

# “开门红”撞上新冠疫情 一季度保险业业绩承压

险企复工后多管齐下展开“自救”，挖掘线上红利积极化危为机

证券时报记者 潘玉蓉

客户拜访取消，代理人活动量不足，收入下降，培训效果打折……2020 年对于保险人而言，实在是太难了。面对新冠疫情挑战，保险行业复工后多管齐下展开“自救”。一方面，主动调整考核指标，稳定“军心”；另一方面，积极借用疫情促使居民风险意识提高的机会，开发线上保险红利。

## 错过的一季度

“一季度的业绩受到影响是肯定的了。”一家大中型保险公司人士对记者表示，疫情对保险行业的影响将持续整个一季度。

在日前业绩发布会上，中国平安管理层也坦陈，一、二季度的保险业务可能因疫情受到一定影响。

当前我国上市险企的保单销售主要以个险渠道为主，个人代理人的核心优势在于线下与客户的密切联系。而随着春节假期的延长、相关隔离管控措施持续实施，代理人展业被疫情阻隔。

年初的开门红是保险公司重要的业务节点，大约要完成全年 40% 的业务量。保险公司之所以选在年初做开门红活动，背后有着深层次的市场考量。年初，工薪族领到年终奖，工商个体收完欠账，此时的财务状况是一年中最好的时候，中国人做计划向来有“一年之计在于春”的习惯。

但今年，开门红业务节点已经错过了一大半。据了解，不少公司准备举办的业务说明会因为疫情而不得不取消。

招商证券分析，考虑一季度开门红期间包含 11-12 月的预售时间，疫情对一季度生产力影响程度约为 9%，对全年的影响约为 3%。

## 借鉴经验化危为机

每一次大疫情过后，都会出现投



保率增加的现象。”北京工商大学保险研究中心王绪瑾教授表示。

2003 年的非典曾让当期健康险增速下滑，但疫情过后，保险行业的投保率显著增加。2003 年 5-7 月，健康险单月保费同比增速分别为 309.3%、265.3% 和 157.7%，对比 2003 年前后的年份，这一增速都是高点。

经过疫情，人们对于生老病死、传染病、风险有了更深切的认识，这正是保险业将危转化为机的契机。

陆金所平台近期发布的数据显示，2 月 3 日后，保险产品正在进入到更多用户的资产配置组合中。从该平台上的交易额来看，保险产品交易额从前占比 10% 上升为 14%。其中，湖北地区用户购买保险明显增加。该类用户的保险产品交易额占比，从节前 12% 大幅上涨至 24%，远高于平均比例。

疫情激发更多用户对于家庭保障类产品的关注与配置意愿，尤其是重疾、意外、医疗保险等险种，而从家庭配置来看，寿险也逐渐成为家庭配置的刚需产品。

此外，疫情期间代理人客户签单量下降，也意味着代理人收入的减少。因此，保险公司复工的一个重要举措

就是调整考核，稳定“军心”。多家保险公司调整或者取消了代理人业务考核要求，有公司还将考核调整范围从湖北扩大到了其他地区。

## 开发线上保险红利

不能拜访客户，保险人如何主动出击？证券时报记者发现，不少保险人玩起抖音、AI 展业”。

1 月 31 日之后，平安保险的线上晨会、线上培训、线上产品说明会陆续开始。平安集团首席保险官陆敏说：“我们代理人反映，比以前更忙了。”

在抖音里录小视频普及保险知识，在社交工具上发动新冠疫情赠险领取、借助小程序“AI 接单”、制作各种线上“保险防控指南”，构成了非常时期保险业务员们的“求生图鉴”。

与大量平台合作，也成为一种趋势。比如近期微信朋友圈时而出出现的保险广告，就是一些保险机构在线上精准投放的方式之一。

根据腾讯广告保险行业投放数据，全民“纯线上生活”的高在线时长，进一步扩充了广告资源的库存。水滴保险商城在线营销负责人邵

文在腾讯广告举行的线上营销探讨活动中表示，数据洞察显示，还有 1.5 亿潜在投保用户尚未完成转化，这些人群将推动整个行业保持持续增长的态势，并建议关注下沉市场。据了解，水滴保险商城去年在三线及以下城市的增速已超过一二线城市。邵文表示，未来的新用户和新增流量可能源于下沉市场。”

