

中国太保 (SH601601, HK02601, LSE CPIC)

## 公司股票数据(截至2020年9月30日)

总股本(百万股)	9,620
A股(含GDR)	6,845
H股	2,775
总市值(人民币百万元)	267,219
A股(人民币百万元)	197,580
H股(港元百万元)	60,779
GDR(美元百万元)	2,412
6个月最高/最低	
A股(人民币元)	33.80/27.12
H股(港元)	26.25/20.5
GDR(美元)	22.40/17.60

## 投资者关系日历

## 本期导读

## ●行业动态

银保监会发布《关于优化保险机构投资管理能力监管有关事项的通知》

保险业协会首次发布保险业社会责任报告

银保监会发布前9月保险业经营情况

## ●公司动态

中国太保与湖北省人民政府签署战略合作协议

中国太保五年大健康战略拉开序幕 牵手瑞金共建互联网医院

## ●问答纪要

## 投资者关系部

电话: 021-58767282

传真: 021-68870791

E-MAIL: ir@cpic.com.cn

地址: 上海市中山南路1号15层

邮编: 200010

联系人: 柳青

电话: 021-33963088

E-MAIL: liuqing-055@cpic.com.cn

## 保费收入(单位:人民币百万元)

保费收入	9月累计	同比增长	9月单月	同比增长
产险公司	114,610	14.86%	13,740	22.24%
寿险公司	182,841	-1.63%	16,237	-0.53%

## 重要声明:

本公司依法履行证券监管部门以及证券交易所规定的披露义务。在任何情况下,本通讯中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议。在任何情况下,本公司不对任何人因使用本通讯中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。本通讯的版权归本公司所有,属于非公开资料,未经本公司事先书面授权,本报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品,或再次分发给任何其他人。

## 行业动态

### ●银保监会发布《关于优化保险机构投资管理能力监管有关事项的通知》

10月10日，银保监会发布《关于优化保险机构投资管理能力监管有关事项的通知》。《通知》取消了投资管理能力备案管理，将保险机构投资管理能力管理方式调整为公司自评估、信息披露和持续监管相结合，强化事中事后监管，进一步深化“放管服”改革。《通知》还将原有的9项投资管理能力合并为7项。调整后，保险机构投资管理能力共有信用风险管理能力、股票投资管理能力、股权投资管理能力、不动产投资管理能力、衍生品运用管理能力、债权投资计划产品管理能力和股权投资计划产品管理能力等7项。

### ●保险业协会首次发布保险业社会责任报告

9月29日，保险业协会网站发布《2019年中国保险业社会责任报告》，这是保险业协会首次组织编写行业社会责任报告，主要围绕国家、社会、行业、环境、个人五个方面，展现2019年保险业在社会责任领域完成的主要工作。其中提到，2019年农业保险保费收入672.48亿元，承保农作物品种超270类，为1.91亿户次农户提供风险保障3.81万亿元，向4918万户次农户支付赔款560.2亿元。

### ●银保监会发布前9月保险业经营情况

10月26日，银保监会发布前9月保险业经营情况。总体来看，保险业前9月实现原保费收入3.70万亿元，同比增长11.26%；赔付支出9989亿元，同比增长15.36%；业务及管理费为4115亿元，同比增长15.59%；保险行业资金运用余额20.71万亿元，总资产占比92.28%。

