

80位专家全程把关 保险资管产品注册制进一步完善

证券时报记者 潘玉蓉

2013年起实施的保险债权投资计划注册制,经过2年的快速发展,注册规模已经过万亿元。
昨日,该注册制又迎来一次重要完善:80位注册专家受聘于中国保险资产管理业协会,将对保险资管公司等管理机构报送的产品注册材料进行评议并发表独立意见。

80位注册专家全程把关

证券时报记者了解到,在保险资产管理业协会聘请的80位注册专家中,包括资产管理机构44人,保险公司17人,中介机构19人。
从人员构成来看,专家成员代表了整个市场上受托人、投资人、中介机构三方的声音。据中国保险资产管理业协会相关负责人介绍,目前来自保险资产管理公司的人较多,未来,希望来自受托人、投资人和中介机构的比例达到1:1:1。

从工作职能来看,专家组成员涵盖了项目承做、信用评级、法律合规、风险控制等产品交易结构的各个环节、各个过程。

据了解,80位注册专家的遴选,是从市场化的角度出发,综合考虑了工作年限、项目经验、专业能力、职业声誉和个人意愿等因素。对此,业内人士表示,这可谓是从各家保险公司、资管公司以及中介机构中精细挑选的业务好手。

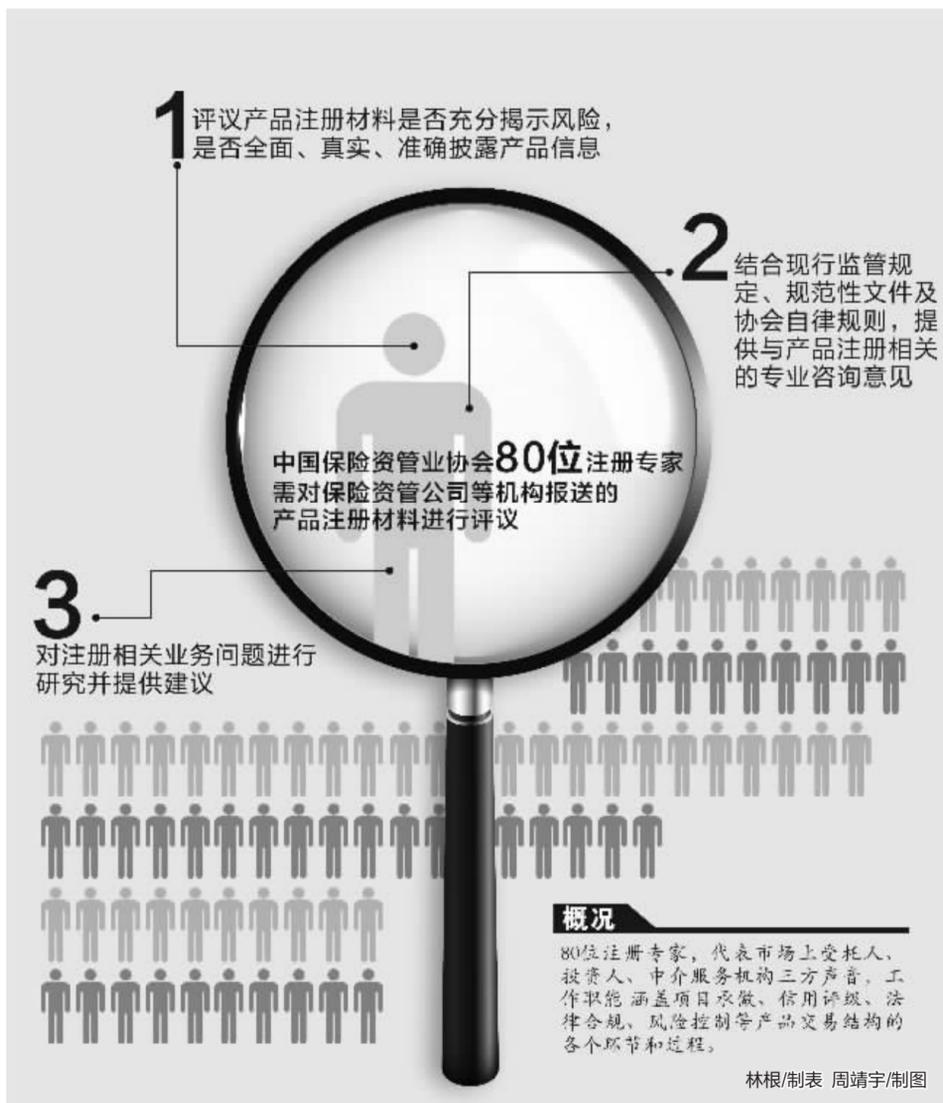
独立发表意见

注册专家库成立之后,对于需要提请外部专家评议的债权投资计划,保险资产管理业协会将从专家库中随机抽取专家进行评议。

注册专家需要对保险资产管理公司等机构报送的产品注册材料进行评议,独立发表意见,但不涉及对债权投资计划的投资价值和投资风险做实质判断。

具体而言,注册专家的职责包括评议注册材料是否充分揭示了风险,是否全面、真实、准确披露产品信息,并给出相关建议;结合现行监管规定、规范性文件及协会自律规则,提供与产品注册相关的专业咨询意见;对注册相关业务问题进行研究并提供建议等。注册专家履行职责的时要遵循回避、独立、客观、公正和保密原则。

据了解,2013年保监会在《关于债权投资计划注册有关事项的通知》(简称《通知》)中要求,债权投资计划发行将由备案制调整为注册制。2014



年,中国保险资产管理业协会成立,承接了原由保险保障基金公司负责的债权投资计划注册业务,目前已经建立了较为成熟和规范的注册机制和注册系统。从目前运行的实际情况来看,保险资产管理机构报送材料到完成注册的平均时间为6~7个工作日。

