

# 超百家险企披露去年个人短期健康险综合赔付率 6家超100% 最高达173.87%

■本报记者 冷翠华

截至3月8日,据《证券日报》记者不完全统计,至少已有超百家保险公司在官网披露了2020年度个人短期健康险的综合赔付率,其中有6家险企的个人短期健康险综合赔付率高于100%。从不同性质的险企来看,财险公司的健康险赔付率明显高于人身险公司。

银保监会表示,近年来,我国健康险保费收入年均增速超过30%。不过,短期健康险在快速发展的同时,也暴露出保额虚高、销售不规范、无序竞争等问题。为此,银保监会于2021年1月11日发布《关于规范短期健康险业务有关问题的通知》(以下简称《通知》),要求险企定期披露个人短期健康险整体综合赔付率指标。近期,各家险企已在陆续披露2020年个人短期健康险的综合赔付率。

## 个人短期健康险 赔付率最高达173.87%

统计数据显示,不同险企的个人短期健康险综合赔付率差距巨大。在已披露2020年度个人短期健康险综合赔付率的过百家险企中,有6家险企的个人短期健康险综合赔付率超过100%,最高的达到173.87%;有24家险企该项业务的综合赔付率不到20%。

针对这一现象,社科院保险与经济发展研究中心副主任王向楠在接受《证券日报》记者采访时分析称,除一些特殊原因外,综合赔付率

过高,通常反映出相关产品的设计存在不足,或在承保时风控措施不够的问题,需要迭代、提价,加强核保。综合赔付率过高的业务难以持续。

险企停售短期健康险产品的现象屡见不鲜。《证券日报》记者在梳理相关公告后发现,一家险企公告称,其在2018年至2020年期间停售了10款短期健康险。其中,有9款产品截至去年底已没有有效保单,另1款产品只有6张有效保单。该险企还表示,将于3月31日主动停售1款齿科医疗保险。

保险业内人士分析认为,部分短期健康险产品的设计过于激进,保额过高或承保条件过于宽松,这都会造成险种经营难以持续。一旦出现产品停售,将会影响消费者的体验。

与部分险企赔付率超过100%相对应的是,去年有18家人身险公司和6家财险公司的个人短期健康险的赔付率低于20%。对此,业内人士分析认为,这可能与险企的业务结构有关。例如,百万医疗险设置了较高的免赔额,如果设定为1万元,消费者年度医疗费用在医保报销后,自费额度超过1万元的比例将大幅减小。险企的高额赔付案例较少,也会拉低其综合赔付率。

## 高赔付率险企占比 财险高于人身险

不同险企的赔付率,其个人短期健康险的综合赔付率也相差悬殊。《证券日报》记者对相关数据统



曾梦/制

计后发现,在赔付率分布方面,已披露赔付率数据的70家人身险公司中,赔付率低于20%的共有18家,占比25.7%;赔付率在20%到40%之间的共有31家,占比44.3%;赔付率在40%到70%之间的共有15家,占比21.4%;赔付率超过70%的有6家,占比8.6%。

在已披露赔付率数据的31家财险公司中,赔付率低于20%的共有6家,占比19.4%;赔付率在20%到40%之间的共有8家,占比26.7%;赔付率在40%到70%之间的共有8家,占比25.8%;赔付率超过70%的共有9家,占比29%。

通过上述数据对比可以看到,财险公司的个人短期健康险高赔付率区间的险企占比明显高于人身险公司。一家中型财险公司负责人对《证券日报》记者分析称,尽管财险公司可以经营个人短期健康险,但无论是产品设计还是核保核赔,其经验整体不及人身险公司;另外,财险公司的人身险业务销售渠道较少,主要借助第三方渠道,依靠拼产品来做大规模,销售端的高性价比传导到理赔终端,往往体现出较高的综合赔付率。整体来看,财险公司的健康险业务规模仍然较小,很容易受到个案影响,导致综合赔付

率波动较大。

## 赔付率中枢还将上移 差异程度会逐步缩小

尽管险企之间赔付率差异较大,但总体来看,个人短期健康险业务赔付率低于40%的险企仍超过半数。其中,人身险公司中有49家赔付率低于40%,占比70%;财险公司中有14家赔付率低于40%,占比45%。

