

车险手续费“价格战”再抬头 监管新规压实主体责任

本报记者 陈晶晶 北京报道

车险综合改革以来,“降价,增保,提质”阶段性目标全面达成,消费者获得了实实在在的改革红利,车险行业发展结构明显改善,车险市场总体维持稳定,高质量发展基础更加稳固。

不过,近期有业内人士透露,

拼费用乱象抬头

有些公司会将一些业务记录为中介公司代理销售的业务,列支手续费并支付佣金给中介机构,然后中介机构收取部分开票费用,将剩余佣金返还保险公司,从而套取费用覆盖无法入账的“给投保人的额外利益”和超额手续费。

实际上,“以手续费换市场份额”是财险行业的痼疾。在手续费竞争上,价格竞争乱象往往体现为“通过保险中介或个人代理人销售车险保单时支付的手续费超出报批监管机构的手续费率”。

业内人士透露,不同地区车险手续费率亦不同。一般而言,交强险手续费率在4%左右,商业险手续费率在15%左右。4S店等车商渠道掌控着大量新车保险业务,其他的车险兼业代理也聚拢了大批车险客户,一些保险公司会通过支付超标的手续费或者承担车商、兼业代理的促销推广费等方式,来让渠道主推自己的车险产品。为了争份额,部分财产险公司通过不正当竞争给出超30%的手续费率。比如河北、安徽等地区甚至到了35%左右。

近日,国家金融监督管理总局财险部在《通知》中也指出,近期,随着行业内外情况发展变化,部分地区和机构高手续费竞争等问题又有所抬头,个别地方比较严重。

记者获得的业内交流数据显示,今年一季度,第二梯队财险公司绝大多数费用率高于行业平均水平,赔付率低于行业平均水平。中小财险公司整体赔付率低于行业平均水平0.23个百分点,但是业务获取成本高,综合费用率高出行业头部公司10.31个百分点,亦高出第二梯队财险公司5.98个百分点,综合成本率达到105.98%,承保亏损。

众所周知,险企提高了车险手

续费,就能争取到中介的业务推荐力度,使其短时间内的保费规模上升。但是,提高车险手续费率会导致承诺或支付中介的手续费率高于报批费率水平。那么,车险手续费超额的这部分由什么填补?

一家财险公司车险业务人员向记者透露,有些公司会将一些业务记录为中介公司代理销售的业务,列支手续费并支付佣金给中介机构,然后中介机构收取部分开票费用,将剩余佣金返还保险公司,从而套取费用覆盖无法入账的“给投保人的额外利益”和超额手续费。

记者根据国家金融监督管理总局官网统计,今年3~5月,监管部门针对多家财产保险公司及其分支机构套取车险手续费,为投保人垫付差额保费、向投保人返还;未采取有效措施管控车险业务费用等违法违规行为开出了24张处罚决定书,比去年同期9张处罚决定书多15张。

比如,一家大型财产保险公司未采取有效措施管控车险业务费用,旗下多家分支机构通过业务及管理费、手续费及佣金、间接理赔费用等科目共列支20.11亿元,用于支付车险手续费等市场费用。上述事实有其车险成本费用管理相关文件、费用预算、核拨及审批流程文件,虚列费用的明细清单,相关情况说明、部门职责分工文件、任职文件、调查笔录等证据资料证明。

另外一家财产险公司分支机构利用保险代理人虚构保险中介业务套取费用32.14万元,并将全部资金通过为投保人垫付差额保费、向投保人返还等方式给予车险投保人保险合同约定以外利益。

此次《通知》明确,严格压实险企主体责任。各财险公司要进一步强化责任意识和大局意识,自觉承担起维护车险市场秩序的主体责任。严格费用预算、审批、核算、审计等内控管理,据实列支各项经营管理费用,强化手续费核算管控。严格对车险中介业务合规性管控,履行好对中介机构及个人的授权和管理责任。严格执行报批报备的车险条款费率,不得给予或者承诺给予投保人、被保险人保险合同约定以外的利益。

