

A stylized world map in a golden-yellow color, centered on the Atlantic Ocean, serving as the background for the title.

# 互联网保险

# 研究报告

搜狐互联网金融

# 目 录

1 城会玩：互联网保险异军突起

2 暗流涌动：5年内市场空间将达7400亿

3 案例分析：多元发展、中外互鉴

4 颠覆传统：看互联网如何干掉传统顽疾

5 深度分析：互联网保险面临五大困境

6 趋势预测：万事万物皆可保 竞争格局生变

# 一、互联网保险异军突起

## 1、什么是互联网保险



•互联网保险是新兴的一种以计算机互联网为媒介的保险营销模式，有别于传统的保险代理人营销模式。

•主体：

•1.保险公司（或新型第三方  
保险网）

•2.保险客户

•工具：

•互联网和电子商务技术

# 一、互联网保险异军突起

## 2、互联网保险的特征



# 一、互联网保险异军突起

## 3、迅猛发展原因之一：政策利好



互联网保险已经成为拉动保费增长的重要引擎之一。根据中国保险行业协会数据，2014年互联网保险累计实现保费收入858.9亿元，同比增长195%，远高于同期全国电子商务交易增速。

# 一、互联网保险异军突起

## 4、迅猛发展原因之二：保险业空间大

中国经济持续  
快速增长

保险深度和密度  
皆低于国际水平

居民个人收入水平提高，  
保险购买力增强

国家制度层面  
持续支持

人口基数巨大、人口  
老龄化有利于保险业  
市场规模的扩大

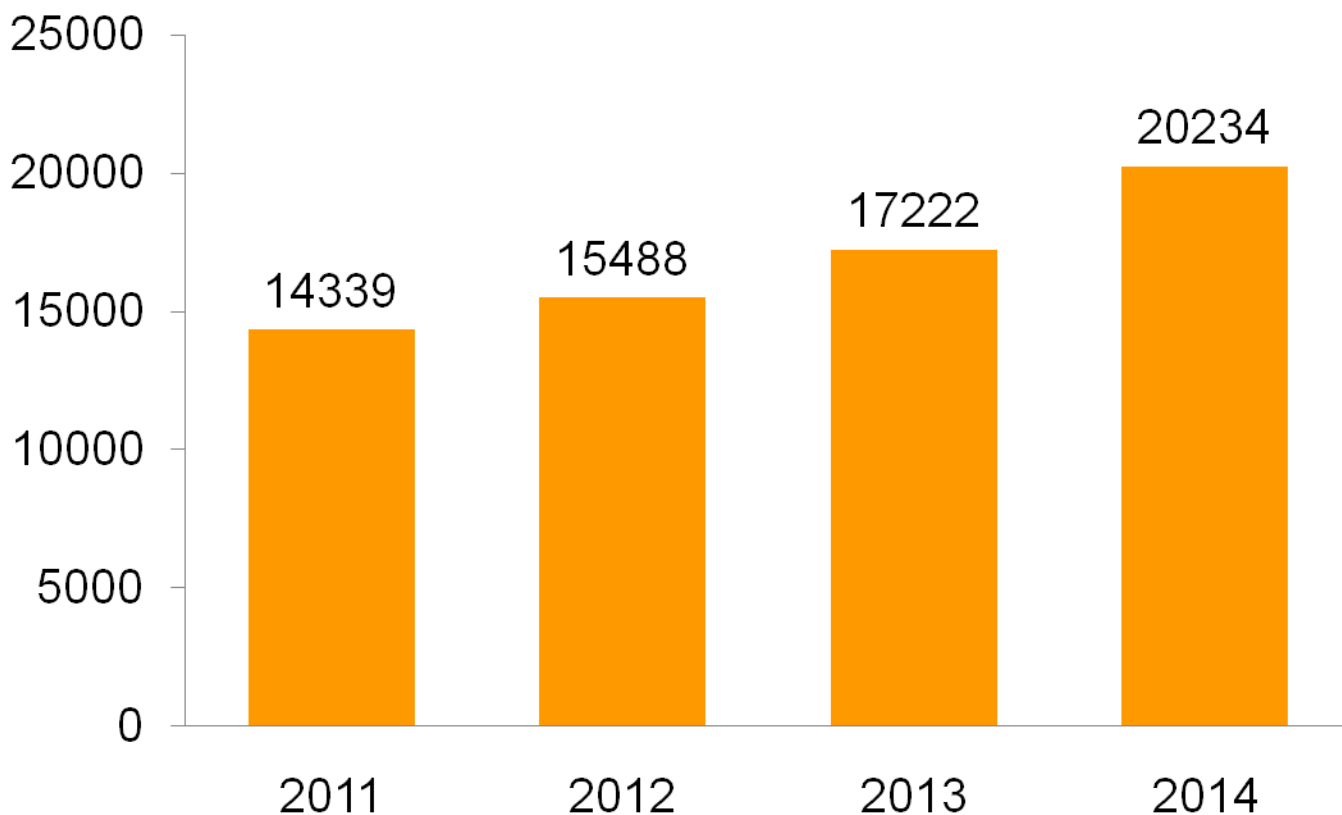
# 一、互联网保险异军突起

## 4、迅猛发展原因之二：保险业空间大

•近年来，我国保险业总保费规模稳步增长，行业前景较好。

•互联网保险规模有望依托可观的保险业总保费规模进一步扩张。

我国保险业总保费（亿元）



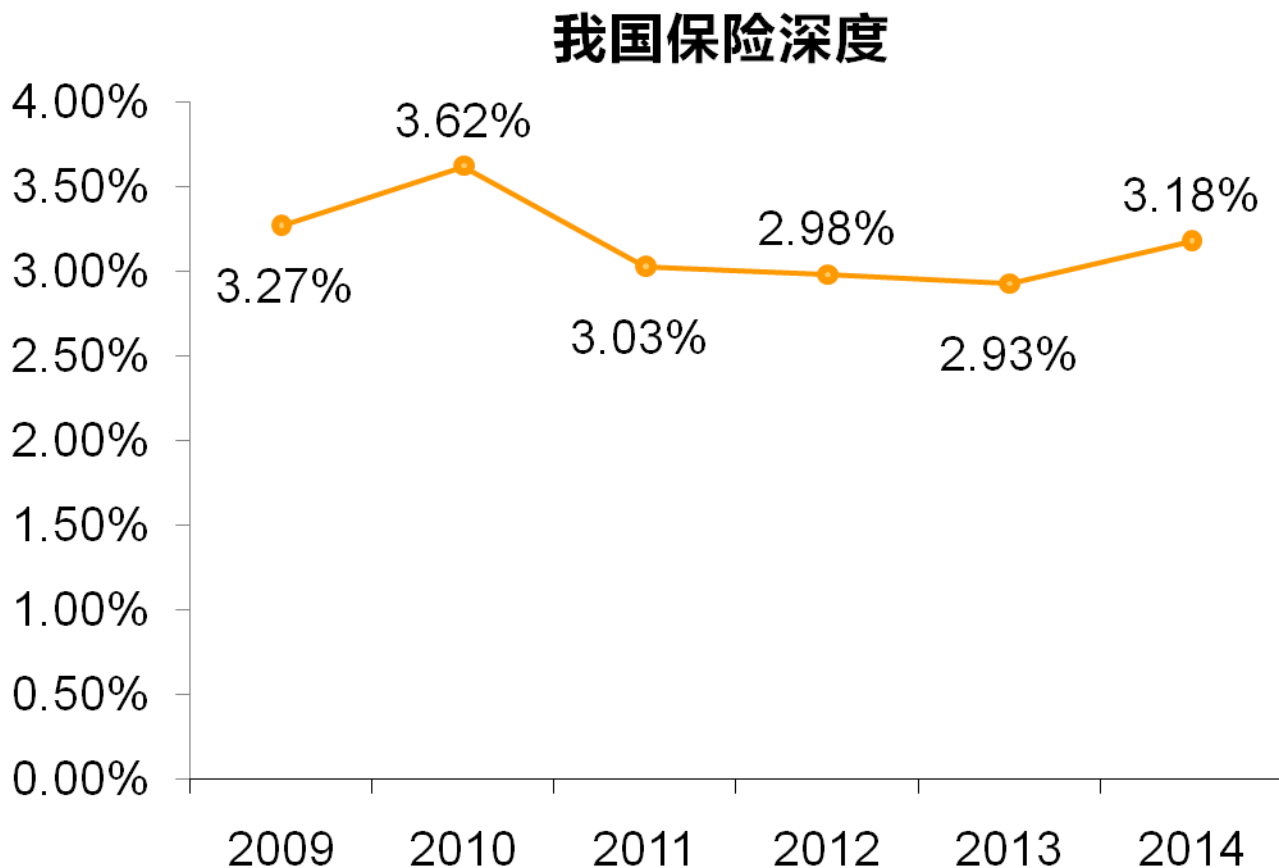
# 一、互联网保险异军突起

## 4、迅猛发展原因之二：保险业空间大

- 保险深度：
- 保费收入/GDP

•目前，我国保险业深度在3%的水平上下震荡。

•我国保险行业发展相对滞后，潜力巨大。





# 一、互联网保险异军突起

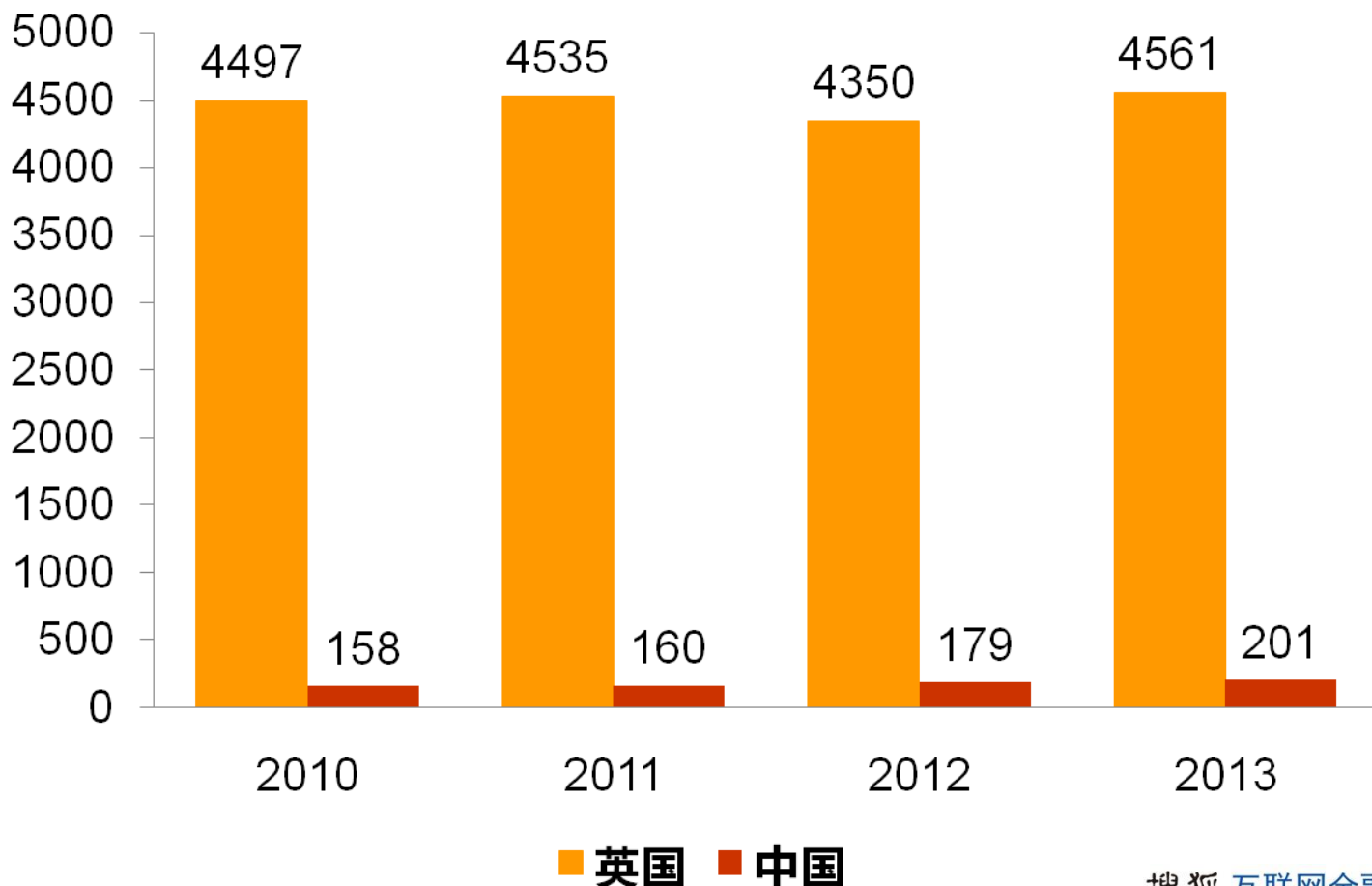
## 4、迅猛发展原因之二：保险业空间大

•保险密度：保费收入/人口

•我国保险密度近年来增长迅速，2013年突破200美元大关。

•但与英国等国相比，仍有20余倍的差距，我国保险业还有相当大的发展空间。

### 中英保险密度对比（美元/人）



# 一、互联网保险异军突起

## 5、迅猛发展原因之三：保险公司谋求转变



传统困局

**增长乏力——传统模式下，人力成本的日益提高严重制约了保费收入的增长，再加之日趋严格的政策监管，保险市场将逐步进入转型期。**

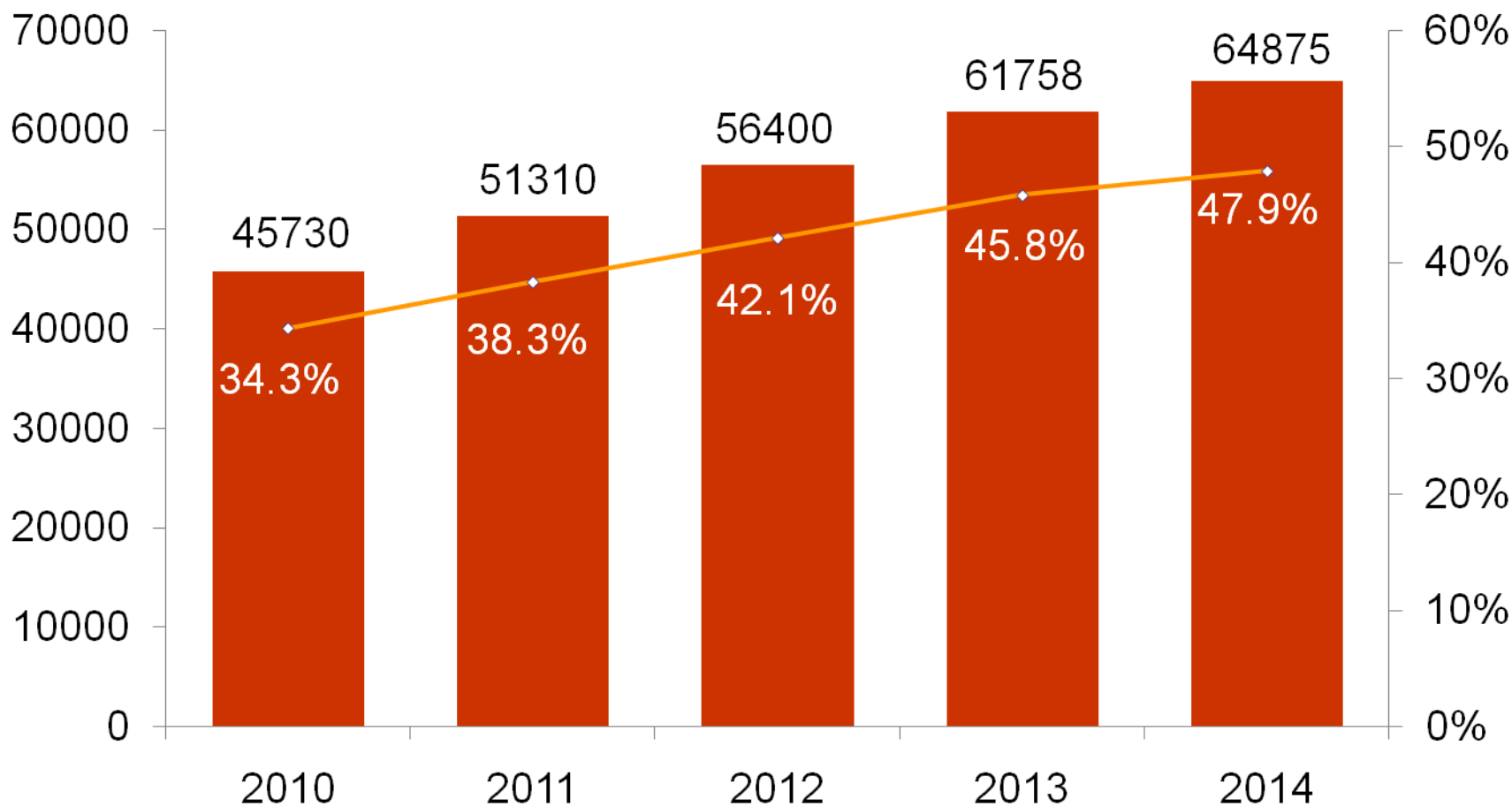
转型方向

