

# 数字驱动保险互联网化，科技赋能迈向增能

## ——数字化背景下，科技赋能互联网保险高质量发展分析与展望

■ **互联网保险业务和监管边界进一步厘清，由业务流程互联网化到商业模式和权力结构的全面革新。**科技重塑保险价值链，促进保险业由“保险保障、资金融通和社会管理”的传统功能向“风险治理、价值创造和资源配置”的现代功能转变，总体呈现流程数字化、体验智能化、产品场景化、内容定制化、渠道线上化的趋势。

■ **互联网保险成为保险业增长的发力点。**疫情加速保险业务全流程逐步向线上化、智能化转变。互联网人身保险业务继续保持平稳增长，占据互联网保险主要市场。专业互联网保险公司的数字用户规模和经营表现存在短板。2022年度专业互联网保险公司保费收入、投资收益和盈利表现均不及传统保险公司。目前，部分人工依赖低的保险产品已经在互联网用户中产生影响力，培养了忠实用户，并带动其他产品走向全面互联网之路。以物联网、大数据为代表的保险科技应用日趋成熟，进一步探索新兴技术及融合的差异化竞争优势。

■ **随着数字经济的高速发展，互联网保险发展空间巨大。**在合规经营的前提下，围绕客户真实需求，必将助力行业数字化转型，探索形成创新发展模式。在市场蛋糕的诱惑下，各大互联网保险公司纷纷下场逐鹿，竞争逐年激烈。

■ **互联网保险O2O生态圈初步成形，将不断提升保险行业的运营效率。**保险行业的互联网趋势已成为大势所趋，专业的持牌互联网保险公司将迎来黄金般的发展机遇。专业化、个性化的产品和服务将是行业未来竞争的核心能力。ChatGPT的运用有望重塑保险行业格局，成为互联网保险行业新助力。综合分析互联网保险行业内的各个参与主体需求侧和供给侧的发展趋势，发现数字化背景下，互联网保险公司仍有升值空间，且短期和中期投资机会在专业互联网保险公司和互联网保险科技公司，长期投资机会在传统保险企业。

**重点关注：** [众安在线 \(06060.HK\)](#)， [中国人寿 \(02628.HK\)](#)

风险提示：

1. 产品创新和产品定价风险
2. 互联网保险公司的流动性风险
3. 互联网保险的信息安全风险
4. 互联网保险的技术风险

团队名称  
起名困难队

丁凤塔

2022级

中国科学院大学  
数学与系统科学研究院  
应用统计专业

栾丽媛

2022级

中国科学院大学  
经济与管理学院  
金融学专业

徐慧珂

2022级

厦门大学管理学院  
管理科学与工程专业

何康欣

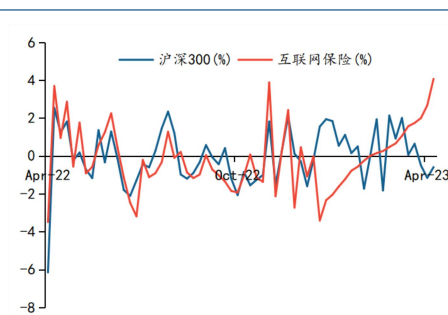
2022级

厦门大学管理学院  
会计专业

报告日期

2023年4月29日

行业走势图



数据来源：iFinD

## 正文目录

|   |    |
|---|----|
| 行业概览                                    | 4  |
| 互联网保险发展的外部环境                            | 4  |
| 互联网保险的发展历程                              | 4  |
| 行业表现                                    | 5  |
| 互联网保险成为保险业增长的发力点                        | 5  |
| 专业互联网保险公司经营指标不及传统保险公司，面临流量转化困境          | 7  |
| 专业互联网保险公司在数字用户整体规模上缺乏优势                 | 7  |
| 专业互联网保险公司经营表现不佳                         | 7  |
| 专业互联网保险公司费用率水平显著高于传统财险公司                | 8  |
| 以物联网为代表的保险科技应用日趋成熟，新兴技术及融合探索差异化竞争优势     | 8  |
| 竞争格局                                    | 9  |
| 互联网人身险占据互联网保险主要市场                       | 9  |
| 财产险市场规模有所回升                             | 11 |
| 行业展望                                    | 12 |
| 持牌互联网保险公司将迎黄金发展期                        | 12 |
| 保险科技创新赋能全产业链，互联网保险 O2O 生态圈初步成形          | 13 |
| 典型案例：众安保险致力于立足科技构建五大业务生态                | 13 |
| ChatGPT 带动 AIGC 重塑互联网保险行业格局，有助于保险理论架构重建 | 14 |
| 数字化背景下，互联网保险公司仍有升值空间                    | 15 |
| 互联网保险行业投资潜力评价                           | 15 |
| 互联网保险行业投资机会分析                           | 16 |
| 风险管理                                    | 17 |
| 我国互联网保险当前存在的主要风险分析                      | 17 |
| 产品创新和产品定价风险                             | 17 |
| 互联网保险公司的流动性风险                           | 17 |
| 互联网保险的信息安全风险                            | 17 |
| 互联网保险的技术风险                              | 17 |
| 互联网保险行业风险管控的相关发展                        | 17 |
| 风险减量管理撬动保险业高质量发展                        | 17 |
| 科技赋能保险监管，助力险企风险管理                       | 18 |

## 图目录

|      |                             |    |
|------|-----------------------------|----|
| 图 1  | 互联网保险面临的外部环境                | 4  |
| 图 2  | 互联网保险的发展历程                  | 5  |
| 图 3  | 互联网保险面临的外部环境                | 5  |
| 图 4  | 互联网保险公司数量                   | 6  |
| 图 5  | 互联网保险渗透率                    | 6  |
| 图 6  | 互联网保险保费情况                   | 6  |
| 图 7  | 传统保险营销人员数量                  | 6  |
| 图 8  | 保险服务活跃用户数                   | 6  |
| 图 9  | 保险公司 2022 营业收入增速            | 8  |
| 图 10 | 保险公司 2022 营业利润增速            | 8  |
| 图 11 | 保险公司投资收益率变化情况               | 8  |
| 图 12 | 保险科技应用案例                    | 9  |
| 图 13 | 互联网保险业务的主要参与主体              | 9  |
| 图 14 | 互联网人身险细分险种保费收入占比            | 10 |
| 图 15 | 2017-2021 年中国互联网人身保险规模保费及增速 | 10 |
| 图 16 | 2021 年中、外资人身险公司互联网业务市场份额    | 10 |
| 图 17 | 2021 年各公司互联网人身保险业务市场份额      | 10 |
| 图 18 | 2021 年互联网人身保险产品结构           | 10 |
| 图 19 | 互联网财险细分险种保费收入占比             | 11 |
| 图 20 | 互联网财险保费收入、同比增速及渗透率趋势图       | 12 |
| 图 21 | 互联网财险各险种保费占比走势图             | 12 |
| 图 22 | 互联网财产保险保费排名前十家保险公司市场份额      | 12 |
| 图 23 | 保险科技创新赋能全产业链                | 13 |
| 图 24 | 2022 年新兴技术成熟度曲线             | 14 |
| 图 25 | ChatGPT 重塑保险行业格局            | 14 |
| 图 26 | 监管科技在监管端和合规端的应用             | 18 |

## 表目录

|      |                            |    |
|------|----------------------------|----|
| 表 1  | 2022 年 1-9 月月均保险 APP 活跃度榜单 | 7  |
| 表 2  | 专业互联网保险企业与传统保险企业的经营指标对比    | 7  |
| 表 3  | 专业互联网保险企业与传统保险企业的承保效益对比    | 8  |
| 表 4  | 互联网人身保险各细分险种 2021 年保费      | 10 |
| 表 5  | 互联网财险各细分险种 2021 年保费        | 11 |
| 表 6  | 互联网保险 O2O 生态圈              | 13 |
| 表 7  | 众安保险五大生态及应用场景              | 13 |
| 表 8  | 专业互联网保险公司投资机会              | 15 |
| 表 9  | 数字化转型的传统保险公司投资机会           | 15 |
| 表 10 | 互联网保险科技公司投资机会              | 16 |
| 表 11 | 互联网保险公司企业估值                | 16 |

## 行业概览

数字化技术逐渐成为经济发展的核心引擎，保险业数字化转型正进入深水区。2022年，中国保险密度持续走强，保险深度连续两年下滑，社会保险意识有待提高，未来仍存在很大的上升空间。互联网保险的蓬勃发展，作为保险行业转型升级高质量发展的核心动能之一，关键在于科技和制度创新。

科技赋能保险业带来定义、性质、职能和作用上的改变，相比较于传统保险，互联网保险融合保险思维和互联网思维，借助大数据、云计算、物联网、区块链、人工智能、神经网络等技术创新发展的新型保险模式。目前业界仍集中致力于业务流程互联网化的技术赋能和基于大数据分析创造价值的增能过程。

## 互联网保险发展的外部环境

技术发展和制度革新所带来的巨大变革，加剧了社会、经济、文化环境的复杂性，促使主体间的交互关系越发紧密、多元。疫情培养了消费者网上购险的习惯，加速了保险线上化，随着市场信心提振，保险需求逐步得到释放。且随着监管文件的更新，互联网保险的业务和监管边界进一步厘清、互联网保险的监管措施进一步完善。

图 1 互联网保险面临的外部环境

|       |  |
|-------|--|
| 客户    | <ul style="list-style-type: none"> <li>客群行为差异明显，关注点略有不同：“三高”群体对互联网保险的接受度更高，更看重互联网投保便捷性</li> <li>线上购险意识提高，服务体验要求增加：疫情加速了保险线上化、智能化的进程，培养了消费者网上购险的习惯。目前，“80后”已成为互联网保险的主流人群，而随着“90后”、“95后”等互联网原住民购险意识和消费能力越来越强，势必会带来互联网保险的持续增长</li> <li>客户驱动产品升级：消费者越来越专业，并对专业化、个性化服务需求走高；国民自我养老意识提高，购买商业养老保险成为消费者规划养老生活的重点方向</li> </ul> |
| 政治/经济 | <ul style="list-style-type: none"> <li>保险行业处于转型变革的重要窗口期：我国已经进入了GDP中高速增长阶段，考虑到保险行业增速相对GDP增速的滞后性，保险行业目前正处于转型的重要窗口期</li> <li>经济发展模式从要素驱动转向创新驱动：国家正处于产业升级的重要阶段，保险行业需要创新转型，更好地服务国家战略</li> </ul>   |
| 行业    | <ul style="list-style-type: none"> <li>商业模式差异化发展，技术、数据资源成为核心竞争力：互联网保险借势科技的力量，不断促进保险内涵、业务模式、保险生态发生根本性革新</li> <li>行业复苏与增长：随着经济恢复，市场信心提振，疫情期间唤醒的保险意识和触发的保险需求将逐步得到释放，带动行业复苏与增长</li> <li>保险行业重新定位：国家赋予保险行业的功能定位发生重大变化，强调其长期稳健风险管理和保障功能，弱化其金融属性</li> </ul>   |
| 科技    | <ul style="list-style-type: none"> <li>科技地位上升：科技对保险公司商业模式和流程的影响程度越来越大，科技的重要性得到极大的提升</li> <li>科技力量前置：科技方面的资源越来越前置，与业务部门深度融合，破除部门壁垒，优化资源配置</li> <li>科技重塑运营：科技重塑价值链，总体呈现出流程数字化、体验智能化、内容定制化、渠道线上化四大趋势</li> </ul>   |
| 监管    | <ul style="list-style-type: none"> <li>监管趋严、监管下沉：国务院《“十四五”数字经济发展规划》、中国银保监会办公厅《关于银行业保险业数字化转型的指导意见》、中国保险行业协会《保险科技“十四五”发展规划》等诸多文件的发布，令保险科技发展路线逐渐清晰，科技创新正持续驱动互联网保险行业驶入高质量发展的快车道。</li> <li>互联网保险业务和监管边界进一步厘清：《关于规范互联网保险销售行为可回溯管理的通知》和《互联网保险业务监管办法》等文件，进一步规范互联网保险业务，有助于防范风险</li> </ul>                                     |

