



视觉中国图片

发力新赛道 险企“保险+科技”双轮驱动

□本报记者 潘昶安

掘金金融科技

中国证券报记者梳理A股五家上市险企的半年报后发现,上市险企布局金融科技领域的侧重点不同。

“科技+”成了中国平安2019年上半年报的核心关键词。上半年中国平安科技业务板块的表现可圈可点。对外输出方面,中国平安凭借领先的金融科技、医疗科技,加大了对外输出创新产品和服务的力度。半年报显示,2019年上半年,中国平安的科技业务总收入达到384.31亿元,同比增长33.6%。

对内方面,中国平安深挖业务场景,强化科技赋能,助力实现降本增效、风险管控目标。从寿险业务的实践来看,平安寿险依托“科技+”策略,积极推动从传统寿险公司向科技型寿险公司转型。

在队伍管理方面,平安寿险通过科技赋能,推动队伍经营、管理的转型。在代理人面试环节,持续拓宽AI面试场景,通过专家级的AI面试官辅助完成代理人的筛选工作。在培训环节,通过代理人画像识别发展潜力,在降低培训成本的同时,为代理人提供个性化培养规划及7×24小时在线培训。在销售辅助方面,平安寿险

通过高仿真的对话机器人AskBob为代理人提供疑问解答、任务查询和办理、销售场景模拟演练等辅助。在客户经营方面,“金管家”APP持续提升对客户的智能化经营能力,不断优化一站式人机交互解决方案,实现智能引导和交互。在风险管理方面,平安寿险构建智能风控模型,同时建设BMI(客户标准体重)图像检测模型,可有效拦截客户投保阶段不实告知风险。

产险业务方面,平安产险积极落实“金融+科技”、“金融+生态”战略,加强科技应用,推动客户经营线上化,完善服务体系,打造差异化核心竞争力。平安产险以“平安好车主”APP为载体,为客户提供一站式用车服务及品类丰富的汽车后市场服务。运用自主研发的AI图片定损技术和精准客户画像技术,针对安全驾驶行为良好的车主推出“信任赔”服务,开创性实现后台零人工作业模式,案均赔付完成时间缩短至168秒。同时,平安产险为80%以上出险客户提供全程在线陪伴的理赔、查理赔服务,并秉承“共享+开放”的科技服务理念,将AI图像定损技术

植入“平安好车主”APP,支持用户进行免费的外观损伤自助检测,配合优质维修网点推荐,打造车主服务闭环。

目前,中国人寿全面启动“科技国寿”建设三年行动,全方位赋能保险价值链,运用大数据、人工智能技术为公司客户、队伍、网点提供高科技应用,不断丰富国寿数字化服务生态。运用移动互联、大数据等技术,为销售队伍优化升级高效自主展业、团队实时管理的数字化应用,助力销售模式转型升级。运用物联网技术,为网点扩建互联网络、增配智能电子化设备、丰富信息服务,加快推进网点网络实时互通、日常办公智能升级。运用人工智能技术,推动运营全链条、全流程智能升级,科技运营进发新动能。持续优化智能核保、智能保全、智能理赔等应用场景,推出财务RPA机器人,促进作业效率提升;升级优化重疾险风险评估人工智能模型,理赔调查欺诈认定准确率同比增长32.2%;推出反洗钱智能风控系统,高风险案件识别准确率同比提升52.3%。

相比之下,中国人保以互联网、物联

网为突破口,构建场景化的保险服务体系。持续优化“保险+科技+服务”商业模式,在强化科技赋能的基础上,以保险服务延伸提升核心竞争力。将加快构建以保险为起点、以服务为终点、以科技为支撑的新商业模式,把服务打造为不可复制的核心竞争力。在财产险领域,面向不同客户群体打造差异化服务模式,在个人客户方面,围绕客户各类生活需求,构建场景化的保险服务体系;在法人客户方面,应用互联网、物联网等科技手段,把保险服务嵌入企业的管理与生产流程中,构建风险管理新模式。

2019年上半年,中国太保在金融科技方面的发力点集中在人工智能方面。半年报显示,中国太保寿险在集团转型升级2.0战略下,率先将AI核保应用于生产,目前AI核保模型累计处理任务42万余条,人工核保替代率达18%,模型一致率稳定于95%,为客户带来直达、精准、简单、个性化的数字化体验;中国太保产险始终以科技赋能为核心驱动,聚焦家庭和农村个人保险发展机遇,推出创新模式、产品及工具。

众安在线科技输出显成效

互联网保险公司众安在线2019年中期业绩显示,众安在线上半年服务用户3.5亿次,销售保单33.3亿张,保费收入达59亿元,实现归属母公司股东净利润0.9亿元,首度扭亏为盈。分析人士指出,众安在线业绩增长的原因,一方面是由于众安在线承保投资两端均有改善,另一方面则是众安在线的科技输出业务,在2019年上半年实现同比增长193%,实现营收超1亿元。

