



# 待到山花烂漫时

## 2020保险创新发展研究报告

亿欧智库 [www.iyiou.com/intelligence](http://www.iyiou.com/intelligence)

Copyrights reserved to EO Intelligence, April 2020

回溯人类历史，在与大自然抗争中，人们就萌生了应对灾害事故的保险意识，并由此形成原始形态的保险方法。从中国春秋时期孔子“耕三余一”思想，到历代王朝皆注重积谷备荒；从古埃及石匠以互助方式救济帮扶，到意大利海上保险诞生，人们愈加注重用保险意识和保险方法保障自身权益。

全球保险业历经从海上保险到人身保险再到多险种共存的数百年发展，各国形成了各具特色的保险发展模式。聚焦中国保险业，其发展相对短暂曲折但逐步兼收并蓄、推陈出新。上世纪50年代开始，中国保险业渡过了一段被迫停滞时期，而等待这一局面打破又长达20年。随着保险业务逐步恢复，市场建设日臻完善，保险业实现快速发展，原保费收入不断增长，市场规模逐步扩大，不过人们对保险产品和保险营销人员的误解，一定程度上阻碍了保险业更为充分发展。此外，近年来，保险监管政策频出，监管力度稳步提升，“保险姓保，回归本源”成为保险业发展主旋律。

“待到山花烂漫时”，保险业虽历经艰难但始终前行，虽持续发展但仍要寻求创新与变革。作为亿欧公司旗下关注新技术、新理念、新政策的产业创新研究与咨询机构，亿欧智库关注到保险业近年来的创新变化：供给端，保险科技应用、保险业务创新变革正在推动保险业转型升级；需求端，认知风险、有效交互、追求体验、主动消费日益成为人们保险需求“新常态”；2020年新冠疫情的爆发，进一步深化大众的保险价值认知和投保意识。同时，亿欧智库也预判到保险业未来一段时间内将进一步创新发展。故而，亿欧智库撰写此份《2020保险创新发展研究报告》，从保险业服务创新、渠道创新、产品创新三个核心视角入手，深入剖析保险业务运作和创新发展内在逻辑，探讨保险创新核心动因与变革方向。

在报告阐释保险创新发展基础上，亿欧智库希望为保险生态中各类企业提供展业思路与发展方向，并期待为保险从业者、关注保险业的各界人士带来启迪。

## 报告写了什么？

报告基于保险业发展现状，从服务创新、渠道创新、产品创新三个核心视角，探索保险业务流程和具体环节优化之道，探寻保险业创新形态和创新发展方向，探究保险创新机遇。

### 服务创新

#### 技术为器，全程优化

构建评价体系，对五项关键技术保险业务流程中不同业务环节的应用情况进行评估，并对具体业务环节进行细分评价，以期保险业务主体在技术应用对业务流程优化层面的布局提供参考

### 渠道创新

#### 渠道融合，专业经营

将保险营销渠道细分为五类，各类渠道皆有其创新发展方向，全渠道协同将会成为下一阶段保险行业的发展重点；随着行业专业分工进一步明确，产销分离乃至产服分离时代即将到来

### 产品创新

#### 场景布局，按需配置

保险业各领域产品创新步伐从未停止，本章从产品类型、应用场景到组合配置角度，选取场景保险、商业健康险、物联网保险、保险组合配置具体研究

## 报告有什么特色？

与现有研究和书籍相比，亿欧智库不仅关注保险科技应用实现的服务创新，而且将视野扩展到渠道创新与产品创新。在服务创新方面，亿欧智库解构保险价值链，构建评价体系，评估五项关键技术保险业务流程中的应用程度；在渠道创新方面，亿欧智库以全面数据分析五类保险渠道发展与创新，同时梳理出各类渠道协同的创新发展路径；在产品创新方面，亿欧智库从当下创新核心发生的场景保险、商业健康险、物联网保险、保险组合配置四个方向出发，解析产品类型、应用场景和组合配置方式保险产品领域的创新发展。

# 目录

## CONTENTS

### Part.1 保险创新概述

1.1 保险创新背景

1.2 保险创新主体

### Part.2 保险服务创新：技术为器，全程优化

2.1 五项关键技术在保险业应用综述

2.2 技术在保险业务流程中的应用评估

### Part.3 保险渠道创新：渠道融合，专业经营

3.1 保险五类渠道的发展与创新

3.2 各渠道互联互通的全渠道协同

3.3 产销分离助推专业化分工

### Part.4 保险产品创新：场景布局，按需配置

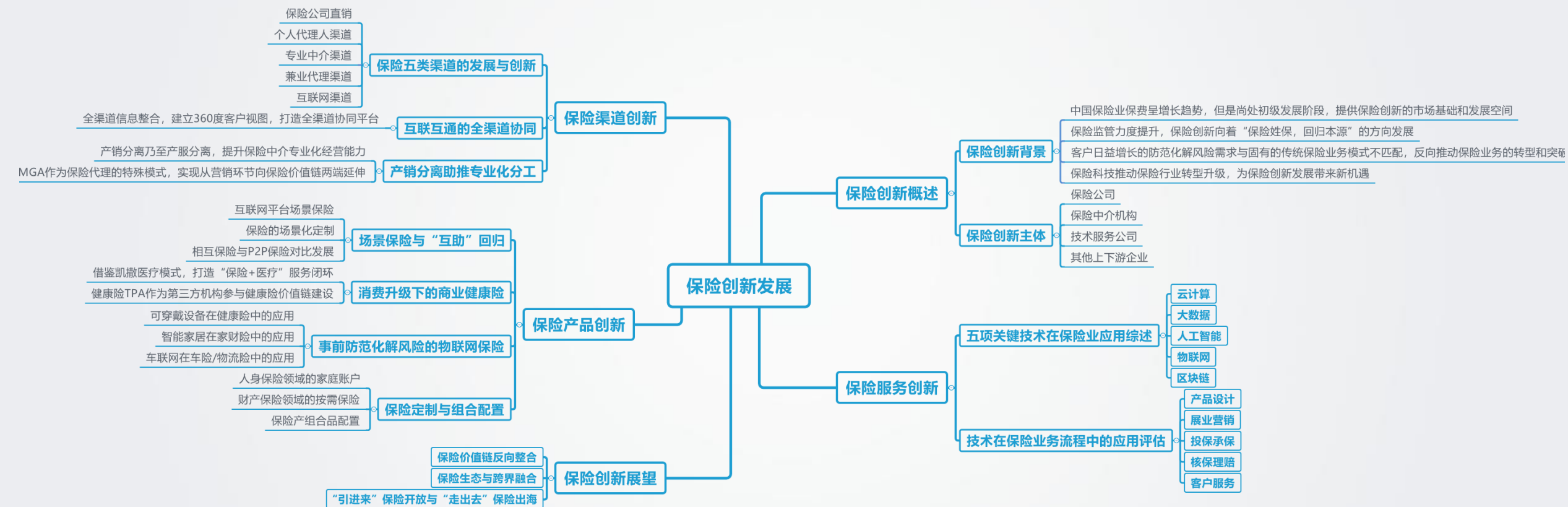
4.1 场景保险与“互助”回归

4.2 消费升级下的商业健康险

4.3 事前防范化解风险的物联网保险

4.4 保险定制与组合配置

### Part.5 保险创新展望：跨界融合，开放共赢



# Part.1 保险创新概述

---

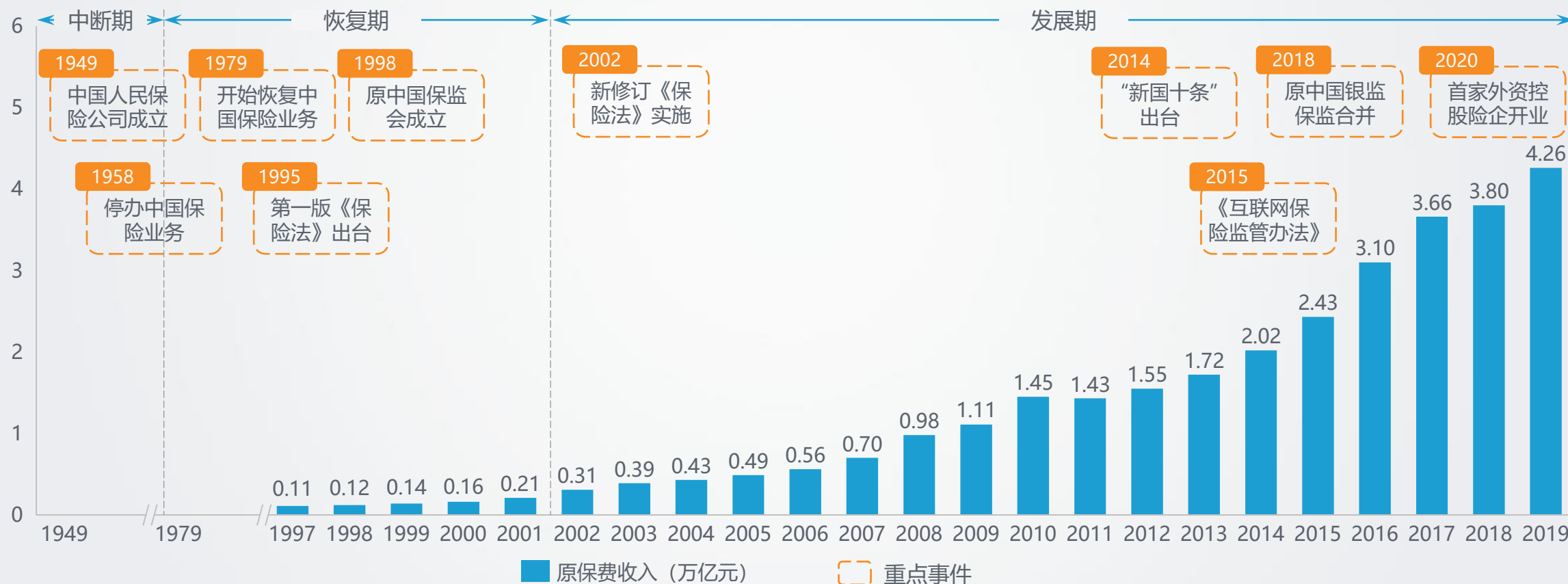
## 1.1 保险创新背景

---

# 中国保险业历经曲折后，于近20年实现快速发展，原保费收入呈增长态势，保险创新的市场基础逐步形成

- ◆ 新中国成立以来，中国保险业经历了曲折发展。1979年，中国保险业务开始恢复，开启了基本从零起步的探索历程。2002年，新修订《保险法》实施，中国保险业步入发展期，原保费收入呈增长态势，市场规模的扩大为保险创新提供了良好市场基础。

亿欧智库：1949-2019年中国保险业发展进程与原保费收入





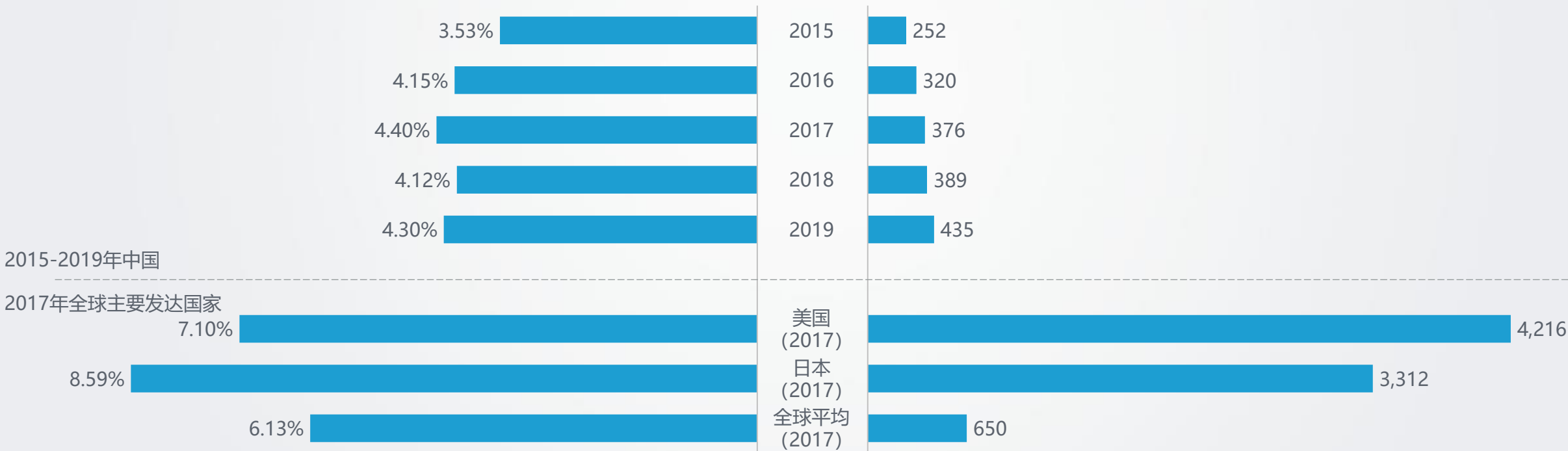
# 中国保险市场处于初级发展阶段，尚有较大的创新发展空间和潜力

- ◆ 中国保险市场增长势头强劲，但从近年来保险深度（保费与GDP之比）和保险密度（人均保费额）来看，中国保险市场与发达国家相比仍有较大差距，甚至尚未达到全球平均水平。这表明中国保险市场尚处于初级发展阶段，保险机制有待进一步完善，但也表明中国保险市场尚有较大创新发展空间，潜力巨大。

亿欧智库：2015-2019年中国及全球主要发达国家保险深度和保险密度

2015-2019年中国保险深度&2017年全球主要发达国家保险深度

2015-2019年中国保险密度&2017年全球主要发达国家保险密度（美元）



# 保险监管力度提升，行业市场和业务结构逐渐规范优化，保险创新朝着“保险姓保，回归本源”的方向发展

- ◆ 保险市场监管政策频出，监管力度稳步提升，推动着保险业规则和业务结构不断优化，成为驱动保险市场创新发展的基础动力。从2006年形成完整的现代保险监管框架，到2013年建设“偿二代”监管体系与2015年整顿互联网保险业务，再到“1+4”系列文件明确保险业“强监管、治乱象、补短板、防风险、服务实体经济”的任务和要求，第十九次全国人民代表大会指出“保险业要回归本源，服务实体经济”，保险创新朝着“保险姓保，回归本源”的方向迈进。

亿欧智库：2006-2019年保险业主要监管政策

时间	政策	发布机构	具体内容	对保险业的影响
2006年1月	《关于规范保险公司治理结构的指导意见》	原中国保监会	强化股东义务、加强董事会建设、发挥监事会作用、规范管理层运作、加强关联交易管理、加强信息披露管理、治理结构监管	推动形成偿付能力、公司治理、市场行为监管三支柱的现代保险监管框架，同时提出政府监管、企业内控、行业自律和社会监督“四位一体”的风险防范体系， <b>标志着完整的现代保险监管框架形成</b>
2013年5月	《中国第二代偿付能力监管制度体系整体框架》	原中国保监会	确立了定量资本要求、定性监管要求和市场约束机制“三支柱”框架体系	以风险为导向管理偿付能力，促进保险公司提高风险管理水平，为“偿二代”各项技术标准的研制和测算奠定了基础
2014年8月	《关于加快发展现代保险服务业的若干意见》	国务院	坚持市场主导、政策引导，坚持改革创新、扩大开放，坚持完善监管、防范风险，立足于服务国家治理体系和治理能力现代化	为商业保险积极参与并促进养老、医疗、健康等行业发
2017年4月-5月	“1+4”系列文件	原中国保监会	强化监管力度，持续整治市场乱象，防范八类风险，创新体制机制，提升保险服务实体经济能力和水平	定了政策基础， <b>将加快发展保险业从行业意愿上升到国家意志</b>
2019年12月	《互联网保险业务监管办法（征求意见稿）》	中国银保监会	厘清监管对象和范围，强调机构持牌、从业人员持证上岗，第三方网络平台不具备保险销售资质	弥补监管短板，推动保险业加快回归本源，做强主业，进一步凸显其经济“减震器”和社会“稳定器”的功能
				平衡强监管、防风险和促发展的关系，对互联网保险和第三方平台业务做出限制， <b>互联网保险梯队分化成为必然</b>

# 客户日益增长的防范化解风险需求与固有的传统保险业务模式不匹配，反向推动保险业务的转型和突破

- ◆ 当前，中国保险行业面临着供需不匹配问题。需求侧，在消费升级大环境下，客户对保险的需求正在由单一保障向综合需求转变。尤其随着中国中产阶级群体兴起，社会财富进一步积累，大众对于保险价值和内涵也有了更深认知，市场对防范化解风险的保障需求将进一步释放，同时客观上也刺激着客户对服务体验的要求。认知风险、有效交互、追求体验、主动消费正在成为客户保险需求“新常态”。
- ◆ 然而，在供给侧，传统保险业务模式面临着从产品设计同质化严重、定价评估困难，到营销存在道德风险、承保盈利能力弱，再到理赔效率低下、客户服务不完善等多重问题，难以与客户日益增长的防范化解风险需求相匹配，保险业亟需实现业务转型和突破。

亿欧智库：保险业在供给侧和需求侧的发展痛点

供给侧					需求侧
产品设计	展业营销	投保承保	核保理赔	客户服务	
<ul style="list-style-type: none"> <li>产品创新不足，同质化严重</li> <li>公司间数据独立，缺乏有效的客户数据积累，产品难以定制化</li> <li>产品定价粗放，依赖行业标准</li> <li>产品研发周期长</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>保险公司渠道掌控能力偏弱，获客成本高</li> <li>以销售为导向，存在道德风险</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>信用体系不健全，客户风险水平评估困难</li> <li>需要提交资料多，流程复杂</li> <li>部分业务赔付率高或波动性大，承保盈利能力偏弱</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>信息孤岛现象严重，理赔流程长，效率低下</li> <li>理赔部门独立负责，透明度差</li> <li>信息不对称，可能出现欺诈骗保行为</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>提供的服务少或较为基础，服务意识较差</li> <li>风险管理手段滞后</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>中产阶级群体兴起，社会财富进一步积累</li> <li>消费升级大环境下，客户对保险的需求由单一向综合转变</li> <li>客户对保险的价值认知加深，对服务体验有更高的要求</li> <li>健康、财富管理、场景化需求突显，社会老龄化引发养老保险需求</li> </ul>

供需不匹配

- ◆ 随着新技术浪潮的兴起，保险科技应运而生，推动着整个保险行业的转型升级。传统保险主要基于保险公司精算能力以及客户数据进行保险产品开发和运营，而大数据、云计算、人工智能、物联网、区块链等新兴科技的应用，能够为保险创新发展提供技术可行性，优化传统保险公司的运营模式，推动保险公司降本增效，提升用户体验。
- ◆ 但是，就目前的应用情况而言，保险科技的应用尚处于探索阶段，技术和业务的融合还不充分，保险科技普及度和应用深度尚有待提升。

亿欧智库：新兴科技在保险业务领域的应用

	产品设计					展业营销					投保承保					核保理赔					客户服务			
	数据收集	需求洞察	形态设计	产品测试	精算定价	客户触达	客户营销	保单成交	客户运营	转介绍	投保	产品报价	核保	风险控制	保单管理	身份核验	查勘定损	反欺诈	理赔定价	出险赔付	咨询服务	增值服务	客户管理	风险管理
大数据																								
云计算																								
人工智能																								
物联网																								
区块链																								

---

## 1.2 保险创新主体

---

# 保险创新推动保险生态在原有保险公司和保险中介机构基础上 技术服务公司、其他上下游企业等更多主体的参与

- ◆ 保险创新改变了保险业原有格局，使得更多业务主体参与到保险生态建设中。保险公司始终是市场主要产品服务的提供方，保险中介机构为A端代理人、B端企业和C端消费者三方客户提供垂直领域服务，技术服务公司为保险公司和保险中介机构提供技术支持，其他上下游企业则实现了更为广泛的专业化服务和流量平台建设。

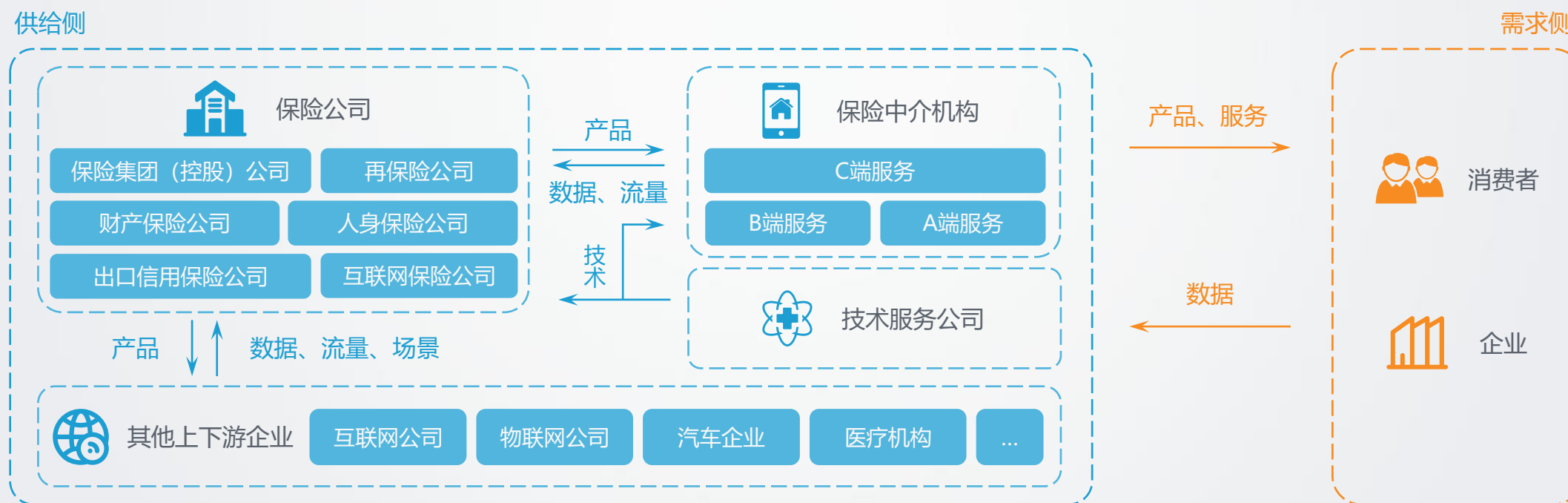
亿欧智库：践行保险创新的四类业务主体

	保险公司	保险中介机构	技术服务公司	其他上下游企业
简介	拥有保险牌照的公司，是保险市场主要的产品服务提供方	直接或间接拥有保险代理、保险经纪、保险公估牌照的中介机构	服务于保险公司和保险中介机构内部流程优化、风控建设等的第三方服务商	包括互联网公司、医疗机构、物联网公司等，是关联产业链或提供场景流量的公司
优势	<ul style="list-style-type: none"> <li>牌照优势</li> <li>线下渠道优势明显</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>牌照优势</li> <li>相对独立地为客户提供服务</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>技术优势</li> <li>业务发展灵活</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>互联网公司：线上流量优势明显，可满足保险的长尾需求</li> <li>医疗机构等：专业化服务</li> </ul>
劣势	<ul style="list-style-type: none"> <li>对创新持保守审慎态度</li> <li>受体制机制影响，创新转变难度大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>风险承受能力较弱</li> <li>不能独立完成产品开发、风险赔付等业务环节</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>较少拥有相关牌照，业务发展上受限于提供风控等第三方服务</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>保险仅是其产业链中的风险保障或消费环节，参与度有限</li> </ul>

# 保险生态体系以保险公司为核心，形成与保险中介机构、技术服务公司和其他上下游企业之间的“竞合关系”

- ◆ 在保险生态中，保险公司是核心主体，保险中介机构承担保险公司除风险赔付责任外的部分职能，技术服务公司为保险公司和保险中介机构提供技术支持，互联网公司、医疗机构等上下游企业则为上述公司提供数据、流量、场景等。此外，这些生态主体均为需求侧的消费者和企业提供产品服务。
- ◆ 供给侧各主体间的业务并非完全独立而是互有交叉，但他们之间选择“合作”还是“竞争”不能一概而论。从需求侧而言，消费者和企业更希望他们达成“竞合关系”，实现两方或多方的联合，建设生态体系，实现多方共赢，进而提供更加优质的产品和服务。

