



福建保险

FUJIAN INSURANCE

4

2020年第4期
(总第82期)

- 推动财产保险业高质量发展三年行动方案（2020—2022年）
- 数字孪生：金融风险治理新范式
- 健康规划与治理还需韧性理念
- 对财险公司银行保险业务转型发展的思考
- 寿险公司基层机构合规管理现状分析及对策
——以某大型寿险公司调研结果为例

福建省保险学会 主办

内部资料 免费交流

“保小微 稳外贸”

——福建省商务厅联合福建信保启动“小微出口护航行动”



2020年6月30日，福建省商务厅联合中国出口信用保险公司福建分公司（以下简称“福建信保”）在福州举办“小微出口护航行动暨福建信保首届小微客户服务节”，福建省人民政府副省长郭宁宁、福建省商务厅厅长吴南翔、福建信保总经理夏晓冬出席活动并致辞，省内100余家小微出口企业客户、银行机构，以及省内多家媒体参加。



福建省人民政府副省长郭宁宁、福建省商务厅厅长吴南翔、福建信保总经理夏晓冬等与会嘉宾共同宣布“小微出口护航行动”普惠金融项目正式启动。福建信保为首批50家成长计划扶持企业、50家理赔企业和50家融资签约企业的代表举办授牌、理赔及签约仪式。

(图/文：中国出口信用保险福建分公司)

福建省保险学会举办“《民法典》的保险解读”讲座



2020年8月11日，福建省保险学会2020年八闽保险大讲堂第一讲“《民法典》的保险解读”在榕举办。福建银保监局王斌一级巡视员、福建省保险学会骆少鸣会长及各会员单位代表150多人参加培训。

省保险学会邀请国内保险业知名学者、国务院“政府特殊津贴专家”、仁和研究院院长、国家减灾中心特聘专家、中国银保监会重大决策专家咨询委员会专家、中国保险学会副秘书长、中国精算师协会副会长王和博士对2020年5月28日全国人大通过，将于2021年1月1日正式实施的《民法典》进行了全方位的保险解读。

王和博士结合保险业的现状和未来，从来龙去脉、特点和实现、经营管理、创新发展等四个方面进行了深入浅出的解读，保险业从业者要学法、依法、懂法，体现保险向善，保险让生活更美好的理念。王和博士的讲座使大家受益匪浅、深有感悟，达到了预期的目的。

(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	刘 庆	温怀斌	潘 峰	林声霖	陶 韬	张 毅	陈少榜
庄才钱	吴大江	苏进新	王 久	庞亚军	郭 岚	杨 建	魏志刚
蔡 靖	邱高亮	黄观峰	余文胜	夏晓冬	吴健秋雄	杨光芽	吴长江
张 伟	罗国祥	董 彤	杨 文	魏源清	陈 辉	池德高	刘志刚
方 丹	周 峰	李晓光	程宗才	刘新德	黄伟纲	张学锋	曾永明
张永芳	程读淮	王伯良	张国能	朱前向	叶元钗	洪建文	钟志红
刘庆辉	李 永	江明贤	黄德平	蔡绪正	杨东霖	陈仰新	韩 薇
黄劲松	吴伟文	林 辉	丁家裕	李毅文			

主管单位: 中国银行保险监督管理委员会福建监管局

主办单位: 福建省保险学会

编辑部电话: 0591-87829737

编 辑: 谢圆虹、陈小琳

刊名题字: 林志强

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

编印时间: 2020年08月

目 录

指导文章

推动财产保险业高质量发展三年行动方案（2020—2022年）	03
--------------------------------	----

和你说风险

数字孪生：金融风险治理新范式	王 和	05
健康规划与治理还需韧性理念	杨 颖 翟国方	08

财险天地

对财险公司银行保险业务转型发展的思考	陈峰磊 马晓阳	11
关于推进国内安全生产责任保险加快发展的思考	林 华	15

寿险天地

寿险公司基层机构合规管理现状分析及对策——以某大型寿险公司调研结果为例	王立华 黄明凤	18
对寿险业创新服务完善消费者权益保护机制的建议	李毅文 黄智勇 孙军军	22
寿险销售行为可回溯管理现状分析及未来发展建议	邱 静	26

宣传教育

互联网金融对高职金融专业建设的启示	邹 茵	30
-------------------	-----	----

保险漫谈与重大活动

完善基层保险公司客户身份识别工作的思考与建议	庄君红	34
中国信用保证保险业务发展现状及趋势分析	周晓娜	37
福建保险业2020年上半年重大活动情况		48

封二

“保小微 稳外贸”——福建省商务厅联合福建信保启动“小微出口护航行动”

图/文：中国出口信用保险福建分公司

福建省保险学会举办“《民法典》的保险解读”讲座

图/文：福建省保险学会

封三

福建省保险学会举办“农业保险与农业现代化”讲座

图/文：福建省保险学会

八闽保险大讲堂——走进海峡金桥财险公司

图/文：福建省保险学会

封四

福建省保险学会开展“阳光 1+1 牵手计划”扶贫活动

图/文：福建省保险学会

八闽保险大讲堂——走进人保财险福州分公司

图/文：福建省保险学会

银保监办发[2020] 68号

推动财产保险业高质量发展三年行动方案 (2020—2022年)

一、总体要求

(一) 指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中全会精神，按照党中央、国务院决策部署，坚持稳中求进工作总基调，坚持新发展理念，坚持以供给侧结构性改革为主线，坚持以改革开放为动力，稳步推进重点领域改革，不断提升财产保险业支持“六稳”“六保”和服务实体经济质效，打好防范化解金融风险攻坚战，推动财产保险业实现高质量发展。

(二) 基本原则

——坚持回归风险保障。积极发挥经济“减震器”和社会“稳定器”功能作用，聚焦重大战略，服务实体经济。

——坚持科技创新引领。加快科技创新与财产保险业发展融合，推动转变发展方式，激发市场创新活力。

——坚持深化改革开放。推进关键领域供给侧结构性改革，扩大对外开放，促进国际合作。

——坚持强化综合监管。加强机构监管，突出功能监管和行为监管，守住不发生系统性风险底线。

(三) 总体目标

到2022年，财产保险业保持平稳较快增长，保障水平、服务能力和资本实力进一步增强，基本实现财产保险公司偿付能力充足率均达标、风险综合评级均在B类以上，推动形成结构合理、功能完备、治理科学、竞争有序的财产保险市场体系。财产保险产品和服务向社会生产生活各领域进一步渗透，覆盖面进一步提高，成为企业风险管理、居

民风险保障的重要手段，成为政府改进公共服务、加强社会治理的有效工具。突出风险得到有效化解处置，监管能力得到显著提升。

二、行业向精细化、科技化、现代化转型发展

(四) 加快行业转型升级。推动行业从以车险为主向车险、非车险发展并重转变，从销售驱动向产品服务驱动转型，从传统经济补偿向风险管理和增值服务升级，鼓励互联网保险、相互保险、自保等创新发展，激发高质量发展动力和活力。推动财产保险公司实现专业化、精细化发展，改进业态模式，深耕细分市场，开发多元化产品，推动服务创新，打造围绕保险的生态圈服务体系。

(五) 提升数字科技水平。支持财产保险公司制定数字化转型战略，加大科技投入和智力支持，打造具备科技赋能优势的现代保险企业。鼓励财产保险公司利用大数据、云计算、区块链、人工智能等科技手段，对传统保险操作流程进行更新再造，提高数字化、线上化、智能化建设水平。到2022年，主要业务领域线上化率达到80%以上。鼓励财产保险公司通过数字化升级风险管控能力，提升风险定价、细分客户以及反欺诈等核心竞争力。

(六) 完善公司治理体系。把党的领导与现代企业制度有机结合起来，推进财产保险公司治理体系和治理能力现代化。推动财产保险公司增强资本实力，强化股权管理，规范股东行为和关联交易，公司治理运作更加透明、合规。压实财产保险公司主体责任，建立健全董事会有效履职、高管层职责规范、监事会监督到位的现代企业治理机制。完善科学合理的绩效考核体系，形成有利于高质量发展的激励约束机制。

三、保险服务国民经济和社会民生能力稳步增强

(七) 服务国家重大战略实施。提升财产保险业服务“一带一路”建设的质量和水平,积极对接京津冀协同发展、长江经济带发展、粤港澳大湾区建设、长三角区域一体化发展、黄河流域生态保护和高质量发展、海南自由贸易港建设等国家重大战略的风险保障需求,探索提供重点项目一揽子风险管理与金融服务,有效支撑区域经济协同发展。

(八) 支持社会治理体系建设。围绕国家社会治理现代化要求,积极推动责任保险和保证保险发展,发挥好财产保险业在污染治理、安全生产、食药安全、校园安全、医疗纠纷、建筑质量以及突发公共卫生事件等领域辅助社会治理的作用,支持国家政策落地和治理机制优化。鼓励健康保险和健康管理融合发展,更好服务于国民高质量生活和健康管理保障需求。完善巨灾保险制度,推动巨灾保险立法,探索巨灾保险证券化,做好灾害事故保险应急处置工作,服务国家灾害救助体系建设。

(九) 保障国民经济产业发展。推动农业保险高质量发展,持续推进扩面、增品、提标,推进重要农产品完全成本保险和收入保险试点,提升服务“三农”质效。发展科技保险、专利保险,支持战略性新兴产业、先进制造业转型升级,服务5G等新型基础设施建设与应用。发展出口信用保险和国内贸易信用保险,鼓励财产保险公司开展营业中断和延迟取消类保险业务,为产业链上下游企业获取融资提供增信服务,助力中小微企业和民营经济发展。

四、行业对外开放水平和国际影响力不断提升

(十) 扩大财产保险业对外开放。落实金融业对外开放重大举措,按照内外一致原则,公平对待境内外各主体,指导外资保险公司优化网点布局,合理增设分支机构,有序拓展业务范围。支持符合条件的境外金融机构投资入股国内财产保险公司和再保险公司,为国内市场引入先进业务模式、管理经验和金融服务,提升市场活力和竞争力。

(十一) 支持财产保险公司走出去。鼓励财产保险公司加大对“一带一路”项目保险服务和保险资金支持,简化审批流程。支持符合条件的中资保

险机构在境外有序发展,围绕“一带一路”倡议,提升境外金融服务水平和国际竞争力。支持保险公司加强国际交流合作,扩大中国保险业国际影响。

(十二) 加快再保险市场发展。推动增加再保险市场主体,鼓励有条件的财产保险公司设立专门的再保险功能性机构,提升再保险承保能力和服务能力,健全完善再保险市场体系。支持外资再保险公司增加投入,强化和突出风险管理服务、产品开发技术支持。完善上海陆家嘴国际再保险会议交流机制功能,推进再保险中心建设。

五、形成聚焦高质量发展的监管政策和体制机制

(十三) 深入推进改革,激发高质量发展活力。稳妥推进车险综合改革,完善交强险制度,健全商业车险条款费率市场化形成机制。设立中国农业再保险公司,推动渔业互助保险系统体制改革,有效实施农险改革和产品监管改革,确保改有所进、改有所成。深化监管主体责任改革,优化监管职责体系,统一监管标准,发挥好上下联动合力。

(十四) 防范化解风险,净化高质量发展环境。建立健全风险监测预警机制,持续做好风险分析研判。完善风险应急预案,优化风险处置流程和制度,提升监管前瞻性。加强创新型业务监管,防范交叉性金融产品风险。完善融资性信用保险及融资性保证保险风险监测机制,做到行业风险总体可控、个案风险有效处置。

(十五) 加强市场监管,规范高质量发展秩序。加强非现场监管与现场调查联动,加大对违法违规行为的监督检查和处罚力度,精准打击、有效治理市场乱象,为行业高质量发展营造公开透明、公平有序的市场环境。完善以专业化为导向、以偿付能力和服务能力为核心、以风险管控为基础的市场准入制度,探索建立市场退出机制。

(十六) 补齐制度短板,夯实高质量发展基础。加强监管制度建设,消除监管空白,完善非现场监管制度,出台示范型商业车险、农险等精算制度,修订准备金管理、条款费率管理、再保险业务管理等监管规定,建立产品创新保护机制,着力解决由于制度缺失或不完备带来的问题。指导行业强化风险基础定价与产品研发能力,推动行业基础数据库建设,完善行业基础设施。

(下转第7页)

数字孪生：金融风险治理新范式

● 王 和

从微观的角度看，“中介”和“市场”是现代金融的“关键词”。无论是“中介”，还是“市场”，风险，都像一种“幽灵”存在，同时，它也是金融存在的理由。因此，金融，可以理解为在市场经济条件下，开展与资金流动和交易相关的风险识别、评估和处理的中介活动，“风险对价”成为金融经营的重要逻辑，风险治理效率是影响金融业成本的重要因素。由此可见，风险与金融的密切相关是不言而喻的，因此，风险治理就是金融行业和机构的“安身立命”的根本。

风险，是一个相对抽象和动态的概念，因此，就风险与风险管理的理论而言，各种学说“各执己见”，始终面临着“见仁见智”的问题。但有一个相对共识认为风险是基于信息不对称，“无知者无畏”从一个侧面支持了这一理论。因此，最大限度地获取与风险相关的信息，了解并理解风险，是风险管理，包括识别、评估和处理风险的前提和基础。从这个角度看，风险管理的基础是认知，金融，从某种意义上讲，属于认知科学的范畴。

风险和风险管理是金融行业经营管理的核心，因此，风险管理能力就成为了金融行业发展与迭代的重要动力和标志。就现代金融而言，虽然其拥有较为悠久的历史，但就本质而言，金融行业风险管理的底层技术并没有太大的发展与进步，究其原因，是认知信息和模式的有限和局限性，即认知信息大多属于低维、静态和历史信息，认知模式更

多的依靠有限的个体和历史经验。

近年来，随着统计、计量和金融工程技术的发展与应用，金融行业风险管理能力有了较大的提升，出现了林林总总的工具、模型和制度，但并没有从根本上改变“有限性”的基础问题，因此，金融行业的风险管理，无论是信息的获取，还是风险的反馈，以及控制手段，仍处于主要依靠主观的初级阶段，否则，就很难理解：为什么在“琳琅满目”且“高大上”的曲线和模型支持下，金融行业的各种“爆雷事件”，乃至金融危机仍频频出现，且大有愈演愈烈的态势，各种治理模式和手段总是陷于“防不胜防”的尴尬，而风险治理成本已成为了行业运用成本的重要组成部分，并面临“不堪重负”的挑战。

现代科技进步带来了一个重要概念是“大数据”，从表面上看，这是一个单纯的信息技术概念，但其实不然，大数据对人类社会的变化，正如《奇点临近》的作者所言，是“改变人类认知本身”，或者说是改变了人类对认知的认知。我们不妨回望上一个“轴心时代”，当时的古圣先贤们就对认知，乃至世界的本质有过独到的洞察与睿智的结论，如古希腊哲学家毕达哥拉斯就说“万物皆数”，“存在由数构成”。再如中国的《易传系辞》中就有“极其数，遂定天下之象”的论断。这一切，均给了我们认知世界，也包括风险治理以全新的视角和思路。

今天，在科技赋能的背景下，我们再来梳理人类对于认知的理解，不难发现，认知

能力的核心是围绕着“数”，即信息展开的，包括了数据获取和处理能力。就传统金融而言，风险相关“数”的获取与处理的“有限性”是显而易见的，由于这种“有限性”，使得在各种分析和研判的过程中，就不得不大量采用“假设”，这种“假设”具有显著的“主观色彩”，在“人性弱点”的诱惑下，就出现了看似客观、科学和严谨的曲线和模型背后的“居心叵测”，这既是金融风险愈演愈烈背后的原因，也是金融与“初心”渐行渐远的根源。

现代科技带来的最大变化是社会的数字化，这种数字化表现为从“由外而内”到“由内而外”的“方向性”变化趋势，即一开始是通过各种感测技术，更加全面、多维和动态地获取数据，实现“由外而内”地数字化，继而认知事物，这种数字化被称为“后数字化”。但现在，特别是未来，将进入“前数字化”，即“原始数字化”时代，更多事物的“数字化”是与生俱来的。这种数字化，不仅体现在个体状态，也体现在不同主体之间的相关关系。同时，依托网络技术，包括移动互联、物联网和5G技术，使得“万物互联”成为现实，实时的高维数据获取成为可能。这一切，对于风险管理和金融而言，改变不仅是提升效率，创造可能，更改变了存在方式。

数字孪生（Digital Twin），正是在这个背景下产生的。数字孪生的本质是仿真，即在全面和深度数字化基础上，通过多学科、多物理量、多尺度、多概率的仿真，在虚拟空间中完成相应的映射，最终实现一个具体事物，在物理世界与信息世界之间的虚实映射与双向交互，从而形成“数据感知—实时分析—智能决策—精准执行”实时智能闭环。同时，能够将运行状态、环境变化、突发扰动等物理实况数据与仿真预测、统计分析、领域知识等信息空间数据进行全面交互与深度融合，从而增强物理世界与信息世界的同步性与一致性。

数字孪生技术最早是用于航空航天飞行器的健康维护与保障，即先在数字空间建立真实飞机的模型，并通过传感器和传输，实现与飞

机真实状态完全同步，这样每次飞行后，根据结构现有情况和过往载荷，及时分析评估是否需要维修，能否承受下次的任务载荷等，更可以实时发现飞机故障隐患，及时地进行远程干预，消除风险和事故。随着数字孪生技术的发展，其应用领域正在迅速扩大，在交通行业、工程项目、城市管理、医疗健康、电力能源和环境保护等领域已开始推广应用，同时，近年来，数字孪生技术也引起了金融界的高度关注。

回到金融风险治理领域，数字化时代，特别是数字孪生技术提供全新的视角和可能。数字孪生技术的本质是为观察、认识、理解、控制和改造物理世界（风险）提供了一种全新和有效手段。金融业需要引入数字孪生技术，重构风险治理理论、模式与技术，其核心是按照金融风险特征和治理需要，多维和动态地获取风险信息，构建接近“镜像”的可视化展示，提供实时的风险评估和预警，适度的风险反馈和控制。就实施路径而言，可以分两步实现，第一步是“仿真时代”，第二步是“全真时代”，同时，要处理好内外风险视角的逻辑关系，形成符合风险治理逻辑的结构。

就“仿真时代”而言，在传统金融风险治理理论、模型和技术基础上，如巴塞尔、COSO等，全面导入数字主线（Digital Thread）理念，在数据、算法和算力赋能的基础上，集成风险治理诉求，重新检视风险分类与关系，继而重构风险治理架构，提升金融风险治理能力，其特点是按照“镜像”的思维，丰富风险描述维度，解决风险标的数据的实时和自动获取，构建“风险数据耦合”模型，取代传统的“穿透”的概念，构建“N维风险魔方”，提供基于需求的“投影维度”，继而实现从手工和半自动到全自动，从“周期评估报告”到“风险仪表盘”模式。

就“全真时代”而言，在“仿真时代”的基础上，全面导入数字孪生理论，依托数字化社会资源，丰富和提升风险数据的获取能力，强化“智能风控”技术的开发与利用，核心是

全面导入人工智能技术，特别是“多维风险算法”，实现从相对孤立的风险标的视角，向产业链和生态圈的视角过渡，构建“有机态风险治理模式”，提供“风险驾驶舱”功能，同时，强化风险治理的自反馈和微循环能力，从以人工和事后发现与评估为重心，逐步过渡到自动和自主干预与化解为目标，全面提升金融风险治理水平，实现管理的迭代。

就具体实施路径和步骤而言，运用数字孪生理念和技术，开展金融风险治理创新不能一蹴而就，需要循序渐进，逐步智能化。首先，最重要的是理解大数据改变认知科学的逻辑与路径，进而理解金融风险治理面临的可能条件和改变思路。其次，在现有的治理框架下，用数字主线的思维进行重新审视，在数据可能的基础上，丰富风险维度，提升精度和敏感度。第三，在前期工作的基础上，进一步导入数字孪生理念与技术，特别是风险治理的人工智能技术，强化“数据训练”，提升模型的自适应能力，实现从“仿真”到“全真”的跨越。

面向未来，就数字孪生技术而言，发展方

向和路径将聚焦几何模型、物理模型、行为模型、规则模型等多维多时空多尺度模型，且期望数字孪生模型具有高保真、高可靠、高精度的特征，进而能真实刻画物理世界。此外，有别于传统模型，数字孪生模型还强调虚实之间的交互，能实时更新与动态演化，从而实现对物理世界的动态真实映射。同时，数字孪生技术的发展，为金融风险治理场景的应用提供了更加成熟技术可能。

面向未来，就金融业而言，科技带来的改变，不仅是提升效率，创造可能，更将改变存在方式，而在这个过程中，风险与风险管理始终是一条主线，是重要基础和前提，因此，数字孪生技术的利用将为金融和风险治理的迭代进步提供全新的视角和想象空间。金融业需要在社会和行业数字化的背景下，全面导入数字孪生技术理念，培育并提升相应的能力，不仅是提高风险治理效率，重构金融风险治理范式，更要探索未来基于数字孪生技术的金融服务新模式。

(作者单位：仁和研究院)

(上接第4页)

(十七) 提升监管质效，增强高质量发展保障。强化机构监管，探索实施差异化监管政策。突出功能监管，进一步优化完善体制机制。推动机构监管和功能监管有机结合，着力构建全流程综合监管体系。积极运用现代科技丰富监管手段，进一步推进监管工作精细化、科学化水平。加强监管能力和廉洁建设，不断增强风险识别、处置化解和依法行政能力，培养造就忠诚干净担当的高素质专业化监管队伍，维护和保障好高质量发展成果。

六、做好组织实施

各银保监局、各财产保险公司和再保险公司要充分准确研判形势和要求，持续推动相关工作，结合本地区、本公司实际，研究制定配套措施，明确责任分工和时间安排，确保各项工作落实到位。要强化沟通协作，把握力度节奏，统筹多方资源，凝聚各种力量，努力推动财产保险业实现高质量发展。

(中国银行保险监督管理委员会)

