

保险热点

网易保险将正式关停 还有一批大流量平台未入局互联网保险

■本报记者 李冰

近日，网易保险官网发布消息称，将停止服务，已投保用户如需查询保单详情可咨询相关保险公司。而对于关停的具体原因，目前网易方面尚未给出更确切说法。

距离网易保险2011年上线，已经过去近8年的时间。作为网易曾经力推的业务，即便没有牌照背书，在过去几年，网易保险也一直努力在市场中寻求机会。而在当前互联网巨头竞相进驻保险业之际，网易却选择主动退出，也让业内人士都感到意外。

曾是互联网车险第一平台
却一直未能持牌经营

资料显示，网易保险于2011年12月6日正式上线，致力于为用户提供便捷、高效的互联网消费体验，功能包括车险、意外险、健康险等。

网易公司董事局主席兼首席执行官丁磊此前曾表示，网易未来将重点发展电影票、彩票、保险还有理财产品等不需要物流的“轻产品”、“轻商品”。彼时，网易保险曾是其重要的战略布局。

在互联网保险市场刚刚开始之时，网易成为了互联网巨头中较早在此领域深度布局的企业之一，凭借先发优势，网易保险曾一度表现出色。

2015年，中国保险行业协会公布的数据显示，网易车险全年销售总额达6.96亿元，超越淘宝保险成为互联网车险第一平台。

随后，网易保险业务逐渐加大，合作的保险公司包括中国平安、太平洋保险和阳光保险、大地车险、中华联合、中国人寿保险等，覆盖的保险种类包括车险、人身意外险、健康险、旅游险、账户险以及宠物险等。



制图/王琳

截至2019年3月13日下午，《证券日报》记者看到，其官网仍挂着多家险企的产品，但均显示为“已下架”。虽然起了大早，但却赶了个晚集。在各互联网公司纷纷配备相关金融牌照时，网易保险则一直未能持牌经营。

“网易保险一直没有拿到保险经纪牌照，监管方面及对应的保险公司也会因此承担不小压力”，苏宁金融研究院金融科技研究中心主任孙扬接受《证券日报》记者采访时表示。

2015年7月份，原保监会发布的《互联网保险业务监管暂行办法》曾明确指出，互联网保险业务的销售、承保、理赔、退保、投诉处理及客户服务等保险经营行为，应由保险机构管理和负责。第三方网络平台经营上述保险业务，应取得保险业务经营资格。保险机构通过第三方网络平台开展互联网保险业务的，第三方网络平台应具备相应的条件，不符合条件的，保险机构不得与其合作开展互联网保险业务。

而目前来看，虽然“持牌经营”尤为重要，但并不意味因此就能畅享互联网保险市场的红利。

孙扬认为，从现实情况来看，畅享互联网保险红利，需要有充足的流量可以用于变现，或是有专业的保险服务队伍。如果没有流量，有保险经纪牌照也没有用户。

线上线下融合
成互联网保险发展趋势

在网易保险宣布关停的同时，却是众多互联网巨头正在加速布局互联网保险业务。

近年来，随着互联网与保险进一步融合，互联网保险业务发展态势迅猛，亦吸引了互联网巨头的纷纷布局。

据《证券日报》记者统计，截至目前，阿里巴巴、腾讯、百度、京东、滴滴出行、唯品会、新浪、今日头条、美团、小米均拥有保险相关牌照。

其中，阿里巴巴通过直接、间接方式持有多家保险公司；腾讯是同时

持有保险公司牌照、经纪牌照与代理牌照，拥有相对较全的牌照，可展开一体化经营；而京东则是在2018年年末如愿以偿入股安联财产保险（中国）有限公司，间接拿到了保险公司牌照。

而就目前互联网保险市场来看，获得牌照并不意味着“万事大吉”。孙扬强调，从现实情况来看，没有或者不能维持专业的保险服务队伍，就意味着消费者购买的保险服务质量很难得到保障，而保险最重要的就是保险售后服务，但组建专业的保险服务队伍意味着较高的成本，这也是互联网企业进军保险业的瓶颈之一。

