





英国车险市场产品标准化程度高,市场的集中度亦较高

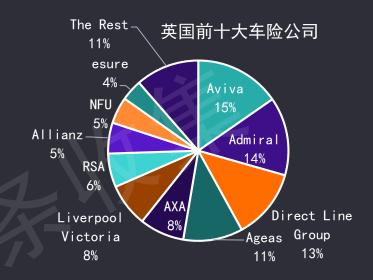
主险

- ▶ 第三方责任险
- ▶ 火灾与盗抢险
- ▶车辆综合险



附加险

- ▶ 法律诉讼费用保障
- ▶挡风玻璃险
- ▶车辆抛锚
- ▶ 无赔款优待维持
- ▶代步车费用保障
- ▶ 车上人员意外伤害 险



- 英国前10大财险公司的 车险市场占比约为89%, 与中国极为接近,
- ▶ 但10家公司市场份额相 对均衡,头部竞争异常 激烈



英国车险的销售渠道与展业模式非常丰富





英国主要的比价网站中三家的控制股东是中小型车险企业

- 英国第一家车险比价网站, 2002年成立
- 股东为Admiral保险集团
- 2013年推出MotorMateDrive App



- 网站于2006年成立
- ▶ 股东为Esure保险公司
- ▶ 更侧重于比较产品特征而不 仅仅是比较产品报价

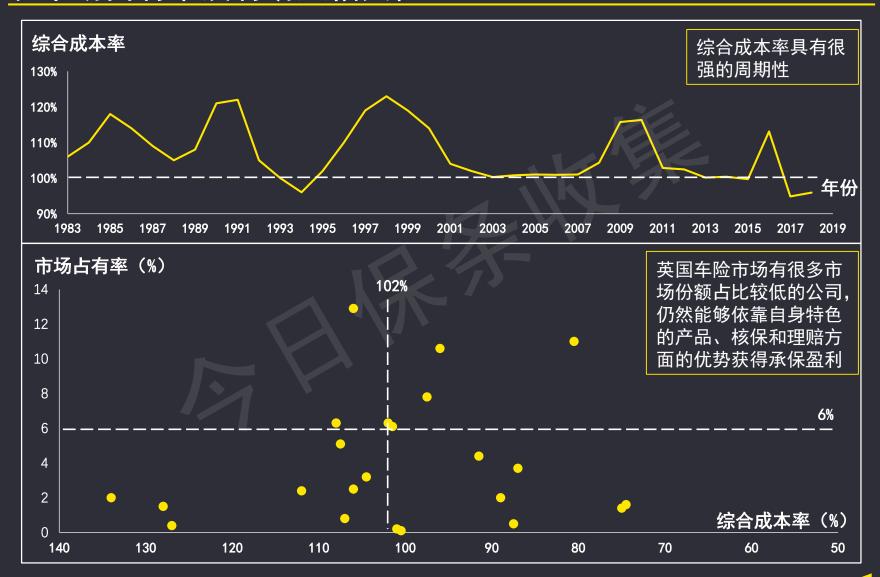
- ➤ 母公司
 Moneysupermarket.com集团成立于1993年,起家于提供线下金融按揭服务
- ▶ 目前为英国最全的比价网站
- 除了车险以外还提供金融产品、旅游产品的比价服务

唯一独立的 比价网站

- 网站于2006年成立,在2012 年开展在澳洲的比价业务
- ➤ 股东为BGL集团,经营车险 品牌Budget和多个银行合作 品牌
- 在2009年通过海岛猫鼬广告 获得巨大的成功



英国车险综合成本率常年100%+,且强周期性;但综合成本率和市场占有率没有明显相关性





英国市场的成功的车险企业都有明确的战略定位





Admiral 凭借其优越的战略定位和创新意识,快速在英国车险市场占据一席之位

细分市场。多品牌战略

Admiral Group针对不同客户群建立不同品牌,以细分市场,提高在比价网站上的竞争力

产品形态创新

▶ 面对产品同质化非常严重的英国车险市场, 重的英国车险市场, Admiral公司推出的多车 保险使得投保人能够在 一张保单内同时投保多 辆车并获得额外折扣

定价模型创新和团队

Admiral公司曾尝试根据 新保客户的社交媒体活 动信息判断客户个性对 于安全驾驶的影响,计 算客户可以享受的保费 折扣

直销渠道主导

- ▶ Admiral在销售渠道的选 择上偏向于直销渠道, 例如网销与电销
- ▶ Admiral的续保率始终高 于市场,因此即使在公 司持续展业的情况下, 费用率依然低于市场

多元化的收入

- 除了车险承保利润外,还是有,收入来源还包括:
 - ▶ 客户购买额外的车险附加险
 - ▶ 转分保单推荐费与管理费
 - ▶ 客户保单分期付款的利息

值得借鉴的再保分出安排

Admiral公司一直充分利用再保分出安排,保持较高的再保分出比例,在获得一定的再保摊回费用的同时,保持承保结果的稳定性



Direct Line Group作为市场领导公司,坚持低成本、多品牌细分市场竞争、销售渠道创新等发展战略

市场份额大、费用率低

- ▶ Direct Line保费收入位居英国市场前列, 占比超过10%
- ▶ Direct Line低价是建立在大公司控制 费用率、降低经营成本基础之上

- 注重网络与电话销售作为主要销售渠道,不参与比价网站
- ▶ Direct Line通过精准的广告投放带动电话呼入,即客户看到广告后打电话进来,减少呼出电话的人力成本和有可能带来的法律问题

