AAAAA
准印证号：（闽）内资准字K第156号

福建保險
FUJIAN INSURANCE

6
2023年第6期
（总第102期）

■国家金融监督管理总局关于印发养老保险公司监督管理暂行办法的通知
■中小险企如何探索“保险+养老”之路
■龙岩“三农”综合保险的现状及思考
■系统化思维构建 专业化体系运作
——以国寿福建省分公司基层人才队伍建设为例
■浅析老龄化社会下的居民养老理财规划

福建省保险学会 主办
内部资料 免费交流

傅平江：高站位、高格局、高标准推进保险业数字化转型

12 月 7 日，由《中国银行保险报》主办的第三届保险业数字化转型大会暨第十六届保险信息技术大会在福建泉州召开。

国家金融监督管理总局福建监管局党委书记、局长傅平江在致辞中指出，“福建是数字中国建设的思想源头和实践起点。经过二十多年探索，福建数字建设在创新实践中迈出了坚实的步伐，数字经济实现跨越式发展。”

国家金融监督管理总局福建监管局立足福建加快数字建设、发展数字经济这一战略，积极开拓监管视野、创新监管手段，出台了《推进辖区银行保险法人机构数字化转型工作实施意见》，强化监管引领，制定数字化转型发展战略，加大新技术开发投入，加强数字化基础设施建设，以更便捷、更高效的金融服务助力福建经济社会发展。

中央金融工作会议提出“加快建设金融强国”目标，并明确将数字金融作为五篇大文章之一。傅平江指出，习近平总书记在中央金融工作会议上的重要讲话是做好新时代新征程金融工作的根本遵循和行动指南，也是引领保险数字化转型的纲领性文件。保险数字化转型要锚定金融强国建设目标，更好服务于金融高质量发展，更好服务于国之大者；在数字化转型过程中，要坚持以人民为中心的价值取向，着力解决群众关心的保险服务中的难点、堵点问题，全面优化保险生态系统；要扎根实体经济，促进保险业供给侧结构性改革，服务高水平科技自立自强、关键核心技术突破，聚焦中小微企业、三农等薄弱环节，充分发挥保险经济减震器、社会稳定器功能；要切实守牢安全底线，统筹好发展与安全，强化数字化转型中的风险监测防控，特别要完善数据安全管理体系，加强数据安全和客户信息保护，维护好金融消费者权益；要树立世界眼光和国际视野，以“高站位、高格局、高标准”推进我国保险业数字化转型。

（图文：国家金融监督管理总局福建监管局）

省保险学会举办保险人才培养研讨会

为进一步提高保险专业人才培养水平，加强保险企业和省内各高校在保险人才培养方面的交流，12 月 14 日省保险学会在榕举办保险人才培养研讨会。

省保险学会驻会副会长温怀斌、秘书长林声霖和来自厦门大学、福州大学、福建农林大学、江夏学院、武夷学院、福州工商学院、福州理工学院代表，部分保险主体代表和学术委员近 30 人，围绕福建保险业人才培养问题开展了深入交流与研讨。

会议首先观看了省保险学会近五年来的工作回顾短片，介绍保险学会“以学立会”的办会理念和职能定位。

研讨会上，近 20 位学界与业界代表围绕保险人才培养与保险业发展、保险业人才需求等问题展开了深度对话与分享。

与会代表表示，本次研讨会搭建了保险业人才培养经验交流平台，使得各家保险机构可以通过该平台展开有效的沟通和对话，获取人才培养的良好经验。

（图/文：福建省保险学会）

准印证号:(闽)内资准字K第156号

内部资料 免费交流

《福建保险》编辑委员会

主任委员: 骆少鸣

编　　委:

江龙海　苏康乐　林守道　刘　庆　温怀斌　潘　峰　林声霖　陈渊博
刘　浩　何伟杰　陈少榜　陈　平　吕国忠　朱铭炜　王　久　贺文艺
郭　岚　张祖林　李朝晖　廖　磊　杨思桦　黄观峰　王东锋　林中清
张玉华　杨光芽　周妙亮　付兴胜　罗国祥　蔡文能　王　斌　闫文诚
陈　辉　李健成　梁全智　郑海国　张玉峰　王泽恩　程宗才　唐福阳
詹泽松　周　杰　耿继坤　范以波　程读淮　吴　鹏　陈洪波　何　海
洪建文　林惠萍　曲志军　江明贤　黄德平　张慧斌　李长红　陈仰新
韩　薇　叶锦发　张　振　李绍翔　金　涛　李毅文　赖金达　张志起
伍慧明

主管单位: 国家金融监督管理总局福建监管局
主办单位: 福建省保险学会
编辑部电话: 0591-87829737
编　　辑: 谢圆虹、李于进、黄艺敏
刊名题字: 林志强
封面摄影: 谢　虹
传　　真: 0591-87875900
地　　址: 福建省福州市鼓楼区五四路89号置地广场18楼1802A
邮　　编: 350001
电子邮箱: bxh54233615@163.com
印刷单位: 福州华彩印务有限公司
印刷数量: 2000本
发行对象: 会员及关联单位
编印时间: 2023年12月

目　录

指导文章

国家金融监督管理总局关于印发养老保险公司监督管理暂行办法的通知　03

和你说保险

重新认识保险业　陈文辉　08
中小险企如何探索“保险+养老”之路　刘睿文　10

财险天地

龙岩“三农”综合保险的现状及思考　陈　贺　兰富元　钟锦红　12
提升雇主责任险经营效益的探讨　黄　荣　15

寿险天地

系统化思维构建 专业化体系运作——以国寿福建省分公司基层人才队伍建设为例
张怀魁　赖绍萍　王　宁　陈洁雯　19
浅析老龄化社会下的居民养老理财规划　黄德平　施曼莉　吴曾欢　25
委托第三方机构反洗钱履职难点及对策建议——以寿险公司为例　黄晓玲　曾雅晴　33

消保园地

浅谈团体保险业务消费者权益保护——以银行系寿险公司团体保险业务经营为例　黄　焱　高江山　38

信保园地

出口信用保险助力纺织企业应对国际市场挑战的效应研究——基于RCEP背景下的长乐纺织企业
何晓清　饶丽圆　43

封二

傅平江：高站位、高格局、高标准推进保险业数字化转型　图文：国家金融监督管理总局福建监管局
省保险学会举办保险人才培养研讨会　图/文:福建省保险学会

封三

省保险学会参加省社会科学普及宣传周主会场活动　图/文：福建省保险学会
省保险学会走进福建农林大学开展助学和保险知识普及活动　图/文：福建省保险学会

封四

福建保险业抗击“杜苏芮”“海葵”台风：赔付预赔付金额超 29 亿元
图/文：国家金融监督管理总局福建监管局

国家金融监督管理总局关于印发养老保险公司监督管理暂行办法的通知

各监管局，平安养老保险股份有限公司、太平养老保险股份有限公司、中国人寿养老保险股份有限公司、泰康养老保险股份有限公司、大家养老保险股份有限公司、新华养老保险股份有限公司、中国人民养老保险有限责任公司、恒安标准养老保险有限责任公司、国民养老保险股份有限公司，建信养老金管理有限责任公司：

现将《养老保险公司监督管理暂行办法》印发给你们，请遵照执行。

国家金融监督管理总局

2023年11月25日

养老保险公司监督管理暂行办法

第一章 总 则

第一条 为加强养老保险公司监管，规范养老保险公司经营行为，保护相关当事人合法权益，根据《中华人民共和国保险法》、《保险公司管理规定》（中国保险监督管理委员会令2009年第1号，根据中国保险监督管理委员会令2015年第3号修订）等法律法规及部门规章，制定本办法。

第二条 本办法所称养老保险公司，是指经国务院保险监督管理机构批准，在中华人民共和国境内设立的，主要经营商业养老保险业务和养老基金管理业务的专业性人身保险公司。

前款所称养老基金，是指养老保险公司接受委托管理的基本养老保险基金、企业（职业）年金基金等养老资金。

第三条 养老保险公司应当走专业化发展道路，积极参与多层次、多支柱养老保险体系建设，聚焦养老主业，创新养老金融产品和服务，满足人民群众多样化养老需求。

第二章 机构管理

第四条 养老保险公司的设立、变更、解散等适用《中华人民共和国保险法》《保险公司管理规定》等相关法律法规、部门规章及规范性文件规定。

第五条 养老保险公司设立组织形式为股份有限公司或有限责任公司。

第六条 非金融机构不得成为养老保险公司控制类股东，即持有公司股权1/3以上，或者其出资额、持有的股份享有的表决权已足以对保险公司股东（大）会的决议产生控制性影响的股东。

第七条 养老保险公司可以申请经营以下部分或全部类型业务：

（一）具有养老属性的年金保险、人寿保险，长期健康保险，意外伤害保险；

（二）商业养老金；

（三）养老基金管理；

（四）保险资金运用；

（五）国务院保险监督管理机构批准的其他业务。

第八条 养老保险公司注册资本应当符合《保险公司管理规定》要求。养老保险公司经营本办法第七条第（一）项业务的，应当符合《保险公司业务范围分级管理办法》（保监发〔2013〕41号）规定。同时经营本办法第七条前两项业务的，注册资本不得低于10亿元人民币；同时经营前三项业

务的，注册资本不得低于30亿元人民币。

第九条 养老保险公司应当加强资本管理，确保其资本水平能够有效满足各项业务要求。养老保险公司应当按照监管规定，建立健全风险控制指标动态监控和多元化资本补充机制。

第十条 养老保险公司应当根据资本水平和业务发展规划，审慎、合理地制定分支机构设立计划。主业突出、管理规范的养老保险公司开业后可申请设立省级和省级以下分支机构。

养老保险公司经营养老基金管理业务，可以在全国展业。

第三章 公司治理

第十一条 养老保险公司应当按照法律法规及相关规定，建立组织机构健全、职责分工清晰、制衡监督有效的公司治理结构，保持公司独立运作，业务规范运行。

第十二条 养老保险公司应当按照国务院保险监督管理机构关于保险公司章程的相关规定制定公司章程，并在公司章程关于经营宗旨和范围中明确业务定位和长期发展战略。

第十三条 养老保险公司股东及其实际控制人应当依法履行法定义务，通过股东（大）会依法行使权利，不得越过股东（大）会、董事会任免公司董事、监事和高级管理人员，不得直接干预养老保险公司经营管理。

养老保险公司主要股东应当积极履行资本补充、流动性支持等尽责类承诺，维护公司稳健经营。

第十四条 养老保险公司董事会应当坚守公司发展定位，根据商业养老保险、养老基金管理等业务长期性、稳健性特点，制定符合实际的发展目标、经营战略及相关保障措施，并推动建立相适应的内部管理制度。

董事会在审议公司发展规划、经营预算、考核指标等时，应当关注相关事项是否符合公司发展定位，董事应当就上述事项发表意见。董事会应当关注公司不同类型业务之间风险隔离机制的有效性，每年专题审议相关事项。养老保险公司应当留存记录备查。

利润分配方案、薪酬方案、重大投资、重大资产处置方案、聘任或解聘高级管理人员、资本补充方案等重大事项不得采取书面传签方式表决，应当由2/3以上董事表决通过。

第十五条 养老保险公司董事会应当建立独立董事制度。独立董事人数不得低于董事会成员总人数的1/3。

存在出资额或持股比例超过50%的控股股东的，独立董事占董事会成员的比例应当达到1/2。控股股东为保险集团（控股）公司或保险公司的，可不受本款规定的比例限制。

独立董事应当独立于养老保险公司及其股东，维护公司和客户合法权益，对公司运作和投资决策等重大事项独立作出客观、公正判断并发表意见。

独立董事发现公司存在重大风险隐患的，应当及时告知董事会，并按规定向国务院保险监督管理机构及其派出机构报告。

第十六条 养老保险公司监事会应当依照法律法规、公司章程规定，对董事会和高级管理人员履行职责、公司经营活动进行监督，维护股东、公司和客户的合法权益。

第十七条 养老保险公司董事、监事和高级管理人员应当具备《保险公司董事、监事和高级管理人员任职资格管理规定》（中国银行保险监督管理委员会令2021年第6号）相应的任职条件和经历，正式任职前应当由国务院保险监督管理机构或其派出机构按照规定进行任职资格审核。其中，拟任职人员具有商业养老金融业务从业经历或养老基金管理业务从业经历的，可视同具有相当的养老保险从业经历。

第十八条 养老保险公司应当建立健全以聚焦养老主业为导向的长期绩效考核机制。商业养老保险和养老基金管理等业务的投资管理考核期限不得短于3年。

第十九条 养老保险公司应当遵守法律法规和国务院保险监督管理机构关于保险公司关联交易的相关规定，制定关联交易管理制度，建立健全内部评估审查机制，不得通过关联交易进行利益输送或监管套利，防范关联方通过关联交易侵害公司和客户利益。

第二十条 养老保险公司应当严格控制以下交易行为：

（一）养老基金管理业务与公司其他类型业务之间发生交易；

（二）养老基金管理业务与公司关联方之间发生交易；

（三）国务院保险监督管理机构按照实质重于形式和穿透监管原则认定的关联交易行为。

对上述交易行为，养老保险公司应当留存决策文件和交易记录备查，并按照保险公司关联交易监管规定进行识别和审查，交易金额达到重大关联交易金额标准的，及时按照规定报告。

第二十一条 养老保险公司应当加强对管理人员的培训和管理，提高其职业道德和专业能力，支持员工参与公司治理，鼓励员工对发现的违法、违规和违反职业道德准则的行为依法依规向董事会、监事会或相关监管机构报告。

第四章 经营规则

第一节 一般规定

第二十二条 养老保险公司应当主要经营与养老相关的业务，包括养老年金保险、商业养老金、养老基金管理等，不得受托管理保险资金和开展保险资产管理产品业务。

第二十三条 养老保险公司应当建立健全内部管理制度，对于本办法第七条第（一）（二）（三）项业务，应当根据监管规定以及经营管理和风险管控等要求，分别制定相应管理制度。

第二十四条 养老保险公司应当加强资金管理，实现不同类型业务的资金运用有效隔离，禁止资金混同管理。养老保险公司应当遵循长期性、稳健性、收益性原则，防范资金运用风险。

第二十五条 养老保险公司应当合理设定组织架构和决策程序，确保不同类型业务的投资活动在获得信息、实施决策等方面享有公平机会。对于不同类型业务资金投资于同一项资产的，养老保险公司应当要求相关人员提供与投资公平性相关的决策依据，并留存书面记录备查。

第二十六条 养老保险公司应当根据各类业务规定建立资产托管机制，由符合监管规定的商业银行或者其他机构作为托管人。

第二十七条 养老保险公司应当加强信息化建设，根据不同类型业务特点，建立与业务发展相适应的高效、稳定的信息管理系统，健全信息管理制度体系，加强网络安全防护。

养老保险公司与第三方平台合作开展业务的，应当自行建设客户信息管理系统，收集、存储并管理必要的客户信息，未经客户同意，不得以任何方式将相关职能交由第三方平台完成，法律法规另有规定的除外。

第二十八条 养老保险公司可根据业务需要，依法合规地委托资质良好的外包服务机构代为办理资金汇划、份额登记、估值核算和信息技术系统开发维护等业务。养老保险公司应当承担的最终管理责任不因委托或外包而免除。

第二十九条 养老保险公司及其董事、监事、高级管理人员和其他工作人员不得有下列行为：

（一）隐瞒与合同相关的重要情况，误导、欺骗客户；

（二）违规泄露客户身份、资金账户等个人信息；

（三）将保险资金与养老基金混同管理；

（四）利用养老保险公司或者职务之便为其他机构和个人谋取不正当利益；

（五）侵占、挪用保险资金或养老保险公司受托管理的养老基金资金；

（六）违规开展关联交易、进行利益输送；

（七）法律法规和国务院保险监督管理机构规定禁止的其他行为。

第二节 保险业务

第三十条 养老保险公司在住所地以外的省、自治区、直辖市经营本办法第七条第（一）项保险业务的，应当首先设立省级分公司。养老保险公司在住所地经营上述保险业务的，可直接设立省级以下分支机构。

第三十一条 养老保险公司经营本办法第七条第（一）（二）项业务，应当符合相关监管规定，计提相应的责任准备金，并进行偿付能力评估。

第三十二条 养老保险公司可以适当方式将本办法第七条第（一）（二）项业务与养老社区、长期护理等服务相衔接，丰富养老金领取形式。

第三节 养老基金管理业务

第三十三条 养老保险公司申请养老基金管理业务相关资格，应当事先取得国务院保险监督管理机构或其派出机构书面同意，并满足以下条件：

（一）注册资本等符合本办法要求；

（二）公司治理良好，经营稳健，内部控制和风险隔离制度健全；

（三）近3年内没有受到国务院保险监督管理机构及其派出机构重大行政处罚；

（四）没有因存在重大违法违规行为处于整改期间，或者因存在涉嫌重大违法违规行为正在接受国务院保险监督管理机构及其派出机构调查；

（五）国务院保险监督管理机构规定的其他条件。

第三十四条 养老保险公司应当依法履行受托义务，审慎稳健投资运作，不得违反国家对养老保险基金投资管理的有关规定，不得利用管理的其他资产为基金委托人、受益人或相关管理人谋取不正当利益。

第三十五条 养老保险公司负责养老基金管理业务的投资管理人员不得与其他类型业务的相关人员相互兼任。除总经理外，负责养老基金管理业务投资管理的高级管理人员不得同时负责保险资金投资管理。

养老保险公司可以通过设立事业部等方式，将养老基金管理业务的机构、人员、经营管理等与其他类型业务有效隔离。

第三十六条 养老保险公司经营养老基金管理业务的，应当审慎、充分地评估因业务资格被中止或终止，对相关业务经营及公司整体经营可能造成的不利影响，并制定预案。

第四节 风险管理

第三十七条 养老保险公司董事会应当充分考量经营目标、风险管理水平及业务类型等因素，审核批准公司风险管理总体策略并监督实施，并对公司风险管理承担最终管理责任。

第三十八条 养老保险公司应当建立健全全面风险管理体系和内部控制制度，明确股东（大）会、董事会、监事会、高级管理层、业务部门、风险管理部门和内部审计部门风险管理职责分工，建立相互衔接、相互制衡、协调运转的风险管理组织架构。

第三十九条 养老保险公司应当健全保险资金和养老基金资金运用风险管理组织体系和运行机制，设立专门的风险管理部门，建立满足业务经营要求的制度和信息系统，有效识别、评估、计量、监测、报告和处置各类风险。

养老保险公司风险管理人员，应当符合业务风险管理及合规管理的相关专业要求，具备相应领域的从业经验以及必要的履职能力和职业操守。

第四十条 养老保险公司应当加强投资集中度风险管理，保险资金和养老基金投资单一资产和单一法人主体（交易对手）的余额占比应当符合相关监管规定要求。

养老保险公司应当对每季度末投资集中度指标进行监测，包括：

（一）保险资金与养老基金共同投资单一固定收益类资产、权益类资产、不动产类资产、其他金融资产的账面余额合计，占上季度末保险资金与养老基金资金总资产合计的百分比；

（二）保险资金与养老基金共同投资单一法人主体（交易对手）的余额，占上季度末保险资金与养老基金资金总资产合计的百分比。

第四十一条 养老保险公司应当根据风险管理政策，针对各类重大风险制定风险处置方案。风险处置方案主要包括风险处置目标，相关管理及业务流程，需要的条件和资源，所采取措施及风险管理工具等内容。

第四十二条 养老保险公司应当按照相关法律法规和监管规定，建立健全覆盖所有类型业务的内部审计体系，有效开展日常内部审计工作。对本办法第七条第（一）（二）（三）项业务的第三方审计频次不得低于每3年1次。

第五章 监督管理

第四十三条 国务院保险监督管理机构依法对养老保险公司业务活动实行监督管理。国务院保险监督管理机构派出机构在授权范围内依法履行监督管理职责。

国务院保险监督管理机构及其派出机构根据有关规定对养老保险公司进行监管评估和评级，并根据结果对养老保险公司在市场准入、监管措施等方面实施差异化监管。

第四十四条 养老保险公司应当建立健全信息报送机制，按照法律法规和国务院保险监督管理机构规定报送有关信息、资料。国务院保险监督管理机构及其派出机构可要求养老保险公司及其股东、实际控制人在指定期限内提供有关信息、资料。养老保险公司及其股东、实际控制人应当及时、真实、准确、完整地报送或提供信息、资料。

第四十五条 养老保险公司应当按相关法律法规和监管规定进行信息披露。信息披露应当遵循真

实、准确、完整、及时、有效原则，不得有虚假记载、误导性陈述和重大遗漏。

第四十六条 养老保险公司发生以下可能影响经营稳定的情况，应当于1个工作日内向国务院保险监督管理机构及其派出机构报告，并及时提交应对措施：

（一）保险资金遭受或有较大可能遭受重大损失的；

（二）受托管理的养老基金遭受或有较大可能遭受重大损失的；

（三）发生重大声誉风险事件的；

（四）公司董事、监事和高级管理人员被有权机关限制人身自由的；

（五）国务院保险监督管理机构及其派出机构认定的其他事项。

第四十七条 养老保险公司应当于每季度结束后10个工作日内，向国务院保险监督管理机构及其派出机构报告本办法第四十条规定的投资集中度指标。

第四十八条 国务院保险监督管理机构及其派出机构对养老保险公司开展现场检查和调查，可以委托专业机构或者要求养老保险公司委托专业机构进行专项审计、评估或者出具法律意见，养老保险公司应当配合专业机构工作。

第四十九条 养老保险公司违反本办法规定，有下列行为之一的，国务院保险监督管理机构及其派出机构可对其采取出具警示函、责令限期整改等措施，并建议相关业务主管部门不再延续业务资格：

（一）公司治理不健全，董事、监事、高级管理人员及其他关键岗位人员未有效履行职责的；

（二）业务规则不健全或未有效执行，风险管理或内部控制机制不完善的；

（三）投资管理存在较大风险的；

（四）其他不符合审慎经营要求或出现经营风险的情形。

第五十条 养老保险公司及其从业人员违反本办法规定及有关法律法规，情节严重的，由国务院保险监督管理机构及其派出机构依照法律、行政法规进行处罚；涉嫌犯罪的，依法移交司法机关，追究刑事责任。

第六章 附 则

第五十一条 本办法自印发之日起施行。

第五十二条 养老保险公司业务范围超出本办法第七条规定的，应当自本办法印发之日起3年内完成业务范围变更。

第五十三条 养老金管理公司参照适用本办法。

第五十四条 本办法由国务院保险监督管理机构负责解释。

重新认识保险业

● 陈文辉

对于保险行业实现高质量发展有以下几点认识：

第一，重新认识保险业在金融业中的角色和作用，中央金融工作会议提出发挥保险业的经济减震器和社会稳定器功能，这两大功能是保险业的初心和使命，也是其在金融领域的角色和作用。第二，严格规范公司治理，中小保险机构风险问题的核心在于治理结构存在严重问题，健全公司治理首先要严格规范机构准入，把好股东、高管资质审查关。第三，推动中小保险公司差异化经营，营造保险行业良性竞争环境。中小保险公司要在服务区域和服务特色上下功夫，通过差异化经营找到生存空间，监管也应该对中小保险公司和大型保险机构进行分类监管。第四，加强保险消费者保护及教育，培养消费者对购买保险服务的正确认知。第五，引导保险资金作为长期资金支持科创产业发展，解决制度、规章、评价体系上存在的堵点，使得保险资金能够顺利进入一级市场。第六，重视数字化转型，提升竞争力，特别是对于中小保险公司，这一点尤为重要。

