



资本恋战“互联网+保险”

破局需求“痛点”求解盈利方程式

□本报记者 李超

互联网保险日益炙手可热。近两年，互联网保险的业绩翻倍增长，逐渐成为资本市场关注的投资“风口”，“成长的烦恼”也伴随而来。一方面，保费规模、保费增长率、展业机构数量、渗透率都创出新高；另一方面，多路资本入场竞逐互联网保险“蛋糕”。数据显示，2015年各类互联网保险业务主体融资总额超过70亿元。

风险投资机构人士表示，互联网保险尚在初级阶段，不管是渠道还是场景建设均还处于行业教育的过程。从数据来看，目前互联网保险业务呈现人身险增速较高、财产险业务渠道和业务结构相对单一的现象，互联网保险公司间的保费收入分化明显。在继续维持较高的整体增速预期情况下，业内人士认为，“场景化”将成为解决消费者需求“痛点”的关键，大数据技术也将发挥相应的作用，从渠道变革延伸到产品变革，互联网保险尚在探索盈利模式。未来，“保险场景+行业”的模式值得期待，但以“创新”为名的展业风险也不容忽视。

互联网保险在经历2014年的业务扩张后，在2015年继续取得高速增长。数据显示，2015年，互联网保险整体保费规模达2234亿元，同比增长160.1%，开通互联网业务的保险公司数量已超过100家。互联网保险的渗透率在2013年为1.7%，随后该指标在2014年变为4.2%，又在2015年升至9.2%。而2014年，中国互联网保险累计实现保费收入858.9亿元，同比增长195%。

曲速资本联合互联网保险观察网近日发布的《2016互联网保险行业研究报告》分析，互联网保险高速增长主要基于两方面的原因：一是由于理财型保险产品在第三方电商平台等网络渠道上的销售热度继续，同时，互联网车险保费收入增速处于一个明显的上升通道；

公开资料显示，慧择网、意时网、众安

然而，各路资本蜂拥而至，并不代表投资互联网保险一本万利。某风险投资机构负责人在接受中国证券记者采访时表示，互联网保险尚在初级阶段，不管是渠道还是场景建设均还处于行业教育的过程，待发展一定阶段成熟之后，才可以考虑跨界和其他很多服务相联系，进而演化为“生态化”的产品。

该人士表示，风险投资机构作为早期的投资者，本身就是以“高风险、高收益”的思路介入互联网保险项目，变现的方式比较多样化，主要还是看投入保险项目的方向和模式。“我们预计互联网保险项目的投资变现周期一般不会太短，也希望尽可能地降低投资风险。”而互联网保险入场者的能力和资源参差不齐，也为项目选择增加了难度。

从数据来看，互联网人身险和财产险的展

对于互联网保险发展中面临的展业瓶颈和竞争态势，相关机构已经开始谋划发挥自身优势的途径。“场景化”成为业内普遍认同的展业思路。中国证券记者从多位从事互联网保险业务的人士处了解到，无论是提供保险服务的平台类机构，还是尝试“触网”转型的保险公司，都考虑在“场景化”的基础上通过更多手段使保险更易于被消费者所接受。

蚂蚁金服保险事业部资深总监李冠如表示，中国的保险市场值得用小额、高频、碎片的保险来进行产品销售。目前，蚂蚁金服考虑在场景保险和平台保险两方面继续完善互联网保险服务，前者将体现在消费者购物、旅游、健康、娱乐等方面，后者则常备一些保险产品。此外，数据精算和技术平台也有待进一步利用。

李冠如认为，对于互联网保险而言，应当在场景中发现“痛点”，贴近消费需求，并利用数据优化产品改进相应的承保体验或进行理赔环节的风险管控，而除了常规的风险定价外，大数据还可以用于发现黑色产业链。未来，“保险场景+行业”的模式值得期待，可以体

现在电商领域、农村金融保险服务、O2O、旅行等领域。

京东金融保险业务相关负责人表示，在基于互联网的金融行业，用户已经不满足于简单的渠道便捷性，而是需要一种在特定场景化的需求满足。未来，金融平台可以根据自身所积累的优质大数据资源，依靠海量的用户画像，来拓展出更多的场景。在互联网保险推进模式上，可以根据大数据的精准性、动态性以及在此基础上构建的风控体系，结合传统保险企业优势的精算资源，与保险公司合作开发出费率更低，回报更高，能覆盖全生命周期、更贴合用户当前需求的保险产品。

