



2020年二季度 保险产品简报



目录



监管与法规动向 / 03



季度新产品概况 / 10



保险市场概况 / 13

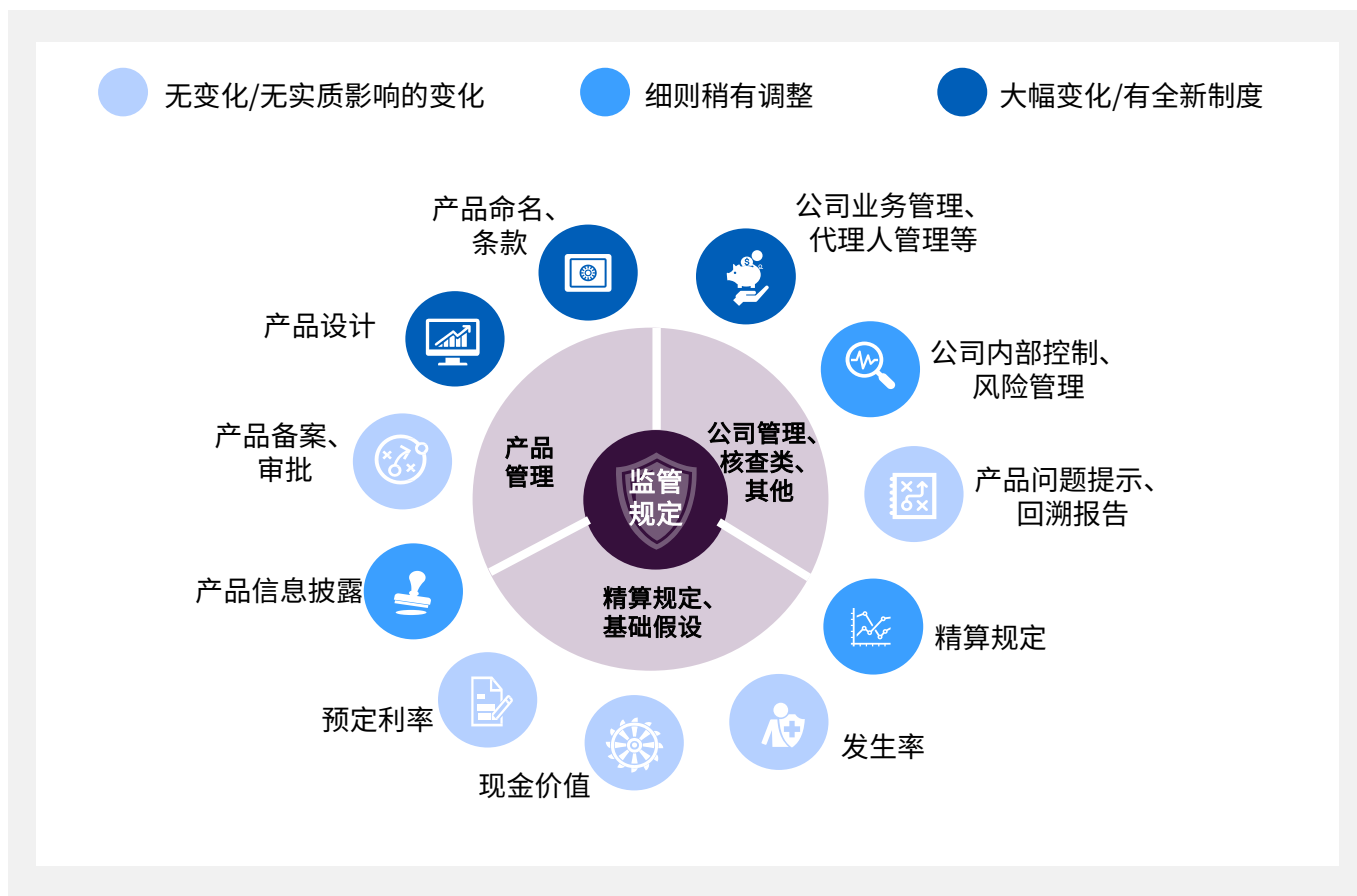


未来方向建议 / 18

摘要

本报告包括行业政策、季度新产品、保险市场概况和未来方向建议四项内容，每一期将根据市场形势的变化而有所侧重。本期报告（2020Q2）聚焦于近期改革热点—车险市场。在未来方向建议部分，我们也根据观察到的市场动态为寿险和公司销售管理提供相应的建议。





01

广东省地方金融
监管局等

7月31日 《关于贯彻落实金融支持粤港澳大湾区建设意见的实施方案》

该方案由广东省地方金融监管局、广东银保监等七个地方性当局共同印发，旨在贯彻落实党中央、国务院对于大湾区的相关政策部署。该方案共80条，其中14条与保险业相关，主要涉及完善保险业务跨境收支管理和服务、扩大保险业开放、鼓励保险资金对环保和科技领域的投资等方面。

02

银保监
央行

7月30日 《保险公司偿付能力管理规定（征求意见稿）》

现行《保险公司偿付能力管理规定》发布于2008年，主要是基于偿一代的监管理念和要求所制定。本次修订吸收了偿二代2016年实施以来的成果，银保监和央行将偿二代监管规则中原则性、框架性要求上升为部门规章，同时对监管措施做了具体规定，以强化偿付能力监管的刚性约束。

03

银保监

7月21日 《财产保险公司、再保险公司监管主体职责改革方案》

为了进一步统筹财险监管资源，完善财险公司监管工作机制，提高监管有效性，《方案》对财险公司、再保险公司的监管主体职责进行了划分，厘清了银保监会和属地监管局的监管职责分工，明确了监管横向、纵向联动的主要工作内容。

04

银保监

7月17日《关于优化保险公司权益类资产配置监管有关事项的通知》

该《通知》主要内容包括：设置差异化的权益类资产投资监管比例；强化对重点公司的监管；增加集中度风险监管指标；引导保险公司开展审慎投资和稳健投资。该政策将进一步推动保险资金运用市场化改革，引导保险资金更好地服务实体经济。

05

国务院

7月16日《关于印发深化医药卫生体制改革2020年下半年重点工作任务的通知》

该《通知》旨在推动深化医疗、医保、医药联动改革，继续着力解决看病难、看病贵的问题。其中第十七条要求加快发展商业健康保险，鼓励商业保险机构提供包括医疗、疾病、照护、生育等多重保障的综合性健康保险产品和服务，积极引入社会力量参与医疗保障经办服务。

06

银保监

7月9日《关于实施车险综合改革的指导意见（征求意见稿）》

《指导意见》以“保护消费者权益”为主要目标，具体包括：市场化条款费率形成机制建立、保障责任优化、产品服务丰富、附加费用合理、市场体系健全、市场竞争有序、经营效益提升、车险高质量发展等。短期内将“降价、增保、提质”作为阶段性目标。

