

聚光灯下

百万年薪招保险业“薇娅、李佳琦” 专家称保险直播内容合规性不能放低

■本报记者 李冰

在万物皆可直播的当下,保险机构正在加入直播大潮。“剁手党”们对于现在五花八门的购物节并不陌生。如今,“人工造节”延伸至金融机构端,保险机构正在借着818理财节的“东风”,将保险直播的风口吹热。

8月18日,众安保险一则百万年薪招聘保险主播的公告更是将保险直播热点点燃。

中国社会科学院保险与经济发展研究中心主任郭金龙对《证券日报》记者表示,疫情提高了民众对于保险的关注度,但也给保险公司的线下业务带来巨大挑战。直播的形式,能够帮助保险机构触达用户,普及保险知识,提升民众的保障意识,有望成为保险行业未来新的业务发展模式和营销方式。”他强调,“需要注意的是,保险机构做直播,要考虑到直播主体的资质,要在专业、合规的平台上进行,同时,机构和平台都需要加强规范和不断完善自身运营机制,避免违规承诺、虚假宣传等违规操作,须符合监管要求,保障用户的合法权益。”

百万年薪保险主播“来袭”

纵览各大平台的818理财节活动,从券商到保险,再到支付宝、京东等互联网巨头,各类平台都在变着花样把理财节玩得风生水起。

互联网巨头对818理财有多拼呢?支付宝方面表示,理财节期间有60家金融机构将在支付宝上进行近300场直播;京东数科宣布旗下个人金融业务品牌京东金融logo焕新升级,并联手金融机构打造开放服务平台,推出近万只金融产品;而苏宁金融最新“战报”数据显示,8月18日0时至24时,财富管理交易量突破17亿元。

一组来自支付宝方面的数据显示,理财节期间近300场直播就包括8月11日-8月20日的“人保健康、太平人寿、阳光人寿、中国人寿、众安保险、中荷人寿等6大保险公司专家及30位保险主播,以及近百名资深保险规划师,将在支付宝上进行超过60场直播。

此外,一则百万年薪的招聘公告也将保险机构对直播热情体现得淋

漓尽致。

8月18日,曾在支付宝保险直播间创下60万人次观看记录的众安保险在官方微博发出“英雄帖”,百万年薪招募保险主播。

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,“金融直播领域需要专业的‘薇娅、李佳琦’,具备金融专业知识并对保险产品理解深刻,将直播的娱乐性和金融的专业合规相结合,为用户提供专业又易懂的金融科普服务。而这里面有一点非常关键,保险主播必须具备风险意识,包括保险产品在内的金融产品的营销应当强调合规优先。”

众安保险首席执行官姜兴对此事也公开回复称,培养的专业主播以及沉淀的金融直播能力,未来也考虑对行业开放,赋能机构伙伴数字金融直播的发展。

直播结束一周是成交高峰

回顾疫情期间金融机构的直播历程,理财、基金直播“带货”“宅经济”持续火热,各大公司明星基金经理、理财“大咖”推出一系列在线理财直播,与各网红正面交锋,其中保险机构参与直播的普遍度并不高。

而保险机构目前对直播的热情,一组数据似乎能给予较为合理的答案。最新数据显示,截至目前,已经有超过千万人次在支付宝上观看保险直播,其中看直播的年轻人多,在支付宝上观看保险直播的用户中,超过六成是80、90后用户,且观看直播的用户中60%来自三四五线城市。

“金融科技浪潮下,金融机构的数字化转型势不可挡,保险直播是线上营销的创举形式,符合保险机构数字化转型的要求;保险直播将业务推广由线下向线上迁移,将对保险机构下沉市场,开拓挖掘新客户非常有帮助。直播形式较为切合普通老百姓的当下信息接受形式的变迁。”陈文坦言。

中国人寿总裁助理赵岩对《证券日报》记者表示,直播有助弥补互联网保险产品相对复杂、与用户接触有限的状况,对于保险直播的探索,一方面是疫情期间不能做线下活动的“不得已选择”,另一方面是网络直播的热度有目共睹。有数据显示,国内网络直播用户规模达到5.6亿,因此



