

附件 1

中原农业保险股份有限公司增资扩 股项目可行性研究报告

河南中原高速公路股份有限公司

二〇一七年八月

1. 项目背景及概况	5
2. 保险行业分析与预测	6
2.1 行业发展概述	6
2.2 行业需求潜力巨大	6
2.3 行业竞争格局	7
2.4 行业发展空间	8
2.5 IT 巨头进军保险行业	10
3. 河南保险行业情况	10
3.1 农险市场概述	10
3.2 财险规模逐渐扩大	11
3.3 农险潜力巨大	11
3.4 政府扶持	12
4. 中原农险基本情况	13
4.1 企业基本情况与商业模式	13
4.2 中原农险业务发展情况	14
4.3 中原农险股东背景与股权结构	15
4.4 中原农险组织架构及管理团队	16
4.4.1 中原农险治理机构	16
4.4.2 中原农险机构设置	16
4.4.3 中原农险总公司部门设置情况	17
4.4.4 中原农险领导核心	17
5. 中原农险业务经营分析	20
5.1 聚焦三农	20
5.2 各领域突破	21
5.2.1 加大创新工作力度，发展动力显著增强	21
5.2.2 助力我省脱贫攻坚，“兰考模式”取得成效	21
5.2.3 高效推进经办项目，道交基金项目深入人心	21
5.3 创新经营，着力培育持续发展能力	22
5.4 面临的问题及解决方案	22
5.5 重视“精准扶贫”	23
6. 中原农险战略规划	23
6.1 战略定位	23
6.2 战略目标	24
6.2.1 总体目标	24
6.2.2 具体目标	24
6.2.2.1 党建工作	24
6.2.2.2 企业文化	24
6.2.2.3 管理模式	25

6.2.2.4 经营目标.....	25
6.2.2.5 机构计划.....	25
7. 中原农险经营策略.....	25
7.1 发展策略.....	25
7.2 经营策略.....	26
7.2.1 经营模式创新.....	26
7.2.1.1 农险领域.....	26
7.2.1.2 商险领域.....	26
7.2.2 产品创新.....	27
7.2.3 渠道管理.....	27
7.2.3.1 传统渠道.....	27
7.2.3.2 创新渠道.....	27
7.2.4 营销管理.....	28
7.3 资源配置策略.....	29
7.3.1 增资扩股.....	29
7.3.2 完善组织架构.....	29
7.3.3 资金倾斜.....	30
7.3.4 人员倾斜.....	30
7.4 品牌策略.....	31
7.4.1 品牌管理.....	31
7.4.1.1 品牌建立.....	31
7.4.1.2 品牌维护.....	32
7.4.3 客户管理.....	32
7.4.3.1 客户管理业务流程.....	32
7.4.3.2 客户管理系统应用.....	33
7.4.3.3 客户管理分析决策.....	33
7.4.4 危机管理.....	33
7.5 路径策略.....	34
7.5.1 种植险—以产品创新提升中原农险竞争力.....	34
7.5.2 养殖险—融合其他业务共同发展.....	34
7.5.3 商险—以渠道创新拓展业务规模.....	35
7.5.3.1 车险.....	35
7.5.3.2 非车险.....	36
7.5.3.3 投资型保险产品.....	36
7.5.4 互联网保险业务—以创新思维快速提升中原农险内涵价值.....	37
7.5.5 资金运用—成为中原农险利润来源的大本营.....	38
8. 中原农险增资扩股必要性分析.....	38
8.1 有效满足偿付能力监管要求，落实五年战略规划.....	38

8.2 开展大型非车险以及保险扶贫项目需要.....	39
8.3 抓住保险业新机遇、拓展中原农险新业务的需要.....	39
9. 中原农险增资扩股方案	40
9.1 增资扩股的原则.....	40
9.2 增资扩股的价格及规模.....	41
9.3 增资金额用途.....	41
9.4 融资方案	42
9.5 拟新增股东情况.....	42
9.6 增资扩股的实施路径.....	44
9.7 未来的发展目标.....	45
10. 中原农险财务未来数据预测	45
10.1 业务方向	45
10.2 经营数据预测.....	45
11. 中原农险风险控制体系	48
11.1 风险评估	48
11.2 风险控制	49
12. 本次投资的必要性和对本公司的影响.....	51

1. 项目背景及概况

中国保险行业正处于黄金时期，发展潜力巨大，保险并购案持续增多；2016年全国保费收入约3.1万亿，行业年均增速15%以上；保险业资产规模、保费收入、利润都呈快速增长。相比美国，我国保险需求尚未得到有效释放，潜力非常巨大，仍有数倍增长空间。在“新国十条”的政策推动下，预计保险行业下一个五年仍将维持15%以上高速增长。

中原农业保险股份有限公司（简称“中原农险”）于2015年5月成立，处于高速增长时期，2016年实现保费收入达到5.56亿元，其中种植险4.43亿元，养殖险0.49亿元，商业险0.66亿元。作为河南省省属唯一保险法人机构，积极把握行业发展的战略机遇，实施“农业保险专业化，商业保险特色化，投资业务精准化”的战略定位，实现了持续、健康、快速发展。

随着中原农险业务的不断发展，为满足偿付能力监管要求与开展大型非车险以及保险扶贫项目需要，贯彻落实五年战略规划，进一步优化股权结构，完善法人治理，增强资本实力，满足保险业务持续发展的需要，同时增强中原农险的行业竞争力，提升维护国家粮食安全与解决“三农”问题的能力，中原农险拟启动增资扩股，计划新增股份19亿股，将注册资本从目前的11亿元增加到30亿元。河南中原高速公路股份有限公司（以下简称“公司”）作为中原农险第二大股东，拟参与本次增资扩股。

根据北京中和谊资产评估有限公司提供的《中原农业保险股份有限公司拟增资扩股所涉及的股东全部权益价值评估项目资产评估报告》（中和谊评报字（2017）第11051号），以2016年12月31日为评估基准日，经过大量市场数据比对分析，以资产基础法和市场法作为估值方法，最终采用市场法作为评估报告的最终结论，中原农险估值118,891.00万元。

经过河南省公共资源交易中心通过公开发行认购程序，最终确定本次增资扩股认购价格为每股人民币1.1元，公司将按此价格认购34542万股，合计出资人民币37996.20万元，继续持有中原农险18.18%的股份，为其第二大股东。

2. 保险行业分析与预测

2.1 行业发展概述

保费收入从 2010 年的 1.4 万亿元增长到 2015 年的 2.4 万亿元，年均增长 13.4%。

保险总资产从 2010 年的 5 万亿元增长到 2015 年的 12 万亿元。

行业利润从 2010 年的 837 亿元增长到 2015 年近 2824 亿元，增加了 2.4 倍。

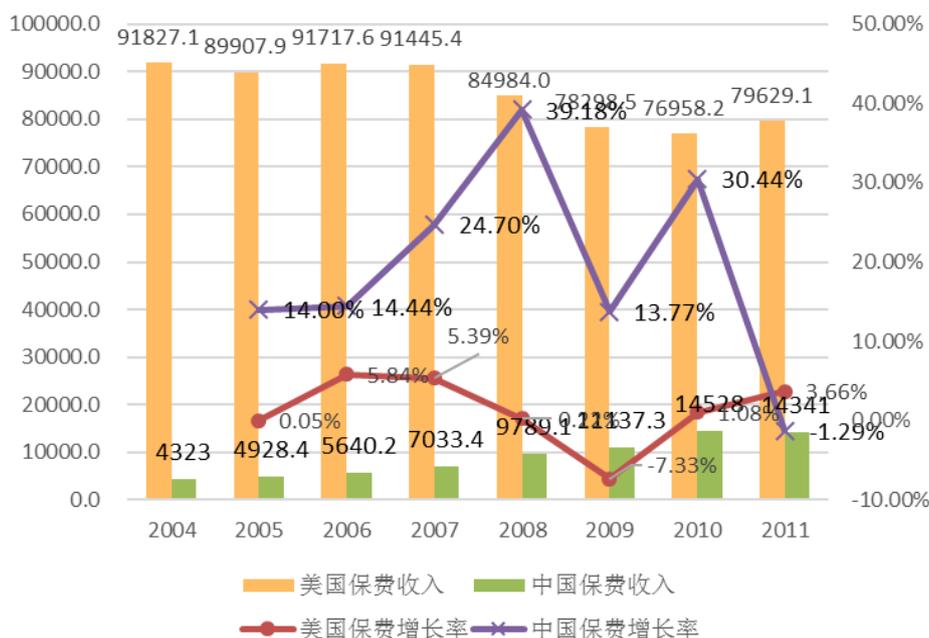


数据来源：保监会

2.2 行业需求潜力巨大

我国保险密度与深度尚不及保险发达国家的一半，保险业发展大有可期；2015 年中国保费收入 2.4 万亿，位列全球第三，但与美国相比仍有 5-7 倍的差距，美国保费增速处于地位，市场较为饱和，未来中国保险业规模有望在 5 到 7 年内赶上美国，也就是说未来中国保费仍有 5-7 倍的增长空间。

2004-2011年中美保费收入规模对比/亿元

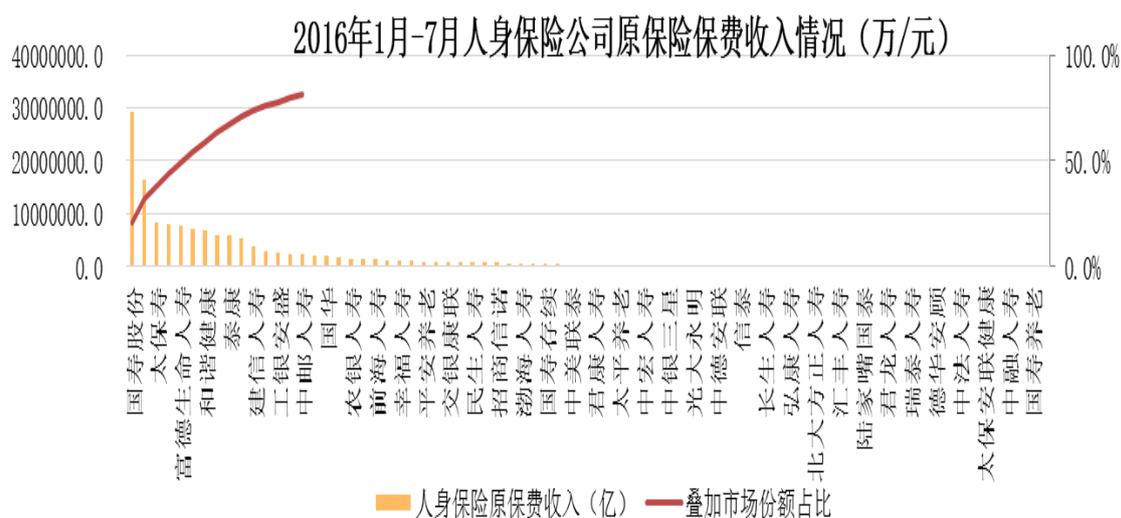
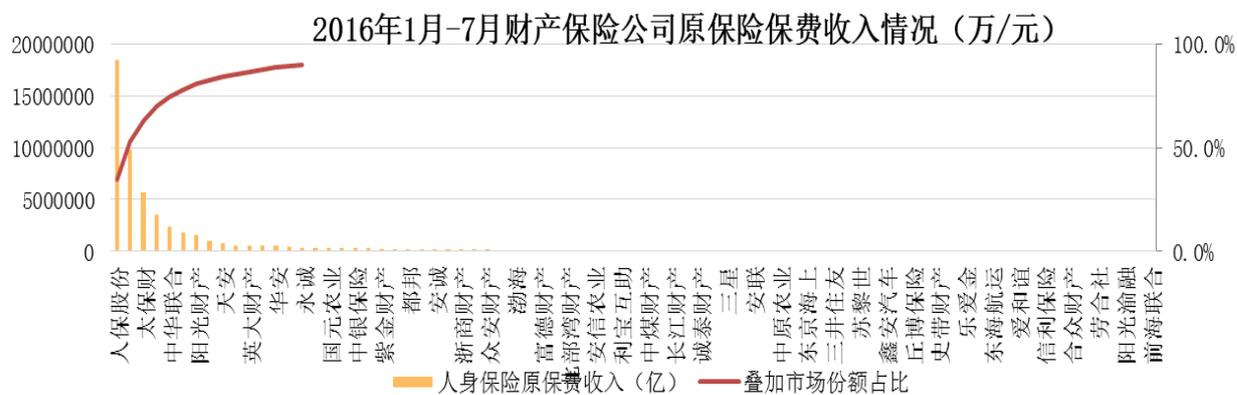


