



俞燕：相互宝，灯火下楼台



意见领袖 | 俞燕



牛年的最后一个周五，也就是 2022 年 1 月 28 日 24 时，相互宝正式停止运行。

一个月前（2021 年 12 月 28 日），相互宝发布了即将关停的公告。

这一切来得并不突然。甚至可以说早在市场意料之中。自从 2020 年 8 月灯火互助宣布关停，拉开

九个月前的 3 月 24 日，轻松互助宣布于当日关停。两天后，水滴互助宣布将于当月 31 日关停。

两天之间，“互助三杰”便关停了两家。彼时业界便在关注，“三杰”中的另一杰——相互宝啥时也宣布关停。如今，曲终阙尽。

自从 2020 年 8 月灯火互助率先宣布，因会员人数过少而关停，网络互助的终局便已悄然落笔。

那一年，是网络互助开始出现分化的一年。一方面有新进者，比如新浪和小米分别推出新浪互助和小米互助，另一方面则是水滴互助取消对低度恶性肿瘤的保障，相互宝的大病互助项目人数则跌下 1 亿人大关。

灯火互助宣布关停的次月，CBIRC 打击非法金融活动局在一篇文章里，点名相互宝和水滴互助等网络互助平台属于非持牌经营，“涉众风险不容忽视”。

进入 2021 年，从美团互助开始，网络互助平台掀起了关停潮，直至相互宝关停，为这波关停潮划上了休止符。

从张马丁创办的抗癌公社（初名互保公社，现名康爱公社）作为国内网络互助的发端，到如今相互宝关停，网络互助在争议中走过了 11 年。

比较有意思的是，经历了关停潮之后，如今硕果仅存的，反倒是康爱公社、E 互助等最早成立的那拨网络互助平台。

P2P 平台已走入历史，同样充满争议的网络互助也注定要成为明日黄花。在高层和监管部门三令五申“所有金融活动必须纳入监管”的监管风向之下，无牌营业的网络互助，必然走向落幕。

在 14 亿人口中，曾有七分之一的人口加入到网络互助中，为他人也为自己，投入了金钱、热情和慈悲之情。从这个层面来说，网络互助的 11 年和相互宝的 3 年，不算虚度。

相互宝的三年和最后一刻

云报告
www.yunbaogao.cn

云报告
<https://www.yunbaogao.cn>

云报告
<https://www.yunbaogao.cn>

云报告
<https://www.yunbaogao.cn>

云报告
www.yunbaogao.cn

云报告
<https://www.yunbaogao.cn>

云报告
<https://www.yunbaogao.cn>

云报告
<https://www.yunbaogao.cn>

云报告
www.yunbaogao.cn

相互宝

去领取 >相互宝

谢谢你

感恩我们共同走过的三年

你曾经帮助过的那些人，他们现在过得怎么样

 点击查看视频

2018 2019 2020 2021

相互宝互助回顾

分享

 2018年底至今，
相互宝平台上的所有成员
共发起 **73** 期爱心分摊，
帮助 **186,961** 位患病成员。

 感谢你一直以来的信任与陪伴，
感谢你给予受助人的帮助和善意。

距离 2021 年终结还有两天，相互宝出其不意地发布了即将关停的公告。

在公告里，相互宝简短回顾了一下上线三年来的实绩：有 1 亿多成员，救助了 179127 名患病成员（约人均 14.5 万元互助金）。同时宣布，自公告之日起，现有成员不再参与互助分摊，原定公告当日扣款的分摊金及 2022 年 1 月的两期分摊金，全部由相互宝承担。

在宣布关停的同时，相互宝也同步提供了三个月的免费保障产品和服务。

在关停之前，相互宝的会员尚余 7500 万人。有业内人士根据 2021 年 12 月第二期公示的待分摊金额 5.6 亿元估算，由相互宝承担的三期互助金约为 16 亿元。加之关停后尚有符合互助规则的患病成员仍可申请互助金，相互宝平台大约需要承担的互助金约为 10 亿元，加之三个月免费转保期的成本，关停后，相互宝平台所需承担的成本约在 30 亿元左右。

彼时在轻松、水滴“互助两杰”关停时，业内就在推测，影响相互宝关停进程的最大因素，可能就在于关停成本。在蚂蚁集团终止上市后，一下子掏出逾 30 亿的真金白银，并不是多轻松的事，何况还有蚂蚁消费金融公司亟需补充资本金的重担。

何况，相互宝上线以来，尚未实现盈亏平衡。

保险科技平台原本是蚂蚁集团生态的重要组成部分，截至 2020 年上

半年，由该平台促成的保费及分摊金额高达 518 亿元。而这部分保费和分摊金额，来自三大块，一是国泰产险的保费，二是作为中介平台促成的保费，另一部分便来自相互宝的分摊金额。

与其他网络互助平台相比，相互宝的经历颇具戏剧性。最初，相互宝曾叫相互保，在 2018 年 10 月 16 日，由蚂蚁集团（当时还叫蚂蚁金服）与信美相互保险社联合推出。

而在相互保横空问世的半年前，水滴互助的注册用户突破 3.6 亿人，独立付费用户已突破 1 亿人，做到这些只用了 23 个月，水滴公司由此迈入“亿级互联网俱乐部”。

相互保宣布上线的次月（2018 年 11 月 13 日），另一家相互保险社众惠相互保险社，则牵手京东，拟推出“京东互保·重大疾病相互保险计划”，但在次日便匆匆下线。

13 天之后，相互保宣布更名，官方说法则叫“升级”。此后，相互保变成了相互宝。

一字之差，性质殊异。没有保险牌照却在产品名称中带“保”。这种所谓的保险形式、互助实质，是商业模式的创新，还是灰色地带的监管套利，亦是保险业和互联网业的争议焦点。

更名且与信美相互保险“解绑”，便意味着相互宝从此回归到作为“基于互联网的互助计划”的本质，与其他网络互助平台归为同类。

也许是水滴的成功激起了的兴趣，自 2018 年以来，滴滴、苏宁金融、360、美团、百度、新浪、小米等也纷纷加入这一阵营。

2019 年 8 月 9 日，相互宝宣布用户数突破 8000 万人，成为继水滴互助之后第二个用户数逾 8000 万人的网络互助平台。三个月后，也是在相互宝上线一周年，其用户数量突破了 1 亿人大关。

换句话说，相当于每 13 个国人里，就有一人加入了相互宝。

有关数据显示，在相互宝的会员中，有六成来自三线及以下城市，即所谓的下沉市场。这个人数众多，且保障意识和医疗常识相对缺乏的群体，一旦发生纠纷，极易引发舆情“海啸”。

对于网络互助平台来说，其最大的挑战便在于风控机制。比如，蚂蚁引以为傲的芝麻信用分来作为风险过滤器，能否筛查出恶意骗赔的风险和逆选择风险，以及能否据此优化会员的年龄结构，会不会出现死亡螺旋，一直为保险业人士所质疑。

此外，在 P2P 平台的前车之鉴下，网络互助平台是否也同样存在资金

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_36922