健康规划与治理还需韧性理念

● 杨 颖 翟国方

今年是一个公共安全突发事件频现的年份。先是春节前后新型冠状病毒肺炎疫情暴发，尽管我国取得了防控阶段性的成果，但目前疫情仍在全球肆虐。然后是6月份开始的洪涝灾害，影响到华南、华东和华中地区，灾情之重、影响之广、持续时间之长，给我国人民的生命财产安全造成了重大损失，引起了学术界的高度关注和广泛讨论。本文从国土空间规划学科的视角，基于健康城市、韧性城市等前沿理论，探讨我国国土空间规划中健康城市规划建设路径。

韧性视角下的健康城市规划愈来愈重要

韧性的概念起源于工程力学领域，本意是指“回到最初的状态”，被物理学家用来描述材料在外力作用下形变之后的复原能力。1973年，加拿大生态学家克劳福德·霍林首次将韧性的思想应用到系统生态学的研究领域。

2002年，倡导地区可持续发展国际理事会（ICLEI）在联合国可持续发展全球峰会上提出韧性城市的概念。目前，学界对于韧性的特征已达成两点共识：其一，韧性是一种过程，而非结果，具有动态性；其二，韧性关注长期的能力建设，而非短期应急，具有长期性。一般认为，韧性城市强调城市系统对外界干扰、冲击或不确定性因素的抵抗、适应和恢复能力，以及总结经验教训，从而提升城市系统整体韧性的能力。

很多地方都在积极探索如何为干旱、洪涝、城市热岛以及生物多样性缺失等问题提供解决方案。

近些年来，随着城市的发展和外部环境的变化，人们对除了自然灾害之外的其他风险（如能源安全、资源紧缺、生态危机和恐怖袭击等）有了更深的认知和更多的关注。韧性城市的规划实

践针对新形势下的挑战，正在探索应对城市危机的新思路。

在我国，韧性理念作为城市综合防灾减灾管理体系的战略指导，狭义上是为了减少自然灾害事件带来的人员伤亡和经济损失，广义上包括公共卫生事件、社会危机事件等对人员伤亡和经济社会的冲击程度以及灾后愈合的快慢程度，从而从灾前、灾中和灾后提出一系列防灾减灾的应对措施。因此，常态的建成环境在面对自然灾害、重大疫情等突发事件时，如何确保人的生命安全和身体健康在健康城市研究中目前关注较少。从现代意义上来说，健康城市的内涵应该得到拓展，不仅要重视城市公共卫生管理，更应该提升城市空间的健康促进和疫情应对能力，保障公众的身心健康和福祉。

此次肆虐全球的新冠病毒肺炎疫情充分说明，虽然韧性城市与健康城市二者出发点和视角不同，但是最终目标一致，即为了人与自然和谐共生、城市协调有序发展；研究思路相同，即基于风险分析—风险治理的技术路线。基于此，本文从目标和问题两种导向出发，提出韧性视角下的健康城市规划框架，为我国健康城市的规划建设服务。

国土空间规划背景下如何构建健康城市

不管是韧性城市，还是健康城市，两种概念都指向改善人居环境、提升人类生活质量。在国土空间规划的大背景下，加快建设韧性健康城市，有助于推进我国城市高质量发展。

构建以体系建设为目标的治理模式区域层面，优化空间布局，建设协同治理的韧性城市群。

新冠病毒肺炎疫情发生后，党中央给出了明确指示。习近平总书记在赴湖北武汉考察疫情防控时强调，要着力完善城市治理体系和城乡基层治理体

系,树立“全周期管理”意识,探索城市现代化治理新路子。当前,城市群逐渐形成我国经济社会发展的主要空间形态,城市群内部的经济联系和人员流动最为密切,因此在区域尺度上,“韧性城市”的概念应该进一步扩展为“韧性城市群”。地理位置邻近、发展条件相似等原因使城市群内部具有天然紧密的联系,一体化发展是区域协调发展的高级形态,要达成这个要求,就要打破行政壁垒,注重城市高质量发展,优化城市群产业布局,构建可持续发展的城市设施和信息网络,早日实现城市群内部互联互通,提升城市群的协同治理和共同防治风险的能力。

围绕安全补短板,南京加大应急管理、防灾避难等安全基础设施的建设力度。

在防灾减灾方面,城市群应该协同开展风险评估、监控预警、应急空间及物资储备等工作,做好灾时转移的协调处理预案。比如,洪涝多发城市或者传染病突发城市在灾害发生时,可以将居民转移疏散至邻近的安全城市,邻近城市也可根据灾害状况给予一定的物资和人员救助支持。同时,空间组织也可根据区域规划指导,协调组织绿色生态空间和应急救援空间建设,避免灾害发生时居民全部涌向大城市,出现资源缺乏的局面。

城市层面,多主体参与设计,建设数据驱动的智慧城市。

城市作为承灾主体和救援主体,在功能设置和资源配置方面具有重要的规划意义。在空间布局上,城市的中心城区公共设施存在人口承载压力过高的现象,需要纾解人口、缓解交通压力和荷载公共服务设施。因此在空间布局优化方面需要注重多组团建设,兼顾多主体需求和利益分配,在进行规划时可与相关部门一同参与空间规划设计,如自然资源部与住房和城乡建设部、卫生健康委员会、交通运输部等一同协调,同时邀请城市居民参与听证讨论并整合意见。

城市智慧平台建设在平时和应急时能表现出优异的能力。建设以大数据平台为依托的智慧城市,利用实时监控、信息互通来快速交流,提升人员救援、物资调配等信息的效率和准确性。除配合区域协调防灾工作外,城市更应该针对性地开展详细的灾害评估与救援预案工作,加强城市绿地与公共服务设施的配套建设,加快城市污染物治理,建设人

与自然和谐发展的新城市。

社区层面,发挥社区委员会作用,建设互帮互助的新型社区。

社区应成为新时期提升城市治理水平的基本单元。长期以来,社区委员会的职责和属性模糊,城市居民缺乏主体意识,城市建设难以落实细节。推进新型社区建设,需要加强社区委员会的引领作用,设置社区公共设施服务点,改善社区公共空间环境。在社区中心设立医疗站点和休闲、娱乐等公共服务设施,更新社区、空白废弃场地为小型绿色公园。这既可以满足平时的居民需求,也可作为应急时的储备场所,为居民提供可以集中管理和救治的场地,同时也能够增强社区氛围的营造,实现邻里互助、社区自治。

今年入汛以来,我国南方多地普降暴雨,不少地区发生较重洪涝灾害。

坚持以韧性健康城市为导向的发展

一方面,建立风险评估工作流程,加强对突发事件的评估、预警和及时应对。

多年来,我国城市在面对天灾人祸时大多是“事后救灾”,在预防和预警系统建设方面还有所欠缺。如面对灾情或疫情时反应滞后,容易耽误救治的最佳时机。因此,在城市管理层面应该建立风险评估流程,针对城市自身区位和资源现状,仔细分析可能面临的灾情事件,评估城市抵抗和应对风险的能力。以韧性城市为导向的健康风险评估,应包括灾前的风险发生可能性及空间蔓延途径评估、灾时的预警系统及应急预案评估、灾中的健康服务设施布局、救灾空间分布及物资储备输送通道评估等等。

另一方面,平灾结合使用基础设施,建设应急避难场所。

回顾近年来城市在灾害时的设施需求,在应急基础设施中,除市政设施需提供正常使用外,医疗设施和公共空间设施最重要也最为缺乏,医疗设施需要收治大量受灾人群,公共空间需要提供灾害人群疏散的有效场所。面对灾情,被动式地建设新设施不仅滞后于灾时需求,更存在浪费的问题。为避免突发事件发生时,城市没有充足的应急建设空间用于生产或安置,城市应早在规划中预留空白区域,用于应急性临时建设,从而提高城市韧

性。因此，城市规划中提出的平灾结合配置基础设施应该予以重视，加快在规划中更新应急设施预留的内容，灵活考虑灾时应急设施布置，形成室内外应急避难场所的储备名单，并注重预留用地的功能置换。

优化以韧性健康城市为指引的空间组织

一是提供多元广泛的绿色公共空间。

绿色公共空间不仅承担着美化城市环境和提供居民锻炼社交场所的作用，也是遇到灾害风险时重要的室外疏散避难场所。随着城市规划迈向精细化设计与管理，绿色公共空间也不再局限于大片绿地。例如，城市角落的空地被设计成为小型绿地公园，为城市提供了更加多元的绿色空间。在配置绿色公共空间时，可以利用土地功能混合和人口类型特征，设计有针对性的城市和社区绿地公园，加强城市风廊建设研究，减少污染物感染居住空间。

通过拓展河道来抵御洪泛是荷兰国家防洪战略中综合有效的做法。

二是设置合理规模的医疗设施空间。

医疗设施空间是评价灾时城市治理水平的重要方面，现有布点作为结合城市经济发展水平和人员需求综合考虑而形成的布局方案，有一定的合理性，但是规划方案也存在滞后于现今城市发展需求的现象，并且在社区和乡村医疗点建设方面较为落后，导致一个城市的所有居民看病只能去几家综合医院，降低了人员救治的效率，灾时有能力收治的医院床位吃紧，这种弊端就更加明显。

因此，在医疗设施空间建设方面，一要合理配置医疗资源，对平时和灾时的救援能力进行更详细合理的规划分析；二要更加注重城市整体的医疗服务能力，加快社区医疗站和村镇医疗点的建设，形成合理的医疗服务等级规模，满足居民就近治疗的需求。

三是加强小尺度街区建设，增强土地混合功能。

小尺度街区是城市的重要构成，在公共健康方面也发挥着重要作用。一方面，小尺度街区能够更好地进行管理，方便政策实施落地，应急时能够保障居民的疏散和救援的快速到达；另一方面，小尺度街区让居民出行更加方便，公共空间能被更多人使用，对居民身心健康均有好处，也增添了城市活力。利用土地功能混合的开发模式，建设小街区窄马路的功能性街区，在居民区周围设置医院、学校等基础服务设施，促进职住平衡，减少不必要的通勤人员流通，既能提高城市运转效率，又能降低病源大面积传播的风险。

四是提升环境污染治理和海绵城市工程建设水平。

健康城市的建设离不开环境治理。环境保护作为一项基本国策，其理念深入人心。经过几代人的努力，如今城市的环境保护内涵有所拓展，不仅关注表面上垃圾和黑臭水体处理，也关注内部的市政基础设施承载力等，并在此基础上提出了建设海绵城市的需求，让城市在应对雨洪、泥石流等自然灾害时具有良好的韧性。在发展水平不同的城市，建设海绵城市的进程不同，最终目标是建立起“渗、滞、蓄、净、用、排”的工程体系，保障居民生活空间的健康与安全。

建设一个具有韧性的健康城市，其本质是改善人居环境，提高人民生活质量，意义重大且任重道远。灾害风险、健康风险伴随着人类社会发展不断演化，因此，我们要跳出常态的线性规划思维，系统思考城市内在发展逻辑，着眼城市发展的不确定性，尤其着眼未知突发风险的分析把握，将城市建设得更智慧、更人文、更健康、更韧性！

（作者单位：南京大学）

责任编辑：陈小琳

责任校对：谢圆虹

对财险公司银行保险业务转型发展的思考

● 陈峰磊 马晓阳

【摘要】 财险公司银行保险业务发展已逾二十年，其间经历了数次的跌宕起伏，究其原因，在于其发展的“根基不牢”、“模式简单”。本文拟通过对财险公司银行保险业务的回顾分析与思考，提出转型发展思路。

【关键词】 财险；银行保险业务；转型发展

银行保险业务是由银行与保险公司合作，通过银行的销售渠道向客户提供保险产品和服务的创新型保险。但凡提及银行保险业务，行业乃至社会更多地联想寿险公司的银行保险。至于财险公司的银行保险业务，由于其长期以来受众及产品的特性，社会对其关注度相对较低。然而财险银行保险业务向来是兵家必争之地，本文拟通过对国内财险银保业务发展历程的回顾，探索其后疫情时代的转型发展之路。

一、财险银行保险业务的发展历程回顾

（一）国内财险银保业务发展的萌芽阶段

在上个世纪八十年代后期至九十年代初期，随着我国改革开放的深入与三资企业的蓬勃发展，伴随抵押贷款而生的抵押物保险逐步呈现，但规模不大。国内财产险领域银行保险合作业务发展的萌芽期，应源于1998年国务院《关于进一步深化城镇住房制度改革加快住房建设的通知》的下发，国家致力于推进住房商品化，发展住房金融，各银行纷纷推出个人住房贷款业务。根据央行1998年颁布的《个人住房贷款管理办法》第25条规定，“以房产作为抵押的，借款人需在合同签订前办理房屋保险或委托贷款人代办有关保险手续。”这里的房屋保险就是常说的房贷险，全称是“个人抵押贷款房屋保险”。同年9月，中国人民保险公司杭州市分公司与中国建设银行杭州市吴山支行合作，率先推

出第一张车贷险保单（全称是“汽车消费贷款保证保险”）。1999年央行出台《关于开展个人消费信贷的指导意见》，极大地刺激了汽车消费信贷，车贷险随之急速升温，同时也带动车险业务快速发展，国内第一次成规模的财险银保业务合作在时代背景下应运而生。

这个阶段有三个缺陷，第一是产品单一，银保代理产品不是百花齐放，而是一枝独秀；第二是销售渠道单一，销售主要靠产品与贷款的捆绑，面向的是贷款客户，具有较大的局限性；第三是业务发起不靠市场靠政策，一旦政策改变，则有可能造成业务消亡。这三个缺陷造成财险银保业务的抗干扰能力较弱，也为未来国内财险银保业务发展的数次起起落落埋下伏笔。

（二）合作发展模式的演变

国内财险银保业务发展以来，经历了三个发展期。第一阶段“萌芽发展期”。自上世纪九十年代中后期开始，财险银保业务进入萌芽发展期，但是由于中国保监会刚刚成立，银行的“兼业代理”身份尚未确认，银行与保险的合作还没有成为一种代销行为，更偏向于一种“非正式合作”。第二阶段“成型发展期”。上世纪九十年代末，银行取得第一张含财产险类的保险兼业代理许可证，国内财险银保业务正式迈入“代理合作”时代。代理合作模式，顾名思义，就是指银行与保险公司通过签订代理合作协议建立银行为保险公司代销保险产品，保

险公司支付银行代理佣金的销售合作关系。这一合作模式由于其低成本、易建立的特性至今仍是银保市场的主流。在这一阶段，财险银保代理市场逐渐趋于成熟，同时，随着越来越多的主体投入其中，打中间收入仗、打费率仗等市场乱象也随之不断涌现。第三阶段“模仿发展期”。随着银保业务的不断发展，国内财险银保市场逐渐与国际接轨，学习模仿了很多国际银保市场的合作模式，市场上出现了战略联盟、合资公司、金融集团等合作模式。合资公司模式多为“银行+其他机构（如保险公司、地方政府等）”合资成立新的保险公司，经营该银行银保业务。金融集团模式为银行通过新建或收购成立自己的保险公司，或是保险公司通过新建或收购成立自己的银行。近几年，合资公司和金融集团模式不断涌现，不少银行均通过这两种模式拥有自己控股的产险或寿险公司，将银行和保险两种金融服务联系在一起，以一体化的经营形式来满足客户多元化的金融服务需求。但是从目前国内银保业务的合资公司和金融集团模式对财险银保业务的发展推动来看，成效并不显著，银行只不过是将其其他保险主体的业务转移到自己成立或出资的保险公司，所谓的“肥水不流外人田”，没有产生“1+1>2”的效果，对于银保业务市场的发展也没有起到推动的作用。

（三）二十年的业务沉浮历程

自国内财险银保业务起步发展到现在，已有二十年时间，经历了三次的高峰与低谷。第一次发展高峰在上世纪末房贷险和本世纪初车贷险迎来发展春天，高峰期一家市区银行支行房贷险的年度代理保费量可达到五六百万元，而车贷险由于联动车险业务，一家支行的年度代理保费量甚至可以达到数千万元。第二次发展高峰在本世纪初银行抵押贷款在汽车消费贷款模式中占有较大比重，贷款新车的车辆保险资源较大一部分掌握在银行手中，如2010年人保财险福建省分公司银行代理车险保费就达到1.6亿元。第三次发展高峰是从美国“次贷危机”引发全球金融风暴后，为保持经济平稳较快发展，国家果断实施积极的财政政策和适度宽松的货币政策，推出扩大内需、促进经济增长的一揽子计划，银行贷款规模飞速增长。这一时期，财险银保业务中抵押物保险、借款人意外险业务增长迅速，高峰期人保财险福建省分公司银保渠道年保费收入超过

3亿元，其中抵押物保险占50%以上。也正是在这一时期，各家产险主体纷纷成立银行保险部，以分一杯羹。

高峰过后便是低谷，在财险银保业务三次发展高峰后，三次发展低谷随之而来。第一次低谷在车贷险和房贷险蓬勃发展数年后，由于车贷险市场的无序竞争，各保险主体对风险容忍度一降再降，导致银行对借款人资质的审核过分宽松，采取“只要保险公司肯保，银行就给贷”的简单做法，造成银行汽车消费贷款不良率一路攀升，最终在2003年达到高峰，全国坏账累计900多亿元，坏账率高达51.6%，车贷险瞬间被“打入冷宫”。而房贷险虽然效益甚好，但却因为其“强制性”屡屡陷入“霸王条款”的舆论风波，最终在国家政策调整与市场竞争下，2005年开始，各银行纷纷将房贷险由强制购买调整为自由购买，再加上几年来产品在保额、保险责任、费率等方面经历了多次调整，房贷险业务从此一落千丈。第二次低谷则是贷款车相关的车险业务随着汽车消费贷款模式向信用卡消费、汽车金融转变，4S店等车商的兴起，银行逐渐失去对新车保险的话语权，银保车险业务规模在短短两三年时间就基本归零。第三次低谷则伴随着我国银行业金融机构不良双升的情况出现，2015年我国银行业不良率连续两年攀升，不良贷款连续四年升高，银行开始收紧放贷规模，大批中小微企业断贷。

经历三次低谷后，部分产品甚至已经从银保渠道业务中彻底消失。车贷险的消失，是由于市场的无序竞争导致银行审贷不严，逾期贷款出现井喷，保险公司放弃该产品的经营；房贷险业务的下滑是由于取消了贷款必须购买保险的“强制性”政策；贷款车车险业务的归零是由于新车贷款模式的改变；抵押物保险的连续负增是由于银行贷款规模的紧缩。

三次发展高峰与三次低谷中出现最多的字眼便是“政策”与“规模”，发展高峰是由政策与贷款规模推动，陷入低谷也源于政策调整与贷款规模下降，可以看出财险银保业务产品的抗干扰能力较低，结构上十分单薄，而且由于大部分业务是和贷款“捆绑”，客户并非自主从该渠道购买保险产品，加上投诉案件层出不穷，可以说客户对该渠道的认可度并不高。

二、财险银行保险业务发展瓶颈深层分析

现阶段财险银保业务市场仍处于第三次低谷,呈现低迷景象。从银保业务产品险种上看,以抵押物财产保险、工程保险、借款人意外险等险种为主。其特点是与银行抵押贷款品种十分吻合,产品的保险期限、保额可以与贷款期限、贷款金额完全契合,能够转移借款人因自然灾害、意外事故等原因造成还款能力出现问题为银行带来的信贷风险。从业务结构上看,贷款相关的保险产品占了将近百分之百的份额,对公业务占比在80%以上,结构较为单一。在银行主体不断增加、业务规模不断扩大、客户需求不断增加的市场背景下,财险银保业务保费规模却依然呈负增长趋势,所谓“相由心生”,究其根源,有以下几方面原因:

(一) 政策层面

长期以来财险银保业务开展的基础依赖于信贷风险的转嫁。这一基础催生了财险银保合作的萌芽,也成为制约其发展的最大瓶颈。财险银保业务起起落落的原因大都源自于银行的信贷政策,当政策要求强制保险时,保费就成规模增长,当贷款规模紧缩时,保费就开始锐减,当贷款结构从抵押物贷款为主调整为信用贷款为主时,业务就难以为继。简而言之,贷款搭配保险还是其合作的唯一基础,对客户展业环节就显得十分简单粗暴,难以抵抗贷款政策调整及监管环境变化带来的风险。

(二) 产品层面

银保渠道的产品同质化严重,表现在产品的保险责任、销售目标客群、销售渠道基本一致;银行及保险都没有参与到双方的产品开发中,也没有以客户需求为中心,提供综合金融方案;无法让客户对银行销售的保险产品产生真正的认同与依赖,与客户的关系较脆弱,银行、保险双方都没能够在渠道体现结合双方优势的品牌效应。

(三) 模式层面

财险银保市场的合作模式仍以代理合作模式为主。代理模式具有低成本、易建立、易为市场采用的特性,但缺点也显而易见,代理产品严重的同质化、银行掌握客户资源、单一的代理形式,决定了银行与保险公司在合作关系建立之初,便已确定银行的甲方地位。在这种模式下,必然出现银行以代理佣金高低、私人关系好坏作为选择合作方的重要

依据,导致银保双方建立的合作轻易地被人员的轮换、高佣金等手段冲垮。

(四) 主观层面

各家产险主体进入银保业务市场的想法大多为“分一杯羹”,而不是“将蛋糕做大”,造成现有银保业务市场恶性竞争频发。而几年一次的高峰低谷波动,也使得部分主体轻易放弃或轻视财险银保业务的潜力。市场的浮躁造成保险公司对财险银保业务缺少精耕细作,形成财险银保业务在面临政策风险时不堪一击的局面。

三、财险银行保险业务转型发展的思路

伴随财险银保业务一路成长的,始终风向标是国家政策。2018年原保监会与银监会合并成立中国银行保险监督管理委员会,银行保险业进入监管新时代。而财险银保业务已持续五年低迷,如果还是困在原有的发展机制里,则终将沦为鸡肋业务。财险银保业务应当转型,而目前也正是转型发展的最佳时期。在新时代,银行、保险均应重新审视银保渠道的作用,发挥其在综合金融服务与社会治理层面的价值。

(一) 抓住机遇促转型

从近年来银行贷款结构来看,贷款模式逐渐由抵押物贷款为主调整为信用贷款占据主要位置,在经济发达地区体现尤为明显,传统以抵押物保险为主的银保代理业务空间已不断被压缩。

