

保监会约谈7家险企从源头收紧举牌“弹药”

随着险资在A股市场举牌潮的蔓延，其隐藏的风险也引起了监管层的警惕。1月20日，财新网报出“保监会召7险企开会，拟限制3年内高现价产品”的消息。就此，《每日经济新闻》记者联系到消息中涉及的多家险企，对方对此消息表示默认，并承认有相关人员参加了此次会议，对消息中提到的会议内容也未否认。

根据财新网的报道，保监会下决心对业务结构进行大幅度调整，要求不得开发新的3年以内存续期产品，且2016年10月1日之后也不得继续销售此类（高现价）在售产品；此外，自通知下发起不得销售1年以内的产品，如3个月、6个月的产品。

业内人士表示，高现价产品对应的一般都是标的和资产，险企一旦出现资产管理业务不当的问题，极有可能将保险系统内的风险蔓延至其他领域。考虑到险企举牌暴露出的长险短卖、短债长投问题，保监会此举也是为了保障保险行业健康发展。未来可能会有更详细的标准和细则来规范高现价产品的销售占比，但是高现价产品、尤其是万能险不会退出市场。

7家险企5家“炒股高手”

据财新网报道，1月20日上午，保监会召开了高现价产品监管规定修订座谈会，拟就高现价产品监管规则进行修订。出席会议的保险公司有中国人寿、新华人寿、人保寿险、生命人寿、中邮人寿、华夏人寿、天安人寿。

《每日经济新闻》记者注意到，在被约谈的7家保险公司当中，有5家都是A股市场的“高手”。

iFinD统计数据显示，截至今年三季度末，总共有612只保险产品出现在上市公司前十大股东名单中，其中中国人寿出现了117次，新华保险出现了55次；后起之秀天安人寿出现在40家上市公司股东名单中，华夏人寿万能险产品也出现了40次，而生命人寿则是集中重金投资于浦发银行、金地集团等个股。

除了上述7家保险公司之外，还有没有其他保险公司参与了座谈？为此，记者向另外几家保险公司进行了咨询，对方均表示未参与此次座谈会。

《每日经济新闻》记者联系到相关涉及险企进行求证，多家险企联系人表示确有此事，有一些企业还表示参会的是公司的高层和精算人员。然而针对消息中提到的规范高现价产品，各企业联系人均未发表意见，只是将相关报道的内容转发给记者，并称不方便评论。

高现价产品也就是高现金价值的产品，指第二保单年度末保单现金价值与累计生存保险金之和超过累计所缴保费，且预期该产品60%以上的保单存续时间不满3年的产品。主要包括万能险、分红险等。

从2013年开始，高现价产品成为一些保险企业、尤其是中小保险公司获取保费的主要手段，并在短时间取得惊人保费。保监会数据显示，2013年高现价短期业务规模将近2800亿元，约占当年寿险保费收入的20%左右。

高现价产品的快速扩张，带来的风险也逐渐暴露出来。业内表示，险企一旦出现资产管理业务不当的问题，极有可能使保险系统内的风险往其他领域蔓延。

出于风险控制方面的考虑，2014年2月，保监会下发了《关于规范高现金价值产品有关事项的通知》，一年后，保监会再次下发《关于进一步规范高现金价值产品有关事项的通知（征求意见稿）》。业内人士称，相比2014年和2015年的通知和征求意见稿，这次透露出来的信息更明确，通过媒体报道出来的信息来看，保监会对规范高现价产品这方面是下了决心。

利于规范行业发展

虽然在过去的两年中，保监会对高现价产品有所规范，但是保险企业高现价产品的业务规模并未减少。在2016年的险企开门红中，高现价产品依然扮演了十分重要的角色。据《21世纪经济报道》，截至1月7日，多家主体个险渠道合计承保保费超过760亿元。其中，高现价产品承保保费超过400亿元。

豆芽金服联合创始人刘二为表示，到现在为止，高现价产品依然是很多企业保费收入的主力，尤其是一些二线险企，高现价产品在其整个保费收入中能占到六成。在他看来，保监会召开会议规范高现价产品是早晚的事。规范高现价产品跟之前保监会规范险企投资风险的文件是一脉相承的，都是为了保障险企的资金安全。

2015年下半年，险企掀起了大规模的举牌潮，动用了上千亿元的资金，最受关注的就是“宝万之争”，高现价产品也随即引起了保监会的重视。

“规范本身就是为了让这个更健康更成熟地发展，‘抓得住、放得开’是保监会的宗旨。”刘二为认为，近几年的高现价产品在收益率和投资端有些激进，尤其是中小险企，给企业的流动性管理和风险管理都提出了挑战，在险企频繁举牌和大规模扩张之时，这个规范可以适当地给专注高现价产品的险企提个醒，让他们尽快调整。“保险行业不同于其他行业，它关系着民生和经济，是和老百姓息息相关的，是最不应该、也不能出问题的行业。所以规范是早晚之事，也在情理之中。”

同时，业内人士称，这个会议只是一个开端，后期肯定会有相关的细则和文件出台，详细规范高现价产品的发售规模和产品设计,会对高现价产品、尤其是万能险进行更严格的限制。

然而，对于高现价产品的未来，业内人士表示，高现价产品不会退出市场，这类险种有其必然的市场需求，只是险企在设计产品的时候需要作出相应的调整。“最主要的就是险企要调整整个经营险种的结构，尤其是产品的形态上和保障内容上会有变化。”刘二为表示。