

做有温度的保险

——金融科技渲染金融生活蓝图

2016年

互联网生态保险

1

新生代的第一张保单

2

颠覆性金融科技

3

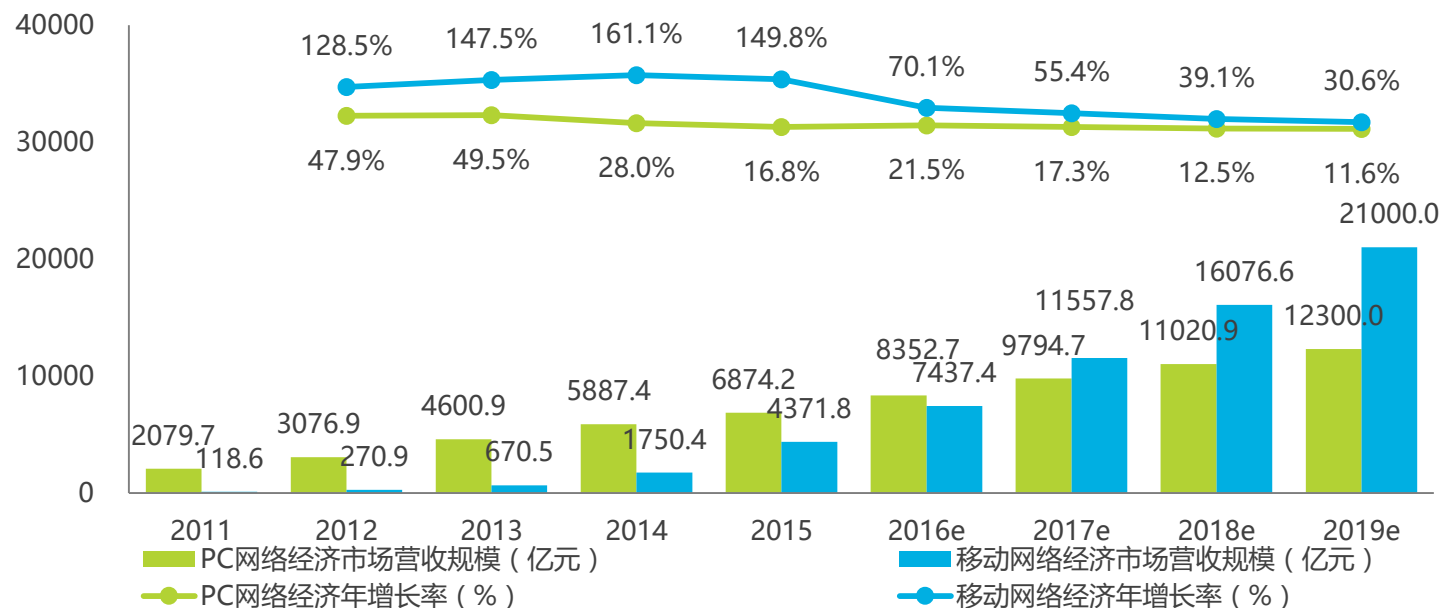
互联网金融生活蓝图

4

互联网创造新经济

网络经济总量逐年提升，行业地位已经确立

2011-2019年中国PC和移动网络经济市场营收规模及增长率



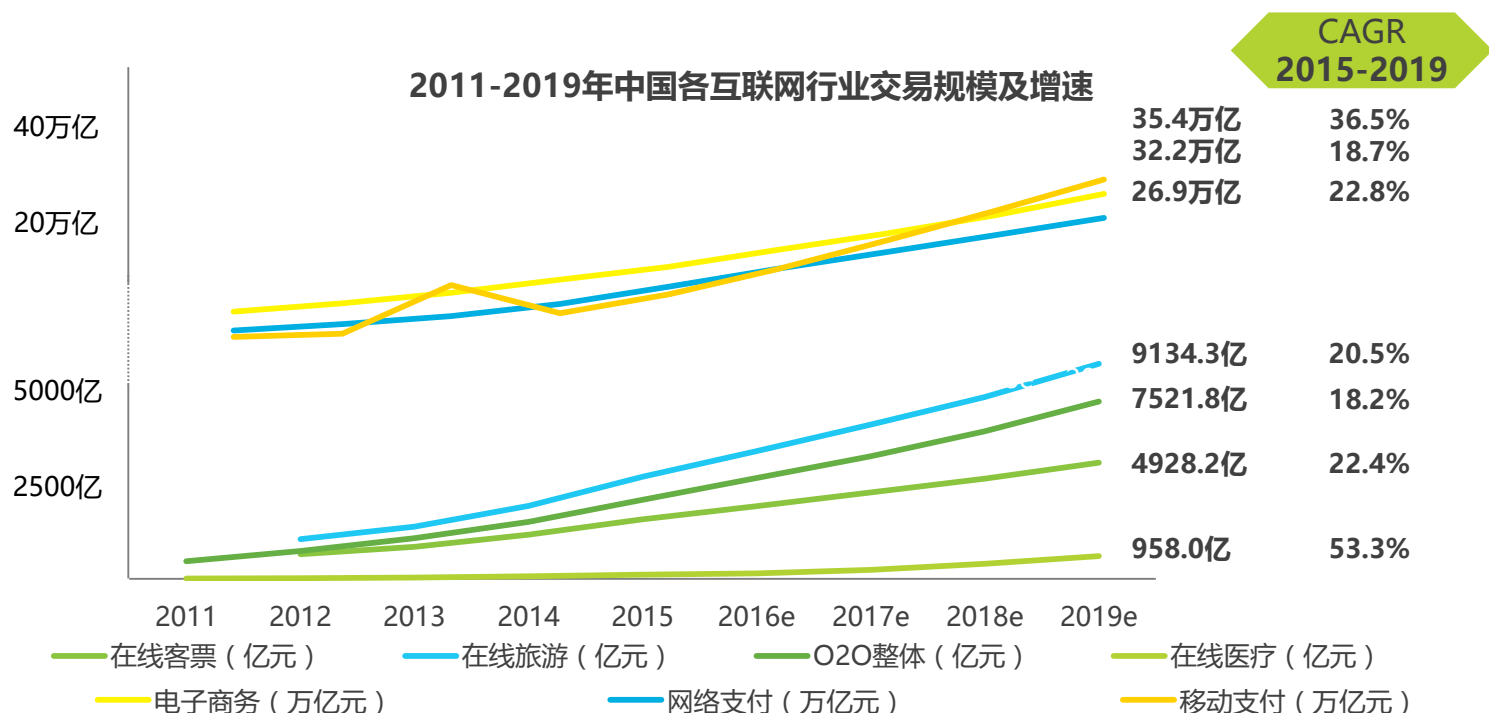
互联网产业走向成熟，网络经济基数庞大，未来增速放缓，但也同时意味着互联网以成为重要经济体，成为居民生活的虚拟环境载体，并蕴涵巨大商机。