从监管环境来看,2019年11月国务院办公厅督查室发布《关于中国建设银行北京市分行和平安银行北京分行办理小微企业贷款信贷搭售转嫁成本问题的督查情况通报》、2020年5月银保监会等六部委联合发布《关于进一步规范信贷融资收费 降低企业融资综合成本的通知》,结合疫情前后国家大力扶持小微企业发展的政策,可见监管部门必将严查“强制搭售”。面对严厉的监管环境,各银行为规避合规风险,纷纷暂停小微企业抵押物保险业务、借意险业务,2020年上半年,部分银行银保代理业务规模断崖式下滑。

从市场机遇上看,目前财险公司与银行的业务合作还较为单一,没有很好地将财险产品多元化的特点与银行业务面广、客户量大的优势相结合。在代理业务板块,存在贷款客户的二次开发、非贷款客户拓展的发展空间;在银行自有业务板块,存在

固定资产业务、员工企补业务、金融机构贷款损失的发展空间；在其他合作业务板块，存在员工个人保险、普惠金融、线上平台合作、三农业务、保函业务的发展空间。其实以银行为圆心，可划出的业务范围是十分巨大的，是一片未知的蓝海。

银保渠道拥有的巨大发展潜力，形成银保业务转型发展的必要条件，也是跳出固有的代理业务区域，积极探索银保合作新型蓝海的最佳时期。

（二）推动银保双方融合发展

时代发展助推银保转型变革，也促进财险公司与银行的合作从过去的物理合作（代理）向化学反应（融合）方向发展。笔者认为，融合发展的核心就是通过转型实现双方客户共享、团队共建、产品共融，只有合作双方实现真正的融合发展，才能够结成稳定的合作联盟，实现可持续的双赢。

客户共享方面，可以借鉴异业联盟方式，采取互荐客户、联合获客、组合成交等方式达到客户共享的目的。通过建立客户画像，模拟客户需求，为对方推荐有购买需求的客户，或者根据客户需求，推荐对方产品。建立一站式金融保险产品服务平台，根据不同的客户群体构建不同的生态圈，为客户量身打造定制化服务，以齐全的金融服务加关联服务吸引新客户，增加老客户黏性。

团队共建方面，建立银保专营队伍，尝试在基层共同组建培养由双方客户经理组成的全新销售团队，针对对公客群，可采取联合上门服务的方式，充分运用双方品牌、产品、服务、存量客户、资源的叠加优势，形成“1+1>2”的拓展效果，深入挖掘单个客户的购买潜力，为客户提供更全面的金融服务。针对个人客户，可采取共同进社区、入车展等方式，针对不同客群，将双方已有产品进行组合搭配，带动双方业务共同发展。

产品共融方面，梳理银行和保险所经营的各类产品和目标客群，针对不同客群制定差异化销售、服务目标，根据目标需求，银行、保险双方共同参与产品设计（包含银行端的金融产品及保险端的保险产品），推出体现渠道独特性与专属性的金融产品，打破以往的单一代理局面，形成双向联合模式，以解决客户融资与转嫁风险之痛点为卖点，提高客户对银保渠道产品的认同度，培养客户的自主购买意识。

（三）创新运用“保险+”助力融合

保险+融资。应当发挥金融机构参与社会治

理、解决民生问题的作用，跳出代理销售局限，共同参与信贷产品与保险产品的开发中。例如在三农领域，要深耕农村市场，推出银保渠道专属的贷款品种，以“保险+融资”形式帮扶各类种养殖业复产扩产，为农企、农户解决融资问题与风险问题，在服务乡村振兴、助力扶贫攻坚、建设美丽乡村方面发挥作用。

保险+服务。紧跟国家政策风向标，为企业提供全方位金融服务方案，以客户为中心，打造“一企一策”的服务内容，拉近与客户的距离，打造银保业务的独特性，提高客户黏性。针对小微企业，银、保双方都应适当让利，为小微企业客户提供一条量身定制的综合金融购买渠道；针对个人客户，研究制定围绕个人及家庭的金融产品方案，为践行“和谐社会”与“健康中国2030”发挥金融服务功能。

保险+科技。着力建设线上渠道，精准对接各自APP，打造有流量的线上金融平台，共同探索金融科技的应用。在移动客户端相互融合，积分打通使用，围绕大众“衣、食、住、行、玩、学、医、养”等需求主题，尝试共创共建服务生态圈，打造爆款产品，通过大数据驱动，精准服务个人客户，提升客户体验，增强客户黏性，不断满足人民群众向往美好生活的综合金融需求。

结语

金融是现代经济的核心，是国家的经济命脉。银行、保险业同属金融行业，同样肩负着在坚持和完善中国特色社会主义制度，推进国家治理体系和治理能力现代化征程中的金融使命，而银保业务正是银行保险联手的实现途径。再回首财险的银保合作，如果说其“前世”的合作主题是“卖保险”，那么财险银保合作的“今生”就要定位为“解决问题”，就应当要完成转型蜕变，运用“银行+保险”的独特优势，通过创新产品供给、建设线上生态圈、打造一站式服务等现代方式服务广大社会民生，融入时代发展大局，成为能够为国家、为社会解决问题的重要金融渠道，为国家高质量发展转型贡献力量。

（作者单位：人保财险福建省分公司）

责任编辑：谢圆虹

责任校对：陈小琳

关于推进国内安全生产责任保险 加快发展的思考

● 林 华

【摘 要】 改革开放以来，关乎人民生命财产安全和社会经济稳健发展的安全生产问题已经被国家摆在了重要位置。近年来，安全生产事故和死亡人数虽然呈下降趋势，但是由此带来的损失并没有有效降低。本文进一步厘清安全生产责任保险的推广意义、分析制约其发展的主要因素、提出相应的解决措施，对推进安全生产责任保险加快发展，尤其在高危行业甚至广大行业里充分发挥风险分散作用具有借鉴意义。

【关键词】 安全生产责任保险；高危行业；三方合作

安全生产事关人民群众生命财产安全，事关改革成效、经济发展和社会稳定。保险作为保障安全生产的重要手段，在保障企业安全生产、保护人民群众生命和财产安全中发挥了积极作用。安全生产责任保险是一种带有一定公益性质、采取政府推动、立法强制实施、由商业保险机构专业化运营的新的保险险种和制度。尤其是随着工矿商贸行业的快速发展，安全生产责任保险（以下简称安责险）在“安全生产”中的作用更加突显，推进国内安全生产责任保险加快发展现实而必要。

一、推进国内安责险加快发展的重要意义

安全生产责任保险是生产经营单位在发生生产安全事故以后对死亡、伤残者履行赔偿责任的保险，对维护社会安定和谐具有重要作用。针对高危行业开办的险别，不仅可承保因企业在生产经营过程中，发生生产安全事故所造成的伤亡或者下落不明，还可对应附加医疗费用、第三者责任及事故应急救援和善后处理费用。安责险是社会发展特别是企业安全生产的必然，从当前情况看，推进其加快发展主要有三方面意义：

（一）生产行业发展的现实需求

现有的安全生产制度（工伤保险和风险抵押金）虽然能够在一定程度上减轻企业的压力，但由

于安全生产事故所在行业的特殊性，一旦企业和受害人员得不到赔偿，政府将承担较大的财政负担。随着社会经济发展，工矿商贸中的高危行业门类越来越多，必须有与这相适应的保险险种予以保障。通过加快推进安责险，能有助于发挥保险的社会管理功能，促进安全防范措施的落实，降低生产安全事故的发生概率；能有利于形成企业安全生产自我约束机制，提高企业员工的安全意识；能够保证生产安全事故发生后补偿损失的资金来源，减轻政府的负担。对政府、企业和民众，是一项多赢的举措。

（二）拓展保险功能的客观要求

目前我国安全生产企业最常用同时也是首选的保险项目为工伤保险。从实际推进来看，工伤保险作为一种社会保障制度，其保险的只是受害者或者其遗属所在地区最低生活所需，不同的伤残等级有不同的伤残补助，最高的一级伤残补助金也仅仅是27个月的工资，对于作为家庭中主要经济来源的受害者所在的家庭来说，工伤补偿往往是杯水车薪。建立和加快推进安责险，能够对工伤保险起着强有力的补充作用，主要表现在三个方面的优势，一是保障程度更高。安责险没有承保额度上限，可以根据企业的需要进行配置。二是赔付时效快。安责险出险时理赔程序贴合我国处理安全生产事故的

措施,事故发生后保险公司能够第一时间前往事故现场参与救援、及时止损,并按照保险合同约定的内容给予赔付,时效高。三是专业的事前预防。安责险作为专门为高危行业设计的保险,保险公司有着专门的安全生产风险评估和管控团队,能够弥补工伤保险在安全生产事故预防上的不足。

(三) 解决推广滞后的当务之急

为更好地贯彻《国务院关于保险业改革发展的若干意见》(国发〔2006〕23号)精神,有效推进安全生产责任保险,充分发挥保险机制在加强安全生产工作中的作用,2009年7月20日,国家安全监管总局印发了《关于在高危行业推进安全生产责任保险的指导意见》(安监总政法〔2009〕137号),《意见》下发以来,虽然全国各个地区均加大了对安全生产的政策宣导并开展了保险试点工作,但国内安全生产保险市场尚未完全推广开来,保费收入波动幅度大,推广和承保工作停滞不前,各级政府、险企和生产企事业还需要进一步加大力度。

二、当前制约安责险加快发展的主要因素

安责险在高危行业有着“救命保险”的作用,概括起来讲,制约其加快发展的因素主要有两个方面。

(一) 外部因素

1. 安责险的“强制性”特征未得到强化

生产企业普遍对安责险的认识还不够充分,大部分企业认为购买传统的企财险、雇主险等险种本身就加重了企业负担,再增加安责险就完全没有必要,而且还增加了企事业经济成本,进而导致企业缺乏动力购买安责险。国家《安全生产责任保险实施办法》颁发以后,虽然地方各级政府也频频发文进行推动,但生产企业理解和执行不到位,考虑到有关手续办理的前提条件,以及险种的可续性不尽如人意,导致“办法”很难得到进一步落实。

2. 有承保能力的保险公司少

一家优秀的保险公司要从资产与偿付能力两个方面进行综合考量,只有资本雄厚且偿付能力高的企业才能承保高保额且风险较高的险种。目前我国市场上的财险公司数量多,但真正有能力承保如安责险这类高赔付率险种的公司却不多。

3. 相关部门宣传不到位

个别地区对《关于在高危行业推进安全生产责任保险的指导意见》等相关文件精神宣导不到位不充分,甚至把指导意见照搬照抄,没有结合本地实际深入研究,思路不清。安全生产督查和安全生产宣讲针对性、指导性不强。

4. 缺乏三方沟通合作的平台

生产企业对于政府相关部门的安全生产宣导和消防检查经常是应付了事,而保险公司前往企业展业亦频频遇到闭门羹。政府和保险公司分别行动,却总是收效甚微,没有形成一个三方沟通反馈合作的互利互惠平台。

(二) 内部因素

1. 赔付率居高不下

各地安责险的赔付率有所不同,但都处于高赔付率的状态。对保险公司而言,一个险种的赔付率高于60%的时候,综合成本率也将大大提高,企业便难以从中盈利。财产保险公司作为盈利的法人机构,业务拓展重心势必是会向赔付率低于60%的盈利险种倾斜。

2. 保费占比小

虽然安责险的发展历程并不短,但却是财险公司里新兴的非车险种。传统非车险如企财险、意外险和健康险等,在非车险业务中的保费占比可达七成。而非车险业务在整个财险公司中的保费占比更是不高,因此安责险在财产保险公司里受到的重视程度远低于雇主责任险和团体意外险。

3. 功能上还不够完善

安责险主要包括保险赔付保障与风险防控保障两大功能机制。从赔付保障功能设计方面看,安责险的理赔功能明确:按责任对企业从业人员进行经济补偿作用;对第三者的人员伤亡和财产损失进行补偿;相关的救援救护、事故鉴定和法律诉讼等费用也进行补偿。安责险实行“无过失”原则,对普通商业险中的免责条款“投保企业的重大过失责任”和“违反安全法规的行为”予以剔除,在保险保障上更加全面,贴合市场需求,保障已趋于全面。但现实情况却是,很多生产经营单位都投保了工伤险、公众险、雇主险、承运人责任险及团意险,这些险种与我们所说的安责险在保障范围上存在重复,但又明显不同的险种,市场反映仍普遍冷淡。从风险防控保障功能方面看,《安全生产责任

保险实施办法》要求：对生产经营单位已投保的与安全生产相关的其他险种，应当增加或将其调整为安全生产责任险，增强事故预防功能。目前，部分险企在安责险投保方案设计上还不够完善，对公众险、雇主及团意险覆盖功能还不够，导致生产企业认为有可能增加生产经营成本，从而降低其安责险购买意愿。

4.服务上有待提升

优质的服务是险企生成的发展的基础，解决好安责险与其他商业险在保障范围上的有效衔接问题，需要险企予以积极宣传、耐心引导和热心服务。生产企业的投保意愿要从险企的服务效果和服务质量中提升。从目前市场上安责险开展情况来看，多数险企的安责险风控服务依旧按一般性的传统险种进行保险服务，还停留在表面上的核保、理赔等。此外，部分险企也缺少专业的人才、技术等，服务上缺乏强有力的力量支撑。

三、推进安责险加快发展的几点建议

（一）进一步搭建好平台

安全生产事故事关企业、民众、政府和社会，而安责险能够运用其保险体制分散企业的风险，降低政府负担，维护社会稳定，因此构筑一个企业、政府、保险三方协作的平台势在必行。建设完善、高效的平台，可以及时有效开展政策宣导、安全生产监督、事前风险预防和事后快速赔付等一系列举措，减少沟通和运作成本，形成一个良性的发展。

（二）进一步完善政策

2017年国务院办公厅出台《关于安全生产“十三五”规划》的通知中要求：一是强化政策保障；二是健全企业安全生产费用提取与使用管理制度；三是建立企业安全生产责任保险制度。2017年12月国家安监总局、保监会、财政部等三部门联合印发的《安全生产责任保险实施办法》是落实安责险的权威性文件，对相关要求进行了明确，但推进速度还是不容乐观。下一步，国家和地方政府层面要重点围绕宣传引导、“依法促保”、“强制投保”等方面出台更多、更细的辅助细则，让生产企业真正认识到安责险的重要性，增强主动投保、积极投保意识。要进一步从政策上压实政府、生产企业、险企之间的责任关系，真正使安责险成为保障企业安全生产、保障群众利益的

重要屏障。

（三）进一步完善功能

继国家三部门出台《安全生产责任保险实施办法》后，已先后有29个省级地区下发了强制落实文件，安责险这一险种面临着重大市场发展机遇，市场空间估值在200个亿以上。因此，保险公司面临如此庞大的市场应不断完善自身经营能力，调整经营策略。在保障范围、补偿机制等方面，结合后疫情市场的发展情况，尽可能地为企业提供全面、便捷、安心的服务保障。在险种设计上应有更大的覆盖面，应包涵公众、雇主及团意的保障覆盖面，提高企业的保障程度，降低企业生产经营成本。特别是在保险服务能力上，部分理赔人员的专业知识欠缺，以老带新的模式容易出现漏斗式接收，造成人员水平参差不齐，影响到理赔服务质量。保险公司应从人才培养、制度建立、畅通渠道上进行个性化、电子化理赔质量改造，以提升客户的安全感、获得感及幸福感。

（四）进一步提升服务水平

国家应急管理部2019年8月27日出台的《安全生产责任保险事故预防技术服务规范》，为投保安全生产责任保险的生产经营单位提供事故预防技术服务标准化指明了方向，规范了服务内容形式、服务流程、服务保障及评估改进事项。尤其对安全生产宣传教育培训、安全风险辨识、评估和安全评价、生产安全事故隐患排查等进行了明确。险企要认真总结安责险推进过程中的经验和教训，着力提升综合服务水平，以高水平的服务来赢得市场和信任。尤其在服务形式上，保险机构应依靠自身安全生产专业技术服务力量或聘请安全生产专业的技术人员及机构，为投保单位提供事故预防技术服务。要指导险企有效开展安责险防控服务，以推动安责险的发展。这方面有着良好的范例，特别是在强化事故预防服务方面，探索形成了财政补贴推进的“山东模式”。2018年12月，在山东省昌乐县政府的引导下，中国人寿财险与清华大学软件学院合作，在当地开展安责险事故预防服务试点，借助培训知识和线上APP相融合，基于后台数据分析，政府、企业和员工可及时了解掌握企业的风险区域、隐患的排查及整治情况，这一模式解决了以往安全生产培训落不了地的问题，打通了从业人员“最后一公里”。试点以来，（下转第25页）

寿险公司基层机构合规管理现状分析及对策

——以某大型寿险公司调研结果为例

● 王立华 黄明凤

【摘要】 寿险公司基层机构是寿险经营管理的神经末梢，其合规经营状况和风险控制水平构成寿险企业稳健发展的根基。本文以某大型寿险公司调研结果为例，对寿险公司基层机构的合规管理现状及存在的问题进行分析，提出改善合规经营的对策。

【关键词】 寿险公司；基层机构；合规管理；改善对策

保险公司分支机构，包括经保险监督管理机构批准，保险公司依法设立的分公司、中心支公司、支公司、营业部、营销服务部以及各类专属机构[保险公司管理规定第三条。]，作为保险公司经营管理的基本机构单元，其合规经营状况和风险控制水平构成保险企业稳健发展的根基。通过实地走访、问卷调查、资料分析等方式，本文以某大型寿险公司调研结果为例，结合日常管理经验对寿险公司基层机构合规管理方面存在的问题，提出改善的对策。

一、基层机构合规情况调查结果

2019年12月，围绕合规文化氛围与培育、合规三道防线履责情况、风险合规管理工作存在的问题与建议三个方面内容，对某大型寿险公司最基本的经营单位——支公司层级中层以上管理人员（指支公司经理室成员和部门经理人员，下同）、一般管理人员（指支公司中层以上管理人员以外其他管理人员，下同）和销售人员三类人群开展调查，了解不同人群对目前支公司层面风险合规管理情况的体会和看法。调查共计回收电子问卷8094份，其中中层以上管理人员564份，一般管理人员1268份，销售人员6262份。经统计分析，得到如下调查结果。

（一）合规文化氛围与培育方面

被访人员普遍认同依法合规经营理念，认为所

在机构管理层在合规管理方面起到良好示范作用。首先是整体评价。84.22%中层以上管理人员、85.96%一般管理人员及90.18%销售人员认为所在机构管理层在合规管理方面起到很好的示范作用，三类人群在管理层示范作用方面的整体评价相当接近，良好以上评价均达到99%以上。其次是主要负责人授课频率。100%中层以上管理人员和99.84%一般管理人员反馈所在机构主要负责人每年至少进行1次以上风控合规方面专题授课。第三是对风险合规和业务发展关系的理解。认同“合规是发展的基础，各项经营活动应当依法合规，不应当以牺牲合规要求为代价换取短期发展的利益”理念的中层以上管理人员比例为98.76%，一般管理人员比例为98.34%，销售人员比例为98.26%，三类人群比例接近。

（二）合规三道防线履责情况方面

绝大多数被访人员对合规管理三道防线有所认知，并在工作中履行风险控制、合规管理相关职责。首先是合规管理三道防线的认识。对于“谁是履行合规管理的第一道防线，对其职责范围内的风险合规管理负有直接和第一位的责任”的问题，共有92.55%中层以上管理人员和90.93%一般管理人员答对。其次是合规履责行动。88.48%中层以上管理人员和91.25%一般管理人员认为所在公司或部门能够定期宣导合规知识，主动进行合规排查，

及时主动向合规管理部门或岗位提供风险信息。第三是对于上级公司或监管机构要求开展风险排查工作的态度。78.58%中层以上管理人员和78.5%一般管理人员认为所在部门每次都认真开展排查,10.53%中层以上管理人员和11.26%一般管理人员认为所在部门有时间就认真开展排查整改,忙的时候应付一下。

(三) 风险合规工作存在的问题和困难方面

多数被访人员对所在公司整体风险管控情况较有自信,但认为依然存在一些典型的风险合规问题,风险合规工作主要困难集中在人员配备不足及与业务发展冲突上。首先是对所在公司风险管控状态的整体评价。79.26%中层以上管理人员和75.87%一般管理人员认为目前所在公司风险管控整体较好,基本不会引发案件,符合监管要求,13.65%中层以上管理人员和12.93%一般管理人员认为风险合规管理处于可控状态,部分问题可能引发案件,不完全符合监管要求。其次是公司目前比较突出的风险合规问题。中层以上管理人员认为排列前三位的分别是销售误导问题、销售管理不规范(如佣金管理,不含销售误导)和非法集资风险,一般管理人员认为排列前三位的分别是销售误导问题、非法集资风险和销售管理不规范问题,此外,资产管理不规范和虚列变通费用也是需要关注的问题,两类人群对各类问题的选择比例分别如下表所示。

第三是基层公司风险合规工作存在的困难。38.88%中层以上管理人员和32.16%一般管理人员认为各部门从事风险合规工作人员配备不足、不强,19.38%中层以上管理人员和25.49%一般管理人员认为业务发展压力大,无暇顾及风险合规工作。

二、基层机构合规管理存在的问题

从日常管理观察和调研来看,寿险公司层级之间、风险防控、合规管理意识和履责能力整体呈现自上而下逐渐递减和弱化的趋势,越到基层机构,意识和履责能力越弱。从调研结果可以看出目前寿险公司基层机构在合规管理方面以下问题较为突出。

(一) 基层机构相关人员对内外部风险防控形势的高压态势认识不足

表现为基层机构管理人员对当前监管严峻形势认识不足,对所在机构风险管理无知无畏或者过于自信。

近年来,防控金融风险已被提升到国家安全高度。习近平总书记强调,金融是国家重要的核心竞争力,金融安全是国家安全的重要组成部分。党的十九大报告明确指出,从现在到2020年,要重点抓好决胜全面建成小康社会的防范化解重大风险、精准脱贫和污染防治三大攻坚战。其中打好防范化解重大风险攻坚战,重点是防控金融风险,要服务于供给侧结构性改革这条主线,促进形成金融和实体经济、金融和房地产、金融体系内部的良性循环,做好重点领域风险防范和处置,坚决打击违法违规金融活动,加强薄弱环节监管制度建设。在此大背景下,严监管成为常态,银保监系统持续通过整治市场乱象,弥补监管短板等举措加强风险防范。严监管环境对保险公司业务发展和风险管控均提出了跨越式的新要求。