王琳/制图

行业也在思考,网络直播能否为行业带来新的业态,在传统保险业务中得到应用。

据赵岩介绍,从3月底到7月底,中国人寿已经在支付宝平台进行了超40场直播。“我们发现,直播的形式能够更直观的展现国华产品的优势,原来只是线上文字介绍,用户是有痛点的,保险产品本身的复杂性,用户有不理解的地方是希望获得解答的。而通过直播的交流互动,能够提升用户体验,也增加了用户的信任感。”

成交情况如何呢?有保险机构向《证券日报》记者透露,“在直播结束后的两三天到一周时间是成交的高峰,60%-70%的成交都会在这个时间段内达成。”

阳光人寿浙江分公司副总经理陆健也对《证券日报》记者表示,“疫情给线下的保险公司带来的巨大挑战。保险直播正是在这场特殊的疫情中得到快速发展。直播肯定是保险行业未来新的业务发展模式和营销方式,能够帮助触达用户,寻找新的增长点。”

理性看待保险直播

正如上述所说,保险直播火热的一个不可忽视的背景是,今年以来,疫情的发生提高了民众对于保险的关注。

一组公开数据显示,从2020年1月19日至2月23日,“保险”一词在百度搜索指数及微信指数的大致走向基

本一致,均在疫情开始发展逐渐白热化的1月24日左右开始增长,并在企业陆续开始复工后增长速度有所增加。

在保险因疫情得到较高关注的背景下,保险机构或营销员趁势而为,探索保险直播确实已有较为丰厚的土壤。此外,国人的保险意识也正在逐步进阶。

人保健康电子商务部销售管理处处长黄儒在接受《证券日报》记者采访时表示,“直播作为当下流行的与用户建立交互的方式,是能够提高大众对于保险的认知和降低决策门槛的。但保险作为金融类的产品,对于直播内容的合规性要求不能放低。应探索如何做‘既严肃又活泼’的保险直播,通过自有的直播人才,结合专业保险内容,在前端转化为互联网用户感兴趣的内容。”

此外,目前保险直播也非“法外之地”。北京银保监局于6月份发布《关于保险网络直播和短视频风险提示的通知》,对辖内保险机构着重进行三方面提示,要求各保险机构应当按照“实质重于形式”的原则,区分不同情形严格落实保险法律法规和规范性文件要求。

通知要求保险机构严格区分保险短视频、直播业务形式。其中,开展保险短视频、直播销售活动,消费者可以通过视频提供的投保链接自主完成在线投保的,属于互联网保险业务的应当符合《互联网保险业务监管暂行办法》的有关规定。值得关注

的是,通知还要求保险机构严格规范保险短视频、直播有关主体;严格管理保险短视频、直播相关内容。

阳光人寿浙江分公司副总经理陆健对《证券日报》指出,“我们也看到,首先,部分直播主体保险业务相关经营资质的缺失,二是部分直播仅对保险产品作局部描述,甚至含有误导性描述,并存在服务能力不足,对后续保费、健康告知等没有充分说明。三是违规承诺、虚假宣传以及其他违规操作。个人认为监管部门应完善配套制度,加强监管,营销机构应强化服务意识,直播平台也要规范运营机制。”他强调,“目前,保险直播仍处于起步阶段,模式还有待完善,行业也在不断摸索、试错的过程中。因此,我们在直播中不是以营销为主要目的,更多是保险知识的普及和引导,结合当下的热点话题,帮助用户发现自身的保障需求,解答用户对于保险的各种疑问。我们乐于看到用户通过直播增加了对保险的认识后,再进行购买。”

陈文也提醒称,“应当理性区别保险直播与其他带货直播,保险产品的特性,决定了它不是冲动型消费产品。例如,观看一场美妆主播带货及零食主播带货的直播,用户可能每场都会有想消费的东西和收获,但保险直播带货模式肯定是不可持续发展的,不应以单场成交来衡量。长期来看应该更多倾向于内容的输出,以保险教育、健康教育为主,并做好产品的充分信息披露并进行风险提示。”

