

中国保险交易中心在渝筹建 已开始遴选股东



■ 闫沁波 报道

重庆建设中国保险交易中心的步伐正在提速。

12月10日，接近重庆市金融办的人士透露，就在两天前的12月8日，重庆市相关领导赴中国保监会沟通在重庆建设中国保险交易中心事宜，保监会表示支持重庆建设中国保险交易中心(下称“保交中心”)。同时，保交中心的股东遴选工作也在进行中。

据记者获得的相关文件显示，中国保险交易中心筹备组目前已经成立。组长暂定为银河保险经纪有限责任公司董事长杨家祥，

成员由重庆市保监局、重庆市金融办、银河保险经纪公司等机构人员组成。

在股东引进上，重庆市方面更倾向于引入大型保险公司，中国人寿、中国人保、泰康人寿等公司都有参与投资的可能。

银河金控子公司主导筹建

作为重庆市金融改革的一项重要举措，重庆成立保险交易中心的步伐一直没有停歇。根据记者获得的多份文件显示，在与银河金融控股有限责任公司和重庆保监局协商后，重庆方面成立了中国保险交易中心筹

备组。

有文件显示，筹备工作由重庆市副市长、重庆市金融办、重庆保监局等相关机构负责牵头并组织协调、推进。目前的筹备组组长暂定为杨家祥，来自银河保险经纪有限责任公司，担任该公司董事长。

根据公开资料显示，银河保险经纪公司为银河金融控股有限责任公司的控股企业，由银河金控联合上海银润控股有限公司于2004年6月共同发起设立，公司注册资本5679万元人民币。

而银河金控则由中央汇金公司和财政部共同出资组建。

据重庆当地政府人士介绍，今年9月下旬，银河金控董事长陈有安携银河保险经纪公司杨家祥一行到访重庆。并拜会了包括重庆市长黄奇帆、副市长刘伟，及重庆金融办、重庆保监局在内的各相关部门负责人。

“双方商议的主要内容就包括银河保险经纪公司主导参与组建中国保险交易中心的相关事宜”，上述政府人士如此表述。而重庆市政府方面当时就对银河保险经纪公司筹建保险交易中心工作表达浓厚兴趣。

据接近重庆市金融办的人士介绍，12月8日，上述负责筹建工作的重庆市政府领导已经赴保监会沟通筹建保险交易中心方案，在得到保监会的支持意见后，中国保险交易中心的股东遴选工作也在积极开展。

架构基本搭建完毕

一份重庆市金融办11月末的汇报材料显示，中国保险交易中心已经开展调研论证工作，总体架构设计已经形成，并将于年底前向中国保监会报送筹建申请。

记者获得的架构设计小组名单显示，架

构设计工作由农业银行重庆分行负责，组长为重庆分行副行长陈凤英，该行机构业务部和大客户部相关人士为成员。

据该架构设计小组成员透露：“选择农行的原因是，此前农行重庆分行曾帮助重庆金融资产交易所设计了交易架构。”

据《中国经营报》此前报道，保交中心由“两大主体”、“四大交易平台”和“两大板块”构成。而有当地金融机构高管告诉记者，上述架构基本定型。

其中“两大主体”包括作为运营平台的“中国保险交易中心”和作为后台且由交易中心全资控股的“中国保险产品登记确权结算中心”；“两大板块”则包括境内市场板块和跨境市场板块。

四大交易平台中的“保险资产交易平台”定位于保险业集中统一的资产流转及项目众筹平台，即通过保险产品登记确权结算中心登记各类产品，以电子竞价交易、挂牌转让和协议转让等方式进行交易。

“保险机构间市场”则是各类融资主体可通过此平台面向保险机构发行企业债、中期票据等融资工具，特别在交易产品上打通与银行、证券间的联系。

“保险产品电子交易平台”定位为具有登记确权职能、提升保险业整体O2O水平的电子商务公共服务平台，探索(标准化)保险产品网络电商销售、大型保险项目定制采购、保险机构间基于电商平台的再保险(线上)交易、基于质押登记职能的保单融资业务。

“投融资项目对接平台”则旨在在监管部门监管下，探索建立具有保险行业公信力并辐射相关产业链的P2P项目融资对接平台，为保险资金和其他民间资金寻找项目，同时为相关产业链企业和项目寻找资金。

