

车主保费高 险企承保亏 ——新能源车险两难局面如何破解?

■ 新华社记者 张千千 王辰阳

今年以来,新能源车大卖,在国内乘用车销量中已经占据半壁江山。然而,给爱车上保险的问题让不少新能源车主感到头疼。

一边是车主保费高,一边是险企承保亏,这样的两难局面如何破题?“新华视点”记者对此进行了调查。

保费高、投保难、承保亏

今年11月,家住浙江的陈先生想给家中新能源车上保险,但多家保险公司表示“给不了报价”。陈先生说,这辆车上一年出过两次交强险,现在只有一家大型险企愿意承保,报价高达8800元,而去年保费仅4000元左右。

陈先生的报价单显示,所上险种中,仅车上人员责任保险就近3000元。“车上人员每人保额30万元,我不想保这么高额,但低了保险公司就拒保。”

陈先生的遭遇并非个例,新能源车险保费高的问题切实存在。国家金融监督管理总局数据显示,2023年,新能源汽车车均保费为4395元,比燃油车高63%。扣除车龄等因素,新能源新车保费仍比燃油车新车高约10%。

与此同时,虽然目前我国新能源车险投保率呈现平稳上升态势,但投保难、拒保等问题仍不时出现。

营运车驾驶里程远超私家车,风险水平较高,在商业险方面的矛盾尤为突出。上海网约车司机蔡先生表示,他一年出了三次险,下一年的保险费用从1万元涨到了1.8万元;有的同行还遇到拒保。

关于新能源车险,车主有怨言,保险公司也有难处。

金融监管总局数据显示,全行业2023年新能源车险综合成本率达109%,承保亏损67亿元,赔付率达84%,比燃油车高约10个百分点。

“车险自主定价系数有上限,保费不可能无限提高。有些网约车常见车型我们明知道承保一定会亏损,但‘商业险愿保尽保’的导向存在,我们还是会尽量承保。”某大型财险公司一名业务负责人说。



●11月15日拍摄的第二十二届广州国际汽车展览会展台。

新华社记者 邓华 摄

今年初,金融监管总局印发《关于切实做好新能源车险承保工作的通知》,提出“各财险公司要严格依法做好新能源车的交强险承保服务,不得拒绝或者拖延承保交强险”,要求大型财险公司“积极承保新能源车商业保险,确保实现愿保尽保,满足消费者的保障需求”。

一位保险业从业人员告诉记者,针对高风险新能源车辆投保难题,目前一些地方行业协会采取了组织多家险企“轮值”的方式,探索解决之道。

两难局面谁之过?

记者调查发现,新能源车险保费高、承保亏,主要源于出险率高、维修价格贵、数据积累不足三方面因素。

某财险公司相关负责人告诉记者,该公 司承保的新能源车事故发生率比燃油车高70%左右。一方面,新能源车年轻驾驶员、营运车占比较高;另一方面,新能源车起步快、噪音小、智能驾驶功能、智能座舱等新技术应用也需要车主有更长的适应周期。这些因素都增加了事故发生率。

“目前还有部分私家车实际从事或兼职出险率更高的营运车业务,保险公司难以精准识别,保费上也难以区别。”北京大学经济学院风险管理与保险学系主任郑伟说。

维修价格高企是新能源车险保费居高不下的直接因素。

“新能源车在可维修性方面整体表现不如燃油车。”中保研汽车技术研究院相关负责人说,中保研开展的可维修性研究显示,样本车型电动车表现优秀、良好、一般、较差的比例分别为7.41%、18.52%、33.33%、40.74%,燃油车则分别为14.58%、14.58%、43.75%、27.08%。

零配件价格方面,中保研数据显示,约110个国内主流汽车品牌中,2021至2023年及2024年上半年分别有73.88%和98个品牌常用配件价格上涨,平均调增幅度分别为9.91%、7.72%、7.53%和10.59%,其中59个品牌连续四年涨价。

专家表示,在新能源车行业,消费者可选择维修渠道较窄,维修技术、配件供应、质保限制等方面存在壁垒。同时,新能源汽车常采用一体化压铸技术、无模组动力电池等高度集成化制造方式,并装载大量智能化设备,维修难度和费用高。

此外,燃油车车险已有多年数据积累,风险测算相对成熟。“新能源车型迭代快,保险公司积累的历史经验数据的有效性快速衰减,新能源车型特别是新车型的费率厘定准确性不够高。”中国社会科学院保险与经济发展研究中心副主任王向楠说。

