

兰瑞智库战略决策研究



兰瑞智库

**R**unwaysys

2020年09月07日 星期一

**政策观察**

*Policy to observe*

主办：兰瑞智库经济战略研究中心  
网址：<http://www.runwaysys.com>  
全国客服热线：4001182162  
E-mail：[runwaysys@188.com](mailto:runwaysys@188.com)

欢迎关注  
兰瑞智库  
官方微信平台  
(RUNWAYSYS888)



## 目 录

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 【深圳学习新加坡住房模式困难不小】 .....  | 2  |
| 一、深圳将学习新加坡住房模式           |    |
| 二、新加坡房屋自有率高达 92%         |    |
| 三、新加坡住房模式是什么             |    |
| 四、深圳能复制新加坡的经验吗？          |    |
| 【公墓基金销售新规落地，影响几何？】 ..... | 13 |
| 一、公墓基金销售新规落地             |    |
| 二、政策要点                   |    |
| 三、影响几何？                  |    |
| 【车险总和改革，新的市场格局将形成】 ..... | 22 |
| 一、前言                     |    |
| 二、政策背景                   |    |
| 三、重要调整                   |    |
| 四、费改的实质                  |    |
| 五、将形成新的市场格局              |    |

## 【深圳学习新加坡住房模式困难不小】

### 目录

- 一、深圳将学习新加坡住房模式
- 二、新加坡房屋自有率高达 92%
- 三、新加坡住房模式是什么
- 四、深圳能复制新加坡的经验吗？

### 正文

#### 一、深圳将学习新加坡住房模式

居者有其屋，是新加坡政府一直坚持的人民住房政策和理想。为了这一项惠民政策，新加坡建屋发展局（HDB）几十年来一直致力于建设政府组屋，帮助国民实现拥屋梦想。

在“7·15”楼市调控政策发布一个半月后，8月28日，深圳市住房和建设局党委书记、局长张学凡发表讲话，提出新加坡是深圳学习的榜样，在未来的城市建设中，将有60%的深圳市民可以住在政府提供的租赁或低价出售住房中。

为此，深圳提出一个大规模建房行动。张学凡表示，大规模建房行动包括商品房和公共住房这两大块。其中，公共租赁住房这一块，有110万公共租赁住房

的发展目标，每年公共租赁住房建设 10 万套，深圳将通过五年甚至八年的补短板，力争使得住房供需矛盾得到较好地缓解，以此稳定房地产市场，让市民从“住有所居”迈向“住有宜居”。

张学凡介绍，深圳还有一个目标就是在“十四五”期间人均住房面积从 27.8 平方米提高到 30 平方米。

## 二、新加坡房屋自有率高达 92%

近日美商不动产巨头世邦魏理仕（CBRE）发布了 2020 年《全球生活报告：城市指南》（Global Living），列出全球房价最贵城市排行，值得注意的是，新加坡商品房价格一点也不便宜，全球住宅价格排名前十的城市分别为：香港、慕尼黑、新加坡、上海、深圳、北京（城区）、温哥华、洛杉矶、巴黎和纽约。

表 1 2019 年全球住宅套均价格最高的十大城市

| 排名 | 城市     | 住宅套均价格（美元） | 每平方英尺均价（美元） |
|----|--------|------------|-------------|
| 1  | 香港     | 1254442    | 1987        |
| 2  | 慕尼黑    | 1000000    | 821         |
| 3  | 新加坡    | 915601     | 1214        |
| 4  | 上海     | 905834     | 713         |
| 5  | 深圳     | 783855     | 738         |
| 6  | 北京（城区） | 763498     | 607         |
| 7  | 温哥华    | 754617     | /           |
| 8  | 洛杉矶    | 717583     | /           |
| 9  | 巴黎     | 650555     | 1048        |
| 10 | 纽约     | 649026     | /           |

从数据上看，新加坡房价比深圳还高，但新加坡的住房自有率却高达 92%。根据新加坡数据：截至 2015 年 7 月，新加坡有 321.74 万人居住在组屋，超过总

人口 82%（备注：推断出当时人口是 392 万，这个 82%数据似乎偏高，如果按 564 万人计算，比例只为 57%）；住房自有率从 1970 年的 27%上升至 2000 年的 92%，2015 年保持在 90.8%。而发达国家的住房自有率一般在 60%左右，而深圳的房屋自有率，去年 10 月，贝壳研究员发布《粤港澳大湾区房地产市场白皮书》。白皮书指出，当前湾区 11 城中有 8 城住房自有率低于 60%，深圳住房自有率仅为 23.7%。它隔壁的香港，住房自有率为 49%。

除此之外，新加坡房价也控制的很好。新加坡私人住宅价格从 1996 年到 2020 年这二十四年间累计只涨了 15%，平均每年只上涨 0.59%，这个幅度已经低于新加坡平均的通胀率，买房在新加坡显然无法实现保值增值的功能，名副其实做到了“房住不炒”。

