

# 保险公司绩效评价办法出台 引入服务实体经济等指标

本报记者 郭婧婷 北京报道	7月12日,财政部发布《商业保险公司绩效评价办法》(以下简称《办法》),这是继2021年出台商业银行绩效评价办法后,又一针对国有金融机构的绩效评价新指南。	标体系的设置上,从改革前的盈利能力、经营增长、资产质量、偿付能力四类指标,调整为改革后的服务国家发展目标和实体经济、发展质量、风险防控、经营效益四类,每类权重均为25%。	罚条款,其绩效评价结果将成为商业保险公司负责人薪酬和商业保险公司工资总额的主要依据。
国有商业保险公司绩效考核指标维度继续扩大。	《中国经营报》记者注意到,此次《办法》的突出变化是,在指	值得一提的是,《办法》针对保险业特定情形设定了奖	

## 引导“保险姓保”

相比此前实行的金融企业经营评价体系,本次《办法》的考核指标覆盖面更广,评价要求更细,引导“保险姓保”。

据了解,2009年我国设立金融企业绩效评价制度,这一制度在2016年得到修订。当时的金融企业绩效评价,涉及银行、保险、证券等四类金融机构。

不过,随着我国金融业的不断发展,银行、保险、证券等各行业之间的差异开始变大,金融企业绩效评价制度亟须修改完善。

“现行金融企业绩效评价制度在引导和推动金融企业服务实体经济、防控金融风险、深化金融改革方面仍存在一定差距,对贯彻新发展理念、构建新发展格局、实现高质量发展的引导和激励仍显不足,在指标体系设置上对不同类型金融企业的差异化定位特点体现得也不够。”谈及单独修订原因,财政部相关负责人如是说。

记者注意到,《办法》的考核对象有两类机构:一类是国有独资及国有控股商业保险公司(含国有实际控制商业保险公司),另一类是国有独资及国有控股金融企业实质性管理的商业保险公司。同时,按照中央管理和地方商业保险公司分为两类,分别由财政部和省级财政部门负责相关评价工作。

相比此前实行的金融企业经营评价体系,本次《办法》的考核指标覆盖面更广,评价要求更细,引导“保险姓保”。

原有的指标体系是盈利能力、经营增长、资产质量、偿付能力四类指标。此次调整为服务国家发展目标和实体经济、发展质量、风险防控、经营效益四类。

在具体指标设置上,既体现金融行业共性,又体现保险行业



特性;既有国有资本保值增值率、净资产收益率、分红上缴比例等与商业银行一致的共性指标,也注重通过设置保险行业特色指标,引导商业保险公司坚持“保险姓保”定位,有效发挥风险保障作用,着力转变发展模式,持续提质增效,实现高质量发展。

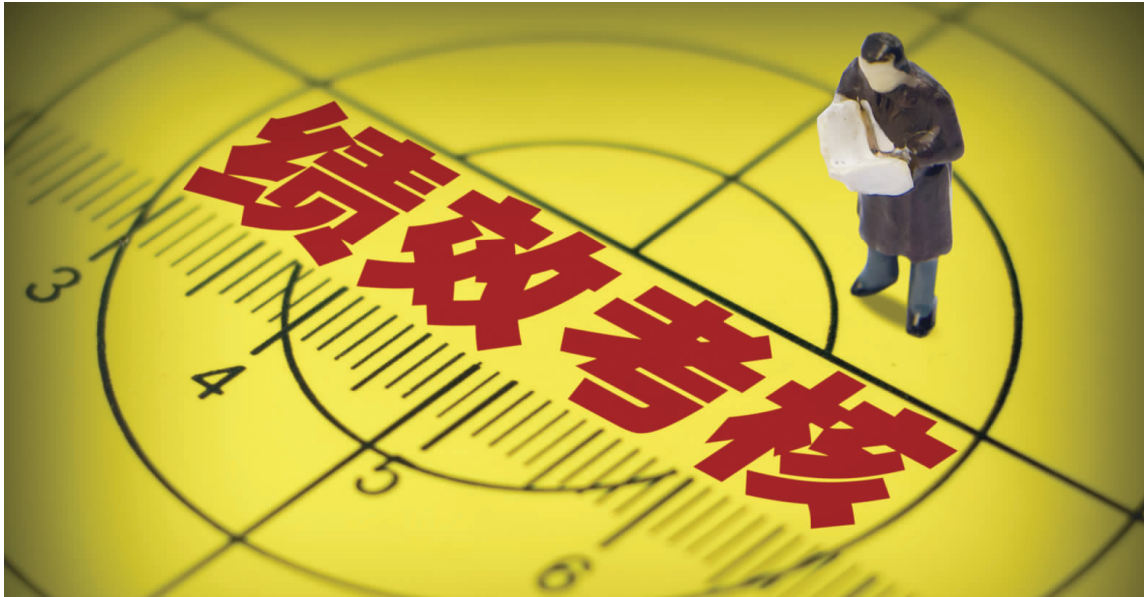
“通过本次修改,旨在建立适应商业保险公司定位特点的新型绩效评价制度,进一步发挥市场机制作用,引导‘保险姓保’,有效服务国家战略,有效贯彻落实国家宏观政策,推动商业保险公司坚守保险保障本源,坚持长期投资和价值投资理念,更好服务实体经济、增进民生福祉、防控经营风险,为商业保险公司稳健运行、高质量发展和服务实体经济提供保障支撑。”

