

银保监会通报治理现场评估结果

保险机构公司治理存七大问题

银保监会近日通报了保险法人机构公司治理现场评估结果,接受现场评估的有50家中资保险法人机构,银保监会用“不合规、不规范、不严格、不达标、不完善、不充分、不客观”指出保险法人机构在公司治理方面存在七类主要问题。

青年报记者 吴缙超

■ 关注

上海二手车交易
去年稳中有升

本报讯 记者 吴缙超 上海市二手车行业协会透露,去年全年沪市二手车市场累计交易量486110辆,同比增长5.22%;累计交易总额503.57亿元,同比增长10.22%,单车成交均价10.36万元,同比上涨4.75%。

分析去年上海二手车交易特点,表现为总体呈现相对平稳的微增长态势,其中9月份起在汽车销量整体下滑的大环境下,本市二手车交易也出现一定幅度的下降,不过全年交易运行相对平稳,稳中有增。其次,二手车转出市外交易量大幅上升,单月同比基本出现两位数增长势头,外迁至山东、安徽、浙江、河南、江苏5省的二手车均在万辆以上。

从成交的二手车按权属性质看,私车338217辆,占交易总量的69.58%,单位车辆147893辆,占交易总量的30.42%;按产地,国产车423593辆,占比87.14%,进口车62517辆,占比12.86%。按使用性质,非营运车辆429820辆,占比88.42%,营运车辆51697辆,占比10.63%,特种车辆4593辆,占比0.95%。

值得一提的是,通过上海二手车交易中心的抽样调查,全年本市十大畅销二手车型依次为:帕萨特、明锐、朗逸、大众POLO、别克GL8、途安、英朗、凯越、奥迪A6、君越。

部分银行2019
春招提前开启

本报讯 记者 孙琪 秋招结束了还是没能进入心仪的金融机构怎么办?学子们可以关注下金融机构的春招。将按照往年的经验,银行春招多数都是在每年的2月-3月份开始,但青年报记者日前发现,今年部分城商行1月已发布春招公告。

记者日前在宁波银行官网看到,该行1月初启动了2019春季校园招聘,其中上海分行培训生招聘人数多达60人、科技部定向生2人,网申时间从2019年1月1月4日到4月30日,招聘基本条件是国内外高校应届毕业生。

无独有偶,江苏银行日前也在官网发布了2019届春季校园招聘公告,该行明确上海分行计划招聘15人;报名时间是1月14日-3月17日。毕业时间要求是在全国高等院校2019年毕业的全日制本科及以上学历大学生。

记者证注销声明

本报员工离开采编岗位,现声明注销其记者证。记者证号为:

谢彦宁:831000655000157

胥柳曼:831000655000169

特此声明。 广告

公司治理存在七类问题

去年银保监会抽取50家保险法人机构开展公司治理现场评估,其中保险集团公司1家,财产险及再保险公司28家,人身险公司20家,保险资产管理公司1家。评估结果发现保险机构在公司治理存在七类主要问题。

一是股东股权行为不合规。主要表现为股东股权关系复杂;股权代持、隐形股东等问题仍然存在;股东争夺控制权、不当行使股东权利;股权质押、冻结比例过高;股权管理不规范等。

二是“三会一层”运作不规范,股东(大)会、董事会、监事会会议管理不到位,会议通知迟滞,委托授权手续不齐,档案管理不合规;董事履职不积极,董事会专业委员会未能充分发挥作用;独立董事制度执行不力,独立董事独立性不够;监事会未充分履职,会议召开频次不足,极少提出实质性不同意见;没有建立明确的董事、监事和高管人员问责机制;关键岗位长期空缺,高管人员兼职过多等。

三是关联交易管理不严格,有公司的关联交易制度“有

名无实”,只有规定并未落实;未按照“实质重于形式”原则,对关联方和关联交易进行准确识别与及时更新;关联交易结构不合规,导致保险公司利益受损;资金运用类关联交易风控不足,未按照“层层穿透”原则对底层基础资产进行严格审核;未严格按照要求对关联交易进行报告和披露。

四是内部审计不达标。主要表现为内部审计力量配备严重不足,内审人员资质要求不达标;未按要求建立内部审计信息系统;内审工作不独立,对内审人员考核评价不符合监管要求;内部审计质量控制和评估不到位等。

五是薪酬管理制度不完善。一些保险公司对已建立的薪酬管理制度执行不力;董事尽职考核评价制度不明确,重视短期指标,忽视长期指标;绩效薪酬延期支付制度缺失;绩效薪酬与基本薪酬结构不合理等。

六是信息披露不充分。已有的信息披露内部管理制度执行不到位;信息披露内容不符合要求;信息披露不及时;信息披露载体不合规等。

七是自我评价不客观。50家机构中,自评分与监管评分

相差比例在25%以上的有13家。都邦产险因未按要求报送公司治理报告及自评表,自评分为零分。

低于平均分的有23家

据了解,保险机构公司治理评价综合得分由机构自评分和监管评分加权得出,机构自评分权重为40%,监管评分权重为60%。机构自评分由各保险机构对本机构公司治理的职责边界、胜任能力、运行控制、考核激励、监督问责五个方面进行自我评价。监管评分指标分为“三会一层”运作、内部管控机制、集团公司及股东股权治理四大类别,从公司治理架构、公司治理制度建设、公司治理机制运作等方面,全面评估公司治理的完备性和有效性。