根据上述《通知》,保监会对交易结构复杂、投资规模较大的债权投资计划,可以组织有关专家进行独立风险评估,督促发行人充分评估、揭示和披露债权投资计划投资风险。

截至2015年8月31日,保险资产管理机构累计发起设立419项债权投资计划,累计注册金额10099.6亿元。

险资债权项目 前三季注册规模下降两成

虽然保险资产管理机构累计发起设立的债权投资计划已经过万亿,但今年以来,受到经济大环境影响,整体投资不足,债权投资计划规模出现了下降趋势。

数据显示,2015年1月~9月注册债权投资计划86项,注册规模1393.01亿元,注册规模较去年同期下降两成。

具体来看,2015年1~9月,共注册各类资产管理产品94项,合计注册

规模1648.01亿元。其中,基础设施债权投资计划35项,注册规模673.93亿元;不动产债权投资计划51项,注册规模719.08亿元;股权投资计划4项,注册规模65亿元;项目资产支持计划4项,注册规模190亿元。

人保寿险投资部负责人余浩表示,保险公司迫切需要从自身特性出发,培养识别风险、平衡资产和负债、动态配置资产等更多种类的能力,创新思路,应对挑战。(潘玉蓉)

大型险企 保费规模扩张保持克制

证券时报记者 潘玉蓉

在互联网领域,追求市场规模可以排在盈利之前,但保险行业却遵守着另外的法则。

在要规模还是要价值的这个选择题上,虽然一些新锐保险公司选择了规模扩张之路,赚尽了眼球和市场份额,但是大型保险公司保持了克制。数据显示,占据市场份额65%的大保险公司选择了价值之路。

道路不同 映射战略差异

从另一个角度看,确定战略就是选择不做什么。各家保险公司在今年上半年业绩成绩单里,向外界展示了自己的战略选择。

普华永道研究报告显示,今年上半年,大型保险公司对投资型保险产品保持了克制,依然坚持销售风险保障更强的产品,选择了价值之路。站在这一队列的包括中国人寿、平安人寿、太保寿险、新华保险、太平人寿等,市场份额占到行业50%以上。

上半年,在规模保费市场份额的增长上,除了平安人寿略超过27%的行业平均增长水平之外,其他上市寿险公司的增幅都远低于行业平均,不到10%。

行业平均27%的增长率主要由几家中小型保险公司贡献,如华夏人寿保户新增投资款增速达到97%,生命人寿41.8%,阳光人寿39.7%,这些保险公司被市场称为“黑马”公司。