同时,《通知》要求,各监管局要持续做好车险市场动态监测,重点关注辖内各机构费用水平,强化车险费率执行情况的监管。针对回溯发现商业车险自主定价系数、车险手续费率出现较大偏离的机构,要及时责成其进行风险纠偏,涉嫌违法违规的,要依法依规严肃查处。

要持续保持车险监管高压态势,对带头投费用、抢市场的机构,要迅速采取有力监管措施,打早打小,防止个别机构行为影响整个辖区车险市场稳定。运用好现场检查手段,重点选取费用及赔付情况异常、市场份额异动、市场反映问题较多的地区和机构进行检查,以强有力监管,确保车险高质量发展,积极服务中国式现代化建设。

(以下简称“《通知》”),要求各财险公司守牢合规底线,严禁盲目拼规模、抢份额;压实险企主体责任,据实列支各项经营管理费用等。

多位业内人士认为,在同质化竞争的车险市场中,保险公司打“价格战”、抢市场份额不仅不会惠及消费者,反而更加剧恶性竞争,阻碍行业良性、健康发展。

禁止下达不切实际的保费增长任务

部分公司在对于分公司的考核中会采用“对标制”。不仅要在总体规模上超越竞争对手,在地方市场的排名上也不能落后于人。

一家中型财险公司分公司车险负责人对记者表示,回归到险企最根本的经营看,乱象的源头在于险企自身。尤其是总公司为了提升市场份额和保费收入排名,下达的经营目标和业绩的考核标准,更加偏重于保费增速和保费规模,同时使得激励制度的设计也过于短视,容易忽视内控合规和风险管控,不注重业务品质,陷入盲目拼规模、抢份额的经营模式。例如,在月底和季度末考核时点,当保费目标不达标时,会出现用高昂手续费换取中介渠道车险业务量的市场乱象,以满足短期的保费规模要求。

“个别财险公司在经营车险的过程中,要规模胜于要利润的现实压力,来自于一刀切的‘规模考核’。例如,部分公司在对于分公司的考核中会采用‘对标制’。不仅要在总体规模上超越竞争对手,在地方市场的排名上也不能落后于人。为此,业绩压力下的分公司也就想尽办法争取‘市场’。”上述业内人士进一步向记者表示。

对此,《通知》明确,各财险公司务必守牢合规底线。要牢固树立

不得拒保高风险车辆

不仅是摩托车,营运货车、出租车等高赔付车型投保交强险在全国也是“老大难”问题。

摩托车、营运车等高风险车辆的承保缺口问题,一直是社会关注的热点话题。去年8月,国务院第九次大督查第九督查组在梳理群众提供的问题线索后发现,不少河南摩托车主对交强险投保难问题反映强烈。

随后,督查组实地走访河南省郑州市、焦作市等地多家保险机构发现,郑州市、焦作市等地不少保险公司或以不办理摩托车交强险业务、业务员没有权限受理、系统故障等理由拒绝;或设定不合理条件,将部分无法完全满足条件的车



4S店等车商渠道掌控着大量新车保险业务,其他的车险兼业代理也聚拢了大批车险客户,一些保险公司会通过支付超标的手续费或者承担车商、兼业代理的促销推广费等方式,来让渠道主推自己的车险产品。为了争份额,部分财产险公司通过不正当竞争给出超30%的手续费率。

视觉中国/图

立合规经营理念,严格落实各项监管要求,不得忽视内控合规和风险管控,盲目拼规模、抢份额。不得脱离公司发展基础和市场承受能力,向分支机构下达不切实际的保费增长任务。不得偏离精算定价基础,以低于成本的价格销售车险产品,开展不正当竞争。