从问卷调查来看,接近80%的被访人员认为目前所在公司风险管控整体较好,基本不会引发案件或者受到监管部门行政处罚,然而参照内外部监督检查与日常的风险排查可以发现,被访人员对所

风险问题	中层以上管理人员	占比	一般管理人员	占比
非法集资	138	24.47%	430	33.91%
销售误导	274	48.58%	603	47.56%
虚列变通费用	95	16.84%	227	17.9%
销售管理不规范(如佣金管理)	171	30.32%	399	31.47%
资产管理不规范	118	20.92%	277	21.85%
其他	9	1.60%	11	0.87%

在机构风险防控水平的理解与真实情况之间存在一定的偏差。

据某大型全国性寿险公司内部分析，2018年、2019年该公司因销售违规被行政处罚的均为省级（含）以下机构，其中，市县两级机构占比分别达93%、70%，被处罚的个人中，市县两及人员占比分别达90%、74%。基层机构仍是案件高发阵地和监管行政处罚的主要层级。另一方面，寿险公司自行组织的风险排查及内部监督检查发现的问题，如果设定在监管部门的标准，很多问题均可构成行政处罚的事由，存在监管处罚的风险。基层机构构筑的合规防线尚未形成真正的铜墙铁壁，而在此过程中，如果对整个形势判断不够到位，对自身情况盲目自信，将直接影响管理人员合规履责的前瞻性和积极性。

（二）基层机构管理人员对业务发展与风险防范之间关系的认识不足

重业务轻管理、重眼前轻长远的发展观念在基层保险公司，尤其销售一线仍然存在，当业务发展与合规经营要求出现冲突时，常常还是优先考虑业务发展。究其根源，这与企业的合规文化不够深入密切相关。在对保险公司分支机构的经营绩效考评中，合规考核占比相对较低，对机构和管理人员经营行为的导向作用有限；而在人员选拔方面，管理人员的业务能力和业绩发展情况往往是组织提拔考量的最重要因素。因此，对于基层机构管理人员而言，片面认识发展是第一要务，单纯把业绩追求成为经营管理活动的主要准则。除了少部分曾因风险防范不到位、违规经营上受过教训的机构和人员，大部分管理人员容易产生侥幸的心理，从而在管理中出现“打擦边球”或“走钢丝”的冒险行为。

（三）基层机构管理人员对合规管理角色定位的认识不足

从调查结果来看，虽然总体上基层机构相关人员比较认同依法合规经营理念，但是对具体合规管理履责的角色定位并没有真正认识到位。原保监会2017年颁布实施的《保险公司合规管理办法》，明确了保险公司“三道防线”的合规管理框架，要求公司业务部门和分支机构、合规管理部门和合规岗

位、内部审计部门共同组成合规管理的“三道防线”，各自履行相应合规管理职责。问卷调查时距离办法生效实施之日已经过去两年半的时间，但从调查中发现，被访人员中仍有7.45%中层以上管理人员和9.07%一般管理人员（在问卷调查人员中，绝对人员分别为42人和115人）对三道防线的划分并不清楚。相当部分业务部门管理人员认为风险管控、合规管理主要由风险合规部门负主要职责，业务部门主要是配合风险合规部门开展相关工作。第一道合规防线对本身角色定位的模糊，必将影响其履责的主动性和自觉性。

（四）基层机构合规管理的履职保障不足

在基层机构的整体资源配置中，风险管控和合规管理方面的资源投入相对偏弱，包括人力投入、高管人员的关注度、信息化投入支持力度等，这相当程度上制约了基层机构合规管理的水平状况。以人力投入为例，根据《保险公司合规管理办法》，保险公司应当根据业务规模、人员数量、风险水平等因素为合规管理部门或者合规岗位配备足够的专职合规人员，保险公司总公司和省级分公司应当为合规管理部门以外的其他各部门配备兼职合规人员，有条件的保险公司应当为省级分公司以外的其他分支机构配备兼职合规人员。合规人员应当具备与其履行职责相适应的资质和经验。实际来看，大部分保险公司在人员配置方面，更多地倾向于向销售、业务管理、财务管理等部门倾斜，合规管理人员配置数量有限。以某省辖内32家寿险公司为例，全省配置合规管理人员^①超过20人（含）的公司仅2家，10人（含）~20人的公司8家，其余的22家公司均不足10人，占全部寿险公司的68.75%，其中，低于5人（含5人）的公司更达到14家。合规管理人员数量占所在公司管理人员比例低，如进一步对照各公司庞大的销售人员队伍（包括代理制、派遣制和员工制）为基数进行计算，合规人员配比比例更是极低。上述32家寿险公司中，在省级以下机构配置合规管理人员的有27家公司，但是27家中有17家的合规管理人员均为兼职，5家公司的部分合规管理人员为兼职，兼职合规管理人员占比高。

^①此类合规管理人员主要指合规管理部门或岗位的人员，不包括有的公司在销售、业务、财务等部门设置的合规工作联系人员。

三、管理建议与对策

(一) 加强对基层公司风险合规相关内容的宣导和教育

目前虽然寿险公司对于各级人员均有风险合规相关内容的培训学习要求,但是基层公司管理人员囿于业务发展的压力和日常的繁杂事务,对监管的规定和公司的制度要求尚未能学习、理解、践行到位,仍然需要扎扎实实地强化宣导和教育。建议不断完善不同层次、不同需求的合规教育体系,进一步加强形式多样、内容丰富、贴近基层的宣导,例如通过巡回宣讲、借助科技方式在线直播宣讲、结合条线会议宣讲等多种方式,增强基层管理人员和销售人员的风险合规理念,提升识别风险、管控风险的能力。

(二) 加强对基层公司风险合规人员的配置

随着银保监机构改革及监管事权下放,基层公司面临的监管势必更严,管理要求更高,对于基础管理本就薄弱、销售任务日益繁重的基层来讲,合规挑战更大。同时,行业高质量发展也对各寿险公司风险合规管理提出了更高要求。合规管理人员负责落实日常大量的合规管理要求,承担着对接上级公司与当地监管、统筹协调内部三道防线的重要责任,建议结合基层公司业务、队伍及管理水平,配齐配强风险合规岗位人员,并配套相应举措,增强源头治理和管控的能力。

(三) 加强风险防控机制建设和基础管理

结合保险业案件和行政处罚分析可以发现,凡是发生业内案件、行政处罚等情况的保险机构,基本上在风险防控机制的健全性或者执行的有效性方面都会存在问题,表现为要么风险管理内控机制不完善,要么业务操作执行层面存在漏洞,要么日常

的风险排查流于形式,未能及时发现隐患和风险。建议寿险公司建立风险监测、预警、排查、处置全流程机制,对重点领域、重点风险、重点人员进行持续的关注、管理和监督;加强对制度机制执行情况的评估和跟踪,降低执行力层层弱化的程度,确保内部控制举措发挥作用;积极探索将人工智能学习、大数据分析等现代管理手段应用于企业经营风险防控领域,全面增强基础管理水平,提升企业防御风险能力,更好地为企业发展提供合规保障。

(四) 加强对基层风险合规工作的考核和评价

考核是风向标,建议以考核为抓手,强化和压实各级机构风险防控和合规管理的主体责任,完善经营指标、职能指标和相关岗位人员绩效目标合同全覆盖的考核体系和考核细则;并将风险防控和合规经营情况作为人才选拔的一个重要考量因素,对于出现重大案件、行政处罚等情况的,对负有领导责任的相关管理人员予以相应的限制和约束,引导各机构、各条线、各相关管理人员积极适应监管要求和风险防控需要,主动作为,守住风险底线,确保保险业健康发展。

参考文献

- [1]王新.对基层行构建合规与发展平衡点的调研思考(J).现代金融,2016.10
- [2]段晓华.大型寿险公司经营风险隐患研究(J).生产力研究,2016.6
- [3]姜秀芳.浅议基层公司风险管理与控制(J).活力,2010.4

(作者单位:中国人寿福建省分公司)

责任编辑:陈小琳

责任校对:谢圆虹

对寿险业创新服务 完善消费者权益保护机制的建议

● 李毅文 黄智勇 孙军军 易祯妮

【摘要】 随着社会经济的发展,消费者对于权益保护及服务期望值的需求日益增强,保险业作为金融行业的重要组成部分,保险消费群体呈现出年轻化以及多元化的趋势。为此,保险行业消费者服务需求的变化已成为寿险业的重点关注方向。面对客户需求的变化,本文就不断完善服务流程,打造更优质的保险服务、更全面的消费者权益保护机制提出观点和建议。

【关键词】 寿险消费者;权益保护;完善机制;建议

一、寿险消费者权益保护的必要性

消费者权益保护是指国家通过立法、行政和司法活动,保护消费者在消费领域依法享有的权益,目前有立法保护、行政保护、司法保护、社会保护等几个方面。消费者权益保护中的法律责任,是经营者违反保护消费者权益的法律规定的义务或者经营者与消费者之间约定的义务而依法应当承担的法律后果,是促使经营者依法履行义务,保护消费者合法权益,从而维护社会经济秩序的重要手段。消费者权益保护中的法律责任主要是经营者的责任。为此,保护寿险消费者的权益,是广大寿险公司的重要责任。保险行业的发展及寿险的功用也不断折射出寿险公司保护寿险客户消费者权益的重要性。

(一) 从行业发展看寿险消费者权益保护的必要性

我国近年来国民收入水平提升带动保费规模持续扩大,2016年人身险保费收入规模达到2.2万亿元,同比增长36.5%。此外,以高价值业务为主的个险渠道保费收入同样高增长,2015年达到7533亿元,同比增长22%。随着寿险市场的高速发展,消费者对寿险的认知水平也各不相同,高学历的消费者可能对于寿险的认知较为全面,能够自主权衡寿险的利弊和功用。而学历较低的消费

者及格式合同,某种程度上并不能自主认识到寿险的真实利弊,而如果没有完善的寿险消费者权益保护机制,必然给高速发展的寿险市场带来风险隐患,甚至阻碍寿险市场的健康发展。

(二) 从寿险功用看寿险消费者权益保护的必要性

购买寿险的消费者可以把自己可能遭遇的风险转移出去,而接受风险的机构就是寿险公司。但是从纠纷类型来看,投诉点主要集中在销售和理赔环节。销售类投诉主要表现为销售人员不主动告知消费者寿险内容及消费者应知晓的事宜,理赔类投诉主要表现为寿险公司以消费者未如实告知健康状态或者未达理赔条件为由拒赔。若没有完善的消费者权益保护机制,则寿险消费者的合法权益无法得到有效保证,消费者购买的寿险便失去了寿险的保障功用,甚至消费者还要蒙受退保的损失。

为此,保护寿险消费者权益,不仅是国家及外部机构的责任,同时也是寿险公司在服务过程中必须要关注并且重视的方面。

二、我国寿险消费者权益保护机制的现状

(一) 寿险消费者权益维护量逐步增加

各级保险监管机构2014年、2015年、2016年分别接受各类涉及寿险消费者权益的有效投诉为29934件、30204件、32442件,可以看到投诉数

据呈现逐年增长的趋势。从泉州平安人寿支公司的投诉数据来看,累计2018年10月共接收处理各类投诉案件299件,较2017年同比增长10%;投诉至监管机构的案件有38件,较2017年同比增长15%,整体投诉量均呈现上涨的趋势。

(二) 寿险消费者契约意识薄弱,寿险知识不足

从现实中对消费者的采访中得知,80%的寿险消费者并没有认真阅读过寿险合同,对于合同的内容只有大概的了解,甚至有的只听信寿险营销员的说辞。很多寿险消费者并没有契约意识,没有认识到购买寿险就是与寿险公司签订寿险契约,双方都要按照合同履行。当消费者在没有充分认识到寿险的本质和表现形式时,首先是不能在投保环节主动维护自己的权益,例如详细阅读合同,对于签字的材料做必要的阅读和确认等。其次是在出现纠纷时,不能通过科学、合法的途径去寻求解决,导致诸多寿险纠纷案件发生时,给寿险消费者带来较大的困扰,甚至影响到消费者的正常生活。

(三) 事后监管为主,事前防范举措尚有提升空间

销售误导类和理赔投诉类案件是当前主要的投诉类型,销售误导类及理赔不实告知类投诉案件的处理难点是取证难。很多时候因为投保时间长久很难取证,在缺乏主要证据的背景下,对于上述类型的案件调查有较大的难度。但是基于寿险投保时的流程是固定的,此时证据导向较难体现投保时的真实情况,相对对于消费者较为不利,难以妥善保障消费者权益。但是若是能够在投保时增加一些证据的留存或者重点纠纷问题的确认,则可在一定程度上增加案件处理的公平性。

三、寿险消费者保护需求的变化

2018年10月,平安人寿发布寿险业内首份客户白皮书。针对截至2017年底的平安人寿整体8759万客户从不同角度进行了统计分析,旨在同时统计分析反映出现今保险客户的真实画像,进一步完善保险服务。

(一) 寿险消费者不断增加且呈现年轻化趋势

近年来,伴随经济发展、人口结构变化及消费升级,风险保障越来越受到关注,而保险业作为天然的风险管理和保障产业,备受消费者青睐,保险

公司的客户数也在不断高攀。以平安为例,在不断获取客户信赖基础上,平安人寿整体客户数量不断刷新历史:2000年,整体客户数量突破千万。截至2017年底,平安人寿整体客户数量达8759万。值得注意的是,多年来,平安人寿整体客户数量逐年增长,而近三年,增速进一步攀升,从2014年的9%增长至2017年的14%。

保险消费者趋于庞大,保险消费者的年龄也趋向年轻化,平安人寿客户白皮书数据显示,26~45岁的中青年人群占45%,且已婚者占半数,这两个基本情况反映出,目前保险消费主力往往是中青年已婚人群。他们在保险意识和保险需求以及消费能力上高度契合。这或许也是保险消费者的自然迭代过程的选择。

(二) 科技的发展带来寿险消费者多元化服务的需求

近年来,我们的生活中到处都有科学技术的影子,在过去的生活当中传达信息靠信件,然而现在每个人都有着属于自己的手机,甚至使用手机,就可以足不出户地完成各类生活场景消费。科技的强大力量一点一点地改变人们的生活方式。生活方式的改变带来的是人们服务理念的改变,2018年4月23日,CTR发布一项最新报告《2018新消费崛起趋势白皮书》。报告解读了新消费三大崛起:收入驱动,中产崛起;观念驱动,个体崛起;技术驱动,场景崛起。

收入驱动:我国经济结构调整后呈现了二次腾飞,城镇化水平及居民收入水平持续提升,中产阶级不断崛起,并逐渐成为影响国内消费最大的群体,在满足生存需求之后,中产阶级的消费方式逐渐向高品质的生活转变,消费品质及感受成为关注的重点。

观念驱动:新生代的消费者受科技改变生活的驱使,个性化需求不断崛起,需要足够独特的,能够让自己显得与众不同的品牌及服务。

技术驱动:现今的消费者已经被各种创新的产品和超乎想象的便利服务宠坏了,不仅想要随时随地的服务,也更倾向于更加便利的智能场景,或许在未来,消费不再是人与人的交流,也是机器与机器的交互。与此同时,科技赋能保险也早已成保险行业发展趋势,未来将运用“黑科技”来改善“客户体验”。

四、创新寿险消费者权益保护机制的建议

(一) 服务创新,提升服务水平

根据《中国互联网金融发展报告(2016)》指出,未来国内金融行业移动支付不可逆转,大数据、云计算在金融业的核心地位进一步加强,人工智能技术也在蓬勃发展,日益成熟。人工智能和大数据都将成为未来金融风险管控的重要助力。在大数据征信、贷款、风控、保险、资产配置、财经信息分析等众多方面,助力金融服务的标准化、模型化、智能化,并帮助决策、预警和防范系统性金融风险。

当前寿险消费者权益纠纷案件,主要类型依然是销售误导及理赔不实告知类。这两类案件的特点都是产生的根源在于投保服务端,因难以回溯到投保当时去核查相关的证据和事实,而存在消费者权益保护的困难。人工智能和大数据技术恰好能解决这一难题。

平安集团设立的平安科技人工智能实验室,大规模研发人工智能金融应用。一是人像识别技术的应用。如在指定银行区域运用相关识别系统进行整体监控,识别陌生人、可疑人员和可疑行为,提升银行物理区域的安全性。而在寿险APP上,可以利用人脸识别技术进行远程身份认证,用户只需根据系统提示,完成指定动作即可完成部分保险服务,提升便利的同时也对操作人员进行风险筛查,降低了安防风险。二是智能客服。应用人工智能技术,开展服务的标准化管理,有效规范承保及保全服务的每一个环节,从而提升服务水平,降低消费者权益保护风险。

(二) 流程创新,打造极简服务流程

保险业不断创新,这不仅是推进服务的必然选择;同时也是保险业竞争的结果。不断创新的过程中,客户的需求也不断创新,“个性化服务”及“极简服务”成为保险客户服务的更大挑战,只有在保险服务上更倾向于客户,更加人性化,打造更加简便的保险服务流程,才能极大地满足客户的需求,从而更好地维护客户权益。

目前,保险公司的个性化服务越来越多元化,有的围绕保险内容,有的重在服务渠道,有的突出了服务的方便、快捷。例如有的公司承诺:客户投保后,享受全国统一标准、快捷的理赔服务。此

外,还有一些个性化服务内容看起来和保险并没有直接关系,也不为保险公司带来效益,但它们可以为客户提供方便,使客户与公司的关系更加紧密。如有的保险公司提供故障车辆免费救援这类额外服务,包括现场维修、拖车、换轮胎、应急加油、电瓶充电、应急加水等,这类服务完全不是保险公司传统意义上的服务,但客户得到这些帮助后,会感到贴心,从而信赖投保公司。

平安人寿在打造极简服务及客户的个性化需求方面,运用海量数据模型,建立客户服务多样模型,将金融服务融入客户“医、食、住、行、玩”的生活场景,建立领先的互联网金融产品及服务平台,实现“一个客户、一个账户、多个产品、一站式服务”的目标。同时针对寿险客户需求服务,运用云数据,开展客户行为风险排查,对于低风险客户,形成保险服务过程中的极简操作,提升客户便利的同时,风险等级的运用也保护了寿险消费者的权益。

(三) 关注负面声音,及时倾听掌握客户服务痛点

当今的大部分企业的宗旨都是“以客户为中心”,而在以客户为导向的过程中,至关重要的一环就是要聆听客户声音,这不仅能够实现企业与客户沟通及交流,同时,拥抱客户声音,关注客户负面声音,也就等同于了解企业自身存在的服务痛点。

企业与客户每次接触都是一个倾听客户声音的机会,尤其是投诉客户,现今各家寿险公司均有设立寿险消费者权益保护渠道,寿险消费者在维护权益时首选是通过寿险公司渠道解决,在面对各类的投诉客户时,客户负面声音的倾听将更大程度地反映出寿险公司服务流程的缺陷及消费者权益保护的漏洞。但在科技发达的今天,了解客户不再仅仅依赖于客户主动的联系,开放客户声音倾听渠道,主动拥抱客户负面声音,才能更好地实现企业与客户需求的对接。

寿险公司要持续不断地关注客户负面声音,并针对负面声音进行改善,形成倾听闭环。在倾听渠道,建立线上线下平台全面收集客户负面声音,不仅在APP、网站等线上渠道建立客户意见倾听渠道,同时通过开展各类座谈会、总经理接待日等听取客户负面声音,与客户架起一道良性沟通的桥梁。

梁。利用倾听的负面声音，不断完善现有服务流程，优化已有制度，不仅更大程度地提升客户体验，同时通过更加完善的服务流程，更好地保护广大寿险消费者的权益。

五、结语

综上所述，随着我国寿险市场的高速发展，强化我国寿险消费者权益保护机制是必要的，也是一项长期的任务。在现阶段社会，消费者需求的不断增加，对于寿险行业也是新的挑战，但从根源上，只有不断以客户为中心，提升寿险企业自身服务流程，根据客户需求打造最优服务体验，才能从根源上更好地保护寿险消费者的权益。

参考文献

- [1]程星烨.寿险消费者权益保护水平测度.2018
- [2]张华.我国寿险消费者权益保护机制研究.2017
- [3]CTR洞察：2018新消费崛起趋势白皮书
- [4]李金倩.浅谈人工智能与金融风险控制
- [5]平安人寿《客户白皮书》

(作者单位：泉州保险学会)

责任编辑：谢圆虹

责任校对：陈小琳

(上接第17页)

已为7家企业培养了140余名的安全生产专家、1000余名可独立进行隐患排查工作的一线技术人员。同时试点企业的工伤事故也由同期的21人次下降至0人次，人员个体防护用品相关处罚也由同期的11次降为0次。真正实现了政府、险企、安全技术服务机构、企业和员工的五方共治、共赢。还有安责+科技+服务的“嘉兴模式”及实现行业领域全覆盖的“北京模式”

(五) 进一步强化监管

要构建或形成一套行之有效的监管机制，切实加强政府对政府、生产企业和险企对安责险的落实情况的监督检查。要将安全责任和监管职能下放到地方政府，做到“谁监管谁负责”。在生产企业，尤其是高危行业领域，要预防出了安全事故后才大检查、大排查、边查边治、边治边改现象，尽可能防患于未然。对险企，要彻底改变工作只停留在“事前收费、事后补偿”的层面，积极参与企业的风险治理和风险防控，加强对生产企业的直接指导和跟

踪服务。要借鉴和推广类似“昌乐模式”等方法，推动险企风险防控服务能力的发展提升，建立更加完善的安全生产保险保障制度，让“赔款不是保险唯一的职能，保险可以让生活更美好”成为共识和常态。

参考文献

- [1]李丽，刘新，康华，闫立达.基于2010年-2014年年度事故统计的我国安全生产形势分析[J].长春工程学院学报（自然科学版），2015，16（2）：77-79.
- [2]童琿瑜.江西省在高危行业推广安全生产责任保险的调研报告[D].江西：江西财经大学，2018.