注释：网络经济营收规模指基于经营互联网相关业务产生的企业收入规模之和，包括PC网络经济和移动网络经济。

来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

互联网生态行业发展趋稳

网络环境的稳定孕育更多市场机会

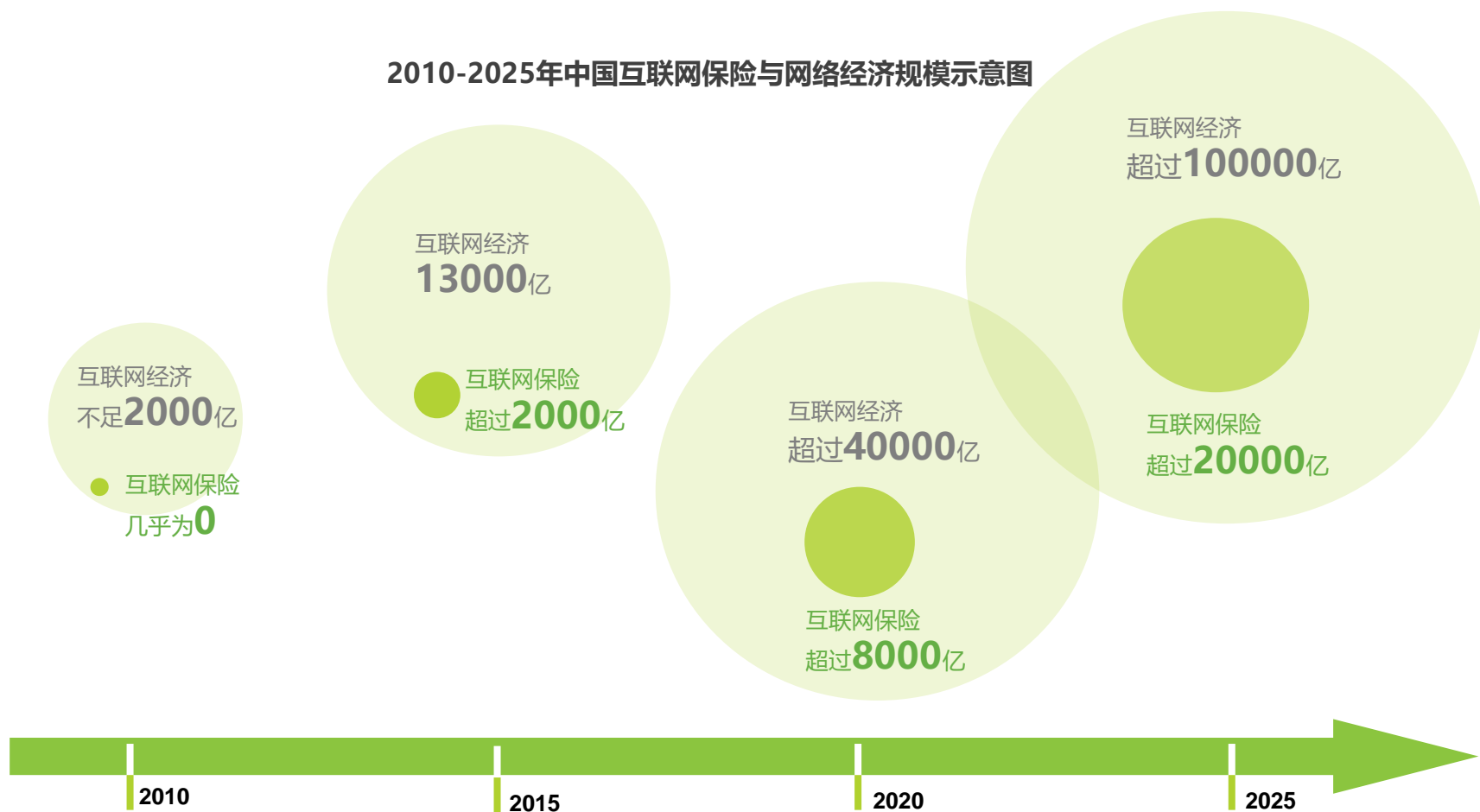


来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

互联网保险加速融入互联网经济

与互联网经济相辅相成，凸显连接的核心价值

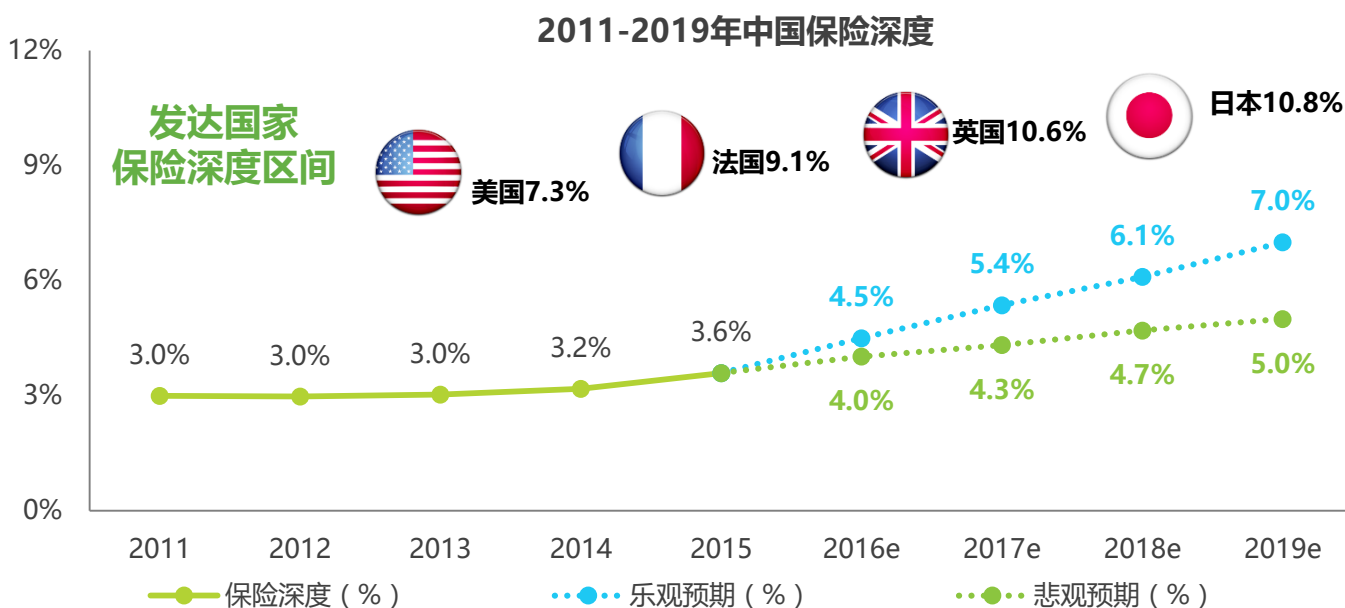
2010-2025年中国互联网保险与网络经济规模示意图



来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

中国保险业尚处初级阶段

我国保险深度不及保险发达国家的一半



中国目前的保险需求尚未得到有效释放。在面对传统保险时，消费者更多的愿意将保险定义成额外支出而非保障或增值服务。打破这种僵局，需要对保险行业进行三个方面的升级：场景、产品及用户体验。

注释：保险深度是指某地保费收入占该地国内生产总值（GDP）之比，反映了该地保险业在整个国民经济中的地位。保险深度取决于一国经济总体发展水平和保险业的发展速度。

来源：2015年之前数据来源为中国保险业协会，2016年后的预估综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

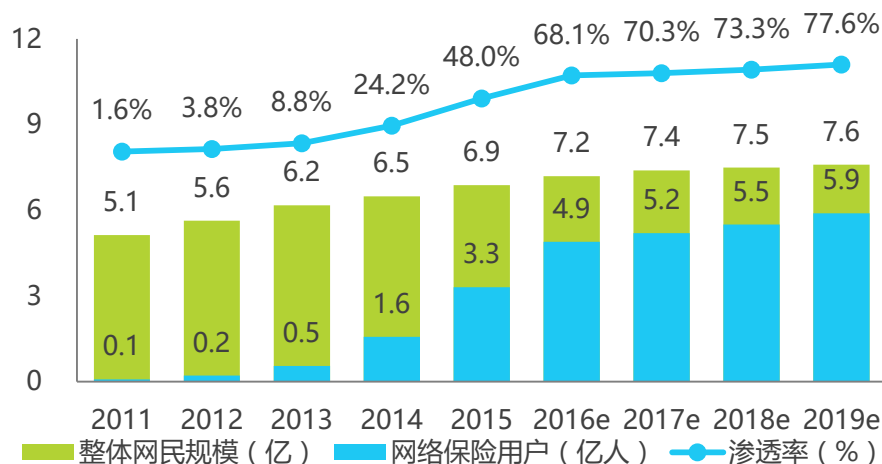
用户是互联网保险的基础

互联网保险亲民性将有效提高用户保险率

互联网保险用户渗透率将持续增长

互联网保险用户特征

2011-2019年中国网民及互联网保险用户规模



- ✓ 偏好互联网化的消费方式
- ✓ 注重方便、快捷、个性化的用户体验
- ✓ 金融意识显著增加

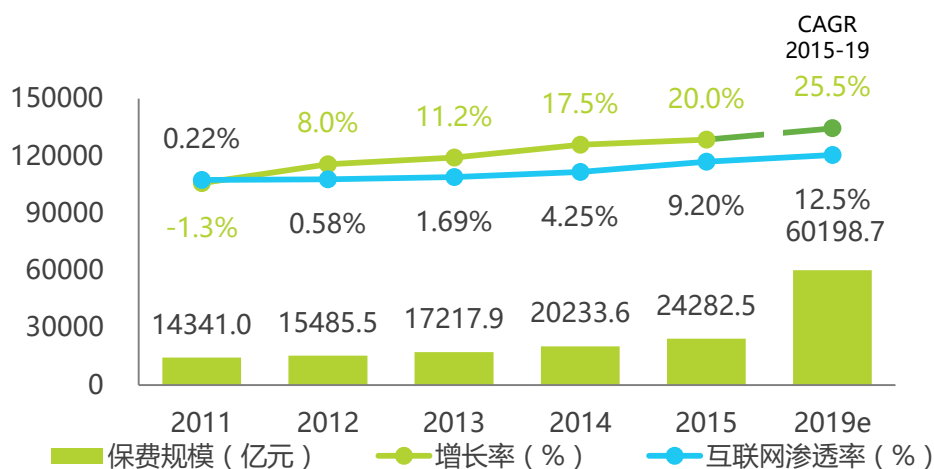
依托于互联网生态的保险产品可以将复杂的金融概念，在短时间内触达大众。区块链，大数据，云构架极大缩短保险产品设计上线速度，自动化的流程优化客户体验，因此极大提高了保险覆盖率。

注释：保险用户渗透率为泛互联网保险用户占整体网民的比例。
来源：CNNIC，中国保险行业也会，综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

