

近日，国家金融监督管理总局信息显示，易安财产保险股份有限公司（以下简称“易安财险”）名称变更为“深圳比亚迪财产保险有限公司”。此前，监管部门已批复同意比亚迪汽车工业有限公司受让易安财险10亿股股份，持股比例为100%。

业内人士分析，比亚迪正紧盯新能源车险，随着未来越来越多新能源车企入局，将带来更多活力，新能源车险行业痛点也有望得以化解。

### ● 市场空间巨大

公安部统计数据 displays, 2022年, 我国新能源汽车保有量达1310万辆, 同比增长67.13%, 呈高速增长态势。随着新能源汽车保有量增长, 新能源车险需求也快速增长。

不过, 直到2021年, 我国新能源汽车才有了属于自己的专属保险。2021年12月, 中国保险行业协会正式发布《新能源汽车保险商业保险专属条款(试行)》(以下简称《条款》)。随后, 上海保险交易所正式上线新能源车险交易平台, 首批挂牌中人财险、平安财险、太保财险等12家财险公司的新能源汽车专属保险产品。据了解, 目前, 我国已有20余家财险公司加入新能源汽车专属车险销售。

根据记者梳理, 2022年, 中人财险、太保财险的新能源车险保费收入大涨。在中国人保2022年度业绩发布会上, 中国人保副总裁于泽表示, 新能源车险以及智能网联车险正在成为拉动车险规模增长的主要动力。2022年, 中人财险新能源车险承保数量达467万辆, 同比增加59.6%, 实现保费收入205.6亿元, 同比增长72.7%; 中国太保表示, 2022年, 公司新能源车保费增速超过90%, 为280万辆新能源车提供保险额超2万亿元。

东吴证券预计, 2025年, 新能源车险保费规模将达1865亿元, 占车险总保费比例约为17.9%; 预计2030年保费规模将达4541亿元, 占车险总保费比例约为32.1%。

新能源车险巨大的市场吸引了一众车企入局。据了解, 比亚迪已于2022年3月



## 车企入局，新能源车险迎来新发展

■ 本报记者 杨梓

成立比亚迪保险经纪有限公司。此外, 蔚来、小鹏、理想等也已布局新能源车险业务。2018年, 小鹏汽车成立广州保险代理有限公司; 2020年, 特斯拉成立保险经纪有限公司; 2022年, 理想汽车收购全国性保险中介银建保险经纪100%股权; 2022年, 蔚来成立保险经纪有限公司, 并于年底收购汇鼎保险经纪公司。

与上述车企不同的是, 本次比亚迪接手易安财险获得了保险牌照, 而非是上述其他车企获得的保险中介牌照。这意味着, 比亚迪对公司的保险产品将有更大话语权。

三者险来看, 新能源车所有类型出险频率均远高于传统燃油车, 其中货车类数据差距尤其显著, 差距达到8%。新能源车出险频率、案均赔款双高导致赔付率显著超过传统燃油车。

一直以来, 新能源车出险频率、案均赔款显著高于传统燃油车。据中再产险统计, 从车损险来看, 各种使用性质的新能源车出险频率几乎均高于传统燃油车。其中, 新能源车中占比最高的家用车险出险率高达30%, 显著高于燃油车19%的数据。新能源车案均赔款也整体高于传统燃油车, 家用车险达到7201元, 高出燃油车近600元。从

三者险来看, 新能源车所有类型出险频率均远高于传统燃油车, 其中货车类数据差距尤其显著, 差距达到8%。新能源车出险频率、案均赔款双高导致赔付率显著超过传统燃油车。

对外经济贸易大学保险学院教授王国军对《中国能源报》记者表示, “车企和保险企业之间信息不对称, 《条款》运行时间短, 积累数据较少等因素, 造成新能源车险保费高、出险率高, 这些都要通过技术和制度进一步解决。”不过, 他也表示, 自《条款》出台后, 相关配套条款制定更为科学精准, 虽