**互联网+保险——随着互联网普及度不断提高，人们的生活日益网络化，网络依赖度的增加刺激互联网保险需求，传统保险公司有望在与互联网的不断融合中取得较快发展。**

# 一、互联网保险异军突起

## 6、迅猛发展原因之四：互联网科技的深刻革命

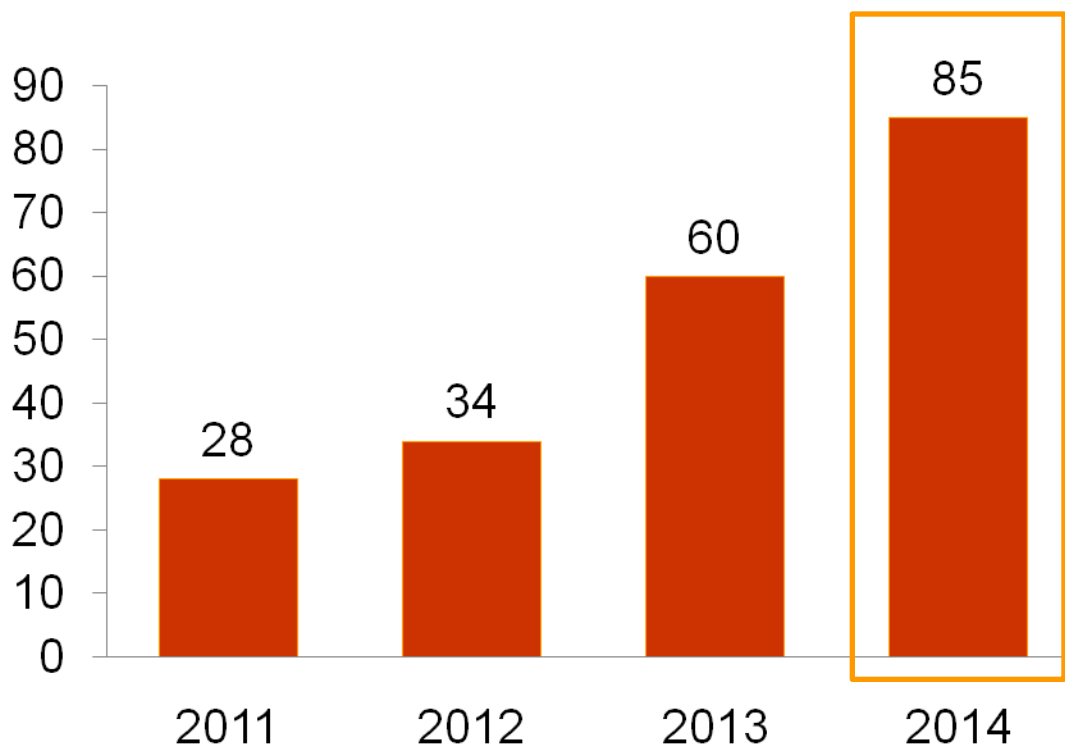
### 我国网民规模及互联网普及率



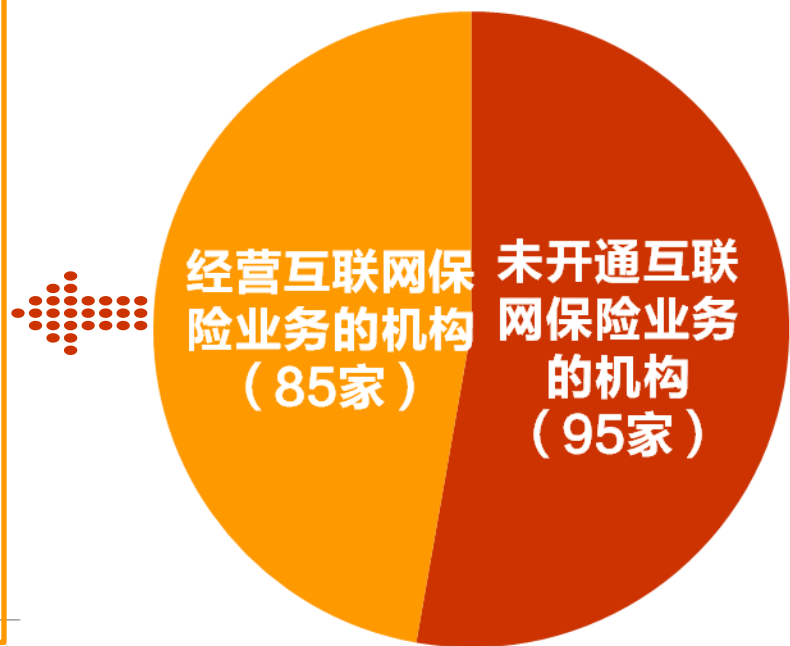
# 一、互联网保险异军突起

## 6、迅猛发展原因之四：互联网科技的深刻革命

### 我国经营互联网保险业务的公司数



截至2014年底，我国有85保险公司通过互联网销售保险，约占全国保险机构总数的47%。



2014年我国保险机构互联网业务的开通情况

# 目 录

1 城会玩：互联网保险异军突起

2 暗流涌动：5年内市场空间将达7400亿

3 案例分析：多元发展、中外互鉴

4 颠覆传统：看互联网如何干掉传统顽疾

5 深度分析：互联网保险面临五大困境

6 趋势预测：万事万物皆可保 竞争格局生变

## 二、全球互联网保险发展现状

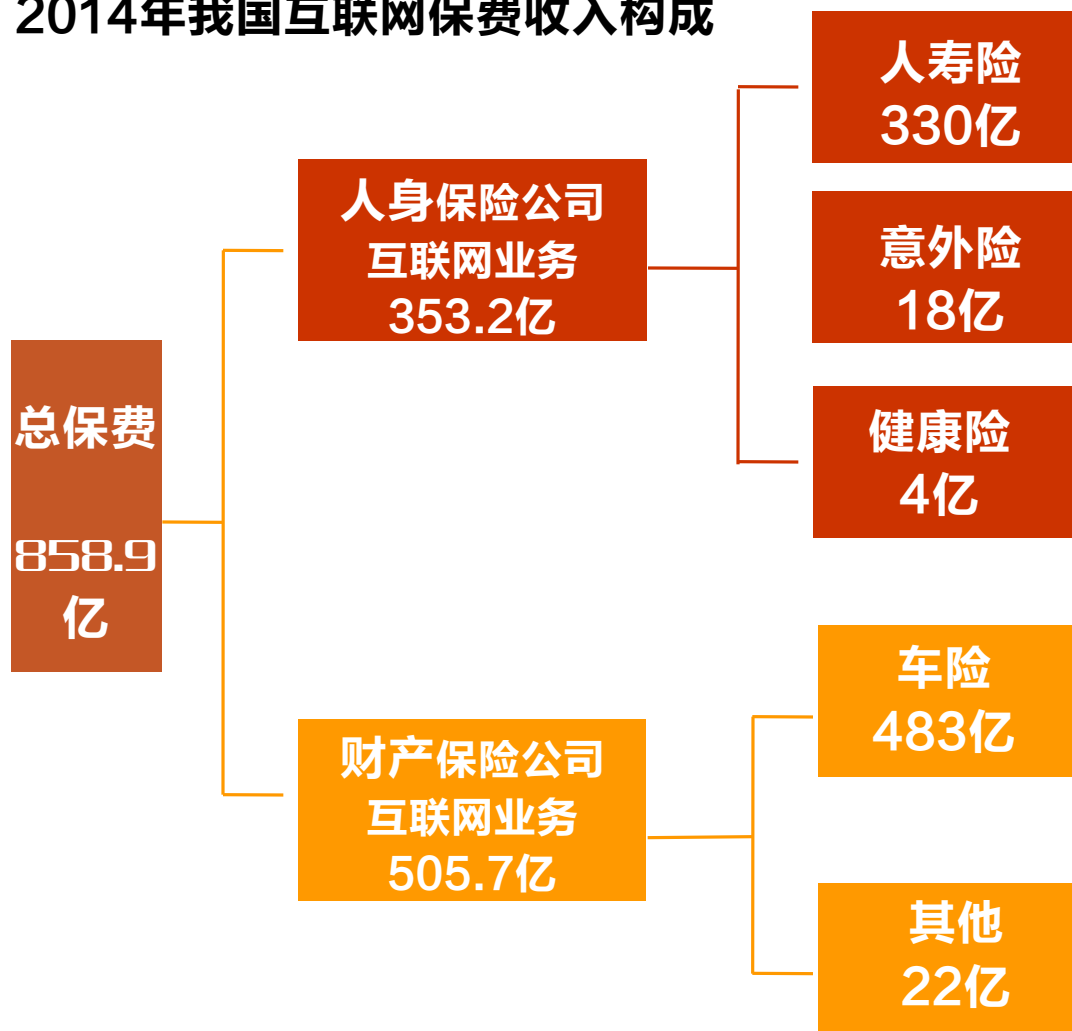
### 1、国内互联网保险行业发展历程



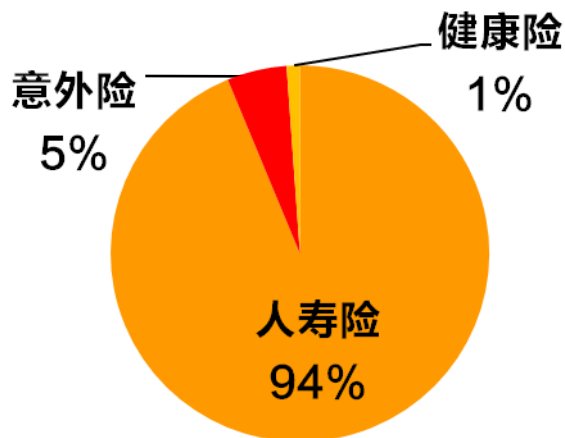
## 二、全球互联网保险发展现状

### 2、当前中国互联网保险保费规模及结构

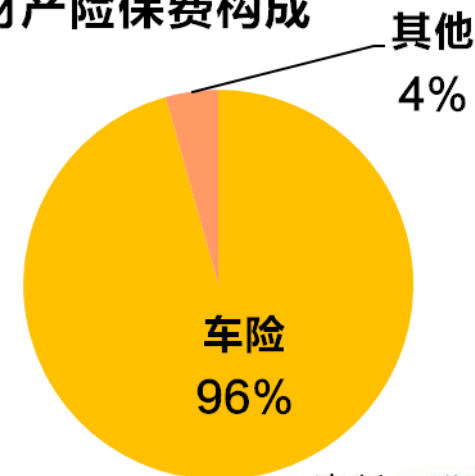
2014年我国互联网保费收入构成



人身险保费构成



财产险保费构成



## 二、全球互联网保险发展现状

### 3、当前中国互联网保险的销售渠道

第三方保险中介网站  
如：慧择网、中民保险网

相关网站兼业代理  
如：携程、途牛网



保险公司在线商城  
如：泰康在线、中国平安

纯粹电商的保险频道  
如：淘宝保险、苏宁云商

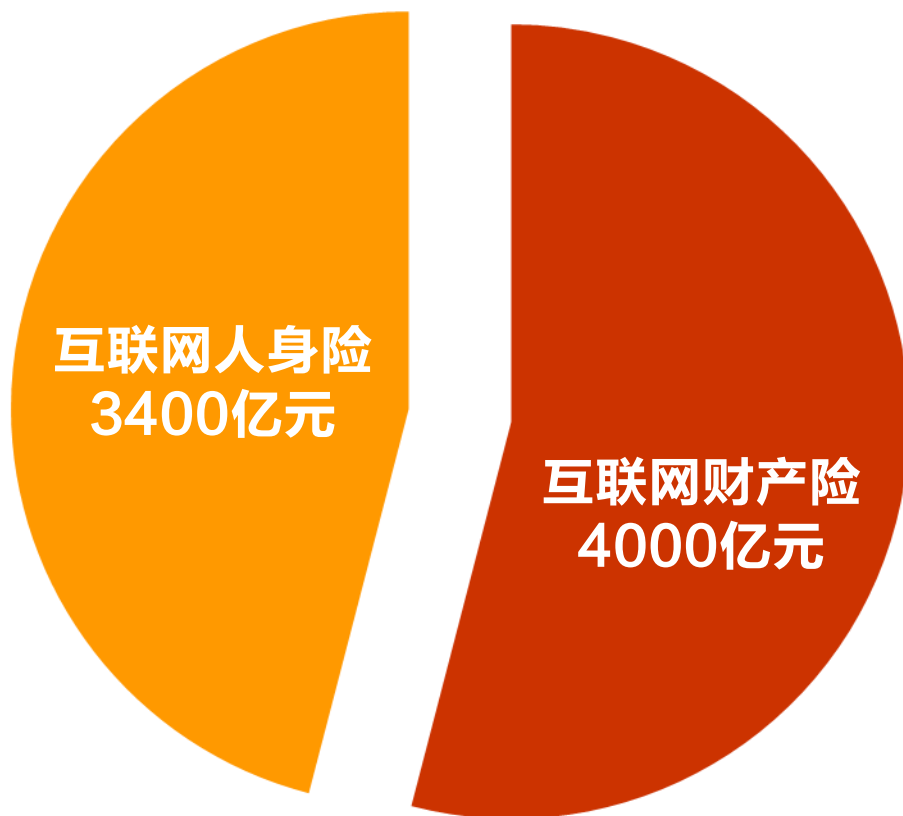
专业互联网保险公司  
如：众安在线



## 二、全球互联网保险发展现状

### 4、中国互联网保险的未来发展空间

国金证券预计：到2020年整个互联网保险市场有望达到**7400亿元**



\*数据来源：国金证券

## 二、全球互联网保险发展现状

### 5、国外互联网保险行业发展历程

#### 美国：互联网保险发展最早的国家

开始出现互联网保险，和互联网金融基本同步。



20世纪90年代

1995.02



美国最著名的第三方  
保险网站——  
InsWeb成立。

全球业务量最大、涉及范围最广、客户数量最多、技术水平最高、几乎所有的保险公司都建立了自己的网站。



今天



## 二、全球互联网保险发展现状

### 5、国外互联网保险行业发展历程

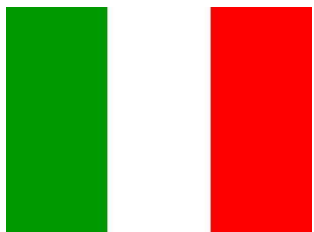
#### 欧洲：行业发展革新的领先者



德国



1996年，全球最大保险集团之一的法国安盛在德国试行网上直销。



