

9月1日起高危行业强制投保——

安全生产责任险护航企业发展

本报记者 于泳 李晨阳



什么是安全生产责任险

指保险机构对投保的生产经营单位发生的生产安全事故造成的人员伤亡和有关经济损失等予以赔偿,并且为投保的生产经营单位提供事故预防服务的商业保险。

两大功能

事故预防服务

事故经济损失赔偿

两个强制

八大高危行业领域企业必须投保“安责险”
保险机构必须为投保单位提供事故预防技术服务

“安责险”的两大功能及两个强制

覆盖群体范围更广、保障更加充分、赔偿更加及时、预防服务更加到位。

“安责险”与其他险种有何区别

覆盖群体范围更广、保障更加充分、赔偿更加及时、预防服务更加到位。

内容来源:《安全生产责任保险事故预防技术服务规范》

保障范围更广

依据新《安全生产法》的相关规定,属于国家规定的高危行业、领域的生产经营单位,应当投保安全生产责任险。高危行业、领域的生产经营单位未按照国家规定投保安全生产责任险的,责令限期改正,处5万元以上10万元以下的罚款;逾期未改正的,处10万元以上20万元以下的罚款。

2016年,《中共中央国务院关于推进安全生产领域改革发展的意见》发布,对高危行业领域做了界定,主要包括:矿山、危险化学品、烟花爆竹、交通运输、建筑施工、民用爆炸物品、金属冶炼、渔业生产。有统计数据显示,几乎100%的特别重大事故、95%的重大事故、85%的较大事故都集中在这8个行业领域。按照新《安全生产法》的规定,安责险已经成为这些行业领域企业的强制性商业保险。

记者在采访中了解到,企业为了防范生产经营中出现的各类事故,通常会投保工伤保险、雇主责任险、团体意外险等险种。已经投保了这些险种的生产企业,是否还有必要投保安责险,安责险的保障范围与上述险种有哪些区别呢?中华财险有关负责人在接受经济日报记者采访时表示,安责险的承保范围比工伤保险、雇主责任险更为广泛,除了承接依法从事生产、经营、储存等活动过程中,因意外事故造成其雇员的人身伤亡外,还承保第三者因安全生产事故造成的人身伤亡或财产损失。此外,安责险产品还能承担救援费用、调查费用、事故鉴定费、清理现场费用以及法律费用等。下一步,公司将根据业务需求和地方政府的特色需求及时更新产品,继续积极参与安责险的落地实施。

中国银保监会重庆监管局财险处有关负责人表示,在安责险的推广前期,不少企业投保积极性不高。重庆银保监会加强与高危行业领域政府主管部门联动,采取多种形式深入宣传安责险,指导保险公司主动对接生产经营单位,推动高危行业领域的生产经营单位投保安全生产责任险。2020年,全市安责险承保企业超1.4万家,提供风险保障343.96亿元。

转移经营风险

简单来讲,企业由于安全事故造成了人员伤亡和财产损失,如果投保了安责险,就由保险公司来赔偿。不少保险公司还同时提供防灾防损等增值服务。

中国社会科学院保险与经济发展研究中心副主任王向楠在接受记者采访时表示,虽然安全生产事故时常发生,但高危领域的生产企业更容易出大事,造成企业自身无法履行或逃避履行赔偿责任。如果赔偿由政府部门或行业基金负责,成本将转嫁给所有纳税人或该基金的所有成员,这样做不仅耗时、耗力,也难以实现公平。

由于企业风险管理水平不均衡,高危行业风险系数高、企业抗风险能力弱,一旦发生安全事故,往往超出企业的承受能力。这时候就需要由保险来转移企业的经营风险。安责险同时具有损失补偿和事故预防的功能,不仅能有效协助政府化解社会矛盾,协助政府进行风险监控,减轻政府负担,还能提高企业的风险防范意识,转移经营风险,维持企业的正常生产经营。

重庆银保监会针对安责险承保风险高、投保主体多、服务难度大等难点,组织保险公司制定安责险承保规范,统一基础保险责任,委托第三方公司提供运营服务,汇集行业合力提升服务质效。例如,在“9·27”葛江松藻煤矿事故中启动了重大事故预付机制,当天预付赔款500万元。