“要建立科学的管理考核和激励机制,把内控执行作为经营考核的首要内容,摒弃忽视内控合规和风险管控,盲目拼规模、抢份额以及脱离发展基础和市场承

受能力,将依法合规作为业务发展的基本前提和底线。总公司在制定考核指标时,要考虑市场承载能力,要将合规、效益、发展、服务、创新等指标,纳入绩效考核体系。此外,要加强对分支机构业务、财务、费用等精细化管控,及时调整优化对分支机构的考核方案,提高合规指标和质量效益指标的考核权重,避免分支机构盲目拼抢市场份额,陷入恶性价格竞争。”一家财险公司总经理对记者表示。

风险管理系统密集招标 农商行加大技术投入

本报记者 郭建杭 北京报道			
农村金融机构在新一轮的金融科技投入“军备竞赛”中,围绕信贷业务相关的系统建设投入比重正在不断增加。	可以看到,多家农村金融机构不约而同地将投入重心放在了金融资产管理方向。如近日,天津农商银行发布新信贷管理系统项目建设信息,规模超2200万元;6月,武汉农商银行发布零售信贷管理系统改造和柜面系统配套改造招标;5月,常熟银行	(601128.SH)发布信贷项目额度管理系统招标公告,提到根据“公司业务发展的需求,现就我行‘新信贷项目群—统一额度管理系统项目’进行招标公告”。	升级。2023年年初,海南省农信联社发布“二代零售信贷管理系统群实施项目招标公告”;4月,青海省农商银行(农信社)系统新一代信贷管理系统建设项目(项目名称)招标,预估规模2500万元。
根据今年上半年农村金融机构发布的系统建设招标信息		不仅各农商银行在加大信贷业务系统建设,省级农信联社也对信贷管理系统进行科技	一位东北地区农商银行从业

资源限制全体量投入

从农村金融机构近期在科技系统方面的采购情况来看,最显著的特点是投入规模持续增加,投入比例大幅度增长。王金成认为,历史科技投入上,农村金融机构在金融系统的基础设施建设方面比例会多一点,如建云计算、数据中心等。“目前从比例上来看,围绕核心信贷业务的比例相对增加。2022年,农村金融机构对零售、小微信贷、大数据风控产品、智能语音产品等围绕业务经营建设的投入显著增加。”

事实上,农信系统对于金融科技的建设与其他类型商业银行不同。农信系统内基层法人行社普遍依托省级联社开展科技相关工作,其中省联社承担着核心交易系统、核心信贷系统等数据中心的建设、更新和维护,而清算体系、互联网出口等渠道,则由省联社委托全国农信银中心负责,仅有少量规模较大的省级农商行和头部农商行会自建交易系统、核心信贷系统等。

与此同时,法人行社面临独立

经营的要求,因此,不同的行社会结合业务情况对系统平台提出对个性化的需求。

值得注意的是,农商行科技系统建设还面临预算规模受限的问题。

某中部农商行领导曾撰文指出,“与科技相关的工作无论在哪个领域都是一项投入大、周期长、见效慢的工作。这就导致每个项目申报时,在决策阶段出于方方面面的考虑和权衡,承担极大压力,一事一议,甚至一环节一审,导致最初的预算可能层层消减压缩,结果就是原始的需求被不断调整,最后才发现适配于最终预算投入的需求已面目全非,甚至失去了建设的价值。这样的情况在基层农商银行尤为明显。”

从2022年银行业科技投入规模来看,股份制商业银行金融科技投入普遍占营业收入4%左右,投入规模在几十亿至上百亿元左右,部分投入规模较高的股份行(招商银行)在2022年全年信息科技投入141.68亿元。

对比农商行在2022年的科技投入来看,头部农商行全年科技投入规模普遍不到10亿元,如上海农商行2022年科技投入9.95亿元,同比增长12.68%;常熟银行2022年科技投入3.14亿元,同比增长25%;深圳农商行在2022年科技总投入达6.57亿元,同比增长近40%,占全行全部营收的6%。

