

直销渠道带动车险实现盈利

中国保险报 2010-03-29 我要评论

2010年以来,国内车险市场上已有12家保险公司开始经营电销业务,这项旨在提高综合盈利水平的直销渠道模式,让保险公司脱下了亏损的表囊。据悉,由于对费用的有效管控,平安电话车险的综合成本率达到98.5%,使得渠道成本首次低于100%,直销渠道盈利能力初步显现。

由车险业务亏损到实现直销渠道盈利,平安电销仅仅两年多的时间。而这对于整个车险行业来说,确实是一个需要沉下心来去思考的时点:理性地去衡量电话车险是如何改变车险市场一直亏损的困境?而未来的车险行业又将何去何从呢?

保险公司尝试从直销渠道寻求改变

公开资料显示,自2006年以来,产险市场已连续3年出现行业性承保亏损。特别是在过去的2008年,承保亏损更是高达125亿元,综合成本率达106.7%。

而按公安部信息,2009年上半年,中国私人机动车保有量近1.36亿辆,占机动车总量的76.84%。如果按平均3000元的保费概算,车险市场容量当在4000亿元左右。

“以前,面对着如此数千亿元的市场,保险公司却只能得到赔本赚吆喝的结果。而究其原因,是由于中介手续费不断走高以及较高的车险赔付率所导致的车险综合成本率直线上升。”某保险公司车险部负责人指出,“以前,掌握客户资源的代理公司成为保险公司的座上宾,他们通过利用业务量来‘逼迫’保险公司提升手续费比例,加之车险本身较高的赔付率。国内财险公司的车险业务平均利润率在-7%左右。”

其实,一直以来,为了改变这种“有业务、无客户”的渠道窘境,从而实现车险盈利,保险公司求变的想法从无间断过。而作为国内财产保险的龙头企业,平安仿照国外先进模式,率先开拓电话、网络等多项直销新渠道。

“现在,车险市场保费收入增长很快,但综合成本费用也在大幅增长。这就需要保险公司通过成本控制和价格指导两方面来扭转亏损的趋势。”平安电话车险相关负责人表示,“我们都知道,综合成本=综合费用+综合赔付。电话车险直销模式,由于省去了中间代理人,能够在综合费用中降低人力费用,并通过去除销售费用和日益高涨的中介费用,使增加的配送费用等低于所节省的费用。这不仅为保险公司节省了大笔开支,而且明折明扣地反映在了价格上,把价格优惠回馈给消费者。”

有保险业内人士表示,电话车险直销模式所产生的价格差异,是在保证综合成本可控的前提下,最大限度地节省综合费用率,提升综合赔付率空间,从而保证渠道获利。

电销直销异军突起

此次中国平安电话车险渠道盈利能力初步显现,这不仅仅是产品上的创新,实际上更带来了销售渠道的变革。

事实上,电话车险在欧美等经济发达的国家早已成为主流。据麦肯锡研究显示,在美国,电销、网销的保费收入已经超过总保费的20%,到2010年将达到25%-35%。在欧洲,电销和网销增长强劲,且已实现盈利。而国外的经验表明,直销这种模式能够绕开中介的束缚,充分发挥新渠道的优势,可使业务得到长足的增长。

作为中国电话车险的先行者和推动者,平安早已建立了覆盖全国大多数重点城市的成熟的销售、核保、配

热点文章

- 新保险法解读:投保人新添哪...
- 法规部杨华柏博士解读新保险法
- 中国人民大学法学院:热评新...
- 首届学术年会入选论文集目录
- 关于开展第二届保险研究优秀...
- 中华人民共和国保险法(主席...
- 金融危机下的中国保险业:监...
- 《保险研究》征稿启事
- 2008—2009年度中国保监会部...
- 保险巨头押宝中国
- 关于征集中国保险学会首届学...
- 中国保险学会第二届学术年会...

书刊快讯

- 2010年第9期总第154期《保险...
- 2010年第3期总第263期《保险...
- 2010年第8期总第153期《保险...
- 2010年第7期总第152期《保险...
- 2010年第6期总第151期《保险...
- 2010年第2期总第262期《保险...
- 2010年第5期总第150期《保险...
- 2010年第4期总第149期《保险...
- 2010年第1期总第261期《保险...
- 2010年第3期总第148期《保险...
- 2010年第2期总第147期《保险...
- 2010年第1期总第146期《保险...

送和服务平台。而车主只需拨打4008000000便可享受集咨询、快速报价、折扣讲解、免费送单等一站式便捷投保服务。而经过严格培训坐席人员还可提供专业的投保咨询与方案推荐，为车主量身定做最经济周到的投保方案。

其实，电话车险之所以如此吸引人，主要一点还是便宜。毕竟，由于省去了中间代理人，七折基础上还可再享有15%的优惠额度。加之近来车险市场监管力度的加大，越来越多的省市商业车险信息平台的上线以及行业自律行为的开展，这让早习惯于享受高折扣的消费者很可能对这种变相“涨价”保单失去兴趣，同时将为价格相对便宜的电话车险迎来新的发展机遇。

目前，电话车险已经成为一个与传统代理渠道并驾齐驱的投保方式。而短短两年多时间，正是平安电话车险的飞速发展，让国内车险市场上达到12家保险公司开展电话车险直销业务，未来的市场竞争也将日趋白热化。

对此，有保险业内专家表示，无论如何，车险作为一个普及率较高的品种，对保险市场的影响亦不容忽视，且此次平安电销首次渠道盈利，对于所有保险公司而言，在国内可能有更深的标本示范意义。

责任编辑：万济滢

上一篇：[金融产品共享金融风险同控 长三角金融一体化加速](#)

下一篇：[数万亿保险资金陷入投资困局 波段操作暂时搁浅](#)

[相关专题](#)



会员名

密码

登录

免费注册

评论只代表会员个人观点，
不代表本网站观点

■ [直销渠道带动车险实现盈利](#)

■ [甩掉历史包袱 直销带动车险盈利](#)



[联系方式](#) | [LOGO说明](#)

技术支持：北京甘同风险管理咨询有限公司 中国保险网(RMIC.CN)

Copyright(c)1997-2005 www.iic.org.cn All Rights Reserved. 版权所有：中国保险学会 京ICP备05048800号

地址：北京市西城区金融大街15号鑫茂大厦北楼7层 邮编：100033 电话：010-66290379 66290392 传真：010-66290378