业内人士指出,一方面,如果一个险种的综合赔付率超过100%,其经营很难具有持续性。另一方面,如果一个险种的赔付率长期处于超低位,消费者在购买保险后很难有获得感,保险的意义也难以体现,业务发展的可持续性同样面临挑战。因此,险企对自身经营需要不断“回头看”,实现业务发展与风险控制的平衡。

中再产险总精算师李晓翻在去年年初的一篇署名文章中曾提到,客观地讲,目前商业性健康险业务的赔付率不高,但保险公司的经营一贯遵循“费赔联动”法则,不高的赔付率会带动费用率上升,能否有效控制费用率上涨是险企经营健康险面临的重要挑战。从赔付率发展趋势上看,重疾险和医疗险近年的赔付率都呈现上升趋势,这一趋势能否延续或加速,将对健康险业务的盈利能力构成潜在威胁。

王向楠预计,未来几年个人短期健康险的赔付率中枢可能还会上移,赔付率的差异程度虽然会逐步缩小,但总体仍将维持在较高水平。

# 105家A股公司年内已定增募资1680亿元 年内券商斥资137亿元参与47家上市公司定增 认购金额同比暴增36倍

■本报记者 周尚任

自去年再融资新规落地后,A股上市公司定增潮应势而生。而战投新规的出台,压缩了锁价套利空间,令定增市场正式步入竞价时代。

今年以来,上市公司的定增步伐持续加速,截至目前,已有105家上市公司实施定增,累计募资额达1680.05亿元。对于上市公司的定增,券商的参与积极性不断提高,目前已认购金额为137.31亿元,占年内A股上市公司已实施定增募资总额的8.17%。

## 105家上市公司实施定增 券商扎堆参与7家

《证券日报》记者对东方财富Choice数据梳理后发现,截至记者发稿时,今年以来,已有105家上市公司实施定增,同比增长208.82%;累计募资额达1680.05亿元,同比增长102.39%。其中,有7家上市公司的定增募资额超过50亿元,分别为辽港股份、蓝思科技、中国核电、正邦科技、西部证券、华友钴业、中联

重科。

券商参与定增认购的积极性很高。仅两个多月时间,已有20家券商及其资管子公司(以下统称“券商”)参与47家A股上市公司的定增,同比增长1075%;累计认购金额达137.31亿元,同比暴增363.25%。

今年以来,6家头部券商认购上市公司定增股份耗资超过10亿元。其中,中金公司已参与17家上市公司的定增,认购股份累计耗资30.57亿元;中国银河参与16家上市公司定增,认购股份耗资20.48亿元;华泰证券参与8家上市公司定增,认购股份耗资17.63亿元;中信建投参与9家上市公司定增,耗资14.04亿元。此外,中信证券、国泰君安、国联证券均超过10亿元,分别为13.64亿元、10.75亿元。

《证券日报》记者在梳理数据时还发现,券商偏好“扎堆”参与上市公司定增。其中,西部证券、至纯科技、掌阅科技、扬杰科技、雅化集团、拓普集团、金力永磁等7家上市公司的定增,每家都吸引了4家券商同时参与认购。中国银河、中信证券均分别参加了其中6家上市公司

的定增。

对于定增市场,广发证券首席策略分析师戴康分析称,在定增预案滞后效应下,预计2021年定增发行规模约为7800亿元(定价发行2400亿元+竞价发行5400亿元)。伴随折价率红利的消退,2021年定增市场或是注册制大分化趋势下中小企业自我救赎的“黄金末班车”。

## 3家券商发布定增方案 拟募资总额不超220亿元

上市券商的融资需求迫切,定增计划频出,也引发了同行的高度关注。今年以来,已有国海证券、东兴证券、国联证券3家券商发布定增方案,拟募资不超过220亿元。截至目前,国联证券的定增方案已获其控股股东无锡市国联发展(集团)批准以及广西国资委批复。

西部证券今年的定增已实施完毕,共有16家机构入选。其中,公司控股股东、实际控制人陕西投资集团有限公司获配数量最多,为3.6

亿股,获配金额27.93亿元。与此同时,第一创业、中信证券、中国银河、中信建投等4家券商通过此次定增入股西部证券,分别获配2.39亿股、4.43亿元、1.4亿元、4.2亿元,锁定期均为6个月。

