

政策、需求双轮驱动 科技保险瞄准增量市场

中经记者 樊红敏 北京报道

政策和产业需求双重驱动之下,科技保险发展有望驶入“快车道”。

近日,江苏、深圳、南京等省市集中发布支持科技保险的发展相关政策措施。其中,深圳市发布的《保险业助力科技创新和产业发展行动方案(2026—2028年)》(征求意见稿)提出,力争实现科技保险保费收入年均增速超过10%,每年为科技企业提供风险保障超5万亿元,在低空经济、人工智能等新兴领域,实现每年推出不少于30款保险创新

预计未来3—5年将保持20%以上的年均增速

在政策红利持续释放与产业需求不断扩大的双重驱动下,科技保险正呈现出规模扩容、产品丰富、生态深化、区域分化的多元发展态势。

科技保险精准契合“高水平科技自立自强”的国家战略目标和“科技金融”的政策导向,正在得到越来越多的政策支持。

除深圳之外,1月24日,南京市政府印发《关于加快培育新质生产力推动高质量发展的若干政策》,提出对高新技术企业、专精特新企业参保的科技项目研发费用损失保险、专利保险,给予最高10万元补贴。

1月16日,江苏金融监管局、江苏省委金融办等七部门联合制定《江苏银行业保险业支持科技创新与产业创新深度融合行动方案》,提出引导保险公司完善科技保险产品体系,丰富研发、中试、知识产权、网络安全等领域保险供给,提供与科技型企业生命周期阶段相适应、覆盖科技创新活动全流程的保险产品。

此前,在国家层面,已于2025年先后出台《银行业保险业科技金融高质量发展实施方案》《加快构建科技金融体制有力支撑高水平科技自立自强的若干政策举措》等文件;在地方层面,上海、北京、陕西等也于2025年率先出台实施方案。

地方政策与国家顶层设计同频共振,背后是产业端旺盛需求的强力支撑。中国社会

产品。

工信部最新数据显示,目前我国累计培育专精特新“小巨人”企业1.76万家、专精特新中小企业超14万家、科技和创新型中小企业超60万家。

2025年前三季度,我国科技保险保费收入同比增长达到30%。业内人士向《中国经营报》记者表示,科技保险的快速发展是政策支持、产业风险保障刚需和保险转型发展三重因素叠加的必然结果,在政策红利持续释放与产业需求不断扩大下,科技保险有望迎来历史性的发展机遇。

科学院保险与经济发展研究中心主任郭金龙在接受记者采访时表示,科创企业研发周期长、技术迭代快、失败率高,面临研发损失、知识产权侵权、首台(套)设备推广难等全链条风险,而传统信贷、股权投资等工具难以覆盖此类风险。科技保险通过首台(套)保险补偿、研发费用损失保险、知识产权责任险等产品,有效降低企业创新试错成本,精准匹配专精特新企业的风险保障需求。

“在政策红利持续释放与产业需求不断扩大的双重驱动下,科技保险正呈现出规模扩容、产品丰富、生态深化、区域分化的多元发展态势。”郭金龙表示,预计未来3—5年将保持20%以上的年均增速。

“未来的科技保险产品和服务创新将紧跟科技进步和市场的需要,规模快速扩张,产品体系持续丰富,从研发中险、首台(套)保险向AI责任险、机器人责任险、数据安全险、专利保险延伸,覆盖‘研发—转化—产业化’全周期全产业链,场景化产品,如低空经济保险、网络安全险将成增长主流。”对外经贸大学保险学院教授王国军向记者表示。

增量开发和转型升级新赛道

科技保险对应的承保标的和风险敞口属于市场增量部分,且有巨量的增长空间,因此也是保险公司未来的战略业务方向。

据金融监管总局数据,截至2024年年底,保险业全年提供科技保险保障约9万亿元;2025年前三季度,我国科技保险保费收入同比增长30%,显著跑赢行业平均水平,成为金融服务科技创新的核心增长极。

