

央行银监会新规支持消费金融——

推进消费信贷管理模式和产品创新

本报北京3月30日讯 记者张兆报道：央行网站30日发布消息称，日前，人民银行、银监会联合印发《关于加大对新消费领域金融支持的指导意见》。《意见》从积极培育发展消费金融组织体系、加快推进消费信贷管理模式和产品创新、加大对新消费重点领域金融支持、改善优化消费金融发展环境等方面提出了一系列金融支持新消费领域的细化政策措施。

《意见》提出，加快推进消费信贷管理模式和产品创新。鼓励银行业金融机构探

索运用互联网等技术手段开展远程客户授权，实现消费贷款线上申请、审批和放贷。合理确定消费贷款利率水平，优化绩效考核机制，突出整体考核，推行尽职免责制度。创新消费信贷抵押模式，开发不同首付比例、期限和还款方式的信贷产品，推动消费信贷与互联网技术相结合。

《意见》明确，加大对养老家政健康消费、信息和网络消费、绿色消费等新消费重点领域的金融支持。在风险可控的前提下，探索养老服务机构土地使用权、房产、收费权等抵押贷款的可行模式。

大力发展专利权质押融资，支持可穿戴设备、智能家居等智能终端技术研发和推广。鼓励银行业金融机构与网络零售平台在小额消费领域开展合作，并在风险可控、权责明确的条件下，自主发放小额消费信贷。

《意见》提出，经银监会批准经营个人汽车贷款业务的金融机构办理新能源汽车和二手车贷款，可分别在15%和30%最低要求基础上，按照审慎和风险可控原则，自主决定首付比例。允许汽车金融公司在向消费者提供购车贷款

(或融资租赁)的同时，根据消费者意愿提供附属于所购车辆的附加产品融资。大力开展能效贷款和排污权、碳排放权抵押贷款等绿色信贷业务。支持旅游休闲消费，探索开展旅游景区经营权和门票收入权质押贷款业务。

拓宽消费金融机构多元化融资渠道。鼓励汽车金融公司、消费金融公司等发行金融债券，简化债券发行核准程序。大力发展个人汽车、消费、信用卡等零售类贷款信贷资产证券化，盘活信贷存量。

基金业国际化程度显著上升

QFII总数296家 QDII基金超百只

本报北京3月30日讯 记者周琳报道：今天，国务院发展研究中心金融研究所主办的2016(第11届)中国证券投资基金业年会暨资产管理高层论坛召开。会上发布的《中国基金业的国际化进展与思考》报告显示，“十二五”期间，我国基金业国际化程度显著上升。

博时基金总经理江向阳表示，基金业国际化的“走出去”和“引进来”两个方面，“走出去”包括境内基金公司去境外设立分支机构或子公司、销售基金产品，或者在境内募集基金投向境外等方向。而“引进来”包括让境外资产管理机构在境内设立分支机构或子公司、销售基金产品，或者让境外资管产品投资于境内资产等方向。

在QDII基金方面，自2006年我国推出QDII基金以来，QDII基金在“十二五”期间平均每年成立15只，2015年年末总数达103只，总规模超过578亿元，投资地域几乎涉及所有发达国家和绝大部分新兴市场。

在QFII和RQFII方面，截至今年3月份，我国合格境外机构投资者(QFII)总数已达296家，总额度超过807亿美元。人民币合格境外机构投资者(RQFII)制度自2011年底试点以来，截至今年3月底已获批189家机构，总额度超过4700亿元。

在沪港通机制方面，截至今年3月份，全市场共有33只可通过港股通投资港股的基金报监管部门注册。

在基金互认方面，根据中国证监会2016年3月9日发布的信息显示，6只“北上基金”已获批，“南下基金”(基金互认中有资质的内地基金)则有25只已获批。

在QDLP和QDIE方面，上投摩根基金公司2015年获批QDLP资格及1亿美元额度，成为国内基金行业首家获批QDLP的基金。此外，深圳前海合格境内投资者境外投资(QDIE)也于2014年获批。