然目前《条款》运行时间并不长, 但为之后险种改良、价格降低、市场发展等都打下了良好基础。

“造成当前新能源车险面临定价难、赔付成本高等一系列挑战的首因是行业缺乏必要的风险损失数据积累, 也与新能源车企数量众多、技术路径各异等因素有关, 从而导致单一品牌和车型风险系数并不稳定, 无法有效支持科学定价。”经济学家宋清辉对《中国能源报》记者表示。

### ● 利于整体行业发展

不过, 值得注意的是, 有业内人士指出, 车险对于车企而言是新领域, 是否能成为一门“好生意”有待观察。以比亚迪接手易安财险为例, 据了解, 此前易安财险经营范围未涵盖车险, 而比亚迪在车险领域也属于“新手”。同时, 宋清辉提到: “在服务网点、经营经验等方面, 车企劣势明显。例如, 车险对服务网点要求较高, 缺乏服务网点对承保和理赔业务影响很大。”

但受访人士均表示, 整体看来, 车企入局车险在推动新能源车险行业健康发展方面优势显著。

“相比于传统保险公司, 车企通过自家车机系统对汽车风险以及驾驶信息等最为了解, 其布局新能源汽车保险优势得天独厚。”宋清辉认为。

在王国军看来, 车企涉足车险可以把两个行业很好结合在一起。“目前, 保险公司很难拿到新能源汽车的数据信息, 车企入局车险能更为科学地根据车辆风险状况来确定费率, 进而解决目前新能源车险的部分痛点。”他进一步表示, 车企涉足保险领域也是企业对消费者购车、用车的又一层保障, 可以形成良性循环。“针对不同车有不同的改进方式, 针对不同车有不同的费率, 这就可以解决因信息不对称导致的保费价格虚高, 避免部分不公平条款。”

宋清辉表示: “随着越来越多车企布局新能源车险, 以及新能源车技术越来越趋于成熟稳定, 风险会不断降低, 维修成本会慢慢呈现出下降趋势。”

## 日本车企转型艰难

■ 本报实习记者 杨沐岩

日本各大车企最新发布的年度报告显示, 2022年, 由于原材料成本上升, 各企业利润均有所下降。与此同时, 日本各大车企也表现出对市场销量不佳的担忧。日产汽车公司总田田诚在接受日本媒体采访时说: “我们在中国市场生产和销售的下降是其他市场无法弥补的。”本田总裁三部敏宏表示, 中国车企在软件方面的技术已经遥遥领先。

### 电动化转型迟缓

与去年相比, 日产和本田今年1月至4月销量同比分别下降29.9%和29.8%; 而据知名汽车产业信息统计平台Marklines数据, 中国1月至4月的总销量反而上升了7.1%。这一背景下陷入困难的还有三菱, 广汽三菱在去年推出新混合动力车型“欧兰德”, 但由于销量不及预期, 该车型生产线于今年3月被关停, 三菱汽车工业总裁加藤隆雄坦言: “我们在中国市场很难维持, 本财年也将如此。很明显, 进行改革是必要的。”

一位熟悉新能源汽车的业内人士在接受日本媒体采访时指出: “中国汽车市场规模总体稳定, 对新车的市场需求主要由车辆替换驱动, 很多顾客并非首次购车。在这种趋势下, 用户从传统燃油车转向新能源汽车, 从外国品牌转向本土品牌的趋势正在加速。”而日本车企对电动汽车转变的保守反应, 使其落后于中国市场的快速变化, 尽管部分日本车企的专卖店在接受采访时依然自信表示, 传统燃油车仍有竞争优势, 而且销售情况还不错, 但“电动汽车车型太少”和“和中国车企的竞争正在加剧”之类的观点也不绝于耳。

### 制定策略适应中国市场

据中国汽车工业协会统计, 2022年, 中国新能源汽车销量达到688万辆, 相较2021年几乎翻了一倍, 占到新车总销量近1/4。其中, 电动汽车销售量达到536万辆, 甚至超过日本全年新车总销量。同时, 随着中国国内电动汽车迎来降价潮, 传统燃油车也不得不随之降价。更让日本车企“震撼的”还有中国企业在网络和自动驾驶方面的领先技术。