财政部相关负责人表示。

新《办法》通过多维度绩效评价引导“保险性保”。

具体来看,在服务国家发展目标和实体经济考核维度中,设置包括服务社会民生情况、服务“三农”情况、服务生态文明建设情况、服务战略性新兴产业情况、保险资金运用投资实体经济特定领域情况等5个指标,立足于保险保障本源,激励商业保险公司更加有效响应国家宏观政策,更好发挥经济“减震器”和社会“稳定器”作用。

同时,在发展质量和风险防控维度中,设置综合偿付能力充足率、风险综合评级、综合费用利润率、综合赔付率等特色考核指标,引导商业保险公司更加注重防控经营风险,不断提高经营效率。



国有商业保险公司绩效考核指标维度继续扩大。

## 评价结果挂钩工资总额

根据财政部相关负责人解读,《办法》评价结果运用更加突出与高管薪酬、企业工资总额、领导班子考核等重要事项挂钩。

《办法》中明确,绩效评价结果将成为商业保险公司改善经营管理和负责人综合考核评价的重要依据,是确定商业保险公司负责人薪酬和商业保险公司工资总额的主要依据。

根据财政部相关负责人解读,《办法》评价结果运用更加突出与高管薪酬、企业工资总额、领导班子考核等重要事项挂钩。

按照《办法》要求,这一绩效评价结果,在通报相关商业保险公司的同时,还会同步抄送给负责险企领导班子考核评价的组织人事部门,以及行业监管部门和人民银行。

据了解,绩效评价结果由多个部门组成。绩效评价结果包括绩效评价得分、绩效评价档次和绩效评价级别。评价得分用百分制表示。评价档次分为优、良、中、低、差五档,分别对应A、B、C、

D、E五个字母。划分档次的分数线为80、65、50、40分。评价级别是对评价档次再划分级别,以体现同一评价档次内的不同差异,采用在字母后重复标注该字母的方式表示。比如,评价得分达到80分及以上不足85分的为优(A档A级),85分及以上不足95分的为优(A档AA级)。

《办法》要求,若年度绩效评价档次达不到中档,商业保险公司要对照绩效评价结果计分表,及时总结原因,分析差距,加强管理,改进考核。

《办法》注重赏优罚劣,当商业保险公司贯彻落实党中央、国务院关于服务实体经济,防控金融风险,深化金融改革相关决策部署积极有力、精准到位、措施得当时,根据党中央、国务院通报表扬、表彰情况等,给予适当加分。

奖励之外,《办法》界定几种减分情形。具体来看,在减分事项上,商业保险公司出现风险事件、违规处罚、信息质量问题、无序设立子公司、落实国家政策不力等问题时,会相应地对其进行扣分或降级。

此外,若出现属于当期责任的重大违法违规案件、重大资产损失事项,造成重大不利社会影响的,或违规经营分红险、万能险、投连险等投资型保险、误导消费者投保,造成重大不良影响、发生重大处理处罚行为等情况,也会被扣除相应分数。

