

# 互联网人身保险新规探究

## 金融行业

随着互联网保险监管制度体系的逐渐完善，互联网保险业务从野蛮生长过渡到平稳发展。2021年10月，在《互联网保险业务监管办法》（以下简称“13号令”）实施后的八个月，银保监会发布了《关于进一步规范保险机构互联网人身保险业务有关事项的通知》（以下简称“新规”或“108号文”），明确互联网人身保险业务经营条件，实施互联网人身保险业务专属管理，进一步强化对互联网人身保险消费者的保护。新规下发后，对哪些管理内容做出了细化的规定？有哪些管理领域需进一步关注？未来的行业格局又将如何演变？本文将在回顾互联网保险业务发展历程的基础上，进一步探究新规的出台背景及重点内容、对保险业态的影响以及保险机构应采取的行动。

### 互联网保险业务发展历程

#### 一、互联网保险业务的过去

互联网保险业务，是伴随着互联网发展而产生的新型保险业务模式。2014年，中国保险行业协会发布《互联网保险行业发展报告》，首次系统介绍中国互联网保险行业的发展历程，并披露了2011年至2013年互联网保险业务的经营数据。同时《报告》中也提出，互联网保险业务虽发展时间较短，但行业整体的发展意愿强烈。自2016年起，由于受监管机构对保险产品进行专项清理等因素的冲击，互联网保险业务发展并不顺利，一度陷入低谷。直至2020年，受疫情等因素的影响，互联网保险业务迎来新的突破口，人身险业务保费规模突破2000亿元。

随着互联网保险业务持续发展以及多项监管规定的陆续出台，互联网保险业务野蛮生长的时代已经过去，迈入了平缓发展的新阶段。从中国保险行业协会披露的数据来看，以互联网人身险为例，2016年至2020年人身保险保费平均增速约为11.04%，平均规模保费为1688.32亿元。



图表来源：

中国保险行业协会《2020年互联网人身保险市场运行情况分析报告》

尽管业务进入平稳发展的阶段，诸多行业乱象并未随之消解。从消费者角度看，诸如“首月零元”、“免费保障”等抓人眼球的词汇层出不穷，各类营销方式无孔不入，消费者难以在铺天盖地的信息中真正了解保险产品以满足自身的保障需求；此外，消费者购买的保险产品缺少后续的配套服务，理赔等保险服务成为一大难题。而从监管角度看，大幅增长的投诉从侧面反映出互联网保险业务仍然亟待进一步规范。数据显示<sup>1</sup>，2019年，银保监会接到互联网保险消费投诉共1.99万件，同比增长88.59%，是2016年投诉量的7倍，销售误导和变相强制搭售等问题突出，严重影响消费者的获得感。

<sup>1</sup>数据来源：中国银保监会有关部门负责人就《关于规范互联网保险销售行为可回溯管理的通知》答记者问。

## 二、13号令发布以来的互联网保险业务现状

以消费者权益保护为出发点和落脚点，考虑互联网保险业务广泛的场景以及复杂多变的业务模式，为防范互联网保险业务带来的风险隐患，同时也为鼓励新技术的应用、促进行业的转型和升级、在更高水平上服务实体经济和社会民生，2020年末，银保监会重磅出台13号令。

13号令厘清了互联网保险业务本质、规定了互联网保险业务的经营要求，对于营销宣传等与行业乱象息息相关的重点内容做出明确规定。此外，对于一些重要的监管领域，如经营区域、可回溯管理等，13号令为后续监管文件的出台和完善埋下伏笔。如13号令第三十三条提出“...互联网保险业务可回溯管理的具体规则，由银保监会另行制定”。同时，13号令明确了三个重要整改节点，分别是2021年5月1日前完成制度建设、营销宣传、销售管理、信息披露等问题整改，2021年8月1日前完成业务和经营等其他问题整改，2022年2月1日前完成自营网络平台网络安全等级保护认证。目前已接近监管规定的最后一个节点，但行业内对于现有业务模式的判断、业务经营范围、未来的发展方向等方面仍然存有疑虑。