## 公司动态

### ●中国太保与湖北省人民政府签署战略合作协议

10月20日，中国太保与湖北省人民政府在武汉签署战略合作协议。

中国太保表示，下一步，公司对湖北的重大支持举措主要有四个方面：

一是积极支持国家自主创新示范区总体发展规划，在武汉市设立太保金融科技研发中心，进一步丰富湖北功能性平台布局，打造创新发展强引擎。

二是通过投资太保家园养老项目推动经济发展，助力武汉“互联网+大健康”综合示范区建设。

三是在湖北投资设立健康产业基金，与湖北知名医院合作布局互联网医疗，更好地服务于“健康湖北”发展。

四是捐助资金设立“支持湖北省乡村振兴、脱贫攻坚”专项基金和以“太保蓝本”服务为基础的健康服务专项支持计划，让太保服务覆盖更多经济基础薄弱的地区和人群。

## ●中国太保五年大健康战略拉开序幕 牵手瑞金共建互联网医院

9月27日，中国太保与瑞金医院签署协议，正式启动互联网医院建设，这标志着中国太保2020-2025年大健康战略拉开序幕。

随着“健康中国”上升为国家战略，大健康时代的来临。今年8月中国太保制定了《2020-2025年大健康发展规划》，明确发展定位为国内领先的健康综合服务提供商，具体围绕个人、团体、政府3大客群，创建产品、服务、运营、风控4大中台能力，建立大数据和产业投资基金2大资源保障，通过1个健康险发展专业委员会做好组织管理。

中国太保与瑞金医院的合作将通过中国太保深厚的客户资源、铺设全国的渠道和网络，创造一个新的医疗服务体系，使瑞金优质的医疗资源走向全国，服务广大客户。除了医疗、保险的深度融合，该互联网医院还将引入科技、资本的力量，打造“两平台三中心”，赋能线上线下业务，实现合作共赢。“两平台”指医生管理平台、AI科技平台，“三中心”指医联体建设中心、医疗产品开发中心、商保服务开发中心。

## 问答纪要

### ●2020年资本市场开放日问答纪要

**1.问：车险综合改革9月19日上线已接近一个星期的时间，公司目前的情况如何？车险综合改革之后是不是必然会产生车均保费下降的情况？对承保盈利能力的变化如何看待？**

答：这次改革将商业车险的标准保费做了大幅度的下调，同时将系数以及交强险的浮动因子做了相应调整，所以整体保费预计将有所下降。这也符合银保监会的“降价、增保、提质”的目标要求。

从对公司的影响来看，赔付率会上升。按照银保监会的要求，预期赔付率要达到75%，比原来的预期赔付率要上升10个百分点，预定的费用率要下降10个百分点，最大限度的让利于消费者。从目前近一个星期的情况来看，商业险保费呈现较大幅度的下降，交强险保费略有下降，整体保费充足性下降。同时从这几天的情况来看，费用率也在下降。这两个因素形成对冲，相信从长期看来，车险的经营情况会逐步趋于稳定，目前看情况还不是很明朗，因为时间比较短。

公司将在新车、商用车等强项方面加大投入力度；深度挖掘客户价值，车险、非车融合发展；升级品质管理，留存优质客户；通过科技赋能压缩综合成本；服务取胜，赢得客户口碑。

车险综合改革倒逼保险公司转型，如果我们能很好的进行成本管理，通过科技赋能提高集约化经营水平，相信经过一段时间后车险能保持合理的经营结果。

**2.问：管理层前面介绍了很多转型的顶层设计，为方便投资者理解，请举一两个的具体案例来形象展现转型成效。**

答：例如在车险续保方面。在重大环境变化的挤压下我们保持了车险稳步增长，这个转型最关键的就是续保。首先是车险客户数据真实性大幅提升，从50%左右提高到现在接近90%；其次是车险的电网销兜底续保产生更大的直通作用；第三是责任机制的全面落实，我们盯着每份保单去做客户维护。这背后当然有技术带来客户体验的提升，客户认同太保，带来续保率的快速

提升。近几年我们车险的净增量全是续保带来的。

再如农险发展。2015年太保农险全行业排名第六，今年上半年行业排名第三。我们有两个发力点：科技创新和产品创新。刚刚展示材料里面讲了很多e农险技术创新方面的具体成效，包括种植业的无人机勘查、养殖业的生物标识等等，这样的案例有很多，同时太保产险在农险产品创新方面一直走在行业前列，我们的农险产品不仅可以保成本，更能够保收入。

