

保险科技对互联网保险的影响

袁庆玲

伴随互联网技术的不断革新和发展,人们的生活方式也发生了翻天覆地的巨大变化。互联网影响着人们获取信息、沟通、消费的方式。随着互联网的普及和经济的飞速发展,我国在《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》中提出:“把科技自立自强作为国家发展的战略支撑”;“培育壮大人工智能、大数据、区块链、云计算、网络安全等新兴数字产业”。这表明科技创新和数字经济将在未来成为我国发展的重点。保险行业积极拥抱互联网,顺应科技发展使用保险科技来提升保险的业务经营能力和竞争力成为趋势。

1. 互联网保险现状及问题

1.1 互联网保险概念及特征

互联网保险的定义在学术界尚未明确和统一,通过《互联网保险行业发展报告》里面的内容来看,互联网保险应该是指一些险企、保险中介通过互联网科技和平台,来给用户包括售前、售中、售后在内的一系列产品和服务。其业务推广和费用收取通过电子支付平台进行。简单来说,互联网保险是将保险业务在线上进行,是保险行业与互联网科技的深度融合,是对传统保险的创新。

互联网保险具有保费低、保险期间短的特点,主要因为保险的签订都是通过网络实现的,相较于传统保险线下进行交流和解答来讲,信任度较低。所以通过低保费、保险期间短的产品如短期健康险、意外险等,方便达成交易。

由于互联网的发展,互联网保险的受众更加广泛,保险企业可以利用互联网科技挖掘更多潜在用户。随着移动支付方式的普及,互联网保险在线购买时有支付快捷、成本较低的优势。

1.2 互联网保险的发展现状

我国互联网保险从1997年开始出现萌芽,中国首家互联网保险公司自2013年成立以来,我国的互联网保险蓬勃发展。中国保监会统计相关的数据显示,我国互联网保险行业在2012年的保费规模就达到了110.7亿元。此后,该行业迅速发展,2016年达到了巅峰,保费规模高达2347亿元,相较2012年增加了近23倍。为了促进互联网保险行业的健康发展,相关部门在2017年加强了监管,增长回落。2022年涉足互联网保险业务的企业数量增加到129家,相比2013年翻了一倍,保费规模增长到4782.5亿元,相比2013年增长16倍,年均复合增长率约为32.3%。

互联网产品也在不断推陈出新,推出很多创新的产品险种。如宠物保险、手机碎屏险、退货运费险等。

并且互联网保险经营模式也呈现出多样化。互联网保险的经营主体不拘泥于互联网保险公司,还有传统保险公司、互联网中介平台、第三方平台等。

1.3 互联网保险目前存在的问题

消费者权益受损。在2015年到2016年间,互联网保险的保费收入增长迅猛,但同时投诉量也与日俱增,2019年银保监会收到的互联网保险消费者投诉量达到1.99万件,同比增长了88.5%。消费者权益保护相关问题比较突出,比如:销售告知存在误导、强制捆绑搭售、购买容易理赔难等。并且会使用一些“0元首付”等吸引眼球的虚假广告,在诱导用户购买之后,实际是把总保费分摊到月缴保费中。

监管不完善。虽然2015年发布《互

联网保险业务监管暂行办法》,2020年正式出台《互联网保险业务监管办法》,但是随着互联网保险的迅猛发展,法律法规不能跟上节奏,也会让监管在时效性上产生困难。

安全问题。互联网安全问题也不容忽视,随着互联网的发展,互联网保险机构的资质良莠不齐,如果互联网支付平台的漏洞被人利用,发生损失很难挽回。同时互联网的便捷和虚拟的性质,外加存在信息不对称,也更容易引发欺诈。

产品同质化严重。由于互联网保险的经营主体增加,新研发的保险产品是需要信息披露的,这样就导致一款新产品出现之后,各家都纷纷效仿。侧面显示出产品创新性不足,对保险公司来讲竞争压力也随之增加。

