

# 为我们的饭桌上“保险罩”

古语云“民以食为天”，几千年来，吃都被中国人当成最重要的基本需求。然而，近年来，从三聚氰胺到地沟油，食品安全问题不断敲响警钟。近日，调研中发现，针对食品安全忧患，食品安全责任保险应运而生，为中国人的餐桌加了一层“保护罩”。

## 民营投保获市场“扶正”

济南来客佳餐饮有限公司是省城第一个敢“吃螃蟹”的公司。说起在济南第一家主动购买食责险，来客佳公司董事长崔立新告诉记者：“当时没有人动员，是我们自己合计着要给配餐上保险，也不完全是为了转嫁风险，而是觉得做我们这一行的，

对消费者要有所担当。”

据崔立新介绍，自从买了食品安全责任保险后，以前去投标因为“民营”的身份遭到质疑的尴尬也消除了，因为这份保险，来客佳的市场竞争力在一定程度上加强了，不断增加的客户也从侧面进行了证实。

济南4所学校1700多名中小學生是来客佳餐饮公司的客户之一，他们每天中午都能吃上来客佳提供的热腾腾的盒装饭菜。提到为什么选择来客佳，山东回民中学副校长李家生说：“关键是来客佳购买了食品安全责任保险，能保证绿色食源，安全卫生。作为校方，向师生推荐这样的饭菜心里踏实。”

随着客户的不断认可，崔立新十分庆幸当时购买了食品安全责任保险。

无独有偶，漱玉平民大药房也是食品安全责任保险的受益者，漱玉平民大药房市场部经理刘彦会在接受采访时感受颇深：“药店为乳粉买保险，得到了很好的社会反响。半年多以来，我们大药房的乳粉销量从10万元猛增到40万元，这个数据应该很有说服力。”

## 政府支持铺平发展路

“民以食为天，食以安为先。当前食品安全已成为我国居民最关注的热点问题之一。”谈及当初开展食品安全责任保险的初衷，济南市食品药品监督管理局局长孙法星认为“这与各级政府的大力支持密不可分”。据了解，2013年国务院办公厅下发

《中华人民共和国食品安全法(修订草案送审稿)》公开征求意见，其中首次提及建立食品安全责任强制保险制度。紧随其后，山东省政府下发《关于加快全省金融改革发展的若干意见》，专门就拓宽保险服务领域，推动开展食品安全责任保险做了安排部署。

对于在食品安全领域实行责任保险制度的主要作用，山东保监局局长孙建宁也表示：一是确保食品安全事故中受害方能够得到经济赔偿，维护消费者的合法权益；二是可以发挥保险费率经济杠杆作用和事前第三方安全监督作用，减少食品安全事故发生；三是可以在消费者中提高食品企业的信用和信誉，促进食品企业的生产发展；四是有助于减轻政府事故善后的财政压力。

据山东保监局提供的相关数据显示，目前山东省已有人保财险、太平洋产险、平安产险、中华保险、长安责任保险等5家公司开展了承保试点。目前，业务覆盖潍坊、济南、淄博和济宁4个城市，累计保费收入约140万元，承保单位600余家，为各类餐饮单位、学校食堂、商店、超市、酒店等提供风险保障8亿元。

(财金记者 季静静 实习生 苏丹 通讯员 尹涛)



## 企业因国务院决定事项形成的财产损失如何处理

山东国税“春风送税政”  
系列专栏之20



问:辅导期一般纳税人辅导期满后,税务机关将如何管理?

答:根据《增值税一般纳税人纳税辅导期管理办法》(国税发〔2010〕40号)第十五条规定:“纳税辅导期内,主管税务机关未发现纳税人存在偷税、逃避追缴欠税、骗取出口退税、抗税或其他需要立案查处的税收违法行为的,从期满的次月起不再实行纳税辅导期管理,主管税务机关应制作、送达《税务事项通知书》,告知纳税人;主管税务机关发现辅导期纳税人存在偷税、逃避追缴欠税、骗取出口退税、抗税或其他需要立案查处的税收违法行为的,从期满的次月起按照本规定重新实行纳税辅导期管理,主管税务机关应制作、送达《税务事项通知书》,告知纳税人。”

问:企业接收股东划入资产的企业所得税应如何处理?

