

## 商业车险“涨价”真相:保费未变 部分地区返点骤降

车险“报行合一”新规意在遏制行业恶性价格战冲动,但对于没有建立核心竞争力的财险公司而言,这种冲动依然存在

证券时报记者 潘玉蓉 邓雄鹰 刘敬元

被不少人解读为 8 月起商业车险涨价”悄然降临。然而,证券时报记者调查发现,这场“涨价”中,没有任何公司的报价增加,但车主到手的“实惠”却明显减少。

为何会出现这种隐形涨价? 手续费返点减少,背后的利益将会如何重新划分?

日前,证券时报记者对商业车险“涨价”真相展开调查,探索商业车险手续费“报行合一”新规和手续费自律后,将如何影响全国 2 亿多辆汽车车主的选择以及规模约 7000 亿元的车险市场。

### “返点”少了

8 月份到 10 月份,商业车险到期的车主抓紧联系保险公司续保,时间紧迫。抓住最后高优惠的几天,提前续保。”7 月底以来,不少车主从多个渠道收到类似催促续保车险的消息。

从报价上看,8 月和 7 月没有变化。”商业车险即将到期的车主杨磊对证券时报记者说,今年 7 月他在平安咨询过一次报价,与 8 月份新规出台后的新报价一样,难道车主收到信息,是代理人为了抢客户编出来的吗?

虽然商业车险报价系统没有调价,但实际操作中的变化不小。深圳车主王女士去年车险保费 6000 元,营销员给的各种返利加起来有 1750 元,但今年营销员没有再提返利这件事,她找了多家公司报价,情况差不多。在她看来,这也算一种“隐形涨价”。

和王女士相似,不少 8 月份续保车险的车主发现,电影票、粮油卡、购物卡以及免费的保养、洗车等熟悉的返点措施都没有了。

所谓返点,就是为了争夺车主客户,销售渠道和代理人将手续费的一部分返给车主。车险业手续费“返点”历史源远流长,作为车险利益链条中的关键环节,返点将保险公司、销售渠道和车主系在了一起。

以深圳地区为例,证券时报记者从一家大型保险公司深圳代理人处了解到,8 月之前公司给该区域商业车险的手续费最多可以达到 30%,其中代理人佣金 15%,其他营销费用 15%。有的代理人为了抢夺客户,不仅将 15% 的营销费用返给客户,甚至“零佣金”开战,以至于客户最高可以获得合计达保费 30% 的各种返点。

然而,8 月以来,该公司在深圳片区的旧车商业险手续费上限调整为 20%,比之前 30% 的蛋糕大大缩小。在利益分配上,15% 的佣金政策未变,其他营销费用则从 15% 直接砍到了 5%,导致车主们可以获得“返点”空间大大缩小,以至于认为“车险涨价了”。

此前返点越高的城市,车主就越能感受到返点减少带来的实际支出增加。过去,在山东、河北等地一些城市,商业车险的手续费率最多可以达到 60%——在个别地区甚至可以达到 70%,因此切分给车主的返点也相当可观。有的地方不到 3000 元的商业车险,可以拿到 1000 元油卡或现金返点。

### “返点”已有上限

8 月份以来,车险“报行合一”的严格实施,是车主获得返点变少的直接原因。

今年 6 月底银保监会办公厅下发《关于商业车险费率监管有关要求的通知》,要求各财产保险公司报送手续费的取值范围和使用规则,且实际执行的手续费率要与上报给监管部门的“一致,即严格执行“报行合一”。根据通知,各财产保险公司要重新报送商业车险产品审批材料,原有商业车险产品最迟可销售至 2018 年 9 月 30 日。

7 月以来,大型保险公司呼吁行业实施手续费自律,借机重新约定了新的较低手续费率,并从 8 月 1 日起逐步实行。一位中小财险公司中层管理者对证券时报记者说,其实“报行合一”多年前就已实行了,这次监管政策的重点是手续费细分指标要求更多了。其中,手续费包括险企向保险中介机构和个人代理人(营销员)支付的所有费用,包括手续费、服务费、推广费、薪酬、绩效、奖金、佣金等。同时,要求

