

千呼万唤始出来。备受关注的“三马同槽”结盟卖保险一事,终于有了实质性进展。由阿里巴巴的马云、中国平安的马明哲、腾讯的马化腾联手设立的众安在线财产保险公司,目前已走完监管审批流程,预计保监会很快将正式发布同意其筹建的批文。

这是中国平安乃至整个保险业在互联网新金融创新上的一次“破冰”。“众安在线”或将突破国内现有保险营销模式,不设分支机构、完全通过互联网进行销售和理赔,主攻责任险、保证险等两大类险种。而随着记者的深入了解,神秘的领导班子成员亦“浮出水面”。

马云马化腾联手建保险公司

荐神秘富商任董事长

不设分支机构全程网络销售成亮点

从去年4月递交筹备申请算起,“众安在线”拿到筹建牌照用了不到一年时间。从较快于同业的审批周期上可见,对于互联网保险创新,保监会表现出开明、开放的监管思路。

“众安在线”之所以备受各方关注,主要有两点:一是夺人眼球的股东背景,马云、马明哲、马化腾,均是叱咤于中国商界的风云人物;二是头顶“创新”光环,经营模式、产品研发都是“前无古人”。

对于股权架构,本报曾于去年9月进行过报道。牵头方为阿里巴巴,持股比例19.9%,是最大单一股东;中国平安、腾讯分别以5%并列为第二大股东。

而随着本报记者近日进一步采访了解,除这三家主要股东之外,另有六家中小股东“浮出水

面”。分别为:携程、优孚控股、日讯网络科技、日讯互联网、加德信投资、远强投资,主要为网络科技或投资公司。

对于股东角色的分配,业内人士分析认为,阿里巴巴是中国最大的电商平台,旗下拥有大量企业及个人客户,不但可以成为财产保险的购买者,其信用水平和交易记录亦可成为“众安在线”研发新产品的载体;而中国平安擅长于保险产品研发、精算、理赔,旗下庞大的销售及理赔团队,可成为“众安在线”的强大保障;腾讯则拥有广泛的个人用户基础、媒体资源和营销渠道,为未来“众安在线”的发展和推广铺平了道路;其余中小股东在网络科技上,也具有一定的资源及人才优势。

更令业界瞩目的是,这家新公司突破了国内保险业现有营销模式。根据“众安在线”的内部规划,除注册地在上海外,该公司将不设任何分支机构,完全通过互联网进行销售和理赔。而在产品研发上,亦将避开传统车险业务,而专攻责任险、保证险这两大非车险专业险种。

“股东希望新公司有所创新,不仅体现在销售渠道,还要延伸到产品研发。”知情人士称,比如目前市场潜力较大、专业程度较高的各类责任险,以及履约保证、信用保证等保证保险。

据记者采访了解,目前国内专注于这些专业险种的保险公司并不多。虽然很难如车险般做大规模,但这些非车险产品的含金量(利润、价值)很高。

“三马”举荐神秘富商出任董事长

虽然“三马”的名声享誉于中国商界,但在这次联手试水互联网金融创新上,他们却甘居于幕后。

据媒体辗转了解,“众安在线”拟任董事长是一位名为“欧亚平”的神秘富商,系“众安在线”其中一家中小股东的投资方代表。据消息灵通人士透露,欧亚平出任董事长一职,乃“三马”联合举荐。

欧亚平为人低调,在媒体上鲜有曝光,曾荣登胡润百富榜,被国内投资界视为胆量十足、投资眼光独到、充满传奇色彩的商人。公开资料显示,他出生于湖南长

沙,曾经在南京做过大学教师,在家乡做过外贸经理。他的第一桶金来自上世纪九十年代初香港的石油贸易,之后在深圳投资开发房地产和金融投资,曾经是招商银行的董事。目前他持有百仕达控股、威华达控股、港华燃气等多家香港上市公司股权,近年来,事业渐渐转向内地资本市场。

除欧亚平之外,“众安在线”股东方还从业内挖角了一名职业经理人出任总经理一职。据知情人士透露,拟任总经理尹海,曾任华泰财险营销总监。一位业内人

士告诉记者,令华泰财险近年来品牌知晓度大大提升的“退货运费险”(携手淘宝推出),便是由此人牵头负责。

至于其余领导班子成员,知情人士透露称,目前尚未最后确定。而欧、尹两人的任职资格,也有待保监会进一步批准。

值得一提的是,由于“众安在线”未来专攻责任险、保证险这两大非车险产品,涉及的专业性较强,因此对于“众安在线”的专业团队能力及人才建设,具有一定的挑战性。



各路资本急涌金融业打响销售攻坚战

“三马结盟”是各路资本急涌互联网金融的典型案列,背后折射的是大多数行业在传统销售渠道遭遇瓶颈下的紧急突围。

就拿中国保险业来说,目前正陷入销售“寒冬”,面临的瓶颈主要表现在产品同质化、渠道同质化,产品没有竞争力和吸引力。

于中国平安而言,一方面可通过这家新公司,探索金融营销革命、突破产品及渠道同质化的瓶颈;另一方面将借助这次合作,未来得以共享阿里巴巴、腾讯数以亿计的客户资源,大大拓宽了潜在客户群体。