值得一提的是,商业保险公司在评价期间未实现国有资本保值增值且国有资本保值增值率低于行业标准值中等值水平的,由财政部门以前款绩效评价得分为基础,下调一档确认绩效评价档次。

# 互联网保险中介谋变

本报记者 杨菲 郑利鹏 北京报道

监管趋严和业内竞争的加剧,正在倒逼互联网保险中介平台更新单一的线上获客模式。

《中国经营报》记者梳理发现,今年以来,先是梧桐树保险经纪有限公司(以下简称“梧桐树保险经纪”)正式宣布试水独立代理人模式;此前,i云保亦曾推出“星空计划”发展线下代理人队伍。

## 构建新生态

2021年8月,互联网保险中介慧择率先推出“开放平台”,与传统保险代理公司联合展业。

随后,慧择宣布,通过其全资子公司深圳智选财富投资管理有限公司达成最终协议,收购湖北盛世安康保险代理有限公司(以下简称“盛世安康”)的控股股权。资料显示,盛世安康是致力于分销人寿保险和健康保险产品的主要区域性保险代理公司之一,目前已建立起独特且成熟的线下运营商业模式。

虽然,今年1月,慧择已通知盛世安康及其股东,终止此次收购。但彼时慧择董事长兼首席执行官马存军表示:“对盛世安康的收购,是慧择全力加速线上线下融合及推进开放平台战略的重要里程碑。通过盛世安康线下代理人队伍与营销体系,慧择将开拓线上、线下保险中介业务的一体化服务,将线上高质量的保险产品推向线下终端客户,扩大优质产品的市场覆盖面与影响力。”

无独有偶。水滴保险经纪

截至去年年末,该计划已引千余个孵化团队,团队成员破万人;此外,慧择(HUIZ.US)也已于去年宣布收购一家保险代理公司,以推动线上和线下的融合。

业内人士认为,互联网保险中介与线下融合发展,顺应了客户线上获取产品信息、线下购买的习惯,不过也要警惕人员、机构管理等难题,甚至可能沦为合规通道,却难以产生实际增量。

有限公司旗下的水滴保也在探索线上+线下融合的路径。在线上,其运用客户关系管理系统、OTO模式、企业微信、人机耦合系统、同屏协作等数字化工具,通过科技赋能可以完成用户实时画像分析、语义语音分析、智能话术推荐、敏感词筛选等,提供精细化服务。在线下,水滴保推出“WE计划和ME计划”,配套数字化、产品、行销、培训四大赋能系统,打造专业化线下保险团队。自2021年以来,其新增服务合作伙伴超过150家。

此外,也有互联网保险中介平台进一步强调科技赋以构建线上新生态,2021年3月,小雨伞保险经纪有限公司(以下简称“小雨伞保险经纪”)宣布完成数亿元C轮融资。彼时,小雨伞创始人兼CEO光耀表示,本轮融资将继续用于保险科技等方面的投入。“保险的科技化和互联网化是小雨伞保险经纪不断努力的方向,我们一直希望把核保、核赔、理赔等服务化做得更强一些,更多地站在客户的角度提供解决方案。”

## 不得不变

上述一系列动作背后,是互联网保险监管环境的整体趋紧。

2021年10月,中国银保监会正式发布《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“互联网人身险新规”)。

其中,对于经营十年期以上的普通型人寿保险的业务提出更高的要求,包括:连续四个季度综合偿付能力充足率超过150%,核心偿付能力不低于100%;连续四个季度综合偿付能力溢额超过30亿元;连续四个季度(或两年内六个季度)风险综合评级在A类以上;上年度未因互联网保险业务经营受到重大行政处罚;保险公司公司治理评估为B级(良好)及以上。