针对线上保险产品同质化的现象，安心保险首席增长官郝哲认为，如果传统线下销售模式做不到的风控手段和销售链路能够在线上渠道实现，就可以产生新的产品和新的热点。例如宠物医疗板块，但如果能够在线上通过算法实现更好的风控模型，通过有效链路更好触达，就可能成为产品创新的机会。

郝哲建议将高频服务作为机构与营销平台共同的创新方向，通过赋能服务，再反向赋能销售能力，用服务带动销量。

业内人士表示，疫情导致全行业办公转入线上，或许只是未来保险经营管理模式的一场预演。新冠疫情后，可以预见，保险机构将加速线上化布局。

# 风雨共担，战“疫”必胜

——徽商银行金融服务进行时

温暖同行，共克时艰，徽商银行合肥分行为每位客户准备了“守护保”免费防疫保险，全体员工积极通过电话、微信等线上渠道把这份温暖送到客户“手”上，赢得客户一致好评。

爱心捐助，情暖徽行。1 月 28 日，徽商银行合肥庐江白山支行向白山镇政府捐赠一次性医用口罩 5000 只；庐江盛桥支行向盛桥镇政府捐赠一次性医用口罩 5000 只；1 月 29 日，徽商银行合肥大东门支行向瑶海区政府捐赠一次性医用口罩 1 万只，消毒液 3 箱；1 月 31 日，庐江白湖支行向白湖镇政府捐赠一次性医用口罩 3000 只，消毒液两箱，洗手液两箱；2 月 3 日，庐江汤池支行向汤池镇政府捐赠一次性医用口罩 5000 只；2 月 5 日，徽商银行合肥长江路支行向合肥市住房公积金中心捐赠一次性医用口罩 1350 只，安庆石牌支行向石牌镇永固村和邵段村捐赠了一批 84 消毒水。

徽商银行合肥科技支行在前往安徽中医药大学第二附属医院上门收款时发现，医院的一线医护人员仍在加班加点，坚持工作。为了致敬美丽的“逆行者”，支行全体员工自发组织捐款，共筹集捐款 7500 元，杀菌洗手液 10 箱、衣物消毒液 4 箱，在 2 月初全部捐赠给医院物资科，供此次防疫期间医院值守的医护人员在院使用。

徽商银行芜湖黄山路支行与芜湖市医保局建立了“疫情专项救治金融服务绿色通道”，保障救援专项资金及时到位。1 月 27 日，该支行克服法定节假日日跨行汇款的困难，安排绿色通道，确保芜湖中山大药房采购疫情防疫医用口罩的款项顺利汇划；同一天，协助芜湖市医保局紧急向皖南医学院弋矶山医院、芜湖市第二人民医院、芜湖市第三人民医院等医院拨付疫情专项救助款。

1 月 27 日，徽商银行马鞍山分行微信公众号成功上线针对新冠肺炎的“在线问诊”功能。马鞍山人民医院专家在线坐诊，有需求的市民可通过分行微信公众号实现免费咨询，缓解线下发热门诊压力，减少交叉感染概率，同时把急诊医疗资源留给更急需的患者。

针对春节假期延长情况，徽商银行

铜陵杨家山支行及时调整网点营业时间，全力保障自助设备正常运行，满足假期期间客户业务办理需求。同时，引导客户使用徽商银行网上银行、手机银行等线上渠道办理业务，为疫情期间金融服务提供有力支持。

随着返工返城高峰期的到来，宿州市疫情防控工作进入关键时刻，徽商银行宿州泗县支行积极行动，在做好自身防护的同时，自发投身疫情防控一线，成立专班在泗县黑塔镇红旗村配合政府工作，与村里两委共同拟定一系列排查方案，挨家挨户排查，并在村部各个卡点站岗执勤，全力配合开展疫情防控工作。

徽商银行各分行积极响应总行团委号召，踊跃参加“抗击疫情 金融青年在行动”公益捐赠活动，并积极参与当地捐款捐物活动。截至目前，全行员工捐款 36.07 万元、捐物 9.7 万元；马鞍山和县支行在得知因疫情影响，全国血库告急后，支行员工自发献血，支援湖北省用血。

……点滴汇聚，涓流成河。这些，都是徽商银行数百家支行携手抗疫的短暂缩影和美好瞬间。

新年伊始，一场突如其来的新型冠状病毒引发的肺炎疫情，让沉浸在新春佳节氛围中的我们措手不及，举国上下众志成城，共同战“疫”。疫情就是命令，防控就是责任。徽商银行高度重视疫情防控工作，认真落实省委省政府、监管部门的决策部署，围绕保障客户人身安全和合法权益，提供便捷、高效和优质的金融服务等内容进行全面部署，有效保障金融服务畅通。