业内人士认为，“互联网+传统行业”的核心逻辑是利用互联网降低传统行业成本或者提升传统行业的效率，互联网保险创业方向也是如此，应以提升保险产业链的信息化和效率、改善保险价值链的某一环节为创业方向。事实上，目前对于互联网保险主流模式尚无统一的标准和分类。

在商业模式仍在探索的阶段，互联网保险

二二是由于保险公司对于互联网渠道重视度大增，加大了拓展力度，尤其是中小保险公司转战互联网，寻求新的市场空间。

从资本关注的角度，互联网保险在近两年已成为“风口”。报告统计，从融资情况来看，截至2015年，互联网保险公司共发生23起融资事件，融资总金额超过70亿元人民币。其中，融资额达到百万级规模的有10起，达到千万级规模的有8起，达到亿级及以上规模的有5起。共有8家互联网保险公司获得第二轮及以上的投资。获得投资的互联网保险公司主要集中在上海和北京。具体按地区来看，北京有8家，上海11家，深圳3家，其他地方3家。

公开资料显示，慧择网、意时网、众安

保险、大特保、车车车险在2006年至2014年间相继跻身融资“亿元俱乐部”。业内人士分析，2016年互联网保险市场可能将见证整体融资并购金额超过50亿美元的局面，预计将有至少3家公司融资超过1亿美元，而互联网保险保费规模将在2015年的基础上再翻一番。

实际上，关注互联网保险“风口”机会的机构不仅限于风投。百度、阿里巴巴、腾讯、京东、携程旅行网、去哪儿等互联网公司，三泰控股、腾邦国际、京天利、焦点科技、高鸿股份、银之杰等保险业外的上市公司，以及包括保险公司和保险中介公司的业内机构，均纷纷布局相关业务，无论在业务合作还是投资方面，各类市场主体都展现出热情。

东吴证券分析师丁文韬表示，互联网保险难以切入高价值寿险业务，或面临发展瓶颈。

长期来看，受制于自身特性，互联网适合销售中短期理财险、车险、意外险等简单、高度标准化的保险产品，尚无法销售高价值的长期寿险。随着监管加强对中短期理财险的限制，互联网寿险增长预计将面临瓶颈，车险互联网化和基于旅行、在线交易安全等碎片化场景的创新产品将推动互联网财险保费保持较快发展。此外，专业互联网保险公司数量将不断扩容。

从保监会披露的行业数据来看，已经开业的互联网保险公司业绩已出现明显分化。财产

保险公司原保险保费收入方面，截至2月底，众安保险为39211.58万元，泰康在线为171.88万元，安心财险仅为0.47万元。而截至2015年底，众安保险、泰康在线的原保险保费收入分别为228304.23万元、43.57万元。

东吴证券分析师丁文韬表示，互联网保险

难以切入高价值寿险业务，或面临发展瓶颈。

长期来看，受制于自身特性，互联网适合销售中短期理财险、车险、意外险等简单、高度标准化的保险产品，尚无法销售高价值的长期寿险。随着监管加强对中短期理财险的限制，互联网寿险增长预计将面临瓶颈，车险互联网化和基于旅行、在线交易安全等碎片化场景的创新产品将推动互联网财险保费保持较快发展。此外，专业互联网保险公司数量将不断扩容。

对于互联网保险发展中面临的展业瓶颈和竞争态势，相关机构已经开始谋划发挥自身优势的途径。“场景化”成为业内普遍认同的展业思路。中国证券记者从多位从事互联网保险业务的人士处了解到，无论是提供保险服务的平台类机构，还是尝试“触网”转型的保险公司，都考虑在“场景化”的基础上通过更多手段使保险更易于被消费者所接受。