中韩人寿首席战略官刘大勇表

## 融合发展困局待解

《中国保险细分消费人群洞察白皮书》中指出,客户习惯“线上研究、线下购买”,未来“线上+线下融合”是保险大趋势。如今,在保险信息搜集环节,线上渠道已成为客户重要信息获取渠道,便捷高效、价格透明、产品丰富则是客户习惯线上研究保险的核心原因。但从客户购买行为可看出,对于条款复杂、投保金额较大的保险产品,线下销售人员的直接接触更能够满足客户的沟通/信任需求、促进客户转化,可见线上渠道仍难以动摇线下传统渠道主导的分销格局。单一的线上或线下经营均难以完全满足客户需求,通过探索线上+线下融合路径,更能提高保险产业链运营效率,为客户提供极致的保险服务体验。

示:“互联网保险中介平台不得不变,首先是因为互联网人身险新规的发布,过去,卖得比较好的相对激进的产品,其实都是小型公司在售卖,它们的偿付能力溢额不会超过30亿元,单这一个条件就会造成原来互联网保险这部分供应的产品越来越少。定于今年起全面实施,一旦开始实施,很多能出这类产品的公司已经做不了互联网保险了,平台没有产品卖了,所以它只能转线下,这是一个非常核心的原因。”

“像i云保其实很早就转型了,它一直在到处铺设线下机构,线上的方式结合线下去推广,可以根据不同的地域签约线下的经代产品,所以对它影响就很少,它今年的保费增长情况很好,整体的规模也越来越大。但是像慧择和梧桐树保险

经纪,因为原来的线下机构很少,所以对它的影响很大,也就不不得不通过并购或者各种方式去寻求转变。”刘大勇进一步表示。

在互联网人身险新规之外,对外经贸大学风险管理与保险学系主任何小伟向记者表示,平台业务增长乏力,甚至一些平台出现负增长,可能是决定性因素。互联网平台特别内卷,流量越来越少,导致它们的生存空间越来越小。而且互联网保险在购买的时候容易出现“买的时候热闹”,实际上消费者投诉也多,继而,客户对互联网保险的认同也会出现问题。所以,平台自身遇到的困境,一方面是增量上的需求没有以前多;另一方面,消费者对互联网保险的投诉情况也比较多。

互联网保险引发的消费纠纷问

题,也曾引起相关部门的关注。比如,因部分保险公司、保险专业中介机构的互联网保险营销宣传广告存在过度营销、诱导消费等突出问题,导致产生大量保险消费纠纷。2021年,北京银保监局发布《关于专项整治北京地区互联网保险营销宣传有关问题的通知》,要求全面停止在北京地区发布存在过度营销、诱导消费问题的互联网保险营销宣传广告。

“从某种意义上讲,互联网保险中介和传统代理公司合作,是因为他们在各自的能力圈内,没有太大的进步空间了。比如,对于互联网平台,它面对的大多是年轻人,他们购买的保险产品多是标准化程度较高的。但平台难以接触到高净值的客户。这也导致了它们需要谋求改变。”何小伟进一步补充道。

构的管理能力,以及对于机构所在地代理人的管理、增员和服务,这些并不是互联网中介所擅长的内容。因此,它们需要积累这方面的经验,这是一个比较大的挑战;其次,它的经营范围其实是压缩了。因为原来是在线上,全国范围内都能卖,而线下就需要涉及开分支机构的问题,比如,一款年金保险产品原来全国都能卖,所以销量可能会比较高,但在线下可能只有三个省份能卖,需要去解决整体范围拓展或者深耕的问题。

某要求不具名的人身险公司高管向记者表示,其实目前看到的融合,并没有实质性的创新,这种融合跟原来没有太大区别,甚至有些融合只是为了看起来合规。比如,某互联网保险中介的团队可能

都在深圳,而客户在上海,原来通过互联网完全可以进行成交,但现在因为新规只能转战线下,如果还想卖产品怎么办?可能会在上海某个地方线下挂牌照,实际上最后还是卖出去同样的产品。其实是走了一个合规通道,而这样徒增了整个销售过程中的成本,并没有太多增量。

“线上与线下合作,表面上看是能相互弥补的,但实际上很难。因为中介公司和互联网中介平台的关系是很松散的,最多是通过合同、佣金进行约束,但它今天能和这个平台签约,明天就可以换另一家公司。这与平台自己的团队本质上价值是不一样的,平台对自己建立的团队管理会更直接,风险会更小一点。”刘大勇表示。