(作者单位：国寿财险福建省分公司)

责任编辑：陈小琳

责任校对：谢圆虹

寿险销售行为可回溯 管理现状分析及未来发展建议

● 邱 静

【摘要】 原中国保监会制定的《保险销售行为可回溯管理暂行办法》于2017年11月1日起实施。目前已接近三年，对于维护客户合法权益、加强保险服务方面成效明显，但在运作中也存在着一些问题，未来在执行过程中应如何解决这些问题从而全面实现保险销售行为的可回溯管理，本文进行了分析并提出建议。

【关键词】 可回溯管理；消费者；保险销售；销售误导

长期以来，保险销售过程中因销售行为混乱、不规范等导致了投诉纠纷，有些问题可能仅仅只是口头说明，例如“保险责任是否跟销售人员描述的一致”、“自己的说明和告知（健康告知类）是否能传达到保险公司”，或者销售人员的口头承诺、夸大保险责任等，在出现纠纷时，又无证可查，往往就会出现消费者说不清、保险机构辩不清、监管机构查不清的尴尬境遇。为规范保险销售行为，维护保险消费者合法权益，促进行业持续健康发展，2017年11月1日起，根据《保险销售行为可回溯管理暂行办法》规定，保险公司、保险中介机构销售本办法规定的投保人为自然人的保险产品时，必须实施保险销售行为可回溯管理。

一、保险销售行为可回溯的定义及实施内容

（一）保险销售行为可回溯的概念

《保险销售行为可回溯管理暂行办法》中所称保险销售行为可回溯，是指保险公司、保险中介机构通过录音录像等技术手段采集视听资料、电子数据的方式，记录和保存保险销售过程关键环节，实现销售行为可回放、重要信息可查询、问题责任可确认（以下简称“双录”）。

（二）“双录”实施内容

1. 实施对象：保险公司和保险中介机构

保险公司：经营人身保险业务和财产保险业务

的保险公司，专业自保公司除外。

保险中介机构：指保险专业中介机构和保险兼业代理机构，其中保险专业中介机构包括保险专业代理机构和保险经纪人。保险兼业代理机构包括银行类保险兼业代理机构和非银行类保险兼业代理机构。

2. 产品范围：保险公司、保险中介机构销售投保人为自然人的保险产品时，必须实施保险销售行为可回溯管理。团体保险产品除外。

人身保险公司销售保险产品符合下列情形之一的，应在取得投保人同意后，对销售过程关键环节以现场同步录音录像的方式予以记录：

（1）通过保险兼业代理机构销售保险期间超过一年的人身保险产品，包括利用保险兼业代理机构营业场所内自助终端等设备进行销售。国务院金融监督管理机构另有规定的，从其规定。

（2）通过保险兼业代理机构以外的其他销售渠道，销售投资连结保险产品，或向60周岁（含）以上年龄的投保人销售保险期间超过一年的人身保险产品。

3. “双录”包含内容：录制内容至少包含以下销售过程关键环节

（1）保险销售从业人员出示有效身份证明。

（2）保险销售从业人员出示投保提示书、产品条款和免除保险人责任条款的书面说明。

（3）保险销售从业人员向投保人履行明确说明

义务,告知投保人所购买产品为保险产品,以及承保保险机构名称、保险责任、缴费方式、缴费金额、缴费期间、保险期间和犹豫期后退保损失风险等。

保险销售从业人员销售人身保险新型产品,应说明保单利益的不确定性;销售健康保险产品,应说明保险合同观察期的起算时间及对投保人权益的影响、合同指定医疗机构、续保条件和医疗费用补偿原则等。

(4) 投保人对保险销售从业人员的说明告知内容作出明确肯定答复。

(5) 投保人签署投保单、投保提示书、免除保险人责任条款的书面说明等相关文件。

保险销售从业人员销售以死亡为给付条件保险产品的,录制内容应包括被保险人同意投保人为其订立保险合同并认可合同内容;销售人身保险新型产品的,还应包括保险销售从业人员出示产品说明书、投保人抄录投保单风险提示语句等。

二、“双录”实施现状

目前各寿险保险公司均已针对《保险销售行为可回溯管理暂行办法》涉及的业务范围在销售环节实施“双录”,并且针对不同的销售方式设置开发“双录”录制流程、系统及后期的质检系统等。同时,随着业务的发展,“双录”也被各家寿险保险公司作为一项管控举措运用到业务销售中。

“双录”政策出台后,各家寿险公司针对相关业务范围开始实施执行“双录”,以平安人寿为例,优化代理人营销支持系统,将“双录”嵌入投保环节中,记录客户投保的过程:在业务员营销支持系统APP中自动生成“双录”二维码,扫描二维码开始“双录”,将录制情况与公司业务系统对接;同时设置专门的质检系统,由专人完成审核质检工作。最后以质检结果作为后续可否承保的条件之一,质检不通过投保单无法承保。据悉,其他各家寿险公司也以同样方式积极开展“双录”落地执行的工作。国寿、泰康、太平、人保寿等公司也分别设置系统便于在客户投保过程中规范记录详细信息。

随着业务的发展,“双录”也逐步衍生出新的功能,即被作为一种管控举措运用到业务销售中,如“自保件品质管理”,代理人非“因保障需求而投保”的自保件、代理人对自保件的犹豫期及退保损失不知晓而导致投诉等;“继续率管控”,针对某些

险种客户投保后因不清楚保险责任、代理人误导销售等原因导致客户续期未缴而受损等。为保证新契约品质,将“双录”作为一种约束机制纳入到投保过程中,全面记录投保过程,加强业务品质管控。

“双录”实施后带来的效果也是较为显而易见的。一是规范了代理人销售的说明义务。过去销售过程中存在的是否说明、说明不详、避重就轻等情况可以杜绝。在双录过程中对于客户是否知悉保险责任需进行确认,免除保险人责任条款需要逐条阅读,医疗险续保、补偿原则、定点医疗机构等内容需要逐项说明,这在很大程度上避免了今后因未说明带来的投诉纠纷。二是避免了代签名、代抄录等非客户真实意愿投保的情况。保险合同的成立首要条件就是客户本人亲笔签署确认各投保资料,基于客户本人真实意愿。在“双录”中,需要客户确认是否知晓、清楚保险责任、条款内容等内容外,同时必须录制签署单证、抄录风险提示语句的过程,确认本人亲笔签署。三是在录制过程中,需要客户、业务员同框出镜,这样可避免既往因未见到客户而不了解客户真实情况的问题。通过“双录”,对代理人行为予以规范、对客户行为予以固定,避免了日后因双方的不规范行为可能出现的投诉、纠纷;即使出现投诉,可在很大程度上避免客户说不清、保险机构辩不清、监管机构查不清的尴尬局面。

“双录”政策的出台和实施,一方面旨在进一步约束保险公司销售人员的销售行为,针对保险销售关键环节,强化保险机构法定的提示和说明义务,杜绝保险销售误导等行为,使得消费者的知情权、自主选择权等合法权益有所保障。另一方面对于消费者也有新的要求,消费者应该学习保险的一些基本常识,例如销售人员说明的保险责任、退保损失、免除保险人责任条款等内容,如果消费者没有基本判断能力,则无法给出明确答复。如果因自己的不了解而给出错误的回复,未来也难免还会出现纠纷的。消费者没有基本的保险常识,即使有“双录”做保障,也难维护自己的权益。在现阶段,“双录”制度更多的指向是销售纠纷问题,在销售过程中,“双录”所能解决的是一改过去因缺乏影像资料致使消费者在后续主张过程无据可依、权益被损的情况,更有利于保护保险公司安全运行,同时也是监管部门发挥职能,保护消费者权益的重要体现。

三、目前“双录”存在的问题

目前“双录”在保险销售过程中对于治理销售乱象、解决保险销售纠纷方面，更多的是一种证据固定的体现。其中存在的问题主要表现为“双录”的覆盖范围及操作要求等方面不足。

（一）“双录”录制范围未涵盖所有保险业务

《保险销售行为可回溯管理暂行办法》中要求“双录”的情形之一：通过保险兼业代理机构以外的其他销售渠道，销售投资连结保险产品，或向60周岁（含）以上年龄的投保人销售保险期间超过一年的人身保险产品。对于上述情形之外的消费者如主张受到销售误导而购买保险产品时，保险公司如举证其不存在误导行为，没有“双录”，是否会出现举证不能的情况？

现在保险产品分类广泛且条款众多，消费者缺乏专业知识，对保险公司拟定的合同缺乏专业的解决和认知，对于合同中的条款及其它事项不够重视，可能很多人严重依赖于代理人的讲解及口头表述，有无说明、是否说明清楚等问题极为常见。这类问题在各年龄阶层都存在，涉及产品包括分红险、传统险、投资连结险。因此当发生销售纠纷的时候，“双录”便是一个最公正的依据。

另外，对“双录”范围进行规定，是否会出现规避“双录”的情况，原本投保人年龄已达“双录”标准，为避免“双录”，进行投保人变更，出现与实际投保情况不一致的情况。

（二）“双录”录音录像内容无法完全展现实际销售情况

在《保险销售行为可回溯管理暂行办法》中制定保险销售行为现场同步录音录像用语示例，保险公司执行中按示例用语要求代理人按标准用语进行录制。以“说明保险责任”环节为例，录制中要求向客户询问：代理人已向客户介绍本次投保保险种的所有保险责任，代理人是否说清楚？客户是否清楚保险责任内容？如果代理人在前期销售沟通过程中未向客户逐项说明保险责任，但在录制过程中客户却给出明确的答复，这在后期发生纠纷时，责任无法界定。同样，在前期的销售过程中，如果存在夸大保险责任、虚假承诺等情况，在录制中也无法直接反映出来。

“双录”制度直指销售纠纷问题，销售误导则

是销售纠纷产生的重要原因之一。在2012年原保监会印发的《人身保险公司销售误导责任追究指导意见》第二条中规定：销售误导，是指人身保险公司、保险代理机构以及办理保险销售业务的人员，在人身保险业务活动中，违反《保险法》等法律、行政法规和中国保监会的有关规定，通过欺骗、隐瞒或者诱导等方式，对有关保险产品情况作引人误解的宣传或说明的行为。由此可知，销售误导在人身险领域发生的可能性更大。销售误导的表现形式有：欺骗投保人、被保险人、或者受益人；对投保人隐瞒与保险合同有关的重要情况；诱导投保人不履行相关法律法规规定的如实告知义务，诱导在健康险销售中不如实告知既往病史等；夸大产品收益，将保险产品混同于储蓄、存款、理财等；不告知退保损失等。目前“双录”中的很多环节如“告知填写投保信息及不如实告知的后果”、“说明保险责任”、“说明犹豫期和退保损失”等方面无详细过程的录制，仅对投保人进行确认的信息。难免会出现“流于形式”的情况。

（三）“双录”执行方式或呈现模式不一

《保险销售行为可回溯管理暂行办法》中将保险公司在“双录”中需要录制的内容及要求进行了明确规定，同时要求保险公司应建立视听资料质检体系，制定质检制度，建立质检信息系统，配备与销售岗位分离的质检人员等。各保险公司在代理人销售环节中投入成本开发录制系统，后期搭建质检平台等，组织建立“双录”支持运维架构，制定“双录”流程，全面保障“双录”正常开展。录制、质检过程中出现：一是录制系统不同：因业务性质不同，各公司会使用独立的“双录”APP或在已有代理人销售支持系统中新建“双录”功能完成录制。二是录制操作方式不同：有由代理人持手机等终端系统进行录制的，也有保险公司建立专业的录制工作区域，配置相应设备进行录制的。三是后台质检处理流程不同：承保前质检和承保后质检等。退回补录流程也不同：质检不通过后全流程重录功仅不符合要求退回环节进行补录。四是各家公司对于细节录制内容有所不同：例如“说明保险责任”环节，有的机构要求所有保险产品责任需逐项阅读、有的机构仅需客户确认等。当同一客户在不同公司投保，客户感受度有所影响。

（四）对“双录”的认识不足

《保险销售行为可回溯管理暂行办法》中对“双录”有明确的定义：保险销售行为可回溯，是指保险公司、保险中介机构通过录音录像等技术手段采集视听资料、电子数据的方式，记录和保存保险销售过程关键环节，实现销售行为可回放、重要信息可查询、问题责任可确认。这一定义中也将“双录”的重要意义明确指出，实施“双录”就是要在后期出现相关问题时，可实现销售行为可回放、重要信息可查询、问题责任可确认。这对于消费者、代理人、保险公司的行为会有一个客观的识别和判断。但在实际执行过程中，特别是大多数消费者、代理人将“双录”看成是投保中多增加的“麻烦”，不方便，影响承保；保险公司也将“双录”作为一种管控业务品质的手段和措施，对代理人业务品质不好的单位或个人在销售过程予以限制，来促进提升业务品质，而未发挥“双录”的真实功能。

四、进一步推动落实“双录”制度的一些思考及建议

针对上述在“双录”过程中存在的问题与不足，需要监管机构、保险公司、保险从业人员以及消费者进行思考，真正解决如何完善“双录”制度、如何执行“双录”政策、如何真实有效地完成“双录”等问题，从而切实保护消费者、代理人以及保险公司的各自利益、实现监管机构对于销售管理行为回溯管理的初衷。

（一）扩大和完善“双录”相关内容

“双录”制度在现有实施对象、产品范围及录制内容的基础上可以扩大普及，将涉及可能后期会出现销售误导、投诉纠纷等问题的所有相关业务均纳入进来，保证实现所有保险销售行为的可回溯管理。同时，在“双录”录制内容方面，增加完善现有内容，从而全面实现销售行为可回放、重要信息可查询。

1. 扩大销售过程中“双录”的录制情形，人身保险公司销售所有保险产品均需进行“双录”。目前一些保险公司的分支机构为确保业务规范、合规经营已开始进行此方面的尝试。

2. 对录制内容进行完善，对于原有向客户进行确认的事项内容进行详细的说明，避免笼统的确认动作，确保信息的对称：对于涉及投保人、被保险

人或受益人等权益的诸如保险责任、免责条款、保险期限、等待期间、指定医院等内容逐项说明，投、被保险人如实告知的个人信息、健康状况等具体信息等都在投保“双录”环节中予以详细录制，甚至可以是完整真实记录投保过程，而不仅仅是关键环节。

（二）完善统一“双录”的平台和要求

鉴于目前各家寿险保险公司在“双录”制度的指导下各自建立对应的业务系统或业务平台的情况下可能会出现多样的结果，监管机构可否统一建立标准的双录平台，细化具体的录制要求，确保后续录制的规范性、标准性以及后台质检的标准化作业，逐步完善制度。

（三）加强“双录”的宣传与提示

现阶段，消费者、代理人及保险公司对于“双录”的认识仍有不足，须加强各方对此的认识与理解。监管机构、保险公司通过各种渠道宣传“双录”的执行效果与作用，消除对“双录”的负面情绪。消费者需提升对人寿保险的认识，在投保过程中需加强保险专业知识的储备，认真阅读并理解保险合同条款等内容，避免因走形式给自己带来的损失；保险公司及代理人不得误导消费者，恪守业务操守；消费者、代理人、保险公司都必须严格遵守告知义务，避免日后的投诉、理赔纠纷等。同时，保险公司需要将“双录”作为规范代理销售行为的平台，时常检视销售行为，而不是利用它来通过约束机构来提高业务品质。

五、结语

“双录”未来的发展，应该不再是监管机构在接到投诉时用来“对销售行为回放、重要信息查询、问题责任确认”的一个证据，更多地应该成为行业自律、行为规范的一个平台，在这个平台上，保险公司定期自查自检自身业务，发现问题及时改正。代理人与消费者在销售过程中做好“双录”，双方遵守诚信原则，做好各自该做的规定动作，规避道德风险，消除不必要的销售误导、投诉等。相信通过大家的共同努力，使销售行为更加规范、经营环境更加和谐，行业走上健康发展的轨道。

（作者单位：平安人寿福建分公司）

责任编辑：陈小琳

责任校对：谢圆虹

互联网金融对高职金融专业建设的启示

● 邹 茵

【摘要】 互联网金融正悄然影响着未来金融业的发展模式，互联网金融不仅弱化了传统金融的中介角色，冲击着传统金融的经营与管理模式，且在带给传统金融业发展契机和挑战的同时也对金融人才的要求与培养提出了新课题。本文基于互联网金融对金融业冲击影响的调研分析，探究互联网金融对高职金融专业建设的影响，从人才培养模式调整、课程设置优化、职业技能提升、教学手段创新等方面提出建议，使高职金融专业建设能更好地满足社会经济发展及市场对金融人才的需求。

【关键词】 互联网金融；专业建设；人才培养

一、调研背景

互联网金融的兴起正全面冲击和改变着金融行业的经营模式、营销模式、服务模式及业务发展模式。互联网金融不仅对传统金融机构资产端、负债端和中间业务形成实质性的挑战，对金融专业人才培养的目标定位、专业技能、职业素养、就业岗位等也提出全新的要求。同时，伴随着新金融冲击，复合型金融人才竞争更加激烈，有数据显示，目前我国金融人才供需比达到0.2（即1个求职者对应5个岗位），在人才“供不应求”的背后，折射出我国金融人才培养的不足与人才培养机制的缺陷。因此，探究互联网背景下金融专业如何就人才培养模式、专业定位、课程设置、职业技能培养、教学手段创新等方面进行优化和调整，对高职金融专业建设和可持续性发展意义重大。

二、调研对象与方法

本次调研主要采用网络问卷调查及人才招聘网数据搜集整理的方法。网络问卷调查特别设计了封闭式问卷调查表，问卷采取分层随机整群抽样的方法，问卷调查表采样范围广泛，面向金融发达地区，主要包括上海、北京、广州、厦门、福州等省内外地区，具有较好的代表性。调查问卷共发放

1300份，收回问卷 1120份，剔除无效问卷 3份，有效问卷1117份，回收率为 85.92%。问卷内容主要涉及金融专业人才的职业素养、职业技能、市场需求、就业岗位等问题；人才招聘网数据采集，主要通过对智联招聘网、前程无忧网、海峡人才网、赶集网、58同城网等人才招聘数据跟踪采集，重点采集智联招聘网，并以“金融”、“互联网”、“风控”、“金融营销”、“客户专员”、“福州”，同时以“不限条件”“大专学历”等关键词为筛选条件，整理了2019年1月至6月金融行业招聘较多的岗位及学历要求等相关数据，并进行数据分析。

三、调研数据分析

（一）从收回的问卷调查表可发现，金融专业学生市场需求主要岗位为：金融/保险产品营销、互联网/电子商务、证券客户经理、市场调查专员、客户专员等。其中金融/保险产品营销、互联网/电子商务、证券客户经理这三大岗位成为招聘企业较青睐的岗位，市场需求旺盛；对新金融人才素养与技能要求主要包括：具有扎实的专业知识、良好的心理素质、沟通协调能力、谈判能力；组织管理能力；抗挫抗压能力、产品解说技能、营销技能、售后服务技能等。具体见表1。

从表1可发现，“新金融”对专业人才在职业

表1 金融专业主要就业岗位及职业素质与技能要求

主要岗位	素质及知识要求	技能与能力
金融/保险产品销售	保险基础知识、法律经济知识、金融基础知识、信托基础知识、风险管理知识	产品销售技能、产品解说技能、信息化技术、售后服务技能、沟通能力、风险管理能力、抗挫折抗压能力等
互联网产品 经理 (用户产品和商业产品)	互联网金融基础知识扎实; 信贷风控知识、计算与信息技术	大数据分析处理能力、互联网风控能力、市场营销技能、沟通技能; 创新能力等
证券/银行客户经理	证券基础知识、经济学基础知识、理财基础知识、银行基础知识、财会基础知识	市场营销技能、软件操作能力、分析判断能力、证券投资分析技能、组织协调能力、谈判能力等

表2 赶集网、智联招聘在福州地区招聘“金融”岗位学历要求数据表

搜集时间	金融岗位招聘总数	“金融销售”岗位学历要求				“风险控制”岗位学历要求				“客户专员”岗位学历要求			
		岗位招聘总数	大专学历	本科学历	大专且有经验	岗位招聘总数	大专学历	本科学历	大专且有经验	岗位招聘总数	大专学历	本科学历	大专且有经验
1月	8336	5425	2651	336	2438	1712	368	679	665	1199	547	121	531
2月	8108	5209	2533	310	2366	1686	399	758	529	1213	578	110	525
3月	7181	4889	2402	315	2172	1452	354	563	535	840	480	100	260
4月	8353	5608	2732	325	2551	1449	366	481	602	1296	630	115	551
5月	8156	5309	2596	320	2393	1591	265	501	825	1256	567	120	569
6月	8038	5188	2389	330	2469	1578	258	522	798	1272	552	119	601

资料来源: 根据智联招聘网搜集的相关数据整理

素养、心理素质及职业技能方面有更高的要求,复合型金融人才特别受市场青睐。调查结果还显示,90%以上的调查对象认为,新金融一线岗位需要大量具备一定管理能力且基础知识扎实并具有一定技能,尤其是金融营销技能的人才,而高职院校培养的正是“技能型”人才,而非“理论型”人才,因此,高职金融专业的学生在金融市场上非常受欢迎。

(二)从人才网招聘岗位发布情况看,金融专业学生的就业领域相对广泛,其中“金融销售/风控专员/客户专员”这三类岗位招聘数量较多^①。因此,笔者着重采集和整理这三个岗位类别的情况进行分析,数据搜集整理见表2、表3。

由表2可发现:大专且有工作经验的“销售业务”岗位招聘数量占比非常大,且90%以上要求大专学历。可见,高职大专层次的学生在“销售岗位”最受欢迎。

由表3可发现:在金融三大主要就业岗位中,“金融销售”岗位招聘数遥遥领先。可见,“销售岗位”是目前新金融市场需求量最大且急需的人才。因此,我们在课程设置及职业能力的培养上,应特别重视金融营销技能的培养。

