



保险科技企业的未来之势



挖掘和抓住中国保险行业机遇的竞赛正愈演愈烈。中国保险市场规模在过去 6 年间翻了一番，保险企业一方面积极追求业务规模增长，同时探索真正的行业创新。当下，中国保险科技（InsurTech）创业者们希望学习和借鉴美德等成熟市场的变革转型经验。作为对全球保险科技发展趋势的前瞻性研究者，我们可为把握中国保险市场的生存和成功路径提供一些有价值的经验教训。

正如全球保险市场的发展经验，中国消费者的需求正在快速变化。在经济增长强劲推动、金融服务业全面改革的带动下，一系列新的保险产品和服务加快推向市场。险企竞相调整业务模式，以适应飞速的社会和文化变革。眼光敏锐的中国消费者已经习惯了“阿里巴巴和腾讯效应”为零售行业所带来的快捷和便利。因此，在评价和考量保险产品时，当下的中国消费者要求类似于零售业的流畅且人性化的直观用户体验。

由于保险企业致力于借助科技的力量来满足不断变化的消费者需求，因此创新自然也将发挥重要的作用。从全球各国市场来看，第一代保险科技企业已经成为行业变革的领导者，不少科技险企采用了在其他行业兴起的电商模式。除了保险科技颠覆者以外，传统险企同样应用新技术推动行业变革。中国险企主动拥抱数字化变革的热情普遍高于西方同行，众安保险便是其中引人注目的一家互联网保险公司。

2015 年众安保险估值 8 亿美元，是全球获得融资支持最大的保险科技企业之一。作为金融科技领域的独角兽，众安利用全新的互联网思维创

建新的商业模式，成功将风险承保引入淘宝网、天猫、携程和中国电信等多行业生态系统。

在争夺市场份额的竞争中，中国险企还须了解国际同行的经验，根据其他市场的趋势变化做出正确的决策。欧美市场已经在讨论第一代保险科技企业须重新洗牌，随之将产生更具创造性和进取精神的第二代创业者。在互联网思维和快速兴起的挑战者背后，雄心勃勃的传统险企也将积极扩大保险市场份额，它们拥有共同的目标，就是突破传统的被动复制电商领域活动的拉动式商业模式，并发现更多机遇。

在快速变化的保险市场中，中国险企可以学习和借鉴哪些主要的经验教训呢？近年来保险科技一直是媒体的热门话题，但基于实例的分析指导却十分罕见。为了深入剖析这一行业热点现象，保险战略专家奥纬咨询与保险科技投资机构 Policen Direkt 合作，分析了 1000 多家保险科技企业和其他相关机构的数据，包括保险市场中活跃的金融科技企业，发现一系列正在兴起的行业趋势特征。

1. 价值诉求——这是指险企如何开发创新型保险产品和服务。长期以来中国险企一直积极拓展低成本、情景化和团体险业务领域，并开拓“投保转向保障”领域。中国可以借鉴美国健康险公司 Oscar 的实践范例，Oscar 采用正面承诺的方式，摒弃传统保险模式，积极拓宽经营范围。在目前美国医疗保健行业面临媒体严格监督的背景下，Oscar 围绕价值创造核心形成新的价值诉求，例如提高消费者整体健康状况。在中国，一些传

统险企已着手探索新的经营思路。平安集团旗下平安健康互联网公司推出了在线健康咨询及健康管理 APP “好医生”。在收购汽车垂直分类网络媒体“汽车之家”后，它们又紧密关注房地产行业。在意大利，安联集团为消费者提供统一的、条款可调整的保险合同，以满足消费者一生各阶段不断变化的保险需求。声誉和信任是保险业的基石，传统险企利用自身品牌知名度优势，可望在推出新产品方面取得成功。

2. 分销——毫无疑问，重新创造保险产品和服务的销售模式将对保险企业产生根本性的影响。目前中国的保险销售以 B2C 模式为主。然而，众安成功培育了合作伙伴一体化的分销模式，围绕合作伙伴形成生态系统并制定市场推广策略。基于人力资源管理和员工福利解决方案的公司平台等领域，可能成为中国市场进一步的增长潜力。美国健康险公司 Limelight Health 和英国险企 Hibob 正在积极尝试这一分销思路。此外，中国市场也可借鉴一些定位于中小企业的 B2B 模式，如英国商业保险平台 Simply Business 和美国在线商业保险公司 Zensurance。

3. 运营——从促成数字化销售到承保、理赔、财务和风险管理，当下

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_32140