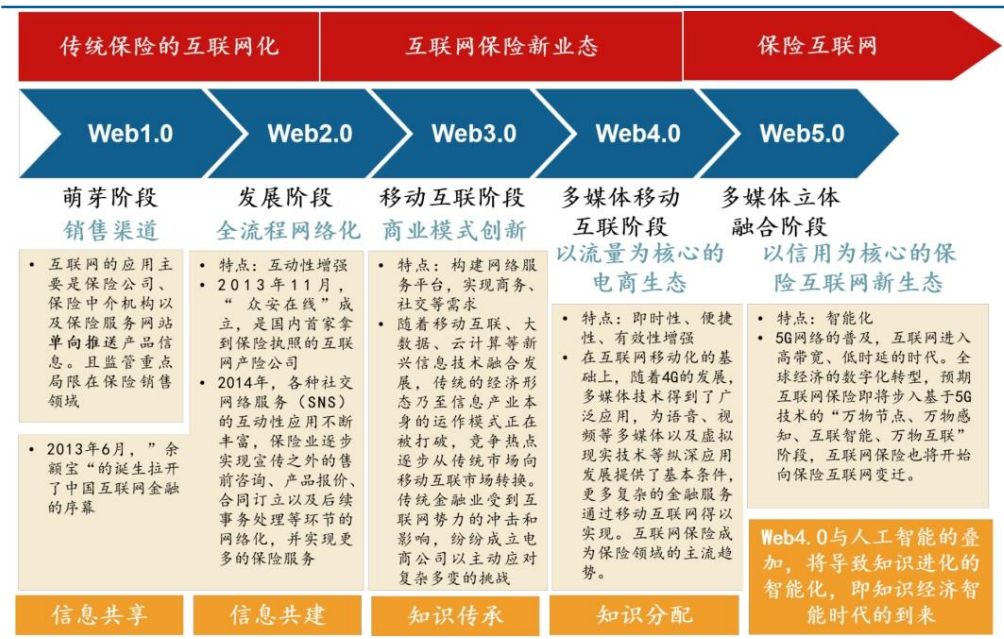
资料来源：陈辉《互联网保险：框架与实践》、清华五道口保险中心×元保

## 互联网保险的发展历程

传统保险公司投保、承保、核保、理赔的基本业务是线下完成。互联网保险经历业务流程的互联网化到商业模式和权力结构的全面革新，吸收了互联网自由化、个性化和区中心化的价值观。而以满足消费者在互联网端的消费需求为目标的消费互联网向以生产者为主体的产业互联网变迁，推动了互联网保险向保险互联网的进一步变革。相比于互联网保险，保险互联网在保险洞察、资源整合、生态赋能、带动产业链上下游数字化全面升级和智能化再造上更具特色。而互联网龙头企业在保险大数据、相关知识库的沉淀积累以及更优势的资源掌控和整合能力，使其更容易成功向保险互联网升级。

当前，互联网保险业务已经完成了向互联网保险的转型升级，但是向保险互联网的变迁还处于概念阶段。互联网保险的发展与互联网技术的进步和发展密不可分，应用于保险业的互联网技术从最初作为信息推送的营销手段，逐步向智能化生态化转变。总的来说，网络化为互联网保险的信息传播提供物理载体，数字化为互联网保险的运营运行奠定基础，使得保险数据的收集、聚合和分析更加便捷有效，而智能化为保护互联网保险消费者权利提供了技术支撑。

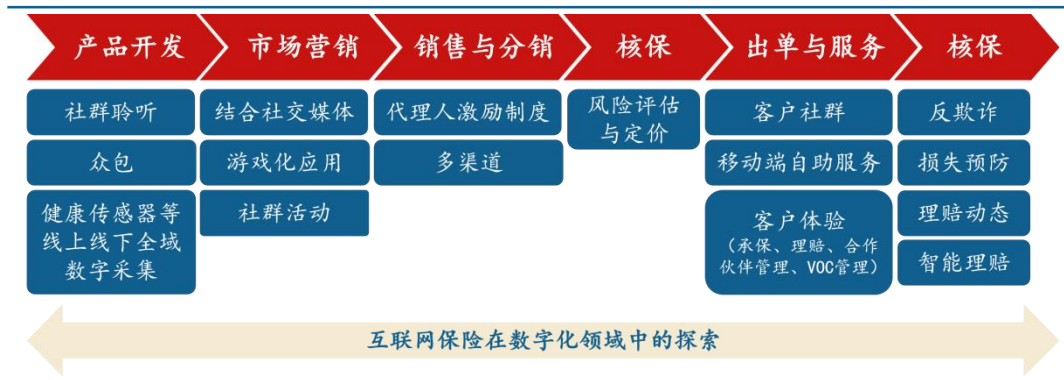
图 2 互联网保险的发展历程



资料来源：根据陈辉《互联网保险：框架与实践》整理

科技重塑保险价值链，总体呈现流程数字化、体验智能化、产品场景化、内容定制化、渠道线上化的趋势。保险业务的全域数字化构建贯穿产品设计、承保和理赔全流程。数字化的发展，不仅带动传统保险公司转型升级，还催生专业的互联网保险公司的诞生。原有保险产品拓展线上业务，针对互联网特性的场景化保险产品不断涌现，互联网将保险从传统的代理人社交圈带到了更广阔的流量池，互联网保险的“低成本+传播性”成为保险普及教育工作的最佳入口。未来金融科技的应用将成为互联网保险良性有序发展的重要支撑。

图 3 互联网保险的新运营模型



资料来源：根据艾瑞咨询、陈辉《互联网保险：框架与实践》整理

## 行业表现

### 互联网保险成为保险业增长的发力点

我国经营互联网保险业务的企业数量呈快速增长趋势。2022年保险公司一共有235家，经营互联网保险业务的公司有129家。受国际环境更趋复杂严峻和国内疫情冲击明显的超预期影响，经济新的下行压力进一步加大，行业发展整体放缓，随着经济回暖，互联网保险需求逐步释放，带动行业复苏与增长。

互联网保费快速增长，互联网保险渗透率不断提升，仍留有很大的发展空间。互联网保险经历了三个发展期：2011-2015年技术应用的爆发期；2016-2018年政策收紧的调整期，2018至今的回暖期。目前在规范发展下，保费收入逐渐回升。2021年我国互联网的保费收入规模总共为3808.8亿元，同比上升29.91%。互联网财险、人身险占各自行业总保费的比重分别由2017年的4.7%和5.3%提升至2021年的5.9%和6.7%。从长远发展来看，政策调整后的互联网保险行业能够更加健康的发展，仍然有巨大的发掘空间。

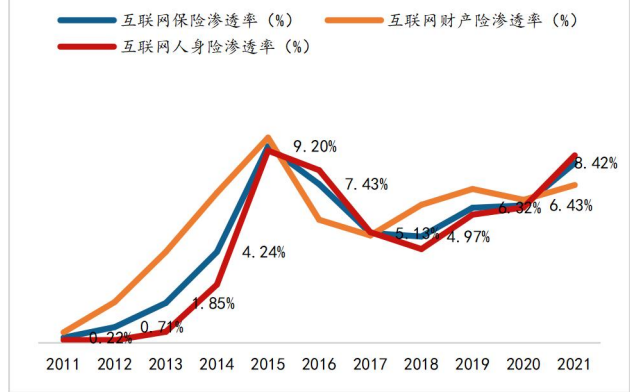
互联网保险行业头部企业融资潜力较大。2020年中国互联网保险行业融资事件数为37起，融资金额123.13亿元。从投融资情况看，互联网保险产业的融资数量下降，但是单笔融资金额却保持增长，这意味着行业的头部企业得到了更大的发展潜力。

图4 互联网保险公司数量



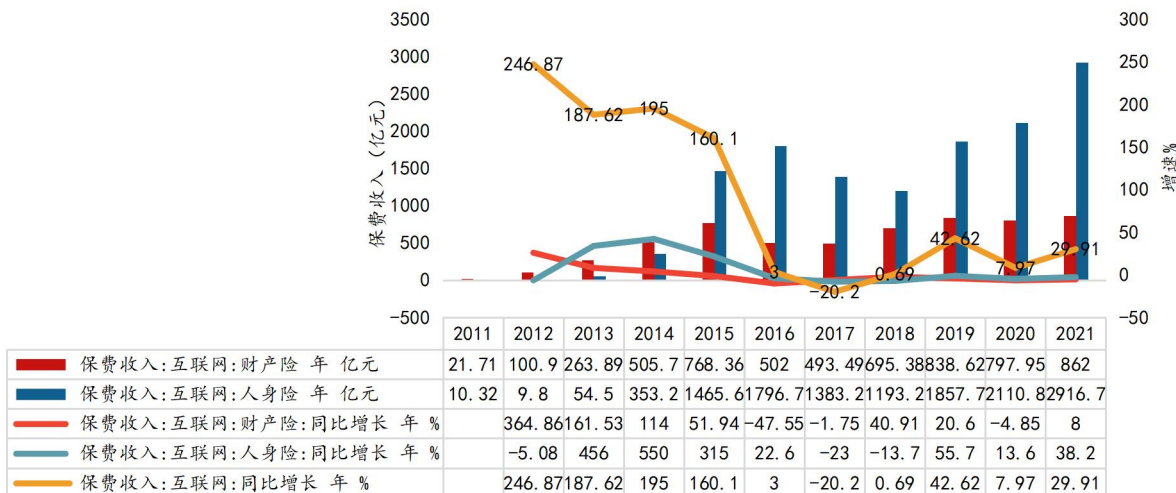
资料来源：银保监会

图5 互联网保险渗透率



数据来源：iFinD

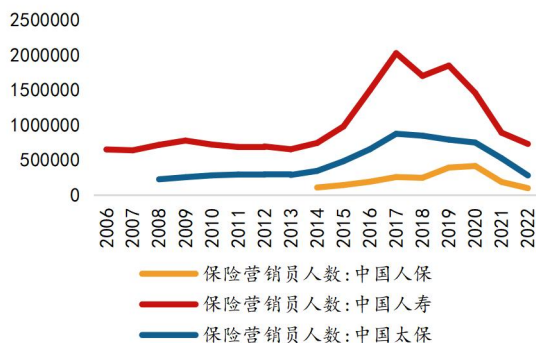
图6 互联网保险保费情况



资料来源：银保监会

疫情加速保险业务全流程逐步向线上化、智能化转变。疫情加速互联网保险转化率，人海战术已成为过去式，保险线下业务向线上业务转移布局。鉴于传统保险业务的人均低产能性，保险代理人员数正在下降。疫情对保险业务线上化起到了催化剂作用，疫情结束后保险服务活跃度有所下降，但是总体水平（2023年3月4214.53万人）高于疫情爆发前期（2019年12月3386.9万人）。

图7 传统保险营销人员数量



资料来源：前瞻产业研究院

图8 保险服务活跃用户数



数据来源：易观千帆

## 专业互联网保险公司经营指标不及传统保险公司，面临流量转化困境

### 专业互联网保险公司在数字用户整体规模上缺乏优势

传统保险公司依托线下用户的长期积累，在数字用户整体规模上占据较大优势。据易观分析 2022 年 1-9 月的保险服务数据统计(图 8)，平安保险旗下有 4 个 APP 月活跃用户规模超过 100 万；中国人寿寿险 APP 月活跃用户为 1237.25 万，数字化转型战略落实效果显著。而专业互联网保险公司中却仅有众安保险 APP 月度活跃用户超百万，月活用户数仅为平安金管家的 1/20，充分暴露出互联网保险公司自有数字用户发展方面缺乏长期有效支撑，并且过度依赖其他互联网平台渠道及场景合作。

表 1 2022 年 1-9 月月均保险 APP 活跃度榜单

| 排名 | APP 名称 | 公司名称           | 用户数(万人) |
|----|--------|----------------|---------|
| 1  | 平安金管家  | 中国平安保险股份有限公司   | 2149.82 |
| 2  | 中国人寿寿险 | 中国人寿保险股份有限公司   | 1082.79 |
| 3  | 众安保险   | 众安在线财产保险股份有限公司 | 125.36  |
| 4  | 好福利    | 中国平安保险股份有限公司   | 151.51  |
| 5  | 平安好生活  | 中国平安保险股份有限公司   | 192.33  |
| 6  | 平安健康保险 | 中国平安保险股份有限公司   | 113.89  |
| 7  | 太平洋保险  | 太平洋保险股份有限公司    | 109.93  |
| 8  | 泰生活    | 泰康保险集团股份有限公司   | 76.14   |
| 9  | 中国人保   | 中国人民保险集团股份有限公司 | 95.91   |
| 10 | 太平通    | 中国太平保险集团有限责任公司 | 103.53  |