全球主要国家或地区 2014 年保险密度与深度保险密度单位：美元/人

国家或地区	保险密度	保险深度	国家或地区	保险密度	保险深度
瑞士	7934	9.6%	日本	3778	10.8%
荷兰	5689	11%	韩国	3163	11.3%
法国	3902	9.1%	中国台湾	4072	18.9%
英国	4823	10.6%	中国香港	5647	14.2%
美国	4017	7.3%	中国大陆	235	3.2%
加拿大	3532	7.0%	全球平均	662	6.2%

2.3 行业竞争格局

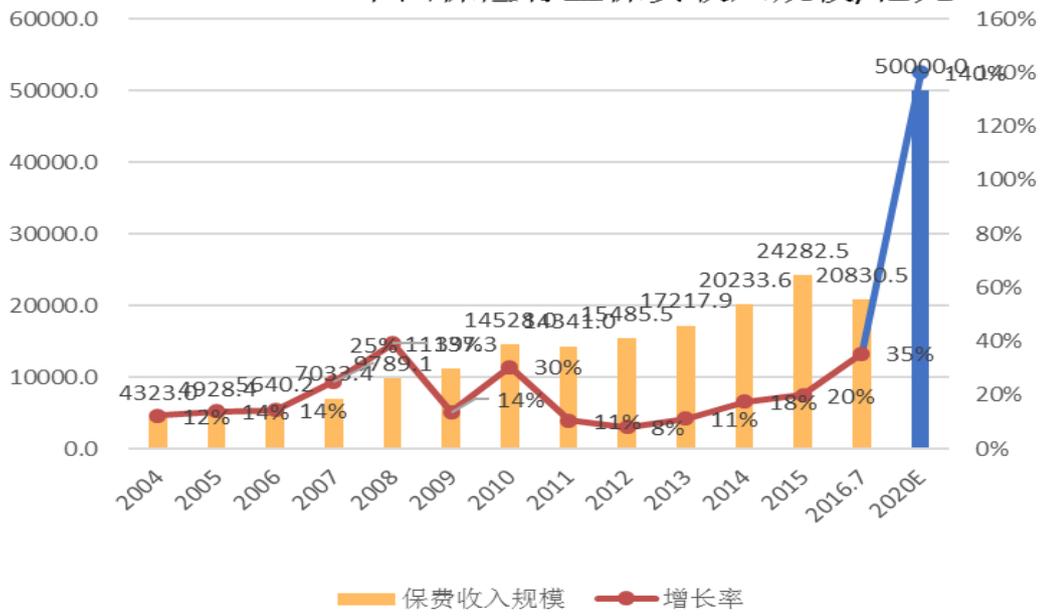
未来竞争格局：将从“二八原则”转变为“八二原则”，中国保民数量有3.3亿人，人数是股民的3倍，未来保险会覆盖所有人，达到14亿，可见市场之大。保险市场中还有80%的中小微、三农等没有得到良好的保险服务或产品，而通过互联网保险可以实现并更好的服务于中小微、服务三农。



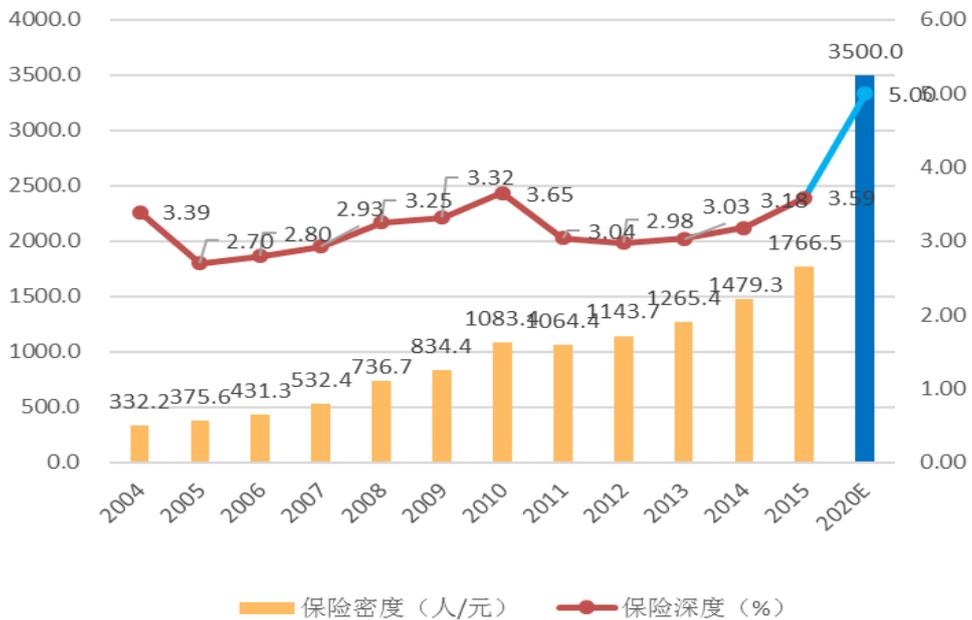
2.4 行业发展空间

“新国十条”提出，在 2020 年基本建成保障全面、功能完善、安全稳健、诚信规范，具有较强服务能力、创新能力和国际竞争力，与中国经济社会发展需求相适应的现代保险服务业。“新国十条”从国家层面设计、铺展保险业发展宏图 5 年时间，3 倍增长速度，5 万亿保费规模保险大时代来临

2004-2020中国保险行业保费收入规模/亿元



2004-2020中国保险行业保险密度及保险深度



2.5 IT 巨头进军保险行业

2016年10月13日,2016年胡润百富榜发布,前10名的企业家都进入保险,排名前四的企业家均已将保险作为旗下重点发展的业务。如万达集团控股的百年人寿、阿里巴巴集团控股的众安保险、腾讯集团控股的和泰人寿、恒大集团控股的恒大人寿等。

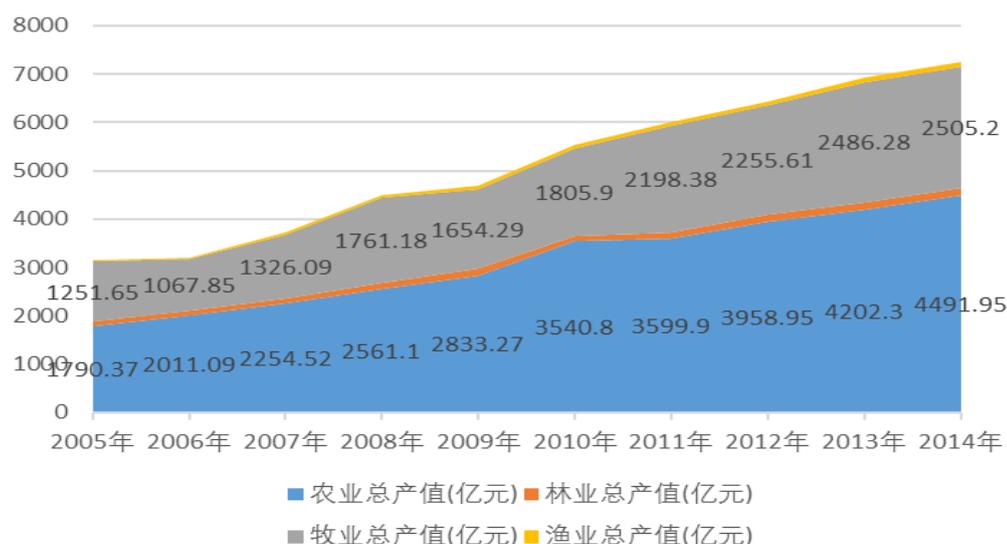
3. 河南保险行业情况

3.1 农险市场概述

农作物播种面积趋势

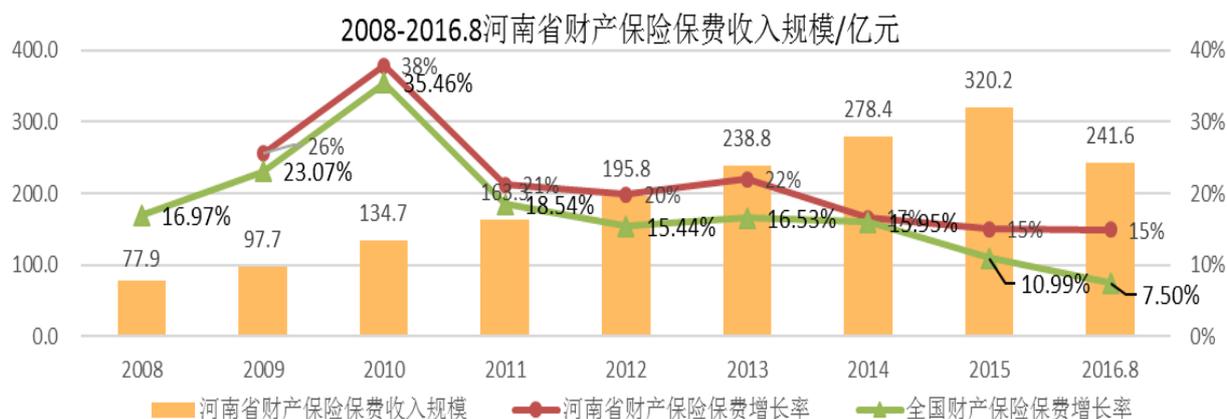
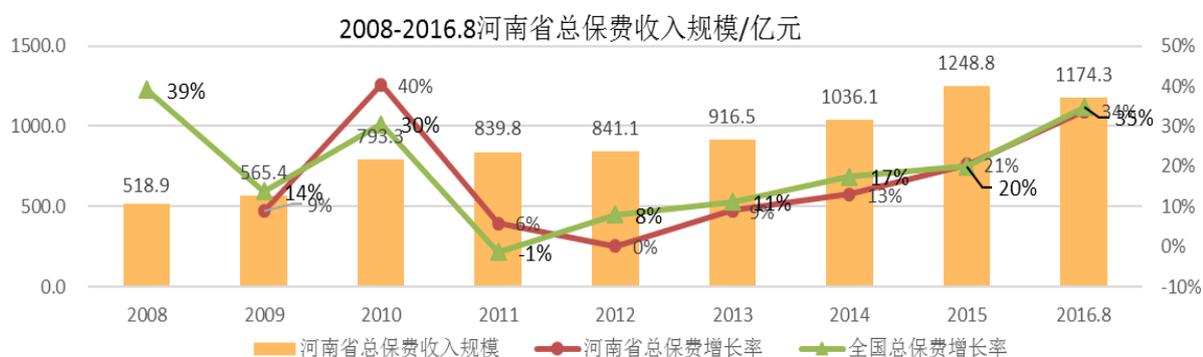


第一产业总产值趋势



3.2 财险规模逐渐扩大

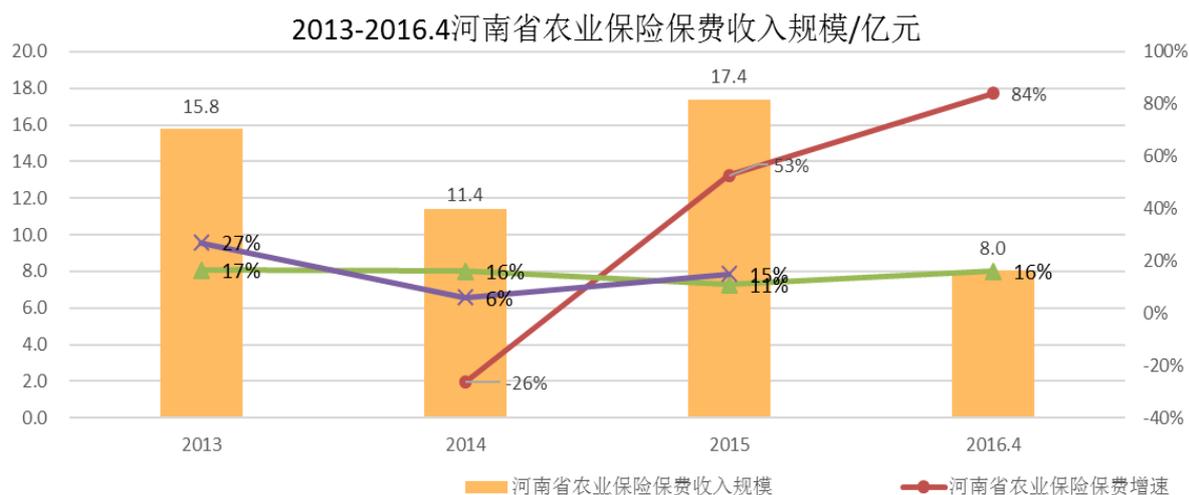
2015 年河南省保险行业保险深度 3.4%、保险密度 1330 元/人，均低于全国水平；近年来河南省保险行业保费收入接近全国保险行业保费收入增长速度，截至 2016 年 7 月增速达到 34%；占全国保险保费收入比例 5.11%；河南省财产保险保费收入增长率高于全国财产保险保费收入增长水平，近年来增速均达到 15%以上；占全国财产保险保费收入比例 4.01%；按年均 10%的增速测算，预计 2020 年财险规模可达 516 亿元。