07

银保监

6月30日《关于规范互联网保险销售行为可回溯管理的通知》

该《通知》主要明确了互联网保险销售行为可回溯管理的定义和范围；明确了销售页面和销售页面管理的定义；对保险机构互联网销售过程管理作出要求；明确可回溯内控管理；明确对融合业务和自助终端业务的管理要求、相关法律责任和实施时间。

08

银保监

6月12日《关于进一步明确农业保险业务经营条件的通知》

该《通知》旨在进一步深化农业保险供给侧结构性改革，建立健全农业保险业务经营条件管理机制。《通知》的主要内容包括：明确农险业务经营条件；提高农险业务经营标准；建立完善退出机制。

09

银保监

5月19日《关于落实保险公司主体责任 加强保险销售人员管理的通知》

为了进一步加强保险公司销售从业人员管理，该《通知》从建立销售人员管理制度体系、严格招录管理、培训管理、资质管理、从业管理等八大方面出发，切实推动保险公司落实主体责任，提高保险业服务质量。

10

银保监

5月19日《关于切实加强保险专业中介机构从业人员管理的通知》

近年来保险专业中介机构从业人员数量增长较快，素质参差不齐。该《通知》从强调保险专业中介机构加强对从业人员的统筹管理，严格招录、培训和诚信管理，建立销售能力分级体系等九大方面入手，全面加强从业人员队伍管理。

注：银保监指中国银行保险监督管理委员会；央行指中国人民银行

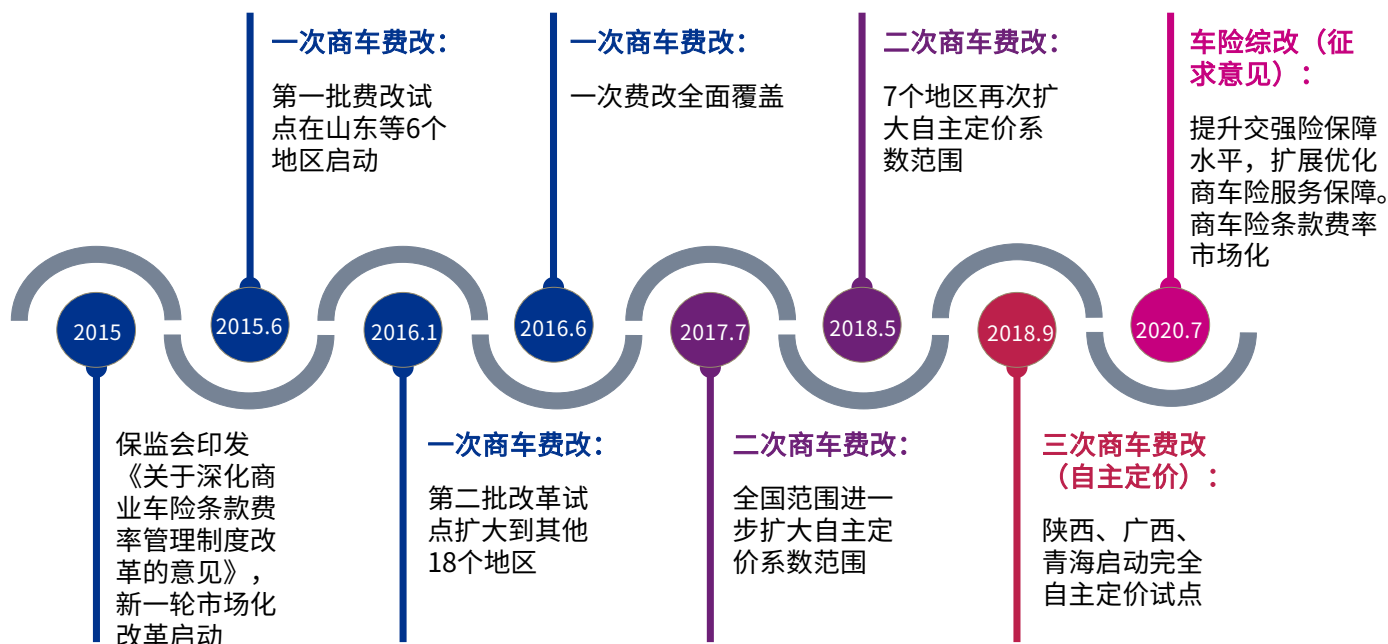
资料来源：中华人民共和国中央人民政府官网、银保监会官网、广东省地方金融监督管理局官网、毕马威分析

重点解读 1: 《关于实施车险综合改革的指导意见（征求意见稿）》解读及车险改革回顾



2020年7月9日，银保监会发布《关于实施车险综合改革的指导意见》（征求意见稿），《指导意见》共三大块、九部分、32条，包括总体要求，改革涉及的交强险、商车险、条款费率形成机制、产品准入管理、配套基础建设、监管等内容，任务分工和保障落实等内容。

近年车险改革回顾：



本次“车险综改”以“保护消费者权益”为主要目标，推动车险市场高质量运行，进一步推进车险费率市场化改革，主要内容包括以下几个方面：

1. 提升交强险保障水平

➢ 提升交强险责任限额

- 将交强险总责任限额从12.2万元提高到20万元；
- 无责任赔偿限额按照相同比例进行调整。

项目	责任限额		无责任赔偿限额	
	现行费率方案	综改后	现行费率方案	综改后
死亡伤残	11万元	18万元	1.1万元	1.8万元
医疗费用	1万元	1.8万元	1000元	1800元
财产损失	0.2万元	0.2万元	100元	100元
合计	12.2万元	20万元	1.21万元	1.99万元

➢ 优化交强险道路交通事故费率浮动系数

- 在道路交通事故费率调整系数中引入区域浮动因子；
- 浮动比率上限30%不变，下限由原来-30%扩大到-50%，提高对未发生赔付消费者的费率优惠幅度。



交强险浮动因素 (交强险NCD)	现行费率方案	综改后		
		区域A	区域B	区域C
上三年未发生有责事故	-30%	-50%	-40%	-30%
上两年未发生有责事故	-20%	-40%	-30%	-20%
上年度未发生有责事故	-10%	-30%	-20%	-10%
上年发生一次有责非死亡事故	0%	0%	0%	0%
上年发生两次及以上有责非死亡事故	10%	5%	10%	10%
上年发生有责死亡事故	30%	10%	20%	30%

2. 拓展和优化商用车险保障服务

➢ 理顺商用车险主险和附加险责任

- 在现有车损险主险条款保险责任基础上，增加7个方面的保险责任；
- 支持开发新增附加险产品。

险别	变化
机动车全车盗抢险	合并入车损险主险
玻璃单独破碎险	
自然损失险	
发动机涉水损失险	
指定修理厂险	
无法找到第三方特约险	
不计免赔率险	合并入对应主险
车轮单独损失险	新增附加险
医保外用药责任险	新增附加险
...	新增附加险

