

巨灾阴云不散 保险市场现分化格局



■ 本报记者 徐 森

在刚刚过去的2011年,世界经济前行的脚步显得格外沉重与艰难。

大环境中,世界主要经济体纷纷陷入危机泥淖不能自拔,而各种天灾的不时来袭,也进一步加剧了世界各地的财政负担。去年2月,新西兰南岛遭遇地震,相关赔付金额达130亿美元;3月,日本特大地震及随后的海啸与核泄漏造成的损失赔案,保险赔付额高达350亿美元至400亿美元,是1970年以来仅次于2005年美国“卡特里娜”飓风的第二大赔案;4月,美国南部、中西部和东北部地区遭到该国历史上最致命的龙卷风袭击,保险财产损失估计将在20亿美元至50亿美元之间;8月至12月,在50年来最严重洪灾的袭击下,东南亚诸国沦为泽国,仅泰国的洪灾保险损失总额预计就在80亿美元至110亿美元之间,而扣除转分保后,洪灾给保险公司带来的税前理赔额为6亿美元……

据慕尼黑再保险公司数据,去年,全球投保和未投保经济损失总额达3800亿

美元,这一数字打破了2005年创下的2200亿美元纪录,而全球保险业为自然灾害“埋单”的金额更高达1050亿美元。自然灾害本就会造成经济损失,而巨灾的“破坏力”更是远超人们的想象,2011年将是迄今为止史上“最昂贵”的灾害年,其影响也将延续至2012年。

如今,世界末日的“预言”不时地敲打着人们脆弱的心脏,巨灾的阴云笼罩着世界经济前行的道路。保险经纪和风险管理专家达信(Marsh)日前发布了《全球保险市场更新》,称2011年第四季度,多数受灾地区遭受损失的险种保险费率持续攀升,而包括中国在内的其他地区,市场保险费率相对平稳,部分险种出现了费率优惠。全球保险市场正呈现两极分化格局。

全球保险市场资本实力依然雄厚

达信发布的《全球保险市场更新:2011年第四季度》简报指出,尽管2011年全球保险业因巨灾蒙受的损失已突破1000亿美元,全球保险市场的承保能力依然充裕,并未出现保险费率普遍上涨的局面。

据悉,为了应对此类重大损失,保险公司纷纷采取措施对面临重大损失和巨灾风险的客户提高保险费率。例如,美国近半数的财产险客户在2011年下半年续保时经历了费率上涨,而在上半年这一数字仅为31%。但由于大多数的费率上涨主要是出现在与巨灾风险相关的保险项

目上,没有受到巨灾风险威胁或遭受相关损失的客户在2011年下半年通常可以获得一定的费率优惠。

“全球保险市场在2011年第四季度依旧保持着雄厚的资本实力,各保险公司仍然保持竞争态势。考虑到2011年巨灾给保险业造成的重大经济损失,面向受巨灾风险威胁或遭受相关损失的客户的保险费率将有所上调。”达信美国风险服务部负责人迪恩·克里苏拉(Dean Klisura)对记者表示,“但总体而言,市场价格并未出现大的波动,市场基本面依然保持强劲。”

达信报告称,在如日本、泰国等受灾严重的地区,财产巨灾保险费率涨幅最大。在日本,与地震风险相关的保险项目在续保时面临高达50%的费率上涨。在泰国,由于曼谷周边洪水导致的保险损失预计超过100亿美元,因此,相关项目的续保费率涨幅达到30%。

此外,达信还指出,由于医疗成本节节攀升,全球员工福利保险费率在2011年第四季度也面临巨大上涨压力。例如,在印度,为员工投保医疗保险的企业该季度面临20%的费率上涨。

中国保险市场面临挑战

中国保监会日前公布的数据显示,2011年,中国保险市场保持平稳发展态势,全年全国实现保费收入1.43万亿元,同比增长10.4%,保险公司总资产达5.9万亿元。

业内人士指出,巨灾再保险费率的上调并未直接改变中国直保市场的费率。

但是,中国保险市场还是加大了对地震风险的防控力度,国内保险公司在承保时也逐渐趋于谨慎,承保条件变得更为严苛。而需要业内人士特别关注的是,由于在美国上市的中国企业遭受的集体诉讼不断增加,董事及高级职员责任保险在中国市场的费率持续攀升,出现了全球普降唯中国暴涨的现象。数据显示,2011年第四季度,该险种的涨幅超过30%。达信认为,这一情形在2012年可能仍将继续。

