

连年亏损凸显商业车险改革的迫切性



每况愈下 漫画 赵春青

□ 李永钧

近日,安华险险、诚泰保险、鑫安车险、中银保险、紫金财险以及中原农业6家财险公司披露的2015年报显示——车险承保业务全部处于亏损状态。此外,首批试行商业车险改革的6个试点地区已经接近一年。有资料显示,虽然车险保费收入有所增长,但更多的保险公司经营状况堪忧。一边是保费收入的与日俱增,一边是车险承保业务的连年亏损,我国车险业多年来一直陷入亏损怪圈,而其中的根本原因又在哪?

2015年6月1日,商业车险改革试点在黑龙江、山东、广西、重庆、陕西、青岛6个地区全面落地,保险公司开始销售新的商业车险产品,执行新的商业车险条款费率管理制度。而依据车险费改方案,各保险公司根据自身风险识别能力、风险成本情况和

风险定价能力,对不同风险水平的机动车和驾驶人厘定不同的商业车险费率。

当下,中国的车险业普遍采取分销合作模式。早年间,保险公司跑马圈地时,为了获得更大的分销份额,保险公司签下大量4S店、维修厂,将其纳入到自己的分销体系之中,碍于与4S店、维修厂难以言说的利益纠葛,审控体系常被束之高阁,这便使得保险公司丧失对其赔付范围的绝对控制权。

而在许多业内人士看来,连年亏损的背后是我国险企分销体系与理赔端利益长期撕裂的结果。多年来保险公司掩埋着一颗“毒瘤”,那就是分销部门和理赔部门仅对各自业绩指标负责,而忽视了对方必须面对的理赔控制和分销难度的难题。

也有分析认为,车险经营持续亏损,一方面与险企把控风险不严、机动

车基数较小相关,另一方面则与车险费改竞争激烈难脱干系。而车险在激烈的竞争中之所以越来越难以盈利,主要是因为市场销售费用、渠道费用太高,综合成本率居高不下。

如果保险公司不能及时通过借助各种新技术、新业态,与后市场实现从“分销合作”转型成“服务融合”,那么在这场变革中,首先被淘汰的恐怕是其自身,而不是后市场机构。事实上,种种迹象也显示出商业车险改革的迫切性,我国车险业已到了重塑行业规则、重新规范行业秩序的临界点。

在这一大背景下,未来,车险公司又该如何适应车险费率改革?

首先,很多保险公司的发展和体制都处于初级阶段,没有形成稳定的市场格局。保险公司必须重新审视自己的分销体系,理顺与4S店、维修厂的关系,引领销售渠道从中介向直销渠道改革,减少对传统分销体系的过分依赖。由于

我国已拥有足够大的汽车保有量,并已进入二次购车阶段,消费者对车险具备了初步认知,亟待建立交通行为安全性为导向的车险价格形成机制。其次,控制好无关赔付和超额赔付无疑是必须攻克难题,要建立起“定损核损模型”同时加强与后市场深度融合、有序发展,参与到车险与后市场产业链的融合和协作之中。

也有专家认为,解决目前的困局,保险公司或许可以通过转变盈利点,即通过车险等业务获得现金流,更多专注于投资来提高收益,而不仅是从保费中赚钱。

因此,这需要各方努力,多管齐下,继而理顺销售与维修方之间的利益关系,打破行业垄断,与后市场深度融合,控制好无关赔付和超额赔付,有关部门应不断加强监管力度。惟有如此,车险业才能早日走出亏损怪圈,实现良性有序发展。

汽车有害物质和可回收利用率管理宣贯会举行

本报讯(记者罗筱晓)5月13日,中国汽车技术研究中心在北京组织召开“汽车有害物质和可回收利用率管理”宣贯会。在宣贯会上,中国汽车技术研究中心数据资源中心相关专家为到会的国内外汽车企业详细介绍了《汽车有害物质和可回收利用率管理要求》要点,企业申报流程及要求,通过对当前企业已经申报的管理保障措施说明、可回收利用率参数、有害物质信息表等进行分析,展示了我国汽车行业有害物质和可回收利用率管控进展及技术水平。

据悉,这是自2015年6月1日工业和信息化部发布《汽车有害物质和可回收利用率管理要求》后,首次召开的大规模落实推进会议。作为推动汽车工业绿色化转型的重要措施,工业和信息化部已于今年5月3日正式发布《载客车辆(M1类)车型的国家标准<汽车禁用物质要求>符合性情况名单(第一批)公告》。

深圳举行第二届汽车文化节



5月13日,广东省深圳市,2016年第二届深圳汽车文化节在深圳中心公园举办。作为深圳文博会(中国(深圳)国际文化产业博览交易会)的重点专项活动,今年的汽车文化节不但活动规模更大,还加入丰富多彩的复古文化内容和趣玩项目。

视觉中国 供图

上汽通用汽车为德科庆生共启新程

本报讯5月10日,上汽通用汽车隆重举办旗下全球著名汽配品牌德科创立100周年庆典。作为美国汽车独立售后市场的知名品牌,ACDelco(德科)在整整一个世纪的发展历程中,为一代又一代车主呈献了高品质的产品和服务。

