

车险改革“加量不加价” 有谁欢喜有谁愁?

■本报记者 冷翠华

“整体来看,车险经营面临的挑战比较大。”关于车险综合改革的应对之策,一家中型财险公司相关负责人在接受《证券日报》记者采访时表示。据悉,该公司的车险经营策略去年刚进行过较大调整,砍掉了亏损严重的业务,综合承保业绩因此改善。

尽管对车险综合改革早有心理预期,但面对近日出炉的《关于实施车险综合改革的指导意见(征求意见稿)》(下称“车险综改意见”),诸多中小险企还是愁容满面,不得不面对更为严峻的车险经营形势,苦思下一步的发展策略。广大消费者则对车险改革表示欢迎。

国家从2015年启动商车费改试点以来,至今已经5年。今年的车险综改意见将阶段性目标明确为“降价、增保、提质”,“让利于消费者,提高车险经营水平”正是改革之要义。

保费下降应是确定性趋势

按照车险综改意见,业界和消费者最关心的问题之一就是车险价格会如何变化。业界人士对车险综改意见分析后认为,车险保费下降应是较为确定的趋势,将直接让利于消费者,险企则面临更大的经营挑战。

车险综改意见提出,引导行业将商车险产品设定附加费用率的上限由35%下调为25%,预期赔付率由65%提高到75%。对此,申万宏源保险分析师葛玉翔等撰文分析称,预计附加费用率下降幅度较大,车险手续费水平将得到明显压缩,行业顽疾有望得到根治,在纯保费不变的静态测算下,车均保费将下降13.3%。

中国财产再保险有限责任公司总精算师李晓刚在接受《证券日报》记者采访时表示,从趋势上看,未来保险行

业车险费用率将下降、赔付率将上升,这种“赔升费降”的大趋势,更利于保险业作为“经济社会保障器”职能的发挥。

车主黄先生对《证券日报》记者表示,尚未关注到车险综合改革意见,但如果改革能实现“价格只降不升,保障只增不减,服务只优不差”,消费者自然是欢迎的。据黄先生介绍,其名下的迈腾轿车现在一年保费大约3200元,已经有四五年没有出险,希望能享受到更优惠的车险价格。

根据车险综改意见,交强险总责任限额将从12.2万元提高到20万元,支持行业将示范产品商业三责保险责任限额从5万—500万元档次提升到10万—1000万元档次。同时,对优质车主,引导行业在拟订商车险无赔款优待系数时,将考虑赔付记录的范围由前1年扩大到前3年,并降低对偶然赔付消费者的费率上调幅度。这些改革都将更好地保护消费者权益。

险企经营面临更大挑战

车险改革“加量不加价”,对险企尤其是中小险企来说,面临的经营挑战无疑将更大,必须提升核心竞争力以应对。分析人士认为,未来部分经营主体退出车险经营市场将是必然的。

“2019年,我们清理了亏损严重的车险业务,优化结构,经营效益好转。车险综合改革后,车险经营将更难,我们将大力发展非车险业务,但如何进一步调整车险经营策略,目前还没有成熟方案。”前述中型财险公司相关负责人表示。

大家财险总经理施辉接受《证券日报》采访时表示,车险综改考验保险企业精算定价、风险管控以及成本核算能力,对经营粗放、经营管理能力差的公司就会影响更大。“综改虽然有阵痛,但最终推动保险公司的经营从销售、产品为中心转化到以客

户为中心。”他表示,险企须做好产品、系统的准备工作,对风险和定价保费的优化所造成的成本结构变化做好充分预测,并在此基础上考虑应对之策。

华创证券近日发布研报指出,产险行业面临冲击,短期分化或将加剧,但强者恒强。整体而言,短期产险行业保费规模和盈利空间都将面临一定冲击。中小险企还未形成明显的规模效应,附加费用率调整空间不及大型险企,盈利空间将被挤压,甚至出现亏损。同时,产品同质化下理赔服务经验及质量不及大公司,失去渠道费用竞争优势后,保费规模增长较慢。

中金公司研报也指出,随着车险均保费的下降,销售费用和赔付成本亦将被动下降,但降幅不足以完全覆盖保费下降的损失,因此,预计未来1年车险行业综合成本率将明显上升,行业综合成本率大于100%。但从长期看,竞争会推动市场重新形成平衡,监管加强会推动险企严控销售费用,行业综合成本率将有一定改善。中金公司研报还指出,“随着竞争加剧,中小财险公司牌照退出可能难以避免。”