“电气化领域竞争相当普遍, 作为差异化要素的智能化领域竞争也非常活跃。”丰田副总裁中岛裕树表示, “在日本, 开发集信息、娱乐为一体的‘数字驾驶舱’仍需时间, 因此我们将加速智能化领域的本地研发。为了准确把握中国快速变化的市场需求, 丰田将加强中国本地研发中心的决策力和执行力, 设计符合中国顾客需求的产品。”

日产则决定逐步提高在中国市场的电动汽车销量。日产汽车公司首席运营官阿什瓦尼·古普塔指出: “中国电动汽车市场的火热并非由补贴驱动, 而是顾客的自发需求。此外, 软件正成为最重要的因素。我们必须加快市场投放速度, 并对我们的设计、生产和销售路线进行重塑。”

此外, 本田也积极修改战略目标, 计划2035年在中国售出的新车全部为电动汽车。不久前, 本田还发布了一项专门针对中国市场的大数据联网服务, 可能会应用于明年推出的三款新电动车型。

### 留待变革的时间不多了

瑞穗银行高级研究员汤进在接受日本广播协会采访时指出, 特斯拉和宝马的电动汽车正在积极抢占高端汽车领域, 而大众化电动汽车市场仍有新玩家加入的空间, 这也是日本车企的唯一机会。为了生存, 车企不仅要在制造方面做出重大改变, 还要对包括设计、生产、采购、销售和售后服务在内的整个链条进行改革。

“许多日本车企表示, 他们已经预料到电动汽车在中国市场会越来越受欢迎, 但没有想到变化会如此迅速。”汤进表示, 转型的迟缓正令日本车企陷入被动局面。“日本公司经常因其应对变化迟钝而受批评, 但留给他们应对这次变革的时间不多了。这些日本车企能否将挑战化为机遇, 生产出有吸引力的电动汽车, 并据此获得竞争优势? 在中国汽车市场的表现, 很可能决定着日本车企能否继续立足于全球汽车产业。”

## 造车新势力业绩“分道扬镳”

■ 本报记者 杨梓

近期, 造车新势力企业陆续发布今年第一季度财报。记者梳理发现, 部分企业“越战越勇”, 各项财务数据持续向好; 而与此同时, “掉队”企业的市场份额被进一步“侵吞”, 造车新势力市场格局再次重塑。

### ● 数据分化明显

理想汽车交出历史最好季报, 第一季度实现营收187.9亿元, 同比增长96.5%, 共交付52584辆新车, 同比增长65.8%, 实现单季交付最佳成绩。

与之形成鲜明对比的是, 小鹏汽车第一季度总收入仅为40.3亿元, 同比下降45.9%, 交付汽车共计18230辆, 同比减少47.3%; 且小鹏汽车毛利率亮红灯, 第一季度仅为1.7%, 去年同期毛利率为12.2%。不过, 小鹏汽车方面认为, 公司毛利率出现下滑是短期现象。

零跑汽车市场表现也不及预期, 第一季度共交付10509辆汽车, 同比减少51.3%; 营收为14.43亿元, 同比减少28%, 经营亏损达11.596亿元。

截至记者发稿时, 蔚来尚未公布第一季度财务数据, 根据其公布的销量数据, 该公司第一季度交付31041辆新车, 同比增加20.5%。

理想汽车董事长兼CEO李想对公司未来的表现给出乐观预期: “我们在第二季度会有交付量的爬坡, 争取在6月实现单月交付突破3万辆的目标。今年第二季度, 理想汽车预计将交付7.6万辆-8.1万辆新车, 同比增长164.9%-182.4%; 预计收入总额为242.2亿元-258.6亿元, 同比增长177.4%-196.1%。”

销量长期受挫的小鹏汽车对于今年第二季度预期则更为谨慎, 预计交付量将为2.1万辆-2.2万辆, 同比下降36.1%-39.0%; 总收入为45亿元-47亿元, 同比下降36.8%-39.5%。