针对“黑马”现象,普华永道研究发现,行业黑马影响最大的主要是包含“保户投资款新增交费”在内的规模保费市场份额,在这个口径下,行业排名前6的几家上市保险公司市场份额下降很快,已将要失去规模保费的半壁江山。但在不包含“保户投资款新增交费”的原保险保费口径下,6家上市公司市场份额虽然有所下降但速度较缓慢。

多数上市大保险公司在选价值还是选择增规模的问题上,将更多的筹码放在了价值一侧。普华永道中国保险业主管合伙人周星表示。

投连险连续4个月出现负收益 9月平均亏损幅度迅速收窄

证券时报记者 曾炎鑫

6月份以来,投连险便没再实现过平均正收益。华宝证券统计数据显示,投连险9月份平均收益为-0.33%,成为今年以来连续第4个负收益月份,同时纳入统计的181个账户中只有91个账户能获得正收益,其中收益率最低的账户在9月份亏损了6.41%。

借助上半年牛市东风,投连险曾创下连续5个月正收益、连续3个月收益率高于7%的高收益纪录,但随着市场急转直下,投连险从6月份开始就没有再获取过平均正收益,6月~8月分别平均收益率为-5.85%、-6.67%和-5.66%。

但进入9月份后,投连险的平均亏损幅度开始迅速收窄,平均收益达-0.33%。此外,华宝证券制作的激进型投连险指数则显示,激进型投连险在9月份的收益率为-0.74%,要好于沪深300指数同期的-4.86%收益率。截至2015年9月30日,华宝证券激进型投连险指数收于122.36点,调整后的可比沪深300指数收于59.98点。

就账户类型来看,较为激进类账户在9月均躲过亏损命运,激进型、混合激进型和指数型都出现亏损,其中指数型账户是9月份亏损最严重的账户,平均回报率为-3.98%,不过其表现依然好于指数型基金指数的-4.83%回报率。此外,增强债券型账户、混合保守型账户、全债型账户和货

6家寿险公司 总份额下降

从规模保费和原保险保费变化上,可以看出不同保险公司的不同战略选择。但是,一个趋势是大保险公司对于整个保险市场的主导能力正在下降。

在原保险保费口径下,6家上市公司市场份额继续下降。但仍然保持着65%的市场份额。其中下降曲线最陡的是中国人寿,从2013年30%下降至今年上半年的25%。

这也说明保险市场的竞争在加剧。中小保险公司不仅通过规模保费的扩张,把排名挤进了前列,还在原保险业务上蚕食着大公司的份额。

周星表示,规模保费市场上,6家上市公司市场份额节节下降当然受市场竞争加剧的影响,但在一定程度上也是这几家公司主动选择的结果。”

三季度投资收益成看点

2015年上半年资本市场延续了2014年下半年的牛市行情,各公司股权型投资占比均有上升。年化净投资收益与2014年基本稳定,但年化总投资收益率显著增加。

普华永道中国上海金融服务主管合伙人许康玮认为,2015年上半年各保险公司抓住了资本市场上涨机会,积极配置股权型投资,取得了比较理想的综合收益。通过对比可以看到,股权型投资占比最高的公司,综合收益率也最高,说明股权型投资对保险公司2015年上半年的收益水平影响较大。但这是一把双刃剑,第三季度资本市场快速下行,各家公司是否能够及时调整仓位,最终收益水平孰高孰低,即将出台的三季报值得关注。

周星表示,2015年保监会积极推行二代的试运行、保险资金运用渠道不断拓宽、费率市场化逐步放开,保险行业的竞争向着多元化、精细化演变,各家公司必须保持前瞻性的眼光、快速的反应能力,推行适合自身特点的发展战略,才能在长期竞争中保持差异化的优势。