众安在线表示,过去5年,众安在线积累了业务创新能力、跨生态的合作伙伴连接、大数据用户画像与风控,以及灵活响应、敏捷迭代的系统,可以快速响应市场需求。

求,与合作伙伴灵活对接,持续为用户提供定制化的保险保障产品,这些能力是众安在线在保险科技领域独特的竞争优势,也是众安在线实现长期业务增长的动力。

这一模式的收入来源包括授权费、技术服务费或者其他SaaS式的收费方式。因此,众安在线的科技输出业务将长期受益于客户的保险业务增长,实现自身收入增长的可持续性。

半年报显示,2019年上半年众安在线研发投入为约4.590亿元,占总保费比例为约7.8%;同时实现科技输出收入约1.046亿元,同比增长约193.1%,众安在线通过固定收费或者以SaaS模式(例如按

照收入的一定比例或者使用量)为核心的收费模式向客户收取技术服务费。2019年上半年众安在线签约客户超过170家,而约64%的保险系统产品存续客户于2019年上半年进一步采购了众安在线更多的保险系统模块或者对原有模块进行升级。

众安在线的保险科技输出不断开拓到海外。继2018年下半年众安在线与日本前三大财险公司之一SOMPO签订协议之后,2019年4月又牵手新加坡最大的综合保险机构NTUC Income,为这两家保险公司提供基于公有云的下一代分布式保险核心系统,实现数字化转型。

2019年1月,众安在线与东南亚领先的O2O平台Grab合作成立合资公司,共同探索东南亚互联网保险分销业务,其中众安负责为该合资公司搭建数字化保险分销平台,并提供后台技术支持。同时,该合资公司通过输出成熟的保险科技解决方案以及国内先进的商业模式,为Grab为东南亚数以百万计的用户提供各种量身定制的保险产品。

众安在线表示,公司将继续拓展国内外市场用户,将众安在线保险科技能力与经过验证的商业模式输出给更多国家和地区;同时继续增加在保险科技与金融科技领域的研发投入。

保险科技重塑价值链

人保金服副总裁、爱保科技董事长王俊指出,传统险企应以开放的心态拥抱保险科技浪潮,运用科技赋能保险,不断驱动自我变革,主动跨界连接,形成新的持续发展的推动力量。传统企业受制于体制机制的约束,难以做颠覆式的创新,但仍需要对一些企业运营和核心能力建构的关键环节进行科技改造,投入就会产生效用。

对于未来保险科技给行业带来的变革,王俊认为,保险科技有重塑保险价值链的作用。第一,保险公司高度重视历史数据的再挖掘。通过将海量历史保单数

据、赔案数据与市场化的客户和风险相关的结构化、非结构化数据相匹配,辅以营销、精算、风险数据模型,有能力推出更多更细分市场的保险产品。

第二,传统保险公司对保险产品的销售依然会主要依托自建或中介渠道进行。但通过数字化分销渠道,产品推荐和精准营销工具的应用越来越普遍,为客户提供更便捷的购买感受,使保险购买更轻松。

第三,自营理赔依然占据主导力量,但一站式、自动化服务、快速理赔工具迅

速普及,理赔速度会呈几何级上升,用户体验得到优化提升;就车险而言,依托大数据、图像识别和算法技术,通过图像外观看定损、OBD系统诊断、历史数据验证、维修精准定价四个步骤,实现全事故车型的智能理赔,将成为完全可能。

第四,传统风控手段依赖于大量的固

定规则和人工操作,综合管理成本高。但借助保险科技在保险全链条每一个环节不断尝试应用,承保风险将得到有效控制,不合理的赔付支出将减少,行业经营能力和盈利能力将提升。

第五,车险的竞争将进一步白热化,车险销售和服务方式依然存在很大变数,如何构建性价比最好及方便快捷购买的车险一定程度决定了车险行业的未来和保险公司的核心竞争力。

尽管金融科技拓展了保险业升级改造的空间,一些分析人士也注意到了险企大规模投入金融科技的潜在风险。华泰证券分析师沈娟认为,当前保险行业加速推进金融科技的运用,并投入了大量的成本。未来金融科技的发展及回报若低于预期,可能会拖累行业整体表现。

三家银行保险机构遭通报 监管部门整治保险市场乱象

□本报记者 潘昶安

银保监会日前发布了三家银行保险机构侵害消费者权益情况的通报,这些违规行为涉及代理销售保险产品行为违规、欺骗投保人、多收保费以及无理拒赔等问题。另据银保监会数据,今年前7个月,银保监会共处罚银行保险机构1239家次、责任人1664人次,罚没款合计5.94亿元。

三家机构涉嫌欺骗投保人

银保监会发布的通报称,“某大型商业银行”在代理销售保险产品时行为违规,可回溯视频资料显示,该银行销售人员存在对分红型保险产品承诺固定收益欺骗投保人的问题。该银行某支行销售人员介绍某款分红型保险产品时承诺:“这是一款收益保证型产品,年化综合收益率可达3.2%—3.4%。”但实际该产品的分红是不确定的。