在西部证券本次定增发行中,上述4家券商以7.75元/股的定增价格,合计使用12.42亿元资金获配西部证券股票1.6亿股。本次定增发行完成后,中信证券、中信建投进入西部证券前十大股东名单,分别第八、第九大股东,持股比例分别为1.28%、1.21%。

中信改革发展研究基金会研究员赵亚斌在接受《证券日报》记者采访时表示:“由于券商服务同质化严重,做大做强已成为在竞争中取胜的最重要途径。参与定增目前已成为入股券商的一条捷径,未来大型券商很可能会通过定增等途径来收购其他券商。”

不过,一家上市头部券商非银金融分析师却有不同见解,他对《证券日报》记者表示:“券商通过定增入股同行,不一定就是为了合并。企业定增募资,主要是因为缺

钱。2020年以来,券商各项业务发展很快,尤其是两融业务、衍生品交易业务发展迅速,为此券商需要大力补充资本。”

此外,不少拥有证券子公司的上市公司,为了大力发展证券业务,也纷纷发布定增方案。近日,华创阳安公告称,拟定增募资不超过80亿元,扣除发行费用后拟全部“输血”全资子公司华创证券资本金,补充其营运资金。在此之前,湘财股份也曾公告称,拟通过定增募资不超过60亿元,做大做强证券业务,支持湘财证券扩大资本规模,优化业务和收入结构,提高风险抵御能力,提升公司综合竞争实力和行业地位。

对于证券行业未来的发展,光大证券金融首席分析师王一峰认为:“头部券商各项业务综合实力强劲,能最大限度地分享改革红利,竞争力显著优于同业,业绩有望继续保持增长。部分特色化经营的券商另辟蹊径,通过差异化发展提升市占率,建议关注金融科技实力较强、财富管理双轮驱动的特色券商。”

# 村镇银行化解风险持续推进 江北恒丰村镇银行获发起行股东增资

■本报记者 吕东

今年以来,随着推动村镇银行改革重组,加快此类银行补充资本的相关政策发布,愈来愈多的村镇银行获得了发起行股东增资。

日前,恒丰银行旗下的重庆江北恒丰村镇银行股份有限公司(以下简称“江北恒丰村镇银行”)股权变更事宜已获监管部门批复同意,恒丰银行将通过认购后者定向增发股份2.1384亿股,使其持股比例进一步增至84.39%。

恒丰银行此次对旗下控股的村镇银行进行增资,并非发起行股东增持旗下村镇银行的个案。实际上,在今年年初关于推动村镇银行化解风险改革重组的相关政策下发后,年内已有多家村镇银行获得了发起行股东的增持。

小花科技研究院高级研究员苏筱芮在接受《证券日报》记者采访时表示,村镇银行改革重组,是中小银行合并重组的具体表现之一。恒丰银行为2021年首家增持旗下村镇银行股权的发起行股东,将为更多市场化力量注入村镇银行形成较强

的示范效应,预计后续村镇银行的改革重组将进一步深化。

## 恒丰银行斥资逾2亿元 增持旗下村镇银行股权

据银保监会官网信息显示,日前,重庆银保监局已批复同意江北恒丰村镇银行变更股权的申请,同意恒丰银行认购江北恒丰村镇银行定向增发股份2.1384亿股。此次股权变更后,恒丰银行持有的该村镇银行股份将达2.6484亿股,持股比例将增至84.39%。天眼查信息显示,恒丰银行此前持有该村镇银行51%的股份,其他股东持股比例均在10%以下。

批复同时要求,江北恒丰村镇银行应加快完善公司治理,加强股权结构管理,优化股权结构,严格控制股东关联交易。并应自作出行政许可决定之日起6个月内,完成变更注册资本和公司章程修改。

公开信息显示,早在去年5月份和12月份,两江银保监局就曾两次批复同意江北恒丰村镇银行的定向增发方案。虽然两次批复的定

增募集资金规模相同,均为向主发起行恒丰银行定向募资2.1384亿元,但募资用途有所微调。第一次批复中,所募集的1.62亿元股本金将用于增加该村镇银行注册资本,溢价部分5184万元将列入资本公积。第二次批复中,募资投向改为:将2.1384亿元募资全部用于增加村镇银行注册资本。

