

过渡期已不足 20 天 车险综合改革 9 月 19 日起实施

新快报讯 记者刘威魁报道 涉及几亿车主切身利益的车险综合改革正在快速推进。9月3日,银保监会发布了《关于实施车险综合改革的指导意见》(下称《指导意见》),自9月19日开始实施。这就意味着,离改革正式实施只剩下不到20天的过渡期了。银保监会表示,预计改革实施后,短期内对于消费者可以做到“价格基本上只降不升,保障基本上只增不减,服务基本上只优不差”,让消费者真真切切感受到改革红利。

交强险最大折扣能达 5 折

此次《指导意见》的主要内容与银保监会于7月9日公布的《关于实施车险综合改革的指导意见(征求意见稿)》内容基本一致,以“保护消费者权益”为主要目标,围绕“提升交强险责任限额、完善商业车险保险责任、丰富商业车险产品、科学合理定价商业车险价格、提高车险产品市场化水平、优化无赔款优待系数”等六方面进行改革,短期内将“降价、增保、提质”作为阶段性目标。

《指导意见》明确,提高交强险保障水平,将交强险总责任限额从12.2万元提高到20万元。其中,死亡伤残赔偿限额从11万元提高到18万元,医疗费用赔偿限额从1万元提高到1.8万元,财产损失赔偿限额维持0.2万元不变。



新华社发

在提高交强险责任限额的基础上,《指导意见》规定,优化交强险道路交通事故费率浮动系数,结合各地区交强险综合赔付率水平,在道路交通事故费率调整系数中引入区域浮动因子,浮动比率中的上限保持30%不变,下浮由原来最低的30%扩大到50%,提高对未发生赔付消费者的费率优惠幅度。

以普通家用小汽车交强险基本费率950元为例,目前最大折扣为7折,最低保费为665元;改革后,最大折扣能达5折,最低保费为475元,车主可以减少支出190元。

各地整改行动已陆续开启

《指导意见》还明确,改革后,车险产

品设定附加费用率的上限将由目前的35%下降至25%。其中,25%包括预期利润、固定成本、销售费用、总部费用,包含赔付成本之外的全部。如考虑保费总额下降,在新方案25%附加费用率下,费用利润额合计下降超过一半,可用销售费用空间大幅下降。

虽然车险综改还未正式施行,各地整改行动已陆续开启。如自8月25日零时起,广西交强险手续费上限统一调整为4%,根据公司规模,商业车险手续费上限下调为15%—20%。其中,多家财险公司广西地区的车险出单手续费上限正式分档下调。如人保财险、太保财险、平安财险商业车险出单手续费上限下调至15%。

此外,一些头部财险公司也开始在为应对未来费改的不确定性做准备。中国人保六月末车险未决赔款准备金金额944亿元,比年初增加了110亿元。“车均保费会有一个比较明显的下降,公司中性地估计大概有20%多的下降。”人保财险副总裁邵利锋在人保半年业绩发布上解释称,车险综合改革对行业的影响还是比较明显的,由于设定了预期赔付率是75%,所以会呈现赔付率和费用率的一升一降,具体表现为赔付率会总体上升,费用率会大幅下降。

专题

中信银行零售业务五大亮点凸显 契合零售银行未来趋势

日前,中信银行发布了2020年半年度业绩报告。半年报显示,中信银行不断提升零售客户经营和服务体验,实现业绩持续较快增长。报告期内,零售银行业务实现营业净收入376.49亿元,同比增长15.94%,占营业净收入的38.51%。

中信银行董事长李庆萍表示,“中信银行零售业务转型已见成效,零售客户数达到1.06亿户,位于全国股份制银行第二名;零售管理资产规模达到2.2万亿元,位于全国股份制银行第二位;零售业务的营收在中信银行整体营收占比已达38%,大大高于转型之前的19%。”

根据麦肯锡对中国银行业的预测,五大趋势正在重塑零售银行未来几年的竞争方式:一是客群深耕成为存量竞争时代的必修课;二是客户体验成为银行竞争力分化的差异点;三是数字化引领的全渠道时代已经全面来临;四是人工智能和大数据正在引发新一轮产能革命;五是生态圈场景极大丰富,拓展了银行的传统服务边界。

面对今年上半年疫情影响、外部环境复杂严峻等不利因素,中信银行致力为零售客户提供综合金融服务的优质体验,持续为客户创造财富价值,不断输出适合客户需求的产品及服务,2020上半年中信银行零售业务呈现出的五大亮点,正契合了未来银行业发展的趋势。

