

2014 互联网保险 行业发展报告

Internet Insurance
Development Report 2014



中国保险行业协会
INSURANCE ASSOCIATION OF CHINA

编著

 中国金融出版社

784214
15

2014 互联网保险 行业发展报告

Internet Insurance
Development Report 2014



中国保险行业协会
INSURANCE ASSOCIATION OF CHINA

编著

支持单位：招商信诺人寿保险有限公司

 中国金融出版社

责任编辑:贾 真

责任校对:张志文

责任印制:程 颖

图书在版编目(CIP)数据

2014互联网保险行业发展报告/中国保险行业协会编著. —北京:中国金融出版社, 2015.7

ISBN 978-7-5049-7967-4

I. ①2… II. ①中… III. ①保险业—网上销售—经济发展—研究报告—中国—2014 IV. ①F842.

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第113682号

出版 **中国金融出版社**

发行

社址 北京市丰台区益泽路2号

市场开发部 (010) 63266347, 63805472, 63439533 (传真)

网上书店 <http://www.chinafph.com>

(010) 63286832, 63365686(传真)

读者服务部 (010) 66070833, 62568380

邮编 100071

经销 新华书店

印刷 北京市松源印刷厂

装订 平阳装订厂

尺寸 169毫米×239毫米

印张 18.5

字数 270千

版次 2015年7月第1版

印次 2015年7月第1次印刷

定价 108.00元

ISBN 978-7-5049-7967-4/F.7527

如出现印装错误本社负责调换 联系电话 (010) 63263947

编 委 会

主 任：朱进元

副 主 任：刘 琦 陈志松

编委会委员：（按姓氏笔划为序）

王永文	王国平	王海峰	王道南
朱宏玲	李继伦	杨晓灵	张文杰
易欢欢	贾海茂	徐海峰	傅志超
廖 刚			

执行主编：刘 琦

执行副主编：（按姓氏笔划为序）

丁 柯	丁峻峰	李 伟	杨文梅
赵 岩	侯 娟	闻学臣	郭 红
梁树春			

编写组成员：（按姓氏笔划为序）

刁乃波	王晓晔	尹 琦	冯 琳
冯敏华	任小琼	刘 立	刘 智
刘笑男	刘媛媛	孙 卓	杨 晶
杨骅骅	何亚芳	宋大程	宋斗妍
张 欢	张 亮	林新雨	国 晟
岳云峰	周 晶	郝晓波	桂昭君
徐逸闻	凌 峰	黄士杰	崔 帆
董 洁	蒋新伟	颜舒南	霸兆宇

序

以互联网和大数据为核心的信息技术，是创新驱动发展的先导力量，是经济新常态下促进我国经济转型升级的重要环节。党中央国务院高度重视互联网在现代经济体系中的作用，十八大报告中明确把“信息化水平大幅提升”纳入2020年全面建成小康社会的目标之一。2015年《政府工作报告》旗帜鲜明地提出从国家宏观层面制定“互联网+”行动计划，并对促进互联网金融健康发展作出重大部署，从战略高度上肯定了互联网在金融市场体系中的重要作用。2014年8月，国务院印发《关于加快发展现代保险服务业的若干意见》，明确提出保险业要积极运用新技术促进销售渠道和服务模式创新，为互联网助力现代保险服务业进行了精准的顶层设计。互联网的快速发展将成为未来行业发展的重要驱动力。

过去几年中，保险业顺势而为、勇于探索、开拓创新，通过加大技术投入和优化业务流程，利用大数据和云计算等新技术创新产品和经营模式，促进互联网保险新业态快速发展，保险业的行为方式和市场格局发生了深刻的变化。一是互联网保险规模不断扩大。2011~2014年，互联网保险市场经营主体由28家增至85家，保费收入从2011年的32亿元猛增至2014年的859亿元，增幅超过26倍，占行业总保费的比例上升至4.2%。二是专业互联网保险公司试点稳步推进。在支持保险公司开展针对互联网的渠道、产品、服务和管理创新基础上，中国保监会率先开展了专业互联网保险公司试点，2013年批准众