20家券商上半年证券投资收益超10亿元 新进34只重仓股

■本报记者 周尚任

今年以来,券商股整体表现抢眼,从年初截止到8月20日,39只券商A股中,有17只涨幅超过20%。股价的良好表现,通常离不开业绩的支撑,在业绩整体飘红的背景下,各上市券商上半年的业务亮点得以一一呈现,自营业务脱颖而出站上“C”位。

同时,随着上市公司半年报的密集披露,券商重仓股也随之陆续浮出水面。二季度,券商新进重仓股34只,增持21只个股,减持9只个股(因持有机构不同,重仓个股重复计算)。

中信证券 投资收益遥遥领先

今年上半年,A股市场交投持续活跃,两市日均成交额达7579.72亿元,总成交额合计88.68万亿元,同比

增27.95%。活跃的股市也助推上半年券商自营业务收入重回榜首。

《证券日报》记者据证券业协会数据统计,今年上半年,券商实现证券投资收益(含公允价值变动)702.74亿元,较去年上半年增长13.24%,占总营收的比例达32.93%,领先经纪业务近10个百分点,继续成为券商第一大收入来源。

目前,证券业协会给各会员单位下发《证券公司2020年上半年度经营业绩排名情况》,对133家证券公司未经审计经营数据进行了统计排名显示,共有20家券商的证券投资收益超10亿元。其中,中信证券上半年实现证券投资收益遥遥领先,为75.35亿元;中信建投、华泰证券分别列第二、第三,分别实现证券投资收益40.05亿元、35.61亿元。

从中信证券的持仓路线来看,目前,截至《证券日报》记者发稿,中信

证券二季度共重仓持有12只个股,持仓数量为1.39亿股,持仓市值约为41.83亿元。

而中信证券的“选股”眼光也相当独到,12只重仓股二季度股价全部上涨,并且选中目前券商重仓股中,唯一两只二季度涨幅超200%的个股:凌志软件、松井股份。

重仓股新进34只 增持21只减持9只

随着半年报的密集披露,券商重仓股也随之陆续浮出水面。

截至《证券日报》记者发稿,据东方财富Choice数据显示,在已披露2020年半年报的上市公司中,有83只个股的前十大流通股股东名单中出现了券商的身影,持仓数量合计12.3亿股,持仓市值约129.24亿元。截至6月末,有34只为二季度券商新

进个股,增持21只个股,减持9只个股,19只个股未发生变化。

具体来看,券商新进的34只个股中,凌志软件、松井股份、浙矿股份、奥特维4只个股二季度的股价涨幅均超100%。其中,中信证券新持有凌志软件31.71万股,持仓市值约为1425.81万元,凌志软件股价在二季度上涨了291.38%。兴业证券、中信证券分别新持有松井股份65万股、18.05万股,持仓市值约为7176.36万元、1992.8万元,松井股份的股价上涨了220.19%。中天国富证券新持有浙矿股份50万股,持仓市值约为2251.5万元,浙矿股份的股价上涨156.29%。国泰君安新持有奥特维11万股,持仓市值约为606.62万元,奥特维的股价涨幅为134.75%。此外,上述4只个股中除浙矿股份来自创业板,其余3只均来自科创板。

从增持方面来看,二季度,券商增持了21只个股。其中,中信证券对海康威视的持仓市值增加约4.7亿元;光大证券对恒顺醋业的持仓市值增加约1.56亿元;东方证券对平煤股份的持仓市值增加约1.52亿元。

从减持方面来看,二季度,券商对9只个股进行了减持。其中,科大智能被中国银河减持了402.2万股;福能东方被中信建投减持了373.31万股;雅克科技被兴业证券减持了299万股;富祥药业被华创证券减持160.16万股。

值得一提的是,二季度,被券商重仓的83家上市公司中,有11家来自科创板,29家来自主板,43家来自中小创。从行业分布来看,券商重仓了11家电子行业公司:春秋电子、雅克科技;10家机械设备行业公司:浙矿股份、赛腾股份;9家化工行业公司:松井股份、广信材料。