3.3 农险潜力巨大

近两年河南省农业保险保费收入高速发展，2016 年一季度增速达到 84%，远高于河南省财产保险保费增速及全国农业保险保费增速。河南省农业保险保费和覆盖面同比均大幅增长，实现保费 8.04 亿元，规模居全国第一位；河南处在

农业生产集集约步伐快速推进的转折时期，农业规模化经营将提高对农业保险服务质量的需求。全省现在已有 1.6 万个家庭农场，3.9 万个种粮大户，经营耕地 3216 万亩，占总面积的 29%。农业规模化经营对农业保险的需求更加强烈；2014 年河南省能繁母猪保险的承保率只有 28%，水稻、玉米、小麦三大口粮作物保险覆盖率为 27.8%，落后于全国平均水平 34.5 个百分点。未来发展潜力巨大。

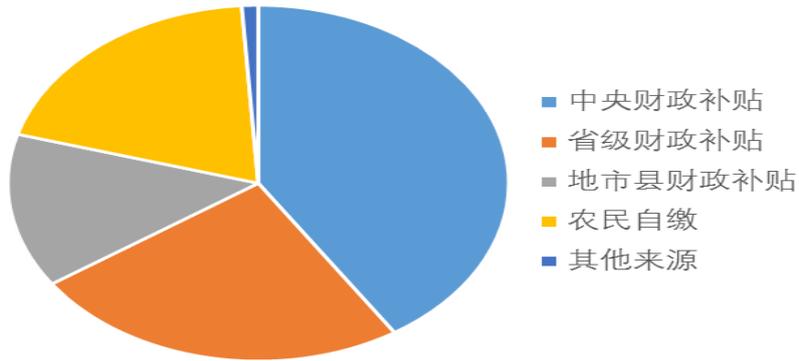


3.4 政府扶持

分业务性质看，2014 年，享有中央财政保险费补贴的农业保险业务保费收入 317.09 亿元，占总保费收入的 97.36%。其中，中央财政补贴 128.95 亿元，占财政补贴型业务的 40.67%；省级财政补贴 77.5 亿元，占比 24.44%；地市县财政补贴 41.27 亿元，占比 13.96%；农民自缴 63.06 亿元，占比 19.41%；其他来源 3.32 亿元，占比 1.05%。

近年来，中央财政不断加大支持力度，提高补贴比例，增加补贴品种，扩大补贴区域。目前我国农业保险保费补贴比例接近 80%，居全球较高水平。

2014年农业保险保费收入结构



农业保险中央财政补贴额度及杠杆率（亿元）

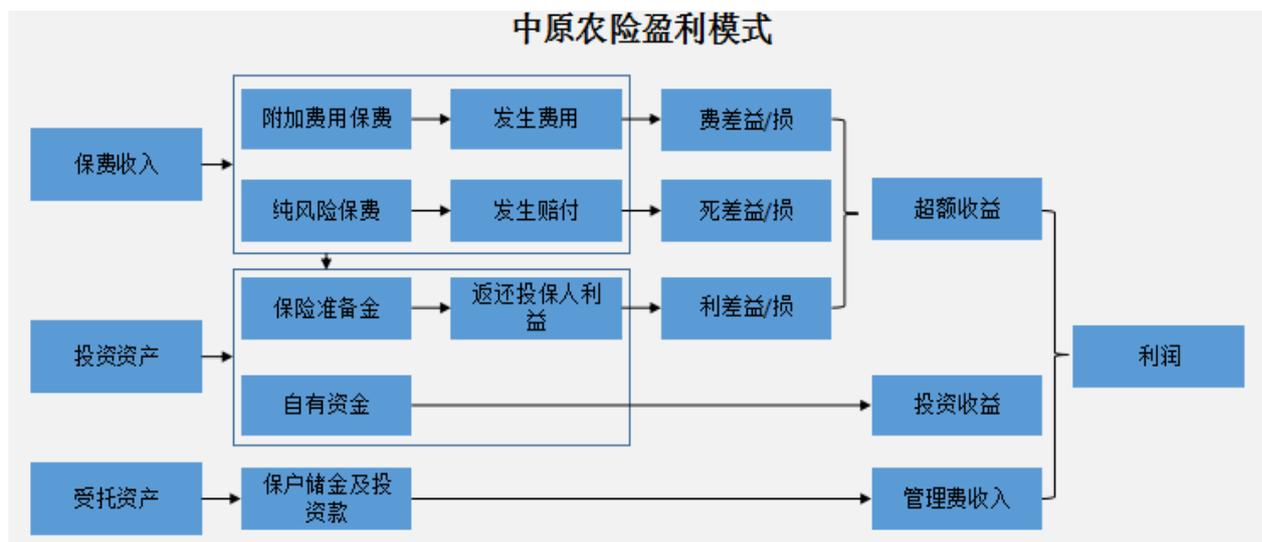
年份	中央财政补贴	提供风险保障额	杠杆率	农业 GDP	风险保障占农业 GDP 比例
2007	20.2	1720	85	48892.96	2.26%
2008	42.1	2397	57	58002.21	4.13%
2009	51.2	3812	74	60361.01	6.32%
2010	52.1	3943	76	69319.76	5.69%
2011	66.7	6523	98	81303.92	8.02%
2012	128.12	9127	71	89453.05	10.07%
2013	126.88	13869	109	96995.27	14.30%
2014	128.94	16320	127	102226.09	16.23%

4. 中原农险基本情况

4.1 企业基本情况与商业模式

中原农业保险股份有限公司创建于 2015 年 5 月，由河南省内 17 家国有企业共同投资发起，注册资本 11 亿元人民币，中原农险隶属于河南省政府，由省财

政厅履行出资人职责。作为河南省第一家保险法人机构，现有分支机构 98 家，其中 3 家市级分公司、95 家县级机构，拥有员工近 1000 人；2016 年实现保费收入 5.56 亿元，其中种植险 4.43 亿元，养殖险 0.49 亿元，商业险 0.66 亿元。



4.2 中原农险业务发展情况

作为农险市场的新兵，也是河南第一家保险法人机构，中原农险在 2016 年持续保持良好的发展势头，相比 2015 年保费增速达 638%，保费规模位列全国财险公司第 52 位。目前在售产品 27 种，覆盖小麦、水稻、玉米、油菜、花生、大豆等河南省常见农作物，同时围绕农户提供意外伤害险，为家庭提供财产综合险。

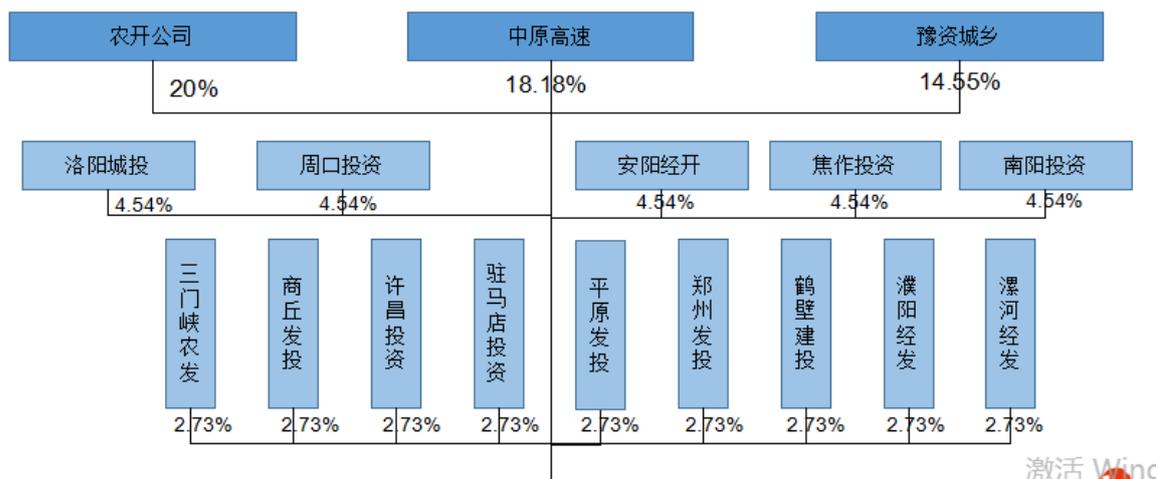
2015.6-2016.12中原农险保费单月收入规模/亿元



专注“三农”：根植农村，服务“三农”，立足河南、面向全国，坚持市场化、合规化、科技化的发展思路，实施专业化、差异化、特色化的经营模式，努力成为中原地区现代金融、灾害救助、农业保障及社会风险管理体系的重要组成部分。在开展政策性种植、养殖保险服务的基础上，围绕现代农业发展，创新产品，丰富农业风险保障体系；创新服务，丰富农业风险保障体系；创新服务，建立与农民“面对面”的新型服务模式；创新技术，运用现代科技提高管理水平。

4.3 中原农险股东背景与股权结构

中原农险的筹建，是河南省委、省政府从中原经济区建设、打造金融豫军、维护国家粮食安全、解决“三农”问题的战略高度出发所做出的重大决策。中原农险由河南省属农业综合开发公司、中原高速公路股份有限公司、豫资城乡投资发展有限公司等 17 家国有企业共同发起，注册资本金人民币 11 亿元。



4.4 中原农险组织架构及管理团队

根据《中华人民共和国公司法》和相关监管规定,中原农险结合实际经营管理需要,按照权责清晰、分工明确、管理科学的原则,构建了其自身的组织架构,能够保障增加业务范围获批后中原农险的高效运营。

4.4.1 中原农险治理机构

中原农险治理结构按照股份有限公司设立相关要求,由股东大会、董事会、监事会、高级管理层组成。

股东大会由全体股东组成,是公司的权力机构,依照《公司法》和公司章程行使职权。

董事会对股东大会负责,由七名董事组成,其中非独立董事四名,独立董事三名,依照《公司法》和公司章程行使职权。董事会下设战略与投资、提名与薪酬、审计与风险管理三个专业委员会。

监事会对股东大会负责。由五名监事组成,其中非职工监事三名,职工监事二名,依照《公司法》和公司章程行使职权。

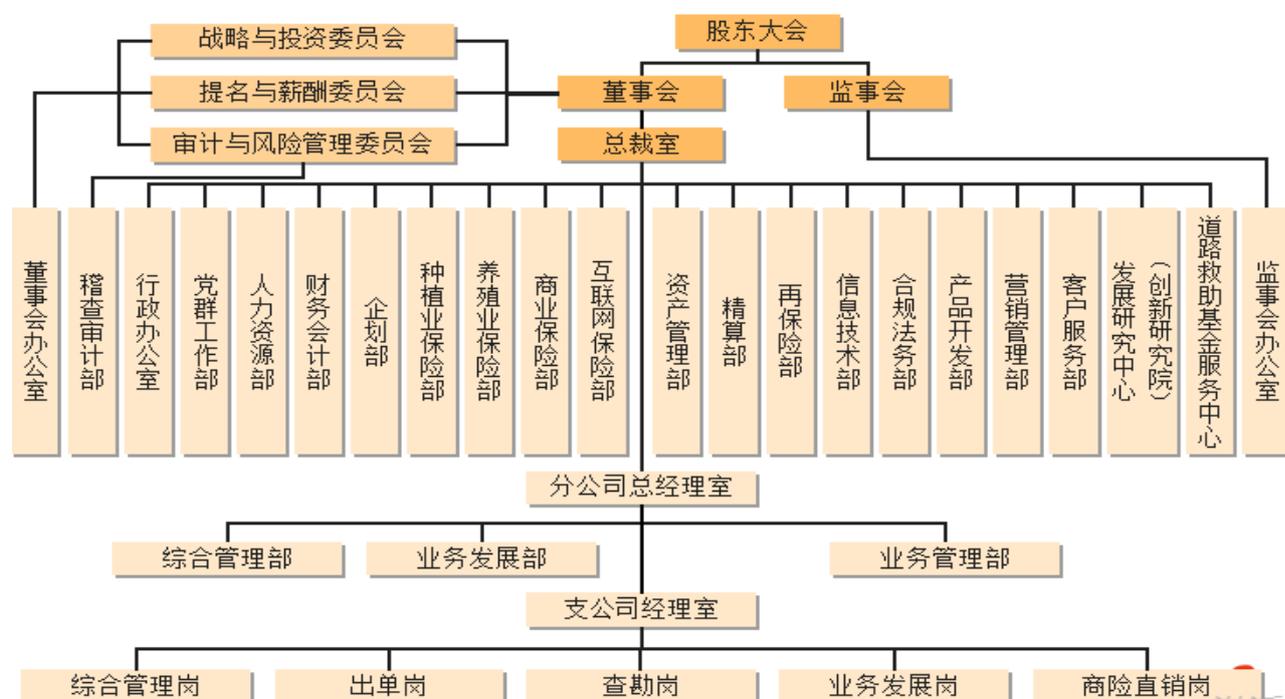
高级管理层对董事会负责。由总经理、副总经理及总经理助理、董事会秘书、合规负责人、财务负责人、审计责任人等人员组成,依照公司章程和董事会授权行使职权。