李晓刚表示,车险降费是必然的,险企推动降费必须从分析费用高昂的原因入手。一方面,要在渠道管理上进行改变或突破,比如采用费用率相对较低的网销、电销等渠道销售车险。此次车险综改意见提到,适时支持财险公司报批报备附加费用率上限低于25%的网销、电销等渠道的商车险产品。另一方面,对部分特定的赔付率较低、费用率较高的群体,要改变以往提高费用率去争夺客户的方法,要从产品和服务入手去争取细分客群。

综改节奏保持稳中求进

从2015年商车费改试点以来,险

“支付江湖”B端争夺战升级 拉卡拉携手华为推手机POS

■本报记者 李冰

新一轮支付与收单方式之争正在升级。随着支付C端市场的逐渐成熟,市场份额也相对稳定,支付机构对B端市场的争夺战开始加剧,手机POS机成为新的争夺利器。

近日,拉卡拉方面宣布联合华为钱包正式推出商家收款产品一华为手机POS,将华为手机变身商家收款设备。此举明显在打造一款有别于支付宝、微信等支付平台的、更有利于B端商户的支付工具。

西南财经大学金融学院数字经济研究中心主任陈文对《证券日报》记者表示,“从第三方支付行业来看,手机POS是将科技创新应用到支付行业的产物,也是消费终端与行业终端的首次融合,具有重大意义。对于B端商户及大型连锁商户来说,收银员是不会拿个人手机来收钱的,所以手机POS是想去解决小微商户的收银问题,这在业内是一种非常好的补充方案。”

支付机构拓展B端商户新利器

国内首家在A股上市的第三方支付机构与占据国内市场大部分份额的手机品牌开展合作推出手机POS,无疑吸引了整个互联网支付行业的注意力。

据悉,拉卡拉与华为钱包将共同推出手机POS服务,通过华为钱包前置应用,使手机变成智能POS,华为手机用户无需购买额外专业支付设备,即可便捷开启商户服务,实现芯片卡、手机闪付、二维码的全支付场景受理。

《证券日报》记者注意到,在上述合作中,拉卡拉所扮演的角色是在华为手机POS中提供商户入网、支付对账、资金结算、业务运营等收单核心服务,借助技术创新和跨界合作,帮助使用华为手机的商户减少支付设备成本。

另外,对于手机POS的应用,外界最关注的还是其安全性。据其官方披露,相较扫码类产品,华为手机POS结合银联安全控件+华为手机TEE环境全方位保障支付安全,通过手机设备指纹、坐标定位、交易监控等技术手段,可有效防控套现、盗刷等业务风险。

拉卡拉方面对《证券日报》记者表示,未来拉卡拉将进一步适配各类场景的支付服务,与华为智能移动终端进行更深度整合。

针对手机POS领域,《证券日报》记者注意到,中国银联方面早已布局。早在2018年12月份,中国银联就曾宣布联合各大商业银行及华为、小米、三星、OPPO、魅族等主流手机厂商正式启动了银联手机POS产品首批应用试点合作。

陈文坦言,“手机POS有望成为支付机构拓展B端商户的新利器,进一步降低现金的使用,促进相关电子交易数据的积累,推动更多小微企业实现数字化转型,为数字经济的全面发展奠定技术基础,其本身已成为经济新基建的有机组成部分。”

北京市网络法学会副秘书长车宁对《证券日报》记者说:“手机POS在技术上主要基于NFC,变革主要在于从过

去的付款到现在的收款。这一变化与小微商户的需求相结合,有望对市场带来一定变革,但可能的场景有限,比如快递、餐饮、药店等,目前还不具备颠覆二维码主导地位的能力。”

将驱动更多支付机构入局

业界在探讨支付机构对B端市场的争夺战正在升级的同时,也在纷纷猜测,手机POS未来是否会普及。

央行发布的《2019年支付体系运行总体情况报告》显示,银行卡受理终端数量有所下降。截至2019年末,银行卡跨行支付系统联网商户2362.96万户,联网POS机具3089.28万台,较上年末分别减少370.04万户、325.54万台。全国每万人对应的POS机具数量221.39台,同比下降9.88%。若未来手机POS得到普及推广,对现金支付背后的产业链条造成的冲击不言而喻。

