

“一号文件”加持 农业保险未来怎么走

试点拓展需按“钱”分配

在提升粮食和重要农产品供给保障能力方面《意见》要求，扩大稻谷、小麦、玉米三大粮食作物完全成本保险和收入保险试点范围，支持有条件的省份降低产粮大县三大粮食作物农业保险保费县级补贴比例。

近年来，保险业积极落实三大粮食作物完全成本保险和收入保险试点。2018年，在中央财政支持下，内蒙古、辽宁、安徽、湖北、山东和河南6省共选取12个三大粮食作物主产县进行了为期三年的完全成本保险与收入保险试点。

总体看来，扩大试点范围面临的一大挑战就是地方财政的负担能力，需要合理确定中央财政、地方财政和农户负担的保费比例。而对于收入保险而言，保险公司需要承担承保主粮的市场价格波动风险。”对于三大粮食作物完全成本保险和收入保险试点拓展过程中面临的风险和挑战，首都经贸大学保险系副主任李文中如是介绍。

李文中建议，对于地方政府而言，可以考虑从以下三个方面来应对这一挑战：首先，是做好相关财政预算，准确测算保费补贴负担并安排好保费补贴的资金来源，保证财政支付的安全性。其次，是根据当地农业生产实际设置不同的保费补贴比例，这样一方面可以引导农民调整优化粮食作物的生产结构，另一方面可以保障省市财政补贴负担的合理性。

中央一号文件的登场吹响了加快推进农业现代化、促进农业保险发展的号角。2月21日，《关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》(以下简称《意见》)正式发布，对于三大粮食作物完全成本保险和收入保险试点拓展、推广农特产品“以奖代补”做法、完善农业再保险和发挥“保险+期货”服务乡村作用等提出要求。

与安全性。最后，在适当提高保障程度和省市财政贴比例的同时，可以考虑提高农户的交费。

“以奖代补”应扎紧合规围栏

在强化农业农村优先发展投入保障方面《意见》亦指出，要将地方优势特色农产品保险以奖代补做法逐步扩大到全国。

“我国幅员辽阔，各地自然、地理条件差异决定了全国有众多的地方特色农产品，从事这些农产品的生产规模往往都不太大，但是涉及的农户又非常多。从政策性农业保险保障农民收入安全的角度看，政府应当为这些农户提供政策性农业保险。但是这些农产品又不太可能被列入中央财政补贴农业保险保费补贴目录。”李文中表示，中央要求将地方优势特色农产品保险以奖代补做法逐步扩大到全

国就能够较好地解决这一问题。

清华大学五道口金融学院中国保险和养老金研究中心研究总监朱俊生亦表示：“从农户的角度来讲，农特产品往往经济价值相对较高，面临的风险也相对较大，所以生产农特产品的农户保费支付能力相对较强，投保意愿也相对较强。如果有中央财政以奖代补政策的间接支持，对其拓展将非常有帮助。”

完善农业再保险

与此同时《意见》还表示，要健全农业再保险制度。朱俊生认为，目前我国农业保险大灾风险分散机制还不够完备。

如黑龙江省分别于2013年和2016年发生两次特大农业灾害，农业保险赔款79亿元，简单赔付率超过130%；2017年，内蒙古、福建等省农业保险简单赔付率超过了100%，内蒙古



达到了141%。

去年底，银保监会批复中国农业再保险股份有限公司成立，我国农业再保险制度进入一个新阶段。朱俊生分析称，成立农业再保险公司的政策目标，是进一步完善农业保险大灾风险分散机制与农业保险再保险体系。为了在更大的空间范围内分散风险，农业再保险公司不仅要在省一级不同经营主体之间分散风险，还要在不同省之间分散风险。