两家城商行IPO遇冷

国际配售获得超额认购

本报记者 何川

3月30日，浙商银行和天津银行正式在港交所主板上市。截至当日收盘，浙商银行每股报收3.96港元，天津银行报收7.36港元，二者均与其发行价持平，而当日恒指收盘大涨2.15%。除了上市首日股价表现平淡之外，浙商银行和天津银行日前披露的首次公开发行(IPO)中签结果显示，其在港公开发售部分均未获足额认购。

根据公告，浙商银行和天津银行在港发售股份分别仅有56.09%和7.76%获认购，两者最终发售价也都逼近定价区间下限。此次浙商银行和天津银行在港IPO遇冷并非首例。自去年以来，香港市场对内地银行投资已有偏谨慎的迹象。去年末，在港股上市的3家内地城商行中，在港公开发售部分，除了郑州银行获得0.19倍的超额认购以外，锦州银行和青岛银行均出现认购不足的情况，其中，锦州银行公开发售仅获4%认购。

值得关注的是，虽然浙商银行和天津银行在港公开发售部分未获足额认购，但其国际配售获得了超额认购。同时，两家银行还分别成功引入了5位和7位基石投资者，基石投资者持股在两家银行此次全球发售股份数中的占比均超过50%。

工行去年净利润微增0.5%

本报北京3月30日讯 记者郭子源报道：今日，中国工商银行公布了2015年业绩经营情况，该行去年全年实现净利润2777亿元，比上年增长0.5%，不良贷款率为1.5%。

工行行长易会满表示，工行今年着重将信贷资源向四大领域“推进”。一是大项目、大城市，二是小微企业、个人消费贷款、个人住房贷款，三是优质企业，四是新兴领域，包括新产业、新业态、新技术、新模式。

本版编辑 梁睿

上市险企2015年报解读①

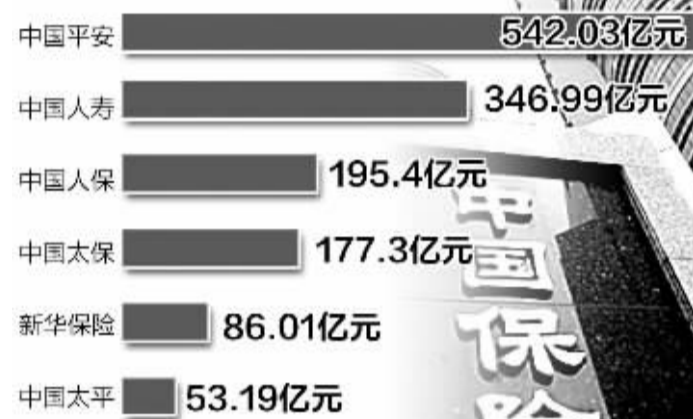
上市险企净利润占据行业半壁江山

本报记者 江帆 姚进

热点聚焦

2015年，与银行业业绩增速下滑相比，保险业增势依旧迅猛。投资收益率高企是一些险企业绩增长的重要原因。同时，上市险企通过交叉销售一方面促进了业务增长，另一方面也增强了客户黏性。

中国保监会预计2015年保险公司利润2823.6亿元，同比增长38%



A股、H股6家上市保险公司2015年度业绩报告目前出齐。据中国人寿、中国平安、中国人保、中国太保、新华保险、中国太平年报显示，2015年这6家险企共实现净利润1401亿元，占到整个保险行业利润的一半。此前的全国保险监管工作会议披露，2015年保险公司预计利润2823.6亿元，同比增长38%，创历史最高纪录。

“创新高”成高频词

2015年，与银行业业绩增速下滑相比，保险业增势依旧迅猛。就净利润增速而言，中国太保增势最猛，净利润同比增长达60.4%。其次为中国太平、中国人保、中国平安、新华保险、中国人寿，净利润同比增速分别为56.9%、44.5%、38%、34.3%、7.7%；就净利润收入而言，中国平安以542.03亿元拔得头筹，中国人寿、中国人保、中国太保、新华保险、中国太平分别实现346.99亿

