



保险法讯

2023 年 3 月刊

上海市律师协会保险业务研究委员会

目录

监管动态

银保监会副主席曹宇：推动监管规则与国际接轨 加强和完善现代金融监管 1

国家金融监管总局发文 明确今年执法办案重点 3

行业资讯

银保监会发布 2023 年首月保费数据——车险不再占财险“半壁江山” 5

保险资管业投资者信心调查发布——对宏观经济预期较乐观 7

业务研究

护航“菠萝的海”——“徐闻菠萝”地理标志被侵权损失保险落地 9

个人养老金保险再扩容 购买产品“最后一公里”待解 11

近期互动

共促保险数字化转型新发展——《中国银行保险报》第 47 期热点对话在京举行 14

延续阶段性降低失业保险、工伤保险费率如何落实？人社部回应 17

政策新规

银保监会：引导人身保险业为积极应对人口老龄化国家战略贡献行业力量 19

银保监会开展保险互联网营销宣传自查整改 4 月起排查十类违规行为 21

银保监会副主席曹宇：推动监管规则与国际接轨 加强和完善现代金融监管

财经网

3月18日，全球财富管理论坛2023年会：以高水平开放应对全球变局在京召开，中国银行保险监督管理委员会副主席、党委委员曹宇在会上表示，扩大金融业对外开放是建设中国式现代化的必然要求，是中国经济高质量发展的需要，是中国金融业自身发展的需要，也是构建新发展格局的需要。

曹宇在会上介绍称，近年来，中国金融业始终坚持高水平对外开放。特别是2018年以来，金融领域先后推出50多条开放措施，其中，涉及银行业保险业的有34条，这34条开放措施的相关法规修订工作已经全部完成，开放政策在多个方面已落地见效。

具体而言，中国银行业保险业对外开放措施的成效主要体现在以下四个方面：

一是取消了银行和人身险公司外资股比限制。随着外资股比限制的放开，首家外资独资保险控股公司、首家外资独资人身险公司、首家外资控股理财公司、首家外资独资货币经纪公司、首家外资独资保险资产管理公司等相继成立。在中国发布的2020年版《外商投资准入负面清单》中，金融业的相关限制措施已经清零。

二是大幅减少了外资准入数量型门槛。取消了总资产、经营年限等多项数量型准入要求，更加注重运用审慎性条件综合评估申请人资质，吸引具备专业特色的优质外资机构进入，丰富金融市场主体、优化金融供给。

三是丰富了外资机构类型。鼓励具有专业特色的外资机构参与中国理财、养老等领域的市场建设。在财富管理领域，批准设立了5家外方控股理财公司；批准一家外国金融集团入股建信养老金管理有限公司。

四是基本实现中外资银行保险机构业务范围一致。拓宽了外资银行、外资保险经纪公司的业务范围。外资银行的衍生品交易、资产管理、托管、中小企业融资、大宗商品贸易融资等业务与中资银行形成优势互补、良性竞争，提升了中国银行业的精细化服务水平。外资保险公司带来了养老保险、健康保险、农业保险

和责任保险等领域的国际先进技术和经验，填补了国内保险业的一些空白。

曹宇表示，将进一步优化监管规则，针对外资银行保险机构的特点，实施差异化监管政策，支持其发挥与母公司的联动优势，更好服务本地客户。

“随着开放水平不断提升，在华外资银行保险机构数量和资产稳步增长”曹宇就此在会上披露了一系列数字：“十年来，在华外资银行资产增长了 58%，在华外资保险公司资产增长了 552%。截至 2022 年末，外资银行在华共设立了 41 家外资法人银行、116 家外国银行分行和 135 家代表处，营业性机构总数 911 家，外资银行总资产达 3.76 万亿元。境外保险机构在华共设立了 68 家外资保险机构和 79 家代表处，外资保险机构总资产达 2.26 万亿元。”

对于中国银行业保险业进一步加大开放方面，曹宇介绍称，下一步将重点做好以下三项工作：

一是与高标准国际经贸规则对标对表，进一步提升中国金融业的制度型开放水平。

曹宇表示，中国与 14 个国家签署的《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）已于去年正式生效，该协定代表了目前中国金融领域开放承诺的最高水平，为扩大制度型开放打下了良好基础。接下来，还将主动对照《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》（CPTPP）和《数字经济伙伴关系协定》（DEPA）等高标准经贸协议规则，进一步提升开放水平。

二是推动监管规则与国际接轨，加强和完善现代金融监管。近年来，银保监会主动对接国际监管规则新标准，开展银行业保险业资本监管改革，提升金融体系的稳健性。《保险公司偿付能力监管规则 II》已经发布实施，《商业银行资本管理办法》正在公开征求意见。