四、启示和建议

(一)及时调整人才培养目标及定位

目前金融专业人才培养目标的职业岗位依旧定位于面向传统的理财顾问、银行柜员、信用卡营销、客户经理等岗位,对新兴互联网企业及互联网金融企业的岗位较少涉及,与市场需求及新金融业态发展的人才需求不相匹配。因此,金融专业人才培养目标定位要面向金融业态未来发展趋势进行调整和优化,人才培养目标定位应瞄准新型的金融供给主体需求,培养能适应银行、非银行金融机构及新型互联网企业、互联网金融机构的金融人才,尤

表3 赶集网、智联招聘在福州地区招聘金融（销售、风控、客服）三大岗位数据表

金融销售岗位类别		P2P营销经理	渠道、网点专员	网络在线销售	金融产品销售	招聘月合计数（个）
“金融销售” 岗位招聘数 （个）	1月	121	311	896	1159	2487
	2月	131	351	1021	1196	2699
	3月	198	403	1356	1189	3146
	4月	200	299	1421	1166	3089
	5月	168	311	1521	1500	3500
	6月	189	262	1612	1598	3661
风险控制岗位类别		金融合规专员	风控专员	内部管理	内部审计	招聘月合计数（个）
“风险控制” 岗位招聘数 （个）	1月	218	98	242	24	582
	2月	193	100	215	44	552
	3月	203	166	236	43	648
	4月	398	273	447	199	1317
	5月	402	284	379	188	1253
	6月	423	298	285	190	1096
客户专员岗位类别		客户经理	呼叫中心专员	售后服务专员	其他	招聘月合计数（个）
“客户专员” 岗位招聘数 （个）	1月	193	61	278	35	567
	2月	202	67	279	23	571
	3月	106	48	127	17	298
	4月	185	62	289	19	555
	5月	192	43	243	11	489
	6月	201	50	251	16	518

资料来源：根据智联招聘网搜集的相关数据整理

其是金融销售人才，不断拓宽学生的就业岗位与就业面。

（二）优化课程设置，提升教学质量

基于互联网技术对金融行业带来的深刻影响，高职院校应适时适度调整和修正专业建设内容，通过设置新课程、新方向等形式，探索专业领域的可持续发展。一是应将创新创业教育融入课程教学。创新是金融业发展的关键所在，金融业只有不断创新才能适应新技术的发展。当前，金融机构职能已向业务多元化、复合化方向迈进，金融企业已快速拓展新领域，这必然要求人才具备创新能力，因此，必须增设创新思维与创新课程与之相适应。二

是增设互联网金融类、保险类、投资类、信息类课程。随着新技术在金融领域的不断运用，计算机数据处理能力和数据存储能力成为当代金融业创新业务发展的关键问题。因此，须增开保险类、投资类及计算机运用、信息类等课程；还应增设互联网金融、区块链等课程，引导学生将互联网金融企业作为就业岗位来考虑。同时，增设营销类课程，大专学生的就业岗位重点是金融销售，因此，营销系列课程及销售技能必须系统学习。三是加强微观类金融课程设置。随着金融理论从宏观抽象转向技术化、实证化、微观化研究方向的发展，国际金融专业教学也要顺应这种微观化的金融发展方向，增加

微观类金融方面的课程建设,有利于学生接近和了解现实,将所学的知识应用于实际^②。四是增设营销类课程。

(三) 注重质量人才的培养

高校作为金融市场输送人才的重要途径之一,其教学质量能够最大限度的影响国家金融产业的实际竞争力。2012年,我国才正式将质量管理工程专业列入普通高校本科目录,可见我国质量学科建设非常薄弱与滞后^③。目前,我国高校现有国际金融专业人才培养体系过于注重人才培养总量而缺乏对人才培养质量的重视,导致了人才需求的结构性矛盾,人才培养与市场需求相脱节,出现不对称情况,限制了人才作用的发挥。因此,我们应借鉴美、欧、日等发达国家和地区重视质量专业人才的培养和教育,解决人才需求结构性矛盾,不浪费与闲置人才。

(四) 加大课改力度,提升职业技能

一是变革教学模式与教学手段。在思维模式上,教师应改变传统的思维模式。互联网时代,教师要用互联网思维方式与学生进行多触点沟通,可借助教学网络平台不断扩充课程资源;可利用在线平台提供学习的大数据,对难点和易错点进行分析,提升教学管理的精准度。在教学模式上,可运用在线课程平台,开展“慕课”、“翻转课堂”、“混合教学”、“信息化教学”等教学改革创新,实现学生更加灵活、自主、个性化的泛在学习活动,提升课堂教学的质量。二是加大实践课时,提升职业技能。首先应扩大校企合作企业。传统国际金融专业的校企合作单位主要以银行、证券、保险为主,与新型互联网企业及其他非银行金融机构合作

不足,因此,增加相关信息的互联网金融企业,应不断拓宽校企合作企业。其次要全面运用教学软件。让学生进行仿真模拟各类交易,并开展交易竞赛,激发学生对投资交易的兴趣与敏感,不断提升与强化学生的实战能力。第三除了“课程实训”外,还应设计岗位认知、社会实践、综合实训、顶岗实训、预就业等实训环节,各环节不断递进并有效衔接,才能快速提升学生的职业技能与职业素养。此外,要特别注重学生金融销售能力与营销技能的培养,可组织各类金融营销技能大赛,模拟金融销售环节,组织学生到保险公司、证券投资基金公司、互联网金融企业、小额贷款公司等进行真实的项目实战,提升销售技能。

总之,只有不断了解需求,加快高职金融专业建设,提升学生的职业技能与职业素养,才能更好地满足社会经济发展及市场对金融人才的需求。

参考文献

- [1]张佳.互联网+时代福州地区金融专业人才需求调研报告[J].当代经济,2018年9月第17期
- [2]欧璇.关于国际金融专业教育改革的思考[J].当代经济,2010(2)第2期
- [3]孝庄,陈宇,商广娟.发达国家质量人才培养教育发展历程及趋势[J].《标准科学》,2015(3)第3期

(作者单位:福州职业技术学院)

责任编辑:陈小琳

责任校对:谢圆虹

完善基层保险公司客户身份识别工作的思考与建议

● 庄君红

【摘要】 随着社会经济的繁荣和经济形式的多样化,强化保险业反洗钱工作将有助于维护国家经济的安全与稳定。作为反洗钱工作机制中重要一环的客户身份识别工作,是三大核心义务之一,也是基层保险公司的反洗钱日常工作。只有不断提升其工作的有效性,才能够对遏制洗钱行为产生重要的作用。本文对基层保险公司客户身份识别工作存在的问题进行分析并提出改进建议。

【关键词】 保险公司;客户身份识别;思考;建议

保险业客户身份识别工作是指保险机构在客户办理保险业务时,核对登记保存对方提供的法定有效身份证或其他身份证明文件,了解及确定对方的真实身份,掌握对方办理业务的情况,是保险反洗钱制度的重要组成部分,也是保险公司风险防范工作中重要环节。本文通过对目前基层保险公司在实际执行过程中存在的一些问题进行分析,提出思考与建议。

一、保险业客户身份识别环节和要求

《反洗钱法》、《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》、《关于加强反洗钱客户身份识别有关工作的通知》等都对保险公司客户身份识别的环节进行明确和提出要求。

(一) 保险业客户身份识别环节

上述法律法规对保险机构在客户身份识别工作提出详细的规定,保险机构在客户承保、保全、退保、理赔等环节中,当客户办理的保险金额达到一定的额度或对身份识别的要素进行变更,都要识别或重新识别客户的身份,要做好保管和登记对方的法定有效证件或者其他身份证明文件的资料。

(二) 保险业客户身份识别工作要求

我国反洗钱法律法规对保险业公司客户身份识别工作提出如下要求:一是勤勉尽责,建立健全关于客户身份识别的内控制度,内部操作规程,要保

证能够有效执行制度。二是《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》对开展客户身份识别、持续识别、重新识别应保管哪些资料、如何登记客户的信息、保管的规则等进行了明确。三是当客户行为或者交易出现异常时,保险机构须重新识别客户身份。四是保险机构要对客户的风险等级进行划分,并做分级管理。五是注重名单管理,建立完善名单库,身份识别的日常工作中首先要对客户信息与名单库中信息。

二、基层保险公司开展客户身份识别存在的问题

(一) 对客户身份识别工作认识不足

早期由于保险机构对反洗钱工作的认识不足,导致基层保险公司对反洗钱工作不够重视,保险工作人员对反洗钱专业知识的掌握不够,以致许多保险工作人员对客户身份识别工作较多停留在表面,使其无法达到应有的要求。此外由于反洗钱宣传工作的不足,社会公众对洗钱行为、对反洗钱常识的认知不足,对于基层保险公司采取的身份识别工作不理解,有时还会抵制,认为是故意刁难,不愿意提供更多材料,这种不配合现象使得基层保险公司的身份识别工作开展存在一些困难。

(二) 客户身份识别工作技术不足

一是客户不愿提供详细资料,加大了对客户了

解的难度。由于保险行业竞争十分激烈，且当前是信息社会，客户极为重视自己的隐私，出于保密心理，可能不愿意提供全面的信息，使保险人员无法全面掌握和追踪，对掌握“完整的客户信息”有难度。二是客户提供了资料，但基层保险人员只能从表面掌握资料，对资料的真实性无法保证。当前社会造假技术高明，如果客户有意造假或是有意隐瞒，保险人员是无法辨别，无法判断真假，客户信息的不对称使得保险机构不能有效监控客户信息。三是保险业获取个人客户身份信息存在一些困难。目前仅银行与公安机关建立了联网核查系统，如有符合反洗钱条件的客户，基层保险公司仅能根据个人客户提供留存的有效证件复印件，通过当面询问和侧面调查来识别身份。且其提供的符合国家法律规定的合法证件，基层保险公司也只能通过证件的表面特征来判断真伪，没有相应的辅助设备能够进一步判断，存在一定的判断风险。

（三）法人单位的客户身份识别工作获取信息困难

按照我国反洗钱法律法规的规定，法人客户需要留存除营业执照之外的控股股东或者实际控制人、法定代表人、负责人的姓名、身份证件或者身份证明文件的种类、号码、有效期限，同时对法人客户的受益人进行识别和登记其相关信息，并填写《客户尽职调查表》。但由于基层保险公司只能通过登录国家企业信用信息公示系统、“天眼查”等获取营业执照号码、控股股东或者实际控制人、法人、受益人的姓名，获取信息途径和信息量过少，且以上系统无法对接公司内部系统，由保险工作人员自行登录系统查询，使信息及时性无法保证。另一方面，由于销售人员对反洗钱工作的不重视，担心因向法人客户索要资料造成业务失败，以至提供的资料不完整，需要二次索取资料增加手续，造成客户的不理解，使得索取资料更加困难。

（四）客户风险等级划分没有统一标准

我国保险业目前还未制定统一的客户风险等级划分标准，中国人民银行规定各保险机构可根据综合性、定量与定性相结合、持续性和保密性四个原则，结合实际情况自行划分客户风险等级，将执行标准上报给人民银行后开展。一些大型保险机构都制定了相关的风险等级划分标准，相关执行制度也在落实，但在基层保险公司在实际执行过程中仍会

遇到一些不完善的地方。有一些中小型的保险机构和保险中介根本不重视客户身份识别工作，没有制定相应的客户风险划分标准。

（五）客户风险等级划分和分类管理工作过多依靠系统划分

以中国人寿为例，公司根据客户的地域、年龄、职业、行业、保单情况、年收入等因素建立模型，以模型计算分数将客户划分为一级、二级、三级、四级、五级，一级为最高，五级为最低。公司再将客户信息录入反洗钱系统中，由系统初步计算客户的风险分数划分客户风险等级，再由各级公司根据初评结果，结合相关信息进行综合评价；当客户信息更新至反洗钱监控系统后，系统再根据客户的信息变更增加或减少分数对客户等级进行划分，再由工作人员根据实际情况复核最终确认客户风险等级。从当前的工作中看，系统划分是基层保险公司客户身份识别的主要工具，提高了识别的效率，但基层公司更多侧重于依赖系统评定，在人工评定的环节，不可确定的因素过多，导致等级划分存在一定的偏差，因此二级客户或以下客户，存在一定的风险。

（六）网上业务带来客户身份识别工作的困难

随着科技的不断进步，各家保险公司的科技服务水平不断提高，网上办理业务也越来越多，让客户足不出户便可办理相关业务，如借款、理赔等。由于网上业务缺少了与客户面对面，大部分情况由客户自行提供相关信息填写完成业务办理，造成了在客户身份识别方面存在一些困难。一是保险机构只能通过客户提供的相关信息和证件去了解客户，无法确认客户提供的证件是否真实；二是由于无法面对面沟通，仅通过客户提供的证件和信息了解客户，无法了解客户办理业务的目的、性质、实际控制人等等；三是在一些地址、年收入、职业等方面，有的客户认为不重要，不需要认真如实提供，随意填写，从而给客户身份识别工作造成困难。

三、完善基层保险公司客户身份识别工作的几点建议

（一）继续加大反洗钱宣传培训力度

近年来，由于人民银行重视对反洗钱工作的宣传，持续对外开展反洗钱宣传，重视对反洗钱客户身份识别工作的宣传，采取宣传海报、动画等宣

传方式,吸引客户的关注。但由于宣传工作宣传的范围较小,在社会影响力较小,对客户的吸引力不够,因此要进一步加强宣传力度,提升社会对反洗钱的认识水平,提高民众对身份识别制度的认知度,以取得民众支持和配合相关工作。

(二) 强化保险人员反洗钱意识

保险机构要结合自身实际业务精细化设计客户身份识别制度,同时加强对员工反洗钱知识的宣传教育,提高保险人员的反洗钱意识,强化执行客户识别制度的责任意识,保证“了解你的客户”真正有效。

(三) 进一步加强对基层保险人员的培训

加大他们对反洗钱知识、对客户身份识别工作的传授和教育,加强对公司客户身份识别工作制度 and 操作流程的培训力度,提升基层保险公司的业务部门和员工对反洗钱工作的熟知程度,强化员工工作素质及技能。另一方面提高销售人员参与度方面,必须消除销售人员对反洗钱的误解。比如销售人员认为客户身份识别对承保有极大影响,存在认为投保资料上关于职业、年收入等信息什么都不写或含糊其辞则可以顺利通过等问题。

(四) 重视名单建设与管理

强化客户持续识别和重新识别工作,及时更新客户基本信息,保持名单管理信息的完整性和调整的及时性,以便进一步了解客户;系统还要有能够实时监控和回溯检查的功能,可通过客户新旧信息的对比,及时发现异常,及时发现解决问题,提高名单管理的有效性。

(五) 加强部门合作,搭建反洗钱大数据库

加强与国家公安机关、各行政监管部门的沟通

与联系,加强各个保险公司之间的联系,在确保安全、不泄密的情况下,依托人民银行和银保监机关,建立客户反洗钱信息大数据库,当客户的交易行为出现异常,大数据库可给予预警,来增强保险公司的客户身份识别的真实性和有效性。

四、结语

客户身份识别工作是一项长期、艰巨且繁琐的工作,保险机构要在实际工作中不断结合实际调整和完善执行制度,保证基层保险机构在实际操作中有规可循,保证客户身份识别工作落实到实处,促进工作成效的提升,促进机构自身的健康有序长远发展。

参考文献

- [1]陈珏. 保险公司客户身份识别和洗钱风险管理. 现代企业文化·理论版, 2018年第13期
- [2]王松海. 保险机构反洗钱客户身份识别问题浅析. 经济研究导, 2016年第17期
- [3]郭宏亮. 金融机构反洗钱客户身份识别存在的难点及建议. 财经界. 学术版, 2016年第12期
- [4]玄立平, 李函晟, 张圆圆. 保险公司客户风险等级划分工作存在的问题及建议[J]. 知识经济, 2012, (1 5): 95.
- [5]陈小红. 保险业金融机构客户身份识别的思考[J]. 新商务周刊, 2017(20)

(作者单位: 中国人寿惠安县支公司)

责任编辑: 陈小琳

责任校对: 谢圆虹

中国信用保证保险业务发展现状及趋势分析

● 周晓娜

导读：受政策及居民消费水平上升、互联网金融发展等影响，信保业务顺理成章坐上财险公司非车险头把交椅，但随着信用收紧，不少险企尝到信保业务高赔付压力的“苦果”。从试水布局到谈之色变，不禁让人思考我国信保业务发展该何去何从，本专题将从中国信用保证保险市场概况、发展历程及监管要求、典型财产保险公司信保业务情况和未来展望四方面来探究我国信保业务的发展状况。

一、中国信用保证保险市场概况

（一）保费收入及其增长概况

从保费收入和增速看，得益于国内信贷市场的快速膨胀和增信的实际需求和各方的各项鼓励政策，我国信用保证保险保费收入整体呈现稳步向上的发展趋势。

其中，保证保险业务在2005年保费与上年同期相比增长率达到峰值1700%后呈上下大幅度波动态势中稳步增长，保证保险保费规模从2010年20多亿元增至2019年800多亿元，10年间增长40倍。信用保险业务保费增速呈平稳态势，2012年至今，信用保险保费规模在150亿到240亿元之间波动。

但是近两年，由于宏观经济低迷，金融平台暴雷等风险事件显著增加，消费金融企业面临大洗牌，也给信用保证保险业务发展带来极大不确定性，信保业务增速逐步下降、风险逐步走高已成大概率事件，风控能力成为制约险企发展此类业务的关键所在。

2019年，虽然保证保险和信用

保险在产险业务中分别占比6.48%和1.54%，但信用保险和保证保险都已经出现明显降速，2017年和2018年，信用保险同比增速分别为6.89%和13.08%，但2019年降至-17.53%；2017年和2018年保证保险同比增速分别高达105.97%和70.08%，但2019年降至30.8%。可见2019年多家险企已经开始有意收缩此类业务。

2020年新冠疫情肆虐全球，经济下行已成定局，社会信用风险进一步提升，信用和保证保险业务加速收缩几乎也无可避免。2020年前2月，信用保险保费收入19.28亿元，同比降低31%，保证保险保费收入140亿元，同比增长6.32%。

（二）赔款支出概况

从赔付支出角度看，信用保险赔款支出呈波动上升趋势，2010年以来除个别年份，信用保险简单赔付率均高于保证保险简单赔付率，且受全球贸易环境恶化的影响，2014年以来信用保险简单赔付率逐年上升，2018年达52.75%，预计未来几年

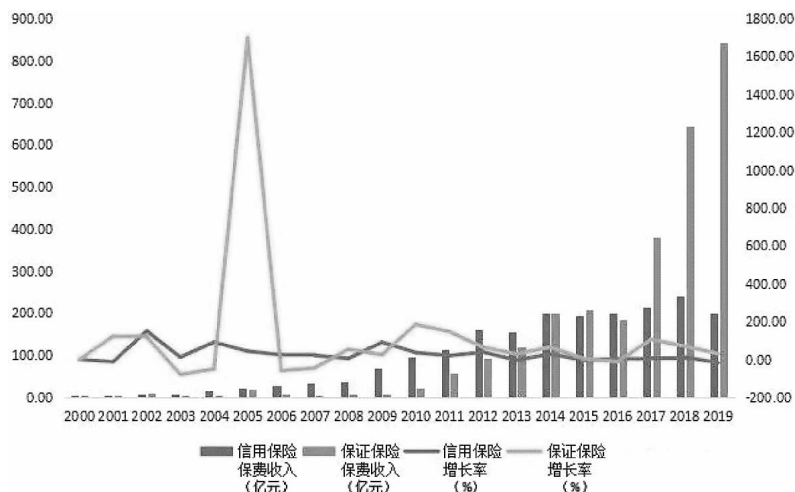


图1 2000—2019年中国信用和保证保险保费收入及其增速情况

表1 2000—2019年中国信用和保证保险业务发展情况

年份	信用保险 保费收入 (亿元)	信用保险 增长率 (%)	保证保险 保费收入 (亿元)	保证保险 增长率 (%)	产险保费 收入 (亿元)	产险 增长率 (%)	信用保险 占比 (%)	保证保险 占比 (%)
2000	3.36	—	1.89	—	636.85	—	0.53	0.30
2001	2.96	-11.90	4.20	122.22	716.56	12.52	0.41	0.59
2002	7.41	150.34	9.20	119.05	807.12	12.64	0.92	1.14
2003	8.35	12.69	2.00	-78.26	894.48	10.82	0.93	0.22
2004	16.00	91.62	1.00	-50.00	1124.55	25.72	1.42	0.09
2005	23.00	43.75	18.00	1700.00	1281.11	13.92	1.80	1.41
2006	28.67	24.65	7.47	-58.50	1580.35	23.36	1.81	0.47
2007	34.78	21.31	4.13	-44.71	2086.48	32.03	1.67	0.20
2008	36.73	5.61	6.39	54.72	2446.25	17.24	1.50	0.26
2009	70.25	91.26	8.02	25.51	2992.90	22.35	2.35	0.27
2010	95.97	36.61	22.91	185.66	4026.89	34.55	2.38	0.57
2011	115.46	20.31	56.51	146.66	4779.06	18.68	2.42	1.18
2012	160.57	39.07	93.46	65.39	5529.88	15.71	2.90	1.69
2013	155.17	-3.36	120.37	28.79	6481.16	17.20	2.39	1.86
2014	200.67	29.32	199.88	66.05	7544.40	16.41	2.66	2.65
2015	192.55	-4.05	208.10	4.11	8423.26	11.65	2.29	2.47
2016	200.60	4.18	184.12	-11.52	9266.17	10.01	2.16	1.99
2017	214.42	6.89	379.23	105.97	10541.38	13.76	2.03	3.60
2018	242.46	13.08	645.01	70.08	11755.69	11.52	2.06	5.49
2019	199.95	-17.53	843.65	30.80	13016.00	10.72	1.54	6.48

会进一步恶化。

从图中可以看出，保证保险赔付率波动巨大，2003—2009年基本维持在100%~200%左右，从2010年开始低于产业总体赔付率，2018年升至36.49%，可谓是超预期发展的10年，2019年赔付支出数据虽未披露，但从已披露的各家年报中可看出保证保险的赔付率有上升趋势。