资料来源：易观千帆

### 专业互联网保险公司经营表现不佳

为了更好地对比互联网险公司与传统保险公司经营表现，将头部互联网保险公司（众安在线）的经营指标与六家头部传统保险公司进行对比分析。专业互联网保险公司保费收入表现不及传统保险公司。众安在线保险业务收入增速为正。保险业务收入 233.52 亿元，同比上升 6.4347%；但公司经营整体呈现亏损状态（-16.33 亿元）。众安在线表示亏损主要归因于资本市场表现疲软加之投资收益大幅减少，以及该公司以美元计价的债券产生的汇兑损失。2022 年度众安在线总投资收益率大幅下降至 0.2%，远远低于传统保险公司的平均投资收益率水平 3.88%。最后，专业互联网保险公司盈利能力较传统保险公司尚有较大差距，传统保险公司的 ROE 最高可达 11%（中国人保），众安的盈利水平仅为 -8.99%。

表 2 专业互联网保险企业与传统保险企业的经营指标对比

| 指标-2022 年  | 众安在线   | 中国人保     | 中国平安      | 中国太保     | 中国太平     | 阳光保险    | 新华保险     | 传统财险均值   |
|------------|--------|----------|-----------|----------|----------|---------|----------|----------|
| 保险业务收入(亿元) | 233.52 | 6208.59  | 12111.86  | 4553.72  | 2649.95  | 1087.4  | 1632.15  | 4913.65  |
| 净利润(亿元)    | -16.33 | 343.25   | 861.25    | 252.4    | 55.38    | 50.15   | 98.26    | 285.12   |
| 总资产(亿元)    | 545.57 | 15087.02 | 111371.68 | 21762.99 | 14093.66 | 4853.57 | 12550.44 | 33177.03 |
| 净资产(亿元)    | 170.27 | 2215.1   | 8586.75   | 2284.46  | 986.86   | 620.19  | 1029.05  | 2881.95  |
| 保险合同负债(亿元) | 375.31 | 12081.37 | 99618.7   | 19421.71 | 12193.01 | 3708.34 | 10457.91 | 28818.98 |
| 基本每股收益(元)  | -0.92  | 0.55     | 4.8       | 2.56     | 0.78     | 0.47    | 3.15     | 1.92     |
| 净资产收益率(%)  | -8.49  | 11.08    | 10.03     | 10.81    | 3.42     | 8.22    | 9.29     | 8.6      |
| 总资产收益率(%)  | -3.07  | 2.38     | 1.01      | 1.22     | 0.4      | 1.08    | 0.82     | 1.08     |
| 投资收益率(%)   | 0.2    |          | 2.5       | 4.2      | 3.31     | 5       | 4.3      | 3.88     |
| 综合投资收益率(%) | 3.3    |          | 4.7       | 4.03     | 4.1      | 4       | 4.3      | 4.29     |
| 综合成本率-财险   | 98.5   | 97.6     | 100.3     | 97.3     | 99.5     | 99.9    |          | 98.92    |
| 综合费用率-财险   |        | 25.8     | 30.4      | 28.9     |          |         |          | 28.37    |
| 综合赔付率-财险   | 55.2   | 71.8     | 69.9      | 68.4     | 66       | 65      |          | 68.22    |

图 9 保险公司 2022 营业收入增速

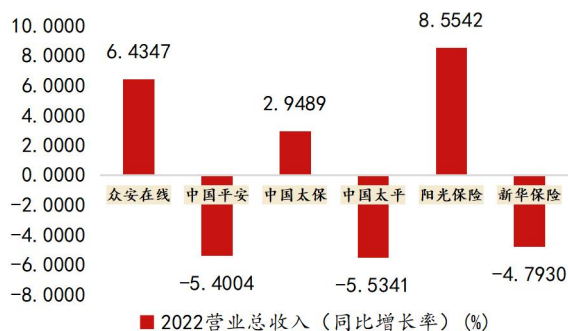


图 10 保险公司 2022 营业利润增速

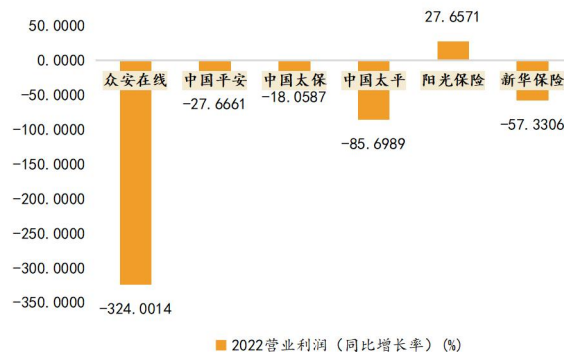
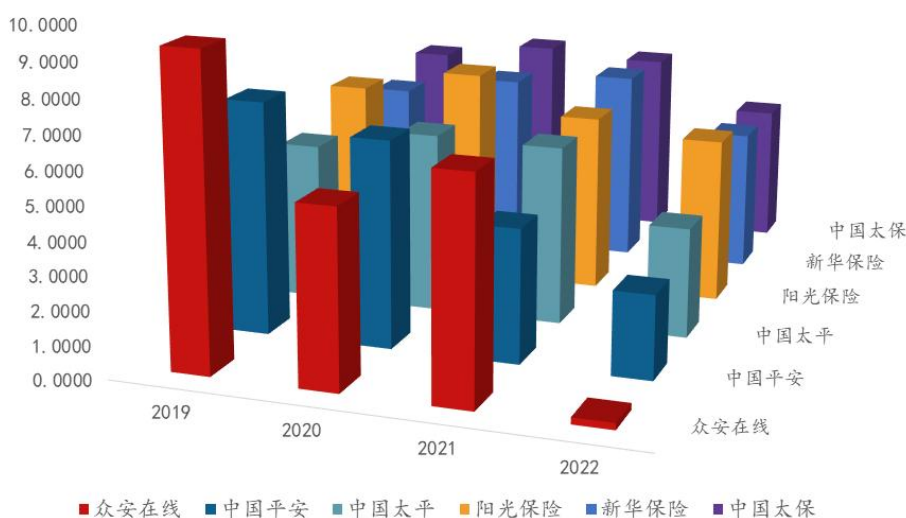


图 11 保险公司投资收益率变化情况



数据来源：iFind

### 专业互联网保险公司费用率水平显著高于传统财险公司

众安业务综合赔付率较低，但综合费用率仍需控制。综合成本率由高至低为中国平安、阳光保险、众安在线（98.5%），中国人保和中国太保，众安在线综合成本率进一步优化至 98.5%，较上年同期的 99.6% 改善了 1.1 个百分点，赔付率下降至 55.2%，但综合费用率水平仍然较高。我们预期未来费用率仍有进一步下降的空间。目前专业互联网保险公司尚未充分利用好自己的数据优势，过度依赖第三方渠道获客，影响公司盈利能力；此外，银保监会要求各保险公司报备佣金费用率上限，对实际支付佣金费用率超出报备佣金费用率的公司依法追究相关责任。此举意在推动保险公司合理支付佣金费用，更好地保障消费者权益。

表 3 专业互联网保险企业与传统保险企业的承保效益对比

| 指标 (2022 年)  | 众安在线 | 中国人保 | 中国平安  | 中国太保 | 中国太平 | 阳光保险 | 新华保险 | 传统保险均值 |
|--------------|------|------|-------|------|------|------|------|--------|
| 综合成本率-财险 (%) | 98.5 | 97.6 | 100.3 | 97.3 | 99.5 | 99.9 | --   | 98.92  |
| 综合费用率-财险 (%) | 37   | 25.8 | 30.4  | 28.9 | --   | --   | --   | 28.37  |
| 综合赔付率-财险 (%) | 55.2 | 71.8 | 69.9  | 68.4 | 66   | 65   | --   | 68.22  |

数据来源：iFind

### 以物联网为代表的保险科技应用日趋成熟，新兴技术及融合探索差异化竞争优势

面对新一轮科技革命和产业变革深入发展，《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》对于数字经济转向深化应用、规范发展、普惠共享提出了新要求。

互联网技术的发展提高了网络数据、用户行为特征数据搜集与分析的便利性，产品设计、精准营销以及服务体验等方面颇具成效。除了互联网技术以外，以大数据、云计算、物联网、区块链、人工智能、神经元



网络等技术为代表的金融科技为互联网保险赋予了新能力。对于互联网保险行业来说，相关的金融科技包括保险科技和监管科技。依托大数据、人工智能等上述信息技术手段，互联网保险在产品、营销、核保、理赔、客户服务、风险控制等领域的创新优化与价值重塑均取得了明显的效果。目前，部分人工依赖低的保险产品已经在互联网用户中产生影响力，培养了忠实用户，并带动其他产品走向全面互联网之路。

图 12 保险科技应用案例

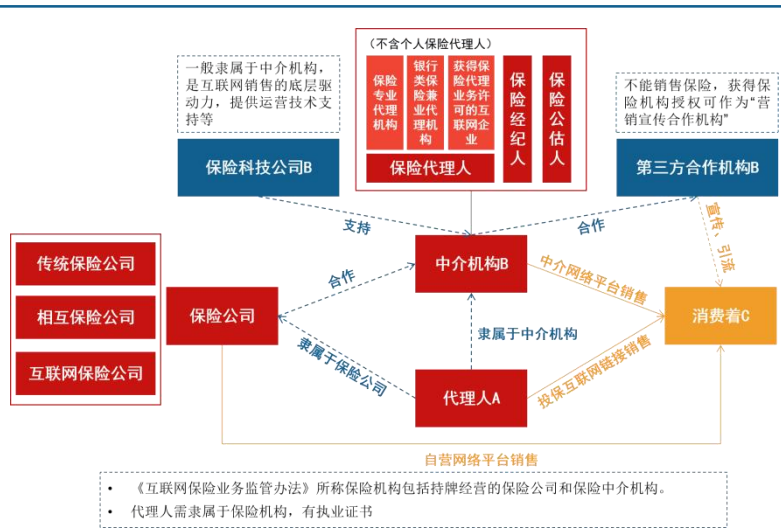


资料来源：麦肯锡分析《保险科技：互联网保险的下一个竞争前沿》

## 竞争格局

相比传统保险业务，互联网保险产业发展的突出优势集中体现在丰富的资源和便捷的服务上。客户信息、产品业务需求等资源的开放性和互动性更强，从而推动对目标客户群有针对性的进行产品创新和组合，提高产品服务的质量和效率，节约大量的经营成本。互联网保险更是完全打破了时间和空间的限制，不仅限于营销环节，在理赔服务等方面也大大提高了服务效率。经过近几年的发展，互联网保险已具备相当规模。随着保险业的竞争日趋激烈，互联网保险仍是各方关注和未来加大投入的重点。随着“互联网+”的深入推进和落实，网络环境将进一步改善，网络普及率进一步提高，也将继续为产业发展带来新的潜在客户群。日前正在大力推进的由云计算、大数据、企业移动及企业终端安全组成的信息安全保障体系建设，在一定程度上也将为互联网保险产业发展带来有利条件。2020年发布的《互联网保险业务监管办法》明确了互联网保险业务的经营主体，包括拓展互联网赛道的传统保险公司以及在互联网中生长起来的专业互联网保险公司。消费者触达互联网保险产品的途径不仅包括保险公司的自营网络平台、中介机构和代理人的网络平台链接，还包括第三方合作机构的宣传和引流。

图 13 互联网保险业务的主要参与主体



资料来源：华创证券、《互联网保险业务监管办法》

## 互联网人身险占据互联网保险主要市场

根据图 6 数据显示，互联网人身保险业务继续保持平稳增长，占据互联网保险主要市场。人身险保费收入在 2012-2016 年间占比逐年上升，最高达 78%，随后比例呈现波动变化，2021 年人身险保费收入剧增，占互联网保险总收入比例达到 77%。互联网寿险和健康险发展预期良好。2021 年互联网寿险和健康险分别同比增长 62% 和 47%。我国已经进入老龄化社会，寿险的需求面临很大缺口。现有社会保障体系亟待商业保险的补充，非标体与个性化服务成为健康险创新增长的新动能。

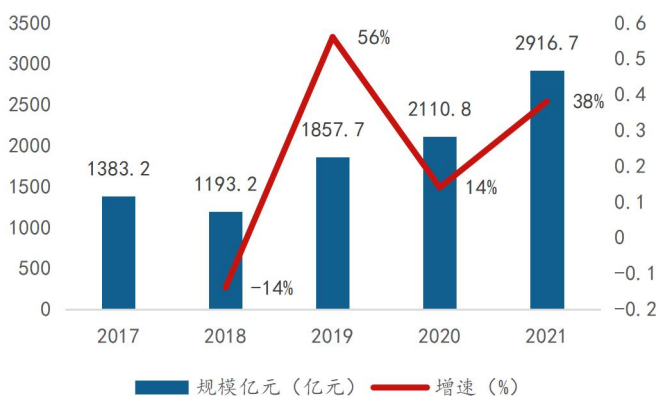
表 4 互联网人身保险各细分险种 2021 年保费

| 单位：亿元 | 2021 年保费收入 | 保费变动 | 同比增速 |
|-------|------------|------|------|
| 人寿保险  | 1899       | 726  | 62%  |
| 健康保险  | 551        | 176  | 47%  |
| 年金保险  | 414        | -76  | -15% |
| 意外险   | 52         | -20  | -28% |
| 合计    | 2917       | 806  | 38%  |

