

# 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表示分析表示,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,主要是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”。

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?



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

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,续保提价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。

# 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表显示,哈尔滨哈银消费金融有限责任公司因违反《银行保险机构消费者权益保护管理办法》,被罚款50万元。

## 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

理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。我国业已建立多层次、广覆盖、全流程的金融消费者权益保护法律体系。”

理范围覆盖制度建设、客诉处理、客户服务、产品全流程审查、消保考核、消保培训及宣传等方面,让消保管理与公司业务深度融合,保障公司健康稳定经营。“例如,在制度建设方面,中原消费金融消费者权益保护部建立了完善的消保工作机制,建立‘1+N’的制度体系,切实做到消保工作规范化、标准化、流程化。”

“再比如,将消保管理贯穿金融产品的全生命周期,实行精细化的业务全流程管控。为了充分保障消保工作权威性,公司赋予消费者权益保护部一票否决权和合作暂停权。建立了事前审查、事中管控、事后监督的全流程消保工作机制。事前环节,将消保理念融入产品和服务设计,制定了营销宣传、产品设计等重点内容的审查标准,提升事前管控能力。事中管控环节,强化销售行为管理,制定相关操作流程,充分履行信息披露义务,尊重客户自主选择权和公平交易权。事后监督环节,强化投诉闭环管理,提升投诉全流程处理规范化水平。积极收集客户声音,了解消费者对产品和服务的意见建议,推动整改优化。对于侵害消费者行为且

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大局。事中管控环节,强化销售行为管理,制定相关操作流程,充分履行信息披露义务,尊重客户自主选择权和公平交易权。事后监督环节,强化投诉闭环管理,提升投诉全流程处理规范化水平。积极收集客户声音,了解消费者对产品和服务的意见建议,推动整改优化。对于侵害消费者行为且

## 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的了解,做足在车、人、用、环境

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,不仅可以让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“蓝海”,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和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,促使它们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。

北银消费金融同样认为,消保工作可以助推服务品质提升。

在公司治理、企业文化建设、经营发展战略及日常经营管理等各环节中全面贯彻落实消保的监管要求,推动业务流程全过程公平、公正和诚信地对待消费者。“一方面,北银消费金融已经实现100%业务线上申请、审批、放款及还款全流程,累计为近千万客户提供普惠金融服务;通过手机App、微信公众号、客服电话、消保专线等平台,构建全天候、全生命周期的金融服务体系。另一方面,扩大智能机器人贷后服务范围,覆盖对客户提醒等多场景服务,提高贷后服务的自动化水平、智能化水平,为消费者带来更加优质专业的消费金融服务。”

## 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、金融知识宣传栏定期推送知识普及

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,将金融课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”等社会公益实践行动,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。