孙扬认为，两极分化的时代还远远没有到来。还有一些大流量平台并没有入局互联网保险。比如手机厂商华为、OPPO、VIVO，他们既有强大的线上流量，也有海量的线下手机专卖店和线下人员，可以维持较稳定的保险售后服务水准。另外，有一些大流量平台已经开始获得保险经纪牌照，如美团、滴滴和今日头条，未来互联网保险的竞争格局仍待观察。

从2016年末开始，中国保险业进入强监管时代，互联网保险的公司治理、偿付能力、产品销售合规性等方面都受到了广泛关注。

“传统保险公司正在互联网化，线上销售便捷化，线下服务专业化是一个发展趋势，这部分传统保险互联网化是一个很大的市场。另外，保险行业的互联网化还没有互联网理财、互联网支付那么成熟，而且互联网保险正在逐渐的渗透到各个行业、各个链条中去，是一个和场景深化结合的进程。所以，线上线下融合的互联网保险在未来将更吃香，一方面是因为体验好，另一方面则是因为服务有保障”，孙扬表示。

1月份健康险保费飙增50%至798亿元 安徽、山西、西藏增速最高

■本报记者 苏向果

银保监会最新披露的数据显示，今年1月份健康险业务原保费达798亿元，较去年同期的532.34亿元，大增50%（去年1月份比2017年1月份则下降16.97%）。

从不同区域健康险原保费增速来看，西藏（437.6%）、安徽（115.9%）、山西（103.4%）、广西（96.0%）和江西（73.2%）等地增速排名前五。

1月份健康险保费近800亿元

从银保监会披露的数据来看，2019年1月份，健康险保费与理赔均出现大幅增长。其中，保费接近800亿元，同比增长50%；赔款和给付也达到了223亿元，同比增长37.6%（去年同期赔款和给付161.99亿元，同比增长47.96%）。

从拉动健康险保费增长的主力来看，今年1月份，健康险保费的快速

增长，并非几家专业健康险公司为主导，而是全行业健康险的普遍增长。

从各类型保险公司增速对比来看，申万宏源研报显示，根据其口径调整，“老7家”、平台型、银行系、专业健康险公司和养老险公司2019年1月份原保费同比增速分别为11.9%、62.4%、7.3%、14.9%和6.54%。由此可见，专业健康险公司整体增速不及平台型公司，也不及行业整体保费平均增速（24.8%）。

《证券日报》记者获悉，1月份健康险的快速增长与2019年行业开门红策略有关，主流险企主动收缩短储蓄型业务，拉长缴费期限的同时，强化了健康险等保障型业务的考核。

从目前产险公司与寿险公司对健康险保费的贡献来看，虽然暂无1月份的最新数据，但从去年的数据来推断，寿险公司依然将贡献绝大多数健康险保费。2018年，健康险保费中，寿险公司占比接近九成，而产险公司占比仅一成。

此外，目前国内的健康险客户类别方面，主要以个人客户保费为主（去年个人客户占比超过七成），团体客户占比为辅的态势。因此，加强营销员的培训，简化产品等成为推动健康险发展的重要因素。

中国保险行业协会发布的《2018中国商业健康保险发展指数报告》就显示，产品价格高、缺乏可靠信息来源、产品复杂等因素，构成了居民购买健康险的主要决策障碍。近半数受访者认为“价格太高”，近三成受访者认为“不知道选哪个产品”，近两成受访者则表示“看不懂产品介绍”。

健康险市场规模将超万亿元

2018年全年，保险行业健康险业务原保费收入为5448.13亿元，同比增长24.12%。健康险保费797.80万亿元，同比增长50.02%。值得注意的是，健康险业务去年保费规模已达产险业务保费规模的1/2，寿险业务保