京东金融正申领互联网保险牌照

如获批准,这将是业内第5张互联网保险牌照

证券时报记者 赵春燕

京东金融相关负责人昨日向证券时报记者确认,其已向监管部门提出了互联网保险牌照申请。

如若成功获批,这将是业内第5张互联网保险牌照。

有望获第5张互联网保险牌照

四川日报日前报道称,京东集团董事局主席兼首席执行官(CEO)刘强东参加2015中国(四川)电子商务发展峰会时表示,京东已与四川省政府签署战略合作框架协议,将在四川设立京东互联网财产保险公司。

这意味着该保险公司总部将落户四川,四川将成为京东互联网金融布局的重要阵地。

而据证券时报记者了解,自阿里巴巴的马云、腾讯的马化腾以及中国平安的马明哲联手设立的众安保险拿到国内首家互联网保险牌照后,另外3张互联网保险牌照分别被易安财险、安心保险和泰康在线财险3家公司摘取。

日前已宣布进军保险领域,并准备在四川设立互联网财险公司的京东是否会拿下第5张互联网金融牌照,业内对此充满期待。易观智库高级分析师马韬称,京东拿到这张牌照的可能很大。

马韬表示,互联网巨头进军保险行业主要基于三方面考虑:首先,包括保险在内的金融服务也是互联网公司用户需要的一种服务,互联网公司越多的服务来黏住用户,用户的忠诚度也就越高;另外,从盈利的角度考虑,金融业务利润率高于其他很多行业;再次,金融是基础的服务,不论在网上发生交易还是商品的销售,需要通过金融服务来完成。所以,互联网公司拥有包括保险在内的金融服务之后,架构就更加完善,也会在此基础上衍生出更多的服务和产品。

不过,马韬向证券时报记者表示,目前来看涉足保险行业的互联网公司对于传统保险行业的冲击并不大,因为两者做的保险产品思路不同。目前保险公司主要还是在做传统的财险和寿险产品,虽然互联网公司也在做,但更多的是对接保险公司产品来做销售

渠道,而保险公司自己做的产品,还是以小额的、比较有互联网特色的产品为主。”

为京东生态圈提供保险方案

其实早在今年5月份,京东金融便正式宣布进军保险行业,将保险作为第六大业务板块并入京东金融。并于同期推出业内首创的众筹跳票取消险、海淘交易保障险、投资信用保障险、家居无忧服务保障险、30天无理由退换货险,这5款互联网保险产品产品的亮相受到了保险业内人士的广泛关注。

目前,京东金融现已建成七大业务板块,分别是供应链金融、消费金融、众筹、财富管理、支付、保险和证券。

京东官方资料显示,京东金融将开放合作,致力于打造全品种开放金融平台,与传统金融机构、投资机构和互联网金融创新公司等跨界融合,打造多场景应用的平台。

不过,与传统保险公司不同,基于互联网生态圈的京东创新保险产品,

立足于多维度的“碎片化”设计,可以嵌入互联网生态圈中的许多交易环节和应用场景。

京东金融副总裁姚乃胜曾表示,京东金融推出的创新保险是通过对客户行为、需求、网络交易数据进行关联分析,设计成型的保险产品。比如现在海淘渐成为热门网购方式,但服务保障欠缺,京东保险设计了海淘交易保障险让用户买得放心;还有京东众筹平台用户激增,但用户对投资风险有担忧,便推出了众筹跳票取消险,还有投资信用保障险,帮助投资者尽量规避投资风险。

在姚乃胜看来,互联网保险不应只是简单把保险产品搬到网上销售,而是要利用互联网、大数据、云计算等工具抓住经济形态转变下的新需求。

用户各类行为记录汇集到我们的大数据平台里,通过数据整合分析,不仅可以精准判断客户需求,更可实现精确营销,通过互联网向客户提供保险各个环节的服务,使保险信息、投保、核保等全程实现网络化,为客户创造更好的体验,实现量身定制。”姚乃胜表示。

今年以来投连险平均收益率	
月份	收益率
1月	2.24%
2月	2.96%
3月	7.96%
4月	7.28%
5月	8.71%
6月	-5.85%
7月	-6.67%
8月	-5.66%
9月	-0.33%

曾炎鑫/制表 周靖宇/制图