

“3·15诚信金融·大河在行动”系列报道

河南银行保险业启动“3·15教育宣传周”

□策划:大河报·大河财立方 执行:记者 徐曼丽 席韶阳

为了推动银行业和保险业消费者权益保护工作,引导银行保险机构提升服务质量和效率,中国银保监会本周推出“3·15教育宣传周”活动;在河南,河南保险业“3·15消费者权益保护教育宣传周”本周也同步推出。

随着消费者权益保护工作的不断推进,一度曾占据投诉热点的保险消费投诉近年来也在明显下降。据银保监会近日通报的2018年保险消费投诉情况显示,2018年,银保监会及其派出机构共接收涉及保险公司的保险消费投诉88454件,比上年同期下降了5%。

315
~2019~银行业和保险业消费者
权益保护教育宣传周

简讯

中行手机银行
电子社保卡签发全省上线

近日,中国银行手机银行电子社保卡签发全省上线。通过中国银行手机银行,足不出户即可实现电子社保卡自助申领。电子社保卡是社保卡线上应用的有效电子凭证,与实体社保卡一一对应,具有身份凭证、信息记录、自助查询、医保结算、缴费及待遇领取、金融支付等功能。电子社保卡目前已实现电子社保卡签发、开通缴费结算、设置修改密码等功能。F

(记者 席韶阳 通讯员 刘懿)

兴业银行绿色债券业务
获气候债券倡议组织大奖

近日,气候债券倡议组织在英国伦敦揭晓第四届“绿色债券先锋奖”,兴业银行荣获“2018年度新兴市场国家最大绿色债券发行”奖。该组织首席执行官肖恩·基德尼说:“作为中国最大的绿色债券发行人,兴业银行为推动新兴市场国家绿色债券市场发展、增强国际投资者信心作出了突出贡献。”F

(记者 席韶阳 通讯员 杜红涛)

焦作中旅银行
举办以案促改警示教育大会

为进一步强化员工的廉洁自律意识,近日,焦作中旅银行召开以案促改警示教育大会,该行各管理部门、重要岗位人员等百余人参加了会议,通过案例宣讲,警示员工廉洁自律,提醒金融从业者必须时刻保持清醒头脑,戒贪节欲、居安思危、防微杜渐、抵制诱惑、警钟长鸣。F

(记者 席韶阳 通讯员 郭春晖)

河南保险业启动
“3·15教育宣传周”活动

大河报·大河财立方记者从河南省保险行业协会获悉,3月11日起,河南省保险行业协会及保险机构开展为期一周的保险宣传活动。活动口号为“以消费者为中心优化服务”。

河南省保险行业协会有关负责人表示,河南保险业“3·15消费者权益保护教育宣传周”期间,河南省保险行业协会的重点工作包括5大块:发布及展示河南保险业2018年度典型赔案;发布并签署河南保险业诚信倡议书;开展保险“进社区”“进广场”大型宣传等活动。此外,为提升消费者权益保护整体形象、凝聚行业力量、统一教育宣传活动风格、增强辨识度,本次活动使用统一名称、统一标识(如图)。

“河南保险业‘3·15消费者权益保护教育宣传周’活动,其实也是银保监会‘3·15教育宣传周’活动的一部分,为了推动银行业和保险业消费者权益保护工作,引导银行保险机构提升服务质量和效率。”该负责人介绍说,活动旨在引导银行保险机构强化服务意识,规范市场秩序,注重服务质量和效率;增强消费者对金融产品和服务的认知能力,引导消费者依法、理性维权,优化金融生态环境,以更好地满足人民群众日益增长的美好生活需求。

大河报·大河财立方记者查阅中国银保监会官网看到,“3·15教育宣传周”活动时间为3月11日至15日,这也是银行业和保险业首次共同开展消费者权益保护教育宣传活动。该活动包括三个方面:一是提升金融服务品质。二是普及金融消费安全知识。三是引导消费者依法维权。

目前,河南各大银行、保险公司已经行动起来,纷纷推出自己的3·15活动,普及金融消费安全知识,更好服务消费者。

保险投诉同比下降5%
金融消费维权,从我做起

平安人寿河南分公司近日召开2019年“以消费者为中心优化服务”消费者权益保护教育宣传周工作部署会,河南分公司总经理许健在会上要求全体内外勤员工严守风险底线,落实主体责任,强化消费者权益保护动作,巩固消费者权益保护成果。

太保产险则推出第十五届“3·15”保险服务月活动,通过微信渠道推广“保险消费十问十答”“保险消费者尊享八大权利”等精心制作的内容,普及金融消费安全知识,引导消

费者依法维权。

民生银行郑州分行也组织辖内机构开展“消费者权益保护教育宣传周”活动,以营业网点为基础阵地,以社区宣传为拓展内容,采取多种形式的宣教方式,强化员工的服务意识,提升金融消费安全意识,引导消费者依法、理性维权的意识。“保险行业的消费者权益保护宣传推进多年,成效也在逐渐显现”。