➢ 拓展商用车险保障责任范围

- 在基本不增加消费者保费支出的原则下，支持行业拓展商用车险保障责任范围。

项目	变化
实践中容易引发理赔争议的免责条款	删除
事故责任免赔率	
无法找到第三方免赔率等免赔约定	

➢ 提升商用车险责任限额

- 将商业三责险责任限额由现行的5万-500万提升至10万-1000万。

➢ 丰富商用车险产品

- 创新产品：新能源车险、驾乘人员意外险、机动车延长保修险示范条款、机动车里程保险（UBI）等；
- 车险保障服务：代送检、道路救援、代驾服务、安全检测等车险增值服务险。



4. 改革车险产品准入和管理方式

➤ 商车险示范产品的准入方式由审批制改为备案制

- 使用商车险行业示范条款费率应当报银保监会备案；
- 开发商车险创新型条款费率应当报银保监会审批。

相关政策：2020年2月，中国银保监会下发《关于进一步加强和改进财产保险公司产品监管有关问题的通知》，调整产品审批备案范围，将使用示范产品的机动车辆商业保险由审批改为备案。

➤ 支持中小财险优先开发差异化的创新产品

- 鼓励中小财险公司优先开发差异化、专业化、特色化的商车险产品；
- 优先开发网销、电销等渠道的商车险产品公司优先开发差异化的创新产品。

5. 加强和改进车险监管

➤ 提高准备金监管有效性

- 健全保费不足准备金计提标准；
- 加强准备金充足性指标监测。

相关政策：2020年4月，中国银保监会下发《示范型商业车险精算规定（征求意见稿）》中指示，保险公司应进一步完善商业车险的保费充足性测试流程，以中国精算师协会发布的行业基准纯风险保费为基础，在每季度末对所有未到期保单逐单测试保费充足性，并按照规定提取保费不足准备金，并在偿付能力报告、财务会计报告、准备金报告及其他有关报告、报表、文件和资料中如实披露计提保费不足准备金的情况。





我们认为保险公司可以通过以下三个层次的工作来执行《通知》要求和落实《通知》精神。

首先，保险公司须杜绝《通知》中明确应严格处罚的情形：

- 忽视销售人员管理主体责任；
- 未按照本通知要求建立管理制度；
- 执业登记管理存在纰漏；
- 执业过程管理流于形式；
- 存在违法违规行或者所属销售人员出现重大失信行为产生恶劣影响。

其次，保险公司可以通过制度优化来提升管理水平和降低合规风险，我们认为从可操作性和紧迫性角度应当优先加强的3个方面是：

- 严格招录管理，严格招录条件、标准、流程以及过程管控；
- 严格诚信管理，优化销售人员诚信评价体系和荣誉体系，发挥正向激励倡导与负向警示约束的双重作用；
- 夯实基础管理，强化销售人员信息化管理、数据管理和档案管理。

最后，保险公司可以通过以下措施提升公司在行业中的品牌价值和竞争力：

- 将客户评价结果运用到销售人员诚信评价和绩效评价中，减少客户对保险服务不透明、不人性化的感受；
- 将大数据等科技手段运用到销售人员招录、考核等流程中，提升销售人员的绩效和留存率；
- 在销售人员分级体系的基础上充分挖掘制度空间，制定差异化的绩效考核制度，促使销售能力资质高的群体率先摆脱素质参差不齐、大进大出的弊端，进而提升公司销售人员的形象和公司的品牌形象。



02

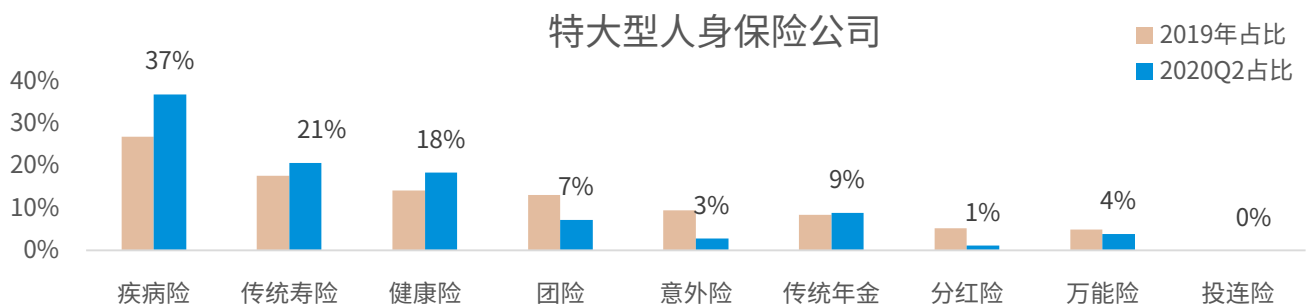
季度新产品概况



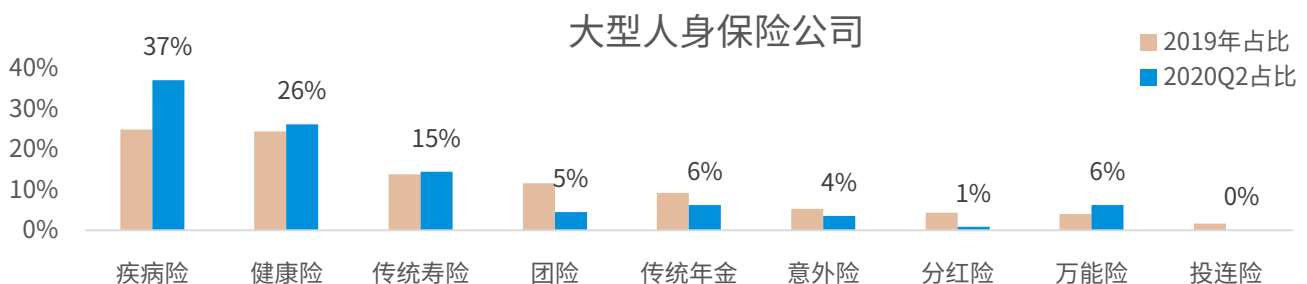
人身保险公司新产品数量分析

我们将2020年二季度新产品中的各产品类型数量占比与2019年的新产品进行了对比。

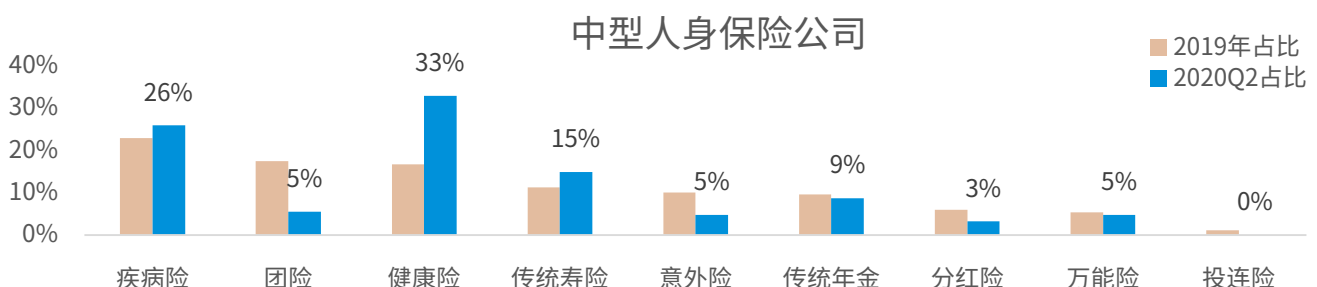
- **特大型**人身保险公司2020年二季度的新产品中，**疾病险**占比较2019年显著上升，主要来自平安寿险等公司新增的多款重疾险。



