

开辟“第二战场”

# 财险巨头抢占健康险新高地

随着医疗保障需求升级,健康险发展提速。对拥有短期健康险经营资质的财险公司而言,在车险保费增速放缓、竞争加剧的背景下,传统业务增长承压,发力健康险业务成为其突破增长瓶颈、培育第二增长曲线的关键着力点。

金融监管总局数据显示,2024年,财险公司原保险保费收入1.69万亿元,同比增长约6%,较前两年增速继续放缓。值得关注的是,财险公司经营健康险业务收入2043亿元,同比增长16.6%,增速持续加快。

当前,健康险已是财险公司布局的重点领域。据不完全统计显示,有50多家财险公司的健康险跻身前五大险种之列。在业内人士看来,财险公司发展健康险,不应简单复制寿险公司的路线,而应依托短期保障机制与服务连接能力,打造“保障+健康管理”的创新闭环,在碎片化市场中精准切入、形成特色。



更多财险公司发力健康险,给人们的健康保障带来更多选择。(CFP)

## 信托登记试点扩容提速

日前,在中国信托业协会(简称“协会”)召开的“2024年度中国信托业发展评析”新闻发布会上,中国信托登记公司(简称“信托登记公司”)副总裁刘铁峰系统总结行业转型成效,并披露信托财产登记试点最新进展。2024年信托行业在三分类新规引领下,资产规模突破29万亿元,资产服务信托占比超50%,不动产与股权信托登记试点加速落地,为行业回归本源提供制度保障。

据了解,2024年以来,信托财产登记试点从单一不动产领域向股权等多元化场景延伸。北京、上海两地通过专项政策创新,率先建立不动产与股权信托登记机制,为全国提供可复制经验。

2024年12月,北京率先打通不动产信托财产登记路径,要求信托机构通过“预登记—转移登记”流程完成财产确权,并在不动产产权证标注“信托财产”标识。2025年4月,北京进一步启动股权信托财产登记试点,明确非上市公司股权纳入信托的登记细则。截至目前,北京试点案例涵盖特殊需要、家族传承、破产重整等场景。

2025年5月,上海发布《关于开展不动产信托登记试点的通知》,构建“多场景覆盖+全流程闭环+多部门协同”的创新体系。试点明确通过中信登产品登记与不动产登记机构财产登记的“双重登记”模式,实现信托财产与受托人固有资产的法律隔离。在适用场景上,上海特别鼓励围绕养老助老、特殊需要、公益慈善等民生领域开展试点。例如,慈善组织与信托公司可通过双受托人模式设立不动产慈善信托。政策还明确税务部门全程参与,为未来信托税制改革预留空间。

此外,5月初,珠海市不动产登记中心与广东金融监管局召开专题研讨会,围绕不动产信托登记的法律依据、操作流程、税费缴纳等展开研讨,为试点落地夯实基础。珠海市自然资源局副局长罗敏表示,未来将在立法、技术、流程等方面主动作为,推动试点在珠海落地。

信托财产登记试点的落地,有效破解了长期困扰行业的财产确权难题。刘铁峰指出,截至2025年5月,信托登记公司依北京辖内信托机构申请,先后出具2笔不动产信托和6笔股权信托的信托财产登记备案证明文件,并已开始受理上海辖内信托机构申请,助力试点稳妥推进。北京股权信托登记案例显示,通过工商信息公示信托财产权属,可显著降低法律纠纷风险,提升信托业务的市场认可度。

业内专家表示,信托财产登记制度是行业回归本源的关键支撑。随着北京、上海试点深化,未来需进一步解决税务处理、跨区域协同等问题,同时鼓励信托公司围绕养老、慈善等民生领域设计创新产品,让信托成为服务实体经济、促进共同富裕的重要工具。

(钟欣)

## 巨头加码健康险显成效

近年来,随着汽车保有量逐渐趋于饱和,车险市场的竞争愈发白热化,与之形成鲜明对比的是,健康险市场展现出强劲发展势头。头部财险公司凭借其在品牌影响力、客户资源等方面的优势,在健康险业务拓展上已初见成效。

