

支持科技创新 金融业要挑起大梁

朱宝琛

日前,中国人民银行、科技部、国家金融监督管理总局、中国证监会联合召开科技金融工作交流推进会,提出把更多金融资源用于促进科技创新。

党的十八大以来,我国科技事业取得了跨越式发展。中国科学技术发展战略研究院最新发布的《国家创新指数报告2022-2023》显示,中国创新能力综合排名上升至第十位,向创新型国家前列进一步迈进。

科技创新是引领现代化建设的重大动力,它就像撬动新事物的杠杆,总能迸发出令人意想不到的强大力量。笔者认为,支持科技创新,金融业要挑起大梁,为科技创新及其产业化提供全方位、多元化、可持续的金融服务。

首先,银行业金融机构要不断升级金融服务模式,为科技创新提供与之相匹配的产品和服务。

近年来,高端制造业贷款、专精特新企业

今后,资本市场要继续加大对科技企业的支持力度,促进科技、产业、金融的良性循环。除了不同板块继续发力外,私募基金也要赋能科技企业,发挥好初创科技型、高新技术企业、专精特新企业重要“孵化器”和“助推器”功能;要继续优化科创企业的债券融资机制,进一步推动扩大发债规模,丰富科创类债券产品、优化发债融资环境

贷款、科技型中小企业贷款等持续保持较高增速,信贷融资便利性不断提升。今后,银行业金融机构要继续把脉科创企业“高风险、高成长、轻资产”的特征与传统金融服务不匹配的问题症结,在依法合规的前提下,推出更多符合科创企业的产品和服务,集聚资源投向关键创新领域,为科创企业做大做强保驾护航。

其次,要继续释放多层次资本市场的催化效用,为科创企业直接融资提供更多便利。

近年来,科创企业直接融资渠道更为通畅,多层次资本市场体系为不同行业、不同类型、不同成长阶段的企业提供了经营发展所需要的资金。特别是随着注册制改革的推出,科创板、创

业板、北交所错位发展,有力支持了科创企业的发展。

今后,资本市场要继续加大对科技企业的支持力度,促进科技、产业、金融的良性循环。除了不同板块继续发力外,私募基金也要赋能科技企业,发挥好初创科技型、高新技术企业、专精特新企业重要“孵化器”和“助推器”功能;要继续优化科创企业的债券融资机制,进一步推动扩大发债规模,丰富科创类债券产品、优化发债融资环境。

第三,保险机构要不断创新产品服务,为科创活动发挥风险分担、补偿和管理的独特作用。

不少科创企业在经营初期往往面临着研发周期长、投入大、风险高的情况。这就需要发挥

保险的作用,让科创企业和科研人员吃下“定心丸”。比如,保险机构可以为科创企业量身定制保险产品,为企业创新添底气增动力;也可以对科创企业给予一定程度的保费补贴,增强其投保意愿,护航科创企业全生命周期。

金融业支持科技创新还体现在很多方面,比如创业投资、融资担保等都可以发挥作用。由此,通过全方位、多层次的科技金融服务体系,不断提高金融支持科技创新的能力、强度和水平,推动“科技-产业-金融”的良性循环。



深语连珠

「打飞的」赴港买保险为啥又火了

苏向泉

内地访客赴港购买保险的热情再次升温,引发市场关注。

香港保监局公布的临时统计数据,今年上半年,内地访客赴港投保保费319亿港元,同比大增5806%。三季度内地访客赴港购险热情不减,友邦保险集团首席执行官兼总裁李源祥在公司三季度报告中表示,内地访客的销售持续增长,占友邦香港业务第三季度新业务价值的一半,跟上半年的水平相当。此外,保诚保险在三季报中表示,内地客户对于储蓄产品依然青睐有加。

在笔者看来,内地访客赴港购险热情的升温,短期来看,离不开两大因素的推动,一是跨境人流恢复正常,释放了压抑多时的需求,二是部分香港险企加大了促销力度,如对保费打折、降低核保要求等。