中央金融工作会议明确指出要发挥保险业的经济减震器和社会稳定器的功能。这一定位，为今后保险业发展指明了方向，更提振了信心。下面，我就保险业如何实现高质量发展谈几点思考。

重新认识保险业在金融业中的角色和作用

中央金融工作会议提出发挥保险业的经济减震器和社会稳定器功能，这两大功能既是保险业的初心和使命，也是保险业在金融领域的角色和作用。

2006年国务院颁布《关于保险业改革发展的若干意见》（简称“国十条”），将保险明确为市场经济条件下风险管理的基本手段。2014年国务院颁布的《关于加快发展现代保险服务业的若干意见》（简称“新国十条”）将保险明确为现代经济的重要产业和风险管理的基本手段。

回看保险业和金融业的发展史，过去我们经常用“金融保险业”来称其两者，说明保险业和金融业是并列的关系，保险有其独特功能。现在我们通称“金融业”，保险业包含其中，说明保险和金融业存在很多共通点。二者既有联系，又有区别。区别主要在于，保险首先是一个消费品，本质上是一种财务规划或财务平衡的工具，这是保险的初心和定位，对此要牢记于心。

今年8月，北京、河北等地出现强降雨天气并引发洪涝和地质灾害，保险业积极行动，开展救灾和理赔服务，保障人民群众人身和财产安全，得到党中央、国务院的高度肯定和社会的广泛赞誉。从资产规模来看，相对于银行业和其他金融行业的体量，保险仍然是一个小行业，能够得到这样的高度肯定实属不易，说明在这次灾害中，保险业的作用得到了充分发挥，角色得到了突出体现。

只有充分认识并认真践行初心和使命，保险业发展才能走上康庄大道。过去几年保险业发展遇到了一些困难，有外部宏观经济因素影响，但也需要反思保险业对于自身的认识是否清晰，是否让保险业的功能得到充分发挥。

严格规范公司治理，化解中小保险机构风险

中央金融工作会议提到三大类风险，即地方债务、房地产、中小金融机构的风险。相较于地方债务和房地产风险的复杂程度和化解难度，中小金融机构风险是相对容易控制和化解的。保险的定位一直以来是风险的管理者，而近年来部分中小保险公司暴露的问题使得它们成为了风险的制造者，这应该引起保险从业者的认真反思。

中小金融机构风险，包括中小保险机构的风险，问题核心在于治理结构存在严重问题，有的公司成为了大股东的印钞机、提款机。这已经被以往部分风险公司被处置的事实所证明。

本次中央金融工作会议明确提出，要健全法人治理，完善中国特色现代金融企业制度。我认为，健全公司治理首先要严格规范机构准入，把好股东、高管资质审查关。关于股东和高管资质，过去一般情况下公司总经理为职业经理人，市场上聘任，董事长是非职业经理人，由大股东派出,但董事长又是事实上的CEO。如果董事长、重要股东、控股股东来自房地产等其他行业，就难以确定其能否履行好CEO应有的职责，容易出现问题和风险。

因此，严格规范机构准入，严格股东、高管资质审核，需要花大力气，下大功夫。做好了这一点，中小机构风险就能够得到有效控制。

推动中小保险公司差异化经营，营造良性竞争环境

保险企业具有显著的规模经济特征，中小保险公司与大型保险公司在同质化竞争的情况下很难有出路。中小保险公司保单获取成本更高，市场知名度更低，管理成本更高，公司内部难以设置齐全的岗位。资产端也缺乏优势，相比大型保险公司，中小机构难以获得好的项目、优质资产。

在这种情况下，中小保险公司只有在服务区域和服务特色上下功夫，形成差异化经营，才能找到自己生存空间。同时，监管也应该对中小保险公司和大型保险机构进行分类监管，否则整个保险行业难以形成良性的竞争格局。美国有五六千家保险公司，各类机构都能在市场上找到自己的生存空间，其经验值得研究；当然，有的国家（如日本），保险市场主要由大型保险公司形成。在我国，既然已经让中小保险公司出生了，下一步如何让它们更好地生存、更好地服务实体经济，这方面值得认真研究。

加强保险消费者保护及教育

保险服务是特殊的服务种类。获得保险服务之前要先交保费，出险后才能获得赔付。如果没有出险，有些产品的保费是不能收回的，一些消费者就会觉得吃亏。其实这种认识是存在问题的，如果消费者教育真正到位，人们会觉得没有出险获赔是好事，如果出现风险能够获得赔付，是雪中送炭，物有所值。买了保险，不论是否出现风险，心里都会更加踏实，能够得到心理上的慰藉，这是良性的购买保险服务的态度。

正是因为保险产品的特殊性，购买保险服务的消费者更容易被伤害，相较于一般商品消费者，保护保险消费者利益显得更加重要。如果做不好这一点，消费者购买保险的积极性就会降低，或者选择其他替代品，这对于行业高质量发展极为不利。因此，切实保护好保险消费者利益，使得保险消费者利益落到实处非常重要，这是保险行业的重中之中。

另一方面，要加大保险消费者教育的力度，使消费者认识到运用保险工具进行风险管理是很有必要的。如果消费者教育做不到位，消费者就会出现没有出险就吃亏的心态。而根据大数法则，大部分人是不会出险的。

监管如何将保护消费者利益提到更高的高度，如何对保险消费者或者全民进行保险教育，使大家真正将保险作为市场经济条件下的基本风险管理工具，还需要做更多工作。

引导保险资金作为长期资金，支持科创产业发展

我国正在建设现代化产业体系，推进中国式现代化，大力推动科技创新，这就需要投入更多的长期资本、耐心资本，需要鼓励风险投资、股权投资发展，以支持我国科创产业。

我国缺乏长期资本、耐心资本。目前，我国能够利用的长期资金主要就是保险资金、社保基金等。过去，我们很重视保险资金在维护二级市场稳定方面发挥的作用，其实保险资金在一级市场长期股权投资、风险投资上能够发挥更大的作用。

接下来，应该解决制度、规章、评价体系上存在的堵点，使得保险资金能够顺利进入一级市场。引导保险资金进行长期投资，一方面可以促进国家现代化建设，在现代产业建设上发挥重要作用，另外一方面也能够获得更高的财务回报，从而促进保险业更加健康的发展，形成一个良好循环。 （下转第24页）

中小险企如何探索“保险+养老”之路

● 刘睿文

面对中国老龄化趋势，作为与养老契合度最高的产业，保险业将其视为行业增长的第二曲线，纷纷积极布局。与此同时，随着行业转型步入深水区，保单销售难度加大，保险公司纷纷通过承诺养老社区入住资格和对接社区养老服务等方式来促进销售，而参与养老社区建设自然成为保险公司首选。自2013年起，保险公司投资兴建的养老社区陆续亮相，截至目前，市场上已有多家保险公司推出了“保险+养老社区”业务，一时间形成保险业涌入养老产业的热潮。

在推进“保险+养老”过程中的困境

面对老龄化机遇，中小保险公司自然也希望“分一杯羹”，特别是面对产品同质化趋势，中小保险公司必须在产品的附加服务方面下足功夫，“保险+养老”显然是最重要的方向之一。然而，在具体推进“保险+养老”的过程中，中小保险公司却面临着尴尬和困境，一时之间进退维谷。

建设养老社区动辄投资几十亿元，经营现金流小、资金回报周期长，运营成本高且不确定因素很多，需要保险公司具有雄厚的财务实力、良好的风控能力、长期资产负债匹配管理能力，以及养老社区的运营与服务能力，这些显然都超出了中小公司的能力范畴。

“保险+养老”不等于“保险+养老社区”

“保险+养老社区”模式面临困境，中小保险公司就没有出路了吗？显然不是。在此，必须弄清楚两个问题：其一，“保险+养老”是否等于“保险+养老社区”？基于跟随战略的惯性，看到头部公司纷纷自建或收购养老社区，中小公司便习惯性地将“保险+养老”等同于“保险+养老社区”，但其实这是一个误解。依照民政部的养老规划，中国的养老服务体系为“9073”：90%的老年人口依靠居家养老，7%依靠社区养老，3%依靠养老机构；目前“保险+养老社区”所服务的人群实际上仅仅集中于3%的机构养老，社区养老和居家养老的广阔市场并未涉及。其二，“保险+养老”是否仅限于与养老服务对接？这也是一个误解。除了对接养老机构和养老服务外，保险公司还可以开展养老年金产品供应、养老财务规划管理、对接养老医疗和健康管理等服务。因此，中小保险公司应当转变思维，立足地方需要，积极参与养老三支柱建设，加强养老保险产品和老年健康险产品的开发和供应，聚焦社区养老和居家养老，走出符合自身能力实际和经营特点的“保险+养老”之路。

可借鉴四条破局路径

中小保险公司破局“保险+养老”的路径，概括起来有以下几点：

一是积极开发符合地方实际的养老保险产品。中小保险公司应该以服务地方为导向，立足自身资源特色和运营能力，积极参与地方养老三支柱建设，开发符合当地实际的商业养老保险产品，有效对接企业（职业）年金、第三支柱养老保险参加人和其他金融产品消费者的长期领取需求。同时，积极开发各类投保简单、缴费灵活、收益稳健、收益形式多样的商业养老年金保险产品，抓住养老保险发展的市场机遇。

二是积极推动保险对接社区养老模式。所谓社区养老，是指以家庭为核心，以社区为依托，以老年人日间照料、生活护理、家政服务和精神慰藉为主要内容，以上门服务和社区日托为主要形式，并引入养老机构专业化服务方式的居家养老服务体

系。社区养老的优势在于，由于老人住在自己家里，只是由社区的有关服务机构和人士为老人提供上门服务或托老服务，因而不需要专门建设养老公寓和完整的养老设施体系，投入的资金大大减少，且其运营管理的难度和风险都相对较小，更适合资金和能力都有限的中小保险公司。今年11月，《城市社区嵌入式服务设施建设工程实施方案》发布，拟选择50个左右城市开展社区嵌入式服务设施建设先行试点，鼓励面向社区居民提供养老托育等服务。中小保险公司可以充分利用政策，结合地方实际，选择优秀社区养老机构开展合作，以保险对接养老服务结算机制为核心，积极探索保险+社区养老科学模式。

三是立足自身能力，适度参与保险对接养老社区。中小保险公司目前对接专业养老社区一般为轻资产模式，主要包括两大模式：一是“轻资产+委托运营”模式，主要是以租赁物业并委托专业机构运营的方式经营。二是“轻资产+轻运营”模式，主要是以子公司与专业机构合作，对接养老社区，专业分工、适度参与运营。各中小保险公司应当结合自身战略定位和综合能力，以服务地方为导向，以客户引流为切入点，选择合适的轻资产模式，适度参与对接养老社区。

四是发挥保险优势，促成保险+养老+医疗+健康管理全产业链协同发展。应当充分发挥保险机制的产业整合优势，根据养老产业运行原理开发专属产品，全面打通保险产品与养老产业的结算通道，从而通过保险，将养老与医疗、健康管理、照护服务等相关产业全面整合，实现养老产业生态的整体协同发展。

推动“保险+养老”要保持战略清醒

需要强调的是，中小保险公司推动“保险+养老”不能头脑发热，盲目跟风，需要时刻保持战略清醒。

一是要立足自身战略需求。中小保险公司资源有限，经不起反复折腾，因此在推进“保险+养老”的过程中一定要立足自身战略目标和需求，有针对性地规划布局，务实推进。切忌跟风投资、追逐潮流。

二是要量力而行，科学测算。中小保险公司资金和承受能力有限，不可能复制头部公司重资产模式，只能依据自身的资金实力和运营能力，科学规划养老项目的规模和运营方式，科学测算和管控成本风险，量力而行，走适合自己的轻资产模式，

三是要尊重专业，有所不为。养老服务并非简单的吃住保障，而是系统服务，有其自身的经营规律和专业知识技能要求，运营专业门槛很高。要认识到保险业在养老方面的专业能力不足，遵循养老机构的运营规律，充分尊重专业养老机构在养老运营方面的专业能力，在自己不擅长的领域减少介入，立足双方各自专业优势，科学分工，相互协作。

四是要突出服务地方的定位。中小保险公司推动“保险+养老”应当将注意力和目标市场放在自己有机构的地方尤其是注册地，集中力量做好做透地方市场的养老服务，从而真正发挥出中小公司在保险业乃至国家战略中的定位。

五是要做好风险隔离。由于养老产业运营规律与保险业有很大的差异，且具有周期长、不确定性大的特点，因此保险公司应当与养老社区做好有效的风险隔离，通过设立专业养老子公司的方式与养老服务机构合作，确保相关经营风险不会向保险公司传导。

与中国养老产业共成长是必然选择

值得注意的是，中国养老产业的发展滞后对“保险+养老”战略落地形成制约。目前国内养老机构管理及运营水平参差不齐、缺乏长期经营战略，养老服务的规范化、标准化严重滞后，社区养老和居家养老相关服务机构发展不足，养老与健康、医疗的结合不充分等，这些都制约了“保险+养老”的充分落地。

然而，面对已经迎面而来的老龄化大潮和“保险+养老”发展的黄金窗口期，等待中国养老产业成熟或者中小保险公司自身实力发展起来再推进“保险+养老”，显然都是不现实的，与中国养老产业共同成长成为必然选择。中小保险公司要深度参与中国养老产业发展，借助保险机制，帮助中国养老产业走向规范、精细、丰富和多元，在成就中国养老产业发展的同时成就自身发展。

（来源：中国银行保险报，作者系北京人寿保险股份有限公司副总经理、董事会秘书）

责任编辑：黄艺敏
责任校对：谢圆虹

龙岩“三农”综合保险的现状及思考

● 陈　贺　兰富元　钟锦红

【摘　要】 本文在调研的基础上梳理了龙岩“三农”综合保险的 发展沿革及成效，分析存在的问题和困难，提出下一步的工作思路和对策。

【关键词】 龙岩；　“三农”综合保险；工作思路和对策；

龙岩在全国率先创新推出“三农”综合保险已有十余年。经过十来年的推广实践，全面构建了政企协同工作机制，创新搭建了市、县、乡镇、村四级服务网络，为山区农民真真正正地构建了一张集农村家庭财产保险、意外保险、疾病健康保险、农业产业保险等为一体的超万亿元保额的“三农”保障网，形成了“三农”综合保险“龙岩模式”。

如何在新时代进一步用好用活“三农”综合保险“龙岩模式”，进一步增强“三农”综合保险的创新性、普惠性和可持续性，关系着龙岩市脱贫攻坚成果的巩固拓展、乡村振兴的全面推进以及革命老区的振兴发展，也关系到公司更好发挥国有企业的政治优势，根植农村，服务“三农”，推进公司又好又快持续健康发展。为此，公司需要进一步深入调研并认真梳理“三农”综合保险的现状，思考研究今后的发展思路举措。

一、龙岩“三农”综合保险的发展沿革及成效

（一）发展沿革

龙岩市“三农”综合保险不仅仅服务于传统意义的农业保险，而是涵盖农民生产、生活、人身等各个方面，涉农范围更广更全更完善，较好地解决了三农保险服务“最后一公里”问题，真正成为广大农民“家门口的保险公司”。其发展过程主要经历了四个阶段：

1.探索创新。2006年初，龙岩分公司首推农村住房保险，由政府出资为广大农户投保。当年6月，龙岩一个月内连降5场特大暴雨，7个县（市、区）全部受灾，1.2万多户群众房屋严重毁损，10余万群众无家可归。灾后不到一个月，龙岩分公司累计发放理赔金2300多万元，大大加快群众灾后重建的步伐，受到时任国务院温家宝总理的高度肯定。之后，龙岩分公司进一步拓宽“三农”保险领域，又在全国首创农村人口自然灾害公众责任保险和“新农合”大病补充医疗保险，同时不断扩大能繁母猪育肥猪养殖保险、水稻种植保险和森林保险承保覆盖面，推动了中央和省级财政补贴型的政策性农业保险在龙岩市全面铺开。

2.试点示范。2009年，龙岩市、上杭县、古田镇三级政府与人保财险龙岩分公司联手创办全国首个“三农”综合保险示范区，在古田镇试点实施小额农村家庭财产保险、农村小额人身意外保险等10多项小额“三农”险种，实现“险种、机制、体制、扶持、服务”等5个创新突破，获时任福建省委孙春兰书记批示：“很好，在革命老区先行覆盖更有意义。”

3.全面推进。随着古田试点成效不断彰显，2011年，龙岩市人民政府下发《关于印发龙岩市推进三农综合保险工作方案的通知》（龙政综〔2011〕34号），开始在全市范围内推广“三农”综合保险，并在原有财政补贴型险种的基础上，增加了务工农民小额意外保险、乡村干部责任保险、农村小额信贷保险、乡村宴席食品安全责任保险等农民“用得着、买得起”的新型小额“三农”险种，保费实行财政补贴，要求市县财政补贴20%以上。2013年底，龙岩市全市7个县（市、区）

123个乡镇1760个行政村实现全覆盖，在每个乡镇设立“三农”综合保险服务站，每个行政村设立“三农”综合保险联系点，成为全国首个“三农”综合保险全覆盖的地级市。

4.巩固提升。自2014年以来，龙岩市委市政府每年制定明确的工作要求，将“三农”综合保险作为市委市政府加强“三农”工作的一项重要举措稳步深化提升。2019年，龙岩市印发通知，要求市、县各级政府及有关部门和人保财险公司加强合作互动，协同推进，把“三农”综合保险作为常态化工作持续推进。2020年龙岩市把实施农业、林业保险保费补贴列入为民办实事工作项目，制定《“三农”综合保险“龙岩模式”巩固提升实施方案》，着力打造“三农”综合保险“龙岩模式”升级版。

（二）主要成效

1.探索了政企融合的新路子，疏通了政府支农惠农的新“管道”。龙岩分公司充分借助和依靠地方政府的行政资源和组织推动能力，充分发挥人保财险公司在保险产品开发、承保理赔服务等方面的专业优势，积极探索政企融合新路子，建立了市县领导协调机制，龙岩市和各县（市、区）政府均成立由政府分管领导担任组长、相关部门主要领导为成员的推进“三农”综合保险工作领导小组及其办公室，具体负责当地推进“三农”综合保险的规划指导、检查督导等工作；各乡镇指定一名分管农业工作的副乡镇长兼任工作站站长，各村委会选派一名村干部兼任协保员，具体负责所在乡镇、村“三农”综合保险工作推进；并实行市县财政补贴和考核激励制度，形成了管理上由当地政府领导，业务上由人保财险公司具体推进落实的工作格局。

2.发挥了国有企业的政治担当，探索建立较为完善的农村社会保险保障体系，为“三农”发展保驾护航。龙岩分公司始终坚持“人民保险，服务人民”的初心使命，主动融入市委、市政府中心工作，积极推进国家级普惠金融改革试验区建设，从脱贫攻坚和乡村振兴的需要出发，从农民农村的生产发展和社会保障制度的实际出发，从农业农民农村日益增长的需求出发，大力推进“三农”综合保险。从2011年全市推广实施起至2022年，“三农”综合保险保障范围涵盖家庭财产、人身健康、安全责任、农业产业等各个领域。截至目前，龙岩市“三农”保险的险种数量从最早的11种扩展到现在的43种（其中：中央补贴险种6种，省级补贴险种13种，市、县级补贴险种24种），累计保费19亿元，赔款15.91亿元。据统计，2011年–2022年，中央、省、市、县四级财政共投入龙岩“三农”保险补贴资金 11.75亿元，为龙岩市农业、农村、农民提供保险保障达1.49万亿元，财政投入与“三农”保险保障比例达到1：1265，发挥了财政资金“四两拨千斤”的杠杆作用，大大提升了“三农”抗风险能力和农民自我防范保障意识。“三农”综合保险成为龙岩民生品牌，得到了各级党政领导的充分肯定、广大主流媒体和专家学者的赞誉和农民朋友的普遍欢迎。

3.提升了公司品牌影响力，为公司抢占农村保险市场铺垫基础、抢占先机。“三农“综合保险的不断推进，大大提升了“农村、农业、农民”的风险防范意识和抗风险能力，在历次抢险救灾、重建家园中发挥了重大作用。原龙岩市委张健书记高度评价“人保财险公司是一个负有高度社会责任感的企业”，公司的品牌影响力得到极大提升。同时，依托政府平台和优势，实现了公司农村保险服务网络的低成本扩张，搭建了“乡乡有机构，村村有人员”的三农保险服务网络，较好解决农村“地广人稀、业务分散、经营成本高、服务不到位”的问题。随着深化推进“三农“综合保险，提高了广大农民的保险意识，带动了农村商业性保险业务的发展，据统计，龙岩公司涉农业务的占比逐年提升，2022年占公司总业务的比重达到17.5%，已成为公司加快发展的又一生力军。

二、龙岩“三农”综合保险当前存在的问题和困难

（一）“三农”综合保险的创新性有待提升。在这十来年的经营发展中，基本上一直延续原有的管理和服务模式，没有结合时代和政策的变化在模式、管理、服务、产品的创新方面取得新突破。

（二）与政府“三农”工作的融合度有待提升。公司需进一步加强与各级政府及有关部门的沟通、融合，按照中央和省、市农业农村工作要求，主动融入巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接、福建省实施乡村振兴战略十大行动等工作，为促进全体人民共同富裕提供充分保障。

（三）政策性业务与商业性业务的融合发展有

待提升。龙岩分公司“三农”综合保险基本上以各级财政补贴型的政策性业务为主，商业性业务保费贡献度不足1%，农村商业性保险业务开拓不足，未能形成规模效应。

（四）“三农”综合保险站点运行管理有待提升。根据龙岩市政府文件要求，龙岩境内设立的乡镇“三农”综合保险工作站和行政村“三农”综合保险联系点，是县（市、区）政府与人保财险龙岩分公司为共同推进“三农”综合保险“龙岩模式”联合成立的临时机构，机构和人员归政府管理，业务操作由公司负责，其管理模式具有其特殊性，存在“三农”综合保险的人员管理、费用核算与公司目前的运行管理机制不匹配、相矛盾、相冲突的现象，有待进一步理顺和完善。

（五）风险管控、盈亏平衡有待提升。“三农”综合保险各类险种在承保、理赔环节存在风险管控不严的情况，部分业务在承保环节未对标的的位置、数量、权属、风险状况等进行全面核实，验标照片不能反映相关情况；部分案件理赔佐证材料不充分，查勘影像未体现人物合影、标的位置等标识，或不能反映损失规模、程度等情况。