- **大型**人身保险公司2020年二季度的新产品中，**疾病险**占比较2019年有明显上升，主要来自合众人寿等公司新增的多款重疾险。



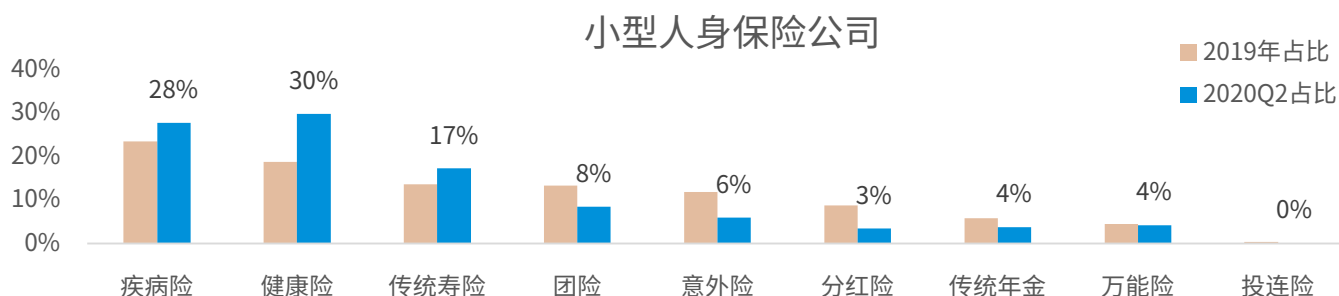
- **中型**人身保险公司2020年二季度的新产品中，**健康险**占比较2019年有明显上升，主要来自平安养老等公司新增的多款医疗险。



数据来源：银保监会官网

注：保险公司规模依据2019年年度总资产分类：1) 总资产>3500亿元为特大型保险公司；2) 1000亿元<总资产≤3500亿元为大型保险公司；3) 350亿元<总资产≤1000亿元为中型保险公司；4) 总资产≤350亿元为小型保险公司

- 小型人身保险公司2020年二季度的新产品中，健康险占比较2019年有明显上升。



总体而言，继一季度特大型人身保险公司健康险新产品占比大幅增加以后，二季度中型和小型公司也明显提升了健康险更新和开发力度，特大型和大型公司则在二季度新产品中显著提升了疾病险的占比，在二季度健康险和疾病险的新产品中，平安寿险和平安养老对新产品开发占比的增加有较大贡献，其他保险公司对上述两个险种的新产品开发力度也有所增加。由于新冠疫情的影响，社会对健康和疾病的保障意识有所提高，新产品数据也反映出保险公司把握市场需求进一步提升了对于疾病险和健康险的重视程度。



季度新产品举例

我们选择3个健康险产品来分析其产品设计上的特点。

产品信息概览

		产品A (百万医疗险)	产品B (老年专属百万医疗险)
投保规则	投保年龄	0-65岁	61-65岁
	住院保额	300万	300万
保障内容	一般免赔额	可选0.5万或1万	可选1万或2万
	重疾住院保额	600万/108种	600万/100种
	住院前后门诊	前7天后30天	前30天后30天

		产品C (防癌险)
投保规则	投保年龄	0-70岁
保障内容	癌症医疗	400万，70岁前无理赔每年增加20万，最高500万
	一般免赔额	0元
	住院前后门诊	前30天后30天
续保规则	保证续保	终身
	停售续保	可以

1

免赔额

产品A选择5000元免赔额在主要年龄段费率比1万元版高70%-90%。产品B选择2万元免赔额在61-65岁费率比1万元版低约25%。

产品的免赔额降低使得保险公司需要处理的理赔件数更多，但同时也可以获取更多的理赔数据，以观测医疗通胀的发展情况。

2

产品细分

产品B专门针对61-65岁的群体，有更明确的产品定位和营销针对性。在市场上百万医疗产品数量众多且形态类似的情况下，明确针对细分市场的产品便于制定有特色的销售方案，能够更好地吸引消费者的注意。

3

费率可调型长期医疗险

产品C是费率可调型防癌医疗险，对投保人而言，保证续保权不因产品的统一停售而终止。我们预计费率可调长期医疗险是未来的发展趋势之一，随着数据量积累和经验的增多，未来价格或有下调空间。

4

保险责任扩展至特殊治疗

产品A和产品C都覆盖了质子重离子治疗费用。产品B将该项作为可选责任，但增加的额外保费只占基本责任保费的5%左右。产品B的设计虽然增加了消费者的选择，但也给产品的开发和消费者理解产品增加了复杂性。