安在线财产保险公司设立，确定了其“服务互联网、专注互联网”的定位。三是互联网保险监管制度持续完善。中国保监会开展了互联网保险业务监管的研究工作，在信息披露、服务质量、信息安全等方面细化互联网保险监管要求。在互联网保险的发展过程中，全行业勇于“跳出保险看保险”，持续加强对互联网保险发展理念、模式及业务实践的综合探索，创新成果不断涌现。

在互联网保险发展到一定程度之后，对互联网保险发展的实践经验进行梳理总结，探索互联网保险未来的发展道路，具有非常重要的意义。中国保险行业协会整合业内外力量，开拓研究视野，编撰完成了这本《2014互联网保险行业发展报告》，较为完整地反映了互联网保险的发展现状。本报告数据资料翔实，内容全面丰富，凝结了行业思考与智慧，既是对互联网保险过往发展的系统总结，也是探寻经济新常态大背景下保险业转型升级的有益尝试，具有较好的理论价值和实践参考意义。

王（玉）壮

二〇一五年六月

前言

在我国经济步入新常态、面临三期叠加的关键时期，以互联网为载体的创新驱动发展战略应运而生。作为现代经济的重要产业，以大数据法则为核心的保险业，与以大数据为核心的互联网正在努力寻求跨界融合。近几年，互联网保险发展迅速，给传统的保险业增加了活力，注入了全新的元素。中国保险行业协会一直密切关注行业新业态发展态势，致力于推动互联网保险业务实践总结和基础性、前瞻性研究，持续开展行业互联网业务的统计分析，跟踪互联网保险市场发展动态，积极探索行业行为方式 and 市场格局的创新空间，不断为监管部门及市场提供研究参考。

一、编写背景

2013年，值互联网金融元年之际，中国保险行业协会审时度势，率先启动互联网新业态专题研究，独家发布了《2013互联网保险行业发展报告》，成为国内首份最权威的互联网保险市场研究成果，受到各界的广泛关注和充分肯定。2014年，行业互联网保险业务实现跨越式发展，经营主体增至85家，全年累计实现保费收入859亿元，同比增长近两倍。中国保险行业协会进一步开拓研究视野，加大研究分析的广度、深度和力度，结合2014年互联网金融发展的整体格局，第二年再次启动对全行业互联网业务的年度分析与趋势预测，整合业内外力量，集中剖析行业的实践创新，历时5个月，编撰完成《2014互联

网保险行业发展报告》。

中国保险行业协会希望借由本书的出版，延续2013年的专题研究成果，记录和反映互联网发展大潮对保险市场的深刻影响。在研判市场现状中探求行业未来，为新业态发展贡献战略性创见。

二、主要内容

本书立足经济新常态，围绕2014年我国互联网保险运行情况，从发展概况、经营成果、商业模式、创新特点和前景趋势等多个维度，全面深入地阐述了互联网保险的既有成果及发展态势。全书共27万字，分为六个章节：

第一章通过剖析内涵实质、业务规模和发展特点展现了我国互联网保险业务的发展轨迹。第二章全面分析了产险、寿险2014年互联网保险的经营成果及诸多共性、个性发展特点。第三章系统梳理了产险、寿险公司面对互联网经济战略机遇所采取的多样化商业模式。第四章通过丰富的案例分析，探讨了互联网对传统保险行业的深刻影响和行业创新实践经验。第五章科学展望互联网保险的未来发展方向，阐述了互联网在推动保险业创新升级方面发挥的重要作用。第六章精选了来自专业机构和专家学者的观点性文章，展现业内外有关互联网金融和互联网保险的前沿、权威观点。

本书集中展示了诸多独家研究成果和重要论断，主要呈现以下特点：

一是紧扣热点，站位全局。本书顺应了当前国家经济战略和现代保险服务业发展的新要求，从行业层面高度，首次对截至2014年末行业内已形成的互联网保险战略定位和经营模式进行了全面归纳和深度剖析，开创性地总结出产寿险不同的互联网保险组织架构类型，较为全面地呈现了保险业紧抓“互联网+”战略机遇，实现产业转型升级

