

楼继伟发声：防范数据金融平台一家独大

在12月20日举行的主题为“双循环新格局与资本市场新征程”的中国财富管理50人论坛2020年会上，财政部原部长楼继伟重磅发声，分享了他对非常时期财政货币政策看法，在楼继伟看来，非常时期的财政货币政策应考虑有序退出。另外，楼继伟还提出了要防止数据金融平台大而不能倒，金融业混业经营不是方向、要向分业转型，以及银行间市场回归同业拆借市场的本位等观点。

“数据金融平台在我国发展很快，有相当的积极作用，依据收集的数据，分析借款方的风险特征，提供给贷款银行，帮助其获客和做出风险评估，这有利于补充银行特别是中小银行对小微企业的服务能力，但也有可能造成系统性风险。”对于金融科技平台的快速发展，楼继伟发出预警。

楼继伟称，一方面，数据金融平台存在风险留存不足、数据所有权等问题；另一方面，一些数据金融平台占有市场份额过大，数据

的真实性及风险评估模型若出现偏差，会导致信贷坏账。

对于防止数据金融平台大而不能倒的解决办法，楼继伟建议，可以限制与单一平台合作的银行数量，比如不超10-15家。同时，按同样条件让多家平台做类似业务，形成竞争。有比较也便于监管，并在效率和风险之间做出平衡，防止赢家通吃“大而不能倒”，埋下系统性风险隐患。正如刚刚结束的中央经济工作会议所要求的，金融创新必须在审慎监管

的前提下进行。

在财政货币政策方面，楼继伟谈道：“今年以来，宏观杠杆率再次提高，这是特殊时期的特殊表现。目前，我国控制疫情和恢复经济取得令人瞩目的成绩，成为全球唯一的实现经济正增长的主要经济体，非常时期的财政货币政策应考虑有序退出，使得宏观杠杆率稳住并逐步下降。”

楼继伟提到了以下几个原因：一是治理金融乱象虽取得重大的成果，但远未成功，资金池的清理、资产净值化、取消刚兑、高风险机构的排查清理、金融基础设施紊乱等现象还需要继续整治。二是美国、欧洲等主要国家宏观政策的外溢性明显，特别是美国。全球金融市场波动的风险加大，而我国正在加大金融开放，需要保持战略定力，办好自己的事。

在金融业经营方面，楼继伟表示，与分业经营相比，直观上混业经营有利于节约经营成本，但也更容易蕴藏和传递风险，导致金融风险问题愈演愈烈，给国民经济带来了较大

系统性风险。同时，混业经营要真正控制住风险传染，要求金融监管从分业监管转为精细的网格化管控，进行更为严格的合规监管，不仅难度较大，甚至需要深入到金融业经营的内部，大幅增加金融机构的合规成本。

楼继伟进一步指出，综合考虑，混业经营规范运行之后，从金融机构微观角度看并不一定节约经营成本。从治理乱象所采取的措施看，是在削弱混业，要进一步向分业转型。从国民经济整体角度看，金融业分业经营，能够更好地服务实体经济的发展。

对于债券市场，楼继伟表示，相对于股票市场，债券市场是短板。今年以来，债券违约事件频频发生，特别是大型国企违约事件更是影响相关地区国企和政府的公信力。

针对债券市场具体存在的问题，楼继伟指出，首先是市场分割，发行和监管不统一。发行的审查有证监会、人民银行、发改委，多头管理。特别是银行间市场早已不是银行间融通资金的定位，非银行金融机构、非金融企业都可

以在银行间市场发行、上市债券，包括中期票据。其次，交易所市场和银行间市场交易分割，同债不同价。这种分割状态，会导致为争取市场份额而放松标准。7月，央行和证监会决定同意两个市场间基础设施互联互通合作，这是可喜的变化，建议尽快落地。还有，银行间市场债券多为银行大量持有，商业银行既承销又持有，市场流动性差，一旦出现债务违约，商业银行受损，会触发系统性风险。

楼继伟表示，债券市场的问题还有很多，解决的基础性条件是发行标准、交易流通、监管机制的统一。按照《证券法》，市场应是交易所市场，监管机构应是证监会。银行间市场回归同业拆借市场的本位，信用债应全部退出，利率债（国债和政策性金融债）可在两个市场同时交易，结算要打通，既方便银行间抵押融资，又促成两个市场同债同价。基础性的问题解决后，债券市场改革的内容还有很多，要问题和目标导向加快推进，不会是下一个风险集中爆发点。