数据来源：中国保险行业协会官方网站

2021 年，我国互联网人身保险业务累计实现规模保费 2916.7 亿元，较 2020 年增加 805.9 亿元，同比增长 38.2%。据统计，2021 年共有 60 家人身险公司开展互联网保险业务，较 2020 年减少 1 家，经营主体基本稳定。从规模保费情况来看，中资公司仍占据主导地位，其市场份额达 83.2%，外资公司市场份额为 16.8%。

图 15 2017-2021 年中国互联网人身保险规模保费及增速

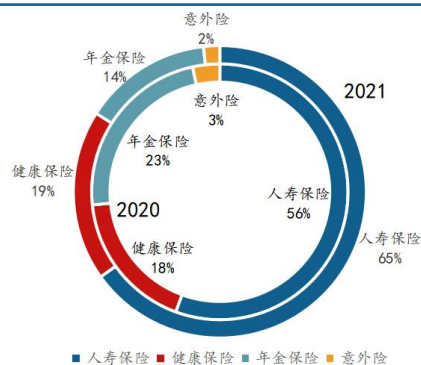


数据来源：中国保险行业协会

2021 年，互联网人身保险市场前三大、前五大和前十大公司的规模保费市场份额分别为 28.9%、45.2% 和 73.4%，与 2020 年相比，前三大、前五大和前十大公司的市场份额均出现下降，但市场集中度仍然较高。排名第一的中邮人寿，累计实现规模保费 334.8 亿元，市场份额占比为 11.5%，较 2020 年下降 6.5 个百分点，其次是国华人寿，两者合计市场份额占比为 20.2%，较 2020 年下降 10 个百分点；排名三至六位的公司，市场份额在 7% 至 9% 之间；排名七至十位的公司，市场份额在 3% 至 7% 之间。

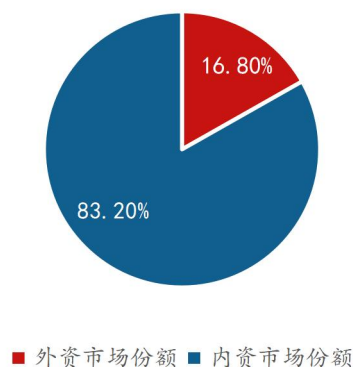
图 17 2021 年各公司互联网人身保险业务市场份额

图 14 互联网人身险细分险种保费收入占比



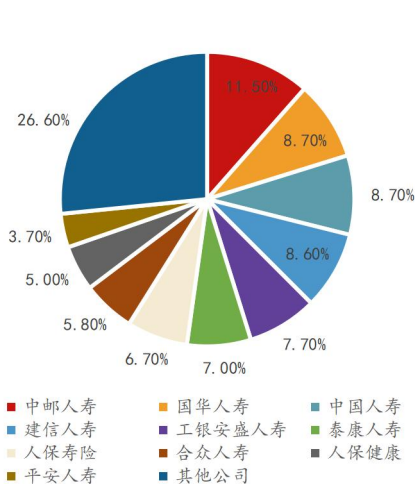
数据来源：中国保险行业协会官方网站

图 16 2021 年中、外资人身险公司互联网业务市场份额

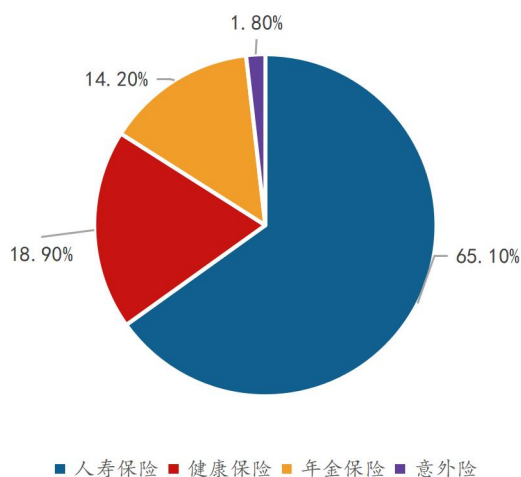


数据来源：中国保险行业协会

图 18 2021 年互联网人身保险产品结构



数据来源：中国保险行业协会



数据来源：中国保险行业协会

2021年，互联网人身保险产品结构持续调整，各类险种占比也出现一定的变化。其中，人寿保险仍为主力险种，占比为65.1%，较去年同比上升近10个百分点；健康保险取代年金保险成为第二大险种，占比为18.9%，较去年同比上升1.1个百分点；年金保险占比为14.2%，较去年同比下降9个百分点；意外险占比为1.8%，较去年同比下降1.6个百分点。从保费规模来看，人寿保险实现规模保费1899.3亿元；健康保险实现规模保费551亿元；年金保险实现规模保费414.3亿元；意外险实现规模保费52.1亿元。

### 财产险市场规模有所回升

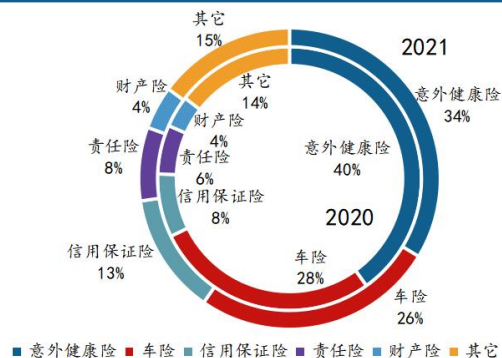
财险市场规模有所回升，未来非车险将是互联网财险增长的重要方向。2020年，受疫情以及车险综改、意外险改革、信用保证保险新规等监管因素综合影响，互联网财产险规模下降。伴随着市场适应，财险市场逐渐回暖，2021年保费收入达到862亿元，增长率达到8%，但仍远低于人身险的增速。从市场结构来看，互联网财产险开始一直处于低位，2021年占比仅为23%。因车险销量收缩等因素的影响，车险保费收入增速放缓。2021年，信用险和责任险保费收入规模同比增长80%和43%，信用险占财险保费收入的规模由8%上升到13%，互联网财险渗透率受到信用险和责任险的推动而有所回升（图5）。

表5 互联网财险各细分险种2021年保费

| 单位：亿元 | 2021年保费收入 | 保费变动 | 同比增速 |
|-------|-----------|------|------|
| 意外健康险 | 290       | -30  | -9%  |
| 车险    | 224       | 3    | 1%   |
| 信用保证险 | 112       | 50   | 80%  |
| 责任险   | 68        | 20   | 43%  |
| 财产险   | 40        | 9    | 28%  |
| 其他    | 128       | 12   | 11%  |
| 合计    | 862       | 64   | 8%   |

数据来源：中国保险行业协会官方网站

图19 互联网财险细分险种保费收入占比



数据来源：中国保险行业协会官方网站

根据保险业协会统计，2021年，互联网财产保险累计实现保费收入862亿元，同比增长8%，较财产险行业整体保费增速高出7个百分点。互联网财产保险业务渗透率（指互联网财产保险业务保费与产险公司全渠道业务保费的比值）由2020年的5.9%上升至6.3%。从险种结构来看，2021年意外健康险保费收入占比同比下降6个百分点，但仍然为最大险种，占34%；车险保费收入占比持续下降，但下降幅度缩小，占26%；信用保证险、责任险、财产险及其他险种保费收入占比分别为13%、8%、5%和15%，其中信用保证险、责任险和财产险同比上升分别为5个百分点、2个百分点和1个百分点，其他险种同比基本持平。

图 20 互联网财险保费收入、同比增速及渗透率趋势图

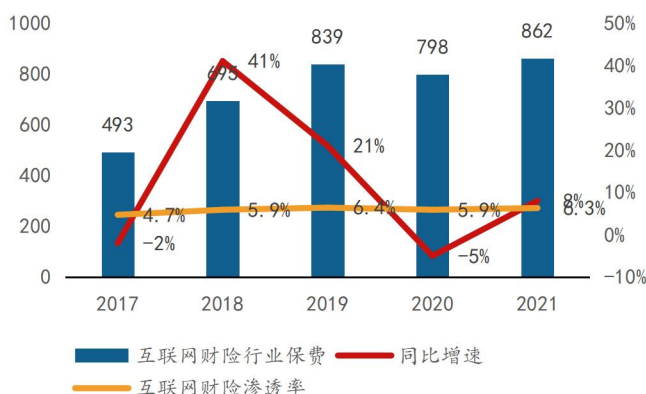


图 21 互联网财险各险种保费占比走势图

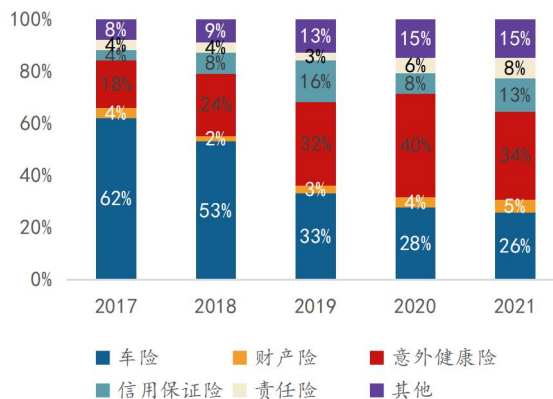
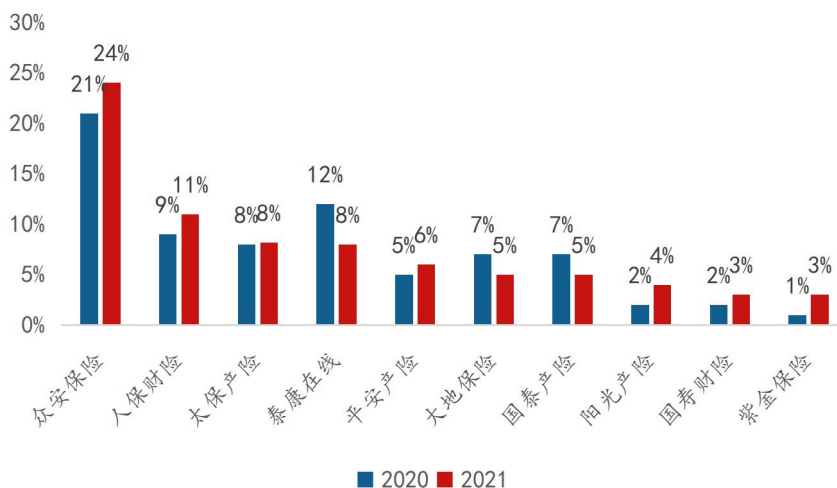


图 22 互联网财产保险保费排名前十家保险公司市场份额



数据来源：中国保险行业协会

2021年，互联网财产保险市场集中度与同期相比较为平稳，保费规模前十家保险公司合计市场份额为78%，同比基本持平。其中，众安保险、人保财险、太保产险、平安产险、阳光产险、国寿财险、紫金保险市场份额同比均有所提升。

## 行业展望

### 持牌互联网保险公司将迎黄金发展期

保险行业的互联网趋势已成为大势所趋，专业的持牌互联网保险公司将迎来黄金般的发展机遇。其一，持牌专业互联网保险机构拥有自主开发保险产品的资质，能够有效避免平台成为单纯的流量入口，从而将业务核心深入至保险价值链的顶端。其二，拥有互联网基因的保险公司在产品设计上能够直击线上保险消费者的“痛点”，如“手机碎屏险”满足了手机用户的保险需求。其三，通过线上场景的嵌入，可以自然引导客户的保险需求，从而改变传统以销售为导向的运营模式，促使互联网保险公司不断寻找新的应用场景，将保险产品嵌入具体场景中，场景嵌入的能力将成为互联网保险公司取得行业优势地位的重要竞争门槛。虽然从目前的经营指标来看，专业互联网保险公司不及传统保险公司巨头，传统保险公司拥有庞大的客户底蕴且不仅经营互联网保险业务，但单从互联网保险的市场份额来看，专业的持牌互联网保险公司占据大头。且从2020年起，互联网保险监管环境进一步完善，对行业长期发展是一大利好。