意大利



1997年，意大利KAS保险公司就利用微软技术建立了网络保险销售服务系统，在网上提供最新报价、信息咨询和网上投保服务。



英国

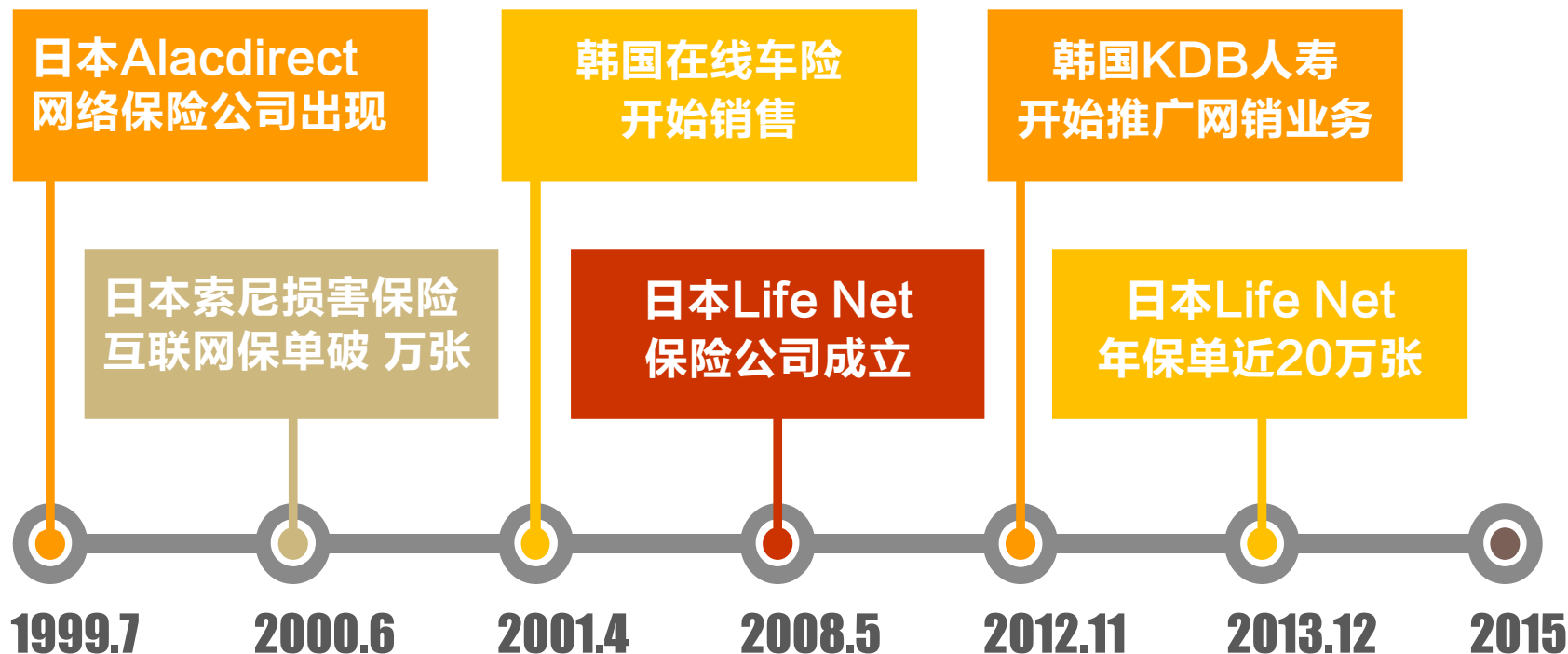


2004年，英国车险和家财险网销比例已达到41%和26%的。

## 二、全球互联网保险发展现状

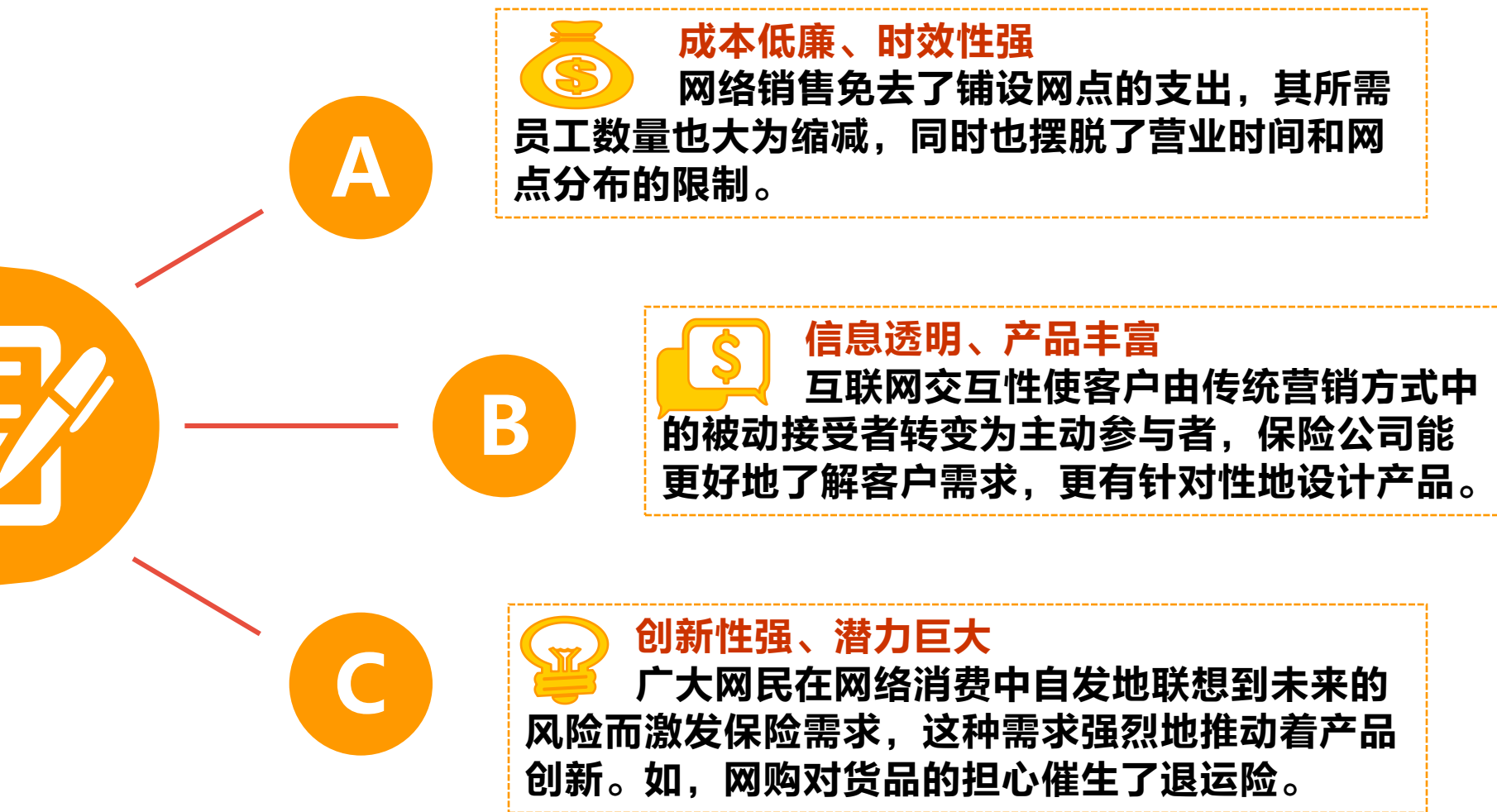
### 5、国外互联网保险行业发展历程

#### 亚洲：互联网保险的新生力量



## 二、全球互联网保险发展现状

### 6、互联网保险的优势



# 目 录

1 城会玩：互联网保险异军突起

2 暗流涌动：5年内市场空间将达7400亿

3 案例分析：多元发展、中外互鉴

4 颠覆传统：看互联网如何干掉传统顽疾

5 深度分析：互联网保险面临五大困境

6 趋势预测：万事万物皆可保 竞争格局生变

# 三、案例分析：多元发展、中外互鉴

## 1、众安在线——国内第一家专业互联网保险公司



国内首张互联网保险公司牌照，引领行业发展

众安在线获  
中国保监会  
同意开业批复

2013.9

众安在线  
首批产品  
正式上线

2013.12

2013.11



众安在线举行  
挂牌仪式  
正式开业

2015.7

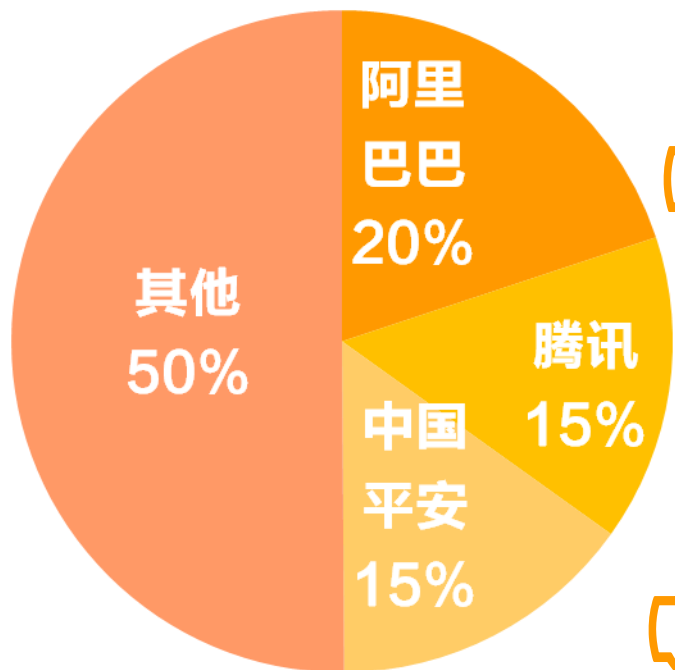
保监会批准筹建易安财  
产保险股份有限公司、  
安心财产保险有限责  
任公司、泰康在线财产保  
险股份有限公司三家互  
联网保险公司

# 三、案例分析：多元发展、中外互鉴

## 1、众安在线——国内第一家专业互联网保险公司

### 众安在线的股权构成及大股东优势

背靠大树好乘凉，出身名门抢占先机



👉 B2B、C2C领导者，一体化的业务组合

👉 庞大的用户网络，超强的用户关系链

👉 较高的知名度和信用度，行业品牌优势

2013年年底，开业仅仅两个月，众安在线的保费收入达到1 275万元。

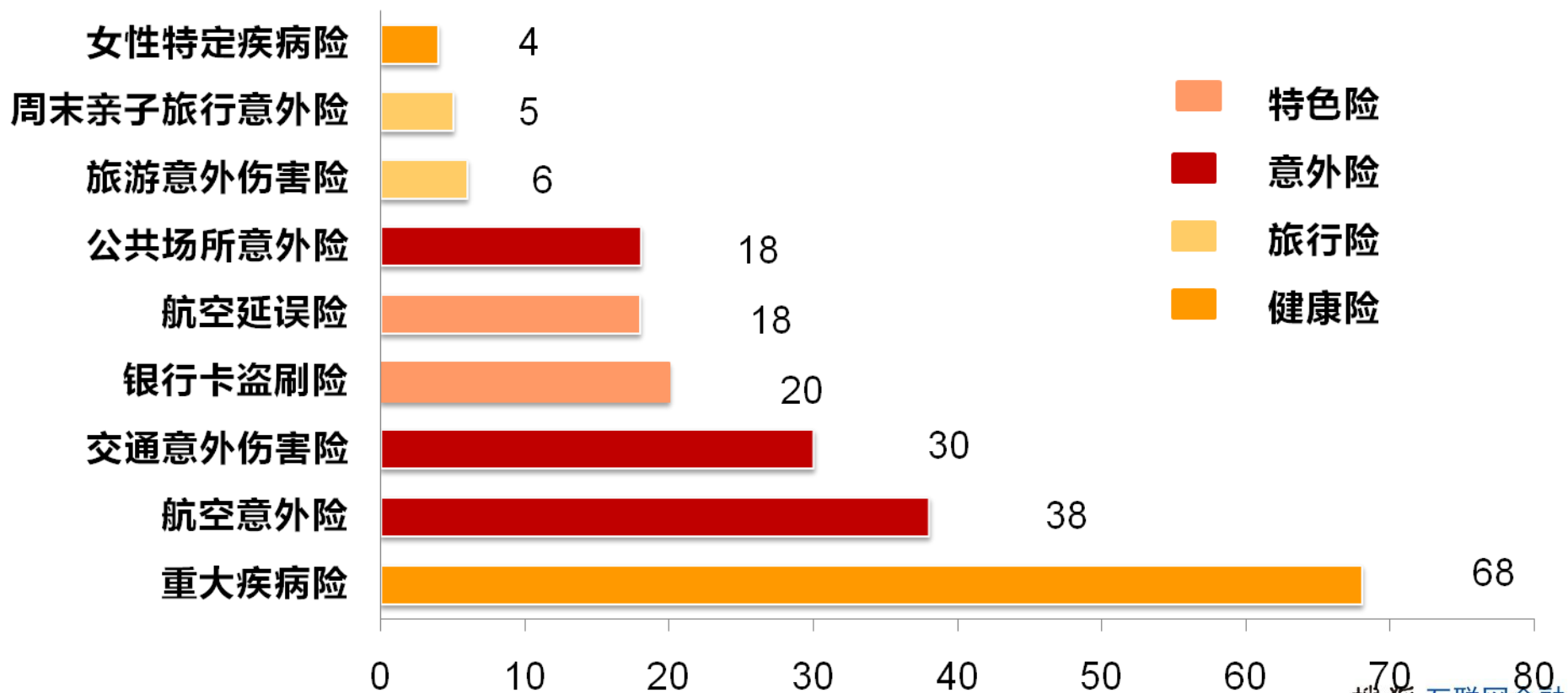


# 三、案例分析：多元发展、中外互鉴

## 1、众安在线——国内第一家专业互联网保险公司

产品多属于小微险种，互联网保险小额、高频特征明显

众安在线主要险种及其最低保费（元）



# 三、案例分析：多元发展、中外互鉴

## 2、慧择网——第三方保险中介网站



保险品种丰富，产品对比和筛选方便



# 三、案例分析：多元发展、中外互鉴

## 2、慧择网——第三方保险中介网站

客户偏爱小额产品，旅游、户外意外险最热

### 慧择网七大热销保险

保险名称	承保公司	保费（元）	销量（份）
旅游一日游	中国平安	1	1137010
旅行意外险D	中国平安	0.8	1012482
旅行意外保险 A	中国平安	3	815149
境内素拓意外险	史带财险	1.8	811733
户外运动保险B	史带财险	5	806087
户外运动保险A	史带财险	5	484829
境内旅游保障A	美亚保险	5	385706

