一天接了4通电话推销车险

如果推销公司“扰民”，将追究保险公司责任

已有5年驾龄的80后王小天最近有点烦。“下个月车险要到期了，最近不断有保险公司打电话游说，最多的一天接到了4个。”他向记者坦言，电话车险很便利很流行，但车主还是不想无端被打扰。

拨个电话就有人上门为你办车保，还可以享受到15%的优惠。这是公众对电话车险最基本的理解。自2009年以来，电话车险在各大保险公司“火拼”下扩容迅猛，成为财险公司力推的新渠道。

但困扰和争议也围绕着这个新事物。电话销售已经是电话骚扰的代名词?有哪些实实在在的优惠和便捷?近日，湖南省保监局出台《关于规范车险电话营销专用产品经营管理的通知》，为车险电销上了“紧箍咒”，力促其规范发展。

【现状】电销成车险续保主渠道

与车主王小天不同，长沙市民张强刚刚购买了太平洋电话车险，“通过电话续保的车险，服务还不错”。张强也接到过其他公司推销车险的电话，不过他“没觉得被骚扰”。

电话车险正在成为市民生活的一部分。近3年来，国内电销车险保费以超过100%的速度急速上升。2011年全国车险电销保费收入预计将达到300–400亿元。太平洋财险湖南分公司渠道部叶成华透露，截至今年9月底，该公司车险电销业务同比增速为1601%，实属罕见。而调查显示，电话渠道已成车主投保的主渠道之一。

湖南平安财险新渠道部相关人士表示，电话车险除了私家车商业险多省15%，更能提供送单上门、电话咨询、快速理赔、理赔回访等基础服务，消费者通过电话车险投保就可坐在家里完成整个投保过程。

目前，湖南已有人保、平安、太平洋、国寿财险、大地、中华联合、阳光、民安八家公司推出电话车险，保费同比增速迅猛。在全国范围内，开展电话营销的寿险公司已超过20家，获得电销车险资格的财险公司也有十几家。

不过，伴随车险电销的井喷发展之势，其产生的扰民、骗保等问题也引起监管层重视，并连发“禁令”。

【监管】电销良性发展，该上个“紧箍咒”

对电话车险的争议，最常见的是“骚扰”和销售误导。记者采访多位市民发现，被骚扰过的只是少数。“扰民的现象，很大程度上是由于各大保险公司对电话车险市场前景普遍看好，市场竞争愈发激烈所致。”湖南一位保险专家表示。

而监管机构保险电销的整肃，特别是治理电话滋扰和销售误导等问题，一直在强化。2010年11月，保监会曾下发《关于进一步加强财产保险公司电话营销专用产品管理的通知》，对电话“呼出”业务的监管逐步加强。

近期，湖南省保监局出台《关于规范车险电话营销专用产品经营管理的通知》（湘保监发【2011】49号）文件，为车险电销再上“紧箍咒”。

该文件重点规范保险产品管理，要求保险公司必须以直销形式，通过电销模式自主经销车险电销产品；禁止将电销专用产品与传统渠道产品进行价格方面的简单、片面比较，采用如“打折”等误导性用语；在电话呼出行为上，要求保险公司从合法渠道获取电销客户资料，尊重消费者生活习惯，严格管理呼出时间和服务方式，建立电话号码屏蔽制度。

10月中旬，省保险行业协会还专门出台了《湖南省车险电销自律公约》。对由于管控不到位出现误导、扰民等问题，监管部门将从重追究保险公司的管理责任。

【险企】抢占市场，规范运营少不了

车险电销良好的前景，正是各家财险公司加码电销渠道的内生动力所在。而保险公司只有合规、合法地发展电销，才能真正让电话车险市场健康发展。

人保财险湖南省分公司有关人士告诉记者，该公司将增强电销车险客户情感属性，以破解行业“扰民”之困。针对电话销售，人保电话车险严格按照监管部门相关文件，采用全国统一号码，对于客户明确拒绝电话营销的不予呼出。

据了解，除了人保财险外，太平洋财险、平安财险、国寿财险等也相继对电销平台进行升级。企业还对客服人员作出硬性规定：一年内不得对相同客户再次呼出。湖南太平洋财险新渠道部则加强线上坐席管理，从拨打时间、节奏方面把关，充分尊重客户意愿。