在此背景下，银保监会于2021年10月下发了人身险新规，进一步细化了互联网人身险的监管要求。

### 互联网人身保险业务新规探究

#### 一、108号文定位——13号令配套文件

13号令中第五十二条规定：“经营人身保险业务的保险公司在满足相关条件的基础上，可在全国范围内通过互联网经营相关人身保险产品，具体由银保监会另行规定。不满足相关条件的，不得通过互联网经营相关人身保险产品。”即，新规为13号令的配套规范性文件，其在13号令规范互联网保险业务的开展的基础上，进一步聚焦互联网人身险业务，并进行相关监管规则的细化和完善。

#### 二、108号文概览——作为13号令配套文件，新规“新”在何处？

新规共包含四部分、二十二点，主要规定了以下方面内容：

业务条件及运营能力	圈定互联网人身险产品范围，互联网业务专属管理
<ul style="list-style-type: none"><li>偿付能力、风险综合评级、责任准备金覆盖率、公司治理评级达标的保险公司方可开展互联网人身险业务；</li><li>细化互联网人身险业务经营所需的在线运营能力、服务水平要求。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>互联网人身保险产品限于意外险、健康险（除护理险）、定期寿险、保险期间十年以上的普通型人寿保险（除定期寿险）、保险期间十年以上的普通型年金保险，及银保监会规定的其他人身保险产品；</li><li>针对健康险（除护理险）、保险期间十年以上的普通型人寿保险（除定期寿险）、保险期间十年以上的普通型年金保险，还需满足附加要求才可申请审批/备案。</li></ul>
产品费用率及审批/备案要求	产品回溯监管机制
<ul style="list-style-type: none"><li>保险期间一年及以下产品附加费用率<math>\leq 35\%</math>，保险期间一年以上产品首年附加费用率<math>\leq 60\%</math>、平均附加费用率<math>\leq 25\%</math>；</li><li>申请审批或备案互联网人身险产品，需报送精算报告（报告中列明产品定价基础、中介费用率上限，保险期间一年及以下的产品需列明预期赔付率）。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>建立业务回溯机制，定期开展互联网人身保险业务回溯，回溯实际经营情况与精算假设之间的偏差。</li></ul>



### 三、新规出台后，有哪些值得关注的问题？

#### ➤ 线上线下融合业务是否属于互联网保险业务？

区别互联网保险业务与线上线下融合业务应从互联网保险业务的定义出发，结合线上线下融合业务的理解进行判断。

##### 互联网保险业务

13号令第五条明确指出互联网保险业务必须同时满足三个条件：

- 保险机构通过互联网和自助终端设备销售保险产品或提供保险经纪服务；
- 消费者能够通过保险机构自营网络平台的销售页面独立了解产品信息；
- 消费者能够自主完成投保行为。

##### 线上线下融合业务

关于线上线下融合业务，监管未有明确定义，但在新规答记者问中提及：

“支持保险公司线下渠道（包括个人代理渠道、银邮代理渠道和专业中介渠道等）应用移动设备和信息技术提升经营效率、改善服务水平。此类线上线下融合开展人身保险业务的，不得使用互联网人身保险产品，不得将经营区域扩展至未设立分支机构的地区，销售行为监管遵循《互联网保险业务监管办法》第五条有关规定”。

监管在归类线上线下融合业务时以线下渠道为前提，区别于纯互联网保险业务，因此线上线下融合业务并不属于互联网保险业务。结合13号令和新规要求，对于线上线下融合业务，首先，其线上和线下经营活动分别适用线上和线下监管规定；第二，不得使用互联网人身保险产品，不得将经营区域扩展至未设立分支机构的地区。不符合新规要求的互联网人身保险产品不得上线经营，不得通过互联网公开展示产品投保链接或直接指向其投保链接。

#### ➤ 结合13号令以及108号文，客服人员是否需要办理执业登记？

自互联网保险业务发展以来，行业中一直存在以客服名义进行外呼并营销的现象。13号令中并未对此作进一步限定，但是第三十五条中提及“保险机构授权在本机构执业的保险销售、保险经纪从业人员为互联网保险业务开展营销宣传、产品咨询的，应在其劳动合同或委托协议中约定双方的权利义务，并按照相关监管规定对其进行执业登记和管理，标识其从事互联网保险业务的资质以供公众查询”。许多保险机构因此对是否需要为提供互联网保险业务产品咨询的客服办理执业登记存有疑虑。

