

法规、定价等难题待解 “智驾险”落地还有多远？

中经记者 樊红敏 北京报道

智驾时代到来，车险市场变革提速。
6月22日，华为旗下智能

网联汽车增量部件供应商引望智能技术有限公司(以下简称“引望智能”)公告称，为让用户安心使用华为乾崮智驾ADS Max高阶功能包，最

新推出ADS辅助驾驶无忧服务相关权益。
此前，比亚迪于5月28日宣布在合规使用CNOA城市领航功能时，如发生有责交通事

故，产生的经济损失，应由本车负担的由比亚迪全额赔付。
受访业界人士对《中国经营报》记者表示，目前，专门的智能辅助驾驶责任保险在法

律规则、定价模型、责任认定上都不成熟，短期内无法落地。然而，智能辅助驾驶功能的普及又迫切需要风险保障来打消用户顾虑，在这种情况

下，车企或智驾解决方案供应商推出的“智驾保障权益”可视为传统车险体系与未来智能辅助驾驶责任保障体系之间的一种过渡性安排。

下场为风险兜底

这种产品本质是质保与售后服务的延伸，核心目的是消解消费者对智驾安全性的顾虑，为高阶智驾功能的商业化普及铺路。

“ADS辅助驾驶无忧服务权益，是我们针对高阶功能包用户在使用辅助驾驶的泊车功能或行车功能时提供的一项保障服务，保障标的车辆正常使用ADS辅助驾驶过程中，在合法行驶道路和区域内发生意外事故所造成的自身及第三人人身损害或财产损失。”引望智能在公告中提到了推出兜底权益的初衷。

据了解，目前搭载华为乾崮智驾技术的汽车品牌包括鸿蒙智行“五界”、华为乾崮“二境”等。

记者以消费者身份咨询鸿蒙智行客服时，对方表示，ADS辅助驾驶无忧服务权益使用条件包括：车辆需投保交强险及商业险且在有效期内(车损险要求全额投保)；事故发生时智能辅助驾驶功能需处于开启状态，且交警判定本车在事故中有责。在智能泊车场景下，满足不启用车险享权条件时可不启用车辆的商业险和交强险，即事故发生时智驾系统处于开启状态、交警判定本车在事故中有责、返回鸿蒙智行用户中心维修；在开启智能辅助驾驶场景(LCC、NCA)时，享权条件为必须启用车辆的交强险和商业险。

“引望智能的模式既依托了现有成熟的车险体系与监管框架，又通过补充责任覆盖了智能辅助驾驶特有的产品风险，相当于在不突破现有制度的前提下，完成了‘驾驶人责任保险+产品责任保障’的责任切割与拼接。”上海财经大学法学院副教授沈小

军向记者分析了权益模式。他认为，这种过渡模式也为未来智驾责任险的产品设计积累了数据与实践经验，是从传统车险向智驾产品责任险转型的中间形态。

保险学者、北京大学应用经济学博士后朱俊生也认为，引望智能并没有试图重建一套独立的风险管理体系，而是充分借助现有保险市场成熟的查勘、定损、理赔和反欺诈能力，在现有车险体系基础上提供增量保障。从行业发展角度看，这种模式可以视为传统车险体系与未来智能驾驶责任保障体系之间的一种过渡性安排。

比亚迪今年5月公开披露，为城市领航安全兜底1年，在合规使用城市领航功能时产生的交通事故，应由本车承担的经济损失，包括车辆维修费、第三方财产损失、人身伤害损失，比亚迪将全额赔付，不设上限。更早之前，比亚迪已经宣布对智能泊车终身兜底。

“车企或者智驾解决方案供应商的兜底服务并非面向不特定公众的风险集合与分散，而是针对自身产品瑕疵及可能引发的损害，主动扩大自身责任范围、简化消费者的维权路径，本质是产品质保与售后服务的延伸，核心目的是消解消费者对智驾安全性的顾虑，为高阶智驾功能的商业化普及铺路。”沈小军表示。