“安责险如果做得好,还有助于为全社会降低风险和损失的存量。一方面,有效浮动的保险费率能反映投保企业的风险,提示其改进生产活动;另一方面,保险公司关心损失,可进行事前的事后预防和事后的救助服务。”王向楠告诉记者,采用保险工具解决这种公共管理问题能够实现多方共赢,很多企业的风险知识不足,还有的企业存在侥幸心理,因此安责险在高危行业、领域强制投保很有必要。

中国大地保险有关负责人表示,近3年来,大地保险累计为近15万家企业提供了超过9000亿元的安全生产风险保障,累计支付赔款金额超过2亿元。大地保险通过与安全科技、项目管理、安全工程师事务所等第三方专业机构合作,参与搭建各地安责险信息系统平台,实现承保、理赔、事故预防服务、统计分析和信息查询等线上功能,旨在为不同领域客户提供更专业和高效的事后预防服务,全力为企业生产经营工作保驾护航。

补齐发展短板

多位业内人士表示,发展安全生产责任险,是用保险的经济手段加强和改善安全生产管理,是保险公司参与社会治理的表现形式。但是在实际运行中仍有一些短板尚待补齐。

除了高危行业领域企业以外,其他企业投保积极性并不高。记者随机采访了山东、浙江、江苏等地的几家纺织、化工行业企业。这些企业均投保了雇主责任险、团体意外险,但是并没有投保安责险。专家认为,部分企业未从安责险的事前预防、保障雇员权益的角度来看待并接受安责险,甚至有的企业认为,投保安责险是额外增加企业的负担,没有完全领会推行安责险的政策导向。

在推广安责险的过程中,已有省份将安责险数据与安全监管数据有效融合,但还未能实现对现数据的有效分析。例如,从全国范围和重点省份来看,安全生产风险的大数据模型有待开发,保险业与相关部门的数据互联还需要进一步打通。安徽银保监会财险处有关负责人表示,做好安责险的推

广,要抓住落实安责险事故预防服务功能这一关键,提高服务标准化专业化程度,建设安责险专属信息平台。目前,安徽银保监会鼓励对口开发产品,提高产品适应性。特别要求各公司针对建工、矿山等各领域新形势下安全生产风险状况,深入评估,找准关键风险点,并据此完善或新开发符合各类企业特点的保险产品,合理厘定费率,做好产品升级换代。

王向楠坦言,“保险业在降低风险存量上还有工作要推进。一是制定完善服务规范和技术指引,提升公司防灾减损的能力,也便于评价和监督公司的服务。二是加大风险管理和技术投入,对客户多接触多服务,避免侥幸心理。在制度环境上应当给予保险公司更多检查权、数据使用权,用好保险工具”。

此外,有专家强调,安责险归根结底是由企业缴纳费用的商业保险,即便是强制投保,企业也有权自主选择保险公司。各地行政管理部门和行业协会在推广实施过程中必须遵循市场经济运行规律,鼓励保险主体积极参与,进而维护安责险市场公平、自由化、法治化的竞争环境。

财金观察

A股交易连续突破1万亿元——

量化投资是主要推手吗

本报记者 周琳

近期,A股成交连续突破1万亿元,随着市场交易升温,量化交易量在A股交易占比情况成为市场关注的话题,有观点认为“量化交易占A股交易额比例约为一半,高频量化就等于‘薅市场羊毛’”。

我国的量化投资基金行业已走过10余年历程。量化投资本质上是一种依托计算机构建模型再进行投资的策略,其投资逻辑在于从海量的历史数据中寻找能够带来超额收益的多种“大概率”事件,并严格按照这些策略所构建的数量化模型来投资。本质上,量化投资是利用计算机和数据运算寻找市场定价偏差的一种“投机”策略。

华泰柏瑞副总经理、量化与海外投资部负责人田汉卿介绍,在量化投资模型中,每个模型由很多因子组成,每个因子本质上都是基金经理眼中的一个赚钱的观点。例如,投资者情绪因子是将投资者情绪变化进行量化统计,作为筛选股票进行投资的决策依据。定性投资和定量投资的具体做法有些差异,如同中医和西医的差异,定性投资更像中医,依靠经验和感觉判断。而定量化投资更像是西医,依靠模型判断,模型对于定量投资基金经理的作用就像CT机对于医生的作用。在每天的投资运作前,基金经理先用模型对市场进行全面“扫描”,然后据此做出决策。