在新规中，监管强调“保险公司客户服务人员不得主动营销，其薪资不得与互联网人身保险业务销售考核指标挂钩”以及“保险中介机构的客户服务人员不得主动营销，其薪资不得与互联网人身保险业务销售考核指标挂钩”，进一步明确了客服人员的定位以及职能。客服人员应消费者要求在线提供互联网人身保险业务咨询和服务，在此基础上可以推断出保险机构客服人员作为客户疑问的被动解答方，不需要办理执业登记。

#### ➤ 什么情况下保险公司可以不受经营区域限制在全国范围开展业务？

##### 人寿保险公司

13号令第五十二条规定“经营人身险业务的保险公司在满足相关条件的基础上，可在全国范围内通过互联网经营相关人身保险产品”，此处的“相关条件”即指新规中相关监管规定。

而新规明确，“符合本通知有关条件的保险公司，可在全国范围内不设分支机构开展互联网人身保险业务”，并明确了5类互联网人身保险产品；且“保险公司委托保险中介机构开展互联网人身保险业务，保险中介机构应为全国性机构。涉及线上线下融合开展人身险保险业务的，不得使用互联网人身保险产品，不得将经营区域扩展至未设立分支机构的地区”。

也就是说，满足新规相关要求的保险公司可自身在全国范围内开展互联网人身险业务、或与全国性保险中介机构合作在全国范围内开展互联网保险业务，且产品范围仅限于互联网人身保险产品。

## 财产保险公司

13号令第三条规定“保险机构开展互联网保险业务，不得超出该机构许可证（备案表）上载明的业务范围”，第七条规定“保险专业中介机构应是全国性机构”；但其第五十二条规定“经营财产保险业务的保险公司在具有相应内控管理能力且满足客户落地服务需求的情况下，可将相关财产保险产品的经营区域拓展至未设立分公司的省（自治区、直辖市、计划单列市），具体由银保监会另行规定。”

由此可知，目前财产险公司应在自身经营区域内开展互联网保险业务；与中介机构合作的，需按照双方经营区域的交集开展互联网保险业务。将经营区域扩大至自身经营区域外的要求，需由银保监会另行制定。

### ➤ 自营网络平台的识别与判定

监管在13号令答记者问中，强调“自营网络平台是保险机构经营互联网保险业务的唯一载体，更是加强监管的主要抓手”；因此，保险机构对于自营网络平台的识别与管理变得极为重要。

关于自营网络平台的定义，13号令第二条中明确“自营网络平台，是指保险机构为经营互联网保险业务依法设立的独立运营、享有完整数据权限的网络平台。保险机构分支机构以及与保险机构具有股权、人员等关联关系的非保险机构设立的网络平台，不属于自营网络平台”。

从定义出发，自营网络平台的识别需要结合公司的业务情况做具体判断，目前在行业实践中微信公众号、官方抖音号等账号、微信小程序、APP、在电商开设的门店等均需作为自营网络平台进行管理，管理要求包括满足等级保护要求、自营网络平台负责人设立要求、信息披露要求以及信息保护等相关要求；同时，注意若是依托于其他网络服务平台，其运营依托的平台同样需满足相应的等级保护要求。

## 新规影响下的业态演变猜想

### 一、结合可回溯管理征求意见稿要求，保险公司业务将如何变化？

新规既是对13号令的补充，也势必将从多个方面改变保险公司互联网保险形态，原有的许多业务模式极可能在未来被认定为线上线下融合模式，从而对保险公司及其从业人员提出新的要求，这一点从可回溯管理的变化趋势就能得以窥见。

银保监会2021年年中下发了《保险销售行为可回溯管理办法（征求意见稿）》（以下简称“征求意见稿”）。征求意见稿第五条中，监管提及保险公司应根据销售方式的不同，采取不同的方式对销售行为进行可回溯管理：

- ❑ 面对面销售：应在取得消费者同意后，对销售过程关键环节和内容以同步录音录像的方式予以记录。
- ❑ 互联网销售：开展互联网保险业务的，依照银保监会互联网保险业务监管的有关规定开展可回溯管理。
- ❑ 电话销售：开展电话销售的应将电话通话过程全程录音并备份存档，不得规避电话销售系统向投保人销售保险产品。



而保险机构销售人员向投保人提供投保链接、银行类兼业代理机构利用电子银行和自助终端销售人身保险产品时，应同时按照面对面销售和互联网销售规定实施可回溯管理；保险机构开展电话销售业务中涉及通过互联网向消费者发送相关投保链接的，应同时按照互联网销售和电话销售规定实施销售行为可回溯管理。

