

# 保险公司理赔效率提升 上半年赔付总额超700亿元

理赔服务是兑现保险承诺的最终体现,也是评判保险公司运营能力的重要指标。截至7月16日,包括国寿寿险、新华保险、平安人寿在内的超20家保险公司公布了2024年上半年理赔服务报告。

据不完全统计,已披露报告的保险公司上半年赔付总额超过700亿元,其中,国寿寿险、平安人寿赔付超百亿元;客户获赔率普遍超过98%,最高达99.8%。借助信息技术手段及与医院合作推出的预赔和直赔等服务,保险公司理赔效率普遍提升,理赔时效缩短至1天内。不过,从赔付支出看,占据许多公司赔付大头的重疾理赔,件均保额较低的问题仍待解决。

透过理赔报告,消费者也可获得一些选保险的参考。例如,在现实生活中,覆盖骨折、摔伤、动物抓伤、呼吸道感染等责任的医疗险更“实用”。而无论医疗险还是重疾险,出险客户都呈年轻化趋势,因此,年轻人也需重视提前做好保障兜底。



保险赔付效率提升,使被保险人权益能够得到更好的保障。(CFP)

用户理赔140亿元,同比增长30%;元保上半年医疗险单人累计最高赔付达134万元,单人累计最多赔付70次。

在投保人重点关注的获赔率和理赔时效上,不少保险公司都优化理赔流程并借助信息技术手段,理赔方式呈快速、在线、智能化趋势。已披露理赔半年报的险企获赔率普遍超过98%,其中,最高的是中信保诚人寿,获赔率达99.8%;国寿寿险获赔率为99.7%;获赔率超过99%的还有平安人寿、中汇人寿、农银人寿、中银三星人寿、长城人寿、大都会人寿。

作为另一个影响理赔体验的重要指标,多数险企理赔时效缩短至1天内。例如,国寿寿险整体赔付时效0.34天,同比提速13%;新华保险件均理赔时长为0.71天,5000元以内小额理赔5日结案率超99%;瑞众保险小额理赔时效仅0.14天,小额理赔获赔率为99.63%;平安人寿55%的案件可在30分钟内完成闪赔结案,平均闪赔时效仅7.4分钟;泰康在线平均每0.29秒完成1例赔案。值得一提的是,许多保险公司和医院合作推出的预赔和直赔等服务,也提升了理赔效率。

## 重疾案件均保额仍较低

从赔付支出看,重疾险和医疗险一直是理赔支付的大头。其中,医疗险案件数占比普遍较高,例如平安人寿上半年理赔258万件,其中医疗险赔付占93%;阳光人寿医疗险案件数占比为84.7%。金额占比比较高的则是重疾险,平安人寿赔付金额占比中,49%是重疾,31%是医疗;阳光人寿赔付金额占比中,60.7%是重疾,22.4%是身故类型,16.5%是医疗类型。

尽管理赔金额总数高,但长期存在的问题是件均保额较低。从各家数据看,恶性肿瘤、心脏病、脑血管疾病等是排在前列的“隐形杀手”,也是重疾险出险率偏高的疾病。而件均重疾赔付金额仍普遍在10万元上下,与重疾康复一般所需的10万元-50万元不等的费用相比,保障缺口依然较大。

另有业内人士提到,当前许多险企面向细分市场创新产品,开展特色化服务,找准差异化优势。不过,从理赔报告看,多数公司仍普遍从年龄和性别维度划分,少有险企提及对慢病人群、失能人群的理赔

概况,这也反映出人身险公司在产品创新、承保精细化层面依然有上升空间。

站在消费者角度,透过理赔报告可以在选择保险时获得一些参考。从“实用性”来看,医疗险可有效覆盖生活中容易出现的风险和疾病。以平安人寿理赔服务半年报为例,医疗险案件占比达93%,意外医疗前三赔付原因分别为:动物抓伤、骨折、摔伤/扭伤,疾病医疗前三赔付原因则为呼吸道感染、心血管疾病和脑血管疾病。

此外,当前重疾险和住院医疗险的理赔年龄都呈年轻化趋势。作为对接多家保险公司的平台,蚂蚁保的理赔服务半年报显示,从重疾险理赔年龄分布看,20-39岁年轻人占比达41%,同比增长6%,基本和40-59岁中年人群的占比相当,因此,无论年轻人还是中年人都需重视重疾风险。

长城人寿在理赔半年报中称,从保费与赔款比值看,意外险、重疾险、医疗险等杠杠类险种保障效果好、费用低,可以弥补家庭身故与健康等基本风险保障缺口;万能险、增额终身寿险、两全险等保值类险种赔付增加,反映越来越多的家庭客户开始为应对经济不确定性及养老风险做好准备。(中新)

## 整体赔付效率继续提升

进入7月以来,已有包括国寿寿险、平安人寿、新华保险在内的超20家保险公司公布了2024年理赔服务半年报,赔付总额超过700亿元。

其中,两家公司赔付金额超过百亿元,分别是国寿寿险302.6亿元、平安人寿206亿元,新华保险理赔金额超73亿元,目前位列第三。此外,泰康在线、瑞众人寿、阳光人寿、富德生命人寿的理赔金额均达到20亿元及以上,分别为28亿元、28.27亿元、21.8亿元、20亿元。