京东金融保险业务相关负责人表示，在基于互联网的金融行业，用户已经不满足于简单的渠道便捷性，而是需要一种在特定场景化的需求满足。未来，金融平台可以根据自身所积累的优质大数据资源，依靠海量的用户画像，来拓展出更多的场景。在互联网保险推进模式上，可以根据大数据的精准性、动态性以及在此基础上构建的风控体系，结合传统保险企业优势的精算资源，与保险公司合作开发出费率更低，回报更高，能覆盖全生命周期、更贴合用户当前需求的保险产品。

业内人士认为，“互联网+传统行业”的核心逻辑是利用互联网降低传统行业成本或者提升传统行业的效率，互联网保险创业方向也是如此，应以提升保险产业链的信息化和效率、改善保险价值链的某一环节为创业方向。事实上，目前对于互联网保险主流模式尚无统一的标准和分类。

在商业模式仍在探索的阶段，互联网保险

二三是由于保险公司对于互联网渠道重视度大增，加大了拓展力度，尤其是中小保险公司转战互联网，寻求新的市场空间。

从资本关注的角度，互联网保险在近两年已成为“风口”。报告统计，从融资情况来看，截至2015年，互联网保险公司共发生23起融资事件，融资总金额超过70亿元人民币。其中，融资额达到百万级规模的有10起，达到千万级规模的有8起，达到亿级及以上规模的有5起。共有8家互联网保险公司获得第二轮及以上的投资。获得投资的互联网保险公司主要集中在上海和北京。具体按地区来看，北京有8家，上海11家，深圳3家，其他地方3家。

公开资料显示，慧择网、意时网、众安

保险、大特保、车车车险在2006年至2014年间相继跻身融资“亿元俱乐部”。业内人士分析，2016年互联网保险市场可能将见证整体融资并购金额超过50亿美元的局面，预计将有至少3家公司融资超过1亿美元，而互联网保险保费规模将在2015年的基础上再翻一番。

实际上，关注互联网保险“风口”机会的机构不仅限于风投。百度、阿里巴巴、腾讯、京东、携程旅行网、去哪儿等互联网公司，三泰控股、腾邦国际、京天利、焦点科技、高鸿股份、银之杰等保险业外的上市公司，以及包括保险公司和保险中介公司的业内机构，均纷纷布局相关业务，无论在业务合作还是投资方面，各类市场主体都展现出热情。

东吴证券分析师丁文韬表示，互联网保险



资本竞逐

从资本关注的角度，互联网保险在近两年已成为“风口”。报告统计，从融资情况来看，截至2015年，互联网保险公司共发生23起融资事件，融资总金额超过70亿元人民币。其中，融资额达到百万级规模的有10起，达到千万级规模的有8起，达到亿级及以上规模的有5起。共有8家互联网保险公司获得第二轮及以上的投资。获得投资的互联网保险公司主要集中在上海和北京。具体按地区来看，北京有8家，上海11家，深圳3家，其他地方3家。

公开资料显示，慧择网、意时网、众安

二四是由于保险公司对于互联网渠道重视度大增，加大了拓展力度，尤其是中小保险公司转战互联网，寻求新的市场空间。

从资本关注的角度，互联网保险在近两年已成为“风口”。报告统计，从融资情况来看，截至2015年，互联网保险公司共发生23起融资事件，融资总金额超过70亿元人民币。其中，融资额达到百万级规模的有10起，达到千万级规模的有8起，达到亿级及以上规模的有5起。共有8家互联网保险公司获得第二轮及以上的投资。获得投资的互联网保险公司主要集中在上海和北京。具体按地区来看，北京有8家，上海11家，深圳3家，其他地方3家。

公开资料显示，慧择网、意时网、众安

二五是由于保险公司对于互联网渠道重视度大增，加大了拓展力度，尤其是中小保险公司转战互联网，寻求新的市场空间。

从资本关注的角度，互联网保险在近两年已成为“风口”。报告统计，从融资情况来看，截至2015年，互联网保险公司共发生23起融资事件，融资总金额超过70亿元人民币。其中，融资额达到百万级规模的有10起，达到千万级规模的有8起，达到亿级及以上规模的有5起。共有8家互联网保险公司获得第二轮及以上的投资。获得投资的互联网保险公司主要集中在上海和北京。具体按地区来看，北京有8家，上海11家，深圳3家，其他地方3家。