共同发力破解新能源车险难题

“丰富新能源车险产品,优化市场化定价机制,研究出台推动新能源车险高质量发展的政策措施,持续深化车险综合改革。”金融监管总局办公厅不久前发布的《关于强监管防风险促改革推动财险业高质量发展行动方案》,针对新能源车险的问题提出了具体举措。

记者了解到,关于产品方向,监管部门明确“研究推出‘基础+变动’组合保险产品”。

业内人士认为,这类产品可以依据车主从事网约车行为次数、里程数等研判风险,让风险与保费更加匹配,同时能够避免非营运私家车主因购买网约车热门车型而受到“误伤”。

数据互通也是破解新能源车险难题的一个重要突破口。郑伟建议,在严格匿名化前提下推动车辆使用性质和驾驶行为等数据互通,解决保险公司对新能源车数据积累不足等问题。

在发挥市场机制作用方面,当前,我国燃油车车险自主定价系数浮动范围为[0.5,1.5],新能源车险为[0.65,1.35]。王向楠建议,进一步放开新能源车险自主定价系数,依据风险水平实施差异化定价,提高定价精准性和险企承保意愿。

不过,自主定价系数进一步放宽后,价格浮动范围势必会进一步扩大,部分高风险车主保费可能会有所上调,低风险车主可能会享受更大的保费优惠。

专家认为,解决新能源车险难题,需要险企、车主和车企三方共同发力。险企应增强风险识别和评估能力,有效控制综合成本率;车主应改善驾驶习惯,降低事故风险;车企则应丰富维修渠道,力争从源头降低车主维修成本,推动降低新能源车险保费负担。

新环保法实施十年, 生态环境执法成效如何?

■ 新华社记者 高敬

被称为史上最严、“长了牙齿”的新环保法自2015年1月1日开始实施,即将满十周年。在生态环境部12月24日举行的新闻发布会上,生态环境执法局局长赵群英以一系列数据,详细介绍了以生态环境执法推动生态环境质量持续改善相关情况。

下降66%和79%: 生态环境处罚案件呈下降趋势

赵群英说,十年来,生态环境部门充分利用新环保法的五个配套办法,查办按日连续处罚、查封扣押、限产停产、移送行政拘留和涉嫌环境污染犯罪等五类案件共19万余件,查办环境行政处罚案件129.5万件,罚金金额总计860.2亿元。

2018年以来,随着新环保法的深入实施,全社会环境守法意识显著提升,企业环境治理力度不断加大,生态环境处罚案件呈现下降趋势,2023年共办理处罚案件8万余件,上述五类案件8300件,较最高峰时期的2017年分别下降66%和79%。

他说:“通过执法坚决遏制生态环境违法高发态势。”与此同时,生态环境部门不断创新优化生态环境执法新模式。一方面,强化科技赋能、智慧监管、数智执法,提高发现问题能力,精准打击违法行为。科学配置执法资源,强化分类差异化监管执法。另一方面,不断规范行政处罚行为,持续规范裁量权行使,提升执法质量,维护执法权威和公信力。加强守法服务,强化正向引导,提高企业自觉守法的内生动力。

48万个问题: 精准科学开展大气监督帮扶

赵群英说,今年以来,全国空气质量总体呈改善态势,但受多重因素影响,部分地区空气质量出现反弹。生态环境部精准科学开展大气监督帮扶,组织开展11轮次现场监督帮扶和14轮次远程指导帮扶,经技术单位测算,可推动污染减排20.4万吨。

他介绍,当前大气监督帮扶组织实施更科学,科学确定重点时段和区位,科学调配力量;工作内容更聚焦,重点抓住重污染天气应对和严控移动源污染排放;帮扶对象更精准,筛选确定重点行业企业和产业集群,精准识别问题线索;问题处置更加突出差异化,对于空气质量反弹明显、环境问题突出的城市,对于重污染期间顶风作案的违法企业,依法依规严肃处理。对于一般性问题,鼓励地方运用首违不罚、轻微免罚等措施,指导企业提升环境管理水平。

2017年以来,生态环境部门共组织投入11.5万人次,累计检查点位229万个,帮助地方发现并推动整改问题48万个,成为推动大气环境质量持续改善的关键一招。

查处1968家: 对监测数据造假“零容忍”

赵群英介绍,在污染源监测方面,排污单位委托第三方监测机构开展的监测活动中,弄虚作假现象较为突出。生态环境部对监测数据造假保持“零容忍”的态度,坚决予以打击。

自2022年10月以来,生态环境部联合几部门开展专项整治,共查处1968家弄虚作假第三方环境监测机构,移送刑事案件167起,公开曝光62个典型案例,起到了强大的震慑作用。