亮点一

提升“场景化”服务客户能力 零售客户超 1.06 亿

“围绕客户旅程重塑生态场景建设”是中信银行零售业务的转型举措之一。2020年上半年,中信银行零售业务场景化运营能力有效提升。

一是布局线下网点和代发的体系生态。中信银行推出了“网点3公里”商超活动,让所有客户都能在家门口3公里以内的商户,享受到中信银行支付结算的便利和费用减免,得到了中老年客户的肯定,今年上半年累计为1477万老年客户守护“钱袋子”。二是为代发客户提供“开薪易”生态服务,实现智能人事、智能办公、智能党建、智能员工服务和健康管理,今年上半年代发客户增长37%,代发额增长22%。三是与百家外部头部平台共建多个生态。其中,“住生态”实现“贝壳”二手房按揭投放、系统直连率、居间管家等多个同业第一,按揭放款230亿元,居间管家业务带来存款余额14亿元;“车场景”覆盖购车、保险、精品、保养等全领域,已具备向有效担保等供应链、装修等消费领域快速应用的能力。

在全力打造“金融+生活”的多场景服务和极致体验中,中信银行的零售客户总数突破1.06亿,同比增长12%,在股份制银行位于前列。

亮点二

提升“专业化”财富管理能力 客户管理资产达 2.2 万亿元

中信银行通过客户导向、协同平台、富有竞争力的产品为客户持续创造财富价值。净值型产品占比超过70%,销售量突破1.57万亿;打造投研团队,构建“十分精选”的基金产品优选体系,上半年非货

币基金销量993亿元,同比提升446%。为高净值客户提供综合金融解决方案,家族信托累计规模突破295亿元,年新增60亿元;全权委托业务累计销量突破390亿元,年新增145.3亿元。

正是依靠不断提升的专业化财富管理能力和中信银行零售客户的管理资产达2.2万亿元,同比增长16%,在全国股份制银行中位居第二名。

亮点三

19 项重点业务“线上化”电子渠道替代率达 99.5%

截至报告期末,中信银行零售业务中间业务收入占比达54%,零售业务电子渠道替代率达99.5%,手机银行的替代率达81.7%。

中信银行的线上化服务分为传统服务的线上化和纯线上产品的开发。传统服务的线上化,主要包括在疫情期间从申请银行卡,到申请贷款都能在线上实现,所有产品均能在线上提出申请、处理和了解进度;纯线上化产品,则是依托场景化大数据开展,包括税银互动、关税贷款、物流贷款等。据了解,在疫情期间以上两类共19项重点业务,均实现了线上化办理。

中信银行信用卡中心推进“动卡空间”APP迭代升级,业内率先启动5G全IP项目,打造“5G全IP”“社区资讯”“智能搜索”等创新功能亮点。在疫情期间,中信银行信用卡洞察用户云办公、云生活的在线消费趋势,推出一系列重磅优惠和暖心便利的线上活动,为消费者带来切实优惠,同时为促进产业复苏和经济回暖提供助力。

亮点四

场景营销配套“智能化”服务 金融科技推动数字化转型

围绕客户旅程重塑生态场景建设,实现零售的数字化转型。中信银行目前推出的“智慧魔方”实现数据驱动下的可视化经营策略配置,随时可以进行客户风险识别下的产品配置,这项创新获得了《亚洲银行家》杂志“2020年度中国最佳零售银行大数据应用”大奖。

中信银行董事长李庆萍在发布会上透露:“真正的协同生态需要科技赋能。中信集团将在内部协同方面加大系统开发,搭建一个撮合平台,子公司能够在平台发布需求进行自动撮合和对接,集团则逐步丰富其内容模块。”协同生态与金融科技相互赋能,也使中信银行零售业务准备已久的场景营销模式获得客户认可。

亮点五

零售银行多维“协同化”共建 优质生态圈

据了解,中信银行和中信证券、中信建投、中信信托、中信保诚、华夏基金等强强联手,在客户营销方面形成了一支联合团队。同时,中信银行还加大产融结合,联合中信集团旗下出版、医疗、旅游等实业公司,为客户综合金融服务拓宽渠道,打造优质服务体验生态圈。

今年上半年,中信银行一共承接了358个协同项目,涉及金额3615亿元,同比增长22%。与集团兄弟子公司共同服务年金客户232家,管理年金规模达到197亿元,同比增长11%;代销各集团兄弟子公司的产品涉及金额587亿元。中信银行董事长李庆萍在业绩发布会上表示:“从零售业务的客户数、管理资产规模、营收占比、电子银行替代率等数字的变化可以看出,中信银行零售转型效果已经呈现,未来也将不断提升场景化、专业化、线上化、智能化、协同化能力,打造有温度的零售银行服务。”