

数字化背景下金融科技赋能保险行业的前景展望：



团队成员：杨西瑞 沈钰朦 张中伟 陈庆芳 周思文

目录

前言	4
1 行业概览	5
1.1 人寿险迎来大变局	5
1.2 养老将成为保险行业一大主旋律	5
1.3 金融科技初步渗透保险行业	6
2 竞争格局	7
2.1 行业主要参与者介绍	7
2.2 行业数字化转型类型分析	8
2.2.1 太平洋保险	8
2.2.2 中国平安	9
2.2.3 中国人寿	9
3 行业表现	10
3.1 金融科技在保险行业的相关运用	10
3.1.1 产品设计	10
3.1.2 渠道营销	10
3.1.3 运营管理	11
3.2 保险头部企业表现	11
3.2.1 中介经销商：保险经纪&保险专业代理等	11
3.2.2 监管与行业基础设施：中国银保信、保交所、中保登等	11
3.2.3 底层技术推动者：金融 IT 服务商等	11
4 投资机会	12
4.1 科技赋能——保险业未来展望	12
4.1.1 供给端	12
4.1.2 营销端	13
4.1.3 空间测算	14
4.1.4 核保端	14
4.2 个人养老金市场不断扩容，保险+服务构建独特竞争优势	15
5 风险管理	16
5.1 道德风险	16
5.1.1 传统道德风险加剧	16
5.1.2 数据隐私安全问题引发公众信任危机。	16
5.1.3 信誉风险加剧	16
5.2 宏观环境的影响	16
5.2.1 疫情扩散超市场预期	16
5.2.2 宏观经济复苏低于预期	16
5.2.3 监管政策趋严	17
5.3 科技转型不达预期	17
引用	18

图表目录

图 1-1	保险行业三大支柱占比图	5
图 1-2	全国企业年金和参保职工数	6
图 1-3	养老保险三大支柱细分图	6
图 1-4	保险科技对行业的作用机制	6
图 2-1	2014-2022 年中国原保险保费收入及增长率（单位：万亿元，%）	7
图 2-2	中国太保 18 年起转型带动投入效率改善	9
图 2-3	中国平安 18 年起转型带动投入效率改善	9
图 3-1	数字化技术在核心环节中的应用	10
图 3-2	保险数字化省级架构示意图	10
图 3-3	保险数字化升级在产品设计中的应用与价值分析	10
图 3-4	中国平安构建客户经营漏斗模型	11
图 3-5	保险渠道数字化升级主要应用	11
图 3-6	2021 年中国保险业 IT 解决方案市场格局	12
图 3-7	2016-2024 年中国保险行业 IT 解决方案行业规模及增速	12
图 4-1	2019-2024 年保险数字化升级服务市场规模及增速	12
图 4-2	2020 年我国保险行业投入占比图	14
图 4-3	2023 年 2 月上市险金单月原保费增速明显回升	15
图 4-4	2023 年 2 月人保寿险单月长险首年保费同比+63%.....	15
图 4-5	中国平安养老市场商业模式图	16
表 1-1	全国人口年龄构成	
表 2-1	2022 年中国保险行业龙头企业	7
表 2-2	行业数字化转型类型分析	8



前言

党的二十大报告中提出：“加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合，打造具有国际竞争力的数字产业集群。”这为我国数字经济的发展明晰了目标，提出了具体要求，也提供了发展好数字经济的根本依据。国民经济伴随着新一轮科技革命和产业变革持续推进，数字经济已成为当前最具活力、最具创新力、最具辐射力的经济形态，是国民经济的核心增长极之一，也是促进保险业数字化转型和高质量发展的新动能力。保险行业从2013年至2017年保持着高速增长的气势，从2018年开始，由于各企业经营策略的差异，各公司开始有分化差异，近几年受市场变化和疫情的长期影响，行业的结构性分化越发的明显。在种种因素的影响下，如何把握时代机遇，寻找变局中的突破口，通过金融科技赋能保险行业成为了各大企业的核心课题。

1 行业概览

1.1 人寿险迎来大变局

我国目前是全球第二大保险市场，但是保险密度与深度和世界的差距还是很大：2020 年中国保险深度仅为 4.45%，保险密度 3233 元，同时国际水平分别为 7.3%，5700 元。这个差距意味着中国保险市场还有很大的发展潜力。

第七次人口普查数据显示，国内正面临国民寿命延长、人口老龄化、少子化、家庭规模缩小等问题，这些势必导致单一家庭风险承受能力减弱，服务需求的社会化，最终体现为社会整体保险需求上升。