口车目前面临的巨大挑战。”随着新一轮政策的密集出台，2015年将成为包括进口车在内的中国汽车市场新格局确立的关键时期。但在目前，我国进口车市场正处于矛盾的升级期。

国机汽车副总经理、中进汽贸董事长兼总经理贾屹告诉记者，今年前10月，我国累计进口汽车117.2万辆，同比增长25%，月均进口量超过11万辆。今年前10月，进口车累计销售98万辆，同比增长20%，增幅低于同期进口量5个百分点。同时，进口车销售增幅快速滑坡：一季度进口车销量同比增长27%；二季度，这一增幅下滑至23.5%；三季度大幅下滑至个位数，为9.9%；10月，则进一步降至2.7%。

“进口车行业库存从7月开始逐步上升。”贾屹表示。7月进口车库存指数为3.4，9月达到3.7，10月底则攀升至4.05，10月进口车价格的市场优惠幅度也一路飙升至今年的最高点9.5%。进口车不断加大让利，说明进口车经销商承受着巨大的经营压力。

丁宏祥表示，“预计2015年进口车需求总量将增长10%左右。如果明年以进口方式销售的车型实现国产销售的时间早于预期，明年进口车市场的增幅很可能将回落至个位数，达到近5年来的新低。”

同时，面对需求加速放缓的进口车市场，如果进口车企业继续提高销售目标，无疑将导致供需矛盾升级，而这也将成为进口车市场格局变化的重要导火索。

23省发布企业工资指导线 多地下调

■李唐宁 报道

据记者统计，截至目前，全国共有23个省份公布了2014年企业工资指导线，其中基准线平均在12%左右，这一水平相比去年有明显下降。

据悉，企业工资指导线由基准线、上线(又称预警线)和下线构成。它是政府根据当年经济发展调控目标，向企业发布的年度工资增长水平的建议。指导线并不具有强制约束力，但可作为企业与职工开展工资集体协商以及企业自身合理确定工资增长水平的参考依据。

在已发布工资指导线的23个省份中，河南和新疆的基准线最高，均为15%。基准线最低的广东省为9%，比去年的10.5%下降1.5个百分点，是目前唯一基准线低于10%的地区。

值得注意的是，宁夏、山东、山西、新疆、广西等地工资指导线比上一年度均有所下调。如宁夏工资增长基准线由2013年的15%降至今年的13%，广西由13%降至12%。23个省份的基准线平均值也因此降至12%左右。回顾2013年，全国有17个地区制定了工资指导线，基准线普遍在14%左右。

人力资源和社会保障部劳动工资研究所所长刘学民认为，各地政府在制定工资指导线时主要依据经济增长、劳动生产率、物价上涨等因素，同时也综合考虑失业、劳动力市场价格、人工成本等相关因素。2014年多地均下调工资指导线，反映了宏观经济下行压力较大，各地普遍出现经济增长放缓、企业用工成本上升且利润空间缩小的现实情况。

同时，工资指导线能够引导劳动者对工资增长形成一个正确的、合理的心理预期，并对工资集体协商提供借鉴。“工资指导线可以作为工资集体协商中劳资双方协商的重要参考依据，”专家认为，合理确定的工资增长幅度指导线，有助于推进工资集体协商制度。

按照相关规定，工资集体协商的内容应包括工资分配制度，工资标准和分配形式，年度和月平均工资水平，福利和调整幅度及调整办法，津贴、补贴标准和奖金等分配办法，加班加点工资基数标准，工资支付办法和时间等事项。

记者梳理发现，青海、福建、山西等省份近日均出台了促进工资集体协商工作的规划或实施意见，加速推行工资集体协商制度扩面工作。

根据青海省规划，各行各业将在上级工会的带动下，由工会代表职工向企业行政方发出工资谈判要约，就工资增长、建立工资增长机制、健全分配制度等进行协商。各级工会每年至少组织开展一次工资集体协商“百日要约行动”、“春季要约行动”、“集体协商要约活动月”、“要约行动季”等活动。

山西省要求，全省建立工会且生产经营正常企业实行工资集体协商制度的覆盖面将达90%。其中，生产经营正常的规模以上企业、世界500强在晋投资企业将实现全覆盖，各类小微企业及行业协会、商会联系的企业覆盖率达到90%以上。