长期来看,相较于内地保险产品,香港保险市场部分保险产品具有IRR回报率(内部收益率)高、保费低、保障高、医疗保障全面等特点,才是吸引内地访客赴港购险的根本原因。

此前,一些险企人士曾将内地访客热衷于赴港购险的原因简单归结为内地访客对香港保险的风险不了解或不完全了解,并认为部分投资者跟风投保。但实际上,近年来随着内地访客赴港投保保费的持

续增长,监管部门对赴港购买保险的风险提示一直没有缺位,事实上产品吸引力才是内地访客投保的最重要原因。

在笔者看来,香港保险市场上一些吸引内地访客的优秀产品,依然值得内地险企去研究、借鉴。

首先,产品投资策略对内地险企有参考价值。一方面,香港市场部分保险产品加大了权益资产配置比例,IRR回报率更高;另一方面,香港市场部分保险产品资产配置范围更广,可以在全球配置资产,有效降低“资产荒”带来的配置困境。当下,不少内地险企将大量资产配置在收益率有下行风险的债券、银行存款等固收类资产上,未来,险企在加大权益资产配置比例、拓展更多高收益资产方面依然有优化空间。

其次,产品设计对内地险企有借鉴意义。香港市场部分保险产品设置更为灵活,更具性价比。比如,多家香港头部保险公司的终身寿险产品大多支持多种货币转换、双货币账户、红利锁定以及转换受益人、保单继承、保单分拆等功能,更为灵活的设计大幅提升了产品吸引力。内地险企可以加大产品创新力度,推出更多设计灵活、满足长尾市场需求的产品。

此外,多类附加服务对内地保险市场也有参考价值。一些香港险企针对“飞的”赴港投保的内地客户,会有代理人接机、帮忙安排行程,并赠送米其林餐厅晚餐等服务,这些服务可以促进保单。目前,内地一些险企的保险产品已经开始尝试提供医院绿色通道等服务,未来,扩大附加服务的广度和深度仍有必要。

当然,内地险企推出的保险产品,也有值得香港险企借鉴、学习的,两个市场相互促进,更有利于共同推动我国保险业的发展。

向果观察

中外车企“新老势力”合作共研拥抱竞合

龚梦泽

车市內卷之下,也激发了新一轮抱团合作。继大众集团入股小鹏汽车,Stellantis集团收购零跑汽车股份后,在整车合作之外,汽车充电桩基础设施和智能平台领域也频传“联姻”佳音。

近日引发广泛讨论的两则合作案例,一则是蔚来汽车与长安汽车入股换电体系。蔚来之所以坚持布局换电,就是在赌一个未来。在蔚来创始人李斌看来,换电网络相当于能源互联网的云服务基础设施,由于其投资规模大、周期长,初期没人相信能做成;但当发展到一定阶段时,投资和运营门槛就将演化成独占优势,护城河深不见底。

困境在于,以蔚来目前的体量,靠自己实现盈亏平衡还很难。于是,拉其他车企“入股”快速上量,成为提高换电营收的不二之选。毕竟只有扩大规模、提升优势,才能反哺销量,形成正向循环。

另一则案例是华为拟与长安汽车合作设立新公司,打造全新智能化开放平台。在笔者看来,新公司未来的发展愿景至少比肩博世,甚至有可能成为我国汽车行业真正意义上的超级孵化器。回看博世的发家史,其背后站着戴姆勒、宝马、福特、通用和丰田等汽车集团,他们几乎制定了燃油车时代的利益分配原则。

通用和丰田等汽车集团,他们几乎制定了燃油车时代的利益分配原则。

进入新能源时代,车的定义正从以发动机为核心的交通工具,向以智能驾驶为核心的载人智能终端发展,变成互联网世界中交通工具的延伸。凭借几十年的信息通信技术经验,华为决定建立汽车智能系统及部件解决方案的公司,表明其正在尝试构建新的游戏规则,即新能源时代的利益分配规则。

笔者认为,没有一个企业能同时具备智能化、网联化及电动化方面的核心领先能力,在竞争中合作,在合作中竞争将成为新的行业主桌。单打独斗的时代已经过去,车企应通过合作加速创新,拥抱竞合。