行业高速发展互联网渗透加快

互联网化将成为行业发展的关键驱动因素

2011-2019年中国原保费规模及互联网渗透率



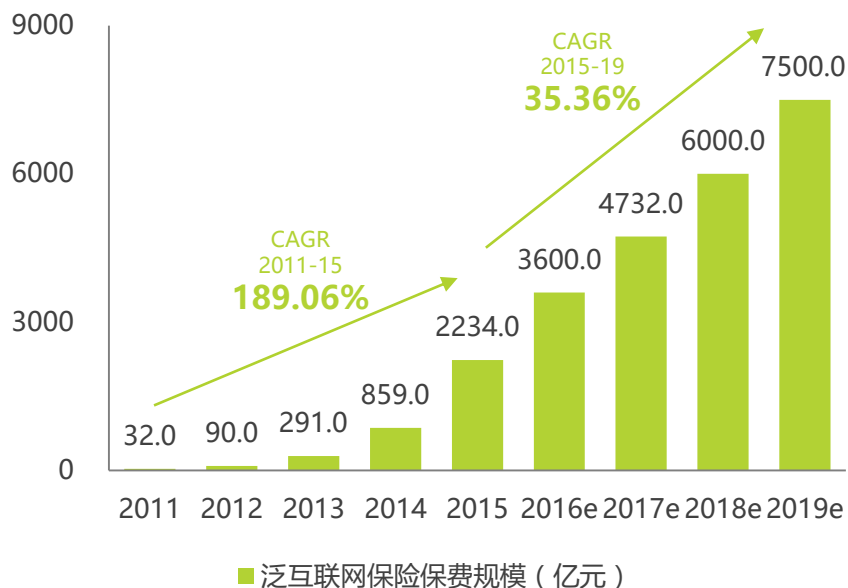
- 保监会数据显示，2004-2010年这六年间，我国保险原保费复合增长率高达22.4%，但2011年受经济增长放缓和购车补贴调整、车辆限购等政策影响，保险业务出现暂时性的下滑。
- 2011-2015年保险行业增速逐年提高，而2016年1-5月保费同比增长38%，经历5年的蓄力，保险迎来了新的爆发期。
- 2015年互联网保险渗透率从2011年的0.2%提高到9.2%，未来依旧会缓慢提升。预计到2019年，我国保险市场保费规模将超过6万亿，互联网渗透率达到12.5%。

来源：保监会，中国保险业协会，综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

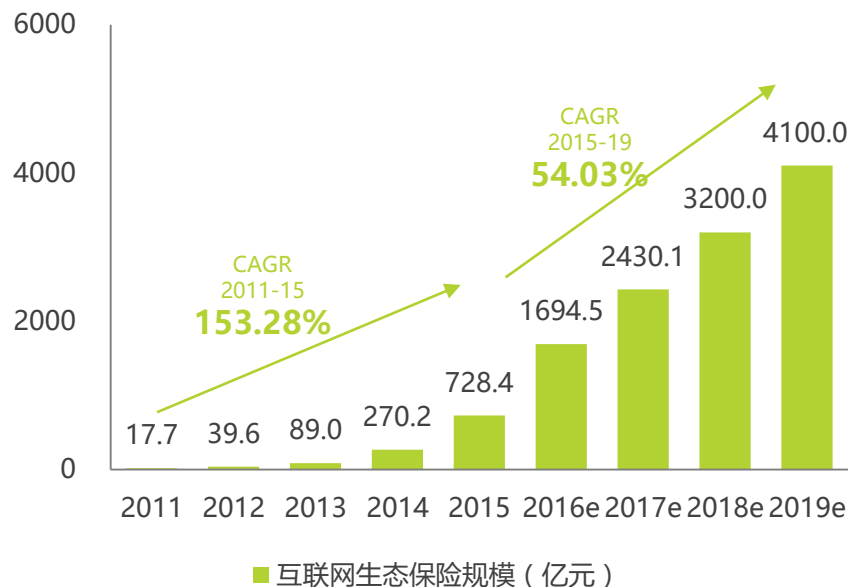
生态保险为市场注入新的活力

互联网生态思维正在创造新的保险市场

2011-2019年中国泛互联网保险保费规模



2011-2019年中国互联网生态保险保费规模



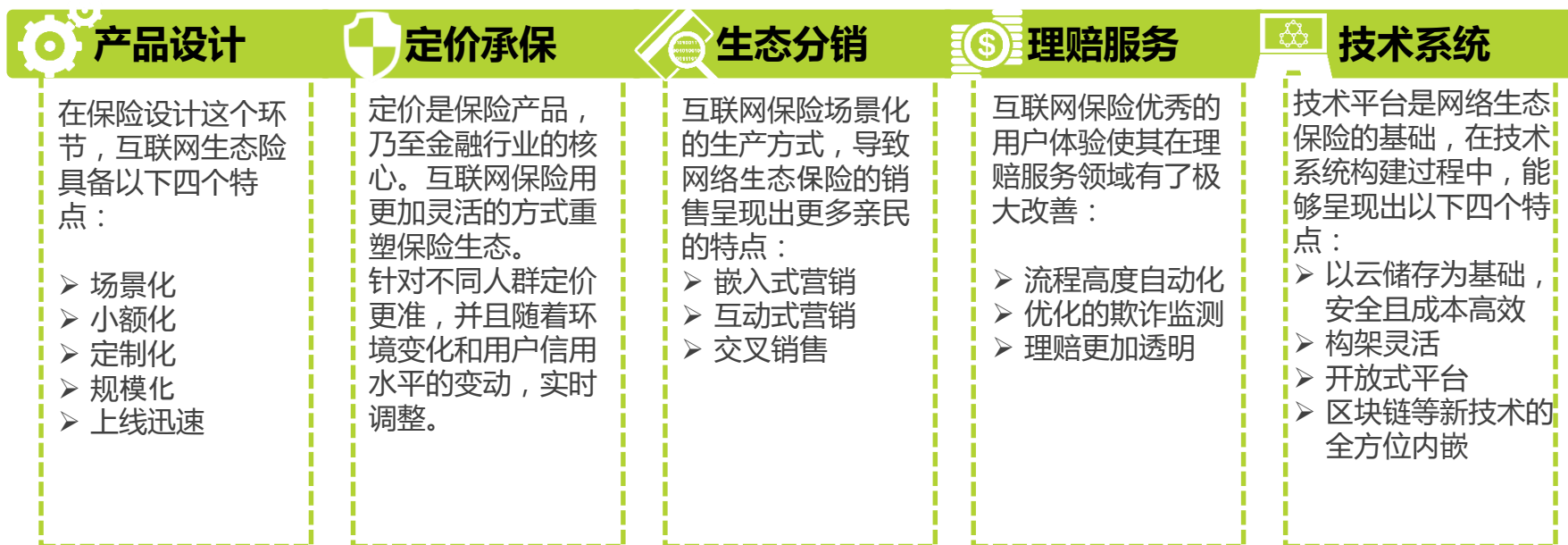
泛互联网保险=线上成交的传统保险产品+互联网生态保险产品。从2013年开始，退运险、航延险和碎屏险等新险种的出现，使互联网生态保险迅速成为市场主流，随着互联网行业的蓬勃发展以及生态保险迅速被市场接受，互联网生态保险的占比逐年提升。

重塑保险价值链

基于互联网及大数据的产品及流程优化

在互联网保险设计中，可以拆分成五个环节，分别是：产品设计、定价承保、生态分销、理赔服务和技术系统。这五个环节皆因为互联网环境的介入而有所升级，最终的结果体现在以下三个方面：产品明晰、场景化及基于大数据的精算

互联网保险价值链



互联网生态保险的设计理念

从设计思路入手的本质改变

互联网保险设计理念

1. 基于场景、数据驱动

- 从多个来源收集和分析数据
- 发掘未得到满足的新需求
- 增强客户互动

2. 金额灵活

- 短期或长期
- 小额或大额
- 使客户更容易作决定
- 产品推出速度快
- 数量庞大 / 购买密度高

3. 可规模化

- 与战略合作伙伴的生态系统无缝整合
- 实时分析表现和客户反馈
- 优化现有产品并扩展至新产品

4. 团队协作

- 灵活的小团队工作方式
- 宣扬创业文化
- 由产品经理领导的专门工作小组
- 扁平的结构有利高效的沟通和决策流程

互联网生态保险的产品创新

小额化且规模化，全方位覆盖互联网生活

而从产品形态中，互联网生态保险种类也比较多，主要保险包括：退运险、信用保证保险、航延险、碎屏险等等。不过值得注意的是，互联网内涵丰富，这其中留给保险的发展潜力非常大，未来互联网生态保险的种类还存在爆发的机会。