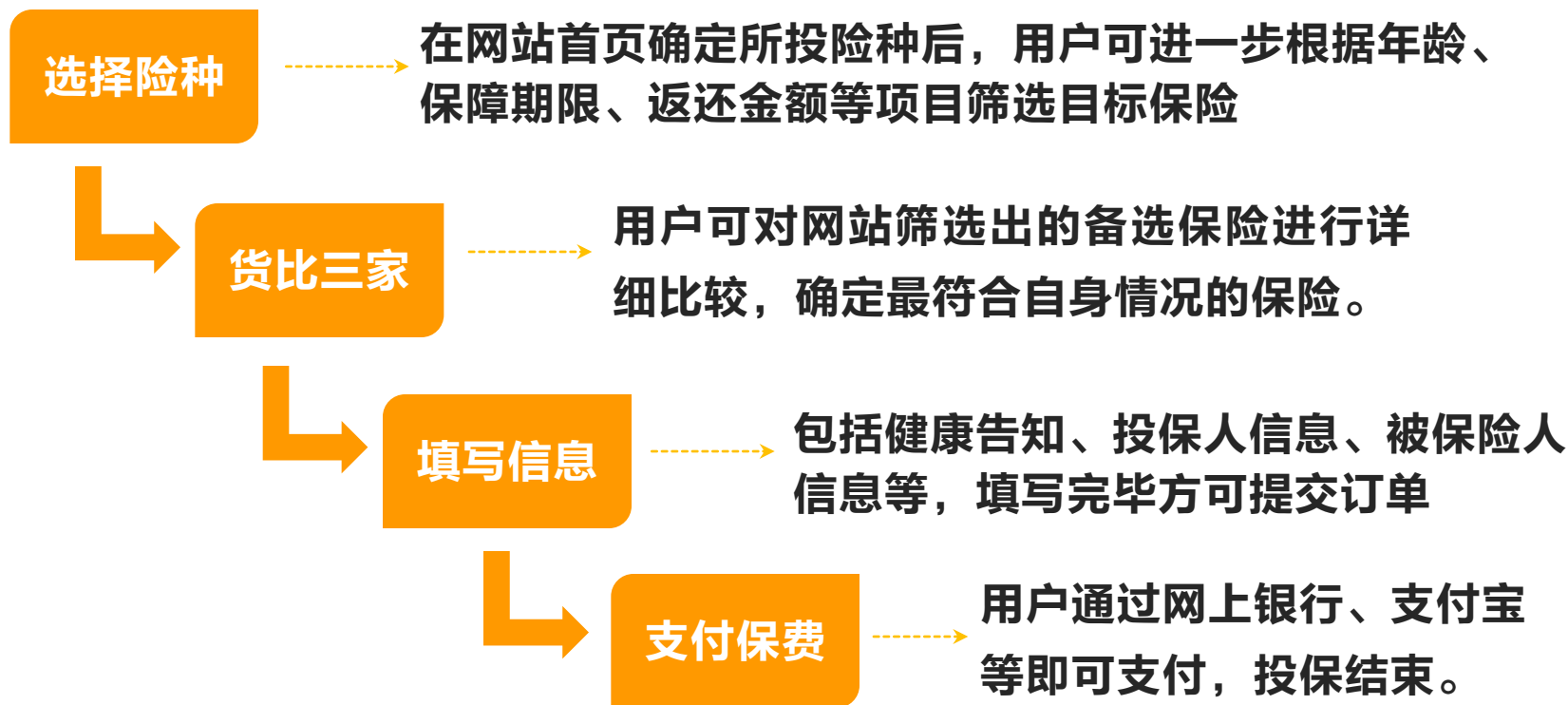
•客户购买的保险平均保费较低，前七种热销产品保费均不超过五元。

•旅游意外险和户外运动险几乎“承包”了整个热销榜。

# 三、案例分析：多元发展、中外互鉴

## 2、慧择网——第三方保险中介网站

一站式服务方便快捷，客户体验佳



# 三、案例分析：多元发展、中外互鉴

## 3、苏宁保险——纯粹电商的保险销售

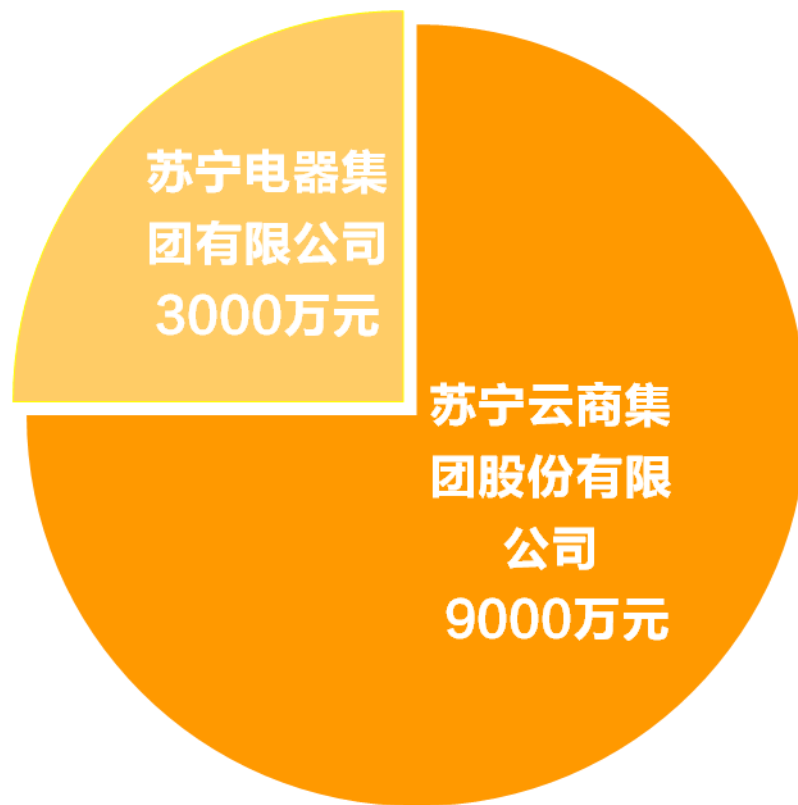
**SUNING 苏宁**

苏宁保险销售有限公司

借力互联网金融浪潮，获国内电商行业首张保险代理牌照

2014年2月17日，保监会发文批准设立苏宁保险销售有限公司。

公司总注册资金1.2亿元，由苏宁电器与苏宁云商共同出资。



苏宁保险注册资金构成

# 三、案例分析：多元发展、中外互鉴

## 3、苏宁保险——纯粹电商的保险销售

强强联合，与友邦保险合作成立保险电销中心



友邦保险

20余年电销渠道“零投诉”  
产品开发强大的市场竞争力



苏宁云商

优质客户群体和管理流程  
覆盖线上线下的销售渠道

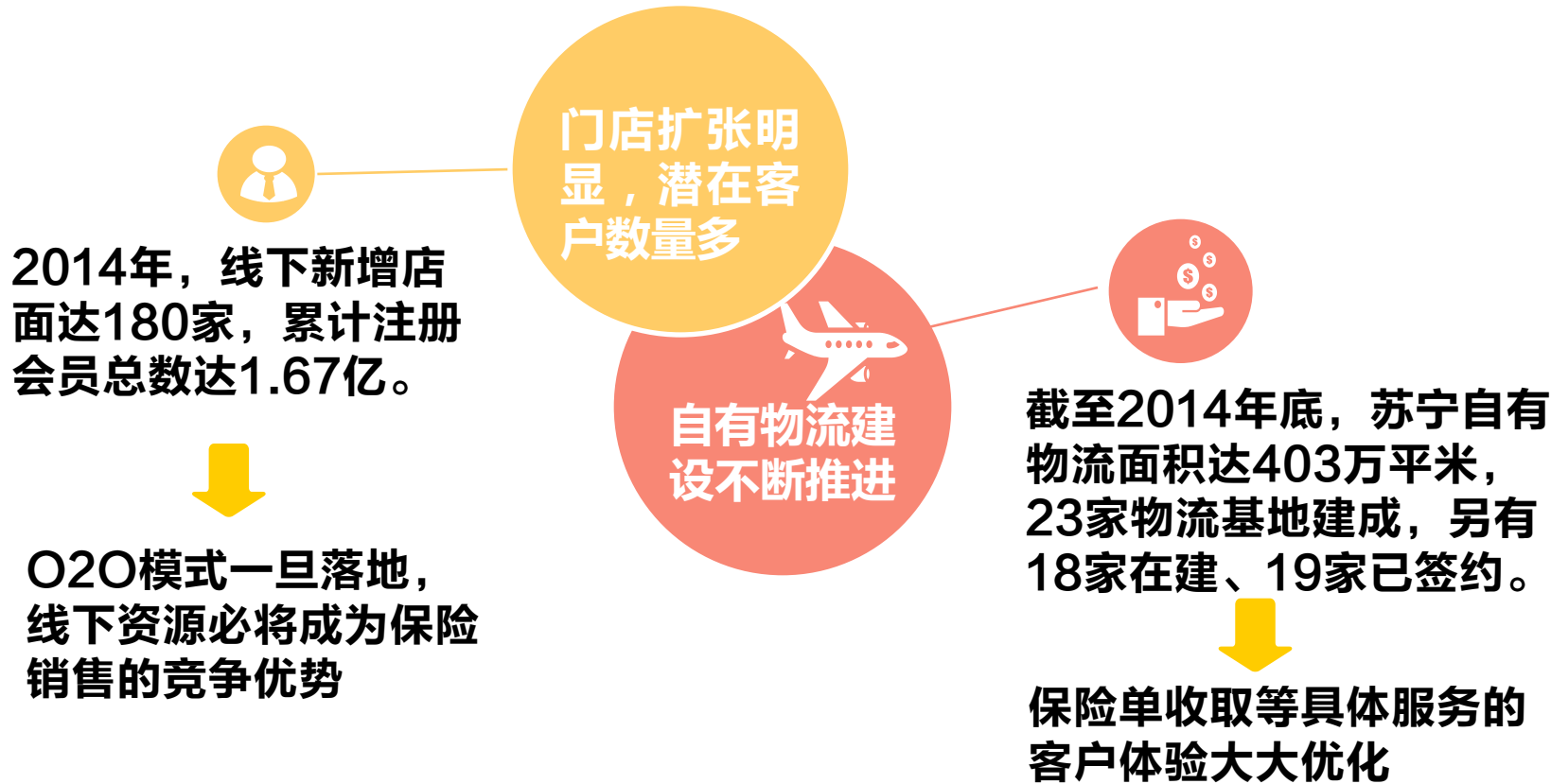
以大数据分析为  
基础的“网电融  
合”的智能电销  
平台诞生

逐渐实现产品的  
定制化、需求的  
精准化、线上线  
下渠道的融合销  
售和一体化服务

# 三、案例分析：多元发展、中外互鉴

## 3、苏宁保险——纯粹电商的保险销售

关注门店布局与物流建设，客户体验不断优化



# 三、案例分析：多元发展、中外互鉴

## 4、InsWeb——美国著名第三方保险网站

 **INSWEB** 互联网保险先行者，充分发挥互联网辐射能力  
Simplifying Your Insurance Decisions®



与全球50多家大型保险企业建立了长期、紧密的合作关系，业务范围广泛

向保险企业和保险从业人员出售营销线索



InsWeb



盈利模式



通过与全球180多家网站互联，持续吸引着大量新客户访问InsWeb网站

向保险客户收取保险产品报价及比价费用



## 三、案例分析：多元发展、中外互鉴

### 4、InsWeb——美国著名第三方保险网站

以客户为中心，提供优质客户投保服务

01

提供最优保险产品建议书供客户参考

客户提交保险需求等资料后，网站自动在合作保险企业的产品间进行比较，而后提供客户最物美价廉的保险建议书。

02

奖励机会多，折扣空间大

在InsWeb购买保险还有机会获得各种奖励和折扣。

03

开设学习中心帮助客户解决问题

InsWeb开辟了专门区域作为学习中心，为客户提供常见问题回答和保险知识相关文章等内容。

### 三、案例分析：多元发展、中外互鉴

#### 4、InsWeb——美国著名第三方保险网站

同时为保险企业和保险从业者提供服务



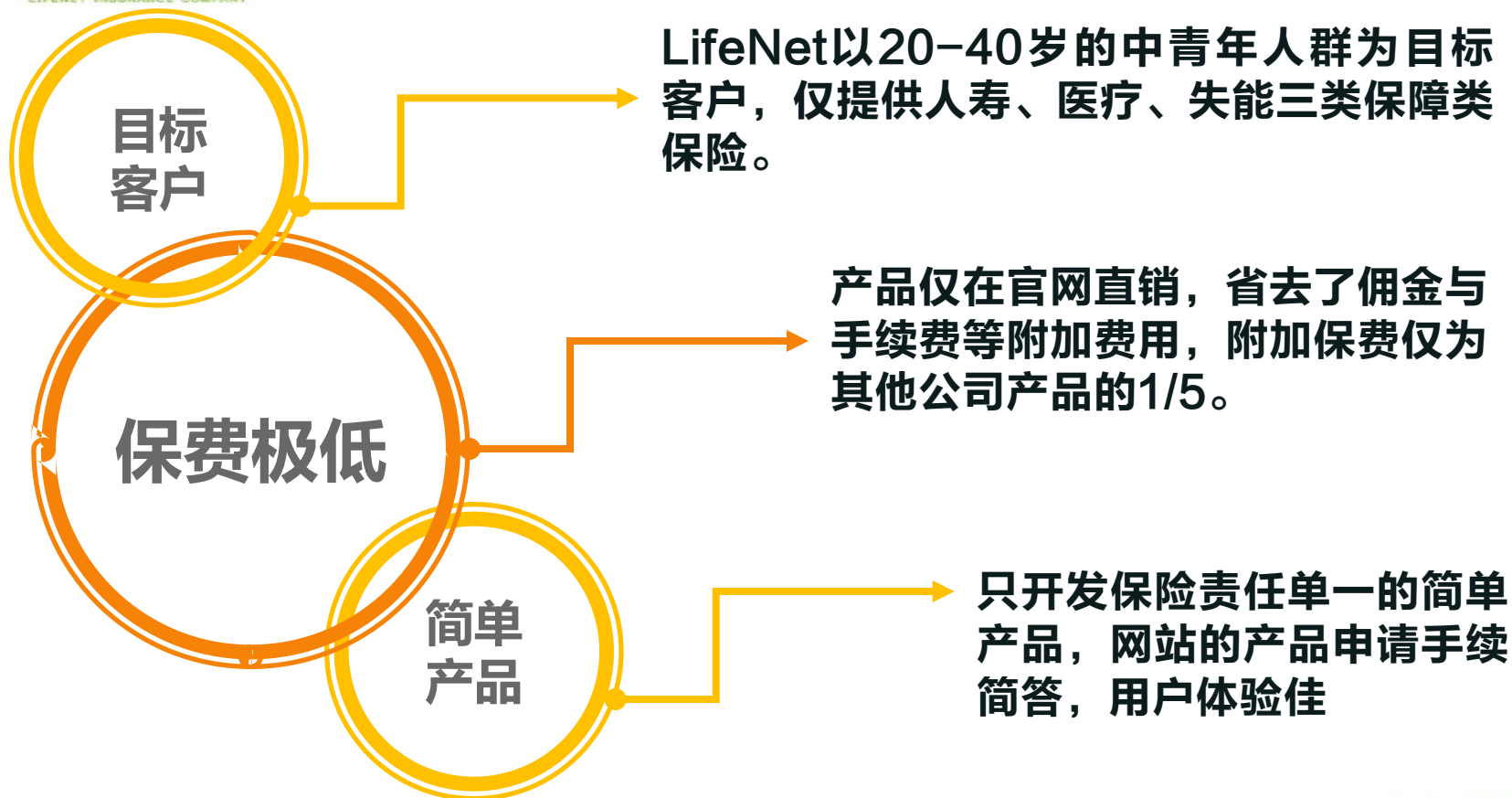
2005年启用AgentInsider信息系统，开始为保险从业人员提供新客户线索。