### ● “铁三角”被打散

进入2023年, 新能源车“淘汰赛”竞争加剧。年初, 新能源汽车补贴政策切换以及随之而来的价格战对部分企业第一季度表现产生巨大影响。以小鹏汽车为例, 该公司是年初特斯拉降价后首批宣布降价的造车新势力企业, 1月17日, 小鹏汽车宣布启动G3i/P5/P7新年新价格体系, 调价整体降幅为2万元-3.6万元。但本次降价换量未能如愿。同时, 理想汽车、蔚来汽车单车平均售价为30万元以上, 不受新能源汽车补贴退出的影响, 小鹏汽车单车售价基本位于15万元-25万元, 补贴退出也成为造成其第一季度财务数据下滑的一大因素。

目前, 新能源汽车市场竞争激烈。对此, 李想表示: “我们在做长远规划和定价时, 就已经根据每个车型所在级别和尺寸, 定在对应价格区间里最有竞争力的价位上, 我们在定价方面一直非常慎重。”

小鹏汽车董事长兼CEO何小鹏则表示, 将采用规模优先的平衡定价法。“最终希望制定有竞争力的价格, 且能够在相当长时间内保持稳定。”据了解, 为更好控制成本, 小鹏汽车将从今年下半年到明年快速推进一系列技术、设计和工艺降本项目, 并通过平台化战略, 使所有新车型和改款车获益, 从而提高长期成本竞争力。

从最新发布的5月销量数据看, 理想汽车、哪吒汽车、零跑汽车月销量分别达28277辆、13029辆、12058辆。其中, 理想汽车5月营收也超过100亿元, 首次实现百亿级月收入。小鹏汽车、蔚来汽车则分别交付7506辆、5629辆, 极氪、深蓝也在迈向月销破万辆关口。由此看来, 以往蔚来、小鹏、理想的头部新势力“铁三角”格局已被打破, 差距也越来越大。

### ● 瞄准下沉市场

激烈竞争中, 销量为王。“对我们而言, 市占率最为重要, 所以, 我们第二季度的核心目标是把第一季度在20万元以上NEV市场的市占率从11%提升到13%。”李想表示。

自2022年第四季度开始, 小鹏汽车大刀阔斧进行公司组织架构调整, 但目前从市场表现上看, 此次调整尚未有明显成效。“展望未来, 我们将会以迅速扩大销量和市场份额作为公司首要战略目标。”小鹏汽车名誉副董事长兼联席总裁顾宏地表示。据悉, 小鹏G6将于6月正式上市, 预计可于7月开始大规模交付并迅速爬坡。“相信G6能够成为20万元-30万元新能源SUV市场最受瞩目的爆款车型, 形成我们战略和组织调整后的第一个销量拐点。”何小鹏表示。

值得注意的是, 在市场格局生变的情况下, 目前造车新势力目光也不仅锁定在一二线城市。有业内人士指出, 三四线城市未来是新能源汽车的一大增量空间。

何小鹏表示, 目前, 小鹏汽车已完成渠道扁平化管理, 未来将对现有销售网络进行优胜劣汰。在提高一二线城市销售网络效率的同时, 小鹏汽车还将在三四线城市引入更多经销商, 以支撑未来几年在15万元-35万元主销价位段的产品布局和销售目标。

“对于30万元以上的SUV市场, 新一线城市拥有消费能力, 我们整体销量分布比较健康。长期来看, 三四线城市也是我们未来拓展重点, 并希望在这些区域获取更多市场份额。”李想表示, 未来2-3年, 理想汽车的销售和服务网络会覆盖几乎所有四线城市, 整体策略、覆盖方式和BBA相近, 这些举措已在成熟品牌身上得以验证。



山东青岛: 百辆新能源车交付 助力绿色低碳出行

图片新闻

5月31日, 在山东省青岛市李沧区耀洲·新经济产业园广场, 100辆新能源出租车钥匙正式交付到司机手中。

近年来, 青岛市李沧区积极倡导建设绿色低碳现代化新城, 成功引入新能源出租车, 将有效降低青岛出租车运营成本, 并助力广大市民绿色低碳出行。

人民图片