费规模的1/4，健康险业务在保险业中的占比在逐步扩大。

事实上，从2012年开始，我国商业健康险就持续开始高速增长，从2012年到2016年，增速分别达到20%、30%、40%、50%以及60%以上。但2017是该市场的一个分水岭，随着监管机构对市场的整治力度加强，在健康险名义下的大量理财型保险产品被停售，市场开始挤水分，保险公司谋求业务转型。2017年，健康险市场增速逐月下降，全年同比仅增长8.58%，而在2018年第一季度则出现同比负增长。

不过，随着保险回归保障的理念更加深入，越来越多的保险公司更加重视健康险业务，部分人身险公司将主要精力集中在该板块，同时财险公司也积极参与短期健康险业务的经营，推出新产品和经营新模式。因此，健康险原保费从2018年第二季度开始结束了同比负增长态势，重新回到了正增长的轨迹上，且增幅逐渐加大。

国泰君安分析师刘欣琦认为，从

私募平均持仓增至六成 超九成产品录得正收益

2月份私募产品发行数量锐减，而预期3月份会大增，同时清算产品也将大幅降低

■本报记者 王宁

上证指数在3000点附近徘徊的背景下，股票型私募持仓也同步增加。《证券日报》记者获悉，私募排排网最新发布的报告显示，今年春节后，投资者的市场信心和赚钱效应飙升，私募仓位相比春节前有所上升。截至今年3月初，股票策略产品平均仓位为57.09%，比春节前上升了3个百分点。

与此同时，今年前两个月，八大策略的私募基金表现都不错，正收益比例最高的为股票策略，高达94.71%的股票产品获得正收益，只有5.29%的产品为负收益，创下了近三年来的新高。

对此，有机分析认为，临近去年年末，科创板的消息吸引资金跑步入场，随后是5G带来的技术变革和应用创新又成为了新的题材，包括芯片、车联网、边缘计算等。而在春节后，经过这一轮普涨，资金可能会重新选择光伏、生猪养殖、新能源车等景气度高的行业板块。

股票策略平均收益为9.74%
事件驱动紧随其后

今年2月份开始，A股各大指数出现放量上涨的趋势。尤其是春节后，三大指数一路高涨，市场瞬间跨越到“技术性牛市”阶段，成交量急速攀升。在2月25日，两市成交额突破一万亿元，成交量相比于节前增加近10倍。从指数的涨跌幅来看，2月份上证综指、深成指、中小板指和创业板指分别大涨13.79%、20.76%、21.86%和25.06%。其中，创业板指数创下了史上最大单月涨幅，同时也创下了单月最大成交量，上证综指则创下了2015年5178点以来单月最高涨幅。从全球的表现来看，A股在2月份领涨全球。

在期货市场方面，金融期货三大主力合约在2月份分别累计上涨14.87%、10.90%和上涨21.33%；贵金属方面，黄金在2月份创下近一年来的新高，最高升至1346.80美元/盎司；黑色系方面，2月份整体保持小幅上涨，其中焦煤、焦炭指数月度涨幅分别为3.17%和2.87%。

在此背景下，私募策略指数也表现亮眼，八大策略指数收益率全部为正。根据私募排排网最新发布的报告显示，今年2月份，股票策略指数以9.74%的正收益排名第一，其次是事件驱动策略指数和宏观策略指数，收益率分别为7.93%和5.73%。

事实上，2月份八大策略的私募基金表现都不错，正收益最高的为股票策略，高达94.71%的股票产品获得正收益，只有5.29%的产品为负收益，创下了近三年来的新高。

股票策略平均回撤下降
私募平均仓位增至六成

从私募排排网统计数据来看，八大策略私募基金近一年的最大回撤中，股票策略最近一年的平均回撤为21.46%，较之前有所下降，其中19.46%的产品最近一年最大回撤在10%以内；48.95%的产品最大回撤超过20%。相对价值策略和固定收益的整体回撤较小，最近一年的平均回撤分别只有5.59%、2.88%，相对价值产