此前,商业车险市场以高费用为手段开展恶性竞争的问题尤为突出,个别公司把赔付率下降带来的改革红利异化为竞争本钱,导致车险费用支出水平居高不下。



虽然商业车险报价系统没有调价,但实际操作中的变化不小。不少 8 月份续保车险的车主发现,电影票、粮油卡、购物卡以及免费的保养、洗车等熟悉的返点措施都没有了。这导致车主获得“返点”空间大大缩小,以至于认为“车险涨价了”。

潘玉蓉/制表 吴比较/制图

### 四大保险公司深圳车险报价对比

报价公司	三者责任险 保额/保费	车损险 保额/保费	车上责任	不计免赔	总价	出险后折扣
平安	50万元/ 545.08元	5.47万元/ 505.13元	5万元*4位/ 89.6元	152.96元	总价: 2478.49元 商业险: 1323.49元 交强险: 855元 车船: 300元 (商业险折扣系数0.29, 交强险0.9)	0次出险(0.29折) 1次出险(0.49折) 2次出险(0.61折)
太平	50万元/ 545.08元	5.48万元/ 505.13元	5万元*4位/ 89.67元	195.68元	总价: 2465.2元 商业险: 1500.2元 交强险: 855元 车船: 300元 (商业险折扣系数0.29, 交强险0.9)	0次出险(0.29折) 1次出险(0.63折) 2次出险(0.79折)
太平洋	50万元/ 545.08元	5.58万元/ 505.13元	5万元*4位/ 58.8元	170.98元	总价: 2478.49元 商业险: 1323.49元 交强险: 855元 车船: 300元 (商业险折扣系数0.29, 交强险0.9)	0次出险(0.29折) 1次出险(0.49折) 2次出险(0.61折)
人保	50万元/ 545.08元	5.47万元/ 505.13元	5万元*4位/ 108.66元	197.49元	总价: 2511.36元 商业险: 1336.36元 交强险: 855元 车船: 300元 (商业险折扣系数0.29, 交强险0.9)	0次出险(0.29折) 1次出险(0.49折) 2次出险(0.61折)

险企上报的内容须有总精算师和车险负责人签字,通过责任到人,加强“报行合一”的约束效果。

手续费上限设定导致保险中介机构和代理人(营销员、营销员)从保险公司获得的总费用减少。一家中型财险公司河北分公司一线营销员王朝对记者称,大家都知道 8 月 1 号以后手续费会降低,所以之前一个月把能续签的都签好了。

随着车险手续费自律和“报行合一”共同实施,车险手续费率直线下滑。记者获得的一家互联网保险公司在某地执行的车险佣金表显示,过去新车保费的手续费率最高 52%、旧车续保最高 44%,而自 8 月份以来,新车险手续费率降为 30%、旧车续保车险费率仅为 23%,降幅近 50%。

另一份行业手续费标准方案显示,各保险公司手续费上限按照公司情况共分为七档,其中人保财险、平安财险、太保财险等大公司为一档,三大家之外的其他公司手续费上限分为六档。第一档大公司商业车险手续费上限原则上定为旧车 20%、新车 25%。基于不同公司在获客能力方面存在差异的客观情况,允许中小公司适当上浮手续费上限标准,旧车手续费上限区间在 21%~28%,新车手续费上限区间在 26%至 30%。

### 定价高度雷同

8 月 20 日,证券时报记者用一辆车龄 5 年的丰田卡罗拉在深圳平安财险、太平财险、太平洋财险、人保财险四家公司进行报价,商业车险内容均包含第三者责任险、车损险、车上人员责任险和不计免赔。四家公司给出的报价分别是 2478 元、2465 元、2478 元、2511 元,最高价和最低价差距仅 46 元,其中还有两家公司报价完全一样。