(三) 险种占比概况

2019年，保证保险实现保费收入844亿元，成为非车第一大险种，占非车险保费收入17.48%，信用保险实现保费收入200亿元，占非车险保费收入4.14%。

从微观主体视角来看，2019年，保证保险已经成为平安产险仅次于车险保费收入的第二大险种，这主要是由于信用保证保险业务大部分与平安

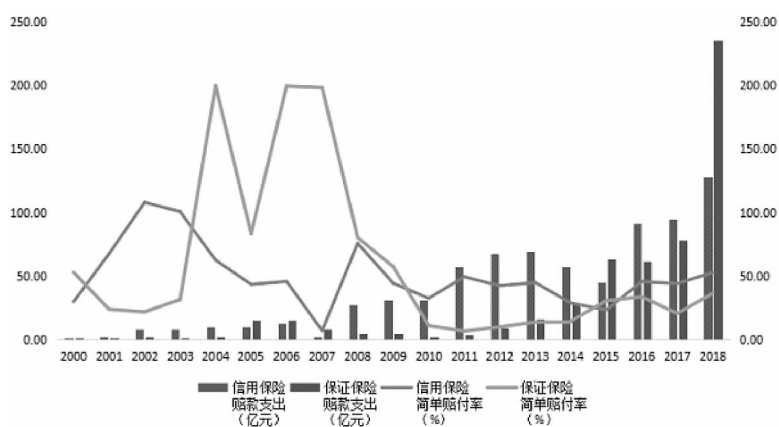


图2 2000—2018年信保业务赔付支出情况

集团内部专业公司紧密合作，并在金融科技的应用前提下，业务风险整体可控，提升了信用保证保险的业务质量与规模有关；根据年报披露，2019年信用保证保险成为人保财险非车险中第五大险种，保证保险成为太保产险第五大险种。

（四）市场竞争格局

从保证险的市场竞争格局来看，保证保险市场的马太效应尤为凸显，保证保险保费占整个市场份额前五的公司分别为平安产险、人保财险、阳光产险、大地保险和太保产险，2018年占比分别为51.16%、15.22%、11.38%、7.74%和5.44%，占整个市场总额的90.94%。

截至2019年，虽然已备案或报批保证保险产品的保险公司超40家，且市场份额前三的公司保费占比集中度有所下降（近7年下降了10.11%），但是保证保险市场“三足鼎立”（平安产险、人保财险、阳光产险）的趋势依然十分明显（见图3）。

在信用保险市场，除去中国出口信用保险，头部公司的保费收入占比同样占据了市场主导地位。我国信用保险从业主体数量多且不断增长，2013年，我国从事信用保险业务的主体共计19个，截至2019年底已增加至35家。

截至2018年，信用保险行业保费规模前四名的公司分别为人保财险、众安在线、大地财险和太保财险，市场占比分别为40.56%、31.64%、5.64%和5.59%，占市场总额的83.43%，市场集中度非常高。

此外，单一从信用险近年来的保费收入变化趋势看，市场头部主体的保费排名相对保证险而言变化较大。2013年，市场

保费规模排名前三的主体分别为中银保险、人保财险及平安产险，而2017—2018年，人保财险凭借加大对线上消费金融业务的基础建设投入以及业务实践的积累，取得了良好的发展成效，推动整体信用保证业务快速发展，而第二、三名的排位也发生了变化，侧面反映了信用险头部主体间的竞争较为激烈（见图4）。

（五）险种类别

从险种类别看，在中国保险市场发展的很长一段时间内，信用保证保险主要是政策性的出口信用保险和海外投资保险。

而贷款相关保证保险规模的增长，是近年来信

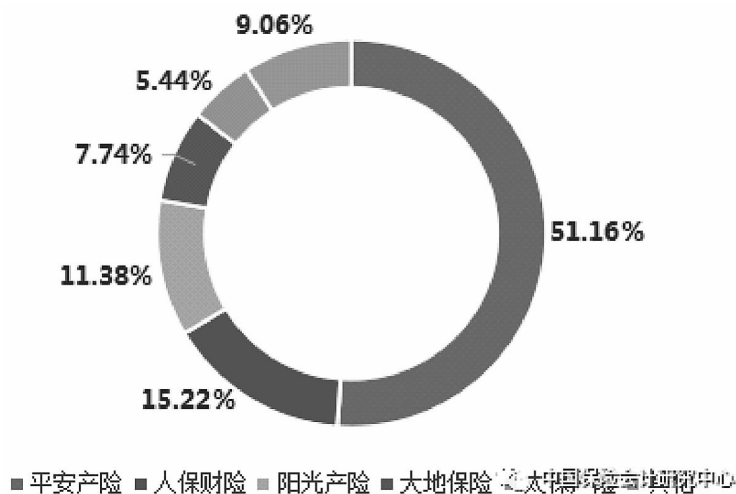


图3 2018年保证保险保费收入占比情况

数据来源：中国保险年鉴

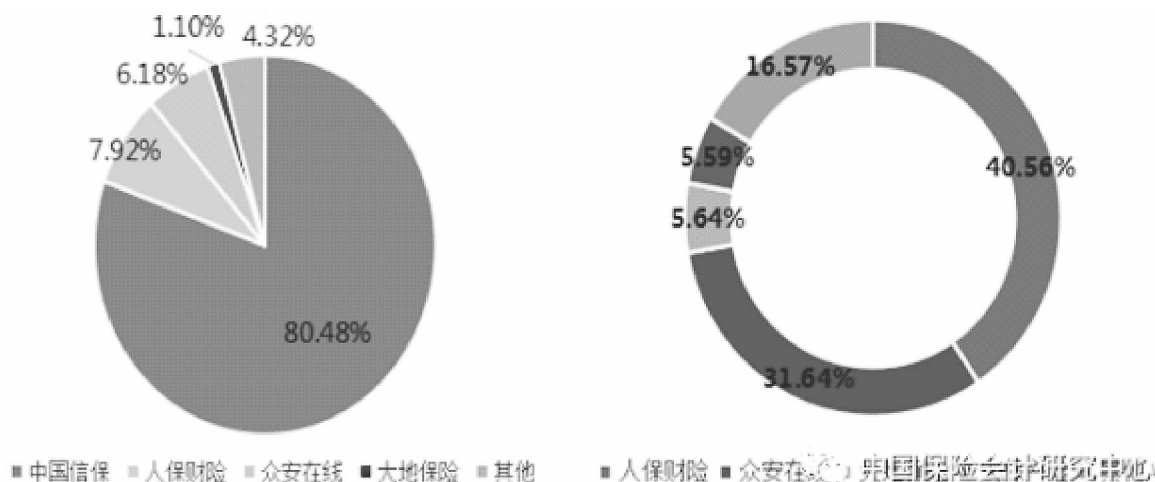


图4 2018年信用保险保费收入占比情况（左）和剔除中国信保后的占比情况（右）

数据来源：中国保险年鉴

用保证保险市场不断扩张的主要驱动。2016年1月成立的国内首家专业信用保证保险市场主体阳光渝融信用保证保险股份有限公司,便把业务分为融资类和非融资类信用保证保险。

其中,融资类业务主要为各类融资活动提供增信及保险服务,如个人消费类贷款保证保险、个人购车贷款保证保险、履约保证保险、小微企业贷款保证保险等;非融资类业务则是以义务人履行合约或者履行承诺为保证标的的信用保证保险,如工程履约保证保险、商业合同信用险、诉讼财产保全保证保险等(见表2)。

融资性信用保证保险近年来增长迅速,其背后原因一部分或与我国消费金融(特指为商业银行覆盖不到的中低收入人群,提供小额、无抵押或无担保的消费贷款,具有“小额、快速、灵活”的业务特点)市场的快速崛起有较强的相关性,另一部分政府及相关监督机构也在各项政策中提出并鼓励保险公司在风险可控的情况下为消费信贷提供“融资增信”的支持,从政策上创造了信保业务可持续健康稳步发展的政策空间,助力国家实现金融普惠。

二、发展历程及监管要求

(一) 信用保证保险监管规定的历史沿革

我国信用保证保险始于20世纪80年代初期。

1983年,国务院通过《财产保险合同条例》,将信用保险和保证保险确定为财产保险险种;1986年人保开始试办短期出口信用保险;1988年,国务院正式决定由中国人民保险公司试办出口信用保险业务;1994年以后,中国进出口银行也经办各种出口信用保险。2000年初期,国内消费贷款保证保险开始兴起,但由于国内信用保证保险理论

研究尚不完善,无法进行有效指导。

在实践中,一些保险公司内控管理不完善、条款设计粗放、资信审查不充分、费率厘定不合理,导致消费贷款保证保险业务发展受阻。以当时的汽车信贷保证保险为例,自业务开办后,近半数保险公司的平均赔付率高达100%,个别的保险公司甚至达到了500%。

2004年保监会印发《关于规范汽车消费贷款保证保险业务有关问题的通知》,要求保险公司重新制定贷款费率,随后各保险主体陆续停办该项业务,保证保险被打入“冷宫”。

尽管如此,整个行业和各保险主体对巨大的市场需求并未停止不断探索的步伐。平安集团在2005年成立了信用保证保险事业部,致力于个人消费贷款保证保险业务。加之自2009年后,银行坏账率增加凸显了商业信用的重要性,国家监管层也开始重视运用市场化手段进行社会管理,保证保险发展重新迎来暖春。

近年来,随着人们收入水平的提高,理财已被更多人熟知。基金、私募、股票等越来越多产品成为理财的手段。与此同时,消费市场上也有越来越多的公司加入到信贷行业,为消费者提供个人消费信贷业务。

信用保证保险有如此巨大的市场需求,按理说是好的发展机会,但保险公司传统上在信用风险识别、管理方面的数据与能力积累不足,面对市场需求又有些有心无力。如2016年底的浙商财产的“侨兴债”、“萝卜章”;2018年底长安责任遭遇P2P(peer to peer lending,意即个人对个人,又称点对点网络借款,属于互联网金融产品的一种,属于民间小额借贷,借助互联网、移动互联网技术的网络信贷平台开展相关理财、金融服务业务)爆雷潮;2020年4月,中华财险收到监管罚单,其上海分公司信用保证保险新业务被暂停两年等。

随着P2P业务的各种暴雷,信贷行业出现“问题”,监管层也出台多份文件,强化对信用保证保险的监管力度。

2017年,原保监会发布《信用保证保险业务监管暂行办法》规范此类业务,要求保险公司在开展网贷平台信保业务时,对合作的网贷平台制定严格的资质准入要求,做好保险产品及服务等方面信息披露,避免网贷平台进行虚假、误导宣传。

表2 信保业务具体类别

类别	主要产品
融资类信保业务	金融机构贷款信用保险
	贷款保证保险
	融资租赁合同纠纷履约保证保险
非融资类信保业务	出口(国内贸易)信用保险
	建设工程施工合同履约保证保险
	诉讼财产保全保证保险
	产品质量保证保险
	雇员忠诚保证保险

2018年7月,保险监管部门下发相关通知,要求开展信用保证保险业务专项自查行动,重点整治保险公司在开展信保业务过程中存在的问题,从源头上遏制信保业务风险,减少存量风险,严防增量风险,实现信保业务高质量、可持续发展。

(二) 《信用保证保险业务监管暂行办法》修订的征求意见稿

为进一步加强信用保险和保证保险业务监管,2019年底,银保监会财险部向各银保监局、各财产保险公司就《信用保险和保证保险业务监管办法(征求意见稿)》征求意见。

2017年7月发布的《信用保证保险业务监管暂行办法》首次迎来修订。此征求意见稿共五章38条,对《暂行办法》中11次提及的网贷及网贷平台信保业务相关信息,《意见稿》中却再未出现“网贷”二字。

而在《暂行办法》中仅出现过一次的融资性保证保险业务,却成为《意见稿》中的主角,出现频率高达22次,整体来看,《意见稿》进一步细化对保险公司类别、资质要求、经营范围、禁止行为的规定。

主要修订内容如下:

1. 提高融资性信保业务准入门槛和限制展业范围

信保业务划分为融资性信保业务和非融资性信保业务,并在这个维度上设置不同的资质要求。此次征求意见稿对融资性信保业务提出了更严格的业务要求,主要体现在业务资质准入上和展业范围上:

(1) 首先在业务资质准入上,信保业务最基本的准入要求是2个监管指标达标,即:

①最近两个季度末核心偿付能力充足率应当不低于75%

②且综合偿付能力充足率应当不低于150%

但是对于融资性信保业务,除了这两个监管指标的要求分别提高到90%、180%之外,还要求有专门负责的管理部门和完善

表3 信保业务的业务资质准入要求

资质要求及承保限额		信保业务	
		融资性	非融资性
近两个季度末 偿付能力充足率	核心	≥90%	≥75%
	综合	≥180%	≥150%

的组织架构、专业的人才队伍以及覆盖事前事后的业务操作系统、制度等(见表3)。

(2) 在承保限额方面,征求意见稿同样对融资性信保业务做了相对更多的限制:

① 对于信保业务自留业务余额,一般不得超过上季度末净资产的10倍,而融资性信保业务上限仅为4倍。

② 对于单个履约义务人及其关联方承保的自留责任余额,一般上限为上季度末净资产的5%,而前述如果为融资性信保业务,上限仅为1%(见表4)。

(3) 在展业范围上,明确不得承保以下融资性业务:

① 非公开发行以及公开发行的主体信用评级及债项评级均在AA+以下的债券业务(专营性保险公司除外);

② 债权转让业务(银行作为被保险人的保险业务除外);

③ 资产证券化业务;

④ 金融衍生产品的业务;

⑤ 保险公司的控股股东、实际控制人、子公司以及其他关联方的资金融入业务。

值得注意的是,和目前的监管办法相比,此次明确不得承保“资产证券化业务”,而不是现行的

表4 信保业务资质要求和承保限额要求

资质要求及承保限额	信保业务	
	融资性	非融资性
信保业务自留责任 余额累计	≤上一季度末净资产*4	≤上一季度末净资产*10
单个履约义务人及其 关联方承保的自留责任 余额	≤上一季度末净资产*1%	≤上一季度末净资产*5%

“类资产证券化业务”，这意味着银行间市场的信贷资产证券化、交易所市场的企业资产证券化以及交易商协会推出的资产支持票据（ABN）等ABS产品在禁止之列。另外“金融衍生产品”业务也是此次新增的禁止事项（见表5）。

2.可设立专属性保险公司经营信保业务

目前的监管办法中，只有财产保险公司可以经营信用保险和保证保险，而此次征求意见稿还新增了一种展业主体，即专营型保险公司，但其经营范围仅限于信用保险和保证保险。不过对于专营性保险公司的设立要求意见稿并未作出进一步的明确。

专营性保险公司可以专业化运营这两类业务，在一定程度上可以实现风险隔离，因此在展业范围上或将有所放松，比如在此次征求意见稿中，就明确专营性保险公司不受“不得从事非公开发行以及公开发行的主体信用评级及债项评级均在AA+以下的债券业务”的限制。

3.提高信息披露要求和新增费用厘定要求

将暂行办法中网贷信保业务的信息披露变更为通过互联网开展融资性信保业务的披露要求；费用厘定方面不再强调费率要合理预估利润率，而是强调基础费率的厘定应该与承保的风险相匹配。

4.建立承保可回溯机制和细化流动性管理

要求

融资性信保业务应当建立承保可回溯机制，并按照最新修订的《保险法》要求保存相关资料；对流动性管理的要求更具体细化，而非原则性要求，保险公司应当按照银保监会关于流动性管理的要求，每半年对信保业务开展流动性压力测试，保险公司开展融资性信保业务的，应当每季度开展压力测试，压力测试应当包括应对流动性风险、系统性风险、偿付能力风险等方面的措施。

5.统一规范合作机构管理

2017年发布的监管暂行办法中，主要对网贷的信保业务做了资质准入要求和展业规范。不过随着P2P平台的清理和退出，保险公司为防范风险，基本停止了网贷类业务。

因此此次征求意见稿对这类业务未做特别的规范，而是统一将营销获客、风险审核、催收追偿等信保业务经营过程中的相关环节的合作机构纳入管理，在具体规范上，要求保险公司应当制定合作机构管理制度，并建立准入、评估和退出机制。

与合作机构签订的协议中，应当明确双方权利和义务，对于存在潜在风险隐患和违法违规行为的合作机构，应当及时终止合作。保险公司应当对合作机构的经营行为加强监督管理，避免合作机构进行销售误导、虚假宣传。

表5 展业方面禁止经营的业务

禁止经营业务	
现行要求	征求意见稿
非公开发行债券业务，以及主体信用评级或债项评级AA+以下的公开发行债券业务	非公开发行以及公开发行的主体信用评级及债项评级均在AA+以下的债券业务（专营性保险公司除外）
债权转让行为	债权转让业务（银行作为被保险人的保理业务除外）
类资产证券化业务	资产证券化业务
	金融衍生产品的业务
保险公司的控股股东、子公司以及其他关联方的融资行为（其他关联方的资金融出行为除外）	保险公司的控股股东、实际控制人、子公司以及其他关联方的资金融入业务

三、典型财险公司信保业务情况

（一）曾“踩雷”的保险公司

近几年市场上很多出问题的信用保证保险多是保险公司与第三方互联网平台合作，客户与业务来自互联网场景，信息的真实性、完整性不足，风控能力、模型手段也跟不上，甚至有些业务近似于“裸奔”。

因此，2019年以来在监管清理整顿互联网金融、宏观经济下行压力以及2020年新冠疫情背景下，融资性信用保证保险“爆雷”不断显现。

近三年来，已有超15家险企爆出“踩雷”消息，包括浙商财险、富德财险、中华财险、易安财险、华农财险、天安财险、长安责任等。

1.浙商财险

2014年，侨兴集团两个子公司在“招

财宝”平台发行了两款私募债，本息合计11.46亿元，广发行惠州分行出担保函，浙商财险承保了履约保证保险，2016年12月15日，“侨兴债”到期，侨兴集团无力兑付，招财宝要求浙商财险赔付，却牵扯出广发行的保函是“萝卜章”，2016年12月26日，广发银行总行发布声明，侨兴债相关担保文件、公章、私章均系伪造。最终，浙商财险吞下苦果，赔付了11.46亿元，而银监会也开出了史上最大罚单，对广发行罚款7.22亿元，浙商财险“沉冤得雪”，但求偿还在诉讼中。

此次事件对公司影响主要有以下几方面：

第一，巨额亏损。2016年浙商财险亏损6.5亿元，2017年亏损9亿元。

第二，偿付能力不足。核心偿付能力最低降至45%。

第三，股东无奈增资。股东增资15亿元，最终亏损由股东买单。

第四，高管降职。原总经理金武被降为副总经理、原董事长梅晓军改任党委副书记、原总经理助理兼信用保证保险事业部总经理施雪忠被免去职务。

第五，原保监会的处罚。另2018年1月，浙商财险因未按规定办理再保险、未按照规定使用经批准或者备案的保险条款及保险费率、未按规定提取准备金、聘任不具任职资格的人员以及内控管理未形成有效风险控制等违法违规行为，被原保监会对其及相关负责人作出共计202万元的罚款，并责令停止接受保证保险新业务1年。

2. 长安责任

2014年开始，长安责任瞄上了当时正火的P2P，为几家P2P平台（钱吧金融、融金所、邦融汇等）提供“履约保证险”，初期，收益呈良好态势，据2015—2017年年报披露，保证险类产品共给长安责任带来4.56亿元保费和0.76亿元承保利润。

随着2018年监管趋严，有猫腻的P2P平台接连倒下，引发了连锁反应，合作的P2P平台清盘、跑路，导致难以按期兑付，只能由保险公司先行垫付，由于巨额的现金流出，2018年12月，长安责任被爆出因踩雷P2P履约保证保险，已累计赔付近20亿元，而赔付款不代表实际损失，保险公司先行赔款垫付

后，可进行代位求偿，但抵押物的求偿要通过诉讼，变现的时间短则一年，长则数载，据相关报告显示，截至2019年3月，长安责任应收代为追偿款余额为12.26亿元，其回收仍面临一定的不确定性。

此次事件对公司影响主要有以下几方面：

第一，巨额亏损，净资产降至负数。2018年长安责任亏损18.33亿元，净资产从2017年末的7.16亿元降低至2018年末的-10.22亿元。

第二，偿付能力急速下降以致不符合监管要求。2018年末，核心、综合偿付能力均降至-185.93%，已不符合监管要求。

第三，为增资无奈只能卖身。2019年8月，银保监会批复长安责任的增资事项，同意增资16.3亿元，由两家新股东——国厚资产和蚌埠高投全额认购。增资后，两位新股东成为长安责任险第一、第二大股东，分别持股31.68%、18.45%，合计持股超过50%。

第四，一系列的监管措施。2018年12月，银保监会要求其停止接受除车险和责任险以外的新业务、停设分支机构等。2019年5月，银保监会再下监管函，要求董事、监事、高管限制薪酬水平，上海、山东、河南及宁波4个分支机构停止接受责任险新业务（见表6）。

3. 中华财险

2019年，有媒体报道中华财险因保证保险踩雷。当时，其合作的上海P2P平台厚本金融涉嫌经济犯罪被立案，实控人陆泳或也在接受调查，产品兑付存疑。而为厚本金融提供“借款人履约保证险”的中华财险受到牵连。

2020年4月，上海银保监局发布行政处罚决定书，中华财险上海分公司因未按照规定使用经批准的保险条款、委托未取得合法资格的机构从事保险销售活动的违法违规行为，机构被罚80万元并停止接受信用保证保险新业务2年，两位相关负责人

表6 长安责任2015—2017年保证保险经营情况

（单位：亿元）

年度	保险金额	保费收入	赔款支出	提取准备金	承保利润
2017年	180	1.77	0.74	0.23	0.3
2016年	775	1.89	0.39	1.06	0.35
2015年	573	0.9	0.09	0.29	0.11

分别被警告并处20万元罚款。

(二) 保证保险大类代表公司

1. 平安产险

平安产险一直是保证保险大户，从2010年开始，保证保险就已经跻入前五大险种，成为该公司最重要的业务来源之一。

平安财险信用保证保险事业部成立于2005年8月，其依托平安集团雄厚的资本实力和规范化的管理，首创“信用险+银行贷款”的业务模式，致力于推广和发展小额个人无抵押消费贷款事业。