4.4.2 中原农险机构设置

中原农险总体设立四级组织机构，即总公司、分公司、中心支公司、支公司。同时，具备条件的乡镇设立“三农保险服务部”。公司发展初期，立足河南本省开展经营工作，暂不设立省级分公司。总公司负责制定和组织实施战略规划、经营目标和经营发展策略，对总体经营和分支机构运营开展指导和集中管控；中心支公司负责组织落实总公司下达的经营目标，开展本级业务营销和承保理赔服务工作，对辖内分支机构运营进行指导、管理和风险控制；支公司负责执行落实本机构经营目标，开展市场营销、承保理赔服务工作，对乡村服务网络进行指导和管理；乡镇服务部协助支公司开展宣传、承保、理赔的基础工作。

4.4.3 中原农险总公司部门设置情况

总公司设董事会办公室、稽查审计部、行政办公室、党群工作部、人力资源部、财务会计部、企划部、种植业保险部、养殖业保险部、商业保险部、互联网保险部、资产管理部、精算部、再保险部、信息技术部、合规法务部、产品开发部、营销管理部、客户服务部、发展研究中心、道路救助基金服务中心、监事会办公室等 22 个部门。



4.4.4 中原农险领导核心

毕洽军，董事长

高级会计师，中南财经大学财政专业本科。2015年8月至今出任中原农险董事长

曾任河南省财政厅工业交通处科员、副主任科员、主任科员；河南省会计师事务所副秘书长、秘书长；河南省财政厅会计处处长；河南省农业综合开发公司总经理等职务

主要职责：主持中原农险的全面工作

刘颂正，监事长

中国人民大学工商管理学院 企业管理硕士。2015年8月至今出任中原农险监事长

曾任河南省财政厅农财处办事员、科员、副主任科员；河南省农业综合开发公司业务部主任、项目二部经理、副总经理，开封尉氏县“三个代表”驻村；驻马店遂平县挂职锻炼任副县长

主要职责：主持中原农险监事会工作

总裁，姜华

高级经济师，吉林大学工商管理硕士。2015年8月至今出任中原农险总经理

曾任中国人民保险公司吉林省分公司处长助理（副处级）；中国保监会吉林监管局副局长、处长；安华农业保险股份有限公司总裁助理、总裁助理兼吉林分公司总经理、副总裁兼吉林分公司总经理、副总裁

主要职责：主持中原农险的经营管理工作，另外分管中原农险企划部，人力资源部

副总裁，李惠勇

中央党校函授学院经济管理专业，2016年11月至今任中原农险副总裁

曾在河南省会计学校、河南省财政厅人事教育处工作，后任河南省财政厅农税局副局长、基层财政管理处副处长、非税收入管理局票据处处长（副处级）

工作职责：分管中原农险党群党群工作部、行政办公室、道路交通救助服务中心、

宣传工作、

古文洪，纪委书记

西北大学中文系新闻专业本科，2015年12月至今任中原农险纪委书记

曾任新华社河南分社工商采访室记者、副主任、主任，新华社河南分社纪委委员、新华社半月谈杂志社《半月谈》编辑室高级记者、新华社半月谈杂志社办公室副主任（主持工作）、纪委委员、办公室主任

工作职责：分管中原农险稽核审计部、纪检监察室

副总裁，王成刚

经济师，吉林大学金融专业，2015年8月至今出任中原农险副总经理

曾任中国人民保险公司八道江区支公司科员、副科长、科长；中国人民保险公司白山分公司财产保险部副经理主持工作、经理、业务处理中心主任、承保中心主任；安华农业保险股份有限公司筹备组保证保险、货运险、意外险产品开发负责人；安华农业保险股份有限公司总公司承保兼再保险部总经理、财产保险部兼再保险部总经理；安华农业保险股份有限公司辽宁分公司副总经理；安华农业保险股份有限公司总公司农业保险部总经理；安华农业保险股份有限公司辽宁分公司总经理

工作职责：分管中原农险精算部、再保险部、合规法务部、发展研究中心

副总裁，王长明

哈工大工业与民用建筑本科，2015年至今出任中原农险副总经理

曾任人保黑龙江分公司科员；平安保险黑龙江分公司理赔部经理；平安保险佳木斯支公司、大庆支公司和哈尔滨支公司总经理；华泰保险广州分公司业管部和营业部总经理，及北京分公司核保部、中介部总经理和首席核保人；都邦保险吉林分公司副总经理，总公司销售管理部副总经理，贵州、黑龙江和浙江分公司总经理

副总裁，鲁启明

日本信州大学农学部农业经济专业硕士，2015年8月至今出任中原农险总经理助理

曾任太平洋保险集团公司重大项目办公室二级专务A，华农财产保险股份有限公司农险事业部高级副经理；安邦财产保险股份有限公司非车险事业部总经理助理；安邦财产保险股份有限公司山东分公司副总经理兼烟台中支总经理；和谐健康保险股份有限公司山东分公司副总经理（主持工作）；安邦财产保险股份有限公司农险事业部总经理

工作职责：分管公司信息技术部、种植业保险部、养殖业保险部

董事会秘书，李万峰

副教授，国民经济专业博士，毕业于中国人民大学。2015年8月至今出任中原农险董事会秘书

曾任河南省地方税务局计财处副主任科员；河南省漯河市召陵区副区长；河南省漯河市舞阳县副县长；河南省漯河市市委党校副校长（正处级）；国家行政学院经济学部副教授、新型城镇化研究中心副主任兼秘书长等职务

工作职责：分管中原农险董事会办公室、监事会办公室

总裁助理、财务负责人，叶强

金融学硕士，2015年4月至今出任中原农险总经理助理、财务负责人

曾任中国农业银行成都分行北站支行信贷部信贷员；泰康人寿保险股份有限公司财务部财务管理处经理；民生人寿保险股份有限公司财务部高级经理；平台人寿保险股份有限公司（筹）拟定财务负责人；民生人寿保险股份有限公司财务部副总经理（主持工作）、总经理，多元业务部负责人等职务

工作职责：分管中原农险财务会计部、资产管理部、商业保险部

5. 中原农险业务经营分析

5.1 聚焦三农

根植农村，服务“三农”，立足河南、面向全国，坚持市场化、合规化、科

技化的发展思路，实施专业化、差异化、特色化的经营模式，努力成为中原地区现代金融、灾害救助、农业保障及社会风险管理体系的重要组成部分。

在开展政策性种植、养殖保险服务的基础上，围绕现代农业发展，创新产品，丰富农业风险保障体系；创新服务，丰富农业风险保障体系；创新服务，建立与农民“面对面”的新型服务模式；创新技术，运用现代科技提高管理水平。

5.2 各领域突破

5.2.1 加大创新工作力度，发展动力显著增强

加大产品研发力度，提升产品供给能力：积极对接农业供给侧结构性改革，大力开展产品研发工作，共研发报备产品 39 款。积极开展试点工作，加快新产品落地实施：多个新险种在超过 63 家县、乡镇开展试点工作，承保超过 6939 亩，提供超过 4.1 亿风险保障，并与多家县政府达成保险合作协议。加强第三方平台合作，拓展业务经营模式：积极发展“保险+互联网”业务，与 10 家平台签署了合作协议。积极探索“农资+农险”、“贷款+农资+保险”等营销模式。

5.2.2 助力我省脱贫攻坚，“兰考模式”取得成效

主动作为，“兰考模式”落地生根：积极响应扶贫工作会议精神，与兰考县政府合作开展“脱贫路上零风险”项目，标志着中原农险“保险+扶贫”模式的落地生根。完善升级，“兰考模式”不断深化：通过“银保”模式支持贫困人口和扶贫产业金融扶贫、产业扶贫的基础上，联合财政厅、担保机构、投资机构，形成了“政+银+保”三位一体、“政+银+保+担”四位一体、“政、银、保、担、投”五位一体联动支农机制。全面推广，“兰考模式”开花结果：与 9 个省辖市以及 53 个县（区）政府签订了全面合作战略协议，共为 27 万贫困户，95 万贫困人口，提供了近 400 亿元的风险保障；累计实现贷款保证保险承保额达 5.12 亿元。

5.2.3 高效推进经办项目，道交基金项目深入人心

道交基金项目作为我省社会管理创新的探索，是中原农险经办的第一个社会服务项目。全省建成 128 个道路救助基金服务站，组建培养近 150 余人的救助基

金融服务团队，强力推进道交基金项目，累计救助 1000 余人，涉及 1000 多个家庭，垫付资金 3360 万元，超过过去五年垫付金额总和，并已向责任人成功追偿 240 万元，有效地发挥了救助基金“雪中送炭”的作用，在促进社会和谐方面发挥积极作用。

5.3 创新经营，着力培育持续发展能力

中原农险始终将创新作为发展的主要动力，一年来，创新成果不断推出，得到了政府、农民、监管部门和学术界的充分肯定。在产品创新方面：重点推出了针对新型农业经营主体的高保障种植保险产品，使河南在全国率先实现政策性农业保险产品“高低配”的突破；推出了解决涉农领域贷款难、贷款贵问题的农业贷款保证保险产品；推出了解决现有传统种植保险产品弊端和违规问题的小麦区域产量保险产品。在技术创新方面：引进“精确承保系统”，实现看图承保、远程验标，引进卫星遥感和无人机航拍技术，提高了工作效率、科学性和准确性。在渠道创新方面：建设完成了国内第一个农业保险电子商务平台。在创新能力建设方面：在不断提高自主研发能力的基础上，与国内知名农险专家、中国农科院、河南省农科院、国家气象局、首都经贸大学等建立了合作研发、委托研发机制。

5.4 面临的问题及解决方案

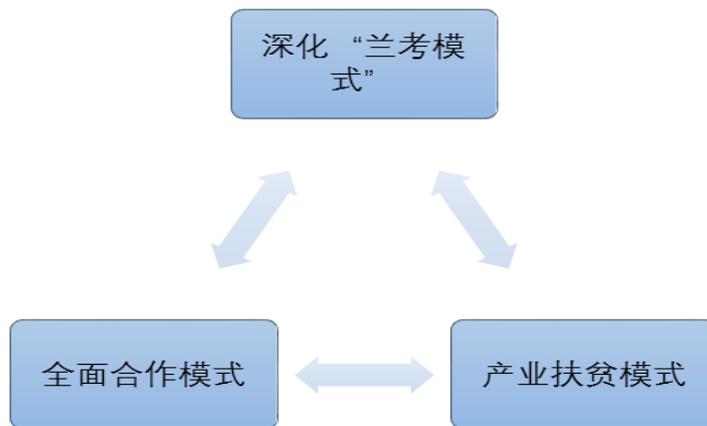
面对广泛分布的零散土地和农户，农业保险公司面临网点不足、人手紧缺和人力成本过高的困扰。中原农险打造“多渠道”的服务模式为合规经营和提高服务能力提供保障。

针对专业大户、家庭农场、合作社、产业化龙头企业等新型农业经营主体	针对外出务工家庭和新型农业经营主体	针对传统农户
• 实行直接销售、直接定损理赔的模式	• 建设完成并投入运营了国内第一个农业保险电子商务平台，提供PC端和微信移动端服务	• 在依托乡村两级政府传统渠道开展宣传动员的基础上，强化协保员队伍建设，提高直接服务能力。

截至目前，中原农险已有 95 个县支机构铺设完毕，2017 年将进一步下沉至村镇农险体系。

5.5 重视“精准扶贫”

中原农险把精准扶贫模式作为其一项重大政治任务，制定了《保险扶贫实施方案》，明确提出成立保险扶贫事业委员会，作为决策机构。委员会下设保险扶贫办公室，作为执行机构。有效整合保险、银行、期货、担保等金融资源，不断创新保险扶贫工作模式，强化保险扶贫工作成效，让中原农险在河南脱贫攻坚征程中发挥更重要的作用。



深入推进与省内各市、县政府合作，加快建立全面战略合作关系，充分体现保险扶贫的精准灌溉、精准投放和注重造血的特点。截止目前，中原农险继与兰考签订战略合作协议之后，又与 9 个省辖市以及 53 个县（区）政府签订了全面合作战略协议。