地市级以上市场和发达市场对于人身险专业度要求越来越高：同时我国城市化发展稳步推进，高学历人群不断增长。根据第七次全国人口普查数据显示，我国城镇人口占 63.89%，比重与 2010 年相比上升 14.21 个百分点，城镇化建设取得历史性成就；我国具有大学文化程度的人口为 2.18 亿人，与 2010 年相比，每 10 万人中具有大学文化程度的由 8930 人上升为 15467 人。国家统计局数据显示，2021 年普通本专科招生数达到 1001.3 万人，人口素质正在不断提高。这些变化推动着人寿险行业从获客渠道到营销落地的全方位升级，以此来适应变化的市场。

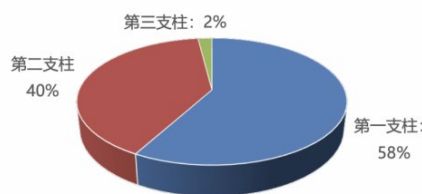
1.2 养老将成为保险行业一大主旋律

居民养老问题紧迫性日益严峻：截至 2021 年 5 月，我国 60 岁及以上老年人口达 2.64 亿，占总人口的 18.90%；65 岁及以上老年人口达 1.9 亿以上，占总人口的 13.5%。随着老龄化、少子化的趋势加速，加之抚养比上升，生育率下降，社保基金压力增大

表 1-1 全国人口年龄构成

年龄	人口数	比重
总计	141177824	100.00
0-14岁	23383938	17.95
15-59岁	894376020	63.35
60岁及以上	264018766	18.70
其中：65岁及以上	190635280	13.50

商业养老保险市场基础好：据中国保险行业协会发布的《中国养老金第三支柱研究报告》显示，虽然第一支柱养老保险基金及储备的总规模约有 10 万亿元，但到 2035 年将全部耗尽。而二支柱发展缓慢，覆盖率又有限，根据《2021 年度人力资源和社会保障事业发展统计公报》显示，仅 0.73% 的企业建立了企业年金制度，仅 3.54% 的就业人口拥有企业年金。参考海外经验，我国三支柱具备扩容潜力。因此我国鼓励更多社会资本参与社保体系。



资料来源：人社部、统计局、太平洋证券研究院整理

图 1-1 保险行业三大支柱占比图

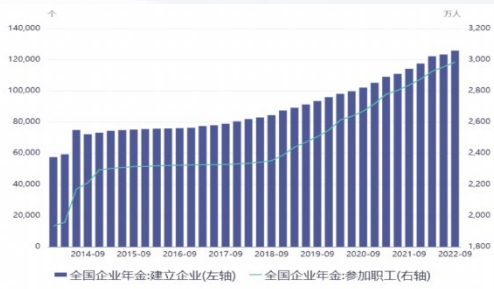


图 1-2 全国企业年金和参保职工数



图 1-3 养老保险三大支柱细分图

个人养老金制度刺激商业养老保险市场扩大：2022年4月国务院办公厅发布了关于推动个人养老金发展意见。2022年9月，银保监会发布《关于促进保险公司参与个人养老金制度有关事项的通知》。2022年12月1日，银保监会启动养老保险公司商业养老金业务试点，首批试点机构为人保养老保险、人寿养老保险、太平养老保险和国民养老保险。

1.3 金融科技初步渗透保险行业

政策端需求端双向数字化转型发力：政策端上，随着大数据、云计算、人工智能时代的到来，金融科技已经成为保险业可持续、高质量发展的新动力引擎。近年来国家政策更是频出，推动金融科技在保险业

的应用：《中国银保监会关于推动银行业和保险业高质量发展的指导意见》《关于推进财产保险业务线上化发展的指导意见》《中国银保监会办公厅关于引发推动财产保险业高质量发展三平行方案》等政策的出台，不断提升财产险公司的数字科技水平，提高数字化、线上化、智能化建设水平。

需求端上，这些都倒逼保险行业必须转型。从需求端来看，数字时代客户的行为和消费习惯早已发生转变。网络的普及，特别是移动支付的普及，使得居民消费习惯已经从线下转向线上。而经历了近三年的新冠疫情，线上生活已经成为居民消费中的首选。而小视频、网络直播的兴起，更是不断丰富网购业态，彻底挤压线下业态的生存空间。

科技创新为金融科技赋能保险业提供了应用支持：大数据、云计算、人工智能、物联网、区块链，五大核心科技为保险科技的落地运用提供底层支持。结合保险行业的落地场景，大数据、人工智能成为保险科技的主要驱动力。

