

2015年7月

中国领先的内部控制与风险管理解决方案提供商

企业内部控制和风险管理领域的持续领跑者
国务院国资委指定的为中央企业提供风险管理服务的专业机构



内部控制与风险管理信息简报

目录

内控动态：

“新形势下防范化解保险业风险”专题培训班在京举办
.....P1

政策解读：

《关于做好政府采购信息公开工作的通知》的解读
.....P3

案例分析：

上岛咖啡品牌管理之乱
.....P6

DIB 数据库中心

2015/08/10



内控动态

“新形势下防范化解保险业风险”专题培训班在京举办

来源：保监会 整理：DIB 研究部

7月20日，“新形势下防范化解保险业风险”专题培训班在京举办。中国保监会主席项俊波出席开班式并讲话。项俊波指出，要把握好新“国十条”出台一年来的大好形势，用好“两个加强、两个遏制”专项检查结果，切实筑牢风险防范的底线，结合“三严三实”专题教育要求，扎实工作，奋发有为，圆满完成今年的各项工作任务。

项俊波指出，《国务院关于加快现代保险服务业的若干意见》出台一年来，全行业围绕贯彻落实新“国十条”，把握好行业发展的战略机遇期，不断释放改革红利和政策红利，保险业进入了历史上最好的发展时期。相关部委与保监会共同出台了12项运用商业保险加强改进社会管理和公共服务的文件。33个省（市）出台了促进现代保险服务业发展的文件。同时，保监会与21个省（市）签署了合作备忘录，并在北京、天津等6个地方建立了保险创新综合示范区。2015年上半年，保险业在过去两年快速发展的基础上继续加速，保费规模达到1.37万亿元，同比增长19.3%。保险对经济社会发展的渗透度不断提高，保险业在经济金融发展中的地位日益凸现，保障社会稳定的功能更加显著，服务民生改善的作用倍受重视，保险业服务经济社会发展全局的能力实现了较大提升。

项俊波通报了“两个加强、两个遏制”专项检查情况。他指出，“两个加强、两个遏制”专项检查是保监会党委贯彻落实党中央国务院重大决策，立足当前、着眼长远的一项重大政治任务 and 战略性工作。专项检查摸清了风险底数，对于发现的保险公司财务资料不真实、公司治理不规范，市场行为和资金运用、信息安全等方面的问题，并购收购和跨界经营中存在的风险，以及偿二代下的偿付能力风险，全行业要有清醒的认识。要从思想上高度重视，强化问题意识、责任意识和大局意识，深刻认识风险防范的重要性和紧迫性，通过建立长效机制，切实加强对发现问题的整改，举一反三、由点及面，全面做好保险业的风险防范工作。要深入分析这些问题和风险存在的深层次原因，找准症结，对症下药，切实转变粗放的发展模式，不断提高依法科学监管的有效性。要把利用和巩固好专项检查

的工作成果作为当前和今后一段时期保险业整顿规范市场秩序、防范化解金融风险的重点工作来抓,力争通过一段时间的努力,使保险业在依法合规经营方面取得明显的进步。

项俊波强调,下半年保险监管工作要按照年初总体部署的要求,以践行“三严三实”和推动落实新“国十条”为中心工作,坚持抓服务、严监管、防风险、促发展,确保各项工作顺利实施。当前,要抓好全行业高度关注、共同推进的几项重点工作。一是稳步实施和推进第二代偿付能力监管体系。偿二代正式进入过渡期,我国在重要金融监管规则制定方面走在了国际前列。全行业要把学好用好偿二代作为重中之重,推动偿二代稳步实施,确保新旧体系顺利切换,积极调整经营策略、组织架构、产品费率和信息系统等,尽早达到全面切换偿二代的条件。二是推动农业保险合规经营。各保险公司要绷紧合规经营这根弦,加强内部管理,提升服务质量。保监会将按照国务院简政放权的要求,取消农业保险市场准入行政许可,同时提高经营主体的资质要求,探索将服务能力与业务规模相挂钩、相匹配的监管方式。三是抓好大病保险。各保险公司要遵循“保本微利,收支平衡”原则,科学合理定价,坚决杜绝恶性竞争,提供更加便利高效的理赔服务。要加强内部管理,强化对医疗行为监督和医疗费用审核,做好风险防范工作。四是推进巨灾保险。巨灾保险制度是一项前所未有的制度创新,也是一项国际公认难度很高的系统工程。各保险公司要积极参与巨灾保险制度建设,形成通力配合和密切协作的合力。