1996 年到 2020 年新加坡房价累计只上涨了 15%，背景是这二十四年里新加坡人均 GDP 从 2.6 万美元增长到 6.5 万美元，新加坡人口也从 360 万增加到 560 万，现在新加坡人口密度高达 7800 人/平方公里，比香港还高，更高于深圳。考虑到新加坡人口和经济都大幅增长的背景和人多地少的现状，新加坡的房价的稳定表现就更是难能可贵了。

### 三、新加坡住房模式是什么

新加坡从 1964 年开始推行的“居者有其屋”的计划，鼓励中等收入和低收入阶层购买建屋发展局兴建的组屋，建立起与多数发达国家以公共租赁或房租补贴为主截然不同的住房保障制度。深圳要学的正是新加坡的“居者有其屋”的模

式，这种模式无疑是成功的：

- 1) 新加坡有超过 80%的人住在政府提供的组屋里。
- 2) 加上私人住宅，新加坡超过 90%的人拥有自住房，人均住房面积超过 30 平米。
- 3) 年轻人进入职场后，2-3 年就能买得起组屋。
- 4) 随着组屋保障体系足够强大，越来越多的人开始改善居住条件，购买私人住房，组屋居民有所下降。

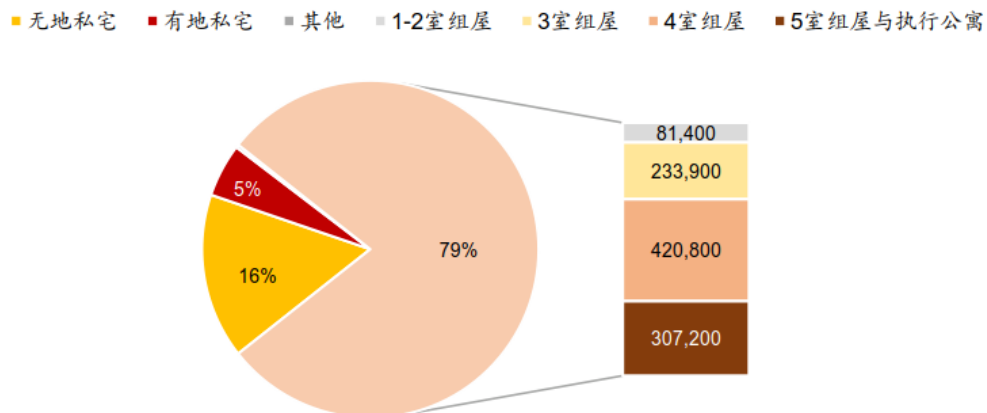
新加坡成功的核心主要有四个方面：

一是国有、公有土地占主导（占比 87%）。1955 年，《新加坡土地收购法》颁布，按照规定，只要基于公共利益需求，用途为住宅、商业或工业区，就可以征用。

这一法律使得政府完全控制了土地资源和价格，不被市场左右。随后政府控制的土地面积逐年增加，到 2001 年，新加坡政府拥有土地总面积占比达到了 90%。这些土地最终都以十分低廉的价格由建屋局启动开发，最终变成绝大部分人能买得起的组屋。

如今，这个仅有 500 多万人口的城市，近 80%的人口居住在由政府兴建的组屋里，约 20%的人选择私人住宅。

图 1 截至 2018 年新加坡住房类型结构



组屋是典型的保障型住房，价格相对低廉。在全球住宅价格排行中，新加坡位居第三，这是就 20%左右的私人住宅而言的。就组屋而言，新加坡一手公屋价格多在 1-3 万元人民币之间，相当于中国内地二线城市水平。

二是覆盖面广、强制缴纳的中央公积金，“高存低贷”。公积金存款利率较高，普通账户 2.5%，特殊、医疗和退休账户均为 4%，高于同期五年期国债收益率（2.19%）和商业银行定期存款（1.2%）。存款利率高，确保了大家不乱提取，公积金池子的“水位”始终很高，买房都可以用到。

同时，贷款利率较低，一般在公积金存款利率的基础上上浮 0.1%，1993 年来一直稳定在 2.6%。有人问了，高存低贷，利率倒挂，新加坡的公积金中心去喝“西北风”？奥妙在于，中央公积金局运营成本并不依赖存贷利率差，而是通过购买政府债券，并交由新加坡政府投资公司。

这是循环的开始。政府将出售债券所得资金，以专项资金支持计划的形式，提供给负责建设组屋的国企——建屋发展局（HDB），HDB 用这笔钱，不仅发放优惠的公积金贷款，还为组屋提供建设资金。

三是严苛的税收制度，让炒房没有生存空间。低成本只是低房价的充分条件，如果炒房盛行，低房价可能会助长炒房。但在新加坡，高额税负让炒房没有生存空间，新加坡税收体系包括印花税（交易环节）、所得税（交易环节）、财产税（保有环节）。买家印花税，1%-3%累进，这个并不高。