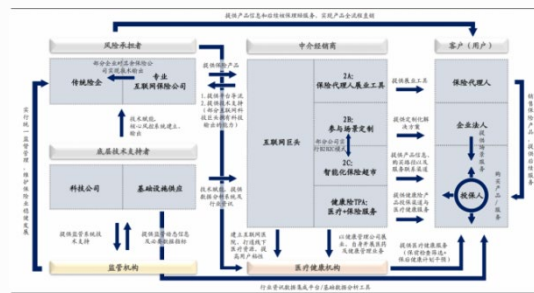


图 1-4 保险科技对行业的作用机制

2 竞争格局

2.1 行业主要参与者介绍

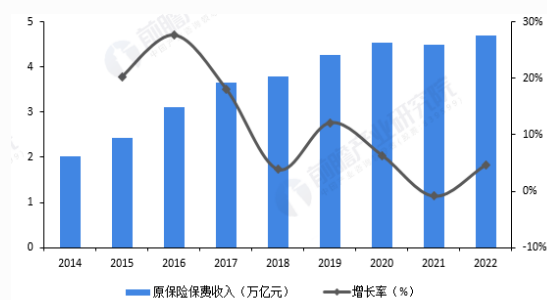
表 2-1 2022 年中国保险行业龙头企业

序号	名称	注册时间	上市时间	2022 年平均每季营业收入（单位：百万元）	市场份额
1	中国人寿保险（集团）公司	1949 年 10 月 20 日	2007 年 3 月 1 日	205063	33.29%
2	中国平安保险（集团）股份有限公司	1988 年	2003 年 6 月 30 日	290066	19.36%
3	中国太平洋保险（集团）股份有限公司	1991 年 5 月 13 日	2007 年 12 月 25 日	120140	11.55%
4	新华人寿保险股份有限公司	1996 年 9 月 28 日	2011 年 12 月 16 日	53579	6.58%

2022 年保险公司市场竞争格局变化较小，行业集中程度仍较高：前三大保险公司占据行业 64% 左右的市场份额，头部效应较明显。从经营数据来看，2022 年 1-9 月，我国保险业实现原保险保费收入 3.83 万亿元，其中人身险公司实现原保险保费收入 2.87 万亿元，财产公司实现原保险保费收入 0.97 万亿元。2022 年 9 月末，我国保险公司总资产 26.7 万亿元，较年初增加 1.82 万亿增长 7.32%。

随着我国保险行业监管制度体系不断完善，监管政策对于保险公司的规范经营与治理的要求不断提升，部分头部企业依托其在

品牌知名度、销售渠道、产品体系等方面的优势，在市场波动较大的背景下仍能保持一定的市场份额，具有较强竞争力。



资料来源：银保监会 前瞻产业研究院

@前瞻经济学人APP

图 2-1 2014-2022 年中国原保险保费收入及增长率（单位：万亿元，%）

2.2 行业数字化转型类型分析

表 2-2 行业数字化转型类型分析

	太平洋保险	中国平安	中国人寿
客户服务	<ul style="list-style-type: none"> • 交互界面、小程序 • 智能保险顾问 • 首创远程投保新模式 • 加强客户体验评估工具 NPS 	“i 深圳”等 APP	App 端、微信端融合交互的轻量级聚合平台
内部运营	远程协同办公平台 智能移动终端	<ul style="list-style-type: none"> • 建立数字化大中台 • 总部直控平台 • “4D (Direct)” 数字化经营 	
数据处理	大数据体系建设	全域因子数据库	<ul style="list-style-type: none"> • 优化数据管理体系 • 全新自主掌控的分布式数字基座 • CLIMB 平台 • 数字化运营服务矩阵
营销模式		互联网营销	

2.2.1 太平洋保险

在**客户服务**上，不断优化客户界面，为客户提供端到端的交互平台：“中国太保”App 集自助投保、自助续保、自助保全、自助查勘等功能于一体；“中国太保”微信服务号提供贷款、回访等自助服务及社交活动功能。同时推出保险行业首款智能保险顾问“阿尔法保险”。“阿尔法保险”基于太保 1.1 亿保险客户数据积累，通过 6 组问题，从 5 个维度建模，构建个性化的家庭保险保障计划并提供建议。2017 年 9 月~12 月，阿尔法保险的累计访问用户超过 440 万。此外，太保还首创远程投保新模式“云投保”，将移动展业场景与智能手机、

远程电子签名技术创新融合，实现远程投保。同时也加强客户体验评估工具 NPS（客户净推荐值）跟踪，不断优化客户体验和服务效率。

在**内部运营**上，中国太保正式启动自主研发智慧办公一体化平台——远程协同办公平台（企业内部数字化），旨在通过技术创新对传统工作方式进行重构，加速员工工作方式智能化进程。在 B 端，太保推出“神行太保”智能移动终端，使营销员能够迅速帮助客户完成全部投保和缴费流程，同时保证客户在办理投保业务时清晰地看到每一步骤，避免销售误导，提升用户体验。