三、龙岩“三农”综合保险下一步的工作思路和对策

（一）完善模式，强化合力

巩固和深化“政府搭台、公司运作、政策扶持、群众自愿”的工作格局，实现政府“三农”工作与公司职能的有效融合，发挥政府组织架构的优势和作用，争取政府政策的最大支持。“政府引导、市场运作、自主自愿、协同推进〞是中央对政策性农业保险的基准原则，公司要持续密切对接当地党委政府及有关部门，不断加强顶层设计，一方面充分发挥各级政府服务“三农”的原动力和组织推动能力，另一方面充分借助人保财险公司在产品开发、承保理赔服务等方面的专业优势，持续完善运作模式和管理机制，推动“三农”综合保险有效发挥农业生产稳定器、财政资源放大器和社会管理助推器的作用。

（二）加强创新，永葆活力

创新是发展的源泉和动力。要切实加大创新力度，着力推动“三农”综合保险在管理机制、服务体系、队伍建设、产品开发等方面的创新变革，源源不断为“三农”综合保险发展提供活力。一是树立有为才有位的意识。要树牢创新意识，推动“三农”综合保险守正出新，实现“三农〞综合保险与政府需求高度融合，这样“三农”综合保险才有旺盛生命力。要加强政策研究和时势分析，紧盯政府三农工作的目标和要求，主动融入政府工作大局，适时提供配套的保险保障方案，服务大局，助力地方社会经济发展。二是树立宣传是生产力的意识。发挥宣传工作鸣锣开道的作用，注重主流媒体的舆论效用，宣传政府的为民情怀和“三农”政策，宣传“三农”综合保险的目的意义，宣传公司国有企业勇担社会责任的光荣使命，提升公司品牌和影响力。三是树立以人为本的意识。加强“三农”综合保险工作站点和人员管理工作，理顺管理机制，健全工作制度，完善考核体系，着力建设一支“有情怀、敢担当、能履职”的涉农保险服务队伍。

（三）借力平台，加快发展

龙岩市在全市123个乡镇设立“三农”综合保险工作站、1760个行政村设立“三农”综合保险联系点，在乡镇政府、村委会办公场所为“三农”综合保险设立“工位”，与政府机构一起办公，这无形中提高了人保财险公司的公信力，增强了农户对公司的信任感，为公司加快农村保险业务发展提供了可能和保证。把政府资源转化为公司的生产力，这种架构和模式在全国都是独一无二的。要好好发挥这个政策优势、平台优势、“窗口”服务优势，在做深做实做大“三农”综合保险的同时，借力发展农村商业车险、非车险、寿险、健康险等商业性保险业务，为公司抢占农村保险市场和加快发展贡献更大力量。

（四）特事特办，政策倾斜

龙岩“三农”综合保险“龙岩模式”已运行十余年，在机构管理、人员配置、业务性质、费用核算等方面具有特殊性，需要结合实际制定特殊政策，在运行管理和费用核算上予以倾斜，特事特办，以便“三农”综合保险模式与公司农网建设有效融合，实现1+1≥2，不断巩固提升“三农”综合保险“龙岩模式”品牌效应，助力公司持续发展壮大。

（五）科学经营，保本微利

坚持“以丰补歉、以险养险、略有盈余”的经营原则，加快业务发展，强化风 （下转第37页）

提升雇主责任险经营效益的探讨

● 黄 荣

【摘 要】 多年来保险行业雇主责任险却持续经营亏损，成了保险产品体系中的“鸡肋”。本文通过对当前雇主责任险经营现状、存在问题的分析，提出建议和改善途径，促进险企适应市场需求和发展趋势，雇主责任险经营效益得到提升。

【关键词】 雇主责任险；经营效益； 建议和途径

一、雇主责任险的起源及发展现状

雇主责任险起源于19世纪的欧洲国家，是责任险保险类的最早形式。1880年英国颁布《雇主责任法》后当年即有专门的雇主责任险险企成立，承保雇主在经营过程中因过错致使雇员受到人身伤害或财产损失时应负的法律赔偿责任。此后，雇主责任险在英国、美国等西方国家获得了较快的发展。上世纪八十年代初，伴随着我国对外开放，雇主责任险开始在国内兴办，最初以三资企业为主要对象，其后在各行各业得到广泛的认可并快速的发展。

随着中国劳动法规的不断完善企业对员工权益保护意识的提高，雇主责任险的需求逐年增长。越来越多的企业开始重视购买雇主责任险，以规避因员工意外伤害或损害而导致的责任风险。由于市场需求的增长，雇主责任险的保费收入也迅速增长，成为传统责任险的主要组成部分，约占责任险板保费规模的三分之一（详见下图）。

雇主责任险的市场保费规模虽然连年增长，成为财产险企业务板块的重要组成部分，但以头部公司为代表的保险行业雇主责任险却连年亏损，经常处于险企内部“管控整改”的尴尬境地。

二、雇主责任险经营效益较差的原因分析

从险企的角度出发，笔者结合多年的产品经营工作经验总结分析，认为当前雇主责任险经营效益较差主要是基于以下几个方面的问题：

（一）保险市场竞争不规范

雇主责任险属于规模型业务，前些年一些险企为了尽快提升保费规模或提升市场地位，不计成本盲目扩张，采取一些不正当的手段（如恶性竞争、低价承保等）获取业务，结果不仅造成了自身的大幅亏损，而且还影响保险市场的稳定性和规范性，进而影响雇主责任险的整体经营效益。

（二）险企的风险定价不合理

雇主责任险的保费定价和赔付金额与投保企业的风险程度直接相关。险企在承保雇主责任险时，需要对企业的行业风险、规范程度、职业风险等进行准确评估。然而，一些险企对雇主责任险采取粗放经营的方式或者对经营能力较弱的分支机构随意授权，缺乏严谨合理的定价体系，导致风险费率错配或风险预估不足，最终影响了雇主责任险的经营效益。

（三）险企的业务管理欠缺

1.高风险业务缺乏有效管理

对于高风险雇主责任险业务，险企除了满足投保企业的保险保障，还需要在风险管理方面给企业提供支持，起到风险减量的效果。然而，当前对于大部分险企来说，介入投保企业的风险技术力量和管理深度还远远不足，无法有效地为投保企业排查风险隐患或有效提前化解风险，无法帮助企业有效

降低雇主责任风险。

2.缺乏过程管理，承保理赔部门未能有效联动

大部分险企承保管理、理赔管理属于不同的管理条线，承保部门一般在承保前进行核保把关，理赔部门在客户出险报案后介入处理。如果承保和理赔部门之间缺乏有效的信息共享和联动机制，可能会导致业务处理不顺畅、信息不一致等问题。此外，在客户出险后，如果理赔部门不能及时把客户的出险信息或发现的风险隐患及时通报给承保部门，承保部门往往就无法及时、有效地采取针对性措施协助客户改善风险或及时采取“止损”，甚至会影响险企的承保政策的及时调整与业务规划。

（四）地域性差异化风险被忽视

近年来，随着国内互联网行业的蓬勃发展，许多险企都推出了全国性的互联网保险产品，促进了保险产品营销模式的变革；但雇主责任险互联网产品却大部分亏损，结果不尽如人意。主要基于以下几个方面的原因：

1.政策监管环境的差异。不同地区的行政或司法环境可能存在差异，对于同一行业或职业的管理规范和赔偿标准也可能不同。针对雇主责任险，保险监管部门多年前就明确禁止异地承保，所以险企在不同地区开展业务时，需要了解当地的法律法规，进行充分的评估，确保合规经营。

2.产业特点不同导致的风险差异。以陶瓷行业的雇主责任险为例，在福建泉州地区如晋江、南安等地区的陶瓷行业雇主责任险近年来是亏损较为严重的，而泉州德化陶瓷行业的赔付情况却又是相对好许多。同样的职业工种、同样的承保条件为什么会有这么大的差距呢？根据笔者调研分析，德化陶瓷主要生产工艺陶瓷（和日用品陶瓷（碗、碟、茶具等），属于小件陶瓷，以传统手工为主，生产过程工艺风险较低；而其临近的泉州晋江陶瓷和南安陶瓷则属于建材类陶瓷（洁具卫浴、地板瓷砖等），生产工艺比较粗糙属于大件陶瓷，生产工艺过程中用到的大型机械比较多，存在切割工伤、储搬运容易发生砸伤等事故，事故风险和概率远远大于德化陶瓷。

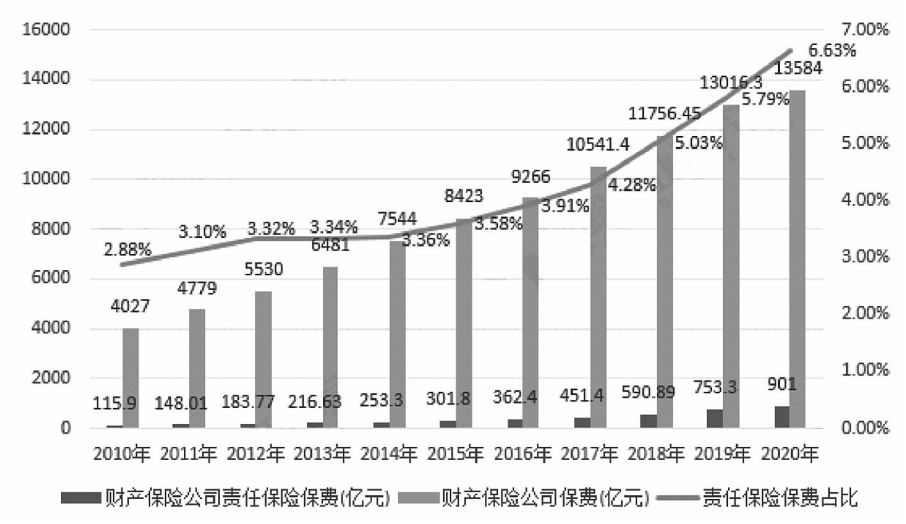
3.人文、司法环境的差异。只要在保险行业从业多年的人或多或少都有听说过，在某某地区“人伤黄牛”较多，甚至一些职能部门、医院合伙作案，令险企防不胜防；在某某地区的渔民投保后，经常会出现“人员失踪”的情况，险企调查却无从下手；在某某地区的法院，险企理由再充足也总是处于“败诉”的尴尬境地，险企只能无可奈何地“合法买单”。

（五）来自客户端的逆选择投保和道德风险

在雇主责任险（特别是互联网业务）承保过程中，往往会存在部分客户的逆选择投保风险，例如客户为了降低投保成本，将高风险职业人员按照低职业风险类别来投保；或者刻意钻研险企的承保漏洞，在投保前隐瞒重大风险事项；或者在投保后，有的被保险人可能会改变员工的工作环境或工作条件，增加员工发生意外事故或患职业性疾病的风险……这种客户的逆选择投保行为，给险企经营带来不可小觑的风险，也会给险企日后的理赔纠纷埋下重大隐患。另有不法企业在投保雇主责任险时，为了获得非法利益，可能会通过虚构保险事故、提供虚假材料、扩大伤亡人数、虚报赔偿金

2010–2020年财产保险公司责任保险保费收入及占比情况

（单位：亿元，%）



资料来源：银保监会前瞻产业研究院整理

额、多处高额投保（重复索赔）等方式来达到骗取保险金等目的。

三、提升雇主责任险的经营效益的建议和途径

（一）合理设定发展目标，自觉维护市场秩序

1.前些年一些险企为了追求保费规模，盲目发展、设定过高的保费增长目标或考核方案是扰乱市场秩序的根源。只要市场存在“始作俑者”，其它险企就很难独善其身。为此，如果要建立健康稳定的市场体系，一方面需要各家险企自己制定合理的保费目标及考核方案，另外一方面要靠监管部门对险企制定合理的评价标准（如突出综合成本率的考评占比）；这样自上而下才能逐步规范市场过度竞争、无序竞争的乱象。

（二）制定科学的风险评估和定价体系

雇主责任险的报价主要考虑风险因素、市场因素及合规因素三个方面，其中应以风险因素为基础，制定科学风险评估体系和定价体系：

1.风险因素。基于保费充足度考虑，险企应针对当地的主要产业（或目标行业），包括对行业风险、企业性质、企业环境、职业工种等方面进行全面分析，按自己的实际需求建立一套科学、全面的风险评估模型；险企的日常业务报价原则上不能偏离风险定价体系太远。

2.市场因素。基于市场竞争考虑，险企应针对当地行业雇主责任险的市场情况、主要竞争对手的策略、结合自身经验和市场情况，锁定目标行业或目标客户，并对不同行业、不同类型企业，确定合理的竞价策略。

3.合规因素。基合规经营考虑，因为监管部门对条款费率有“报行一致”的明确监管要求，所以险企报价的上限和下限要在报备的范围内开展才能满足合规方面的要求。如果各地监管或协会对费率另有要求，险企报价还要满足相关要求。

此外，有条件的险企还可以依托人工智能、大数据、区块链等技术手段来辅助实现风险定价、物联网设备风险监控、智能预测模型、智能理赔等应用来构建更精准的风险评估模型。

（三）加强对高风险业务的管控

高风险业务的管控主要有两个管控思路，一个是“风险回避”，即做好业务风险识别，尽量不予以承保高风险业务，属于直接“排雷”模式，适合于风险承受能力较小或专业力量较弱的险企。另一个是“风险控制”，即通过风险减量的思路，有针对性地承保高风险业务，并通过承保条件设置或业务承保过程中尽量通过各种方式降低承保风险，将赔付控制在可接受的范围内。这两种方式没有“孰优孰劣”的定性，险企在不同的发展阶段应根据自己的经营目标和产品策略作出适合自己的选择。

因为当前高风险业务的“风险减量”是一种比较积极的、目前政府倡导的风险控制模式，所以我们针对这种模式作进一步的探讨。

1.开展险企风险减量活动

险企可以通过设置合理的承保要求，例如针对特定职业工种或企业特别约定“高处作业”规范性要求、“特种设备”持证上岗要求、禁止高风险违规行为、及时向主管部门申请事故认定等内容，督促投保企业重视安全生产风险；通过设置一定的免赔比例，让投保企业与险企共同参与风险管理并承担损失赔偿责任（而不是完全转嫁风险）等方式……都是比较有效的承保措施。

2.开展客户风险减量活动

（1） 开展现场风险隐患排查。险企专业防损人员或第三方专业技术人员通过实地详细考察投保企业的生产环境及工艺流程，及时发现相关风险隐患并及时向投保企业提出专业的整改建议，能有效低降低事故发生的频率及重大安全生产事故。

（2）建立风险管理系统。险企可以协助被保企业建立完善的风险管理系统，包括职业健康安全规范、培训计划、事故报告和记录等。通过有效的风险管理，可以降低事故发生的概率和严重程度，减少赔付风险。

（3）提供风险管理指导。包括帮助企业制定风险控制计划、提供培训课程、开展理赔案例交流等方式，帮助企业提升风险意识和管理能力，减少事故发生的可能性。同时，对被保企业的风险管理情况进行定期评估，提供改进建议和支持。

此外，险企还可以定期监测高风险职业工种的事故发生情况和索赔频率，及时调整保险产品和定价策略。

（四）重视地域性风险，采取差异化的经营策略

了解每个区域的特点和风险情况是差异化经营的基础。险企可以收集并分析各个区域的劳动力市

场数据、行业状况、法律法规、雇主责任险赔付情况等信息，评估不同区域的风险水平。根据风险评估结果，制定相应的差异化策略。

1.排除道德风险。道德风险较高的区域（如“人伤黄牛”活动猖獗的区域、某些矿山矿工、远洋渔业等道德风险较难控制的地区），如果风险难以控制，应该采取“风险回避”的方式应对。如果已经承保的公司，要主动联合公检法等部门对违法犯罪行为进行严厉的打击。

2.定价策略差异化。根据不同区域的风险水平和市场需求，采取差异化的定价策略。对于高赔付区域，可以适当提高保费标准；对于低赔付地区，则可以提供更有竞争力的保费。同时，也要考虑区域内竞争对手的定价策略，确保定价合理且具备市场吸引力。

3.产品定制化。险企可以提供定制化的雇主责任险产品。例如，在某些地区可能有特定的劳动法规要求，工伤保险投保率高，险企可以重点推出契合当地工伤政策的补充工伤雇主责任险业务，以满足客户的需要。

4.服务和理赔支持。在不同区域提供优质的服务和理赔支持也是差异化经营的重要方面。险企可以在当地设立服务中心或当地反欺诈第三方专业机构合作，提供本地化的服务并采取风险管控措施，以提高客户满意度并有效控制风险。

（五）防范客户端的逆选择和道德风险

1.风险险评估和筛选：在承保过程中，险企应对当地产业及投保企业进行充分的风险评估和筛选，了解当地市场行情及企业管理情况、安全措施等，结合企业的事故频率或历史赔付情况，避免承保高潜在道德风险的企业。

2.合理定价和保费调整：根据风险评估结果，险企可以对不同风险等级的企业进行差异化的定价，要求高风险企业支付更高的保费。通过适当提高高风险企业的保费或免赔率，可以一定程度上减少企业的逆选择或道德风险，促进企业自行加强风险管理和员工保障。

3.审慎理赔处理：险企应建立严格的索赔审核和核实机制，确保索赔案件的真实性和合理性。同时，对于频繁发生索赔的企业，应加强调查和核实，防止投保企业滥用保险索赔权益，从而降低道德风险。为了防止企业或员工故意隐瞒损失，险企也可以引入举报机制，鼓励其他员工举报企业的不当行为，一经查实，可以对举报者给予一定的奖励。

4.建立合作伙伴关系：险企可以与投保企业建立合作伙伴关系，共同制定和执行风险管理和员工保障措施。通过加强合作与沟通，有助于双方共同降低来自雇员层面的道德风险，维护投保企业和险企的利益。

5.提供风险管理咨询和培训：险企可以提供相关的风险管理咨询和培训服务，帮助投保企业加强内部风险管理体系的建设；也可以通过提供风险管理的专业知识和指导，帮助企业识别和应对道德风险，提高整体风险控制水平。此外，险企通过宣传教育和培训，提高企业和员工的风险意识和道德意识，让他们了解骗保的危害和不良后果，从而减少骗保行为的发生。

四、雇主责任险的发展趋势及风险应对策略

随着企业的多样化和个性化需求增加，投保企业个性化的需求将大幅提升，除了工伤意外方面的保障，还包括身心健康、职业责任、安全培训、职业病防控等方面的需求，这就要求险企更加关注提供个性化和定制化的保障方案，也对产品供给和风险控制提出了新的挑战要求。其次，在保险领域数字科技支持将得到广泛应用，例如利用大数据分析、人工智能和云计算等技术，险企可以更准确地评估风险、定价保费，并改进理赔流程和客户服务体验，为雇主责任险的产品升级提供有力支持。此外，险企开展雇主责任险业务过程中跨界合作也将进一步加强，险企将会更多与第三方专业机构合作，提供专业的风险咨询和培训，提出安全方案，帮助企业提升安全意识和风险防控能力。

综上，险企在经营雇主责任险过程中合理的经营定位、科学合理的定价体系、有效的风险控制手段（借助科技的发展或与专业第三方合作），持之以恒地研究改善，势必能有效地提升雇主责任险的经营效益。

（作者：永安保险福建分公司）

责任编辑：谢圆虹
责任校对：李于进

系统化思维构建 专业化体系运作

——以国寿福建省分公司基层人才队伍建设为例

● 张怀魁　赖绍萍　王　宁　陈洁雯

【摘　要】 本文以国寿福建省分公司基层人才队伍建设为例，针对人才分布不平衡和培养体系缺失的发展困境，从搭建专业化人才培养体系、抓好关键人才培养、优化人才结构等三个方面，系统介绍其不断完善和优化基层人才队伍建设的流程。

【关键词】 系统思维；专业化体系；基层人才队伍建设

一、加强基层人才队伍建设的意义

加强和优化基层人才队伍建设，具有以下三方面意义：

一是贯彻党的组织路线的生动实践。中国人寿作为央企，义不容辞要更好地履行社会责任，起到经济助推器和社会稳定器的作用。坚持中国特色社会主义思想，贯彻落实人才工作政策，发展稳定的基层人才队伍，不仅是夯实基层发展的根基，也是服务人民群众、保护消费者权益的前提，更为加快科技强国和人才强国建设中展现国寿的担当作为打下坚实基础。

二是助推公司高质量发展的有力抓手。首先是助推公司市场拓展。基层人才队伍是最靠近市场、客户、营销员的人，提高整体队伍的素质，有利于筑牢基层业务发展根基。其次影响着公司长青发展。基层人才队伍是保险公司的基石，是与社会直接接轨的纽带，培育高素质的人才队伍，有利于公司品牌形象的树立，

三是实施新时代人才强司的坚实基础。千秋基业、人才为本，打造政治意识高、大局观念强、专业水平好、管理能力全的人才队伍，提高队伍综合素质，是优化公司人才队伍结构，加快公司转型升级，提升市场竞争力，实施人才强司的前提。

二、基层人才队伍现状及发展困境

在国寿公司系统中，县级支公司是公司组织架构的“神经末梢”，更是公司经营发展的“前沿阵地”，是公司的业务之源、价值之源、利润之源，是公司真正的生产线和生命线，保费100%来源于基层（市级及以上管理层级都是行使业务支持和服务基层职能），基层强则国寿强。

（一）基层人才队伍现状

基层人才数量按照纵向上“精省域、优地市、活基层”的定位要求，每年人才招聘计划中以县公司营销管理类岗位为主，县（区）支公司员工占比逐年提升。

基层人才结构按照横向上“强前台、精中台、控后台”的配置原则，自2019年“三定”改革以来，县（区）支公司大个险人员配置率大幅提升，为基层单位业务发展提供人才保障。

基层人才活力近年来通过“星火计划”、“优秀年轻干部”培养体系等基层人才培训体系逐步完善，干部员工交流挂职频度不断加大，干部员工队伍素质进一步提升，队伍活力不断激发，推动稳健发展。

（二）基层人才队伍发展困境

目前国寿基层人才队伍建设存在以下两点发展困境：

一是基层人才队伍分布不平衡。首先是省、市、县人才分布不平衡，优秀人才想留在在省级、市级机构，下基层单位、深入重点乡镇职场意愿不足；其次是沿海和山区、发展不同的单位间、渠道间人才分布不平衡。优秀人才均往省会城市、沿海城市流动，山区单位人才匮乏；同一级单位内，发展好的基层单位、渠道和发展差的基层单位、渠道间也存在人才队伍不平衡。部分发展好的单位和渠道因为缺少人才，无法跟上公司高质量发展的要求，出现业务下滑、后劲不足等问题。

二是缺乏专业化的人才培养执行体系。公司的培养方案多但未形成体系，如“星火计划”“优秀年轻干部5000人、10000人”等方案，在基层公司难以系统性落地，原因之一是缺乏专业化人才培养执行体系，对于人才培养日常管理与运作的基本认知和实务流程取决于个人的认知和实务经验，整体执行较为零散。

三、基层人才队伍建设优化思路

国寿基层人才队伍建设要始终树立“人才是企业发展的第一生产力”，坚持“系统化思维构建，专业化体系运作”的原则，不断推进基层人才队伍建设，为基层高质量发展提供充足的高素质人才保障。

四、搭建基于职能部门、条线特点的“省—市—县”三级机构，职责明晰、高效协作的横向和纵向基层人才培养体系

（一）横向表现在：党委——组织部门——职能部门“多方配合”

