

车主保费高险企承保亏，这局怎么破

今年以来，新能源车大卖，在国内乘用车销量中已经占据半壁江山。然而，给爱车买保险的问题让不少新能源车主感到头疼。一边是车主保费高，一边是险企承保亏，这样的两难局面如何破题？“新华视点”记者对此进行了调查。



11月15日拍摄的第二十二届广州国际汽车展览会展台 新华社发

保费高、投保难、承保亏

今年11月，家住浙江的陈先生想给家中新能源车上保险，但多家保险公司表示“给不了报价”。陈先生说，这辆车上一年的交强险，现在只有一家大型险企愿意承保，报价高达8800元，而去年保费仅4000元左右。

陈先生的报价单显示，所上险种中，仅车上人员责任保险就近3000元。“车上人员每人保额30万元，我不想保这么高额，但低了保险公司就拒保。”

陈先生的遭遇并非个例，新能源车车险保费高的问题切实存在。国家金融监督管理总局数据显示，2023年，新能源汽车车均保费为4395元，比燃油车高63%。扣除车龄等因素，新能源新车保费仍比燃油车新车高约10%。

与此同时，虽然目前我国新能源车投保率呈现平稳上升态势，但投保难、拒保等问题仍不时出现。

营运车驾驶里程远超私家车，风险水平较高，在商业险方面的矛盾尤为突出。上海网约车司机蔡先生表示，他一年出了三次险，下一年的保险费用从1万元涨到了1.8万元；有的同行还遇到拒保。

关于新能源车险，车主有怨言，保险公司也有难处。

金融监管总局数据显示，全行业2023年新能源车险综合成本率达109%，承保亏损67亿元；赔付率达84%，比燃油车高约10个百分点。

“车险自主定价系数有上限，保费不可能无限提高。有些网约车常见车型我们明知道承保一定会亏损，但‘商业险愿保尽保’的导向存在，我们还是尽量承保。”某大型财险公司一名业务负责人说。

今年初，金融监管总局印发《关于切实做好新能源车险承保工作的通知》，提出“各财险公司要严格依法做好新能源车的交强险承保服务，不得拒绝或者拖延承保交强险”，要求大型财险公司“积极承保

新能源车商业保险，确保实现愿保尽保，满足消费者的保障需求”。

一位保险业从业人员告诉记者，针对高风险新能源车投保难题，目前一些地方行业协会采取了组织多家险企“轮值”的方式，探索解决之道。

两难局面谁之过？

记者调查发现，新能源车险保费高、承保亏，主要源于出险率高、维修价格贵、数据积累不足三方面因素。

某财险公司相关负责人告诉记者，该公司承保的新能源车事故发生率比燃油车高70%左右。一方面，新能源车年轻驾驶员、营运车占比高；另一方面，新能源车起步快、声音小，智能驾驶功能、智能座舱等新技术应用也需要车主有更长的适应周期。这些因素都增加了事故发生率。

“目前还有部分私家车实际从事或兼职出险率更高的营运车业务，保险公司难以精准识别，保费上

也难以区别。”北京大学经济学院风险管理及保险学系主任郑伟说。

维修价格高企是新能源车险保费居高不下的直接因素。

“新能源车在可维修性方面整体表现不如燃油车。”中保研汽车技术研究院相关负责人说，中保研开展的可维修性研究显示，样本车型电动车表现优秀、良好、一般、较差的比例分别为7.41%、18.52%、33.33%、40.74%，燃油车则分别为14.58%、14.58%、43.75%、27.08%。

零配件价格方面，中保研数据显示，约110个国内主流汽车品牌中，2021至2023年及2024年上半年分别有73、88、98和98个品牌常用配件价格上涨，平均调增幅度分别为9.91%、7.72%、7.53%和10.59%，其中59个品牌连续四年涨价。

专家表示，在新能源车行业，消费者可选维修渠道较窄，维修技术、配件供应、质保限制等方面存在壁垒。同时，新能源汽车常采用一体化压铸技术、无模组动力电池等高度集成化制造方式，并搭载大量智能化设备，维修难度和费用高。

此外，燃油车车险已有多年数据积累，风险测算相对成熟。“新能源车迭代快，保险公司积累的历史经验数据的有效性快速衰减，新能源车特别是新车型的费率厘定准确性不够高。”中国社会科学院保险与发展研究中心副主任王向楠说。