银保监会3月8日披露的最新信息显示,江北恒丰村镇银行变更注册资本已获批复同意,其注册资本将由10000万元变更为31384万元。

截至目前,恒丰银行旗下已控股5家村镇银行,分布在重庆、江苏、浙江、四川等地。截至2019年末,恒丰银行对重庆江北恒丰村镇银行、重庆云阳恒丰村镇银行、江苏扬州恒丰村镇银行的持股比例均为51%;对浙江桐庐恒丰村镇银行、四川广安恒丰村镇银行的持股比例均为40%。

## 发起行股东“出手” 可有效化解村镇银行风险

为推动村镇银行补充资本及风

险化解工作,今年年初,银保监会对外发布《关于进一步推动村镇银行化解风险改革重组有关事项的通知》(以下简称《通知》),要求推动村镇银行改革重组,加快村镇银行补充资本。《通知》提出,支持主发起行向村镇银行补充资本以及协助处置不良贷款,适度有序推进村镇银行改革重组,支持引进合格战略投资者,帮助其收购和增资等。

公开信息显示,今年以来,已有多家银行增资扩股及股本变更申请获批。在村镇银行股本变更过程中,发起行股东更是屡屡出手,或通过参与村镇银行定增的方式,或受让其他股东定增股份的方式增持股份。到目前为止,相关村镇银行增资扩股、股权变更的申请均已获各地银保监会部门的批复同意。

招联金融首席研究员董希淼在接受《证券日报》记者采访时表示,村镇银行作为“草根银行”,在服务小微、支农支小等方面发挥了积极作用。但也有部分村镇银行存在发展停滞不前,资本充足率下降较快、风险抵御能力较弱的情况。“村镇银

行主要依赖主发起行的支持,如果主发起行支持力度不够,村镇银行的起步就会很艰难”。

董希淼认为,《通知》压实了村镇银行主发起行的责任,支持主发起行向村镇银行补充资本,对意愿不强的主发起行则推动其优胜劣出,这对于推动村镇银行补充资本和化解风险具有重要意义。

近年来,监管层持续推进中小银行的合并重组事项。剖析其原因,苏筱芮对《证券日报》记者表示,这既有历史原因,也有现实原因。村镇银行作为扎根县域、支农支小的金融领域生力军,其服务客群在金融市场中最为下沉,在过往的发展中积累了不少风险。今年是“十四五”规划的开局之年,加大逆周期调节,着眼于“需求侧改革”成为焦点,村镇银行需要不断夯实资本实力与风险抵御能力。

此外,依照《通知》精神,通过引进合格战略投资者,使地方企业成为村镇银行的“活水”,也会进一步提升村镇银行对实体经济的服务能力。

## 3.15曝光台

# 捷途车屡修不好频遭投诉 “终身质保”或成营销噱头

■本报记者 龚泽洋

2019年,主打中低端市场的捷途品牌曾是拉动奇瑞整体销量增长的功臣,但如今,这匹“黑马”正在遭遇“失蹄”的困境。《证券日报》记者注意到,从2019年末开始,捷途开始停滞不前,叠加疫情影响,2020年捷途累计销售12.7万辆,同比下滑8.7%,与公司当初定下的20万辆年销量目标相去甚远。

事实上,捷途的销量不断下滑,比较符合汽车市场的营销规则。主打高性价比的低价产品,可以换来短期销量的暴增,但随着市场保有量的增大,因受成本限制,质量方面的问题也开始逐渐暴露。

根据车质网提供的数据,截至目前,捷途汽车旗下车型已有超过580宗投诉,投诉内容涵盖范围广泛,大到发动机、变速箱、底盘,小到车身漆、车门把手、刹车片和车窗遥控等。其中,针对捷途“售后服务承诺难兑现”的质疑声和投诉案例最为普遍。

如此之多的投诉,已经影响到捷途品牌的口碑,进而令捷途销量止步不前。为此,捷途品牌近日宣布,为全系车型提供“整车终身质保”服务。但对于那些不停走在维修路上的车主们来说,“整车终身质保”就能解决问题吗?