农业再保险制度的完善仍然面临一些问题。李文中指出，首先是处理好农业再保险与原保险之间的关系，实现以再保险机制撬动原保险公司开展农业保险的积极性；其次是处理好农业再保险与共同保险、大灾风险准备金制度以及“保险+期货”等农业风险分散转移机制之间的关系，真正提高相关制度的运行效率与农业风险保障能力。

对此，李文中建议，首先要认真研究政

策性农业保险保费补贴机制，由当前主要向原保险公司支付保费补贴，逐步向主要补贴农业再保险公司运营成本与费用转变，利用再保险公司保障原保险公司农业保险业务经营的安全性，这样可以有效提高保费补贴资金使用效率与安全性。其次，要在提升再保险公司保障能力的同时逐步减少共同保险在农业保险中的运用，激励原保险公司业务经营的积极性。

除了上述措施外，《意见》还指出，要发挥“保险+期货”在服务乡村产业发展中的作用。首都经济贸易大学保险系教授、农村保险研究所所长庹国柱表示，“保险+期货”要获得发展，还需解决以下问题：首先，期货交易费用(保险费)的补贴主要是大连、郑州、上海三大商品交易所出资，地方政府也出一部分，中央或者省政府不参与出资，这样的话试点几年尚可，但是难以长期和全面推行。其次，有地方出现干预“保险+期货”业务操作的情况，如果赔得少便要求保险公司多赔，更有甚者，政府和商品交易所要求在合同里加上“保底赔付”，这完全破坏了市场交易行为规则，长此以往不可持续。

因此，庹国柱直言，要做好“保险+期货”，一方面主要需解决“保费交易费”补贴问题，他认为，政府不补贴，农户面对高企的保费交易费，不可能参加；另一方面，需要规范交易行为，减少行政的干预，不能要求没有道理的“保底赔付”、“额外赔付，禁止协议赔付”。

北京商报记者 陈婷婷 周菡怡

“历史100%兑付”引质疑 互联网巨头营销过度

自监管重拳规范银行互联网存款后，互联网平台在理财产品上仍在继续发力，并试图寻找新出路。发红包、理财券、邀请好友赚奖励……急推各种理财产品的互联网巨头中，北京商报记者注意到，目前，也不乏机构营销用力过猛的现象，其中多家平台宣传理财产品“历史100%兑付”，被业内质疑或有变相诱导消费者产生保本心理之嫌。

加息、红包花式推理财

“开工大吉，全场产品收益+3.8%！”暖冬爆款，360天存款年化利率高达4.5%！”自互联网存款监管靴子落地，非自营互联网平台被一刀切后，目前，各中小银行在自营平台上的营销活动打得火热，而该事件的另一主角，与银行存款分手后的互联网巨头们，近期也没闲着。

北京商报记者注意到，一方面，“割爱”银行存款后，多家互联网平台继续瞄准券商、保险等金融机构的理财产品，并在基金产品销售上各谋其道。

例如腾讯理财通平台针对不同用户人群及风险偏好，将理财产品划分为“余额+”、“稳健理财”、“进阶理财”、“高端理财”、“股票”等不同类型。此外，在完善不同理财产品类型的同时，也有不少互联网平台通过上千元红包、上百元理财券“百元抄作业”等花样方式，试图留住用户，鼓励投资。

“互联网平台发力理财产品，是在互联网结构优势下追逐利益的体现，也体现了金融机构和用户的市场需求。”北京市中闻律师事务所律师李亚评价道，一方面，我国国内的民间财富剧增，拥有庞大的市场基础；另一方面，金融机构有销售理财产品、增加资金流动性的需求，而传统销售方式并不完善。在此背景下，互联网平台通过推销理财产品，将自身庞大的用户基数变现，也是应势而为。

零售金融专家苏筱芮则表示，多家互联网平台花式推理财，一是表明用户的理财需求始终存在，且具有广阔市场；二是互联网存款下架后互联网平台面临用户流失的压力，需要尽快填补业务空缺，寻找金融理财产品的继任“C位担当”。