答:根据《国家税务总局关于企业所得税应纳税所得额若干问题的公告》(国家税务总局公告2014年第29号)第二条规定:“(一)企业接收股东划入资产(包括股东赠予资产、上市公司在股权分置改革过程中接收原非流通股股东和新非流通股股东赠予的资产、股东放弃本企业的股权,下同),凡合同、协议约定作为资本金(包括资本公积)且在会计上已做实际处理的,不计入企业的收入总额,企业应按公允价值确定该项资产的计税基础。(二)企业接收股东划入资产,凡作为收入处理的,应按公允价值计入收入总额,计算缴纳企业所得税,同时按公允价值确定该项资产的计税基础。”该公告适用于2013年度及以后年度企业所得税汇算清缴。企业2013年度汇算清缴前接收政府或股东划入资产,尚未进行企业所得税处理的,可按本公告执行。对于手续不齐全、证据不清的,企业应在2014年12月31日前补充完善。企业凡在2014年12月31日前不能补充完善的,一律作

为应税收入或计入收入总额进行企业所得税处理。

问:企业因国务院决定事项形成的财产损失如何处理?

答:2013年11月8日,国务院发布了《国务院关于取消和下放一批行政审批项目的决定》(国发〔2013〕44号),公布取消和下放部分税务行政审批项目。根据《国家税务总局关于企业因国务院决定事项形成的财产损失税前扣除问题的公告》(国家税务总局公告2014年第18号)规定:“一、自国发〔2013〕44号文件发布之日起,企业因国务院决定事项形成的财产损失,不再上报国家税务总局审核。国家税务总局公告2011年第25号发布的《企业财产损失所得税税前扣除管理办法》第十二条同时废止。二、企业因国务院决定事项形成的财产损失,应以专项申报的方式向主管税务机关申报扣除。专项申报扣除的有关事项,按照国家税务总局公告2011年第25号规定执行。三、本公告适用于2013年度及以后年度企业所得税申报。”

(主持人 胡景波 高鸿鹏)

## 保险理财超高收益率有风险 “宝宝”收益降近四成

“宝宝”们收益风光不再。近日,互联网“宝宝”收益率继续走低,以余额宝为例,其七日期年化收益率从年初的6.738%到昨日的4.178%,大幅缩水近四成。相较而言,银行“宝宝”们优势凸显,部分年化收益率均达5%。

近日多家保险公司也瞄准“宝宝”收益率下滑,推出6%甚至7%预期收益率的保险理财产品。不仅如此,凭借超级蓝支付火了一把的“壹钱包”也表示将在今年三季度再度推出一款理财类的金融产品。

理财专家指出,今年上半年银行间市场流动性整体平稳,没有出现紧张的局面,因此银行协议存款的价格较去年同期大幅下滑。“‘宝宝’收益率下月跌破‘4’是大概率事件,对资金流动性要求较高的消费者可以选择拥有银行卡的关联‘宝宝’产品;对于保险‘宝宝’来说,拥有暂时的超高收益噱头但是收益率难以持续保障。”

### 现象一: 险企推高收益理财产品

8.5%!近日,在微信朋友圈看到一款超高收益保险理财产品的消息。据介绍,这是一款产品名称为“汇赢1号”的一年期理财产品,预期年化收益率高达8.5%,并保证本息。不过在“特别提醒”中也备注,此次产品仅限公司内部员工在限购日期内购买。据了解,这是某保险公司近期推出的一款万能险产品。

不仅如此,还有一家公司推出的“稳操胜券投资连结保险”为例,其预期收益率为7.43%,发生意外身故

的情况下可按照105%的比例返还本息,投资门槛为1000元。

业内人士分析,凭借万能险产品的灵活性,不少保险公司在其中大做文章,用超高收益率吸引了不少消费者的目光。

在某网站保险频道,有打着短期理财旗号的保险产品收益率均维持在6%上下,例如某款E本万利1号万能险的预期年化收益率为5.9%,最低1000元起购,一年可领。

### 现象二: 互联网“宝宝”收益率降近四成

近期,以余额宝为代表的互联网金融理财产品收益率继续下行,多个产品的7日期年化收益率跌破5%。

目前,互联网“宝宝”产品的收益率下滑幅度已高达30%~40%,以余额宝为例,其七日期年化收益率从今年年初的6.738%到昨日的4.191%,大幅缩水近四成。收益率相对较高的互联网“宝宝”为网易现金宝七日期年化收益率为4.59%。

### 现象三: 银行“宝宝”奋起直追

半年来,银行不论是在理财产品还是类基金产品方面,都在奋起直追。近期,继渤海银行在部分地区推出“添金宝”后,招行上线“朝朝盈”、浦发银行的首款“宝宝”产品——“普发宝”也正式上线。

据了解,新近推出的银行系“宝宝”首次认购、申购的最低门槛仅为0.01元。此外,由于目前互联网“宝宝”

在赎回方面并不能实时到账,但部分银行的“宝宝”产品甚至可直接通过ATM机取现或转账,进化到全自动理财。

最新的数据显示,余额宝7日期年化收益率在4.1910%,而大多银行系“宝宝”收益率在4.5%甚至达到5%左右,如中银“活期宝”、民生“如意宝”、兴业“掌柜钱包”7日期年化收益率分别是4.4810%、4.6270%、5.0310%。