品中，83.14%的产品回撤在10%以下。此外，组合基金的平均回撤为11.74%，也呈现继续下降之势，但是远远低于股票多头的平均水平。

春节后，投资者市场信心和赚钱效应飙升。在此背景下，私募的仓位也相比春节前有所上升。根据私募排排网股票策略仓位指数显示，截至3月初，股票策略平均仓位为57.09%，比春节前上升了3个百分点。

与此同时，去年10月份之前，上证指数呈现单边下跌趋势，股票私募基金发行数量也逐渐递减；不过，去年10月份后，在沪指跌至2449点附近时，股票私募基金发行数量有所上升，基本稳定在每个月新增800只的水平。私募排排网分析指出，考虑到今年2月份春节假期因素影响，当月私募证券发行产品发行数量锐减，但预期3月份发行数量会出现大增。同时，自去年年底以来，清算产品也大幅降低。

于翼资产分析认为，科创板的消息点燃了从机构到散户对于科技股的热情，资金持续往科技板块流入。截至目前，5G带来的技术变革和应用

去年的相互宝事件可以看出，市场上健康险需求仍旺盛，无论从当前外部宏观经济环境还是行业监管导向，以及寿险龙头战略发展目标来看，后续以健康险为代表的保障型险种需求将会得到有效激发，健康险保费可维持超越行业的增速。

而从今年的两会透露出的信息来看，在政府工作报告明确提出要“增强保险业风险保障功能”，健康险作为保障属性最强的保险品种之一，未来的发展空间依旧很大。

《2018中国商业健康保险发展指数报告》显示，目前商业健康保险的覆盖率不足10%，大部分受访者表示，主要通过基本医疗保险与自筹资金应对自身与家庭重大疾病费用支出。

此前保险行业协会发布的《中国商业健康保险问题研究及政策建议课题研究报告》预测，若以2012年至2017年保费收入五年复合增长率为38%为依据，可以预计，到2020年时，健康保险市场规模将超越1万亿元。

创新成为热点，包括芯片、车联网、边缘计算等。但同时要关注接下来行业景气度很高的方向，因为在经济增速下行的背景下，很多行业和公司的基本面都是往下走的，景气向上的行业比较稀缺，经过这一轮普涨之后，资金可能会重新选择光伏、生猪养殖、新能源车等景气度高的方向。

上海证大资产表示，支撑本轮上涨行情的是资金面和政策面改善带来的估值及偏好修复，但目前为止宏观基本面的拐点尚未到来，未来反弹的驱动力能否持续，还要看政策落地的力度、资金面的演变以及中美贸易磋商走向等。短期内应关注3月中旬即将披露的宏观经济数据、企业年报等。

明河投资则表示，中期看好低估值板块。明河投资认为，之前相对宽松的市场环境，只要资金不退出，牛市中大跌并不用恐慌，经过一两周时间调整，新的热点又将形成。从中长期来看，更看好低估值的表现，这部分股票在牛市中每一轮表现都不是最抢眼的，但在每一轮都有稳健的发挥，到最后的收益往往是最佳的。

平安产险 去年净利润达122.7亿元

■本报记者 苏向果

随着中国平安公布年报，经营财产保险业务的中国平安财产保险股份有限公司（简称“平安产险”）的经营业绩也随之公布。

年报显示，2018年，平安产险原保费收入达2474.44亿元，同比增长14.6%，综合成本率为96%，实现净利润122.74亿元，ROE达16.7%；客户数量达到6253.6万，其中个人客户6057.7万，同比增长16.4%，位居国内汽车工具类应用市场第一位的“平安好车主”APP注册用户已突破5500万。

在过去的一年，依托平安“科技+生态”战略，平安产险通过科技赋能，生态融合，聚焦业务场景，从侧重销售向客户线上线下全程服务经营转变。

2018年，市场机遇与挑战并存。一方面，国内宏观经济总体保持平稳，经济转型深入推进，国内外基础设施、高新技术、装备制造等产业回暖，带动财产险行业出现多个增长点；另一方面，新车销量放缓，商车费改持续推进。