资料来源：保险公司官网、搜狐网、希财网、慧择网、沃保网、梧桐树保险网、i云保

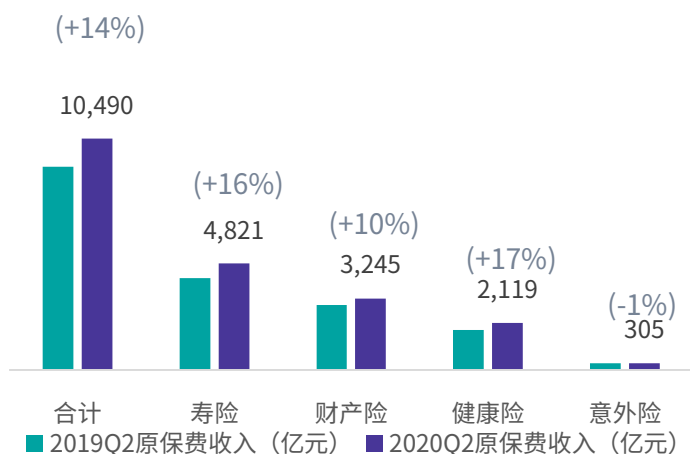
03

保险市场概况

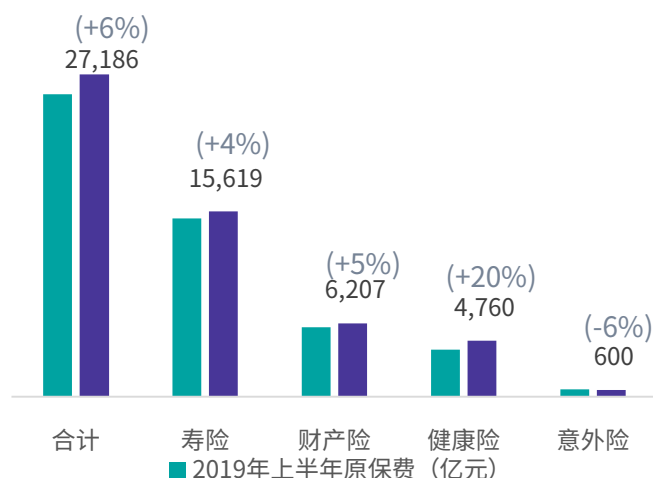


整体市场分析

2020年第二季度原保费同比变动情况

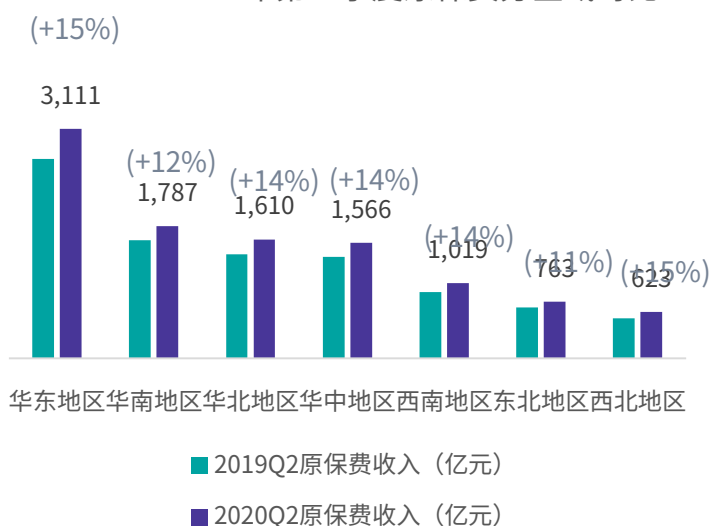


2020年上半年原保费同比变动情况

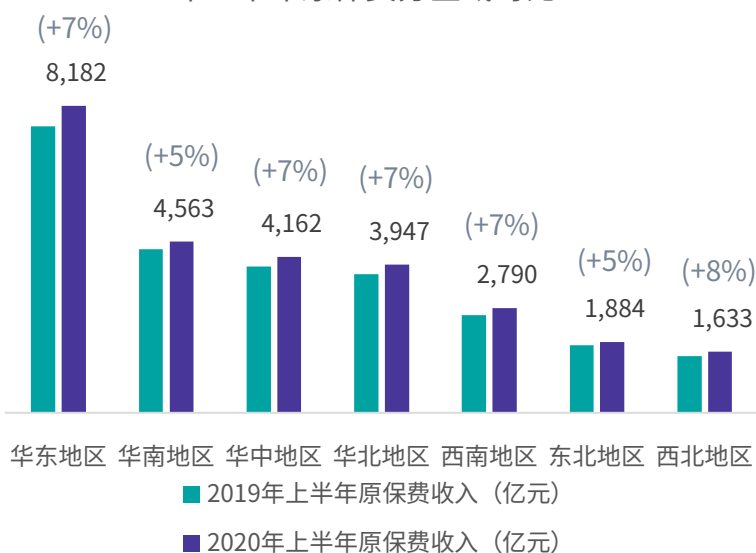


- 从原保费数据看，2020年第二季度整体市场呈现回温态势。与2019年同期相比，寿险、财产险和健康险均有10%至20%的增长。意外险变动幅度不大；
- 从2020年上半年来看，整体原保费增长了6%，其中健康险增长率为20%，涨幅最大。受疫情影响，健康险成为保险行业的重要发展机遇之一，反映出监管政策利好对该业务的推动作用，也折射出消费者对疾病的预防意识和对健康风险的保障意识在不断加强。

2020年第二季度原保费分区域对比



2020年上半年原保费分区域对比

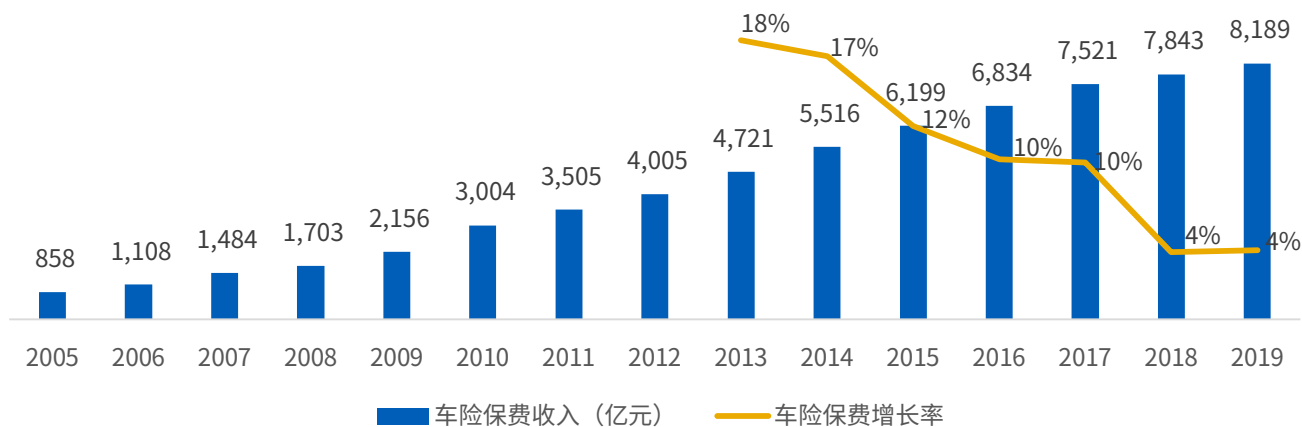


- 从区域来看，2020年第二季度和整体上半年，华东和华南地区的原保费总量均占据主要地位。此外，与2019年同期相比，第二季度各地区原保费均有超过10%的增长，其中华东地区和西北地区的增长率最高。