亿欧智库：保险生态体系





供给侧

需求侧





## Part.2 保险服务创新：技术为器，全程优化

---

## 2.1 五项关键技术在保险业应用综述

---

# 在驱动保险业务“以客户为中心”转型的多个因素中，新兴技术通过构建底层基础设施，实现保险业务流程优化

- ◆ 传统保险业务流程是一套复杂的系统，包括保险产品的设计、展业营销、投保承保、核保理赔、客户服务等一系列环节，每个环节内部又有众多细分环节。每一环节既是保险公司核心业务和服务的体现，又是影响客户体验、实现客户留存的关键。
- ◆ 随着保险业务发展，保险各业务环节优化正在逐步实现从“以产品为中心”向“以客户为中心”的目标转型。这一转型受到客户需求转变、保险企业留存客户、避免同质化竞争、实现科技应用等多方面因素的影响和驱动。在所有驱动因素中，新兴科技的应用能够为保险各业务环节优化提供全新手段，通过底层基础设施建设，保证上层业务和各项服务的高效运作。大数据、云计算、人工智能、物联网和区块链五项关键技术正推动着保险公司实现面向客户的售前、售中、售后的业务流程优化，从整体上重塑保险服务。

## 亿欧智库：五项关键技术介绍



### 大数据

大数据 (Big Data) 是指无法在一定时间范围内用常规软件工具进行捕捉、管理和处理的数据集合，是需要新处理模式才能释放更强决策力的海量多样信息资产。大数据的战略意义在于能够**对富有内涵的数据进行专业化处理，发现数据间的关联价值，通过在线化的计算和应用释放出应有的价值。**



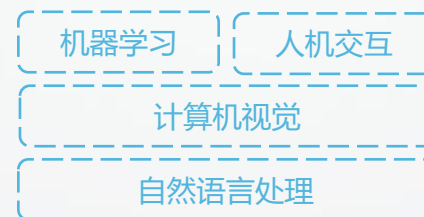
### 云计算

云计算 (Cloud Computing) 是一种能够通过网络以便捷的、按需付费的方式获取计算资源（包括网络、服务器、存储、应用和服务等）并快速提供的模式，**这些资源可以被迅速提供并发布，同时实现管理成本或服务供应商干预的最小化。**



### 人工智能

人工智能 (AI) 是研究、开发用于模拟、延伸、扩展人的智能的理论、方法、技术及应用系统的一门新的技术科学。核心涉及四大技术：



### 物联网

物联网 (The Internet of Things) 是在互联网基础上的泛在网络，它将传统分离的物理世界与信息世界联系起来，利用各种先进的技术实现互联互通和智能化管理。从保险视角来看，**物联网是保险标的物本身的技术进步，借助物联网技术可以实现远程标的物风险的干预和风控主动性的提升。**



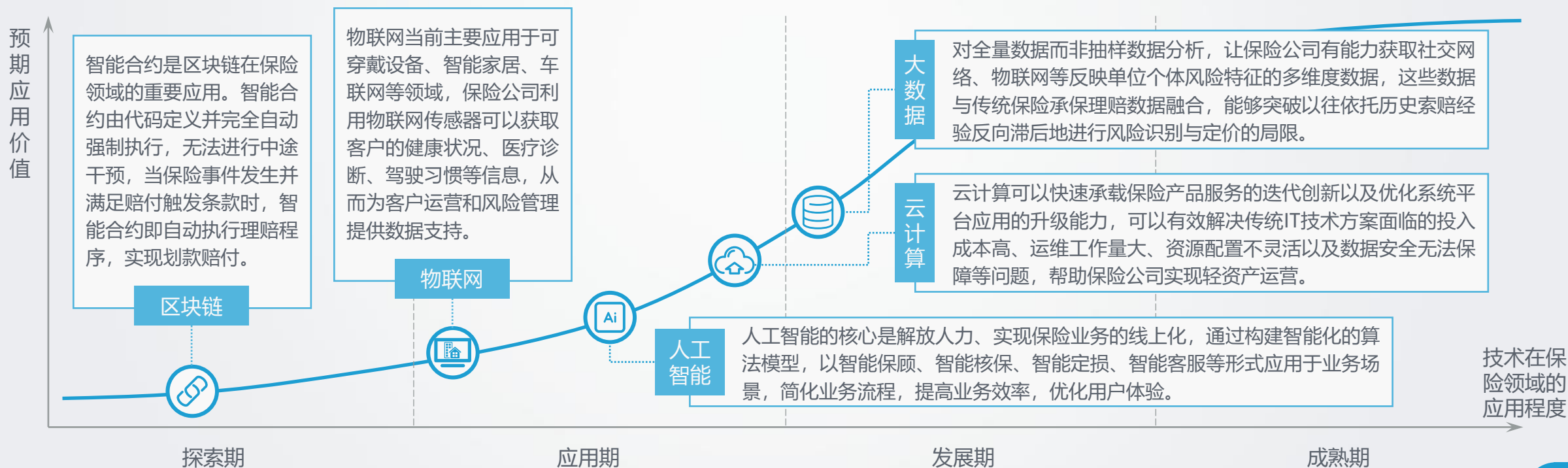
### 区块链

区块链 (Blockchain) 是基于分布式网络形成的共识机制，应用分布式数据存储、点对点传输、共识机制、加密算法等计算机技术，具有去中心化、开放性、透明性、匿名性、数据不可篡改性和自治性六大特征。**区块链可以保证数据的真实性和可靠性，提高包括保险在内的金融信用认可度。**

# 大数据、云计算、人工智能、物联网和区块链五项关键技术 在保险领域逐步探索应用发展

- ◆ 从大数据、云计算、人工智能、物联网和区块链五项关键技术在保险领域的具体应用情况来看，大数据和云计算应用相对成熟，提高了保险公司数据的信息化处理能力；人工智能进行了部分应用，尤其在展业营销环节有较大突破；物联网开始了初步应用尝试，在保险领域的应用主要集中在车联网和可穿戴设备方面；区块链还处于初步探索期。各种技术在不同层面上都对传统保险业务流程产生着影响，它们并非彼此割裂，而是互相融合，逐步实现在保险业务中的探索、应用、落地。

亿欧智库：五项关键技术在保险领域的应用



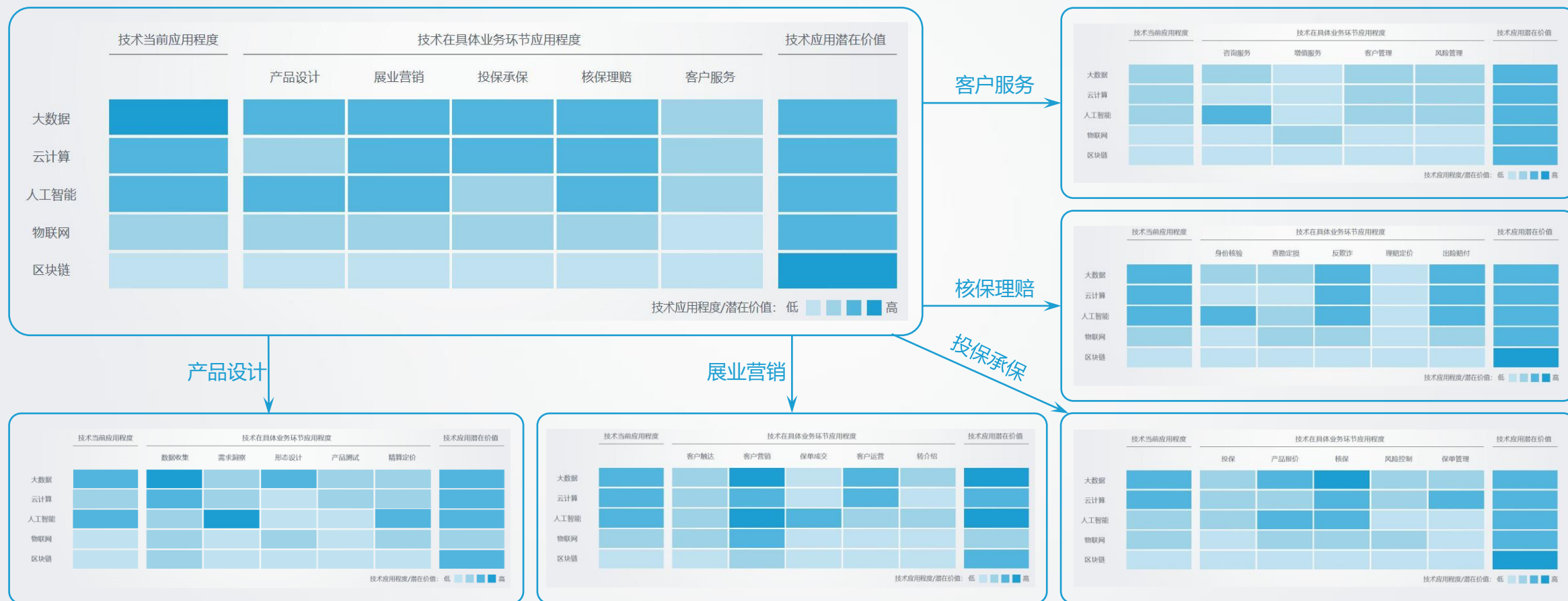
---

## 2.2 技术在保险业务流程中的应用评估

---

# 构建评价体系，对五项关键技术在保险业务流程中的应用进行评估

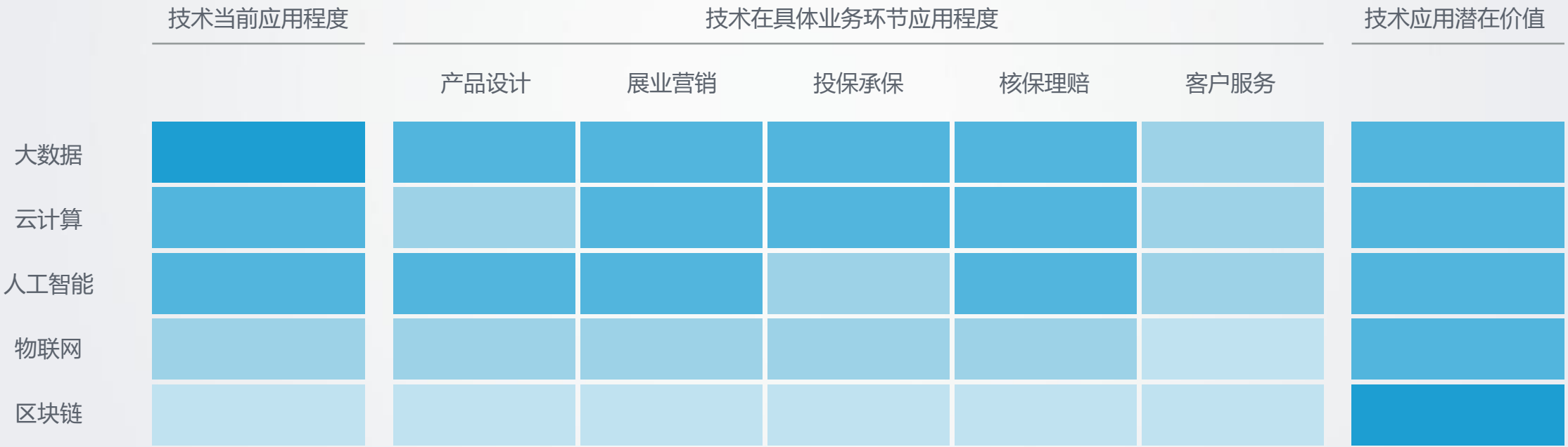
- ◆ 基于技术对保险业务流程的优化，亿欧智库构建评价体系，对五项关键技术在保险业务流程中不同业务环节的应用情况进行评估，并对具体业务环节进行了细分评价，以期保险业务主体在技术应用和业务流程优化层面的布局提供参考。



# 技术中大数据应用程度最高，业务环节中展业营销数字化能力更强，客户服务是后续技术布局需要攻克的重点

- ◆ 整体来看，当前大数据技术应用程度最高，云计算和人工智能次之，这三项技术未来均有一定的发展空间；区块链技术当前应用程度低，但在未来发展中更具优势。
- ◆ 在保险价值链各环节中，展业营销和核保理赔技术应用程度更高，产品设计和投保承保都实现了大数据、云计算和人工智能一定程度的应用，客户服务技术应用相对最弱，是后续技术布局需要攻克的重点。

亿欧智库：五项关键技术在保险各业务流程中的应用评估

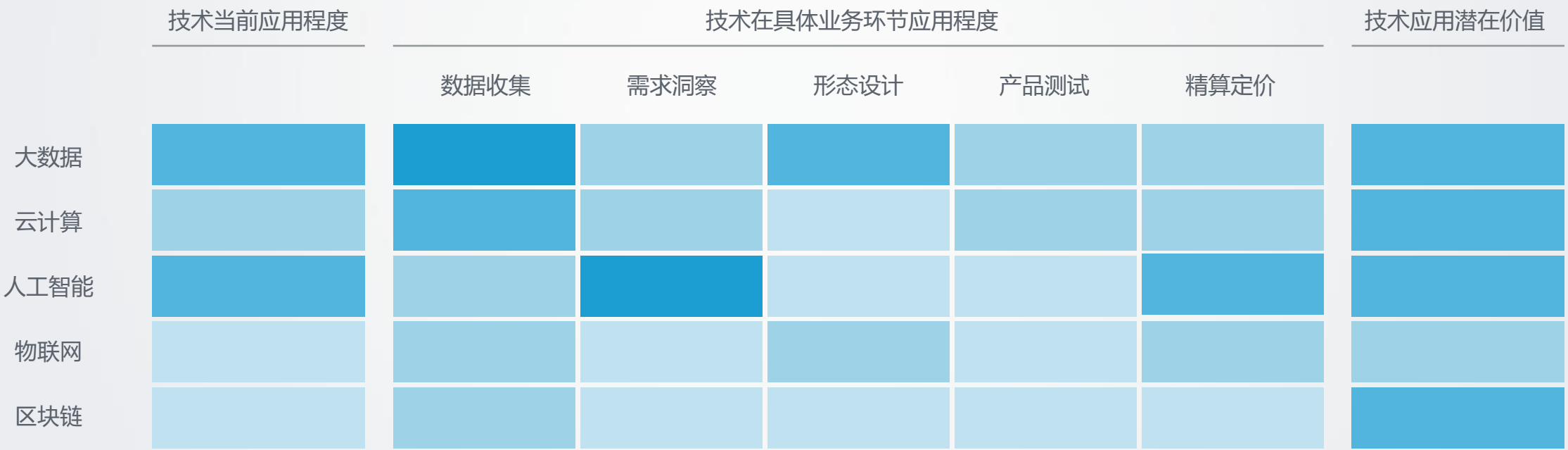


技术应用程度/潜在价值：低 中 高

# 产品设计环节主要实现数据收集与需求洞察的技术应用，产品测试面临技术应用瓶颈

- ◆ 现阶段，产品设计环节主要应用大数据、云计算与人工智能三项技术，物联网与区块链的应用程度略低，但未来区块链技术重要性将会显著提升。
- ◆ 细分产品设计各步骤，技术在数据收集环节应用程度最高，需求洞察实现了人工智能的核心应用，而产品测试环节少有技术布局，面临技术应用瓶颈。

亿欧智库：五项关键技术在产品设计环节的应用评估



技术应用程度/潜在价值：低 中 高



# 产品设计主要应用大数据、云计算和人工智能技术，区块链技 术将会逐渐体现出巨大应用价值

- ◆ 五项关键技术在产品环节主要应用于前期数据收集以及辅助完成形态设计、精算定价，对真正洞悉客户需求、实现客户个性化服务的需求洞察环节以及改进产品的产品测试环节仅有较少触达。其中，数据收集是产品设计的基础，通过各项技术应用为打通不同服务器间数据壁垒提供帮助，也为后续的需求洞察、形态设计与精算定价提供基础数据支持。

亿欧智库：五项关键技术在产品环节的应用

## 大数据

应用环节：数据收集、形态设计

应用程度：★★★ 潜在价值：★★★

- **数据收集**：对丰富场景下的客户数据进行收集、整合
- **形态设计**：海量数据处理和分析可以支持产品碎片化设计

## 云计算

应用环节：数据收集、精算定价

应用程度：★★ 潜在价值：★★★

- **数据收集**：构建不同服务器间的数据共享环境，实现保险信息的全行业共享
- **精算定价**：传统保险定价方法主要依托承保风险数据和保险历史索赔，现在可以基于全量数据分析实现精准定价

## 人工智能

应用环节：需求洞察、精算定价

应用程度：★★★ 潜在价值：★★★

- **需求洞察**：基于机器学习技术，对客户数据进行挖掘、分析，形成全面清晰的客户画像，精准定位客户需求，实现差异化产品设计
- **精算定价**：提升对损失和费用预测的准确度

## 物联网

应用环节：数据收集、精算定价

应用程度：★

潜在价值：★★

- **数据收集**：增加用户互动途径，获取用户多维信息
- **精算定价**：通过设备追踪用户行为，按使用量及用户习惯更精准地定价

## 区块链

应用环节：数据收集、形态设计、产品测试

应用程度：★

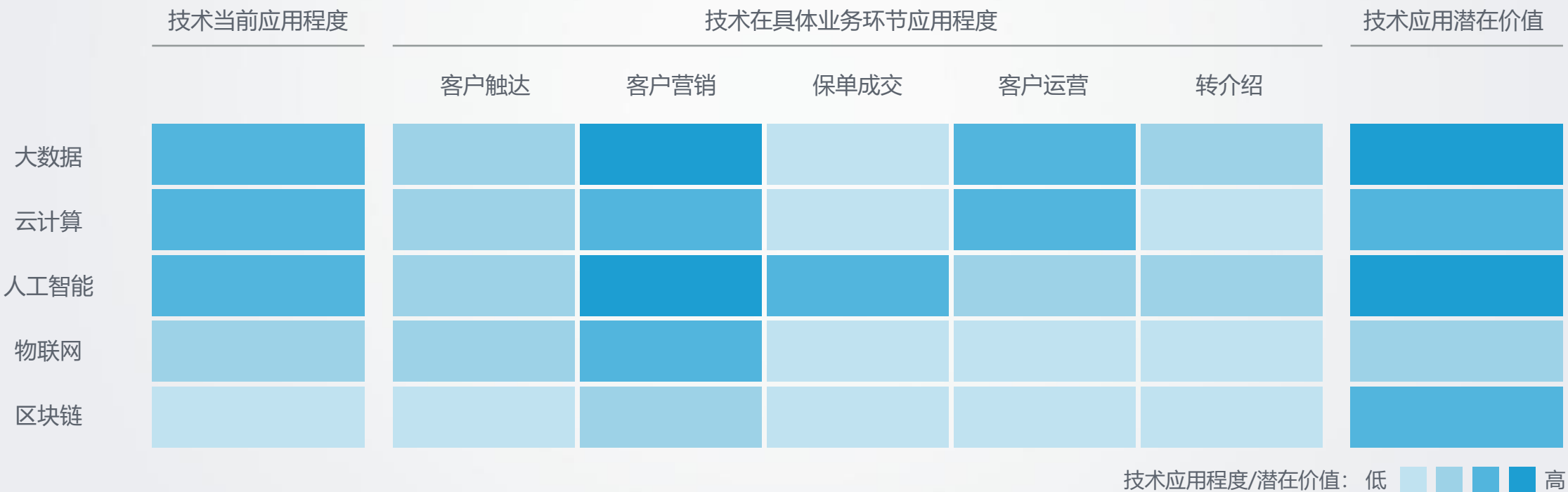
潜在价值：★★★

- **数据收集**：在数据传输过程中应用加密技术，可以确保用户数据安全
- **形态设计**：基于智能合约实现产品结构及规则设计
- **产品测试**：有效追溯和标记信息，从而进一步评估风险，改进产品

# 展业营销主要实现客户营销与客户运营的技术应用，转介绍的数字化建设仍有提升空间

- ◆ 大数据、云计算与人工智能在展业营销环节已实现相对饱和的应用，三者潜在价值的拐点陆续出现，未来在价值深挖中也将继续发挥重要作用。物联网在客户营销环节实现了较为深入的布局，区块链未来有较大潜在发展空间。
- ◆ 从具体业务环节来看，客户营销涉及大量数据与算法过程，因此技术在这一环节应用可发挥空间较大，而转介绍较少依赖于信息系统建设，实现数字化相对困难。

亿欧智库：五项关键技术在展业营销环节的应用评估



# 大数据、人工智能应用将在展业营销环节继续延伸，云计算、区块链、物联网赋能动力也将继续

- ◆ 目前，展业营销环节中客户营销、客户运营两个步骤的技术应用深度占据绝对优势，客户触达与保单成交对关键技术的涉及层次相对较低，而转介绍几乎还未进行技术应用的开拓，如何降低拓客成本仍是现阶段的难题。大数据与人工智能无论在现阶段还是在未来的应用都颇具优势，尤其在客户营销中，能够在需求判断、行为分析以及产品比对等方面提供较大帮助。

亿欧智库：五项关键技术 在展业营销环节的应用

## 大数据

应用环节：客户营销、客户运营

应用程度：★★★ 潜在价值：★★★★

- **客户营销**：判断客户的潜在保险需求，开展针对性营销，实现产品的交叉销售
- **客户运营**：基于内外部数据的综合利用，对客户进行多维度、立体化的分析和针对性的维护

## 云计算

应用环节：客户营销、客户运营

应用程度：★★★ 潜在价值：★★★

- **客户营销**：保障智能保险顾问的业务运作，实现更加精准的智能业务运营
- **客户运营**：基于客户数据的整合、配置、运营

## 人工智能

应用环节：客户营销、保单成交

应用程度：★★★ 潜在价值：★★★★

- **客户营销**：根据客户需求或行为习惯，智能推荐产品或进行产品比较，同时基于人机交互技术实现主动营销，降低营销推介成本
- **保单成交**：基于“高额损失原则”帮助客户明确风险损失，提高成交效率和销售转化率

## 物联网

应用环节：客户触达、客户营销

应用程度：★★ 潜在价值：★★

- **客户触达**：保险公司可与物联网设备开发商合作，拓展触达客户的场景
- **客户营销**：基于物联网数据形成的用户分析，为用户精准化推荐保险产品和服务

## 区块链

应用环节：客户营销、客户运营

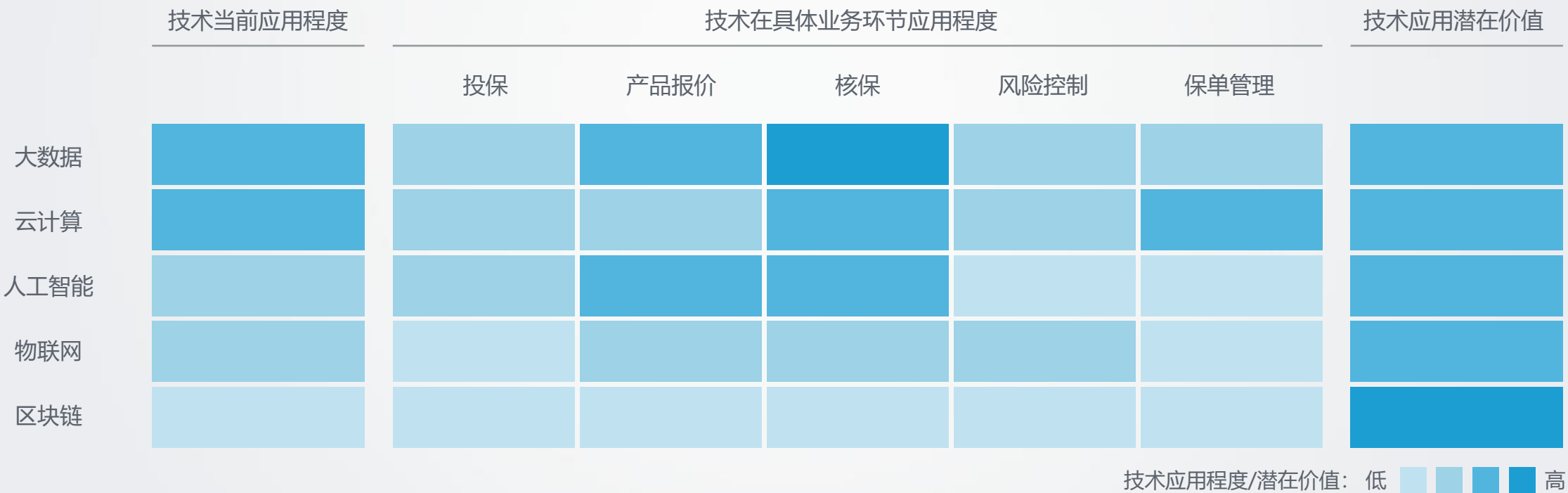
应用程度：★ 潜在价值：★★★

- **客户营销**：智能合约的应用允许第三方保险渠道打包产品售卖
- **客户运营**：实现数据与企业分离，保证客户在更换保险公司场景下的数据连续性

# 投保承保中产品报价与核保的技术应用较为突出，目前技术在投保与风险控制领域的耕植力度相对有限

- ◆ 大数据是现阶段投保承保环节应用的核心技术，主要应用于核保和产品报价，云计算和人工智能也同样具有重要意义，在产品报价、核保和保单管理环节有较为深入应用，未来区块链将发挥巨大价值。
- ◆ 技术在核保中应用较为深入，有助于保险公司快速处理投保单据，在产品报价中的应用能够根据客户信息，实现互联网环境下实时高频报价。在投保和风险控制环节的技术应用尚待加强。