# 三、案例分析：多元发展、中外互鉴

## 5、LifeNet——日本通过互联网销售的保险公司



目标客户群确定，产品简单便宜



## 三、案例分析：多元发展、中外互鉴

### 5、LifeNet——日本通过互联网销售的保险公司

不主张营销攻势，客户了解清楚再购买



学习平台

客户可以在Life Net官网上学习到一般的人身险知识，也可享受免费电话和电邮咨询服务，让客户在充分了解和认可之后主动购买人身险产品



产品详解

Life Net的保险条款力求易于客户理解，并辅以动画和声音等手段来生动的展示产品，使初次接触保险的客户就能够比较容易的理解产品



客户依赖

理赔一般在5个工作日就可以完成,使客户充分 感受到公司的人性化和专业化管理,为客户多次购买Life Net保险 提供可能性

# 三、案例分析：多元发展、中外互鉴

## 5、LifeNet——日本通过互联网销售的保险公司

信息公开透明，纠正信息不对称

- LifeNet在官网公开企业的月绩报告和产品信息

- 减少企业对客户的信息不对称性

- 让客户可以自行比较产品的种类和价格

- 并对企业运行加以监督



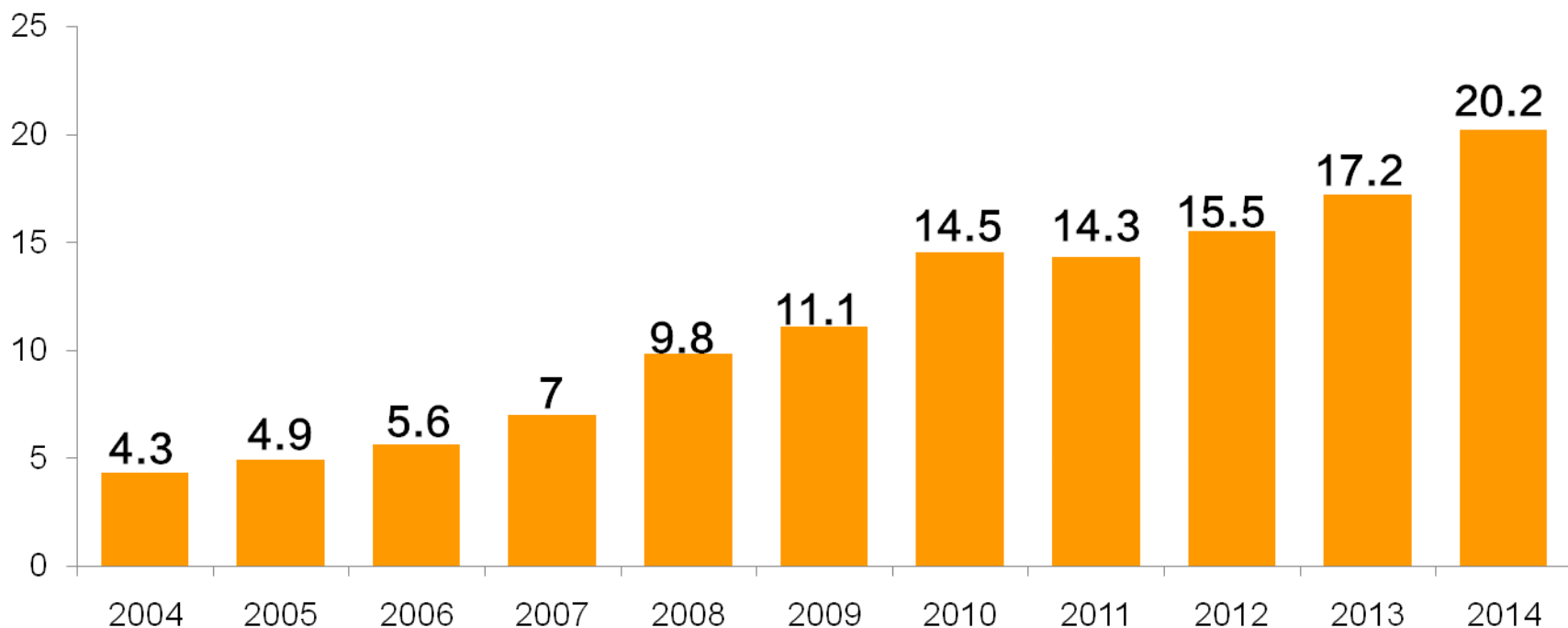
# 目 录

- 1 城会玩：互联网保险异军突起
- 2 暗流涌动：5年内市场空间将达7400亿
- 3 案例分析：多元发展、中外互鉴
- 4 颠覆传统：看互联网如何干掉传统顽疾
- 5 深度分析：互联网保险面临五大困境
- 6 趋势预测：万事万物皆可保 竞争格局生变

# 四、互联网如何颠覆传统保险

## 1、打破传统销售渠道困局

2007-2014年中国保费收入（单位：千亿元）情况

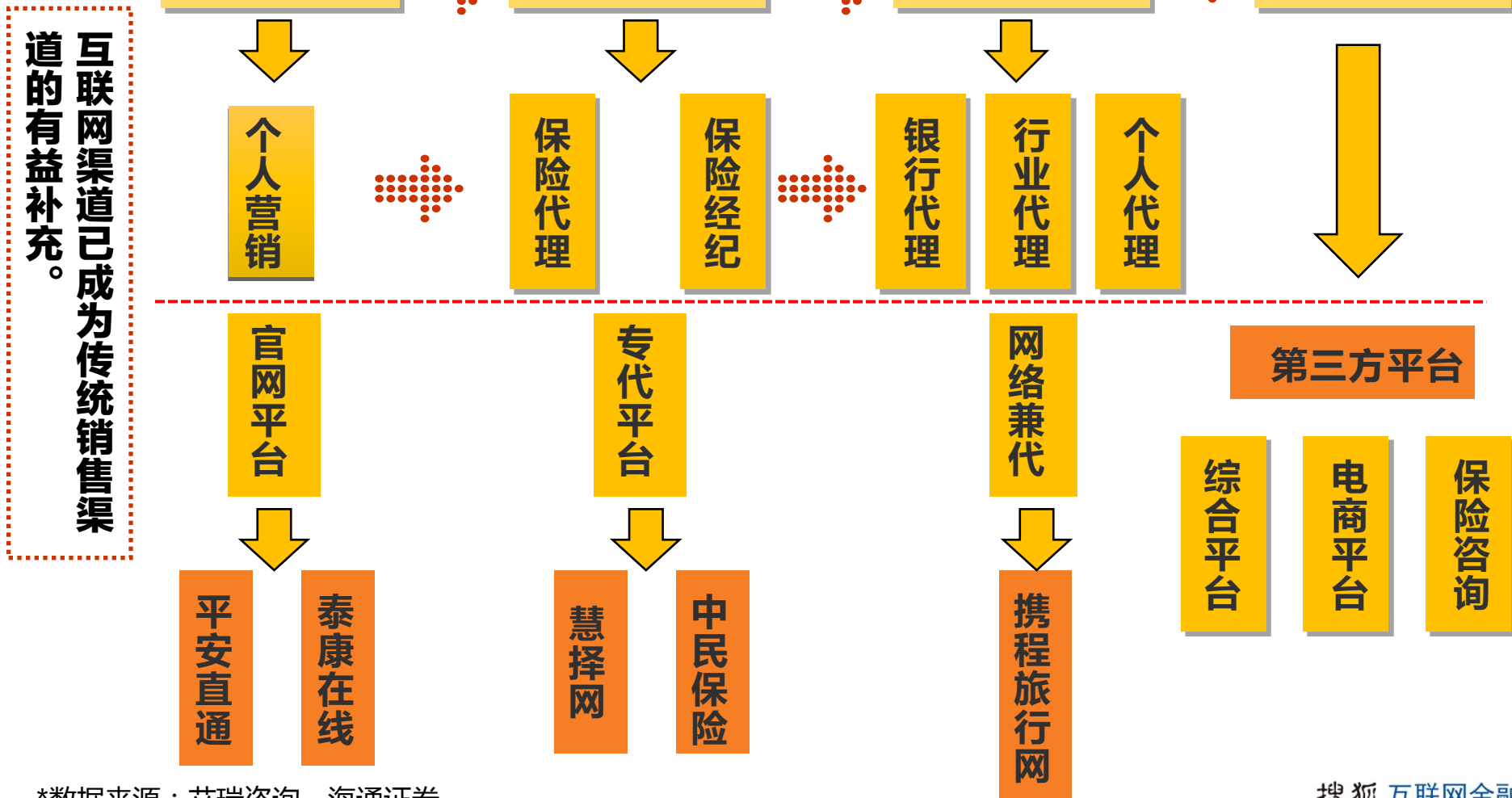


保险行业保费增速与之前相比明显放缓，因为占据保险 90%以上市场份额的两个销售渠道：代理人渠道和银行渠道，均面临增长乏力的难题。

资料来源：保监会、海通证券研究所

# 四、互联网如何颠覆传统保险

## 1、打破传统销售渠道困局



\*数据来源：艾瑞咨询、海通证券



# 四、互联网如何颠覆传统保险

## 2、互联网保险的创新涉及保险产业链各个环节

图例

传统要素

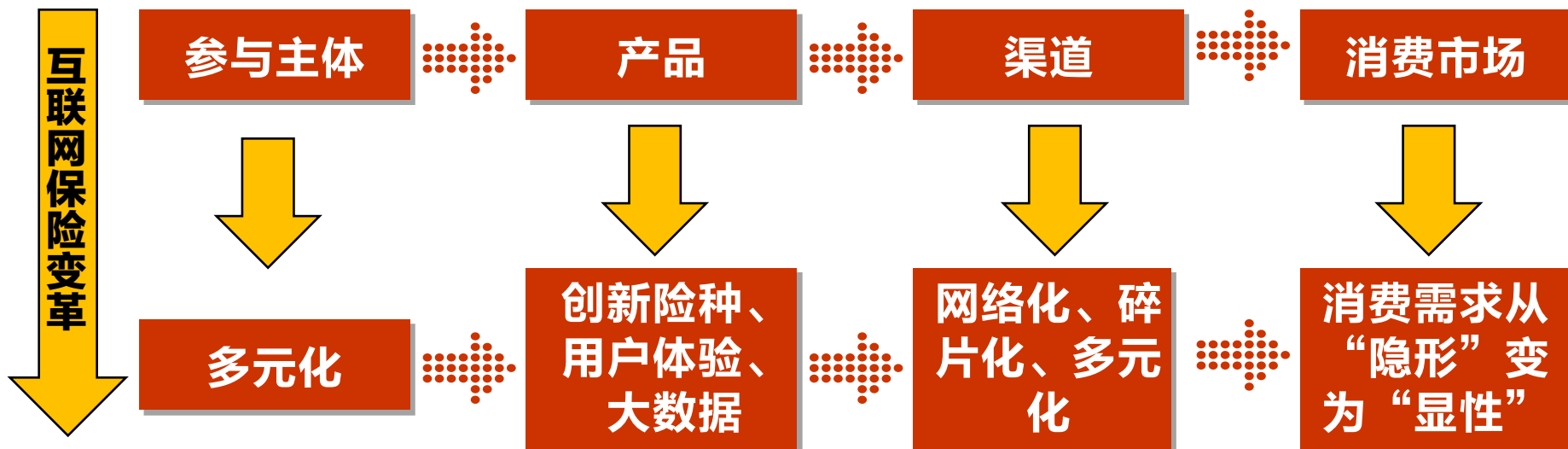
创新要素



\*数据来源：艾瑞咨询

# 四、互联网如何颠覆传统保险

## 2、互联网保险的创新涉及保险产业链各个环节



- 1) 互联网和社交媒体的出现，潜在客户对于各类保险产品有更多的了解，有利于保险产品销售。
- 2) 在线与移动技术的传播及相关的多点接触为保险业务提供丰富的客户数据。
- 3) 大数据，即解读复杂信息的新方法和技术，使得保险机构能够改进分销、风险评估和定价，改进产品和服务，更好地满足客户需求。

\*数据来源：安信证券

# 四、互联网如何颠覆传统保险

## 2、互联网保险的创新涉及保险产业链各个环节

**门类**

保险市场不再限于传统的财产险和人身险，新险种不断出现。

**A**

**B**

产品设计环节的参与者从传统的保险公司拓宽到下游渠道，例如保险公司旗下电商平台、代理公司以及垂直细分行业龙头。

**产品**

**渠道**

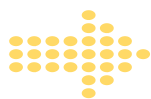
销售环节的参与者更为广泛，代理人话语权被削弱，推动渠道成本的下降。

**C**

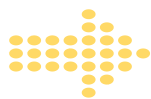
# 四、互联网如何颠覆传统保险

## (1) 增量险种不断创新

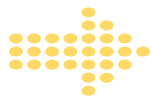
传统  
线下  
保险



**财产保险：**包括财产损失保险、责任保险、信用保险、保证保险、农业保险等。



**人身保险：**以人的寿命和身体为保险标的的保险，包括寿险、健康险、意外险、分红险等。



**创新保险：**投资、人文、消费、情绪等都可以成为保险对象。



互联网  
保险



互联网长尾效应下的增量险种，衍生全新的互联网保险蓝海市场。

## 四、互联网如何颠覆传统保险

### (2) 产品设计更加精准，更是保险商业模式的创新

可以实现差异化定价，在一定程度上缓解道德风险。

产品设计尊重渠道反馈和大数据的有效结合。



产品设计以用户体验为中心，做到个性化定制。

# 四、互联网如何颠覆传统保险

## (3) 互联网保险有助于降低渠道费率

网络渠道

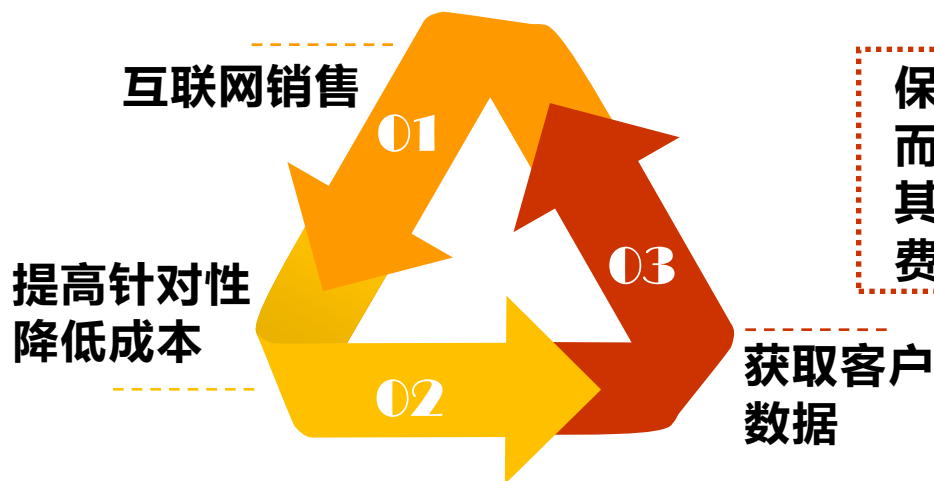


网络渠道的产品大多与银保渠道相似，预计网络渠道的销售手续费率仅为0.5%左右，相比银保的4%—5%左右要低很多。

针对性高



通过互联网获取大数据后可以帮助保险机构提供更有针对性的产品，从而进一步降低成本。



保险中介机构可通过互联网获取大数据，从而进一步了解每一个客户的特征及需求，为其提供更有针对性的服务，有助于降低渠道费率。

\*数据来源：艾瑞咨询

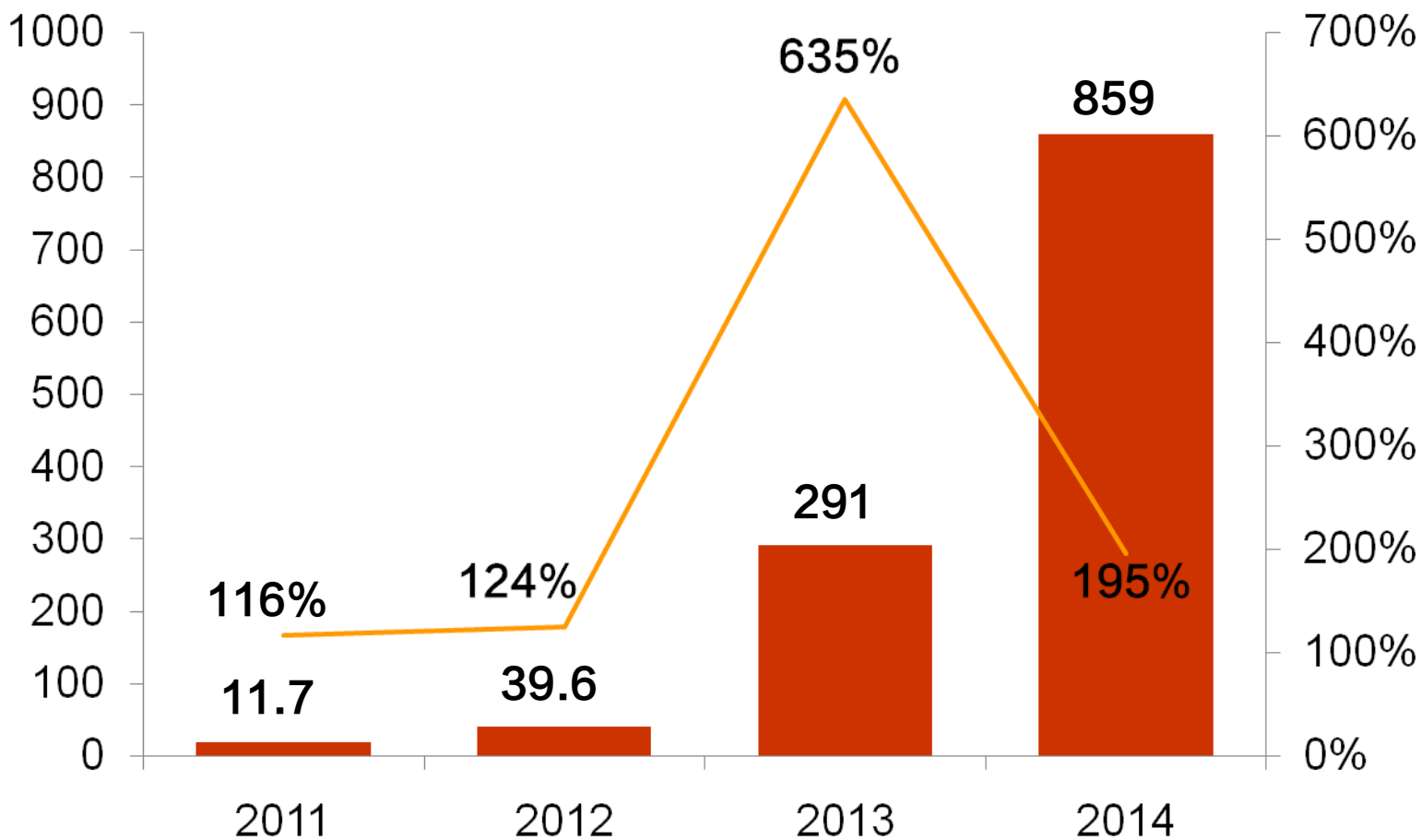
# 目 录

- 1 城会玩：互联网保险异军突起
- 2 暗流涌动：5年内市场空间将达7400亿
- 3 案例分析：多元发展、中外互鉴
- 4 颠覆传统：看互联网如何干掉传统顽疾
- 5 深度分析：互联网保险面临五大困境
- 6 趋势预测：万事万物皆可保 竞争格局生变