同时，征求意见稿中规定适用的人身险产品范围为保险期间超过一年的人身保险产品（不含普通型人寿保险），以及保险期间不超过一年且包含续保责任条款（包括不保证续保责任条款）的人身保险产品。

结合前文对于“线上线下融合业务”的理解，若业务被认定为线上线下融合业务模式，对于保险期间超过一年的非普通型人寿保险以及一年期以内的包含续保责任条款的人身险产品需要同时按照“面对面销售”和“互联网销售”进行销售行为可回溯管理。

随着监管对于互联网保险业务的要求完善化、精细化，保险公司及其从业人员势必要面对更多的变化。

二、新规将如何影响保险公司开展渠道业务？

新规出台后，线上渠道的产品将受到直接影响，非监管规定的人身险产品都将不可通过互联网渠道销售，意味着目前大量线上产品需要转向线下渠道或线上线下融合渠道销售。

对于保险公司开展银保渠道业务而言，渠道争夺战将更加激烈，主要原因有二：

1.根据银保监2019年发布的《商业银行代理保险业务管理办法》（179号文），“商业银行每个网点在同一会计年度内只能与不超过3家保险公司开展保险代理业务合作”，此规定直接限制了银行方开展代理业务的边界；

2.银行方进行保险产品代理，其销售场景大多为客户经理指导客户采用手机银行或自助终端进行投保。该模式即为线上线下融合模式，需要受到线上及线下监管要求的双重监管。而根据银保监今年下发的《保险销售行为可回溯管理办法（征求意见稿）》，面对面销售（即线下销售）需满足双录要求，将进一步增加银行方开展代理业务的阻力。

而对于开展其他经代渠道业务，根据中介机构展业模式的不同，受到的影响不尽相同：

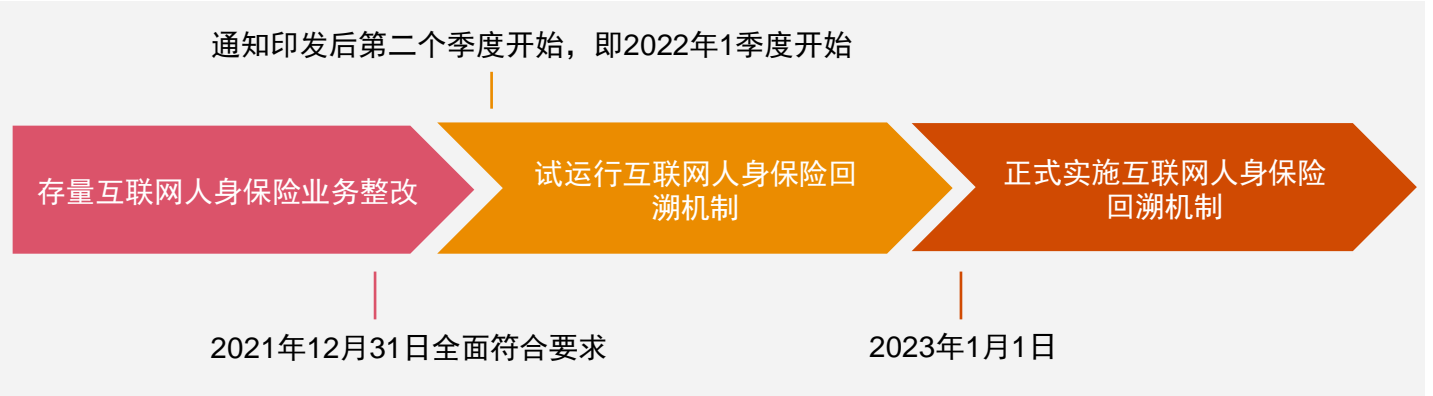
1.通过自有销售团队开展业务的经代公司：新规出台后，与此类机构合作仅可销售线下或线上线下融合产品，经营区域不得突破保险公司与中介机构的重叠范围；另外加上线下销售部分需进行双录，开展该类渠道受到新规的影响较大。

2.纯线上渠道的经代公司：由于可通过互联网经营的人身险产品将会收窄，与该类机构合作将面临更大的产品竞争。

3.对于依赖投放获客进行流量转化的经代公司：由于新规中对保险期间一年以上互联网人身险产品的首年附加费率进行了限制，该类产品的首年佣金将直线下降，进而影响机构在投放方面的资金投入，获客情况或有降低。

