

跨界合作:保险业新生态

阳光保险在与中国联通、招商银行等公司战略合作中凸显发展活力

■ 本报记者 陈玮英

数据显示,2011年中国保险业业绩出现整体下滑,多家公司季报显示浮亏。专家表示,今年以来,保险业承受着巨大压力,企业需要不断创新抢占制高点。

灵活应对行业发展现状

从2001年到2010年的10年间,中国保险业发展可谓突飞猛进,保险业机构数从35家增加到134家,全国保费收入更是由2110亿元增加到1.45万亿元。中国已经成为全球最大的新兴保险市场,中国保险业在整体实力、体制机制、监管能力、产品和服务功能上实现了飞跃。就在保险业沉浸在快速发展的喜悦中时,2011年整体业绩的下滑让业内知道消化这块大蛋糕并不是一件容易的事。

事实上,这几年银根一直收紧,同时银行渠道热卖其理财产品,这些都对银保产品的销售产生了较大的挤出效应。其中的道理不言而喻,银行自己的揽储任务都来不及完成,哪里还顾得上在自家的柜台上推荐保险公司的银保产品。

而保险从业人数的锐减也透出保险业正面临着巨大压力。统计显示,截至2011年5月,全国寿险业营销员数量约为238万人,较2010年底的288万人下降17%。作为推销保险产品的生力军,其人数的减少也恰恰说明了保险业转型的紧迫性。

市场的不确定性给中国保险业的发展带来了极大的挑战,2012年保险市场或将维持低速运行状态。郝演亦介绍说,劳动力结构变化和富余劳动力减少给现有个人营销体制带

来的挑战,粗放式组织发展模式,与我国日益增多的年轻化、知识化消费群体和保险保障需求不适应的矛盾日益突出。提高素质、稳定队伍、创新模式成为营销的主要方式。如果外围经济状况和欧元区主权债务问题没有很好改变,国内诸多涉及经济转型和经济体系改革的问题将在明年持续存在,保险业整体运行状况在不利的的环境下,很难一枝独秀。

同时,整体经济为实现软着陆而进行的调整趋势,结合保险业近十年来超常规发展所形成的一系列问题,全行业应当利用当前环境进入修正期,以冷静的心态思考保险行业发展面临的问题。如何把握发展机遇,尽管外围的经济状况不利及国内面临严峻的通胀压力,但中国经济强劲发展的总体趋势没有发生改变。

2011年中国将成为世界上奢侈品消费第一的大国,千万资产净值人口突破1000万,2012年春节境外旅游平均价格同比上涨四成,今年出国留学人口数量再创新高。

相关数据表明,我国尽管存在着严重的两极分化,但富裕群体的规模也在不断增大,由长寿风险和财富管理等因素产生的保险需求空间仍然巨大。政府将在改善民生和加强社会管理等方面采取很多措施,对于相关的保险服务需求也将形成巨大的市场。因此,努力研究市场发现需求,灵活应对,将形成明年行业发展的机遇。

阳光保险连横合纵

保险业是中国金融市场化前行的先行者。

在创新因子的影响下,阳光保险成为了敢于“吃螃蟹”的企业,产品

推陈出新,渠道另辟他径。

目前国内保险业和银行业均面临有利发展形势,加强管理变革与金融创新、深化同业合作与客户服务,将阳光保险与招商银行连在一起。双方在保险兼业代理、现金管理、投融资、电子商务等方面开展全面合作,有利于两大机构在各自所处的金融保险行业取得更好更快的发展。

据介绍,阳光保险的银行保险渠道于2008年6月正式开展作业,当年度便实现保费22.23亿元,市场排名第13位。今年,阳光保险的银保业务继续保持高速发展的态势,在全行业银保业务整体下滑的情况下,阳光保险仍保持了同比20%左右的增速。

在合作伙伴方面,2008年以来,阳光保险已经陆续与工行、农行、中行、建行、邮政储蓄银行、浦发银行、东亚银行、民生银行等开展了总对总业务合作。

事实上,不仅仅是在金融业,在其他产业中也都看到阳光保险的影子。阳光保险与大型网络游戏公司游戏吧合作,意味着虚拟财产终于从盲点中走出来,被主流的金融机构所认同。

该产品属于创新险种,归类为责任险,由网游公司向保险公司投保购买,按照保险合同来保障网游玩家以及自身的相关利益。该保险险种的发布,是保险在虚拟财产领域及游戏领域内的一次重要尝试,为保险行业打开了一片广阔的市场,同时也奠定了阳光保险在这一领域的领军位置。