北京商报综合报道

安心财险等“零首付”被点名 保险营销底线何在

“首月0元”“会员日补贴”……当保险业也被花式营销的宣传标语所席卷时，争议也随之而来：是保险业创新还是噱头？保险产品定价规则也可随机而动吗？能真的给消费者带来实惠吗？这些问题成了行业焦点。近日，银保监会消保局对安心财产保险有限责任公司（以下简称“安心财险”）、广东轻松保保险经纪有限公司（以下简称“轻松保经纪”）、天津津投保险经纪有限公司（以下简称“津投经纪”）、保多多保险经纪有限公司（以下简称“保多多经纪”）四家保险机构进行了通报批评，直指华而不实的虚假宣传模式。

并非保险创新？

银保监会消保局在通报中指出，安心财险、轻松保经纪、津投经纪与保多多经纪在宣传销售短期健康险产品中，存在“首月0元”“首月0.1元”等不实宣传。实际是将首月保费均摊至后期保费，或首月多收保费等问题，涉嫌违反《保险法》中“未按照规定使用经批准或者备案的保险条款、保险费率欺骗投保人等相关规定”。

具体来看，在欺骗投保人方面，以安心财险的零首付优惠宣传为例，其2019年1-6月在通过轻松保经纪微信平台公众号“轻松保官方”销售保险产品时，宣传页面显示“首月0元”限时特惠“首月立减×元”等内容，实际是首月不收取保费，将全年应缴保费均摊至后11个月，消费者并未得到保费优惠。

而在未按照规定使用经批准或者备案的保险条款、保险费率方面，以保多多经纪为例，2019年3-6月，保多多经纪在微信平台公众号及“水滴保险商城”App销售太平财产保险有限公司“太平综合医疗保险”产品时，首期保费按“首月3元”活动收取，但该产品在银保监会报备的条款费率表中仅有“按月缴费（首月投保0元，其余分11期支付）”的描述。

有业内人士认为，采用“零首付”“首月×元”吸引投保人，然后将费用均摊到后续月份中，是根据互联网用户消费习惯，以及中国商业健康险普及率不高、用户教育成本过高等情况，属于正常的保费缴纳模式创新。

不过，中国精算师协会创始会员徐显琛表示：“零首付”“首月×元”的创新得打上引号，被低首月缴费门槛吸引投保的消费者，最后实际支付的总保费可能与按年一次性缴纳的保费相等，甚至前者高出后者。

首都经贸大学保险系副主任李文中也认为，这无疑是欺骗消费者的噱头营销，并非保险创新，并不可取。

对于“首月×元”模式的宣传情况，北京商报记者在水滴保险商城上查询发现，其包括“百万医疗险2020”及“老年医疗险”等在内的保险产品依然以“首月3元”为宣传语。对于该宣传与上述行为之间的区别，有业内人士指出：“首月×元”模式营销宣传并非不被监管允许，而是不可将其作为给消费者的

部分互联网保险被处罚情况

类别1：欺骗投保人		
被处罚主体	销售平台	违规时间
安心财险	轻松保经纪微信平台公众号“轻松保官方”	2019年1-6月
轻松保经纪	微信平台公众号“轻松保官方”	2019年4-10月
类别2：未按照规定使用经批准或者备案的保险条款、保险费率		
被处罚主体	销售平台	违规时间
津投经纪	京东金融App	2018年10月-2019年6月 2019年1-6月
保多多经纪	微信平台公众号及“水滴保险商城”App	2019年3-6月

优惠进行介绍，因为实际上并没有优惠或者补贴，并表示：同一款产品，按年付肯定要比按月付优惠一些，这就好像网购的分期付款是一个道理。”

营销双刃剑

“零首付”“首月×元”营销模式是一把双刃剑，李文中直言，一年期的低保费产品采用保费分期且首期保费为零，虽然一定程度上有利于培养消费者的保险消费习惯，但是也很容易引发过度消费，不利于培养民众健康理性消费行为。

在业内人士看来，从积极的一面来看，它确实能够降低消费者的投保门槛，吸引那些之前认为商业保险价格很高，以为自己买不起商业保险的消费者，为保险市场带来增量用户；从消极的一面来看，“首月×元”确实有可能让部分用户误会，认为每个月都是×元，一旦发现次月的保费不是×元，用户会认为自己被“套路”了，这会造成用户续保率不是很乐观。