培训班开班式由中国保监会副主席周延礼主持,中国保监会党委班子成员出席开班式。保监会机关各部门、各保监局负责人,中国保险行业协会、中国保险学会、中国精算师协会、中国保险资产管理协会、中国保险保障基金有限责任公司、中国保险信息技术管理有限责任公司、中国保险报业股份有限公司负责人,以及来自京内外的 120 余家保险机构的负责人参加了培训班。

政策解读

《关于做好政府采购信息公开工作的通知》解读

文：DIB 研究部

导读：政府采购信息作为政府信息的一种，适用政府信息公开法等法规条例，同时，由于政府采购有别于一般的行政活动，具有其自身的特殊性，因此，政府采购信息公开的要求与规则应当有所不同。我国近年来政府采购支出超过万亿，数额巨大，占比却不到 GDP 的 3%，与国际平均占比 10% 有很大的差距，这也说明我国政府采购发展空间很大。此次财政部出台《关于做好政府采购信息公开工作的通知》，就是为进一步规范政府采购信息公开，使政府采购更加透明有效，管好“乱伸的权利之手”。

一、政策背景

2003 年 1 月 1 日，我国第一部《政府采购法》正式出台，预示着我国政府采购正式进入了一个公正法治的时代，政府采购信息公开自此有了长足的发展，各个地区结合自身特点实行了有关信息公开的政策、办法等，对政府采购整个过程进行了有效管理和公开透明化。2015 年 3 月 1 日颁布实施《政府采购法实施条例》，对政府采购的信息公开力度有所加强，从范围和内容等方面延伸了信息公开，加快了对采购信息平台的构建，统筹规划管理采购信息，侧重了信息交流沟通的时效性，让政府采购“在阳光下行走”。除此之外，《中华人民共和国预算法》、《党政机关厉行节约反对浪费条例》等政策法规都从不同层面和角度规定了政府采购信息的公开。

2015 年 7 月 17 日，财政部发出《关于做好政府采购信息公开工作的通知》（以下简称《通知》）一文，对政府采购信息公开制定了更加明确具体的规定。

二、《通知》主要内容

1、政府采购信息公开工作的重要性

公开透明是政府采购管理制度的重要原则，做好政府采购信息公开工作，既是全面深化改革、建立现代财政制度的必然要求，也是加强改进社会监督，提升政府公信力的重要举措，对于规范政府采购行为，维护政府采购活动的公开、公

平和公正具有重要意义。

2、工作安排

《通知》的总体要求是建立健全责任明确的工作机制、简便顺畅的操作流程和集中统一的发布渠道，确保政府采购信息发布的及时、完整、准确，实现政府采购信息的全流程公开透明。公开信息应包括采购项目信息、监管处罚信息以及法律、法规和规章规定应当公开的其他信息，分中央预算单位和地方预算单位在指定的媒体上公开发布。

首先对于政府采购项目信息，从招标开始到项目结束，需要公开的包括：公开招标公告、资格预审公告；竞争性谈判公告、竞争性磋商公告和询价公告；采购项目预算金额；中标、成交结果；采购文件；更正事项；采购合同；单一来源公示；终止公告；政府购买公共服务项目等。与此同时，各项公告应包含有关采购人、采购项目、投标人、文件等的详尽信息，并满足公告期限，在指定媒体上予以公开。

其次，关于监管处罚信息，其中包括财政部门作出的投诉、监督检查等处理决定、财政部门对集中采购机构的考核结果，以及供应商、采购代理机构和评审专家的违法失信行为记录等，应当以公告的形式在指定媒体上进行公开，并满足公告期限。

3、工作要求

首先是加强组织领导，各部门、单位要加强机制建设，明确分工，切实履责，保证政府采购信息公开工作落到实处。其次是落实技术保障，信息系统、网络媒体等有关信息公开的技术要落实到位，为政府采购信息公开和社会监督创造便利条件。第三，强化监督检查，各级财政部是监督检查的主体，要严格依法办事、执法必严。最后，做好跟踪回应，指定发布媒体应以公开信息为己任，各政府单位更应积极主动地跟踪、回应信息公开，以期将政府采购信息公开工作做到最好。

三、政策评价

《通知》首先是为我国加入 WTO 《政府采购协议》(Agreement on Government Procurement, 简称 GPA) 做出政策准备。我国 2001 年加入 WTO 时并没有签署 GPA，直到 2007 年才正式启动加入 GPA 谈判，而 GPA 强调的三个重要原则之一便是公开性原则。《通知》更加明确规定了政府采购信息