与腾讯“财付通”的合作,将保险“E”化变成了现实。近年来网购与电子商务风行各地,人们对于“E”化的诉求逐渐扩展到保险行业。经过

三个月的设计开发,阳光人寿与腾讯的首期合作——财付通小钱包功能在腾讯QQ上成功上线。该功能以腾讯QQ为平台,以其用户为客户资源,以财付通为支付渠道,实现了10亿注册用户通过腾讯QQ直接购买阳光保险意外险的功能。

随着保险业在金融体系乃至整个国民经济中地位愈加重要,信息化也是保险业在转型中腾飞的关键因素,这也成为阳光保险与中国联通进一步强化合作的基石。双方在基础通信服务、3G移动技术应用、产品合作开发等方面展开深入合作,共同探索3G通信技术在保险行业的新应用。

阳光保险几年来在多领域加大跨界合作力度。而贴心、暖心则在阳光保险与淘宝网的合作,和“阳光保险·天下女人寻找幸福力2011年度行动”中体现得淋漓尽致。“阳光保险·中国女性寻找幸福力年度行动”共同致力于“推动女性从关注静态的幸福感受转变为追求幸福的主观能动性,鼓励女性凝聚自己意志的力量,努力实现自我人生的巨大跨越”,为中国女性的幸福生活做出贡献,同时践行“共同成长”的公司使命和“诚信、关爱”的核心价值观,履行“关爱女性”的企业责任。

业内人士指出,保险产品需要不断创新,而保险产品创新的关键则是进一步细分保险市场,针对不同的保险对象设计不同的险种,满足多方位、多层次的保险需求,既要关注产品的技术属性,又要关注产品的社会属性。注重保险公司与教育、电讯、银行等部门合作的优势,扩大服务网络,改进服务质量,增强信用意识,构筑多功能、全方位和高效地服务平台,占领保险业的制高点。

区域

成都试水企业信用评级

■ 本报记者 龚友国

为加强成都企业信用体系建设,促进企业诚信自律,规范行业信用评估与诚信评价工作,提升企业信用管理水平,维护正常市场秩序,日前,成都信用协会出台了《成都企业信用评估与诚信评价管理办法(试行)》(以下简称《办法》)并于11月开始试行。这是11月27日《中国企业报》记者从成都相关部门了解到的。

业内人士称,此《办法》是创建信用成都的新举措,以倡导诚信经营,树立业内标杆。

该《办法》明确了信用评估及诚信评价应遵循的原则,信用评估对象和信用评估体系内容,信用评估的程序、信息发布与运用。企业信用评估及诚信评价(以下简称“信用评估”)是科学设立全面反映企业诚信状况的评价指标,采集相关性、定量信用信息,运用通行的评级方法,进行独立、客观、公正的专业评估,对企业信用及诚信水平做出评价,确定企业信用及诚信等级,并用特定符号给予标识。

明确规定评审专家和评估范围

《办法》规定,为使信用评估公平、公正,更具权威,协会设立专家评审咨询委员会开展信用评估与诚信评价工作。评价专家组成员由成都企业信用评估与诚信评价协会秘书处从评价专家库中随机选择确定。其主要职责包括协助政府相关部门开展信用体系建设的调研和研究,知识讲座、培训、咨询活动;研究拟订和完善成都企业信用评估及诚信评价规范和标准体系及相关机构的信用评估。

据了解,评审专家任职条件很严格:具有良好的个人信用;同时要求具备信用管理、经济、管理、法律、会计、投资、新闻类等相关专业知识和职称和从业经验条件。

此外,专家评审咨询委员会还将协助政府相关部门开展信用体系建设的课题调研和研究,拟订和完善成都企业信用评估及诚信评价规范和标准体系;举办信用知识讲座、培训、咨询活动等。

《办法》明确规定了参加信用评估的范围:凡持续经营三年以上、具备健全的组织机构并配备相应的工作人员、依法参加年检和纳税的具有独立法人资格的内外资企业、其他经营性机构及其具有诉讼主体资格的分支机构(本《办法》统称“企业”),且没有严重失信行为、违法违规行、刑事犯罪行为的的企业都是《办法》规定的评估对象。