面向未来，聚焦专业领域和客户、打造专业服务能力和竞争优势的专业性保险公司将成为未来保险市场发展的一个重要形态，中国保险市场将逐步形成主体多元化、竞争差异化、服务功能化、运行规范化的市场格局。互联网将成为主要购险渠道，互联网保险助力保险行业实现从简单追求规模的粗放式发展向更注重质量和效益的高质量发展的跨越。

保险科技创新赋能全产业链，互联网保险 O2O 生态圈初步成形

保险产业链中的各参与方合作激发潜能。其中关键参与者（传统保险和专业互联网保险企业）携手险企构筑生态基石，以渠道、产品、客户为抓手积淀生态资源，规划生态体系的成长图谱；创新赋能的主力军保险科技为行业降本增效，围绕 ABCD 推动数字化转型落地，开辟高效能成长路径；生态合作者类型多元，金融、医疗、汽车等产业多维生态场景，持续赋能以促进资源整合。目前，多数保险公司承担了从售前获客到售中承保、再到售后理赔，以及保险资金的汇集投资等全部运作流程，一定程度上降低了公司整体的运营效率。从业务架构上分析，售前获客、售后理赔等环节可以外包给相应的专业机构，保险公司可将主要精力集中在产品的开发及保险资金的投资方面，如售前的获客可以交予保险中介机构负责，出险后的定损理赔可以交给专业的公估公司。

对国内已经发展成为大型集团公司的保险机构（如中国人保、平安集团等）来说，可以将整个价值链条置于自己的运营之下，通过集团化运营保证整个产业运转。而对新入场的互联网保险公司来说，独立承担整条价值链的运作，在前期可能造成较大的经营负担，且运营效率较低，通过分拆、外包部分环节业务，寻找适合的业务合作机构，可以保证组织的高效运行。在保险价值链细分的基础上，互联网保险公司与线下实体机构合作，也有助构建完整的 O2O 生态系统，能够大幅拓展保险服务的范围，将随机投保客户有效转化为忠实客户。例如，众安保险旗下的“保车险”，是众安保险与平安保险合作推出的互联网车险品牌，众安负责产品的线上营销，平安依靠强大的线下实体门店优势负责提供理赔等线下服务。

图 23 保险科技创新赋能全产业链

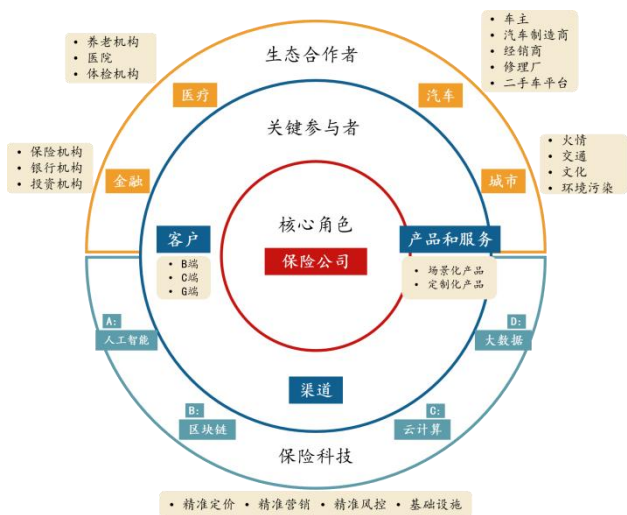


表 6 互联网保险 O2O 生态圈

| 运作流程     | 售前获客   | 售中承保   | 售后理赔   | 资金投资   |
|----------|--|--------|--------|--------|
| 中小保险公司   | 保险中介机构   | 保险公司承保 | 专业公估公司 | 保险公司投资 |
| 大型集团保险公司 | 将整个价值链条置于自己的运营之下，通过集团化运营保证整个产业运转                                 |        |        |        |
| 互联网保险公司  | 通过拆分、外包部分环节业务，可以与线下实体机构合作，构建完整的 O2O 生态圈。例如：众安平安联合车险、泰康在线与医疗机构合作等 |        |        |        |

资料来源：华泰证券《保险生态格局剖析-多维创新应势起，探索繁荣新格局》

资料来源：根据网络资料整理

典型案例：众安保险致力于立足科技构建五大业务生态

众安研发投入、科技人员占比可以和专业的互联网公司相比，根据 Wind 数据显示，2022 年，众安保险的研发投入达到 10 亿元，占总保费 6%。众安通过科技将各大生态系统链接起来，沉淀数据和用户，连接多平台并整合垂直领域，形成一个完整的生态系统。在 To B 和 To C 端为客户提供定价动态化、理赔自动化以及销售场景化的定制化产品，立足于大数据，运用区块链和云计算等技术充分挖掘、搜集和分析用户数据，并将以上科技手段应用于产品服务、理赔、核保等环节中。

表 7 众安保险五大生态及应用场景

| 五大生态   | 应用场景   |
|--------|--|
| 健康生态   | 众安通过科技手段为客户提供智能化、个性化的保险服务，并与知名企业做国民医保，通过与服务平台和各种运动 APP 合作，将个人运动数据和公司科技手段相结合为产品的个性化定价做铺垫。 |
| 生活消费生态 | 在电商消费方面，针对电子商务和网上购物，众安有退货运费险、责任险以及家财险，主打产品有手机意外险和碎屏险，为客户的网上购物之旅保驾护航。                     |

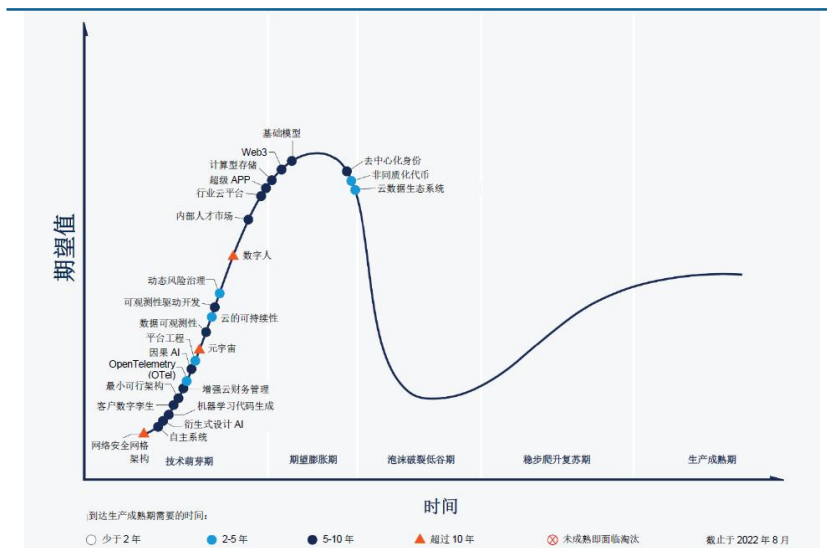
|        |   |
|--------|---|
| 航旅生态   | 众安在航旅方面推出了专门处理航空意外的产品，有航班延误险与航空意外险等。这个产品的市场占有率相对较高。众安保险现在已经有了自己的航旅产品体系，并且在官方微信和各类航空类 APP 以及移动支付平台都能买到不同类型的航延险。除此之外，众安保险还推出了退票险，让退票再无后顾之忧，也让保险更有温度根据人性化。 |
| 汽车生态   | 众安保险与多家互联网知名车企合作，比如滴滴、瓜子二手车等，逐步打造从买车、用车、养车到卖车的完整汽车生态链条。目前众安平安联合车险已经覆盖了除港澳台以外的所有国内地区，未来其汽车生态战略将进一步清晰、完整。   |
| 消费金融生态 | 众安保险与中国银联签署全面战略合作协议，双方将在金融科技创新与实践等多领域展开全面深度合作以进一步构建互联网新业态。借力银联，众安将为客户提供更加周全和便利的金融服务。  |

资料来源：零壹财经《众安保险：立足科技构建五大业务生态》

## ChatGPT 带动 AIGC 重塑互联网保险行业格局，有助于保险理论架构重建

根据《Gartner 新兴技术成熟度曲线（2022）》显示，对于互联网保险来说，大数据与小数据、人工智能与脑科学、物联网与区块链、虚拟现实与增强现实、机器学习与深度学习、自然语言处理与知识图谱、移动计算与云计算、量子信息与量子计算、密码学技术与生物识别技术以及应用程序接口与自动驾驶汽车等其他相关技术应用日趋成熟，已经不再属于新兴技术炒作周期。以数字孪生为代表的新兴技术有望在未来 2-10 年内对商业及社会产生显著影响，能够帮助企业建立差异化竞争优势，但未来发展存在很大的不确定性。

图 24 2022 年新兴技术成熟度曲线



资料来源：www.gartner.com<sup>1</sup>

2022 年 11 月底，基于人工智能技术驱动的自然语言处理工具 ChatGPT（全名：Chat Generative Pre-trained Transformer）横空出世，其在已知信息整合、问题上下文分析并给出逻辑清晰的回答的功能，让各行各业重新认识到人工智能对现有格局的冲击，给予行业对 AI 特别是 AIGC（AI Generated Content）更多想象空间，预示着强人工智能时代即将到来。保险是典型的数据行业，尤其是在全域数字化背景下发展起来的互联网保险。在大数据时代，数据能力（包括数据获取能力和数据处理能力）将被重新定义。传统的保险精算局限于保险行业和企业自身的数据，未来将更多地关注到外部数据，且面对更多的非结构数据，ChatGPT 提供了新的思路。

图 25 ChatGPT 重塑保险行业格局

<sup>1</sup><https://www.gartner.com/cn/information-technology/articles/what-s-new-in-the-2022-gartner-hype-cycle-for-emerging-technologies>

| 产品设计  | 营销优化  | 风险评估   | 核保理赔反欺诈   |
|---|---|--|---|
| <p><b>快速合理定价：</b>根据对客户信息的搜集和整合，促进代理人实现精准获客、精准转化、精准成交，快速完成报价和定价。</p> <p><b>产品快速迭代：</b>评估上市产品的实时销售数据、赔付情况、市场反馈等信息，及时更新迭代产品。</p> | <p><b>精准营销：</b>根据客户的消费数据和历史偏好，自动推荐最符合客户的保险产品和服务。</p> <p><b>赋能代理人展业：</b>革新保险营销销售模式，提升保险服务人员工作效率和工作精细度，科学高效地为客户服务。</p> <p><b>客户服务：</b>ChatGPT可以集成到聊天机器人中，提供全天候、自动化客户服务。</p> | <p><b>风险评估：</b>ChatGPT可以分析客户数据，评估他们的风险状况，从而帮助保险公司预测潜在风险并向客户推荐缓解策略。</p> | <p><b>自动核保：</b>通过自动收集和分析做出核保决策所需的数据，加快流程，提高核保决策的准确性。</p> <p><b>自动理赔：</b>可通过识别理赔数据中的模式预测未来的理赔，帮助保险公司自动化和简化管理理赔流程。</p> <p><b>反欺诈：</b>ChatGPT通过分析文本数据和识别可能表明欺诈行为的模式，帮助保险公司检测和防止欺诈索赔。</p> |

资料来源：根据网络资料整理

首先，ChatGPT有望重写销售逻辑，AI真正成为保险业的生产力工具。AI作为辅助工具在保险营销过程中，无论是取代传统销售，还是赋能代理人，都将大幅节约人力，提升效率和产能。第二，ChatGPT有望加速行业流程的整合，单独环节的科技化信息化让位于AI驱动的整体变迁，推动着内容生产由UGC（用户生产内容）向AIGC（AI生产内容）转变。今后，随着针对细分领域、掌握专业知识的AI应用于保险业，在营销环节能够大大提高内容生成的效率，轻松突破语言、文化和地域的限制，根据每个客户不同的消费数据和历史偏好，自动推荐最符合该客户的保险产品和服务，真正做到千人千面。第三，ChatGPT动摇认识经验，AI的深度依赖或将改变保险风险的理论结构。在现行的发展模式下，人工核保、人工核赔仍然要占据当下行业的重要比重，同时作为一些相对经验数据缺乏的保险标的，无论工作人员专业能力再强，都将受到主观判断的影响。随着AI应用的深入，各种人工智能技术的数据经验与计算建模将覆盖并超越人工的极限，并且在没有主观因素的影响下，往往能提供理论上的“最优解”。目前，行业对于ChatGPT的前景预测，更多地还局限于智能客服与在线解答客户问题、保险常识知识库等简单的人工替代阶段。未来ChatGPT跟数字人、虚拟人、元宇宙等领域的交叉结合可能会对互联网保险带来更有价值的革新。

