

特斯拉准备要颠覆车险业？

本报记者 吴琼

跃升为全球市值最大的车企后，特斯拉再出重招。公开消息显示，今年8月，特斯拉已在中国完成保险经纪公司的工商注册。如果一

记者：如果拿到牌照，特斯拉在中国能从事保险业务吗？会变成一家保险公司吗？

杨帆：特斯拉申请的是保险中介牌照。预计特斯拉在中国的保险业务模式，是和本土市场上知名保险公司进行合作，推出品牌保险计划。目前，中国金融保险监管有一定的特殊性，特斯拉不能直接推广定制化车险产品。可以预计，短期内，特斯

记者：为什么特斯拉中国官方网站提道：“Insure-MyTesla是一项由特斯拉与中国人民财产保险股份有限公司合作开发的综合保险计划，专为特斯拉汽车定制。”

杨帆：由于车险在中国属于严格监管的金融产品，特斯拉目前无法突破银保监会的示范条款保障范围、定价规则与示范增值服务范围。

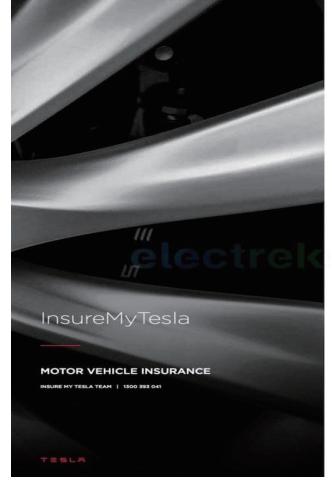
中国还没有出台新能源汽车专属车险条款、新能源汽车车险保费按照补贴前价格计算。银保监会最新的车险改革意见征求稿明确提及

记者：从2016年起，特斯拉在海外试水了“Insure-MyTesla”，他们怎么做的？

杨帆：2016—2017年，特斯拉通过保险经纪模式，借力保险公司涉足保险业务。特斯拉的首个保险项目，就是在澳大利亚和中国香港试水的“InsureMyTesla”。车主可在特斯拉的保险合作商处购买该品牌车险，中国香港的合作商是安盛保险，澳大利亚是澳洲昆士兰保险集团。与常规车险略有不同，车主购买特斯拉品牌保险可以额外享受：（1）车辆购买后的36个月内如发生事故，造成车辆全损，可更换同款新车；

切顺利，今年年内，特斯拉保险在获得银保监会批准后将正式营业。

消息一出，引起了市场的关注。这究竟意味着什么？为此，记者采访了上汽保险公司总经理助理杨帆。



记者：有人认为，特斯拉看中的不只是保险中介牌照，还有车险或车险科技化。在颠覆汽车业、能源业后，车险业将成为特斯拉颠覆的第三个产业。对此，您怎么看？

杨帆：智能驾驶技术给了特斯拉进入车险业的机会。

电动车对于保险公司来说，存在着诸多信息盲区。一开始，电动车车主需要付出相对更高的保险费用，美国汽车保险提供商AAA曾决定把特斯拉的保费提高30%。这种差别对待，让特斯拉看到了切入车险市场的机会。特斯拉电动车本身传感器丰富，几乎所有的车辆信息都能被数据化并实时传

输。

2019年4月，特斯拉提出“匿名车队”计划，直接了解和评估用户和车辆的风险状况。在评估车辆风险时采用的是“匿名车队数据”，而不是特定的司机数据。通过数据模型，特斯拉为车主提供高达20%—30%的车险优惠。同时，该计划与自动驾驶功能的宣传相辅相成。在“匿名车队”计划中，特斯拉特别强调了车险优惠源于“特斯拉的主动安全性和先进的驾驶员辅助功能”。

记者：保费悬殊超过50%，对车主的诱惑力很大。特斯拉提供20%—30%的车险优惠，这对特斯拉意味着什么？

杨帆：意味着巨大的车险收入和利润。2018—2019年，特斯拉手握车机数据自降车险保费，保险毛利润预计仍能达到80%。

首先，按照特斯拉的100万辆保有量计算，如果50%车主选择特斯拉的保险业务，按照车均1000美元车险保费计算，即便所有保费都降低25%，那么特斯拉保险每年能收入约3.5亿美元保费。基于其事故概率，综合粗略估算每年去掉赔付收入约为2.8亿美元（未去除运营成本）。与美国保险行业毛利润比例约为34%（750亿美元/2220亿美元）

相比，特斯拉保险毛利润比例为80%（2.8亿美元/3.5亿美元）。

在开源的同时，特斯拉将享受节流带来的收益。和传统保险公司相比，特斯拉的成本会小很多。保险有两大成本，即赔付费用、广告成本。以中国平安为例，根据保险文化数据，2017年中国平安的广告费用达到了200亿元。特斯拉保险一方面不需要广告费用，通过特斯拉的生态就能精准送达用户；另一方面几乎不需要单独的销售人员，车主在购车之时或者在网上花费几分钟即可完成签约保险服务。