首先,合作有助于车企发挥长板优势和协同效应。通过合作,车企可以共享各自的技术、研发能力、产能等资源,实现资源的共享和优势互补。合作还可以让双方进入新的市场,实现新的需求匹配,从而开拓更广阔的发展空间。同时,车企也需要注意解决合作中的问题和风险,包括技术和

管理上的差异。行业政策的支持和市场环境的变化也会对车企合作产生一定的影响,需要及时调整和应对。

其次,合作有助于获得资本青睐。近两年来,新能源汽车领域的投资、估值等去泡沫化明显,汽车行业可投资标的和项目趋冷,且不再围绕于整车企业,而是愈发青睐产品实力强劲、技术水平领先的优质标的,尤其是具有集团优势的车企生态联盟,资本非常愿意牵头参与产业整合中来。

最后,合作有助于推动汽车产业整体提升。中外车企和新老势力禀赋各异,只有开放合作、深度融合,充分发挥长板效应,才能打造出满足用户需求的优质产品,持续提升中国智能网联新能源汽车的全球竞争力。与此同时,也会为其他汽车企业产生示范效应,推动整个产业在智能化领域的创新与发展。

梦析笔谈

本版主编陈炜 责编白杨 美编崔建岐 制作刘雄 E-mail:zmzx@zqrb.net 电话 010-83251785

“保险+医养”大协同加速 太平人寿医养生态圈持续提升保险服务价值

在经济发展与人口结构变迁的时代特点下,消费者对于保险的需求发生了深刻变化——从单一的经济补偿产品,逐渐向融合服务和风险保障的综合解决方案转变。作为金融央企中国太平保险集团旗下寿险子公司,太平人寿坚持以高质量保险产品及服务供给,服务消费者对美好生活的深度需求,并通过持续完善医养生态圈建设,围绕客户全生命周期提供“保障计划、医养服务、子女教育、资产规划”等一站式金融服务,不断提升保险服务的价值。

保险与医养服务深度融合

持续加速“保险+医养”协同,推进保险与医养服务的深度融合,与中国太平明确的发展规划密不可分。

拓展保险产业链条、完善医养生态圈建设是中国太平集团的重要战略之一。中国太平保险集团在2021-2025的发展规划中曾明确提出,要打造“保险+”现代客户服务生态圈。

具体而言,在“保险+大养老”方面,中国太平在形态上采用“重中轻”相结合,布局上“东西南北中”广覆盖,功能上“医养、康养、旅居”差异化、初步形成“乐享家”“乐享游”“乐享居”三大养老业务,以满足客户多样化、差异化、品质化的综合服务需求。

而在“保险+大健康”方面,中国太平坚持自建、参股与合作相结合,通过布局“医、药、

康、养”全产业链,搭建线上线下融合、境内境外融通、覆盖客户全生命周期的健康管理服务网络。

依托境内外保险专业优势,中国太平链接优质医养产业资源,发起中国太平医养生态圈联盟,截至2023年上半年,联盟成员单位达26家,涵盖医疗健康、养老机构、投资三大产业,储备了多元化服务资源。

太平人寿医养布局两大品牌

在中国太平发展总规划的指引下,太平人寿作为其核心业务板块,将“保险+大健康”“保险+大养老”服务体系作为发展重点。

太平人寿表示,公司着力为客户提供以保险服务为核心的多元化、专业化、精细化医疗、健康、养老综合解决方案,打造涵盖大养老与大健康的“保险+”现代客户服务生态圈,让客户“享老有社区、照护有资源、服务有平台、支付有保障”,“一站式”满足客户需求,同时也为一线团队打造强有力的服务平台,推动公司建立核心竞争力。

目前,太平人寿在医养布局方面主要推出了两大品牌,即“乐享养老”和“乐享健康”。

具体而言,“乐享养老”专注“保险+大养老”,侧重于品牌化运作和体系建设,初步形成“乐享家”“乐享游”“乐享居”三大品牌服务业务。

进一步拆解,“乐享家”拓展优质养老社

区项目,为客户提供高品质改善型养老服务,打造高标准体验服务场景。主要涵盖以“梧桐人家”为代表的高品质养老社区入住。

“乐享游”则延展养老产业链,将打造旅居养老新体验,挖掘城市特色资源,聚集全国特色城市康养旅居项目,为太平人寿各地客户提供养老旅居服务、候鸟旅居度假服务。以服务活力老人为主。