## 数字化背景下，互联网保险公司仍有升值空间

### 互联网保险行业投资潜力评价

综合对互联网保险行业内的各个参与主体需求侧和供给侧在数字化背景下的发展趋势，小组认为**短期和中期投资机会在专业互联网保险公司和互联网保险科技公司**，**长期投资机会在传统保险企业**，具体分析如下：1) 目前中国市场上主要有众安保险、泰康在线、安心保险和易安保险这四家，行业集中度较高，存在技术壁垒，但是随着各大险企布局互联网保险板块以及各大资本争相进入保险科技市场，驱动保险科技发展，壁垒会逐渐降低，故应把握短期和中期投资机会。2) 中国保险市场存在着马太效应，未来随着保险科技的发展，头部企业可以借助科技赋能进一步发掘利润增长点，故应把握长期投资机会。

表 8 专业互联网保险公司投资机会

| 评价维度 |      | 短期（2023-2025年） | 中期（2025-2030年） | 长期（2030年以后） |
|------|------|----------------|----------------|-------------|
| 需求   | 政策催化 | ★★★★           | ★★★★           | ★★★★        |
|      | 内在驱动 | ★★★★★          | ★★★★           | ★★★★        |
| 供给   | 竞争强度 | ★★★            | ★★★            | ★★★         |
|      | 技术壁垒 | ★★★★           | ★★★★           | ★★★         |

表 9 数字化转型的传统保险公司投资机会

| 评价维度 |      | 短期（2023-2025年）   | 中期（2025-2030年） | 长期（2030年以后） |
|------|------|--|----------------|-------------|
| 需求   | 政策催化 | ★★★★   | ★★★★           | ★★★★        |
|      |      | 国家通过在顶层设计与政策层面不断鼓励数据要素流动与数据应用建设，为保险行业数智化转型提供了契机。   |                |             |
| 需求   | 内在驱动 | ★★★★★  | ★★★★           | ★★★★        |
|      |      | 从行业整体来看，中国保险市场的马太效应愈发明显，保险科技为行业带来新的发展机遇，头部企业可以通过科技赋能实现降本增效进一步发掘利润增长点，中小险企能够借助保险科技实现业务创新和差异化发展帮助企业破解经营困局。 |                |             |
| 供给   | 竞争强度 | ★★★★   | ★★★            | ★★★         |
|      |      | 我国保险市场竞争激烈，行业集中度较高。客户转换成本低导致新进入者威胁大，同时由于互联网的发展，保险行业替代品的威胁较大，竞争程度较高。                                      |                |             |
| 供给   | 技术壁垒 | ★★★★   | ★★★            | ★★★         |
|      |      | 信息化水平较低，随着险企加大保险科技投入，未来传统险企数字化转型加快，壁垒将有所下降。  |                |             |

表 10 互联网保险科技公司投资机会

| 评价维度 |      | 短期（2023-2025年）  | 中期（2025-2030年） | 长期（2030年以后） |
|------|------|---|----------------|-------------|
| 需求   | 政策催化 | ★★★★★   | ★★★★           | ★★★★        |
|      |      | 保险科技“十四五”规划强调保险科技化的必要性和紧迫性，推动保险科技蓬勃发展。                                      |                |             |
| 需求   | 内在驱动 | ★★★★★   | ★★★★           | ★★★★        |
|      |      | 在中国保险行业高速发展的背后隐藏着多数险企经营惨淡的现状，另外长期的粗放式发展方式更是带来了诸多行业痛点。因此，科技驱动行业实现高质量发展是必由之路。 |                |             |
| 供给   | 竞争强度 | ★★★★  | ★★★★           | ★★★         |
|      |      | 行业集中度较高，但保险业科技行业竞争日趋白热化。  |                |             |
| 供给   | 技术壁垒 | ★★★★  | ★★★★           | ★★★         |
|      |      | 各个细分赛道已经有企业发展进入成熟期，壁垒较高。未来随着行业科技发展，技术壁垒将下降。                                 |                |             |

### 互联网保险行业投资机会分析

部分互联网保险公司目前价格处于相对低位，仍有升值空间。采用绝对估值和相对估值两种方法对相关企业进行估值，5家企业的估值结果要高于当前的股票收盘价，其中包括专业互联网保险公司、互联网保险科技公司以及数字转型的传统保险公司（新华保险、众安在线、中国人寿、中国太保、中国太平），这5家公司目前价格处于相对低位，仍有升值空间。总的来看，保险行业经历了疫情挑战，随着稳经济政策效应的逐步释放，宏观经济和企业层面都呈现复苏和增长势头。同时，人工智能迎来划时代的突破，将为保险行业带来更高效的运营、更创新的产品与服务以及更广大的市场。多重因素叠加，保险业将迎来新的发展机遇，未来可期。互联网保险相关企业的价格空间有望进一步提高。

表 11 互联网保险公司企业估值

| 公司代码      | 公司名称 | 最新收盘价<br>(2023/4/20) | 预测<br>股价<br>相对<br>估值 | 预测<br>股价<br>绝对<br>估值 | P/E   |       |       | P/B   |       |       | EPS   |       |       |
|-----------|------|----------------------|----------------------|----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|           |      |                      |                      |                      | 2023E | 2024E | 2025E | 2023E | 2024E | 2025E | 2023E | 2024E | 2025E |
| 01336.HK  | 新华保险 | 20.40                | 26.71                | 22.81                | 7.24  | 5.96  | 5.13  | 0.81  | 0.70  | 0.60  | 4.27  | 5.19  | 6.06  |
| 06060.HK  | 众安在线 | 26.15                | 26.19                | 30.46                | 34.23 | 22.26 | 16.46 | 1.85  | 1.76  | 1.67  | 0.89  | 1.20  | 1.53  |
| 06963.HK  | 阳光保险 | 4.42                 | 3.43                 | 3.08                 | 7.33  | 6.24  | 5.37  | 0.65  | 0.60  | 0.56  | 0.53  | 0.62  | 0.72  |
| 02318.HK  | 中国平安 | 54.90                | 45.79                | 48.44                | 6.98  | 5.95  | 5.33  | 0.92  | 0.86  | 0.82  | 7.20  | 8.27  | 8.79  |
| 02628.HK  | 中国人寿 | 14.42                | 18.52                | 22.61                | 19.83 | 16.50 | 14.84 | 1.20  | 1.01  | 0.83  | 1.88  | 2.21  | 2.45  |
| 02601.HK  | 中国太保 | 24.20                | 26.15                | 26.27                | 8.42  | 7.31  | 6.65  | 1.00  | 0.92  | 0.85  | 3.12  | 3.60  | 3.95  |
| 601319.SH | 中国人保 | 5.80                 | 5.30                 | 5.41                 | 8.19  | 7.14  | 6.30  | 0.94  | 0.79  | 0.79  | 0.65  | 0.74  | 0.85  |
| 00966.HK  | 中国太平 | 8.91                 | 8.84                 | 9.94                 | 6.48  | 5.26  | 4.37  | 0.38  | 0.36  | 0.27  | 1.53  | 1.84  | 2.18  |
| 002315.SZ | 焦点科技 | 27.75                | 16.63                | 15.96                | 16.45 | 13.71 | 10.60 | 2.30  | 2.00  | 1.70  | 1.19  | 1.44  | 1.80  |

资料来源：Choice 金融终端和团队估算



## 风险管理

现代科学技术的广泛应用在成为新时代经济社会发展的新动能的同时，也引发一系列新的风险，例如电子商务风险、互联网金融风险。虽然大量政策正在不断规范互联网保险市场，2020年发布的《互联网保险业务监管办法》明确了互联网保险业务的经营主体，但互联网自带的复杂性使得**互联网保险与传统形式保险行业相比，所出现的技术风险、信息安全风险等问题更加突出。**

### 我国互联网保险当前存在的主要风险分析

#### 产品创新和产品定价风险

技术不稳定和产品不成熟等诸多因素导致互联网保险产品创新风险表现出复杂性、广泛性和快速传播性等新特点，与保险的金融保障性和审慎性要求形成矛盾。互联网发展进程中，保险产品出现了持续性的创新，比如依托互联网场景会产生一定的退换货费用、支付安全费用等。但也出现了一些过度创新的产品，比如高温险、雾霾险等，这些保险产品主要以营销噱头为主，不具有保险的实际利益，而且也没有进行精准的测算和风险评估，严重影响消费者的切身利益。且互联网保险销售速度快、覆盖面广，一旦产品定价出现偏差，将比传统销售方式更快消耗保险公司偿付能力，进而引发财务风险。

#### 互联网保险公司的流动性风险

**专业互联网保险公司面临的流动性风险隐蔽性更强、传播速度更快、危害性更大。**互联网保险流动性风险是指互联网保险公司无法及时获得充足的资本或无法及时低成本变现资产导致账面资金不足以清偿到期债务而使企业面临损失。与传统保险相比，专业的互联网保险公司没有传统险种的支撑，为了获取技术竞争优势，激进的投资策略将严重影响盈利水平。

#### 互联网保险的信息安全风险

互联网保险业务的资金支付和用户信息集中于信息系统，保险公司自营平台和第三方合作平台均面临黑客、木马等入侵威胁，交易资金、个人信息及企业信息均存在被盗取的风险。信息泄漏、资金流失等问题会进一步引发声誉风险、法律风险、财务风险等。且大量数据也混杂着如技术造假和网络水军造成的数据失真，数据准确性及真实性也存在较大隐患。金融行业的特殊性，对数据管理的要求更为严格，需要加快数据资产管理体系统建设，强化金融数据的持续安全。

#### 互联网保险的技术风险

技术风险的主要来源于技术创新所需要的相关技术设施不配套、不成熟，进而影响到创新技术的适用性、先进性、完整性和可靠性。互联网保险在金融科技的应用布局随着科技的革新不断发生变革。许多新兴技术例如数字孪生、AI自动化系统正处于雏形阶段，未来发展存在很大的不确定性，部署这些技术或为企业带来更多风险。以ChatGPT为例，ChatGPT可以帮助金融机构更好地分析市场数据，更好地解决客户问题，并为金融机构提供更加可靠的风险管理和合规性管理解决方案。但ChatGPT本身作为一项创新应用，在金融场景中的应用存在风险隐患。一方面，语言模型的训练需要巨大的计算量，提高了对原有算力和系统部署的要求，保险企业需要平衡成本与收益；另一方面，ChatGPT针对理财提出的建议，可能构成误导从而引发后续法律问题。ChatGPT的主要应用场景集中于搜索领域，依靠网络抓取信息，通过深度学习等进行再加工，存在数据挖掘带来的知识产权侵权问题。ChatGPT所涉及的深度合成技术如果被应用于网络诈骗、盗取客户资金等场合，会为金融安全带来新的问题。

### 互联网保险行业风险管控的相关发展

#### 风险减量管理撬动保险业高质量发展

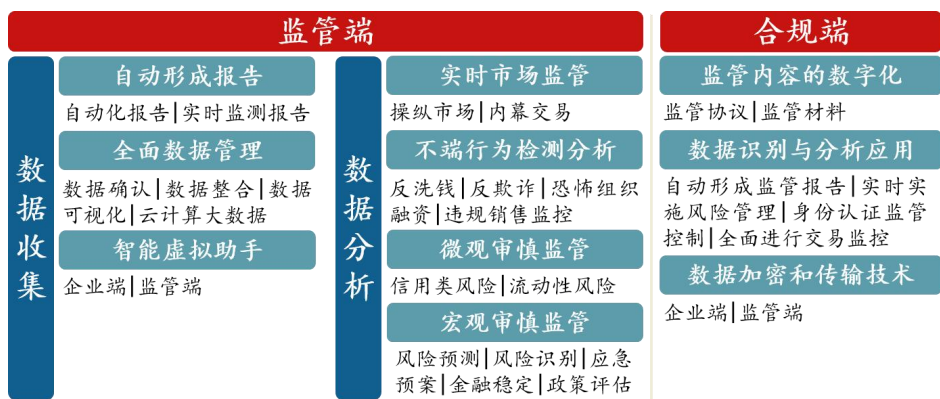
所谓风险管理，是指经济单位当事人通过对风险进行识别、衡量、评价，并在此基础上优化组合各种风险管理技术，对风险实施有效的控制和妥善处理风险所致损失的后果，期望达到以最小的成本获得最大安全保障的目标。面对新形势下的社会经济发展，保险业越来越需要抛弃传统的经营模式，基于风险管理枢纽的地位，实现风险减量管理。**风险减量的内涵在于利用专业的科技手段，通过主动介入被保险标的的风险管理而降低事故发生概率，实现社会风险总量的减少。**2023年1月30日，中国银保监会发布《关于财产保险业积极开展风险减量服务的意见》鼓励各公司以风险减量服务为切入点，构建风险减量服务新模式。保险业开展风险减量服务面临诸多挑战，风险减量服务“科技含量”不断提高。《意见》指出，加快科技