在**数据处理**上，中国太保加快推进大数据

体系建设，一云多芯新云顺利已建成投产，数据管理能力持续夯实。

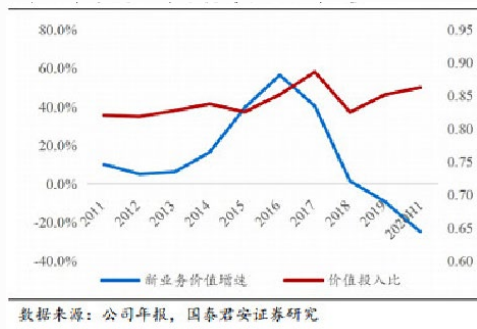


图 2-2 中国太保 18 年起转型带动投入效率改善

2.2.2 中国平安

在**内部运营**上：建立数字化大中台，将大数据技术运用于寿险日常的经营与管理中，一方面构建“先知、先觉、先行”的总部直控平台，另一方面在全域范围内建立更为有效的销售作业模式及精细化的活动量管理，从而提升代理人的活动率。中国平安改革提出“4D (Direct)”数字化经营，即直达机构、直达营业部、直达代理人和直达客户，通过数字化的具体应用帮助前线部门提升活率。

在**营销模式**上：互联网新业态，提供满足互联网用户阅读与消费习惯的线上营销。

在**数据处理**上，在大数据底层构建 AI 智能模型，打造画像图谱体系，建立全域因子数据库。



图 2-3 中国平安 18 年起转型带动投入效率改善

2.2.3 中国人寿

在**客户服务**上：打造 App 端、微信端融合交互的轻量级聚合平台——国寿联盟，为客户提供一站式高品质综合服务体验，并通过引入语音识别技术、自然语言理解技术、多轮对话技术等多重技术能力，全天候为客户提供服务。

在**数据服务**上：推出 CLIMB 平台。覆盖投资数据分析、投资过程管理和投资数据管理，涵盖关键业务环节，实现投资业务的精细化管理、自动化运营和数量化决策。标志着中国人寿形成了独具个性的数字化运营服务矩阵，有效实现资产及投资风险管控。中国人寿寿险公司全面完成核心业务系统架构转型，成功构筑全新自主掌控的分布式数字基座，实现数据处理能力提升 2 倍，单位空间存储利用率提升 3 倍，单位空间计算利用率提升 266%，降本增效、绿色低碳成效显著，信息技术应用创新连续两年行业领先。

3 行业表现

3.1 金融科技在保险行业的相关运用

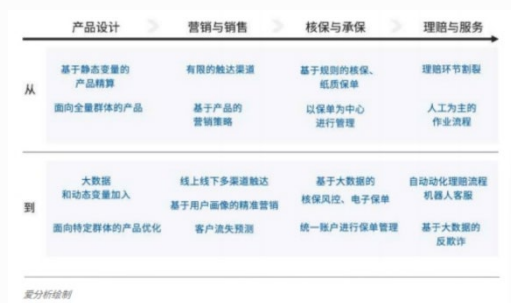


图 3-1 数字化技术在核心环节中的应用

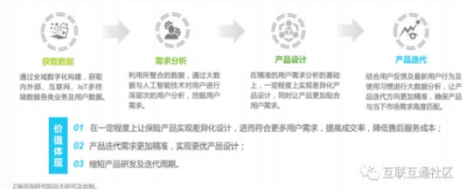


图 3-2 保险数字化省级架构示意图

3.1.1 产品设计

传统的保险产品分类单一，同质化严重，创新性缺失。因此我们可以通过移动端，物联网设备等多方终端数据采集，再利用大数据和 AI 技术对客户需求进行深入的剖析，进而可以改善上述问题。同时因全域数字化建设构建尚处于初期，我们无法形成全面自动化适配个人所需的保险产品的系统，因此保险产品去同质化尚处于基础阶段，目前可将产品的条款责任、规则等信息进行功能封装，结合用户需求进

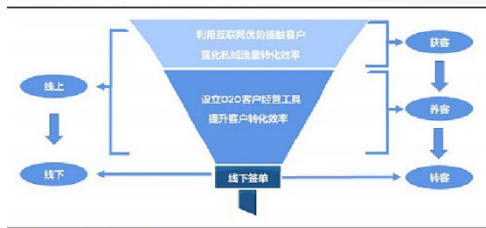
行组合配置，进一步实现产品组装与上线，做到最大程度缩短产品迭代周期，优化产品差异化配置，最大程度的满足了用户需求。