### 分析: “宝宝”下月跌破4字头

分析人士指出,货币市场基金收益率出现下滑的主要原因是今年上半年银行间市场流动性整体平稳,因此银行协议存款的价格比去年同期大幅下滑。

再加上近期央行实质性叫停货基的协议存款特权。有多家货基经理透露,在和银行做协议存款时,需要签订“两率”(约定定期存款利率和提前支取时给付利率)。分析认为,这意味着货基原本的特权被取消,若要提前支取协议存款时,要承担相关损失,这无疑会加大余额宝们的运营成本,降低其收益率。

而银监会宣布放松对存贷比的要求及此前几轮的定向降准信息释放,目前市场资金面较为宽松,这些都不利好货币基金。

因此,有业内人士预计,余额宝收益率将于7月跌至4%,在8月5日左右跌破4%。而银行系“宝宝”也脱离不了货币基金的本质,因此收益也会相应受到下行的影响。(周慧 李婧喧)

## 旨在打造顶尖业务员 百年人寿个险第三届双峰会召开

近日,百年人寿个人寿险第三届双峰会在山东济南召开,来自全国的八百多位业务精英参与了此次峰会。

百年双峰会每半年一届。自首届开始,公司培养的顶尖业务员呈现倍增速度,从最初的300人到本次的800人以上,其中包括大量的MDRT会员、国际龙奖IDA成员、全国高峰会会员、双峰白金会会员、黄金会会员等,公司为每位营销人员提供了网上学习平台,每日更新学习内容,提供市场信息;为优秀代理人提供了个人网店——E金融会所,可以销售全系列保险金融产品;百年移动展业实现了业务员手机版移动销售服务平台的建立;微信服务平台更是让业务员随时随地为客户提供优质服务,并保持良好的互动。随着民众风险和保险意识的增强、理财模式和观念的转变,本次双峰会还将着眼于提升业务团队在综合金融、大数据经营、特定领域经营等方面的经验和技能,使他们更加贴合新形势下客户保险金融方面的需求,提供一站式优质服务。

过去五年里,百年人寿从最初的11.1亿身价到已逾115亿元总资产,从大连一隅发展至拥有十六家省

## 影子银行期待“阳光化”

伴随金融创新的脚步,影子银行应运而生,并在服务实体经济等方面发挥着作用。但与此同时,其中部分业务缺乏有效监管,长期处于“影子”地带,导致风险积聚。如何让影子银行走进“阳光”,这成为金融创新方面的重要课题。与此同时,在股市长期低迷、其他投资工具匮乏的情况下,收益率高于银行存款利率的理财

级分公司以及二百余家分支机构的全国性保险公司,业务平台从2009年的3.3亿稳步提升至2013年底的46.8亿,市场地位进入前二十,是新生代寿险公司的领军企业之一。公司为营销伙伴搭建了以登峰文化为成长导向,以每五个月一次的全国性双峰会为核心运作平台,建立了以“登峰、双峰、高峰、IDA(世界华人保险百年会)、MDRT(美国寿险百万圆桌会议)”为内训和外训的培养机制,组成完整的荣誉体系,倡导员工职业化、专业化发展,服务中高端市场。百年人寿以此平台逐渐改变当前市场中个人寿险存在的经营粗放,过程松散,营销员专业度不高的状况,通过发现复制优秀个体,分解优秀服务销售流程,复制鼓励个体成长的标准化工体系,提升整体销售队伍的基本素质,打造一批具有市场竞争力、受中高端客户欢迎的金融服务团队,为百年人寿第二个五年规划奠定了人才基础。

未来五年,百年人寿将会更加紧密的贴近市场需求和行业发展趋势,创新更加有价值的产品,服务和多元业务发展模式,以推进公司内涵式发展,成为聚集优秀人才和提供优质服务的寿险公司。

产品、委托贷款等影子银行业务,得到追求高收益的投资者青睐。统计数据示,截至2013年底,银行理财产品余额约9.5万亿元,信托公司受托资产余额10.9万亿元。当前,我国影子银行潜藏着一定风险。但一些专家指出,影子银行规模和风险总体可控,可通过疏堵结合,分类监管帮助影子银行逐步“阳光化”。

## “保险,让生活更美好” 征文火爆进行中

“保险,让生活更美好”大型征文活动正在火爆进行中,征文不限题材,字数1500字至3000字。据本次征文活动相关负责人介绍,在专家的评选后,将评出一等奖一名,二等奖三名,三等奖六名,优秀奖奖若干名,获

奖者最高可价值万元的奖励,以及济南市行业协会与齐鲁晚报共同颁发的获奖证书及奖杯。有投稿意向的读者请尽快投稿,踊跃参加!投稿邮箱:abab669@sina.com;电话:0531-85196318