党委统一领导、组织人事部门牵头、职能部门密切协作的基层人才培养工作格局。组织人事部门要当好参谋、整合资源、示范引领，不断加强自身建设，高质量地做好发现、培养基层人才的工作，做好组织牵头和相关政策制定，管理导师队伍，负责非专业领域的公共知识培训。各单位、各部门要坚持分级负责、分工落实，具体抓好本系统本领域优秀人才培养工作，负责落地辅导制度和专业领域的技能培训。

（二）纵向表现在：省—市—县“三位一体”

各级机构明确自身职责：

1.省级机构：督导中心，做好协调

员工招聘：设计宣传广告、选择投放渠道、设立专职招聘岗、联系高校、定期召开全省招聘工作分享视频会等。

员工培养：搭建培养体系、研发完善培养课程、开展讲师队伍培训、开展制式培训、定期召开全省新员工、后备干部工作经验分享会、做好导师队伍培训和本部新员工培养等。

2.市级机构：运营中心，抓好执行

员工招聘：组织当地招聘工作、进校宣讲、扩大宣传等。

员工培养：组建导师队伍，做好新员工轮岗、选送新员工、后备干部参加省公司技能培训班、跟进双导师辅导、召开新员工、后备干部季度座谈会、与渠道沟通选送优秀人才参加渠道培训等。

3.县级机构：反馈中心，抓实落地

员工招聘：发动单位员工宣传，推荐优秀人员。

员工培养：开展日常辅导、关注新员工、后备员工动态、做好日常考评。

五、建设和完善专业化体系，有规划、有步骤地抓好三类关键人员培养工作

（一）第一类：新员工培养

1、科学“引才”，优化员工队伍

①转变招聘观念，提高重视程度

公司各级管理者特别是各级领导班子，应充分认识到人力资源是造成企业竞争力差异的重要因素，员工招聘不仅是填补眼前用工缺口的“止痛药”，更是保障企业大树长青的“营养液”，提前介入员工招录工作，“走出去”主动出击，才能“引进来”优秀人才。

②设置招聘专岗，科学选聘人才

招聘是企业文化宣传、雇主品牌形象传递的重要窗口。招聘团队通过工作面对的不仅仅是求职者，同时也是潜在或现实客户。在省级分公司设置招聘专岗、打造属于公司自己的专业团队，能及时掌握市场人才流动、匹配企业用工需求、对接意向人才，避免招聘工作流于应付，能减少第三方招聘团队引才的“水土不服”，同时积极传递企业品牌形象。

③分类精准引才，提升招聘质效

一是将招聘工作前置，增强校招大学生黏性。

近几年，校招新员工离司率攀升，其中心理预期与实际不符、个体–组织适应性差是重要影响因素。为进一步增强校招大学生黏性，除了及时跟进入职培养等工作外，将招聘工作前置，招录对公司认可度高、与岗位匹配度高的人才可能是关键。

二是招聘工作精细化，提升引才精准性。新形势对保险管理人员提出了更高的要求，加强专业人才引进迫在眉睫。专业人才不单指科技、法律、财务精算、核保核赔人才，也指擅于营销、销售、增员的专业管理人才。为此，原粗放型的社会招聘模式应向精细化转型。

2.细心“育才”，落地新员培养

为呵护新员工成长、促进新员成才，在现有培养体系基础上，进一步细化新员轮岗举措，定期开展新员座谈。

①通过轮岗锻炼，迅速转变角色。根据新员工不同的培养方向，分渠道实施3–6个月轮岗锻炼。通过差异化的轮岗部门安排，有针对性地帮助新员工快速掌握所属条线的基本岗位知识和运作模式，快速进入角色。新员工轮岗锻炼结束后，进一步落实轮岗锻炼成果汇报，通过组织汇报演讲、导师测评、单位鉴定等形式，对新员工轮岗期间工作表现进行总结，并将结果作为新员工转正和年度考评的参考依据，提升新员工培养工作质量。

②通过季度座谈，动态追踪成效。在新员工入司一年内，每季度用以会代训的形式，围绕职涯规划、心态建设、团队文化和行动学习四个主题组织开展座谈会，结合优秀学员分享、成长交流、辅导解惑等形式，及时掌握新员工工作表现和心态变化，引导并帮助新员工在入职初期能够将个人发展需要融入公司发展目标，进一步激发内在潜能，实现自我价值。

3.多维“留才”，规划新员成长

①关注职业发展前景。一是员工成长规划路径。缩短提聘年限，不唯学历不唯年龄，扩宽晋升通道，加快晋升培养，形成人人思发展、人人谋发展的良好局面。提供“青英”计划、“协理”岗位、“铸鼎经理”等实战砺练，让想干事的人有机会，让能干事的人有平台。

二是大学生快速晋级晋档。公司为大学生设置了专项的大学生晋升路径，加快高素质人员的晋升速度。晋升与年度绩效考评挂钩，表现优异的人员最快4年即可晋升为主办，一般人员提前2年晋升。

三是向绩优者倾斜。突出绩优者为先，加快表现优异人员的晋升速度。我省部分地市尝试将阶段执行力考核与单位晋级晋档名额挂钩，加快员工晋级晋档频率，共享发展成果。以福州为例，在重要阶段执行力考核中设置员工晋级晋档专项方案，根据市公司在全省排位确定总名额，根据营业单位在全市排名确定单位名额，由营业单位根据本阶段员工贡献度提议人选。该探索性做法充分发挥政策激励性，鼓励全体员工敬业爱岗，创优争先，营造全司积极向上氛围。

②突出人性本能关爱

一是基层新员工薪酬激励。基层新员工作为基层人才的预备队，应充分体现公司的关注与关怀。对于到基层的新员工设置基层津贴，各地市根据基层单位的地域、资源等因素，适当对基层津贴进行差异化发放，鼓励新员工投身基层，磨砺意志，以泉州公司管理类员工基层津贴为例共分为三档

二是员工福利保障上。突出公平性和普适性。福利保障项目的多样化和人员的全覆盖，有效提升

举例：季度座谈课程安排表

主题	职涯规划	心态建设	团队文化	行动学习
课程安排	报到	报到	报到	报到
	职场礼仪学习	时间管理	《如何进行有效沟通》	行动学习
	新员工培养体系介绍	心得分享	《说温暖的话，做感动的人》	《如何快速处理问题》
	优秀学员分享	系统学习平台介绍	心得分享	心得分享
	领导激励	领导激励	领导激励	“圆”你所想

员工的幸福感。在福利项目的设置方面，包括五险二金、补充商业险、现金福利；在住房保障方面，对异地工作人员按照在异地工作单位职务和不同地域租房费用标准享受租房保障，租房费用标准

三是增强员工归属感。在工作上，公司给纳入“星火计划”、“展翼计划”的员工配备导师，用传帮带的形式，解决员工工作上遇到的难点，帮助员工成长成才。

（二）第二类：专业序列人才培养

如果说“管理序列”的工作更多围绕“人”来开展，那么“专业序列”更重“事”的本身。专业序列的相关岗位，主要解决专业上的问题，随着岗位职级越来越高，需要解决的专业问题难度越来越深，因此专业序列人才，既需要扎实的专业知识作为基础，还需要有对市场变化的方向、客户需求的变化、行业发展的趋势有一定的前瞻性。

作为基层一线单位的县区支公司，在销售企划、营销组织、经营运作等方面都需要专业的培养，而公司在这方面的关注度还存在欠缺，更多依赖于员工的自学领会，成长为业务骨干较为缓慢且良莠不齐。建议区分管理类人才和专业序列人才培养，在充分做好职业与岗位分析基础上，针对能胜任实际工作的应用型专门人才，明确具体培养目标与职业能力，分类设立业务知识、素质结构、培养技能相、职涯规划和薪酬待遇，避免因管理岗位数量少而出现“千军万马过独木桥”的情况，提升各类人才晋升的积极性。

（三）第三类：经营管理后备干部培养

1.多措并举，加强经营管理后备干部培养

干部队伍建设是公司人才队伍建设工作中一项基础性工作，在落实国寿总省公司“星火计划”“优秀年轻干部5000人、10000人”等培养体系基础上，通过思想教育、交流挂职、外派学习和搭建平台等形式，进一步加强干部培养工作。

一是通过思想教育，强化党建引领。建设忠诚干净担当的干部队伍的前提保障是加强思想政治教育工作。首先坚持政治理论学习。坚持干部理想信念教育源头抓、跟踪抓、全程抓，从源头上抓好干部理想信念教育，提升干部个人的政治理论水平和思想道德修养。其次是坚持意识形态工作。牢固树立抓意识形态工作是本职、不抓是失职、抓不好是渎职的理念，把意识形态工作作为党的建设重要内容，与业务紧密结合，一同部署、一同落实、一同检查、一同考核。再是坚持培育亲和力。领导班子不定期和干部交心谈心，及时了解并掌握干部职工的思想动态，针对工作态度，引导加强服务意识教育；针对工作作风，引导加强组织纪律教育；针对工作质量，引导加强技能学习，以鼓励为主，批评教育为辅。

二是通过交流挂职，丰富干部履历。进一步加强干部横向、纵向交流，促进不同职务层级、不同专业类型、不同岗位模式的锻炼。首先是横向交流，拓宽发展空间。树立“横向共赢”的干部交流工作思路，落实上级公司跨司交流政策，积极参与系统内跨机构间的交流锻炼。其次是上下融通，搭建成长平台。在推动干部横向交流的同时，在系统内搭建成长平台，让机关和各基层单位之间交流挂职、互动发展。以青年干部作为上下交流挂职的主体对象，放手使用综合素质好、工作能力强和成长潜力大的青年干部。

三是通过外派学习，引进先进经验。积极安排干部外出学习，使干部学习到先进地区优秀的理念和思想，提高工作能力和创造能力。首先是与外省优秀单位交流学习。积极参与总公司县（区）支公司经理基地平台培养项目，开展县支公司经理跨省基地交流锻炼工作。通过干部“走出去”和“引进来”，开阔视野，交流经验，加强与各兄弟公司的沟通和交流，促进年轻干部的快速成长，推动公司业务高质量发展。其次是省内地市单位相互交流学习。针对地市优秀的青年干部，组织搭建跨单位学习平台，通过脱产的学习形式，分批选送优秀骨干赴其他地市基层公司进行跟班学习，紧密跟踪学习情况，按照“日志、周报、月度总结、现场座谈宣导”的形式，监督骨干学习。

四是通过实战演练，激发干部潜能。通过搭建多样的实践锻炼平台，充分挖掘年轻干部潜能，助力干部成长成才。首先是落实“青英计划”。根据总公司文件精神，研究实施市县两级班子“青英计划”，切实打破论资排辈，加大年轻干部的选拔使用力度，给予年轻干部施展平台。其次是利用好协理岗位。在重点县域的收展平台（达到一定规模）和城区专业化单位配置协理岗位，搭建锻炼平台，采用“赛马机制”，通过实战培训“压担子、搭舞台”，加速骨干人员成长，作为班子后备役。通过

协理平台激励干部担当作为，让抗压能力强、协调能力强、业务能力强、统筹能力强的干部脱颖而出。再次是制定“铸鼎计划”。充分把握下沉市场发展机遇，以重乡重镇拓展生产单元为人才培养孵化基地，选拔优秀年轻干部驻点重乡重镇，提供实践锻炼平台，铺路压担，定期考核。进一步加大人才、资源向基层流动，扶持重点生产单元做大做强，激发县域机构发展活力。

2.赋能导师，服务人才培养

导师在人才培养工作中扮演重要角色，发挥承上启下作用，进一步完善导师辅导机制，提升导师辅导技能和意愿，是服务人才培养工作的重要前提。一是强化导师辅导技能。通过专项课程培训，提升导师提炼、萃取知识和经验的能力，制定《导师手册》，量化导师应传授的具体知识和技能类别，量化培训教材和操作流程，给导师开展辅导工作提供必要参考，将导师“传帮带”过程简单化。二是搭建导师荣誉体系。从导师带学员的前、中、后期，通过颁发聘任证书、评选年度优秀导师、宣传报道先进典型、制作“感谢函”给到导师和其领导等方式，树立导师荣誉感。三是完善导师激励机制。设立导师“月－季－年”绩效奖励，激发导师辅导意愿。导师日常辅导学员，发放月度辅导津贴；达成季度考核，发放季度奖励；评选年度先进，给予年度奖金。

3.鼓励自学，关注全员培养

鼓励全体干部员工利用业余时间加强自我学习，改善知识结构，提高综合素质和自身水平。一是用好国寿E学平台。国寿E学拥有庞大的理论知识库，做好国寿E学平台课程体系、内容等宣传，依托各类学习活动等，推动国寿E学平台成为广大干部员工的指尖课堂。引导干部员工把学习要求变成学习习惯，利用碎片化时间，加强运用管理学习，让国寿E学热潮全覆盖，成为干部员工自我提升的“指南针”，和自我教育的“加油站”。二是加强晋级晋档激励。鼓励干部员工不断精进自身能力水平，对取得专业技术中级及以上职称、通过国家司法资格考试的人员，以及现已在岗非本科学历的取得本科学历、本科学历的取得硕士研究生学历或学位的人员，根据取得证书等级/学历类别，在已确定的职级档次的基础上调高一档至两档。

4.差异激励，激发干部活力

突出“两个倾斜”原则，即向价值贡献渠道倾斜、向基层公司和员工倾斜。从薪酬奖励分配上向基层人才倾斜，鼓励人才下沉基层一线，砺练奋斗。一是给县级支公司班子“压担子”。县级支公司班子作为基层发展的第一责任人，要强调以业绩为导向的执行文化。我省主要以阶段执行力考核为抓手，以年度业绩目标合同为导向，强化争先意识，体现责任担当。阶段执行力考核对干部采取业务督导、通报表彰或批评、召开述职评议大会、问责处罚等措施。二是给基层后备干部 “架梯子”。后备人才作为基层人才的先锋队，应从薪酬倾斜上加以激励。对“青英”人员采取薪酬参照县级支公司经理助理定薪，最高高于县支主管层级收入45%。对“协理”人员采取薪酬按照不高于县级支公司经理助理的90%执行，最高高于县支主管层级收入30%。对交流挂职人员采取薪酬就高保护。对下沉农村网点的“铸鼎经理”采取额外专项津贴，并按照职场发展情况设置季度和年度奖励。三是给培养对象“搭台子”。优秀年轻干部作为基层人才的突击队，是人才梯队建设中不可或缺的一部分。我省多数地市通过搭建年轻员工的竞选平台，以全员主动参与竞选的形式择优充实后备干部人才库。

六、合理控编，优化人才结构，为基层高质量发展提供高素质人才保障

（一）合理控编，提升人均效能

2019年以来，国寿福建省分公司按照“鼎新工程”整体部署，严格基层人才队伍编制管控，积极构建我省“一体多元”发展布局，加强前中后台融合协同，提高人效。根据分类分级结果，科学制定各渠道编制，合理控编，一方面满足基层公司人才需要，另一方面提升人均效能，实现人均收入提升，为吸引高素质人才提供有市场竞争力的薪酬保障，促进高素质人才招聘。围绕“及时更新、实时监控、定期分析”的原则，通过日常维护《人员情况表》，实时更新《人岗匹配编制表》，加强对编制的总体监控，做好岗位配置和人员规划工作。

（二）强化交流，优化人员结构

在符合选人用人规范的前提下，精简选人用人流程，提升各级党委选人用人工作的决定权，落实

人才交流和调整办法，为优化人才结构提供机制保障。一是定期盘整人才队伍。

定期分析人才队伍建设现状，梳理人员结构，及时发现薄弱板块，有规划、有针对性地开展优化，始终保持人才队伍活力。二是加强横向、纵向交流。坚持统筹兼顾、通盘考虑、动态调整，加强人才队伍上下纵向交流和前、中、后台横向交流，盘活人才队伍。通过交流调整，进一步优化人才队伍年龄、学历和性别结构，增强干部队伍的整体功能。

（三）严肃考核，推进干部能下能出、员工能进能出

落实干部能上能下、员工能进能出的前提是具有充足的人才队伍储备，通过执行科学、全面的评价体系，为干部能上能下、员工能进能出提供决策支持，让“想干事、能干事、干成事”的优秀人才有机会脱颖而出。一是制定全方位的绩效评估体系。构建包含经营指标、职能指标、执行力考核和360°评价的科学、全面的员工绩效评估系统，除业务指标外，将工作技能、服务水平、领导能力、满意度等纳入评价体系，全方位评价干部员工绩效表现，为干部队伍调整提供决策依据。二是优化干部新时代新担当新作为实施细则。进一步加强干部履职考核，强化担当作为。对表现突出的优秀干部，重点培养，大胆任用；对不胜任工作的领导干部，实行问责，果断调整，推动干部能上能下成为常态。三是加强干部能上能下、员工能进能出考核。严格执行中央《推进领导干部能上能下规定》，结合国寿实际情况，明确干部“能下”、员工“能出”考核指标，营造能者上、优者奖、庸者下、劣者汰的选人用人环境，建设一支忠诚干净担当的高素质人才队伍。

七、结语

千秋基业，人才为本。中国人寿作为中管金融企业，应胸怀“两个大局”，牢记“国之大者”，深耕“人才沃土”，营造识才、爱才、敬才、用才的环境，坚定不移实施新时代人才强司战略，为建设世界一流寿险公司提供坚强的人才保障。

（作者单位：中国人寿福建省分公司）

责任编辑：谢圆虹

责任校对：黄艺敏

（上接第9页）

重视数字化转型，提升竞争力

保险业的数字化转型极其重要，需要大力推进。保险行业的特殊性决定了其在销售、管理等各个环节的成本较高，降低了产品吸引力。数字化转型能够为保险公司大大降低成本，提高效率。

现在保险行业的主要问题是数字化转型速度较慢，要切实提升保险业数字化转型的速度和力度，公司的主要负责人应该亲自抓。这里要特别指出，数字化转型对于中小保险公司尤其重要，也更易推动。大型保险公司已经铺设了大量线下分支机构，需要权衡数字化转型和线下分支机构发展的问题。而中小保险公司分支机构较少，就少了这方面的顾虑。因此中小保险公司提高自身竞争力，数字化转型就显得尤为重要，这是一个机遇。

（来源：中国金融四十人论坛）

责任编辑：李于进

责任校对：黄艺敏

浅析老龄化社会下的居民养老理财规划

● 黄德平　施曼莉　吴曾欢

【摘　要】 本文阐述养老理财的重要性、养老理财规划的要素，并对常见的养老金融理财产品进行介绍。

【关键词】 老龄化；居民；理财规划

老龄化社会、长寿时代是未来人类社会的新常态。根据国家统计局的数据显示，截至2022年末，我国60岁及以上人口占总人口的19.8%，我国已步入中度老龄化社会。同时，根据国家卫健委的预测数据，2035年左右，我国60岁及以上老年人口将突破4亿，占比超过30%，届时中国将迈向重度老龄化社会阶段。如何更好地应对老龄社会，是当下时代的热点课题，“未富先老”成为不可忽视的问题，养老理财的重要性日益凸显。

一、养老理财的意义

（一）长寿风险。随着医疗科技水平的提高，人的寿命会越来越长。对许多人来说，退休的状态可能会持续20年、30年甚至更长。当然，长寿是福气，但个人积蓄却面临挑战。如果单纯依靠社会基本养老金，很难支撑长达几十年的优裕生活，这通常称为“长寿风险”。

（二）养老金风险。养老金主要是保障退休人员的日常生活开支。中国的养老金体系经过二十多年发展，目前社会基本养老保险覆盖率已经超过95%，农村养老保险覆盖率达到了81.6%。根据《第四次中国城乡老年人生活状况抽样调查数据开发课题研究报告汇编》，中国城镇老年人的收入来源中，养老金占比高达71%，其次是子女亲戚给予、工作收入、房租收入、利息收入及其他投资收入等。而对于农村老人，养老金仅占24.10%，子女亲戚给予的收入占比最高，为25%，其他收入来源还有非农工作、农作、土地承包等。虽然收入来源很多，但目前中国的养老金替代率平均在40%左右，这意味着退休人员只能拿到之前工作收入的40%左右用于生活开支。

（三）通货膨胀风险。由于社会基本养老金近年来的上涨幅度较小，不一定能够抵御我国目前的通货膨胀。

（四）医疗风险。根据清华大学老龄社会研究中心与腾讯联合研究的《国人养老准备报告》显示，59.50%的受访者担心退休后会出现“无力支付医疗费用”的问题；即使是高收入的群体，他们对于“无力支付医疗费用”的担忧也依然较高(26.29%)。这说明即使是较富裕的家庭，养老与健康危机造成的财务冲击也会对家庭产生较大的影响。养老与医疗资金支出的不确定性，容易引发“因病致贫”和“因病返贫”的风险。

二、目前养老理财现状

（一）养老理财的目的主要是保障生活与抵御风险

关于民众的养老理财认知及参与情况，2023年3月，数字100市场研究公司联合《金融博览·财富》杂志对全国6000位受访者进行了在线调查。

基于养老理财的目的，如图1所示，受访者选择最多的原因是“为了退休后保证生活水平做储备”（64%），其次是“为了抵御外部风险（如疫情、疾病等）”（52%）和“为了退休后能给子女减轻负担”（51%），而资产配置需求、财富传承方面的需求则相对较弱。

（二）养老理财的安全性、灵活性是最被看重的因素

在“安全性、流动性、收益性”三角中，民众的养老理财更看重前两者。如图2所示，当问及受访者“配置养老理财产品所考虑的因素”时，调查数据显示，选择最多的是“安全”（55%），其次是“灵活性（可随时取用）”（43%）。对于养老理财产品可承受的风险，受访者还是以“稳”字为第一选项。多数人选择了“可以阶段性承受5%以内的亏损”（46%），而能够承受5%–10%的阶段性亏损的人群则为30%，还有18%的受访者认为“任何时候不能出现亏损”。