3-3 保险数字化升级在产品中的应用与价值分析

3.1.2 渠道营销

渠道营销数字化升级是当前保险行业数字化升级的重点目标，随着近年来互联网保险渠道的迅速发展，保险需求呈现出高速增长，高峰值以及灵活多变的特征，同时当前保险公司的营销渠道数字化也已经在原来网络销售平台的基础上通过对接第三方经代渠道以及数字化手段赋能代理人团队等方式，来实现多渠道数字化改造目标。另外，保险的渠道数字化转型并不只是简单的对接互联网流量，高效的互联网渠道在打开保险行业增量市场的同时也能够提供更加简化保险条款、更加便捷的保险全流程体验，除此之外对互联网渠道数据的汇总、分析和价值提炼也能将进一步优化运营流程、提高运营效率、增强用户体验。



数据来源：国泰君安证券研究

图3-4 中国平安构建客户经营漏斗模型图

图 3-4 中国平安构建客户经营漏斗模型



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

图 3-5 保险渠道数字化升级主要应用

3.1.3 运营管理

运营管理方面，保险公司愈发强调建设集成化、低时延、开放式的核心运营中台。2015 年起，借鉴欧美互联网公司模式，传统险企

启动“大中台，小前台”战略，部分前台功能转移至中台，便于多项前台业务单元共享、复用。新型中台以集成式、低时延的运营结构对各前台业务进行支撑。此外，伴随行业参与主体多元化，开放式保险生态的概念逐渐在行业内达成共识。利用 API 接口连接各种前端和生态的中台建设正在不断推进。

3.2 保险头部企业表现

头部保险公司逐步建立起监管、行业、企业多方联动的数据治理体系。专业互联网保险公司可实现全业务流程线上化，通过第三方渠道引流，对长尾和年轻客群把握

能力更强。

3.2.1 中介经销商：保险经纪&保险专业代理等

中介机构凭借革新技术逐渐以专业化角色介入产品和服务。除分销业务，保险中介向后端核心与增值服务等领域渗透。健康险相关保险公司与医疗科技公司开展合作，例如开发可穿戴设备，或通过“保险经纪+TPA”模式将保险支付与医疗与健康管理服务有机结合，通过改变对信息的采集、分析和使用方式，提供更准确、安全、高效、直观的健康险服务。

3.2.2 监管与行业基础设施：中国银保信、保交所、中保登等

我国保险监管科技起步较晚，行业基础设施建设落后于银行与证券行业。目前行业设有中国银保信、中保登、上海保交所等行业基础设施，各部门均尝试通过新兴技术手段推动行业向标准化、科技化转型，提高监管与市场效率。

3.2.3 底层技术推动者：金融 IT 服务商等

核心业务系统改造仍是保险 IT 市场最主要业务构成，市场规模稳步扩张。2021 年中国保险业 IT 解决方案市场规模达到 101.2 亿元人民币，同比增长 19.6%，从细分市场结构来说，寿险与财险核心业务系统改造占据最大比例。



图 3-6 2021 年中国保险业 IT 解决方案市场格局



图 3-7 2016-2024 年中国保险行业 IT 解决方案行业规模及增速

4 投资机会

4.1 科技赋能——保险业未来展望

得益于高新技术的发展与行业政策的支持，国内保险机构积极探索信息技术创新应用，利用金融科技助力自身发展，将“保险+科技”提高至战略高度，力争在数字化转型过程中实现效益优化与产业升级。

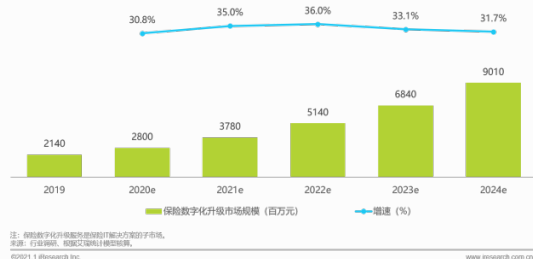


图 4-1 2019-2024 年保险数字化升级服务市场规模及增速

保险行业数字化转型未来将沿着以下四个方面不断发展：

4.1.1 供给端

（一）产品研发在数字化转型的过程中，呈现向险种细化与范围扩大两大维度发展的趋势

1. 险种细化：为打破保险产品标准化、同质化现状，实现保险产品在不同情境下的灵活应用，各大保险机构将目光转向细分市场，借助智能风控系统研发更符合消费者保障需求的保险产品。保险机构运用云计算、大数据等技术对海量数据进行分析，针对细分市场打造更精确的定价模型，满足客户消费预期与服务体验。目前保险市场所推出的碎屏险、航延险与外卖险等细分保险产品正以其专一应用特点和合理定价，迎合消费者需求，扩张保险细分市场。随着数字化对保险行业的逐渐渗透，险种细化发展也将成为保险业优化的重要内容。