一位不愿具名的国内车企负责人对《证券日报》记者介绍称,关于“终身质保”的宣传,在一定程度上更像是噱头营销和概念营销,一般消费者如果不深入了解,很难发现其中的“猫腻”。“比如说,发动机质保的缸体、缸盖、曲轴和连杆等大件,普通不会出现大修。业内在很多年前就有过测算,过了质保期后,几件件的损坏比例几乎可以忽略不计。而且,上述配件包括整车车身即便过了质保期,在车辆报废前也是不容有失的,否则就属于重大质量事故了。”

## “终身质保”提法引争议

今年3月1日,捷途品牌高调宣布,即日起,购买捷途全系的任何车型,均可享受“整车终身质保”的福利。与此同时,在2020年1月1日至2021年2月28日已购车的老用户,也可享受“免费升级整车终身质保”。

值得一提的是,国内大多数车企推出的质保政策往往都在3年6万公里左右,即使是丰田、本田、大众这样的跨国一流合资品牌,给出的质保政策往往也不会超过3年10万公里。这些车企为何不提供“终身质保”的服务呢?

“大的汽车品牌更在意声誉和底线,不会将公认或无意义的概念拿出来营销。有些车企实在没什么销售点,才会巧立概念来吸引普通消费者,这种情况主要集中在新车或低端车型中。”一位曾在国内车企担任市场营销和品牌推广的负责人对记者表示。

《证券日报》记者从捷途官方客服处了解到,消费者想要享受到“整车终身免费质保”政策,需要满足几项限制条件。首先,质保范围只针对年行驶里程不超过3万公里内的私家车客户,易损易耗件不在终身质保范围;其次,质保只针对首任车主,车辆所有权发生变更(过户、更名)则终止质保服务。此外,租赁试驾、服务代步、半价或其他折扣车辆,以及未定期在捷途服务店保养车辆,不享受终身质保服务。这意味着,车辆必须是在捷途相关终端店保养,才可享受相关政策,如果出现中断、脱保等情况,则视为放弃享受该政策。

“对于捷途这类定位低端市场的车型,车主普遍会在免费保养结束后,选择去成本更低的快修店做保养。如果全程在官方授权店里进行维护和保养,换取终身质保作为前提,车主在经济方面未必占到好处。”上述负责人对记者表示,5年或10万公里的质保承诺,完全可以覆盖普通车主的换车周期,捷途过度宣传“终身质保”,反而容易引起误导。

## 捷途支柱车型销量溃败

《证券日报》记者注意到,捷途终身质保的售后政策看似给予了消费者更为完备的用车保障,但在很多实际投诉案例中,车辆反复维修未果的情况屡见不鲜。

近日,南平市的陈先生在车质网上反映,他购买的2019款1.5T DCT捷途版5座捷途X70S,在使用过程中发现发动机故障,高速公路停车时发动机发生剧烈抖动,并伴随引擎轰鸣。最让他意外的是,故障发生后,4S店居然无法确定故障原因,也无法查询到故障代码。

据陈先生透露,4S店检修后告知他可能是电脑偶发故障,随即进行车辆断电和维修。但在后续用车过程中该故障依旧。之后,4S店先是重刷了电脑,后又怀疑积碳有问题,最终告知陈先生只能更换发动机缸盖。陈先生表示:“使用不到2年,里程不足2万公里的新车,非人为原因居然就要拆修发动机,我想请厂家给个合理的说法。”

李先生对记者表示,他的捷途X90买回来才2天,变速箱就出现了问题,故障灯始终常亮,提示变速箱有异。其间他多次往返4S店维修和更换配件,最后干脆直接更换了变速箱。

对此,捷途曾承诺会给予其赔偿,但至今仍无处兑现。“拨打投诉厂家的400电话也没人接听,客服人员甚至直接否认有赔偿项目。新车一台,坏了反复修修不好,终身质保又有什么用?”李先生向《证券日报》记者表示。

正是由于捷途整车品控问题重重,记者观察到,自国内疫情得到有效控制,车市回暖以来,去年4月份至10月份国内市场SUV销量均实现同比正增长。然而,作为捷途销量支柱的X70车型却连续7个月销量暴跌,跌幅一度超过80%。

对于捷途遭遇的市场销量溃败,一位汽车行业资深分析师表示,自主品牌同级别新产品的崛起,以及奇瑞自家全新瑞虎8、瑞虎7Pro等产品的推出,均在不断挤压捷途原本的性价比优势。长远来看,这将会继续拖累后续推出的捷途X90、X95等车型的销售潜力。