典型互联网保险产品列表



退运险

- 买家可在购买商品时选择投保，当发生退货时，在交易结束后72小时内，保险公司将按约定对买家的退货运费进行赔付。



航延险

- 乘客根据航班延误保险合同规定，向保险公司支付保险费，当合同约定的航班延误情况发生时，保险公司依约赔付。



车险

- 与传统车险不同，通过车载技术植入加大行为分析，“随人随车”的风险定价模式，让车主能够按需定制保险



信用保证险

- 以信用风险为保险标的保险，由保险人（保证人）为信用关系中的义务人（被保险人）提供信用担保的一类保险业务。



碎屏险

- 用户购买手机后为防止手机屏幕损坏，而向保险公司支付保费。当手机出现保险合同中所规定的故障时，由保险公司进行赔付。



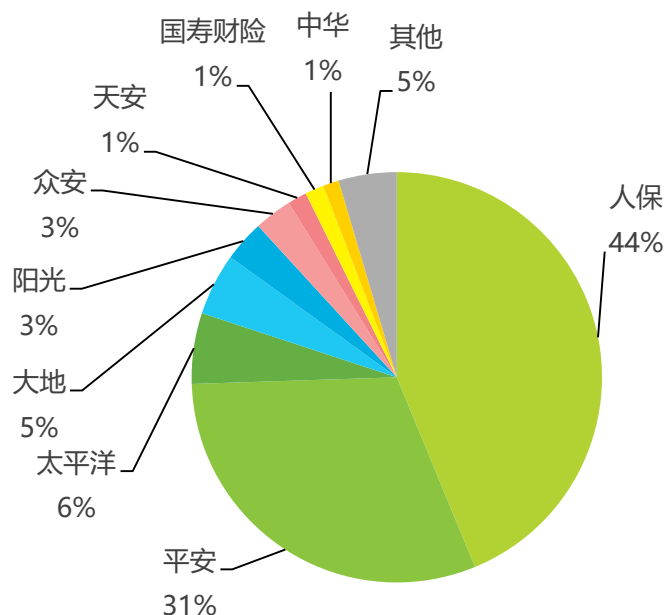
健康险

- 与传统健康险不同，通过连接用户的智能硬件设备，掌握用户的行为数据，从而实现个性化定价

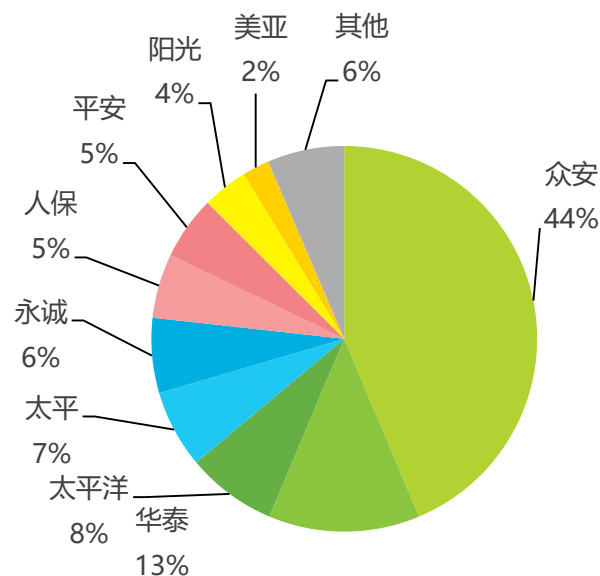
互联网保险竞争格局

金融科技有效帮助互联网保险公司建立竞争优势

2015年中国互联网财产保险保费规模市场份额



2015年中国非车险类互联网财产保险保费规模市场份额



泛互联网保险强调公司渠道资源及品牌底蕴，所以人保和平安凭借其在保险行业的优势，在泛互联网财产保险中所占份额较高。而剔除车险这种典型的泛互联网保险后，在相对接近互联网生态财产保险的市场中，众安的优势非常明显。

互联网生态保险

1

新生代的第一张保单

2

颠覆性金融科技

3

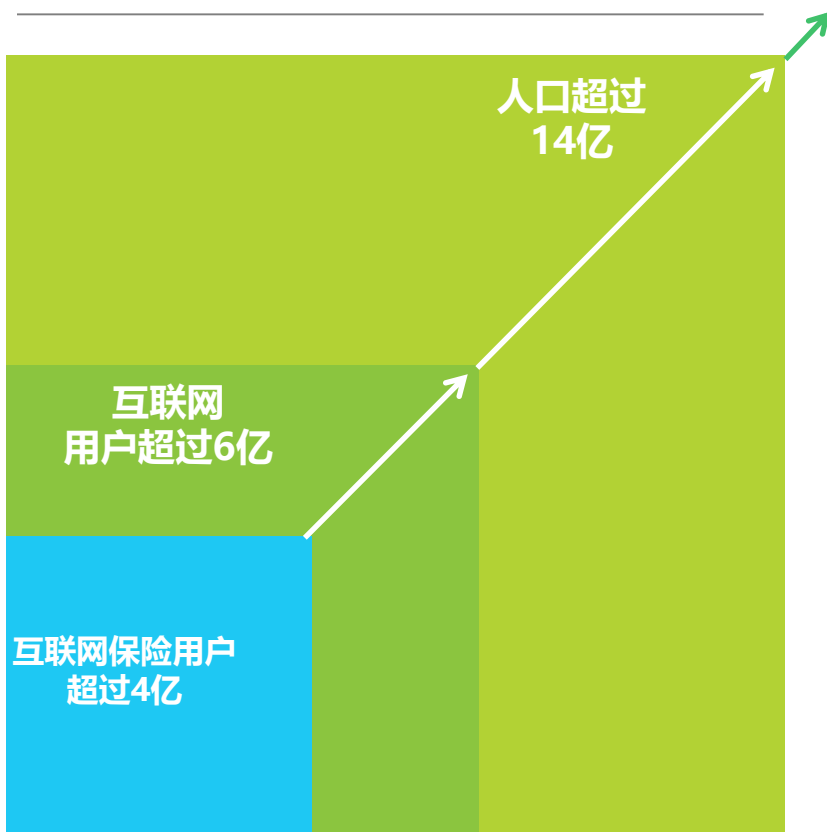
互联网金融生活蓝图

4

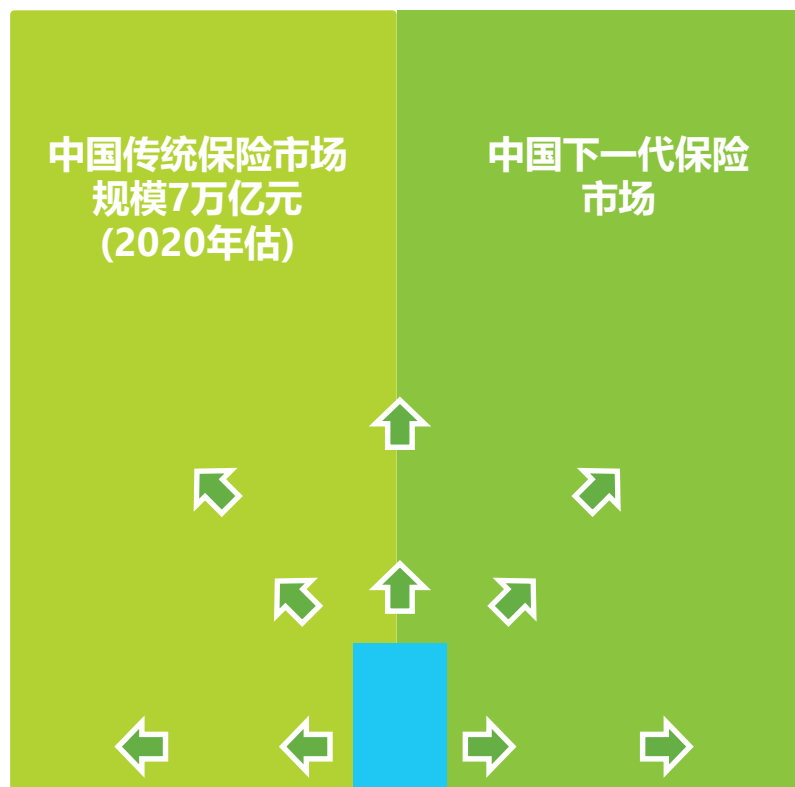
下一代保险市场

互联网用户与市场规模潜力庞大

互联网用户数带动持续增长



潜在市场总规模正在扩张



来源：CNNIC，中国保监会。

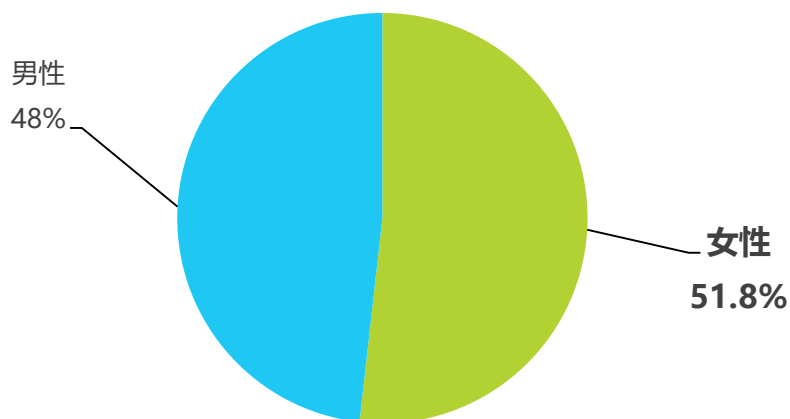
©2016.8 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