针对买方，还有一个额外印花税，新加坡公民要买的话，首套免征，但第二、第三套税率分别为 12%和 15%。永久居民首套税率 5%，第二、第三套都是 15%。针对外国人的买家印花税，甭管你是首套、二套、三套，一律 20%。

表 2 新加坡不同类型买家房产印花税

| 买家类型      | 第一套房产 | 第二套房产 | 第三套及以上 |
|-----------|-------|-------|--------|
| 新加坡公民     | 免征    | 12%   | 15%    |
| 新加坡永久居民   | 5%    | 15%   | 15%    |
| 外国人       | 20%   | 20%   | 20%    |
| 法人实体（非房企） | 25%   | 25%   | 25%    |
| 法人实体（房企）  | 30%   | 30%   | 30%    |

粉碎投资念想的，是卖家印花税，按照卖家持有年限，持有 1 年出售，税率为 16%；1-2 年的，税率为 12%，即便持有 3 年，也要 8%的税率。印花税让赚买卖价差的投资预期，彻底偃旗息鼓。同时，保有环节也得缴税，而“这一刀”也不轻。

简单来说，只有自住型住房（自己居住的房子）适用低税率。对拥有多套房的人，简直就是恶梦，一套住宅可享受自住型的低税率，其余适用非自住型（出租或空置的组屋、公寓及其他物业）税率，五级累进、无免征额、最高税率 20%，最低也要 10%。

表 3 新加坡自住型住房的财产税

| 年值 (新元)       | 税率  | 房地产应纳税额   |
|---------------|-----|-----------|
| 8000 以内 (含)   | 0   | 0         |
| 8000-55000    | 4%  | 1880      |
| 55000-70000   | 6%  | 1880+900  |
| 70000-85000   | 8%  | 2780+1200 |
| 85000-100000  | 10% | 3980+1500 |
| 100000-115000 | 12% | 5480+1800 |
| 115000-130000 | 14% | 7280+2100 |
| 超过 130000     | 16% | 9380+     |

表 4 新家皮非自住型住房的财产税

| 年值 (新元)      | 税率  | 房地产应纳税额    |
|--------------|-----|------------|
| 30000 以内 (含) | 10% | 3000       |
| 30000-45000  | 12% | 3000+1800  |
| 45000-60000  | 14% | 48000+2100 |
| 60000-75000  | 16% | 6900+2400  |
| 75000-90000  | 18% | 9300+2700  |
| 超过 90000     | 20% | 12000+     |

四是合理的住房分配制度。新加坡组屋的分配制度主要是三种结合,抽签制、订购制和直接选购。

抽签制: 供不应求时使用, 避免人为干扰。

订购制: 先向建屋局提需求, 等建房计划, 适合住房需求不太迫切的人, 但能满足个性化需求。

直接选购: 分配滞销组屋。

在住房短缺问题基本解决之后, 新加坡及时开放了转售市场, 价格需接受指导。

#### 四、深圳能复制新加坡的经验吗？

深圳学习新加坡模式，面临着很多现实难题。

第一道难题是人口。截止 2019 年 6 月，新加坡总人口大约是 570 万，其中公民和永久居民 403 万。而深圳呢，2019 年深圳常住人口有 1343.88 万，实际管理人口超过 2200 万。

要解决 2200 万人的住房问题，与解决 570 万人的住房问题，难度差别太大了。

更难的是，深圳每年新增人口约 50 万左右，这些人的住房如何解决，也需要考虑进去。

按照综合开发研究院院长樊纲的预测，到 2030 年，深圳的人口将突破 3000 万。10 年之内，深圳新增的人口就达到一个新加坡的人口，可想而知，要解决 3000 万的住房问题，难度有多大。

第二道难题是土地。深圳在很长时间内都遵循“重工商轻住宅”的土地供应逻辑，住宅用地常年占比不足 20%。过去十多年，住宅用地不足工业用地的一半。

2019 年深圳计划供应 1200 公顷，居住用地占比仅有 150 公顷，占比仅为 12.5%，商业用地和产业用地达到了 355 公顷是宅地的 2.5 倍。

其结果是宅地节节攀升，房价节节攀升，写字楼大量空置。

任泽平统计显示，目前深圳居住用地占比仅有 11%，而伦敦纽约东京等城市居住用地都超过 50%。

深圳安居集团成立于 2016 年 10 月份，承当了保障房建设的重任，它对标的

就是新加坡的建屋局。但是安居集团拿地条件却没有新加坡建屋局那么优越。它只能去公开市场招拍挂去拿地，虽然安居集团资金来源于政府，但一堆开发参与竞争，最终拿地价都不便宜。

而且深圳土地供应总量就这么多，保障房多，商品房就少，后者价格就很难压得住。

根据规划，深圳可供开发的土地面积仅剩 20 平方公里，仅靠招拍挂增加保障房供应显然是远远不够的。深圳要盖保障房，实现 60%人口的覆盖，低价土地资源怎么来是个大问题。