6. 中原农险战略规划

6.1 战略定位

农业保险专业化，商业保险特色化，投资业务精准化！全力打造农险、商险和投资“三轮驱动，均衡发展”的财险公司，同时成为中国农业保险领域的标杆

和典范！

6.2 战略目标

6.2.1 总体目标

统筹推进，协调发展。党的领导与政治保障作用得到充分发挥，使中原农险的核心价值观和独特的企业文化得到确立，治理结构完善，经营规范。信息化为引领，充分利用大数据、互联网的创新发展模式形成。农业保险做精做专，商业保险打造品牌，投资领域创造效益，在行业内成为知名品牌并具有一定影响力的专业型、创新型现代化保险公司。至 2020 年，其保费总规模不低于 30 亿元，确保实现盈利。

6.2.2 具体目标

6.2.2.1 党建工作

实现党建活动有序开展，党的各级组织建立健全，党的政治核心作用得到有效发挥，党建工作与中原农险业务经营同步有机结合。通过建立新的党建工作载体，注重新的党建工作形式以及突出党建工作成效等新方式，全面加强其全员思想政治建设、作风建设和能力建设，更好的发挥党总揽全局、协调各方的领导核心作用。通过考核评优树先，使企业凝聚力、战斗力不断增强，其廉洁自律的风尚基本形成，企业广大员工的创造力得到充分发挥。最终，通过卓有成效的党建工作推动、监督和考核中原农险的公司经营，促进其发展，为全面落实其战略发展规划提供坚强政治保证和组织保证。

6.2.2.2 企业文化

企业文化是一个公司党建工作的有效途径和载体。中原农险融入了中华民族的传统精神和社会主义核心价值观，形成了以“上德”为理念核心的企业文化建设目标。中原农险全员应充分领会企业文化精髓，在其经营、人才培养、团队建设和廉洁奉公等方面，不断学习与践行企业文化精神，将企业文化内化于心、外化于行。随着中原农险的发展壮大，全员践行企业文化，逐步打造具有较强凝聚力和战斗力的队伍，从而确保中原农险沿着正确的道路前进。

6.2.2.3 管理模式

在重视基础工作前提下，实行机构管理扁平化、业务选择专业化和资产相对轻型化。同时，实现信息化引领，充分利用大数据、互联网的创新发展模式。

6.2.2.4 经营目标

(1) 农业保险

重点围绕新型经营主体做大规模。至 2020 年，拟农业保险保费收入达到 17 亿元，通过中原农险的引领，显著提升全省农业保险参保率。

(2) 商业保险

依托多元化的销售渠道特色发展。重点利用股东资源和部分垄断渠道等优势，推动涉农商险、城市商险齐头并进。至 2020 年，保费规模不低于 13 亿元。

(3) 投资业务

通过积累资金池创造投资效益。投资收益率不低于行业平均水平，投资业务成为中原农险利润的重要来源。

(4) 经营利润

在未考虑增资扩股的前提下，中原农险保险业务亏损将逐渐减少，投资收益逐步增加。

6.2.2.5 机构计划

2016 年内完成河南省重点市、县机构的铺设；2017 年力争完成省内县级机构全覆盖，并铺设部分重点乡镇服务网络，2018 年，向省外拓展业务，至 2020 年成立三至五家省级分公司。

7. 中原农险经营策略

7.1 发展策略

迅速扩大规模、占领市场，树立企业品牌。将中原农险打造成为专业化农险、特色化商险与精准化投资“三轮驱动”均衡式发展的财险公司。

中原农险坚持创新发展理念，充分发挥各种优势，在产品开发、经营模式、

管理机制、信息技术等方面创新，逐步打造各板块的核心竞争力。

7.2 经营策略

7.2.1 经营模式创新

7.2.1.1 农险领域

重点关注业务流程再造。中原农险加强与政府的合作关系，依托财政部门协助办理业务；在以农险为主要业务的地区，建立较多的乡镇服务网点，解决“最后一公里”问题；加强销售人员队伍建设与管理，增强其粘性；采用直接销售与理赔服务新型经营主体；努力发展“保险+互联网”创新模式。中原农险应以监管规定的“五公开，三到户”为基本原则，进行流程再造，具体实务方面：在承保端，中原农险将优化投保流程，通过探索新技术，如 APP 和网络直销等，整合信息库和移动终端简化客户投保流程，在节省大量时间成本的同时解决投保真实性问题；在理赔端，中原农险将利用高新科技手段开展移动查勘理赔工作，降低人员的工作量。同时，中原农险将与掌握的公共资源合作，为广大农户，特别是重点客户提供附加值服务，如：天气以及农作物产量的预测预报、协调农作物收获期间农机分配，为新型经营主体融资提供便利等。

7.2.1.2 商险领域

中原农险将通过商业保险手段参与到社会普惠金融体系建设中，大力推广电子商务服务，分析客户需求，通过提供客户体验开发适销产品，探索“保险+互联网”和“互联网+保险”两种互联网直销销售模式，通过该模式快速积累客户。

(1) “保险+互联网”

将互联网作为传统保险业的一个新的销售渠道，销售行业已有常见产品，重点突出渠道成本低廉的优势。

(2) “互联网+保险”

利用互联网的创新思维，与具有大数据资源的第三方平台合作，迅速扩大客户群体，进行市场细分，针对不同群体开发适销的保险产品，利用技术手段实现与客户“面对面”沟通，增强客户粘性。

7.2.2 产品创新

中原农险将一直进行产品创新，在种植险、养殖险和商险方面充分发挥优势，大胆提出创新理念，充分发挥精算作用，谨慎求证创新结果。

种植险方面，借鉴美国等发达国家农险发展的经验，同时立足我国国情，重点在有财政补贴的政策性产品方向创新，种植险应从大宗商品的成本保险逐步转向产量保险和价格保险过渡，最终开发并使用收入保险，同时兼顾各地方的特色种植品种，提供新保险产品，填补市场空白；

养殖险方面，新产品主要包括暂时未列入财政补贴的养殖项目、农产品价格保险、动物生产能力保险等，通过中原农险的努力获得政府和农户的认可，逐步将新产品纳入财政补贴范围；

商险方面，以政府、股东主导或者参与的相关项目为主，主要包括涉农贷款保证保险、责任保险、意外保险、健康保险和投资型产品等，同时关注商车改革后市场的变化情况，准备私人订制化发展。

产品目标是：涉农领域全覆盖，商险重点领域突出。产品盈利能力较强，能够随时满足业务发展需求。

7.2.3 渠道管理

7.2.3.1 传统渠道

传统营销渠道主要包含：个人代理人、银行代办、专兼业代理、保险经纪公司、电网销、柜台业务等方式。中原农险仍将重视利用传统渠道开展业务，同时重点加大与地方政府，尤其是地方财政部门等相关职能管理部门合作力度，依托公信力在宣传中原农险品牌，开展业务。与此同时，重点发展股东自身业务或者与股东单位有合作渠道的业务，依托股东实力逐步建立垄断渠道开展销售工作，事半功倍。

7.2.3.2 创新渠道

(1) 针对农村市场，中原农险将在部分重点地区建立乡镇服务网点，加强协保员队伍建设，建立完善的培训监管机制，全面提高销售人员技能，确保相关

工作合规开展，有效防范一线展业风险。通过中原农险文化、激励等形式提高客户粘性，有重点、有目标的开展相关业务。重点加大对新型经营主体等客户的直接销售力度，通过提供高保障和高附加值产品等方式吸引客户投保，提升对中原农险的认可度。针对城市市场，根据中原农险实际情况发展员工直销、个人代理以及中介代理等传统渠道。

(2) 利用互联网作为创新渠道销售传统保险产品，探索“保险+互联网”的营销模式，在发展中努力实现规模与利润双增长，同时积累经验，为“互联网+保险”打好基础；利用互联网在创新产品、思维方式上的强势地位，探索“互联网+保险”的全新经营模式，从产品研发、营销、在线服务等环节，实现单点突破，在局部场景、垂直应用中迅速扩大影响与规模。通过“保险+互联网”和“互联网+保险”两种不同的思维逻辑，积极推动电子商务业务发展。

(3) 积极响应政府在保险领域的招标采购项目（如：道路交通事故救助基金），充分发挥地方法人优势，集中推进大项目、一揽子项目的发展，快速提升中原农险业务量与品牌知名度。

7.2.4 营销管理

中原农险加强销售管理工作力度，通过卓越的销售理念与考核机制、优良的信息系统，及时捕捉市场机会，通过多维度的营销渠道开展业务，从而促进业务快速发展。

强调销售原则。建立销售规则是中原农险核心工作之一，其应特别重视建立起适合自身发展的销售规则，并根据市场情况动态调整。中原农险将根据保险业务多年平均风险情况以及未来发展趋势，兼顾其首次获客成本和未来续保率，合理设置核保规则，重点强调市场化销售费用水平，控制业务整体的成本率。

建立销售渠道。短期内，中原农险基础比较薄弱，尤其是自身直接销售能力有限，应依托股东以及传统代理销售模式开展业务；中长期，中原农险应重点加强直接销售能力建设，逐步降低其销售成本，提升服务水平。中原农险将依托技术手段实现与客户的“面对面”服务，增加客户粘性，提升优质业务续保率，逐

步打造销售板块的核心竞争力。

锤炼销售队伍。除农险的合作代办模式外，中原农险将加强直销队伍建设，着力打造一支销售能力强的直销队伍，销售各业务条线的适销产品。力图通过销售人员在市场前端“面对面”进行销售、理赔，提升中原农险服务能力，激发交叉销售潜能，最终实现“一个客户，综合开发”。

7.3 资源配置策略

7.3.1 增资扩股

中原农险在短期内考虑采取包括向现有股东以及战略投资者增资扩股，以激活经营机制、提高偿付能力、扩大业务规模、增加可用资金、提高投资收益。

2016 年启动增资工作，在 2017 年完成增资扩股，股本达到 30 亿元，力争在 2020 年前实现二次增资。

7.3.2 完善组织架构

中原农险总公司将整合各业务条线销售和理赔规则，统一进行销售方案设计与推动，并协调理赔资源，完善分支机构固定资产和 IT 设备的采购、统一配置，统一人员招聘相关工作，统一安排相关业务再保险方案，外聘法律顾问团队，各项收入与支出集约化处理等，最终目标是解除三、四级机构的后顾之忧，全力支持其开展销售与客户服务工作，从而在短时间内扩大其保费收入，提升其经营水平。

(1) 成立财务共享中心

中原农险将建立统一的财务共享中心，主要处理日常大量的保费收入划账，赔款支出，各项费用的支付与报销等事务性工作，提高工作流转效率，以便解放更多人力、脑力用于创造性工作。

(2) 成立业务处理中心

中原农险短期内建立业务处理中心，以应对短期内大量承保出单以及缮制赔案等工作，将承保出单和日常理赔等繁琐工作从其总公司剥离出来，解放其总公司人力用于创造性工作。

(3) 成立中原农险总公司营业部

将在业务处理中心基础上，适时成立其总公司营业部，逐步将日常承保与理赔工作转交营业部，提升相关人员一线工作能力，同时其总公司营业部可以承担总对总业务、中原农险在未设立保险机构区域开展的相关业务以及互联网业务的落地职能。未来，中原农险将以总公司营业部为班底，成立河南省分公司。

(4) 成立营销管理部

整合中原农险销售资源、组织制定销售政策，重点针对不同的市场建立多维度销售渠道，加强对中原农险销售人员的统一管理，加强对代理商的跟踪，提升销售费用结算与支付等工作效率，全面激发销售人员的工作积极性，进而促进中原农险各条线业务全面协调发展。

(5) 成立客户管理中心

制定客户管理工作方案，建立统一的客户服务标准，增强客户服务力度，提升客户体验，确保电话受理、咨询、呼出业务、投诉以及客户回访工作及时全面开展，建立良好的企业客户关系，打造中原农险优质服务品牌。

(6) 在重点乡镇建设服务网点

加大对农险资源较多的重点乡镇的投入力度，重视提升在重点乡镇的直接服务能力，创造更多与客户“面对面”沟通与交流的机会，发现市场机遇、快速提升服务水平，解决“最后一公里”问题。

7.3.3 资金倾斜

将资金重点用于渠道建设、客户服务、技术创新与研究、品牌宣传与维护、引进关键岗位与高端人才等方面，通过强大的资金支持维护中原农险市场地位与持续竞争力。

7.3.4 人员倾斜

为实现战略目标，满足业务发展需要，中原农险重视人才建设工作，通过提供优越的薪酬条件、试点开展企业年金计划等方式，积极引进关键岗位的高端人才，如：政策研究、产品研发、销售管理、信息技术、精算、再保、两核管理