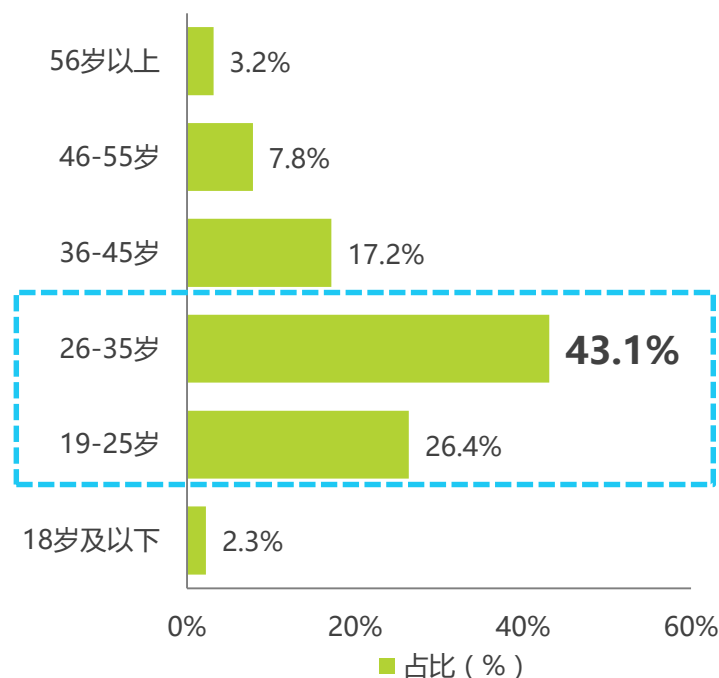
互联网新生代的第一张保单

80/90后成为互联网生态保险核心客群

截至2016Q2众安保险用户性别构成



截至2016Q2众安保险用户年龄分布

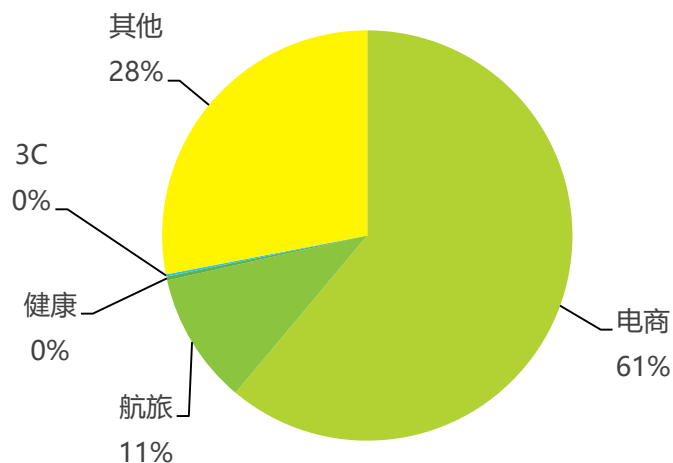


数据显示26-35岁用户及26岁以下用户占比分别达到43%和26%，说明80/90后的年轻群体正逐渐成为互联网生态保险的主要消费群体。性别比例上看，男女比例基本相同，由于女性在电商的消费比例更高，所以女性占比略高。

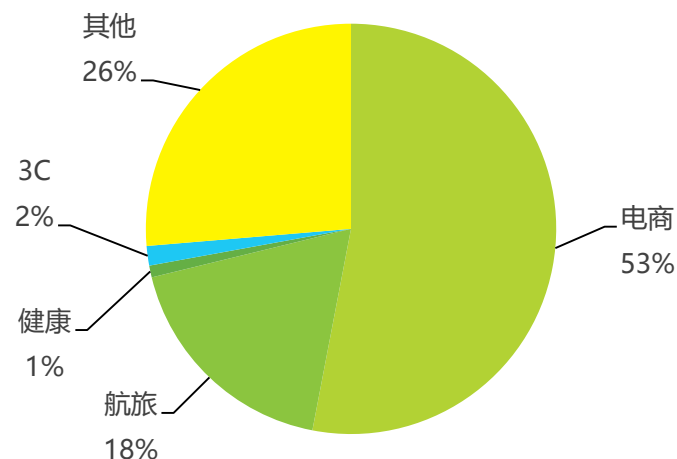
互联网生态保险的广泛应用

生态保险的核心应用领域为电商、航旅、健康，但未来将不局限于此

2015Q3-2016Q2众安保险用户分布



2015Q3-2016Q2众安保险保费分布

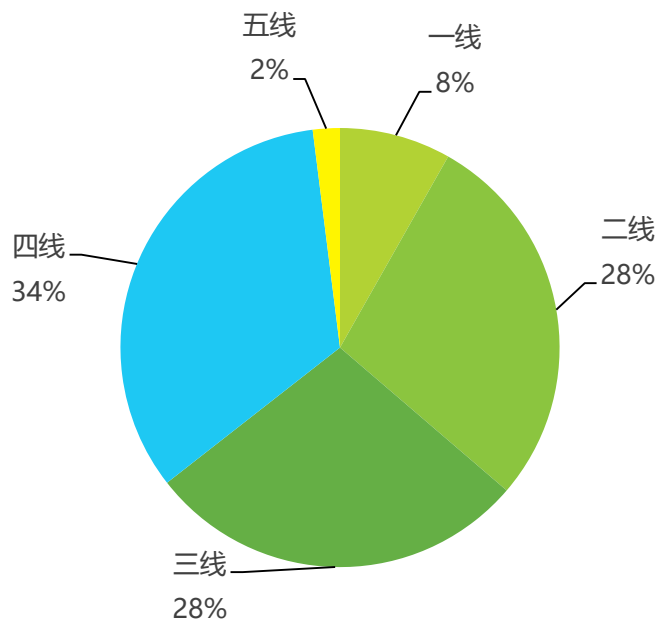


电商与航旅是互联网发展比较健全的两个子行业，因此也更容易与互联网生态保险结合。除此之外，3C与健康也正成为互联网生态保险发力的主要行业。随着用户互联网生活的丰富，未来不断与互联网结合的行业都将成为互联网保险渗透的土壤。

生态保险的触角遍布全国

基于生态的互联网保险突破了地域的限制

截至2016Q2众安保险用户城市分布



用户分布TOP10省份：







广东、江苏、山东、河南、四川
浙江、湖北、安徽、河北、湖南



互联网生态保险培育优质用户

20%的用户贡献60%的保费

众安保险用户分布及特征

	用户分布	用户特征	用户刻画
优质用户	 用户占比 15-20%  保费占比 50-60%	<ul style="list-style-type: none">• 重复购买多个险种• 不同保险年投保单数至少4张• 航旅、投资、出境游场景用户深度应用• 可触达、实名用户	<ul style="list-style-type: none">• 保险意识强• 客户资质较好，主要来自一线、二线发达城市• 客户线上消费水平较高• 对于保险品牌有一定认知
核心用户	 用户占比 25-30%  保费占比 30-40%	<ul style="list-style-type: none">• 年投保单数至少2张• 对于服务体验较深• 自有渠道注册用户• 可触达、实名用户	<ul style="list-style-type: none">• 保险意识较强• 对于保险公司的渠道、品牌、服务均有一定认知
长尾用户	 用户占比 50-60%  保费占比 5-10%	<ul style="list-style-type: none">• 熟悉了解互联网保险产品• 认可保险公司品牌• 可触达、实名用户	<ul style="list-style-type: none">• 客户信息覆盖不足• 保险需求潜力较大

来源：众安保险。

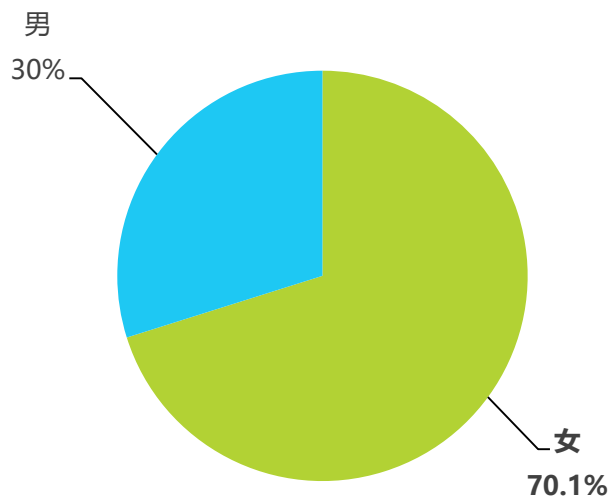
©2016.8 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

女性始终是网购的拥趸

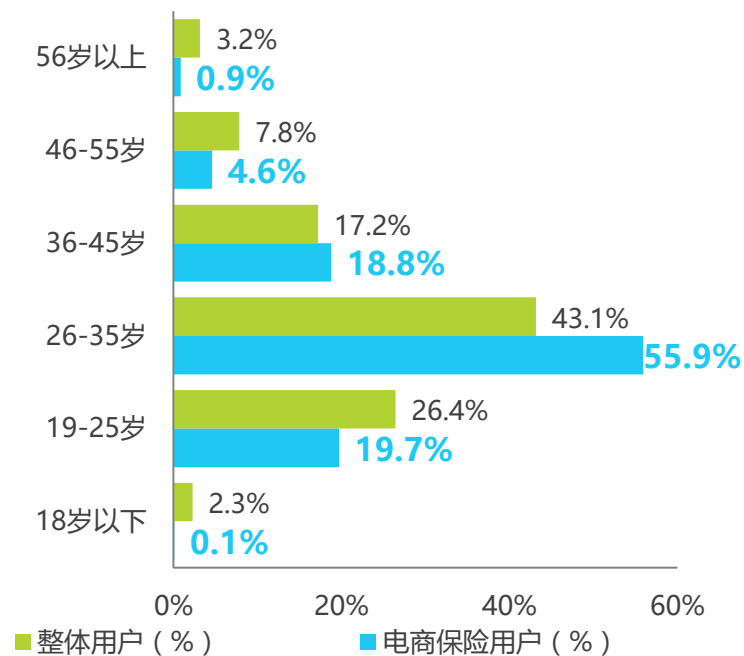
女性占到电商类保险用户的70%

截至2016Q2众安电商类保险用户性别构成



来源：众安保险。

截至2016Q2众安电商类保险用户年龄分布



来源：众安保险

网络购物的她经济

女性电商用户的丰富金融需求

电商类保险用户画像



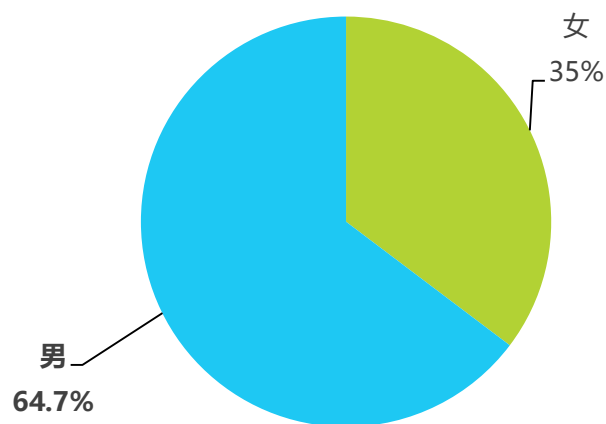
注释：电商类保险用户单位经济价值评估方法为，综合保额、消费金融规模、放贷规模和投连产品投资额，经过专家访谈，综合艾瑞智库，基于艾瑞数据核算模型评估得出。