为从根源上解决监测数据造假问题,生态环境部将加强部门联动,并通过应用视频监控、北斗定位、数据和参数直联直采等技术,强化技术防控,实现“现场可视、设备可溯、监测可控、样品轨迹可追”。

目前,生态环境部正配合相关部门加快推进《生态环境监测条例》制定工作,推动赋予生态环境部门打假处罚权限,进一步压实排污单位数据质量主体责任,确保数据真实准确,同时提高违法成本。

减排50万吨:专项整治机动车排放检验领域第三方机构

机动车特别是重型货车尾气治理,已经成为大气污染防治的重要方面。机动车排放检验领域第三方机构,主要包括机动车检验机构和维修机构,是重型货车环保达标监管的重要环节。

赵群英介绍,今年9月起,生态环境部等部门针对机动车排放检验领域第三方机构组织开展专项整治行动。目前,有650家机构被采取断网等惩戒措施,580家被取消资质资格,110家性质恶劣的机构相关责任人被迫究刑事责任。

他介绍,这次专项整治有效遏制了弄虚作假、超标排放等问题频发势头:不合格车辆维修量上升,根据交通部门的调度数据,11月机动车环保维修增长,15.1万辆次不合格重型货车通过环保维修实现尾气治理达标。重型货车问题比例下降,抽查显示,重点地区重型货车问题比例明显下降,比今年上半年问题率下降超过30个百分点。污染物实现有效减排,经过技术单位评估,专项整治实现氮氧化物减排量约50万吨。

自主乘用车销量实现大幅上涨 北汽集团2024年焕新跃升

■ 新华

2024年,北汽集团在国内外市场展现出强劲的增长势头,不仅在自主品牌整车销量上实现了显著提升,还在技术创新、品牌焕新、海外市场拓展等方面取得了显著成就。

据北汽集团发布的数据显示,2024年1-11月,北汽集团整车销量累计达到153.34万辆,其中,自主乘用车整车销售22.53万辆,同比增长45.58%,这一成绩在竞争白热化的汽车市场中显得尤为亮眼。

品牌焕新与销量攀升

2024年,北汽集团进行了全面的品牌焕新,从4月北京车展开始,启用了新标识“BAIC”,并完成了全系统标识的应用切换。这一举措不仅提升了品牌形象,也标志着北汽集团进入了新的发展阶段。

在自主乘用车领域,北汽集团以用户为中心,坚持对品质的执着追求,匠心科技、品质北汽的理念深入人心。极狐品牌的成功就是最好的例证。极狐不仅通过技术创新提升产品竞争力,还通过一系列营销活动增强品牌影响力。今年以来,极狐的销量持续攀升,1-11月销量达到6.9万辆,同比增长213.4%,位居纯电市场新势力TOP6。新阿尔法T5出行版的上市更是进一步丰富了产品线,满足了更多用户的出行需求。

北京汽车作为北汽集团旗下的另一重要品牌,也在2024年实现了销量的快速增长。11月,北京汽车共计交付新车26048辆,同比增长67%,连续三个月批发终端“双过两万”。



BJ30、BJ60等车型的持续热销,为北京汽车销量的增长提供了有力支撑。

新能源化与智能化发展

科技创新是北汽集团业绩增长的另一重要驱动力。北汽集团在电动汽车安全高效智能充电关键技术、新能源动力总成技术、智能驾驶技术等领域取得了显著突破。其中,电动汽车安全高效智能充电关键技术荣获2024年度中国汽车工程学会科学技术奖科技进步奖一等奖,彰显了北汽集团在新能源技术领域的领先地位。

在智能驾驶技术方面,北汽集团与华为、小马智行等知名企业展开了深度合作。享界S9作为北汽集团与华为合作的结晶,搭载了D级轿车专属途灵平台、HUAWEI ADS 3.0高阶智能驾驶系统等科技,为用户带来了全新的智慧出行体验。此外,北汽集团还与小马智行合作研发全无人Robotaxi车型,推动L4级全无人驾驶技术的量产进程。

北汽集团深知,在全球化竞争日益激烈的今天,只有与高质量合作伙伴携手共进,才能在市场中立于不败之地。因此,北汽集团与奔驰、华为、宁德时代等知名企业建立了深度合作关系,共同推动技术创新和产业升级。

开拓西部市场与加速“走出去”

在西部市场开拓方面,北汽集团积极响应国家号召,全力支持西部地区的经济发展。今年以来,北汽集团先后与西藏拉萨、新疆和田、青海玉树等地的政府部门签署了战略合作

框架协议,聚焦基础设施建设、公共服务配套、绿色新能源发展等领域开展全面合作。同时,北汽集团还通过向西部地区交付新能源公交车、越野车等产品,为当地民众提供高质量和个性化的出行服务。