近期,科技保险类“首单”新产品集中问世,产品创新活力持续迸发。比如,平安产险落地全国首张具身机器人“保险+租赁”保单,大家财险签下外骨骼机器人首单责任险,人保财险陕西省分公司成功落地陕西省“秦科保”首单、国寿财险长沙分公司落地长沙市首单创

多重壁垒待打破

当前险企在科技保险领域面临的痛点与挑战主要表现为风险认知与定价难度大、产品同质化与伪创新问题突出等方面。

不过,尽管科技保险发展前景广阔,人工智能、智能驾驶、低空经济等前沿科技产业,也伴随着前所未有的风险特征。

以人工智能为例,公开信息显示,加拿大航空公司的客服机器人曾虚构退款政策,最终法院判定航空公司承担法律责任;在中国香港,诈骗分子利用深度伪造技术实施了一笔2500万美元的电汇诈骗;在韩国,三星工程师通过公共大语言模型意外泄露了敏感芯片知识;在美国,Cruise公司的自动驾驶出租车因误读传感器数据拖拽行人,导致加州机动车管理局暂停其运营许可。

据悉,由于人工智能失效模式具有不可预测性,且缺乏用于定价

新型科技保险……

“对于保险公司而言,科技保险对应的承保标的和风险敞口属于市场增量部分,且有巨量的增长空间,因此也是保险公司未来的战略业务方向。”天职国际金融业咨询合伙人周瑞向记者表示。

记者从平安产险方面获悉,截至2025年,该公司基于科技企业生命周期,围绕研发、制造、交付、维护等环节累计开发科技类保险产品30余款,共承保科技保险保单325万件,提供超9.3万亿元风险保障,覆盖航空航天、新材料、高新技

术、新能源、先进制造等重点领域。

值得一提的是,不同类型、不同层级的保险机构在科技保险领域面临的机遇也呈现出差异化趋势。

在郭金龙看来,头部财险公司核心机遇在于重大项目承保、共保体牵头与生态整合,通过布局首台(套)、集成电路、人工智能等前沿领域,联动集团资源提供“保险+投资+服务”一体化方案。中小财险难以参与重大项目竞争,转而深耕生物医药、区域专精特新企业等细分市场,依托地方政策补贴开发定制化产品,或加入共保体分享市场

红利。人身险公司则通过开发研

发人员意外险、高端人才健康险、关键人才寿险,联动股权激励计划提供“保险+福利”方案,实现业务延伸。

“头部财险公司将承接政策性业务(如首台套保险)、主导共保体(如北京商业航天保险共保体),依托资本与数据优势开发复杂产品。中小财险公司将聚焦细分市场,如生物医药研发、AI初创企业研发与经营中断险,通过差异化产品避开正面竞争。寿险公司将探索‘保险+健康管理+科技’模式。”王国军认为。

景的专属产品与定价模型,解决产品同质化问题。长期来看,则需构建“政府引导+市场运作+再保支持+生态协同”的可持续模式。政府聚焦制度供给与监管创新,市场主体强化产品创新与服务升级,再保公司提供风险分散与专业赋能,中介机构搭建需求对接桥梁,形成多方联动的生态体系。

“从未来的发展策略看,一方面,保险公司要加强和科技企业的合作,培养复合型人才,不断积累数据,深入分析场景,提升自身的科技风险评估和定价能力;另一方面,要从行业层面进行制度创新,建立行业共保机制,利用国际再保合作,协同资金深度参与科技企业的孵化和全生命的服务。”周瑞提到。