公开资料显示，慧择网、意时网、众安

二六是由于保险公司对于互联网渠道重视度大增，加大了拓展力度，尤其是中小保险公司转战互联网，寻求新的市场空间。

从资本关注的角度，互联网保险在近两年已成为“风口”。报告统计，从融资情况来看，截至2015年，互联网保险公司共发生23起融资事件，融资总金额超过70亿元人民币。其中，融资额达到百万级规模的有10起，达到千万级规模的有8起，达到亿级及以上规模的有5起。共有8家互联网保险公司获得第二轮及以上的投资。获得投资的互联网保险公司主要集中在上海和北京。具体按地区来看，北京有8家，上海11家，深圳3家，其他地方3家。

公开资料显示，慧择网、意时网、众安

二七是由于保险公司对于互联网渠道重视度大增，加大了拓展力度，尤其是中小保险公司转战互联网，寻求新的市场空间。

从资本关注的角度，互联网保险在近两年已成为“风口”。报告统计，从融资情况来看，截至2015年，互联网保险公司共发生23起融资事件，融资总金额超过70亿元人民币。其中，融资额达到百万级规模的有10起，达到千万级规模的有8起，达到亿级及以上规模的有5起。共有8家互联网保险公司获得第二轮及以上的投资。获得投资的互联网保险公司主要集中在上海和北京。具体按地区来看，北京有8家，上海11家，深圳3家，其他地方3家。

公开资料显示，慧择网、意时网、众安

二八是由于保险公司对于互联网渠道重视度大增，加大了拓展力度，尤其是中小保险公司转战互联网，寻求新的市场空间。

从资本关注的角度，互联网保险在近两年已成为“风口”。报告统计，从融资情况来看，截至2015年，互联网保险公司共发生23起融资事件，融资总金额超过70亿元人民币。其中，融资额达到百万级规模的有10起，达到千万级规模的有8起，达到亿级及以上规模的有5起。共有8家互联网保险公司获得第二轮及以上的投资。获得投资的互联网保险公司主要集中在上海和北京。具体按地区来看，北京有8家，上海11家，深圳3家，其他地方3家。

公开资料显示，慧择网、意时网、众安

二九是由于保险公司对于互联网渠道重视度大增，加大了拓展力度，尤其是中小保险公司转战互联网，寻求新的市场空间。

从资本关注的角度，互联网保险在近两年已成为“风口”。报告统计，从融资情况来看，截至2015年，互联网保险公司共发生23起融资事件，融资总金额超过70亿元人民币。其中，融资额达到百万级规模的有10起，达到千万级规模的有8起，达到亿级及以上规模的有5起。共有8家互联网保险公司获得第二轮及以上的投资。获得投资的互联网保险公司主要集中在上海和北京。具体按地区来看，北京有8家，上海11家，深圳3家，其他地方3家。

公开资料显示，慧择网、意时网、众安

各路资本抢滩互联网保险

□本报记者 李超

面对互联网保险的发展，各路资本纷纷抢滩。除了三家互联网保险机构获得“准生证”，多家互联网公司也通过合作等方式尝试进入互联网保险市场，而传统保险公司也相继将发展互联网保险业务提上议事日程。分析人士认为，相比于传统保险公司，互联网在移动技术开发方面也有一定的经验积累，未来很可能在保险服务体验方面有所布局。

互联网巨头纷纷布局

2015年，易安保险、安心保险与泰康在线三家公司获得互联网保险的“准生证”，而业内公司也积极介入保险业务，其中互联网公司的动作引发广泛关注。

公开资料显示，2015年11月，百度、安联保险、高瓴资本宣布联合发起成立互联网保险公司，暂定名为“百安保险”，计划首先布局在线旅游业保险，然后逐步切入餐饮、出行、医疗、教育等其他生活场景。

2015年中，有消息传出，阿里旗下蚂蚁金服和天弘基金分别出资3亿元和2.05亿元发起设立信美相互人寿。7月，阿里健康称将联手中国太保旗下太保安联健康保险股份有限公司开发互联网健康保险产品。9月，蚂蚁金服称与国泰金控达成战略合作，蚂蚁金服拟增资入股国泰财产保险有限责任公司。另外，据报道，在以并列股东名义试水参股众安财险后，腾讯又计划发起设立互联网寿险公司和泰人寿（暂名），而京东则计划设立京东互联网财产保险公司。