此外,对于一项新产品的普及和发展,监管的力度也是不可或缺的最重要的影响因素。《证券日报》记者注意到,目前手机POS已有项目进入北京第一批金融科技监管试点。

1月14日晚,中国人民银行营业管理部发布《金融科技监管试点应用公示(2020年第一批)》公告,对6个拟纳入金融科技监管试点的应用向社会公开征求意见。其中就有一项是手机POS创新应用项目,由中国银联、小米数科、京东数科三家机构合作推出。据官方披露,该手机POS创新应用主要是面向小微企业、“三农”领域等商户,以移动小额收单为重点应用场景,具有部署成本低廉、易用性好、适应性强的特点。

《证券日报》记者注意到,在该项目的预期规模一栏中显示,未来支持手机POS终端将达十亿级别,可助力商业银行及支付机构快速开展线上线下收单业务。

苏宁金融研究院高级研究员黄大智则对《证券日报》记者表示:“从目前收单市场来看,与智能POS机相比,手机POS在功能和可扩展性上进行了升级,降低了商户对机具购置、维护的成本和门槛,有助于推动POS收单业务进一步下沉,提高市场占有率。与支付巨头软件类商户App相比,手机POS在便捷性上不下风,但在市场推广、增值服务等方面仍有一段路要走。”

陈文表示,“手机POS机促使了线下收单硬件化转为软件化,在解决相应技术风险的基础上必然会越普及。相比较硬件设备而言,手机POS机降低了零售支付线下收单的设备投入和技术准入门槛,大大提升了线下收单业务的市场竞争力。”

车宁认为,“手机POS将驱动更多来自支付市场‘第二方阵’的支付机构入局,他们希望凭借新技术、新产品的引入改变现有格局,移动设备厂商也希望凭借NFC增加自己支付渠道的应用范围。但商户方面的热情一般,除了部分对近场支付有特殊需求的场景外。由于手机POS成本不高,近乎于零,部分商户为了方便客户,增加流量,可能会选择再增加一个渠道。”

7月前10个交易日成立34只新基金 募资1260亿元同比增3倍

■本报记者 王思文

2020年下半年以来,新基金发行进入快车道。主动管理的偏股型基金、长期绩优型基金均出现爆款产品,34只新成立的基金募资规模超过1260亿元,较去年同期大幅增长。其中,偏股型基金爆款频现,限购300亿元的新基金出现一日售罄。

Wind数据统计显示,今年下半年以来,短短10个交易日就成立了34只新基金,首募规模合计达到1260.68亿元,与2019年同期相比骤增303.55%;单只新基金的平均发行规模达到37.08亿元,同比增长208.49%。

偏股型基金最受投资者青睐。下半年成立的34只新基金中有18只偏股型基金,合计募资规模791.42亿元。其中,汇添富中盘价值精选混合、鹏华匠心精选混合仅发行1天,就达到300亿元的募资规模限额;财通科技创新混合、财通资管科技创新一年定开混合也仅发行1天,就迅速结束募集。

设有300亿元上限的汇添富中盘价值精选混合在发行当日即售罄,最终采取43.32%的比例配售;鹏华匠心精选混合的认购申请比例最终确认为21.88%。配售比例越低,越能体现基民对绩优基金经理及相关产品的追捧热情。

此外,一些长期纯债类型基金产品也迎来发行市场的“收获季”。7月6日,中银基金公告称,旗下中银添盛39个月定期开放债券基金在7月6日提前结束募集,在21个工作日募资80亿元。同属债基类型的华宝宝利纯债基金,在6个交易日销量就突破80亿元,将原本定于9月30日的募集截止日提前至7月7日。Wind数据显示,出现类似发行现象的长期纯债型基金在今年下半年已成立了16只,首募规模合计383.61亿元。

总体来看,下半年成立的34只新基金中,募资规模超过50亿元的有7只,分别是汇添富中盘价值精选混合、鹏华匠心精选混合、交银启汇混合、中银添盛39个月定期开放债券、天弘鑫意39个月定期开债、华宝宝利债券、工银泰和39个月定期开债。

股市火爆,投资者对基金投资的热情也不断升温。本周,仍有210只新基金正处在募集期中,还有35只新基金即将进入募集期。《证券日报》记者了解到,有多只基金设置了募集上限并确定了较短的认购时间,例如,由汇添富研究总监劳杰男主理的汇添富开放视野中国优势将于7月17日发行,设定了200亿元规模上限,计划募集时间仅为1天。