“企业在2014年工资分配中，一方面需充分考虑经济下行和企业成本上升两方面的压力；另一方面，不能脱离宏观经济形势和企业生产经营现状盲目要求增加工资。”刘学民认为，对于经营亏损、职工工资发放出现困难的企业，经与工会或职工代表协商，工资可以零增长或负增长，但支付给劳动者的工资不得低于最低工资标准。

专家认为，工资集体协商应在当地政府发布的工资指导线及劳动力市场工资指导价位基础上，因地制宜确定协商内容，对生产经营正常和效益较好的行业、企业，确定一个相对合理的工资增长幅度。工资协商应参考的因素包括工资指导线、地区、行业的职工平均工资水平和人工成本水平，上年度本企业职工工资总额和职工平均工资水平，地区城镇居民消费价格指数等。

新政频出 进口车市重构格局

■ 刘卫琰 报道

从今年第三季度开始，我国进口车市场呈现供需矛盾加剧、库存增加、经销商与厂商关系紧张的态势。2015年，进口车市场增长放缓的迹象或将持续，而不断推出的各项新政策将加速中国进口车市场的调整。

日前，在第十一届进口车高层论坛上，国家认证认可监督管理委员会认证监管部处长王昆告诉记者：“未来如果车辆存在重大设计缺陷或安全隐患，3C认证机构将有权暂停或取消认证证书。”这一新规定也将适用于近年来召回数量不断扩大的进口车。

此外，王昆表示，“从明年1月1日起，车辆油耗限制标准也将和3C认证挂钩”。日渐严苛的燃油和排放法规同样将影响进口车市。

随着一系列影响汽车市场发展的具有标志性意义政策的出台，国机集团副总经理、国机汽车董事长丁宏祥认为，中国汽车市场将进入“深化改革的阶段”，进口车市场也不例外。

据丁宏祥的预测，明年进口车市场增幅很可能回落至5年来的最低点，而这将成为进口车市场格局重构的重要导火索。

3C认证严管进口车

随着我国进口车市场规模日趋增长，进口车的召回批次和规模也呈现逐年上升的态势。据国家质检总局披露的数据，2013年

我国进口车召回72次，召回规模为48.2万辆。2014年前10月召回次数71次，召回规模达到92.8万辆，接近2013年全年的两倍。

国家质检总局检验监管司机电处副处长李巍表示，截至今年10月份的71次召回中，由于不符合中国强制性产品认证标准3C认证导致的汽车召回有7次，数量达万辆。

他认为，由“不符合中国3C认证标准”而导致车辆召回，体现出国外汽车企业对中国标准的理解和贯彻需要加强。为此，国家质检总局要求，从今年11月份起，不符合3C认证标准要求的进口机动车不得进行整改，一律“作退运或者销毁处理”。

同时，王昆表示，“未来当车辆存在重大设计缺陷或者安全隐患，比如发生召回、或者在专项一致性检查中发现严重不符合标准等问题，并经核实确为生产者责任时，认证机构可视具体情况和性质暂停和撤销3C认证证书。”

未来3C认证制度不仅将与召回制度挂钩，同时还将与日趋严格的油耗限值标准相挂钩。王昆透露，“明年1月1日《轻型商用车燃料消耗量限值》、《重型商用车燃料消耗量限值》、《乘用车燃料消耗量评价方法及指标》将有望纳入3C认证体系。”加上未来有望实施的车辆环保召回制度，都将成为进口车市场面临的新挑战。

工信部发布的“2013年度中国乘用车企业平均燃料消耗量情况”显示，2013年燃料消耗限制未达标的企业达到40家，其中

有13家为进口车企业。

海关总署监管司贸易管理处处长周亚春介绍，今年前10月3.0L及以上排量进口车在进口总量中的占比虽然有所下降，但是总量依然提升明显。今年前10月，此类车型共进口16.49万辆，同比增长54%，高于同期进口量的增幅。而随着相关油耗限值的实施，热衷于向中国进口大排量汽车的跨国公司也势必将为重视中国的燃料消耗限制标准等政策。