在沈小军看来，车企及智驾解决方案供应商下场为智驾提供“兜底保障”，对车险市场带来的影响有三方面：一是风险兜底

服务将便于受害人直接从车企及智驾解决方案供应商获得赔付，而无需启动自身投保的机动车保险，客观上有利于减少机动车保险的赔付，降低保费；二是风险兜底服务将扩张车企的责任风险，车企及智驾解决方案供应商自身投保产品责任险的需求将显著增加；三是随着风险兜底服务的完善，智能网联汽车使用者投保商业三者险的需要和保额可能会降低，而选择仅投保交强险，前提是风险兜底服务与商业三者险的赔付条件和保障范围尽可能统一。

“智驾险”在路上

目前，保险市场不存在专门针对智能网联汽车瑕疵担保责任和产品的险种。在此背景下，即使车企选择与保险企业合作，仍面临保险产品与车辆特性不匹配、无法满足汽车的需求等问题。

实际上，车企在智能辅助驾驶保障权益方面的探索早已开启，此前车企与保险公司合作模式颇为常见。

2024年11月，赛力斯(601127.SH)联手平安产险推出“智驾无忧服务权益”；2025年3月，小米汽车有限公司联合行业头部保险机构推出“小米智驾保障服务”提供最高300万元的保障金额；2025年4月，小鹏汽车推出定价239元/年的“智能辅助驾驶安心服务”。

此外，杭州极越汽车科技有限公司、红旗新能源、广汽集团(601238.SH)等车企也曾宣布与险企合作推出智驾保障权益。

值得注意的是，引望智能、比亚迪推出的智驾保障权益并没直接引入保险机构作为合作方。

在朱俊生看来，上述现象反映智能辅助驾驶保险的发展仍面临诸多现实挑战。“首先，智能辅助驾驶技术有望降低事故发生频率，但也可能提升单次事故损失金额，现阶段保险行业尚未形成成熟稳定的精算模型。其次，目前交通事故认定主要围绕驾驶员展开，而未来如何区分驾驶员操作失误、系统缺陷、算法决策偏差以及地图数据问题等不同责任来源，仍需要监管部门、车企和保险行业共同探

索。最后，智能驾驶相关数据高度集中于车企端，包括感知数据、控制数据、接管记录以及OTA升级信息等，一定程度上制约了智能驾驶保险产品的发展。”

“目前，保险市场不存在专门针对智能网联汽车瑕疵担保责任和产品的险种。在此背景下，即使车企选择与保险企业合作，仍面临保险产品与车辆特性不匹配、无法满足汽车需求等问题。”沈小军表示，一方面，保险公司目前只能销售传统的交强险和商业三者险，这些商保产品并不契合智能网联汽车的特性，也不符合车企推出风险兜底服务的目的。另一方面，风险兜底服务设置了诸多前置条件，赔付频次和数额相对可控，可能比直接投保商保产品更具经济性。

“若有合适保险产品，车企也愿意将智能辅助驾驶风险通过保险形式转移给保险公司，但保险公司目前没有合适的产品来承接这部分风险。”某车企内部负责保险业务的人士对记者表示，此前车企和保险公司合作推出的智能辅助驾驶保障权益只覆盖了泊车场景及行车场景下超出车险赔付的部分。

记者注意到，监管方面已经在推动“智驾险”加速落地。今年3月，北京金融监管局宣布，在全国率先启动智能网联新能源汽车商业保险的开发应用工作。6月5日，深圳金融监管局及其他部门联合印发的《关于促进深圳新能源汽车高质量发展若干措施的通知》提出，鼓励财险公司探索研究智能驾驶综合保险。