近年国家及地方科技保险相关政策

发布时间	政策名称	发布部门	核心内容
2024年1月	《关于印发科技保险业务统计制度的通知》	国家金融监督管理总局	明确科技保险内涵外延,建立统计框架与数据报送机制,2024年2月试报送,8月正式报送全国及各省数据
2025年3月	《银行业保险业科技金融高质量发展实施方案》	金融监管总局、科技部、国家发展改革委	明确未来5年科技保险发展目标,聚焦科技创新重点领域,优化科技保险保障服务
2025年5月	《加快构建科技金融体制有力支撑高水平科技自立自强的若干政策举措》	科技部、中国人民银行、金融监管总局等7部门	推动科技保险产品和服务创新,健全覆盖科技型企业全生命周期的保险产品和服务体系
2025年9月	《关于组织实施2025年首台(套)重大技术装备保险补偿政策的通知》	工信部办公厅、财政部办公厅、金融监管总局办公厅	扩大首台(套)、首批次保险补偿范围,调整机制流程,优化条款费率
2026年1月	《广西科技保险保费补贴办法(试行)》	广西财政厅、科技厅、金融监管局	对科技型企业投保一类保险产品按实际缴纳保费的50%给予补贴,单个企业年最高补贴额不超过30万元
2026年1月	《保险业助力科技创新和产业发展行动方案(2026—2028年)》(公开征求意见稿)	深圳市金融管理局	提出到2028年年底,科技保险保费收入年均增速超10%,每年推出不少于30款保险创新产品

据公开资料整理

通信巨头保险中介业务分化:移动进击 电信收缩

中经记者 樊红敏 北京报道

近日,中国移动通过线下营业厅开卖保险产品一事引发业内关注。

据报道,2026年1月以来,中国移动上海、山东等地已有线下营业厅推出“移动医保保”“移动家保保”等保险产品。

后续,更多地区的中国移动线下营业厅或有望上线保险产品。《中国经营报》记者近日从北京地区某营业厅客服人员处获悉,其近期已接受过一次保险产品销售相关培训,但目前还没有开始销售相关产品。

与中国移动加码布局保险业务形成鲜明对比的是,中国电信则在收缩保险业务,旗下控股和参股的保险中介公司中,一家已“决议解散”,另一家在挂牌转让过程中。

受访行业人士向记者表示,同为通信央企,中国移动、中国电信在保险业务上的分化,其核心差异并不在于对保险行业判断的“对错”,而在于布局模式、资源投入强度以及与主业协同程度不同。

移动官方APP此前已上线保险商城

据了解,中国移动目前通过部分地区线下营业厅销售的保险产品包括“移动家保保”“移动医保保”,保障项目涉及看病住院、家庭财产、综合意外等,承保方为平安产险、大家财险等。

其中,“移动医保保”是面向用户推出的医疗保障类权益产品,以覆盖住院、门诊的医疗保障为核心定位,产品资费面向不同的客户群体,分为四个档位,分别为199元/年、299元/年、499元/年、699元/年,可以搭配门诊报销、意外保障、住院医疗等服务,线上问诊和购药也可以按比例理赔。

“移动家保保”则类似一款家财险产品,可以应对常见的猫狗狗

咬、运动摔伤等意外医疗以及家庭财产因火灾、水管爆裂等导致的损失,同时,保障范围还包含全年的安全管家和健康权益的服务。产品资费有0元、69元、99元、139元、169元等多个档位。

公开资料显示,中国移动多年前就已控股中移(深圳)保险经纪有限公司(以下简称“中移保险经纪”),并持有招商局仁和人寿保险股份有限公司(以下简称“招商局和人寿”)20%的股权。