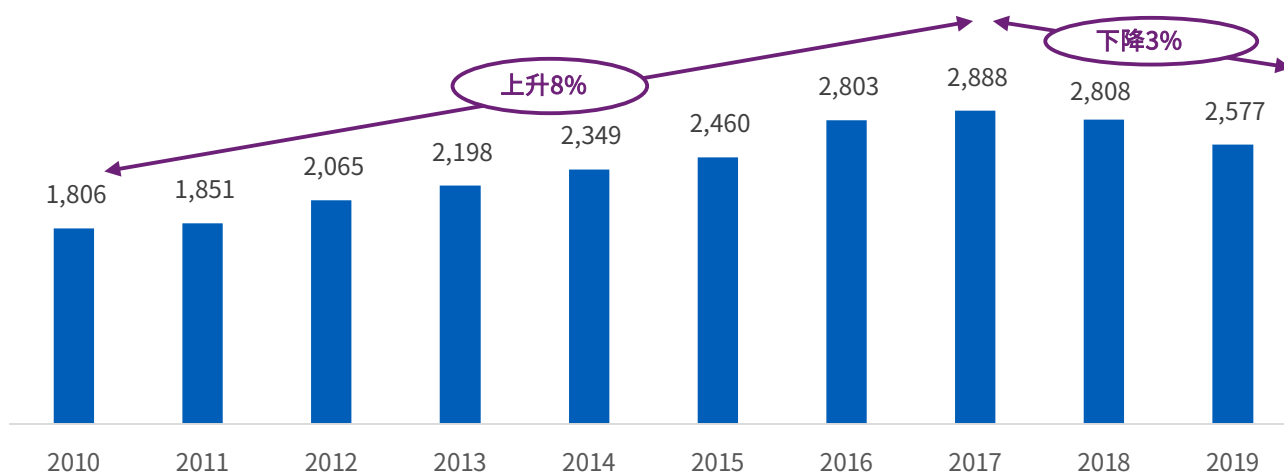
数据来源：银保监会官网



车险保费收入（亿元）



新车销量（万辆）



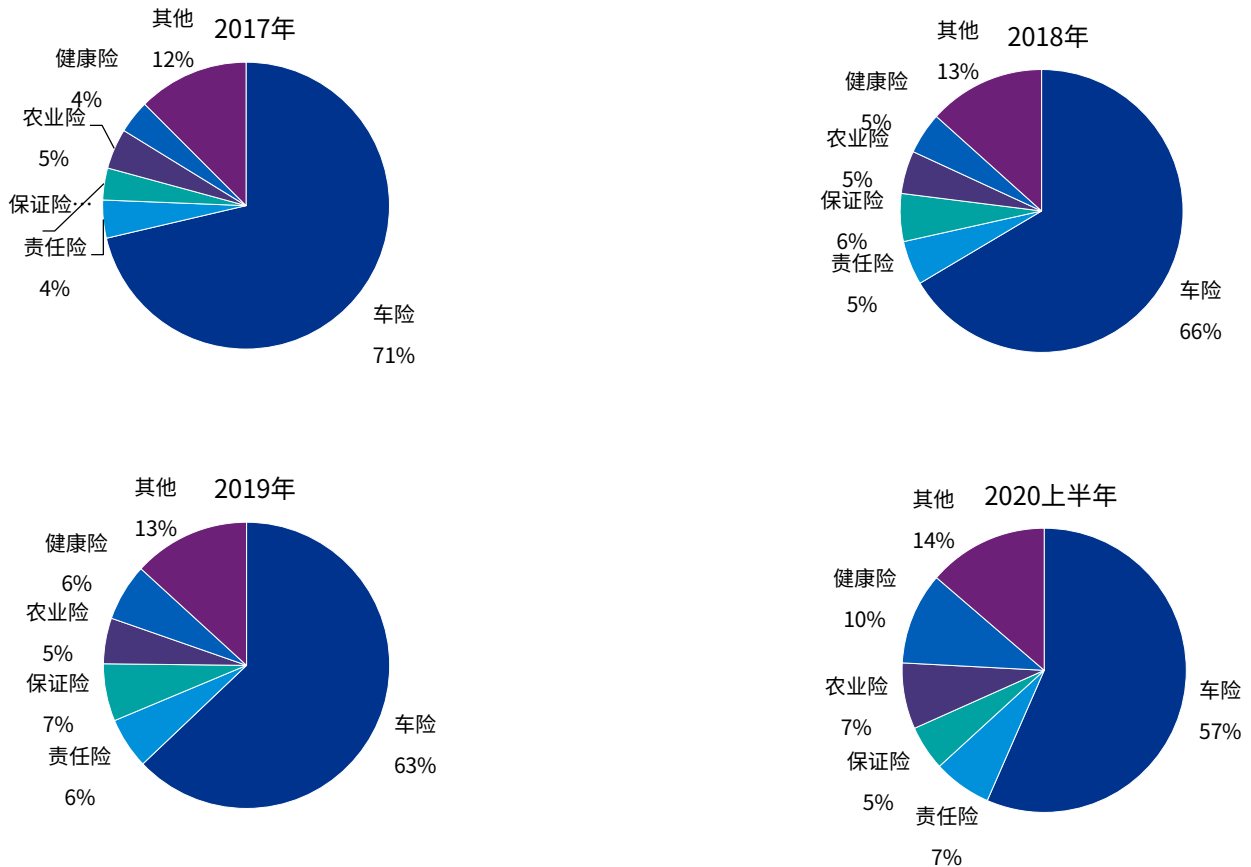
- 车险保费呈逐年增长态势，2019年，车险业务保费规模超过8000亿元；
- 近年以来，随着汽车销量的下降和商车费改的推进，车险保费增速有所下降。



数据来源：银保监会官网、中汽协官网

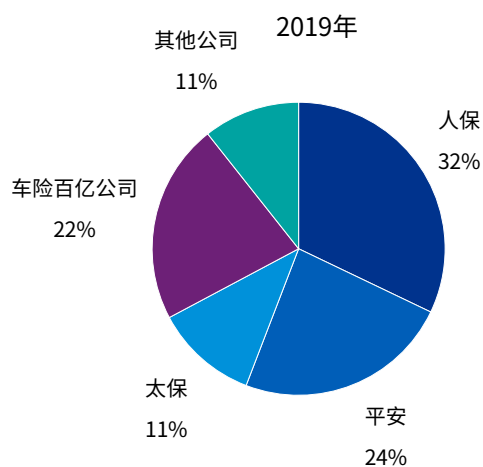


2017-2020年车险保费占比



- 2019年，车险业务占据财险整体保费收入的约63%，2020年上半年为57%；
- 近年以来，尽管车险保费仍然占据财险的半壁江山，但占比呈逐年下降趋势。

2017-2019年车险行业市场集中度



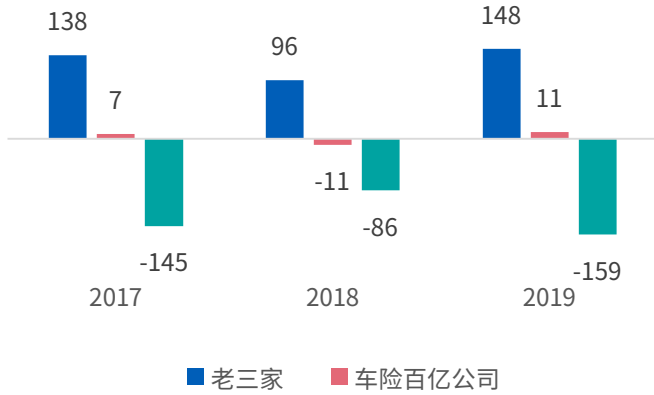
- 近三年车险行业市场集中度变化不大，“老三家”的车险业务保费稳定占据行业整体的67%左右；
- 2019年，有十家产险公司的车险业务保费收入超百亿元。