“未来，还将在气候变化、绿色金融、数字经济等大家共同关心的领域进行探索和尝试。”曹宇称。

三是进一步优化市场化、法治化、国际化营商环境。银保监会将在内外资一致的基础上，主动回应外资金融机构诉求，创造公平竞争的市场环境，依法保护金融机构合法权益，激活在华外资机构的发展动力，促进中外资银行保险机构共同发展。

国家金融监管总局发文 明确今年执法办案重点

证券时报

银保监会网站3月28日发布“2023年度国家金融监督管理总局(银保监会)部门预算”方案,对国家金融监管总局(银保监会)2023年部门预算情况作出说明。该方案是银保监会首次以国家金融监管总局名义发布的公文。

方案指出,机构改革工作正在推进过程中,暂按银保监会相关情况公开2023年度部门预算,预算执行中将根据机构改革情况依法依规作相应调整。

方案显示,国家金融监管总局(银保监会)2023年收支总预算为1063081.87万元,相较银保监会2022年1273010.96万元的收支总预算有所降低。

方案明确,对银行机构,将开展一系列综合性检查、专项检查和线上检查等,突出中小银行改革化险,有效防范系统性风险、持续补齐监管制度短板、规范金融市场秩序、保护消费者合法权益,提升服务实体经济的质效。预计派出银行机构检查组约2000个,检查银行机构约2500家次,投入执法检查工作量约20万人·天。

对非银行机构,则将聚焦重点机构,选取保险公司、信托公司、金融资产投资公司等类别市场主体有针对性地开展现场检查,预计派出非银行机构检查组约800个,检查非银行机构约800家次,投入执法检查工作量约7万人·天。对于重大风险事件与案件处置工作安排,方案明确,预计督导案件约23个、监管督查案件约40个,投入重大风险事件与案件处置工作量约2万人·天。

方案指出,2023年,执法办案项目实施将总结以往经验,优化实施组织形式,一是对部分银行保险机构开展综合性检查、专项检查、稽核调查、后续整改评估等。二是统筹组织部分地方中小银行交叉检查,提高现场检查的独立性。三是深化线上检查,坚持向科技要检查力,加大线上检查的广度和深度。四是加大案件查处力度,严格执行《关于加强金融违法行为行政处罚的意见》及有关文件要求,依法从严加大行政处罚力度,提高违法违规成本。五是坚持穿透原则,查深查实案件,对涉案业务链条上所有机构的违法违规问题一并查处。六是持续跟踪督导,将重点业务领域,案件高发多发的重点地区,多次涉案的重点机构作为

查处重点，做实做细，切实发挥现场检查的“尖刀利剑”作用，牢牢守住不发生系统性金融风险的底线。

银保监会发布 2023 年首月保费数据

车险不再占财险“半壁江山”

中国银行保险报

3月22日，银保监会发布2023年1月保险业经营情况。

2023年1月，保险业实现原保险保费收入1.02万亿元，按可比口径，行业汇总原保险保费收入同比增长3.86%，增速高于2022年同期。其中，财产险业务实现原保费收入1438亿元，人身险业务实现原保费收入8732亿元。保险业原保险赔付支出1924亿元，同比增长1.23%。

截至2023年1月末，保险业资金运用余额25.54万亿元，较2022年末增加4912亿元。其中，银行存款、债券、股票和证券投资基金投资占比分别为11.12%、40.71%、13.36%，债券仍是主要配置方向，权益类投资占比有所提升。

2023年1月，财产险公司原保费收入1829亿元，保险金额960.11万亿元，赔付支出706亿元。按可比口径，行业汇总原保险保费收入同比增长3.12%，保险金额下降28.84%，赔款支出下降15.41%。分险种来看，车险、责任险、农险、健康险、意外险保费收入分别为827亿元、148亿元、129亿元、343亿元、48亿元。其中，车险保费占财产险公司总保费的45.22%，远低于2022年全年55.22%的占比。

业内人士分析，与2022年同期相比，车险保费收入持平，财产险公司的保费增长主要靠非车险拉动。而车险保费增速放缓主要受疫情及春节假期提前影响，1月汽车销量大幅下降，居民购车意愿不高，新车保费收入相应减少。同时，受疫情影响，汽车出险率降低，赔付支出也有所下降。