河南省保险行业协会相关人士介绍说,根据银保监会近日通报的2018年保险消费投诉情况显示,2018年,银保监会及其派出机构共接收涉及保险公司的保险消费投诉88454件,同比下降5%。而随着互联网的普及,2018年互联网保险消费投诉10531件,同比大幅增长121.01%。

其中,2018年,财产保险投诉主要集中在机动车辆保险理赔,占财产保险公司投诉总量的79.86%。投诉主要反映承保时未充分说明义务导致理赔争议、保险责任认定不合理、定损金额争议、理赔时效慢、理赔资料繁琐等问题。

人身险方面,销售纠纷问题仍较突出,占人身保险公司投诉总量的42.63%。投诉主要反映夸大保险责任或收益、未明确告知保险期限和不按期交费的后果、未充分告知解约损失和满期给付年限、虚假宣传等问题。

统一监管顶层设计之下
资管产业链的重塑

北京大学汇丰金融研究院执行院长
香港交易所董事总经理、首席中国经济学家
中国银行业协会首席经济学家

巴曙松专栏

□巴曙松 周冠南

“资管新规”及其配套细则落地,意味着资管行业将从不同子行业的分化监管向统一监管转变。“资管新规”提出要将“机构监管与功能监管相结合”,将“功能监管”作为未来资产管理行业监管的重要原则,按照产品功能和特性对资产管理产品进行划分,同类产品适用同等规则,弥补交叉性金融业务的监管漏洞,力求实现对各类机构开展资产管理业务全面、统一的覆盖。在统一监管框架下,基于监管套利、牌照资源的通道业务发展模式将受到制约,行业发展将回归资产管理本质,对资产管理机构的评判标准也将重塑。

通过打破刚兑、规范资金池模式、遏制通道业务,可以倒逼金融机构回归到以主动管理为核心的业务模式。当资产管理机构为客户管理现金或其他资产时,资产管理机构与客户之间本质上是一种信托关系,并不承担资产投资运作的损益。新监管框架下,“打破刚兑”

成为资管行业的重要原则,资产管理机构需要通过自身的主动管理能力、风险管理能力提升产品业绩、吸引客户,而非简单依托牌照优势进行规模扩张。行业发展将回归“受人之托、代客理财”的资产管理本质。

依据传统的微笑曲线理论,资产管理行业上游是产品的研发、配置和投资;下游是客户渠道和服务;中游是低附加值的通道业务。过去资管行业多依赖牌照优势发展产业链中游的通道类业务,未来在新的监管环境下,机构不能再简单地依靠规模获取利润,而要逐步通过向产业链上下游的扩展来提升利润率,行业发展质量有望得到提升。

行业生态新格局的进一步重塑,将通过各个子行业之间竞合关系的重组来完成。未来商业银行成立理财子公司后,银行理财将加入非银金融机构的行列,使得资管行业竞争格局出现新变化。各子行业之间的竞合不再以不同的监管和牌照作为区分,而是以各类机构在资管产业链上的位置及所提供产

品的差异化作为划分,位于产业链上游的机构将产品创设和资产管理运作能力提供给位于产业链下游具备客户优势的机构,处在产业链同一位置的机构则需要面临来自相互之间以及不同子行业的竞争。

行业生态重塑过程中,资产管理机构核心竞争力也将发生变化。伴随资管行业整体增速放缓,资产管理机构的核心竞争优势将转变为在同等监管和竞争环境下,深耕产业链某一位置上的特色优势。不同资产管理机构在寻找自身优势时,应根据行业特征匹配产业链的位置和优质资源。此外,具备全产业链覆盖能力的机构将向行业头部机构集中,全能型资管机构在国内将初露锋芒。

较快适应新游戏规则的资管机构能够占据先发优势。对于资产管理机构而言,新业务模式在形式上的改变较为容易,主要是按照相应监管规则设计新的产品和制度。首先,打破刚兑之后资产管理机构应搭建更加完善的合规

销售体系。过去,银行理财片面追求规模排名,在新的行业发展趋势下,资管机构应重新构建合规销售体系。其次,在产品模式转型的同时,资产管理机构应尽快根据业务需求建立有竞争力的投研体系、产品体系、风控体系和后台系统。未来能否提升主动管理能力并将自身优势与对应客户相匹配,是资管机构制胜的关键。

从中长期看,资产管理机构需要在识别传统资源禀赋和后期培育优势的基础上,完成本机构在行业发展过程中的战略定位。资产管理机构既可以依托资源优势构建全产业链的战略布局,也可以选择某个细分领域突出专业化优势。在业务选择方面,资产管理机构可以有针对选择业务方向或业务特色,在此基础上,可以通过战略联盟等手段,加强产品和渠道之间的拓展,开发交叉产品,加强各业务单元间开展交叉销售、联合推介的力度,从而在市场上形成差异化竞争,在新的行业版图中占据一席之地。