

一汽成立鑫安汽车保险

车险成汽车巨头争食“蛋糕”



◆导报记者 邵好 济南报道

继广汽成立专属的车险公司——众诚汽车保险股份有限公司(下称“众诚保险”)之后,近日,国内另一家汽车巨头中国第一汽车集团也获准成立属于自己的车险公司——鑫安汽车保险股份有限公司(下称“鑫安保险”)。

至此,加上最早成立的天平汽车保险,国内共有3家专业汽车保险公司获得批准,同时,鑫安保险也是国内第二家以整车厂为主导筹建的专业汽车保险公司。对此,复旦大学保险研究所所长徐文虎6日接受经济导报记者采访时表示,车企进入保险领域有其产业优势,未来可能会有更多车企参与其中。

“二次通过”

鑫安保险是近日经保监会批准筹建,由一汽集团旗下的一汽财务有限公司牵头,联合一汽轿车股份有限公司、长春一汽富维汽车零部件股份有限公司、天津一汽夏利汽车股份有限公司等10家与汽车相关的企业共同发起设立的专业保险公司,注册资本为人民币5亿元。

“汽车金融是当前汽车企业发展的一个趋势,汽车保险属于汽车金融的一部分,肯定会受到厂商的重视。”徐文虎告诉导报记者。

尽管保监会批复,鑫安保险需在1年内完成筹建工作,筹建期间不得从事保险经营活动,但是导报记者注意到,鑫安保险已经开始招兵买马,跃跃欲试了。在其于近日发布的一条招聘信息上,包括公司副总经理、精算部总经理、财务部总经理在内的数十个重要职位面

向社会公开招聘。

据了解,早在2007年8月29日,一汽夏利、一汽轿车就曾同时对外披露,将联手一汽财务有限公司、吉林亿安保险经纪股份有限公司在北京合资设立专业汽车保险公司。但是由于没有通过相关监管机构审核而最终搁浅。

“车企做保险,能不能做好,还得看其专业水平。”徐文虎告诉导报记者,每个企业情况不同,鑫安保险此次5亿元的注册资本并不算多,关键看企业后续如何发展。

觊觎“大蛋糕”

“车险在整个财产保险中占有重要地位,车企成立保险公司与行业内蕴含的利润有一定的关系。”徐文虎说。

导报记者从保监会网站公布的信息中了解到,目前在国内进行车险业务的有36家财险公司,今年上半年,中外资财险市场份额保费收入高达4400多亿元。目前车险市场份额约占财险整体市场的75%。如果按照这个比例计算,今年上半年车险市场份额约为3300多亿元,全年将达到6000亿元左右。

人保今年中期财报显示,人保财险实现净利润52.88亿元,作为其财险主营业务的车险为其贡献了39.66亿元利润。面对如此巨大的“蛋糕”,和汽车直接相关的整车厂因此,一汽、上汽等车企一直想进入这块市场。

但徐文虎也表示,利润并不是惟一原因,这其中还有企业战略等因素的考虑。“开展保险业务需要专业的人才,一些车企已经通过与保险公司合作的方式开展业务,成

立属于自己的保险公司无疑更有主动权。”

车企进军保险市场,是否会对传统保险公司造成较大冲击?徐文虎表示,会造成一定影响,但影响不会太大,毕竟传统保险企业具有很强的实力。

车企巨头纷纷进入

导报记者了解到,除了一汽集团,多家国内汽车巨头已经进入或正在进入保险领域。据悉,上海汽车工业(集团)总公司(下称“上汽集团”)在2005年就通过入股安邦财险的形式进入车险领域。

从成立之初至今今年8月,由于对安邦财险的一次性参股比例超过了20%,上汽集团一直是这家财险公司的第一大股东,虽然上汽和该保险公司的其他股东没有对外宣布。由此,安邦财险也成了中国内地第一家汽车生产龙头企业参股的保险公司,上汽集团董事长胡茂元也因此多了一个鲜为人知的头衔——安邦保险公司董事长。尽管在近期的增资中,上汽集团退居第六大股东,但其仍在安邦财险中有着重要的话语权。

此外,今年7月,由广汽集团牵头,广东粤财信托有限公司等多家发起人参与申请设立的众诚车险获准成立,这是国内首家由汽车集团主导设立的专业保险公司。这与《保险业“十二五”规划纲要》中,保监会明确提出支持汽车等专业保险公司发展的要求相适应。

