

中科软董事长左春：稳健“存量”发展 加速“增量”成长



从上世纪90年代介入保险信息化市场至今近30年，中科软坚持“相似复用”“客户至上”理念，不断迭代升级软件产品，已牢牢占据我国保险信息化领域龙头地位。

但这对未来的中科软来说还远远不够，IT行业新技术层出不穷、新趋势变幻万千，中科软董事长兼总经理左春有着“惶者生存”的紧迫感。他在接受中国证券报记者专访时表示，在保证存量业务稳健发展的同时，中科软的潜在看点是作为增量业务的“保险+”，这或为中科软的未来带来新的可能。

● 本报记者 丁坚铭 张朝晖 杨洁



中科软办公楼

公司供图

深耕保险IT业务



中科软是由中国科学院软件研究所控股的以行业应用软件产品、开发及服务为主业的国有控股软件企业。金融IT是中科软最主要的业务领域，尤其是保险IT业务占公司收入规模超过50%。根据IDC、CCID等第三方研究报告，中科软在中国保险IT解决方案市场占有率连续十余年排名第一。

回顾发展历程，左春告诉中国证券报记者：“最早接触保险软件大概是在上世纪九十年代初，那时中国还只有一家保险公司，需要用信息化的技术手段提高保险管理能力，我们就从那个时候

一直做到现在。这些年来，保险业务经历了很多变化，新的技术层出不穷，要求我们在发展中快速学习、及时响应，这样才能从无到有，从小到大。”

“竞争”是左春经常提到的一个词。他介绍：“伴随国内保险业对外开放，保险IT市场同步迎来对外开放，有着更强大资金优势和市场知名度的国外保险IT公司纷纷进入国内市场，竞争异常激烈。”

中科软就在这样的竞争中脱颖而出。截至目前，国内90%以上的保险公司已成为中科软长期服务的客户，超过

70%保险公司采用了中科软提供的保险核心系统解决方案。

左春表示，“相似复用”的开发理念以及“客户至上”的经营理念是公司发展至今的重要经验财富。“‘相似复用’就是以更低的系统建设成本，满足客户对IT系统在个性化、便捷升级、快速部署、及时响应等方面的迫切需求，使公司产品及服务帮助客户适应国内保险行业的快速发展，最终获得客户信赖。”左春说。

这种理念让中科软逐渐将保险IT业务扩展到其他领域，如政务、医疗卫

生、教育、能源、电力等。

中科软自2003年起一直参与公共卫生和疾病控制领域的信息化建设工作。根据CCID报告，公司在公共卫生信息化平台市场竞争力处于行业领先地位。

左春介绍，现阶段公司保险IT业务占收入比重超过50%，政务IT及非保险金融IT各自占比在15%左右，医疗卫生IT占比5%左右，教科文及其他占比在15%-20%，未来中科软将在保险IT业务收入稳定增长的前提下，努力提升其他行业规模及收入占比，以保持公司收入、利润规模持续快速增长。

保持竞争紧迫感

连续多年在国内保险IT市场占据第一份额，并不意味着可以“躺平”。左春坦言：“必须始终保持紧迫感，技术行业经常出现‘黑马’，我们未来将要面对的很可能不是现在已经存在的对手，必须居安思危、惶者生存。”

作为中科院下属国家重点软件企业，研发创新既是中科软的使命，也是中科软不断发展的核心动力。左春介绍，公司始终注重对先进、主流软件开发技术、设计思想的研究与积累，通过对全球软

件技术发展趋势的追踪以及内部研发创新，不断提升产品及技术的先进性，保持公司在保险、公共卫生等领域的领先地位，增强在非保险金融、政务、医疗、教科文等领域的竞争力。近年来，公司每年新增软件著作权等知识产权百余项。

左春表示，公司内部每年都举办多次技术交流和比赛，以最新软件开发思想探索、最新流行技术应用为主要主题，加强员工之间的技术交流。此外，中科软已经连续十九年与中科院软件所合办

“中国软件技术大会”，这也是公司研发领域的重要工作。

“我们对标国际上金融IT100强企业，现在中科软排在30名左右，排在前面的公司基本上都是国外企业，我们希望在一定时间内大幅往前排。”左春表示，“行业应用软件有很强的工程属性，对于工程方面的能力，我们有信心。在与工程能力有关的行业应用软件方面，中国企业一定能在世界上占据一席之地。”

中科软从2010年起便开始拓展海

外市场，并将国际化作为核心战略。公司已为东亚、东南亚、南亚等地保险客户提供包括核心系统在内的重要产品以及服务。目前，中国大陆以外业务占中科软收入比重不到5%，未来增长空间较大。

2022年11月，中科软新签孟加拉国保险业务发展项目合同，合同金额约1.47亿元。中科软表示，这是公司产品及服务首次在南亚地区顺利落地，体现了公司在海外保险数字化领域的竞争力和潜力，有利于公司进一步开拓海外市场。