进口车市重构格局

从今年10月1日起，国家工商总局正式停止了汽车总经销商和汽车品牌授权经销商备案工作，国家质检总局也计划通过和保险公司联系的方式规范平行进口车的三包业务。与此同时，《汽车品牌销售管理实施办法》也进入加速修订期，未来非授权经营方式将有望获得合法身份。这一系列政策的出台意味着汽车企业“总经销商”的垄断地位或将被撼动，进口车的“垄断高价”体制或将被打破。

今年9月，交通部等十部委联合出台的《关于促进汽车维修业转型升级提升服务质量的指导意见》中，通过鼓励原厂配件进入独立售后市场的方式，意欲打破进口车总代理商及其经销商对于售后服务环节的垄断。

丁宏祥坦言，“这些新政策的确是进

药改电商双重挤压 保健品行业迎新一轮洗牌

■ 牧宇 报道

随着近期国家发改委放开药价管制，整个药品保健品市场正在迎来新一轮洗牌。数据显示，今年“双十一”期间天猫医药馆的医药类目销售额同比增幅315%，保健品的销售份额更是迅速上升。

和君咨询合伙人、资深品牌专家夏忠群表示，随着国家放开药价，传统药品保健品零售渠道的利润将大幅削减。尤其在互联网电商冲击下，传统渠道“关店潮”必然来袭。保健品产业虽然近年保持着高速增长，但眼下却面临一次大考。能否摆脱传统的药店销售模式，迅速转型电商，考验着每一个行业参与者。消息显示，近期销售非处方药、保健品的网上药店成倍增长。安利、汤臣倍健、生命力等一批保健品企业正在积极谋求电商转型。

电商大潮倒逼保健品企业触网

近日，国家发改委在向全国8家医药行业协会发出的《推进药品价格改革方案(征求意见稿)》中提出，拟从2015年1月1日起，取消药品政府定价或指导价，让药品价格在市场竞争中形成。眼下，距离新政实施仅剩不到一个月时间。

夏忠群认为，传统药店销售受药价调整影响将面临萎缩，对于依赖传统药店渠道销售的保健品来讲，无论是依靠已有的电商平

台还是自建电商渠道，模式创新不可避免。

实际上，在电商大潮的席卷之下，保健品行业已出现分化，以往耳熟能详的太太口服液、太阳神、脑白金等逐渐淡出消费者视线，而一批带着互联网思维的品牌正在迅速转型，顺势而上。近期，国内保健品行业巨头汤臣倍健高调宣布将转向价值营销，线上线下品牌商、经销商与零售商联动，以消费者为核心建立新的价值网，让消费者享有汤臣倍健个性化的营养师服务及相对应的健康干预方案。

而今年初刚完成在澳大利亚上市的生命力，也在最近发布其发展新思维。澳大利亚生命力控股集团董事会主席陈良超表示，生命力差异化定位于“我的家庭营养管家”，重打全家健康牌，以更加贴近消费者的方式，通过强化线上线下联动，构建起由网上平台、渠道终端、用户所共同构成的闭环生态系统，强化与消费者的直接对接，做到网中有店，店中有网，店网互补、互利共赢。

生命力成功上市成为中国膳补剂海外第一股之后，近期签约李湘一家三口作为品牌代言人，并独家冠名即将开播的《带着爸妈去旅行》，为其品牌扩张铺路。

万亿产业迎来发展拐点

国务院《关于促进健康服务业发展的若干意见》明确提出，到2020年，健康服务业总规模达到8万亿元以上，在巨大的产业机

遇与转型形势之下，中国保健产业已迎来升级发展的关键时期。

谈及电商新思维，陈良超认为，互联网最具价值之处不在于自己生产新东西，而是对已有行业的潜力再次挖掘，生命力将以互联网新思维持续深耕产业，为消费者创造更多的价值。

国内品牌与渠道领域专家张斌指出，如今的保健品市场，正面临一场空前的大洗牌，市场的狂欢已经开始，新加入军团的大

企业越来越多，竞争空前激烈，而越是在这个时候，就越是应该思考如何顺应产业发展趋势，避免“劣币驱逐良币”，靠一流的品质赢得消费者的信任。

中国保健协会副理事长、秘书长徐华锋接受记者采访时表示，中国膳食营养补充剂行业已经迎来发展的黄金10年，汤臣倍健、生命力等一批具有上市公司背书的优秀企业有望实现更加长远的发展，整个产业也有望出现新的领军品牌。