不久前,受资本市场不景气拖累及业务快速增长需要,中国保险公司再次出现群体性的资本“饥渴症”。继中意人寿在去年12月宣布增资后,平安人寿、生命人寿等3家公司也同时在2011年的最后一天获批增资。面对保险业的集体增资行为,业内人士对2012年中国保险业的发展前景提出质疑。

中国保监会主席项俊波表示,2012年是实施“十二五”规划承上启下的重要一年,也是保险业应对严峻复杂形势的关键年。

据了解,2012年,保险监管要围绕保护消费者权益,推进农业保险、巨灾保险、个人延税型养老保险发展,年内还将推动出台《农业保险条例》,推动巨灾保险立法和个人延税型养老保险试点工作的开展。“在严峻的外部形势下,2012年,保险行业面临更大挑战。”项俊波说。

进口提醒

中国成为挪威第三大海产品进口国

本报讯 根据挪威海产品理事会公布的最新数据,从出口量来看,中国已超过日本、法国和德国,成为挪威第三大海产品进口国。

2011年,中国共从挪威进口各类海产品16.7万吨。俄罗斯和丹麦分别位居第一、二位。

2011年,挪威出口到中国的海产品总价值也达到25亿挪威克朗(约合4.2亿美元),同比增长8.7%。 (钟 山)

中国大豆进口量恢复常态 今年预计增至5600万吨

本报讯 海关总署1月10日公布的数据显示,2011年全年,中国累计进口大豆5264万吨,与上年5480万吨相比减少216万吨。

分析人士指出,2011年,中国大豆加工业长时间处于亏损期,加上没有2010年停止进口阿根廷豆油间接拉动中国进口大豆的刺激性因素,大豆进口量因此反常减少,但是2012年大豆进口量将回升至5600万吨左右。

美国农业部2011年12月公布的研究报告预测,2011至2012市场年度,中国大豆进口量将达到5650万吨。中华油脂网分析师金森森称,目前,国内大豆加工产能需求庞大,并且,最近两个月,随着国际大豆价格跌至低位,进口大豆数量较多,每个月都在500万吨以上,且企业加工利润也逐渐向好,预计2012年进口量会继续保持高位增长态势。(胡军华)

特别报道

圣诞传统市场萎靡不振 新兴市场商机涌现

■ 本报记者 静 安

圣诞节已经过去近一个月,香港贸易发展局日前汇总了分布在全球各地办事处的总结指出,去年圣诞节期间,新兴市场的表现普遍较传统市场出色。在传统市场中,只有美国及德国表现尚佳,日本、英国、法国、意大利的表现令人失望。

香港贸发局助理首席经济师潘永才建议出口商,要把握波兰、俄罗斯、巴西、智利等新兴市场的商机,并且要更加重视内地市场。

美国市场火爆得益于“下手早”

美国消费者由于对沉重的债务负担和房屋价值下跌感到担忧,消费意愿仍然审慎。为免购物时超出预算,大部分消费者会花时间筹划购物行程。据悉,美国零售商早在11月初已开始推出折扣优惠,并利用社交网络进行推广,建立消费社群。

而由于当地零售商积极推出不同的推广活动,去年圣诞节期间,美国市场的销售表现较为理想,销售额同比上升约3.5%。不少网上零售商,包括一些利用网站和流动应用程序促销的实体商户,业绩都有所提升。大型量贩店和折扣店也吸引到不少消费者光顾,高档店铺的生意也不错。

在商品方面,智能手机和平板电脑受到了市场欢迎;平面电视和数码相机也十分畅销。

债务阴云打压西欧消费热情

债务危机持续、失业率高企,为西欧地区经济带来重重阴霾,虽然圣诞销售情况各有不同,但该地区大多数消费者都态度保守,严守预算,追求基本实用的产品。

从国家来看,德国由于就业情况有所改善,消费者收入增加,零售市场在圣诞节期间表现不俗。不过,由于当地消费者仍对欧债危机感到忧虑,预计整体销售仅同比上升1.5%。英国在圣诞节期间的市场表现与前年相若,预计最多只上升1%,电子消费产品的销售表现突出,珠宝及高档手表则欠佳。而在法国,即使零售商推出众多折扣优惠和商品推广活动,圣诞市场