元、195.4亿元、177.3亿元、86.01亿元和63.41亿港元(约合53.19亿元人民币)的净利润。

投资收益率高企是一些险企业绩增长的重要原因。2015年全年，中国人寿投资收益1455.43亿元，总投资收益率达到6.24%，同比提升0.88个百分点；中国平安实现投资收益1147.5亿元，总投资收益率更是达到了7.8%，同比提升2.7个百分点。此外，中国人保、中国太保和新华保险的投资收益分别为508.27亿元、559.1亿元和456.03亿元，总投资收益率分别为7.3%、7.3%和7.5%，均较上一年明显提升。

中国平安称，去年优化资产配置，加大收益率较高的固定收益类资产投资，包括债权投资计划、信托计划等。在资本市场波动明显加大的情况下，公司将持续推进金融产品、优先股及海外资产投资，进一步丰富投资种类，提高收益稳定性。人保表示，公司把握住了权益类投资市场操作机会。新华保

则表示，公司实现净利润大幅增长是由于投资收益增长和保险业务累积增加带来的收益。

业务结构优化显成效

业务结构优化是近几年保险公司发展的重点，这在上市险企2015年年报中也得以体现。以新华保险为例，2015年公司共计销售健康险新单77亿元，同比增长47%，公司于去年9月份推出的“健康无忧”产品，兼顾了客户、队伍和公司的利益诉求，成为公司历史上在短期内销量最多的保障型产品，带动了产品转型；年期结构方面，个险代理人和服务经营渠道十年期及以上保费分别同比增长44%和67%，分别占两渠道新单期缴保费比为89%和80%。

“目前国内农业保险处于起步阶段，有着广阔的发展空间，去年农业保险已经成为仅次于车险、财产险的第三

大险种，中国太保将进一步深挖农业保险的业务发展机遇，实现规模与利润的双增长，给产险承保业务持续盈利提供支撑。”太保财险董事长顾越表示。据了解，中国太保拟增资安信农险股权，增资事宜若获得保监会批准，其对安信农险的持股比例将由34.34%增加至51%以上，即可进行全面控股及并表。

海通证券点评中国人寿2015年财报称，其新业务价值增速超过35%，略超市场预期。“预计中国人寿2016年将转型；在个险渠道，将继续提升长期期缴产品的销售比例，进一步提升产品新业务价值利润率；在银保渠道，将提升期缴新单保费的比例，通过调整结构实现渠道内部新业务价值的增长。”

多渠道谋求新增长点

2015年，交叉销售成为几家上市险企年报中的最大亮点之一。中国平安年报显示，2015年，公司迁徙客户约1235万人次，集团内各子公司新增客户中的33.9%来自客户迁徙，通过交叉销售，个人寿险业务代理人渠道实现平安产险、平安养老保险、平安健康险新增保费近300亿元。

与此同时，中国人保2015年通过交叉销售实现保费收入262亿元，同比增长13.8%。中国太平2015年交叉销售实现保费34.1亿港元，其中寿销产保费28.1亿港元，寿销养保费4.4亿港元，养销产保费0.9亿港元。

交叉销售一方面可以促进业务增长，另一方面也增强了客户黏性。“随着信息技术带动保险公司在业务资源、组织管理等多方面的一体化建设稳步推进，预计险企未来的交叉互动模式将对其业务开拓产生突出贡献，成为驱动公司价值提升的新引擎。”业内人士认为。

紧跟供给侧结构性改革步伐 京东创新公共采购模式

近期，关于供给侧结构性改革的话题引发着持续的讨论。关于这一指导方向，互联网企业纷纷利用自身的互联网基因，充分布局“互联网+”生态产业，全面在供给侧改革上做出实践。