从其年报给出的数据看，其保证保险业务增速一直不稳定，2015年同比2014年负增长11.5%，2016年、2017年更是大幅缩减至51.83亿元、62.89亿元，但到2018年，其保证保险业务又突然增加至330.12亿元，2019年更进一步增加至347.08亿元，且2019年保证保险在其非车险业务中的占比高达45.3%，远高于其他险种。

与人保保证保险业务主要对接第三方融资平台不同，平安产险仅向集团内部其他专业公司引流的个人和小微企业主提供借款和贷款保证保险服务，并与集团专业公司进行交叉验证和多维风险审核，以实现优势互补，相较于第三方业务平台，风险要更加可控。

正因为业务模式的不同，平安产险的保证保险业务从2015年至今始终都保持了承保盈利。2015—2019年，其保证保险分别实现了承保盈利31.98亿、3.76亿、4.25亿、22.05亿、15.52亿元，5年合计实现承保盈利近78亿元。

即便保证保险依然是平安产险最重要的非车险其中之一，从其2019年的表现看，增速也已经明显趋缓，只有5.1%，很明显，平安产险正有意强化对于业务增量的控制，原因在于保证保险的风险水平在快速上升中，2019年，其保证保险业务综合成本率出现显著上升，达到93.6%，同比上升5个百分点（见表7）。

2. 太保产险

太保产险发力保证保险业务较晚，

表7 2015—2019年平安产险保证保险业务情况

年份	保险金额 (亿元)	保费收入 (亿元)	保证保险保 费收入在总 保费中占比 (%)	综合成本率 (%)	赔款支出 (亿元)	承保利润 (亿元)
2015年	1198.83	135.32	8.25	—	33.25	31.98
2016年	1312.96	81.36	4.56	—	21.06	3.76
2017年	2642.14	198.8	9.2	88.6	26.51	4.25
2018年	3356.13	330.12	13.34	88.6	137.89	22.05
2019年	3744.38	347.08	12.81	93.6	185.07	15.52

注：平安产险年报从2017年才披露保证保险综合成本率

2018年，该险种才成为其五大险种之一。其保证保险业务聚焦个人类和保证金替代类业务。

2018年，保证保险业务收入35.09亿元，同比增速高达122.8%，是其所有险种中增长最快的业务类型，2018年其保证保险综合成本率仅84.2%，远低于公司整体水平，35.09亿元的业务收入实现承保利润2.56亿元，表现堪称优秀。

2019年，太保保证保险业务仍保持高速发展态势，实现业务收入56.16亿元，同比增速高达60%，仍是其所有险种中增长最快的业务类型。但受到社会信用风险增加，暴雷事件大增的影响，其综合成本率在2019年显著提升至95.5%，同比增长11个百分点，受此影响，虽然保费收入大涨，承保利润却大幅下滑，从2018年的2.56亿元降至2019年的1.25亿元（见表8）。

3. 大地保险

大地保险也是保证保险重资产自营的代表之一。

根据其官网显示，大地保险效仿平安产险用事业部制经营“平安易贷”品牌的做法，于2015年内成立“大地时贷”，即大地保险个人贷款保证保

表8 2018—2019年太保产险保证保险业务情况

年份	保费收入 (亿元)	保费同比 增长 (%)	承保利润 (亿元)	综合成本率 (%)	保证保险保费收入 在总保费中占比 (%)
2018年	35.09	122.8	2.56	84.2	2.98
2019年	56.16	60	1.25	95.5	4.22

险事业部。

大地保险的模式主要发展个人贷款保证保险业务，而非机构业务，基本线条是通过大地时贷的门店获得客户，进行专业风控人员的贷前审查，提供专业的信贷咨询匹配相应的产品，向客户提供保证保险，也可能搭售一点意外险，银行资金方介

入提供利率成本在6—7%的资金，“大地时贷”进贷后跟踪提醒，并有自己的团队进行催收。

自“大地时贷”成立后，大地保证保险业务走上发展快车道，数据显示，2016—2019年，大地保险保证保险业务收入始终保持高速增长，不过2019年同比增速47.98%，相较2018年的同比增速90%，也已经有了显著下降。

此外，大地保证保险业务2017—2019年连续三年实现承保盈利，盈利额分别为0.69亿元、2.89亿元、2.94亿元（见表9）。

（三）信用保险大类代表公司

近年来，财险公司非车险尤以信用保证保险较为突出，信用保证保险的风险与经济周期、经济环境变化相关，这类风险具有一定外溢性和传导性。经济下行压力加大，加之网贷政策收紧，风险会传导至保险公司，如果保险公司不具备相应的风控能力，可能面临严重亏损。

1. 人保财险

一直到2018年，信用保证保险才进入人保财险前五大险种，虽然起步晚，但人保财险发展该险种的势头却相当猛，2018年保费收入仅115.75亿元，到2019年发展到227.63亿元，同比增速高达

表9 2016—2019年大地保险保证保险业务情况

年份	保证保险保费收入 (亿元)	保证保险保费收入 同比变动(%)	保证保险保费收入在 总保费收入中占比 (%)	赔款支出 (亿元)	承保利润 (亿元)
2016年	12.95	-53.5	4.05	2.83	-0.96
2017年	27.68	113.75	7.46	2.64	0.69
2018年	52.61	90.07	12.41	7.36	2.89
2019年	77.85	47.98	16.08	19.22	2.94

96.7%，在上市险企中仅次于平安产险。

2018年人保财险信用保证保险尚能实现承保盈利（综合成本率96.9%），到2019年却已经是承保亏损，综合成本率在所有险种中排名首位，达121.7%，承保亏损额也高达28.84亿元，这主要受到融资性信用保证保险的拖累，社会信用风险上行，导致融资类信用保证保险赔付快速增长，费用率也相对较高。

对此，从2019年第四季度开始，人保财险就已经对融资性信用保险加强风险敞口管理，该类业务发展速度在2019年四季度已经有所下降，2020年2月信用保证保险业务更是出现大幅度负增长。

而非融资性信用保证保险（主要包括出口类、履约类、产品质量保证险等）仍实现承保盈利，2020年将进一步大力发展这类非融资类信用保证保险业务，加大资源投入，提高业务占比（见表10）。

2. 众安在线

2015—2018年，众安在线保证保险和信用保险业务均呈上升态势，增速均为两位数，2018年更是分别实现了177.26%和184.6%的保费增速。这主要得益于众安在线在实践中重点打造场景搭建能力、连接能力、服务能力，发挥融资增信和缓释风险的作用，截至2019年底，其累计合作持牌金融机构超100家，累计授信超1000亿元。

2019年，宏观经济增长面临下行压力，消费金融全行业的风险持续上升，导致众安在线的以信用保证保险为主的消费金融生态赔付率同比上升24.7个百分点。

2019年众安在线以审慎的态度发展

表10 2018—2019年人保财险信用保证保险业务情况

年份	保费收入 (亿元)	保证保险保费 收入在总保费 收入中占比 (%)	承保利润 (亿元)	综合成本率 (%)
2018年	115.75	2.98	1.85	96.9
2019年	227.67	5.26	-22.8	121.7

消费金融业务，并缩减了消费金融的业务规模，尤其是在与互联网金融平台合作时大幅提高了准入门槛，以控制经济下行带来的逾期风险，截至2019年末消费金融生态所承保的在贷余额为256亿元，同比下降22%。

未来风控方面，众安在线将持续强化将客户信贷周期与外部经济周期紧密结合，建立基于宏观经济风险预警机制的抗周期风险管理策略体系，业务层面继续侧重与互联网场景平台的合作，拓展各类创新的场景平台（见表11）。

（四）专营性保险公司

2015年4月14日，国内首家专业信用保证保险公司——阳光渝融信用保证保险股份有限公司获批筹建。

阳光信保定位为一家基于大数据和互联网的平台型专业信用保证保险公司，坚持传统信用保证业务与互联网金融信用保证业务创新模式相结合、线上与线下相结合的业务模式，建立专业完善的信用保证产品体系、服务体系和风控体系，专注于为个

人客户、小微企业和各类机构客户提供信用风险管理，专业经营信用保证保险业务。

阳光信保的信保类产品板块主要有小微企业贷款保证保险、网络平台借款保证保险、特定债务合同履约保证保险、企业贷款保证保险以及担保贷款保证保险等。

自成立以来，阳光信保公司的信用保险和保证保险保费收入和市场份额几乎逐年上升，呈现良好的发展态势。2018年，信用保险和保证保险分别实现保费收入34.22百万元和217.76百万元，但随着这两年社会信用收紧，宏观经济低迷的影响，阳光信保2018年信用保险赔款支出43.05百万元，承保亏损41.96百万元（见表12）。

四、未来展望

（一）金融市场方面

我国近几年信保业务市场的高速发展源自于广泛的金融借贷市场的需求在传统金融体系之下未得到满足，个人或企业用户需通过“增信”来获得融资贷款。

而发展较快的融资性信用保证保险可进一步划分为个人消费类信用保证保险和中小微企业融资类信用保证保险。

1. 消费金融市场

过去几年，我国消费金融市场增速迅猛，前瞻产业研究院相关报告预测。

2017年—2022年，中国消费信贷规模仍将维持15%以上的增长率，预计2022年整个市场规模将近50万亿，另据清华大学中国经济思想与实践研究院中国与世界经济研究中心发布的《2018年中国消费信贷市场研究》，消费金融市场规模由2010年1月的6798亿元攀升至2018年10月的84537亿元，占境内贷款比重由1.7%上升至6.3%。

现阶段，我国消费金融领域的信保产品渗透率仍比较低，在消费金融领域可观的市场规模带动下，可以预见，在未来消费金融领域引入保险机构分散风险，并且保险机构在自身风险管控能力提升的同时加大信保业务的参与力度将成为趋势。

2. 中小微企业贷款情况

近年来，小微企业金融服务实现增量、扩面、降本、控险平衡发展，小微企业贷款余额和普惠型小微企业贷款余额均呈上升态势。

截至2019年6月末，全国小微企业贷款余额

表11 2015—2019年众安在线
保证保险、信用保险业务情况

年份	险种	保费收入 (亿元)	同比变动 (%)	承保利润 (亿元)
2015年	保证保险	4.53	↑ 31.56	-88.49
	信用保险	0.52	↑ 30.00	13.78
2016年	保证保险	5.18	↑ 14.35	2.31
	信用保险	1.03	↑ 98.08	——
2017年	保证保险	8.18	↑ 57.92	-135.32
	信用保险	5.29	↑ 413.59	-164.14
2018年	保证保险	22.68	↑ 177.26	-308.25
	信用保险	15.00	↑ 184.60	-93.52
2019年	保证保险	29.39	↑ 29.60	——
	信用保险	4.40	↓ -70.64	——

表12 2016—2018阳光信保年信保业务发展情况

年份	信用保险 保费收入 (百万)	保证保险 保费收入 (百万)	信用保险 赔款支出 (百万)	保证保险 赔款支出 (百万)	信用保险 承保利润 (百万)	保证保险 承保利润 (百万)
2016年	6.6	23.43	0.57	3.79	-19.91	-107.26
2017年	17.23	104.56	0.41	10.32	-15.24	-105.69
2018年	31.69	217.76	43.05	83.43	-41.96	-89.28

注：阳光信保2019年数据尚未披露

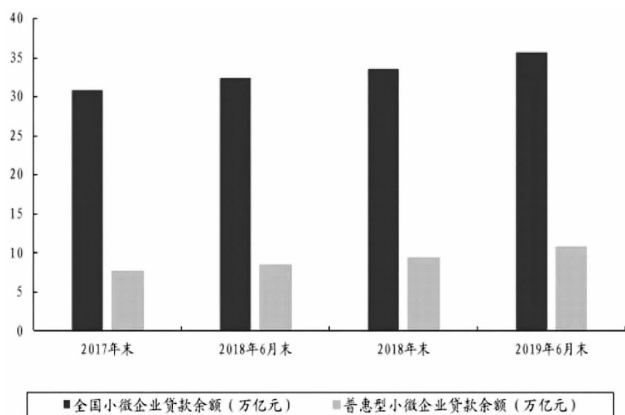
35.63万亿元，其中普惠型小微企业贷款（单户授信总额1000万元及以下的小微企业贷款）余额10.7万亿元，较2019年初增长14.27%，比各项贷款增速高7.14个百分点；有贷款余额户数1988.31万户，较年初增加265.08万户。

2019年上半年，信用保险和贷款保证保险累计服务34.37万家小微企业，助其获得银行贷款533.68亿元。保险公司进一步发挥在普惠金融中的保障作用，推动小微企业信用保证保险发展，撬动银行贷款服务小微企业，为小微企业提供“保险+融资”的综合服务。

2020年4月中国人民银行在其发布的《信贷支持实体经济的针对性和有效性报告》中称，小微贷款规模将持续较快增长。

2020年3月末，普惠小微贷款余额12.4万亿元，同比增长23.6%，增速比去年同期高4.5个百分点，普惠小微贷款余额占各项贷款比重达7.7%，比去年同期高0.6个百分点，其中信用贷款占15.4%，比上年末高1.9个百分点，占比显著提高。

图5 全国小微企业贷款情况



数据来源：2019年中国普惠金融发展报告

（二）保险公司方面

从多家公司“踩雷”到不少险企信保业务赔付率攀高，可看出信保业务具有高风险高赔付的特征。在信用缺失的整体环境下，并非所有险企都适合涉足信保领域，应当审慎介入。

此外，在业务开展过程中，不仅需要配备相对完善的人员体系，以及专业的催收队伍，而非简单承保理赔，还需介入到贷前、贷中、贷后的全部流程，包括对接央行征信系统或者专业的征信平台，对客户过往进行整体评估，以掌握主动权，降低风

险程度。然而对小保险公司而言，信保业务需要大量人才和费用投入，包括与政府相关部门的后续联合执法都要跟上，暂难具备这方面的专业能力，故建议暂缓开展信保业务或控制信保业务规模。

财险公司经营信保业务的关键将取决于两大核心能力——风控能力和不良资产的快速处置能力。

作为消费金融行业风险缓释的手段之一，在消费金融行业的带动下，信用保证保险市场正迎来蓝海。

同时也该看到，消费金融信保行业也存在不少问题，在推进过程中也有很多变味行为发生，更有保险企业因为自身风控能力不足而被风险拖垮。在市场蓝海面前，消费金融信保业务参与者，想要分得市场一杯羹，无疑得先打造好自身的风控能力。风控能力在于偿付能力和风险经营能力的持续强化，而不良资产的快速处置能够及时化解信用风险，避免因信用风险积聚而产生的流动性风险。应该充分运用科技手段，建立风控模型，搭建智能营销体系，进一步优化服务，让更多的小微企业通过保险的增信支持获取低成本资金，从而真正做到保险助力实体经济发展。

（三）银保机构方面

为加大对实体经济的资金支持、推动扩大国内需求、大力支持债券、股权等直接融资，为企业提供综合性融资服务，2020年一季度银行保险机构新增债券投资2亿元，其中新增公司信用类债券投资3600多亿元，保险资金新增股权投资1263亿元。一季度信用保证保险赔付支出161亿元，同比增长50%。

未来，银保监会将引领和推动信保业务进一步发挥作用：

一是发挥保证保险融资增信功能，增强对小微企业的信贷支持力度，纾解小微企业的资金压力，进一步降低小微企业融资成本。

二是支持投资出口，积极保障经济稳定运行，围绕国家重大工程等加大风险保障，支持传统基础设施和新型基础设施建设。

大力发展出口信用保险，为出口企业保驾护航。积极推动“一带一路”保险，为“一带一路”沿线国家和中资企业海外机构提供风险保障。

（作者单位：西南财经大学）

责任编辑：谢圆虹

责任校对：陈小琳

福建保险业2020年上半年重大活动情况

一、1月16日，中国出口信用保险公司福建分公司向福建省人民政府报送《关于政策性出口信用保险服务福建省坚持高质量发展落实赶超情况的报告》。获得于伟国书记、唐登杰省长、郭宁宁副省长的批示，对福建信保改革创新、有效支持外贸企业出口、海外投资，为外贸转型、逆势增长方面所做的贡献，给予充分肯定。

二、1月19日，福建金融工会主任、福建银保监局一级巡视员王斌、省保险行业协会会长江龙海、监事长刘国钦等一行率部分产、寿和中介公司前往宁德市福安穆云乡上村村开展新春慰问活动。

三、2月始，面对新冠疫情的影响，福建省各保险企业全力支持社会各行业复工复产，扩大责任范围，简化服务流程，努力克服新冠疫情带来的不利影响，得到了社会各方的肯定。

四、2月16日，福建银保监局下发《关于辖区银行业保险业进一步贯彻落实支持疫情防控政策措施的通知》，出台七项具体措施，对新冠肺炎疫情防控期间加强银行业保险业金融服务工作进行全面部署。

五、3月2日，福建银保监局发布关于辖区保险业支持新冠肺炎疫情防控促进企业复工复产有关工作的八项措施，推动辖区保险业进一步支持新冠肺炎疫情防控，充分发挥保险的风险保障和推动社会治理现代化的重要功能，帮助企业尽快复工复产。

六、3月2日，福建省副省长郭宁宁一行赴中国太保寿险福建分公司进行疫情防控实

地视察调研。

七、2月26日和3月23日，福建省地方金融局、财政部福建监管局分别赴保险企业调研，调研组对保险公司积极配合防疫需求表示充分肯定，希望保险公司可以继续为打赢疫情防控阻击战、支持复工复产贡献力量。

八、3月7日，保险业各主体应对泉州南环路欣佳酒店整幢倒塌事故，立即开通绿色理赔服务通道，并推出六项理赔服务应急举措。

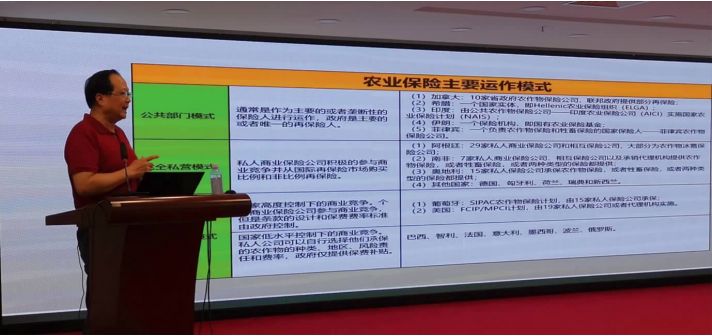
九、3月15日，为切实提高客户服务水平，保障消费者合法权益，福建省各保险主体纷纷组织部署，围绕“以消费者为中心优化服务”的活动主题，在全辖范围开展“3·15”保险消费者权益保护系列活动。

十、国家确认福州市为福建省长护险唯一的试点城市。福州市将探索建立由政府、用人单位和个人共同分担的老年人长期照护保险制度，解决失能老年人基本生活照料和相关医疗护理等费用问题，力争2020年前覆盖到基本医疗保险参保人员。

十一、6月11日，福建省社科联副主席王秀丽一行赴福建省保险学会调研。王秀丽副主席肯定了福建省保险学会近年来的工作情况，并就福建省保险学会承办的2020年省社科联“保险业高质量发展转型分论坛”的筹备情况进行交流。

十二、新冠疫情发生以来，福建保险行业各主体积极开展各项捐款、扶贫、助学等公益活动，树立了保险行业践行社会责任、保障居民生活的良好形象。

福建省保险学会举办“农业保险与农业现代化”讲座



2020年8月14日，福建省保险学会在榕举办2020年八闽保险大讲堂第二讲“农业保险与农业现代化”讲座。省内获得农险经营资格的财险公司负责人与农险部人员、省渔业互保协会、福建农林大学等单位50多人参加培训。该讲座经省社科联核准，是“2020年保险业高

质量发展转型分论坛”的组成部分。

讲座邀请国内保险业知名学者王和博士主讲、王和博士是国务院“政府特殊津贴专家”、仁和研究院院长、国家减灾中心特聘专家、中国银保监会重大决策专家咨询委员会专家、中国保险学会副秘书长、中国精算师协会副会长。王和博士从四个方面进行了系统的阐述：一是农业保险市场。二是农业保险。三是科技重构农业保险经营模式。四是农业保险与农业现代化。

参训人员表示，王和博士的讲座，对中央文件的解读、对国内外农业保险情况的介绍，科技手段在农险中的应用及未来的发展方向展望，让大家开阔了视野、具有前瞻性与指导性，要结合福建的实际情况，找到农业高质量发展转型的新思路、新方法。讲座达到了预期的目的。

(图/文：福建省保险学会)

八闽保险大讲堂——走进海峡金桥财险公司



2020年8月13日，王和博士在海峡金桥财险公司作《中小财险公司的困境与破局》讲座。



(图/文：福建省保险学会)

福建省保险学会开展“阳光 1+1 牵手计划”扶贫活动



2020年7月31日，福建省保险学会与福建省中直会计学会、人保财险福建省分公司联合开展“阳光 1+1 牵手计划”，走进永泰县红星乡礼柄村开展扶贫活动。

据悉，“阳光 1+1 牵手计划”由福建省民政厅、福建省扶贫办联合发起，旨在动员全省 1000 家社会组织与 1000 个老区村，开展结对帮扶合作，参与老区村脱贫奔小康，实现共同发展壮大。永泰县红星乡礼柄村为省定帮扶老区村。

参与此次活动的有财政部福建监管局二级巡视员高举亮；福建省保险学会副会长温怀斌、秘书长林声霖；人保财险福建省分公司总会计师兼财会部负责人吴冰；福建省中直会计学会秘书长施英少等领导以及来自各共建单位 20 余人。

座谈会上，扶贫共建小组一行听取了红星乡书记柯兆晟及礼柄村支部书记徐在燊对该村总体规划、资源概况的介绍。高举亮巡视员表示：“监管局下一步将联合中央驻闽单位在实现帮扶项目、提供人才支持、协助科学决策、拓宽资源链接等方面主动作为，力之所建，必竭其诚”。

随后，扶贫共建小组一行实地考察了礼柄村村容村貌和基础设施建设情况，参观林下金线莲培育基地。走访过程中，入户慰问两位贫困户。



(图/文:福建省保险学会)



八闽保险大讲堂——走进人保财险福州分公司



2020年8月15日，王和博士在人保财险福州分公司作《关于未来的思考》讲座。

(图/文:福建省保险学会)