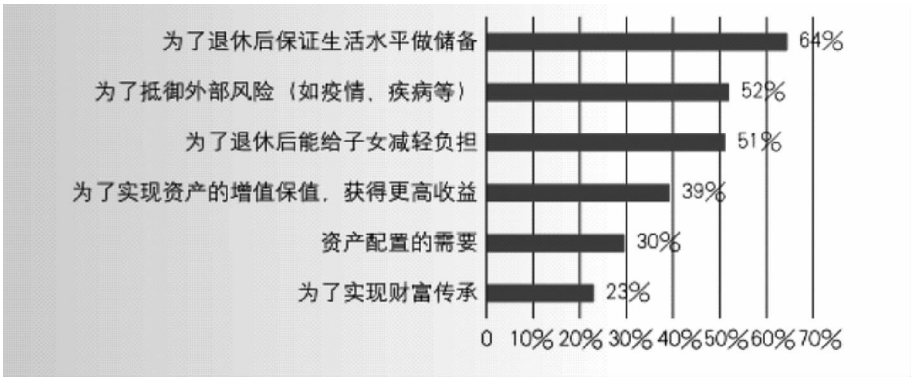


图1 养老理财的主要目的是保障生活和抵御风险

资料来源：数字100数据研究院《百姓养老理财认知及参与情况调查》

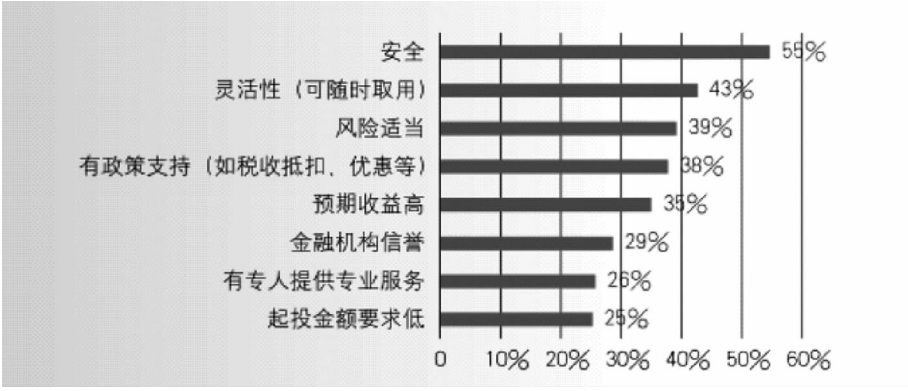


图2 养老理财的安全性和灵活性最受关注

资料来源：数字100数据研究院《百姓养老理财认知及参与情况调查》

（三）养老理财意识及储备不足

根据2023年8月，麦肯锡发布的《麦肯锡中国退休养老调研–2023》（如图3所示），居民养老准备存在信心、规划、储备三方面不足，而“缺乏紧迫感”被列为准备未达预期的首要原因，加强市场教育刻不容缓。

以个人养老金制度为例，截至2023年6月，该制度已出台一周年，全国个人养老金账户储量突破4000万户。根据麦肯锡调查显示，国内居民对“个人养老金”制度的了解度已达80%，但是实际购买率仅为8%，这部分人的文化程度是比较高的在职人员。其中，从“了解”到“开户”的转化率为45%，而从“开户”到最终购买的转化率仅为23%。针对转化率偏低问题，应积极开展养老金融教育，帮助居民树立养老金规划和投资管理意识，提高国民的养老理财能力。

（四）银行、保险、基金、房产是养老理财主流选择

2023年，中国保险资产管理业协会发布了《中国养老财富储备调查报告（2023）》，对全国所有省份的8000余位受访者进行分析，样本选择考虑了已退休/未退休人群、收入、年龄、受教育程度等。

如图4所示，除去基本养老保险和企（职）业年金，银行类产品在选择偏好的第一位，尤其是已退休人员选择银行类产品的人数接近一半，银行系产品仍占据居民金融资产中的主流地位。

其次，是保险类产品，相较于退休人员，保险类产品在未退休人员中占比有所上升，体现中青年人群的保险意识正在提升。

而一个有趣的现象是，房产收入仍然在未退休人员的预期选择中居高不下（18%），体现传统的买房养老的思维仍然具有惯性。但从长期来看，随

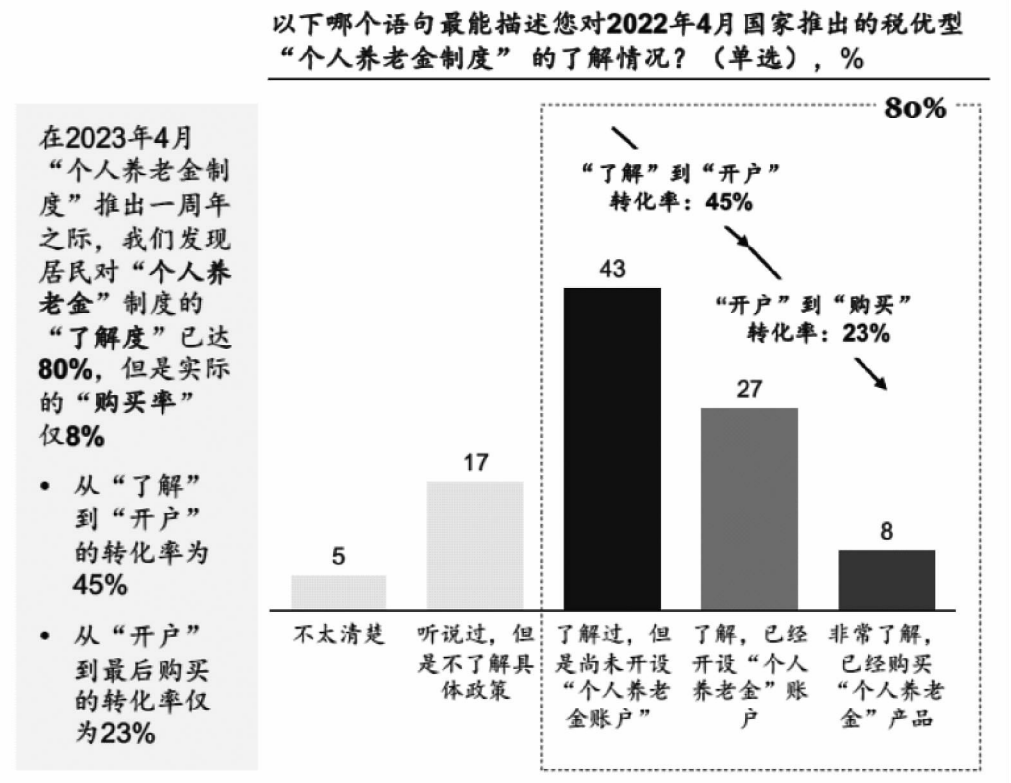


图3 养老理财意识及储备不足

资料来源：《麦肯锡中国退休养老调研-2023》

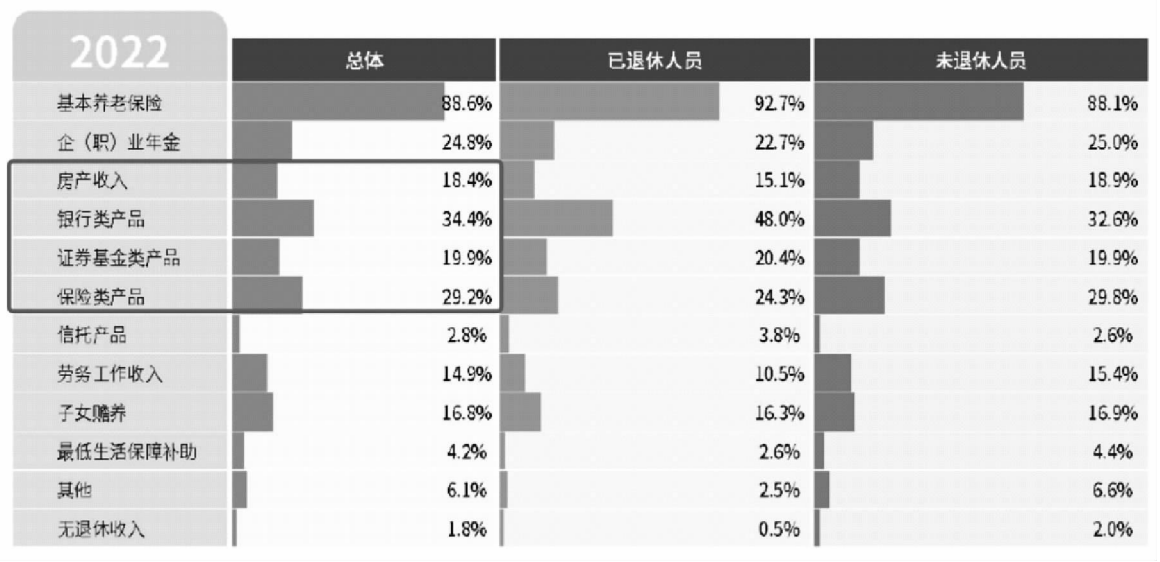


图4 银行、保险、基金、房产是养老理财主流选择

资料来源：中国保险资产管理业协会《中国养老财富储备调查报告（2023）》

着人口红利见顶，住房刚需下滑，房价涨幅也将回归合理区间，民众的理财重心将逐步从实体投资转向金融资产。

三、养老理财规划要素

基于目前的养老理财现状，建议从以下方面考虑养老理财规划：

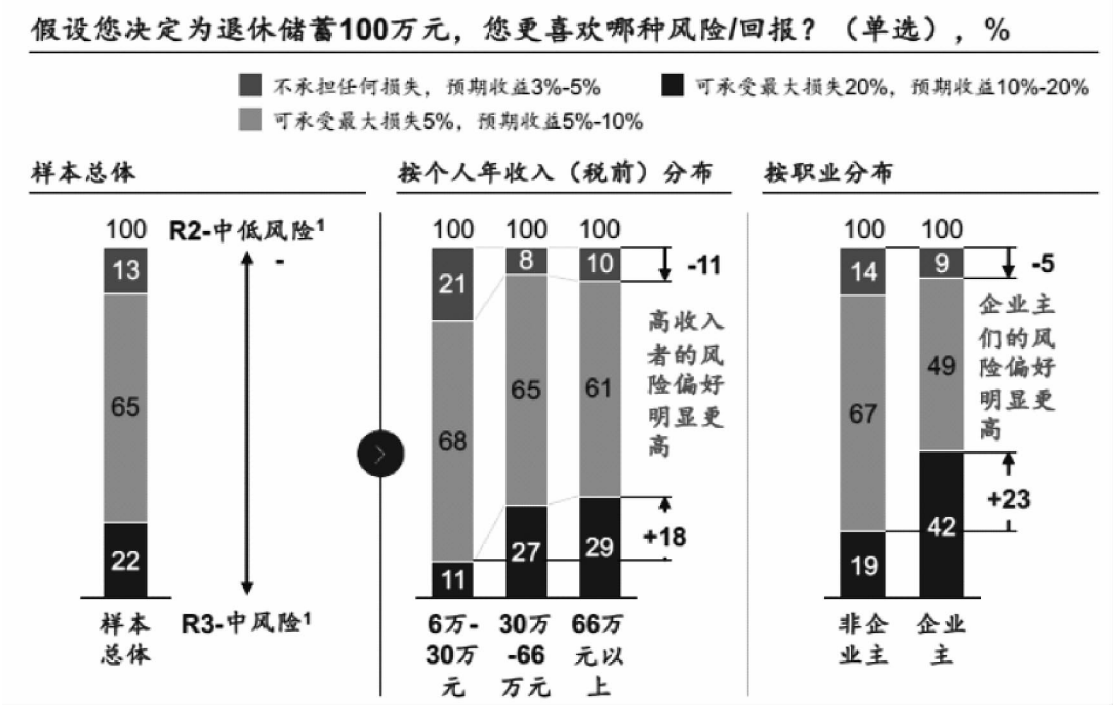


图5 资产配置偏好与收入及职业等相关

资料来源：《麦肯锡中国退休养老调研–2023》

（一）根据风险偏好选择资产配置结构

资产配置结构与个人的收入、年龄、风险偏好有关。如图5所示，根据麦肯锡的研究报告，随着收入的提升，愿意配置更高风险的养老金融产品的意愿会更强。大多数民众则愿意将六成以上的资金投资于“可承受最大损失5%，预期收益5%–10%”的产品。

面对纷繁复杂的产品类型和风险等级，民众非常需要专业人士的指导。因此，未来投顾市场的潜力是巨大的，诸如“健康财富规划师”等新兴职业需求较大。参考美国成熟市场经验，69%的民众在制定养老金账户投资策略时，会从专业的金融人士处获取投资建议，完善资产配置结构。

（二）合理规划投资及领取期限

对于养老理财的投资期限，需要根据自身的收入水平和现金流需求，按需分布长、中、短期产品。从麦肯锡的调研可以看出（如图6所示），高收入群体更加偏好10年后取出，甚至退休后取出，原因是有富余的现金流进行规划，且养老储备意识强。

对于大多数民众来说，更偏向于投资3–5年就能开始领取的产品，兼顾较强的流动性需求，但这也反映出民众对于养老储备有一定程度上的信心不足，无法将更多资金用于长线投资。

四、养老理财常见投资品种

养老投资理财策略需要兼顾安全性与流动性，根据风险偏好选择资产配置结构，同时合理规划投资及领取期限，下文将对常见的养老金融理财产品进行介绍（如表1所示）。

以个人养老金目前囊括的品种为例，2022年4月，国务院办公厅发布《关于推动个人养老金发展的意见》，规定了个人养老金资金账户资金用于购买符合规定的储蓄存款、银行理财、公募基金、商业养老保险等金融产品，参加人可自主选择。除以上产品之外，还包括信托、国债、股票等，也可以作为养老理财的品种选择。

（一）银行投资领域

银行储蓄方便、灵活、安全，操作简便，但需要注意不要存过多现金，以免遭受通货膨胀的风险，可以通过阶梯存款法等方式兼顾长期收益性和资金灵活性。

随着退休人员投资理念的变化，银行业在养老

金融方面推出养老储蓄产品和养老理财产品,非常适合进行稳健投资的需求（如表2所示）。此外，住房反向抵押类产品是一种新兴模式。这类产品是指将个人将住房抵押给保险公司或银行，保险公司或银行支付现金以供养老生活开支，在保障老人居住权的同时，用房产增加现金流，改善了老人的生活品质。目前这类产品在国外已经相对成熟，而我国仍处于起步阶段。

（二）基金投资领域

2018年8月，首批养老目标FOF获批，迄今已

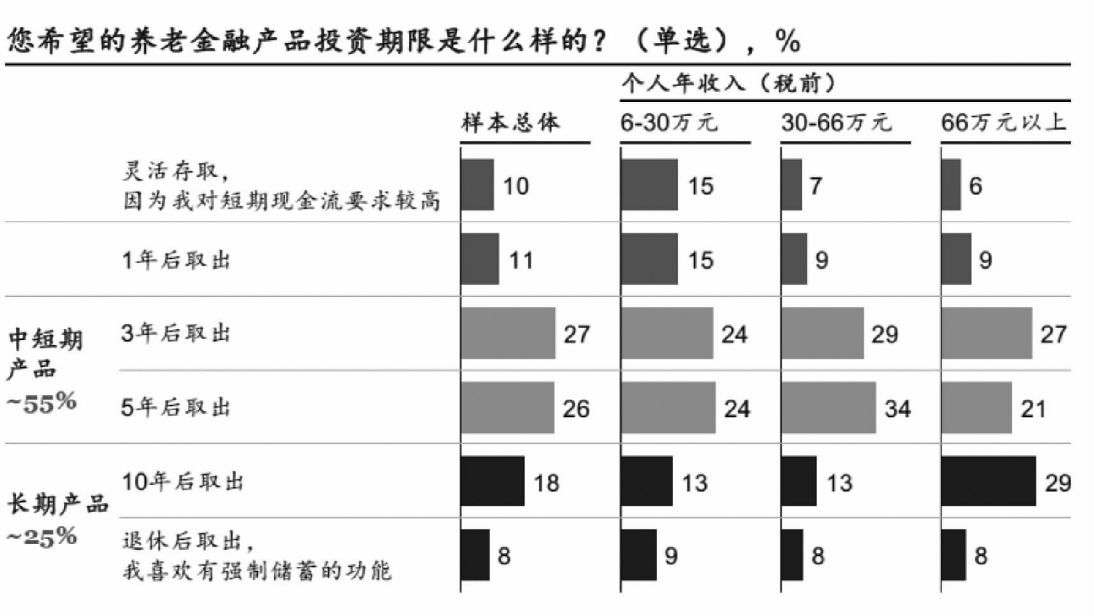


图6 不同收入群体对投资期限的偏好不同

资料来源：《麦肯锡中国退休养老调研-2023》

表1 常见养老金融投资品种表

投资领域	常见养老投资品种
银行	养老储蓄、养老理财、传统产品、住房反向抵押贷款等
基金	养老目标基金等
信托	养老金信托、养老理财信托、养老消费信托、养老产业信托、养老慈善信托等
保险	养老年金保险、专属商业养老保险、增额终身寿险、保险+养老社区等

表2 银行养老投资品种表

领域	产品	特征
银行	养老储蓄产品	面向有养老需求的客户的储蓄产品，可选择存期并设定领取时间及领取金额
	养老理财产品	以追求养老资产长期稳健增值为目的，持有期5年起，鼓励客户长期持有银行理财产品
	传统产品	定期存款、大额存单、储蓄国债、理财等
	住房反向抵押贷款	老年人将住房抵押给银行，银行支付现金以供养老生活开支，老人过世后，银行获得房屋的产权，可进行销售、出租或者拍卖

有五年时间。五年来，养老FOF基金数量扩容明显，但规模增长有限。从业绩情况来看，养老目标FOF基金呈现“运作期越长，投资收益越稳健”的特征。

成立较早的产品，如易方达、华夏、工银瑞信、广发等14家公募基金于2018年9月至2019年5月期间陆续发行成立的首批产品，均实现了正收益，平均累计收益率近30%。

成立较晚的产品，比如2022年11月证监会发布《个人养老金投资公开募集证券投资基金业务管理暂行规定》以来，多家公募相继成立个人养老金基金Y份额产品，目前仅投资1年。截至2023年11月，近九成产品自成立以来收益告负，回报超过1%的只有11只。业内人士指出，相较于传统公募产品，个人养老金基金是市场新兴事物，考虑到目前权益市场所处的低位和长期具备的价值，绝大部分产品未来有望修复亏损（见表3）。

（三）信托投资领域

根据中国信托业协会相关报告，将养老信托划分为以下五类（见表4）。

在全权委托型信托架构中，信托公司作为设立机构，除了负责顶层架构设计和事务管理工作，还负责制定投资建议和信托利益分配，有些机构还通过选择专业养老服务机构，或者与保险机构合作，为客户提供“医养结合”一站式服务。

据不完全统计，目前开展养老服务信托的机构不到10家，其中包括国投泰康信托等6家机构已经实质性开展相关业务（见表5）。

2021年末，国投泰康信托正式推出其首款养老信托产品“赫奕–祈年一号养老信托”。据悉，该款养老信托产品除注重养老资金的保值增值，也聚焦养老资金保值增值后“去哪儿养老”等关键问题，打通“金融+养老”服务的最后一公里。

表3　基金养老投资品种表

领域	产品	特征
基金	养老目标风险基金	养老目标风险基金，于成立之初设定基金的总体风险水平，采用长期固定的资产配置比例中枢，以实现预先约定的投资风险水平。主要分为稳健型、平衡型、积极型三大类。投资者可以从养老目标风险基金的名称中看，含有“稳健”、“平衡”或“积极”等字样。
	养老目标日期基金	养老目标日期基金，以投资者的预计退休年份作为目标日期，按照事先确定的方案对资产配置进行调整，力求实现在退休时点为投资者提供能够覆盖其退休生活所需的投资收益。养老目标日期基金通常以退休年份命名，比如“目标日期2035基金”则是为在2035年前后退休的人群设置的基金。
	传统产品	货币基金、债券基金、股票基金、指数基金等

表4　养老信托品种表

领域	产品	特征
信托	养老金信托	参与企业年金、职业年金构成的养老保险第二支柱。
	养老理财信托	信托公司接受委托，对其交付的个人现金资产，商业养老保险、房产、股权等非现金资产进行专业化管理。
	养老消费信托	将信托资金用于购买产品或服务，让投资者在购买信托产品的同时，获得养老消费权益的信托业务。
	养老产业信托	信托公司募集资金或利用证券化等方式，为养老产业（养老地产、养老健康产业、养老服务产业等）发展提供投融资、资产管理等。
	养老慈善信托	服务孤寡老人养老助老等公益福利事业的信托业务。

表5　养老服务信托产品列举表

信托公司	养老信托品牌	门　槛	功　能
山东国信	“颐养”家庭信托	500万元	兼具养老和财富传承的双重功能
五矿信托	“颐享世家养老信托”产品系列	500万元	涵盖养老社区、高端医疗、居家改造、临终关怀、意定监护等五位一体的养老服务。
中融信托	“承裔颐和”系列	1000万元	保障委托人及配偶高品质的养老生活同时，通过受益人顺位的安排，实现家族财富的传承。
国投泰康信托	“赫奕·祈年一号养老信托”	1000万	养老资金的保值增值，以及“去哪儿养老”等关键问题，直接“嫁接”国投健康长者公寓。
中航信托	“鲲瓴养老信托”	1000万	将终身寿险保单装入信托账户。以单一信托账户为载体，实现养老机构入住、日常养老支出、财产保值增值和财富传承需求。
外贸信托	“外贸信托–安愉人生系列信托”	1000万	配置中低风险产品，兼具养老和财富传承的双重功能。

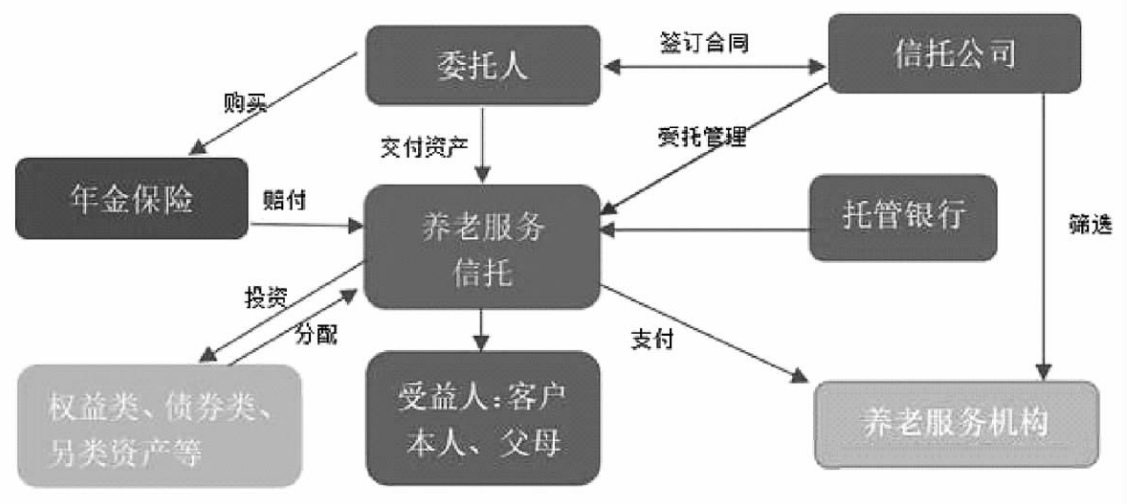


图7 养老服务信托架构图

架构如图7所示。

案例：养老服务信托

客户需求是为其本人及父母的晚年生活再添一重保障。某信托公司提供的解决方案为：

1.客户购买一份年金保险，获得养老社区的入住权；

2.将现金和年金险的保单“装入”专门设立的养老信托中，设定客户本人和父母为受益人，对养老日常支出、大额用款等需求给予资金保障；

3.根据受益人的需求，信托公司协助对接医疗服务、监护等机构，由养老信托对相关费用进行受托支付。

（四）保险投资领域

在养老理财金融产品的选择上，保险产品仅次于银行产品，因为保险业在风险分散和长期资金管理方面具有独特优势。而随着社会压力的增大、保险意识增强，加之保险产品设计多样化，部分新老人（集中于50–60岁的初老族）开始关注保险抵抗风险或在理财上的功能。

保险产品在养老理财产品中具备独特的优势：一是部分保险年金产品具有保底收益。以保险合同的方式，获取相对稳健的回报；二是能够实现现金流领取规划可持续。充分享受复利效应，安全稳健，投保人可长期甚至终身领取保险金；三是能够