创新与风险减量服务融合，鼓励各公司利用大数据、云计算、区块链、人工智能、物联网等科技手段，实现更科学的风险管理，重塑风险减量服务理念。

### 科技赋能保险监管，助力险企风险管理

随着科学技术的发展，金融监管理念、监管机制、监管范围等发生很大变化，呈现出多元化和技术导向趋势。到了数据科技时代，无论是被监管机构还是监管机构对数据的依赖程度都在不断加强。**互联网保险合规模型（监管科技）是在保险与科技更加紧密结合的背景下，以数据为核心驱动，以云计算、人工智能、区块链等新技术为依托，以更高效的合规和更有效的监管为价值导向的解决方案。**监管科技可以运用于监管端以及互联网保险机构合规端。中国保险行业协会发布的《2022年上半年互联网财产保险发展分析报告》显示，许多公司探索通过大数据进行核保核赔端的风险控制，取得了一定的成效，但是业务的实时动态管理存在困难，不少线上业务面临挑战。面对互联网保险在业务发展中遇到的欺诈、信息割裂等风控痛点，不仅要做好数据管理和治理，建立并不断优化风控基础数据库，强化风险筛选控制能力；而且要结合内外部多维度数据，建立风险识别模型，精准筛选客群，提前预测和应对相关风险的发生，做好风险管控前置，对可疑欺诈风险进行识别、筛选、预警，阻止风险进一步向后传导，从而保护公司、客户的财产安全。

图 26 监管科技在监管端和合规端的应用



资料来源：根据陈辉《互联网保险：框架与实践》整理

## 【附录】

## 【参考文献】

- [1] 弓志华. 互联网金融时代的保险运营创新研究[M]. 长春: 吉林大学出版社, 2018. 6
- [2] 陈辉. 互联网保险: 框架与实践[M]. 北京: 中国经济出版社, 2022. 1
- [3] 王若竹. 浅析互联网保险相关风险及控制[J]. 纳税, 2019, 13(11): 230.
- [4] 袁峰, 许凌珠, 邵祥理. 数据驱动的互联网保险产品创新风险管理研究[J]. 保险研究, 2022, No. 407(03): 29-43. DOI: 10. 13497/j. cnki. is. 2022. 03. 003.
- [5] 清华五道口保险中心, 元保. 2022 中国互联网保险消费者洞察报告[R]. 2023. 4
- [6] 艾瑞咨询. 2019 年中国互联网保险行业研究报告[R]. 2019. 6
- [7] 艾瑞咨询. 2020 年中国保险科技行业研究报告[R]. 2020. 2
- [8] 艾瑞咨询. 2021 年中国保险行业数字化升级研究报告[R]. 2021. 1
- [9] 麦肯锡. 保险科技: 互联网保险的下一个竞争前沿[R]. 2023. 3
- [10] 麦肯锡. 第四篇: 升级创新, 互联网保险发展战略[R]. 2022. 5
- [11] 华创证券. 2020 年互联网保险深度研究报告[R]. 2020. 3
- [12] 陈劲松律师团队. 互联网保险业务合规实务研究专题汇编[G]. 北京: 北京德和衡律师事务所. 2022. 10
- [13] 华为. 智能世界 2030[R]. 2021. 9. 22
- [14] 卢正源. 2021 年中国保险科技行业市场现状与竞争格局分析 头部企业集中于科技集成领域[R]. 前瞻产业研究院, 2021. 3
- [15] 童锡来. 2021 年中国互联网保险行业市场现状及发展前景分析 市场渗透较低、发展空间较大[R]. 前瞻产业研究院, 2021. 6
- [16] 海通证券. 2022 年互联网保险行业市场空间及发展趋势分析 互联网保险渗透率不断提升[R]. 未来智库, 2022. 4
- [17] 童锡来. 互联网保险行业分析报告\_中国互联网保险行业商业模式与投资战略规划分析报告[R]. 前瞻产业研究院, 2021. 6
- [18] 中国保险行业协会. 2021 年度人身险公司互联网保险业务经营情况分析报告[R]. 2022. 5
- [19] 华泰证券. 非银行金融行业深度研究: 金融科技系列研究之三-保险生态格局剖析-多维创新应势起, 探索繁荣新格局[R]. 2020. 11
- [20] 东吴证券. 保险 II 行业深度报告: 偿二代二期工程季报跟踪体系保费增速放缓, 费用经营效率改善[R]. 2022. 6
- [21] 头豹研究院. 2022 年保险数字化厂商全景图从产业链维度深度解析保险公司的数字化策略[R]. 2022. 8
- [22] BT 财经. 互联网保险增速高于行业, 渗透率提升[R]. 2022. 11

## 【保险的历史发展阶段】

**第一阶段（2014 年以前）传统保险的互联网化。**

特点: 保险业务流程的网络化、保险产品的定制化、专属网络保险产品的经营活动——关注用户体验和个性化需求

**1997-2000 萌芽阶段**

——1997 年, 第一个面向我国保险市场和保险公司内部信息化管理需求的专业中文网站正式搭建完成, (互联网保险公司信息网) 标志着我国保险业在互联网行业迈出了第一步; 新华人寿保险公司促成的国内第一份互联网保险单标志着我国保险业迈进与互联网融合的大门

——1999 年, 泰康人寿正式成立泰康在线

**2000-2003 起步阶段**

——2000 年, 平安公司的 PA18 首家集证券、保险、银行及个人理财等业务为一体的个人综合理财服务网站

**2003-2007 积累阶段**

——2006年，买保险网以“互联网保险超市”概念上线运营，采用了“网络直销+电话服务”的保险营销模式

### 2007至今 爆发阶段

保险网站模式：保险公司网站、第三方保险超市网站、搭载与合作等

——2012年，保险公司与互联网公司的合作更加深入，淘宝网与中国人民保险公司、平安车险、阳光、太平洋、泰康多家保险公司合作开设保险频道，在线提供车险、意外险、旅游险、健康险、少儿险、医疗险、财产险等多款险种

——2013年，《中国保监会关于专业网络保险公司开业验收有关问题的通知》，互联网保险市场的争夺战随着BATJ等互联网巨头迅速崛起而开始的，一批以保险中介和保险信息服务为定位的保险网站纷纷涌现。（2013年是互联网金融的元年，余额宝的上线）；互联网保险开始全面发展，商业模式创新。但是保险公司电子商务规模还处于欠发达地区，电子商务渠道的战略价值基本还处于萌芽阶段

——部分保险公司开始为互联网保险设计专有的保险产品，并与其他平台合作开展在线销售

第二阶段（2015-2020）互联网保险新业态逐步形成。

第三阶段（2021年至今）“互联网+”“保险+”融合的新阶段。

### 【互联网保险的特征】

与传统保险相比，除了拥有保险的自然属性和社会属性之外，还有独有的体现互联网属性的特点

① **虚拟性**：互联网保险的商务活动主要在网络中进行，保险活动的往来具有数字化的虚拟性特征，互联网突破了地域限制，参与者更多元化，为提高保险服务的速度和质量创造了技术条件。

② **直接性**：客户与保险公司间的互动更加直接，解除了传统条件下双方活动实践、空间的障碍，体现出更为明显的直接性特征。随着互联网经济的普及与发展，保险价值链被拉直，保险中介所处的中间环节进一步减少，升级为以标准、简约、直接为特点的新一代互联网保险实务流程

③ **便捷性**：互联网的信息检索功能使客户获取保险咨询更加边界，降低代理人与客户之间的信息不对称，使各种保险服务更加贴近客户、融入市场

④ **风险性**：客户信息安全、账户安全、交易安全以及系统运行安全等是互联网把凹陷发展中必须慎重解决的重大问题

### 【互联网保险相关政策】

| 年份   | 政策   | 要点   |
|------|--|--|
| 2011 | 《互联网保险业务监管规定（征求意见稿）》<br>《中国保险业发展“十二五”规划纲要》<br>《保险代理、经纪公司互联网保险业务监督管理办法（试行）》                                 | 明确保险公司、保险专业机构开展互联网保险业务的资质条件和经营规则；大力发展保险电子商务，推动电子保单以及移动互联网、云计算等新技术的创新应用；明确了相关公司的进入门槛。   |
| 2012 | 《关于提示互联网保险业务风险的公告》   | 规范了互联网保险业，向广大投保人进行了风险提示  |
| 2013 | 《中国保监会关于专业网络保险公司开业验收有关问题的通知》<br>《关于促进人身险公司互联网保险业务规范发展的通知（征求意见稿）》   | 规范了互联网保险的发展；保险监管部门首部针对互联网金融领域的规范性文件，主要内容涉及规定保险公司经营领域、认可赠险或服务赠险行为，强调对网销的监管  |
| 2014 | 《互联网保险业务监管暂行办法（征求意见稿）》<br>《关于规范高现金价值产品有关事项的通知》<br>《关于规范人身险公司经营互联网保险有关问题的通知（征求意见稿）》<br>《关于加快发展现代保险服务业的若干意见》 | 从经营原则、经营领域、信息披露、经营规则、监督管理等多个层次对互联网保险的经营进行了规范；通过防范未来风险，促进高现金价值产品健康发展；多方面对人身险公司经营互联网保险业务进行了规范；明确提出支持保险公司积极运用网络、云计算、大数据、移动互联网等新技术促进保险业销售渠道和服务模式创新，为互联网保险未来发展指明了方向 |

|      |   |   |
|------|---|---|
| 2015 | 《关于深化商业车险条款费率管理制度改革的意见》<br>《互联网保险业务监管暂行办法》  | 把定价权逐渐交还给保险公司，限制车险在互联网端发展的因素正在消除；为规范互联网保险业务经营行为，保护保险消费者合法权益，促进互联网保险业务健康发展   |
| 2016 | 《互联网保险风险专项整治工作实施方案》   | 规范互联网保险经营模式，优化市场发展环境，完善监管制度规则，实现创新与防范风险并重，促进互联网保险健康可持续发展，切实发挥互联网保险在促进普惠金融发展、服务经济社会方面的独特优势   |
| 2018 | 《中国保险服务标准体系监管制度框架（征求意见稿）》<br>《打赢保险业防范化解重大风险攻坚战总体方案》   | 推进保险服务数字化转型升级，加快数字保险建设，构建以数据为关键要素的数字保险，推动保险服务供给侧改革，更好服务我国经济社会发展和人民生活改善；提出将互联网保险纳入防范化解重大风险攻坚战  |
| 2020 | 《关于规范互联网保险销售行为可回溯管理的通知》<br>《互联网保险业务监管办法》  | 为规范互联网保险业务，有效防范风险，保护消费者合法权益，提升保险业服务实体经济和社会民生的水平；定义互联网保险为保险领域的各要素与互联网技术实现充分结合的一种新型发展方式   |
| 2021 | 《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》<br>《关于开展互联网保险乱象专项整治工作的通知》<br>《关于进一步规范互联网人身保险业务有关事项的通知（征求意见稿）》<br>《关于试运行互联网人身保险业务定价回溯工作的通知》 | 明确了“十四五”时期经济社会发展环境、指导方针和发展目标；强调重点整治销售误导、强制搭售、费用虚高、违规经营和用户信息泄露等突出问题；明确了互联网人身保险业务经营条件，并实施互联网人身保险业务专属管理，对保险公司可开展的互联网人身险业务范围、产品开发规则与备案要求提出了明确规定 |
| 2022 | 《关于银行业保险业数字化转型的指导意见》  | 再一次强调数字化转型与合规化发展并重  |

### 【互联网保险与传统保险对比】

#### 优势

- 覆盖更广泛人群，提升用户保险意识。**互联网移动终端已深刻影响大众生活，对保险知识的普及以及保险消费意识的也起到了巨大作用，这给互联网保险的迅速发展提供了可能。
- 互联网保险为行业提供了新的业务模式和技术支持。**传统保险销售人力成本较高，保险代理人专业能力不强；保险的同质化严重，大部分保险产品存在功能不足的现象。互联网保险通过数字化手段提升销售效率，降低人力成本，同时注重产品创新和个性化定制，改善了传统保险的上述问题。
- 拓展营销渠道，提高销售的效率，降低渠道成本。**传统保险公司往往依赖于保险代理人进行销售，而互联网保险则通过线上销售渠道降低了销售成本，同时为保险公司提供了更广阔的市场空间。此外，互联网保险的数字化特性使得销售流程更加简单、高效，为消费者提供了更加便捷的购买体验。
- 互联网保险减少保险行业中乱象。**传统保险公司数量众多，但服务质量却跟不上脚步，而且保险行业中存在着严重的欺诈问题。互联网保险通过数字化手段提高了保险公司的管理效率，减少了中间环节，降低了欺诈风险，同时也提高了赔付效率。
- 保险传统核心系统无法满足业务开展要求，数据量庞大，业务繁杂，数据处理效率低下。**这倒逼企业加大数字化研发投入，通过“金融+科技”布局数字化转型。互联网保险的出现使得保险行业逐渐走向数字化转型，推动了整个行业的创新和进步。