2. 保险科技现状

Stoeckli^[1]认为保险科技视为金融科技的一部分,是一个或多个传统、非传统的市场参与者利用信息技术来给保险行业提供特定解决方案的创新。《中国保险科技发展白皮书》阐释了保险科技的内涵,其主要是通过大数据、人工智能、区块链和物联网等尖端技术推动行业创新。这些技术的引入不仅催生了新的保险产品、业务模式和流程,而且对保险市场、保险机构乃至整个保险业务的未来发展产生了深远影响。

当前,中国保险市场呈现出巨大的需求潜力,为保险科技的发展提供了强大的动力。随着大数据、区块链和人工智能等技术的不断发展,它们在保险业务的各个环节已经逐渐渗透并发挥着重要作用。

我国人口规模庞大,但是保险行业保费占GDP收入的比例不高,相比保险发展更成熟的西方国家还是有一定差距,也说明我国的保险市场还有很大的发展空间,也就为保险科技提供了很大的应用市场。

3. 保险科技赋能互联网保险

3.1 推动保险产品创新

通过保险科技一些新技术的应用,可以发掘投保人真正的需求,更准确地捕获用户画像,比如在不同用户群体按照职业进行细分的情况下,再结合不同的应用场景如就医、购物等进行定制化产品创新。做到以消费者为中心,提供以满足消费者个性化、多样化的需求为目标的保险产品,打破产品同质化的局面。提供个性化保险服务,以改变人们对传统保险的看法。

黄万鹏^[2]指出的经典案例——退货运费险。在互联网购物发展浪潮中,网购成了不可或缺的一部分,随之而来的是退货付费的纠纷不断。由此推出的退货运费险通过鼓励商家购买,通过后面大数据分析等相关技术辅助,实施不同定价策略,保险公司扭亏为盈、商家销量增加、消费者更愿意买有免费退货运费险服务商家的东西,达到三赢的局面。

可穿戴设备的不断普及,体现了保险科技软硬件支撑的价值,在健康险方面有较广阔的前景^[3]。传统的保险定价模式由于基于“大数法则”,所以往往会直接拒绝为高风险人群如患有高血压、糖尿病等疾病的人提供保险保障。随着可穿戴设备的普及和发展,针对这些高风险人群推出了特定的保险产品,打破

了以往不能带病投保的限制,还开创了全新的商业模式,让保险姓“保”。

推出的运动步数抵扣保费、换取保额等方式增加与用户的互动,用户通过运动的方式改善了健康状况,这些方式不仅增强了用户黏性,也从侧面降低了赔付率。

3.2 增强保险产品定价、营销精准度

保险公司的盈利能力与保险产品的定价是否精准有很大关系,传统保险是识别出潜在高风险的用户,通过风险评估后,把风险分摊到其他用户群体中。而互联网保险利用大数据、云计算等多维度收集用户的相关数据,在此基础上进行分析和定价,进而提升定价的精准度。

传统保险注重业绩,而保险本身是一个专业性较强的产品,对用户存在信息不对等的情况,所以过去销售会把佣金高但是需求并不匹配的产品推荐给用户购买,导致用户信任感降低,并且被诟病保险是骗人的。而借助保险科技赋能,提升用户画像准确度,为客户提供真正需要的产品,才能提升用户的信任,不断增加用户黏性,才能提升营销能力,并提升转化率。

3.3 提升保险服务质量

保险服务体现在售前、售后各个阶段,可以通过保险科技的赋能来简化烦琐流程、提升效率。比如随着人工智能相关发展,智能客服可以解答用户对保险购买和售后相关的问题,大大减轻人工客服压力。利用保险科技的相关技术,通过实时收集用户的数据,对用户的健康、行为、理赔等数据的分析,针对不同用户情况,推送定制化、差异化的产品,让用户获得更好的服务体验。

随着互联网业务规模扩大,理赔案件递增,理赔服务也是保险服务的重要一环。用户更愿意选择理赔手续简单、赔付速度快的理赔服务。除了提供App等途径,方便用户查询关注进度,同时利用OCR识别,完成票据材料收集、身份验证等。还同医疗机构合作实现直赔,进一步提升理赔效率。再比如车险定损可以利用远程采集照片方式,后利用人工智能、图像识别等技术及时快速进行定损,提升理赔效率,减少用户等待时间,增加客户满意度。