2023年1月，人身险公司原保费收入8341亿元，赔付支出1219亿元。按可比口径，行业汇总原保险保费收入同比增长4.02%，保险金额下降7.36%，赔付支出增长14.25%。分险种来看，寿险、意外险、健康险保费收入分别为7408亿元、43亿元、890亿元。其中，意外险、健康险保费较2022年同期均有所减少。

上述业内人士认为，1月上旬感染高峰余威尚存，代理人展业受限，开门红需求仍未彻底释放。不过，储蓄型产品需求保持较高水平，1月总体保费保持了较好的改善态势。但保障型产品需求仍未修复，重疾险销售疲软，健康险业务增长承压。此外，受长期保障型业务持续低迷影响，人身险公司的新业务价值增长依然承压。

2023年1月，全国各地区原保险保费收入排在前三位的分别是江苏、广东、浙江，分别为1031亿元、928亿元、597亿元。

保险资管业投资者信心调查发布

对宏观经济预期较乐观

中国银行保险报

近日，中国保险资产管理业协会公布 2023 年第一期中国保险资产管理业投资者信心调查结果。结果显示，2023 年，保险资管业对宏观经济预期持较乐观看法，认为经济增速回落或波动是险资投资需重点关注的风险；股票和证券投资基金是保险资管业最偏好的资产配置，债券的配置偏好有所下降，公募 REITs 和组合类资管产品受到更多关注。

据悉，共有 100 余家保险机构参与本次调查，包括 33 家保险资产管理公司和近 70 家大型保险公司。

最关注“经济稳增长”

对于 2023 年我国宏观经济走势的判断，约 75.76% 保险资管公司和 72.06% 保险公司选择“较乐观”，认为“较不乐观”机构占比不到 10%。大多数受调研机构预计，2023 年我国 GDP 增速在 5.0%-5.5% 区间。

绝大多数机构预计 2023 年人民币汇率走势将“稳中有升”，一部分机构认为人民币将“震荡”。CPI 和 PPI 趋势方面，受访机构对前者判断看法较为分散，认为“整体呈上升”“基本稳定”和“先降后升”的机构数量大致均衡，而对后者走势判断相对集中，认为最有可能“先降后升”。

行业普遍认为，2023 年货币政策稳健中性或稳健偏松，财政政策稳健偏松。超七成受调研机构认为，经济稳增长将是 2023 年宏观经济最主要关注点，国内疫情影响、着力发展实体经济以及供给侧结构性改革和扩大内需也受到较多关注。

在金融市场流动性的判断上，保险资管机构和保险公司一致认为最有可能出现“小幅宽松”，“保持现状”紧随其后。

A 股市场预期乐观

聚焦到市场层面，保险资管机构和保险公司对 2023 年无风险收益率预测不一，36.36% 保险资管公司预期将“先升后降”，而 33.82% 保险公司则预期“整体呈上行”，预期“整体呈下行”的机构最少，小部分机构认为“震荡”“先降后升”都是可能的趋势。

上海市律师协会保险业务研究委员会 保险法讯

多数机构认为,2023 年债券市场信用风险较上一年呈平稳态势,另有 33.33% 保险资管公司预期信用风险较低。

高达 87.88% 保险资管公司和 85.29% 保险公司对 2023 年 A 股市场持“较乐观”看法,并有 87.88% 保险资管公司和 77.94% 保险公司认为 A 股市场将呈“震荡上行”走势。多数机构认为当前 A 股估值“较低”。

对于 2023 年险资风险关注点,保险资管公司和保险公司都认为经济增速回落或波动是最需关注的风险。此外,保险资管公司还关注外部环境变化(海外市场风险)。

关注公募 REITs 和组合类资管产品

保险资管公司和保险公司 2023 年最偏好的资产配置是股票和证券投资基金,对债券的配置偏好有所下降,公募 REITs 和组合类资管产品受到更多关注。

债券资产中,保险资管机构的偏好排序为超长期利率债、高等级产业债、银行永续债和二级资本债;保险公司的偏好排序为高等级产业债、银行永续债和二级资本债、超长期利率债。

由于险资追求收益稳健性,配置 10 年及以上的信用债是 45.45% 保险资管公司和 27.94% 保险公司的偏好久期。

股票资产中,机构更倾向选择沪深 300,食品饮料、医疗生物、计算机、电子等领域是最为看好的投资行业。

此外,基金投资中,股票型基金、混合偏股型基金获得机构较多选择;金融产品中,基础设施债权投资计划和不动产债权投资计划是最看好的类别;境外投资中,超六成保险资管公司和保险公司都看好港股投资。

对于接下来一年的投资收益,40.63% 保险资管公司和 26.87% 保险公司预计综合投资收益率目标主要集中于 4.5%-5.0% 区间。

护航“菠萝的海”