### **3. 问：车险综合改革的一个思路是压缩费用，哪些渠道受到的冲击较大？车险改革的动荡期大约会持续多久？**

答：这次综改将压缩费用空间，这是行业的共识也是监管对我们的要求。我们要改变渠道结构，提升直通客户渠道的占比，如电销网销、交叉销售，这些渠道费用成本可控，且能直接触达客户。渠道结构改善的工作我们已经持续做了多年，不仅仅是应对综改，我们还会持续进行下去，提高工作效率及客户体验，销售成本也会进一步压缩。

车险综合改革的意图，第一是保护消费者权益，第二是倒逼保险公司提高集约化程度来为消费者提供更多、更优、价格更低的产品和服务。目前综改刚刚开始，很难预测动荡期会有多久，但具备以下能力就能较好应对：第一是直达客户的能力，各家公司都特别关注直通客户的占比；第二是集约化的能力，附加费用率从35%降到25%，这需要全面提升集约化能力来获取；第三是以最优的服务来为客户提供最佳的保障，保险公司今后的竞争力体现在服务能力的高低。

围绕这三个方面太保产险实施重点转型项目，如前面讲到的渠道建设，核心就是直达客户的竞争。营运方面的项目主要解决集约化和专业化的问题，数字承保是其中一个方面。通过集约化可以为客户提供更优的价格，我们已在香港推出的里程保对集约化的要求非常高，一旦监管部门放开我们就可向社会推出。同时我们有“太保服务”，设计思路是围绕生态圈的建设，为客户提供全面的服务，除了标准化服务以外，更多的提供个性化服务。

### **4. 问：非车险方面除了农险，还有哪些既有潜在增速，又有效益的险种？**

答：我们把非车险分为四大引擎和三大基石，引擎业务是指创新类，基石业务是传统型业务。我们的非车险增速领先且保持盈利，主要是我们在一些关键险种上始终做得不错。例如目前大家比较关注的个人保证保险，近期市场上爆雷事件频发，我们始终把合规经营和风险管理作为核心，在今年的情况之下，我们有些指标还好于去年；又如我们非常重视个人业务，已经成为非车险重要的盈利来源；再如政府类业务，市场空间也特别大。我们非常有信心也有能力保持快速发展又能保持盈利的水平。

### **5. 问：集团层面对产险公司考核的KPI指标包括哪些？**

答：太保有三个显著特点，第一是专注保险；第二是产、寿、资比较均衡，这在中国头部险企中不多；第三是非常注重质量，质量优先。我们基于这些特点来设计指标体系，太保产险第一个大指标就是综合成本率，权重也一直比较稳定；第二大指标是保费增长率；第三个是利润的贡献能力；第四大类是转型指标，这个会有阶段性调整，这几年我们非常关注车险续保能力，还有非车险发展能力、人均产能的优化等。

#### 6. 问：产险公司如何决定向集团的分红水平？

答：中国太保是整体上市企业，太保产险的分红策略是服从太保集团的整体需要来制定。由于承保盈利持续改善和投资表现稳健，这几年太保产险的利润贡献水平在提升。从集团分红来看，每股分红额稳步提升，股息率极具吸引力。

#### 7. 问：相较传统公司，互联网公司在直通客户、服务客户等方面有很多优势，公司如何看待？

答：车险其实是个传统保险，目前车险有多种渠道多种形态，互联网的保险模式也越来越多，我们讲的直通渠道就包含了互联网保险。我们希望把电话保险和互联网保险紧密结合，通过线上和线下融合，能够更加符合消费者的习惯，比如在客户需要的时候通过电话去服务，如果一般性的简单报价等操作可以让他到网上去自助。可以把这两个情景细分，既满足了客户的体验，也降低了公司的经营成本。

互联网保险是一个需要科技投入的领域，我们正在加大互联网中后台服务建设，通过很多线上化服务、线上化团队管理来降低中后台成本，从而降低整体成本。

#### 8. 问：公司如何看待健康险的机遇和挑战？集团层面产、寿险公司如何形成补充？

答：产险公司从机构、人员、平台、系统等方面积极布局，在太保集团的统一部署和安排下做好市场培育以及业务开拓，本着稳健、风险可控、风控管理能力与市场发展能力相匹配来开展健康险业务，抓住健康险难得的市场机遇。