公开的工作机制、操作流程和发布渠道，使政府采购从采购需求到最终落实都公开透明，符合加入 GPA 的要求，为我国早日完整履行入世义务提供政策支持。

其次，呼应新预算法的顶层设计，并拓展《政府采购法》及其《条例》。2015 年颁布了新预算法，对“政府采购”做了相关规定，对政府采购信息的公开化予以详细规定以及不能及时公开化的予以追究责任；《政府采购法》及其《条例》对政府采购做出了更加具体的规定，将采购的整体过程和操作管理都予以公开化，保障了采购的公平公正。此次的《通知》对政府信息公开的概述、信息内涵、发布渠道、责任追究、工作督促等进行了明文规定，既是对新预算法中有关“政府采购”相关规定的呼应，也是拓展《政府采购法》及其条例的内容，使我国政府采购形成一套更加完整的体系，促进政府采购信息公开工作更好地完成。

第三，对政府采购信息的内涵分情况予以了明确规定。《通知》中，将政府信息分为采购项目信息、监管处罚信息以及法律、法规和规章规定应当公开的其他政府采购信息，并规定每类信息中的公告、文件等信息以及所对应的公告方、发布渠道、公告时间等，既能够有效管理政府采购信息公开的整个过程，也是对政府采购信息公开工作的规范化、透明化，便于政府部门及公众的监督检查。

最后，为各地方、各单位提供具体的工作参照，并督促其完成。《通知》中对需要公开的政府采购信息以及信息所包含的内容都进行了具体的规定，例如项目信息里面的招标公告应该包含采购人和采购代理机构的详细信息、采购项目详细信息、投标人详细信息、招标文件详细信息等。详尽的信息为各地方、各单位完成政府采购信息公开工作提供了具体的参照，也利于上级部门根据参照监督和检查政府采购信息公开工作的开展情况。

案例分析

上岛咖啡品牌管理之乱

文：DIB 研究部

导读：1997 年 5 月，马上就到而立之年的台企上岛咖啡做了一个十分重要的决定：进驻大陆市场。此后上岛咖啡的连锁加盟事业得到了长足的发展，其加盟店遍布全国各地，其品牌与口碑也得到了许多消费者的认可。然而，近年来关于上岛咖啡店关店、加盟商退出等消息甚嚣尘上，再加上其加盟店管理缺失等原因，品牌价值大打折扣。与上岛咖啡相反的是，星巴克、Costa 等后来者直接摒弃了加盟模式而选用直营模式，完全保留其品牌原有的所有元素，门店越开越多。上岛咖啡与星巴克的业绩差异仅仅是因为运营模式不同，还是存在着其他深层次的原因呢？

别具生面的内陆拓荒：祸起

由小吃店而起成为咖啡馆连锁巨头，上岛咖啡的发展之路不可谓不精彩。

1968 年，创始人陈文敏在台湾开设了第一家上岛咖啡店，并注册了“上岛及图”商标。彼时的上岛咖啡还只是一家餐饮小馆，然而，陈文敏凭借过人的才能，咖啡生意做得风生水起，并于 1997 年前瞻性地成功登陆海南，掀起了一阵“咖啡&西餐”热潮，这为之后征战广袤的内陆打下了坚实的基础。

上岛咖啡的内陆拓荒方式可谓别开生面：抓阉。2000 年底，时任总经理的陈文敏和董事长游昌胜及其他六位股东以抓阉的形式“瓜分”中国的 8 个片区，进行区域管理。尽管创始人陈文敏、游昌胜等凭借过人的能力将上岛咖啡的商标贴进了许多大城市，但是无计划性和缺乏统一指挥的松散区域管理引发了之后著名的商标侵权案，再加上各区域管理者自身管理能力的弱点日益凸显，为上岛咖啡的从繁荣走向衰落埋下了致命的祸根。

震惊中外的商标侵权案：落寞前的辉煌

2004 年开始的上岛咖啡商标侵权案，业内无人不晓，甚至载入了哈佛大学商战教科书。案件反反复复，长达两年之久。表面看来，这是一起发生在商标制度不健全的初期的普通纠纷，然而其背后却隐藏着上岛咖啡陈文敏、游昌胜两位