“徐闻菠萝”地理标志被侵权损失保险落地

中国银行保险报

“菠萝的海”又多了一份保障。日前，在湛江银保监分局指导下，湛江市首单地理标志保险——“徐闻菠萝”地理标志被侵权损失保险正式落地，标志着湛江知识产权金融产品创新迈出崭新的一步。

该保险由湛江市农业农村局和市场监督管理局（知识产权局）统筹协调，由平安产险湛江中心支公司承保，将在一定范围内保障授权企业为维护“徐闻菠萝”品牌而产生的法律费用、调查费用，以及因侵权而遭受的直接经济损失。

据了解，广东省湛江市徐闻县是我国菠萝种植大县，种植面积 35 万亩，被誉为“菠萝的海”“中国菠萝之乡”。地理标志产品是特定地域与特定产品的结合，一般采用“地域名称+产品名称”形式命名，如徐闻菠萝、流沙南珠、廉江红橙等。地理标志具有较高品牌效益，对消费者而言是标明产品质量和信誉的标记，能够有效降低选择成本和购买风险；对生产者而言是一种无形资产，可有效提升市场竞争力、增强获利能力。

徐闻菠萝有近百年种植历史，年产量超 70 万吨，从业人员 15 万人，菠萝已成为当地重要的支柱产业。早在 2005 年，产自徐闻的“愚公楼菠萝”已被认定为国家地理标志产品。2019 年 9 月，农业农村部正式批准对“徐闻菠萝”实施农产品地理标志登记保护，进一步提升了该产品品牌知名度和认可度。

在电商平台赋能之下，“徐闻菠萝”地理标志产品迅速成为消费市场的热门商品。因名气越来越大，一些不法商贩开始以假充真、鱼目混珠，销售假冒地理标志商标及产地标志产品，造成市场产品良莠不齐，不但损害地理标志商誉，更损害消费者权益。当地理标志受到不法侵害时，权利人面临维权取证难、成本高、周期长等难题。有了保险作为后盾，有关风险的费用支出就有了保障，企业维权积极性得到提高，发展地理标志特色产业的底气也更足。

业内人士表示，地理标志被侵权损失保险的落地，是贯彻落实乡村振兴战略、服务农业现代化发展、维护农民合法权益的一项重要举措，在保障企业、降低维

权成本的同时，亦向外界传递出地理标志维权的态度和决心，有利于提升地理标志使用效益，更好促进产业健康发展，助力地理标志品牌做大做强，在实现乡村振兴、促进强村富民上发挥更大的作用。

个人养老金保险再扩容 购买产品“最后一公里”待解

第一财经

近日，个人养老金保险产品再次迎来扩容，中国银行保险信息技术管理有限公司（下称“中国银保信”）发布的最新名单显示，个人养老金保险产品已由 20 款增至 25 款。

第一财经记者注意到，个人养老金账户保险产品不断扩容的同时，部分银行渠道上线保险产品数量偏少，通向消费者的“最后一公里”并不畅通。有不少业内人士指出，这与目前机构点对点合作，效率偏低有关。优化消费者体验，继续扩大养老金市场规模还有很长的路要走。

新增 5 款个人养老保险

个人养老金保险产品“货架”扩容加速，个人养老金保险产品已增至 25 款。入围的保险公司也进一步扩容，此次新增五个产品分别来自农银人寿、建信人寿、新华养老，均是首次入围。值得注意的是，本次扩容的产品中，农银人寿《农银人寿金穗兴民养老年金保险（万能型）》、建信人寿《建信悦享延年养老年金保险（万能型）》均是万能险产品，自 1 月工银安盛人寿推出的万能险产品首次入围后，目前个人养老金账户中可购买的万能险产品已有 5 种。

事实上，今年以来个人养老金保险产品也在逐渐丰富。短短 4 个月内，个人养老金保险产品名单从 6 家共 7 款产品，变成 15 家共 25 款产品。从类型上来看，目前的个人养老金保险产品类型较为多样，包括专属商业养老保险、两全保险、年金保险、万能险等。未来个人养老金账户产品扩容的空间还有多大？根据 Choice 数据，目前存量的养老保险产品有 300 余款。有保险相关人士指出，这些存量养老保险产品中还有不少业绩表现优秀的“后备军”，养老金账户的保险“货架”还有望进一步扩容。