实现养老资金的定向使用，对接养老服务。例如，泰康保险集团就在传统人寿保险的基础上，创新地结合了养老筹资与实体服务，客户购买寿险和年金保障，可以在长寿社区里安享晚年，将养老理财的需求通过专业化的运作和高品质养老服务的需求一并满足。

因此，养老保险具备"收益保底、叠加保障、领取多样、附加服务"的产品优势。虽然保险公司在投研能力方面与银行、基金公司等有差异，但是结合"有保底收益"、"身故／失能保障"、"领取方式多样化"、"附加丰富的养老健康资源"等特点时，在单纯以收益为导向的养老金融产品中，养老保险产品能够脱颖而出，具备差异化优势。

案例：从泰康方案浅析养老理财

无论养老理财采取哪种方式，目的是希望能够获得与生命等长的现金流，并希望在养老理财中能够获得长期优异稳健的收益率，而这恰恰就是长寿人生筹资模式的基础。

从现有的金融产品来看，泰康创造性地将长期限的年金产品与长寿社区的入住权益相结合，打通了虚拟的保险与实体的医养服务，让客户年轻时获得保险理财服务，通过泰康扎实的投资实力享受复利，积累充足的养老准备；年老时用积累的保险金获得长寿社区高品质的养老服务，也可以选择使用保险金自由安排养老生活。而这也是泰康保险集团三大闭环中的财富闭环（如图8所示）。

财富闭环是指面向客户的资金与财富管理计划和专业的机构投资能力构成的闭环，客户持有泰康提供的年金、退休金、财富管理产品等，通过机构长期、稳定投资，实现财富的保值增值，积累充裕的资金支付长寿人生的养老和健康费用。

随着我国老龄化程度持续加深，居民的养老储备问题成为政府、个人关注的热点。养老投资理财应当注重安全性、流动性和稳健性，根据个人需求和市场环境选择合适的投资品种及投资策略，实现养老储备资产的保值增值。

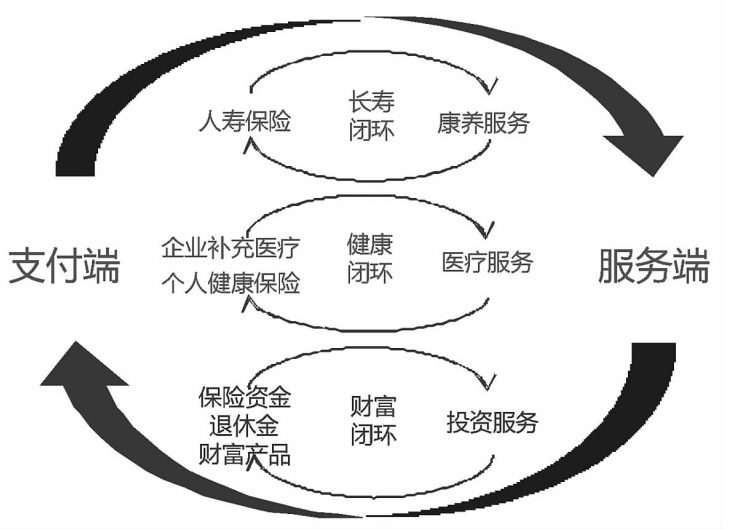


图8 长寿时代，泰康方案：财富闭环示意图

参考文献

[1]麦肯锡团队.《麦肯锡中国退休养老调研-2023》，2023.5

[2]中国保险资产管理业协会.《中国养老财富储备调查报告（2023)》，2023.5

[3]数字100数据研究院.《百姓养老理财认知及参与情况调查》，2023.4

[4]张瑞，枫叔.《投资的60个基本：从零开始学会终身受益的理财方式》.台海出版社，2022.3

[5]清华大学老龄社会研究中心，腾讯.《国人养老准备报告》，2020.10

[6]韩秀云.《中国新经济》中信出版社，2020.7

[7]安子.《让理财成为一种习惯》.金城出版社，2010.1

[8]陈东升.《长寿时代：从长寿、健康、财富的角度透视人类未来》.中信出版集团，2021.8

（作者单位：泰康养老福建分公司）

责任编辑：李于进
责任校对：黄艺敏

委托第三方机构反洗钱履职难点及对策建议

——以寿险公司为例

● 黄晓玲　曾雅晴

【摘　要】 第三方业务不仅是保险公司销售的主要渠道，也是开展客户身份识别和发现可疑交易的重要防线。现就寿险公司委托第三方机构开展业务中反洗钱履职难点进行分析并提出对策建议。

【关键词】 寿险公司；第三方业务；反洗钱

一、保险代理市场情况

保险行业的迅速发展，保险市场较从前更加精细，产销分离已成主流，保险中介机构是保险市场精细分工的结果，我国保险中介市场规模不断扩大。

第三方业务是指保险公司通过与保险中介机构签署合同，委托中介机构向客户销售保险。目前，我国保险代理机构主要分为保险专业代理机构（保险专业代理机构、经纪机构、公估机构）和保险兼业代理机构（银行、邮政等渠道）二类。

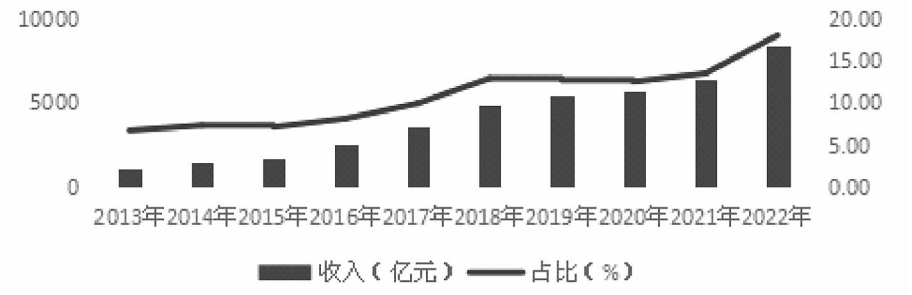


图1　2013年–2022年专业代理机构保费收入及占比

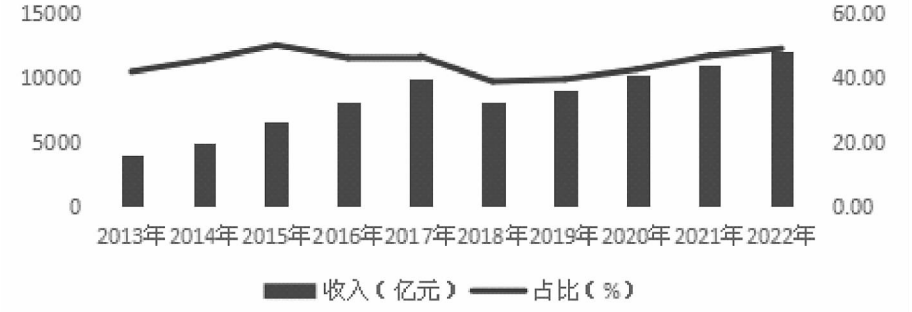


图2　2013年–2022年兼业代理机构保费收入及占比

截止2022年12月末，全国保险专业代理机构2582家1，保险兼业代理机构4567家1。保费方面（见图1、图2）2，从这10年的专兼业代理机构的保费及占比上看，保险公司委托第三方业务在逐年增加，保险代理已成为我国寿险公司保险销售的主要渠道，它对于我国寿险市场有着举足轻重的作用，是保险市场发展的必要补充和重要的推动力量。

保险洗钱是指一些个人以及团体将非法所得及其产生的收益通过投保、理赔、变更、退保等方式来掩饰、隐瞒其来源或性质，以逃避

法律法规制裁的行为。保险中介是我国保险市场重要的销售渠道，如此大的份额和直接面向客户的特性决定了保险代理必将在整个保险业反洗钱工作中扮演重要角色。

二、保险代理机构反洗钱工作模式

依据《金融机构客户身份识别和客户身份资料及交易记录保存管理办法》（以下简称《办法》）第 24、25 条，保险公司可委托第三方机构开展客户身份初次识别工作。保险公司委托保险代理开展业务时，保险代理公司直接面对客户，作为第一手资料的收集者，保险代理机构在销售保险产品时收集客户的相关个人信息材料，如姓名、职业、年收入、联系方式等，并将这些信息移交给保险公司存档，可以说，在一定程度上，第三方代理机构所移交的信息是保险公司履行反洗钱义务的基础，决定了客户身份初次识别的真实性、有效性和完整性，直接影响到了客户身份识别制度的有效实施。

2016年12月28日，人民银行颁布了新的《金融机构大额交易和可疑交易报告管理办法》（中国人民银行令2016年第3号），首次将保险专业代理机构和保险经纪机构两类保险代理机构纳入了反洗钱大额交易和可疑交易报告的义务主体范围，填补了长期以来的监管空白。但长期以来，保险第三方机构存在着内控机制不健全、销售误导、诚信缺失、合规基础薄弱等诸多问题，洗钱风险不容小觑。

根据中国人民银行福建省分行官网数据显示3，2022年–2023年6月，全国保险机构和福建省因反洗钱相关工作问题被人民银行处罚情况如下表，处罚金额主要在三大核心义务履职不到位等方面。

从下表监管处罚情况可以看出，大部分保险机构在客户身份识别这项反洗钱基础业务方面存在较大问题，第三方代理机构识别也不例外。

三、委托第三方业务反洗钱履职难点

（一）部分代理机构从业人员反洗钱意识薄弱、能力欠缺

保险代理主营业务就是保险产品销售，目前部分代理机构从业人员往往人数众多且流动性大，因入职门槛较为宽松，存在从业人员学历良莠不齐的情况，易导致部分人员对于反洗钱工作了解程度也参差不齐。从业人员往往是保险产品销售过程中接触到客户的第一人，是客户资料的收集者，然而部分代理机构从业人员迫于业绩压力，对于客户是否存在可疑行为，从业人员多数选择“装聋作哑”，不严格开展客户身份核查，甚至与客户勾结利用保险产品帮助其开展洗钱活动。如果从业人员不配合不尽职履职，保险公司只能通过客户的基础信息进行核查，这在一定程度上加大了保险公司洗钱风险隐患。

部分保险代理机构缺乏针对性的内部培训，缺专业教材、缺与行业相关的案例或专业的培训老师，只停留在表面层次上，简单的宣导法律法规概念，对如何深化开展反洗钱工作的现实意义不大，在实际工作中部分员工未能熟知与自身相关的金融法规和行业制度规范，员工缺乏必要的专业知识和技能，或代理机构对反洗钱培训不够重视，未能针对反洗钱工作进行专业化系统化的培训，工作人员只能在工作中凭感觉和经验办理业务，随意性较强，“人员不专岗、专岗不专业、专业不精通”的现象积滞未解，这就导致部分代理机构在开展业务时未能及时识别和防范洗钱活动。

2022年–2023年6月全国人民银行处罚情况

省份	处罚金额（万元）		
	总额	机构	个人
全国	46463.19	44271.05	2192.14
福建	982.30	898.80	83.50
合计	47445.49	45169.85	2275.64

（二）部分代理机构内控制度不健全，易存在操作风险[4]

目前，绝大部分的代理机构还是存在“重业务，轻合规”的经营理念，保险公司在与保险代理机构签订代理合同时只是简单的生搬硬套法条，没有对履行客户身份识别有一个明确的规定。而部分代理机构本身反洗钱内控制度及流程不健全，未将反洗钱工作要求融入到公司的操作规程中，实际工作中反洗钱操作规程及实施细则不健全，履行反洗钱职责缺乏具有可操作性的具体规定，也没有完整的反洗钱利益补偿及利益激励机制，导致部分代理机构在对客户信息的录入、审核等方面存在诸多问题。如未能如实的记录客户职业、只是简单的进行分类，未能如实体现客户真实职业，客户地址、联系方式、未在销售保险时详细的询问客户投保动机、资金来源等现象。部分代理机构没有尽职去审核客户身份信息及资料的真实性、有效性和完整性。

（三）客户身份信息核对存在难度，存在信息不对称风险

一是部分代理机构与保险公司的配合度不高，为不法分子的洗钱活动提供了机会。如银行和保险机构之间，银行有着完善且健全的制度和系统，从业人员学历及职业素养高，但因代理保险产品非银行主业，银行工作人员销售保险时有时只是做了“销售”的动作，并未主动询问客户购买该保险的动机及资金来源途径，第三方业务客户身份识别主责又在保险机构，由此导致双方建立业务关系时银行履行反洗钱义务配合度不高。加之金融机构彼此间的系统是相互独立的，相互对接时融合度并非十分完善，当银行了解的客户身份信息未能完整、准确的对接至保险公司系统，而客户又触发可疑交易时，银行方有时不愿配合对客户的相关信息进行再次确认或因客户为银行的高端客户，银行方不愿向保险公司透露太多客户信息，这就导致银行方提供的客户相关信息与实际情况不对称，若保险公司直接联系客户则极易导致客户不满，引发客户投诉和与银行继续合作的风险，由此种种，保险公司将错过“了解你的客户”的最佳时期。

（四）分红型、万能型等投资类保险产品增加了洗钱的风险

目前，随着社会的进步和人民生活水平的提高，保险种类也逐渐繁多，产品的条款也多种多样。如果一款产品保费高且具有较高的现金价值、流动性强、退保损失低，那么这款产品就有可能被不法分子利用进行洗钱，尤其是万能型、分红型等投资型险种。

万能型保险是一款兼具保障和投资功能的寿险产品。它不仅保障了潜在风险的损失，在经济效益上又兼具保底投资功能。

分红保险是指保险公司在每个会计年度结束后，将上一会计年度该类分红保险的可分配盈余，按一定的比例，以现金红利或增值红利等方式分配给客户的一款寿险产品。分红型保险具有保单现金价值高、退保损失小的优势，但限制条件是投保人拥有增值的红利，被保险人拥有期满保险金，可变更保险金的受益人。

如果保险代理机构没有对所代理销售的保险产品特性和风险有充分的了解，有可能在投保、退保等环节审核不严，放松警惕，被不法分子钻漏洞进行洗钱犯罪。

（五）法律法规对保险公司和保险代理机构的主体责任要求具有偏向性

《中华人民共和国反洗钱法》第十七条：金融机构通过第三方识别客户身份的，应当确保第三方已经采取符合本法要求的客户身份识别措施；第三方未采取符合本法要求的客户身份识别措施的，由该金融机构承担未履行客户身份识别义务的责任[8]。

《金融机构客户身份识别和客户身份资料及交易记录保存管理办法》第二十五条：金融机构委托金融机构以外的第三方识别客户身份的，应当符合下列要求：（一）能够证明第三方按反洗钱法律、行政法规和本办法的要求，采取了客户身份识别和身份资料保存的必要措施。（二）第三方为本金融机构提供客户信息，不存在法律制度、技术等方面的障碍。（三）本金融机构在办理业务时，能立即获得第三方提供的客户信息，还可在必要时从第三方获得客户的有效身份证件、身份证明文件的原件、复印件或者影印件。委托第三方代为履行识别客户身份的，金融机构应当承担未履行客户身份识别义务的责任[9]。

法律法规的规定，本质上就是保险公司委托代理机构开展第三方业务的客户身份识别的审核工作

及法律责任由保险公司承担，而未对保险代理机构在客户身份识别工作上有明确的法律规定。如果责任完全由保险公司承担，代理机构就会在客户身份识别工作上产生懈怠心理，缺乏重视。双方代理协议上反洗钱条款执行不到位，客户身份识别工作流于形式，未“勤勉尽职”，可疑交易报告工作无法有效开展，极易造成不法分子借道代理机构从而利用保险进行洗钱活动。

四、对策与建议

（一）在法律法规方面，提议增加责任共担

在法规中明确保险公司与保险代理机构在反洗钱工作中的责任和义务。建议增加客户身份识别工作的连带责任，促进反洗钱工作在代理机构中有效的开展。避免因代理机构客户身份识别工作未履职或履职不到位，导致保险公司反洗钱工作受阻，或双方相互推脱责任。

同时，加强保险公司与保险代理机构的互相监督机制。保险公司在反洗钱工作上有着较为成熟的工作模式，因此，保险可对代理机构合规工作进行监督。一是保险公司在与保险代理机构合作的初期可先考察代理机构反洗钱工作履职情况，审核代理机构反洗钱工作的合规性，规范代理机构工作人员的销售程序。二是现在代理市场竞争激烈，保险公司可对代理机构的客户身份识别、交易记录保存、客户信息档案留存等方面进行考核，以季度或年度对代理机构的反洗钱工作进行评估，对不符合考核标准的代理机构可采取要求期限内整改或不予以合作的措施，从考核上提升代理机构反洗钱工作的质效。代理机构可按季度对保险公司这一时期的反洗钱工作进行盘查，评估保险公司反洗钱核心义务的履职情况，双方互相监督，维护行业上下游反洗钱工作的健康发展。

（二）加强分红型产品的洗钱风险评估

保险公司与合作的代理机构可根据业务和分红型产品的属性和特点，结合公司采取的管控措施，通过定性和定量分析，评估业务和产品自身的固有洗钱风险及相关管控措施的有效性，合理确定业务和产品的剩余洗钱风险水平并进行动态调整，以优化反洗钱资源配置。

产品的风险评估可分为内部风险评估和外部风险评估。内部风险评估重点考察产品风险以及保险业务直接相关的操作风险，包括产品属性、业务流程、系统控制等要素。产品属性要素主要考察产品本身被用于洗钱的可能性。包括考察产品的现金价值大小、保单的质押能力、与投资的关联程度等方面进行考察。分红型产品现金价值越高、质押能力越大、与投资关联程度越高则被用于洗钱的风险就越大。

外部风险评估重点对客户风险、地域风险、业务风险、行业（含职业）风险等方面进行考察。保险公司和代理机构可对购买分红型产品的客户综合对客户背景、基本身份信息、社会经济活动特点等方面情况进行考察，考察分红型产品的业务方式所固有的洗钱风险并关注客户的异常交易行为，结合当前市场的具体运行状况，综合分析业务风险。降低分红型产品被利用洗钱的风险。

（三）建立健全代理机构内控机制，严格核心义务履职

为进一步完善反洗钱监管工作，提高反洗钱工作水平，中国人民银行于2020年12月30日印发《金融机构反洗钱和反恐怖融资监督管理办法》（中国人民银行令〔2021〕第3号），自2021年8月1日起施行。该《管理办法》将保险代理、网络小贷、非银支付等机构纳入了反洗钱监管范围。虽然现在保险代理机构有了专门的反洗钱法规制约，但是大多数代理机构反洗钱内部制度还不够完善，制度形同虚设、浮于表面，因此内控机制不健全的代理机构要根据《管理办法》规定统一行业准则，结合自身的经营情况完善反洗钱制度，定岗定责定人明确职责范围，严格审查客户身份，加强对客户交易理由及合理性的审查，特别要关注异常交易情形，充分了解客户交易意图，严控准入关。强化客户全生命周期管理，关注客户身份信息和资料、客户行为及交易以及其他风险因素的变化，审查客户当前状态是否与其交易意图及原先“风险画像”的认知相符，并根据情况采取相适应的风险管控措施。在一定程度上降低保险公司委托保险代理机构开展业务存在的洗钱风险。

（四）加强双方反洗钱培训，提升从业人员反洗钱意识

部分保险代理机构从业人员合规能力较弱，综合素质偏低、流动性大、职业生命周期短，如何将从业人员的合规行为由“要我反洗钱”转变为“我

要反洗钱”，这是一个应当思考的难题。一是招入“高素质”从业人员，提高入职门槛，通过“高素质”人员的引进从关口加强从业人员反洗钱理念。二是代理机构自身要加强从业人员反洗钱相关知识及法律法规的培训，开展覆盖销售人员在内的多层次人员学习教育。保险公司要加强对合作的代理机构保险从业人员开展法规政策、行业风险形式、反洗钱实操要求、剖析典型案例、监管部门最新监管动向等方面的培训，树立从业人员洗钱行为是一种风险的合规意识。三是通过线上/线下测试或提问的形式考察从业人员学习成果，进一步加深从业人员对反洗钱的认识。通过对保险代理从业人员的培训，进一步管控从业人员的销售行为，有利于降低保险公司发生洗钱风险的概率，更好的做到提前预警和及早发现利用代理机构洗钱隐患，提升代理机构反洗钱工作的整体水平。

（五）保险公司与代理机构加强沟通互动

一是保险公司可定期向代理机构分享在反洗钱工作中的经验和心得，代理机构在销售保险产品时、反洗钱工作上遇到问题可寻求保险公司的帮助。代理机构从业人员在销售保险时及时对客户进行身份识别及询问投保动机，及时将保险销售情况反馈给保险公司。两者之前通过有效沟通及合作达到互相了解、理解和谅解，减少合作中的摩擦。

二是加强保险公司与代理机构系统间的对接问题，实时有效的传递客户的准确信息，提升反洗钱工作效率。

三是建立信息共享机制，寿险产品因兼具风险保障与投资理财功能，流进市场的资金来源与渠道复杂多样，存在较高的洗钱隐患。保险公司与代理机构作为市场资金流向的一个端口，应联合起来，建立有效的共享平台，及时监测资金流向并做好动态监管措施，使共享信息能够得到有效分享，达到排查、分析可疑交易线索的目的。

参考文献

[1]国家金融监督管理总局官网
[2]中南财经政法大学《2023中国保险发展报告》
[3]中国人民银行福建省分行官网
[4]罗璠，魏金浩.保险代理渠道洗钱风险及其防范
[5]陶兰，王静.保险代理渠道反洗钱工作问题及对策研究–以内蒙古为例
[6]保险业反洗钱的现实困境与路径选择
[7]浅谈保险公司与保险代理的合作
[8]《中华人民共和国反洗钱法》
[9]《金融机构客户身份识别和客户身份资料及交易记录保存管理办法》

（作者单位：太平洋寿险福建省分公司）

责任编辑：谢圆虹
责任校对：黄艺敏

（上接第14页）

险管控，防范理赔漏损，降低经营成本，为公司可持续发展提供保证。调研发现，近年来人保财险龙岩分公司“三农“综合保险业务经营效益不尽理想，除2020年承保利润达17万元，2021年、2022年亏损均超1000万元，主要原因是普惠性涉农业务风险较大，管控要求高，稍有疏忽就容易造成亏损。因此，要切实强化风险管控，改造优化保险产品，努力提高各类险种的参保率，在扩大风险保障范围的基础上把好“承保关”；要着力防范理赔漏损，规范查勘定损各个环节，严格核算核赔，把好“理赔关”；要综合开拓农村保险业务，做大“分母〞基数，提高渗透率，把好“规模关”；要开源节流，降低经营成本，把好“成本关”，全方位为公司可持续和高质量发展提供保证。

（作者单位：人保财险福建省分公司、人保财险龙岩分公司）

责任编辑：黄艺敏
责任校对：李于进

浅谈团体保险业务消费者权益保护

——以银行系寿险公司团体保险业务经营为例

● 黄　焱　高江山

【摘　要】 本文从团体保险的定义、特征以及团体保险业务消费者权益受侵犯的主要情形进行论述，并就短期、中期、长期三个阶段提出建议和途径，以加强寿险公司团体保险业务消费者的权益保护。