第三者责任险和车损险是商业车险里最重要的两大险种,四家公司对三者责任险和车损险的定价达到了惊人一致:四家公司对三者责任险的报价均为 545.08 元,对应 50 万元保额;车损险的报价略有差异,平安财险和人保财险对车损险的报价均为 505.13 元,太平洋财险的报价为 505.13 元,对应的保额仅相差 1000 元。

车险定价到底是怎么形成的,为何不同公司能报出如此雷同的车险价格?这需要看影响车险的定价因子。目前,商业车险保费主要看两大因子:第一看基准保费,另一个看费率调整系数。基准保费由基准纯风险保费和附加费用率决定,纯风险保费根据损失概率确定,由中国保险行业协会统一制定费率表,无法改动;附加费用率由保险公司报备,但由于市场竞争激烈,保险公司多设置在 35% 的行业下限附近,差异也不明显。

费率调整系数是保费差异的主要来源。费率调整系数由“免赔款优待系数(即 NCD 系数,与出险次数相关)、自主核保系数(保险公司个性指标,可

包含年龄、性别、行驶区域等因子)、自主渠道系数(在不同销售渠道采用不同的定价策略)”三个系数相乘所得。

NCD 系数根据投保车辆三年出险情况确定,不出险则折扣高,出险次数多则折扣低。各地区均使用全行业统一的 NCD 方案,北京、厦门地区在全国 NCD 方案基础上,在两端进行了适当延伸。

自主核保和自主渠道两个系数由公司根据赔付成本和渠道成本测算确定,是反映保险公司个体差异的两个因子。经过三轮渐进式的商业车险费改后,目前我国各地区对应六套不同系数区间,在 0.65~1.15 之间,另有广西、陕西、青海三地自拟自主系数。

以陕西地区的“北京现代 BH7141MY 舒适型”为例,如果某保险公司自主核保系数和自主渠道系数均定为最低的 0.65,该车 3 年未出险, NCD 系数为 0.6,则该车商业保险保费折扣系数为 0.65\*0.65\*0.6=0.2535,车损险保费为 1320 元\*0.2535=334.62 元。但是,如果该车主上年发生了一次赔款, NCD 系数则由 0.6 变为 1,车损险保费上升到 557.7 元。

监管部门对保险公司自主系数的浮动区间逐渐放开,本意是鼓励车险差异化,减少过去因为统一费率下产品同质化、大打价格战的混乱局面。然而,现实中,价格仍然是影响客户决策最重要的因素。在车险竞争激烈、赔付率高的上海、北京等地,很多保险公司将自主系数“降到底”,在报价中,直接打到行业设定的下限值。只有在车险竞争不那么激烈、赔付率低的地方,自主系数还有一定下探空间。

“卖车险,原本是可以赚钱的,后来做的人多了,也就不赚钱了,慢慢地变成为人民服务了。”——在车险营销

员的朋友圈中,最近开始流行这样的自嘲。车险营销员王朝表示,“报行合一”后的压力很大,随时担心有人打破规矩又抬高给客户的返利,这样就没法玩儿了。”

### 恶性竞争屡禁不绝

在兵家必争之地的车险市场,各种奇怪状况屡见不鲜。例如,车主客户交给保险公司的保费,却可以通过中介渠道和代理人私下返回一部分;保险公司一边亏损一边违规返现;这边违规支出销售费用,那边编制虚假报表应对监管。

手续费本身是险企向保险中介机构和代理人(营销员)支出的正常费用,但高达 50%,甚至 70% 的手续费支出带来的恶性竞争则令市场各方都叫苦连连。这种灰色违规地带的存在,既不利于车主获得更市场化的价格和优质服务,也蚕食了保险公司的正常经营利益,影响车险经营环境。

在车主层面,在近年车险费率改革下,车险保费整体下降,好车主在一定程度上享受到改革红利。但只要有一点存在,费率改革带来的降价效果就会大打折扣。

今年初召开的 2018 年全国财产保险监管工作会议上,监管层特别提及,车险市场以高费用为手段开展恶性竞争的问题尤为突出,个别公司把赔付率下降带来的改革红利异化为竞