购买瓶颈待解

不过，消费者能购买到的保险产品似乎并不多。

不少去年开户的消费者向第一财经记者反馈，目前购买产品时仍存在一定“瓶颈”。

来自广东的黄亚（化名）去年底为抵扣个税，在账户内缴存 12000 元，但近期当她打算打理下这部分资金时，却发现所在银行可购买的产品并不多。以上海市律师协会保险业务研究委员会 保险法讯

其所在银行为例，目前个人养老金账户中仅上线了三款保险类产品。数量少的同时，产品类型也相对单一，均为稳健型商业养老保险。

记者根据黄亚提供的信息，查询了多家银行个人养老金账户专区。相较于名单中 25 家的数量，目前各行个人养老金账户中可购买的保险类产品普遍较少，大多为个位数，且产品主要集中于少数几家实力较强的保险公司。

截至 3 月 20 日，中国银行 App 个人养老金账户中保险产品仅有 5 款，来自国寿、人保寿险、泰康人寿、国民养老四家。招商银行 App 专区中也仅有 4 款养老保险，来自太平人寿、泰康人寿、国民养老三家。建设银行 App 个人养老金专区中，仅对未开户客户展示 2 个保险类产品，其中，国寿某商业养老保险年销量为 0，国民养老某商业养老保险年销量为 207 笔。还有部分大行在内的银行个人养老金专区暂未上线保险产品。

其中，本轮新加入个人养老金账户名单的农银人寿、建信人寿等 5 款保险类产品都还未在各大行货架上“现身”。有银行业内人士指出，大行对接产品一般有较复杂的流程，审核及上线都需要时间，最快也要 1~2 周的审核期。

为何目前保险货架不断扩容，但实际落地产品数量却相对较少？上述业内人士认为主要是银行端动力不足。目前银行都有固定的合作对象和渠道（含自身保险公司），为某一产品单独建立新渠道的时间、精力成本较高，因此银行方倾向于与此前已建立联系的保险公司合作。加之近期购买个人养老金账户类保险产品的消费者整体体量并不大，因此银行端在短时间内没有足够动力引入大量产品。

市场规模扩大倒逼机构优化

除银行端外，消费者从险资自营平台购买产品也相对困难，记者查询了此次最新进入名单的三家保险公司，均未在微信公众号端设置个人养老金产品购买入口。

一些入局更早的保险公司支持的银行数量也参差不齐，部分保险公司的产品仅支持 2~3 家银行。这也意味着，如客户开户行不在支持范畴内，则无法使用个人养老金账户中的资金购买对应产品。

某险资人士指出，目前优化机构间的合作模式是关键。因为处于起步阶段，银行与保险机构在个人养老金产品的对接方案、渠道沟通时间上较长，存

在许多博弈因素。他建议理想状态下，可打造公共平台，可让货架上所有保险产品“同台竞技”，尽可能减少机构点对点沟通所造成的资源浪费。

另一资深业内人士则认为，要解决产品少、购买难的问题，根本上还需继续扩大养老金市场规模。“只有市场消费者足够活跃，缴费、购买人数增多，才有动力倒逼机构优化购买路径，提升服务，进入正循环。”

目前个人养老金账户开户人数已再攀新高。3月初人社部副部长李忠披露，个人养老金启动实施3个月以来，参加人数已经达到2817万人。

但开户火热背后，在实际缴费、购买产品方面，投资者仍然相对谨慎。以北京为例，根据2月底北京银保监公布数据，北京辖区内开立个人养老金账户约190万户，缴存资金超过38亿元人民币，以储蓄存款为主。这也意味着每户平均缴存金额约为2000元，远低于12000元的年缴存上限，考虑到以储蓄存款为主，实际流入账户中保险、理财产品的资金量更少。

博鳌亚洲论坛副理事长、人民银行原行长周小川此前指出：“从社会上的讨论来看，我们新推出的（个人养老金）制度是好的，但激励机制偏弱。”周小川认为，造成这种现象的原因主要有两个。“一是现有个人所得税还存在一定缺陷，有太大比重在不交个人所得税的范畴内；第二是忽略了激励机制。在很多国家的个人账户养老金计划中，个人和企业是混合缴纳的，绝大多数是同一比例，个人缴纳8%，企业或者雇主有8%配合。”

共促保险数字化转型新发展

《中国银行保险报》第 47 期热点对话在京举行

中国银行保险报

3月17日，由《中国银行保险报》主办、华为技术有限公司协办的第47期热点对话在北京举行，会议主题是“提升科技能力 加速数字化转型”。

随着区块链、云计算等大数据技术的日益成熟，保险机构纷纷加大科技投入，不断提升科技能力，促进行业数字化转型发展。保险行业与科学技术的融合不断深入，数据压力、架构更新等问题也随之显现，与会嘉宾围绕如何解决当前行业信息技术条线面临的普遍问题展开深入探讨。