目前市场上推出的智驾保障权益



车企	产品	推出时间	合作险企
极越汽车	“智驾保”保障服务	2024年2月	平安产险
赛力斯	智驾无忧服务权益	2024年11月	平安产险
鸿蒙智行	智驾无忧服务权益	2024年11月	平安产险
阿维塔	智驾无忧服务权益	2025年2月	平安产险
广汽集团	广汽智驾险	2025年3月	众诚保险
红旗新能源	红旗智驾保障服务	2025年3月	平安产险
小鹏汽车	智能辅助驾驶安心服务	2025年4月	五家头部险企
比亚迪	城市领航兜底	2026年5月	未引入保险合作方
引望智能	ADS辅助驾驶无忧	2026年6月	未引入保险合作方

据公开信息不完全统计

刘洋/制图

营收攀升亏损扩大 “AI场景险”能否支撑白鸽在线200亿市值？

中经记者 樊红敏 北京报道

在经历三次递表、两次失效后，白鸽在线(02672.HK)终于叩开了港交所的大门。
6月29日，白鸽在线在港交所正式挂牌上市，每股发售价

15.6港元，收盘报73港元，上市首日股价大涨367.95%，总市值突破234亿港元。不过，7月2日，白鸽在线收报55港元/股，较上市首日收盘价已跌去超两成。

对比来看，截至7月1日收

盘，对外宣称每年斥资3亿元“AI in AI”的水滴公司(WDH.N)市值为4.2亿美元(约合33亿港元)；在港交所上市的手回集团(02621.HK)市值为7.6亿港元。
白鸽在线只是近几年扎堆谋求上市的保险科技公司之

一。公开资料显示，目前在排队上市的保险科技公司还有暖哇科技、圆心科技、镁信健康、青民数科等。

“保险科技行业正处于从规模扩张向技术驱动转型的关键期。”白鸽在线在接受《中国

经营报》记者采访时表示，随着人工智能、大数据等技术在保险领域的深度融合，港股市场作为连接内地与国际资本的桥梁，上市募资能够巩固竞争优势。同时，在资本市场的加持下，有助于保险科技企业提升品牌国际影响

力，为后续海外扩张奠定基础。

值得一提的是，白鸽在线目前尚未走出亏损期。招股书数据显示，2023—2025年，白鸽在线营业收入从6.6亿元增长到12.27亿元；但同期亏损额从1718万元扩大到4667万元。

从场景险分销向科技服务转型

白鸽在线成立于2015年，是一家聚焦场景险领域的保险科技公司，通过保险交易服务、精准营销及数字化解决方案、第三方管理服务(TPA服务)获得收入。

场景险指的是针对特定情况下就特定需求量身定制的合适、短期或保费低的保险产品，该产品具备高度灵活性，保障期限短、涵盖范围广，能渗透至多种分散生活场景，满足特定情境下的保障需求。如订机票、点外卖时关联的保险产品就属于场景险。

据白鸽在线方面介绍，成立以来，其已构建覆盖出行、泛人力资源、普惠金融、大健康医养、公共服务、车服、教育、物流及E工程(适用场景包括建设工程招标、安装维修、保险类型包括履约保证保险、承包商一切险)等“9+N”生态系统，累计开发超过80个细分场景，与多家保险公司建立合作关系，推

出逾2200款定制化保险产品。截至2025年年底，累计服务最终被保险人超3.98亿人次，售出保单超90亿份。

据灼识咨询数据，预计2026年中国科技赋能保险中介场景市场规模357亿元，同比增长16%，占场景险的32%，预计到2030年增至643亿元，对应2026—2030E年复合增长率(CAGR)为16%，占场景险比例提升至38%。

根据灼识咨询报告，按2025年总保费计算，白鸽在线在中国第三方场景互联网保险中介中位列第一，市场份额为3.1%；在中国场景互联网保险中介中位列第五；在中国互联网保险中介中位列第十二。

