

# 保险搭上互联网快车

日前，清华大学五道口金融学院中国保险与养老金研究中心携手元保集团联合发布了《2022年中国互联网保险消费者洞察报告》。《报告》显示，“80后”已成为互联网保险的主流购买人群，“90后”群体保险意识和消费能力也越来越强。

来自中国保险行业协会的数据显示，2013年到2022年，开展互联网保险业务的企业已经从60家增长到129家，互联网保险的保费规模已经从290亿元增加到4782.5亿元，年均复合增长率达到32.3%。中国保险行业协会副会长王玉祥表示，互联网保险的发展是宏观政策支持和科技创新发展的结果，也是监管机构保险主体相关机构共同探索创新并不断前行的产物。

## 行业发展有前景

近年来，互联网保险凭借投保便利、易触达等优势，规模迅速增长。无论是人身险还是财产险都展现出蓬勃的发展态势。在人身险领域，各保险公司通过不断迭代的百万医疗险、防癌险、住院医疗险等产品为公众在医疗、健康等众多场景提供保险服务。值得一提的是，各城市的“惠民保”产品，依靠互联网平台的推动，覆盖面不断扩大，弥补了基本医保与传统商业健康保险的保障空白，提高了居民重特大疾病的保障水平。在财产险领域，退货运费险、旅游意外险、宠物保险等满足了公众在日常生活中的不同需求，不少产品成为频繁出圈的“网红”。

记者在采访中了解到，针对灵活就业等新市民群体，各保险公司通过互联网渠道推出了专属商业养老保险、灵活就业保险、快递小哥专属意外险等多种产品，有效贴合了新经济形态下不同的保险需求，提高新市民金融服务的可得性和便利性。

平安产险相关负责人在接受经济日报记者采访时表示，近年来互联网财险格局也发生了深刻变化，非车险业务占比不断扩大，成为互联网财险业务的主力军。一方面互联网行业快速成长，业态日益多元，为互联网保险的发展提供了更丰富的场景和需求，促进了保险产品的创新和业务量的增长。另一方面随着大数据、云计算、区块链和人工智能等新技术的飞速发展，推动了传统产品的互联网化，也同时为互联网非车险场景化产品创新、精准营销、优化服务提供了强有力的技术支持。

此外，多家保险公司在提供保险服务的同时，通过互联网医院延伸了服务链条，打造出“医+药+保”创新服务模式。众安保险、平安保险等通过互联网医院将保险保障与医疗服务深度融合，为用户构建从前端健康管理到后端医疗医药服务的一站式的服务保障体系。

日前，中国保险保障基金有限责任公司发布了2023年一季度中国保险消费者信心指数。调查显示，今年一季度中国保险消费者信心指数为71.3，环比上升3.3，处于信心较强区间。随着疫情对经济的影响逐步消退，我国稳经济政策措施所产生的正向效应进一步显现，保险消费者对宏观经济环境和行业运行环境的感知趋向乐观，个人消费意

愿也有所增强，保险消费者信心指数呈现企稳回升态势，连续两个季度稳中向好。

清华大学五道口金融学院中国保险与养老金研究中心主任魏晨阳认为，保险行业经历了疫情挑战，随着稳经济政策效应的逐步释放，宏观经济和企业层面都呈现复苏和增长势头。我国已经进入老龄化社会，现有社会保障体系亟待商业保险的补充，非标体与个性化服务成为健康险创新增长的新动能。人工智能迎来划时代的突破，将为保险行业带来更高效的运营、更创新的产品与服务以及更广大的市场。多重因素叠加，保险业迎来新的发展机遇，未来可期。

## 产品创新不停步

《报告》显示，在已经购买过的保险产品，健康险的普及率最高，且仍是受访消费者未来首要考虑的产品。储蓄型保险和商业养老保险在利率下行的背景下，越来越受到消费者青睐。

王玉祥认为，健康和养老是广大人民群众最迫切的保障需求，也是互联网保险的重点发展领域。比如充分发挥商业健康保险的补充作用，推动商业健康保险与基本医疗保险有效衔接，加强与医疗护理及健康服务行业的合作，持续推动我国老年保障和服务事业的发展。

