



# UBI 车险与智慧交通

文 | 陶庆宇

UBI (Usage-Based Insurance) 车险作为一种特殊的新兴保险产品,其涉及多方个体,包括互联网平台、汽车制造厂商以及保险公司等,其势必会发展成为推动构建智慧交通系统的重要力量。但在我国,其发展仍处于起步阶段,本土化过程中也存在许多问题有待解决。

## UBI 车险是建设智慧交通的助推器

据公安部发布的数据,2021 年我国的汽车保有量已经达到 3.02 亿辆,汽车驾驶人数达到 4.44 亿人;全国有 79 个城市汽车保有量超过 100 万辆,其中,超过 200 万辆的城市 34 个,超过 300 万辆的城市 18 个。我国拥有全球规模最大的汽车市场,汽车的产销量、保有量已连续多年处于世界首位。而随之而来的,是频发的交通事故。

驾驶人驾驶习惯不良、机动车的车况不佳以及行车环境不安全等则成为重要诱因。毋庸置疑,传统交通向智慧交通转型已经迫在眉睫。

智慧交通是在传统交通的基础上,融入大量的 IT 高新技术,如物联网、云计算、大数据和区块链等,通过现代电子信息技术的运用和对海量交通数据的实时收集、整合及分析,实现把人、车、路三者紧密联系并且协调统一起来的交通运输服务系统。

构建智慧交通最重要的目的就是通过数据分析和信息技术来优化交通运输系统,从而降低交通事故发生率,实现“安全交通”。而 UBI 车险则成为智慧交通的天然“催化剂”。UBI 车险即驾驶行为保险,是基于驾驶人、路面情况以及车辆状况等多维度分析,针对单个驾驶人



开展驾驶行为风险评级,从而进一步确定保费级别的车辆保险。

智慧交通的发展得益于现代信息技术的不断进步,UBI 车险具备的大数据收集能力恰是智慧交通发展不可或缺,其在我国的逐渐普及将成为推动智慧交通系统日益完善的催化剂,随着技术的不断成熟,实现我国交通运输业的良性发展。

## UBI 车险在我国推广的困难分析

尽管 UBI 车险能为构建智慧交通网发挥重要作用,但在我国实现其本土化过程中,还存在诸多困难。这些困难既体现在错综复杂的供需矛盾上,又体现在部分主体墨守成规的路径依赖上,还体现在配套政策机制尚不健全的现实上。具体而言,主要包括以下四个方面。

### 1. 保险公司发展 UBI 车险驱动力不足

我国对于车险保费价格曾进行了长时间的严格管控,自车险改革实施后,“严监管”的主基调加之费用率降低,使得中小型保险公司在车险竞争中处于相对劣势地位,市场集中度不断向大型保险公司靠拢。

对于大型保险公司来讲,其发展 UBI 车险的兴趣和意愿往往不够强烈。这是因为,在车险行业中,由

于长久以来建立的良好声誉机制和品牌知名度,大量的优质客户源集中于大型保险公司。这部分驾驶人拥有良好的驾驶习惯,发生交通事故和理赔事件的频率较低,成为大型保险公司车险业务模块稳定的保障对象和利润来源,同时也使这部分保险公司逐渐形成了路径依赖。而 UBI 车险作为根据驾驶人驾驶行为而提供保费优惠的“从人主义”车险,旨在通过降低优质客户的保费支出以形成正向激励,可能会降低大型保险公司利润的稳定性,这就使得大型保险公司缺乏创新发展 UBI 车险的源动力。

与大型保险公司情况不同,面对车险市场寡头垄断的竞争格局,中小型保险公司对发展 UBI 车险却有较高的积极性。但受自身体量、数据规模及保费规模限制,加之 UBI 车险前期投入成本高昂且对数据分析能力的要求高,导致中小型公司创新能力不足、发展难度较大。此外,UBI 车险在我国尚属于新兴险种,在监管机构“放开前端”的监管理念下,可能出现部分中小型公司为抢占市场份额,进行恶性的价格竞争,甚至选择驾驶习惯差、出险率高的客户订立风险和保费对价不均衡的 UBI 车险合同等现象,进一步加大了中小型保险公司发展 UBI 车险的难度。