推进“保险+”战略

党的二十大报告提出要建设数字中国。在左春看来，未来各行业数字化发展将成为大势所趋。各行业数字化发展的过程就是利用信息技术手段进一步解放生产力、发展生产力，谋求经济高质量发展和社会管理水平进一步提高的过程。左春表示，作为行业应用软件服务商，中科软正在努力抓住机会，利用自身积累的行业软件开发经验和产品及服务创新赋能各个行业数字化转型。

左春认为，我国保险行业仍有较大发展空间，从保险密度和深度看，我国较世界发达国家和地区仍有较大提升空间。随着生活水平进一步提高，居民对于

保险这一风险保障措施的需求将进一步增长，为保险IT业务增长奠定基础。

数据显示，我国保险IT投入占保费收入比例不到1%，而国外在3%-5%，保险行业IT投入仍有提升空间。《保险科技“十四五”发展规划》提出，“十四五”期间大中型保险公司信息技术投入占比超过1%，小微型保险公司投入占比超过1.8%。在政策推动下，保险公司IT投入力度有望继续加大。

左春强调，存量业务保险IT要保持稳健发展，在做好存量业务的基础上，加速开拓增量业务。

增量业务指的是“保险+”。中科软

提出“保险+”战略，旨在为保险行业与各行各业融合提供技术赋能。左春介绍，在保险行业创新和业务转型大趋势下，保险服务依托科技手段嵌入各行业，利用保险的定价、风控能力充分发挥保障作用，提高商业活动和社会生活的运行效率，创造更为丰富的产品和服务，这已成为国内保险行业高质量发展的重要方向，“保险+”将成为保险行业重要的创新分支。

“比如，电表、煤气表安装可能没有人在现场推销保险，但可以通过技术手段提示客户是否需要买保险，实际上就是保险公司和电力公司或燃气

公司之间的合作。这是一个‘保险+’案例，通过软件技术形成业务互动。”左春说。

目前，中科软的“保险+”战略仍在耕耘阶段，以“保险+大健康”“保险+大交通”“保险+大消费”“保险+大安全”等方向为重点。2021年，中科软实施“保险+”战略带来的直接业务收入达6344.33万元，涵盖健康管理、汽车后市场服务、燃气安全、医疗商保等领域，涉及系统建设及对接、营销服务、自动化核保及理赔等多个方面。“对‘保险+’这一增量业务我们将加大投入，该业务发展潜力很大。”左春说。

人工智能在交通等领域应用加快落地

● 本报记者 彭思雨

1月10日，百度创始人、董事长兼首席执行官李彦宏在百度Create AI开发者大会上表示，过去一年，无论是技术层面还是商业应用层面，人工智能都有了方向性的改变。深度学习算法等人工智能技术在交通、能源等领域的应用加快落地。

业内人士表示，人工智能大模型等深度学习工具优化迭代，为行业增长提供动力。建议重点关注人工智能在汽车、元宇宙等领域的应用。

创新驱动增长

在此次百度Create AI开发者大会上，李彦宏分享了“创新对增长的作用”，并把“驱动经济增长的技术”聚焦于“深度学习算法”。

李彦宏表示，几次科技革命带来经济爆发式增长。“第四次科技革命的标志，我认为是深度学习算法。这项技术带来的效率提升、驱动经济增长的能力，可能比很多人想象的更大。”

李彦宏称，与深度学习相关的重大创新，包括自动驾驶以及水、电等能源领域的智能调度系统，会像汽车、互联网这些发明一样，产生重大社会影响。对于实现创新的路径，李彦宏认为，“创新不能闭门造车，需要不断获得用户的反馈，摸着‘反馈’过河才能实现。”

百度已在人工智能技术领域开展全栈布局。李彦宏称，百度布局AI业务分为四个层面——芯片层、框架层、模型层和应用层。从高端芯片昆仑，到飞桨深度学习框架，再到文心预训练大模型，各个层面都有关键自研技术。“这些技术越往下越通用，越往上越专用。通用意味着降低行业使用技术的门槛；专用则是深入产业、深化应用。”

深化产业应用

对于人工智能技术的产业化应用，李彦宏表示，人工智能技术的通用性越来越好，开发和应用门槛进一步降低。2022年是大模型产业化应用元年，大模型已成为许多上层应用的技术底座，为深度学习技术进入新阶段带来了机遇。同时，人工智能深入产业，赋能实体经济发展。人工智能在智能交通的应用，为人工智能赋能电力、水务等产业树立了样板。

“过去一年，无论是技术层面还是商业应用层面，人工智能都有了方向性的改变。”李彦宏表示，从技术层面看，AI从理解内容，走向自动生成内容，包括AIGC用于图文、视频等类型的内容创作。随着技术应用门槛不断降低，创造者将迎来属于人工智能的黄金10年。

“商业应用层面最具代表性的是自动驾驶。”李彦宏说。对于百度自动驾驶业务推进情况，李彦宏介绍，在北京、上海和广州，萝卜快跑平均每天每车完成15次以上乘车服务。人们对自动驾驶的接受度很高，自动驾驶落地速度可能比预期要快。

百度2022年第三季度财报显示，2022年第三季度，萝卜快跑提供的无人驾驶出行服务订单超过47.4万单，同比增长311%，环比增长65%。截至2022年第三季度末，萝卜快跑向公众提供的乘车服务次数累计达到140万。