“一是留存用户，尽可能减缓用户流失情形；二是通过产品与合作伙伴的变更，保持平台型金融的竞争。”苏筱芮进一步补充

充道。

目前，在理财产品销售方式上，不同的互联网平台“打开”方式不同，北京商报记者注意到，目前滴滴理财平台主要通过导流、跳转的方式为金融机构提供销售入口，而天星金融则有不同方式，其中保险产品通过旗下保险经纪公司代销，基金产品则联合虹点基金公司进行销售。

“历史100%兑付”

急推各种理财产品的互联网巨头中，也不乏机构营销用力过猛的现象。北京商报记者体验发现，天星金融一项“领新年红包、最高享1288元”的活动中，推广了一款名为“国华节节高A款”的理财产品，该产品为投资连结型保险，主要配置固收类资产/流动性资产等。在产品卖点上，提示历史年化投资回报5.91%，并宣称“资产配置稳健、历史100%兑付”。

同样以“历史100%兑付”为营销标签的还有腾讯理财通“稳健理财”页面推荐的“建信养老飞盈鑫”等5款保险理财产品，这五类产品均为中低风险，年化收益率在2.673%-5.08%不等，均打上了“历史100%兑付”的标签。

针对金融产品营销宣传，由央行、银保监会等多部门发布的《关于进一步规范金融营销宣传行为的通知》曾明确指出，不得以欺诈或引人误解的方式对金融产品或金融服务进行营销宣传，其中包括：金融营销宣传不得对过往业绩进行虚假或夸大表述；不得对资产管理产品未来效果、收益或相关情况作出保证性承诺，明示或暗示保本、无风险或保收益；不得使用偷换概念、不当类比、隐去假设等不当营销宣传手段。

那么，以“历史100%兑付”为营销标签是否合理？对此，苏筱芮告诉北京商报记者，“历史100%兑付”的表述或涉嫌暗示保本、无风险或保收益。她进一步称，2020年非银

行机构市场乱象整治“回头看”工作要点曾指出，以银行理财产品、银行存款、证券投资基金份额等其他金融产品的名义宣传销售保险产品”等乱象，保险理财产品使用“兑付”这一表述，涉嫌以银行理财产品、银行存款名义宣传销售保险产品。

去年11月，上海市市场监管局、市地方金融监管局等发布的《金融广告发布行业自律公约》中曾明确，基金销售广告不宣传“历史买入，持有至今正收益”“历史100%兑付”“爆款产品已超募集金额”等内容。

李亚则认为，对于“历史100%兑付”的广告语，无法单独确认是否合理合规，要结合其是否虚假或夸大描述、是否隐去假设、是否另有其他风险提示等情况综合判定。

北京商报记者注意到，以腾讯理财通“太平养老颐养天天”产品为例，该产品页面详情提示到，该产品的基金财产在投资运作过程中也可能面临各种风险。

针对理财营销情况，北京商报记者就相关问题向腾讯理财通、天星金融方面进行采访，截至发稿均未收到官方回应，不过记者注意到，但截至2月22日18时，腾讯理财通、天星金融平台均对该标签进行了调整，未再有“历史100%兑付”措辞。

信息保护等是关键

近几年来，互联网流量巨头布局金融业务已经成为一种趋势，一方面利用多元化的金融服务与原有业务形成协同，提升用户黏性；另一方面由于金融业务的盈利性强，各大巨头纷纷布局金融服务试图提升收入。

零壹研究院院长于百程告诉北京商报记者，在互联网流量巨头的各类金融服务中，推荐金融产品是流量变现最典型的方式，其中基金、保险等理财产品因为用户需求广泛，也是最重要的金融产品类型。

于百程进一步称，互联网巨头开展金融理财产品推荐和代销业务，除了充分利用技术手段和流量优势，精准识别用户，将合适的产品推荐给需求者外，还应注意两大关键因素，一方面要符合监管方的要求，金融业务必须持牌，理财产品代销则需要持有代销牌照，合法合规开展业务；另一方面则要避免过度营销和变相诱导，要与自身的用户需求进行合理匹配。