“车企进军车险行业对整个行业来说都是一件好事,因为厂商对于车辆的定损、配件性能等都比较熟悉。”车盟(中国)网络有限公司首席运营官石磊说。

欧曼:一个世界级品牌将从这里诞生

2011年8月28日,对福田汽车来说,是一个值得纪念的日子。这一天,是福田汽车诞生15周年的纪念日,福田汽车第500万辆汽车将下线。这一天,对中国商用车行业来说,也是一个值得关注的日子。这一天,福田欧曼一款重量级重卡将首次发布。福田汽车选择将这一历史定格在这款重量级重卡——欧曼GTL上。

为何欧曼GTL的意义如此重大?福田汽车副总经理、欧曼品牌总经理吴越俊告诉记者,欧曼GTL重卡是由福田汽车与国际标准接轨的首款产品,是未来十年福田发展的重卡平台,是一款未来重卡。依靠这个平台,到2020年,欧曼将成为世界中端重卡的第一品牌。

福田汽车对欧曼品牌寄予厚望的,欧曼的发展也印证了福田汽车在战略把握上一贯的独到。它从一诞生,就具有全球视野。早在1999年,福田向汽车行业转型成功不久,就确立了重卡在公司发展中的核心地位,开始准备相应的产品。2002年,福田汽车确立了做“世界级商用车企业”的战略,欧曼在公司中的地位更加突出。吴越俊说,从世界商用车行业来看,奔驰、沃尔沃等企业都是靠重卡确立在行业的地位的。福田汽车对欧曼的定位符合国际商用车行业的发展规律。

2002年,北汽福田汽车股份有

限公司北京欧曼重型汽车厂成立;2003年,欧曼实现产销1.6万辆;2004年,福田欧曼以10倍于行业销量增长的速度排在一汽、东风、中国重汽之后,进入重卡行业第一方阵;随后,福田欧曼以7年累计产销

33万辆的销售业绩,创造中国重卡行业奇迹;2009年,欧曼依靠调整产品结构、高品质的升级换代产品和全程无忧服务取得了市场佳绩,全年产销重卡8.5万辆,在重卡行业排名第三;2010年,欧曼销量达到10.3万辆,稳定在行业前四名的位置。福田欧曼用8年时间走到不少重卡品牌几十年都没有达到的高度。

在很多企业热衷于自己发展发动机、变速器项目的时候,福田欧曼启动横向一体化战略,从社会上寻找配套资源,将福田汽车的质量管理体系等一系列要求渗透到这些合作伙伴中,大大提高了研发和市场反应速度,而且在市场环境不好的时候,大大降低了经营风险;在很多企业将目光盯在单一的产品销售上时,福田汽车将目光转向服务,仅在2003年就投入4亿元完善服务网络,解除了用户的后顾之忧;在很多企业忙于抓订单时,福田汽车开始抓客户,建立客户管理系统,将一时的订单转化成长期的合作关系,保证了福田欧曼的长期稳定发展;在很多企业着眼于计划生产时,欧曼在行业率先提出订单管理,大大降低了库存,减少了资金占用情况;在很多企业对外合作意识不强的时候,福田汽车在2005年就提出“集成知识、链合创新”的发展思路,大大提高了欧曼重卡的研发水平。(洪静)



汽车金融是当前汽车企业发展的一个趋势,汽车保险属于汽车金融的一部分,肯定会受到厂商的重视

economic HERALD 经济导报报系

媒体多多,孰能不可替代? 报海茫茫,谁堪与众不同?

经济日报社是大众报业集团(大众日报社)旗下的一家独立事业法人性质的媒体机构,下辖两报一网站,分别是山东第一财经媒体《经济导报》(国内统一刊号:CN37-0004,邮发代号:23-134)、发行量稳居山东市场零售类报刊前三位的山东第一文摘报刊《新晨报》(国内统一刊号:CNF37-0092,邮发代号:23-229)和区域财经专业网站——山东财经网(www.sdenews.com)。两报一网站均以个性张扬、特色鲜明而著称于山东传媒界。2012年,经济导报报系将挟转企改制之雄风,高举“理性、个性、公信力”的旗帜,纵横驰骋于中国报业市场!



欢迎订阅2012年《经济导报》

- 国内统一刊号:CN37-0004
- 邮发代号:23-134
- 逢周一、三、五出版,年订价187.2元

山东第一财经媒体



欢迎订阅2012年《新晨报》

- (含周末版《女人100%》)
- 国内统一刊号:CN37-0092
- 邮发代号:23-229
- 逢周一、四、六出版,年订价150元

山东第一文摘报刊

●社址:济南市经十路16122号山东报业大厦12-13F ●邮编:250014 ●电话:0531-82927613 ●网址: http://jjdb.sdenews.com

●《经济导报》新闻热线:0531-67899066 广告热线:0531-82927123 82927630 发行热线:0531-82927125 ●《新晨报》新闻热线:0531-85196452 广告热线:0531-82928031 85196162 发行热线:0531-85196369