# 五、中国互联网保险现存问题分析

## 1、业务增长快 但规模占比低

2011-2014 年互联网保险市场规模（亿元）

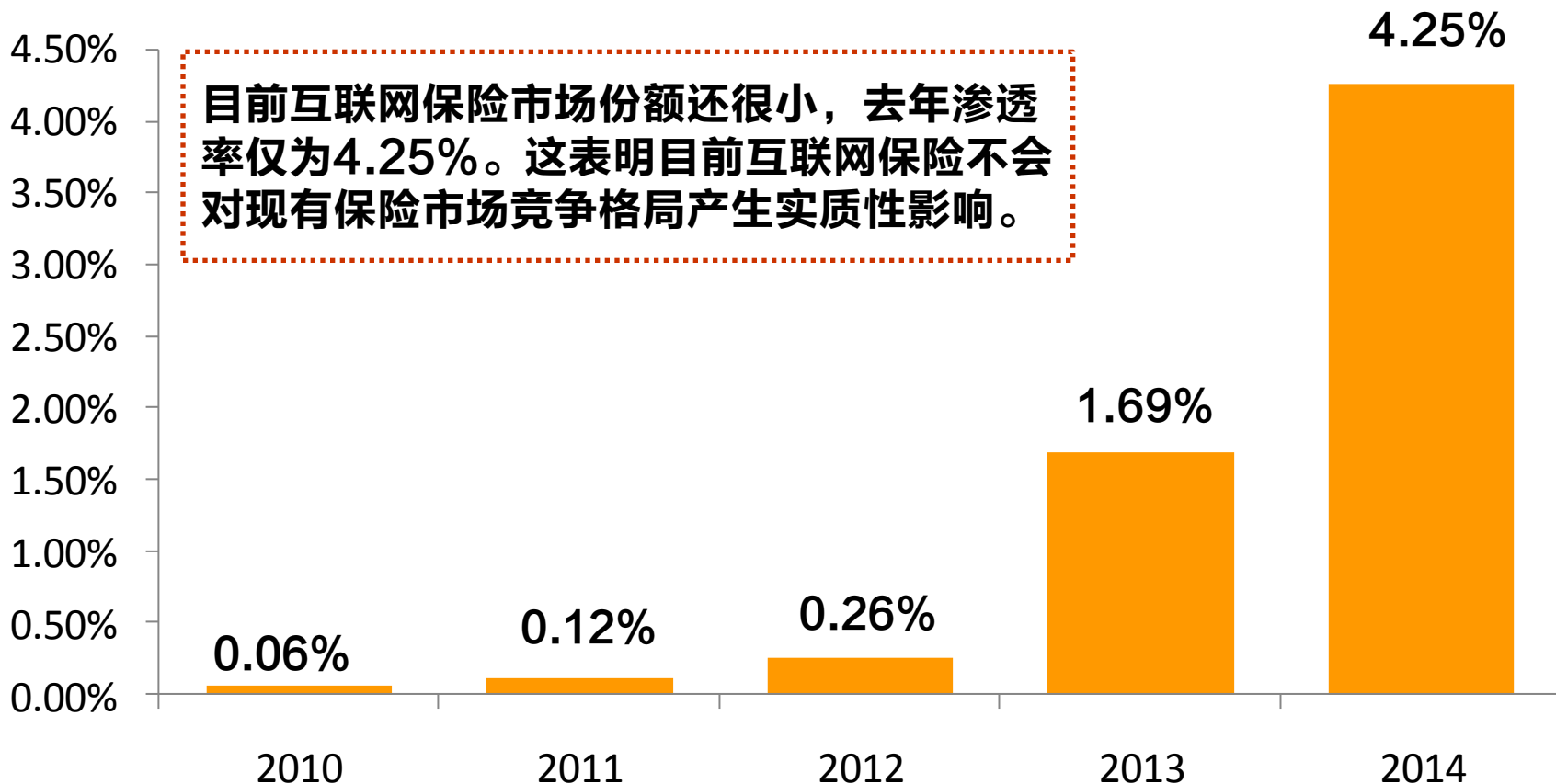




# 五、中国互联网保险现存问题分析

## 1、业务增长快 但规模占比低

### 2010-2014中国互联网保险渗透率



# 五、中国互联网保险现存问题分析

## 2、产品创新亟待突破瓶颈

01

### 产品品种单一，结构不平衡

目前互联网保险的主力险种为车险、万能险和短期意外险等标准化产品，其他险种占比很小，同质化较严重。

02

### 场景化空间受到限制

产品场景化的开发深度不足，由互联网经济活动场景衍生的保险需求仍有待挖掘，个性化产品不足。

03

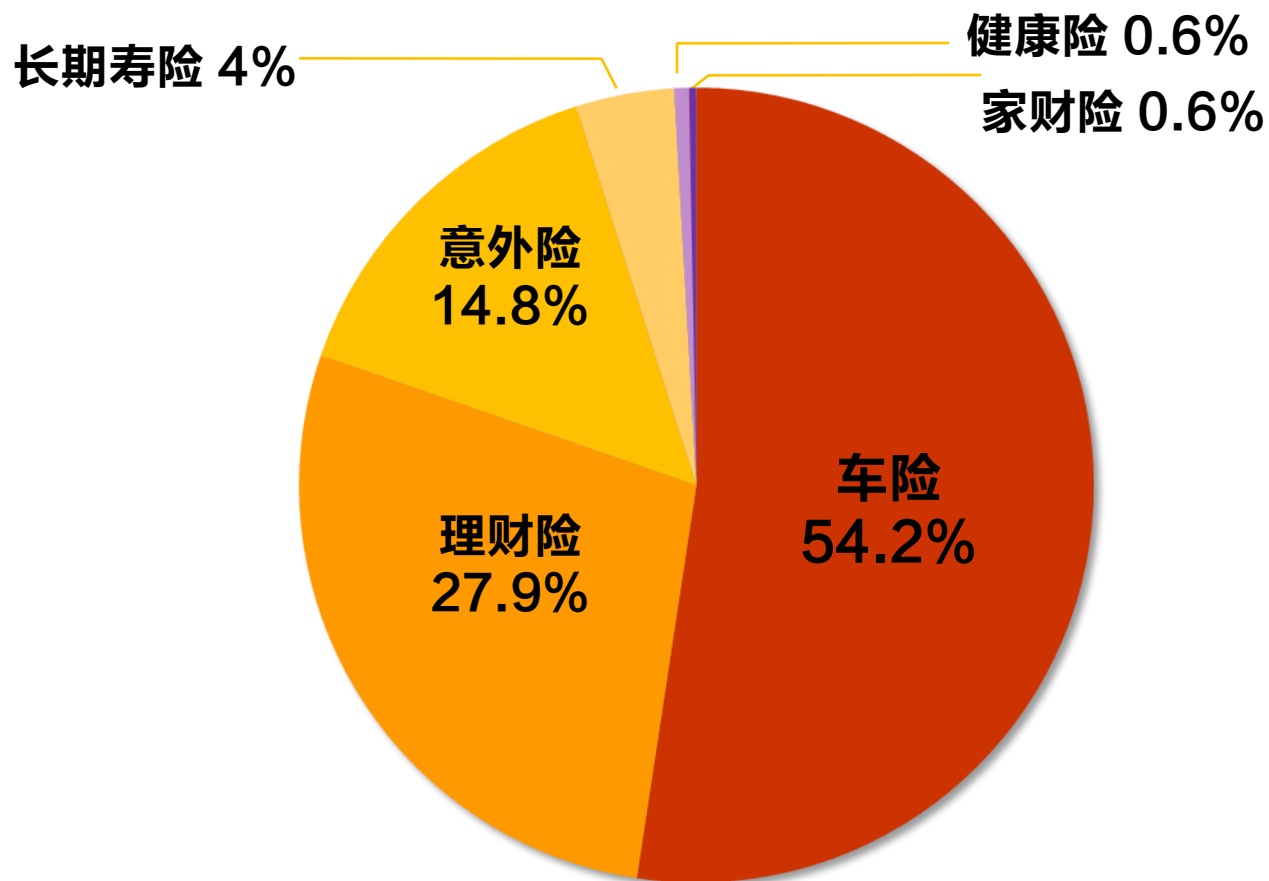
### 重炒作、轻用户

产品碎片化，难以满足客户需求，缺少契合互联网用户习惯的产品。个别产品仅以保障为噱头，偏离了保险实质。

# 五、中国互联网保险现存问题分析

## 2、产品创新亟待突破瓶颈

2013 年互联网保险产品结构及占比

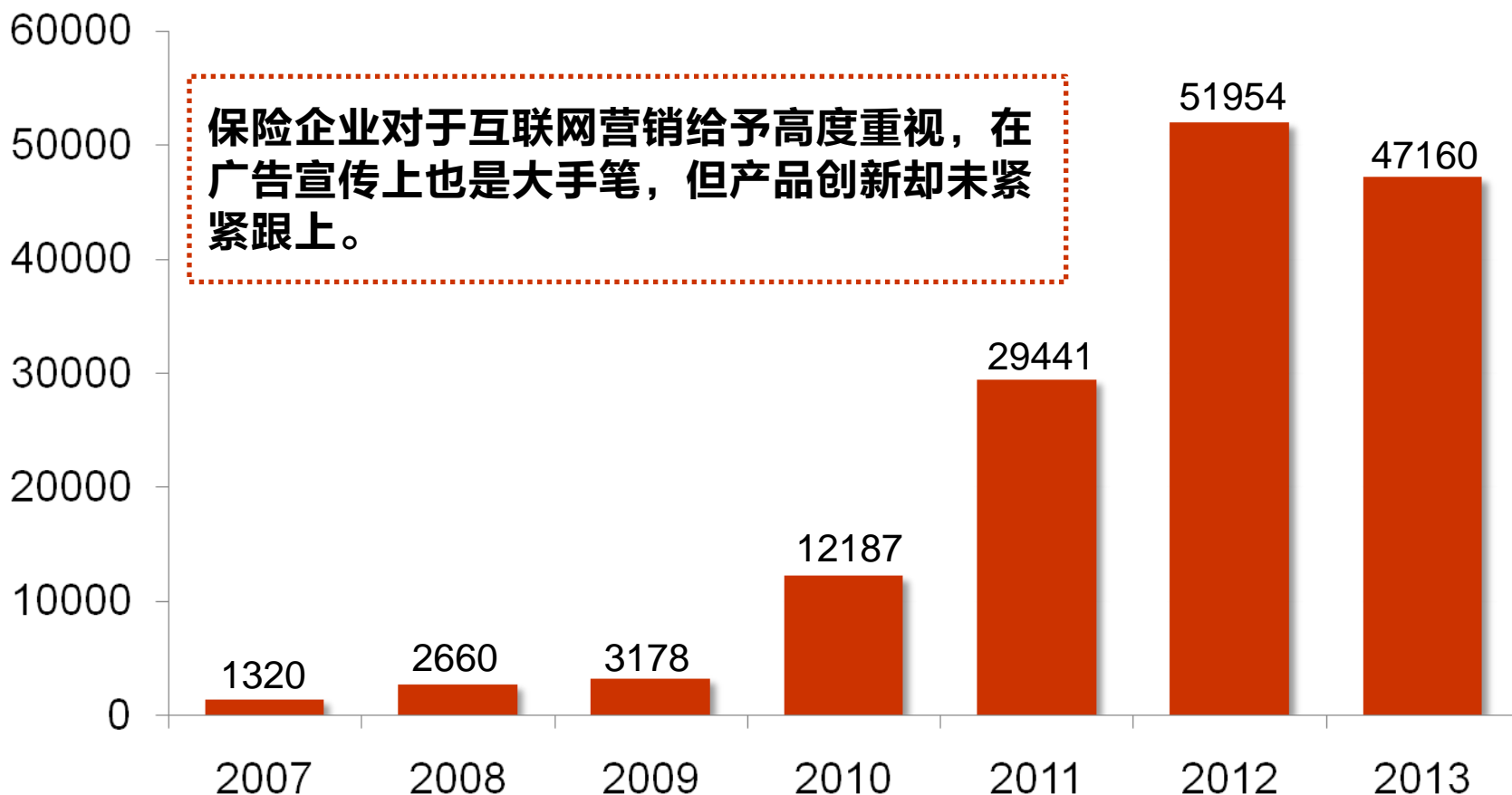


\*数据来源：艾瑞咨询

# 五、中国互联网保险现存问题分析

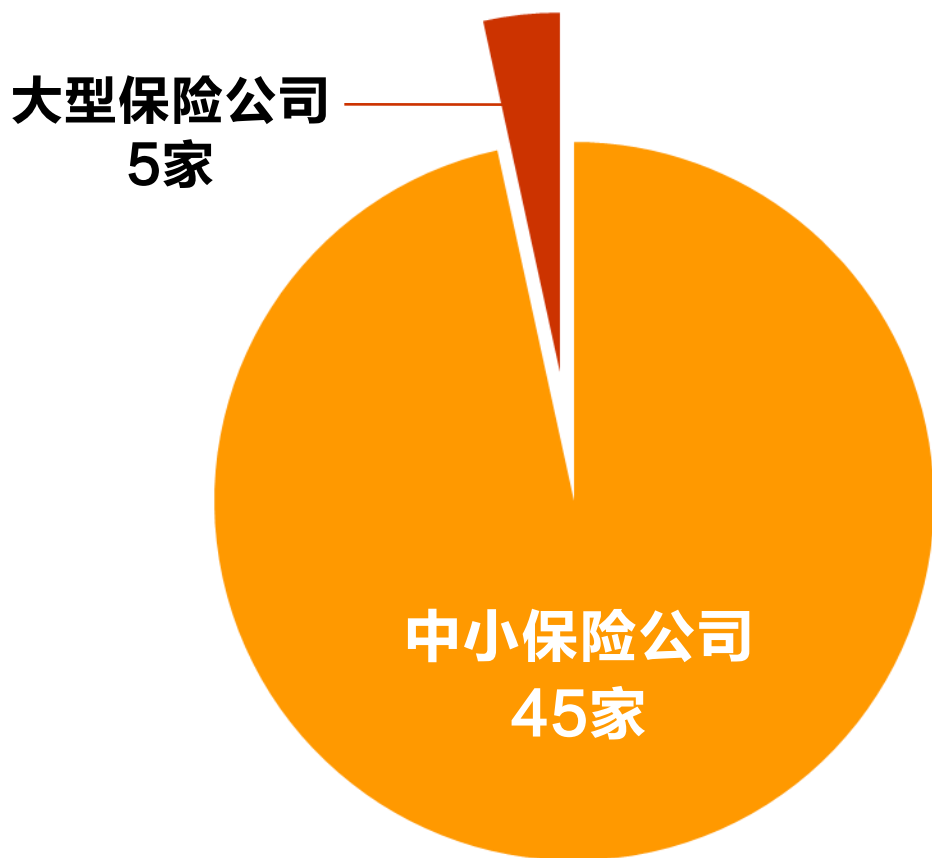
## 2、产品创新亟待突破瓶颈

中国保险企业在互联网上投放广告金额（单位：万元）



# 五、中国互联网保险现存问题分析

## 3、中小保险公司积极参与 大公司反应平淡

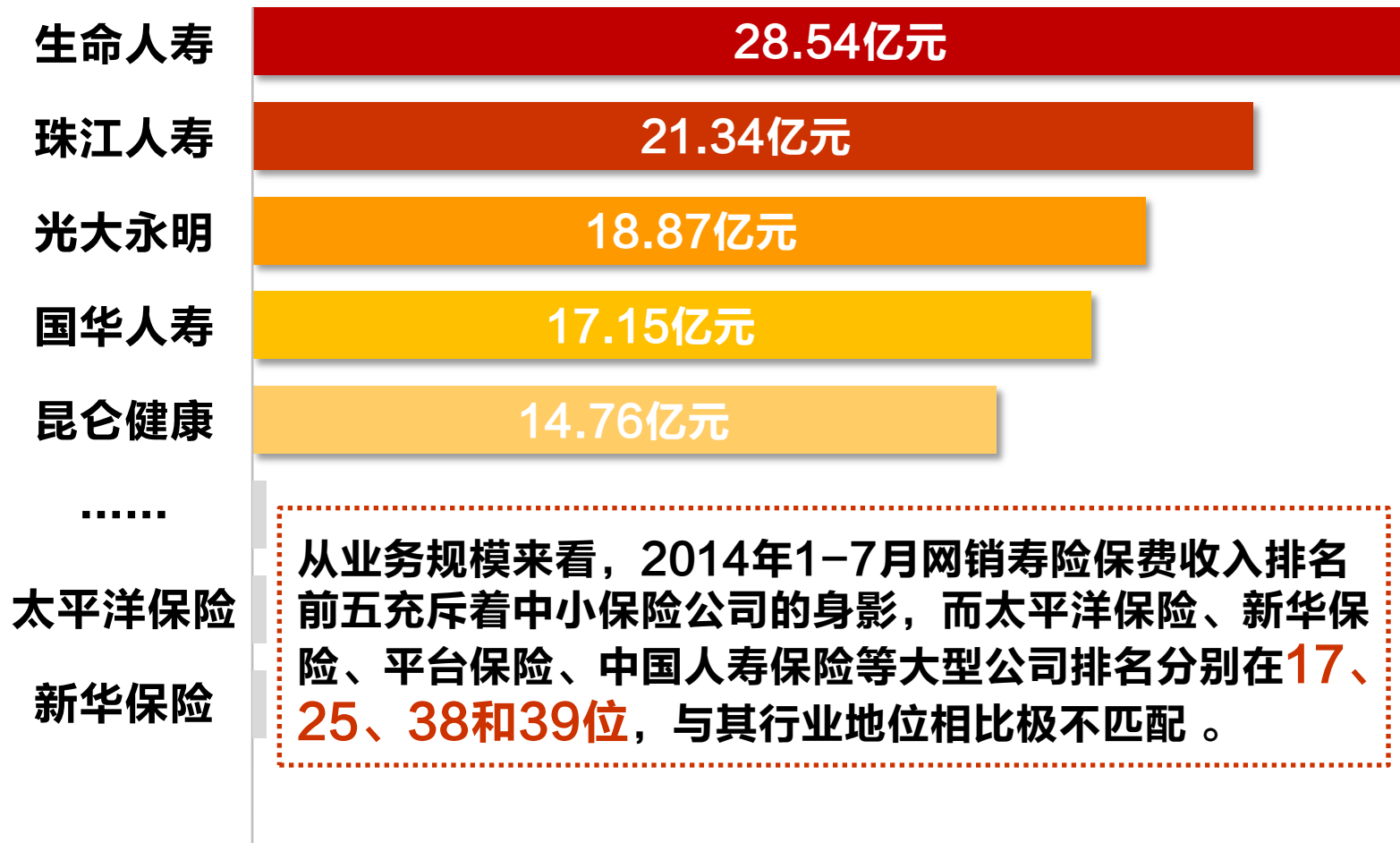


中小型保险公司出于成本效益和开拓新型销售渠道的考虑，比大公司更青睐互联网保险。

以寿险公司为例，截至2014年7月底，经营互联网保险业务的公司达50家，其中中小机构占比90%。

# 五、中国互联网保险现存问题分析

## 3、中小保险公司积极参与 大公司反应平淡



# 五、中国互联网保险现存问题分析

## 4、缺乏完善体系 线上线下资源整合能力不足

自主经营的官网模式



存在宣传推广难、产品体系不完善、运行维护难度大等问题。