注：“老三家”指中国人民财产保险、中国平安财产保险、中国太平洋财产保险。车险百亿公司是指2019年“老三家”以外的保费超百亿的公司。

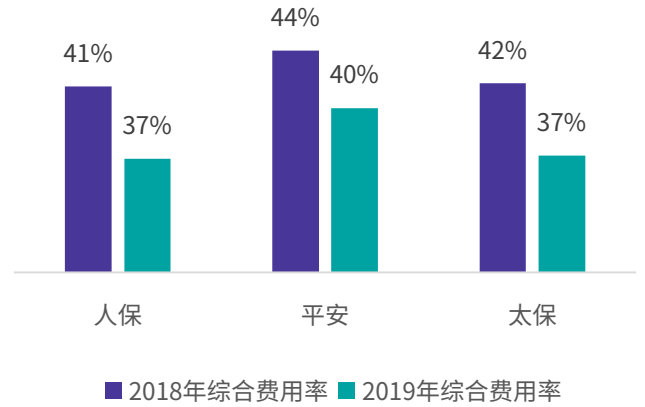
数据来源：银保监会官网、公司年报



车险业务承保利润（亿元）

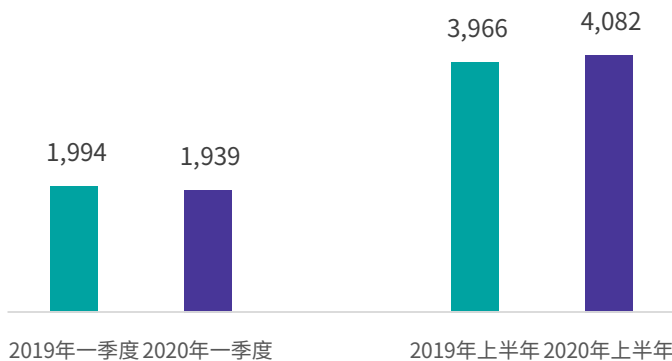


老三家综合费用率

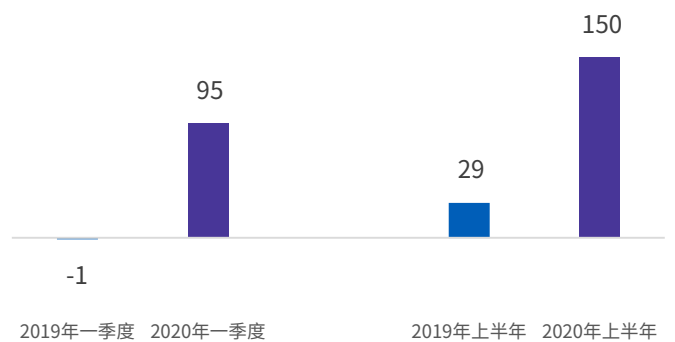


- 2017-2019年，行业车险业务均实现盈利，整体盈利金额超百亿元；
- 受制于报行合一、阈值管控等监管措施，2019年车险费用率有所下降，行业车险盈利能力分化：“老三家”规模利润双丰收，“百亿公司”多数盈利，“中小公司”亏损较多。

车险保费收入（亿元）



车险承保利润（亿元）



- 受新冠疫情冲击，2020年第一季度车险保费收入为负增长，2020年上半年增速低于往年；
- 受出险率下降影响，2020年上半年车险业务的利润大幅高于上年。



数据来源：银保监会官网、各公司2018/2019年公司年报、中国保险年鉴



	2020年上半年原保费 (亿元)	保费同比变动	2020年上半年 综合偿付能力充足率	偿付能力充足率 较2019年底变动 (百分点)
中国人寿	4,274	13%	267%	-9
平安寿险	2,807	-6%	232%	0
太平洋人寿	1386	0%	242%	-15
新华人寿	969	31%	282%	-2
太平人寿	919	1%	219%	-8
泰康人寿	897	7%	251%	-7
人保寿险	672	-5%	264%	+20
合计	11,924	5%	251%	-3
	上半年新业务价值 (亿元)	新业务价值 同比变动	上半年年化 总投资收益率	总投资收益率 同比变动 (百分点)
中国人寿	369	7%	5.3%	-0.4
中国平安	310	-24%	4.5% (寿险及健康险) 4.3% (财产险)	-1.1 -0.9
中国太平	25	-57%	5.4%	+0.6
中国太保	112	-25%	4.8%	0
中国人保	46	21%	5.5%	+0.1
新华人寿	52	-11%	5.1%	+0.4
合计	914	-14%	5.1%	0

- 2020年上半年，国内七家主要寿险公司的原保费收入超万亿元，占据上半年保险市场整体原保费的约44%，其中平安寿险和人保寿险的原保费收入为同比负增长，平安寿险的分红险规模保费同比下降约33%，受疫情影响，传统代理人线下展业亦受阻，代理人规模较年初下降1.9%；人保寿险持续压缩银保渠道的中短存续期等低价值趸交业务规模，导致其同比下降44%，整体银保渠道原保费收入同比下降22%。中国人寿和泰康人寿平稳增长。新华人寿增长亮眼，其长期险首年保费同比增长155%，分红型保险保费收入同比增长56%，另外，银保渠道充分发挥重要渠道的作用，实现保费收入同比增长134%；
- 七家主要寿险公司的上半年平均综合偿付充足率约为251%，其中五家充足率较2019年底有所下降。由于净利润较2019年底增加了约21%，实际资本较2019年底增加了20%，导致人保寿险的综合偿付能力充足率增长较为明显；
- 据上市险企半年报显示，中国太平的电话营销、团险等渠道（其他渠道）及银保渠道新业务价值分别下降192%和247%，致使总体新业务价值下降幅度较大；新华人寿保费增长较多，但受团险渠道新业务价值下降94%的影响，整体新业务价值有所下跌；人保健康加快向高质量发展转型，价值创造能力不断提升，健康险业务银保渠道的半年新业务价值同比增长率高达871%，带动整体新业务价值的增加；此外，受资本市场同比剧烈波动，公允价值变动损失加大的影响，以及受权益投资分红收入和固收类资产收益同比减少的影响，中国平安的寿险及健康险业务、产险业务的年化总投资收益率均有所下降。

数据来源：各保险公司2020年半年报、偿付能力季度报告摘要

04

未来方向建议

基于 2020 年第二季度观察到的监管和行业动向，我们对保险产品的未来方向有以下建议：



加强保险产品销售管理

优质稳定的销售队伍是保险公司发展的重要因素。在保险金融科技成为热点方向和保险销售监管要求趋严的背景下，保险公司可结合人工智能、大数据等多种前沿技术，从人员准入、员工培训、绩效考核等方面进行全方位的销售人员管理，减少违规销售现象的出现，进一步优化提升企业形象和公司品牌价值。



健康险

国务院最新政策明确鼓励商业保险机构提供包括医疗、疾病、康复、照护、生育等多重保障的综合性健康保险产品和服务。健康险市场竞争的加剧也催生保险公司的精细化经营，提供差异化产品和全周期服务。保险公司可进一步加强同产业链上经营主体如医疗机构、体检中心、康复中心、护理中心以及政府相关部门的沟通协作，进行信息资源共享，促使公司进一步提升服务质量和效率。