基础设施全面上云

在大数据金融时代，保险行业技术进步和数字化转型成为多方关注的焦点。2022年1月，银保监会发布《关于银行业保险业数字化转型的指导意见》，对于保险行业科技能力建设给出了明确目标，包括加大数据中心基础设施弹性供给、提高科技架构支撑能力、推动科技管理敏捷转型等。

“科技的发展大大降低了金融行业运营成本，金融服务可以和各行各业业务流程完美融合。”华为北京政企金融业务部总经理曹帆表示。面对保险业务庞大且分散的数据来源，将基础设施上云，建立实时数字仓支撑后续数据实时应用是一个有效管理途径。

“包括核心系统，销售端、管理端、客户端等各端应用全面上云，这是从云下到云上技术架构的全面升级。”大家人寿信息技术部总经理赵杰在介绍该公司建设新一代分布式核心业务系统的实践案例时称，新一代核心系统在中台服务层，按业务域沉淀能力，形成可复用服务；在中台支撑层，拆分契约、保全、理赔等组件模块，创建产品工厂，用规则引擎管理业务规则；在数据交换层，建立数据交换平台整合全域数据对外服务，解耦数据应用与核心交易。

华为云 Stack 金融行业资深解决方案架构师刘新华指出，华为云 Stack 在基础设施云化、核心业务上云以及业务创新方面都针对保险行业处于不同阶段

的客户提供了全栈化的完整解决方案，包括整个资源池化，不仅可以支持运营一云多池，还可以支持一云多芯。

“云上有为”

在助力保险机构数字化转型方面，华为利用自身华为云 Stack 的科技优势为保险行业提供全条线的解决方案。

科技创新在产品、渠道、生态和运营 4 个板块对保险机构数字化转型提出了要求，刘新华表示，“而解题的思路，是利用基于新一代先进的云化基础设施、云原生架构，到面向业务的技术中台，以及基于数据的数据智能，解决整个保险行业业务连续性保障问题，即风险防范。”

“面对未来保险行业多云、多池以及业务持续上云，核心的云化、云平台都是必不可少的关键环节。华为云 Stack 通过一个架构领先的平台以及集合数据智慧的中台、业内主流生态，为保险金融提供整体的云实现框架。”刘新华介绍，华为云 Stack 是支撑保险数字化转型的基座，从平台能力来讲，分为基础硬件、平台软件、平台上各类高阶云服务为面向不同层面的客户业务提供解决方案。

在保障云数据安全的存储领域，华为也做出了创新。

“数据是否可靠、稳定是云底座中最为关键的问题。”华为政企中国区金融数据存储解决方案总监李毕生指出，金融行业对于数据的容灾要求更高，目前的容灾方案一个是两地三中心，另一个是跨数据中心的存储双活。

“华为已经做到了一体化双活，不需要网关，节省了整个组网成本和时延，但能确保不会有数据丢失。”李毕生介绍。

数字赋能解决之道

在数字化转型过程中，很多保险行业特有的痛点也得到解决。除了数据压力，近年来，多元化保险需求的兴起使得保险机构传统的 IT 架构迎来了新挑战。

“我们将中台服务分为客户域、产品域、保单域、渠道域及基础域，按领域为前端提供服务。目前，整个 IT 架构自上而下分别为业务前端、中台服务、中台支撑与数据平台。”赵杰表示。

在保险业务扩大和业务量持续增长的同时，中小保险机构也在面临员工成

上海市律师协会保险业务研究委员会 保险法讯

本的增加，如何在满足客户需求的前提下减轻运营成本？在数字化转型背景下，国联人寿给出了利用“数字员工”进行客户经营的解决方案。

“‘数字员工’是一个超自动化的管理平台，以很小的传统人力成本协助保险从业人员提升服务能力。”国联人寿开发运营处处长葛成介绍。“数字员工”一方面是能够追踪维护客户，另一方面能够赋能代理人，完成个险渠道代理人添加处理。此外，基于“数字员工”还能开展客群经营、自动化营销、数据统计等。

中国信通院云大所金融科技部副主任冯橙表示，未来金融业数字化转型能力评估是一项重点研究工作，将结合银行、证券、保险等金融业不同细分领域的场景特征，从业务、技术、组织等多个维度着手，建立金融业数字化转型能力评估体系，为行业数字化转型工作提供实践指引和评估依据。