的表现依然欠佳。由于受到债务危机严重影响,连串的紧缩财政措施打击了意大利消费者的消费意愿。相比2010年,其圣诞销售额出现了两位数字的跌幅。

在商品方面,电子产品,特别是智能手机、平板电脑和平面电视普遍受到了西欧消费者的欢迎,创新科技玩具的销售情况也不错;高低档的珠宝和手表也吸引了不少消费者购买。

日本“一蹶不振” 中国表现不俗

“3·11”大地震及海啸过后,日本经济于几个月开始复苏,但纵然如此,市场预计其去年年终的市场销售量仍会轻微下跌。

据悉,日本消费者乐于购买基本款的年终礼品,并且多数前往可以提供折扣的零售店购物,较少到百货公司,大部分产品包括电子消费产品、手表和珠宝在日本圣诞市场上的销售情况都欠佳。

而在中国内地,紧缩的货币政策和持续的房地产市场调控无损市民购物意愿,消费热情仍然十分高涨。2011年前11个月,中国内地的零售总额同比增长17%,单以11月计,升幅也达到了17.3%。

虽然圣诞节并非中国人的传统节日,但近年来,中国不但大城市开始过圣诞节,就连较为发达的农村地区,也陆续加入过节的行列。据悉,在圣诞节期间,中国内地的零售商店都会进行应节装饰,并举行相关的促销活动。据香港贸发局内地办事处汇报,多数商品都十分走俏。此外,还有大量内地消费者在圣诞节前后,专程到香港购物。

新兴市场值得期待

据统计,在圣诞节期间,中欧和东欧人们的消费态度受到欧元区债务危机影响,趋于审慎。匈牙利经济脆弱,捷克出口倚重欧盟国家,因此,两国的圣诞市场较为疲弱。而波兰和俄罗斯的年终销售则表现强劲。

在拉丁美洲,巴西圣诞市场的表现虽然较前年同期稍逊,但成绩仍然令人振奋。智利、阿根廷和墨西哥的圣诞销售表现均令人满意。

全球电子设备消费额2012年将破万亿美元

据国外媒体报道,行业分析师预计,2012年中国和印度等发展中国家将助推全球消费电子设备销售额首超1万亿美元。2012年,全球消费电子设备销售额(1.038万亿美元)中,发展中国家将占到46%,高于4年前的37%。

未来5年 阿拉伯国家网络购物额将迅速增长

有研究公司预计,2016年,阿拉伯国家网络购物金额将达到20.9亿美元,其中,沙特保持领先地位,埃及增速最快。据了解,去年,阿联酋、沙特和埃及的网络购物总金额为10.1亿美元。其中,阿联酋为2.268亿美元,预计今年将达到2.709亿美元。

韩国市场物价上涨压力加大

韩联社近日报道称,韩国消费者院发布的资料显示,韩国102种生活必需品中,价格环比上涨的产品占68%,价格环比下滑或持平的产品分别占27%和6%。韩国企划财政部有关负责人表示,目前,核心生产价格指数和预期通货膨胀率仍处于高位,这将在今后一段时间内加大物价上涨压力。

美国小企业引领就业市场复苏

眼下,美国就业市场呈现出逐渐回暖的趋势。最新公布的数据显示,在这一过程中,曾经经历了4年经济危机考验的小企业立下了汗马功劳,因为正是它们提供了多数的就业岗位。美国政府公布的就业数据显示,据平均估计,美国新增就业岗位已经从去年11月的12万增加到了12月的15.5万。而新增的就业岗位中,有大量来自于小型、中型公司;而小企业的新增就业人群中,服务行业占了大多数。

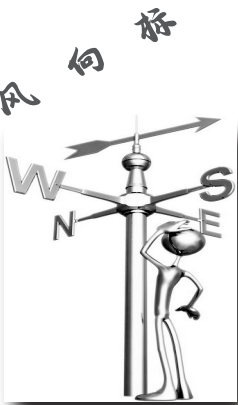
南部非洲国家粮食价格上涨

据《埃及公报》近日报道,在连续几年粮食大丰收之后,受降雨量减少影响,南部非洲各国农业收成可能欠佳,或将给非洲各国经济带来巨大影响。据悉,农业连年丰收使南部非洲国家通胀率有所下降。2011年12月赞比亚的通胀率已降至7.2%,环比上月下降0.9个百分点。分析认为,如果天气情况继续恶化,农业歉收导致的粮价上涨将很快使赞比亚的通胀率重新回到两位数。

赞比亚禽肉消费需求上升

近日,赞比亚家禽业协会负责人对外界称,由于赞比亚牛肉市场价格过高,禽肉消费已占市场肉制品消费的60%。目前,赞比亚牛总数量为310万头,人均消费牛肉为7.4千克。但这位负责人表示,虽然家禽饲养成本较高,但从长期看禽肉价格会保持稳定水平。

(本报综合报道)



商情聚焦