2. 保险范围扩大：在科技赋能之下，保

险风控日益成熟，保险行业将扩大对健康咨询、药物管控以及互联网服务方面的投保范围。同时，开通线上服务模式也成为各大保险机构借助数字化提升服务水平的赛道。通过增值服务与线上保险服务的推广，发展便利与普惠，使更多投保人享受数字化带来的福利。

（二）商业模式呈现产业赛道日渐清晰与资源集中化的特征

1. 第三方介入，保险科技优化商业模式。

鉴于长期性、服务滞后性、强管制性等特点，保险业自身转型难度较大，无法迅速完成新渠道对接与新技术改革。而随着保险科技的深入，第三方中介、技术供应商以及监管主导的行业数字化基础设施建设公司都将参与进来，推动保险商业模式向更加多元化、专业化的方向发展，也使得各个赛道的边界更加清晰。

2. 赛道内资源将继续向头部企业集中。

保险科技产业链收入来源最终指向与投保人直接发生保费交易的保险公司，而相比于腰部企业，头部企业拥有更丰富的保险公司客源，在技术基础具有相对优势的情况下，未来赛道头部企业的技术服务将更有机会嵌入保险公司产业环节，提高保险公司与技术第三方建立合作关系后的切换成本，借助虹吸效应实现资源聚集。对于保险公司本身而言，马太效应依旧存在，头部上市险企自身强大的数据与渠道资源支持以及对布局的灵活把控能力将成为其在科技化转型过程中的重大助力。

4.1.2 营销端

保险数字化营销核心“铁三角”定律

1. 从接触式逐渐转化为非接触式，保险业的营销模式转型升级。受 2020 年疫情的影响，险企迫于压力，为代理人进行数字化赋能，通过各种线上渠道缓解保险代理人的获客压力。该营销方式在一定程度上推动了保险业数字化转型，为各险企大力发展线上渠道埋下伏笔。未来，各保险业有望通过与流量平台的合作，运用大数据精准获客，在降低营销成本的同时实现流量变现。

2. 数字化保险营销中多方合作的趋势将日渐加深。

为提升用户增销和交叉销售的机会，搭乘数字化快车，保险企业将与流量平台、专业第三方数据平台展开深度合作。通过观察网络用户在流量平台的互动轨迹及其感兴趣的产品，第三方数据平台对用户储存标签，划分群组，再利用大数据为其画像，分析其适用的保险产品。而当该险种推出升级产品或配套产品，保险机构便针对特定对象精准投放广告推送，从而实现流量的高效率转化。

3. 公域、私域、商域流量的转化，多管齐下，环环相扣，汇聚客源。

流量平台在抢占数字化先机的过程中发挥至关重要的作用。而相比于接触性营销，非接触性营销存在科普性欠缺及数据转化率低的弊端，因此，建立公域、私域、商域间流量转化体系将成为数字化保险业升级营销模式的新途径。存量用户运营时代已经是大势所趋，无论是短视频、问答、自媒

体还是直播等形式，都通过干货、福利以及趣味性内容激发客户的好奇心理。险企在此过程中通过用户触达——用户引流——客户分析——下单交易——客户追踪等环节实现长期运营目标。险企需积极与用户展开互动，落实产品推广、客户教育等环节，在维护现有流量客群的基础上不断吸纳新的潜在用户，逐步提高用户粘性和大数据转化率。

4.1.3 空间测算

空间测算的深度与广度蕴藏无限潜能。

1. 保险科技行业方兴未艾，未来市场空间广阔。银保监会披露数据显示，2020年我国保险行业信息科技总投入351亿元，占总营业收入的0.63%。其中，直保公司信息科技投入平均占比为0.65%，大中型保险公司平均占比为0.56%，微型保险公司平均占比为1.59%。保险业数字化已初见成效，而科研投入仍然有待提高。中国保险行业协会发布的《保险科技“十四五”发展规划》指出，要推动实现行业平均保险信息技术投入占营业收入比率超过1%，其中大中型保险公司保险信息技术投入占比超过1%，微型保险公司占比超过1.8%。因此，以保费收入作为衡量基数，囊括保险中介产业科技化投入，预计中长期保险科技化产业收入大概占行业保费收入比的1.5%—2%左右。考虑到我国保费收入增长进入平台期，以5%复合增速计算，预计2030年行业保费总收入将达到6.97万亿元，对应我国保险科技市场规模约达1045-1393亿元。