亿欧智库：五项关键技术投保承保环节的应用评估



# 投保承保环节大数据、云计算与人工智能将继续深化应用，区块链将发挥更大价值

- ◆ 在投保核保环节，核保几乎实现了全部关键技术的应用，产品报价、保单管理与风险控制涉及部分技术，相比之下投保过程受到用户主观意识影响较多，可实现技术应用空间相对有限。现阶段大数据对投保承保环节的贡献最为突出，而区块链尚未得到充分利用，但从潜在价值来看，各项技术都将继续深化应用，发挥更大价值。

亿欧智库：五项关键技术在投保承保环节的应用

## 大数据

应用环节：产品报价、核保

应用程度：★★★ 潜在价值：★★★

- **产品报价**：基于客户信息，提供有针对性的产品报价
- **核保**：通过对经验数据的分析，根据投保人情况实现专属核保、自动化核保

## 云计算

应用环节：核保、保单管理

应用程度：★★★ 潜在价值：★★★

- **核保**：提供核保过程中的数据系统支持和运营
- **保单管理**：保单云端存储，实时查询管理

## 人工智能

应用环节：产品报价、核保

应用程度：★★ 潜在价值：★★★

- **产品报价**：机器学习技术提高了建模效率和准确性，以适应互联网环境下实时高频的风险报价
- **核保**：快速对客户提供的资料（如文档、录音、影像等）的真实性进行高效识别和记录

## 物联网

应用环节：核保、风险控制

应用程度：★★ 潜在价值：★★

- **核保**：为系统核保决策提供物联网数据支持，实现自动化核保
- **风险控制**：基于与投保产品相关的用户信息，实现风险控制，降低欺诈风险

## 区块链

应用环节：核保、保单管理

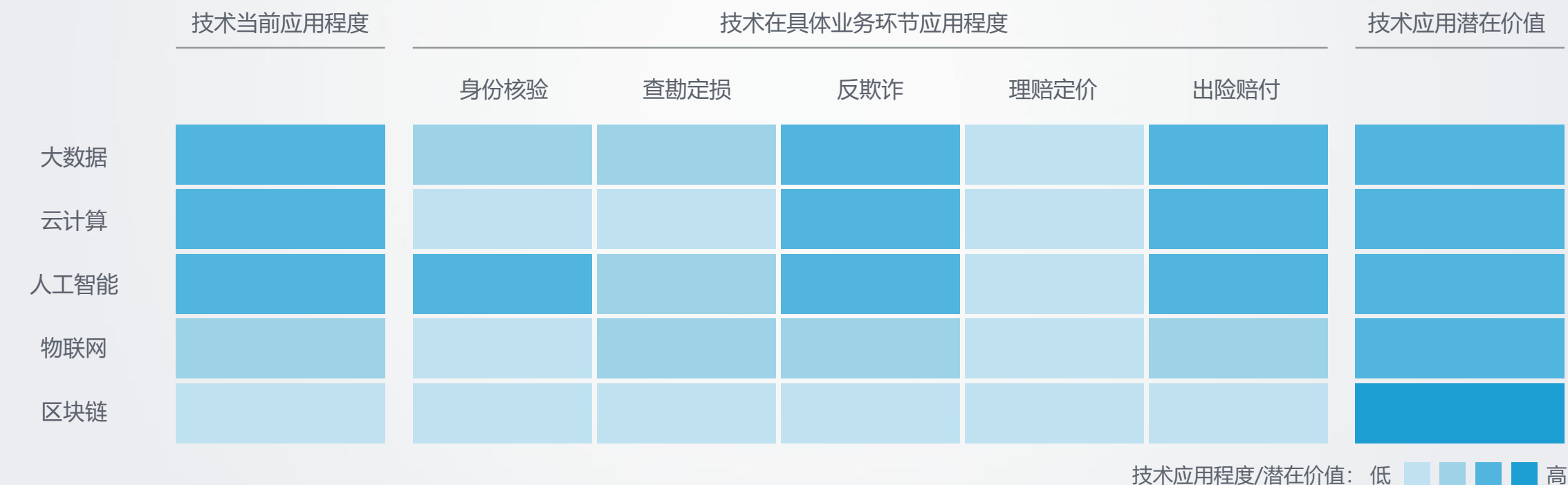
应用程度：★ 潜在价值：★★★★

- **核保**：区块链的匿名性、开放性使得保险公司可以准确、安全、不可篡改地获取相关信息，解决了投保人的隐私问题和数据敏感问题
- **保单管理**：保单数据可采用智能合约维护；区块链上流通的保险产品可自由转让，能够避免保单造假的问题

# 核保理赔中反欺诈和出险赔付技术应用相对深入，理赔定价科技属性有待进一步开拓

- ◆ 整体上，核保理赔中实现关键技术应用的环节稍少于保险价值链的其他环节，但这种现象会随大数据、云计算、人工智能的深入应用，以及各项技术潜在价值渐显而发生转变。
- ◆ 就具体业务环节而言，反欺诈和出险赔付环节技术应用稍占优势，对于保险公司做好风险管控和提高理赔效率具有重要意义。理赔定价技术应用较为薄弱，还需进一步拓展技术应用发展空间。

亿欧智库：五项关键技术在核保理赔环节的应用评估





# 核保理赔环节的技术应用主要涉及大数据、云计算与人工智能，区块链技术应用有望加强

- ◆ 反欺诈是核保理赔的核心风控环节，出险赔付是环节内最终步骤，二者目前的技术属性最为突出。此外身份核验和查勘定损部分实现了大数据、人工智能和物联网应用，并会随着三项技术深化应用持续发展。从五项关键技术整体应用情况来看，区块链的应用场景相对匮乏，但其价值前景较为突出。

亿欧智库：五项关键技术在校保理赔环节的应用

## 大数据

应用环节：反欺诈、出险赔付

应用程度：★★★ 潜在价值：★★★

- **反欺诈**：大数据分析对客户风险的刻画，能够更加精准地识别出欺诈骗保的行为
- **出险赔付**：加快理赔处理和赔付，实现部分业务流程的自动化，降低失误差

## 云计算

应用环节：反欺诈、出险赔付

应用程度：★★★ 潜在价值：★★★

- **反欺诈**：基于数据网络，实现核赔反欺诈系统的智能化运营
- **出险赔付**：实现快速的理赔和赔付业务流程

## 人工智能

应用环节：身份核验、反欺诈、出险赔付

应用程度：★★★ 潜在价值：★★★

- **身份核验**：基于人脸识别技术，实现快速远程身份核验
- **反欺诈**：通过社交网络信息，判断客户理赔的真实性，有效识别保单欺诈行为
- **出险赔付**：通过智能理赔实现自动化作业，降低理赔处理成本，提高理赔时效

## 物联网

应用环节：查勘定损、出险赔付

应用程度：★★ 潜在价值：★★

- **查勘定损**：通过远程扫描设备估算意外事件造成的伤害，及时完成现场勘察，为理赔人员提供精准理赔建议，对简单案件进行自动理赔
- **出险赔付**：基于主动风险管理，降低出险概率以及出险带来的相关运营成本

## 区块链

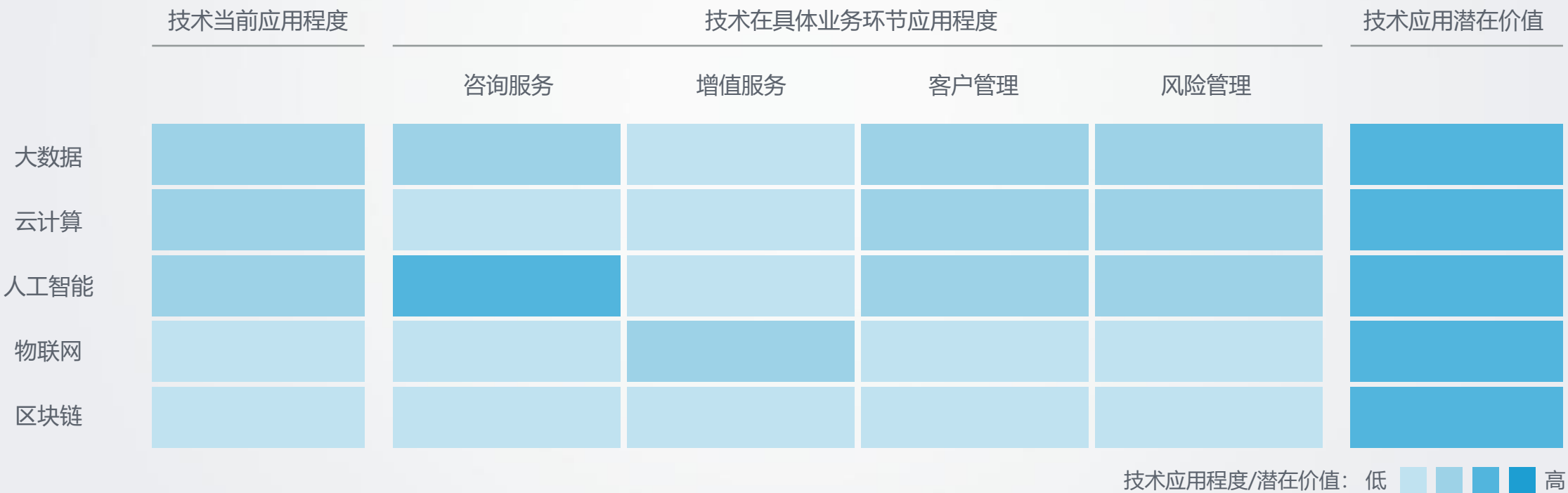
应用环节：身份核验、反欺诈、出险赔付 应用程度：★ 潜在价值：★★★★

- **身份核验**：可以快速进行身份信息校验，实现数据和企业的分离，尤其在投保人更换保险公司的场景下，保证数据的连续性
- **反欺诈**：省去建立信任和传输数据的成本，快速准确地核查信息
- **出险赔付**：智能合约能够实现基于用户信息的自动出险赔付

# 客户服务当前技术应用程度不高，全面提升科技应用将会是未来发展核心命题

- ◆ 总体上，客户服务环节中各项技术的应用程度相对不高，仅人工智能技术在咨询服务环节有深入应用布局。相比于其他环节，物联网技术实现了更具价值的应用。
- ◆ 从业务环节来看，咨询服务环节的技术应用较为成熟，而增值服务、客户管理和风险管理均缺乏与技术的有效融合。增值服务的技术应用最为薄弱，仅物联网技术的应用更多地推动了驾驶指导、健康管理等方面的增值服务建设。

亿欧智库：五项关键技术在客户服务环节的应用评估





# 客户服务环节与大数据、云计算、人工智能、物联网技术的深度融合仍将继续，区块链优势渐显

- ◆ 客户管理与风险管理是客户服务环节的关键步骤，大数据、云计算、人工智能皆已开始布局，增值服务与咨询服务目前相对适用于物联网以及人工智能技术应用。从五项关键技术在本环节应用趋势来看，各项技术都具有较强的价值潜力，在保险价值链尾端重塑中将会发挥日渐重要的意义，尤其在降低服务成本、提升服务质量等方面具有不可忽视的作用。

亿欧智库：五项关键技术是客户服务环节的应用

## 大数据

应用环节：客户管理、风险管理

应用程度：★★ 潜在价值：★★★★

- **客户管理**：将客户数据打通，实现客户的维护和管理
- **风险管理**：基于数据评估，有序化解风险

## 云计算

应用环节：客户管理、风险管理

应用程度：★★ 潜在价值：★★★★

- **客户管理**：保证智能化客户管理网络的运作
- **风险管理**：为风险评估提供运营支持

## 人工智能

应用环节：咨询服务、客户管理、风险管理

应用程度：★★ 潜在价值：★★★★

- **咨询服务**：基于人机交互技术，提供7\*24不间断服务，降低客服运营成本
- **客户管理**：在续期回访、续保通知等业务场景中实现应用
- **风险管理**：评估并发现客户风险情况

## 物联网

应用环节：咨询服务、增值服务、风险管理 应用程度：★★ 潜在价值：★★

- **咨询服务**：丰富与客户互动交流的途径，提高解答客户疑问的效率和精准度
- **增值服务**：驾驶指导（车联网）、健康管理（可穿戴设备）等
- **风险管理**：对投保人车辆或身体情况实时监测，在出现异常情况时及时应对

## 区块链

应用环节：客户管理 应用程度：★ 潜在价值：★★★★

- **客户管理**：整合多渠道客户信息，实现客户账户统一管理

# 全球保险科技公司已进行技术在保险领域应用的多方尝试，技术应用已实现财险、寿险等全方位覆盖

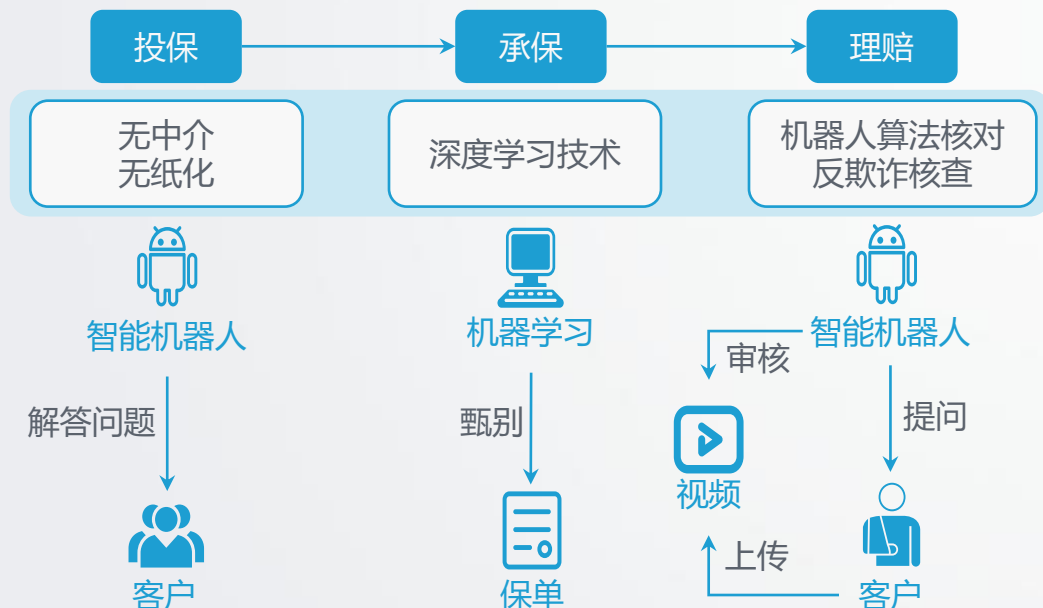
## Lemonade

Lemonade

Lemonade成立于2015年，主要业务涵盖互联网财产保险领域，为房屋、公寓、合作产权公寓和独立单位公寓的房东和租户提供财产保险。

Lemonade将人工智能、机器学习与保险流程进行深度结合，通过无中介和无纸化操作直达C端客户，由智能机器人回答客户的提问，并完成用户投保；同时Lemonade还借助深度学习技术，甄别保单的风险属性，判断是否接受承保；在理赔时，客户首先需要上传视频说明损失情况，Lemonade智能机器人进行算法核对与反欺诈核查，决定是否赔付。

亿欧智库：Lemonade在投保、承保、理赔中的技术应用



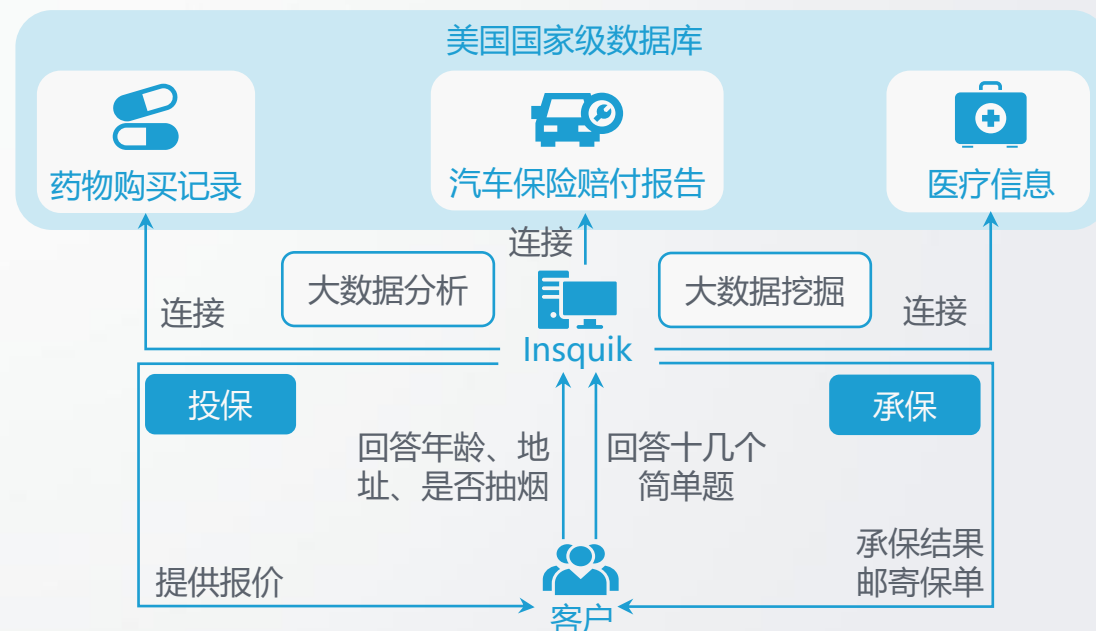
## Insquik

INSQUIK

Insquik聚焦于定期寿险产品的无纸化服务，连接多个国家级数据平台、整合投保人与人寿风险相关的数据信息，同时运用大数据挖掘及大数据分析技术实现快速报价与审核评估。

在投保时，C端客户只需要回答3个问题：年龄、地址、是否抽烟，Insquik即可给出报价，避免冗余的文件提交等环节；在承保时，Insquik在C端客户回答十几个简单问题之后可以快速提供承保结果，并在投保人签署提交电子保单后的12小时内为投保人邮寄保单文件。

亿欧智库：Insquik大数据技术推动投保与承保的快速实现



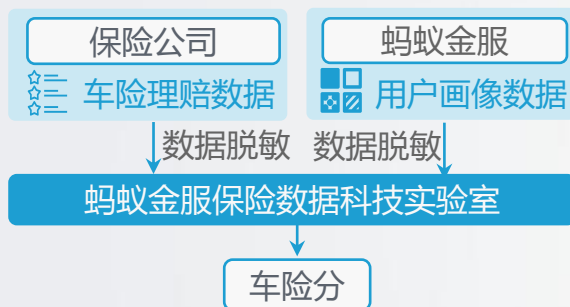
# 蚂蚁金服实现车险智能化定损与理赔，金融壹账通推动保险价值链AI化，栈略数据、豆包网、保险师以大数据赋能保险业

## 蚂蚁金服

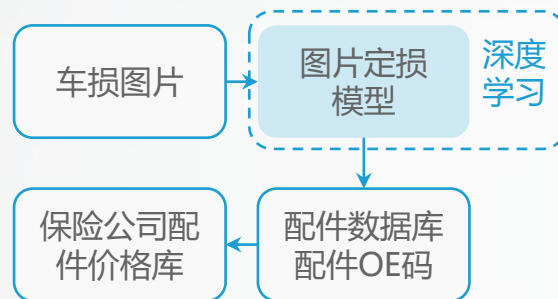


蚂蚁金服以移动互联、大数据、人脸识别、云计算、风控以及人工智能技术为基础，与险企进行深度合作，参与保险产品设计与精算定价与风控等环节。

亿欧智库：蚂蚁金服“车险分”



亿欧智库：蚂蚁金服“定损宝”

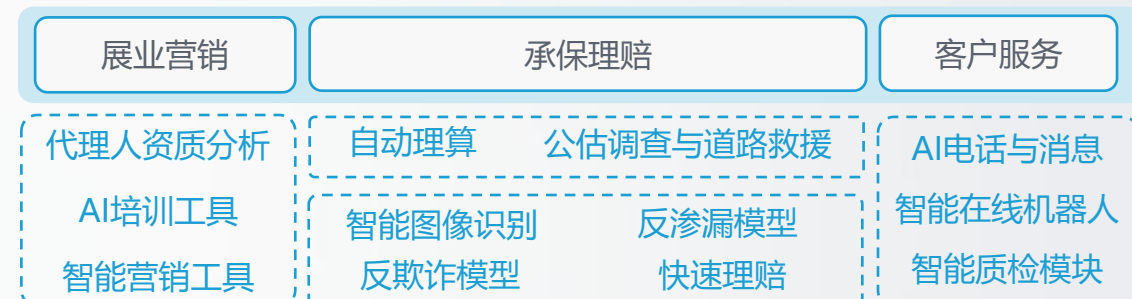


## 金融壹账通



金融壹账通为保险行业的展业营销、承保理赔与客户服务环节提供技术支持，并为保险公司在数据管理、智慧经营与云平台等方面提供底层技术服务。

亿欧智库：金融壹账通在保险价值链中的技术应用



## 栈略数据



栈略数据专注于健康险风控领域的技术支持，以大数据技术为基础，为保险行业提供自动理算与风险识别服务。



## 豆包网



豆包网以大数据与云计算为驱动，利用人工智能与可视分析技术，自主研发一站式中介SaaS系统豆包数云，为保险中介机构提供智能科技服务。



## 保险师

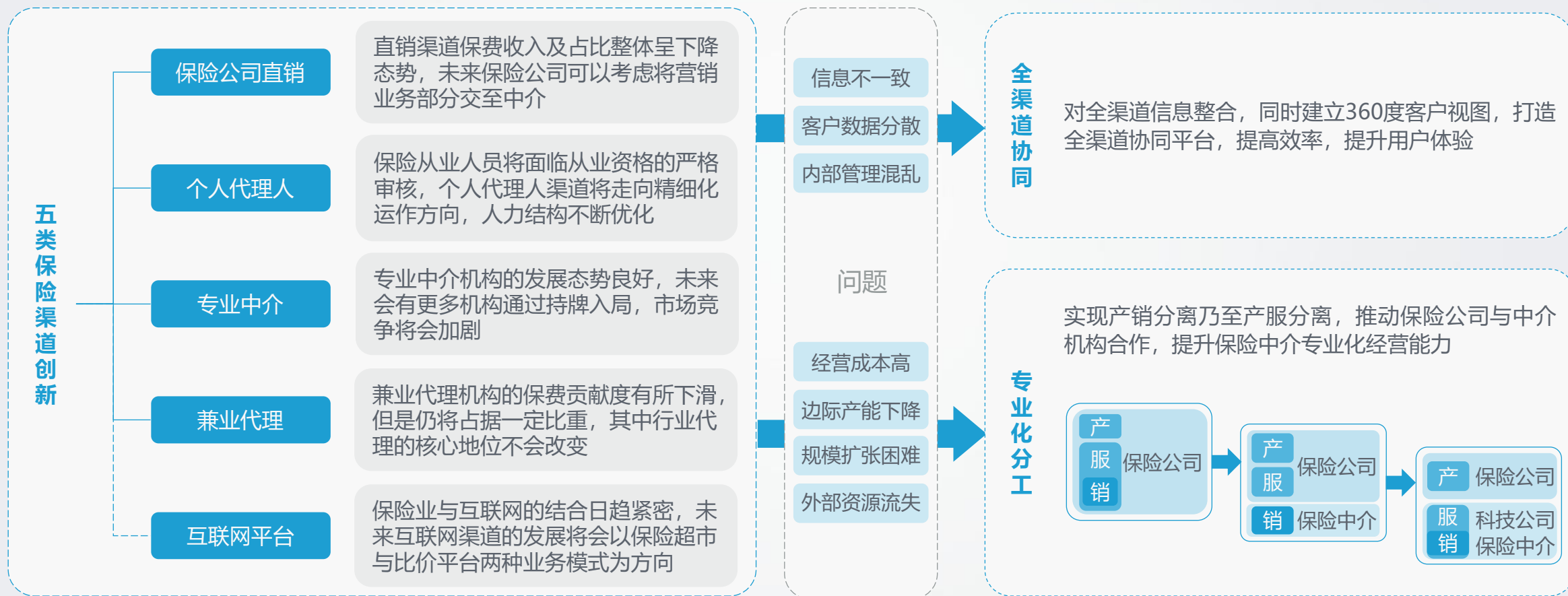


保险师以大数据与云计算为核心，探索保险领域互联网新模式，为保险企业、保险代理人、消费者构筑销售服务体系。



## Part.3 保险渠道创新：渠道融合，专业经营

- ◆ 目前保险营销渠道主要细分为五类，随着行业格局的变化，各渠道呈现整合汇集的演进趋势，全渠道融合将成为保险行业下一阶段的发展重点；随着行业专业分工的进一步明确，产销分离乃至产服分离的时代即将到来。