来源：专家访谈

男女反转的航空保险

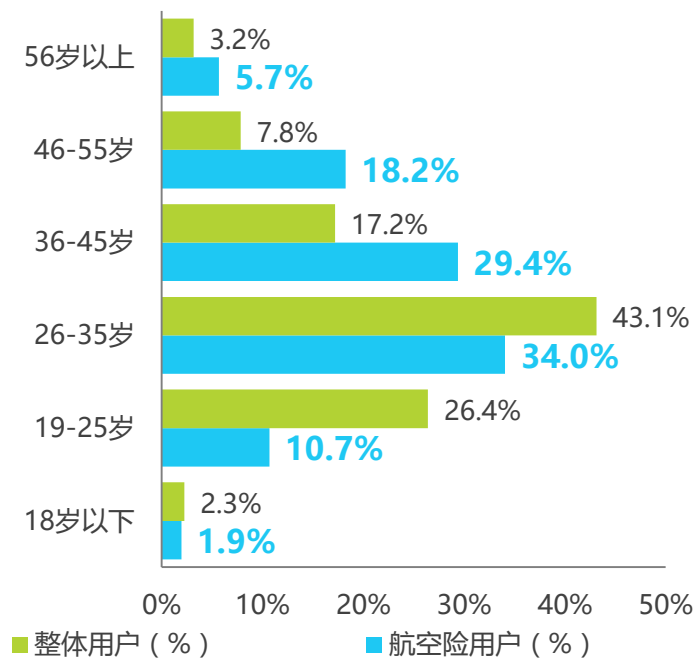
男性在航空类保险占比超过60%

截至2016Q2众安航空类保险用户性别构成



来源：众安保险。

截至2016Q2众安航空类保险用户年龄分布

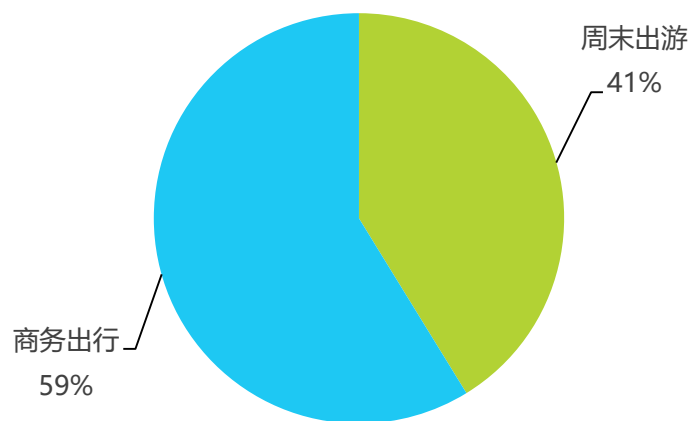


来源：众安保险

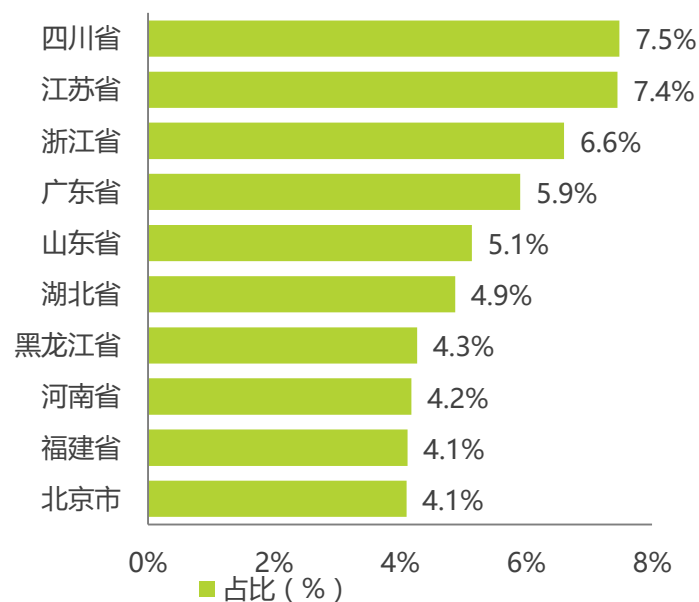
商旅人士更在意保险

商务出行而购买保险用户占比接近60%

截至2016Q2众安航空类保险用户出行原因



截至2016Q2众安航空类保险用户地域分布Top10



航旅精英的金融生活

投资理财为航旅精英的典型金融需求

航空类保险用户画像



航空类保险

男性 80后 定居四川
商旅目的地北上广深



航空类互联网生态保险用户
典型保费需求

保费需求

500-3000元



航空类互联网生态保险用户
典型消费金融需求

消费金融

5-20万元



航空类互联网生态保险用户
典型财富管理需求

财富管理

30-150万元



航空类保险优质客户
商业价值区间

30-200万元

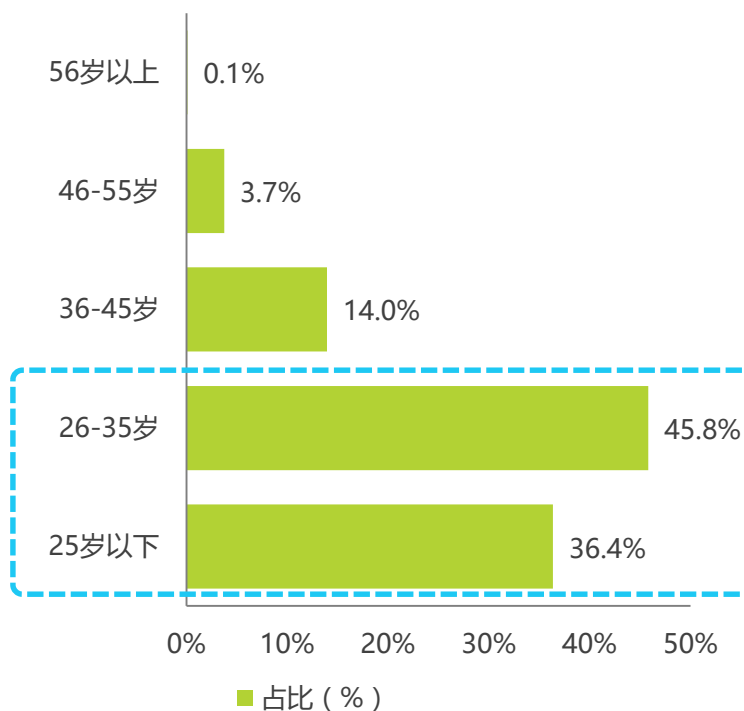
注释：电商类保险用户单位经济价值评估方法为，综合保额、消费金融规模、放贷规模和投连产品投资额，经过专家访谈，综合艾瑞智库，基于艾瑞数据核算模型评估得出。