近年来，互联网保险有效提升了广大保险需求者的保险素养，挖掘了大众风险保障的需求。相比传统的保险产品，迭代速度更加迅速，客户挖掘更加下沉，满足更多消费者更深层次的保障需求，从而有效推动传统保险产品的创新和发展。

作为国内第一家互联网保险公司，众安保险的“尊享e生”百万医疗险完整见证了健康险搭上互联网快车后的发展历程。据众安保险相关负责人介绍，历经8年22次迭代，“尊享e生”产品保障范围不断扩大，保障针对性不断加强。产品在迭代中，先后增加了恶性肿瘤0免赔、质子重离子治疗100%赔付、重疾住院医疗费用垫付等保障责任和服务，并推出了针对慢病、老年人等人群的定制化百万医疗险产品。在2022年底的一次用户调研中，65%的受访者反馈“尊享e生”是自己的第一张健康险保单。

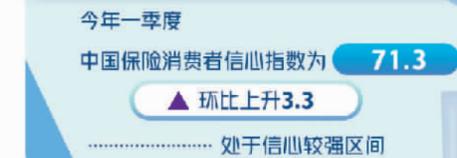
瑞士再保险中国区原总裁东辉认为，不同细分人群的保险需求在进一步深化、细化，有待被保险行业更加精准地满足。过去那种简单粗放、没有特色、不重服务的标准化产品正失去市场，而客户画像精准、满足特定需求、注重客户体验的升级型、价值型、服务型产品将迎来强劲增长。

元保集团CEO方锐认为，资本市场波动、理财产品打破刚兑以及存款利率下行等因素，让消费者开始选择抗风险能力强、可以穿越时间周期的金融产品。此外，当前人口老龄化趋势加剧，让商业养老保险受到消费者的关注。这些发展趋势对保险行业提出了新要求，一是要开发恰当的保险产品，在满足市场需求的同时兼顾经营风险，确保行业长期健康发展；二是进一步提升投资能力，发挥保险资金久期较长、供给可持续的优势，在资金安全的前提下提高投资收益

## 中国保险行业协会数据显示



## 2023年一季度中国保险消费者信心指数显示



水平。

原中国保监会副主席周延礼认为，互联网保险除了开发丰富的产品，还应提升客户的理赔体验，注重消费者的权益保护。理赔往往是保险业投诉的重灾区，是保险业发展的重点和难点。发展互联网保险应该高度重视相关产品在理赔领域的服务质量，积极应用新技术提升理赔的速度和效率。阳光保险集团副总裁谷伟认为，一个好的或者坏的内容一旦触网，品牌和口碑会被几何级放大。在互联网保险领域，保险公司应比线下渠道更加注重产品性价比和提供优质服务。

## 科技赋能强服务

2022年，中国银保监会曾向各财险公司下发《关于推进财产保险业务线上化发展的指导意见》提出，车险、农险、意外险、短期健康险、家财险等业务领域线上化率达到80%以上，其他领域线上化水平显著提高。

保险业务线上化最需要的就是金融科技给予技术上的支撑。平安产险相关负责人表示，保险科技的应用将给保险业的风险管理、精准定价带来持续优化的可能。近年来，互联网保险公司、传统保险公司、保险中介公司等主体强化金融科技思维和互联网思维，在客户画像、精准营销、客户服务的基础上，进一步运用于产品设计、精准定价以及风险管理等全流程。

业内人士普遍认为，互联网保险运用信息技术有效优化业务流程，提高运营效率，降低运营成本，同时增强客户线上全流程服务体验，增强互联网保险销售行为的可回溯的管理，从而有效推进传统保险领域保险科技的发展。

《报告》显示，接受调研的消费者超八成表示会继续考虑在线上购买保险。消费者对线上保险服务，也有了更加明确的需求和期待，比如：消费者希望增加保险评测对比功能，希望理赔流程更加透明且实时同步，