李文中还表示，保险是一种风险保障“期货”，消费者无法事先体验感受，只能依赖于保险人对合同条款的解释说明。因此《保险法》对保险人诚信有着较普通民商活动更为严格的要求，保险监管部门也对保险产品条款费率有着严格的监管要求。被处罚保险机构采用这种欺骗消费者、违反保险监管规定的销售方式，是一种短视的销售行为，会影响保险公司的市场形象，妨碍公司后期的发展。而且，多家保险机构采用这种销售方式会给保险行业形象造成负面影响，不符合保险业高质量发展发展的要求。

事实上，北京商报记者在黑猫投诉平台搜索发现，不少消费者以“虚假宣传、乱收费”的名义对某保险机构进行投诉。如有消费者表示，有机宣传其百万医疗险产品缴费方案为首月3元、次月10元，然而购买保险产品第二个月，手机微信开始每月自动扣款123元。

“互联网渠道不能为了高效性而片面追求‘简洁’‘易懂’，不恰当地宣传产品，否则在线下销售中已经成为投诉热点的‘误导消费者’问题，也容易在互联网保险业务中发生。

另外作为投保人，消费者在享受互联网保险业务便捷性的同时，同样应认真阅读保险条款，谨慎签署电子签名或反馈验证码，对不清楚的问题可以通过网络平台提供的客户服务联系方式进行充分沟通。”中国人民大学财政金融学院副教授、保险法专家张俊岩解释道。

应守住合规边界

实际上，此次通报中“零首付”背后的销售误导和报行不一只是互联网营销“擦边球”及违规行为的冰山一角。

有业内人士指出，互联网保险营销乱象，包括违规返佣、欺骗投保人、编制虚假材料等，另有线上线下均常见的“饥饿营销”等适用于实体商品而不适用于保险产品的促销手段。

李文中也举例介绍称，有公司通过免费赠送保险产品收集用户信息，有公司通过赠送低保额（低保费）产品诱导消费者提升保障程度，而实际赠送时再设置限制性条件等。

“其实，很多营销违规行为都是因为营销部门（人员）面临过大的考核压力造成的。”因此，李文中建议，保险公司要在营销中合规，那不能在制定公司发展战略时急于求成；在日常管理中不能过分强调保费规模与增长速度，而且要不断加强对营销人员的合规培训。

那么，保险营销创新究竟应该守住怎样的“边界”？

李文中认为，保险营销创新的边界是不能违反法律对保险业的诚信要求，也不能违反保险产品条款与费率的监管规定；徐显琛将其浓缩为“合规、透明、长期”三个词；有业内人士认为，合规经营，防范风险，保护消费者合法权益，促进行业发展，即为互联网保险创新的“边界”。

另外，近日发布的《互联网保险业务监管办法》中，亦对保险营销内容做了针对性规定：开展营销宣传活动应遵循清晰准确、通俗易懂、符合社会公序良俗的原则；营销宣传内容应与保险合同条款保持一致；宣传页面应准确描述保险产品的主要功能和特点。

北京商报记者 陈婷婷 周茵怡

银行加速闯关IPO 资产质量成过会拦路石

临近年末，又一家银行迎来IPO喜讯，证监会于近日下发了重庆银行A股IPO批文，这意味着重庆银行即将正式加入A股上市银行团队。2020年以来，银行IPO审核进展缓慢，截至目前A股排队银行已达15家。在分析人士看来，新一轮中小银行融资可能已经松动，预计明年银行IPO将略有提速，但未来不会出现高峰，而是节奏化发行，同时依旧需要关注资产质量下行压力带来的严峻挑战。

西部首家A+H城商行

西部地区即将迎来首家A+H城商行，12月18日，证监会下发了重庆银行A股IPO批文，预示着重庆银行即将正式加入A股上市银行梯队，也将成为西部地区首家实现A+H的城商行。

重庆银行成立于1996年，是西部和长江上游地区成立最早的地方性国有股份制商业银行，在未登陆A股市场之前，重庆银行已于2013年11月6日在港交所成功挂牌上市。

重庆银行上市的主要目的是“补血”，根据此前招股书申报稿，重庆银行本次拟发行不超过7.81亿股，占本次发行完成后总股本的19.98%，所募集的资金扣除发行费用后，将全部用于充实该行核心一级资本，提高资本充足率。