以人保财险为例,2024年,意外伤害及健康险原保险保费收入共约1012亿元,业务规模仅次于车险业务,位列第二。

平安财险和太保财险加码健康险也值得关注。在2024年的前五大险种中,健康险均为公司的第三大险种,排名仅次于车险、责任险。其中,平安财险的健康险原保险保费收入为183亿元,同比增长38%,占比为5.7%,较上年提升1.3个百分点。

中国太保在2024年年报中表示,太保财险健康险业务主动融入集团大健康发展战略,构建政策性业务和商业性业务发展并重的格局,加强对大病保

险、意外医疗等存量业务的抢抓,加快创新业务市场布局,同时关注健康险品质管控,优化业务成本。

此外,大地财险、阳光财险披露的意外伤害及健康险原保险保费收入分别为110亿元、72亿元,均为仅次于车险的第二大险种。太平财险的健康险排位也仅次于车险,去年原保费收入为33亿元。

对于主要财险公司加入健康险领域的竞争,北京工商大学中国保险研究院副秘书长宋占军认为,财险公司做短期健康险,一方面是管控赔付风险,另一方面是做产品的快速迭代升级,不断优化产品方案。

值得一提的是,近年来,互联网健康险显示出较大发展潜力。《中国互联网保险发展报告(2024)》数据显示,行业保费规模从2013年的290亿元,增长到2023年的4949亿元,保持着年均超32%的增长。分险种来看,健康险仍是最受欢迎的险种。

## 财险公司如何扬长避短

相比互联网保险、大型财险公司在健康险业务实现规模和利润增长,对更多参与到健康险市场的中小险企而言,则普遍面临“增收不增利”的境况。健康险经营面临风控难度大、产品竞争激烈、医疗成本控制复杂等挑战,短期健康险业务的可持续盈利模式仍需进一步探索。

普华永道中国金融业务管理咨询合伙人周瑾表示,财险公司经营短期健康险业务,给自身更多的调整弹性,减少了健康险领域的死亡螺旋风险。

在周瑾看来,财产险公司和人身险公司经营健康险的底层逻辑是一致的。“从客户的角度看,无论短期产品还是长期产品,最终看重的都是产品和服务品质,保险公司终究还是要从长期视角经营客户,动态跟踪客户需求痛点,不断创新产品和服务来赢得客户。”

北京大学应用经济学博士后、教授朱俊生表示,财险公司目前在健康险业务上主要局限于短期医疗、意外与附加

型保障产品,无法直接进入长期储蓄型健康险市场。这也给财险公司提供了另一个差异化的发展方向:一是发挥“快周转、强风控”的基因优势。财险公司在短期保障产品、理赔服务、客户触达方面更具运营效率,可以围绕小额高频、高触达率的健康场景,构建差异化方案,如“百万医疗+增值服务”组合。

二是聚焦场景化与服务化。例如,围绕交通出行、家庭安全、消费医疗、健康体检等场景,打造融合保障与服务的一体化解决方案,而不是仅靠价格竞争。

三是布局健康生态合作。财险公司可通过与互联网平台、连锁医院、体检机构、药房等建立联合健康管理体系,从保险支付方拓展为健康服务入口方,强化客户黏性。

四是政策型健康险突破。在城市普惠型商业补充医保、慢病人群保障等政策导向项目中,财险公司具备机制灵活、落地能力强的特点,近年来在“惠民保”中已展现竞争力。

(中新)

新鲜有趣的金融资讯,贴心实用的理财百科,帮你打理钱袋子、为你提供好点子,热点+热度+热情——“泉州金融窗”,一个全新视角的金融天地!



宗元中国·海丝泉州  
QUANZHOU CHINA

# 奋斗之城

## 爱拼会赢敢为先

泉州晚报社 宣

泉州晚报 / 东南早报 / 泉州晚报·海外版 / 泉州商报 / 泉州网 / 泉州通