此外，在元宇宙、人机交互、智能交通等人工智能融合应用领域，百度在此次大会上发布了希壤元宇宙底座MetaStack、全双语音交互方案、车路一体BEV自动驾驶感知方案等新产品。

市场潜力大

IDC日前公布的研究报告显示，2022年上半年，人工智能软件及应用整体市场规模达23亿美元。

IDC中国新兴科技研究组高级分析师李浩然表示，受宏观环境以及资本对人工智能关注热度略微下降的影响，人工智能行业发展趋于理性，有利于行业健康有序发展。

“在智慧城市、数字孪生、元宇宙、AIGC等概念推动下，人工智能加快与千行百业融合创新。新的市场需求和产品服务涌现，有望带来新一轮快速增长。”李浩然称。

人工智能已成为企业数字化转型的重要技术力量。埃森哲近期发布的《人工智能成熟之道：从实践到实效》报告显示，从全球来看，近四分之三的企业已在自身业务战略中整合了AI能力，近二分之一的企业已经看到应用AI带来的成效。

中国企业加速部署AI应用。埃森哲发布的报告显示，2018年，中国企业营收中有12%的份额受到AI影响，到2021年，影响占比提升到25%，预计到2024年占比将进一步提升至36%。

中信建投表示，2022年人工智能领域诞生了许多先进模型。展望未来，先进模型将进一步加快产业应用落地，建议重点关注人工智能在汽车等领域应用的落地情况。



视觉中国图片

乘联会：预计2023年新能源汽车销量达850万辆

● 本报记者 李媛媛

1月10日，乘联会发布的乘用车市场分析报告显示，2022年12月国内新能源乘用车零售销量达64万辆，同比增长35.1%，保持趋势性上升走势；全年新能源乘用车零售567.4万辆，同比增长90.0%。

乘联会秘书长崔东树表示，2022年新能源乘用车渗透率达到27.6%，较2021年提升12.6个百分点。未来新能源车的渗透率仍会快速提升，预计2023年新能源乘用车销量850万辆，渗透率将达36%。

车市升温

乘联会数据显示，2022年12月乘用车市场零售达216.9万辆，同比增长3%，环比增长31.4%，是2008年以来最强的12月环比增速。2022年累计零售2054.3万辆，同比增长1.9%，同比净增38.6万辆，其中购车税优惠政策启动以来的6-12月同比增加

145.2万辆。

乘联会表示，部分有购买力的消费者希望尽快提车。部分政策到期加上春节因素，有助于引导消费需求前置；行业终端价格持续下滑，激发了消费者的购买欲望。

新能源车市场方面，供给改善叠加油价高位带来市场火爆，新能源车订单持续增长。2022年12月新能源乘用车零售销量达64万辆，同比增长35.1%，环比增长6.5%。

乘联会表示，2022年12月初新能源车与传统燃油车销量环比走势都受到个别地区防疫措施的影响。随着防疫措施优化，车市迅速升温。

值得注意的是，上汽、广汽、东风、吉利、奇瑞和长城等传统车企在新能源汽车市场表现突出。自主车企多线并举，市场持续扩大，2022年12月厂商批发销量突破7万辆的企业保持14家，占新能源乘用车总量82.1%。其中，销量前五的汽车品牌是，比亚迪23.5万辆，上汽通用五菱8.56万辆，特

斯拉中国5.58万辆，吉利汽车4.46万辆，长安汽车3.92万辆。

碳酸锂价格回落

业内人士表示，2022年12月燃油车购置税减半政策退出和新能源车“国补”退出，透支了2023年1月部分购车需求，预计2023年1月批发零售将总体偏低。

乘联会表示：“每年1月的开门红是地方政府和车企共同努力的方向。由于经销商库存较高，春节前补库力度不会特别大，因此1月批发量将总体偏低。预计2023年2月市场会明显回暖，会有一波入门级消费者购车潮。”

“城乡居民快速恢复常态化生活，有利于2023年2月车市增长，2月才是真正的春节后开门红。”乘联会表示。

崔东树表示：“上游资源和中游电池产业的投资力度很大，前期供需错配带来的碳酸锂高价格将明显回落，有利于新能源车厂商盈利改善。”

渗透率快速上升

乘联会表示，2022年新能源乘用车渗透率达到27.6%，较2021年提升12.6个百分点。未来新能源车的渗透率仍会快速提升，预计2023年新能源乘用车销量将达850万辆，渗透率将达36%。

崔东树表示，新能源车的成本下降速度快于燃油车。近期，碳酸锂价格已明显下降，而一体化压铸等技术创新带来的制造成本优势日益明显。尤其是目前国内新能源车销量已占据乘用车领军地位，因此有更强的规模成本优势。

业内人士表示，2023年各家车企将继续推进供给改善，多款重磅新品将交付，包括蔚来ET5猎装版、小鹏G7、理想L7等。优质供给快速推出，有望带来交付量长期向好。

华创证券表示，2023年新能源汽车“国补”退出。随着锂盐价格回落，新能源汽车行业将维持高景气度。