首家上市信托公司半年报发布 陕国投营收净利同比均超10%

■本报记者 邢萌

昨日,陕国投发布半年报,营业收入与净利润同比增幅均超10%,主营的信托业务收入更是大幅增加近四成。

总体来看,今年上半年上市信托公司业绩可圈可点,营业总收入稳步增长,信托业务收入与固有收入齐头并进。云南信托研报数据显示,目前可统计60家信托公司半年报数据,营业收入总额566亿元,其中信托业务收入388亿元,固有业务收入178亿元,与去年同期相比,均有不同程度的增长。

疫情对于上半年信托业绩影响并不明显,受益信托研究员帅国让对《证券日报》记者表示,信托项目产生收益通常需要1年-2年时间,今年上半年的业绩大多是去年信托项目产

生的,即便上半年受到疫情影响,但对去年信托业务体量不错的信托公司影响不大,对明年业绩影响会较显著。

陕国投信托业务收入 大增近四成

8月19日晚间,陕国投披露2020年半年度报告。半年报显示,今年上半年,公司实现营业收入9.26亿元,同比增长11.3%;实现利润总额5.47亿元,同比增长19.09%,实现净利润4.08亿元,同比增长17.3%;新增信托项目120个,新增项目规模437.07亿元。

值得注意的是,上半年陕国投的主营信托业务收入增幅高达39%。据半年报显示,截至2020年6月底,公司存续信托规模2756.85亿元,信

托主业手续费及佣金净收入5.79亿元,同比增长38.85%。

对此,陕国投主要从结构调整、财富管理、固有业务、风险合规、管理机制等五个方面对经营情况进行了分析,一是优化传统结构,力推创新促转型;二是纵深推进财富管理改革,品牌效应逐步彰显;三是固有业务以创促转,多元配置创造理想收益;四是坚守风险管理底线,推动合规稳健发展;五是持续优化管理机制,经营质效稳步提升。

事实上,这也反映出上市信托公司面临的尴尬境地,业绩虽好但股价并不理想。对此,帅国让对记者分析道,股价不理想,可能跟信托公司自身主业不清晰,不能保持持续稳定的盈利能力有关,在当前复杂的外部环境下,股民对信托公司未来的发展持

谨慎态度。

60家信托公司 信托业务收入同比增16%

目前来看,2020年上半年信托公司业绩情况普遍较好,多项关键经营指标超过去年同期水平。云南信托研报数据显示,目前可统计60家信托公司半年报数据,营业收入总额565.86亿元,2019年同期60家信托公司,营业收入总额500.94亿元,2020年上半年行业营收总额增长12.96%。

其中,信托业务收入388.13亿元,与2019年同期的335.06亿元相比上升15.84%。固有业务收入177.73亿元,与2019年同期的165.04亿元相比增长7.69%。

云南信托研报分析称,营业收入的增长主要由于两个方面原因:一方

面是由于行业规模的管控,大部分信托公司规模紧张,行业占比50%左右规模的信托管理类业务,信托报酬费率上升1.5倍-3倍之间。

另一方面,其实是部分龙头信托公司增长拉动整个行业的增长态势,重庆信托、光大信托、五矿信托、平安信托、长安信托增长的行业占比约60%,成为行业营收增长的主要力量。

信托业务收入是信托公司主要的营业收入来源。今年上半年70%的信托公司实现信托业务收入增长。相关数据显示,上半年60家信托公司中有42家信托公司营收增长。“信托业务结构持续优化,信托公司之间信托业务收入差距较大,头部信托公司盈利优势显著。”云南信托研究发展部总经理王和俊分析认为。

高管访谈

“3+3+1”业务全面铺开 人保金服揭秘增长模式

■本报记者 冷翠华

作为中国人保集团金融保险科技板块,人保金融服务有限公司(以下简称:人保金服)成立已有3年多。在此期间,人保金服持续搭建扩充子板块构架,旗下成员公司已有5个,并正在收购一家支付公司,同时,其“3+3+1”的业务布局也全面铺开。