---

## 3.1 保险五类渠道的发展与创新

---



# 保险渠道建设历经了从保险公司直销到中介机构崛起再到互联网渠道发展的演进路径

- ◆ 中国保险渠道的建设共经历了四个阶段，第一阶段的保险销售以直销模式为主，同时发展行业兼业代理与农村代理以拓展获客渠道；第二阶段以个人营销员制度的引入为标志，改变传统保险展业模式；第三阶段中，专业保险中介机构、银保渠道以及电商渠道纷纷涌现，行业布局随着中介体系的出现而逐渐完善；第四阶段中，互联网技术的应用使保险获客与营销渠道被拓宽，线上渠道的重要性凸显。

亿欧智库：中国保险渠道建设演进路径



数据来源：中国银保监会、中国保险年鉴  
总保费收入数据列示

注：由于1997-2003年中国保险年鉴原保费收入数据统计没有拆分直销渠道和中介渠道统计口径，故该时期直接以

# 保险渠道可具体划分为保险公司直销、个人代理人、专业中介、兼业代理和互联网平台五大类渠道

- ◆ 保险渠道可分为直销渠道与中介渠道两大类，其中直销渠道专指由保险公司直接销售其产品的模式，中介渠道包含保险公司的个人代理和市场中的保险中介，后者又可细分为专业中介机构和兼业代理机构。此外，随着互联网技术的普及，传统保险渠道逐步拓展至线上，形成互联网平台这一新渠道。

亿欧智库：五大类保险渠道



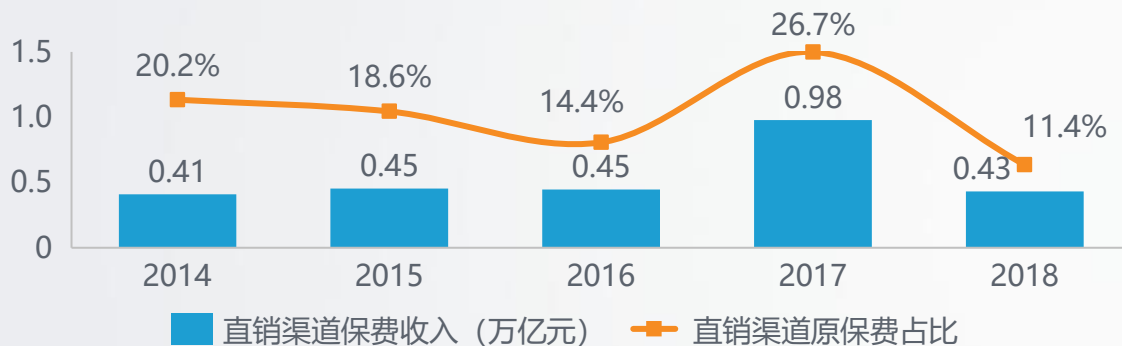
	保险公司直销	个人代理人	专业中介	兼业代理	互联网平台
简介	保险公司不通过保险营销员，直接销售本公司保险产品	获保监会许可，为保险公司销售保险产品、提供相关服务并收取佣金的营销人员	根据保险公司的委托，向保险公司收取保险佣金，专门代办保险业务的机构	在从事自身业务的同时，为保险公司代办产品销售业务的机构	保险公司或第三方保险平台以互联网为媒介进行保险产品销售
优势	<ul style="list-style-type: none"> <li>销售成本较低</li> <li>利于在客户心中建立保险公司良好形象</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>容易与客户建立信任</li> <li>服务针对性较强</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>可以站在第三方视角为客户提供相对独立客观的保险选择建议</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>具有一定的场景优势，方便客户投保</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>方便客户横向对比不同的保险产品</li> <li>节约销售成本</li> </ul>
劣势	<ul style="list-style-type: none"> <li>获客能力较弱</li> <li>经营范围具有局限性</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>无法站在客户角度客观中立地提供购买建议</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>在资金、产品、渠道覆盖上，难以与大公司竞争</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>专业性相对较差</li> <li>由于兼业，参与度有限</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>缺乏信任感</li> <li>存在技术与安全性问题</li> </ul>
发展前景	<ul style="list-style-type: none"> <li>营销渠道增多，未来直销模式的占比将会下降</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>个人代理模式将会走向专属独立代理人（EA模式）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>专业中介机构将会对人员进行精细化管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>监管趋严，兼业代理面临正规化转型</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>互联网平台与保险公司之间的合作将进一步深化</li> </ul>



# 直销渠道整体呈下降态势，中介渠道中个人代理人渠道和兼业代理渠道占据主导地位

- ◆ 从直销渠道和中介渠道整体情况来看，直销渠道保费收入及占比整体呈下降态势，仅在2017年出现短暂提升后继续回落。中介渠道保费收入逐年上升，其中个人代理人渠道体量最大，并且仍有继续扩大的趋势；其次是兼业代理机构渠道，但其体量正在收缩；专业中介机构渠道的体量最小，但尚有发展空间。

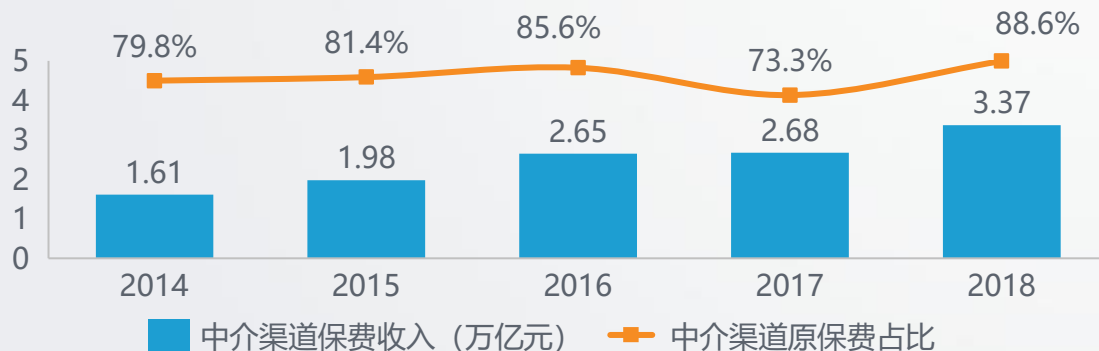
亿欧智库：2014-2018年直销渠道原保费收入及对总保费的贡献



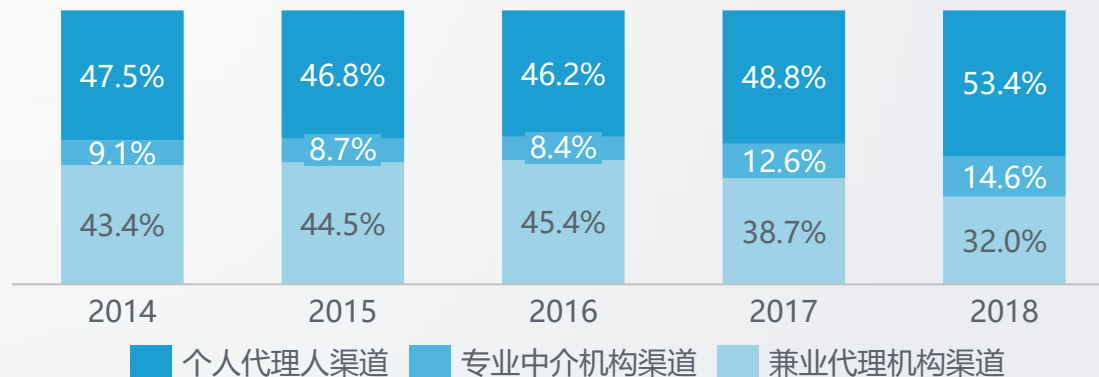
## 保险直销渠道的发展

- 保险直销渠道的建设一直以来都是保险公司的工作重点，尤其在保险行业发展初期，直销渠道以其较低成本和较高成交效率受到保险公司重视
- 随着行业不断演进，直销渠道的发展前景并不明朗，客户对此的反馈也不够乐观，因此不少保险公司纷纷转向布局中介渠道，2018年直销渠道的原保费收入及占比出现显著下滑

亿欧智库：2014-2018年中介渠道原保费收入及对总保费的贡献



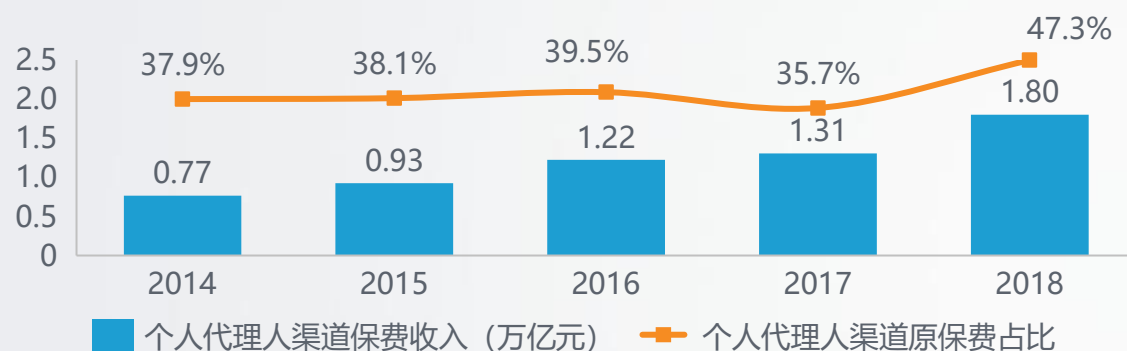
亿欧智库：2014-2018年各中介渠道原保费收入比例



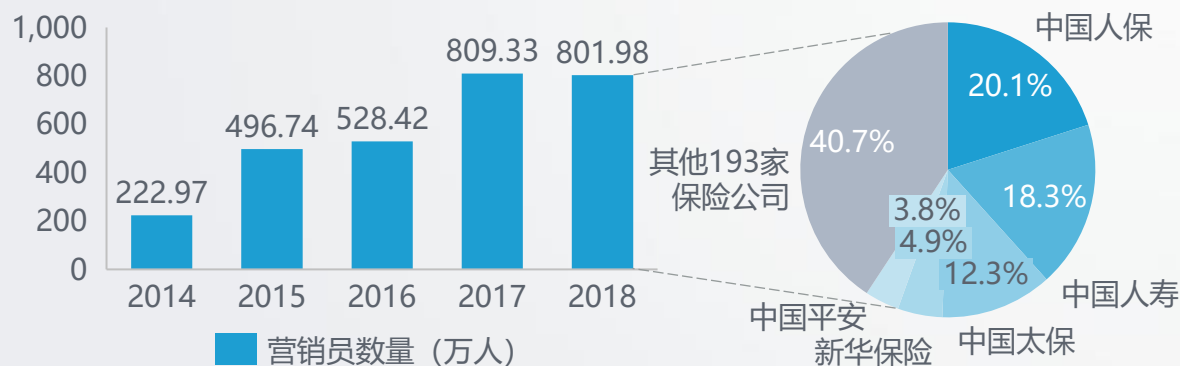
# 中介渠道中个人代理人渠道的人员优化趋势渐显，专业独立代理人模式将成为发展方向

- ◆ 个人代理人渠道的保费收入在2018年实现跳跃式增长，但该年保险营销员数量却比2017年稍有下降，这一现象从侧面印证了个人代理人的精细化发展趋势，未来行业将会不断优化人力结构，向高效精细化运作模式迈进。

亿欧智库：2014-2018年个人代理人渠道原保费收入及对总保费的贡献



亿欧智库：2014-2018年个人代理人渠道营销员数量及人员结构



亿欧智库：个人代理人渠道的发展方向



## 保险从业人员的专业化培养

### 严格审核保险从业人员的从业资格

- 2019年，银保监会在发文中指出，未来将会对保险从业人员的合规性进行审查与整顿
- 要严格审核保险从业人员的从业资格，促进行业健康平稳运行

### 剥离冗余人员，打造精细化销售团队

- 早期部分保险销售人员的专业化程度较低，造成人们对保险业的诸多误解
- 保险销售团队要逐渐对人员进行专业化筛选，保留优质人员，去除冗余人员，通过优胜劣汰、去粗存精的竞争机制，使销售团队转向高效精细化运作模式



## 专业独立代理人/代理门店 (EA模式)



代理人只和某一家保险公司合作，能够更好地实现保险产品的产销分离，提升效率、降低成本

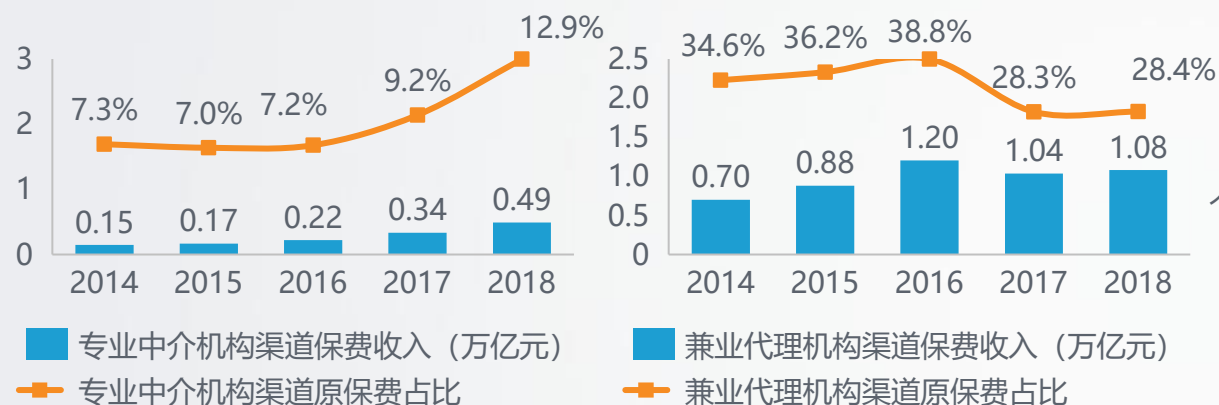


代理人具有归属感，调动其工作积极性，提升顾客满意度与信任感，从而平衡代理人、客户与保险公司间的三方关系，实现可持续经营

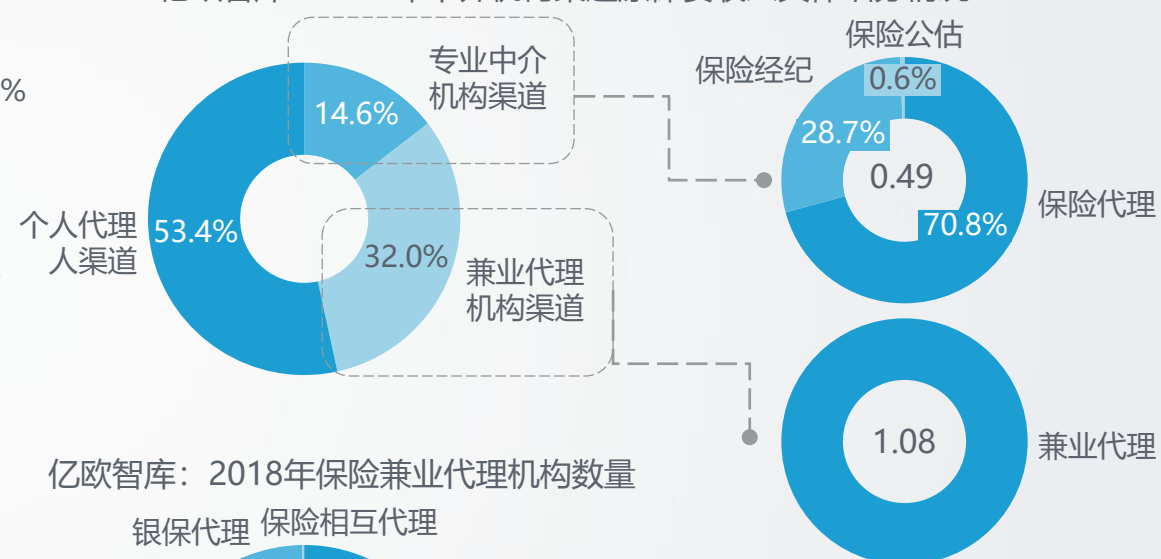
# 中介渠道中机构渠道的发展逐渐向专业中介机构倾斜，保险代理公司占据优势地位，兼业代理机构中行业代理始终是核心

- ◆ 从中介渠道中的机构渠道来看，专业中介机构与兼业代理机构的保费收入占中介渠道总保费收入的近50%，二者保费收入都呈上升趋势，但后者对总保费的贡献近年来有所下降。专业中介机构中，保险代理的机构数量与保费收入均占比最大；兼业代理中行业代理数量最多。

亿欧智库：2014-2018年中介机构渠道原保费收入及对总保费的贡献



亿欧智库：2018年中介机构渠道原保费收入具体细分情况



亿欧智库：2014-2018年保险专业中介机构数量



亿欧智库：2018年保险兼业代理机构数量



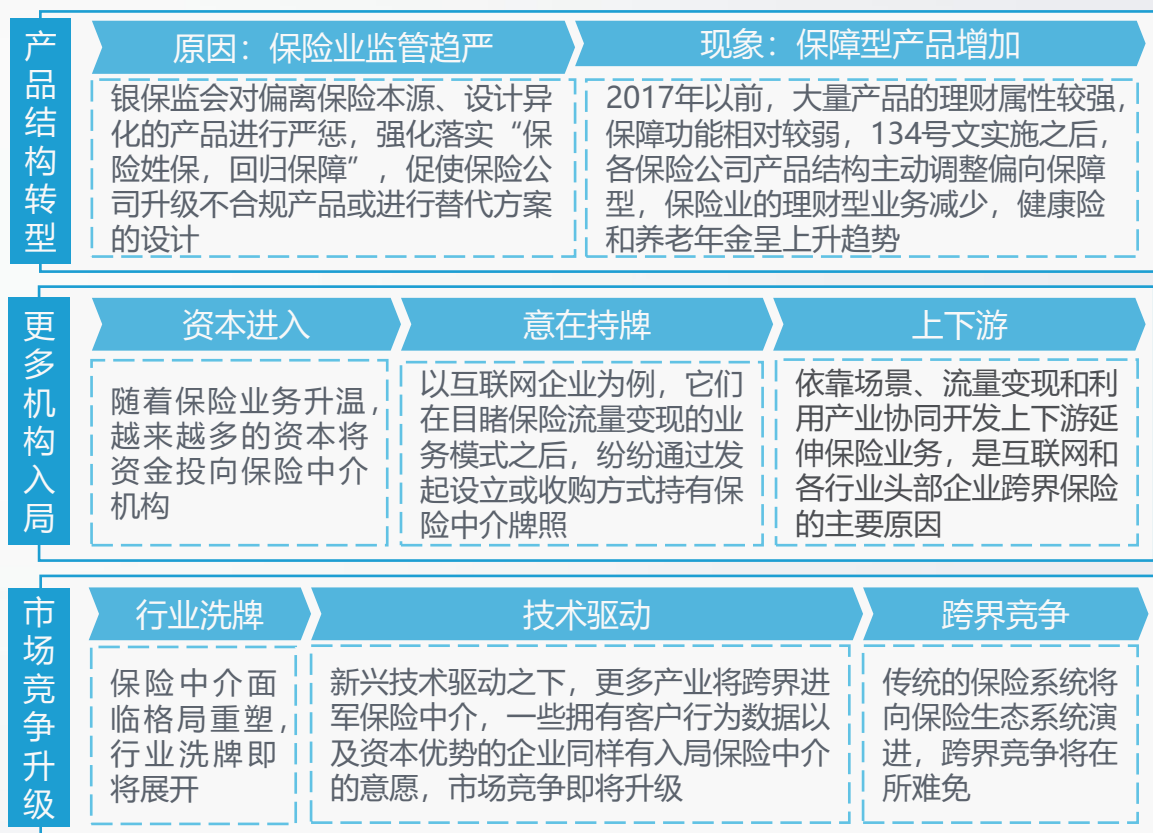
# 中介渠道中机构渠道面临产品结构转型、更多机构入局和市场竞争加剧三大挑战

- ◆ 在机构渠道的具体划分上，专业中介机构可以细分为保险专业代理公司、保险经纪公司与保险公估公司，兼业代理机构可以细分为银保代理、行业代理与保险相互代理。未来，机构渠道将会面临产品结构转型、更多机构入局以及市场竞争升级的发展局面。

亿欧智库：中介机构渠道分类



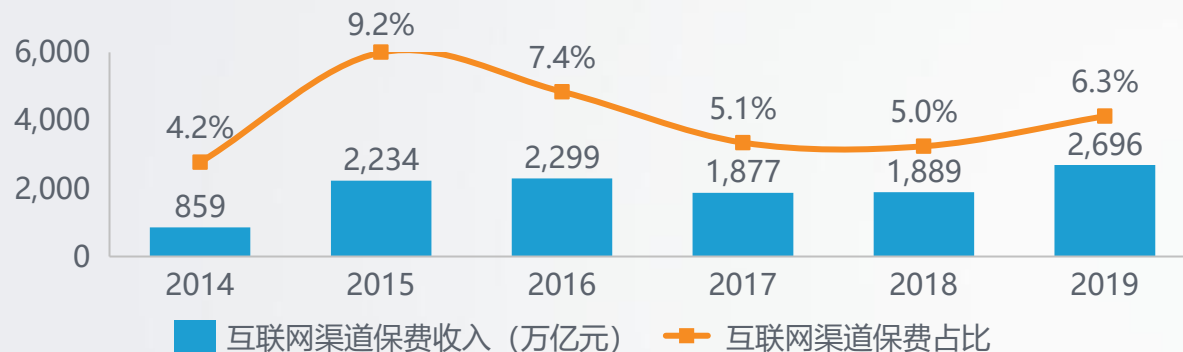
亿欧智库：中介机构渠道的发展方向与挑战



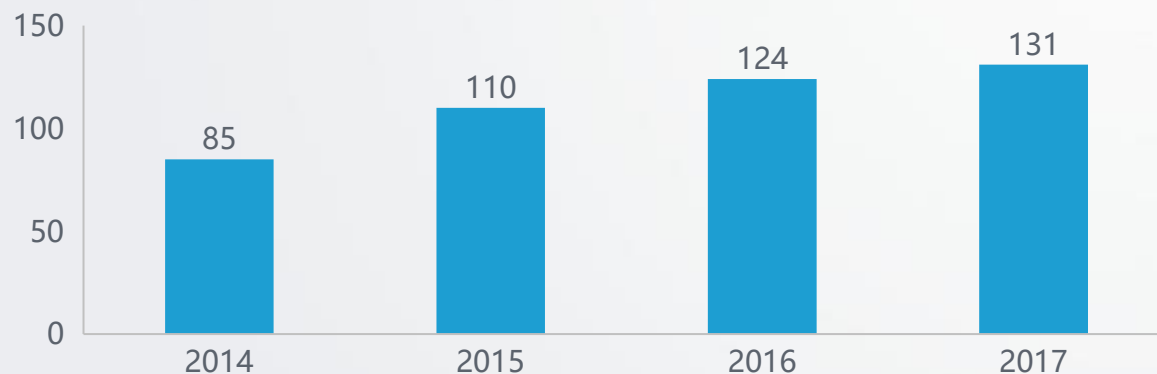
# 互联网渠道迎来黄金时期，保险超市和比价平台将成为两种核心业务模式

- ◆ 互联网渠道保费收入占比在2015年出现峰值，随后有所回落，但在2018年之后又出现上升的趋势。保险公司开拓的互联网渠道数量也在逐年上升。未来，保险业将会与互联网继续融合并进，保险超市和比价平台将会成为互联网渠道发展的两种核心业务模式。

