第一批调整系数后的地区来看,目前车险发展基本平稳,没有因为系数扩大而出现较大的波动,主要原因是各地监管出台了严格的监控政策。有

地区也将在5月底陆续执行。

实际上,此变化主要源于2022年12月30日原中国银保监会发布的《关于进一步扩大商业车险自主定价系数浮动范围等有关事项的通知》(以下简称“《通知》”),明确扩大商业车险自主定价系数的浮动范围,执行时间原则上不得晚于2023年6月1日。这一政策变化在保险行业称为车险“二次综改”。



数据来源:《中国财产险行业展望》

些地区保险协会有车险自律要求,“二次综改”后的费用不得高于“二次综改”前平均水平等。有些保险公司基于自身成本的压力考虑,没有选择在“地板价”上躺平,而是实施精细化的定价策略抵御“二次综改”的影响。

一家财险公司车险部负责人对记者表示,价格降幅超20%理论上可行,但实际操作层面有点困难,需要从地域和赔付情况具体分析。比如在豫北地区,赔付率比较低,车险价格降幅肯定超过豫南。

律商风险高级数据科学家张爽对记者表示,自主系数进一步放开,让各保险公司可以基于自身对保单风险的判断,采用更自主、更灵活的定价策略,有利于市场化条款费率机制的形成,充分发挥市场对车险资源配置的条款作用。例如,对高亏板块

需要注意的是,车险“二次综改”是涉及民生的大事。公安部统计数据显示,2022年,全国汽车保有量达3.19亿辆,汽车驾驶人已达4.64亿。作为车主每年的固定支出,车险的价格升降受到了广泛关注。

此次“二次综改”后是否能促使车险保费进一步下调?保险公司又将推出哪些具体措施?

可以以更高的自主系数承保,提升保费充足性,原来不敢保的业务板块也可以承保,提高了市场的供给。对于低赔板块可以提供更多的折扣,让利于消费者,进一步实现保费与赔付成本及费用相匹配,减少高低风险保单的相互补贴。

不过,蔡舒对记者指出,即将放开自主定价系数,对于保险公司而言仍然存在一些挑战。

“续保方面,在保费发展和成本管控的双重压力下,市场对于续保客户的留存及管理的需求将提升。但是,续保提效的挑战也是客观存在的。首先,无法及时知道客户投保意向和风险状态是否有变化。其次,保险公司可能无法及时知道客户是否被竞争对手报价了。最后,保险公司没有很有针对性的挽留客户的策略。”蔡舒进一步表示。

价格降幅涨幅差距明显

新的商业车险自主定价系数全面实施之后,进一步深入推进车险综合改革,未来车险客户分层将越来越明显。

近日,有车险消费者公开表示,自己去年商业险保费为1191元,今年续保的报价降到了1014元,降价上百元。更有车主表示,续保时发现自己车险保费降价了上千元。

而一位有十年驾驶车龄的保险公司内部员工对记者表示,其车险保费出现涨价,涨价了500元左右。

对此,上述财险公司车险部负责人分析表示,自主定价系数的影响因素包括车主的驾驶技术、驾驶习惯、驾龄等。保费实现较大降价幅度的车主,可能由于上一个保险期间没有出过险,驾驶行为良好。对于部分有出险记录的车主,续保时应该能明显感受到涨价,有的确实能涨上千元。

蔡舒对记者表示,随着0.5~1.5的折扣系数放开,风险筛选将向更为精细化、定价精准度要求方向提升。各大保险公司想要做到有效差异化的核心,需要对投保客群有足够了解,做足在车、人、用、环境

倒逼中小险企找准细分市场

未来中小险企通过进一步降低保费与大型险企竞争并不现实。

实际上,新规不仅影响车险保费,还将对车险市场竞争格局产生影响。

一方面,业内普遍认为,新规实行后,相比中小型财险公司,大型财险公司保费规模大,定价能力和数据、渠道各方面优势突出,未来车险行业集中度将维持高位。

上述中诚信国际报告显示,从集中度来看,2021年及2022年,前三大财产险公司车险市场份额合计分别约为68.95%及69.48%,保持持续增长态势,车险行业马太效应显著。近年来,前十大财产险公司市场排名趋势相对稳定,但第二梯队公司(保费收入全行业排名4~10名的财产险公司)保费增速出现分化。整体来看,前十大财产险公司集中度保持相对稳定,2022年前十大财产险公司集中度为85.15%,与2021年持平。考虑到车险综合改革的深入推进以及健康险、农险、责任险等非车险业务不断升级优

化的多维度信息储备。此外,保险公司还可以通过对各风险因子的细分,将保费更加透明化。比如,汽车零整比(即配件与整车销售价格之比)较低、车身结构更稳定的车保费更低;驾车平稳、谨慎驾驶的车主会有更大的折扣力度;夜间开车少的车主保费更低等。

中诚信国际在《中国财产险行业展望》最新报告中亦分析表示,新的商业车险自主定价系数全面实施之后,进一步深入推进车险综合改革,未来车险客户分层将越来越明显。

值得一提的是,有业内人士透露,即使此次改革最低折扣出现下调,很多保险公司也不一定真正使用最低折扣。“为了保证盈利情况和保费充足度,除特殊情况外,基本很少使用最低0.5系数的情况,反而保险公司有涨价的空间,保证整体行业盈利。”

基于上述情况,保险公司是否将调整车险价格,实行普遍涨价?