【关键词】 寿险；团体保险；权益；保护；建议

一、团体保险的定义及特征

（一）团体保险的定义

虽然我国现行《中华人民共和国保险法》（以下简称：《保险法》）中并未对团体保险的概念进行明确界定，但在《中国保监会关于促进团体保险健康发展有关问题的通知》（保监发〔2015〕14号）中将团体保险定义为投保人为特定团体成员投保，由保险人以一份保险合同提供保险保障的人身保险。通知中所称特定团体是指法人、非法人组织以及其他不以购买保险为目的而组成的团体。同时对投保人和被保险人也进行了明确要求：第一，特定团体属于法人或非法人组织的，投保人应为该法人或非法人组织；第二，特定团体属于其他不以购买保险为目的而组成的团体的，投保人可以是特定团体中的自然人；第三，团体保险的被保险人在合同签发时不得少于三人；第四，特定团体成员的配偶、子女、父母可以作为被保险人。

（二）团体保险业务的特征

与个人保险业务相比，团体保险业务具有其独特性，具体表现为：

1.风险选择对象是团体而非个人

个人保险业务的风险选择对象是个人，出于对保险标的的出险风险评估，保险人会对个人的年龄、性别、健康状况、家族病史等进行考察，所以个人投保个人保险时保险人一般会要求个人进行健康告知、出具相应体检报告等，个人本身的健康情况是保险人决定是否承保的重要依据。团体保险业务的风险选择对象是整个团体，而非单一个体。因此投保前保险人主要是对整个团体的风险进行评估，用团体核保来代替个人核保，一般不需要提供团体成员的个人健康告知和相关体检报告，个别特殊情况的除外。

2.保险定价通常采用经验费率而非表定费率

与个人保险业务一样，团体保险业务在定价时依据危险程度的不同分别制定保险费率（俗称表定费率），但由于团体保险业务的风险选择对象是整个团体，所以在团险业务核保实务过程中通常采用经验费率方式进行保险定价。团险业务核保师在对具体团体进行保险方案报价时，除了考虑投保团体的人数、行业类别、职业特点、工作性质、年龄分布、性别构成等风险因子外，更加关注该团体既往的出险和理赔申请情况，其中理赔记录是决定团体保险费率的关键因素，即上一年的团体出险和理赔情况很大程度决定次年的保险费率（该定价方式俗称经验费率）。

3.通过保单特别约定等形式，使保险计划更灵活

保险条款是保险合同的重要内容，无论是个人保险还是团体保险，其保险条款都是保险人事先拟好并向监管单位报备并经审批通过后方可面向消费者销售。区别是，个人在选择个人保险计划时，需

严格按照个人保险条款执行，不能对保险合同中的内容进行修改，即相同年龄、性别的标准体客户选择相同保险计划时其对应的保险责任和保险费也相同；而团体保险中，投保人可以根据团体的实际情况就保险计划和保险费率与保险人进行协商，并通过“保单特别约定”、补充协议等方式来对保险合同进行修订和补充，但这并不意味着团体保险的条款都是可以协商的，团体保险的保险合同也须遵循一定的格式和特定的标准条款，只是与个人保险相比，团体保险具有更大的灵活性。

4.团体保险业务的经营成本更低

团体保险业务的经营成本低，主要表现在以下四个方面：第一，管理成本低。由于团体保险只向投保人签发一份总保单，而对团体下的被保险人仅出具个人保险凭证，大大节约了保单的制作成本和监督成本。第二，营销成本低。虽然团体保险承保的是一个团体的所有个体，但对是否投保的决策权仅在几个人员身上，并非团体的全部成员，所以团体保险的营销成本比个险低。第三，核保成本低。团体保险是用对团体的整体评估代替个人核保，也不需要每个团体成员提供健康告知或体检，简化了投保手续的同时还降低了核保成本。第四，经营风险小。团体保险业务的承保对象是团体，可有效降低因个体差异带来的逆选择风险；对于高风险团体或团体中的高风险人员，可通过提高费率或降低保障方式来保证团体的稳定收益。

二、团体保险业务消费者权益受侵犯的主要表现

虽然《保险法》对保险经营活动进行了相关要求和约束，但由于对团体保险运营规则缺乏明确界定，在保险实践中，一些保险机构或个人则会去钻一些法律法规还未涉及或未明确的空白地带、交叉地带的空子，并“巧”用团体保险特点，制定不利于被保险人的“保单特别约定”、补充协议等，导致侵害消费者权益案件时有发生。

（一）理赔条件设置不合理

案例1：张某向保险公司申请意外伤害保险金理赔，保险公司以“未提交意外事故现场图片及视频”为由进行拒赔，双方就此引发争议。

案例2：李某向保险公司申请建工意外险理赔，保险公司以“未提交地（市）级安监证明”为由进行拒赔，双方就此引发争议。争议焦点在于理赔条件设置是否合理？处理结果：经协商，上述特别约定内容对被保险人无效，保险公司按照合同约定给付保险金。

案例启示：虽然团体保险业务具有灵活性，只要保险人和投保人协商一致可通过“保单特别约定”对保险条款进行适当修改，但案例1、案例2所设置的理赔条件，无论从情理还是法理上看都不合理。一般而言，事故现场图片、视频或安监证明是事故事实的佐证材料，保险公司不能因被保险人未提供上述资料而进行拒赔；另外，建筑公司是否需要向安全生产监督管理部门报案，属于行政管理相关规定，保险公司不能因被保险人未提供安全生产监督管理部门的认定证明而否认意外事故的真实性。若保险公司认为事故事实不清，应由保险公司发起理赔调查，而非加重被保险人义务。

（二）倒签协议有失公允

案例3：客户王某向保险公司申请理赔意外残疾保险金17.1万元，保险公司核定金额为9.5万元，双方就理赔金额引发争议。

争议焦点：投保人于王某事故日之后和保险人协商签署了一份调整意外残疾赔付标准的补充协议，并将协议的生效日期追溯至保单生效日。王某主张其事故日在前，协议签署在后，应遵循原保险合同约定给付保险金；而保险公司则主张按补充协议要求给付保险金。

处理结果：客户王某妥协，保险公司按补充协议给付保险金9.5万元。

案例启示：案例3中的客户虽然对保险公司的赔付结果心有不满，但因建筑工人群体大多文化程度有限，缺乏法律知识和维权意识，不懂辩解也上诉无门，最后只能以沉默告终。由此提示：消费者的金融意识、维权意识有待提升，我们应加强金融知识普及力度，扩大金融宣传影响力，同时畅通维权渠道，并为有需要的消费者提供公益金融及司法援助，切实为普通社会大众的消费者权益保护进行保驾护航。

（三）保险术语歧义惹纠纷

案件4：客户高某向保险公司申请理赔重疾保险金50万元，保险公司以未提供重疾证明材料为由拒赔，高某不满，遂将保险公司诉讼至法院。

争议焦点：客户和保险公司对“疾病证明”的

认知不一致，客户认为公立医院出具了“疾病诊断证明”就是证明重疾的材料，保险公司则主张专科医院出具的病理检查报告才是证明重疾的材料。

处理结果：法院认为保险术语具有较强的专业性，客户高某的认知符合社会大众及通常情况的理解，保险公司事前又未就相关保险事宜向高某进行提示和说明，因此判决保险公司向高某支付重疾保险金50万元。

案例启示：虽然《保险法》规定保险人履行明确说明义务的对象是投保人，但是从案例4的判决结果来看，我们应该思考：在团体保险业务中，保险人履行明确说明义务的对象除了投保人外，还应拓宽至与保险合同具有重大利益关系的被保险人。

三、加强团体保险消费者权益保护的建议和途径

近年来，在国家金融监管部门高度重视和引导下，各金融机构积极推动消费者权益保护工作，虽然取得一定成绩，但还不能充分有效满足社会公众不断增长的金融服务需求，特别是团体保险业务方面的服务需求。因此，建议通过以下途径来加强团体保险业务消费者权益的保障力度。

（一）现阶段要深入基层，全面推进消费者权益保护工作

要有效落实消费者权益保护工作，就要深入基层，了解基层消费者需求，并通过坚持“三到位”原则，着力解决当前消费者的急、难、愁、盼问题。

1.坚持解决问题要到位原则，大力落实保单签发要求

虽然《中国保监会关于促进团体保险健康发展有关问题的通知》（保监发［2015］14号）要求保险公司应当及时向被保险人签发保险凭证，但在保险实践中，保险公司一般仅签发一份总保单，且在投保人（雇主）手中，被保险人（雇员）对保险的保障内容、保险条款、免责事项、理赔标准等关键保单信息并不了解，导致被保险人对其参保的团体保险的知情权实现不足。因此建议保险公司认真落实个人保单签发要求（纸质或电子合同均可），同步团体保单信息，切实保障消费者权益。

2.坚持教育宣传要到位原则，有效提升消费者维权意识

由于保险的复杂特性，保险合同不仅包含专业的金融知识，还涉及医疗、社保政策、法律法规等各项内容，对消费者的知识面及专业性要求高，于普通社会大众而言存在较大的语义理解困难。因此建议保险公司应安排专人定期向被保险人宣导保险方案、理赔注意事项等重要保险内容，切实将保险人的提示和说明义务履行到位。另外，考虑到团体保险被保险人数量众多、并常分布在不同区域的实际情况，建议保险公司创新宣传形式，如召开员工福利方案说明大会、开设保险服务咨询窗口、发放《员工福利手册》等，并通过线上线下相结合方式增加宣传频次、扩大宣传面及宣传影响力，让更多消费者了解自身的保险权益，进而提升消费者的维权意识。

3.坚持帮扶救助要到位原则，加大消费者权益保护力度

根据《保险法》规定，雇主或企事业单位作为团体保险的投保人，可在保险有效期内经与保险人协商，对保单进行调整，如调整被保险人名单、保险保障计划、“保单特别约定”内容等，甚至可对团体保单进行整单退保处理，这些都是投保人的权力。根据现行的法律法规和保险操作规则，团体保险的投保人对团体保单行使管理权时并不需要知会被保险人，一旦投保人做出减少被保人、缩小保险责任等不利于被保人的决策时，被保险人的权益将无法得到保障。为对处于弱势情况下的被保险人进行帮扶和救助，就需要从制度上为消费者立起一道防护墙。因此建议通过建章立制方式统一行业标准，如在团体保险有效期间内，投保人向保险人提出减少被保险人或缩小被保险人保险保障内容等不利于被保险人权益的申请时，需获得当事被保险人的书面同意。

（二）中期阶段要持续精进，不断完善消费者权益保护体系

持续改善保险消费环境，保护保险消费者权益，需要通过保险行业一代保险人甚至是几代保险人共同努力，是持续精进和不断完善的过程。

1.以“数字化改革”为切入点，提升智能服务水平

由于团体保险的特殊性，团体保单的被保险人少则3–5人，多则成千上万人；人员组成上既有在同一个城市的，也有分布全国各地的情况。让保险

公司一一向被保险人寄送个人保险单，面对面介绍保险方案、解释合同条款、提示理赔注意事项等保险内容既不可行也不效率。随着人类的进步，科技的发展，以及数字金融时代的到来，智能服务平台越来越受行业关注和客户喜爱。如何借助科技手段将传统的线下投保、保全、理赔、查询等保险服务流程搬到互联网平台上将是未来各保险公司参与市场竞争和角逐的关键。所以，建立一个系统稳定、流程完善、响应快速的智能化服务平台是保险行业的大势所趋。通过一站式智能化服务平台，客户可以随时、随地查询自己的保单情况，阅读保险合同内容，下载保险凭证，甚至是点击播放保险公司关于保险合同的解释视频等，让原本“看不见、摸不着”的保险在客户面前变得简单和触手可及。

2.以“客户体验”为落脚点，强化服务流程透明

在过去的保险运营过程中，无论是投保、保全还是理赔服务，客户提交业务申请后都较为被动，一般都是让客户等待消息并告知一个大致的处理时效，至于具体的处理进度和进展情况客户并不太清楚。虽然有一些保险公司也陆续开始推广了线上服务功能，但一般也仅向客户开放受理窗口，并未公开业务处理进度信息，或在受理状态上仅以“处理中”进行显示，并未向客户展示具体的业务进展情况。为增强客户信心，提升客户满意度，建议各保险公司应加强业务信息公开，向客户展示具体的流程和进度，让客户对业务受理情况做到心中有数，让保险服务看的见。

3.以“数据共享”为突破点，促进行业健康发展

由于团体保险的特殊性，在投保过程中，保险公司常用团体核保代替个人核保，常用投保人对团体的集中健康告知代替个人健康告知，虽然这在一定程度上简化了投保流程，减轻了投保人和被保险人的负担，但这也是一把双刃剑。一旦团体保险中出现“投保人未如实告知”的情况时，直接受到利益损害的是团体保险中的被保险人个人，且较难找到相关明确的法律依据，不利于个人维权。因此建议，在监管单位和保险行业协会的监督和指导下，借助大数据优势，建立各医疗机构、保险公司等大数据共享平台，未来各保险公司只需要将人员信息上传到共享平台进行跑批和校验，既可获得相关人员的健康信息，实现快速核保、核赔的同时还提升了准确率，也避免了个别人员利用不当行为进行骗保、骗赔的情况发生，进而维护社会大众的公平、公正。

（三）从长期来讲要溯源整改，从根源解决消费者权益问题

要改变当前乱象的保险消费环境，还需从“三个加强”出发，从根源上解决保险消费者权益问题。

1.加强保险立法，从国家司法层面保障消费者权益

我国关于保险业务的立法依据目前仅《保险法》一部，且为通法，虽然团体保险并不是一个独立险种，适用于一般人身保险原则，但由于团体保险的特殊性，仍存在一些通法尚未能明确规范到的地方。比如团体保险的投保人和被保险人之间虽然存在可保利益关系，但投保人并不能完全代表被保险人，保险人向投保人履行了提示和告知义务并不能代表被保险人已了解并掌握了保险方案内容和相关理赔注意事项等。为切实保障团体保单名下每一个被保险人的合法权益，建议修订专项的《团体保险法》，具体指导和规范团体保险的经营活动，明确在团体保险中保险人除向投保人外，还应向被保险人履行明确说明义务，同时说明义务包含明确列明和明确说明两种。明确列明是指保险人把投保人决定是否投保的有关内容，以文字形式在保险合同中明确载明；明确说明则不仅要将有关保险事项以文字形式在保险合同中载明，而且还需对投保人和被保险人进行明确的提示，对重要条款做出正确的解释，真正实现明确说明义务对投保人和被保险人的权益保护。

2.加强流程优化，从体制运行方面保障消费者权益

由于当前我国居民的保险意识较为薄弱，在企业已为员工采购团体保险后，员工个人很少会有还需为自己投保个人保险的意识，这就导致团体成员一旦脱离团体则出现保险保障空白的情况。而此时员工再选择开始为自己投保个人商业保险，将面临年龄大、健康状况下滑两大问题。一般年龄越大对应的保险费率就越高，同时年龄越大健康状况就越差，其对应的健康险费率也越高。在此情况下，较高的保险费个人不一定能够承受，另外若存在较大

健康问题的话，还将被要求加费承保或降低保额承保，严重的甚至会被直接拒保，失去投保资格。这就导致当团体成员脱离原团体后，出现原团体保险失效，而其他商业保险又跟不上的断层状况。在这种状况下，该成员的所有意外和健康风险将由个人和家庭自担，其抗风险能力弱。因此，建议保险公司优化业务流程，增加个人缴费及持有保障功能，切实发挥保险的意义和社会功用的同时也展现出企业责任和社会担当。

3.加强业务创新，从机制建设方面保障消费者权益

员工离开原有团体后，虽然保险公司通过优化业务流程，增加个人缴费及持有保障功能可以在一定程度上实现离职员工当下或短期内的保险保障需求，但毕竟不是长久之计。因为团体保单的个人费率一般是基于该团体上一年度的整体赔付情况（既经验费率）进行核定的，保险公司会根据上年度经营情况对保险方案或保险费率进行调整，若离职员工的承保方案和费率依赖于原来团体，员工个人则非常被动，将时刻担心是否享有保险保障或担心自己是否能够承担相应的保险费率。要想根本解决离职员工后续保险保障需求，建议国内保险公司多借鉴国外保险公司的先进做法，赋予被保险人团体保险转换个人保险的权利，同时加强团体保险创新，建立被保险人团体保险转换个人保险通道，实现团体保险与个人保险的良好衔接，从根本上解决被保险人无商业保险保障状态，更好地保障消费者权益。

四、结语

团体保险业务消费者权益保护既是对消费者利益的保障，也是对保险业自身高质量发展的保障，对于维护社会稳定发展具有重要的作用。如果有了更加健全的法律制度以及更加完善的保险业务流程予以保障，再通过畅通维权渠道、加强教育宣传等多措并举方式不断强化保险消费者权益保护，更好地发挥保险风险保障功能，保险行业才能健康可持续发展，保险才能成为人民美好生活的“守护者”。

参考文献

[1]中华人民共和国保险法

[2]中国保监会关于促进团体保险健康发展有关问题的通知.保监发［2015］14号

[3]段圆媛.被保险人团体保险转换个人保险权利研究.2019

[4]张晓玲.团体保险中保险人的说明义务.中国保险.2020

[5]罗晓润.TPPHZ公司团体保险业务营销策略优化研究.2022

[6]吕青轩.保险消费者权益保护法律规制探析.合作经济与科技.2023

[7]张锡良.沈立峰.金梅.保险消费者权益保护研究与实践[C].浙江保险论文汇编.2022

[8]高雁.保险消费者权益保护的实践及思考[J].河北公安警察职业 学院学报.2022.22（03）

[9]张皓帆.保险消费者权益保护法律制度研究[D].上海师范大学.2020

（作者单位：中银三星人寿福建分公司）

责任编辑：黄艺敏

责任校对：李于进

出口信用保险助力纺织企业应对国际市场挑战的效应研究

——基于RCEP背景下的长乐纺织企业

● 何晓清　饶丽圆

【摘　要】 本文从长乐纺织企业出口近况出发，分析RCEP框架下长乐纺织企业所面临的机遇与挑战，阐述出口信用保险助力长乐纺织企业抢抓市场机遇，规避海外风险，引导该行业健康发展；并从构建信用保险服务机制、搭建RCEP全流程信用风险保障机制、创新产品和业务模式等方面，对出口信用保险进一步服务地方经济提出思考与建议。

【关键词】 出口信用保险；纺织企业；RCEP

近年来，受人口红利消失、产业链转移海外等因素影响，作为传统产业的纺织业渐渐被人们当做夕阳产业来津津乐道。经过多年的筹备与谈判，全球最大的自由贸易协定《区域全球经济伙伴关系协定》（RCEP）在2022年初开始正式实施，协定中的15个成员国涵盖了全球最主要的纺织服装生产基地。RCEP为我国纺织企业带来的究竟是“蓝海”还是“红海”，我国纺织行业如何在激烈的国际竞争中立于不败之地，出口信用保险如何助力纺织企业主动融入国际市场，发挥自身比较优势成为值得研究的问题。本文旨在以福建长乐的纺织企业集聚群作为研究对象，以RCEP实施为背景，探讨出口信用保险在助力纺织企业融入区域纺织服装供应链，提高企业国际影响力，促进企业“走出去”等方面所发挥的作用。

一、长乐纺织企业出口概况

长乐区2021年工业部门产值达636.09亿元，占地区生产总值比重55.61%。其中，规模以上纺织业工业生产总值2383.18亿元，占地区规模以上工业生产总值68.18%。可见，纺织业是长乐区的重要产业，对支撑福州地区经济发展发挥着举足轻重的作用。长乐纺织企业目前已经形成集化纤、织造、染整等一体，并具有较为完整的纺织产业生产链条。近年，随着大量国际品牌商将服装加工厂转移至东南亚，海外市场对我国生产的纺织原料和半成品的需求逐年增加，这也激发了长乐区纺织企业开拓海外市场的意愿。

根据海关数据统计，2021年长乐区共有74家中小民营纺织企业经营出口业务，相较于2017年增加27家，可见越来越多的纺织企业开始重视经营出口销售业务。从出口金额上看，2017年该地区纺织企业出口总额达3.71亿美元，2021年增长至5.12亿美元，年平均增加率已达到8.37%，出口规模快速增长。考虑到长乐还存在大量纺织企业以代理报关的方式出口，难以获取其出口数据，因此，实际出口规模可能远高于统计数值。

长乐纺织企业的出口目的地主要集中在新兴市场，其中，RCEP协定国是长乐纺织企业的重要出口目的地。从2016年–2022年期间长乐主要纺织企业向中国信保福建分公司申请授信的882个买家分布可以看出，长乐纺织企业前五大海外市场分别为RCEP协定国（20.18%），巴基斯坦（17.91%），孟加拉（11.68%），土耳其（9.52%），印度（9.3%），总占比高达到68.59%，可见长乐纺织企业出口市场基本集中在这前五大国家和地区，RCEP市场对

长乐纺织企业具有重要意义，相关政策的实施也必然会对长乐地区产业发展产生重大影响（见图1）。

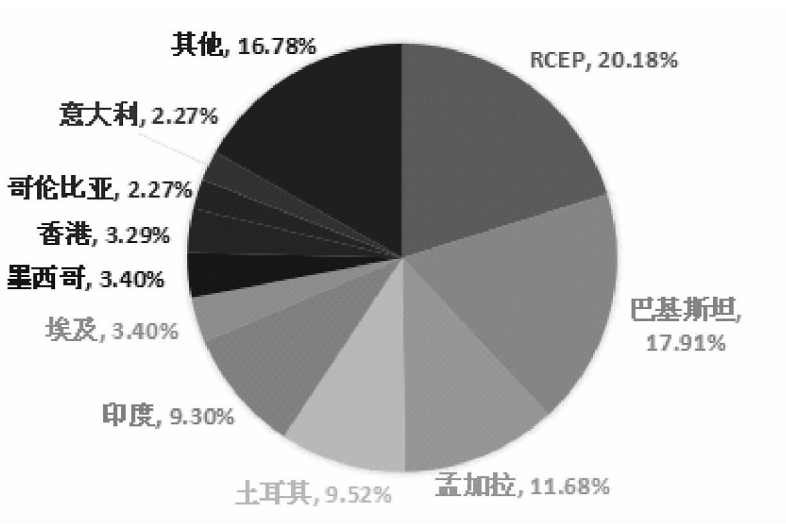


图1

数据来源：中国信保数据库

二、RCEP框架下长乐纺织企业的市场机遇

（一）优化资源配置，进一步强化区域内产业协作

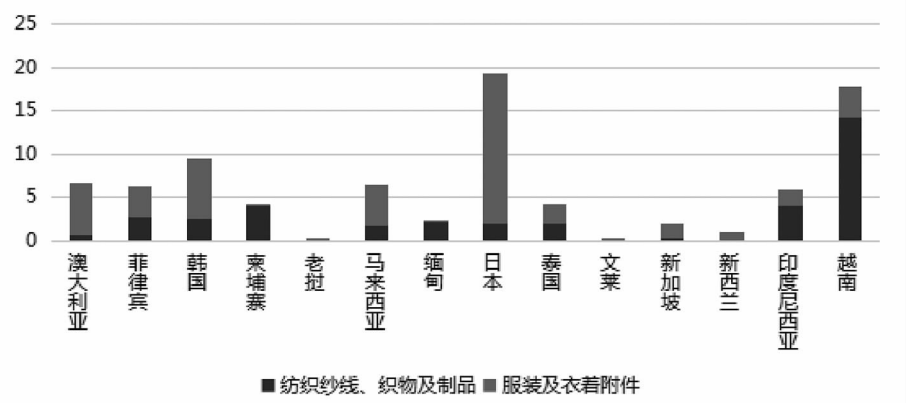
RCEP是目前全球规模最大的自贸区，其经济体量约占全球经济总量的1/3，这样一个庞大的经济“联盟”必将促进区域内生产要素流动，推动成员国间充分发挥比较优势进行分工合作，扩大区域内消费市场、强化区域产业链互补升级。对于纺织服装产业链而言，RCEP有助于深化区域内产业链合作。当前逆全球化思潮肆意破产国际经济联系、复杂多变的地缘政治和新冠疫情考验着人类全球治理的智慧，在这种情况下，RCEP的签署为世界经济复苏，拉动地区产能合作筑牢了制度基础。RCEP成员国里的日本、韩国都曾经是纺织大国，随着这两个国家经济发展，纺织产业逐渐转移至中国，现在中国纺织产业链的中下游部分也已开始进一步转移至东南亚。因此，RCEP成员国大都具有纺织产业“基因”，这为我国参与建设区域内高效协同的纺织产业链构建了得天独厚的基础。如今RCEP协议生效，这使得区域内无论是在货物、服务领域还是在投资领域都进一步放宽了市场准入，通过区域累积的原产地规则，纺织服装产业链的生产要素流动必将得到来自政策方面的正向刺激。