京东作为国内领先的互联网零售及金融公司，在企业级市场上的业务上大胆创新，利用其自主研发的京东“智慧云”平台，为公共采购提供电子化采购支持，实现采购过程集中管理、弹性分散供货需求的采购模式，有效降低采购成本，提升采购供给端的产能和效率。不仅在公共采购电商化领域实现创新突破，更在供给侧改革中发挥着自身作用。目前，京东大客户已经同广东、江苏、上海、北京、深圳等多地区政府采购部门达成合作。

“互联网+”市场分工 电商成为采购供给方

早在2015年3月，国家便通过《中华人民共和国政府采购法实施条例》明确表示要利用信息网络进行电子化政府采购活动。同年5月，更是印发《关于大力发展电子商务加快培育解决新动力的意见》，提出进一步加大政府利用电子商务平台进行采购的力度。

此举意味着电子交易将成为公共采购领域的重要采购模式。在传统采购模式中的供给方企业，需要同时承担生产和销售任务，但由于消费者需求变化快、生产和消费之间信息不对等、企业跟不上消费者的需求节奏等众多困难，传统采购模式在供给侧显得有些效率不足。

反观以信息技术为核心的互联网企业，在供给端则显得从容得多，电商类的公司在公共采购的信息化、用户的体验及互联网支付等方面优势明显。同时对公共采购领域发展方向来看，更有着巨大的吸引力。随着更多公共采购体系加强电子交易的信息化建设，电商深化对原有采购模式的创新，相关的采购人员可以借鉴互联网运作方式，在线比较商品及价格，简单快捷的订单服务，全流程可追溯的采购环节，享受京东的物流及配送服务，并在交易完成时通过公务卡等多种结算方式进行结算，辅之以相关的专有的服务体系，使采购效率和管理能力大幅提升。不仅如此，电商化交易方式也在推动政府采购更全面的市场化发展，有效地从供给端促进了市场的良性竞争。

减少资源浪费 电商提升采购供给效率

作为供给方，京东等电商同时具备连接生产与消费的双重推动作用，一方面通过客户需求指导企业生产，另一方面引导消费者更方便地选择“物美价廉”的商品，有效减少社会资源浪费；再者，因为电商的存在，产品流通等中间环节减少，企业能将更多的经费用于产品创新，直接促进供给效率提升。

相对于平台电商模式，自营电商模式更加适用于当前的公共采购领域。自营电商拥有强大的渠道价值链把控能力，并能够更有效控制产品质量、技术平台、物流、售后服务等诸多环节，从而为政府和

企业用户提供“采购、物流、售后”等一整套采购解决方案。

京东在同广东、江苏、上海、北京、深圳等地区政府采购的合作中，根据采购单位品类需求，向客户推送市场认可度高、质量可靠的商品进入采购平台，保证相关商品的价格、配置、节能环保等各项指标严格符合国家及各地区政采相关规定。同时依靠其强大的供应链支持体系，“211极速达”等京东优势服务也全面向政府采购部门开放，更是为政府采购售后服务成立专业队伍，并且订制了专项的订单处理和售后服务方案，全面提供便捷、高效的一站式采购服务。

加快科技创新 全面打造智能化采购

提高供给侧结构性改革效率的脚步刚刚开始，采购对接电商的创新模式还需长久的持续发展。京东未来的公共采购将可以通过电商大数据，构建属于自己的用户图像模型，从而实现为公共采购用户提供更多的采购过程的管理功能。

目前，京东将交易系统的接口标准模块化开放，提供给相关的客户及合作伙伴，帮助更多的采购平台减少研发投入、快速部署，满足政府及下属单位统一预算规划、分散采购、弹性供货等特色需求。而京东“智慧云”智采平台拥有的强大数据报表功能，已经能够帮助采购部门方便地进行预算管理、采购决策等工作。而现阶段要做的则是加快科技创新，推动采购、支付、服务的智能化和科技化进一步的发展。