

微信保险风生水起 险企触网集体井喷

保险渠道“革命”或悄然而至

□本报记者 费杨生

“继续求关爱！已有34人为××送关爱，保额已高达35000元。”在微信朋友圈里，这样的文字和链接迅速流行。

这是泰康人寿正在内部测试的一款微信防癌保险产品。“我们定于28日正式上线，目前的支付用户共约5万人。”泰康人寿保险创新事业部副总经理丁峻峰说。

业内预计，互联网保险具有成本低、信息透明、覆盖广、效率高等属性，将给传统保险业改革发展带来无限空间，未来将有越来越多的保险公司加入“触电”大军，但要想掌握先发优势，借助渠道力量获得行业话语权，必须走差异化竞争这一另类路线。

互联网保险井喷

“我们这款求关爱微信产品主要出发点是让消费者理解保险的保障、互助本质。”丁峻峰说，互联网已给保险企业经营模式、产品创新带来了巨大的影响，产品设计从销售渠道愿意卖变为客户愿意买。

在她看来，客户有主动需求的、适宜标准化的产品，比如短期意外险、旅游险、理财产品等将是互联网保险产品短期发力的主要产品，而符合互联网开放、平等、协助、分享精神的社交化产品以及依据大数据开发的产品如退货险，将是未来产品创新的重点。

“求关爱”正是泰康人寿保险产品社交化

的一个尝试。根据介绍，客户“只需花1元就可以获得1000元防癌保障，转发到朋友圈，小伙伴最高可以为你追加到10万元保障。其中，18—39岁1元钱可以买1000元保额，40—49岁1元能买300元保额”。近来，泰康在微信运用上频频发力，推出了1分钱抢80万春寿险；推出“泰康微贷”，将微信服务与保单贷款相结合，以方便客户保单贷款；推出“易理赔”，利用微信、手机终端，泰康在线等网络媒介实现全流程线上理赔。对于网销产品如何核保，丁峻峰说，对于一些保额较低，客户年龄比较年轻的产品是免核保的，其他产品则需要线下核保，线上完成。

中国保险行业协会人身保险工作部主任杨文梅说，互联网保险发展太快了，行业已有近一半公司接触了网络渠道，大部分公司经营时间在1—2年，新兴公司更是希望通过互联网保险找到业务的突破口。丁峻峰认为，互联网保险业务将给传统保险业注入活力，费率市场化改革将给网销产品创新带来更多空间。

中国保险行业协会发布的保险业首个互联网保险发展报告显示，2011年—2013年，经营互联网保险业务的公司从28家上升到60家，年均增长率达46%；保费规模从约32亿元上升至291.15亿元，年均增长率达201.68%；投保客户从815.73万人增至5436.66万人，年均增长率达158.16%。数据显示，2013年，在60家公司中，互联网保险规模保费排名前5位的公司分别为人保财险、平安财险、太保财险、国华人寿、泰康人寿。

资金宽松推动A份额回暖 B份额销售压力犹存

分级债基生存尴尬未解

预计A份额的发行会较难推进，从投资者的反馈看，这一收益率还是有一定吸引力的。

分级债B处境尴尬

去年年底以来，在分级债A遭遇大规模赎回的背景下，基金公司在分级债基的产品设计上均做出了改进，或者提高A份额约定收益率，或者挂钩更为市场化的利率，以此措施“挽救”处于生存困境中的分级基金。不过，A份额的问题目前来看尽管得到了一定的缓解，B份额所处

差异化路线避免同质化竞争

在一些险企人士看来，目前互联网保险存在线下产品直接转到线上销售，以及通过高渠道费用争夺客户的现象，这将导致互联网保险产品的同质化竞争，从而使互联网保险的发展环境恶化，保险公司的网销产品必须走差异化路线。

国华人寿认为，随着越来越多的保险公司通过互联网销售产品，在线投保的成本会越来越高，拟在未来几年将具备高黏性客户转移到公司官网。引导客户通过官网购买公司产品是将来互联网销售的主要渠道。此外，国华人寿拟加大产品创新力度，设计出更多符合消费者需求的产品。

泰康人寿2014年在网销市场上继续实施创新差异性产品策略，将产品简明化、多样化、社交化，同时加大市场投入，线上线下整合宣传，提升会员活跃度，努力在产品服务升级上有新的突破。