建议保险公司采取的行动

108号文为确保保险公司进行有序整改、平稳过渡，共设置了三段过渡期：





已经开展互联网人身保险业务的保险公司应于2021年12月31日前完成存量互联网人身险业务整改，不符合新规有关条件的主体和产品2022年1月1日起不得通过互联网渠道经营，留给保险公司的时间并不充裕。结合13号令的相关要求，建议保险公司应立即采取以下行动：

**1.梳理业务场景，明确整改方向：**保险公司应尽快梳理公司业务场景，对各类场景的业务类型归属进行划分，明确本公司线上业务及线上线下融合业务的内容；针对不同的业务模式，应注意开展业务时所适用的监管规则。针对线上业务（即互联网保险业务），应尽快进行产品及服务能力的盘点，以确保公司管理满足监管要求；针对线上线下融合，需在满足线上业务的监管要求的情况下，同时满足线下业务相关监管要求。此外，无论是线上还是线上线下融合，均需注意相关的可回溯要求。

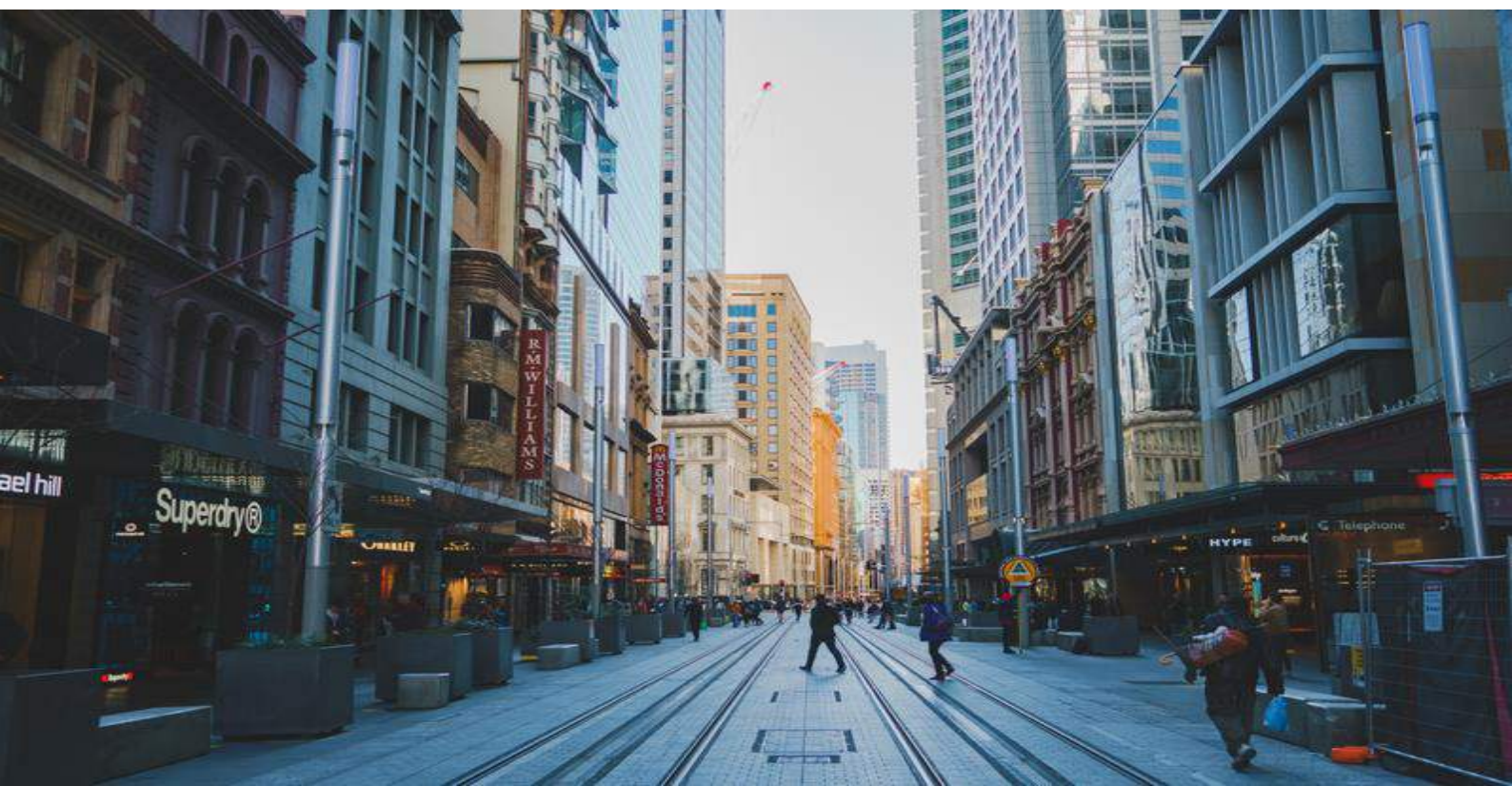
**2.理清管理职责：**针对梳理出的线上业务及线上线下融合业务，需明确相应的管理职责。其中，针对线上业务，应当任命一名高管为互联网保险业务责任人，明确其职责范围，并通过正式任命文件予以明确；针对线上线下融合业务，由于其适用更加复杂的监管要求，也应对管理责任进行明确。