第三是法律制度及其执行。保证新加坡“居者有其屋”计划执行的，是其严厉的法律制度。这方面，大家都有所耳闻，不必展开讨论。

深圳市有立法权，在住房尤其是保障性住房的分配与流转等方面，也制定了相应的规定。但是，程序的公开、透明，法律的完善与执行等方面，与新加坡均还有很大的距离。

第四是利益冲突。如果深圳不扩容，这么多保障房的从何而来？必然是拿城中村开刀。

深圳的城中村是拆不动的，如果能拆早就拆了，是真的拆不动，涉及的利益太多，也拆不起。

棚改、旧改能释放多少面积？钉子户问题如何解决，很多小区业主按 1: 1.2 的比例赔偿是不愿意棚改的，改了之后，车位怎么解决？孩子的学位怎么解决？

建造更多的保障房，人才安居集团如何做到资金的循环，社会企业被平抑了利润，是否还愿意参与其中？单靠保障房的房租何时能收回成本，如何大面积铺

开都是问题。

抛开前面的一些难题，我们先给官方算一笔数，如果要实现“60%市民住在政府提供的租赁或出售的住房中”的目标，还需要建多少保障性住房。

先看一组数据：

深圳管理的人口已经 2000 多万，无房者 1850 万，占到 84%；保障性住房 100 万；一套房者 137 万；两套房者 15.3 万；三套房 5.3 万，而且深圳每年都有 40-50 万的新增人口。

那深圳每年能给出的保障性住房供给，有多少呢？

根据 2018 年深圳市政府出台了《关于深化住房制度改革加快建立多主体供给多渠道保障租购并举的住房供应与保障体系的意见》：

明确提出深圳市将在 2035 年前新增建设筹集 170 万套住房，其中，市场商品房 70 万套，占 40%左右；公租房、安居型商品房和人才住房共 100 万套，占 60%左右。

2018-2035 年的 18 年间建 100 万套，相当于平均每年建设 5.5 万套（备注：实际上政府对建房进度不是按平均规划的）。

就算三人一套房子，深圳每年的政策性住房，才只能住 16 万人，依然还有 20 多万新增人口无家可归。

还是按照三人一套房子计算，如果要让剩下的 1800 万无房者中的 60%都能住上政策性住房的话，深圳还要供给 360 万套政策性住房。

按照一年 5.5 万套的速度供应，需要 65 年，才能让现在的深圳无房者实现居者有其屋的伟大理想。这还是一个相对静态的测算，这建立在深圳土地供应有保

障、政府财政有保障、政策持续稳定以及人口流入保持基本不变等情况下。

所以，要实现“60%市民住在政府提供的租赁或出售的住房中”的目标还是很困难的。

[Top](#)

## 【公募基金销售新规落地，影响几何？】

### 目录

- 一、公募基金销售新规落地
- 二、政策要点
- 三、影响几何？

### 正文

#### 一、公募基金销售新规落地

公募基金销售管理新规日前终于落地。8月28日，证监会发布了《公开募集证券投资基金销售机构监督管理办法》及配套规则，自2020年10月1日起施行。

据了解，《销售办法》是《证券投资基金法》的基础性配套规则，于2004年首次发布，并在2011年、2013年作了两次修订。《销售办法》自发布实施以来，在规范基金销售业务秩序，保护投资者合法权益等方面发挥了重要作用。近年来，随着资本市场改革的持续深化，基金市场环境发生较大变化，《销售办法》已不能完全适应行业发展需要，需适时予以调整。

由此，2019年2月至3月，证监会发布《销售办法》及配套规则征求意见稿

向社会公开征求意见。同时，证监会通过书面征求意见、召开座谈会等形式充分听取了各方意见。

据悉，公开征求意见期间，证监会共收到 126 家机构和 21 名个人的意见。经汇总梳理，逐条研究，证监会对合理意见建议均予以吸收采纳，主要涉及 5 大方面。包括调整独销机构展业范围限制；调整完善独销机构 5% 以上股东资本实力等要求，完善独销机构控股股东公司治理等要求；优化牌照续展制度；细化完善销售业务规范；进一步推进简政放权等。

证监会相关负责人表示，此次修订的基本思路是，以保护投资者合法权益为出发点和落脚点，坚持问题和风险导向，坚守资金和交易安全、销售行为合规性底线要求，严格落实销售适当性，着力提升基金销售机构专业服务能力和合规风控水平，强化树立长期理性投资理念，积极培育基金行业良性发展生态。

## 二、政策要点

### 1、完善准入退出，首推牌照续展制度

首先，强化基金销售活动的持牌准入要求。《销售办法》明确了基金销售业务的内涵和外延。根据《销售办法》，基金销售是指为投资人开立基金交易账户，宣传推介基金，办理基金份额发售、申购、赎回及提供基金交易账户信息查询等活动。值得注意的是，宣传推介基金也被界定成为基金销售行为。