偿付能力管理

新版《偿付能力管理规定（征求意见稿）》规定了依据偿付能力充足率水平以及偿付能力充足率下降的具体原因来采取监管措施，并明确了以核心偿付能力充足率低于60%或综合偿付能力充足率低于120%的保险公司为重点核查对象。保险公司可以针对征求意见稿中的要求对公司的偿付能力管理机制进行改进，并分析偿付能力不足时各项监管措施对公司产生的实质影响，从而能够更好地预防和应对偿付能力不足给公司经营带来的不良后果。

另外，偿二代二期工程目前已完成联动定量测试，对《保险公司监管规则》第1-8号文形成了调整后的初稿，并新增了针对市场风险和信用风险的穿透计量的规则。测试方案调整涉及的重要变动包括：

- **纳入利率风险最低资本计量的资产范围扩大：**现行偿二代方案中，纳入评估范围的资产种类为财报上以公允价值计量且有明确期限的境内投资资产现金流，调整方案中，该范围扩展至境内对利率敏感的全部资产的现金流；
- **未来利润计入实际资本的规则有所变化：**调整方案指出，保险公司应当根据保单剩余期限，对保单未来盈余拆分到核心资本和附属资本，而不是像现行规则一样全部计入核心资本；
- **保险风险和权益风险规则变化：**保险风险最低资本（寿险业务）中的长寿风险最低资本和疾病风险最低资本将会显著提升。长寿风险方面，未来长寿风险因子趋近于零的速度较缓，测试方案整体将因子扩大化；疾病风险方面补充了疾病趋势风险，整体影响显著扩大。死亡发生率风险中，主要是大中型保险公司的压力因子上浮。此外，权益价格风险的因子整体有所增加，其中基础设施股权投资计划和未上市股权的基础因子增加最为明显，涨幅分别为108%和46%；
- **新增集中度风险：**调整方案中在市场风险中新增了集中度风险，并要求保险公司按照设置的特征因子计量集中度风险最低资本。

我们预计多数保险公司的利率风险最低资本将有显著下降，但仍然是保险公司面临的主要风险之一。同时保险风险和权益风险最低资本将会上升。保险公司应当相应加强保险风险、权益风险和集中度风险的管理，同时保持对资产负债期限匹配的重视。



保险业数字化趋势

数字化已成为保险行业的一大趋势，依靠大数据、互联网等技术的业务线上化和品牌推广模式也会得到进一步发展。结合国家发改委启动的数字化转型伙伴行动倡议，行业领先的保险公司基于自身技术进一步面向行业开放，通过开设网络课程、提供大数据开放创新平台等方式协助保险行业加强企业数字化经营，进一步促进保险科技“产、学、研”的结合性发展，在为行业数字化赋能的同时，也强化了自身的品牌优势。

大型保险公司可进一步结合自身优势，提升自身保险科技力量的同时发挥领头羊的作用，加强与行业内及科研机构的交流合作，助推保险行业的数字化发展；中小型保险公司可通过行业观察了解自身保险科技的发展痛点，通过行业内外部交流，不断加强企业数字化运营。



互联网保险销售管理

随着互联网经济的发展，越来越多的保险公司加入互联网保险的赛道。据中保协数据统计，2020年上半年，互联网人身险业务实现规模保费1,394亿元，同比增长约12%，其中健康险涨幅最大，达到60%。监管机构也适时出台了针对互联网销售的监管政策，助推行业进一步高质量发展。

互联网保险的业务模式目前基本是与第三方平台（渠道）合作为主，保险公司自营平台（官网）为辅，销售模式会在很大程度上影响产品形态的选择和销量。此外，保险公司需不断提升互联网销售行为管理，严格遵循监管规则要求，并形成公司自己的销售规范、在操守风险中加入对互联网渠道的管理、在内控上加强互联网销售管理等，提升该渠道的业务发展水平和质量。



车险

近年来车险市场竞争愈加激烈，行业中“强者恒强”的现象日益明显，此次车险综改无疑会进一步加剧财险行业的竞争和分化。中小保险公司由于品牌效应不足、经验数据缺乏、规模效益以及运营效率偏低等因素，短期难免面临承保规模和经营利润等多方面的生存压力。但如果中小保险公司应对得当、扬长避短，完全可能借助这次车险综改加速公司发展，甚至实现弯道超车。

第一，加强数据积累，提升精算定价能力。本次车险综改倡导“降价、增保、提质”，同时全面加强车险监管，将促使精算工作真正形成产品开发、费率厘定、准备金计提、准备金充足性监测、费率回溯的精算循环系统，中小公司必须提高精算自主定价能力。在互联网大数据时代，中小公司尤其需要推动传统精算定价技术与大数据分析的融合，提升风险识别能力和客户获取能力。

第二，注重差异经营，获取细分市场优势。当前，互联网金融和移动终端金融深入大众生活，保险科技的变革和应用，正在将整个保险市场分割为众多的细分市场，这也为中小公司快速成长提供了一个契机。中小公司可依托自身经营灵活、快速响应市场的特点，大力发展创新性产品，提供多样化的产品保障和高品质服务，寻求可助力公司快速发展的业务增长点。

第三，拓宽业务种类，实现多元化经营发展。此次车险综改将促进整个财产险行业突破对车险规模的刚性依赖。对中小保险公司而言，也应该以更加开放的思维，主动发展非车险特色业务，寻求新的增长点，实现多元化经营发展。通过大力发展非车险业务，可以通过优化公司承保结构，提升公司业务经营的稳定程度和盈利能力。

车险综合改革，是推动车险行业竞争格局变化的一次重大变革，也是中小保险公司借助改革机遇实现业务价值突破的一次难得机遇。积极提升自身能力，精准定位目标市场，把握改革契机，中小公司也必将迎来业务发展的广阔蓝海。

联系我们



李乐文

毕马威中国
保险业主管合伙人

+852 21402282
walkman.lee@kpmg.com



岑美慈

毕马威中国
精算咨询服务合伙人

+86 (10) 85084464
meichee.shum@kpmg.com



欧洋

毕马威中国
精算咨询服务合伙人

+86 (21) 22123535
holly.ou@kpmg.com



李杰晖

毕马威中国
精算咨询总监

+86 (755) 25473315
marshel.li@kpmg.com



kpmg.com/cn/socialmedia



如需获取毕马威中国各办公室信息，请扫描二维码或登陆我们的网站：
<https://home.kpmg.com/cn/en/home/about/offices.html>

《毕马威保险市场简报》每季度由毕马威精算咨询团队编制并发布。

本文内容仅供一般参考，并非针对任何个人或团体的个别或特定情况而提供。虽然本所已致力提供准确和及时的资料，但不能保证这些资料在阁下收取时或日后仍然准确。任何人士不应在没有详细考虑相关的情况及获取适当的专业意见下依据所载资料行事。

© 2020 毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国外商独资企业，是与瑞士实体 — 毕马威国际合作组织 (“毕马威国际”) 相关联的独立成员所网络中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

毕马威的名称和标识均属于毕马威国际的商标或注册商标。

出版日期: 2020年9月