网络直销与电话销售主导

细分市场、多品牌竞争

▶ 针对不同客户群体建立不同品牌, 从而设计出针对不同合乎群体的 产品,是一种非常常用的策略

Direct Line 发展战略

- ▶ 设计针对25岁以下年轻人的UBI车 险产品,通过安装车载设备,获取 驾驶行为数据,为低风险的年轻人 提供保费折扣
- 灵活保险期间(10个月),对于首次购买车险,预期不会出现理赔的用户,可以体现享受无理赔发生续保保费折扣

产品创新



Sabre以盈利为目标,保费真实反映承保标的的风险



- 凭借大量的数据基础和精 算技术, Sabre能够较准确 测算出险概率
- 拥有自主研发的成熟的定价模型,精算驱动型的定价策略
- 赔付率稳定在50%左右的成绩很好的展示了其定价和风控能力

强大的定价能 力和两核管理



- 公司的运营工作通过自营和外包两种途径来实现,自营部分包括凸显公司专业性的定价和理赔管理, 其余均采取外包,规模化管理,降低经营成本
- 细化市场,与老爷车4S店 合作,古董车保费收入占 比位于英国市场前列

务实的成本控 制和市场切分



- Sabre重视车险未来的发展 趋势、销售渠道的变革
- 截止2018年,公司67%的业务来自保险经纪公司、33%的业务来自直销渠道,创新产品主要包括针对年轻女司机的"女孩向前冲"、以及驾驶行为评分产品"Drive Smart"

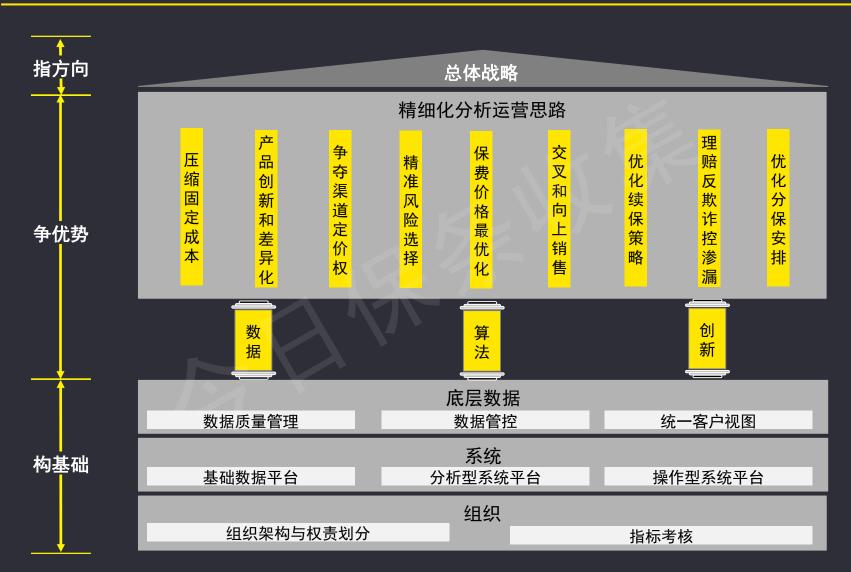
平衡传统与未 来







如何攻玉 - 车险综改应对之初探





综改后不同规模保险公司, 明确战略定位和发展方向尤为关键



短期内,加强定价MI报表与前端市场的联动,关注预期赔付率、 转化率、续保率等指标的变化情况

定价报表体系包括公司日常经营关注的指标及全新的定价相关指标(如承保转化率、我司价格竞争力等以有合两者信息,可以结合两者信息,可以有价格竞争的定期监控和了解公司最新的经营情况



在以往经验积累的 基础上,定价MI报 表快速巡视定价相 关的问题,并且快 速有效确定或者排 除常见的与底层 价相关的原因

通过对诊断的问题进行更细维度的分析,深度 理解导致问题的原因,为定价决策提供参考



综改鼓励产品创新发展,让保险公司加入汽车生态圈建设

机动车保险发展中存在的突出问题

- 综合成本率高,导致利润率较低
- ▶ 竞争手段单一
- ▶ 普遍创新不足



普遍创新不足的主要原因

- 大公司:占据相对有利市场地位,但创新需要对原有经营模式、业务系统,人才队伍等进行改造,加之监管方面信息不明确,创新步伐较为缓慢。
- 中小公司: 迫于生存压力,且大多沿着传统路径在经营发展,因而在创新方面有心无力。
- 传统保险业外的互联网企业、保险科技公司等:在 努力推动保险业创新,但受限于行业准入壁垒高以 及这些企业尚未具备以经营保险业务的核心能力。