对此,张爽表示,对于高赔付业务板块,特别是原来在采用自主系数上限1.35的情况下承保仍有亏损的业务板块,此次会出现自主系数的上升。相反,对于一些特别优质的业务板块,保险公司可以适度下调自主系数配置,提升优质业务续保率,增加优质板块业务占比。此外,自主系数的变化还跟各地的监管要求以及市场情况挂钩。目前看来,并不会会有普遍的保费上涨。

“新能源车板块行业共识是,平均赔付率水平显著高于燃油车。对于这一大板块,我们认为保费水平可能有所上涨。当然,新能源车中也有风险高低的差异,具体的每辆车、每张保单风险水平各不相同,这就需要保险公司加大对新能源车的风险识别投入,对风险有更精准的判断,合理配置资源。”张爽说。

支持辅助驾驶的推广和应用。

蔡舒对记者分析指出,中小险企在车险高风险板块仍然有突围机会。比如大约20%网约车的赔付风险低于风险最高的20%私家车,通过精细化网约车风险筛选,不仅可以为保险公司做风险减量,还可以从网约车这个“红海”中找到低风险网约车这个“蓝岛”,达成保费增量。

“在网约车领域,中小险企可以和网约车公司建立更好的费率浮动机制,将车险的短期行为(一年)变成长期行为。在大货车领域,对于较高风险的货车进行差异化定价,控制好该类型车辆在总承保车辆中的占比。”上述大型汽车保险销售公司合规负责人说。

张爽亦认为,中小险企一方面需要找到自身擅长的业务板块深耕细作,在细分板块积累优势。另一方面,中小险企需要不断提升自身的定价能力,引进外部数据丰富定价维度,降低逆选择风险。

消费金融比拼综合实力:消费者权益保护工作成为重点

本报记者 郑瑜 北京报道

从试点到行业壮大,十余年间持牌消费金融公司的发展已经行至中场,公司间的比拼也在不断细化到各个层面,比如消费者权益保护工作(以下简称“消保工作”)。

日前,中国人民银行哈尔滨中心支行行政处罚信息公示显示,哈尔滨哈银消费金融有限责

机制体制不断加快完善

当前,消费者权益保护工作已经成为消费金融公司的重要部分之一。

2022年,中国原银保监会制定并发布《银行保险机构消费者权益保护管理办法》,进一步明确了银行保险机构消费者权益保护主体责任,系统性提出体制机制建设要求,完善银保监会审慎监管与行为监管并重的监管体系,从金融消费者八大权益保护的角度,规范机构从业行为,保障消费者合法权益。

中邮消费金融告诉记者,在监管部门的指导下,公司不断优化完善消费者权益保护体制机制建设,强化内部管理,提升客户服务体验,加大力度开展金融知识宣传教育工作,落实消费者权益保护主体责任,承担企业社会责任。

中原消费金融相关负责人向记者介绍,自成立以来,始终将消费者权益保护工作放在首要位置,设立了消费者权益保护一级部门,将消费者权益保护纳入公司治理体系,落实董事会、消保委员会、高管层的各项工作要求,确保消费者权益保护战略目标和政策得到有效执行。为做好消费者权益保护工作,中原消费金融内部完善了消保工作体系,消保管

任公司因违反征信管理相关规定被处以罚款。

事实上,根据《中国经营报》记者不完全统计,自2022年至今,至少有8家消费金融公司被监管开出罚单,其理由包括但不限于营销宣传存在误导、贷后管理、违反信用信息采集规定等等与消费者权益保护相关情况。

上海金融与发展实验室主任曾刚表示,当前,我国金融消费

者保护的制度体系日趋成熟。“随着2022年出台的《银行保险机构消费者权益保护管理办法》落地,其与2020年9月人民银行发布的《中国人民银行金融消费者权益保护实施办法》共同构成我国行为监管与金融消费者保护方面的金融监管基本框架。我国业已建立具有多层次、广覆盖、全流程的金融消费者权益保护法律体系。”