共同发力破解新能源车险难题

“丰富新能源车险产品，优化市场化定价机制，研究出台推动新能源车险高质量发展的政策措施，持

续深化车险综合改革。”金融监管总局办公厅不久前发布的《关于强监管防风险促改革推动财险业高质量发展行动方案》，针对新能源车险的问题提出了具体举措。

记者了解到，关于产品方向，监管部门明确“研究推出‘基础+变动’组合保险产品”。

业内人士认为，这类产品可以依据车主从事网约车行为次数、里程数等研判风险，让风险与保费更加匹配，同时能够避免非营运私家车车主因购买网约车热门车型而受到“误伤”。

数据互通也是破解新能源车险难题的一个重要突破口。郑伟建议，在严格匿名化前提下推动车辆使用性质和驾驶行为等数据互通，解决保险公司对新能源车数据积累不足等问题。

在发挥市场机制作用方面，当前，我国燃油车车险自主定价系数浮动范围为[0.5, 1.5]，新能源车险为[0.65, 1.35]。王向楠建议，进一步放开新能源车险自主定价系数，依据风险水平实施差异化定价，提高定价精准性和险企承保意愿。

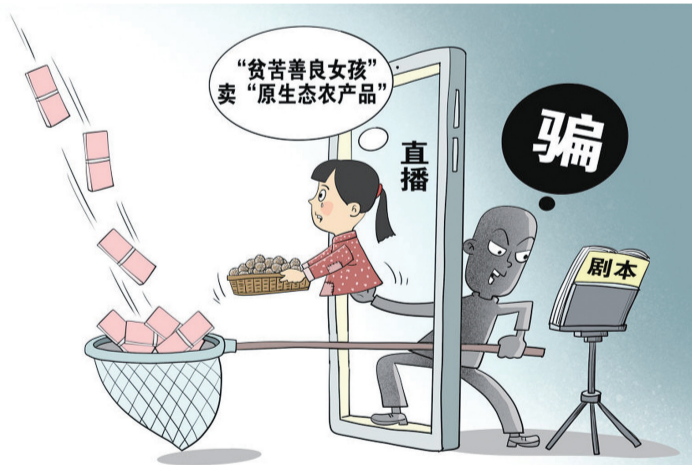
不过，自主定价系数进一步放宽后，价格浮动范围势必会进一步扩大，部分高风险车主保费可能会有所上调，低风险车主可能会享受更大的保费优惠。

专家认为，解决新能源车险难题，需要险企、车主和车企三方共同发力。险企应增强风险识别和评估能力，有效控制综合成本率；车主应改善驾驶习惯，降低事故风险；车企则应丰富维修渠道，力争从源头降低车主维修成本，推动降低新能源车险保费负担。

虚假摆拍视频卖惨为哪般，为何屡禁不止

“家境贫寒的弟弟辍学卖苹果供哥哥上大学”“被亲生父母抛弃的农村女孩跟着养母艰难生活”“外地女摊主摆摊被本地人欺负无法做生意”……你是否刷到过类似视频，并为之心酸、难过、气愤？然而，这些都是有“演员”、有“剧本”的虚假摆拍视频。

记者调查发现，网络平台上，虚假摆拍视频屡见不鲜，频频引发争议。一些“自媒体”账号通过制造假事件、捏造假人设来博眼球、收割流量；造假视频的背后，往往有分工明确的运作团队。



新华社发

假事件、假故事、假人设

“直播骚扰女游客”“抱患病孩子送外卖”……近期，多起虚假摆拍视频在网上引起广泛关注，相关案件已被公安机关查处。

记者调查发现，有些摆拍视频刻意制造家庭和社会矛盾，通过假冲突、假事件，吸引流量。

最近，一名千万粉丝网红被公安机关处以行政拘留10日处罚。经查，该网红雇佣女子充当“被骚扰的女游客”，在直播现场假装偶遇，摆拍虚假、低俗视频。此前，“收费站旁，两男子将一男子绑架上车”“一女子野外直播遭两名男子控制剃光头后下落不明”等传播较为广泛的视频，均被证实为相关人员自导自演、虚假摆拍。

有些摆拍视频通过捏造假人

设、编造假故事“卖惨”，博取关注。

12月初，公安部网安局通报一起“假扮骑手卖惨牟利”典型案例，网民“小松”假扮成独自带娃的外卖骑手和女儿一起送外卖。“最后一单结束了，我俩今天一共跑了43单……不小心给孩子脸还磕到了，还疼不疼了姑娘告诉爸爸。”