就在顺利拿到发行批文的同日，重庆银行在港交所发布补充公告表示，该行A股获批发行股数不超过约3.47亿股，这一发行规模对比招股书申报稿有所减少。在拿到批文后，重庆银行就可以启动招股工作，市场预期，若一切顺利，重庆银行将在2021年1月上市，有望成为明年第一家登陆A股的城商行。

苏宁金融研究院宏观经济研究中心副主任陶金在接受北京商报记者采访时分析称，重庆银行上市，一方面补充了该行的资本金；另一方面在上市之前，该行在短期内完成了不良资产梳理，严格化不良资产认定，一定程度上提高了资产质量，为后续银行的上市提供了范式。

15家银行“候场”

在当前的市场环境下，中小银行大多面临资本金不足的困境，IPO依旧是获得资本补充、完善治理体系的重要途径。

回溯历史，2016年银行上市开闸，当年有包括苏农银行、上海银行、贵阳银行、江苏银行在内的8家银行成功上市；2017年银行IPO陷入低迷期，仅有张家港行1家银行上市。2018年，银行上市数量开始回暖，共有长沙银行、郑州银行和成都银行3家银行实现上市。2019年，银行上市节奏明显加快，迎来“小高潮”，多达8家银行成功登陆A股。

尽管银行热情不减，但今年银行IPO审核进程却明显放缓，仅有厦门银行一家成功登陆A股，重庆银行、上海农商行、齐鲁银行

陆续“过会”，目前，上海农商行、齐鲁银行尚未取得IPO发行批文。

根据证监会官网披露的首发企业信息名单，截至12月17日，排队待审的银行达到15家，厦门农商行、湖州银行等拟在上交所主板上市，广州银行等选择在深交所中小板上市。排队序列中，除湖州银行、广州银行外，其余13家银行均已进入“预先披露更新”状态。

谈及银行IPO步伐放缓的原因，中南财经政法大学数字经济研究院执行院长、教授盘和林认为，IPO放缓原因是多方面的，其一是大量银行已经实现上市；其二是金融业是资源配置优化的行业，而现阶段资本市场优先解决实体经济，也就是制造业和科技业融资难的问题。所以银行优先级降低，就变为顺理成章的现象。

“新一轮中小银行融资可能已经松动，明年银行IPO略有提速，因为主板注册制下会进一步降低银行IPO的门槛，但是由于金融机构主力基本上已经获得公开市场融资渠道，所以预计未来不会出现高峰，而是节奏化发行。”盘和林解释称。

资产质量的挑战

在疫情冲击下，中小银行补充核心资本的需求更加迫切，北京商报记者注意到，包括汉口银行、东莞农商行、新疆汇和银行在内的中小银行也在逐步推进上市进程。

虽然上市是银行补充资本金的重要方式，但依旧需要注意到今年受疫情影响，银行盈利普遍压力加大，通过利润留存补充资本的空间较小，或将在IPO过程中面临更多挑战。

“当前上市银行格局已经较为稳定，上市银行数量增多，后续上市银行的难度可能会有所增加。此外，很多银行上市后估值水平偏低，市净率普遍低于1，总体看对投资者并不有利，监管对银行上市也愈发谨慎。”正如陶金所言，最大挑战仍然在于银行资产质量，若银行不良贷款率较高，拨备率不高，风控工作不足，则上市会受到影响，因此对于计划上市的银行，首先要保持审慎经营，并通过多种手段化解不良资产，提高资产质量。

从行业整体来看，银行业整体不良率上升趋势也较为明显，来自银保监会公布的数据显示，2019年三季度末，商业银行不良贷款余额2.37万亿元，较上季末增加1320亿元；商业银行不良贷款率1.86%，较上季末增加0.05个百分点。

盘和林也持有同样的看法，他进一步指出，银行IPO最大的挑战和不良率有关，地方银行和国有大行、大型城商行业务方向有区别，各地区发展不平衡，各地方银行具体不良贷款率也各不相同，一般中小银行风险敞口相比大银行要大一点。地方银行依托于地方经济，需要加强风控手段及力度，稳定资产质量。

北京商报记者 孟凡霞 宋亦桐