争的本钱,导致车险费用居高不下。

在保险公司层面,手续费竞争有着源远流长的历史。目前,渐进式的商业车险费率改革虽已进行了三轮,定价权逐步交给市场,但险企仍未彻底实现差异化市场定位和定价。赔付率的下降反而使得保险公司采取“费用战”抢占市场的腾挪空间更大。

从短期看,取消手续费返点对于客户来说相当于变相涨价,但从长期看,以手续费返点为代表的“费用战”怪象,不利于财险行业和财险市场的健康稳健发展,反而会削弱保险公司创新动力和赔付能力,有可能引发保险公司拖赔、惜赔、无理拒赔等行为,最终侵害消费者利益。2017 年中小财险公司虽然业绩表现各不相同,但普遍存在车险业务承保亏损问题。

此次监管严格执行手续费“报行合一”和行业实行手续费自律,或意在解决中间销售渠道过度挤占行业利润的不正常情况,改善行业打价格战的历史问题。但在不少保险公司人士看来,卡住“手续费”可以短期遏制财险公司的恶性竞争冲动,但并非长久之计。

业内人士表示,对于大多数没有建立核心竞争力的财险公司来说,以“手续费”作为手段抢占市场的冲动依然存在。多次手续费自律经验证明,如果没有强有力的内在驱动力,手续费竞争仍然有再抬头风险。最终,或许还需通过市场这只无形的手来实现优胜劣汰,并推动市场回归良性竞争。

## 车险市场应引入退出机制

一直以来,关于保险手续费的监管在业界争议颇多。保险公司之间对于手续费率该不该自律也没有达成一致。一派认为,行业陷入恶性竞争,对相关各方都没有好处,因此应该达成自律约定;另一派则认为,重新约定手续费率与市场化改革方向不符,属于改革的倒退。

事实上,就在 2015 年商业车险费率改革启动时,业界就认为,倒逼一部分主体退出车险市场,也是改革的目的之一。车险完全市场化,让不适合做车险或没有能力做车险的财险公司退出,寻求更加差异化的业务路径,才能改变目前财险行业业务结构单一,各家公司都做车险且非理性竞争的局面。只不过,从目前看,仅有少数外资险企对车险业务“知难而退”,多数险企仍未放手——尽管经营艰难。

近年来,风险防范成为保监会的行业监管重点,数据真实性和偿付能力监管的核心地位凸显,但如果缺乏有效的退出机制,通过偿付能力进行监管的效用就会减弱。有保险咨询公司负责人认为,通过建立完善的退出机制,竞争力弱的公司退出市场,可以使其占用的资源返回市场进行更高效的分配,从而提高行业生产力,促进行业发展。

目前,随着商业车险费率改革推进,广西、陕西、青海等地区已不再设置费率自主浮动系数上下限。证券时报记者了解到的信息是,目前各保险公司上报的自主系数很低,这意味着这些地区的车主将直接享受到更大的价格优惠,而不需要再用所谓的返现来抵扣虚高的价格,当地市场上的保险公司也经历着真刀真枪的竞争。这些地区的费率市场化改革是否能获得预期的效果,是否具备全国复制可能性,仍待市场检验。

不过,继续坚持商业车险费率市场化改革的方向得到了众多财险人士的认同。财险咨询公司光博咨询董事长祝光建曾对记者表示,车险费率市场化改革有利于行业提升车险风险定价能力,实现精准定价。另一方面,车险费率改革也将改变行业格局,未来车险经营业绩将主要靠管理,部分靠规模。

而除了现在这种费率即价格上的市场化外,还应推行条款的市场化,鼓励行业主体根据自身特长,推出更多丰富多元的车险产品,除按里程计价、按天计价的意外险外,还可以有单独保玻璃的保险、轮胎胎的保险等细分产品,让客户有更多选择权,也让险企实现差异化竞争,并实现优胜劣汰。

(邓雄鹰 潘玉蓉 刘敬元)