## 劣势

互联网保险业务不够人性化，网络安全风险问题严重。互联网保险改变了业务员与客户面对面交流和交易的方式，对于客户的问题不能直接和形象的给出解释，对新产品的营销有一定影响。此外，互联网保险同样面临一些其他互联网金融产品的共性问题，比如支付安全、客户隐私信息保护等安全风险问题。

## 【众安在线各项费用占比】

众安在线各项支出占比较为稳定。2020-2022年众安在线赔付比例占总支出的50%左右，存在一定的下降趋势，这得益于互联网保险可以降低信息不对称和欺诈风险的经营特征。

图表 1 众安财险各项费用支出占总支出的比例

| 各项费用支出占比 | 2020    | 2021    | 2022    |
|----------|---------|---------|---------|
| 已发生净赔款   | 47.91%  | 51.89%  | 49.07%  |
| 手续费及佣金支出 | 7.68%   | 8.40%   | 7.89%   |
| 财务费用     | 1.27%   | 1.84%   | 1.69%   |
| 业务及管理费用  | 39.14%  | 34.61%  | 34.74%  |
| 其他支出     | 5.09%   | 3.96%   | 4.22%   |
| 总支出      | 100.00% | 100.00% | 100.00% |

数据来源：iFinD

## 【经营指标定义与计算方法】

图表 2 经营指标定义与计算方法

| 指标名称     | 指标类型       | 计算方法   |
|----------|------------|--|
| 保险业务收入   | 保险公司统一经营指标 | 与利润表保持一致   |
| 净利润      |            | 与利润表保持一致   |
| 总资产      |            | 与利润表保持一致   |
| 净资产      |            | 与利润表保持一致   |
| 保险合同负债   |            | 未到期责任准备金、未决赔款准备金、寿险责任准备金和长期健康险责任准备金  |
| 基本每股收益   |            | EPS  |
| 净资产收益率   |            | ROE  |
| 总资产收益率   |            | ROA  |
| 投资收益率    |            | $(\text{投资收益} + \text{公允价值变动损益} + \text{汇兑损益} - \text{投资资产减值损失} - \text{投资业务的税金及附加} - \text{利息支出}) \div \text{报告期资金运用平均余额} \times 100\%$   |
| 综合投资收益率  |            | $(\text{投资收益} + \text{公允价值变动损益} + \text{汇兑损益} + \text{可供出售金融资产的公允价值变动净额} - \text{投资资产减值损失} - \text{投资业务的税金及附加} - \text{利息支出}) \div \text{报告期资金运用平均余额} \times 100\%$                          |
| 综合成本率    | 效益类指标      | $(\text{赔付支出} + \text{未决赔款准备金变动额} - \text{摊回赔付支出} + \text{业务及管理费} + \text{手续费及佣金} + \text{分保费用支出} + \text{承保业务的税金及附加} - \text{摊回分保费用}) \div (\text{自留保费} - \text{未到期责任准备金变动额}) \times 100\%$ |
| 综合费用率    |            | $(\text{业务及管理费} + \text{手续费及佣金} + \text{分保费用支出} + \text{承保业务的税金及附加} - \text{摊回分保费用}) \div (\text{自留保费} - \text{未到期责任准备金变动额}) \times 100\%$   |
| 综合赔付率    |            | $(\text{赔付支出} + \text{未决赔款准备金变动额} - \text{摊回赔付支出}) \div (\text{自留保费} - \text{未到期责任准备金变动额}) \times 100\%$   |
| 手续费及佣金占比 |            | $\text{手续费及佣金支出} \div \text{保费收入}$   |
| 业务管理费占比  |            | $\text{业务管理费} \div \text{保费收入}$  |

注：报告期资金运用平均余额=(期初资金运用余额+期末资金运用余额)/2,计算时应扣除独立账户的投资资产及其投资收益

## 【互联网保险年保费收入】

| 指标名称       | 互联网      |        |          | 原保险       |           |           |           |          |          |
|------------|----------|--------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|
|            | 总额       | 财产险    | 人身险      | 全行业总额     | 财产险       | 人身险       | 寿险        | 健康险      | 人身意外险    |
| 2005-12-31 |          |        |          | 4,928.40  | 1,283.49  | 3,696.49  | 3,245.30  | 309.83   | 141.36   |
| 2006-12-31 |          |        |          | 5,640.15  | 1,510.04  | 4,130.10  | 3,590.39  | 376.97   | 162.74   |
| 2007-12-31 |          |        |          | 7,033.40  | 1,997.77  | 5,035.63  | 4,462.92  | 382.47   | 190.24   |
| 2008-12-31 |          |        |          | 9,784.10  | 2,336.71  | 7,447.39  | 6,658.37  | 585.46   | 203.56   |
| 2009-12-31 |          |        |          | 11,137.30 | 2,875.83  | 8,261.47  | 7,457.44  | 573.98   | 230.05   |
| 2010-12-31 |          |        |          | 14,527.97 | 3,895.64  | 10,632.33 | 9,679.51  | 677.47   | 275.35   |
| 2011-12-31 | 31.91    | 21.71  | 10.32    | 14,339.25 | 4,617.82  | 9,721.43  | 8,695.59  | 691.72   | 334.12   |
| 2012-12-31 | 110.70   | 100.90 | 9.80     | 15,487.93 | 5,330.93  | 10,157.00 | 8,908.06  | 862.76   | 386.18   |
| 2013-12-31 | 318.40   | 263.89 | 54.50    | 17,222.24 | 6,212.26  | 11,009.98 | 9,425.14  | 1,123.50 | 461.34   |
| 2014-12-31 | 858.90   | 505.70 | 353.20   | 20,234.82 | 7,203.38  | 13,031.44 | 10,901.69 | 1,587.18 | 542.57   |
| 2015-12-31 | 2,233.96 | 768.36 | 1,465.60 | 24,282.52 | 7,994.97  | 16,287.55 | 13,241.52 | 2,410.47 | 635.56   |
| 2016-12-31 | 2,299.00 | 502.00 | 1,796.70 | 30,959.10 | 8,724.50  | 22,234.61 | 17,442.22 | 4,042.50 | 749.89   |
| 2017-12-31 | 1,876.00 | 493.49 | 1,383.20 | 36,581.01 | 9,834.66  | 26,746.35 | 21,455.57 | 4,389.46 | 901.32   |
| 2018-12-31 | 1,889.00 | 695.38 | 1,193.20 | 38,016.62 | 10,770.08 | 27,246.54 | 20,722.86 | 5,448.13 | 1,075.55 |
| 2019-12-31 | 2,694.00 | 838.62 | 1,857.70 | 42,645.00 | 11,649.00 | 30,995.00 | 22,754.00 | 7,066.00 | 1,175.00 |
| 2020-12-31 | 2,908.75 | 797.95 | 2,110.80 | 45,257.34 | 11,928.58 | 33,328.75 | 23,981.93 | 8,172.71 | 1,174.11 |
| 2021-12-31 | 3,778.70 | 862.00 | 2,916.70 | 44,900.17 | 11,671.11 | 33,229.06 | 23,571.85 | 8,447.02 | 1,210.19 |
| 2022-12-31 |          |        |          | 46,957.18 | 12,712.38 | 34,244.80 | 24,518.63 | 8,652.94 | 1,073.23 |

单位（亿元）

## 【互联网保险保费收入增长】

| 指标名称 | 保费收入     |        |          | 保费收入同比增长 |        |        |
|------|----------|--------|----------|----------|--------|--------|
|      | 互联网保险总额  | 财产险    | 人身险      | 互联网保险总额  | 财产险    | 人身险    |
| 2011 | 31.91    | 21.71  | 10.32    |          |        |        |
| 2012 | 110.70   | 100.90 | 9.80     | 246.87   | 364.86 | -5.08  |
| 2013 | 318.40   | 263.89 | 54.50    | 187.62   | 161.53 | 456.00 |
| 2014 | 858.90   | 505.70 | 353.20   | 195.00   | 114.00 | 550.00 |
| 2015 | 2,233.96 | 768.36 | 1,465.60 | 160.10   | 51.94  | 315.00 |
| 2016 | 2,299.00 | 502.00 | 1,796.70 | 3.00     | -47.55 | 22.60  |
| 2017 | 1,876.00 | 493.49 | 1,383.20 | -20.20   | -1.75  | -23.00 |
| 2018 | 1,889.00 | 695.38 | 1,193.20 | 0.69     | 40.91  | -13.70 |
| 2019 | 2,694.00 | 838.62 | 1,857.70 | 42.62    | 20.60  | 55.70  |
| 2020 | 2,908.75 | 797.95 | 2,110.80 | 7.97     | -4.85  | 13.60  |
| 2021 | 3,778.70 | 862.00 | 2,916.70 | 29.91    | 8.00   | 38.20  |

单位（亿元）

## 【互联网保险渗透率】

|      | 互联网保险渗透率（%） | 互联网财产险渗透率（%） | 互联网人身险渗透率（%） |
|------|-------------|--------------|--------------|
| 2011 | 0.22%       | 0.47%        | 0.11%        |
| 2012 | 0.71%       | 1.89%        | 0.10%        |
| 2013 | 1.85%       | 4.25%        | 0.50%        |
| 2014 | 4.24%       | 7.02%        | 2.71%        |
| 2015 | 9.20%       | 9.61%        | 9.00%        |
| 2016 | 7.43%       | 5.75%        | 8.08%        |
| 2017 | 5.13%       | 5.02%        | 5.17%        |
| 2018 | 4.97%       | 6.46%        | 4.38%        |
| 2019 | 6.32%       | 7.20%        | 5.99%        |
| 2020 | 6.43%       | 6.69%        | 6.33%        |
| 2021 | 8.42%       | 7.39%        | 8.78%        |

## 【互联网保险行业融资情况】

|      | 互联网保险融资数量（件数） | 互联网保险融资金额（亿元） |
|------|---------------|---------------|
| 2016 | 88            | 38.37         |
| 2017 | 71            | 28.03         |
| 2018 | 59            | 681.18        |
| 2019 | 42            | 83.54         |
| 2020 | 37            | 123.13        |



数据来源：艾媒数据中心

### 【营销数量】

| 指标名称       |      | 保险营销员人数:中国人保 | 保险营销员人数:中国人寿 | 保险营销员人数:中国太保 |
|------------|------|--------------|--------------|--------------|
| 2006-12-31 | 2006 |              | 650,000.00   |              |
| 2007-12-31 | 2007 |              | 638,000.00   |              |
| 2008-12-31 | 2008 |              | 716,000.00   | 224,000.00   |
| 2009-12-31 | 2009 |              | 777,000.00   | 254,000.00   |
| 2010-12-31 | 2010 |              | 720,200.00   | 280,000.00   |
| 2011-12-31 | 2011 |              | 685,000.00   | 292,000.00   |
| 2012-12-31 | 2012 |              | 693,000.00   | 295,000.00   |
| 2013-12-31 | 2013 |              | 653,000.00   | 286,000.00   |
| 2014-12-31 | 2014 | 106,972.00   | 743,000.00   | 344,000.00   |
| 2015-12-31 | 2015 | 141,672.00   | 979,000.00   | 482,000.00   |
| 2016-12-31 | 2016 | 189,261.00   | 1,495,000.00 | 653,000.00   |
| 2017-12-31 | 2017 | 255,908.00   | 2,025,000.00 | 874,000.00   |
| 2018-12-31 | 2018 | 245,567.00   | 1,700,000.00 | 847,000.00   |
| 2019-12-31 | 2019 | 391,099.00   | 1,848,000.00 | 790,000.00   |
| 2020-12-31 | 2020 | 414,255.00   | 1,458,000.00 | 749,000.00   |
| 2021-12-31 | 2021 | 185,944.00   | 890,000.00   | 525,000.00   |
| 2022-12-31 | 2022 | 97,371.00    | 729,000.00   | 279,000.00   |