



巨灾保险承保市场趋于严苛 全球保险市场下半年或现拐点 中国在美上市公司压力增大



■ 本报记者 徐 淼

继今年第一季度新西兰地震、澳大利亚洪水以及日本大地震发生后,第二季度又发生了多起极具破坏性的自然灾害,其中包括席卷美国各地的暴风雨和龙卷风以及危害新西兰的严重余震。这些事故进一步消耗了保险公司2011年的巨灾赔款准备金。日前,保险经纪和风险管理机构达信(Marsh)发布报告称,尽管2011年第二季度自然灾害损失重大,但总体而言,全球及亚洲保险市场资本仍然充足并继续保持竞争格局。

巨灾频发 全球保险市场面临巨大压力

据了解,早在6月1日大西洋飓风季开始之前,许多保险和再保险公司就已经开

始计算其年度预计巨灾损失。达信发布的2011年第二季度《全球保险市场更新报告》显示,由于市场预计此次大西洋飓风季将更加活跃,加之保险公司越发谨慎,因此,2011年下半年,市场格局发生变化的可能性增大。达信专业国际再保部门(Bowring Marsh)首席执行官尼古拉斯·培根(Nick Bacon)说:“今年第二季度,全球自然灾害频发,虽然市场总体定价尚未发生变化,但是全球保险市场仍然承受着巨大压力。在大西洋飓风季到来之前,很多保险公司和再保险公司的2011年度巨灾损失预算即使没有超支也已被大量消耗。”

受损失影响或有重大巨灾风险的客户正面临着日益严苛的市场环境。第二季度,日本地震风险的续保费率最高涨幅达30%至50%,而新西兰地震风险的续保费率也有10%至30%的上涨。美国和加勒比暴风等其他巨灾风险的续保费率也有5%至15%的上涨,但是具体续保费率存在很大差异,需要视损失记录、巨灾风险水平、已投保巨灾保险和提交的承保数据质量而定。总体而言,对于巨灾风险超过总保险价值25%的保险项目,其费率最高涨幅达15%。

需求旺盛 亚洲市场关注政治风险保险

达信《2011年亚洲保险市场年中更新报告》显示,尽管自然灾害频发影响了巨灾

保险市场,但经济的不断增长激发了对风险管理和保险解决方案的需求,市场基础保持强盛。此外,由于亚洲公司,特别是中国公司持续投资于拉丁美洲、中东和非洲等新兴市场,因此,政治风险保险市场持续增长,重点是帮助亚洲公司保护其在该地区以外的投资。与以往相同,对政治风险保险需求最大的仍然是能源(油气)、基础设施以及项目和商品融资等行业。达信大中华区总裁兼首席执行官韦朴表示:“由于全球保险市场格局可能出现转折,我们建议中国公司在2011年下半年密切关注自身的风险状况,建立完善的风险管理体系,在投保时提供更为全面的信息,并聘请专业的保险经纪公司,以获得更具竞争力的费率,保障企业的运营和发展。”

境况迥异 中国遭遇冰火两重天

达信报告指出,2011年上半年,中国内地保险市场继续保持增长态势。日本大地震和海啸发生以后,中国保险市场更加强了对地震风险的控制力度,尤其是财产损坏和营业中断扩展条款。韦朴指出:“大多数保险公司将保险金额的80%设为分项限额,并将免赔额提至40万元,或损失的5%。在四川、云南、甘肃、山西、青海和福建等地震风险较高的地区,保

险公司还设置了特殊审批程序。”达信指出,越来越多的保险公司愿意承保中方的海外项目,但是对于北非等政治风险较高的地区,保险公司则谨慎行事。而相较于中国国内保险市场的红火,在专业责任和财务风险方面,中国公司在海外遭遇的境况却并不乐观。达信指出,在亚洲,尽管市场环境总体上保持稳定,但是对某些财务与专业责任险产品线的被保险人而言,挑战已经开始显现。在美上市或面临美国市场风险的中国公司,其董事和高级职员责任险费率大幅上涨。由于对非美资上市公司的集体诉讼急剧增多且大多针对中国公司,对于寻求上市集资或吸引美国投资者的亚洲公司,尤其是中国公司而言,监管和法律环境变得非常复杂。随着索赔增多、损失记录不断恶化,保险费率也会不断走高。韦朴透露:“总体而言,有美国市场风险的中国公司将面临10%至20%的费率上涨。我们甚至看到过费率上涨更高的案例。对没有美国市场风险的中国公司而言,保费则保持平稳,而且有些公司还有可能获得保费优惠。”