来源：专家访谈

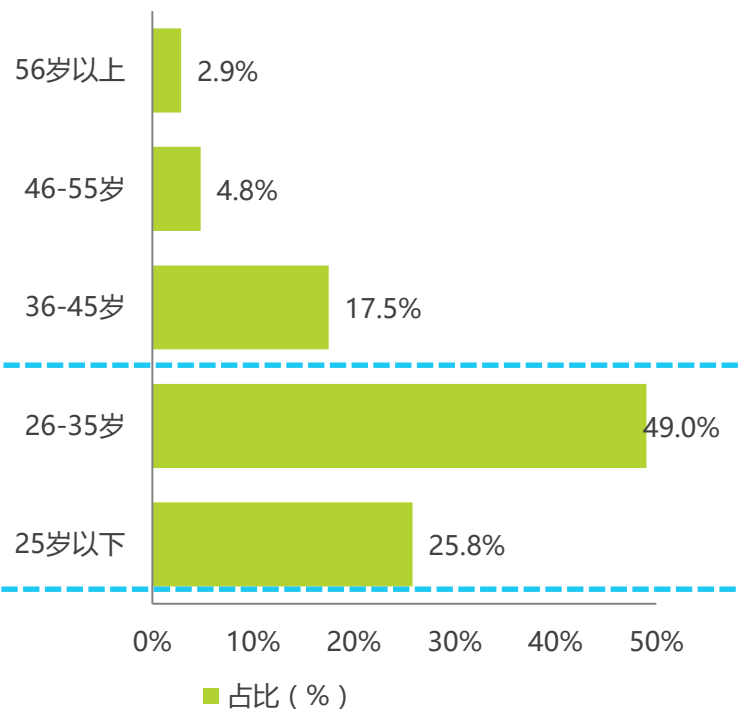
80/90后投保健康险意愿显著

健康类保险促进年轻人预防疾病

截至2016Q2众安健康类保险步步保
用户年龄构成



截至2016Q2众安健康类保险特定保险
用户年龄构成



互联网生态保险

1

新生代的第一张保单

2

颠覆性金融科技

3

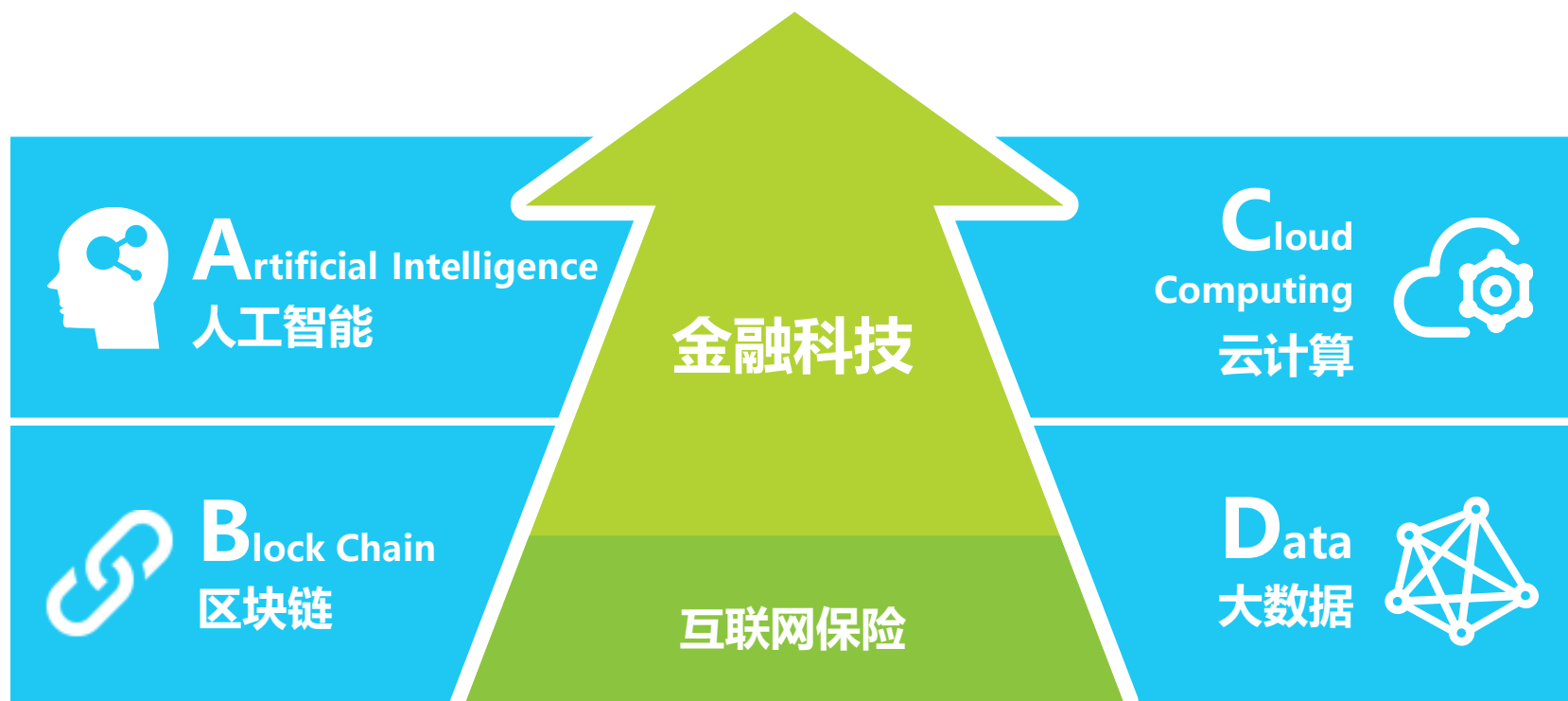
互联网金融生活蓝图

4

金融科技驱动创新

企业级，整合，迭代的开放平台系统

互联网保险金融科技平台构建框架



Artificial Intelligence 让保险更贴近生活

让营销、服务、运营及风控流程得到全面提升

人工智能对保险全流程的应用和促进



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

©2016.8 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

Blockchain 让保险回归保障本质

“去中心化”，让保险更加透明、公平、互信

区块链对保险全流程的应用和促进



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

Cloud Computing 支撑的大数据平台

安全、可靠、高效的技术平台决定互联网保险的承保能力

行业领先的互联网保险平台



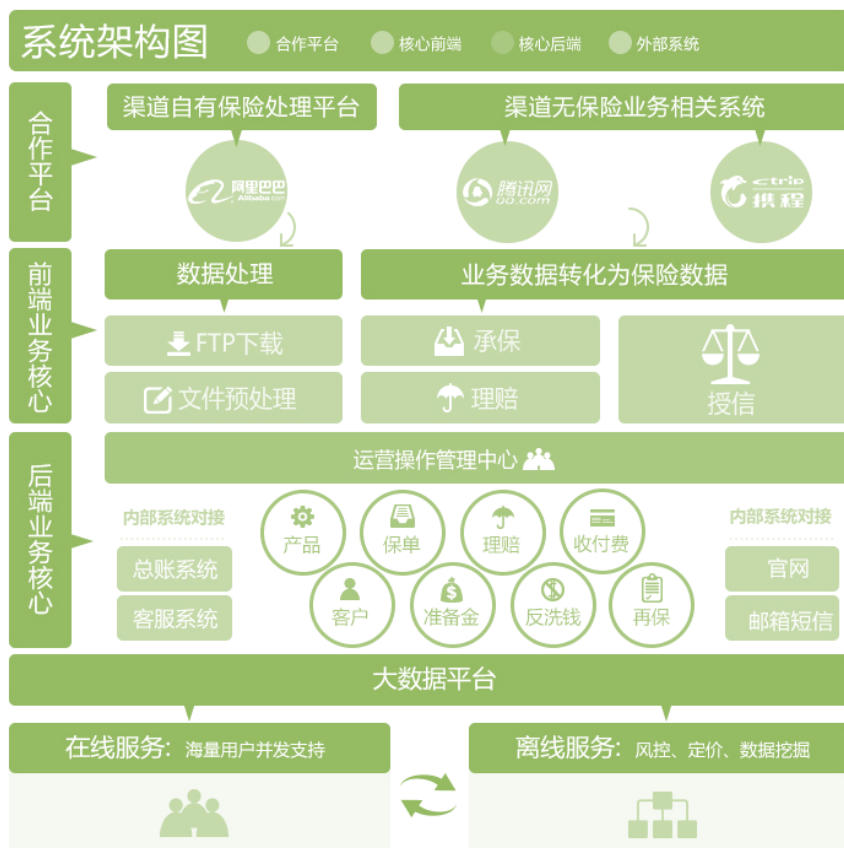
Cloud Computing
由云计算支撑的大数据平台

Cloud Computing 支撑的大数据平台

强大的系统及开放式的平台为规模化打下基础

优秀的数据支撑平台设计

全球首家将核心系统建立在云计算平台上的金融机构



举重若轻的业务处理能力

海量

- ✓ 2015年双11当日售出3.08亿笔退货险

高效

- ✓ 核心系统单机房保单峰值处理能力1万笔/秒，同期支付宝8.59万笔/秒，Visa为1.4万笔/秒

快速

- ✓ 全网1200台服务器上的1900+个产品
365*24全天候自动监控和报警，敏感度100毫秒内

迭代

- ✓ 每周300次的产品迭代和发布的自动化运维，运行期系统自动上下线5秒内完成

来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

©2016.8 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

D_{ata} 大数据驱动的承保能力

以个性化的产品及高效的流程优化用户体验

大数据对互联网保险的促进



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

D_{ata} 多维数据打造丰富人物画像

跨平台大数据，丰富且精准的用户画像能力

大数据对互联网保险用户的画像能力



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

©2016.8 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

互联网生态保险

1

颠覆性金融科技

2

新生代的第一张保单

3

互联网金融生活蓝图

4

生态保险理想人的消费金融需求