应对新挑战。实现创新发展

监管鼓励保险公司创新车 险产品,丰富相关的保障 服务:

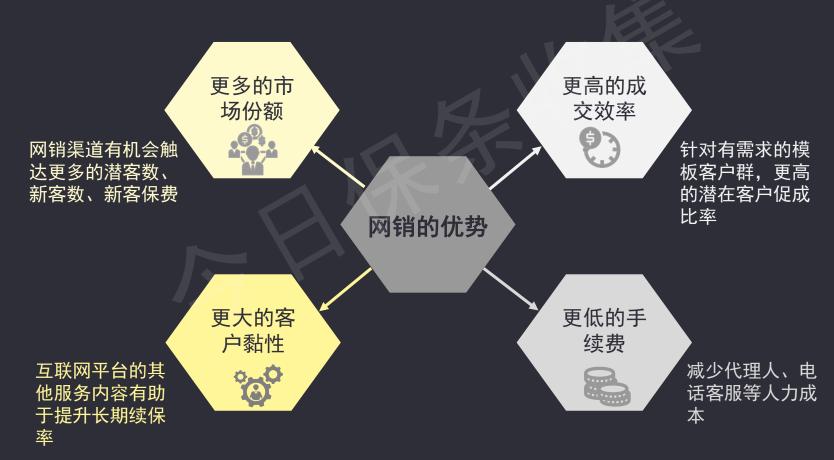
- 1. 里程保险(UBI)等创 新产品
- 2. 新能源汽车
- 3. 车险保障服务险
- 4. 产品形态创新
- 5. 不同渠道的个性化产品创新与服务创新





车险综合改革为网销平台提供更多机会,保险公司借助网销渠 道精准营销,实现高效的获客转化

▶ 我国车险网上销售渠道的保费收入占比,明显落后于车险市场发展水平相似的 其他国家,与互联网整体的发展、普及水平不匹配





综改给定价模型的使用提供了舞台;但定价是一个系统性工程,而不仅仅是建立定价模型

监管部门、精算部门、销售部门

- ▶ 公平对待客户
- > 费率报备
- > 数据保护

精算部门、销售部门

- > 与客户联系沟通
- ▶ 进行业务员培训

运营部门、精算部门、IT部门

> 协调费率实施落地

管理部门、精算部门、销售部门

- > 了解管理层信息
- > 了解费率接受程度
- ▶ 了解管理层对公司的治理情况
- ▶ 注意声誉风险
- > 关注公司战略目标



销售部门、IT部门

- > 数据提取与准备
- > 系统实施

精算部门、IT部门

- > 数据分析
- ▶ 模型搭建
- ▶ 参与定价流程

市场部门、运营部门、销售部门

- > 了解竞争公司情况
- 需将风险保费转化为市场保费

- > 评估费率的充足性
- > 评估费率的市场竞争力

市场部门、运营部门、销售部门

- ▶ 扩宽销售渠道
- > 制定营销策略
- > 保持客户沟通



保险公司规模不同,所处的定价发展阶段也不同,但是都需要 不断提升定价能力

客户 价值 模型

▶ 综合考虑纯风险费率、价格敏感度、交叉销售、未来长期续保等综合因素,评估客户可能为公司带来的现金价值,对当前定价进行调整

交叉销售 模型 ► 除了单一的车险产品及其附加险,将公司其他 产品如健康险、意外险、小额贷款等周边产品 也加入定价模型中,综合考虑客户可能为公司 带来的价值

价格敏感度 定价模型 已经有较完善的纯风险保费定价模型, 利用价格敏感度模型,深度挖掘客户 需求,提高转化率、续保率

纯风险保费 定价模型 ▶ 市场份额小,发展初期的中小型保险公司,主要侧重基于预估的纯风险保费进行定价



关于安永

安永是全球领先的审计、税务、交易和咨询服务机构之一。 我们的深刻洞察和优质服务有助全球各地资本市场和经济体建立 信任和信心。我们致力培养杰出领导人才,通过团队协作落实我 们对所有利益关联方的坚定承诺。因此,我们在为员工、客户及 社会各界建设更美好的商业世界的过程中担当重要角色。

安永是指 Ernst & Young Global Limited 的全球组织,也可指其一家或以上的成员机构,各成员机构都是独立的法人实体。Ernst & Young Global Limited 是英国一家担保有限公司,并不向客户提供服务。请登录 ey.com/cn/zh/home/privacy,了解安永如何收集及使用个人信息,以及个人信息法律保护下个人所拥有权利的描述。如欲进一步了解安永,请浏览 ey.com。

© 2020 安永,中国版权所有。

APAC no. ED None

本材料是为提供一般信息的用途编制,并非旨在成为可依赖的 会计、税务或其他专业意见。请向您的顾问获取具体意见。

ey.com/china

关注安永微信公众号 扫描二维码,获取最新资讯。







关注微信公众号"今日保条" 了解更多保险行业资讯 本报告来自互联网公开渠道, 版权归原作者。 精选3000篇保险报告 每天更新10篇+ 与百位保险大咖在线交流