亿欧智库：2014-2019年互联网渠道保费收入及对总保费的贡献



亿欧智库：2014-2017年保险公司互联网渠道数量



亿欧智库：互联网渠道的发展方向

保险超市

保险超市即第三方保险商务平台，这一营销模式在2003年首度引入中国，但在出现后并未得到充分发展，这与保险产品的特殊性以及客户心理等方面都具有一定关系

目前的保险超市主要由行业协会组织或由代理人经营
 保险超市提供各类保险产品的信息以供人们参考对比与购买
 保险超市提供量身定制保险产品的服务，满足个性化需求

比价平台

比价平台提供保险产品的深度信息与相关服务，纵向深耕，垂直化探索，对保险产品的对比选购具有重要意义

从供给端看，保险产品的丰富必将催生保险产品搜索比价的需求
 从需求端看，垂直搜索可以降低时间成本、人力成本等，带来便捷的选购体验

除比价功能外，智能推荐系统可进一步结合消费者需求及消费习惯进行产品推荐，提高购买转化率

---

## 3.2 互联互通的全渠道协同

---



# 分渠道客户管理难以实现客户体验的统一性，打造全渠道平台将成为行业升级的核心方向

- ◆ 保险销售长期以分渠道营销为主，然而分渠道的客户管理存在着客户数据分散、信息不一致、内部管理混乱等多种弊端，难以适应客户在保险全流程中的统一体验需求。因此，实现各渠道的互联互通，打造全渠道融合体验，是保险渠道未来发展的核心方向之一。

亿欧智库：保险全渠道建设

## 客观上：分渠道客户管理存在五大问题



长期以保单为中心进行经营管理，不重视客户信息的收集，导致客户信息质量普遍较差且分散，无法建立统一的客户信息360度视图



客户数据在不同系统中的重叠现象显著，同一客户在不同系统内部的描述不统一，企业无法提供一致性服务，造成较差的用户体验



缺乏相应的组织与流程及管理办法对客户数据进行统筹规划，局部的管控和治理无法避免全局的失调和混乱



缺乏企业内部统一的客户定义、分类、数据质量标准、信息项的统一标准、信息模型以及相关业务规则



客户信息分散在各个系统中，系统之间无法共享或快速共享客户相关信息资源，没有形成整合的企业或集团层面的客户



## 主观上：满足客户统一体验的需求



内部

各分散的数字化渠道在客户数据记载上的不一致，造成业务割裂、客户体验差、客户需求难以满足等现象，客户迫切需要一种简单便捷的全渠道连通体验



外部

互联网、5G等新兴技术的发展为互联网企业带来科技红利，互联网公司较优的数据整理能力为客户带来不错的体验感受，客户逐渐偏爱互联网渠道，传统保险公司亟需重塑渠道端



发展

过去分渠道管理的服务成本较高，传导至客户端的使用成本也较高，同时较低的业务效率也使得保险企业面临发展瓶颈，客户迫切需要看到保险企业全面系统化的升级，其中全渠道整合是首要需求

## 全渠道建设的必然性

打造无缝式交互体验

满足客户需求，提升客户体验

解决保险公司的获客、留客痛点

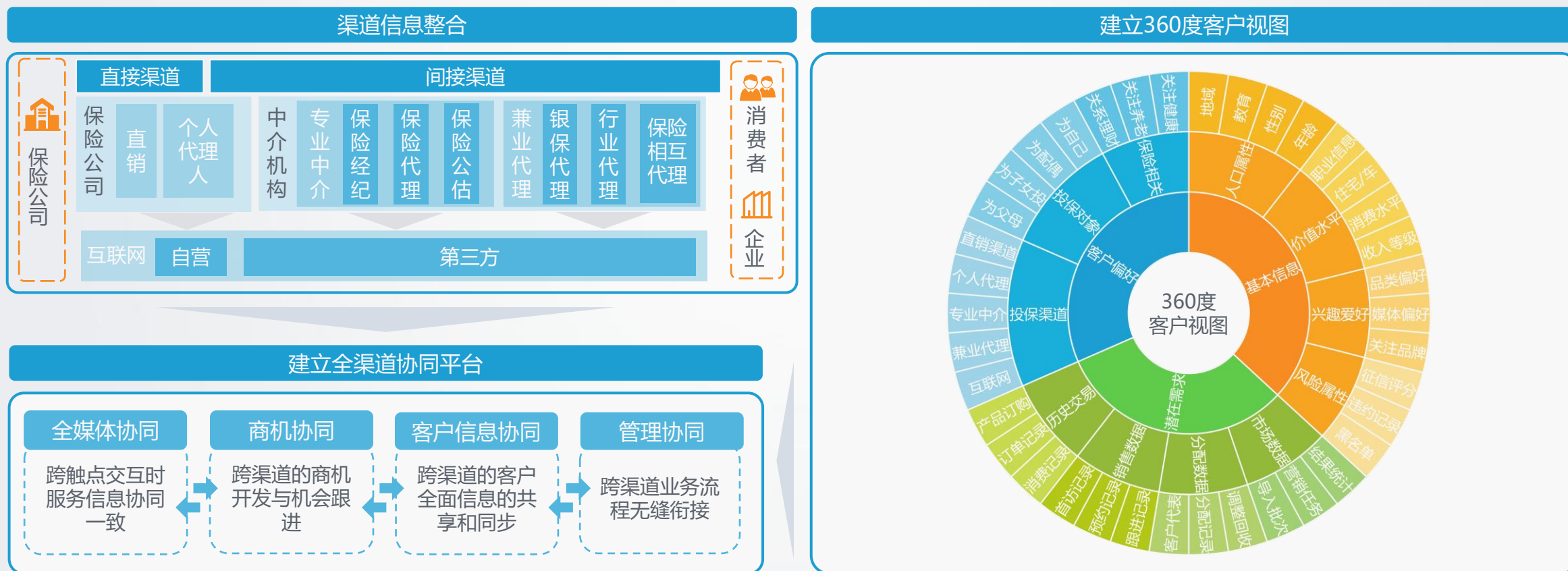
提升业务效率、降低成本



# 路径梳理叠加全渠道信息整合，同时建立360度客户视图，打造全渠道协同平台

- ◆ 进行渠道的全方位协同，需要整合连接保险公司与客户的全部路径，同时梳理各渠道数据，建立包含基本信息、客户偏好、潜在需求等方面的360度客户视图。在搭建全渠道平台时需要建立全媒体协同、商机协同、客户信息协同、管理协同等多方面的协同机制。

亿欧智库：基于360客户视图建立全渠道协同平台



# 全渠道的营运与管理需重点关注渠道间的无缝对接，从用户视角实现一体化建设，推动服务升级

- ◆ 打造全渠道平台的底层逻辑在于实现客户体验的一体化，因此用户数据的收集归纳整合将是实现全渠道统一体验的基础支持。通过对客户购买全流程中重点时刻、关键行为的梳理，打造全渠道客户交互模式，实现各种渠道之间的无缝衔接，从而在跨渠道营销、支付与服务过程中提升服务效率、优化客户体验。

亿欧智库：客户的跨渠道体验

		获取信息	多维度对比	购买保单	售后服务	理赔服务	客户反馈
渠道	公司网站	在线搜索产品信息	对比产品信息与报价	在线购买产品	官网客服沟通查询	官网申请理赔服务，在线填写申请表单	官网留言、填写反馈
	移动设备	APP定向推送广告	浏览评论	短信、电子邮件确认	APP客户端实时更新	通过APP申请理赔服务	APP评论
	社交媒体	微信公众号推送、朋友圈宣传	公众号发布有关产品的多维度分析	——	——	微信后台、小程序申请理赔服务	通过微信、微博、Twitter、FaceBook等渠道评论转发
	保险中介	——	——	通过代理人、经纪人购买产品	通过代理人、经纪人购买产品	向代理人申请理赔服务	——
	呼叫中心	产品相关电话	电话寻求产品相关信息	——	电话反馈	呼叫中心确认理赔信息	——
	营业部	——	前往门店寻求产品信息	线下购买产品	门店反馈	——	——

---

## 3.3 产销分离助推专业化分工

---

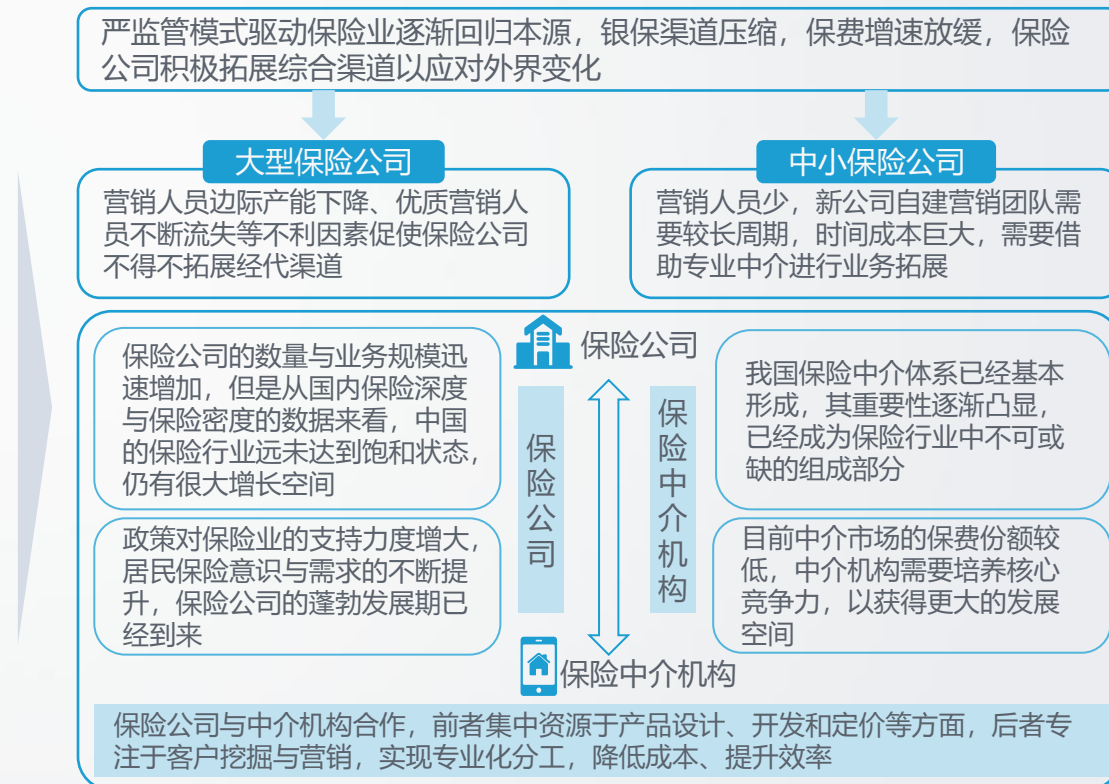
# 实现产销分离乃至产服分离，推动保险公司与中介机构合作，提升保险中介专业化经营能力

- ◆ 近年来，保险产销分离相关的政策频发，国家鼓励保险公司与保险中介机构合作，推动保险经营模式和营销渠道的创新。未来，保险业产销分离是必然趋势，尤其对中小型保险公司而言，只有与中介机构进行深度合作、推进专业化分工，实现产销分离及其基础上的产服分离，才能更好地实现保险业务的经营运作。

亿欧智库：鼓励保险产销分离的相关政策

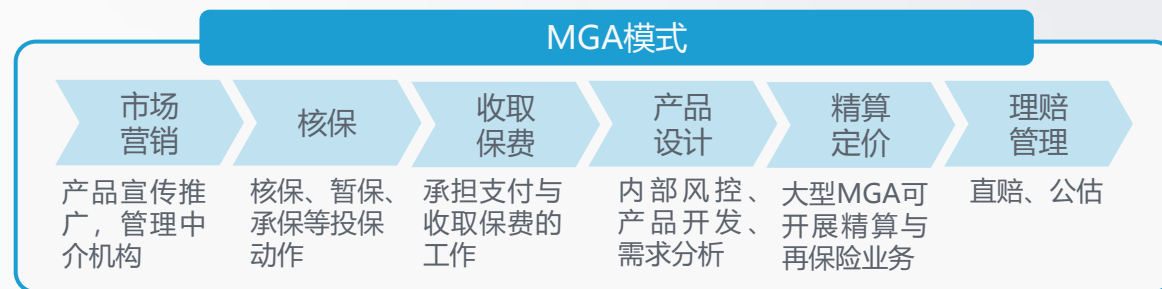
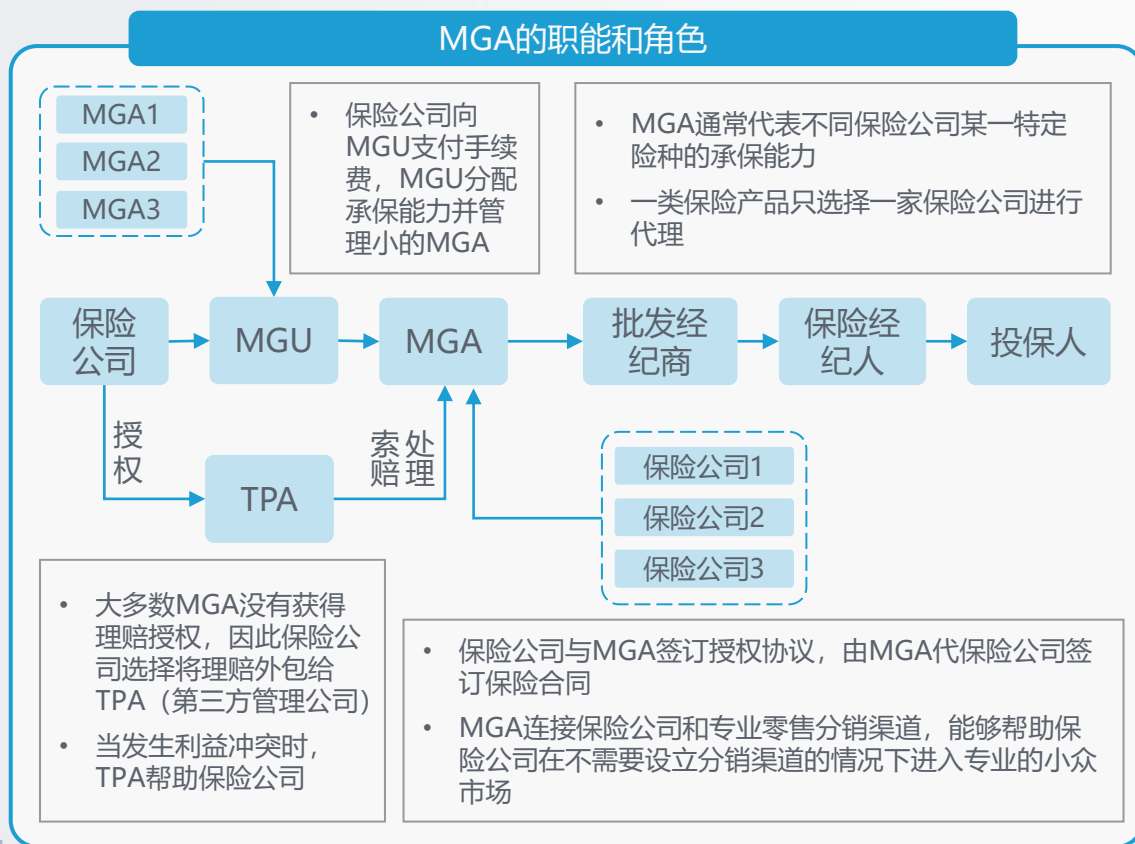
时间	政策	发布机构	具体内容
2010年10月	《关于改革完善保险营销员管理体制的意见》	原中国保监会	鼓励保险公司加强与保险中介机构的合作，设立专属保险代理机构或者保险销售公司，共同探索新的保险营销模式和营销渠道
2013年3月	《关于进一步发挥保险经纪公司促进保险创新作用的意见》	原中国保监会	鼓励保险公司与保险经纪公司积极合作，推动保险创新
2015年9月	《关于深化保险中介市场改革的意见》	原中国保监会	鼓励推动变革创新，提升中介服务能力，大力推进“产销分离”，促进保险中介更好发挥对保险业的支持支撑作用
2016年8月	《中国保险业发展“十三五”规划纲要》	原中国保监会	稳步推进保险中介市场发展，建立多层次、多成分、多形式的保险中介服务体系，鼓励保险销售多元化发展，探索独立个人代理人制度
2019年2月	《关于加强保险公司中介渠道业务管理的通知》	中国银保监会	保险公司建立权责明晰的中介渠道业务管理制度体系，加强对合作中介渠道主体的管理，完善中介渠道业务合规监督

亿欧智库：产销分离



# MGA是保险代理的特殊模式，其业务能够涵盖保险价值链中的诸多环节

- ◆ MGA，即授权承保代理（Managing General Agent），是保险代理的一种特殊模式，是指保险人将其承保权限授权给一家代理人，代理人经授权后代理保险公司签订保险合同。授权内容可以包括从市场营销到核保、承保、支付、理赔，再到定价管理、风险控制、产品定制，甚至可以包括精算和再保。与传统保险代理人、保险经纪人以销售为导向相比，MGA灵活的定价优势和佣金结构，可以有效扩大业务量、约束中介机构的道德风险。

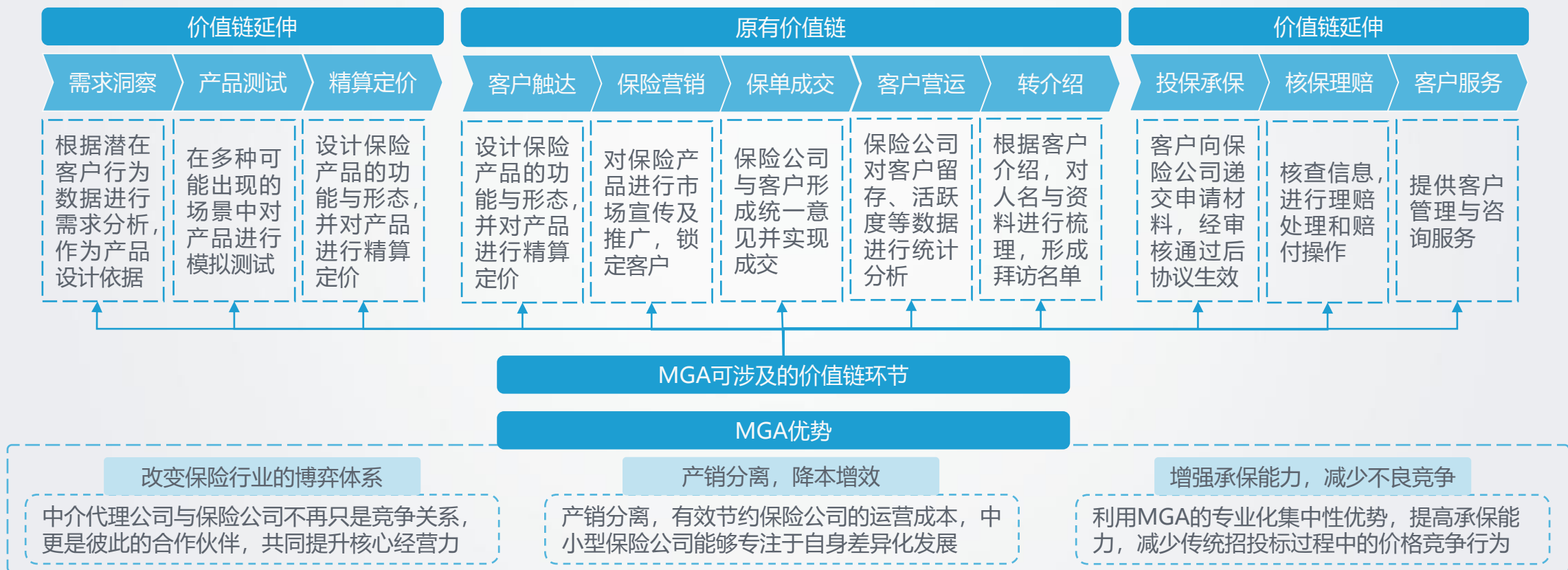




# MGA与保险价值链的已有触点主要集中于营销环节，未来其将继续向保险价值链两端延伸

- ◆ 现阶段MGA在保险价值链中主要参与了营销环节的相关业务，随着其参与环节的不断增多，MGA业务将逐渐向保险价值链两端延伸。MGA为保险中介的发展带来变革，促进专业化分工的实现，同时减少行业的不良竞争。

亿欧智库：MGA对保险价值链的影响和延伸



# 保险极客：基于MGA模式为企业提供智能化的员工福利保险和健康管理解决方案

## 保险极客

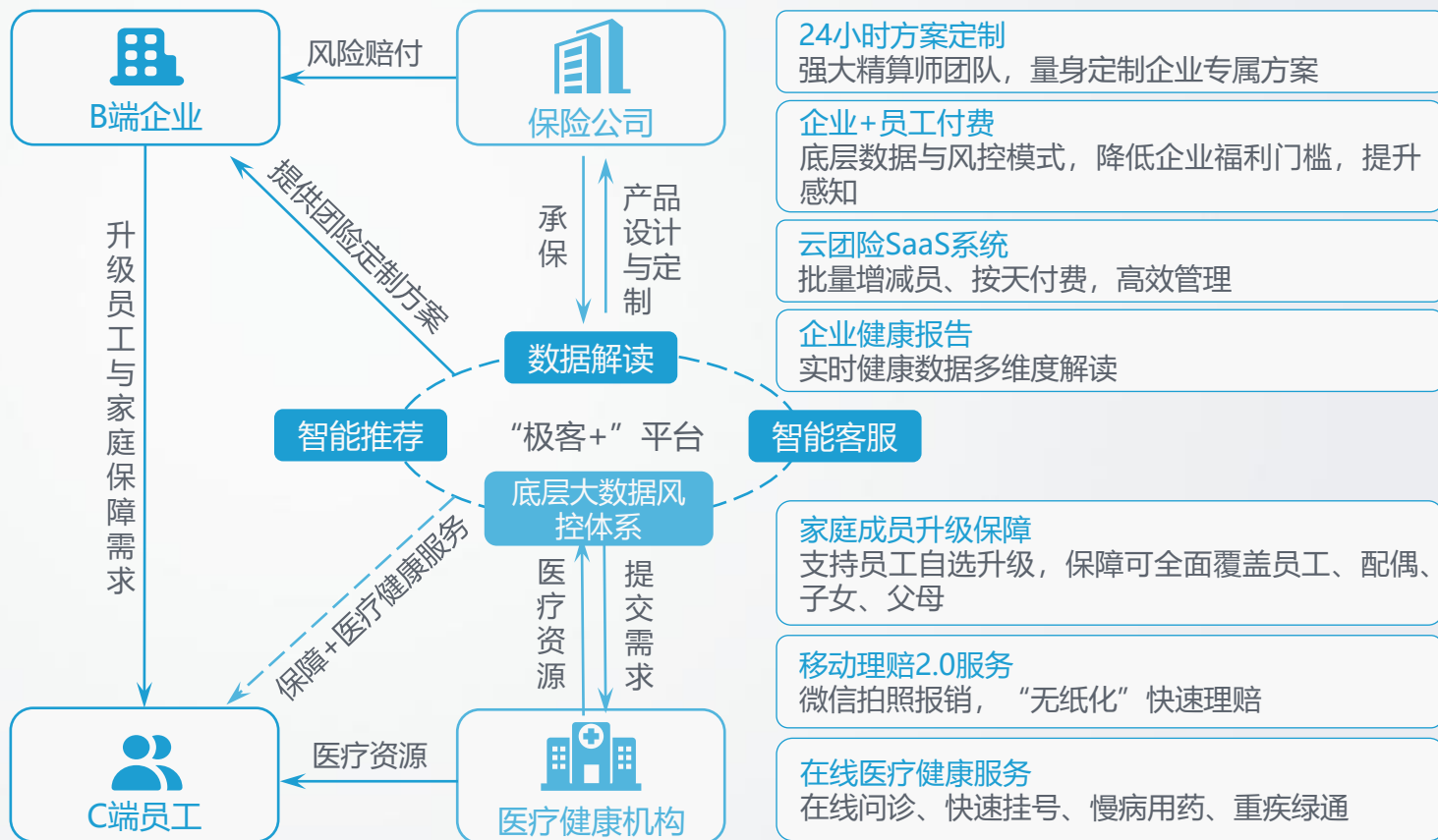
**公司介绍：**保险极客成立于2014年，是一家专业的企业员工保险平台，致力于通过技术创新，为企业提供智能化的员工福利保险和健康管理解决方案。