日前,《证券日报》记者走进人保金服,深入了解公司的战略定位、业务布局、今年上半年业绩以及下一步的发展规划。

深化战略: 内生能力外赋价值

“第一个3年,是我们的战略布局期,第二个3年,是我们的战略深化期。”人保金服副总裁王俊表示。

人保金服的战略定位是什么?又进行了哪些布局?王俊表示,人保金服要在全力科技赋能保险主业的同时,逐步形成集团新的业务增长点,从而实现公司健康可持续发展。

围绕上述战略定位,人保金服进行了一系列布局,目前,旗下已经有邦邦汽服、爱保科技、人保小贷、中元经纪、创新投5家成员公司,同时,人保金服正在收购一家支付公司,预计将在今年四季度完成交割。

在讲述其他业务的同时,公司还对“3+3+1”业务进行了介绍。第一个“3”指的是在汽车生态、保险科技和普惠金融这3个重点领域实现项目布局,第二个“3”是在互联网支付账户、外部大数据应用和创新孵化这3个平台构建人保集团互联网金融基础设施,“1”则指在保险科技创新投资领域实现突破,目前“3+3+1”战略已经全面铺开。

布局之后,将是战略的深化。王俊表示,人保金服要“内生能力,外赋价值”,不断深化业务布局,通过赋能主业,实现战略协同价值增值;通过运营成功商业模式,实现企业资本价值增值;通过提升科技产品服务的市场竞争力,实现企业商业价值增值。“目前,人保金服的价值主要体现在赋能主业方面,为人保集团减损金额正快速增长,但最终,我们要实现自身的发展,体现在财务价值上,核心业务要走向资本市场。”王俊表示。

今年目标: 持续科技赋能主业

作为人保金服的核心板块之一,邦邦汽服赋能主业的能力正在增强。数据显示,上半年人保金服为中国人保集团主业公司降赔减损同比增长了113%,实现降赔减损目标的核心成员正是邦邦汽服。

邦邦汽服成立于2017年11月份,据邦邦汽服CEO龚托介绍,公司以延伸保险服务价值链为目标,应用AI、大数据、物联网、区块链等前沿科技,链接汽配上下游企业,通过打造透明、短链、高效、低成本的汽配供应链条,为产业链上各企业创造价值,助力车险理赔及汽配行业的数字化转型升级。在保险服务端,通过打造B2B汽配电商平台“驾安配”,加快了保险与汽配产业链的数字化连接与融合。截至目前,邦邦汽服已与30000余家维修企业、3000余家配件供应商达成了良好合作关系,累计配件报价金额已突破300亿元。

“通过数字化,提高配件的直通渗透率,减少中间成本,是邦邦汽服为主业公司降赔减损的核心路径。”龚托表示,邦邦汽服从人保集团事故车险理赔切入,并逐步向行业扩展,目前已经与其他保险公司达成了合作。这也意味着公司开始从赋能主业到强化内生能力并行发展。

公司启动 “十四五”规划编制

今年上半年,不断深化“保险+科技+服务”的商业模式,通过科技产品和服务解决主业痛点,提升主业数字化和科技创新能力,公司价值创造能力和赋能主业的战略协同价值持续提升。同时,据王俊介绍,公司已经启动了其“十四五”规划的编制,明确进一步做大做强的方向。

从营收指标来看,人保金服4月份-6月份人保金服营业收入环比增长明显,初步形成“V形反转”。核心板块中的邦邦汽服、爱保科技和人保小贷都实现了强化发展。例如,邦邦汽服上半年为主业公司降赔减损金额同比增长113%;爱保科技“车主惠”平台订单总量同比增长237%,总金额同比增长468%;人保小贷上半年累放贷款同比增长近4倍。从科技能力来看,人保金服2018年启动的智能数字营销项目已取得长足进展,上半年与12家财险公司分公司签署车险销售落地协议。同时,今年的新一批科技创新项目正在加快落地。

下一步,人保金服将继续聚焦并践行“保险+科技+服务”的商业模式,单独发起项目公司,孵化保险科技和生态的核心板块;积极布局互联网和保险科技基础设施,助推人保集团数字化能力;同时,成立保险科技孵化加速器,逐步形成人保金服的智能数字营销项目。通过当前及今后一个时期的深耕布局和创新,构建起人保集团内主业公司自主创新、人保金服协同创新的大型保险集团立体式的独特创新模式。