开发式的生态系统可直接获取用户在各领域的消费需求



信用保证险是消费金融的连接器

赋予保险更多内涵，并提升用户经济价值

信保产品流程图



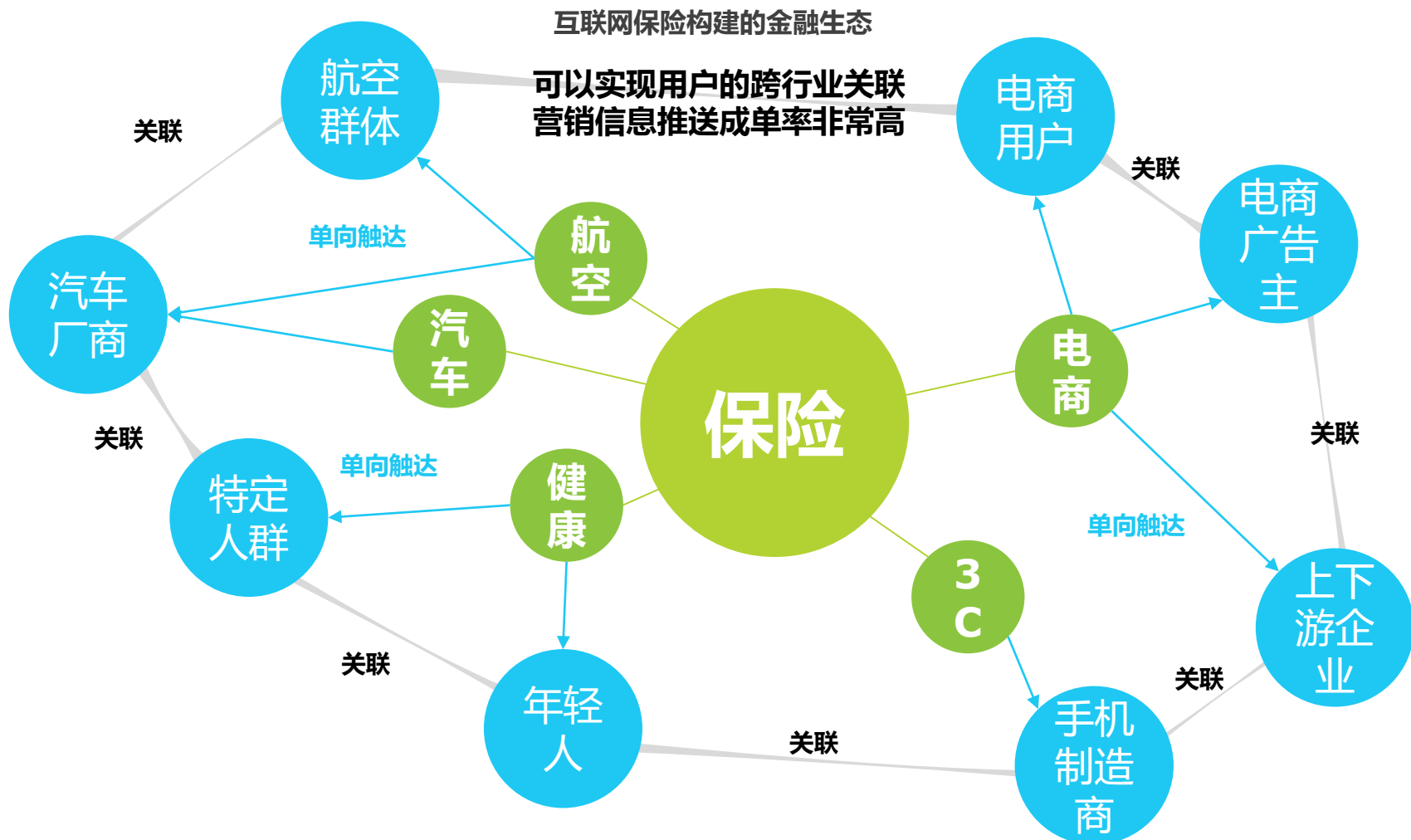
来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

©2016.8 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

以保险为中心的金融生态

高关联度凸显保险的耦合作用



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

©2016.8 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

协同合作伙伴建立共赢的生态

数据成为连接合作伙伴与用户的新纽带

众安保险与合作伙伴之间的关系

众安协同整合新经济体中最优秀的合作伙伴

电子商务



消费信贷



航空旅行



健康疾病



其他相关



强化合作，与合作伙伴建立双赢的生态系统



提升客户满意度

之前金融生态中尚未被满足的用户需求，由众安的创新产品和无缝嵌入的流程得以满足



创造新需求

基于各方数据以用户真实行为为调整基础的个性化信用额度



打破数据孤岛

与合作伙伴进行实时数据沟通，贯通数据孤岛，为信用评估打下坚实基础



系统集成

强大的IT团队，保障后台稳定运营，自动化的管理体系保证系统迭代速度



多维度用户分析

交叉垂直的实名用户分析，公立的第三方地位确保用户征信真实，稳定

来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

©2016.8 iResearch Inc.

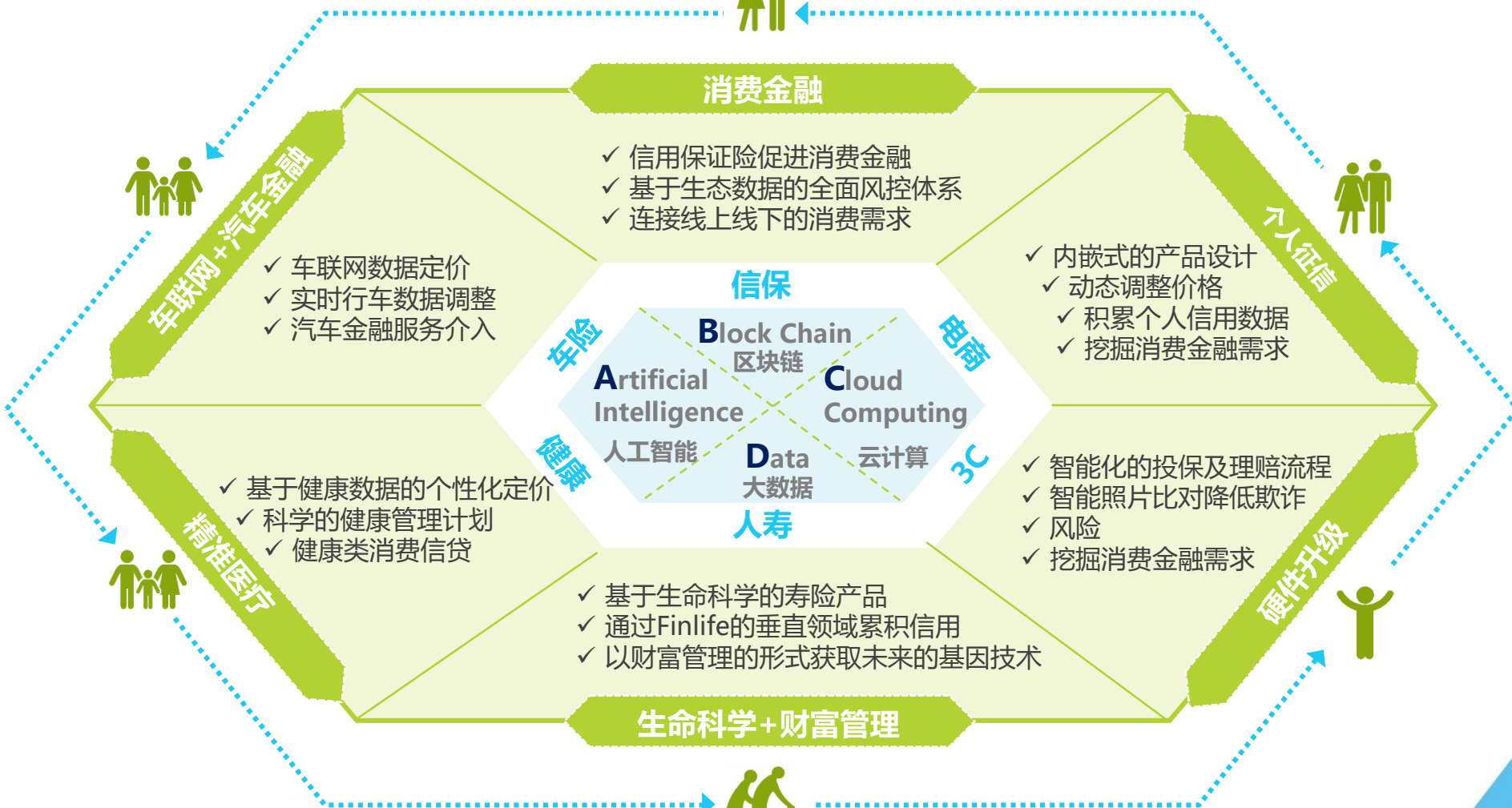
www.iresearch.com.cn

做有温度的保险

金融科技渲染金融生活蓝图



互联网金融生活蓝图



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

©2016.8 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

公司介绍/法律声明

公司介绍

艾瑞集团是专注于中国互联网及全球高成长领域的洞察咨询与企业服务集团，业务领域包括大数据洞察与预测、行业研究与企业咨询、投资与投后服务等。

艾瑞咨询成立于2002年，是最早涉及互联网研究的第三方机构，累计发布数千份互联网行业研究报告，为上千家企业提供定制化的研究咨询服务，成为中国互联网企业IPO首选的第三方研究机构。2015年艾瑞咨询在海外建立研究中心，研究范围扩展至全球高成长领域，建立中国与世界优秀企业的链接。

版权声明

本报告为艾瑞集团制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给购买报告的客户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

联系我们

咨询热线 400 026 2099

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>

生活梦想 科技承载

TECH DRIVES BIGGER DREAMS



艾 瑞 咨 询