创始人的恩怨情仇，而这也是“抓阉”的续集。

纠纷因利益而起：陈文敏在其负责的产品采购业务上多次吃回扣，就已引起游昌胜的强烈不满，两人矛盾愈演愈烈。终于，在陈文敏与亲戚合开“老树”咖啡屋后，矛盾彻底激发，两人也就此闹掰。此后，陈文敏被迫离开上海上岛，在杭州另起门户，却依然用“上岛”之名经营咖啡西餐厅。斐然的名声让上海上岛坐立难安，终于在两年后状告杭州上岛侵权，后者因此受到严厉处罚，陈文敏也险遭牢狱之灾。陈文敏作为商标所有人，一怒之下，决定撤销“上岛及图”商标，同时将游昌胜送上被告席。2004年7月，中国工商总局商标评审委员会下达了撤消上岛“上岛(及图)”商标的裁决。上海上岛对此裁决表示不服，向北京第一中级人民法院提出行政诉讼，反将商标评审委员会告上法庭。拉锯战就此展开，最后的结果人所共知：两败俱伤之后，双方在庭外达成和解。

然而两败俱伤的侵权案并不是终结，在相互拉拉扯扯的两年时间里，各大割据的“诸侯”因商标案的悬而未决而狂收加盟费：几百家上岛咖啡以加盟的形式，在全国一、二、三线城市如雨后春笋般涌现。到2010年左右，上岛咖啡门店已达到三千多家，并一直维持至今，即使是国际餐饮连锁巨头麦当劳在2010年也才刚突破1000家。且不论上岛咖啡的品牌美誉度，高曝光度使得其知名度大大提高，俨然成了国产咖啡西餐连锁巨头了。

无法遏制的退盟：走下神坛的巨头

从2010年以后，全国各地就开始有上岛因各种原因退出加盟，而星巴克、Costa等外来连锁品牌逐渐拓展并占领市场，再加上一些拥有独特元素的咖啡小馆等迅速崛起，上岛咖啡已风头不再了。

打开上海上岛餐饮连锁经营管理有限公司的公司主页，在加盟上岛这一栏，可以发现上岛咖啡对于加盟条件虽然有房屋面积600m²以上、租金在4元/m²左右、一定停车位等的限制，但是最主要的也是能“收钱”而已：加盟商只需要上交一定的加盟费用，便可使用“上岛”商标，加盟商自己负责后续全部经营。因此，全国三千多家“上岛咖啡”，甚至可能有三千种口味、价格、服务等，加盟商甚至可以自行采购，“上岛咖啡”也许只剩下了一个名字而已。加盟商花高价“买下”的“上岛咖啡”这个名字已经因为公司频繁地、单一地复制粘贴而一再“贬值”，再加上所谓的员工培训、技术支持等缺失以及从公司的高价采购等，

于是纷纷萌生退意：2014 年，成都关店近半，长沙、合肥、天津等多地持续关店；2015 年上半年，只北京就关闭了 3 家门店。同时，因松散联盟而带来的喝出金属片等质量问题和加盟商跑路后的“储值卡”问题并没有随着加盟商的退出而减弱，反而愈演愈烈，昔日的咖啡界王牌正在一步步走下神坛。

案例分析

全国 3000 多家连锁门店，这样的一个规模可以称得上是连锁巨头了，然而如今的上岛咖啡也只是一个走下了神坛的昔日王牌而已：用越来越简单的加盟条件来维持其主要的收入来源——加盟费。每况愈下的品牌价值、前赴后继的退盟、连续不断的消费者纠纷可以说是上岛咖啡最初进行无科学依据的区域管理的后遗症，也是其松散加盟店管理的必然结果。

.....

【案例详情见 DIB 内部控制与风险管理数据库】

DIB 内部控制与风险管理数据库

专注 专业 卓越

DIB 内部控制与风险管理数据库旨在为国内外各类型企业、研究机构、政府机构等提供内部控制与风险管理相关的数据与信息。该数据库目前包含风险库、内部控制库、案例库、法律法规库、内控动态、外部审计库、公司基本信息库 8 个大型专业数据库，27 个子数据库，内容涉及 200 多个细分行业，涵盖面较广，动态更新及时、准确。



了解更多

如需了解更多，可登入 DIB 内部控制与风险管理数据库宣传介绍网站，链接如下：请点击> <http://www.ic-erm.com>



销售总监：熊女士 18676708100

销售座机：027-87497827 转 8006/8008/



敬请关注迪博微信：迪博风控
公众号：dibcn-com