奋楫逐浪天地宽

本报记者 甘文嘉

2019年4月，一群来自博世、大陆、海拉的科技人员为了一个共同的目标走到了一起，注册成立了苏州海之博电子科技有限公司。今年8月12日，海之博智能制造基地正式投产，朝着成为国内智能制动产品核心供应商的目标迈出了坚实的脚步。

汽车电子制动产品，如防抱死制动系统（ABS）、车身电子稳定系统（ESC/ESP）等配套市场大多被国际零部件企业垄断。作为科创企业，海之博直接与国际公司同台竞技，有多少胜算？纵观中国汽车技术发展历程，早先的内燃机电控，一度被国际公司垄断。在电动助力转向EPS产品上，本土公司赢得了一定的突破，并在市场上取得了一席之地。作为智能驾驶的“硬骨头”，制动线控化势在必行。海之博首席执行官、创始人张全慧博士表示，线控制动是汽车技术迭代上的一个技术瓶颈，也是中国汽车人能把握的宝贵机会，必须紧紧抓住。

事实上，得益于近十多年来中国汽车人的技术积累，加上自主品牌整车企业的成长，自主研发线控制动技术的土壤更好了。一方面，整车企业对技术把控的力度越来越强，其自主定义汽车的电气/电子架构、开发增值服务，需要供应商开放软件，国际品牌一级供应商由于技术保密等原因，很难积极配合。另一方面，市

场竞争的加剧使得整车企业对成本控制越来越严格，对供应商的开发费用、匹配测试费用及供货成本要求极高，原先打包供货的模式逐步被分拆供货所取代。简言之，开放软件、分拆供货给汽车供应链带来变革，给国际品牌供应商带来新挑战的同时，也为具有研发能力、生产品质管控，以及成本优势的本土企业提供了机会。

在海之博的核心团队中，有4位博士，并有3位是汽车行业标准委员会成员，团队骨干均参与过线控制动系统的全球平台开发。其中，软件总监有20余年ABS、ESP软件开发经验，是国内最早实战过FOTA（移动终端空中下载软件升级技术）项目的专家。张全慧表示，基于这样的团队，海之博有信心啃下汽车“新四化”发展必须突破的“硬骨头”——电子真空泵和智能助力器，为客户提供具有自主核心技术、敏捷可靠、舒适节能的制动解决方案。为了实现这一理想，海之博在争分夺秒地推进研发、量产进度。目前，电子真空泵已经实现量产，智能助力器也已经处于整车匹配试验环节。

值得一提的是，智能助力器HiBooster采用全新设计的开放式软件架构，客户（主机厂）可以进行系统的远程标定和更新，终端用户也能够通过远程来在线修改配置，以享受更多的“软件定义汽车”增值服务。

希望国内汽车行业出现更多的海之博，也祝愿他们一路乘风破浪。

电装燃油泵成“高田气囊”？

日本媒体近日曝出，日本汽车零部件巨头电装公司生产的燃油泵存在缺陷，已导致丰田、本田、斯巴鲁品牌共计479万辆汽车召回。

在中国市场，广汽本田和东风本田宣布，从今年6月1日起，召回使用了问题燃油泵的部分国产车型。

本田将对召回范围内的车辆免费更换燃油泵。此外，使用问题燃油泵的车企还包括福特、马自达、三菱等，预计召回规模还将进一步扩大。电装公司的燃油泵缺陷是由于其中的叶轮在制

造过程中成型不完善导致的。问题燃油泵在运行时，叶轮会发生变形，极端状态下可能会出现车辆在行驶中发动机突然熄火的情况，存在较大的安全隐患。

有日本媒体在分析了各家车企召回存在的时间差后认为，电装公司很可能在意识到燃油泵存在缺陷后，依然将问题商品供应给了一些车企。

由一个汽车零部件供应商引发多家车企在全球范围内的大规模召回潮，很容易让人想起日本高田公司的安全气囊问题。（王文）

“技术品牌营销论坛”在沪举行

8月15日，第二届网上车市“技术品牌营销论坛”在上海举行。作为2020年中国汽车论坛的8场主题论坛之一，本届论坛由中国汽车工业协会（CAAM）主办，网上车市承办，吸引了众多企业领袖、行业精英和专业

媒体人到场，共话汽车技术品牌打造和营销之道。

本届论坛以“如何打造一个让消费者听得懂的技术品牌”为议题，通过聚集行业内有代表性的企业、媒体嘉宾，同堂交流意见、碰撞观点，有助于化解当前的逆

境，进而推动汽车强国建设。在企业嘉宾演讲环节，来自长城汽车、中国一汽、丰田汽车、东风日产和长安马自达的车企代表向大家介绍了各自企业在技术品牌打造方面的相关情况。他们一致强调核心技术对于品牌力

提升的战略价值。在随后的圆桌论坛环节，与会嘉宾针对技术品牌如何与当下的消费者沟通、互动，以及企业在打造技术品牌的过程中如何解决困难等关键议题，分享了各自的宝贵经验。

（李文）