青年报记者发现,根据现场评估统计,50家机构平均得分80.49,低于平均分的有23家。具体来看,其中燕赵财险、长安产险、众惠相互、久隆产险、永安产险、安心财产、紫金产险、浙商财产、长江财产、华安产险、中远海运自保、都邦产险12家财险公司低于平均分,都邦产险因未按要求报送公司治理报告及自评表,自评分为零分。前海人

寿、弘康人寿、昆仑健康、渤海人寿、新华养老、百年人寿、君康人寿、吉祥人寿、信泰人寿、上海人寿、华贵人寿11家人身险公司低于平均分。

接下来,银保监会将督促参评机构抓紧对本次评估发现的公司治理问题进行整改。对重点关注类和不合格类机构,视情况采取监管谈话、印发监管意见、责令撤换公司董事会秘书、一年内停止批准分支机构设立等监管措施。“一对一”反馈公司治理评估结果、评估发现问题及相关风险隐患,并要求参评机构限期完成整改。并根据此次公司治理监管评分,银保监会将对各机构二代下风险综合评级公司治理风险项目进行分值调整。同时,将公司治理评估结果作为分支机构批设、高管任免等行政审批事项的重要参考。

银保监会还表示,各保险机构应高度重视此次公司治理评估发现的问题,在接到监管部门关于公司治理评估的意见后,按照要求抓紧完成整改,并将整改结果书面报至银保监会。银保监会将在2019年的公司治理评估中重点评估各机构的整改情况。

“红包大战”硝烟再起!

看支付机构如何打响新年这一仗

临近春节,支付机构的“红包大战”硝烟再起。支付宝25日将启动“集五福”活动,而3天后百度总额高达10亿元的红包活动也将拉开帷幕。红包玩法愈发五花八门,金额屡创新高,但万变不离其宗,各家机构眼中盯的是移动支付市场的客户和流量。

2014年春节微信红包首次亮相,随即引领了“红包”风潮,支付宝红包、微博红包纷至沓来。如今,“抢红包”已成为佳节必备。随着人们新的支付习惯日渐养成,移动支付市场也迎来了蓬勃发展。央行数据显示,2018年三季度,移动支付业务金额达65.48万亿元,同比增长32.91%。

既然是“红包大战”,支付机构少不了在“红包”的金额上比拼一番。今年百度不仅独家牵手了2019年央视春晚,更将以多种形式发放10亿元现金红包,刷新了近几年春晚红包总额,出手“阔绰”得令其他支付机构不敢轻敌。

百度下如此大力气推广红包活动,背后则是旗下“度小满钱包”的登台亮相。去年4月

“百度金融”从百度拆分,形成独立品牌“度小满金融”,“百度钱包”也变成了“度小满钱包”。在支付宝和微信支付长期占据市场绝对份额的背景下,度小满要想多分一杯羹着实需要花些力气。

北京大学新金融和创业投资研究中心研究员陈文表示,个人账户是所有金融业务的起点,春晚红包对完善个人账户的带动作用已经在往年红包大战中得到市场验证。2019年的春晚红包有利于度小满金融加速构建个人用户账户体系,在消费金融和资管业务等领域形成闭环生态圈。

面对这些“大红包”,不少用户早已摩拳擦掌,毕竟能够参与上亿元大项目的机会并不多。但相比令人咋舌的“红包”总额,更多用户关心的是能真正落到口袋里的数目。

这方面,银联推出的活动就明确多了。用户只需扫一扫身边的“银联”或“云闪付”标识,就有可能获得2019元的大红包。除此之外,签到、推荐、转账也有可能获得红包,且金额不等。

此前银联在移动支付较支付宝失了先手,近几年埋头追赶,在众多银行的联手支持下“云闪付”势头强劲。发布不到1年,“云闪付”应用的累计注册用户数就突破了1亿,现已达到1.2亿。

银联希望借助“红包大战”在支付市场再下一城,尚在情理之中;但作为社交平台,新浪微博却也在“红包大战”中忙得不亦乐乎。除了百万现金外,新浪微博的“锦鲤红包”还塞进了品牌包、口红、机票等礼品。新浪微博如此尽力一搏,醉翁之意并非支付市场,而是冲着客户和流量。

在花样繁多、奖品诱人的“红包大战”中,今年支付宝延续了往年“集五福”活动。尽管红包金额未拔得头筹,但在奖励中增加了欧洲足球观赛之旅、全年帮还花呗等好运彩蛋,并大打“感情牌”。

从2016年春节亮相以来,据说有近1亿人连续三年参与“集五福”活动。支付宝敏锐地发现,当初为寻找一张“敬业福”苦守一夜的人们,如今已将交换福卡视为过年互动

交流的新方式。因此,去年开始,支付宝对集五福的定位向“年俗”靠拢,为用户增添过年的仪式感。

支付宝五福产品经理陈冠华介绍,去年春节,参与五福的中老年人群体数量达到7000万。而在海外2000多座城市里,春节在异乡的中国人也不忘寻找“福”字、与国内的亲友交换福卡。

在“红包大战”的硝烟中,微信支付却显得十分淡定。自2017年宣布不再有微信红包营销活动,微信的确不在春节期间烧钱抢客户了,今年只是推出微信红包的封面定制服务。可能是如今的市场份额和客户粘性,让微信拥有这样的自信。正如腾讯集团微信事业群总裁张小龙所言:微信红包的历史使命已经完成。

业内人士表示,一味地烧钱补贴不可持续,支付机构获客难度正进一步增大。支付机构应把未来的业务重点放到创新产品服务、优化产品体验上来,以便提升存量客户的活跃度,增强客户粘性。

据新华社电