理赔智能化是科技赋能的直接体现,不仅减少了人工出错概率和道德风险,还减少了相应的成本支出。同时可以将改善“事后”服务转变到预防相关理赔风险发生的预防和检测上,培养用户保险意识。

3.4 保险风险防范效果提升

在互联网上进行保险投保,存在信息不对称的情况,很容易引发道德风险、逆向选择,如何防止骗保,进行风险控制,也对保险行业提出了更大挑战。利用大数据、人工智能等,可以有效提升风险控制、欺诈识别和理赔决策的相关能力,更好地防范欺诈的发生。

区块链是一个共享的、不可篡改的账本,可以促进业务网络中的交易记录、资产跟踪流程,因其具有不可篡改性,所以可以确保数据的可靠性。应用区块链技术,以智能合约为依据,只要满足相应条件不需要人为操控就可以执行,在投保时来判断投保客户的资金实力和资格,来提升企业的反欺诈能力,避免用户重复投保等行为,同时也避免失约、毁约等现象。所以将智能合约应用到保险销售过程中,也可以提升用户满意度,同时减少了相应的人工成本。

4. 保险科技对互联网保险发展影响的建议

4.1 根据业务场景融合技术创新

保险科技对保险公司盈利能力呈“U”形影响^[4],证明保险公司在保险科技前期需要大量的资金投入,投入资源不足导致科技产出的时滞性增加,反使得保险公司成本增加、效果不明显,所以保险公司不能仅停留在简单的应用层面,导致底层的技术创新能力弱,更需要结合自身业务特点,挖掘探索保险科技的应用场景,提高技术,促进数字化转型,更好地增强自身盈利能力。

4.2 监管能力加强

保险科技的发展对传统保险有很大的冲击,同时也在重塑现有的保险产业链条。科技的应用必定带来更多潜在风险且隐蔽性更强,同时数据隐私的相关问题更要引起重视。这对监管机构也提出了更高的要求,不仅要及时出台各种法律政策,创新监管方式,还可以引导科技促进保险发展,实现风险跟科技创新的平衡。

4.3 合理利用技术的优势

虽然使用人工智能等保险科技可以提高效率,但是智能化程度不高,对冗长烦琐的问题无法回答,还缺乏温度,并不能完全替代人与人之间面对面交流的体验。所以在利用好科技的同时,也要提升人员的利用效率。使用交叉销售方式,提升用户转化率和忠诚度,也为消费者提供更好的服务。同时也要不断提升企业产品智能化、自动化的水平,更好地解决消费者痛点。

4.4 不断提升风险控制能力

用户的相关信息数据是保险公司进行需求挖掘的基础,这也让其成为黑客的潜在攻击目标。在推进和应用保险科技的过程中,我们必须对信息安全问题给予充分的关注和重视,因为一旦信息泄露,无论是对用户还是企业,都将带来严重的损失及不良后果。

在利用保险科技的同时拓宽用户的反馈投诉渠道,建立评价体系,方便及时收集处理用户的不满体验和投诉,加强网上相关负面内容的收集,及时改善服务质量,并进行舆情控制和公关处理。

4.5 培养相关人才

在保险科技的发展和应用方面,人才在企业中也发挥了非常大的作用,所以要做好相关方面技能人才的储备,与高校合作,培养跨学科复合型人才。此类人才不仅要求会使用大数据、人工智能等相关技术,还需要了解保险和监管等相关规则。所以相关人才的培养也非常重要,这样才能推动企业发展。

参考文献:

- [1]Stoeckli E.,Dremel C.,and Uebernickel F.,2018.Exploring Characteristics and Transformational Capabilities of InsurTech Innovations to Understand Insurance ValueCreation in a Digital World. Electronic Markets, Vol.28, No.3:287 - 305.
 - [2]黄万鹏. 保险科技助力保险业高质量发展[J]. 中国保险,2018(07):12-15.
 - [3]周雷,邱勤,王艳梅,刘婧. 新时代保险科技赋能保险业高质量发展研究[J]. 西南金融,2020(02):57-67.
 - [4]张智涵. 保险科技对保险公司盈利能力的影响研究[D].2022.
- 作者系中央财经大学保险学院在职硕士研究生