今年1月,上汽通用汽车正式承接这一售后零部件百年品牌,并整合全球优势资源,推出全新的汽车配件品牌——德科,开创了国内主机厂经营汽车后市场零配件品牌的先河。根据发展规划,通过整合通用汽车与上汽通用汽车的全球优势资源,德科品牌将不断扩大国内经销网络,品牌经销商将从目前八十余家的规模逐步扩展到120家;业务比重要从目前的贸易为主,发展至服务占绝对比例。上汽通用汽车总经理王永清表示:“作为企业‘2020战略’前瞻布局的重要落子,德科品牌的推出,充分体现上汽通用汽车对消费者需求及市场趋势的洞察与把握。”(东升)

中国汽车越野赛福清赛落幕

本报讯为期两天的中国汽车越野巡回赛(简称COT)2016赛季厦门国际银行杯福清公开赛日前在福建省福清市落下帷幕。这场被誉为国内水平最高、参赛车辆最多、现场观众最多的场地越野嘉年华,吸引了国内众多顶级赛车手、200多辆赛车、数千辆观光车辆和数以万计的群众观赛。

比赛冠名赞助商——厦门国际银行营销副总监缪少华表示,中国汽车越野巡回赛与国内现有的汽车赛事的最大不同在于参加比赛的选手将不全是职业车手,使用的车辆也不再全部选用专用赛车。

据悉,该项赛事全年分为10站比赛,共有专业组、公开组、量产组和巾帼组四个组别,采用预赛、半决赛、决赛的国际通行比赛流程进行。中国汽车越野巡回赛2016赛季厦门国际银行杯福清公开赛由福清市人民政府、福建省社会体育指导中心主办,由上海信体体育文化发展有限公司、知行如是(北京)文化传播有限公司协办,由越野e族福建大队协助。

日产。有分析人士推测,日产先曝光再收购,令其最终收购成本大幅下降。

抱团取暖 日本汽车行业整合成趋势

日产成为三菱汽车最大股东后,三菱汽车仍将保持自主经营,品牌也会被保留。未来,两家公司除了共同研发轻型车外,还将在电动车、燃料电池车研发领域加强合作,以应对将混合动力车和燃料电池车定为发展方向的丰田和本田。

日产最新统计显示,2015年日产全球销量为542万辆,雷诺—日产联盟的总销量约为852万辆,如果加上三菱汽车,总销量将达约959万辆,直逼以984万辆销量排名世界第三的美国通用。

而在日本国内,去年销量达1015.1万辆的丰田(含大发和日野)是毫无疑问的最强车企。而日产在收编三菱之后,扩大了对本田(去年全球销量为467.3万辆)的优势,缩小了与丰田的差距。

由于研发新能源车、自动驾驶技术等投资巨大,很多小型日本车企开始和大公司缔结合作关系。大发工业公司今年8月起将成为丰田全资子公司,马自达去年也基本确定与丰田建立全面合作关系,富士重工业公司也在接受来自丰田的出资。

在三菱汽车纳入日产旗下后,目前与大公司没有资本或技术合作的只剩铃木。有消息称,铃木从长期来看也有与丰田合作的可能。因此,整合成为趋势,未来日本汽车行业将被大公司垄断。(新华社电)

4月份北京新车交易同比下降7.37% 预计北京小客车摇号中签率将不断降低

本报讯(记者王群)北京北辰亚运村汽车交易市场中心近日发布报告显示,4月份,北京新车交易35200辆,同比去年38000辆下降7.37%,增幅低于全国数据13.69个百分点;环比增长5.39%,增幅高于全国18.4个百分点。

4月份,北京进口车交易3850辆,同比下降24.51%,环比增长10.63%;进口车交易量占新车销售总量的10.94%

分析指出,4月份,北京的新车销售保持了历年同期环比增长的趋势,但受北京国际车展的影响,销售呈前高后低的趋势。北京国际车展对新车销售市场整体虽然起到强劲的推动作用,但往往会在展会之前和展会期间起到延迟消费的作用。因此4月底的国际车展对北京4月的新车实际销售有所抑制。进口车销售继续呈下滑趋势,虽然比3月同比29%的下滑幅度略有回升,但将近25%的下滑幅度仍不乐观。

4月份北京二手车成交过户57180辆,

同比下降8.80%,环比下降11.35%,4月北京二手车外迁率34.42%,新旧车比例1:1.62。

北辰亚运村汽车交易市场中心预测,随着北京国际车展的结束,车展期间积攒的购买欲望以及购车订单将开始释放,5月初北京新车销量的增长预示5月份新车销售将有所恢复。5月份北京新车交易将呈现环比小幅增长,同比小幅负增长。进口车仍将保持低迷状态,5月份的销售同比还将呈现大幅下降趋势。整体旧车交易过户数量与去年同期将基本持平,报废车数量会继续同比下降。