信用评估设四等八级

信用评估指标体系包括:基本条件类、企业社会责任类、企业经营管理能力类、企业财务状况类等,将360度扫描企业。信用评估标准由公共部分和行业部分组成。信用评估的综合等级由公共信用等级和行业信用等级按照一定的权重比例加权形成,设置为四等八级,分别为AAA级、AA级、A级、BBB级、BB级、B级、C级以及D级。其中,AAA级、AA级、A级为诚信企业, BBB级、BB级、B级为守信企业,C级为警示企业,D级为失信企业。

《办法》还强调,被评价企业有下列情形之一的,可作出D级失信的评价:上年度发生重大生产安全事故的;上年度发生严重环境污染事故和生产销售假冒伪劣产品、违反劳动保障法律法规而引发群体性事件的;上年度发生重大负面政治事件或者重大恶性刑事案件的;上年度企业法定代表人违反计划生育政策或企业违反土地管理法律法规受到重大行政处罚的。

对取得A级以上信用等级的企业,凡被投诉举报并经相关部门认定为严重违法违规行为的,将取消其获取的信用等级,收缴其已发证书并通过网络予以公告。

《办法》要求,协会的会员企业,有义务每年接受至少一次的信用评估;非协会会员的企业,提出申请参加信用评估;协会可接受政府及相关行政管理部门、行业协会及机构组织的委托,对指定的企业进行评价。

评估结果将为政府评审提供依据

据介绍,信用评估结果,由协会通过成都市政府的“成都信用网”、协会官方网站、新闻媒体等渠道网络正式发布公告,同时刊发反映企业诚信建设业绩的相关材料。信用评估结果,作为政府采购入围资格、投标、比选、评优、年检、减免税、财政扶持等评审的参考依据之一,对经过审核已通过评价取得A级以上信用等级的企业,给予一定程度的政策扶持。

《办法》规定,在信用评估中,凡有弄虚作假、违规操作、篡改信息等行为的,由成都信用协会根据情节轻重作出处理,情节特别严重的将移交司法机关,依法追究相关责任人的法律责任。

成都信用协会设立社会监督专用电话,指派专人受理投诉和举报,并自受理之日起30个工作日内作出处理和答复。

记者在采访中,许多企业表示对《办法》的支持,并愿意以实际行动参与到评估活动中去,使成都企业整体的诚信形象得以推广,品牌建设水平能够进一步提升,为成都信用建设作出贡献。

编后

静观成都评级

人无信,不知其可。企业若是失信呢?成都为此开了先河——将企业信用划分为四等八级,守信者获评AAA级,失信者降为D级。通过奖优罚劣,让诚者上,伪者下,树立诚实守信的商业精神,既是企业之幸事,又是消费者之幸事。

然而,“顶”或许只能是硬币的一面,“踩”也必不可少。往大里看,全球三大评级机构的业务开展得风生水起;往小里看,各种社会组织进行的“草根评价”热热闹闹。但喧嚣背后,“谁来给评级机构评级”却成为了一个迫切需要回答的问题。

以网络购物第一站淘宝网为例,几百元就可以让一个新店铺的信誉刷为皇冠级的丑闻令人大跌眼镜。三聚氰胺大案始作俑者三鹿竟被评为国家免检产品的旧闻也时刻告诫人们对待评价“不能不信也不能全信”。

并非刁难,成都市政府在客观、公正这道必答题面前一样无路可退。

论能力,成都市给评审专家设置了硬杠杠:具有良好的个人信用;同时具有信用管理、经济、管理、法律、会计、投资、新闻类等相关专业知识和职称和从业经验。

但比能力更重要的是操守。能否保证评价不受人为干预甚至沦为权力寻租的工具?对待成都开展的企业信用评级,不仅要听其言,更要观其行。要做到不枉不纵,不仅需要能力,更需要勇气、智慧和决心。效果如何,让我们三五年后回头看。

国内第三方支付发力跨境业务

此举被认为是相关企业的必然选择

■ 本报记者 李志勤

在国内第三方支付行业竞争大局趋于稳定后,支付宝、财付通、快钱等龙头企业不约而同地开始将触角伸到跨境电子支付领域。

近日,快钱对外高调宣布布为外贸电商提供国际收汇服务的解决方案进军跨境电子支付这一新兴市场领域。此前,腾讯财付通与美国运通达成战略合作伙伴关系,“为财付通客户提供在中国以外地区的美国运通网络商户跨境在线购物的创新支付工具。”是双方的重点合作内容。