尤其是今年以来，健康险是在不确定性的环境下唯一一个最确定的险种，我们看到疫情期间增速仍然没降。健康险的主要挑战是三个：第一是品质管理。价格竞争多，服务竞争不多。第二是目前险种开发不多，百万医疗是典型的产品，应该有更多丰富的产品创新出来。第三是服务没有成为竞争的主要手段。

我们认为应该发挥好三个优势、用好一个机制。第一是太保有产险、寿险、健康险三个子公司优势，产险公司具有非常强的政府客户维护能力，刚刚承保了湖南的惠民保；寿险公司有长期健康险的基础；专业健康险公司有产品和服务创新的优势。第二是发挥保险的商保支付整合作用。药、医、保这三个领域可能只有保险具有支付整合作用，怎么来发挥需要实践中真正整合药品和医疗服务这两个点，通过保险支付来提升客户体验。第三是长期保险资金优势，健康险经营过程是生态链建设的过程，需要通过长期保险资金的投资布局来形成生态链。用好市场化机制，搭建服务能力供给平台，欢迎社会各种力量进来。

今年太保集团统一的大健康规划已经完成，现在正在落地。首先是成立互联网医院，我们正在全力以赴推进。通过互联网医院给太保员工、营销员、客户提供体验式服务——家庭医生，既有专家团队又有确定人员对接，还有24小时不间断沟通。同时我们也希望做一些专病服务，如关爱女性健康、关爱老人、三高人群、慢病等，我们已和上海瑞金医院开展合作，为服务提供有效支撑。

**9. 问：新技术应用给车险理赔端带来多少减损？未来依靠技术创新是否还有进一步减损的空间？**

答：太保产险会定期做详细的赔付率变化分析，主要分析车险保单赔付率，归因分析是由于承保结构变化、理赔减损变化以及外部环境变化比如通胀。理赔减损对赔付率的下降基本占到40%-70%。通过科技手段理赔减损对于改善赔付率、降低赔付风险非常有效。

从具体场景来看是减损效果十分明显，如移动端自助理赔，各地区根据客户信用等级采取自助方式，效率非常高。如大案的科技化应用，集中应用大数据，人工智能技术，在四个营运分中心集中办理大案、通赔、人伤案件等。通过“声纹识别”识别假案，成功识别率超过90%，现已全国推广。我们相信持续科技赋能有助于理赔减损和服务集约化。

**10. 问：从长远来看，管理层认为未来产险的第二增长曲线会在哪里？**

答：第二增长曲线的深刻的含义来自于你对这个市场的理解和认知，在线性增长的同时要时刻关注未来新的机会。太保产险始终在追求第二增长曲线，例如，2015年我们开始大规模布局农业保险，持续投入，持续建设，着重在技术创新和产品，市场份额排名从2015年的第六到今年上半年的第三。我们关注到社会治理转型过程中的责任保险机遇，创新开发防贫保，大力发展安全生产责任险、环境污染责任险等，如今我们的责任险保费已超过企财险。2015年开始布局个人信用保证保险，公司既看到增长机会，也关注风险管理难度，采取稳健、积极、健康发展的思路，建立风控工具“风险魔方”，组建专业队伍，依托自有车险客户和寿险客户有针对性的发展。

个人业务方面，随着数字化，个性化和财富的增加，关注更加智能，更加个性、更加凸现服务的保险需求，以里程保为特征的产品就是个人客户的第二增长曲线。法人业务从传统的赔付到关注专项风险管理服务，我们跟大型企业通过共建平台，共享数据，共建风险管理来实现风险共同体。在政府层面，更加关注政府对普惠、定制化、可获得的保险公共产品的需求。第二增长曲线其实就是创新，创新才能创造新的活力，也能创造新的市场。