《2016互联网保险行业研究报告》分析，目前，互联网保险创业公司已经超过100家，国内除了众安保险、安心、易安接连拿到互联网保险牌照，互联网巨头纷纷布局互联网保险，部分上市公司也加入互联网保险企业的建设之中。2016年，除了传统险企的积极触网之外，预计完全市场化的互联网保险企业亦会井喷。

保险业内人士认为，目前来看，已经掌握

大量数据的业内公司，特别是互联网公司，在提供具有针对性的保险产品方面具有相对优势。相比于传统保险公司，这类公司在移动技术开发方面也有一定的经验积累，未来很可能在保险服务体验方面有所布局。

保险公司寻求突破

面对业外的入场者，保险机构也在寻找作为空间。中国证券报记者来自多家的保险公司人士处了解到，目前，多数保险公司都已经搭建了互联网保险部门架构或相应的电商平台，相应的数据分析与合作也在逐步展开。此外，一些保险中介机构还在寻求通过互联网平台整合提供保险服务的可能性。

从已有情况来看，目前，大中型保险公司以及以众安在线为代表的互联网保险公司更偏好自建平台。中国保险行业协会的统计数据

显示，经营互联网保险的保险公司大部分具备自有服务平台，在保费规模上，超过半数的互联网保费通过保险公司自建平台实现，这种趋势在车险方面体现得尤为明显。在有所动作的保险公司中，中国平安对互联网保持了较多的关注。具体到保险业务方面，中国平安推出了平安寿险“E服务”APP、平安产险“平安好车主”等应用。中国平安董事长马明哲认为，2016年，传统行业与互联网的结合将更加紧密，向着“移动化、专业化、社交化、场景化”深入发展，服务与体验将成为市场竞争的关键。

中国人保集团副总裁盛和泰表示，目前公司正在筹备“互联网金融服务公司”，希望通过“互联网+保险”的方式推进产品的创新，“人保内部有大量的支付业务，第三方支付公司可以整合客户资源，打通集团面向互联网金融的主要环节。公司目前已成立专项小组，并向相关部门审批报备”。而中国太平、中国太保、中国人寿在近期披露的年度报告中，也都对互联网业务发展有所提及。

有券商分析师认为，虽然各路资本介入保险业，且一些互联网保险公司相继成立，但行业门槛客观存在，传统保险公司的固有优势不容小觑，预计未来保险公司将加快互联网化，提升用户体验，借力互联网渠道增加保费收入。

车险借互联网淘金 UBI获利空间待孕育

□本报记者 李超

在互联网保险展业过程中，车险成为多家平台瞄准的突破口。商业车险费率市场化改革启动后，一批保险公司跑步进场，而在互联网保险的展业过程中，车险已经成为多家平台共同选择的“标准配置”。分析人士认为，未来基于使用行为定价的保险或可获得更大作为空间，在逐渐放开费率定价权且鼓励产品创新的政策下，车险产品必然会发生差异化的转变。另一方面，普惠金融导致每单保费较低、周期较短的特征也将限制保费规模的增长和产品盈利空间。

互联网车险多重盈利点

商业车险费率市场化改革启动后，一批保险公司跑步进场。中国证券报记者从业内获悉，相关方案明确后，保险公司在车险产品操作上获得可观的空间，能够根据自身对市场和目标群体的理解，为车主提供更多保险服务的选择，车险保费与车辆出险次数、驾驶人的习惯等挂钩更加紧密，驾驶习惯好、出险频率低的低风险车主将享受到更低的车险费率。同时，车险保费定价更加公平，索赔处理程序也趋于便捷。

太保财险相关人士表示，由于商业车险费率与风险更加匹配，驾驶习惯好、出险频率低的低风险车主将享受到更低的车险费率。同时，车险保费定价也更加公平。结合“车主定价”模式，如果客户连续3年没有发生赔付，车险保费最多可比上一年优惠40%。另外，商业车险保费改革方案将彻底解决“无责不赔”之争议，索赔处理程序更加便捷。

</div