整改不力的情况,根据消费者权益保护工作质量考核评价管理办法追究相应责任,进行考核,推进消保工作有效落实。”中原消费金融相关负责人补充举例道。

北银消费金融告诉记者,重视消保工作已成行业共识。随着《中国人民银行金融消费者权益保护实施办法》《银行保险机构消费者权益保护管理办法》等监管制度颁布及实施,以及消费金融公司向管理要效益、向运营要效益的步伐加快,各家消费金融公司都高度重视消费者权益保护工作,并将其作为经营管理工作中的重要内容。2018年起,北银消费坚持“三个并重”的发展方向,即合规与发展并重、“线下”与“线上”并重、短期与中长期并重,始终重视消保工作,切实将消费者权益保护纳入经营发展规划、融入公司治理将消费者权益保护深度融入各业务和服务的全流程,先后建立消费者权益保护审查、个人金融信息保护、营销宣传、信息披露、投诉管理、金融知识宣传教育、纠纷化解等多项消费者权益保护机制,形成横向到边、纵向到底、职责清晰的消费者权益保护工作体系。

消保工作多角度赋能公司经营

多位受访人士告诉记者,消保工作实际上并不局限于消费者权益保护层面,而是可以从公司各个角度优化经营的重要战略。

盛银消费金融表示,通过监管对于消保信息披露等要求,可以增强业务透明度,提供更多关于产品、服务、风险和费用等方面的信息,使消费者能够更好地了解 and 选择金融产品和服务。同时,对于加大对金融机构的监管力度,确保其依法合规经营,增强市场信心和稳定性,促进金融机构健康经营也具有重要意义。“随着消费者权益保护工作的开展,消费金融机构可以更好地防范各种风险的发生,确保自身稳健经营,避免因不当行为导

消金公司多措并举应对趋势变化

随着消保工作的开展,其同时也迎来了一些变化。

湖北消费金融方面告诉记者,近年来,消费金融公司在消保工作上的趋势主要可以分为三个方面,其一是,监管部门对金融机构监管力度的不断加强;其二是,消费者维权意识不断提升,诉求更加合理合法;其三是,消费者维权更加方便快捷,投诉举报渠道更加多样化。

为了更好地应对上述趋势,湖北消费金融表示,在监管部门大力指导下,公司已经建立了不断迭代完善的消费者权益保护管理体系;优化了投诉处理流程,由被动变主动,使用“预防+溯源+处理”的闭环式投诉管理;同时公司提高了对金融宣教的重视程度,按照“线上多渠道联动”“线下多层次交互”“重点人群广覆盖”的宣传部署,线上通过官网、微信公众号、视频号、App消保专栏定期推送知识普及

致的不良影响和损失。”

中原消费金融相关负责人表示,消费者权益保护工作是业务稳健发展的重要支撑点,通过有效的消保工作,可以确保金融服务的质量和稳定性,减少客户与金融机构之间的纠纷和矛盾,从而降低客户投诉率。消保工作不仅可以解决客户的问题和投诉,还可以通过预防措施和服务提升措施,提高客户满意度和忠诚度,增加客户黏性和推荐率。消保工作可以提高金融机构的自我监管水平,促使其遵守相关法律法规和行业标准,从而促进监管合规;同时,还可以提高金融机构的风险管理能力和内部控制水平,从而更好地应对各种风险和挑战。

漫画和宣传主题视频,并通过开展线上“小鱼儿有奖竞猜”提高活动趣味性

与消费者互动,增强公众反诈意识;线下积极统筹辖内全国各管理团队,充分发挥属地资源,定期开展一系列线下活动,将金融讲堂搬到广大人民群众身边。

值得注意的是,除了湖北消费金融,多家消费金融公司都开展了类似活动。

据了解,招联消费金融通过官网、App、微信公众号、微博、抖音等渠道,以图文、漫画、短视频、直播等多种形式开展线上专项宣传,共触达客户超百万人。数据显示,招联消费金融连续多年开展“金融知识进校园”“暑期三下乡”等社会公益实践活动,结合深圳金融宣传教育公益品牌名片“金融明白人”“深圳金融素养提升工程”等,制作丰富多样的防骗反诈宣传传单、漫画手册、海报、易拉宝等宣传物料,为超过300万大学生、超过

500万乡村居民普及金融知识教育、提升金融风险防范意识。

根据中银消费金融介绍,近年来消保工作的变化和亮点便是行业推进金融教育常态化建设,更好守护消费者的“钱袋子”。“一方面,我们在线上积极开设宣传教育课堂。另一方面通过线下联合公安民警、社区志愿者组成‘反诈联盟’走进社区,以‘接地气’的方言沪语,向新市民、银发族开展消保教育宣传。”

盛银消费金融认为,随着金融消费者宣传教育得到更广泛的传播,同时更多金融消费者也在不断增强消费者保护意识。近年来,不仅是消费金融机构,整个社会都在不断加强金融消费者权益保护宣传教育,提高消费者的法律意识和风险防范能力,引导消费者理性消费、谨慎投资,通过多渠道、多方式,使消费者风险防范意识得到了显著提升,这也是消保工作的意义所在。