专业中介代理模式



产品缺乏创新、销售规模受限制。

第三方电子商务平台模式



面临监管缺失、资金流转漏洞、销售资质欠缺等方面的问题。

网络兼业代理模式



饱含缺乏监管要求、市场秩序混乱、运营效率低下等诟病。

纯互联网保险模式

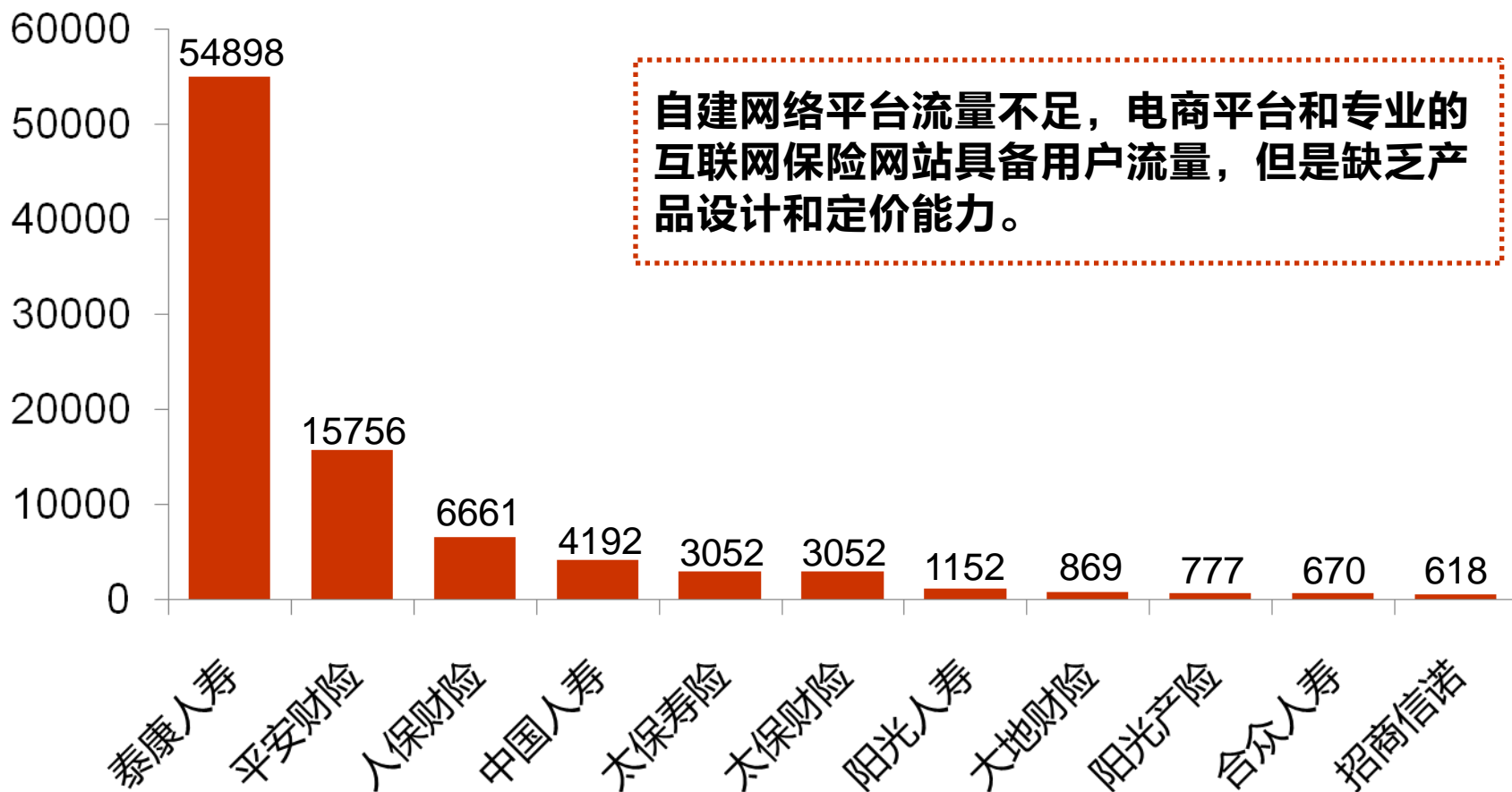


保费规模小，运营模式还在探索中，离国外的发展程度还有很大差距。

# 五、中国互联网保险现存问题分析

## 4、缺乏完善体系 线上线下资源整合能力不足

### 2011-2013 年保险公司年均网站流量（万人）



\*数据来源：平安证券



# 五、中国互联网保险现存问题分析

## 5、传统风险借互联网放大 信息风险不容小觑



营销风险

由保险公司直接管理的互联网保险渠道较传统个人营销渠道更具权威信息效力，且传播速度快、影响范围广、社会影响大，营销方式不当带来的危害在互联网环境下被放大。



道德风险

互联网模式加大了对投保人告知内容的核实难度，道德风险随之加剧。

# 五、中国互联网保险现存问题分析

## 5、传统风险借互联网放大 信息风险不容小觑

互联网保险对网络信息系统的依赖度很高，保险公司若未从多方面提升信息保护等级，将有可能爆发重大信息安全事件。

最新案例回顾



超过20家保险机构  
官网等平台被检测  
出各类漏洞

信息泄露



客户姓名 身份证

微信支付信息

收入 保单信息 住址

职业 电话

充值卡、资金可被转移

# 五、中国互联网保险现存问题分析

## 6、互联网保险存逆向选择：压缩利润空间



互联网保险



赚概率的钱



信息不对称



投保人



清楚知晓自身出险概率，  
主动投保

互联网渠道跳过了营销中介，意味着消费者一定是主动购买保险的人群，而这类群体很可能出险概率偏高，因此互联网模式可能缩小保险企业的盈利空间。

# 目 录

- 1 城会玩：互联网保险异军突起
- 2 暗流涌动：5年内市场空间将达7400亿
- 3 案例分析：多元发展、中外互鉴
- 4 颠覆传统：看互联网如何干掉传统顽疾
- 5 深度分析：互联网保险面临五大困境
- 6 趋势预测：万事万物皆可保 竞争格局生变