《销售办法》划清销售机构与非持牌互联网平台合作的业务边界和底线要求，

支持基金管理人、基金销售机构规范利用互联网平台拓展客户。

其次，在基金销售机构的准入、退出机制方面，调整优化资格注册程序，实行“先批后筹”。上述资深从业人士指出，这一注册模式与当前公募基金公司的发起设立类似，即监管层优先审核机构的资质是否符合要求，在明确核准后，会给予6个月的组建时间，包括缴付出资、选举董事、聘任高管等，之后完成验收，机构正式开业。相较于此前一应事项完全准备好再进行审核，此举的成本风险明显降低。

同时，《销售办法》首提基金销售机构续展安排。新老划断，续展针对新基金销售机构。聚焦三类情形。优化程序安排，不要求机构提交续展申请，由派出机构结合监管情况对符合续展条件的机构实施自动续展。

办法要求，基金销售机构的业务许可证自颁发之日起，有效期3年。基金销售机构不存在部分情形的，其业务许可证有效期予以延续，每次延续的有效期为3年。

## 2、规定“尾随佣金”上限并强制信披

客户维护费，行业内又称“尾随佣金”，是基金管理人为保持基金总量，支付给基金销售机构的费用。作为一种激励措施，客户维护费在保证基金销量上的作用毋庸置疑，但其亦因过高的费率而成为行业诟病的焦点。

故此次新规在旧规的基础上，对客户维护费的收费上限进行了明确规定，即对于向个人投资者销售所形成的保有量，客户维护费占基金管理费的约定比率不

得超过 50.00%；对于向非个人投资者销售所形成的保有量，客户维护费占基金管理费的约定比率不得超过 30.00%。同时，基金销售机构还应在投资人认购前以书面形式揭示所购基金客户维护费水平。

这一方面有利于缓解基金管理人的压力，平衡行业生态；另一方面也有助于实现新规要求的建立健全基金销售机构内部考核机制，防止基金销售机构长期将基金销售收入作为主要考核指标。

### 3、禁止短期业绩宣传，强调不得“饥饿营销”

《销售办法》禁止短期业绩宣传，基金宣传推介材料展示的任意业绩区间均应当超过 6 个月。此外，规范募集上限、比例配售等安排，可以在宣传推介材料中作为风险提示事项予以说明，但是不得以不同字体、加大字号等方式进行强调，不得作为销售主题进行营销宣传。

《销售办法》要求培育以投资人利益为核心、长期投资、理性投资和基金行业生态。基金销售基金应当推动定期定额投资、养老储备投资等业务发展，促进投资人稳健投资，杜绝诱导投资人短期申赎、频繁申赎行为。

这一条就是针对基金销售套路制定的新规，不同基金展示的收益率期间是不同的，如：“七日年化收益率”、“近一月涨幅”、“近三月涨幅”、“近一年收益率”等等，这是因为他们展示的都是最能“拿的出手”的时间区间的收益率，只有这样，才能吸引更多的人购买基金，平台才能有更多的收入。所以证监会《新规》为销售机构规定了 6 个月收益率为最短间隔展示期间，避免了有些销售平台靠宣

传短期收益率来误导投资者。

#### 4、推动长期投资，杜绝诱导短期赎回

《销售办法》要求培育以投资人利益为核心、长期投资、理性投资和基金行业生态。基金销售基金应当推动定期定额投资、养老储备投资等业务发展，促进投资人稳健投资，杜绝诱导投资人短期申赎、频繁申赎行为。此外，《销售办法》还要求基金销售机构建立健全业务内部考核机制，坚持以投资人利益为核心和长期投资的理念。

#### 5、规范销售机构与网络平台合作

随着互联网及电商的快速发展，第三方网络平台对金融产品销售的引流等作用越来越不可小觑，但也存在相关第三方借助为金融机构提供信息技术服务的机会，混淆业务活动和技术服务的边界，违规开展金融业务，或非法截留、获取投资者开户、交易等敏感数据等问题。

为进一步扫除金融创新的监管盲区，《销售办法》明确规定：

1.基金管理人、基金销售机构租用第三方网络平台的网络空间经营场所，部署相关网络页面及功能模块，向投资人提供基金销售业务服务的，应向投资人明确揭示基金销售服务主体。同时，基金管理人、基金销售机构是向投资人提供基金销售服务的责任主体。

2.第三方网络平台仅限于提供网络空间经营场所等信息技术服务，不得介入基金销售业务的任何环节，亦不得收集、传输、留存投资人任何基金交易信息。

3.第三方网络平台作为从事信息技术系统服务的基金服务机构，应按规定向证监会备案；不符合规范要求的，应自《销售办法》实施之日起1年内完成整改。

此外，为促进新规平稳落地施行，指导存量销售机构和销售业务有序整改规范，新规对未来实施后的部分落实事项给予了较长时间的过渡期，一是对基金销售机构人员配备、信息技术系统改造或销售文件调整等事项，给予1年过渡期。二是对独销机构业务范围及其他规范事项，给予2年过渡期。其中，独销机构从事法定以外产品销售业务的，在过渡期内，相关产品销售保有规模应当有序压降。