北京商报记者 岳品瑜 刘四红

F 聚焦

中信证券拟设立资管子公司

近年来，随着券商资管业务呈现较好的发展趋势，越来越多的券商设立资管子公司加入这一赛道。2月22日，中信证券发布公告称，拟出资不超过30亿元设立资产管理子公司，从事证券资产管理业务、公募基金管理业务等。而据北京商报记者不完全统计，当前已有20家券商设立资管子公司，同时也有3家券商正在筹备中。在业内人士看来，随着越来越多的券商设立资管子公司，有利于推动各券商资管公司之间的良性竞争。

中信证券在公告中称，经董事会会议审议通过《关于设立资产管理子公司并相应变更公司经营范围的预案》，以下简称为《预案》。《预案》指出，中信证券拟出资不超过30亿元(含)(其中初始注册资本10亿元)，设立全资资管子公司。该子公司暂定名为中信证券资产管理有限公司(以下简称“中信证券资管”)，将从事证券资产管理业务、公开募集证券投资基金管理业务以及监管机构核准的其他业务。

中信证券表示，公开募集证券投资基金管理业务待相关法规出台后方可申请，且该子公司的名称和经营范围以监管机构和登记机关核准为准。此外，中信证券还提到，拟为中信证券资管提供累计不超过70亿元(含)净资本担保承诺，保证其风险控制指标持续符合监管要求。

中信证券在相关公告中指出，为更好把握资产管理行业的发展机遇，拓展资产管理业务的深度和广度，做大做强资产管理业务，故设立资管子公司。北京商报记者致电中信证券董秘办试图获取更多信息，但电话未获接听。

据中信证券2020年半年报显示，公司资产管理规模合计1.42万亿元。其中，中信证券的主动管理规模为8575.24亿元，资管新规下其私募资产管理业务(不包括社保基金、基本养老保险、企业年金、职业年金业务、大集合产品、养老金集合产品、资产证券化产

品)市场份额12.87%，排名行业第一。中信证券还在上述半年报中强调，将在2020年下半年，持续推进投研团队专业化建设和精细化管理，以养老和机构业务为抓手做大规模、做强品牌，提升零售产品销售能力，持续推进大集合公募化改造和营销工作。但如今，根据《预案》披露，在中信证券资管设立后，由其承继中信证券的证券资产管理业务，未来资管子公司将如何扮演好母公司的“左膀右臂”也值得期待。

券商业资深人士王剑辉认为，中信证券的资管业务本身已经在市场上有较大的影响，设立资管子公司有利于进一步巩固其资管业务在市场的地位以及提升份额。但另一方面而言，设立资管子公司，也意味着未来可能会面临更多的监管制约。

随着券商资管业务呈现出较好的发展趋势，近年来已有不少券商设立资管子公司。据北京商报记者不完全统计，当前已有海通证券、华泰证券、国泰君安证券、中国银河证券共计20家券商设立资管子公司。此外，还有华安证券、申万宏源证券及国海证券于2020年宣布拟设立资管子公司。

在王剑辉看来，近年来，券商资管业务整体发展速度较快，盈利能力在券商各业务中也较强。随着券商资管业务呈现出较好的发展趋势，也导致了越来越多的券商设立资管子公司。据Wind数据显示，在数据可取得的56家证券公司中，有48家券商在2019年同时实现资管业务的收入和利润正增长。

那么，“券商老大”中信证券的加入，又会如何推动券商资管子公司行业的发展？王剑辉认为，券商资管的竞争主要体现在客户群体以及产品和服务模式的差异上。随着越来越多的券商加入，有利于推动各券商在服务以及运作方面做出差异化的努力，也有利于推动券商资管之间的良性竞争。

北京商报记者 孟凡霞 李海媛