## 合理调度资源 保障日常金融服务

从 1 月 24 日至 2 月 18 日，徽商银行理财系统个人客户日均交易笔数 1.23 万笔、日均交易金额 11.94 亿元。在国务院发布延长春节假期至 2 月 2 日的通知后，面对临时的假期调整，徽商银行始终以客户利益为先，尽最大可能保障个人理财客户既定的资金利息和兑付。从 1 月 27 日开始，组织人员提前

准备，做好系统和资金安排，确保了 1 月 31 日(非工作日)包括徽安活期化净值型理财产品等 9 款个人理财产品在当日正常起息、申购、赎回和兑付。1 月 31 日，各类理财产品共募集 24866 笔 21.64 亿元，兑付 11135 笔 16.03 亿元，及时满足客户在春节期间的投资理财需求和资金安排。

## 客户利益至上 切实支持疫情防控

面对疫情状态下大多数客户不便至银行网点办理业务的困难，徽商银行及时推出自动延期服务，针对 2020 年 1 月 24 日(含)至 3 月 31 日(含)期间到期未支取且未约定自动转存的个人普通整存整取存款(含定期存折、普通纸质存单、特色主题纸质存单)，如果客户不便至营业网点办理支取和续存业务，徽商银行按照原利率计息至 2020 年 3 月 31 日，避免客户利息损失，最大限度保障客户权益。

疫情期间，徽商银行借记卡客户在湖北地区 ATM 跨行取现，免收手续费。

对于参加疫情防控的医护人员、政府公务人员，以及被隔离人员、新型冠状病毒感染的肺炎确诊患者等人员，因不可抗力影响个人住房贷款正常还款的，可酌情延长还款宽限期、调整还款周期、减免罚息复利、提供征信修复服务等。

## 服务民生需求 引导客户线上操作

结合疫情期间政府“少外出”的倡导，徽商银行及时制作零售业务线上金融服务指南，加强线上渠道宣传，重点开展储蓄存款、理财和代缴费业务线上功能操作宣传，引导客户从网上银行、手机银行、微信银行等线上渠道办理业务，满足客户在疫情防控期间的基本金融服务需求。

## 确保金融安全 守护客户权益

在疫情防控期间，为客户防范金融诈骗支招，提高客户风险防范意识，同



徽商银行积极组织员工捐款捐物，为抗“疫”工作加油打气

时加强网点防诈骗提醒，在柜面或自助渠道办理转账业务时，提醒“不要向陌生人汇款”，守护客户“钱袋子”；加强合规销售，为客户推荐合适的产品，充分揭示产品风险和特性，做好疫情期间网点服务公告和金融服务政策调整的讲解，告知收费标准，充分保障客户的知情权和自主选择权。

## 业务错峰办理 加强安全防护管理

疫情期间，徽商银行主动加强与客户联系，为来行客户做好预约登记，错峰办理，避免出现扎堆聚集办理的现象，减少客户网点等待时长及与其他客户接触的机会；对能通过自助设备办理的业务，引导其至自助区域办理；每日对网点大堂、自助设备、理财室及业务办理等区域进行巡检消毒并登记，切实做好营业网点通风、消毒杀菌和环境卫生管理；配备手持体温仪，

对办理业务的客户进行体温测量；设置 1.5 米以上安全等待距离，防止客户间的交叉感染；利用营业网点展架、展台、跑马屏、LED 电子屏等渠道做好防疫知识宣传，提升广大客户对疫情认知，提醒其做好自身防护。同时，实行职工每日健康通报制度，每天排查员工及其家属健康状况，发现发热、咳嗽等情况立即报告，并及时采购口罩、手套、消毒洗手液、医用酒精等防疫物资分发支行，要求员工佩戴口罩上岗，网点接触现金者必须佩戴口罩。切实加强安全防护管理，保障客户和员工的身体健康和生命安全。

病毒无情，人间有爱。在肆虐的疫情面前，徽商银行克服困难、坚守服务，全力保障金融服务畅通，积极践行初心使命，勇于担当，用实际行动为打赢这场疫情攻坚战做出应有贡献！



(CIS) 徽商银行对网点环境进行定时消毒