总体而言，证监会对此《销售办法》的修订就是以保护投资者的合法权益为核心，进一步完善基金销售行为规范、加强基金销售机构合规内控，对于强化投资者权益保护、优化基金市场生态、促进基金行业良性发展具有积极意义。

## 6、尝试逐步推动基金费率改革

本次修订在《销售办法》的配套细则中，明确了基金销售机构可以根据销售基金的保有量提取一定比例的客户维护费，其中对于向个人投资者销售所形成的保有量，客户维护费占基金管理费的约定比例不得超过50%。尾随佣金机制引起的基金市场“重销售、轻持营”的情况长期被人诟病，中基协甚至在2019年的工作计划中直言“以前端收费加尾随佣金为代表的销售费率机制是损害投资者利益、导致公募基金畸形发展的重要原因”，本次修订明确了50%上限，虽然比较

贴近市场的平均水平，但也是迈出向基金销售费率改革的关键一步，至于是否最终会打破各方的利益藩篱，引导基金市场向“零”佣金方向发展，仍有待时间的考验。

### 三、影响几何？

本次文件的适用主体主要针对于从事公募基金销售业务的各类机构，其影响范围主要集中在基金行业的销售端，具体包括了商业银行、证券公司、期货公司、保险公司以及独立基金销售机构。其中，独立基金销售机构的相关内容在本次文件中重点提及。

#### 1、机构优胜劣汰下，鼓励行业进行高质量发展

此次文件落地，直接影响到从事基金销售业务的相关机构、人员，一系列的标准、统一化的规范管理，为资本市场发展过程中基金市场健康运营的关键环节提供保障。在提高对相关机构、人员运营管理的同时，为整个资管行业的长期规范发展起到重要作用。从近几年资本市场的监管发展路径来看，“优胜劣汰”已经成为金融机构中的竞争常态，此前相对缺失的退出机制开始在各个业务条线中得以补充。本次《销售办法》中明确了机构持续展业的各项实质要求，是从监管的层面引导机构退出，与市场化的退出相比，更加强调“稳”字当先，也是防范化解金融风险的重要方法。但无论是监管规则的强化，还是机构的优胜劣汰，都

是在鼓励行业积极探索，推动行业进行高质量发展。

## 2、业务核心不断规范下，倒逼资管端正本清源

虽然在正文中没有明确罗列表示，但是在《销售办法》配套文件中《实施规定》第 12 条对于客户维护费费率限制，不可忽视。监管文件中的客户维护费在业务当中常被称为尾随佣金，不同的基金销售机构也就是销售渠道，与各个基金销售机构之间的尾随佣金或多或少都有区别。但由于公募基金市场产品同质化相对严重，在于基金销售机构之间，后者的议价能力更高。市场此前普遍会出现银行渠道尾随佣金较高的现象发生，市场的竞价模式不免会让不少中小型基金公司在销售端承受过大压力，无法更好的在资管端发力。所以监管对客户维护费费率上的限制，可以帮助各个基金公司减少在渠道端发力的成本，从而让基金公司将更多精力放在产品的的构件上，推动整个行业的资源向产品管理能力倾斜。此外，监管除了鼓励各个相关机构都参与到公募基金销售业务外，对独立基金销售机构特别明确可销售公募和私募产品，也是意在各个基金销售机构能够更加聚焦在标准化资管产品的销售运营中，从而倒逼资管端的正本清源。

## 3、互联网平台加持下，打开行业内新竞争局面

传统金融行业当下除了要面对行业自身的不断改革外，还需要面对互联网业态对行业在交流形式上的改变。此次《销售办法》也提出了支持基金管理人以及

销售机构，在合理规范的情况下，利用互联网平台来完成“线上拓客”。现如今“互联网+”的业务形态，已经不再处于探索阶段，许多案例都向各个行业展示了其对促进行业发展，所起到的巨大推动作用。监管此次的认可态度，也为各个基金销售机构的生存业态提供了转型思路，未来无论是头部流量巨头加入基金销售行列，还是传统销售机构与互联网机构寻求共同发展，或是销售机构自行开发相关技术渠道，互联网平台在基金销售方向上的加持，定会为行业打开新的竞争局面。

[Top](#)

## 【车险总和改革，新的市场格局将形成】

### 目录

- 一、前言
- 二、政策背景
- 三、重要调整
- 四、费改的实质
- 五、将形成新的市场格局

### 正文

#### 一、前言

9月3日，中国保监会印发了《关于实施车险综合改革的指导意见》。据中国银保监会有关部门负责人介绍，《指导意见》将于2020年9月19日正式实施，仅剩下不到20天的过渡期。