这家大型商业银行存在违反保险销售行为可回溯管理制度的问题。录音录像过程中,销售人员未出示投保提示书、产品说明书、投保单、保险合同条款等材料,无消费者签字过程等。

此外,还有两家保险机构涉及欺骗投保人问题。具体来看,“某寿险公司”在电话销售保单的过程中,部分保单存在欺骗投保人及隐瞒合同重要内容的问题。部分坐席在电话销售过程中以银行存款名义宣传销售保险产品、未向投保人告知免除承保机构责任条款或告知不全等。该公司在网销渠道上也存在欺骗投保人的现象。该公司通过支付宝平台销售的“100万自驾车两全险”和“妈妈乐少儿疾病住院险”存在虚假宣传。“100万自驾车两全险”的“非意外身故/全残”保险责任描述的部分内容在合同条款中并无规定,“意外住院津贴补助”的保险责任与合同条款不一致等。

“某财险公司”也存在宣传与合同条款不符的情况。2017年6月21日至2018年12月10日期间,该公司在其官网和APP销售的“尊享e生医疗保险2017”、“尊享e生旗舰版”、“女性尊享百万意外险”等5种产品的销售宣传用语与合同条款或事实不符。该公司在官网销售的“尊享e生医疗保险2017”产品销售宣传页面称“只要确诊癌症,从此无免赔额”、“100%赔付比例”,与合同条款不符。

该财险公司还存在多收保费、无理拒赔等问题。在2017年8月18日至2018年12月22日期间,该公司在“滴滴出行”APP司机端销售“拉活宝”车主保障计划和乘客端销售重疾保障计划时,突破向原保监会备案的保险费率表上下限收取保费。此外,该公司以提供资料不齐全为由将部分理赔案件作拒赔处理,超出《保险法》规定期限作出核定、支付赔款和发出拒赔通知。

银保监会表示,上述三家银行、保险机构的行为侵害了消费者的知情权、公平交易权、依法求偿权等基本权利,损害了广大消费者的合法权益。各银行、保险机构要结合侵害消费者权益乱象整治工作,围绕违规收费、销售误导、惜赔拖赔等侵害金融消费者八项基本权利的各类违法违规行为开展自查自纠,严格按照相关法律法规和监管规定,依法合规开展经营活动,保护广大消费者的合法权益。

前7月处罚银行保险机构1239家

9月2日,银保监会官网公布了今年前7个月整治金融市场乱象的成果。数据显示,前7个月,共处罚银行保险机构1239家次、责任人1664人次,罚没款合计5.94亿元。

从受罚的保险机构来看,寿险公司与财险公司均存在因虚列费用,编造或者提供虚假的报告、报表、文件、资料,给予或者承诺给予保险合同约定以外的利益等原因为受罚。

此外,受罚的寿险公司还存在欺骗投保人、对投保人隐瞒与保险合同有关的重要情况等现象。财险公司受罚则主要是由于未按规定使用经批准或者备案的条款费率、利用中介机构套取费用等问题。

一位保险机构人士表示,从去年以来,监管机构明显加大了对违法违规行为的处罚力度。不但处罚范围扩大,处罚力度也在不断加大。不仅是传统寿险、财险领域受罚,保险中介、电销网销渠道也屡屡收到罚单。除了涉嫌违法违规行为的保险机构受罚外,相关责任人也会受到处罚。

推出三大零售开放产品 中信银行瞄准开放银行新高地

□本报记者 陈莹莹

9月5日,中信银行推出基于“开放、无界、有温度”应用体验基础上的三大开放银行零售产品:“开薪易”代发业务平台、“信视界”出国金融平台和“无卡”个人账户体系。同时,通过与中国银联、腾讯、阿里、华为、京东、顺丰、FESCO等各行业领头企业的合作,展示了中信银行开放银行的建设成果。

中信银行方合英行长表示:“开放银行是领先商业银行竞争的战略高地。中信银行开放银行的初心始于‘数字化转型’战略和‘做有温度的银行’服务理念,我们希望与各行各业合作伙伴共建开放银行的生态平台,让用户随时随地、随需、7×24小时、无处不在地享受金融和非金融服务的新机会、新变化和新体验。”

中信银行发布的三大开放银行零售产品包括:“开薪易”代发业务平台,个人代发用户可使用多家银行卡领工资,同时整合企业财务、人力资源、党建和行政管理多种功能,实现企业全方位赋能。“信视界”出国金融平台,将有效解决用户签证、换汇、汇款、订酒店机票等出国留学、旅游痛点,向出国金融客群提供一站式综合金融服务。“无卡”个人账户,具有永不挂失、永不换卡、长期有效等特点,借助高科技创新安全等级。

中国互联网金融协会副秘书长杨农认为,科技赋能银行的核心意义是加强银行运营能力。要从提升客户体验、创新应用场景、重塑银行与生态合作伙伴关系和共建平台经济四个方面进行考量,不断提升客户满意度。

波士顿咨询全球合伙人、董事总经理何大勇认为:“开放银行建设是现在众多商业银行的战略重点。互联网生态下,只有开放才能生存,开放才能得到持续发展的动力。银行在数字化转型中还要通过科技赋能将自己的服务能力输出,输出给合作伙伴,赋能给合作伙伴,银行也会在其中获得自身发展的空间。”