“乐享居”打造个性化养老服务,探索建立城市下沉式养老服务网络,为客户提供针对性居家养老服务。

“整个养老三大运营模式,采取统筹规划、集约运营的方式,分为重资产、中资产和轻资产,截至2023年上半年,全国布局养老社区近40家。”太平人寿表示。

不同资产体量的养老社区有何区别?太平人寿介绍称,其中,重资产即自建社区,由中国太平100%持有;中资产主要通过单独出资持有、控股、参股等投资方式,加快重点城市的城市型养老社区布局,不断满足不同层次养老客户的多元化需求;轻资产即寻找第三方合作社区,更高效、广泛地为太平客户提供统一、优质、可控的康养服务。

太平人寿布局的第二大医养品牌为“乐享健康”,“乐享健康”以“重疾一体化”和“跨境医疗服务方案”两大服务体系为核心。

目前,太平人寿健康管理运营项目已达20个,包括体检的线上咨询、健康档案管理、疾病筛查、癌症基因检测;诊中的视频医生、电话医生、图文问诊、专家门诊预约、住院

安排、手术安排,专业陪诊,多学科会诊、海外二诊、海外就医咨询;诊后的送药到家、全球找药、康复指导、心理测评与咨询、营养指导等服务。

太平人寿跨境医疗服务也日趋成熟。目前,太平跨境医疗服务平台已正式上线,该平台涵盖“跨境消费医疗、国际重症诊疗、大湾区特色药品器械服务”三大服务类别,依托中国太平自身国际化金融央企优势,整合国际优质医疗资源,与大湾区等医疗先行区的政策优势对接落地,不断提升客户对国际优质医疗服务的触达。目前跨境医疗服务主要集中在日本、新加坡、英国、美国一系列的医疗健康管理服务。

除布局养老社区外,太平人寿还加强养老服务体系标准建设。2021年,太平人寿联合清华大学的五道口金融学院,制定了《保险行业养老服务体系建设标准》,其中包括区域选择、配套资源、硬件设施、软件服务一系列标准,这也是太平人寿衡量合作社区是否符合轻资产社区的检验标准。

此外,太平人寿全面推广“四个一”养老服务标准,社区需针对太平客户建立一支专职服务团队、一套标准服务规范、一份特色服务清单、一个专属服务区域,从而提升社区整体服务能力,满足客户多元化服务需求。

医养生态圈持续赋能主业

随着太平人寿上述两大品牌的建立,医

康生态圈建设持续发挥对保险主业的赋能功效,不断丰富着保险服务的价值。

医养圈能对保险主业持续赋能源于当下消费者对保险需求的扩展。在业内人士看来,在经济发展与人口结构变迁的时代特点下,消费者对于保险的需求发生了深刻的变化,从单一的经济补偿产品,逐渐向融合服务和风险保障的综合解决方案不断转变。所以选择保险产品,更多的是选择产品背后的企业。随着消费者需求的不断升级,服务好客户已不是某个代理人个体能解决的问题,专业程度高、系统性强的服务平台建设,成为中大型保险公司构建核心竞争力、形成市场竞争壁垒的重要要素之一,是保险公司为客户提供综合性服务的重要支撑。

以太平人寿目前推出的“太平国强一号增额终身寿险”为例,投保该产品的客户不仅能获得产品自身提供的保障利益,比如有效保额以3%的年复利逐年增长、保障额度及现金价值随持有时间的累积而持续增长等,还有机会依托太平人寿的医养生态圈建设,获得涵盖健康管理、养老服务、资产规划等一站式金融服务,更进一步提升了消费者获得的保险服务价值。

随着保险更广泛、深入地服务国计民生,太平人寿将坚持产品多元化供给和客户差异化经营,深化医养生态圈建设,打造客户服务权益体系特色和优势,加快推动产品和服务供给升级。

(CIS)