《指导意见》以“保护消费者权益”为主要目标，具体包括：市场化条款费率形成机制建立、保障责任优化、产品服务丰富、附加费用合理、市场体系健全、市场竞争有序、经营效益提升、车险高质量发展等。短期内将“降价、增保、提质”作为阶段性目标。

## 二、政策背景

2001 年到 2020 年，车险已经历三次改革：第一次车险改革，在加入世界贸易组织大背景下，我国以市场化为纲，推动保险业“跨越式”发展，成功案例以 2007 年中国保险行业协会推出包括车辆损失险和商业三责险的 A、B、C 三套为代表。第二次车险改革，市场再次统一颁布条款、统一颁布费率，逐步建立了信息共享平台、实施了“见费出单”“赔付与保费挂钩”等行业政策，有效解决了违规退费、虚挂应收保费、保险欺诈、承保数据不真实等问题。2015 年至 2020 年，第三次车险改革，以市场化为抓手，历经三次费改，逐步拓宽了保险公司制作定价的范围，但随着互联网经济的兴起，保险市场改革，又陷入僵持局面。

车险是与消费者接触最广的保险产品之一，涉及几亿车主和广大人民群众切身利益。虽然近年来车险改革发展取得了积极成效，但人民日益增长的车险保障需要与车险供给之间的矛盾依然突出，消费者对车险服务仍有诟病，需要通过改革来解决矛盾，更好地保护消费者权益。具体存在哪些问题？车险市场体系还不健全、市场要素还不完备、资源配置效率还不高；我国车险市场的高定价、高手续费、经营粗放、竞争失序、数据失真等问题相互交织、由来已久，单个或局部的改革措施难以奏效，只有通过综合性的改革，才有可能真正解决问题，有效实现车险高质量发展。可见，车险改革势在必行。

## 三、重要调整

## （一）交强险

### 1、责任限额提升

此前在《征求意见稿》中，交强险责任限额普遍提升的亮点仍然在此次《指导意见》中有所体现：交强险总责任限额从 12.2 万元提高到 20 万元，无责任限额从 1.21 万提高到 1.99 万。细分来说，无论在有责还是无责情况下，死亡伤残赔偿、医疗费用赔偿、财产损失赔偿的保险赔付都将提升。

表 1 交强险前后变化对比

| 保险产品责任限额  |          | 之前（元）     | 现在（元）       |
|-----------|----------|-----------|-------------|
| 交强险总责任限额  | 总        | 122000    | 200000      |
|           | 死亡伤残赔偿限额 | 110000    | 180000      |
|           | 医疗费用赔偿限额 | 10000     | 18000       |
|           | 财产损失赔偿限额 | 2000      | 2000        |
| 交强险无责任限额  | 总        | 12100     | 19900       |
|           | 死亡伤残赔偿限额 | 11000     | 18000       |
|           | 医疗费用赔偿限额 | 1100      | 1800        |
|           | 财产损失赔偿限额 | 100       | 100         |
| 商业责任险责任限额 |          | 5 万-500 万 | 10 万-1000 万 |

### 2、引入区域浮动因子

另外，《指导意见》在提高交强险责任限额的基础上，结合各地区交强险综合赔付率水平，在道路交通事故费率调整系数中引入区域浮动因子，浮动比率中的上限保持 30% 不变，下浮由原来最低的一 30% 扩大到一 50%，提高对未发生赔

付消费者的费率优惠幅度。

这意味着，未发生赔付消费者的费率优惠幅度比原来提高了，改革后交强险保费可最高打 5 折。

## （二）商车险

### 1、责任限额提升到最高千万

为了满足消费者风险保障需求，更好发挥经济补偿和化解矛盾纠纷的功能作用，商业三责险责任限额也从 5 万—500 万元档次也将提升到 10 万—1000 万元档次。

### 2、保险责任更加全面

《指导意见》新的机动车示范产品的车损险主险保险责任新增了 6 项：机动车全车盗抢、地震及其次生灾害、玻璃单独破碎、自燃、发动机涉水等保险责任。

为消费者提供更加全面完善的车险保障服务，《指导意见》删除了事故责任免赔率、无法找到第三方免赔率等免赔约定，并删除了实践中容易引发理赔争议的免责条款。

### 3、产品更为丰富

在《指导意见》中，为消费者提供更加规范和丰富的车险产品及服务，商车险增加了驾乘人员意外险产品，包括代送检、道路救援、代驾服务、安全检测等四项内容的车险增值服务特约条款。