近年来，中国与RCEP相关成员国已经在纺织服装产业链上实现多领域的合作。一方面，中国综合势力日益增长且国内纺织服装产业链完整且稳定，纺织服装类产品出口额巨大；另一方面，东盟国家较低的生产成本以及劳动力资源优势对我国加强国际产能合作提供了良好条件，同时也带动了中国纱线、面料等中间产品对东盟的出口增长，区域内的要素流动也更加活跃，形成了以中国为中心的供应链布局。

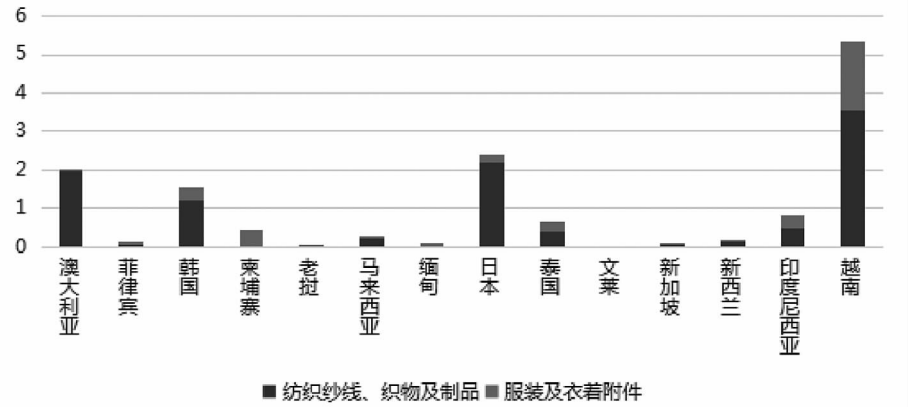
根据WTO统计，2020年RCEP国家向全球出口纺织品1866亿美元，出口成衣2088亿美元，分别占世界纺织品、服装出口贸易总额的57%和46.5%，全球棉纱总产量的55%以及化纤产量的80%都来自RCEP地区。可见，RCEP地区是世界纺织业的重要组成部分，这对于我国利用该区位优势扩大国际影响力具有积极作用。

从我国对RCEP地区出口情况来看，2021年我国对RCEP协定国共出口纺织服装856.39亿美元，其中出口纺织纱线、织物及制品与服装及衣着附件比例分别为42.65%与57.35%，比例分布较为平均，可见我国同时占据着纺织上游和下游两端产品的出口。出口市场方面，我国出口的纺织纱线、织物及制品主要集中在越南、印度尼西亚和柬埔寨，分别占该类别总出口额的39.14%、11.30%和10.94%；出口成衣主要集中在日本、韩国及澳大利亚，分别占该类别总出口额的35.31%、14.5%和12.28%，二者均表现出较高的市场集中度（见图2）。

从我国对RCEP国家进口情况来看，2021年我国进口纺织服装总额816.97亿元，其中进口纺织品及织物占据总进口额的74.52%，远超成衣进口金额。其中，纺织品的主要进口来源地分布在越南、日本和澳大利亚，占比分别为34.53%、21.1%和19.39%；成衣的进口来源地分布在越南、柬埔寨和印度尼西亚，占比分别为49.8%、12.18%和9.99%。由此可见，我国一方面出口大量纺织原料至越南，另一方面从越南进口了绝大多数的成衣制



数据来源：海关总署（单位：十亿美元）



数据来源：海关总署（单位：十亿美元）

品。进一步细分进口产品来看，我国主要从越南进口棉花、从日本进口无纺布和长丝纱线，从澳大利亚进口羊毛等动物毛线产品，这些都是我国本土生产较为不足的产品（见图3）。

从数据上可以看出，东南亚国家作为成衣加工产业的主要聚集区域，与我国已形成优势互补的产业链融合发展模式。我国拥有较为完备的纺织产业全链条生产能力，销售包括上游纺织纱线等原料至RCEP地区，并且利用日本、韩国、澳大利亚等国对服装时尚品牌运营能力，以及当地消费者较为强大的购买力，使其成为服装等终端产品的重要出口目的地。此外，我国纺织服装企业利用RCEP地区的资源要素优势，从该地区进口包括棉纱、动物毛线等国内较为短缺的纺织原料。

因此，以纺织纱线、织物及制品为主营业务的长乐纺织企业，在我国加入RCEP协定后，将有机会与该地区做好产业链融合衔接，通过优化区域内资源配置，压缩生产成本，发挥产品优势，进一步强化区域经济协作。

（二）利用RCEP规则，有的放矢开拓市场

RCEP此次最大的突破是首次实现了中日两国自贸区零关税协议安排。RCEP生效后，中国将对86%的日本产品关税最终降为零，25%的日本产品关税将在协定生效时立即降为零，其中包括纺织服装；日本将对88%的中国产品关税最终降为零，其中过渡期降为零的产品包括部分纺织品及原料。与越南等主要竞争对手相比，我国企业对日本贸易的关税待遇有很大差别，东南亚竞争企业的关税成本比远低于我国。协定生效后，已核准成员之间90%以上的货物贸易将最终实现零关税，且主要是立刻降税到零和10年内降税到零，这意味着各国将在较短时间内兑现货物贸易自由化承诺。此外，日本还是我国纺机的主要进口来源地，RCEP实施后，我国自日本进口喷气织机和平型纬编机产品税率也将从现行的8%税率逐步下降，并分别在第16年和11年后降为0。因此，日本纺织原料市场的开放使得长乐纺织企业多了一片可以开拓的新市场，我国对日本纺机进口的放开也将降低长乐纺织企业更新设备的成本，对于推动地区生产升级改造具有积极意义。

对东盟方面，RCEP关税减让清单虽然没有显著优于此前已全面实施的中国——东盟自贸协定，但RCEP实施还是为进一步构建中国与东盟的合作分工体系做出了政策指引。一方面，东盟是我国化纤、纱线及织物的第一大出口市场，另一方面随着大量国际品牌供应链转移至东盟，我国自东盟进口的服装规模也在扩大。RCEP的实施将进一步帮助长乐纺织企业在上游纺织品发力，巩固双方互利共赢的合作模式，并持续稳定和扩大该地区出口贸易额。

三、RCEP框架下长乐纺织企业面临的挑战

（一）RCEP市场风险不容忽视

根据中国信保的承保经验，与RCEP地区买方交易，出口商可能面临以下几点潜在风险：

在所统计的长乐纺织企业交易的买家中，178个买家来自RCEP地区。这些买家中有116个买家提出了赊销（OA）的支付方式，且买家大部分要求出运后31–90天后再安排付款（共64个买家）；另有52个买家提出见提单复印件付款的要求，可见在纺织行业中“先发货后付款”已成为“国际惯例”，这种延付方式一方面加大了对纺织企业的资金占压，另一方面也增加了企业的后续的收汇风险。

长乐纺织企业出口市场集中度高，当发生国际汇率变动、国家外汇储备减少、国内政治骚乱等系统性风险时，海外买方可能推迟或拒绝付汇，从而可能导致成批量的出口企业收汇发生风险。

部分RCEP国家的银行或海关清关操作存在不合规的问题，这可能导致买方虽然采用信用证交易但仍有可能发生银行私自放单、承兑后拖延付款或在买方授意下迟迟不承兑付款；也有可能出现正本提单虽然在手，但货物其实早被买方通过各种方式取得。

买家中不乏信息不透明的批发商和中间商，从中国信保的资信报告中常常看到这些买家注册资本低，买家背景信息少，无经营数据等问题。

与此同时，新冠疫情、俄乌战争、能源危机等多变因素导致国际环境越发复杂，使得近年出现纺织服装终端市场消费疲软的现象，这也让买家付款表现变得更加不确定，买方/开证行拖欠、买家拒收或破产的案子发生率增加。

（二）风险意识和风险控制措施有待提高

长乐纺织企业多为家族式经营，目前第一代的经营者大多已过花甲年纪且多靠国内贸易起家。面对庞大的海外市场需求和已经白热化的国内市场竞争，让产品“走出去”，用“两条腿走路”的模式谋发展已经成为多数长乐纺织企业的选择。但是，“出海”意味着要面对一片全新的陌生市场，过往的经营经验、管理措施可能会出现不能适用的情况，部分企业管理员对于贸易风险预防、识别、控制等方面有进一步提高的空间。

（三）国际竞争逐渐白热化

目前，我国的纺织品主要依靠价格低廉在国际上取得优势。然而近年来，越来越多的长乐纺织企业感受到RCEP地区的同行通过打价格战抢夺订单，导致大量外销订单转移。RCEP地区内的多数国家也都将纺织产业作为吸引外资、吸纳就业的重要产业。随着越南、印尼、柬埔寨等后起之秀在完善本国纺织产业链上持续发力，推出各种激励政策，加上RCEP规则带来的低关税及零关税以及该区域内较为低廉的人力成本，两者来自政府、市场的因素一旦交织形成合力，必然会对长乐纺织产业的发展带来巨大冲击。另外，日韩的纺织业具有较高纺织技术水平，日本也是我国纺织机械的重要来源国，一旦取消关税壁垒，长乐纺织业面临的将会是来自高端、低端双向产品线上的竞争压力。

（四）中小纺织企业融资困难，弱者恒弱的局面亟待突破

以2021年长乐企业海关出口数据为例，前10大出口企业的出口额占全年总出口额80.47%，也即在74家有自主报关数据的企业内，所余下的64家企业均为中小微企业。这样的“二八“分布导致大量的社会资源均倾向头部企业，特别在企业融资方面，各家银行争向头部企业投放信贷，但中小微企业由于融资经验不足，渠道单一，融资能力弱；加之疫情导致的库存增加、原材料价格波动大、产品销售受阻等问题，使得这类企业经营变得愈加艰难，无法通过金融机构获取资金，只能花费更大的成本以其他方式获取资金。资金的难以获得还影响着企业对纺织设备的改造升级，这使得中小微纺织企业原料消耗大、电耗高，生产效率低下，进一步压缩其生存空间。

四、出口信用保险助力纺织企业开拓RCEP市场

（一）利用政策性保险，化解海外风险

近年来，海外市场“黑天鹅”事件多发，我们统计2019年以来长乐纺织企业的报案数据，数据显示2020年突如其来的疫情导致当年报案金额同比增长了307.64%。中国信保福建分公司通过及时协助海外商账催收和支付赔款，当年为企业追回和支付赔付金额同比增长了885.00%，及时为企业挽回经济损失。随着疫情常态化、部分国家开始放松“封控”并且采取一系列刺激消费的政策，2021年国际市场需求短暂回暖，当年报案数据量锐减

88.24%；2022年疲软的终端市场需求再次导致案件金额大幅增长475.00%，案件总金额甚至为2020年高峰时期的184.77%，出口信用保险再次发挥经济稳定器的作用，帮助企业化解危机。可见，出口信用保险作为化解企业收汇风险的工具能够在风险来临时及时为企业缓释风险，发挥经济稳定器的作用。

（二）提振接单信心，开拓海外市场

目前，纺织品在国际交易中多采用见提单付款或全额赊销的付款方式；由于海外参展不便，出口企业多通过网上开发新买方并取得联系，因此，买家资质如何，出货后如何保障安全收汇成为制约出口企业接单的重要因素。一方面，通过为出口企业提供保险理赔服务，出口信用保险解决企业在遇到不良买家时货款无法回收的忧虑；另一方面，出口信用保险还为纺织企业提供包括买家资信调查、行业报告、目标市场调查报告等一系列资信服务，帮助企业了解海外环境，抢抓市场机遇。

（三）强化风险控制意识，筑牢风险控制的第一道防线

业务部门是企业把控风险的第一道防线。出口信用保险通过保单事前对买家及市场进行尽调、事中跟踪货款回收及市场动态为业务部门把控风险提供有利工具。此外，为了应对长乐出口企业海外市场经验不足的问题，中国信保福建分公司通过模拟理赔以及咨询式服务，为长乐纺织企业梳理贸易单证、介绍海外市场风险，帮助企业提高风险控制意识。

（四）提供融资便利，破解中小纺织企业融资难题

出口信用保险可以为企业出口业务增信，从而帮助企业“打通”融资渠道。近年来中国信保福建分公司联合多家银行开展普惠性融资业务，推出“白名单”融资服务，加大对信用贷款的普及力度，为降低中小企业融资门框，方便企业获取融资渠道提供帮助。

五、关于出口信用保险进一步助力纺织企业的对策建议

（一）多举措推进市场开发工作，构建信用保险服务机制

一是要加强营销宣传工作，提高经营主体的风险防控意识。信用保险机构应结合理赔案例，围绕国际国内局势热点问题，加大市场的宣传营销力度，提升金融机构和民营企业的风险防范意识，培养其善用信用保险工具的能力。以长乐纺织行业企业为例，应总结长乐特殊的人文环境、风俗习惯，在客户营销中，采取先抓龙头，以大带小，由点及面的开发策略，充分利用熟人间的“口碑营销”，建立有效的服务网络，在行业内树起口碑，另一方面应积极向政府部门及纺织商会汇报，展现中国信保政策性的担当和专业服务能力，进一步巩固出口信用保险在纺织行业的口碑，让“信保模式”已经逐步融入基地内纺织出口企业海外销售环节中，在开拓市场、防范风险方面起到不可替代的作用，同时帮助企业构建信用保险服务机制，为基地纺织企业“走出去”开辟一条“积极稳妥、防控风险”新型路径。

二是信用保险机构应发挥国别研究和资信评估先发优势，构建多层次的信息发布与评估体系，帮助企业识别和甄别国别、行业和买家的风险，健全完善风险应对措施。信用保险机构应适时调整承保政策，做到精确把控风险，承保政策松紧有度。在风险管理流程中，应有意识地将重点放在强化保后管理、提高出险后风险处置能力方面，特别应深入研究国家安全战略的实施和国家安全机制的建设，研究其对信用保险机构风险处置能力所可能产生的重大影响，完善工作机制，以强有力的后端风险处置能力支撑前端风险承担能力，充分发挥其对市场的风险保障作用。

三是要持续加强风险跟踪和理赔追偿服务。信用保险机构通过高质量的理赔服务，提升定损核赔的效率，加快损失赔偿速度，缓解民营企业资金压力，解决企业面临的实际问题，做好开拓RCEP国别市场的后盾。同时出口信用保险公司还需要继续强化追偿能力，推动RCEP国家追偿渠道的建设和开发，构建布局合理且服务专业的RCEP国别追偿渠道网络体系。

（二）搭建RCEP全流程信用风险保障机制，全力支持纺织龙头企业“走出去”

充分运用出口信用保险的政策性工具来保障我国国家利益，不仅要提升纺织行业商品出口的规模，也应重视其非直接出口形式，鼓励纺织企业国际化经营。

一是要加大国别市场整体开发力度，着力建立

各险种特别是项目险业务可持续发展机制。RCEP机制下随着中国与周边RCEP成员方在纺织服装领域产能合作的深化，RCEP成员方将以中国为中心形成优势明显的区域产业合作模式。中国纺织企业利用东盟国家低成本和劳动力资源优势，加强国际产能合作。在该形势下，龙头企业必然要实施“走出去”战略，但企业能否成功拿到项目与国际经济形势、国家相关政策、企业经营能力等诸多因素有关。因此，建立服务RCEP机制中信用保险项目险业务可持续发展机制，就是以构建国别整体合作为中心，跟随国家政策及战略布局，跟随各金融机构和企业国际化的步伐，主动开发市场搭建RCEP整体合作框架。要对已构建成功的国别整体合作机制，不断完善和优化各项运行细节，以客户满意度为尺度，提升项目运营的活力和竞争力。

二是“走出去”战略是一项涉及区域内各国发展水平、安全局势等因素的战略性计划。信用保险机构应利用金融自身服务机制的优势，既要静态客观地分析各国历史数据和当前的风险水平，也需要动态地综合评价项目实施后对东道国政治、经济、社会发展所产生的影响，关注项目对各风险因素的正反馈效应，全方位扩大中国信保的服务网络和触角，为中国企业海外经营提供服务，全面保障纺织企业“走出去”。

（三）创新产品与业务模式，推进构建区域金融协作体系

产品和业务模式的创新是提升综合竞争力的核心要素。RCEP机制下各成员方的政治、经济、社会环境差异显著，各方所能接受的金融产品和模式存在明显不同。如目前传统PPP项目融资方式已不能满足纺织企业“出海”需求和融资机构的需求，市场的变化向信用保险机构提出了更灵活、更创新的产品需求。此外，信用保险机构还可以推进多种业务协同平台建设，在国别、行业、金融机构合作机制、主权合作机制等方面实现互补共享，发挥产品组合优势和协同效应；有效利用担保、资信等其它产品和服务进行有机组合，推进全产品营销战略，打造统一品牌价值，有效发挥政策性金融品牌优势，从而全面满足民营企业从进出口到对外投资的国际化进程全产业链需求，深入对接民营企业国际化战略，量身定制一揽子整体方案。

同时，作为商业金融市场主体的金融机构，信用保险机构应当遵从市场规律支持区域金融合作，在实施创新的同时有效控制风险，努力推进区域内各类金融机构协作，合力建设服务RCEP的良性区域金融协作体系。在国际金融合作方面，一方面应多借鉴其他多边开发性金融机构的管理治理经验，分析学习世界银行、亚洲开发银行等机构的金融管理治理经验，同时应协同亚投行、金砖国家开发银行等多边开发性机构，提高自身的资金管理水平，并在投资项目风险管理方面实现与这些机构的差别，成为弥补RCEP国家的基础设施建设及支持企业实现产业转移的重要支撑。另一方面，与西方先进金融机构合作可以获得丰富的经验。如欧盟曾通过设立结构基金、欧洲地区发展基金、欧洲投资银行、提供优化贷款等等政策工具来支持落后地区，在开发性金融业务开展及风险控制等方面具有丰富经验，值得我们借鉴学习。此外，欧美信用保险机构具有发达的海外保险业务，其在RCEP国别设有多个分支机构，出口信用保险公司可以通过与欧盟金融机构以及银行间的业务合作方式，学习跨境海外投资保险、国际融资等业务的经验，不断优化对市场主体的服务。

参考文献

[1]崔晓凌，薛峰.RCEP生效实施对纺织业影响及展望[J].纺织导报，2022（04）.

[2]丁晓利.RCEP让中国纺织服装业迎来新机遇[N].中国国门时报，2021-5-26.

[3]长啸. RCEP如何深度影响中国经济生活[J].上海企业，2022（01）.

[4]饶丽圆，黄孟婴，陈功.出口信用保险服务“一带一路”建设研究[J].福建金融，2017（08）.

[5]RCEP影响深远，我国纺织服装产业链格局将发生何种新变化？[J].网印工业，2022（04）.

[6]徐敦鹏，张晗.出口信用保险服务国家“一带一路”战略初探[J].福建金融，2016（09）.

[7]汤柳.“一带一路”金融合作需要提升的四个方面[J].银行家，2016（03）.

[8]刘叶琳.中国纺织服装价值链再提升[N].国际商报，2021-11-26.

（作者单位：中国出口信保福建省分公司）

责任编辑：黄艺敏
责任校对：李于进

省保险学会参加省社会科学普及宣传周主会场活动

11 月 7 日，2023 年福建省社会科学普及宣传周启动仪式暨主会场活动在福州市闽江之心海丝广场举行。省人大副主任檀云坤，省社科联党组书记、副主席林蔚芬，副主席陈文章、郑东育，福州市委常委、市宣传部长、市统战部长陆菁等领导参加活动。

本届社科普及宣传周以“学习贯彻习近平文化思想 建设中华民族现代文明”为主题，深入学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想和党的二十大精神，认真贯彻落实习总书记对宣传思想文化工作作出的重要指示精神，积极开展形式多样的社科普及宣传活动，大力宣传党的创新理论，弘扬传统优秀文化，培育社会主义核心价值观，为全方位推进高质量发展、谱写全面建设社会主义现代化国家福建篇章贡献智慧和力量。

活动现场，省保险学会通过设置现场咨询台、摆放宣传展板、发放“保险知识问答”折页、组织有奖问答等方式，向市民普及保险知识，耐心地为市民答疑解惑，并从专业角度提出意见和建议，得到了现场民众的肯定和好评。活动当日共发放“保险知识问答”折页 350 份，发放有奖问答礼品 630 份，接待咨询超过 100 人次。

（图/文：福建省保险学会）

省保险学会走进福建农林大学开展助学和保险知识普及活动

11 月 6 日，作为福建省社科联 2023 年科普周系列活动的组成部分，省保险学会走进福建农林大学经管学院开展助学和保险知识普及活动。省保险学会温怀斌副会长、林声霖秘书长；福建农林大学经济与管理学院党委副书记李健英、副院长李坤明、经济系副主任蒋蔚等 60 多名师生参加活动。

省保险学会为农林大学经管学院 5 名品学兼优、家庭困难的学生颁发了助学金。受助学生代表表示，一定要刻苦学习，争取以优异的成绩回报学校、回报社会。

在保险知识讲座环节，来自人保财险公司的付琦老师通过“保险知识问答”互动形式，让现场的同学们积极参与其中，增进对保险知识的了解和学习，并以《创新绿色保险产品　护航社会低碳转型》为题，简要介绍了保险业在服务民生、助力经济社会低碳转型中如何担当社会责任，探索绿色保险高质发展，精准守护“绿水青山”。　（图/文：福建省保险学会）

福建保险业抗击“杜苏芮”“海葵”台风：赔付预赔付金额超29亿元

（图/文：国家金融监督管理总局福建监管局）