**3.建立管理制度，开展监督检查：**不论线上业务还是线上线下融合业务，均须将相关监管要求内化至公司的管理制度，明确管理要求，并设计相应的内部控制手段，以防范合规风险、经营风险。此外，对于已制定的制度规范，需进一步设计相应的监督检查机制，以保证制定的规则得以有效落实、顺畅运行，形成闭环管理。

## 结束语

毋庸置疑，近两年监管出台的两份规范互联网保险业务的文件将为全行业规范市场秩序、防范经营风险、促进公平竞争、保护消费者合法权益带来深远的影响。此外值得注意的是，13号令作为规范互联网保险业务的开端，在明确相关经营规则时，也在相关条文中预示了后续的监管风向：如互联网保险业务可回溯管理的具体规则（目前新规中已规定互联网人身险业务的业务回溯机制建立要求）、财产险公司可将相关财产保险产品的经营区域拓展至未设立分公司地区的具体条件，都有待监管的进一步发文明确。

从长远角度看，保险机构可能需要对互联网保险业务的定位以及战略做进一步规划。如何在合规的基础上把握互联网保险业务的机遇、形成新的突破口，将成为保险机构面临的一项新的考验。





如果你的客户在以上领域面临相关挑战或需要我们的服务，欢迎与我们联系：

**杨丰禹**

普华永道中国金融行业风险及控制服务主管合伙人

[philip.yang@cn.pwc.com](mailto:philip.yang@cn.pwc.com)

+86 (755) 8261 8186

**胡静**

普华永道中国内地保险业主管合伙人

[jing.hu@cn.pwc.com](mailto:jing.hu@cn.pwc.com)

+86 (10) 6533 5109

**南区**

**刘晓莉**

普华永道中国风险及控制服务

副总监

[ashley.liu@cn.pwc.com](mailto:ashley.liu@cn.pwc.com)

+86 (755) 8261 8441

**北区**

**梁震**

普华永道中国风险及控制服务

合伙人

[zhen.liang@cn.pwc.com](mailto:zhen.liang@cn.pwc.com)

+86 (10) 6533 5979

**中区**

**陈彦**

普华永道中国风险及控制服务

合伙人

[eric.y.chen@cn.pwc.com](mailto:eric.y.chen@cn.pwc.com)

+86 (21) 2323 2307

本文由普华永道中国金融行业风险及控制服务主管合伙人杨丰禹，副总监刘晓莉，高级顾问吴迪雅，顾问汪璐歆联合编撰完成，如有任何问题，欢迎联系及反馈：[dia.d.wu@cn.pwc.com](mailto:dia.d.wu@cn.pwc.com)。

© 2021 普华永道版权所有。普华永道版权所有。普华永道系指普华永道网络及/或普华永道网络中各自独立的成员机构。详情请进入 [www.pwc.com/structure](http://www.pwc.com/structure)。

免责声明：本文章中的信息仅供一般参考之用，不可视为详尽说明，亦不构成普华永道的法律、税务或其他专业建议或服务。普华永道各成员机构不对任何主体因使用本文内容而导致的任何损失承担责任。

您可以全文转载，但不得修改，且须附注以上全部声明。如转载本文时修改任何内容，您须在发布前取得普华永道中国的书面同意。