投保人可以在以上四项特约条款中，自行选择全部投保或者部分投保。

#### 4、无赔款优待系数进一步优化

改革实施后，商车险无赔款优待系数将考虑赔付记录的范围由前1年扩大到前3年，对于偶然赔付消费者的费率上调幅度将降低。

### （三）车险产品市场化水平更高

保险业根据市场实际风险情况，重新测算了商车险行业纯风险保费。

同时，商车险产品设定附加费用率的上限由35%下调为25%，预期赔付率由65%提高到75%，车险产品费率与风险水平更加匹配。

并逐步放开自主定价系数浮动范围，第一步将自主定价系数范围确定为[0.65-1.35]，第二步适时完全放开自主定价系数的范围。

对此，银保监会相关部门负责人曾表示，这次改革既根据实际风险重新测算了基准纯风险保费，同时又将预定附加费用率下调至25%，改革后商车险基准保费价格将大幅下降，预计消费者的实际签单保费也将明显下降，行业整体车险保

费规模可能出现一定幅度的下降。

#### （四）推行车险实名制，推广电子保单

《指导意见》指出，在保障消费者知情权和选择权的基础上，鼓励财险公司通过电子保单方式，为消费者提供更加便捷的车险承保理赔服务。

财险公司要加强投保人身份验证，做好保单签名、条款解释、免责说明等工作，推进实名缴费，促进信息透明，防止销售误导、垫付保费、代签名等行为，维护消费者合法权益。

#### 四、费改的实质

费改了这么多年，成效有好有坏，声音有褒有贬。但有一个问题常常被忽视：费改的本质是什么？

这就要考虑一个问题，为什么一费改，价格就直线下降呢？因为车险的账面价格，一直是虚高的。保险公司愁的不是价格低，而是不能有效的把价格资源用到争取客户上。

费改中出现的大量手续费，本质上是返现和变相降价。而监管机构一直打击高手续费，实际上打击的是价格返现。电网销在折扣取消后一下子被打回原形，大量业务回迁到了代理渠道。主要原因并不是代理渠道的服务就比电网销好多少，而是代理渠道的返现手段比电网销丰富得多。

这就出现了一个悖论，费改本来是要通过市场化降低价格的，可是监管机构又要遏制这种变相降价的行为，也不允许保险公司明着降价。为什么，因为对市场竞争残酷的惧怕！从德国日本等经验来看，降价是有很强的惯性的，降过了头刹不住车，就会有一大批主体退出市场，对于监管机构而言，可不是什么光彩的政绩。

监管要做的，通过强监管打压住这股降价惯性，要在没有大规模市场退出的基础上，实现阶段性的降价，最终做到软着陆。

严监管的效果还是很明显的，2019年，车险实现承保利润114亿，同比增加89亿，综合成本率为98.64%，是费改之后的最低成本率。对降价惯性的缓冲空间，终于争取出来了。也正因如此，监管才会决定要深入改革。

## 五、将形成新的市场格局

从这次指导意见和示范条款，也能看出彻底改革的决心。只不过，当年说是要软着陆，说是要避免国外市场化的震荡教训，结果还是要重新走一遍。

费改之后，价格将降低20%甚至更多，行业性亏损是大概率事件。从德国经验来看，从完全放开到新的稳定，过程是五年左右。八千多亿的车险市场，恐怕在整个十四五期间都要面临风雨洗礼。

从国际经验和当前车险情况来看，费改全面铺开后的情景推演很可能是这样的：

第一年，全体公司都是摸着石头过河，在业绩考核下纷纷降价竞争，争抢份

额，在新一轮厮杀下洗牌。

第二年，试水竞争有所结果，市场开始回归理性，逐步形成费用联盟，对中介压缩中间费用，一部分小中介可能难以承受，退出市场。

第三年，在中间费用压缩空间支持下，价格战到达顶峰，头部主体争抢白热化，甚至可能有一些中小主体承受不住压力，退出车险经营。

第四年，头部主体争抢结果基本落定，各分支机构咬牙坚持现有定价和费用投入，之前积攒的资源渐渐耗竭。

第五年，在生存压力下，各主体开始针对自身的经营情况，形成新的价格和份额梯度，维持业务均衡，进而形成新的市场格局。

当然，这只是一个理想的推演，未来仍有很多变数，例如监管强力介入遏制竞争，技术进步压缩费用使得竞争空间加大，部分保险公司提前释放资源等等，但最终的结果都是一致的：车险的标费不能再虚高，变相降价都要转变为明码降价。

亚当斯密的《国富论》指出，在任何国家，人民大众的利益总在于而且必然在于，向售价最廉的人购买他们所需要的各种物品。降价才是费改的真谛。

[Top](#)

## 重要声明:

本报告的信息均来源于公开资料，其来源及观点出处皆被我公司认为可靠，但我公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。我们已力求报告内容的客观、公正，但文中的观点、结论和建议仅供参考，客户和决策者据此做出的任何决策与本公司和作者无关。

本报告版权仅为我公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用、刊发，需注明出处为兰瑞智库，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

**我们的一切努力都是为我们的客户——  
提升竞争优势，共同创造持续长远的收益**

主办：兰瑞智库经济战略研究中心  
网址：<http://www.runwaysys.com/>  
e-mail: [runwaysys@188.com](mailto:runwaysys@188.com)  
全国客服热线：4001182162