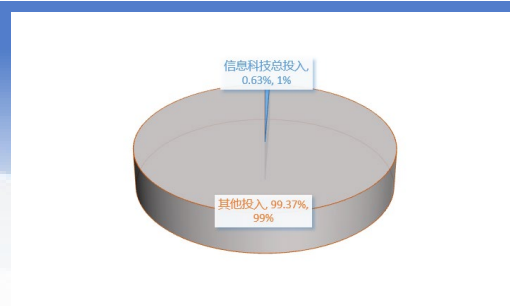


图 4-2 2020 年我国保险行业投入占比图

2. 保险业科技渗透加深。对比于银行、券商等金融机构，保险业科技运用的成效与覆盖率不占优势。

4.1.4 核保端

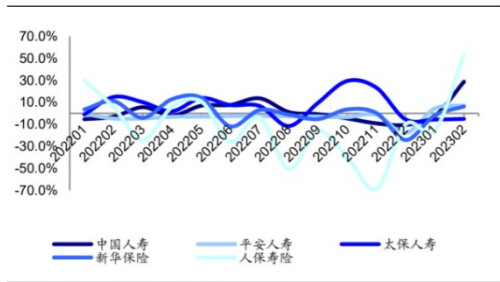
智能定损，AI 赋能核保环节，非现场验标查勘已成趋势，简化流程，规范理赔，给客户带来更好的投保体验。

1. 非现场验标查勘已成趋势，深度运用人工智能完善全程服务线上化。查勘和定损是核保环节的关键部分。未来，线上智能定损将成为核保形式的大方向。对于事故责任明确，风险等级低，且客户在第一现场并选择报案的小额案件，客户可以自助进行事故现场的信息采集与影像资料传输，经后台快速定损赔付。随着与保险科技的深度融合，非现场验标查勘的客户理赔服务将会朝着更优质的方向发展。

2. 丰富智能定损应用范围，实现精细化管控和风险识别。目前，AI 定损在车险领域初见成效，往后还将拓展到人伤害险，对接医疗库数据和本地赔付数据，自动计算赔款参考金额，协助人伤相关案件的处理。随着科技覆盖范围更广，越来越多险

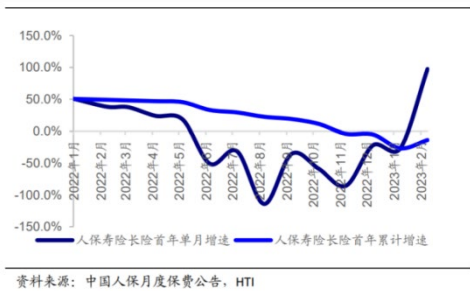
种的核保环节被纳入线上理赔，将来保险业核保端将留简去繁，进一步优化服务。

4.2 个人养老金市场不断扩容，保险+服务构建独特竞争优势



资料来源：上市保险公司月度保费公告，HTI

图 4-3 2023 年 2 月上市险金单月原保费增速明显回升



资料来源：中国人保月度保费公告，HTI

图 4-4 2023 年 2 月人保寿险单月长险首年保费同比+63%

2023 年初，随着养老保险政策的逐步推进以及金融科技在保险领域的深入发展，保险的参保人数和缴费金额出现了较大增幅，这让我们看到了关于养老保险相关政策的成效以及未来的发展潜力。

2022 年 11 月 25 日人社部、财政部、税务总局官网公布了 36 个人养老金先行城市或地区，试点正式落地实施。截至 2022 年底，个人养老金参加人数 1954 万人，缴费人数 613 万人，总缴费金额 142 亿

元。

“保险+养老+科技”服务生态建设将提升保险公司在商业养老市场的竞争优势。中国平安推出一站式居家养老服务，通过科技手段实现智能管家、生活管家、医生管家，以“三位一体”管家实现 7×24 小时服务客户。目前，中国平安正围绕政府、用户、服务方、支付方、科技五个发力点打造医疗生态圈，实现通过医疗养老服务赋能保险销售的目的。平安好医生，作为保险业与医疗行业联手打造的居家医疗养老的线上平台，在智慧医疗方面取得一定成果。围绕着“健康+医疗”这一核心主题，平安好医生采用多方机构合作的运营方式，推进保险与医疗相结合的数字化进程。其中，平安医疗科技研究院等科研平台提供技术支撑；平安好医生占据用户及线上服务端，依托自有医疗团队及自主研发的 AI 辅助诊疗系统，向用户提供及时的、高质量的线上医疗服务；支付端则由平安人寿、平安养老险、平安医疗科技、平安健康险保障服务，打出医疗与保险的组合拳；重中之重，平安智慧医疗对接政府端，同时占据线下医疗服务端，实现监管部门、医疗机构、医务人员、社会公众的互联互通，打造科学化、规范化的智慧医疗服务模式，为居家养老提供更便利的条件。截至 2022 年 12 月 31 日，平安居家养老服务已覆盖全国 32 个城市，服务项目超 500 项，超 2 万名客户获得居家养老服务资格。