等等。这种消费习惯的变化，要求保险业要不断加强线上的服务能力，对保险公司来说，全面线上化、智能化不是选择题而是必答题。

方锐表示，随着新一代人工智能技术带来的创新与突破，包括保险产品推荐、投保核保、客服咨询和理赔售后在内的全流程智能化水平，都将进入全新的阶段。线上服务各环节的准确性、便捷性和及时性将明显改善，大幅提升线上服务的用户体验。

多位业内人士在接受经济日报记者采访时表示，保险科技的应用有利于实现保险公司与消费者的双向奔赴。一方面通过对技术、产品、场景的搭建，创新产品服务和行业模式，扩大保险服务领域，使用户获得更方便、更便捷、更多元的保险体验，为行业带来增量市场。另一方面，全面深入的数字化实践和用户思维使得互联网保险更懂用户，通过大数据、人工智能等技术洞察用户的真实需求，从而提供更为个性化、专业化的保险产品与服务。

值得注意的是，由于投保理赔等环节涉及大量个人信息和隐私。通过技术手段保护公众信息安全也成为保险公司和保险中介机构的必选项。王玉祥认为，加强互联网保险消费者个人信息的保护。这是互联网保险发展中的重要规则。保险公司和平台要建立健全个人信息保护机制，切实做到规范保险公司个人信息处理行为，坚守数据安全底线。同时，互联网保险作为与互联网生态深度融合，与平台企业密切合作的领域，既要按照金融领域相关的规章制度，严守合规要求和风险底线，又要遵守平台企业相关的监管要求。

金融服务新市民又有新动向。近日，北京、天津、河北三地金融监管部门联合发文强调，加强京津冀新市民金融服务，引导银保机构推动形成覆盖新市民群体的多元化区域性金融服务体系。

自银保监会去年发布加强新市民金融服务通知以来，监管部门和金融机构深入摸排区域新市民情况，聚焦破解新市民急难愁盼问题，新市民金融服务的可得性和便利性得到很大提升。

此次三地联合将从整体上统筹金融资源，这对于优化区域之间新市民金融服务具有先行先试意义。京津冀三地在新市民中的协同探索对不同区域加强新市民金融服务也具有参考价值。从区域一体化发展格局看，我国已有京津冀、长三角、珠三角、成渝地区等经济圈，经过近些年的快速发展，经济圈地区的城镇化水平不仅稳步提升，还吸引了农村劳动人口通过就业、求学等方式涌入城镇，融入当地成为新市民。

作为潜在的消费群体，我国新市民群体目前约有3亿人，这些城市新增人口对养老、医疗、理财等基本公共服务有迫切金融需求。为此，金融机构不能眉毛胡子一把抓，要拿出有针对性的金融产品，精准契合不同行业群体的需求。

尽管金融服务新市民的前景被看好，但是落实到具体金融机构头上，实践起来并不是那么一帆风顺，部分金融机构时常出现不愿贷的现象。究其原因，主要还是由于新市民人群具有流动性大、收入不稳定、缺乏抵押品等共性特点，容易导致金融机构信用风险增大。

打通金融服务堵点要瞄准新市民特点。对于监管部门来说，应围绕服务新市民高频场景搭建监管支持政策，聚焦金融服务新市民痛点，将有助于化解金融机构“后顾之忧”。比如，京津冀此番要求针对新市民跨区域工作生活特点，鼓励金融机构联合开展贷款“三查”、探索开展跨区域跨机构授信合作，为京津冀三地内的异地押品提供增信服务。这为金融机构服务新市民搭建政策指引，强化机制保障，有利于鼓励金融机构放下担子、丢掉包袱，积极拓展新兴业务。

对于银行机构来说，减少双方信息不对称、压降贷前审核的风险是做好新市民服务的前提。随着金融科技的发展，亟需鼓励区域之间的金融机构对接当地金融服务平台或信用信息平台，为新市民“首贷”提供信用支撑。