这条摆拍视频点赞量40多万，不少网友在评论区表达关心。但实际上，“小松”并非外卖骑手，也不是单亲爸爸。凭借百余条虚假摆拍视频，“小松”积累了40多万粉丝。

冒充外卖骑手摆拍视频并非个例。记者从美团获知，自去年以来，美团已通过诉讼、向公安机关报案等方式处置数十起虚假摆拍案件。

还有的摆拍视频虚构悲惨身世和故事。今年3月宣判的“凉山孟阳”“凉山阿泽”案件中，相关人员通

过打造“贫苦大山女孩”虚假人设，编造辍学在家照顾弟妹等故事，摆拍“卖惨”视频。

截至9月，全国公安机关网安部门已办理网络谣言类案件2.7万余起，依法查处造谣传谣网民3.1万余人，依法关停违法违规账号19.9万余个。

造假多有团队运作

虚假摆拍视频屡禁不止，背后有利益驱动的因素。

中国人民大学新闻学院副教授董晨宇指出，无底线摆拍往往能迅速吸引公众注意，短期内带来高点击率和流量，进而转化为广告收入、商业合作等利益。一些网络博主将此视为引流变现的捷径。

记者注意到，已查处的相关案件中，很多博主采用的正是“摆拍炒

作一吸引眼球一圈粉涨粉一直直播带货”这一套路。“凉山孟阳”先在网络平台上发布虚假摆拍视频吸粉，粉丝量突破10万后开始直播带货，非法牟利超1000万元。“小松”等人也是在积累一定粉丝量后，通过直播带货取得收益。

那么，虚假摆拍视频是怎样生产出来的？

广西钦州市公安局网络安全保卫支队支队长林举龙告诉记者，结合各地查处的案件发现，虚假摆拍视频背后大多是团队化运作，打造人设、编写剧本、拍摄制作等分工明确。

打造什么假人设，往往由流量决定。广西今年9月份查处的假扮外卖员吸粉引流案件中，当事人王某某“眼红”外卖骑手人设流量高，便假扮骑手拍摄短视频，不到3个月的时间里，摆拍发布了71个虚假视频，播放量超1000万次。

“一些博主背后的团队或机构会帮助其打造人设，很多是‘卖惨’、博同情，什么人设火，就立什么人设。”林举龙说。

各类“抓马”剧本，可以购买或者按需定制。记者在网购平台发现，不少店铺售卖情感、励志、农村等类别的视频剧本，最便宜的1万个剧本打包出售6.6元。有的店铺还可以根据需求代写、定制，宣称“对标指定账号”。

一名网红经纪运作机构(MCN机构)运营总监透露，机构通常有专门负责脚本和拍摄的编剧、编导，哪些内容能引流，他们就写什么。“有时候一个视频火了，你会看到网上出现一堆相似的，很明显是摆拍。

有的视频根本不打‘虚构演绎’标识，就是想让人以为是真的。”该运营总监说。

有“自媒体”博主表示，虚假摆拍视频的成本并不高。以现在很火的外卖骑手视频为例，想要“起号”的话，买套骑手衣服，拿现成的剧本，手机拍摄就行。

加强全链条打击

“虚假摆拍视频屡屡发生，已成网络公害。”钦州市公安局网络安全保卫支队一大队大队长李远脚说，虚假摆拍视频不仅传递错误信息和观念，部分还涉嫌造谣传谣，严重扰乱网络空间秩序和社会秩序。

今年以来，公安部继续组织全国公安机关开展打击整治网络谣言专项行动，对“自媒体”运营人员摆拍造谣等利用网络谣言吸粉引流、非法牟利等行为进行整治。今年4月，中央网信办在全国范围内开展为期两个月的“清朗·整治‘自媒体’无底线博流量”专项行动，自导自演式造假是整治重点之一。

中国政法大学副教授、北京市电子商务法治研究会副会长朱巍表示，虚假摆拍视频已形成一条灰色产业链，建议相关部门形成合力，加强上下游全链条打击，从严惩处相关“自媒体”账号及其背后的MCN机构。

“有时候拍摄地和发布地不是一个地方，异地监管存在滞后性，相关标准并不统一。”林举龙说，各地公安、网信等部门可以加强信息共享，联动执法，避免因属地执法限制而给虚假摆拍违法行为留有生存空间。

据新华社