截至目前，保险极客已为6000多家企业、数十万员工提供保障服务。2020年1月，保险极客完成2500万美金C轮融资，由华兴新经济基金与SIG海纳亚洲创投基金领投。

**核心产品：**“极客+”企业团险创新平台

- ◆ 保险极客依托互联网技术与底层大数据，建设“极客+”平台，通过B2B2C的团险模式依次触达企业与员工，满足企业与员工智能化保障与健康管理的需求。

亿欧智库：保险极客“极客+”平台

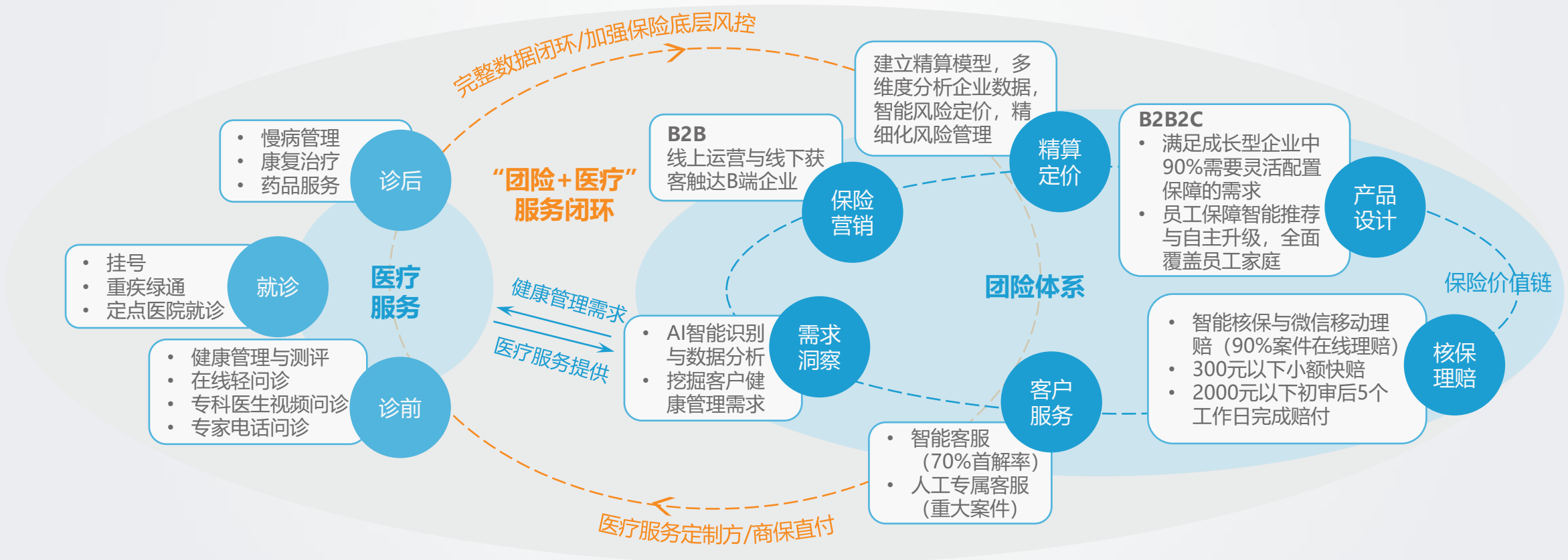




# 保险极客：以MGA模式延伸保险价值链，实现保险保障体系与健康管理深度融合，打造“团险+医疗”服务闭环

◆ 保险极客以MGA模式实现对保险价值链的延伸，同时围绕职场人的健康管理、疾病风险，将健康医疗服务与保险价值链有效融合，推进保障体系与健康管理的场景落地，解决健康险服务功能羸弱这一行业痛点，构建“团险+医疗”服务闭环。

亿欧智库：保险极客“团险+医疗”服务体系



## Part.4 保险产品创新：场景布局，按需配置

- ◆ 在保险行业中，各个领域的产品创新步伐从未停止，从产品类型、应用场景到组合配置，新旧迭代之中保险的定义不再单一，正因多个维度多个层次的变化，才使保险行业的轮廓日渐饱满。亿欧智库选择了当下保险创新变化较大的四个方面展开深入分析。



---

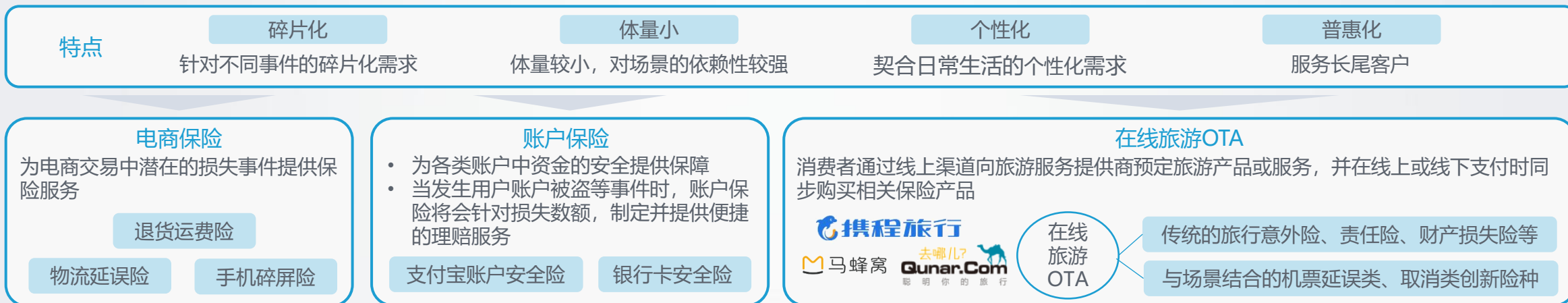
## 4.1 场景保险与“互助”回归

---

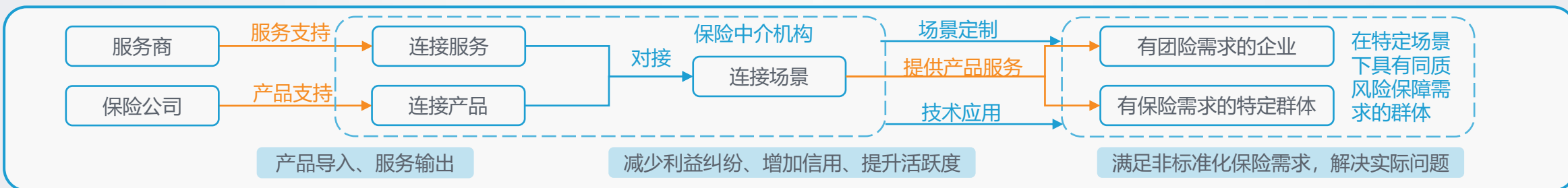
# 互联网场景保险以碎片化形式适应个性需求，保险场景化定制为同类需求人群提供整体解决方案

- ◆ 整体来看，保险的场景化建设主要分为面向C端的互联网场景保险和面向B端的保险场景化定制两类。其中，互联网场景保险具有碎片化、体量小、个性化、普惠化等特征，以电商交易保险、支付账户保险与在线旅游保险三种形式最为常见；保险场景化定制为有同质风险保障需求的群体提供整体解决方案。

## 互联网场景保险



## 保险场景化定制



# 相互保险与P2P保险是基于去中心化互助模式和社交场景而形成的保险形式，在中国相互保险具有更为广阔的发展机遇

◆ 相互保险在中国的发展时间较长，主要以相互保险社的形式存在；而P2P保险现阶段仅在全球部分国家盛行，主要有四种表现形式，互助是P2P保险在中国的非保险组织形式。相互保险与P2P保险在社交属性、风险分担人数等方面具有一定差异。

	相互保险	P2P保险
简介	具有同质风险保障需求的单位与个人，通过订立合同成为会员，并缴纳保费形成互助基金，由该基金对合同约定的事故所造成的损失负担赔偿责任	分散成员缴纳风险补偿分摊资金形成互助小组，出险时先启用小组内部资金赔付，保险公司兜底；若没有出险，则将风险补偿分摊金捐献给慈善机构或归还小组成员
监管	时间	政策
	2017年4月	《中国保监会关于加强相互保险组织信息披露有关事项的通知》
	2015年1月	《相互保险组织监管试行办法》
	2014年8月	《国务院关于加强加快发展现代保险服务业的若干意见》
		具体内容
		对相互保险组织的信息披露事项进行规定
		对相互保险的设立、会员、组织结构、业务规则和监督管理等做出细致规定
		鼓励开展多种形式的互助合作保险，鼓励保险业发挥经济社会发展的稳定器和助推器作用

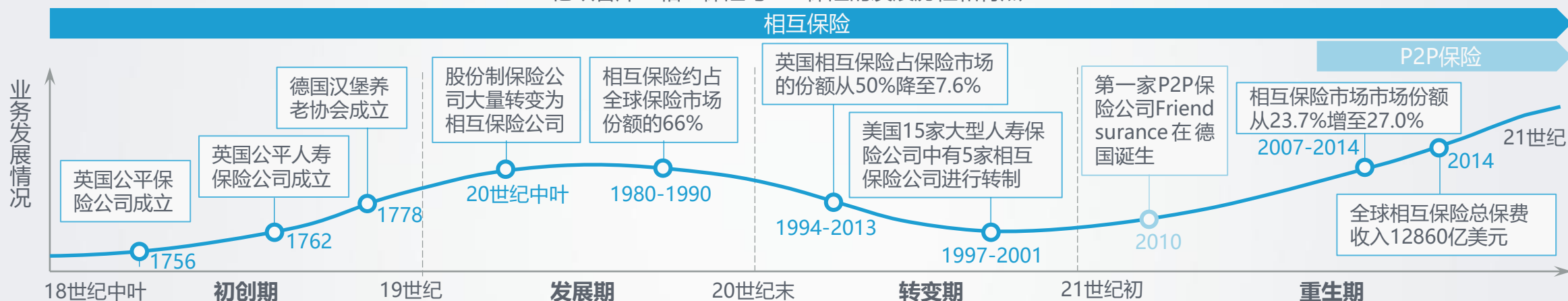
注：P2P保险仅在全球部分国家处于初期发展阶段，故暂无相关政策呈现。在中国，与之相对应的表现形式是互助模式（非保险组织形式）



# 相互保险具有悠久的发展历史，相比之下P2P保险更为年轻，二者皆有各自的特点

- ◆ 相互保险的发展经历了一段漫长历史，最早可以追溯至18世纪中叶；相比之下，P2P保险还十分年轻，2010年这一险种才首次面世。相互保险与P2P保险都能够有效降低逆向选择风险，并且具有一定保费优势，但同样存在各自弊端。

亿欧智库：相互保险与P2P保险的发展历程和特点



	相互保险	P2P保险
优势	<ul style="list-style-type: none"> <li>逆向选择与道德风险低</li> <li>客户满意度与忠诚度较高</li> <li>保费价格优势</li> <li>获客能力强</li> <li>管理未来的能力较强</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>逆向选择风险较低</li> <li>运营流程透明</li> <li>保费价格优势</li> <li>风险保障多样性</li> <li>会员权益更充分</li> </ul>
劣势	<ul style="list-style-type: none"> <li>利用资本市场的能力有限，并购与业务拓展难度较大</li> <li>容易形成内部人控制</li> <li>缺乏有效的激励机制</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>缺乏监管，可能伴随非法集资行为</li> <li>财务稳健性缺乏保障</li> <li>部分经营主体的业务模式存在不可持续性</li> </ul>
特点	<ul style="list-style-type: none"> <li>相互保险组织没有外部股东，由全部要投保人共同出资，不存在投保人与保险人之间的利益冲突</li> </ul> <div> </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>在中国，互助是P2P保险对应的表现形式，是一种非保险组织形式，主要聚焦于大病互助</li> </ul> <div> </div>



# 轻松保：轻松筹、轻松互助、轻松保、轻松健康、轻松公益协同发展，构建互联网保险生态

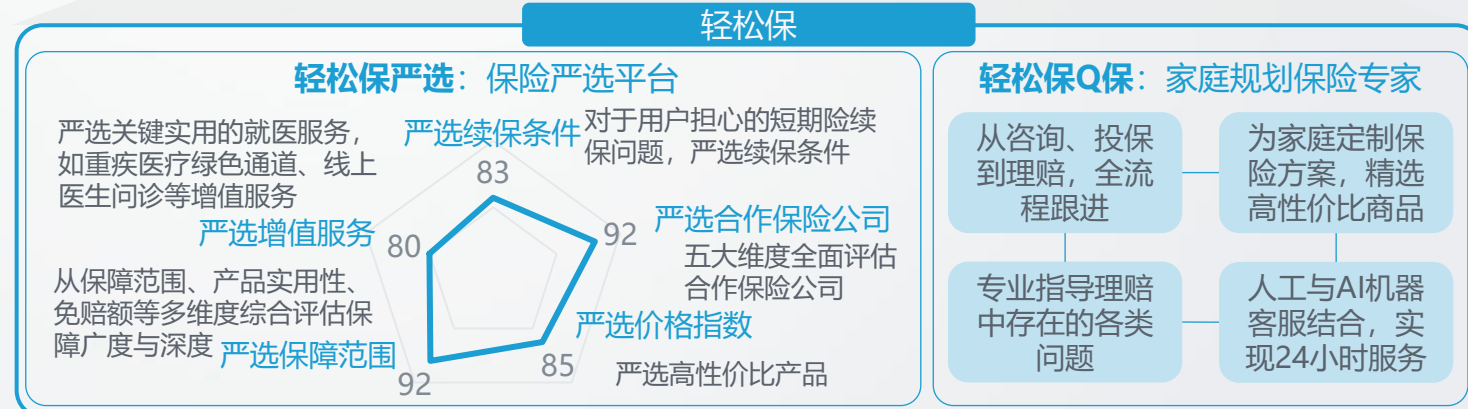


**公司介绍：**轻松集团成立于2014年9月，是一家集众筹、互助、保险、健康于一体的健康保障平台。轻松保作为旗下的互联网保险销售平台，用户突破5000万。与传统模式不同，轻松保背靠轻松集团6亿用户，与支付宝、微保作为互联网保险三大流量平台，搭建起大健康生态。

**轻松保业务定位：**专注于为民众精选符合个人和家庭需求的保险产品，首创“月付”、“保障卡”等模式，打通保险从定制到购买到理赔的全产业链作业，全面满足国民健康保障需求。

- ◆ 基于轻松筹、轻松互助、轻松保、轻松健康、轻松公益五大业务模块协同，以及集团6亿用户的“健康流量池”，轻松保推出保险严选平台“轻松保严选”和家庭规划保险专家“轻松保Q保”，构建互联网保险生态。

亿欧智库：轻松保生态建设



# 轻松保：技术赋能，人才推动，深入布局场景化营销，互联网保险增速领先

- ◆ 轻松保推进区块链技术的研发应用，引进张科、钟诚等保险业资深人士，深入布局“场景化”营销模式，充分利用生活场景，围绕用户需求展开业务。

## 亿欧智库：轻松保场景化建设

### 技术赋能

- 搭建区块链实验室，自主研发“阳光链”项目
- 与中再产险、华泰保险合作推出全产业链区块链保险产品（鸿福e生尊享版百万医疗），打造“科技创新+健康保障”的商业模式
- 解决保险业痛点，降低成本、高效运营、信息共享、反欺诈

### 人才引进

- 为更好推进保险业务建设发展，轻松集团引进张科、钟诚等保险业资深人士
- 张科，2019年9月加入轻松集团担任CEO；钟诚，2019年4月加入轻松集团担任联席CEO。轻松保以“只为用户而生”为理念，先后推出“年轻保”系列产品、“轻松守护”重疾险等，凭借创新、高性价比赢得业内好评

### 场景化营销

- 解决用户实际需求是轻松保场景化建设的首要目的，保险产品的设计、方案的定制都以场景为媒介，围绕需求展开，直击痛点
- 2020年1-2月，轻松保保费收入较上年同期增长近10倍，并以单月环比50%的高增速持续发展，互联网保险增速领先，深耕保险场景化建设

#### 触发 “健康教育” 场景

#### 大病救助 (轻松筹)

轻松筹作为国内领先的互联网筹款平台，拥有全球超过6亿的用户，得益于轻松筹的独特“教育场景”，用户的健康保障意识较高

#### 轻松守护

在新冠肺炎影响下，全民健康意识提高。轻松保推出涵盖110种高发重疾的“轻松守护”，并将新冠肺炎纳入保障范围

#### 强化反 向定制

#### AI大数据分析

#### 洞察用户需求

#### 反向定制产品

#### 年轻保

将低频购买转化为高频互动，融入“运动”元素，用户可以通过走路来减免保费，督促用户做好健康管理

#### 关爱肝

关注乙肝病毒携带者的健康保障

#### 甲友 医疗险

关注甲癌愈后用户的健康保障

---

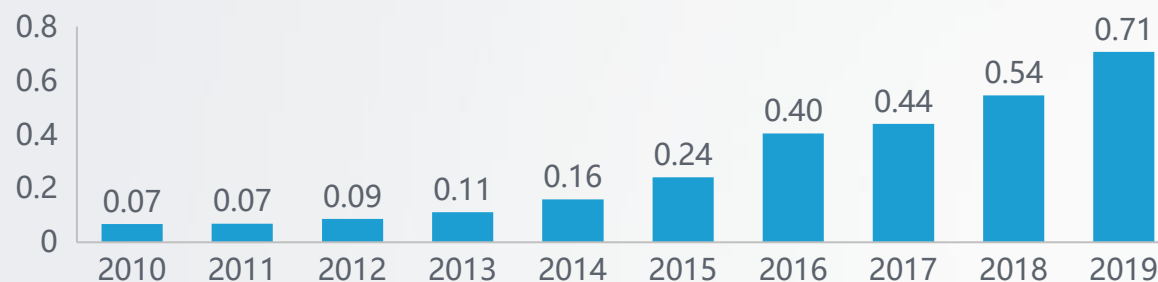
## 4.2 消费升级下的商业健康险

---

# 消费升级下，健康险得到了更多关注，但其仍有部分问题亟待解决

- ◆ 近十年间，健康险的保费收入持续提升，有关健康险的行业政策也不断出台，无论从需求角度还是监管角度都印证了健康险的广阔发展前景。消费升级下，健康险需求日益增长，但保险保障功能不完善、产品设计同质化严重等行业问题也逐渐暴露。

亿欧智库：2010-2019年健康险原保费收入（万亿元）



亿欧智库：健康险行业发展现状与问题

- 发展现状**

  - 中国健康险市场的发展处于起步阶段，近年来行业增速有所提升，2013-2019年间保费收入增速维持在30%以上
  - 随着收入水平的提升，以及社会人口老龄化趋势的出现，居民对于自身健康问题的关注程度与日俱增，推动中高端医疗健康服务业发展，刺激健康险需求
- 问题**

  - 目前国内医保的覆盖范围虽广，但是保险保障功能有所欠缺
  - 以重疾险与医疗险为代表的健康险产品同质化现象严重，而护理保险、失能收入损失保险等产品设计存在空白，产品革新呼声较高

亿欧智库：2016-2020健康险主要监管政策

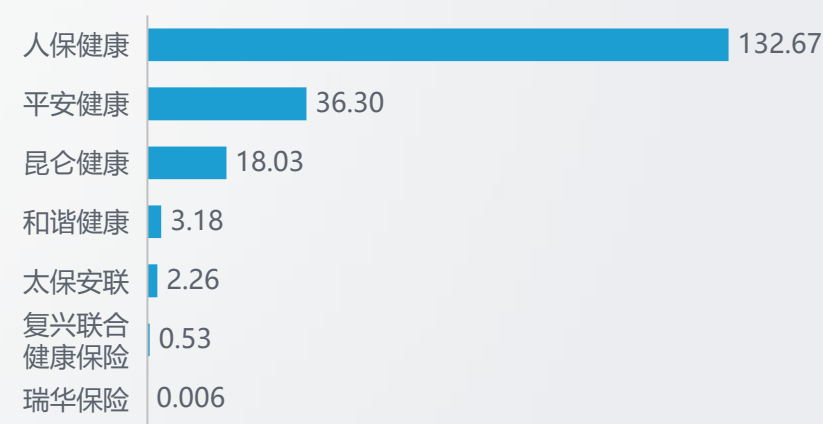
时间	政策	发布机构	具体内容
2020年4月	《关于长期医疗保险产品费率调整有关问题的通知》	银保监会	明确费率可调的长期医疗保险产品范围、产品条款、产品说明书相关内容、信息披露要求等，规范保险公司销售行为
2019年12月	《关于促进社会服务领域商业保险发展的意见》	银保监会	完善健康保险产品和服务，发展多样化商业养老年金保险，支持保险资金投资健康、养老等社会服务领域
2019年11月	新修订《健康保险管理办法》	银保监会	对健康保险定义分类、产品监管、销售经营等方面进行修订，规范健康保险产品的设计、销售经营和理赔行为，鼓励健康保险充分承担社会责任
2017年11月	《健康保险管理办法》	原中国保监会	鼓励保险公司丰富健康保险产品，改进健康保险服务，扩大健康保险覆盖面，提升保障水平
2016年12月	《“健康中国2030”规划纲要》	中共中央、国务院	发展商业健康险，推行税优健康险政策、促进商业保险公司与医疗健康机构合作、提高商业健康险医疗支付占比

亿欧智库：七家专业健康险公司

获得专业健康险牌照时间



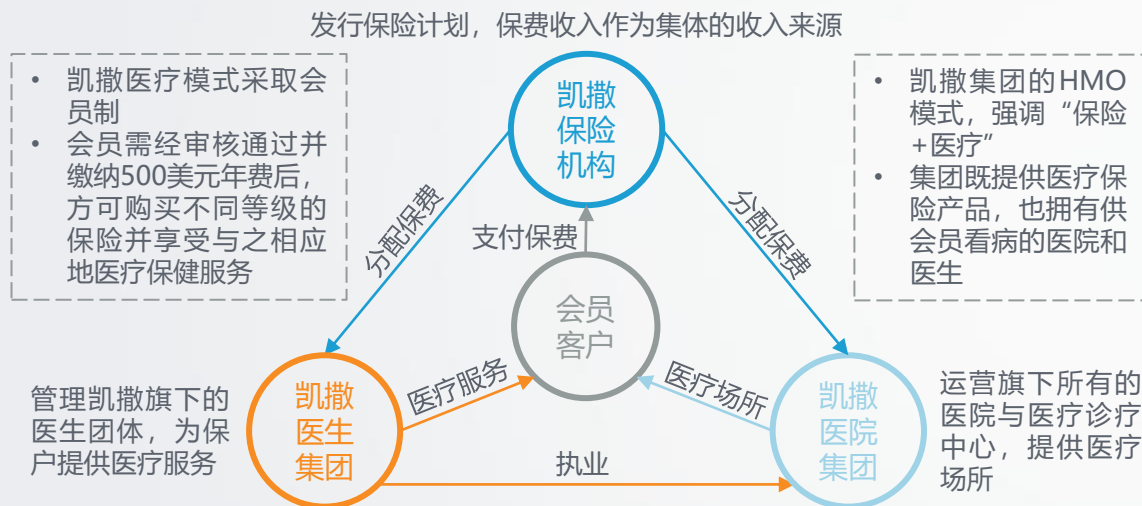
2018年各健康险公司健康险原保费收入（亿元）



# 借鉴凯撒医疗模式，健康险可以通过整合医疗资源、打通产业链上下游，打造“保险+医疗”服务闭环

- ◆ 凯撒医疗模式是目前健康险业务创新的一大典例，保险机构、医生集团与医院集团三者发挥各自的比较优势进行协同发展，共同为会员提供医疗保障服务。这一模式有助于成本的降低，但是也存在着医患关系复杂、管理混乱等劣势。中国可以在具体国情基础上借鉴凯撒医疗模式，整合医疗资源，解决医疗方和支付方关系，打通产业链上下游，打造“保险+医疗”服务闭环。