### 2. 公众对 UBI 车险认可度较低

由于保险本身专业性强以及早期保险代理人销售了许多低质量的保险产品,导致保险本身的公众认可度较低,新兴的 UBI 车险在推行初期势必会面对社会接受程度低的困境。

一方面,数据隐私保护令公众存在隐忧。在传统车险行业中就不乏泄露客户信息的信息,而 UBI 车险的发展势必会让海量驾驶员信息和车辆信息流入信息处理系统中,原来仅由保险人一方掌握的信息就会暴露在更多参与方面前。若不能提供有效可行的信息保

护制度，就会增加客户信息被非法利用的风险，客户对新兴的 UBI 车险就容易产生抵触心理。尤其是新技术在普及初期，监管机构难以制定合适的监管规则，对于监管力度的把握尚不明确。

另一方面，公众对 UBI 车险的了解程度有待提升。我国的 UBI 车险还处于起步阶段，且不说投保主体，很多保险业相关人员对 UBI 车险的了解也并不全面，这也使得公众对 UBI 车险的认知不足，加之政府的宣传力度较弱，UBI 车险难以被大众熟知且接受，阻碍了 UBI 车险在我国的本土化进程。

### 3. 中介机构发展 UBI 车险面临承压

UBI 车险在我国的推行会对保险中介的利润造成较大冲击，其佣金收入会减少。我国车险市场产品同质化严重且专利保护制度尚未完善，保险公司想要维持较大的保费规模，保证足够的市场份额，势必要通过扩大营销渠道来实现。

4S 店等保险中介机构作为车险销售的重要渠道，一方面会利用保险公司注重保费规模指标的竞争策略来获取更多的中介佣金；另一方面，还会通过抬高修理费用额、增加维修项目，甚至对机动车进行二次损坏等方式来压缩保险公司利润空间。保险公司为了保证营销规模，尚无有效手段预防和打击这种现象。

而 UBI 车险的推行则会改变这种局面。其一，保险公司通过“从人主义”的定价方式，对驾驶习惯良好的驾驶员给予保费优惠，势必会吸引大量的优质驾驶人购买 UBI 车险，能够减少对 4S 店的依赖；其二，UBI 车险有助于激励驾驶员养成良好的驾驶习惯，降低交通事故的发生率，出险率降低会使得维修的次数和费用减少。

而对于 4S 店等保险中介来说，销售保险和维修保养服务是其盈利的主要路径，UBI 车险的推行会极大损害保险中介的利益。4S 店作为车险销售的重要渠道以

及连接汽车制造商的一方，利润的削减会打击其保险销售的积极性。对于保险公司而言，一来会减少车险销售的渠道，不利于维持保费规模；二来会影响汽车制造商对于汽车以及用户驾驶行为数据的共享，UBI 车险难以为继。

### 4. 政策效能尚未充分发挥

随着 UBI 车险的逐步推广，我国的监管约束仍存在较大的优化空间。尽管目前的监管理念是“放开前端，管住后端”，尽可能去鼓励创新，但监管部门也认识到 UBI 车险推广的难度。作为新兴车险，还需要继续积累更多的数据经验。政府近年来颁布了许多有利于车联网发展的政策，但是规划类文件居多，缺少鼓励宣传的相关政策以及保护客户个人信息的相关规定，在实施过程中没有取得令人满意的成效。

## 发展 UBI 车险的对策建议

### 1. 优化战略布局，增强创新驱动

保险公司应主动与互联网公司、汽车制造厂商等相关公司展开合作，致力于提升数据收集和分析能力。同时积极招收精算、互联网以及交通方面的人才，自主成立并完善数据库，提高科技能力。