规范化运营破解“扰民”之困，这是一个循序渐进的过程。“电话车险应该重新定位自己的身份，从业人员不只是推销者，更应是服务者。”国寿财险一位人士表示。

■记者 刘永涛 通讯员 方芳 王海燕

延伸阅读

车险电销门槛真不低

湖南一位保险人士告诉记者，保险公司从事电销业务并不会及时产生效益，起步阶段其经营情况甚至还不如传统的中介渠道，开拓电销渠道，需承受庞大的资金投入压力。

电销的成效，还要落实到消费者对电销模式的认同度。该业内人士表示，广告宣传极为必要，然而高额的投入并不一定能换来如预期的主动电话投保量，这与保险公司本身的品牌影响力是有一定关系的。

财经事后烟

地产中介们应该反省

冬天到了。

中国房事的既得利益者，除了苍井空们，估计没有高兴的。

本轮房地产调控终于摆脱了越调越涨的怪圈，开始显示出威力：那些屯兵于一二线城市的房企们，正在面临着一场生与死的考验，只是有的在明着挣扎，有的在暗自呻吟；有的在断臂求生，有的在负隅顽抗。但到目前为止，首先开始倒下的是楼价虚高的既得利益者、中国房事的黄牛党——地产中介。

据近日报道，作为地产代理行业的排头兵，中原地产在国内一线城市的收缩让人感到了调控的威力。继深圳中原地产中介确认关店60家后，10月7日，北京中原地产也表示已关闭门店40家。

长期以来，很多人以为楼市只是被开发商搞成这么高的，其实，地产中介也是房事高昂最为严重的帮凶之一，中国的房子从居住功能异化为交易行为，他们是功不可没——这与卖黄碟者在本质上没有什么区别。

有业内人士统计了一下，在深圳，房产中介机构达8000家，按每家5人计算，从业人员4万人，每人按最低年收入10万元计算(不含公司利润)，从业人员工资费用就达40亿元。这些费用要由买主来承担。加上中介公司利润，保守估计深圳房屋中介这项费用高达数百亿。

北京上海等一线城市也差不多。据不完全统计，每个城市的房产中介从业人员至少在10万以上。如此，还不考虑其他因素，房价不高都不行。

即使在长沙这样的内陆城市，房产中介也是兴奋异常。据笔者了解，一家房产中介单在江边某楼盘就设立了3个门店。细心的朋友会发现，凡是楼盘换手率高、价格很妖的，必然是很多中介在里面兴风作浪。

房屋中介作为一种服务产业，有其合理的一面。但是，如果把几乎没有任何技术含量服务异化为投机炒作，只能说明一个问题：行业暴利。更为严重的后果是，因为巨大的利益诱惑导向，众多资本特别是人才(该行业从业人员基本上是年轻人)纷纷涌入，而那些真正需要资本和人才的行业，如推动科技、创新却得不到足够的资源配置，这才是最令人忧虑的。

出来混，迟早是要还的。倒闭一些房屋中介，不是坏事。

■本报财经评论员：张德会

北京现二手房中介倒闭潮 10月关闭门店177家

“链家地产”11月7日发布研究统计称，今年以来北京二手房中介共关闭门店约1000家左右，为三年来最多，其中10月关闭门店177家，已连续多月单月关闭中介门店超过100家，其中约73%为中小经纪机构。

“链家地产”首席分析师张月表示，由于限购限贷等政策持续作用，楼市成交遇冷，地产中介机构普遍遭遇生存压力。据北京市房地产交易管理网统计显示，10月北京市住宅成交量合计为12760套，相比去年10月下滑近四成。

张月认为，2009年房地产投资火热，经纪公司门店成交套数高，几乎所有经纪公司都盈利，出现了盲目扩张的现象。但今年受“限购令”影响，二手房市场急剧缩水，并且市场已连续多月成交走低。前两年大规模扩张的门店面临僧多粥少的局面，经纪公司将过“严冬”。

此外，经过多年的发展，二手房市场逐渐成熟和规范，市场集中度增强。据统计，二手房交易中，排名市场前七位的经纪公司占市场份额50%以上，去除自行成交外，中小经纪公司的市场份额大约仅有25%左右。张月说，集中化的市场格局下，若遇到像2009年那样成交良好的环境，各类经纪公司都有生存机会，而在当前冷清的市场之下，中小经纪公司面临更大的生存考验，因此出现集中倒闭现象。

张月认为，短期内市场成交难有明显改变，可能会出现更多经纪公司因无法承受长期的低成交量而选择关店，未来成交量是否仍然保持低位主要取决于楼市调控政策的变化。

■据新华社

外汇

外币	钞买价	外币	钞买价
英镑	980.29	日元	7.8466
港币	80.87	加元	601.7
美元	628.33	澳元	631.89
瑞郎	678.75	欧元	841.11