华泰基金指数与量化投资部基金经理张序表示,量化基金与传统基金相比最大的相同之处是投资目的都是为了选择“战胜市场”的优质股票。相比而言,量化策略利用计算机模型集中、批量地筛选股票,“分层”投资的力道更浓,而不是像主动管理类基金那样对个股投入更多调研精力。

万得资讯统计显示,截至9月13日,全市场共有593只公募量化投资基金,分为主动量化型、指数量化型、对冲量化型三种,总规模合计2355.78亿元。其中,规模最大的易方达上证50增强A份额为230.52亿元,与主动管理类基金动辄数百亿元的体量相比差距明显。

张序认为,“量化投资的交易额占A股一半”的说法不准确。目前,据估算量化投资的交易额约占10%。部分投资者对于量化投资的看法仅停留在高频交易一种策略上,将量化投资等同于高频投资,这是认识误区。



应用高频交易;三是公募量化投资基金策略,主要是综合基本面因素、投资者因素、投资频率等诸多因素来制定投资模型,再依据投资模型进行选股和择时。

张序介绍,交易频率和换手率的问题本质上与基金经理自身的投资风格密切相关,与是否是量化基金关系不大。今年的量化投资基金交易投资比较活跃,成交额确实有所放大。张序认为,这与市场中小盘股受欢迎的投资风格有一定关系。今年以来,中小盘市值的股票更受投资者青睐,行业之间的股价表现差异较小,没有出现资金涌入极少数个股或板块的极端行情,使得量化基金更容易捕捉到震荡市场的投资机会。另外,随着宏观经济预期的持续改善,传统低估值赛道和新兴科技类行业的赛道均开始出现更多机会,市场新

陶然论金

近日,多家消费金融公司发布上半年经营业绩“成绩单”。简单梳理不难发现,“分化”是其突出特点:头部消费金融公司规模、盈利显著提升,获客数量大幅增加,市场渗透率不断提高,另有部分公司规模、盈利双降,发展思路不清晰,展业能力堪忧。

消费金融公司10余年发展绝非一片坦途,行业格局经历多次变革,头部公司排序也是不断变化。之所以出现这样的情况,正是由于消费金融公司身处高度竞争的环境。从消费金融行业来看,各地消费金融公司相继开业,跑在前面的虽然入场早,但后来者也有后发优势,有优有劣,难言强弱;从行业外部环境看,商业银行消费信贷业务依旧强势,半年报数据显示,2021年上半年,6家国有大型银行个人消费信贷(仅包括个人消费贷款和信用卡透支)规模达到4.3万亿元左右,同比增长近10%。

除了竞争日趋激烈,金融消费者千人千面,金融需求各不相同,服务跟不上需求变化也是行业发展需要解决的问题。由于消费金融公司面对的客户多为“长尾”客户,这就要求消费金融公司既要深入了解客户需求,做好用户画像,满足不同类型客户的需求,又要做好风险控制,避免出现坏账压力过大而破产的情形。

在笔者看来,消费金融公司想要实现上述目标,真正做到促消费、谋发展,必须做到“两手抓”。首先是打造自身特色,即在深入分析消费金融广阔市场空间的前提下,找到与自身业务能力相匹配的发力点,发掘消费金融业务新领域。尤其要看到,去年突如其来的新冠肺炎疫情在对经济社会发展带来冲击的同时,也催生了新的消费需求,这对消费金融公司而言,是挑战更是机遇。比如,“宅”消费等各种线上消费场景的出现,需要消费金融公司提供更加高效便捷的金融服务;伴随乡村振兴的推进,提供适合“三农”特点的金融服务等。

其次是增强风险防控能力。此次新冠肺炎疫情是对消费金融公司风险防控能力的一次严峻考验,消费金融公司要加大技术投入,强化信贷业务全流程管理,通过金融科技对用户画像,给不同用户提供与之相匹配的不同类型、不同价格的产品和服务;同时要加强金融消费者教育,不断提高消费者的金融知识水平,倡导健康理性的消费观念。

本版编辑 陆敏 武亚东 美编 王墨晗