特别报道

海外传真

风向标

沙特劳工政策转向将加重菲律宾就业压力

据菲律宾《马尼拉时报》日前报道,沙特即将实行一项新的就业规定,要求当地30万家企业增加雇佣本地人,减少雇佣外国人。沙特公民要在所有建筑公司员工中占10%以上,在所用金融机构人员编制中占70%以上。沙特将有15万菲律宾工人因此失业。

巴西新车销售创纪录

据巴西互联网站《网页》报道,今年上半年,巴西新车销售204.3万辆,创历史最高纪录,同比增长8.6%。仅在今年7月,巴西全国销售轿车、轻型商务车、公共汽车及载重卡车30.62万辆,也创历史新高。巴西装配业协会预计,2011年全年,巴西汽车销量有望达到369万辆,较去年增长5%。

日本重点扶持三大领域企业“走出去”

据《日本经济新闻》报道,日本总务省决定将智能电网、电子显示屏、光通信系统三大领域作为IT领域“走出去”的重点领域,今后,将对该领域企业走向海外予以重点支援。继成功向巴西推销日本制式的数字电视系统后,日本还拟向制定国际标准的国际机构、海外国家政府做工作,为日本企业“走出去”提供支持。

韩国媒体称近年中国游戏产业发展迅速

据《韩国经济》近日报道,自2000年以来,在中国大力扶持游戏产业发展的背景下,网络游戏开发公司以每年24%的速度高速增长。反观韩国游戏产业,尽管2010年韩游戏产业出口15.5亿美元,占文化产业出口的比重超60%,但业界担心,随着中国游戏产业的迅速崛起,韩游戏产业出口将面临严峻挑战。

俄罗斯小麦全球热销

俄罗斯农业部部长近日表示,7月1日以来,俄罗斯小麦已装船出口150万吨,同比增长30%,主要出口目的地为土耳其、埃及、阿塞拜疆、以色列和欧盟。由于遭遇罕见干旱,俄罗斯政府去年8月至今年7月禁止出口粮食,对俄小麦的国际销售造成较大影响。为夺回市场,今年,俄小麦出口价格普遍较低,预计7月出口将达到200万吨,创9年来单月出口新高。

德国越来越多中小企业陷入融资困境

据德国《世界报》网站近日报道,据奥迈企业顾问公司研究报告显示,尽管德国经济正处繁荣阶段,但已有越来越多的中小企业出现融资难问题。接受调查的124家上市中小企业及家族企业中,有四分之一以上的企业有陷入“增长陷阱”之虞,16%的受访企业债务超过自有资本。

缅甸成衣出口势头强劲

据缅甸《七日新闻》周刊近日报道,仰光工业区制衣厂今年的市场销售是3年来最好的。岛达贡工业区的负责人称,目前接到的订单情况很乐观,衣服主要出口韩国。由于接到的订单太多,职工日夜加班加点,尤其需要熟练工人。据了解,缅甸成衣厂原料主要从中国和印尼进口。近月来,工厂接到了来自日本和韩国的大量订单,如果能继续扩大市场,工人无疑将得到更多利益。

西报:

西班牙造纸业不满废纸向中国出口

西班牙每年向中国出口相当于10座足球场的废纸。在西班牙,这些原本可以用来生产卡片或包装纸的废纸得到了有效回收后,却穿越千山万水来到中国,被那里的企业加以利用。西班牙的造纸企业认为,这种做法不利于可持续发展,而废品回收行业则将其视为合理,还提出了环保的理由。中国是世界最大的资源开采者之一。如今,它的目光瞄向欧洲的原材料。过去5年来,西班牙每年都有20万吨至90万吨的回收纸张运往遥远的东方国度,尤其是中

国。这带来的结果是,西班牙的造纸产业受到了影响。西班牙某造纸企业的负责人卡洛斯·雷诺索指出,他们担心可能要被迫从其他欧洲国家进口同等数量的回收纸张作为原材料。向中国出口回收纸张成为一个日益严重的现象,循环再利用企业担心这种现象还将加剧。雷诺索说:“如果说西班牙自己没有具备循环利用能力的企业,那么出口就是正当的。但是现在的情况是,西班牙已经对这个产业进行了大规模投资,有能力进行回收再利用。”(馨华编译自西班牙《先锋报》)