综合来看,农商行对系统建设一方面带有个性化特征的需求,另一方面受到资源限制无法直接进行全体量科技投入。同时,信贷业务是传统农商行的核心业务。因此,在多重因素作用下,农商行围绕信贷业务进行投入的趋势愈加明显。

王金成认为,传统农商行的核心业务是信贷业务,在目前资源限制的前提下,所有科技投入都要围绕金融资产风险管理来进行,如风险管理系统、信贷系统等。此外,对比此前几年在信贷系统上的投入规模来看,在信贷系统建设领域,省联社、农商行新建项目投入普遍在千万元规模以上。

适配金融场景

记者了解到,农村金融机构在科技建设上与大型金融机构面临的基础情况具有明显不同。首先,客群与传统机构不同,农村金融机构普遍面临借款用户信用数据缺乏;其次,还款来源支持较少。乡村振兴贷款等业务,部分面临无抵押物的场景。此外,借款用户的资产规模小,抵御风险的能力弱等。而这些不同,都会反映在农村金融机构与大型金融机构在科技建设上的不同。

对于农信机构在金融科技的建设侧重点,王金成认为,农村金融机构以服务“三农”客群、乡村振兴相关产业为基础。相比大型商业银行,农村金融机构的产品创新频率高,创新服务频率也高。在此基础上,金融场景建设是农村金融机构的科技建设最重要的侧重点。

对于场景金融建设,记者了解到,多地农商行在2023年纷纷以场景金融建设为抓手,通过丰富服务场景、优化产品服务流程,将金融融入客户日常消费中,提升金融支持扩大内需提振消费的质效,并产生了一些典型的创新场景。

如今年3月以来,淄博烧烤以“顶流”身份带动了相关产业链的发展。本地金融机构积极响应市场需求,围绕当地烧烤及相关行业小微企业、个体工商户提供专属信贷支持。还有农商行与部分烧烤店合作开展满减活动,微信支付使用淄博辖内农商银行卡支付便可享受优惠。

事实上,金融场景创新对于农商行意义重大。零售客户占比高,以服务小微客群、城市新市民客群为主,业务围绕“三农”、乡村振兴主题为主,这些实际情况均决定了农商行对于创新性产品和服务推出的频次要求高。

公开信息显示,农商行纷纷聚焦市民在衣、食、住、行、娱等方面的多样化金融需求。如近期,河南省内农商行以“装修贷”“宜车贷”“助业贷”等产品为抓手,开发有针对性的金融产品和金融服务。郑州农商行与出租车公司签约扶持购车协议书,为出租车司机提供金融服务,打造专属服务产品等。

王金成告诉记者,农村金融机构以前面对的来自种养殖等第一产

比,今年农村金融机构科技投入的规模明显增加,中部上市农商行2022年的科技投入新增接近25%,此外,还有很多农商行的科技投入增长超过了15%。从投入的方向来看,信贷集群建设是所有系统中资金投入量比较大的部分。”

业的金融需求较多,现在市场和用户有变化,如围绕第三产业的乡村旅游、餐饮等乡村振兴类金融业务增多,客户申请金融产品时“移动化”“实时化”需求凸显,这些金融服务场景的变化,决定了金融产品和金融服务也有升级需求,面临配套的技术系统升级改造。近年来,省联社、农商行面对新业务、新需求,独立建设新一代零售信贷系统项目显著增加,神州信息新一代零售信贷产品支持“移动化”“数字化运营”在多地上线应用,并取得良好成效。

王金成同时表示,在新形势下,现在农村金融机构也需借鉴科技公司的金融产品,如快速授信、快速用款、无抵押循环授信等特点,这对农信机构提出产品创新挑战。在此背景下,农信类金融机构和公司采取“共研”与“自研”相结合的方式建设信贷项目,确保农信类金融机构系统建设自主可控,已在东北某银行落地应用,实现客户申请该银行创新金融产品时“秒批秒贷”,银行方面此类业务信贷资产有较大提升。