延续阶段性降低失业保险、工伤保险费率如何落实？人社部回应

第一财经

3月31日，国务院新闻办公室举行国务院政策例行吹风会。会上，第一财经记者提问，此次出台的延续和优化实施部分税费优惠政策中，延续阶段性降低失业保险、工伤保险费率是一项重要内容。请问如何落地这项政策，以确保市场主体普遍受益？

对此，人力资源和社会保障部失业保险司司长桂桢介绍，降费率政策是优化完善税费政策的重要组成部分，有利于减轻企业负担、增强企业活力、促进就业稳定。3月24日，国务院常务会议决定将降低失业和工伤保险费率政策延续实施至2024年底。落实国务院要求，人力资源社会保障部会同财政部、税务总局制定了《关于阶段性降低失业保险、工伤保险费率有关问题的通知》，已于3月29日印发实施。

桂桢称，关于如何落实降费率政策，主要是从三个方面来确保落实：

一是在政策制定中保持降费率的连续性，稳定社会预期。自2015年起，失业保险费率“三降五延”，总费率由3%降至1%；2018年起工伤保险开始降费，费率按照可支付月数的情况降低一定比例。此次，两个险种均延续实施，并且由原来的延续12个月延长为延续20个月。

二是在经办执行中，保障市场主体普遍收益。各地通过内嵌征缴比例到信息系统，基本上实现降费率“直兑直达”，企业无需申请，零成本享受政策。此次延续实施降费率预计年均减负约1800亿元，不分企业性质、不分行业，包括中小微企业、个体工商户在内的各类市场主体将普遍受益。通过减收失业、工伤保险费，助力企业降低用工成本，积极支持企业纾困发展。

三是在政策实施中，确保职工权益不受影响。目前失业和工伤保险基金尚有一定结余，具有相应的支撑能力。本次通知也明确要求各地要加强失业、工伤保险基金运行分析，平衡好降费率与保发放之间的关系，既要落实降费率政策，也要确保失业人员、工伤人员待遇，按时足额发放。我们将加强跟踪问效，持续关注政策实施效果，既确保企业、劳动者都受益，也保障制度运行平稳安全可持续。

近期互动

桂桢表示，在落实好政策的同时，我们还将维护好基金安全，严厉打击欺诈骗保等违法违规行为，切实守护好老百姓的每一分“保命钱”。

银保监会：引导人身保险业为积极应对人口老龄化国家战略贡献力量

中国银保监会

3月31日，为推动保险行业发挥专业能力，丰富保险产品供给，加快发展商业长期护理保险，满足人民群众特别是失能老年人的长期护理保障需求，中国银保监会近日印发《关于开展人寿保险与长期护理保险责任转换业务试点的通知》（以下简称《通知》），决定自2023年5月1日起开展人寿保险与长期护理保险责任转换业务（以下简称转换业务）试点，试点期限暂定两年。

转换业务是指人身保险公司根据投保人自愿提出的申请，将处于有效状态的人寿保险保单中的身故或满期给付等责任，通过科学合理的责任转换方法转换为护理给付责任，支持被保险人在因特定疾病或意外伤残等原因进入护理状态时提前获得保险金给付。从国际经验看，利用人寿保险的存量准备金开展转换业务，不仅可以满足人民群众差异化个性化的长期护理保障需求，也是在短时间内增加商业长期护理保险供给的有效路径，创新了保险服务的内容和形式，有助于增强人民群众对长期护理保险的理解和认识。

银保监会组织行业力量对转换业务的可行性进行了充分论证，研究明确了责任转换方法、适用产品范围、护理状态判定条件、业务操作流程等方面一系列要求，并体现在《通知》中。具体来看：

一是根据被保险人是否进入护理状态，分别设计了保单贴现法和精算等价法，满足多样化的护理保障需求。

二是选择个人普通型人寿保险开展试点，投保人和被保险人易于理解，护理给付金额方便计算。

三是将特定疾病和意外伤残作为护理状态基本判定条件，既考虑到行业有统一的标准，又能有效覆盖失能人群，易于操作。同时鼓励人身保险公司结合自身的风险控制能力，对上述基础判定条件进行扩展。

四是鼓励人身保险公司在开发普通型人寿保险新产品时，在保险条款中增加使用保单贴现法进行责任转换的内容，提高长期护理保障供给能力。

经营个人普通型人寿保险的人身保险公司，按《通知》要求设计试点方案，在向银保监会报送试点方案，并完成相关产品备案后即可参与试点。同时，《通知》也明确要求参与试点的人身保险公司应当建立转换业务运营体系及内部管理机制，加强业务培训和合规性考核，做好数据积累分析、信息披露和试点进展报告。