而占据国内第三方支付市场半壁江山的支付宝同样在跨境支付领域发力。《中国企业报》记者获悉,目前支付宝已经突破了国外信用卡用户跨境支付的技术障碍,也就是说西方国家的普通信用卡持有者很快就可以通过支付宝直接从中国市场购买商品。

随着国内企业的涉足,PayPal在跨境支付一家独大的局面势必会发生变化。“但是在短时间内还很难形成威胁,毕竟PayPal是国外的公司,它在国外的用户群极为广泛。”中国电子商务研究中心分析师莫岱青对《中国企业报》记者表示,国内第三方支付企业涉足跨境支付关键要看国外用户是否接受,愿不愿意使用它们。

国内企业抢滩

“跨境支付的产生是以国际电商及国际间贸易的快速发展为基础的,且跨境交易的产生是需要国内外企业相互合作完成的。”艾瑞咨询产业研究部分析师王维东对《中国企业报》记者分析说,中国巨大的市场空间、消费者日益增长的消费欲望及对多元化支付方式的需求将吸引更多的国际企业进入中国市场;而随着国内市场的逐渐成熟以及消费者对跨境支付需求日益增长,更多的中国企业将走向国际市场需求更广阔的市场空间。

对于此次推出的国际收汇方案,快钱公司CEO美国光表示,借助快钱平台,广大企业可以方便、快捷、安全地开通全球范围内的外币收款渠道,迅速将业务拓展至世界



跨境支付的产生是以国际电商及国际间贸易的快速发展为基础的,且跨境交易的产生是需要国内外企业相互合作完成的。

各地。

据悉,目前快钱能够支持VISA、MasterCard、American Express、JCB等国际卡支付,在全球范围内覆盖4大国际卡组织的近15亿张信用卡。此外,快钱还能外贸电商提供一体化结汇服务。

除了提供交易和结算的便利性外,快钱通过与全球领先的支付风险服务机构CyberSource合作,采用专业化的风控服务,为商家建立有效的防欺诈机制,减少商家风险。

最早采取行动的当属支付宝。今年9月5日,支付宝收购了安卡国际集团旗下安卡支付,进入国际航空支付领域的同时奠定了深度拓展跨境业务的基础。随后,支付宝又突破了国际支付的技术障碍,从而具有了强大的跨境支付的技术实力。

而与支付宝的自我开发不同,财付通选择了更为快捷的途径。根据合作计划,财付通将于美国运通共同为中国市场开发创新的在线支付解决方案。该方案将提供中国财付通客户经由美国运通前往跨境在

线购物平台globoleshop,畅游美、英两国热门购物网站。

财付通总经理刘颖认为,与美国运通的合作,将能加速财付通扩展业务规模,进入跨境在线支付服务领域。

拓展跨境支付业务被业内人士称之为国内第三方支付企业的必然选择。艾瑞研究院院长兼首席分析师曹军波表示,随着我国国际贸易进出口的快速发展,外贸电商的巨大市场空间是吸引国内支付企业涉足跨境支付的核心因素。

另一方面,由于在网购、航空等热点领域竞争激烈,支付企业不得不寻找新兴市场以实现进一步的规模化扩张。“跨境支付恰恰正是这一新兴市场。”易观国际分析师张萌表示,第三方支付市场的潜在规模要比现在1万亿美元的规模大很多。

格局短期难变

国际支付企业在进入中国的过程中难免会遇到政策上的不确定因素以及国内企业的强大阻力,随着

中国第三方支付企业的崛起,PayPal将会受到来自国内支付企业越来越多的挑战。

事实上,因为监管审批问题,尚未获得国内支付牌照的PayPal确实难以在国内支付市场大展拳脚。然而其在跨境支付方面无疑是一家独大。

“目前虽然没有相关统计数据,但相比刚开始涉及跨境支付的国内企业,PayPal的跨境支付市场占有率绝对是最高的。”莫岱青说。

公开数据显示,作为国内最大的跨境支付商,去年PayPal在大中华区的总支付金额超过44亿美元,占其亚洲地区收入的40%,并以每年70%的速度增长。2010年底,PayPal在大中华地区的商户总数突破100万,其中绝大多数是中小企业。

“PayPal拥有广阔的海外渠道和网络,可帮助中国企业迅速拓展全球市场。”这一点对于致力于海外业务的国内企业来说最有吸引力,同时这也是国内的第三方支付企业所最为欠缺的。

(下转第十版)