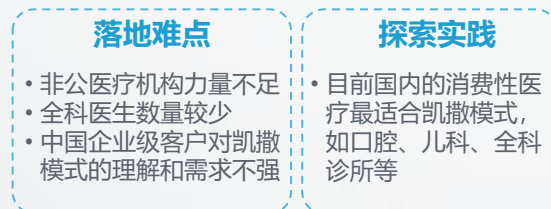
亿欧智库：凯撒医疗模式



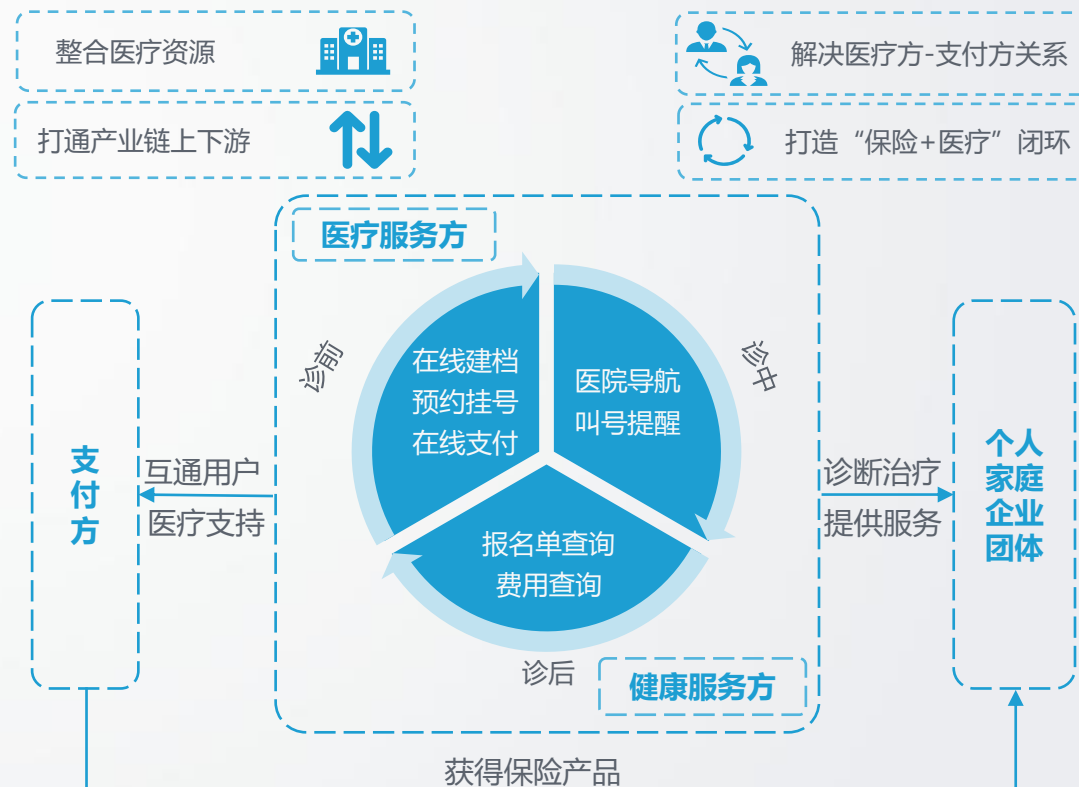
凯撒医疗优劣势分析



凯撒医疗对中国的借鉴意义



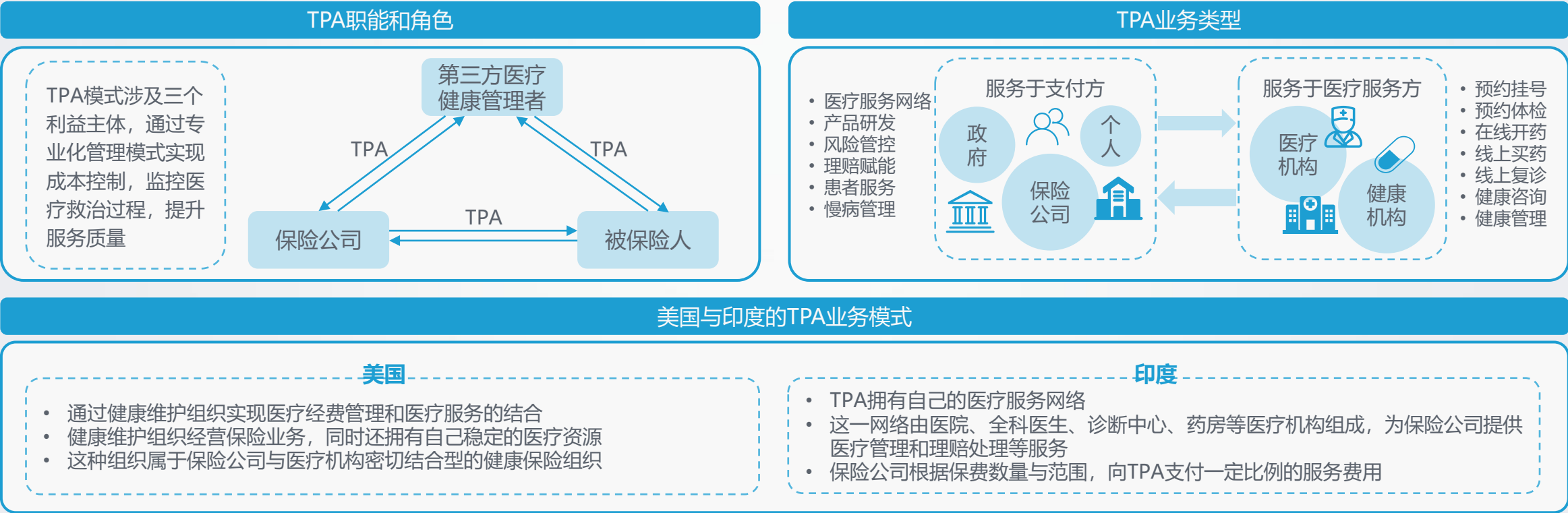
亿欧智库：健康险服务闭环





# 健康险TPA是健康险业务中的第三方服务机构，能够服务于支付方、医疗服务方等各主体的多方面业务

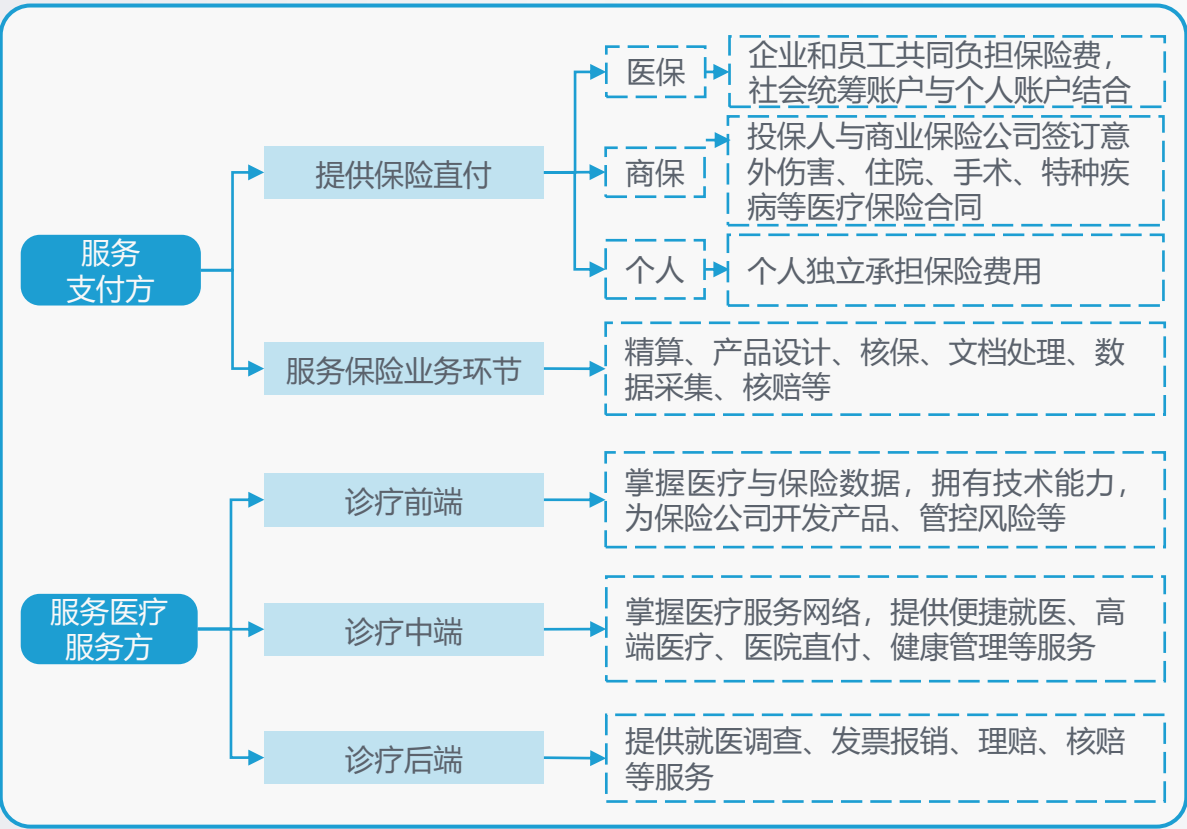
◆ 健康险TPA是健康险的细分赛道，也是实现健康险一体化闭环服务的重要一环。TPA，英文全称Third Party Administrator，通常译为第三方服务机构，它可以由专门的TPA机构或传统保险公司担任。在一个健康保险计划中，保险人保留风险赔付责任这一最核心义务由自己承担，而将部分或全部非核心的管理服务性工作委托给其他擅长于管理的实体经营，这一实体便是在传统保险人和被保险人关系链中的第三方。TPA主要有两种业务类型，其一是服务于支付方，其二是服务于医疗服务方。目前TPA在美国、印度等国家较为盛行，在中国暂未形成完整的结构与形态。



# 中国的健康险TPA处于发展初期，但已经呈现出从后端向中前端延伸的态势

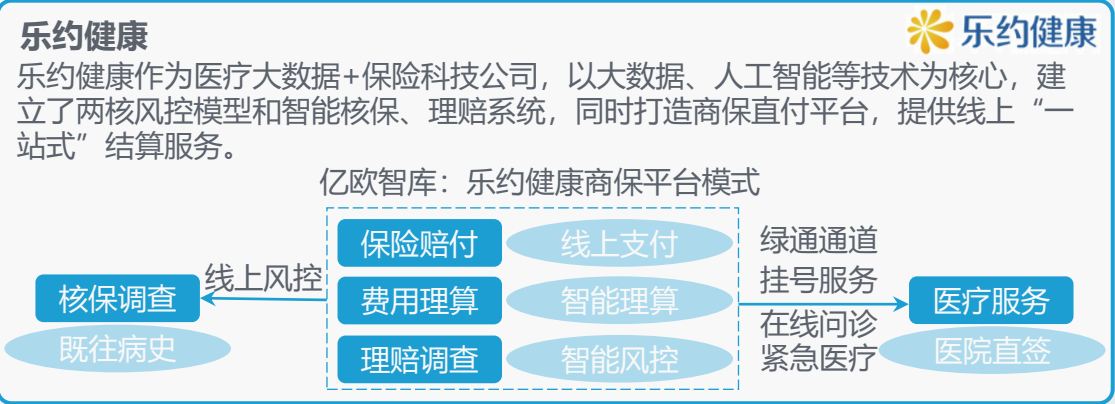
◆ 健康险TPA公司主要为支付方和医疗服务方两类主体提供服务，前者服务范围包含保险直付以及保险业务各环节，后者围绕诊疗展开，并为投保者在诊疗前中后端提供连续性服务。目前中国的健康险TPA仍处于发展初期，但已经呈现出从后端向中前端延伸的态势。

健康险TPA公司主要职能



健康险TPA在中国的发展趋势

- 目前中国的健康险TPA仍处于初期起步阶段，暂时尚未形成系统化的、完善的模式形态
- 中国的健康险TPA主要做理赔核赔、就医调查、医疗费用结算服务、报销经办等传统业务，仍然停留在诊疗的后端
- 近年来TPA的业务逐渐向诊疗的中端延伸
- 未来中国健康险TPA的业务将逐渐覆盖诊疗的中端，并且进一步向诊疗的前端延伸
- 在诊疗中端，TPA将会形成自己的医疗服务网络，提供便捷就医、高端医疗等高效高质量服务
- 在诊疗前端，TPA将收集丰富的医疗保险数据，在产品开发、风险管控等领域拓展业务





---

## 4.3 事前防范化解风险的物联网保险

---

# 物联网保险当前主要分为与可穿戴设备结合的健康险、与智能家居结合的家财险和与车联网结合的车险

- ◆ 物联网保险的应用主要可以分为健康、居住与出行三个维度，对应的物联网应用形态分别是可穿戴设备、智能家居以及车联网。物联网保险能够使传统保险的事后保障向事前防范化解风险转移，在事前对风险事件进行预警，从根源处降低出险概率。

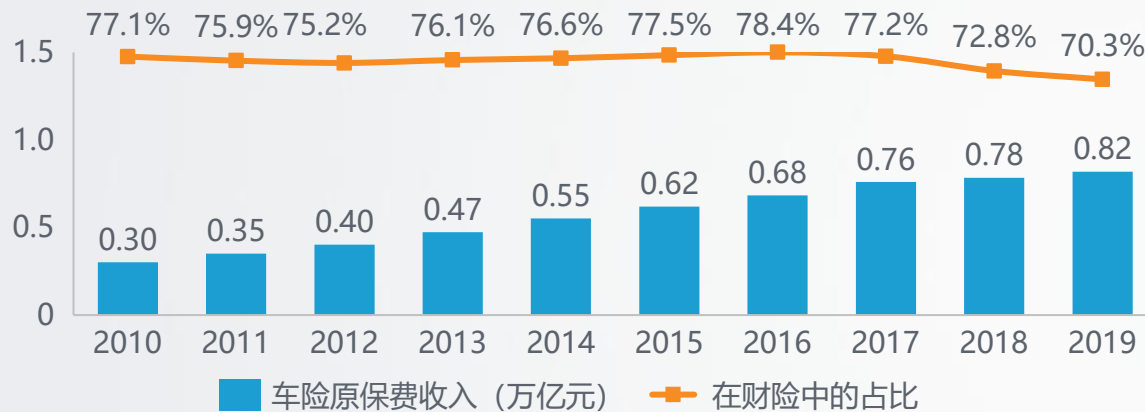
亿欧智库：物联网保险



# 车联网的应用显现了全方位驾驶监测和安全防范，并促使基于用户使用量或行为定价的UBI保险的诞生

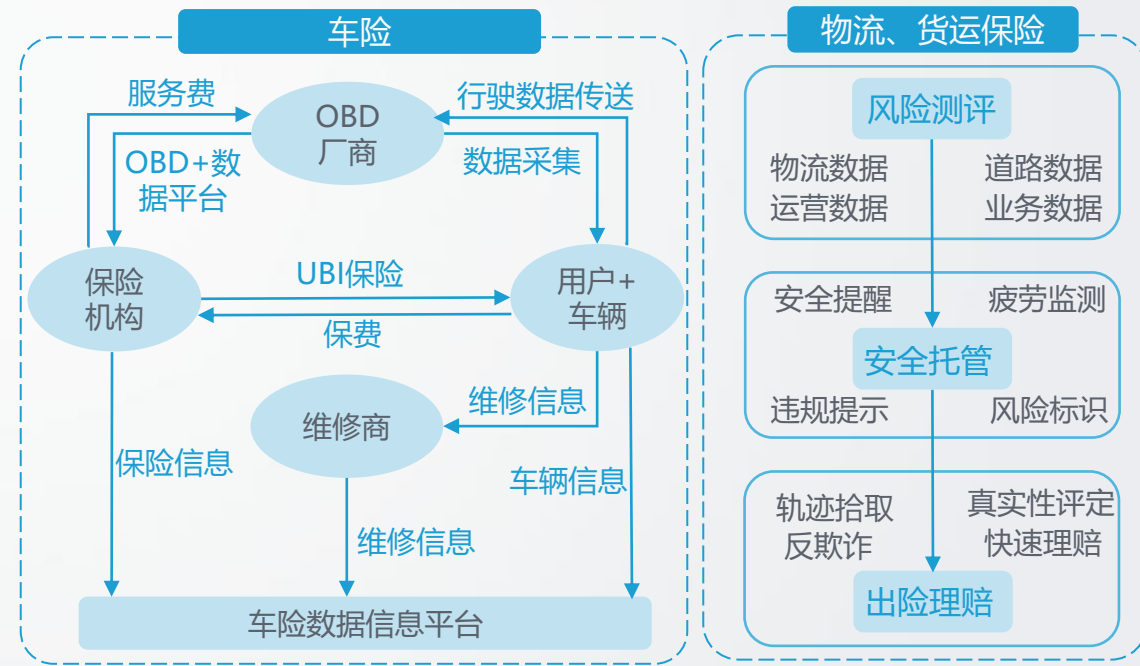
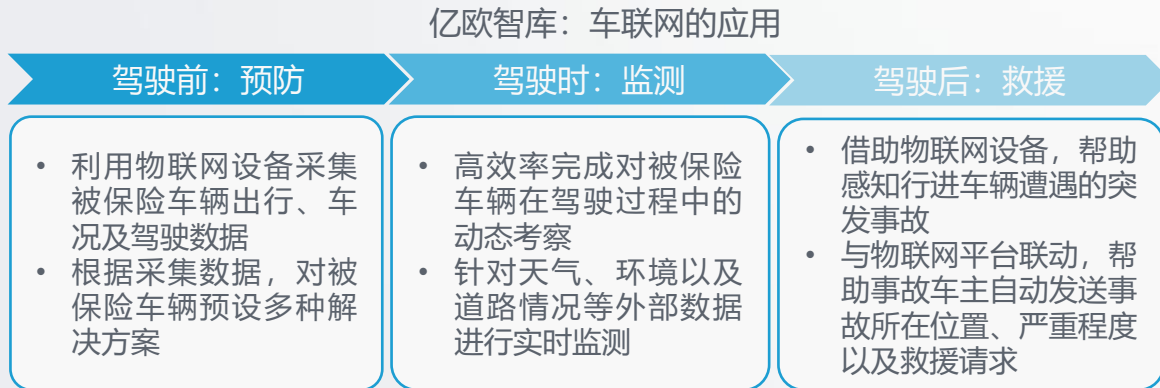
- ◆ 相比于其他物联网技术，车联网在中国实现了更为广泛的应用，这一技术能够在驾驶员行驶前中后提供相应的帮助，实现驾驶前预防、驾驶时监测与驾驶后救援。UBI保险应用了车联网技术，依据用户行为信息确定保费，在车险、物流货运险等领域具有重要意义。

亿欧智库：2010-2019年车险原保费收入及其占财产险的比重



亿欧智库：UBI保险

- UBI保险是指基于用户使用量或使用行为进行费用定价的保险，常用于车险领域，依靠大数据分析与车联网技术实现
- 保险公司将UBI硬件安装在被保险车辆的OBD（车辆诊断系统）盒子中，通过收集车辆行驶数据，并对用户驾驶行为进行算法分析，以此确定保费区间和个性化保费方案



# 中交兴路：在整合交通运输大数据基础上，为货运行业打造多方位、全链条的车辆风险管控服务

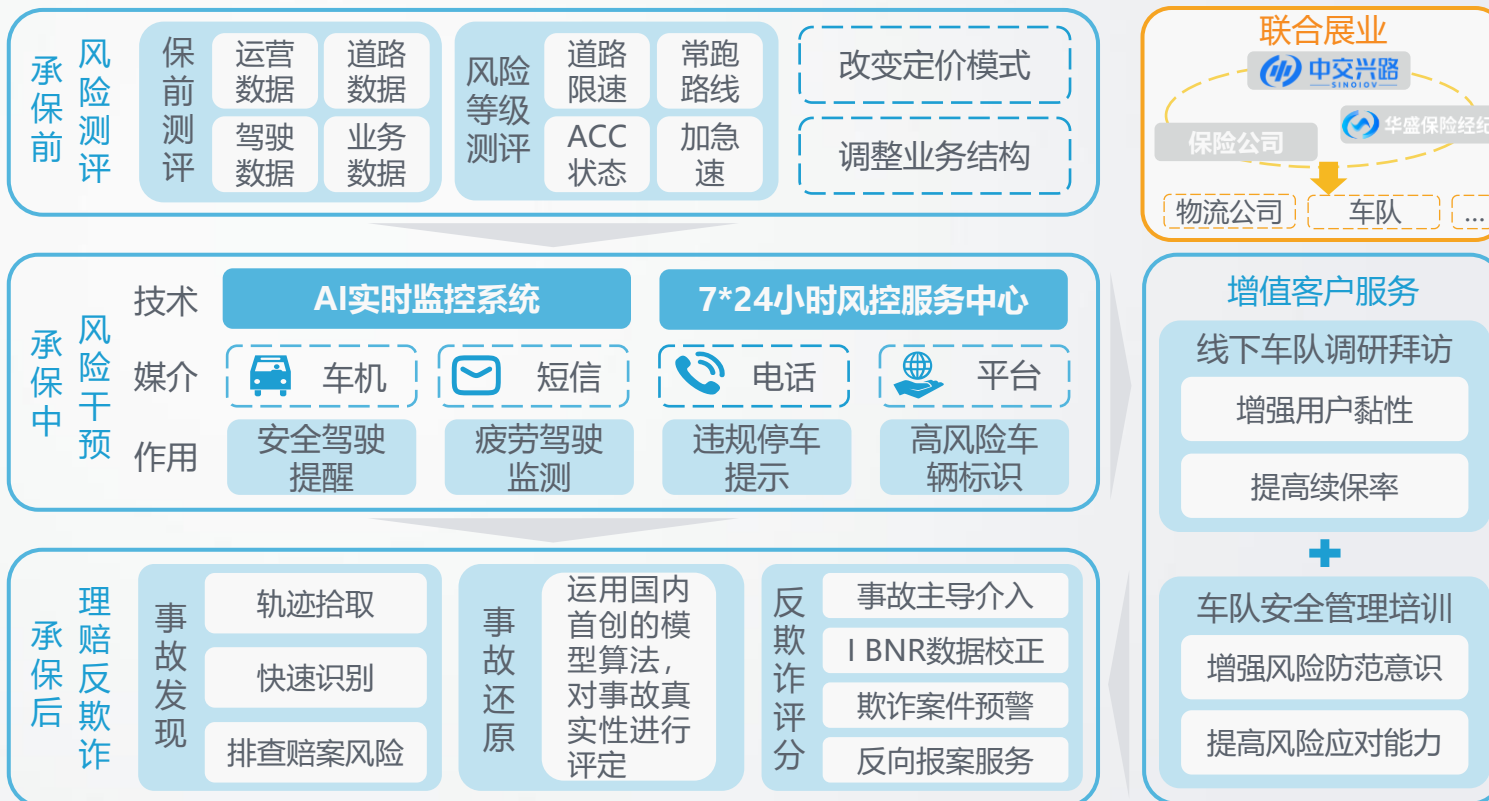


**公司介绍：**中交兴路是一家以车联网大数据技术为核心，为公路货运行业提供多元化产品与服务的科技企业，致力于打造中国领先的公路货运综合服务平台。中交兴路战略布局保险科技、物流科技和金融科技三大应用生态，打造“车联网+保险”、“车联网+物流”、“车联网+金融”产品体系。2018年12月，中交兴路获蚂蚁金服领投的7亿元A轮融资；2019年10月，中交兴路获阳光保险新一轮融资。

**保险核心业务：**基于保险科技推出的“4+1”营运货车保险解决方案；与保险公司合作研发的定制网络货运物责险“优驾保”。

- ◆ 中交兴路“4+1”营运货车保险解决方案通过保前风险评测、保中风险干预、保后理赔反欺诈、增值客户服务四个关键环节，以及联合展业的生态产业布局，为货运相关保险行业提供多方位、全链条的车辆风险管控服务。