下一步，银保监会将密切跟踪试点开展情况，规范业务经营，加强监督管理，切实维护保险消费者合法权益。同时，及时总结试点经验，健全监管制度，研究扩大转换业务适用的产品范围，推动转换业务稳健发展，引导人身保险业为积极应对人口老龄化国家战略贡献行业力量。

银保监会开展保险互联网营销宣传自查整改 4 月起排查十类违规行为

中国银行保险网

近日，银保监会下发《关于开展保险机构销售人员互联网营销宣传合规性自查整改工作的通知》（以下简称《通知》），决定自 2023 年 4 月 3 日起部署开展为期 3 个月的保险机构销售人员互联网营销宣传合规性自查整改工作。

从机构到销售人员都要自查整改

此次自查整改工作涉及范围广泛，从保险机构到销售人员全部覆盖。其中，保险机构包括保险公司、保险专业代理机构、保险经纪机构，以法人机构为责任主体，部署各级分支机构全面梳理检视销售人员互联网营销宣传合规性。销售人员包括保险公司从事保险销售的所有人员（即个人保险代理人，从事保险销售的员工、劳务派遣人员、非全日制用工人员）、保险专业代理机构的代理从业人员、保险经纪机构的经纪从业人员。

自查内容方面也涉及互联网营销的各个环节。《通知》要求，自查各级机构建立及落实相关管理制度和管理责任情况，包括是否建立销售人员互联网营销宣传的资质、培训、内容审核和行为管理制度；是否建立销售人员互联网营销宣传合规性承诺制度机制；是否要求销售人员备案有关自媒体账号和营销宣传内容等情况；是否做好对销售人员自媒体账号的检测管理，等等。

相关业内人士表示，《互联网保险业务监管办法》明确规定，互联网保险必须持牌经营。此次自查整改工作强调保险机构及销售人员互联网营销宣传的合规性，整治“无照经营”及其引发的销售误导，进一步规范互联网保险市场发展。

排查销售人员十类违规行为

与此同时，《通知》要求排查销售人员通过自媒体发布信息的十类违规行为。

具体来看，一是发布未经机构统一制作的产品介绍、销售政策和营销活动等信息；二是发布未经公司审批或授权的公司形象、保险服务、宣传理念等内容；三是违规承诺收益或承诺承担损失，或承诺给予客户保险合同约定以外的保险费回扣或其他利益；四是进行不实陈述或误导性描述、片面宣传或夸大宣传的内容；五是发布内容中使用易与银行理财、基金、债券等金融产品相混淆的描述；六是

上海市律师协会保险业务研究委员会 保险法讯

片面比较保险产品价格和简单排名的内容；七是误导性解读监管政策的内容，或使用、变相使用监管部门及其工作人员的名义或形象进行商业宣传的内容；八是未经公司允许发布增员广告；九是擅自组织、安排或委托他人通过转发信息、咨询、答疑等形式开展互联网营销宣传；十是在微信群或其他互联网平台的聊天群中发送违规信息。

近年来，互联网成为保险产品、保险服务商业宣传推广的重要渠道。但部分保险机构对销售人员互联网营销宣传管控不力，误导性宣传时有发生。

上述业内人士认为，销售误导一直是保险业的顽疾之一，也是消费者投诉的热点问题之一，在互联网渠道则更具误导性。《通知》从压实保险机构主体责任的角度规范销售人员的互联网营销宣传内容，有利于防止销售误导，规范市场秩序，保护消费者合法权益。

需要注意的是，上述自媒体平台包括但不限于微信朋友圈、微信公众号、微信视频号、抖音视频、快手视频、微博帖子、小红书笔记、今日头条帖子等。

针对问题彻底整改

《通知》要求，针对自查发现的问题进行彻底整改。一是即查即纠，保险机构对自查发现的不规范宣传行为，立即制止纠正；二是落实责任追究，对造成严重后果、危害消费者合法利益的，依法依规依章开展处分处罚，追究相关人员责任；三是完善制度机制，针对自查中发现的带有普遍性、倾向性的问题，举一反三、建立约束制度和管理机制，加强合规培训和定期检查监督。前两项工作应在6月15日前完成，后一项工作应抓紧立项推进。此外，《通知》还要求，全面总结自查整改情况，形成专项报告，于2023年6月30日前报送监管部门。

银保监会表示，保险机构要以本次自查为契机，建立审核机制，落实金融消费者权益保护有关要求。要致力完善销售人员管理制度，加强销售人员互联网营销宣传合规性培训，建立健全销售人员互联网营销宣传日常监测机制。