据中移保险经纪官网,该公司由中国移动和招商局集团两大央企于2001年9月共同发起成立,注册资本1亿元,国内设立多家分支机构。

电信正在清退旗下两家保险中介公司

实际上,三大通信运营商在保险业务上均有不同程度的布局。

中国联通虽未直接持有保险牌照,但通过资本绑定深化合作——2017年,中国人寿作为中国联通混改最大机构投资者,出资217亿元认购其超10%股权,形成战略协同。

同年12月,中国联通与友邦中国签署战略合作协议,在基础通信服务、互联网保险、大数据应用等领域全面深化合作。

2023年,中国人寿与中国联通签署战略合作协议,双方围绕保险保障等多领域开展全面深度合作,并在此后多次联动。中国联通也曾联合保险公司推出保险产品,如

联通5G平安宝套餐附赠意外险、家财险等。

中国电信在保险业务方面也布局多年,不过,与中国移动持续加码保险业务形成鲜明对比的是,中国电信正在收缩保险业务版图。

2024年11月起,中国电信旗下天翼支付科技有限公司多次公开挂牌转让甜橙保险代理有限公司(下称“甜橙保险代理”)100%股权,转让底价从7770万元降至6993万元,却未有接盘者。2025年11月,甜橙保险代理发布公告,宣布因公司战略调整,于12月1日停止保险代理相关业务,不再进行新单销售;同月,甜橙保险代理宣布决议

解散并启动注销程序。

此外,中国通信服务(00552.HK)(中国电信持股48.99%)的全资孙公司中通阳光保险经纪有限公司也已经经历了三轮挂牌转让。

朱俊生认为,中国移动与中国电信在保险销售业务上的分化选择,并不意味着双方对保险行业前景判断存在根本分歧,而更多反映出在战略耐心、资源配置方式以及主业协同路径上的差异。在他看来,目前保险渠道体系正在经历深层重构,在这一过程中,以中国移动为代表的通信巨头,恰好处于“高频生活人口”与“低频金融决策”的交汇点,具备成为保险新型

当前阶段加码保险销售业务,是其经历早期探索逐步走向“可落地阶段”的自然结果。

在朱俊生看来,中国移动早期的保险布局更多停留在战略试水和边缘尝试层面,而当前阶段布局保险业的显著不同主要体现在三个方面:一是通信行业主业增长逻辑已发生深刻变化,用户规模趋稳、资费竞争加剧,使运营商对第二增长曲线的需求明显上升;二是中国移动在渠道覆盖、数据基础、技术能力以及合规治理等方面的积累更加成熟,已具备将保险嵌入具体场景并实现规模化运营的现实条件;三是监管框架日趋清晰,相关业务具备更

高的稳定性和可预期性。在这一背景下,保险不再只是“能不能做”的问题,而是进入了“在什么条件下做、如何系统性地做”的新阶段。

“中国移动加码布局背后,是此前长期战略铺垫与当前内外环境共振的结果。通信主业增长放缓是转型的推力,庞大的用户基础、全渠道网络与数据能力是跨界的前提,保险市场普惠化、场景化的趋势是发展的机遇。这一布局有助于中国移动挖掘存量用户价值,提升ARPU值,更能推动保险嵌入具体场景并实现规模化运营的现实条件;三是监管框架日趋清晰,相关业务具备更

分发节点的现实优势。

与此同时,通信巨头在保险销售领域面临的挑战同样也不容忽视。朱俊生分析,首先,保险销售本质上属于高度专业、强监管的金融行为,与通信业务在业务逻辑、组织文化和风险偏好上存在天然差异,如何防止“流量逻辑”侵蚀专业判断,是一项长期考验。其次,渠道优势并不必然转化为信任优势,一旦产品匹配、销售表达或售后服务出现偏差,平台品牌所承受的反噬风险反而更高。最后,在数据使用、客户画像和精准推荐方面,通信企业既具备显著优势,也承担着更高的合规与社会责任要求,任何边界模

糊都可能引发监管和舆论层面的连锁反应。

“中国移动加码保险销售业务与中国电信退出保险中介市场的分化,是战略理性选择与路径依赖效应共同作用的结果。”郑成渠向记者表示,中国移动凭借“用户+渠道+数据”的独特优势,以及“生态构建”的战略定位,在保险市场迎来普惠化与场景化转型的关键时期,找到了通信主业与金融业务协同发展的有效路径,有望打造新的增长引擎;而中国电信则基于自身资源禀赋与战略定位,选择剥离非核心金融资产,聚焦算力网络等战略性新兴产业,以提升核心竞争力。