美刊:

中国视频网站遭遇成长烦恼

麦肯锡一项新的研究表明,未来4年,中国将有超过7亿人观看网络视频。尽管潜力巨大,但很多观察人士对该产业的前景仍持谨慎态度。他们认为,尽管中国网络视频市场正在飞速发展,但很少有企业实现盈利。有研究表明,该产业能够创造利润,但只有资金雄厚的企业才能生存下来分享利润。可以提供视频点播服务的网络电视(IPTV)不会很快流行起来。目前,电信企业正忙于升级网络以提供更快的宽带网络连接,但监管障碍使它们不能用网络电视代替付费的有线电视。这种缺少竞争的环境给了视频网站巩固其商业模式的喘息空间。广告收入无疑会增加。去年,网络广告收入估计在30亿元,约占中国网络广告总支出的8.8%。受访的广告商说,到2013年,这个数字可能超过130亿元,占中国网络广告总支出的

16%还多。随着网站内容的增加,扩展网络以满足用户需求的成本也在增加。P2P技术(可以让网络视频用户相互下载而不是从服务器上下载视频)相对便宜,但这项技术的性质意味着,它只适合很多人同时观看的非常受欢迎的节目,例如现场直播的足球赛。另一项经常被忽略的成本和潜在的发展障碍是,网络环境缺少富有经验的广告销售人员。受访的业内专家估计,在2000名中国网络销售人员中,仅有约三分之一拥有足够的经验。鉴于这些情况,最佳的商业模式仍不清晰。一些视频网站通过让广告商给频道冠名收取费用;另一些以向注册用户提供免费广告的服务收取费用;还有一些找到了合作伙伴,共同进军电子商务和网络游戏市场。(馨华编译自美国《麦肯锡季刊》作者艾伦·刘)

进口提醒

缅甸西红柿大幅跌价 菜农寻找国外市场

本报讯 据缅甸掸邦当地种植西红柿的菜农称,缅甸西红柿每罐斤只能卖到50缅币至60缅币(每公斤约合人民币0.25元),连农民的工钱都不够。而另一菜农表示,由于去年价格不错,种植西红柿的人增多,再加上种植的时候雨水多,西红柿的产量就比去年高出很多,但也因此导致价格下跌。据了解,现在,缅甸的菜农正在寻找国外市场。(王 洛)

日本电视制造商 积极开拓海外市场



本报讯 据日本放送协会日前报道,日本电视制造商在面对日元汇率不断上涨、世界市场萧条萎靡的情况下,采取多种举措大战海外市场。近期以来,受日元汇率不断上涨,以及同韩国制造商之间价格竞争的影响,日本电视机销量急剧下滑。据悉,日本索尼公司已经测算出今年在电视产业的赤字将会超过去年的750亿日元(约9亿美元),并且预计今年在全世界范围内,电视的销量将会从2700万台下降到2200万台。日本电视制造商针对日益困难的局面,不得不积极开拓新的市场。为此,日本索尼公司将电视机销售目标拓展到新兴国家的市场;松下电器正积极利用网络推广电视机销售;夏普公司在中国积极推广超大型电视机。(仲 商)

供求信息

黎巴嫩客商寻找 中国办公家具供应商

联系人:Halim El Khoury
电话:00961-71-376627
电子邮箱:halimelkhoury@gmail.com
(信息来源:中国驻黎巴嫩使馆经商参处)

乌克兰公司求购 建筑用玻璃

公司名称:BLT-UKRAINE公司
玻璃规格:单块面积为1100×4200毫米至7500×3500毫米
厚度为17毫米至22毫米
所需总面积:约为12000平方米
电话:0038-044-4840349
电子邮箱:blt-ukraine@hotmail.com
(信息来源:中国驻乌克兰使馆经商参处)

波兰公司求购 盐干鳕鱼片

公司名称:NaturPol
月需求量:200吨
联系人:Anthony Rzepkowski
电话:0048-516-893722
电子邮箱:biuro@naturpol.pl
(信息来源:中国驻波兰使馆经商参处)(以上信息仅供参考)