等方面，从而提升各领域的核心竞争力。

7.4 品牌策略

全力开发保险市场的空白领域，提供医疗责任险、食品安全责任险等产品，积累道路救助基金项目经验，逐步渗透到社会管理领域，充分发挥灾害救助、资金融通和社会管理等方面的企业社会责任，提升中原农险品牌形象。

7.4.1 品牌管理

7.4.1.1 品牌建立

品牌形象是企业间竞争的有效利器，建设良好的品牌形象是一个公司持续发展所需要的长期性系统工程。消费者需要品牌形象，公司需要品牌资产。产品和产品之间同质性越高，消费者选择产品的理智考虑就越少，为产品树立一种突出的品牌形象可为公司在市场上获得较大的占有率和利润。品牌资产同时也为公司、股东、政府带来商誉利润、资金和营销投资效应，有利于更好完成政府赋予我们的使命，体现企业的社会责任。

品牌建立的重点是做好战略化、系统化、制度化三方面的工作。一是要确立品牌建设发展的方向，即全面服务、服从公司整体发展战略，这是强化品牌战略规划的核心内容；二是要理清品牌规划工作思路，完善各级品牌管理机构、组织，健全企业形象识别系统，形成可持续的品牌管理和发展模式；三是要进一步加强品牌建设相关制度的制定与完善，这是保障品牌战略得以有效实施的重要条件。

建立与品牌管理相适应的制度文化，包括组织结构、品牌机构、品牌识别和品牌宣传等内容。明确品牌管理的归口管理部门，制定并实施品牌建设计划，协调公司各部门执行品牌建设工作。

打造公司的品牌将实行三步走的策略：

短期目标：品牌认知策略，中原农险将以品牌知名度为目标，明确中原农险的品牌定位，逐步在河南当地市场和全国范围内进行品牌的推广。

中期目标：品牌认同策略，中原农险将以品牌忠诚度为目标，重点关注客户

对中原农险品牌的认同，以此来巩固市场，拓展业务，为品牌领先策略构建基础。打造业务品种最全、客户体验最佳的河南农险第一品牌。

长期目标：品牌领先策略，中原农险将形成品牌领先优势，逐步扩大已有市场份额，为新产品推广、进入新市场创造条件。

明确品牌的核心定位，制定为数不多的几句广告语，并应用到各类广告中。品牌管理部门牵头负责对广告公司的选择和评估，并请其开展媒体投放评估、品牌计划评估等工作。重点关注客户对品牌价值的接受度和认识度，制定加强品牌价值的策略。

7.4.1.2 品牌维护

品牌作为企业的重要资产，其市场竞争力和价值来之不易。但是，市场不是一成不变的，因此需要中原农险不断地对品牌进行维护。品牌维护是在品牌建立之后，进行品牌管理的重要手段。品牌维护有利于巩固品牌的市场地位，避免出现品牌在竞争中知名度下降，美誉度下降等品牌老化现象。品牌维护有助于保持和增强品牌生命力，满足消费者不断变化的需求。品牌维护有利于预防和化解危机，企业应当制定系统的危机管理机制预防危机的发生，并在危机发生后采取恰当的应对措施。

加强声誉风险管理、树立良好的社会形象是促进中原农险可持续发展的坚强基石和重要前提。声誉风险诱发因素复杂、传播速度快、影响范围广，中原农险应将声誉风险管理纳入日常管理体系。与此同时，应不断强化声誉风险管理团队的能力，警惕随时可能出现的风险情况，建立和完善声誉风险预防机制。

舆论监测在有效防范声誉风险中起到了重要作用。中原农险将采用计算机自动地对网络舆情进行分析、整理，建立起全面高效的舆情监控预警机制。通过实行网络舆情监控，能够了解舆论动向，从而制定应对策略，及时采取措施。

7.4.3 客户管理

7.4.3.1 客户管理业务流程

短期内，可由互联网保险部牵头，信息和各业务部门等共同开展相关工作。

未来，中原农险成立独立的客户管理中心，负责客户管理工作。中原农险计划通过以下方案提高客户忠实度：第一，重视承保、理赔服务。承保方面，将产品介绍到位，为客户量身打造保险方案。理赔方面，及时查勘、定损、高效支付赔款；第二，全面升级服务质量，做到业务流程化、服务标准化、规范化；第三，针对老客户研发具有特色的增值服务或设计会员制度，提高客户粘性。

7.4.3.2 客户管理系统应用

在客户关系管理系统中，可根据需求开发各种功能模块，实现客户关系管理的多种功能。通过一系列卓越的系统互联，增强客户体验，提升公司服务效率，挖掘客户潜力，最终为客户提供更多的优质服务。

7.4.3.3 客户管理分析决策

完善的CRM流程需要分四步实施：第一，建立统一的客户信息数据库，各部门共同使用统一的客户信息，同时使用智能查询技术满足业务经办人员对客户信息的多条件检索的需求；第二，建立以客户为中心的营销模式，针对现有的客户群体进行细分，制定不同的客户群体营销计划；第三，由部门向企业推进，根据现有的情况，从销售部门开始推进，再带动其他的部门，实现部门间信息传递和共享的良性循环；第四，实现对业务流程及人员的管理。对于各种业务流程，在系统中采用进程式的记录方式来实现各业务环节的无缝衔接。

7.4.4 危机管理

危机管理应遵循“三度”基本原则，即速度、制度和态度。相比于传统商业保险，农业保险的危机管理更为复杂与重要。中原农险各部门员工在危机管理中应时刻牢记：个人利益服从集体利益；公司利益服从社会利益；经济利益服从政治利益。同时，需做到以下几点：

- 1、居安思危，中原农险上下树立危机意识。
- 2、建立预警机制，将危机消除在萌芽状态。
- 3、建立危机应急预案，中原农险上下临“危”不乱。
- 4、与相关各方进行全面沟通，获得理解与支持。

7.5 路径策略

根据市场的成本情况量力而行，合理配置销售费用，在做大规模的同时确保业务质量。

7.5.1 种植险—以产品创新提升中原农险竞争力

稳健经营，重点围绕新型经营主体，积极发展直销和提供便捷的理赔服务，为其快速发展保驾护航。中原农险通过承保新型经营主体，逐步扩大市场份额，提高经营效率，摊薄其成本。与此同时，中原农险应优化业务流程，争取开展一揽子保险业务，从而提升其综合服务能力。

（1）短期策略与规划

中原农险将有效资源重点投向新型经营主体，同时兼顾散户的保险利益诉求。针对种植大户：直接销售小麦和玉米 A 款等高保障产品；针对散户：依托第三方开展小麦和玉米成本保险以及区域产量保险业务。

试点新产品。设计开发地方特色农产品保险方案，支持地方特色农业发展。

（2）中长期策略与规划

坚持重点服务于新型经营主体的原则，将拳头产品做大做强，占领更广阔的市场。推出价格保险或者收入保险的升级版。核心步骤为：逐步由种植成本保险升级为产量保险，由产量保险升级为收入保险，逐步扩大收入保险占比，最终依托收入保险实现合理承保利润的终极目标。

（3）种植险风险防控

中原农险应加强机构网络建设，提升业务服务能力，将风险降低。在有一定的业务选择权时，先开展风险较低区域，后逐步推广至其他区域；在暂时欠缺一定的服务能力时，充分考虑当地风险状况，适当降低高风险地区业务占比，且新产品不在此类地区开展试点。与此同时，充分发挥再保险的作用，利用再保险方式进行风险分散，确保资产安全。

7.5.2 养殖险—融合其他业务共同发展

发挥专业优势，实现快速突破，融合产业上下游资源，进行综合开发利用。

中原农险有多年从事养殖生产管理、经验颇丰的领导者，也掌握着大量潜在的优质客户资源，利用资源推广新技术，提升管理水平，打造核心竞争力。

（1）短期发展规划—重点拓展规模养殖场业务

承保大单业务，提高养殖险经营效率。针对符合承保政策的大型企业，使用能繁母猪、生猪、奶牛以及肉食鸡等拳头产品。

（2）中期发展规划—逐步扩大客户群

针对市场需求，开发有政策支持的能繁母猪生产能力保险、肉禽蛋奶类价格保险等新型产品。逐步开展具有一定养殖规模的散单养殖险业务。

（3）长期发展规划—以模式创新实现突破

在业务重点区县，通过协保员带动交叉销售；推动移动查勘项目的应用；在中原农险业务基础较好的县，开展相关调研工作，兼顾保险资金投资业务的监管规定，逐步探索参股建立动物尸体无害化处理厂的可行性，希望通过此种方式解决散户道德风险问题，从而掌握更为庞大的散户资源以达到长期盈利的目的。

7.5.3 商险—以渠道创新拓展业务规模

发挥后发优势，深耕蓝海市场，全面实现弯道超车，在风险可控的情况下，以渠道创新快速扩大业务规模，迅速沉淀资金。找准切入点，瞄准方向，以车险、意健险、责任险、贷款保证保险为发展重点。在农商险领域全面推动发展，针对社会管理中的热点问题，重点突破；在城商险领域实行差异化经营策略，不主动参加市场恶性竞争，全力做好基础工作，提升经营能力，逐步打造中原农险品牌。

7.5.3.1 车险

针对车险费率改革所形成的细分市场，制定差异化的竞争战略。短期内利用股东及总部独特资源优势迅速开展业务；中长期朝着“私人订制”的方向开展差异化的营销策略。

（1）短期发展规划—发挥农险、道交基金和股东优势

首先，要积极利用中原农险的农险基础，优先在农险客户群体发展车险业务。其次，发挥道路救助基金优势作用，利用承办道路救助基金的优势和机会，争取

获得显著低于行业平均的赔付成本。再次，发挥股东优势，争取股东业务等相关资源，积极发展股东车险和团体车险业务等风险较低的业务。最后，其他业务精选优质代理商，加快车险业务发展步伐。总之，车险业务发展初期应重视渠道建设，夯实业务基础，为后续发展做好准备工作。

(2) 中长期发展规划—掌握属于自己的客户群

中长期，在保持传统优势基础上，利用商车改革良机，实行“私人订制”的车险市场营销策略，配合实施“四位一体”营销服务策略。融入汽车金融生态圈，有效提高客户的粘性和忠诚度，不断提升中原农险综合服务能力和水平。

7.5.3.2 非车险

(1) 短期发展规划—承保常规产品

短期内，中原农险应积极承保涉农领域的财产保险、责任保险、意外伤害保险以及贷款保证保险等非车险拳头产品。中原农险应加大市场研究与开发力度，尽快形成业务规模，在农村商险上形成优势地位。借助种植险客户，发展其财险等一揽子保险，积极推动小额人身保险。积极参与政府扶贫工程，发挥保险机制在精准扶贫上的作用。充分利用股东资源发展垄断渠道的贷款保证保险和有航空救援参与的意外险等业务，迅速提升中原农险知名度。

(2) 中长期发展规划—逐步放开承保政策

根据中原农险的实力逐步放开核保规则，在有足够的再保险支持下，允许风险较低的大型商险业务进入其承保范围。

除了发展有政策支持的业务外，积极发展保额小、风险独立性强的优质业务，具体产品有农产品（食品）安全责任险、农村诊所安全责任险、农村权证抵押贷款保证保险等产品，积极努力履行企业的社会责任。与此同时，积极探索农村健康保险、医疗保险，密切关注省农村健康保险和医疗保险的发展进度，做好相关准备。

7.5.3.3 投资型保险产品

农村客户投资渠道较为单一，中原农险可开发相关投资型产品，降低农户缴

费的同时，可以提供相对较高的利息。中原农险将利用投资型非寿险产品做大其资金池，反哺地方经济，从而获得政府对公司更大的支持力度，同时为中原农险投资业务发展添砖加瓦。主要使用的投资型产品为家财险、意外伤害险和种植保险。

7.5.4 互联网保险业务—以创新思维快速提升中原农险内涵价值

充分发挥农业保险第一家互联网平台效应，加强与涉农电商平台合作，迅速扩大业务领域，积极研发适合互联网销售的产品，通过互联网经营突破地理区域限制，重视后续线下服务跟踪，增加客户粘性，提升优质业务续保率。

(1) 互联网保险部定位

以客户为中心，以协同为基础，以创新为动力，构建融合销售与服务为一体的互联网战略平台。

传统保险产品的网络销售平台：成为传统保险业务新的增长点与重要组成部分。

产品与服务的创新平台：实现基于场景化、碎片化、事件化的互联网保险产品研发、运营和客户体验功能。

合规经营的风控警戒线：应用信息技术与第三方平台降低中原农险展业与支付等环节的经营风险。

(2) 互联网保险发展策略

在自身能力不足，投入巨大而又前景不明的情况下，可采取与筛选过的外部平台等资源合作，实现快速突破，资源整合，稳步推进。

应推出重点销售产品，以种植与养殖保险为基础，将商业保险与资产运作融入电商平台，尝试向互联网金融、产业链金融和客户生态圈建设渗透的可能性，如投资型保险产品，实现简易、快捷投保，将产业做细做精，探索多元化的电子商务战略。