值得一提的是,北京市年内第二期摇号中签率再创新低,普通小客车中签率为0.14%,中签比例693:1,新能源指标也已认领过半,北辰亚运村汽车交易市场中心预测,北京市小客车摇号中签率将不断降低、新能源指标也将是“洛阳纸贵”,这将会成为今后北京机动车摇号“新常态”。

东风神龙汽车公司发布两项重大转变计划

本报讯(记者邹明强)5月11日,记者在神龙汽车有限公司面向2020年的中期事业“5A+计划”发布会上获悉,神龙公司将着力“从提供汽车产品向提供出行服务”转变、“从传统单一业务向多样化新型业务”转变,主动融入开放共享的出行服务生态圈,为处于“常态化微增长”时代的中国车企探索全新发展模式。

过去五年,神龙公司年产量基本上实现翻倍,并以年均13.9%的销量增长速度,超越市场平均增长速度3个百分点;随着市场增速逐步放缓、行业竞争激烈化,绿色智能产业化,消费需求多样化,尤其重要的是,用户的消费习惯正在从“拥有”汽车转变为“用车”体验。基于这一重要变化,神龙公司此次

“5A+计划”进行两项重大转变。

为成功实现“为客户出行提供综合解决方案”这一战略转型,神龙公司明晰五大战略举措,这主要包括,形成“智能化制造、国际化研发、平台化共享、一体化管理”四大体系,全面提升运营效率;推进产品换代、技术升级的发展步伐。未来五年,神龙公司将共计投放34款新车型;通过采用新材料运用新工艺、严格控制质量水平等硬件与软件两个方面,夯实质量基础,提升质量能力;通过刷新品牌定位、传播品牌优势、推进品牌差异化等品牌经营策略,焕发品牌年轻活力;强化互联网思维,大数据分析运营能力,着力在精准洞察客户需求、敏捷提供服务响应、创造自由的出行体验上寻求新突破。



青岛国际车展: 平均每分钟有六辆汽车被订购

5月16日,山东省青岛市,第十五届青岛国际车展进入尾声,客流量依旧保持高峰状态,销量持续“井喷”,一天有3800多辆新车卖出,平均每分钟有六辆汽车被订购。图为青岛国际车展奇瑞汽车公司的促销宝贝老虎模型。

视觉中国 供图

先举报再收购,日产将成为三菱第一大股东

日产收编三菱:整合或成行业趋势

新华社记者 钱铮

日本日产汽车和三菱汽车12日达成协议,日产将收购三菱34%股份,成为其第一大股东。业内人士认为,对于深陷油耗数据造假丑闻的三菱汽车,以及拥有强大扩张野心的日产来说,此次合作是双赢举措。而日产收编三菱也凸显日本汽车行业的整合大势。

屡曝诚信丑闻 三菱深陷困境

三菱汽车曾经风光无限,2000年时是继丰田、日产、本田之后的日本第四大汽车生产商。但过去十多年来,三菱被曝出各种诚信丑闻,经营状况每况愈下。

2000年和2004年,三菱汽车客车部门、卡车和巴士部门先后被曝在长达20多年时间里隐瞒了十几款车型的故障信息,涉及至少70万辆本该召回的车辆,并导致两起用户死亡事件。

丑闻曝出之后,当时三菱汽车最大股东

戴姆勒—克莱斯勒终止了与它的资本合作,三菱汽车濒临破产。最后,三菱集团旗下的三菱重工业、三菱商事和当时的东京三菱银行出手,才令三菱汽车“死里逃生”。

不过,这次三菱集团的态度完全不同。大股东三菱重工业本来就有意在2016年出售部分股份,让三菱汽车自力更生。业内人士透露,在2004年援手时,集团内部就已达成共识:“这是三菱集团最后一次提供支援”。

在本次丑闻曝出之后,三菱重工业一名当年参与救助三菱汽车的资深人士冷淡地说,救助真的保护得了三菱品牌吗?

先举报再收购 日产扩张野心不小

本次丑闻曝出之后,三菱汽车手头尚有3000亿日元资金。虽然资金尚不至于捉襟见肘,但三菱汽车管理层认定,单靠自身力量难以脱困。

在寻求外部帮助时,三菱汽车董事长益

子修第一个想到的就是日产,因为从2011年开始双方就在轻型汽车研发方面展开合作。通过和公众形象优秀的日产合作,不仅可以挽回消费者信任,也可以引入外部公司管理思路,改变企业积弊。

而对于日产来说,进一步扩张规模也是战略发展方向。日产在1999年和法国雷诺结成雷诺—日产联盟,2010年该联盟和德国戴姆勒集团进行资本合作,合作阵营进一步扩大。

对雷诺—日产联盟首席执行官卡洛·戈恩来说,将三菱汽车收归旗下是扩展亚洲市场的重要一步。目前三菱汽车的营业利润中,超过一半来自亚洲市场。而相比丰田和本田,日产在亚洲市场的占有率较低,因此三菱正好可以弥补日产短板。

戈恩和益子修在12日的联合记者会上都表示,两家公司迟早都会合作,造假问题使之提前了。事实上,此次造假问题被曝光,导火线正是日产对三菱提供的轻型车进行油耗测试,发现问题后向监管者举报三菱的也是