同样,阿里巴巴、腾讯、携程等也可将中国平安的金融客户进行“二次开发”。中国平安旗下设有银行、证券、信托、基金、寿险、养老险、健康险等诸多子公司,这些都可以转化为成为它们的网络客户。

然而,并非所有的金融机构都能效仿“三马结盟”的合作途径。受资本掣肘、资源不匹配等原因,目前,多数保险公司都不具备

与互联网巨头股权合作的条件。

但在消费理念、消费结构日趋转变,保险传统销售渠道日渐乏力的大环境下,保险公司纷纷使出不同的“杀手锏”,参与到这场互联网金融革命中。“e时代”金融销售攻坚战扑面而来。

从目前的攻坚战况来看,数十家保险公司开展了网络销售,推出了在线商城。与此同时,还频频向淘宝等互联网平台示好,通过代理合作来寻找保费增长的突破口。就在去年年末,一家名不见经传的中小保险公司借道淘宝网创下“三天一个亿”的销售额,令业界啧啧称奇。

保险业掀起互联网创新革命,与其说是保险公司基于对市场转型研判的战略选择,不如说是基于对保险产品供给与普通消费者需求之间关系的深刻理解。

正如一家保险公司总裁在其内部大会上所言,“我们未来的潜在客户,他们在哪里?答案就是:在网上。我们必须跟随80后、90后的消费习惯改变而改变。”

茅台和五粮液因实施价格垄断被罚4.49亿元

据经济之声报道,记者19日从国家发改委相关部门了解到,茅台和五粮液因实施价格垄断被罚4.49亿元,所罚金额是上年度两家酒企销售额的1%。

茅台集团此前曾发布声明称,根据国家价格监督检查与反

垄断局和贵州省物价局的检查情况,公司决定取消以前违反《反垄断法》有关的营销政策,立即进行彻底整改,具体措施随后公布。根据声明内容,贵州茅台决定取消此前公司实施多年的“限价令”。

报告称中国私车将破亿 10年内百户拥车将达60辆

近日,中国社科院一份《中国汽车社会发展报告2012-2013》显示,中国汽车工业的产销增速已经放缓,不可能出现几年前“井喷式”的增长,但由于国内汽车产销量都近2000万辆,未来汽车保有量增加仍非常惊人。

该报告主编、中国社科院社会学所副研究员王俊秀表示,去年,中国每百户家庭私人汽车拥有量超过了20辆。报

告预计,到今年第一季度,中国私人汽车拥有量将破亿,10年左右每百户汽车拥有量将达到或接近60辆。

王俊秀认为,汽车的限购和限行引发了汽车产业界的不安和反对,形成了增长和限制的矛盾。未来几年,将会出现一线城市、部分二线城市,甚至一些三线城市汽车限制性政策密集出台的局面,“增长”和“限制”的矛盾将更加突出。

春节14城市楼市成交面积涨幅超一倍

中指院最新发布的中国主要城市春节期间楼市交易数据显示,受监测的27个城市同比普遍上涨。

中指院称2013年春节期间(2月9日至2月15日),从成交面积来看,重点监测的27个城市楼市成交面积较去年春节同期(2012年1月22日至1月28日)相比,其中同比上涨的城市达21个。

记者注意到,这21个城市中有14个城市成交面积涨幅超过一倍,其中贵阳同比涨幅最大,达到2675%;其次是温州,涨幅达1433.33%。此外,在重点监测的北京、天津、上海、杭州、武汉、南京、广州、深圳、成都、重庆等10大城市中,同比涨幅最大的为成都,成交面积较去年同期上

涨227.78%。

27个城市中,另有6个城市成交面积同比下降,其中武汉跌幅最大达93.56%,其次是深圳,跌幅达92.86%。

值得一提的是,受春节长假期间网签暂停影响,北京全市二手住宅交易量陷入谷底。但是春节期间,尤其是正月初三之后,房源供应量和客户需求量明显增多。来自伟业我爱我家集团的统计数据显示,2013年春节长假期间,北京二手住宅市场新增客户登记量同比去年春节假期大幅上涨了170%,新增房源登记量也同比翻番。

伟业我爱我家集团副总裁胡景晖分析表示,春节前二手楼市的价齐升,以及未来房价仍将持续上涨的预期,使得春节期

间购房人群的恐慌性心态依旧持续,购房热情依旧不减。随着假期结束,网签恢复,北京二手住宅市场将快速走出春节假期的低谷,交易量将基本恢复至假期前的水平。

该机构的统计数据还显示,2013年2至3月期间,北京市有36个项目计划开盘,如果这些楼盘均按照计划推出,3月新增住房供应套数将超过14000套,可能成为近四年同期供应量最高值。

胡景晖指出,目前再度出台更为严格的“限购、限贷”政策的可能性不大。因此,今年的楼市调控或将更偏向于通过制度、税收等手段力促市场供应,包括土地供应、商品住宅供应、存量房供应、保障房供应等。