中小型公司稳步发展，筛选出驾驶情况良好的优质客户，逐步实现由传统车险向 UBI 车险的转型；大型公司成立专门的 UBI 车险部门，通过保费优惠等方式吸引客户参与 UBI 车险。此外，还要增强数据隐私保护管理，使操作流程公开化、透明化，提高客户的认可度和参与度。

### 2. 聚焦需求导向，提升服务质量

我国的社会性质在发展 UBI 车险方面有独特优势，政府可以发挥牵头作用，协调参与方。一方面，建立信息共享平台和信息保护制度，制定严格规范的信息





采取多样化措施，积极鼓励 UBI 车险的创新发展，对大型公司可采取减免税赋的方式予以支持，同时规范中小型公司参与竞争的市场秩序。

共享标准，加大对非法利用客户信息事件的处罚力度，保障消费者的隐私权；另一方面，加大普法力度，改变信息收集方“数据越多越好”的理念和做法，强化驾驶人对自身信息隐私的重视程度。

保险的目的是当重大保险事故发生时，保障被保险人的生活现状不会发生重大变动，但这种事后补偿的形式存在着一定的滞后性。这就需要保险公司提供相关的增值服务，在保险事故尚未发生时进行预防。除通过保费优惠来引导驾驶人养成良好的驾驶习惯外，还可以为客户提供阶段性的数据总结，并且定期提供汽车检修服务，检查汽车发动机、油耗等情况。在客户知情的前提下，尤其客户有陌生地区的出行计划时，为客户提供最佳导航路线以及道路数据。在出险时提供相应措施防止损失进一步扩大，为客户提供一键报警服务以及道路救援服务。当事故发生时，及时进行针对性处理，减少被保险人和保险人双方的损失。

UBI 车险相对于传统车险的优势是实现更加精细化的差异化定价。交通事故的发生除了与驾驶人的驾驶习惯有关，还和机动车的用途、道路状况以及时期有关系。因此，建议保险公司定期展开调研活动，根据不同时期的外部环境，充分了解客户的驾驶情况和诉求，实行更加精细化的定价策略。如在疫情防控期间，汽车出行减少，发生事故的可能性大大降低，此时应当适当减免部分保费；而在春运或者法定节假日等交通拥堵的时段，针对出行计划密集的驾驶人适当提高保费，减少其对汽车的使用，转而使用公共交通工具，在避免交通堵塞、降低保险事故发生率的同时，还能够节能环保，改善环境；针对网约车，和第三方平台合作，

进行区域试点，分别针对营运状态和非营运状态的私家车进行数据收集评估，填补网约车保险的空白，实现定价平衡。通过透明合理的定价模式，让驾驶人详细了解 UBI 车险，提升公众认可度。

### 3. 利用渠道优势，积极开辟市场

在大数据的背景之下，4S 店等保险中介应当顺应发展，通过开辟增量市场等多种途径，减少中介费用带来的承压。积极开展 UBI 车险业务，发挥自身的销售主渠道优势，积极引导客户参加 UBI 车险。细分市场群体，制订一对一的个性化服务方案，通过提升服务质量吸引更多客户的同时，不断提高客户黏性。

### 4. 加大支持力度，发挥政策合力

建议相关部门针对多元主体，采取多样化措施，积极鼓励 UBI 车险的创新发展，对大型公司可采取减免税赋的方式予以支持，同时规范中小型公司参与竞争的市场秩序。完善 UBI 车险发展的法律保障，如明确规定行驶数据可作为民事诉讼的证据等。

进一步健全监管机制，保障行业稳定发展。一方面，要建立 UBI 车险的定价监管制度，在适当放宽监管力度的同时，应当对 UBI 车险的定价进行合理监管，避免出现价格恶性竞争的情况，同时保障消费者的知情权，加大保险公司信息披露力度；另一方面，建立 UBI 车险条款费率回溯分析制度，对于消费者有异议的定价条款，给予消费者申辩的权利，同时定期评估审核保险公司的定价策略，防止出现不合理定价。□



陶庆宇

对外经济贸易大学保险学院