保险中介机构方面,截至6月30日,在蚂蚁保平台上,合作保险机构累计向

## 消费结构高端化特征进一步强化

# 上半年买车均价比5年前贵3.7万元

车市“内卷”下,降价成为各大车企提升销量、抢占市场份额的重要手段之一。

但在日前,全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树发文指出,虽然国内乘用车市场普遍降价,但乘用车零售均价却越来越贵。

乘联会数据显示,2019年,国内乘用

车零售平均价格为14.2万元,2020年为15.3万元,到2023年提升至16万元。而2024年1-6月,国内乘用车零售均价更攀升至17.9万元,较2019年上涨3.7万元。

“这主要是因为混合动力汽车和增程式汽车的价格较高,形成结构性拉动,同时,原有的传统燃油车也出现平均销售价

格上涨情况,而传统燃油车高端化也带动了平均价格的上涨。”崔东树解释称,2024年,车市消费结构高端化特征进一步强化。

乘联会相关数据显示,从2019年到2024年上半年,国内20万元以上乘用车市场份额持续上升,而10万元以下的中低端乘用车占比却在减少。

来自乘联会的相关数据显示,2019年至2023年,20万元至30万元乘用车零售占比从10%提升至16.3%,30万元至40万元乘用车零售占比从6.4%提升至10.6%,40万元至50万元乘用车零售占比从1.7%提升至3.2%。2024年上半年,20万元至30万元的乘用车零售占比达到16.9%;30万元至40万元乘用车零售占比为11.6%;40万元以上乘用车零售占比达到3.6%。

“这主要得益于中国汽车品牌持续向上发力高端市场,带来的新能源乘用车高端化发展趋势明显。”崔东树认为。(中新)

## 6月景气指数微跌 上半年建材家居市场竞争加剧

全国建材家居景气指数BHI6月份为121.61,环比下跌4.42点,同比上涨4.97点。全国规模以上建材家居卖场6月销售额为1351.06亿元,环比上涨4.89%,同比上涨7.93%;1-6月累计销售额为6881.80亿元,同比下跌8.12%。

中国建材流通协会行业研究部分析认为:6月BHI受天气炎热、南方多雨等季节因素影响而有所回落,全国建材家居市场步入传统夏日淡季。2024上半年,国内外环境复杂多变,国民经济运行总体平稳,但当前国内有效需求不足的问题比较突出,全国建材家居市场上半年“内卷”加剧,但行业整体仍然孕育着巨大的机遇。

6月南方多地出现持续强降雨,部分地区则开启了高温闷热模式,本月BHI在传统家装淡季高位回落属情理之中。但在“以旧换新”政策激励、端午假期助推,以及“618”大型促销活动的共同作用下,加上企业半年冲量策略,使得6月出现“看少买多”现象。数据显示,虽然6月BHI分指数“人气指数”环比下跌62.87点,但全国规模以上建材家居卖场销售额达到1351.06亿元,环比上涨4.89%。

与全国房地产市场唇齿相依的全国建材家居市场,上半年行业竞争日渐加剧。上半年规模以上建材家居卖场累计销售额为6881.80亿元,同比下跌8.12%。业内人士表示,这也与去年上半年建材家居消费需求集中释放,数据基数较高有关。行业的发展往往机遇与挑战并存,行业“内卷”的同时,仍要关注到上半年全国建材家居市场展现出的诸多特点。

业内人士表示,近年来建材家居以存量房再装修为主导的市场份额在逐步增大。随着泛家居市场存量时代的到来,新房市场对建材家居市场的催化效应将变得有限,存量房产再装修市场未来将成为驱动建材家居市场增长的主要力量。

6月BHI分指数“出租率指数”为90.56点,环比下跌0.02点,同比下跌1.78点。2020年以来,该分指数一直处于较低点位(2019年同期,该值为95.52),销售渠道的多元化发展,行业流量呈碎片化趋势使得部分终端卖场空置率持续走高,传统建材家居卖场运营压力较大,市场竞争日趋激烈。

从建材家居消费需求侧来看,35岁以下消费者对环保健康、科技智能等升级型需求日益凸显,且智能美观也是当前“以旧换新”的重要消费动机。在当前数字经济大背景下,新的消费方向和应用场景应运而生,智能家居作为新兴消费应用场景,正成为市场发展的新契机和增长点。

业内人士分析认为,下半年行业发展仍然面临一些不确定性,消费信心和市场环境仍需继续提振和改善,但家居建材消费作为消费者对于美好生活向往的重要载体,支撑行业持续发展的基本面不会改变,下半年调整优化房地产政策、大规模设备更新和消费品以旧换新,以及推动新型消费快速增长等政策红利将持续见效,行业发展信心将进一步恢复。建议企业理性看待市场变化,积极探索当前发展新质生产力带来的新机遇,唯有不断创新,才能在这场激烈的竞争中立于不败之地。(钟昕)

# 光盘行动 公勺公筷 文明餐桌 健康常在

社会主义核心价值观

富强 民主 文明 和谐 自由 平等 公正 法治 爱国 敬业 诚信 友善



绘画: 魏志雄