在海外市场拓展方面,北汽集团也取得了显著成效。今年2月,随着多方协议的正式签署,极狐汽车正式踏上了进军拉美的市场征程,多米尼加共和国成为了其出海之路上的又一新站点。4月,北汽极狐的新款车型从位于中国镇江的北汽新能源高端制造基地扬帆起航,最终运抵西班牙西北部的费罗尔港,为当地消费者带去了非凡的驾驶体验与智能科技的魅力。这不仅展现了北汽极狐对全球市场的深远布局与坚定信心,也预示着中国汽车品牌在国际舞台上影响力的持续扩大。

不仅如此,在巴林,首家BAIC品牌店面开业盛典及新车揭幕仪式隆重举行,标志着北京汽车以全方位的产品阵容正式进驻中东市场。在埃及市场,北京汽车同样取得了突破性进展。10月,北京汽车与埃及国际汽车的子

公司Alkan Auto汽车公司签署了电动汽车组装生产的备忘录,北汽将提供技术支持,进一步深化了双方的合作。

同时,北汽商用车板块在海外市场也取得了里程碑式的成就。11月27日,北汽福田泰国工厂竣工暨第100万辆出口下线仪式在曼谷举行。这预示着北汽福田经过20年的国际化布局,已步入全产业链国际化的深度运营阶段,为全球市场的拓展奠定了坚实基础。

数据显示,在海外市场,1-11月,北京汽车整车出口5.6万辆,同比增长44.22%;北京现代出口4.8万辆,同比增长431.76%;北汽福田出口14.4万辆,同比增长24.58%。

2024年,北汽集团以LOGO焕新为契机,通过科技创新、高质量合作、拓展西部市场和开拓海外市场等一系列举措,实现了业绩的加速增长。未来,北汽集团将继续秉承“匠心科技、品质北汽”的理念,为用户提供更好的产品和出行体验,推动中国汽车产业的高质量发展。

银行业“卷”起个人养老金市场,怎么看?

随着个人养老金全面开闸,银行机构正在加快布局这一潜力巨大的市场,纷纷在开户、缴存、投资等环节加大拓展力度。近期,部分银行推出的个人养老金定期存款利率一度高达4%,这在当前低利率环境下,可以说是“卷”出了新高度。

在全国36个先行城市(地区)实施约两年后,12月15日,个人养老金制度正式推开至全国。作为个人养老金业务的“入口”,银行机构纷纷推出针对个人养老金业务的优惠活动,用户在开户、缴存等环节可以领取金额不等的红包、礼券等,个人养老金产品也在不断丰富优化。

记者梳理发现,不少银行的个人养老金

存款利率高于普通存款利率;部分银行同等利率水平下的定期存款,通过个人养老金账户购买,起存金额较低。

“部分银行提高个人养老金存款利率、降低起存金额,可以吸引更多居民在本行开立个人养老金账户,提高个人养老金业务市场份额;同时,可以推动已开立个人养老金账户的投资者积极缴存资金进行投资,改变个人养老金‘开户热,缴存冷’现象。”招联首席研究员董希淼表示。

专家表示,银行机构积极抢滩个人养老金市场,在拓展自身业务的同时,有助于引导百姓关注和了解个人养老金,增强个人养老金制度对百姓的吸引力。但与此同时,也要

摒弃规模情结和速度情结,量力而行,注重长期能力建设。

记者了解到,部分城商行此前推出的高利率存款产品已经停售。

个人养老金事关百姓的养老“钱袋子”,只有持续稳健的收益,才会给百姓带来获得感、幸福感、安全感。

“一些产品现在看起来挺有吸引力,但不知到期后是否还能有可以接续的好产品,毕竟是养老钱,要退休后才能取出来。”30多岁的北京白领张女士,一直犹豫是否缴存个人养老金。

个人养老金账户与普通银行账户不同,账户封闭运行,除了政策规定的提前领取情

形外,资金和收益要等到退休才能取出。在吸引客户上“先声夺人”后,如何满足百姓的长期投资理财需求,金融机构还有很多工作要做。

拼开户、拼缴存,最终还是要靠产品和服务才能真正赢得市场。

董希淼表示,养老产品期限长,百姓的收益预期较高,金融机构应着眼养老市场长远发展,推出更多符合养老需求的专属产品,让百姓有更丰富的投资选择。居民也应当结合个人收入、风险偏好、可支配资金等实际情况,合理配置产品,打理好自己的养老“钱袋子”。

(李延霞)