# 六、中国互联网保险未来发展趋势

## 1、依托大数据 未来“衣食住行”皆可保

01 大数据

可分析数据的日益充分

02

风险管理

相关风险指标陆续被探索发现

03

自动化运营

保险运营环节的无人化和自动化等持续进步

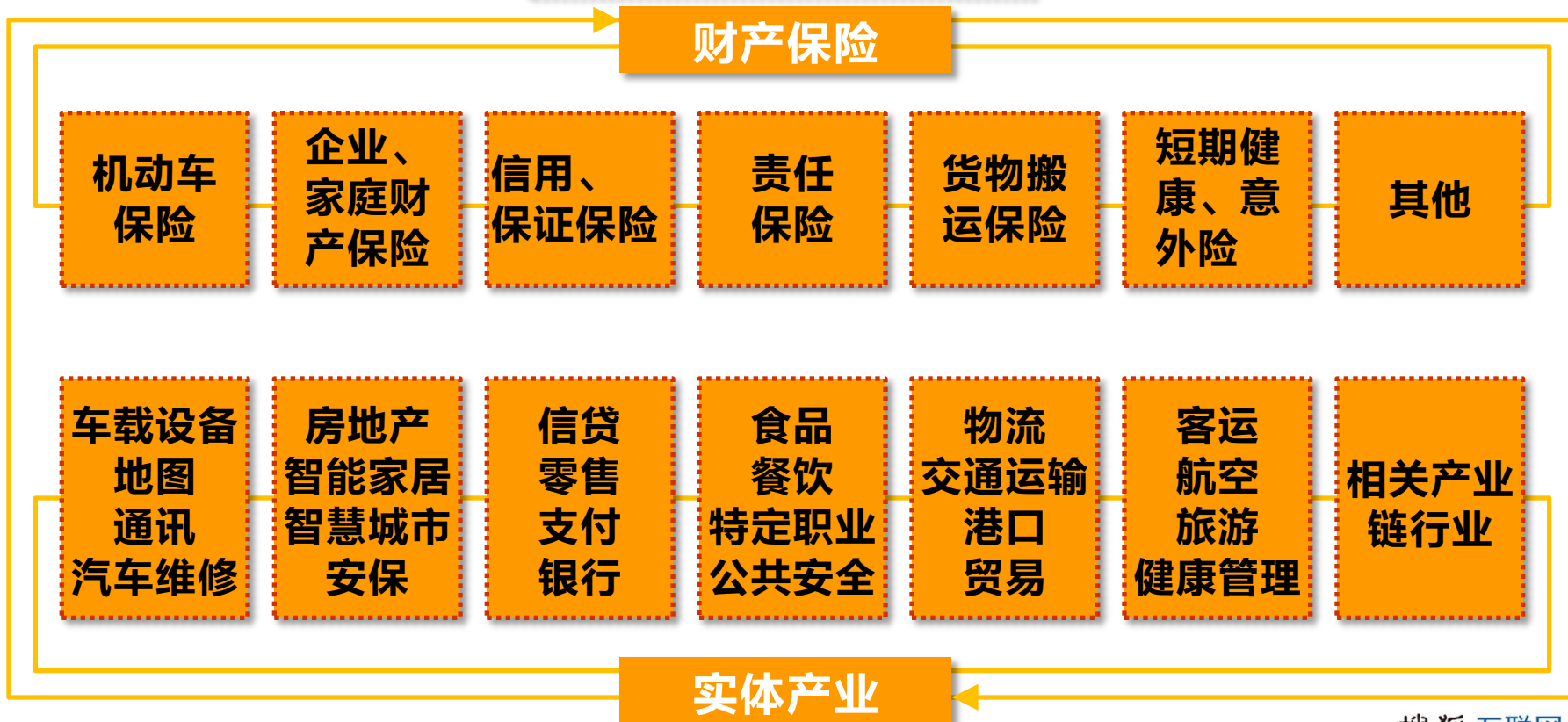
04

产品创新

可保风险不断增加，新的险种和产品创新将不断涌现。

# 六、中国互联网保险未来发展趋势

## 1、依托大数据 未来“衣食住行”皆可保



\*资料来源：中银国际证券

# 六、中国互联网保险未来发展趋势

## 1、依托大数据 未来“衣食住行”皆可保

物联网、车联网技术将对中国保险公司影响日趋显著。在意大利和英国，传感器的应用已经比较成功，对汽车险、家财险、寿险都产生了很大改变。



### 汽车传感器

通过汽车传感器监控驾驶人驾驶习惯，依据驾驶习惯确定其保费金额



### 可穿戴设备

监测被保险人的生理数据，尽早提示被保险人防范健康风险，降低理赔率



### 智能家居

保险公司将成为整个智能生态系统参与者而非主导者

# 六、中国互联网保险未来发展趋势

## 2、核保、理赔的无人化、自动化

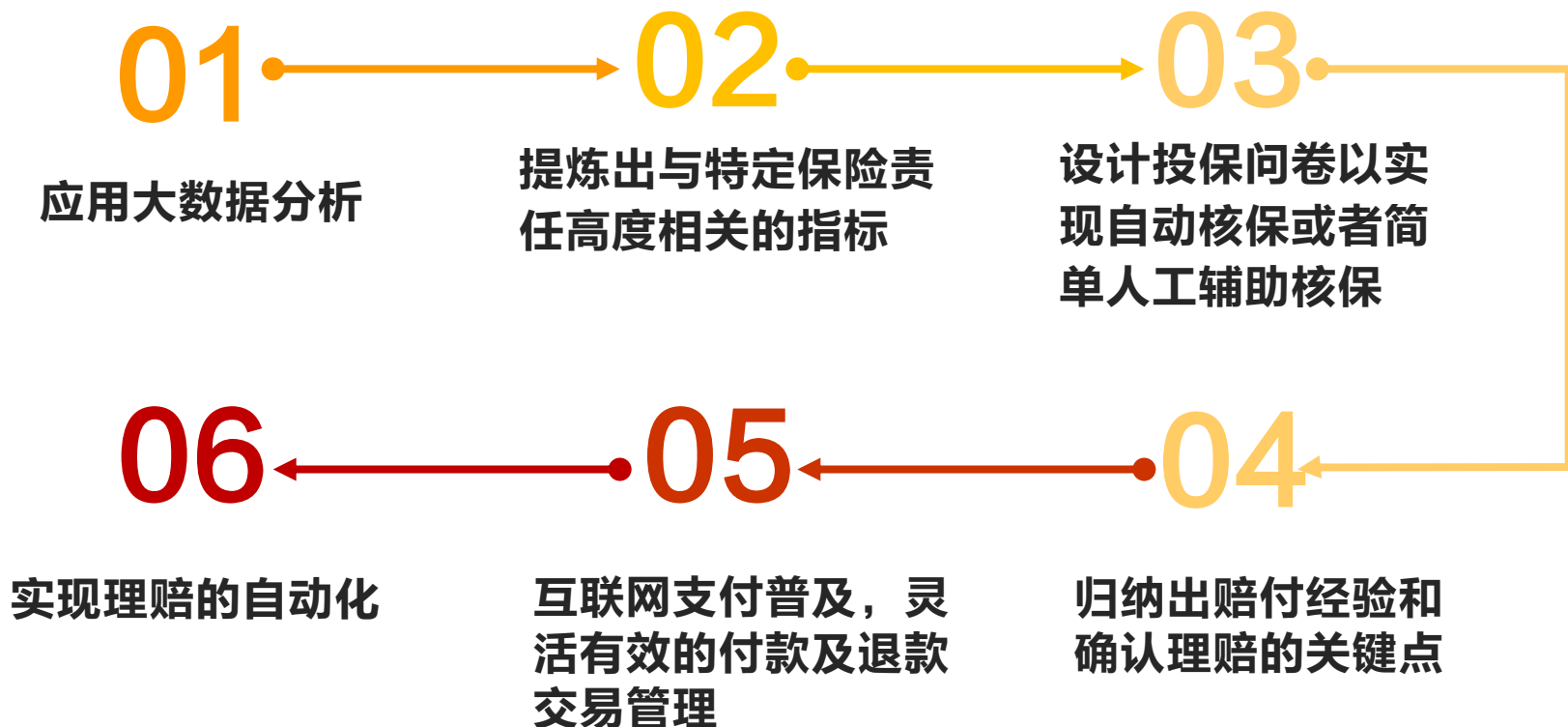
保险公司自建电子商务平台、第三方网络平台和电商，都掌握着大量的消费者数据，结合这些信息可以分析出客户的风险程度。





# 六、中国互联网保险未来发展趋势

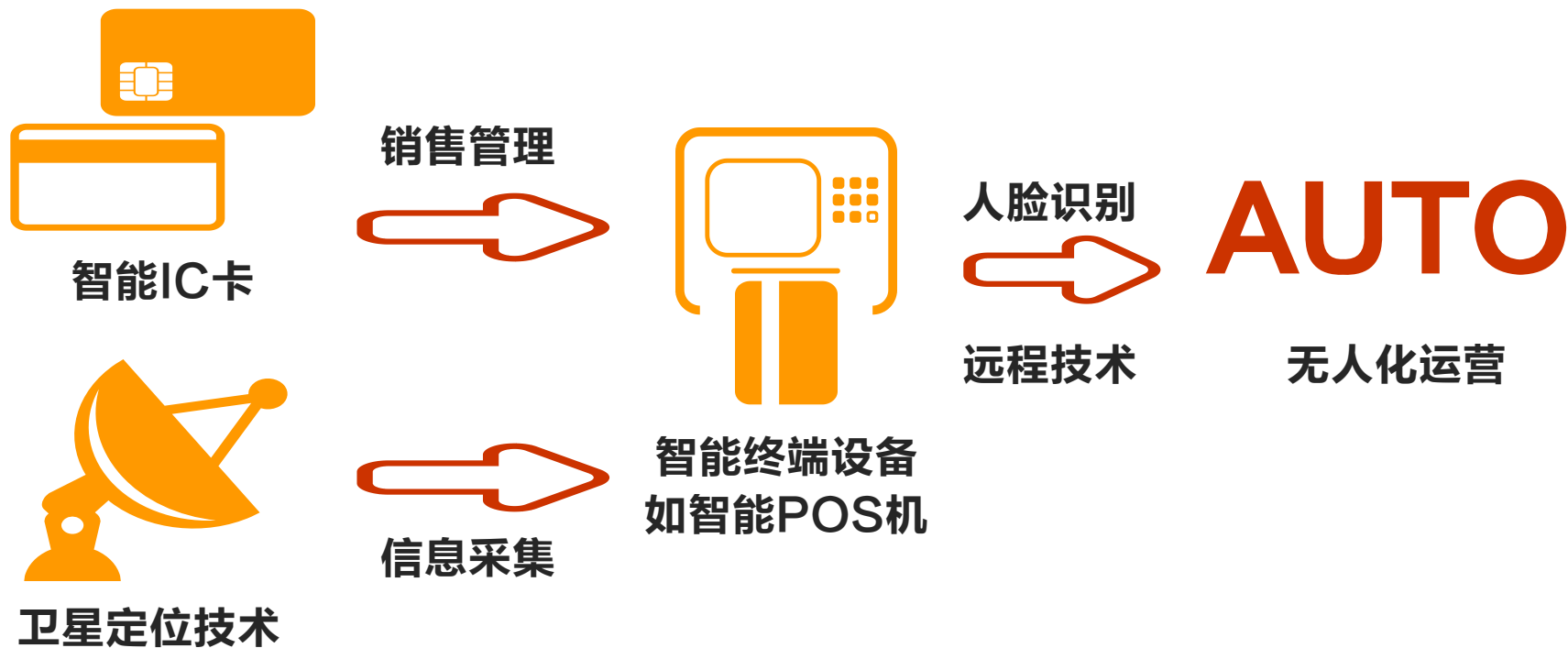
## 2、核保、理赔的无人化、自动化



# 六、中国互联网保险未来发展趋势

## 2、核保、理赔的无人化、自动化

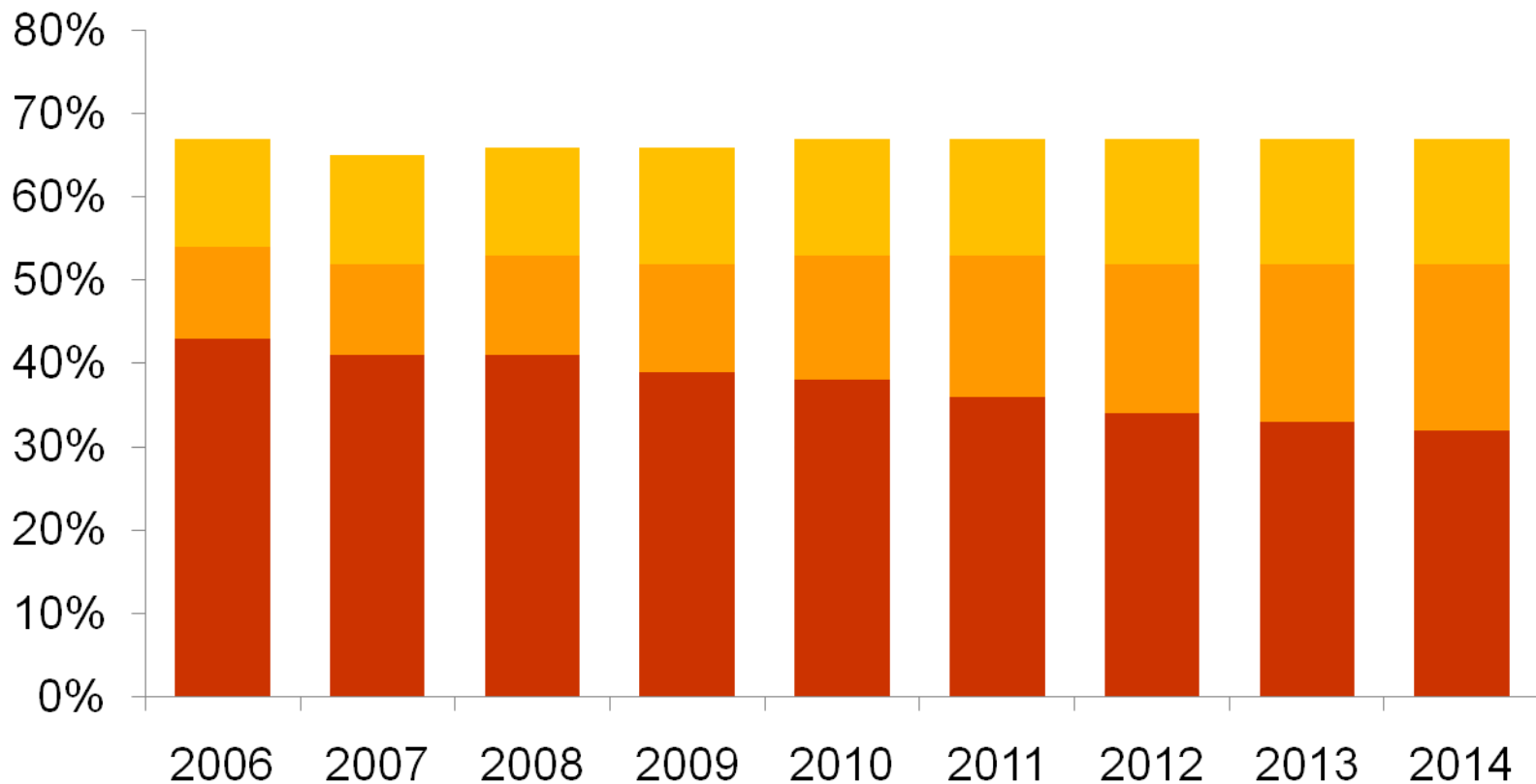
智能终端设备将成为运营无人化、自助化的重要载体。



# 六、中国互联网保险未来发展趋势

## 3、互联网保险市场集中度将下降

### 目前保费收入排名前三的公司市场集中度情况



\*数据来源：保监会

# 六、中国互联网保险未来发展趋势

## 3、互联网保险市场集中度将下降

随着互联网保险的发展，上述市场格局将被打破，中小企业或弯道超车。

1

**互联网技术有利于减少成本投入**

利用云计算和互联网技术，保险企业可以减少初期的固定资产成本投入，并保障运营顺利进行。

2

**中小保险企业触网意愿更为强烈**

中小型保险机构与互联网公司合作态度较为积极，且转型障碍较小，存弯道超车机会。

3

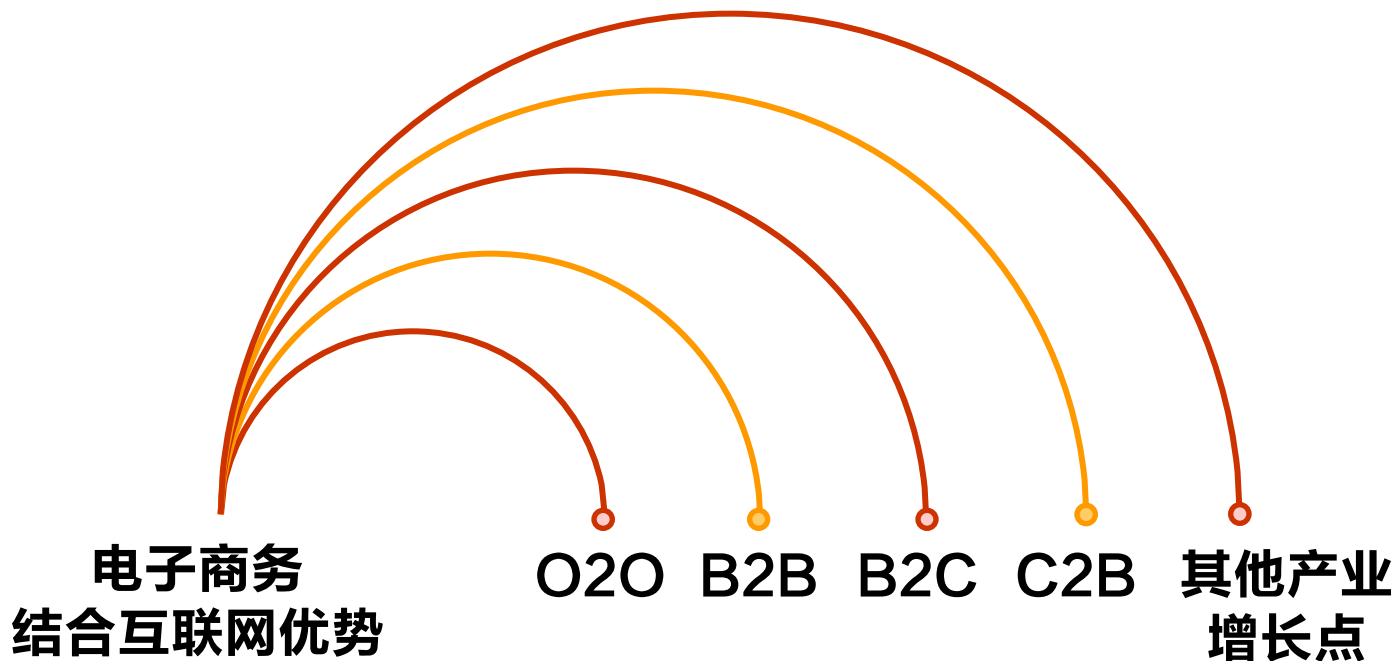
**互联网巨头先后涉足**

互联网保险牌照逐步放开，互联网巨头将陆续参与进来，细分险种领域或出现龙头公司。

# 六、中国互联网保险未来发展趋势

## 4、未来方向：资源整合、模式创新

未来，互联网保险将通过对自身的优势和短板分析，整合资源，从目标客户、产品、服务手段等方面定位，实现差异化战略。



# 研究团队简介



**崔传刚**

搜狐证券高级主编，  
北京大学，  
新闻学硕士。



**曲莹珊**

搜狐互联网金融  
频道负责人，  
北京科技大学，  
经济学硕士。



**张彬**

搜狐证券资深编辑，  
兰州大学，  
新闻学专业。



**桑国锋**

搜狐证券资深编辑，  
中国传媒大学，  
新闻学专业。

# 研究团队简介



**陈靖**

搜狐证券资深编辑，  
清华大学，法学专业。



**陈怡静**

搜狐证券实习生，  
中央民族大学，  
新闻学硕士。



**赵恩波**

搜狐证券资深编辑，  
北京交通大学，  
交通运输管理专业。



**赵阳**

搜狐证券实习生，  
中央财经大学，  
财政学硕士。



**袁滔**

搜狐证券实习生，  
北京科技大学，  
工商管理专业。

## 搜狐互联网金融 · 互联网金融观察家



\* 扫二维码，即可获得搜狐金融一手资讯