

# 互联网财险业务上半年出现回暖

## 结束持续两年负增长状态

互联网财产保险业务在今年上半年出现回暖，结束持续两年负增长状态。中国保险行业协会最新发布的互联网财产保险业务数据通报显示，今年上半年互联网财产保险业务实现累计保费收入326.4亿元，占产险公司上半年所有渠道累计原保险保费收入6024.18亿元的5.42%，较同期提升0.91个百分点。上半年累计互联网财险业务同期增长率为37.29%，较产险公司所有渠道业务同期增长率高出23.11个百分点。

青年报记者 吴缙超



外资公司互联网保险业务占比有所上升。

青年报资料图

### 保险公司PC官网业务萎缩 微信业务较快上升

中国保险行业协会认为，目前，互联网财险市场呈现出主体形态多样化的特点。具体表现为，专业互联网保险公司快速增长，市场占有率平稳上升。2018年上半年，众安保险、泰康在线、安心保险、易安保险4家专业互联网保险公司实现累计保费收入78.13亿元，同比增长达94.91%，占整体互联网财险业务的23.94%，同比提升7.07个百分点。其他64家保险机构包括平安产险、人保财险、太保产险等共实现累计保费收入248.27亿元，占整体互联网财险业务的76.06%。相互保险公司搭乘互联网保险快车，业务发展有起色，众惠财险、汇友建工两家财产险类相互保险公司于2017年上半年相继开业。2017年，众惠财险共产生非车险保费2692.84万元，互联网非车险市场排名第30，到2018年上半年，众惠财险共产生非车险保费7741.88万元，互联网非车险市场排名第20。

另外，外资公司互联网保险业务占比有所上升，国泰产险、安盛天平、安联保险、美亚保险、史带财险等16家外资公司累计互联网财险保费收入为17.17亿元，同比增长率为124.60%；占整体互联网财险业务的5.26%，较2017年同期增长2.04个百分点。渠道发展方面，总体看，保险公司PC官网业务明显萎缩，

微信业务较快上升，保险专业中介机构业务较快增长。上半年保险公司移动端业务中，其中通过移动APP实现保费66.07亿元，占20.24%，同期下降5.89%；通过移动官网手机WAP实现保费2.08亿元，占0.64%，同期下降1.75%，通过微信平台实现保费49.85亿元，占15.27%，同期增长9.71%。

### 非车险业务占有率持续上升 保险科技公司优势凸显

值得一提的是，分险种看，车险业务扭转负增长，保持平稳状态，但业务占有率同期呈现较快下降趋势。上半年累计互联网车险保费收入180.35亿元，同比增长15.38%，保持连续6个月正增长，扭转2016年-2017年的持续负增长状态。上半年互联网财险业务中车险业务占比为55.25%，较同期下降10.49个百分点。互联网车险市场中，传统保险公司占据优势，保费规模位居前三位的是平安产险、人保财险和大地财险。

非车险业务占有率持续上升，高速增长态势有所回落，互联网非车险市场中，保险科技公司优势凸显，保费规模位居前三位的是众安保险、国泰产险和人保财险，与互联网车险市场前三家公司均为传统型保险公司不一样的是，互联网非车险市场中，众安保险、国泰产险等专业保险科技公司的市场优势进一步凸显，凭借独特优势，经营表现不俗。众安保险上半年累计

互联网非车险保费收入为46.75亿元，占整体互联网非车险业务的32.00%；蚂蚁金服控股后的国泰产险从传统产险公司向保险科技公司战略转型，上半年互联网非车险累计保费收入为13.08亿元，占整体互联网非车险业务的8.95%，较2017年同期增加5.05个百分点。

意外健康险、退货运费险销售量较大，意外健康和信用保证保险增长最快。非车险中，意外健康险累计保费收入为72.89亿元，业务占比为22.33%，财产险累计保费收入为7.76亿元，占比2.38%，责任险累计保费收入为13.07亿元，占比4.00%，信用保证险累计保费收入为24.18亿元，占比7.41%，其他非车险（主要包括退货运费险）累计保费收入为28.15亿元，占比8.63%。