随着两者结合的深入，各端服务越来越便捷，服务质量和速度显著提升，信息交互程度更高，在经济复苏的背景下，各保险

的缴费金额也逐渐增加，由于我国老龄化的逐渐加重，在未来没有系统风险出现的前提下，保险行业在互联网的融合下将迎来大幅上升期，行业未来发展潜力巨大。

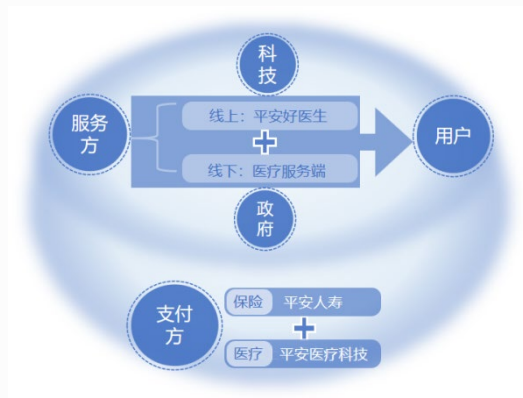


图 4-5 中国平安养老市场商业模式图

5 风险管理

5.1 道德风险

5.1.1 传统道德风险加剧

互联网保险通过网络进行承保，缺少面对面详谈的环节，对投保人主动告知义务有更高的要求，可能导致恶意投保人骗保。在理赔阶段，若被保险人或者受益人刻意制造保险事故，或者在事故发生后不及时采取止损措施，互联网保险公司将难以确保投保人所提交的电子证明材料的真实性，无法做到有效求证，从而增加欺诈风险，产生法律纠纷。

5.1.2 数据隐私安全问题引发公众信任危机。

作为金融服务提供商，行业内公司涉及大

量客户敏感信息及数据。第三方的网络攻击或技术故障导致的信息泄露、篡改、损害可能引发公众信任危机，对行业公司产生重大不利影响。

5.1.3 信誉风险加剧

在互联网和社交媒体的加持下，舆论信息传播的速度呈指数型增长，而保险业务向来容易产生争议纠纷，一旦产生负面舆情，将会在线上迅速扩散，降低互联网保险公司的社会评价，进而影响公司的整体运营。目前我国的互联网保险公司大多借助第三方网络平台进行产品推广与在线销售，且普遍存在夸张的宣传和虚假承诺问题，而误导销售所产生的风险极易传导给相连接的互联网保险公司，造成声誉损失。

5.2 宏观环境的影响

5.2.1 疫情扩散超市场预期

若二轮疫情群体免疫效果低于预期，社交距离的再次限制或将使得传统营销队伍步入保障型业务销售受阻——队伍收入下滑——新增入口受限——新单回落的负向循环影响。同时新冠肺炎疫情变异毒株反复也将拖累资产端权益市场表现和长端利率水平，进而拖累寿险公司估值水平和投资收益。

5.2.2 宏观经济复苏低于预期

若放开后，宏观经济持续无法恢复至疫情前，甚至是放开前的平均水平，则对长端利率和权益市场产生较大压制，拖累寿

险板块估值。

5.2.3 监管政策趋严

互联网保险及保险数据分析相关行业监管进一步收紧，若监管部门对行业相关规则或其对规则如何应用的解释进行重大修改，产业内公司业务可能会受到不利影响。

5.3 科技转型不达预期

相较于银行、券商等金融行业，保险行业标准化程度较低，数字化转型步伐相对缓慢，单纯的“技术转型”式创新成果由于缺乏行业洞察可能在实际应用推广中效果不达预期。

引用

胡翔、葛玉翔、朱洁羽.保险 II 行业深度报告：个人养老金箭在弦上，险企细则

谋篇蓝海市场[R].东吴证券，2022:12-14

徐康，洪锦屏.保险行业 2023 年度投资策略：周期号角吹响，寿险伺机待发。[R].

华创证券，2022:8-10

许超.保险行业深度：如何布局个人养老金落地？[R].太平洋证券，2022:16-18 孙

寅 徐一洲.

保险行业革故鼎新系列四：保险科技产业全景梳理.[R].兴业证券，2022:14-16 杨

东.监管科技:

金融科技的监管挑战与维度建构.[J].中国社会科学，2018(05).