一方面,投资者追捧基金的热情高涨;另一方面,基金公司在发行中却相



对低调。多家公募基金经理的相关人士对《证券日报》记者表示,已从多方面着手,严格把关发行环节,考虑控制发行规模,从投资管理能力和投资者的投资体验上多下功夫。

一家大型公募基金投资总监对《证券日报》记者表示:“目前市场上有很多

由绩优基金经理主理的爆款基金,发行规模明显提高,这一现状体现了近期的资金趋势和行业现象。但我认为,公募基金更重要的是如何通过自身的投资能力,精选出代表中国核心优势的股票。换句话说,应把基金持仓更多地聚焦A股市场中真正的核心资产上。”

今年前4月油脂消费减少50多万吨 企业借衍生品工具应对价格波动

■本报记者 王宁

受疫情影响,中国油脂消费需求明显下降。7月14日,在大商所和江苏证监局主办的线上“期货市场服务‘强富美高’新江苏线上论坛周”活动中,《证券日报》记者从业内人士处了解到,由于疫情影响,今年前4个月,我国油脂消费已减少50万吨以上,终端消费对豆油的需求总量在30万吨以上,预计餐饮烹饪用油消费量将下滑30%左右。

与此同时,油脂油料市场的价格波动也较大。不过,部分相关企业另辟蹊径,巧借基差、期权等金融衍生品工具,在场内和场外实现较好的风险管控效果。

终端消费对豆油需求下降明显

《证券日报》记者了解到,今年以来,在国内外疫情的影响下,我国油脂油料相关品种市场价格大幅波动,豆油、棕榈油等品种价格跌幅高达30%以

上,豆粕、菜油、大豆等品种也出现10%以上的跌幅。与此同时,豆油供需两端也出现较大调整,不仅豆油需求明显下降,餐饮烹饪用油需求也出现下滑。

“今年我国餐饮业受疫情影响,从而影响到餐饮烹饪用油需求,预计整体消费量将下滑30%左右。”上海楷桦粮油贸易有限公司风控总监周旭阳向《证券日报》记者表示,今年2月中旬是疫情冲击消费领域的重要时段,预计我国油脂消费量将下滑30万吨—40万吨;3至4月份作为恢复期,消费减量约20万吨—30万吨。总体来看,受疫情影响,中国将减少50万吨—70万吨油脂消费,按照豆油占比分析,疫情期我国终端消费对豆油的需求减量30万吨—35万吨。

分析人士指出,由于疫情导致终端消费大幅萎缩,一季度国内外油脂油料相关品种市场价格也同步下挫,企业对风险管控的需求愈发强烈。

“油脂油料企业迫切需要利用期货等衍生品进行风险管理。”周旭阳表示,

油脂油料产业的压榨厂、贸易商或进口商均在疫情期间受到冲击,各市场主体虽然对应的市场风险角度不同,但均可通过期货等衍生品市场进行风险对冲。期货及衍生品工具,已成为我国油脂油料企业管理风险的有力武器。

企业用期货管理价格波动风险

《证券日报》记者获悉,疫情期间,场内衍生品为企业提供了较好的风险管理工具,场外市场则提供了有力的补充。

“大商所上线的包括标准仓单交易、商品互换、基差交易业务的场外综合服务平台,为油脂油料企业提供了管理风险的新型工具。”大商所场外相关负责人表示,标准仓单交易业务类似于即期的仓单交易业务,商品互换和基差交易类似于远期的商品交易业务。

今年5月29日,大商所正式上线标准仓单交易业务,首期上线品种包括豆

油与聚丙烯。该业务的上线,有助于打通期货、现货市场,推动期现价平稳收敛。商品互换业务是指根据交易有效约定,交易一方为一定数量的商品、商品指数或价差组合标的,按照每单位固定价格或结算价格定期向另一方支付款项;另一方也为同等数量的该类别的,按照每单位结算价格定期向交易一方支付款项的交易。

“期货市场提供的金融衍生品工具已经成为国内油脂油料企业应对疫情的得力工具。”天嘉投资有限公司总经理周钱超对记者表示,期货交割是期货市场服务油脂油料产业发展的重要一环,相关企业需要深入了解期货交割流程和规则,通过交割为企业风险管理服务。

虽然今年疫情对豆油、棕榈油等油脂油料品种构成影响,但国内油脂油料企业利用期货市场管理价格波动风险,整体上实现了平稳经营,期货市场在服务产业发展方面越来越成熟。