据招股书披露，2023—2025年，白鸽在线总收入分别约为6.60亿元、9.14亿元及12.27亿元。

拆解白鸽在线收入结构来看，保险交易服务是其营收的主

要支撑，2023—2025年，该业务营业收入分别为5.36亿元、8.25亿元、8.21亿元，营收占比分别为81.2%、90.3%、66.9%。

同期，精准营销及数字化解决方案业务营业收入分别为1.16亿元、0.86亿元、3.98亿元，占比分别为17.5%、9.4%、32.5%；TPA(第三方管理)服务收入则分别为830.4万元、272.2万元、761.5万元，占比分别为1.3%、0.3%、0.6%。

值得一提的是，2025年，白鸽在线营收结构变化较大：保险交易服务收入占比由2024年的超九成降至不足七成；精准营销与数字化解决方案业务占比则从2024年的不足一成增至超三成。

“公司已从场景险分销商向科技赋能服务商转型，核心优先级聚焦于价值链中更多参与者赋能，提高盈利能力。公司作为能够连接保险与实体经济的桥梁，具有广阔的市场空间。”白鸽在线方面称。

转型业务尚处早期发展阶段

尽管近几年白鸽在线营业收入在不断攀升，但仍处于亏损阶段，且亏损额不断扩大。2023—2025年，白鸽在线年度亏损分别为1718万元、2771.2万元和4666.9万元。

对于亏损问题，白鸽在线在招股书中解释，产生净亏损主要是由于公司仍处于爬坡阶段，尚未完全实现规模经济。

记者注意到，与同类企业对比，白鸽在线毛利率明显偏低。数据显示，2023—2025年，白鸽在线整体毛利率分别为7.9%、9.1%、8.4%，始终在个位数徘徊。其中，保险交易服务的毛利率分别为9.1%、9.8%、11.5%；精准营销及数字化解决方案毛利率分别为0.8%、2.5%、2.0%；TPA服务毛利率则分别为25.2%、9%、5%。

对比来看，同为保险科技企业，年报数据显示，2025年手回集团整体综合毛利率为32.9%，其中，保险交易服务毛利率32.5%，保险技术服务毛利率65.6%；众森控股(01471.HK)整

体毛利率为36.6%。

对此，白鸽在线解释称，公司的整体毛利率由2023年的7.9%增至2024年的9.1%，主要由于保险交易服务的毛利率增长。毛利率上升一是由于来自高利润率保险交易服务的收入比例日益增加，2023年及2024年分别录得毛利率为9.1%及9.8%，提升了公司的整体毛利率；二是公司总收入的增长增强了定价能力，并提升了与供应商及客户的议价能力，从而进一步推动整体毛利率的提升。整体毛利率由2024年的9.1%减至2025年的8.4%，乃主要由于精准营销及数字化解决方案以及TPA服务的毛利率下降所致，部分被保险交易服务的毛利率增长所抵消。

“与保险交易服务相比，精准营销及数字化解决方案的毛利率相对较低，原因是其自2022年推出以来在本集团产品组合中处于早期发展阶段。”白鸽在线进一步表示，公司的精准营销流程包括目标消费者识别及外拓两个核心功

能。然而，由于与第三方流量获取相关的可变动成本用于消费者外拓，该效益被抵销。随着公司持续扩大规模，公司专注于利用不断增长的份额与供应商达成更有利的条款，从而优化流量获取成本，提升毛利率。

回溯白鸽在线上市，自2025年2月首次递表，到2025年8月二次递表并通过聆讯却未能挂牌，再到今年3月三度递表。本次上市，白鸽在线全球发售3334.44万股H股，其中香港公开发售333.46万股，占比约10%；国际发售3000.98万股，占比约90%。发售价最终定为每股15.60港元，募资总额约5.20亿港元，扣除上市费用后净筹约4.66亿港元。

据披露，白鸽在线此次募资用途包括：投资解决方案及服务的研发、招募及留住相关研发人才以及改善基础设施；寻求同行业目标公司或上游及/或下游生态合作伙伴的收购及投资机会；扩张销售网络，设立分公司等。