从现实情况看，仅凭一家金融机构之力很难服务好广大的新市民群体，要加强消费等信用数据互联互通，合力服务好这一广大人群。同时，针对该人群特殊的风险画像，需要监管部门以考核激励机制为指引，落实尽职免责制度，适当提高对新市民消费业务倾斜机构的不良贷款容忍度，以此调动金融机构服务新市民积极性，充分深挖新市民业务市场空间。

## 2022年度保险服务质量指数出炉——

# 提升保险业服务还有较大空间

本报记者 武亚东

务，可以说，服务是保险业的立业之本和生存之基。而此次指数选取的险种则是与保险消费者关系密切且覆盖范围较大的财产保险公司的车险业务，人身保险公司的寿险、意外险及健康险业务。

经记者梳理发现，在财产保险（车险业务）公司方面，此次发布的指数中有9家财产保险公司得分超过90，其中有太保产险、平安产险、人保财险、利宝保险、大地保险、中航安盟保险、太平财险、中华财险、合众财险；指数得分超过90的公司数量较上一年度增加5家。此外，2家财产保险公司的指数得分低于60，三井住友海上火灾保险指数得分为55.98，长江财险为50.55。

在人身保险方面，太保寿险、国寿寿险、友邦人寿、安联人寿、交银人寿、财信吉祥人寿、太平人寿、泰康人寿、中信保诚人寿等9家人身保险公司的指数得分超过90，数量较2021年度增加4家。人身保险中，仅有汇丰人寿一家指数得分低于60，为50.24。

与2021年度指数结果相比，财产保险业案均索赔支付周期、结案率及续保率等指标实现提升；人身保险业退保率及保单继续率等多个指标获得改善，结案率指标保持在较高水平。中国银保信相关负责人表示，自首期保险服务质量指数发布以来，保险业积极开展智能线上化作业、理赔直付等多元服

务，保险消费者获得感增强，保险服务质量指数引领行业提升服务的意义初步显现。

据了解，保险服务质量指数依托行业信息服务平台数据编制，从消费者视角出发，从服务便捷性、服务获得感、服务认可度、服务持续改善性4个维度进行评价，整体涵盖了承保、理赔服务共计7个方面的单项指标。而此次发布的指数编制对象为截至2022年12月31日，开业满2个会计年度的财产保险公司及人身保险公司法人机构，养老保险公司、农业保险公司、再保险公司、保险集团公司等类型的保险公司都暂不纳入指数编制范围，并根据保险公司接受监管措施等情况，对纳入指数的公司范围进行动态调整。

未来，保险公司如何用好指数提升服务水平？马国涛认为，保险公司首先要全面提升对服务质量指数工作的认识，全面落实保险业的政治性、人民性和专业性的要求，抓好每项指标背后的客户服务工作落地。其次要高度重视客户需求与体验，扎实推动客户服务的线上线下一体化。尤其是在理赔方面，通过线上化、智能化的技术运用，透明理赔等举措，切实解决客户理赔问题。最后要直面客户痛点，建立完善各项管理机制，打造高素质保险体验官队伍。同时，从产品和服务源头体验出发，溯源保障消费者权益，将更多消费者喜欢、适合的产品与服务配置给有需要的消费者，发挥主业的保障服务功能。

也更科学客观，为消费者多元化获取保险业服务情况提供了新的途径。

阳光财险消费者权益保护部副总经理马国涛表示，保险服务质量指数全面客观地反映了保险机构的理赔与承保服务水平，也是目前行业最权威的服务质量评价，受到越来越多消费者的关注。通过服务质量指数的有效管理，阳光财险连续两年实现指数与排名提升，不断提高了公司客户服务能力。

众所周知，保险的主要功能是风险管理和损失补偿，但两者都离不开优质高效的服



日前，中国银行保险信息技术管理有限公司（以下简称“中国银保信”）发布了2022年度保险服务质量指数。数据显示，2022年度财产保险（车险业务）服务质量行业指数为90.49，2022年度人身保险（寿险、意外险、健康险业务）服务质量行业指数为85.28。

“从行业整体来看，指数和大部分指标均呈现稳中有进的态势。”中国银保信相关负责人表示，保险服务质量指数采用指数化方式揭示保险业的服务质量，更贴近市场，