招商信诺人寿北京分公司总经理王涛介绍，招商信诺已将打造数字化营销和服务平台作为公司的关键性战略之一，当前网销业务主要模式分网上直通、网电融合两种。未来3—5年，招商信诺将在以客户为中心的前提下，基于对目标人群的分析，推出适合网销渠道的产品，并通过拓展获客渠道，优化网上产品展示形式、产品筛选和购买流程，从而实现网销转化率的持续提升和网销业务规模的不断扩大。

管控风险应对人才短缺挑战

随着互联网保险的迅猛发展，保险公司也

面临网销业务支付安全、信用风险和人才短缺等挑战。国华人寿副总裁张文杰认为，互联网的公开透明遏制以往产品销售中存在的销售误导问题，而且网销产品不仅需要报批，而且公司内部监管也非常严格，法律部、合规部都会介入，风险管控力度很强。

互联网保险发展报告认为，除了信息安全、产品风险，保险公司还存在不少业务风险。比如，互联网保险产品目前主要集中在理财型产品，基本保障型产品相对比较缺乏。这些产品虽然提高了保险公司的保费收入，但由于期限短，到期时可能遭遇集中退保，会给保险公司带来流动性压力，造成资产负债匹配风险。还有保险公司人士认为，互联网保险产品一般有单次购买价格低的特点，这会给保险公司带来客户会否恶意投保的风险。

此外，互联网保险业务发展还面临人才短缺的挑战。一位险企高管坦言，搞传统保险的人来做互联网新事物总是味道不对，产品设计、互联网推广、运营管理、数据分析和用户体验方面的人才非常短缺。

上述报告建议，监管层应尽快制定互联网保险监管办法和指导性意见，逐步建立适合互联网保险的风险预警指标体系，加强日常监测的频率，对可能发生的问题进行预报、分析、指导，及早预防、处置，并完善互联网保险服务体系和相关技术标准，确保网络交易安全，反对不正当竞争，探索成立互联网客户权益保护中心，逐步完善基于互联网的风险防控体系。

直接导致基金整体规模较小。B份额投资者的谨慎态度也缘于对于下一阶段债市行情并不确定。事实上，在年初如火如荼的行情中，不少债券投资人士也担心行情的可持续性。“就在市场多数人还沉浸在每日估值节节向下的喜悦中，敏锐的交易员们已经嗅出了暖春背后隐藏的点点危机。原因很简单，一旦央行态度转向，这种流动性的盛宴是否会戛然而止？当前由配置行情推动的牛市是否又要告一段落？”交银月月丰基金经理赵凌琦说。

鹏华基金梁浩：精选环保类上市公司

今年开局以来，环保行业成为A股的领涨板块之一，机构投资者对该行业的偏好急剧升温。鹏华环保产业拟任基金经理梁浩表示，未来将在生态农业、环境治理、清洁生产等二级子行业精选上市公司，根据估值的高低调整仓位比重。

梁浩认为，环境污染治理已经达到临界点，政策支持力度空前，未来几年的政策格局都不会变化。目前环保行业景气度高，但个股差异大，这正是环保行业投资的难度所在。对于环保行业来说，行业景气并不是投资选股的唯一标准和逻辑，需要综合考虑企业经营风险、盈利能力以及可持续性和稳健性、估值水平等。从基本面看，环保行业竞争格局分散，掌握核心技术的环保企业不多，区域优秀公司能否成功做大存在不确定性；工程类环保公司占比较大，这类企业应收账款多，企业扩张面临资金瓶颈。从估值水平看，经过前期的大幅上涨，环保行业龙头公司估值达到合理水平，而主题类公司的估值已经高高在上，业绩难以支撑。

作为今年以来唯一的新发环保主题基金，鹏华环保产业设定80%—95%的股票仓位，其中投资于环保产业上市公司的比例不低于非现金资产的80%。梁浩表示，未来的建仓策略是精选环保类的上市公司，耐心等待合理的买入机会。总体会在生态农业、环境治理、清洁生产等二级子行业中精选上市公司，根据估值的高低调整仓位比重。同时，考虑到行业明确的发展前景，采用“类指数化”的操作，从中证环保指数成份股和重点看好的领域中挑选出优秀的公司做长期配置。（江沂）