从发展趋势看，意外健康险增长较快。自2016年众安保险推出高端医疗险，各保险主体纷纷试水推出同类型中高端医疗险产品，满足了很大一部分保险客户对于健康类保险的需求。中国保险行业协会7月份发布的《2018年互联网财产保险用户调研报告》指出，超过97%的保险用户购买过新型保险产品，中高端医疗险在保险用户中的渗透率达49.4%。同时保险公司在续保条件、免赔额、保额、全家保、保险责任拓展及智能核保等方面持续创新，客户服务体验不断提升，在一定程度上推动了意外健康险产品的拓展。

## ■聚焦

### 提速降费显成效 三大电信运营商4G用户大增

青年报记者 吴缙超

本报讯 三大电信运营商近日交出了今年上半年成绩单，盈利能力提高，市场人士称，从财报上看，提速降费并未对三大运营商业绩产生明显影响。

财报显示，上半年，中国移动净利润656.41亿元，同比增长4.7%，中国电信净利润135.7亿元，同比增长8.1%。中国联通受益于混改，上半年净利润25.8亿元，虽然中国联通净利润最低，但净利润同比增速高达232%。

三大运营商上半年4G用户数均有数千万级别的增长。截至6月底，中国移动用户达到9.06亿户，同比增长4.5%，其中4G用户数为6.77亿户，同比增长14%，中国电信移动用户数达到2.82亿户，其中4G用户数达到2.17亿户，比去年年底净增3527万户，中国联通用户达3.02亿户，其中4G用户数为2.03亿户，比去年年底净增2823万户。

在移动互联网快速发展下，

三大电信运营商上半年手机上网流量均大增。财报显示，中国移动上半年4G客户户均移动互联网接入流量突破3GB，手机上网流量增长153%；家庭宽带用户达1.28亿户，同比大涨42.1%。中国电信财报显示，上半年，手机上网流量强劲增长近4倍，固网服务收入也达到940亿元，同比增长4.2%。就中国联通而言，上半年手机用户户均数据流量同比增长2.2倍，手机上网收入同比增长25%，达到534亿元。

针对当前市场关注度极高的5G，三大运营商均表态已开始布局。中国移动目前正在12个城市进行5G网络的应用试验。建设了14个开放的实验室，现在全球有200多家大型企业参加了这14个开放实验室。而中国电信积极开展5G前瞻布局储备，截至2018年6月底，中国电信共主导5G国际标准项目及任务31项，2018年2月，国家发改委正式批复中国电信在北京等12个城市开展5G规模建设及应用示范工程。

### 国开行开展首次 债券弹性招标发行业务试点

青年报记者 吴缙超

本报讯 国家开发银行将于今天在全国银行间债券市场开展首次债券弹性招标发行业务试点。本次债券弹性招标发行将选择关键期限、活跃度较高的国开债品种，发行规模弹性调整机制及有关操作安排将在相关发行文件中披露，并将于招标开始前，向市场公告。

据介绍，弹性招标发行是指金融机构在银行间债券市场招标发行金融债券时，根据事先设定的规则，动态调整最终债券发行规模的行为。金融债券弹性招标发行通过中国人民银行债券发行系统进行。

本月，中国人民银行金融市场司发布了《关于试点开展金融债券弹性招标发行的通知》，《通知》称，允许金融机构采用弹性招标机制在银行间发行债券。在试点初期，暂适用于开发性、政策性金融机构债券的发行，单期发行规模弹性调整不利不超过其初始发行规模的50%（即区

间为初始规模的50%-150%）。金融债券发行过程中，承销商及相关各方不得以手续费、财务顾问费、二级市场交易等任何方式变相向投资人返还承销相关费用。金融债发行应坚持市场化原则合理定价，对于发行价格与二级市场上交易价格偏离过大的情况，发行人或主承销商应予以说明。

国开行资金局负责人表示，国开债弹性招标发行遵照公平、公正、公开原则，通过市场化招标方式开展，严防风险，在满足市场需求的同时，适度控制发行规模弹性调整比例，通过量、价两方面内生调节机制，保护市场投资主体利益。此次弹性招标发行开辟了金融债券招标发行机制完善优化的新路径，对于债券市场及各市场参与主体具有积极意义，有助于挖掘市场实际投资需求，降低债券市场波动风险，进一步完善金融债券招标规则和发行机制，优化金融资源配置，促进我国债券市场平稳发展。