平安产险坚持稳健经营策略，综合成本率进一步优化，2018年车险市场占有率稳步提升0.5个百分点，原保费收入同比提升6.6%；非车险紧抓市场机遇，保持高速增长，财产险原保费收入同比增长44.4%，意外及健康险同比增长44.6%。

科技赋能方面，平安产险在去年继续加强科技应用深入业务流程，结合业务场景不断创新；推动客户经营线上化，完善客户画像，通过数据为经营管理提供支撑，全面提升客户体验。

2018年，平安车险理赔服务再升级，“510城市极速现场查勘”能力进一步巩固，全年城市日间现场案件5分钟-10分钟极速查勘率达96.4%；车险AI持续优化业务流程，智能闪赔实现秒级定价，推出极简流程理赔服务“信任赔”，最快一单理赔仅耗时49.8秒，平均耗时不到3分钟。

“平安好车主”APP通过聚合广泛优质的车生态服务资源，为用户提供车保险、车服务、车生活一站式服务。截至2018年12月31日，该应用的注册用户已突破5500万，绑车用户数突破3400万，去年12月份当月活跃用户突破1100万。

此外，平安产险还通过大数据、云计算、物联网等创新应用，聚合多项服务能力打造风控开放平台，以“保险+风控”，“线上+线下”的创新模式，持续提升风险管控能力。2018年为超12000家企业客户提供防灾抗损服务，有效降低承保风险、助力业务发展。

网商银行 助力破解小微企业融资难

■本报记者 赵耘旋

2018年以来，解决小微企业融资难、融资贵问题引起了各界更高层次的关注，国家高度重视支持民营企业和小微企业发展，印发了《关于全面加强金融服务民营企业的若干意见》，引导金融机构更好地满足小微企业的贷款需求，支持企业健康成长。

日前，《证券日报》记者走进了网商银行，探寻其如何利用科技和风控技术的创新，为小微经营者的融资需求搭上数字化快车。

作为国内首批民营银行之一，网商银行从成立开始就立足于服务小微企业。不依靠传统的营业网点，基于创新的微贷技术，网商银行运用“310”模式实现3分钟申贷，1秒钟放款，全程0人工介入，帮助客户通过电脑和手机端就能7*24小时获得金融服务。

在网商银行产品部资深总监、拟任副行长冯亮看来，网商银行所服务的小微企业是比较特殊的一个群体，因为其自身对于资金需求时间急、金额小、期限短等特点，这部分小微企业经营者的融资需求可能很难被传统银行和小贷机构覆盖。

网商银行数据显示，截至目前，已经有超过1500万线上、线下的微经营者和农村种养养殖户获得了网商银行的贷款。小微经营者笔均贷款金额仅7615元，平均资金使用时长为50天，6个月内贷款超过3次的经营者却达到35%。

冯亮对记者表示，2018年，网商银行贷款笔数增长了60%，为小微经营者提供约1万亿元的贷款资金支持。此外，在去年行业整体融资成本平均上升了1个百分点的情况下，网商银行的平均贷款利率还下降了1个百分点。

值得一提的是，目前，网商银行的线下小微经营者贷款服务已经覆盖全国所有省市。在国内三线、四线、五线城市，线下小微经营者对贷款的需求普遍旺盛。在过去一年，三线、四线、五线城市小微经营者从网商银行获得的贷款增速超120%，远超过一、二线城市。而在农村，网商银行还持续发力县域普惠金融，已与100多个县域签约。

欢迎关注
证券日报金融1号院



微信精彩内容

●刚刚保险行业协会发布十大理赔经典案例，点赞险企“3·15”来了！善恶很重要扬善更重要

本版主编 徐天晓 责编 吕江涛 制作 李波
E-mail: xrtbjrg@126.com