(3) “互联网+”与“+互联网”双措并举

发展初期，侧重“保险+互联网”，发展中努力实现规模与利润增长，同时

积累经验，为“互联网+保险”打好基础；发展过程中积极探索“互联网+保险”的产品研发、营销、销售、在线服务，突破经营区域限制，加大与涉农电商平台合作，在局部场景、垂直应用中迅速扩大业务规模与市场影响力。

7.5.5 资金运用—成为中原农险利润来源的大本营

利用保险业务与增资扩股将中原农险资金池做大，通过提高投资能力提升其利润水平，使投资收益成为其利润来源的大本营。

（1）监管要求可投资领域

重点研究以下投资领域：债券、股票、证券投资份额等有价证券；不动产；其他资金运用形式。具体区分为：流动性资产、固定收益类、权益类、不动产类和其他金融类共计五大类资产。在监管规定的可投资额度内，合理配置各项投资资产，开展各项投资活动。

（2）中原农险整体投资策略

在安全性、流动性、收益性“三性兼顾，安全第一”的原则上，做好宏观经济、股票与债券市场、投资策略与行业配置等方面的研究工作，合理配置固定收益类和权益类投资资产，确保投资收益率处于行业中小公司的平均偏上水平。

中长期，中原农险计划投资农业相关产业链，通过投资产业链获取更多的保险上下游资源，促进保险业务发展。支持河南地方建设和发展，实现省内成立保险法人机构的初衷。

总体上，中原农险的资产配置应坚持多元化，服务于实体经济发展原则，并根据业务发展和资本市场的情况以及保监会有关投资政策的变化，适时做出调整，确保 50%以上投资于河南本土市场，有效防范风险，确保较高的投资效益。

8. 中原农险增资扩股必要性分析

8.1 有效满足偿付能力监管要求，落实五年战略规划

根据中原农险五年发展规划，中原农险 2020 年保费收入将达到 30 亿元，可

投资资产 20 亿元，量化的保险风险、市场风险和信用风险最低资本总计将达到 8 亿元，实际资本为 11 亿，中原农险偿付能力充足率仅为 137%（偿付能力充足率=保险公司的实际资本/最低资本），将碰触 150%的监管警戒线，中原农险保险业务、投资业务及分支机构铺设等多项经营活动将受到限制，将影响其的战略部署。

8.2 开展大型非车险以及保险扶贫项目需要

中原农险已于 2015 年底收到保监会批复，获得了财险领域全牌照，未来可以参与城市大型非车险项目。按照《保险法》规定，保险公司对每一危险单位，即对一次保险事故可能造成的最大损失范围所承担的责任，不得超过其实有资本金加公积金总和的 10%，目前中原农险资本金为 11 亿元，单一危险单位承保上限只有 1.1 亿元，故难以获得高端优质非车险业务。同时，中原农险在再保险市场议价能力有限，取得高保障再保险合同难度较大，进一步限制了业务选择和自主性。

党中央和省委省政府均高度重视保险在支持国家的精准扶贫战略中的重要作用。作为地方法人机构，中原农险已参与本省多地精准扶贫项目。从保险理论角度出发，广泛承保单一地区一揽子业务风险较高，若发生保险事故，中原农险将面临较大的损失，在暂时无法获得再保险市场足够支持的情况下，只有通过提高资本金规模，才能缓冲偶发巨灾对中原农险经营产生的剧烈影响。

8.3 抓住保险业新机遇、拓展中原农险新业务的需要

2014 年，国务院发布《关于加快发展现代保险服务业的若干意见》（国发〔2014〕29 号），提出要“构筑保险民生保障网，完善多层次社会保险体系”，“发挥保险风险管理功能，完善社会治理体系”。早在 2012 年，国家发改委、卫生部、财政部、人社部、民政部、保监会等六部委就联合印发了《关于开展城乡居民大病保险工作的指导意见》（发改社会〔2012〕2605 号），为贯彻落实《指导意见》，中国保监会于 2013 年印发了《保险公司城乡居民大病保险业务管理暂行办法》（保监发〔2013〕19 号）。《办法》中提到，大病保险是指为提高城乡居

民医疗保障水平，在基本医疗保障的基础上，对城乡居民患大病发生的高额医疗费用给予进一步保障的一项制度性安排，是基本医疗保障制度的拓展和延伸，也是完善多层次社会保险体系、社会治理体系的重要措施。大病保险的具体做法是从城镇居民基本医疗保险基金、新型农村合作医疗基金或城乡居民基本医疗保险基金中划出一定比例或额度作为大病保险资金。《办法》中还明确指出，“保险公司总公司开展大病保险业务应当具备以下基本条件：注册资本不低于人民币 20 亿元或近三年内净资产均不低于人民币 50 亿元；专业健康保险公司除外”。

中国保监会近期公布了具有大病保险业务资质的保险公司名单，共有 17 家人身险公司、18 家财产险公司被列入资质名单。除中国人寿保险股份有限公司、中国平安人寿保险股份有限公司、中国人民财产保险股份有限公司、中国平安财产保险股份有限公司、中华联合财产保险股份有限公司等大型保险公司外，专业型农业保险公司—国元农业保险股份有限公司也名列其中。

完成增资后，中原农险注册资本将符合《办法》所述对其注册资本方面的硬性门槛要求，可以参与大病保险招标项目，顺应保险业发展新趋势，抓住保险业发展新机遇，积极拓展中原农险业务范围，发展壮大中原农险。

9. 中原农险增资扩股方案

9.1 增资扩股的原则

(1) 保持国有股权控股结构

中原农险目前的股东结构为 17 家国有企业法人持股，为进一步响应国务院国企改革政策，推进混合所有制，本次增资拟在保持国有股权绝对控股及河南省农业综合开发公司保持第一大股东地位的前提下，引进社会资本，进而提升中原农险的市场化程度。

(2) 合理均衡新老股东利益

一方面，对原股东设立优先认购权，使其能优先于其他投资者认购股份；另一方面，本次增资扩股定价也充分平衡新老股东利益，合理确定股价，确保新老股东在增发新股后利益上平等，新老股东最终实现同股同权。

(3) 符合法律法规和监管要求

中原农险增资扩股涉及资本变更、章程修订等重大事项，其中股东资格、入股程序、入股比例、入股资金等方面，以及方案报批、划款验资、工商变更等实施环节将严格遵循有关法律法规和公司章程等相关规定，履行相应的法律程序和报批程序，确保合法合规地推进各项工作。

(4) 选择战略契合度高的股东

本次增资扩股优选战略性投资者，希望投资人能够在河南省或国内有一定影响力，并具备持续的增资能力或战略协同价值。优先选择与中原农险价值理念趋同，且在相关产业链上具有客户等资源的大型投资公司、涉农类公司、IT 或互联网公司以及上市公司等机构入股，协助公司扩大客户群体，拓展经营思路，提升管理水平，从而促进中原农险快速发展。

9.2 增资扩股的价格及规模

(1) 增资扩股价格

经过大量市场数据比对分析，以资产基础法和市场法作为估值方法，最终采用市场法作为评估报告的最终结论，中原农险估值 118,891.00 万元，每股价格 1.08 元。根据测算结果，结合市场行情及中原农险发展趋势，通过河南省公共资源交易中心通过公开发行认购程序，最终确定认购价格为每股人民币 1.1 元。

(2) 增资扩股规模

为适应偿付能力监管要求，满足业务发展和扩充业务类型等需要，中原农险拟将本次增资扩股规模定为增发 19 亿股，融资金额 20.9 亿元。中原高速作为中原农险第二大股东保持同比例增资，将新增认购 3.45 亿股，预计出资约 3.8 亿元。

9.3 增资金额用途

增资注册资本金、提高偿付能力、扩大业务规模和线上线下营业网点、增加可用资金、提高投资收益。

9.4 融资方案

增资至 30 亿规模

为了进一步优化中原农险股权结构、增强资本金实力、提高偿付能力、适应未来发展的需要，中原农险拟进行增资扩股工作。

- 1、发行股票类别：人民币记名式普通股。
- 2、每股面值：人民币 1 元。
- 3、发行数量：不超过 190,000 万股。
- 4、发行价格：参考同业发行价格，以及中原农险增长潜力、市场规模、品牌价值等因素，本次增资扩股的定价区间设为每股 1.1 元-1.5 元，目前已通过河南省公共资源交易中心通过公开发行认购程序，最终确定认购价格为每股人民币 1.1 元。
- 5、发行方式：老股东优先认购及公开发行。
- 6、股东结构：保持国有股权绝对控股及河南省农业综合开发公司第一大股东地位。

9.5 拟新增股东情况

一、北京恒荣汇彬保险代理股份有限公司

北京恒荣汇彬保险代理股份有限公司成立于 2009 年 02 月 16 日, 注册资本 7600 万。经营范围是在全国区域内（港、澳、台除外）代理销售保险产品；代理收取保险费；代理相关保险业务的损失勘查和理赔；中国保监会批准的其他业务。公司最高权力机关为股东大会，下设董事会、监事会，设有董事会秘书。董事会下设总经理，管理公司各业务部门，包括业务管理部、寿险部、财险部、渠道业务部、网络销售部、综合管理部、财务部和人力资源部。公司系一家以保险产品代理销售为主营业务的专业保险代理销售公司。公司为新三板挂牌企业，且于 2017 年 6 月进入创新层，进入创新层的企业占挂牌企业总数比例仅为

11.85%。

二、华夏国鼎（北京）科贸有限公司

华夏国鼎（北京）科贸有限公司成立时间于 2009 年 12 月 10 日，注册资本 99000 万元，经营范围是销售工艺品、珠宝首饰、黄金制品、金属制品、仪器仪表、箱包、文具用品、体育用品、日用品、服装、鞋帽、家用电器、电子产品、五金交电、机械设备、建筑材料、汽车配件、通讯设备、计算机及辅助设备；会议及展览服务。公司总经理全面主管业务，下设副总经理负责具体业务运营，管理财务部、配送部、行政部、营销部四个部门。华夏国鼎为专业品牌代理商，本着诚信为本、积极开拓、优质服务的精神和专业、用心、负责的理念开始了全面发展的新时期。

三、宝丰县发展投资有限公司

宝丰县发展投资有限公司成立于 2009 年 6 月 18 日，注册资本叁亿伍仟叁佰万圆整，股东包括宝丰县国有资产管理局、建信资本管理有限责任公司 2 家单位，经营状况良好。主要经营城市资源的开发、经营和管理；城市基础设施和绿化工程建设；土地开发、土地整理和土地经营；水利工程建设，农业基础设施工程建设；县乡交通设施的投资、建设；建材的生产、销售；传统村落保护、改造及工程建设；城市建设方面的融资和投资；房屋租赁、物业服务；中小企业融资服务和管理；根据县政府授权，作为业主方履行相关建设工程的投资、代建和管理。公司秉承“保证一流质量，保持一级信誉”的经营理念，坚持“客户第一”的原则为广大客户提供优质的服务。

四、平顶山市财信农业综合开发有限公司

平顶山市财信农业综合开发有限公司由平顶山市国有资产监督管理局发起成立，成立时间立于 2016 年 5 月，注册资本 10000 万元，公司营业范围包括农

业服务、对农业项目投资。各项经营状况财务状况良好。

五、开封国有资产投资经营有限责任公司

开封国有资产投资经营有限责任公司成立于 2012 年 5 月，注册资本 10000 万元。主要经营：市政府授权范围内的行政事业单位国有资产的投资、经营和管理；市政府出资回购的金融资产、债权和政府对外投资经营形成的债权采取置换、重组、转让、债转股；财务咨询；向国家法律法规允许的行业、项目投资。（以上范围国家法律法规规定禁止经营的不得经营，国家有专项规定的从其规定，需经许可或审批的凭有效许可证或审批件核准的范围经营）等产品。