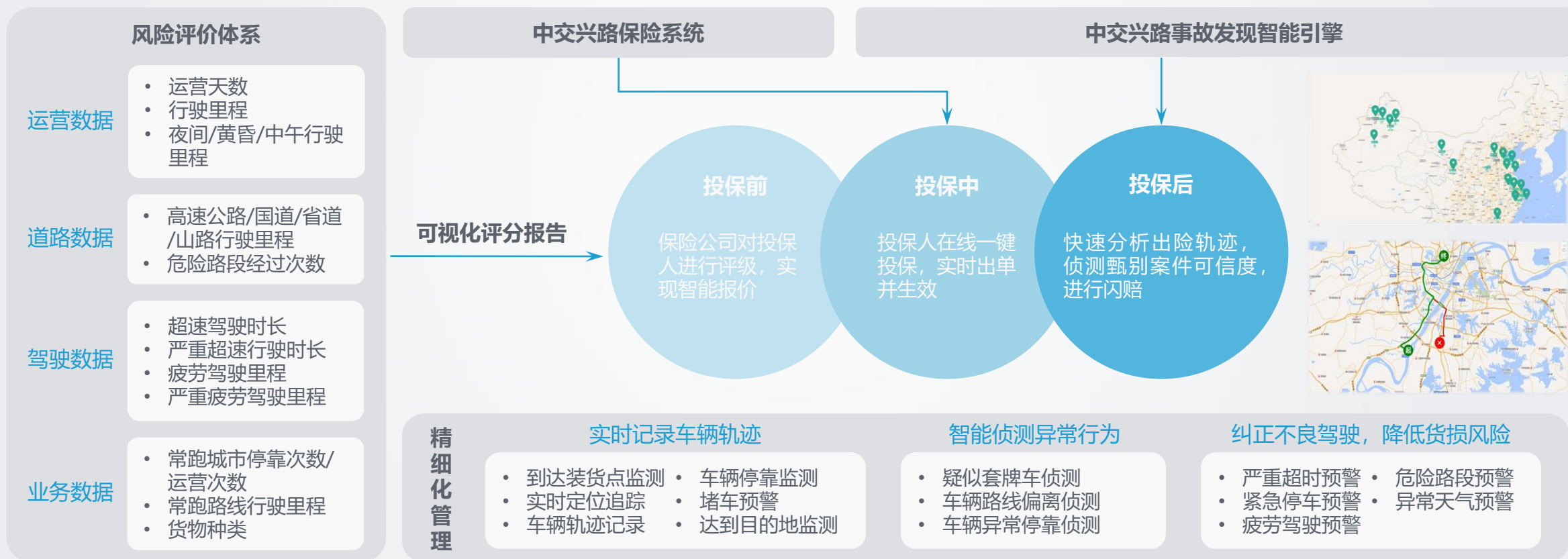
亿欧智库：中交兴路“4+1”营运货车保险解决方案



# 中交兴路：基于保险科技推出UBI网络货运物责险“优驾保”，帮助网络货运平台构建安全保障体系

- ◆ 优驾保是中交兴路与平安保险联合推出的UBI网络货运物责险，其设计以“保险+科技”为核心理念。优驾保一方面能够使驾驶习惯良好的司机获得优惠的投保价格，另一方面可以为网络货运平台赋能，形成一套完整的安全保障体系。

亿欧智库：中交兴路UBI网络货运物责险“优驾保”



---

## 4.4 保险定制与组合配置

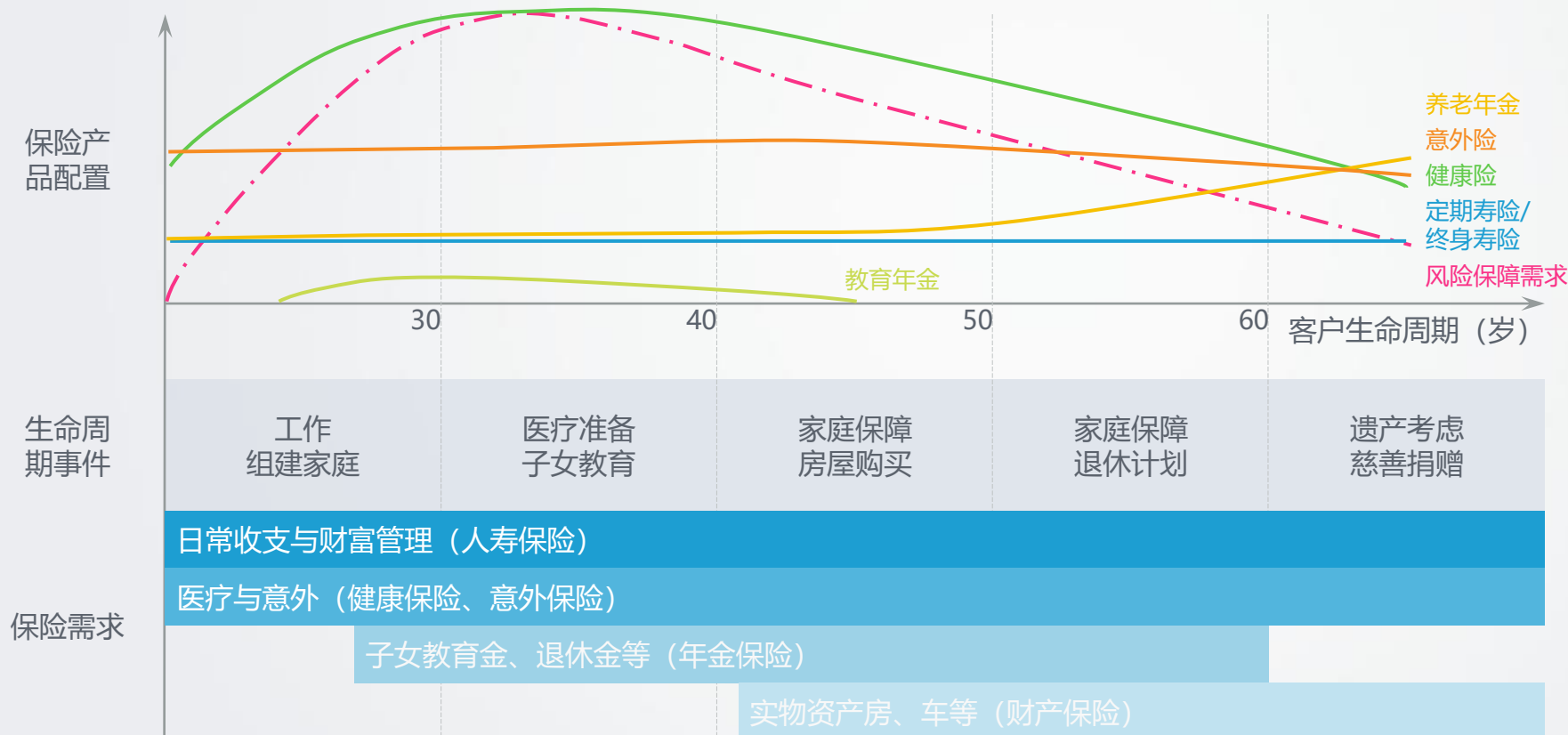
---



# 在人身保险领域，家庭账户能够根据客户全生命周期进行产品组合配置和动态调整

- ◆ 家庭账户是一种针对不同家庭成员情况制定保险计划、实现产品组合配置的保险服务形态。在每个家庭生命周期的不同阶段，用户的保障需求、风险承受能力、家庭财务情况等都在不断变化，因此家庭账户需要进行动态调整，以实现全生命周期的优化。

亿欧智库：客户全生命周期保险配置



亿欧智库：家庭账户的保险配置

## 针对家庭中每个人的产品组合

根据各家庭成员的需求，选择适合每个人的保险产品

健康状况  
生活习惯

财务状况  
风险水平

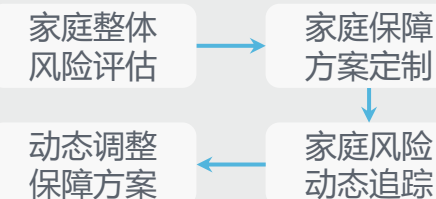
通过产品组合形式满足家庭整体投保需求

以家庭账户对家庭成员保单统一管理

责任清晰  
方便缴费

## 基于家庭生命周期的动态调整

### 动态评估不同阶段家庭保障需求



# 在财产保险领域，按需保险能够根据用户需求进行定制；保险产品配置能够实现用户保障理财等多方位需求

- ◆ 按需保险以“数据分析+需求定制”模式服务于短期内需要为自己重视物品投保的用户，具有短期、廉价、迅速的特点，当前仅在欧美发达国家略有布局。保险产品配置能够实现从保险保障、理财功能到财富管理各类产品组合的全方位配置选择。

亿欧智库：按需保险

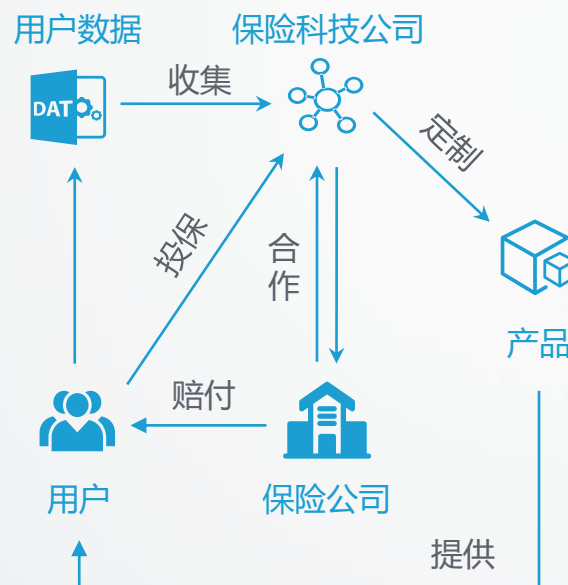
按需保险（On-demand Insurance）率先兴起于美国、英国等发达国家，是基于保险科技推出的个性化保险产品，用户可根据需求的时间和地点决定保险的生效条件。

## “数据分析+需求定制”模式

- 保险科技公司搜集数据，根据用户需求定制产品
- 大多为财产保险，针对短期内需要为重视物品投保的用户

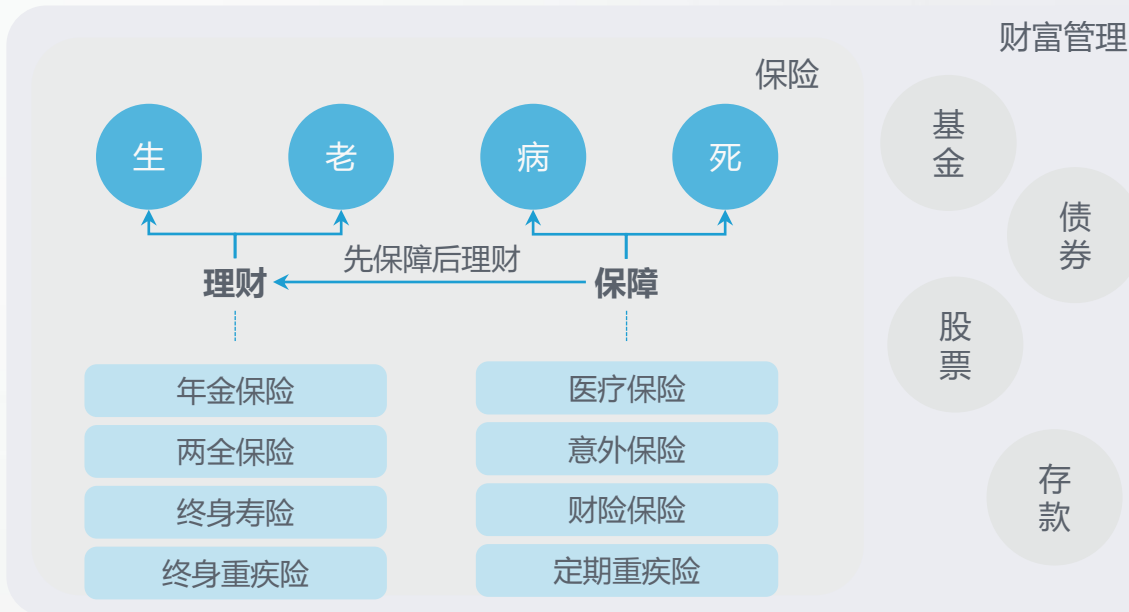
特点 短期 廉价 迅速

代表公司



亿欧智库：保险产品配置

保险产品通过组合配置，能够涵盖一个人“生老病死”各方面的保障和理财需求；此外，保险的资产属性使其逐渐成为财富管理中除股票、基金等投资品种外的重要选择，投资者可根据自身需求，进行全方位的配置选择。

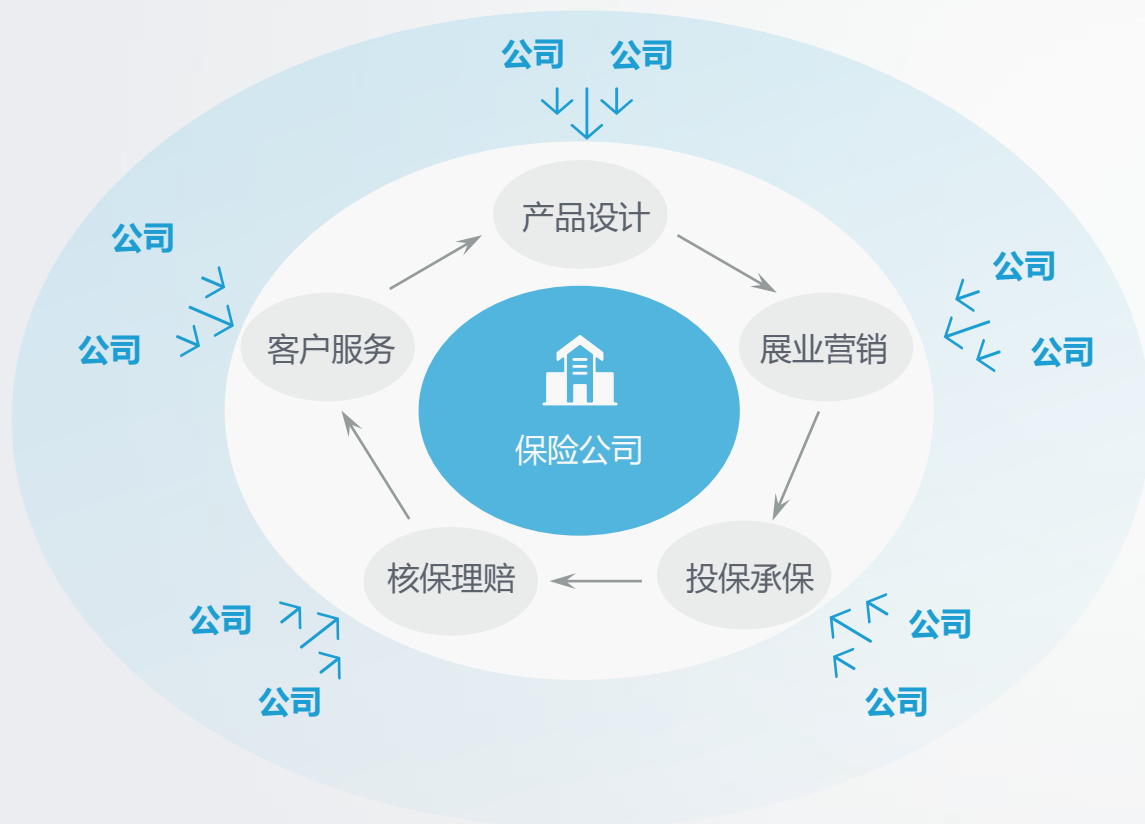


## Part.5 保险创新展望：跨界融合，开放共赢

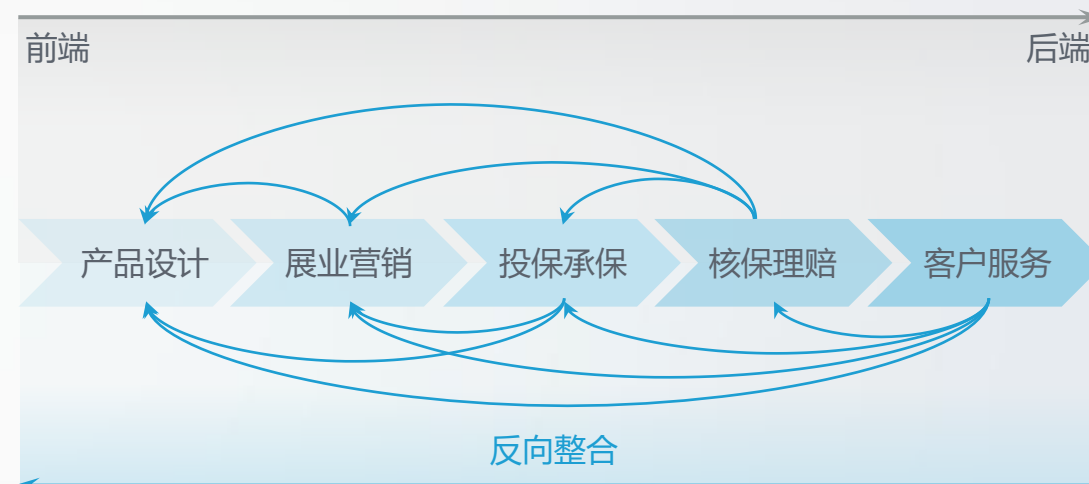
# 以保险公司为中心，保险价值链细分环节会有更多入局者，保险业务实现由后端向前端的反向整合，服务差异化是破局之道

- ◆ 随着产销分离乃至产服分离的趋势渐显，以保险公司为中心的专业化分工不断推进，更多公司会参与到保险价值链细分环节的建设中来。保险业务也会在此基础上实现由后端向前端的反向整合，服务差异化是细分领域公司在保险业发展的破局之道。

亿欧智库：保险价值链细分领域入局者不断增加



亿欧智库：保险业务由后端向前端反向整合

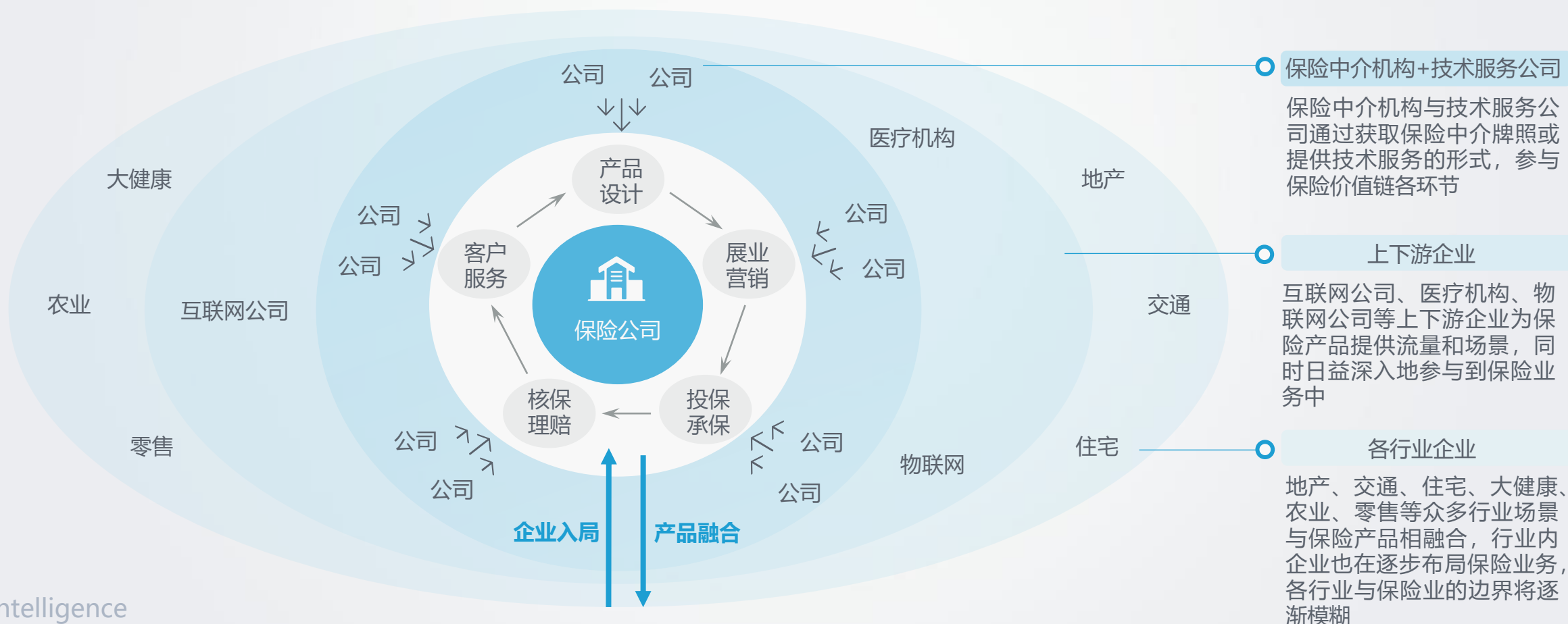


保险价值链的新进入者，多基于自身资源优势，从价值链中后端的某一环节切入，而后根据用户需求，以提出产品设计方案等方式，实现对前端业务的反向整合。在这个过程中，随着保险价值链每一环节参与者的不断增加，产品同质化会愈发严重。只有真正从用户需求出发，提供差异化服务的企业，才能在激烈竞争中占据一席之地。

# 在保险价值链建设基础上，会有更多企业入局，共建保险生态，同时保险行业和其他行业的边界将逐渐模糊，实现跨界融合

- ◆ 在保险价值链建设基础上，保险中介机构、技术服务公司、上下游企业、各行业企业将日益深入地参与到保险业务中，共同打造保险生态体系。同时，保险产品将实现与这些公司乃至行业场景的融合。由此，保险和其他行业的边界将逐渐模糊，最终实现跨界融合。

亿欧智库：保险生态建设与跨界融合



# “引进来” 保险开放与 “走出去” 保险出海，共建合作共赢的全球保险业新格局

- ◆ 随着中国金融的逐步开放，保险业先后经历了三段开放历程，外资险企的进入丰富着中国保险市场，同时中资险企的出海步伐也并未落后，企业通过自营、参股控股、合作三种模式探索更多国际可能性，未来“引进来+走出去”的交织融合将助推全球保险业的合作共赢。

亿欧智库：中国保险业的“引进来”与“走出去”

引进来 走出去

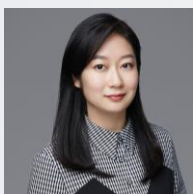


中国保险企业和全球其他国家保险企业在“引进来”与“走出去”的过程中，实现相互竞争下的优势互补，取长补短，共创合作共赢的全球保险业新格局





- ◆ 亿欧智库经过桌面研究及对相关企业、专家访谈后作出此份报告，报告基于保险业发展现状，从服务创新、渠道创新、产品创新三个核心视角，探索保险业务流程和具体环节优化之道，探寻保险业创新形态和创新发展方向，探究保险创新机遇。在此，亿欧智库感谢相关企业、业内专家的鼎力支持。
- ◆ 未来，亿欧智库将持续密切关注财富管理及其他相关领域，进行更深入探讨，持续输出更多研究成果，以帮助企业可持续健康发展，推动产业升级。欢迎大家与我们联系交流，提出宝贵意见。
- ◆ 报告作者：



**孟凤翔 Flora**

分析师

WeChat: 13163096759

Email: mengfengxiang@iyiou.com



**杨旭 Melantha**

实习分析师

Email: yangxu@iyiou.com

- ◆ 报告指导：



**薄纯敏 Hannah**

研究副总监

Email: bochunmin@iyiou.com



**由天宇 Deco**

亿欧公司副总裁、亿欧智库院长

Email: youtianyu@iyiou.com

## ◆ 团队介绍:

- 亿欧智库是亿欧公司旗下专业的研究与咨询业务部门。
- 智库专注于以人工智能、大数据、移动互联网为代表的前瞻性科技研究；以及前瞻性科技与不同领域传统产业结合、实现产业升级的研究，涉及行业包括汽车、金融、家居、医疗、教育、消费品、安防等等；智库将力求基于对科技的深入理解和对行业的深刻洞察，输出具有影响力和专业度的行业研究报告、提供具有针对性的企业定制化研究和咨询服务。
- 智库团队成员来自于知名研究公司、大集团战略研究部、科技媒体等，是一支具有深度思考分析能力、专业的领域知识、丰富行业人脉资源的优秀分析师团队。

## ◆ 版权声明:

- 本报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于智库的专业理解，清晰准确地反映了作者的研究观点。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。本报告的信息来源于已公开的资料，亿欧智库对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽可能的追求但不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映亿欧智库于发布本报告当日之前的判断，在不同时期，亿欧智库可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。亿欧智库不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，亿欧智库对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者可自行关注相应的更新或修改。
- 本报告版权归属于亿欧智库，欢迎因研究需要引用本报告内容，引用时需注明出处为“亿欧智库”。对于未注明来源的引用、盗用、篡改以及其他侵犯亿欧智库著作权的商业行为，亿欧智库将保留追究其法律责任的权利。



网址: [www.iyiou.com/intelligence](http://www.iyiou.com/intelligence)

邮箱: [zk@iyiou.com](mailto:zk@iyiou.com)

电话: 010-57293241

地址: 北京市朝阳区霞光里9号中电发展大厦A座10层