经济指标，无论是从私人部门消费，还是政府部门消费，消费潜力上升，消费领先指标也出现回升。近期可关注消费板块中持续高景气度传媒、电子、软件、医药（医疗服务和医疗器械）、大众食品等。博时基金则看好国企改革。投资经理招扬表示，国企改革2014年比较重要的一个主题机会，因为除了中石化引入民营资本举措外，近期上海八部委联合发文培育国有外的跨国公司，上海的家数大型国企上周纷纷通过股权激励引入战略投资者并拥护互联网等方式推动相关改革。此外，珠海国资委通过转让格力集团的股权通过混合所有制迈出改革的重要一步，广东强调混合所有制的企业将有明显的提升，而且不设国资持股比例下线，加之引入互联网思维、负面清单制度，促进整个国企转型升级和发展壮大，不断增强国有经济活力。所以，重点关注打破垄断和混合所有制这两个行业主题方向。

短期而言，市场仍面临无风险利率持续上升、地方债务如何破局及其负面冲击的不确定，以及新股加速审批发行对成长股估值体系冲击的不确定，未来6个月的核心任务是，抓住无风险利率上升、地方债务规范和IPO重启后批量发行对市场冲击的有利时机进行战略布局。

国联安基金：信用债回暖短期有望延续

□本报记者 田磊

春节前后债市有所回暖，对于后市是否持续迎来较好的投资机会，国联安基金认为，预计目前较为宽松的流动性将持续至3月中上旬，信用债的回暖行情短期内有望延续。

国联安基金表示，今年以来，央行在货币市场稳定方面采取更加积极和正面的态度，避免

货币市场的大幅波动，改善了金融机构对于市场流动性的预期，预计短期内，在融资旺盛、资金流入、经济尚未触及下限的局面下，货币政策倾向于表面严厉，实际宽松。

国联安中债信用债指数基金的基金经理薛琳表示，节后流动性宽松已对债市修复形成一定程度的支撑。在信用债高利差下，城商行、农商行等大幅增持城投债，以及银行间市

场的重启理财资金开户交易将有利于债券的配置需求增加，因此信用债的回暖行情短期内有望延续。相对于低评级高收益债，国联安中债信用债指数基金更看好对利率弹性较高的中高等级信用债，今后一段时间，将根据中债信用债3—5年期指数结构积极配置中高等级信用债，顺势而为，享受年初至今的小牛市行情。

型的混合基金，资产配置比例中股票仓位为0—95%，债券仓位为0—100%，仓位灵活，攻守兼备，契合目前的震荡结构性行情。展望未来，基金经理陈小玲表示，改革决心和魄力将消除经济和资本市场中长期发展的不确定性，对A股市场的看法开始由2011年以来的谨慎转向乐观，未来6—12个月是战略转折期。

短期应严控仓位

基金公司均对短期持谨慎态度。实际上，公募基金在上周已经开始减仓。股票方向基金整体主动减仓0.51个百分点，仓位从83.55%降至82.52%，为三周大幅加仓后的首次减仓。杨德龙认为，大幅下跌后，短期市场可能迎来技术反弹，但在保增长新策出台前，严格控制仓位，规避涨周期股。

公募基金看好结构性机会。华商基金策略研究小组表示，在改革和转型过程中，货币政策在整体保持相对较紧的政策基调下，可以说经济增速的变化方向决定上证综指的方向。相对市场重要

国投瑞银策略精选年内二度分红

权益登记日为2月27日，红利发放日为3月3日，这也是该基金2014年来的第二次分红。WIND统计数据显示，截至2月24日，国投瑞银策略精选混合基金今年以来净值增长10.38%，在同期可比的35只基金中排名第5，同期上证指数下跌1.86%。

国投瑞银策略精选是一只“全攻全守”

□本报记者 江沂

尽管年初以来大盘指数下跌，但逆市实现正收益的绩优基金依然让基民感受到“马上分红”的喜悦。2月25日，国投瑞银基金旗下国投瑞银策略精选混合基金（000165）公告称，计划每10份基金份额派发现金红利0.96元，