六、济源农业综合开发公司

济源农业综合开发公司成立时间成立于 1999 年 4 月，注册资本 4000 万元，由济源市财政局发起成立，主要经营农业开发业务。

9.6 增资扩股的实施路径

（1）潜在投资人沟通

在涉农或互联网等领域，选择合适的潜在投资人进行初步沟通。本项工作于 2016 年 12 月正式开展。

（2）询价路演

根据中原农险增资扩股方案，拟定商业计划书，进行询价、路演工作，并选择交易所挂牌。本项工作于 2017 年 2 月正式开展。

（3）协议签订

在与意向投资人充分沟通的前提下，签订意向协议；完成股份公开发行等相关程序后，及时签订认购协议。本项工作预计于 2017 年 10 月底前完成。

（4）变更审批

及时做好资本金验资工作，报请省财政厅批准及中原农险董事会、股东大会

审议，并向保监会提交变更注册资本申请，获批后进行工商变更登记。本项工作预计于 2017 年底前完成。

9.7 未来的发展目标

分支机构：2017 年铺设剩余地市机构以及部分重点的县、乡镇服务网点；2018 年，向省外拓展业务，至 2020 年成立三至五家省级分公司。

业务类型：农业保险做精做专；商业保险打造品牌；投资领域创造效益

业绩预测：2020 年，实现保费收入 30 亿

10. 中原农险财务未来数据预测

10.1 业务方向

1、农业保险：重点围绕新型经营主体做大规模，显著提升全省农业保险参保率。

2、商业保险：依托多元化的销售渠道特色发展。重点利用股东资源和部分垄断渠道等优势，推动涉农商险、城市商险齐头并进。

3、投资业务：通过积累资金池创造投资效益。投资收益率不低于行业平均水平，投资业务将在未来成为其利润的重要来源。

10.2 经营数据预测

年均增长 50%以上，2020 年最低达到 30 亿保费收入。

农业保险：重点围绕新型经营主体做大规模，通过中原农险的引领，显著提升全省农业保险参保率。

商业保险：依托多元化的销售渠道特色发展。重点利用股东资源和部分垄断渠道等优势，推动涉农商险、城市商险齐头并进。

投资业务：通过积累资金池创造投资效益。投资收益率不低于行业平均水平，投资业务将在未来成为中原农险利润的重要来源。

中原农险增资后，将能够有效满足偿付能力监管要求，落实五年战略规划，开展大型非车险以及保险扶贫项目，参与大病保险招标项目，拓展新业务，积极

拓展中原农险业务范围，发展壮大中原农险。

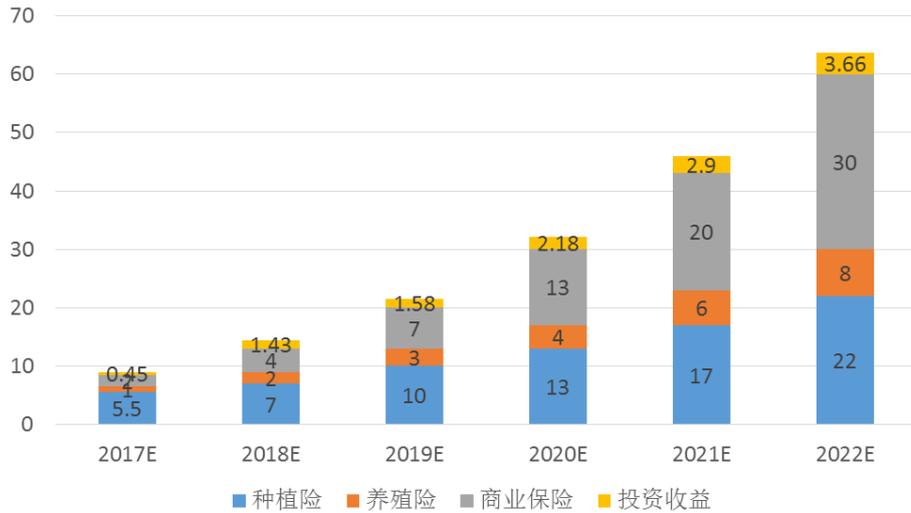
到 2022 年，按照中原农险将实现保费收入 60 亿的发展目标，进行测算：

2017-2022 年中原农险财务指标测算

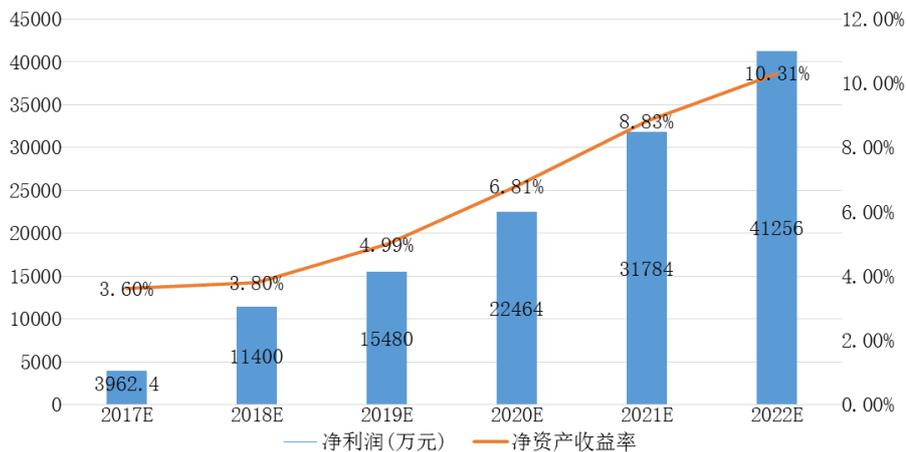
年份	保费收入(万元)	保费收入利润率	保费利润预测(万元)	总资产(万元)	可投资资产(万元)	投资收益率	投资收益(万元)	利润总额(万元)	净利润(万元)	净资产(万元)	净资产收益率
2017E	85000	0.50%	425	160000	80000	5.66%	4528	4953	3962.4	110000	3.60%
2018E	130000	1.50%	1950	410000	205000	6.00%	12300	14250	11400	300000	3.80%
2019E	200000	1.80%	3600	500000	250000	6.30%	15750	19350	15480	310000	4.99%
2020E	300000	2.10%	6300	650000	330000	6.60%	21780	28080	22464	330000	6.81%
2021E	430000	2.50%	10750	800000	420000	6.90%	28980	39730	31784	360000	8.83%
2022E	600000	2.50%	15000	1000000	530000	6.90%	36570	51570	41256	400000	10.31%



2017-2022中原农险各项业务收入预测（亿）



2017-2022年中原农险净利润及净资产收益率测算（万元）



备注 1：一般来看，保险行业投资收益率高于行业利润率，投资收益占到利润的 80%以上。

备注 2：根据国元农业保险公司等同类农业保险公司及其他保险公司历史经验来看，当保费收入实现 10 亿规模时，保费收入利润率可达到 1%-2%。

备注 3：2016 年保险业投资收益率为 5.66%，且为近三年最低值，预计 2017 年起保险业投资收益率将开始回升，考虑到增资扩股后，资金运用的充分程度，本次估算以 5.66%-6.6%进行测算。

备注 4：考虑缴税及补贴，净利润按利润总额的 80%计算。

备注 5：按照增资扩股后中原农险规模，5 年培育期后达到正常经营状态，

预计盈利水平达到每年 4 亿元左右。

备注 6：对比农险行业两家公司：国元农险和安信农险 2015-2016 财务指标。

2015-2016 年国元农险财务指标

年份	保费收入(万元)	保费利润(万元)	保费收入利润率	总资产(万元)	可投资资产(万元)	投资收益(万元)	投资收益率	利润总额(万元)	净利润(万元)	净资产(万元)	净资产收益率
2015	345847	14400	4.16%	611078	313452	36002	11.49%	53184	43664	288138	15.15%
2016	413842	2000	0.48%	599524	366099	15589	4.26%	20819	20608	287168	7.18%
平均	379844.5	8200	2.16%	605301	339775.5	25795.5	7.59%	37001.5	32136	287653	11.17%

2015-2016 年安信农险财务指标

年份	保费收入(万元)	保费利润(万元)	保费收入利润率	总资产(万元)	可投资资产(万元)	投资收益(万元)	投资收益率	利润总额(万元)	净利润(万元)	净资产(万元)	净资产收益率
2015	103701	379	0.37%	208174	149434	11290	7.56%	13350	11296	82458	13.70%
2016	94476	3629	3.84%	264622	181004	7646	4.22%	13028	11635	129357	8.99%
平均	99088.5	2004	2.02%	236398	165219	9468	5.73%	13189	11465.5	105907.5	10.83%

11. 中原农险风险控制体系

11.1 风险评估

(1) 保险风险

保险风险是指由于对事故率、赔付率、退保率等判断不正确导致产品定价错误或者准备金提取不足，再保险安排不当、非预期重大理赔等造成中原农险损失的可能性。

(2) 市场风险

市场风险是指因利率、市场价格、外汇汇率和其他市场价格相关因素的变动引起金融工具的价值变化，从而导致潜在损失的风险。中原农险开业时间较短，资产配置处于起步阶段，投资资产存在一定的市场风险，主要为权益投资产品市

场价格的大幅度变动。

（3）信用风险

信用风险是指由于交易对手不能履行或不能按时履行其合同义务，或者交易对手信用状况的不利变动，导致中原农险遭受非预期损失的风险。

（4）操作风险

操作风险是指由于不完善的内部操作流程、人员、系统或外部事件而导致直接或间接损失的风险，包括法律及监管合规风险（但不包括战略风险和声誉风险）。

（5）流动性风险

流动性风险是指中原农险无法筹集足够资金或不能及时以合理的价格将资产变现以偿还到期债务的风险。中原农险面临的主要流动性风险是源于保险合同的有关退保、减保或以其他方式提前终止保单，保险的重大赔付或给付，导致潜在的流动性风险。

（6）战略风险

战略风险是指由于中原农险战略制定和实施的流程无效或者经营环境的变化，而导致战略与市场环境和其能力不匹配的风险。

（7）声誉风险

声誉风险是指由于中原农险的经营管理或外部事件等原因导致利益相关方对保险公司负面评价，从而造成损失的风险。

11.2 风险控制

（1）中原农险将以风险管理为核心，强化制度建设与执行为切入点，结合其管理模式，建立健全符合监管标准的、科学合理的全面风险管理体系，持续改进中原农险的风险治理水平和技术水平。一是建立和梳理与监管规则相对应的组织架构、管理制度和 workflows；二是在业务系统建设过程中，开展内部控制嵌入并固化工作，促进内部控制流程与信息系统的有机结合，加强对业务和事项的自动控制，提升风险控制水平；三是推动中原农险风险管理信息系统建设工作。借助信

息化手段，提高风险监测、识别、管理的时效性及靶向性。

中原农险将按照保监会要求严格合规经营，防范道德风险和逆选择风险。在此基础上，中原农险将做好再保险分保工作，降低可能发生巨灾损失对中原农险经营的影响。

(2) 中原农险通过建立包括资产配置、决策授权、绩效评估、信息反馈和资料保全在内的流程投资风险管控体系，管理市场风险。完善投资管理制度，明确各大类资产投资比例限制、集中度风险控制比例及投资风险监测比例，加强与资产托管单位的沟通和协调，及时调整固定收益类、权益类投资产品的比例和余额。

(3) 中原农险按照相关监管要求，所投资的金融资产均选择各级资本充足率全部达标的国有银行或者股份制商业银行，最大程度降低金融资产的信用风险；中原农险未来也会选择资本实力雄厚的再保险人作为再保险交易对手，控制再保险应收资产的信用风险。

(4) 中原农险通过精简优化风险点及控制流程，为日常工作中管控业务风险提供保障，实现操作风险的事前防范；建立覆盖核心业务流程的操作风险关键指标监测体系，实现风险的事中监测与预警；建立操作风险事件报送与分析机制，定期对操作风险事件进行分类分析并提出相应管理建议，并跟踪与督促业务部门的整改，提升风险管理水平。

(5) 中原农险通过匹配投资资产的期限与对应保险责任的期限来控制流动性风险及确保中原农险能够履行付款责任，及时为中原农险的业务提供资金。

(6) 中原农险经营规划在充分考虑到中原农险的市场环境、风险偏好、资本状况等因素的基础上，由董事会战略与投资委员会、审计与风险管理委员会主要负责，风险管理部门积极参与制定，明确对战略风险的分析及管理规划，并提交中原农险股东大会审议。

此外，中原农险将建立战略风险管理内部报告机制，由其高级管理人员定期向董事会报告战略风险的评估和管理情况，控制其战略风险。

(7) 中原农险通过建立声誉风险管理的相关制度及实施机制、建立声誉风险的评估和管理情况报告机制、明确声誉管理部门的职责分工等措施，加强对声誉风险的监测、分析和处置，从而控制其声誉风险。

12. 本次投资的必要性和对本公司的影响

(1) 金融行业作为国民经济的重要支柱行业，具有广阔的发展前景，随着我国经济发展、社会财富增加和居民收入水平的提高，中国保险行业正处于黄金时期，发展潜力巨大。

(2) 作为河南省省属唯一保险法人机构，保险金融牌照具有稀缺性优势。

(3) 从中原农险成立至今的发展情况看，其具备充分的成长性和未来扩张潜力。

(4) 公司拟参与中原农险本次增资扩股，继续加强公司金融板块的布局，符合公司多元化发展战略。

(5) 根据中原农险盈利预测，该项目的投资可增强公司盈利能力，有利于公司长期可持续发展。