的探索轨迹。

二是立足现实，冷静客观。本书实事求是、辩证分析，在2013年的基础上，成倍扩展了分析维度，从产品、业务、渠道、竞争等多个方面对85家经营互联网保险业务公司的海量业务数据进行整合分析，并精心收集散落在各个公司的有益实践经验，用数字说话，系统严谨地展现了当前互联网保险的经营成果和创新实践。

三是关注长远，着眼未来。经过近些年的发展，互联网保险新业态日趋成熟，对其未来走势的初步探索和科学展望显得十分必要。区别于2013年，本书结合经济新常态下的机遇和环境，着眼于“互联网+”行动计划的推进和互联网保险生态圈的构建，首次尝试对互联网保险的前景趋势作出审慎展望和适度判断。

三、鸣谢

感谢中国保监会对中国保险行业协会开展互联网保险行业分析与研究工作的大力支持，项俊波主席再次为《2014互联网保险行业发展报告》作序，体现了监管部门对行业新生业态创新发展的亲切关怀和高度关注。

本书在撰写过程中得到各会员单位的鼎力配合，全书的立意主旨、结构框架及大量一手经营数据，均来源于行业支持。各单位凝智聚力、集思广益，推动互联网保险研究迈上新台阶，使得本书内容更丰富、视野更广阔、角度更全面。

感谢本书课题组参与公司和相关人员。课题组核心参与单位包括华夏人寿、国华人寿、中国人寿、泰康人寿、招商信诺、人保财险、平安产险、阳光产险和申万宏源，他们派出的骨干人员在课题研究期间付出了大量的时间和精力，在课题的分析、讨论、资料汇总与研究方面精益求精。此外，平安人寿、太保寿险、阳光人寿、国寿电

商、太平电商、众安保险、蚂蚁金服、安永、和讯等业内外机构也积极参与报告撰写工作，为课题研究提供了许多有价值的洞见。招商信诺人寿保险有限公司连续第二年提供出版经费赞助，在此表示衷心的感谢。

由于我们水平有限，加之时间仓促，本书难免存在不妥、疏漏之处，恳请各方专家不吝赐教！

编委会

二〇一五年六月

目 录

第一章 拥抱“互联网+”：互联网保险行业发展综述 1

第一节	互联网与互联网经济	3
第二节	2014年互联网保险行业发展现状及机遇	10
第三节	互联网保险与保险互联网	18
第四节	互联网保险发展新趋势	24
第五节	对行业发展互联网保险的建议	26

第二章 2014年互联网保险市场经营成果分析 29

第一节	财产保险篇	31
第二节	人身保险篇	50

第三章 行业互联网保险商业模式分析 71

第一节	财产保险篇	73
第二节	人身保险篇	88

第四章 互联网保险的创新与思考 111

第一节	互联网保险的思维运用	113
第二节	互联网保险的渠道博弈	125
第三节	互联网保险的产品创新	136
第四节	互联网保险的运营革命	146

第五节 互联网保险的技术管理	161
----------------	-----

第五章 互联网保险的发展前景与趋势展望	173
----------------------------	------------

第一节 互联网保险持续高速增长，业务占比不断提升	175
第二节 跨界融合成为新常态，多元主体提升市场化效率	180
第三节 经济形态的转变孕育新需求，保险业态注入新力量	182
第四节 互联网助力渠道转型升级，线上线下协同推进	184
第五节 配合费率改革，基于数据资产进行精准产品定价	188
第六节 依托保险“三化”，衍生互联网保险“三化”	190
第七节 回归保险历史本质，互助保险开始兴起	192

第六章 互联网金融观点精选	195
----------------------	------------

保险公司的数字化战略	安 永	197
浅谈互联网保险与第三方平台的合作与发展	王 蕊	207
保险 O2O 发展路径分析	茹珊珊	213
互联网金融	殷剑峰	221
互联网思维	陆晓野	241
互联网金融的发展趋势及下一个十倍大风口：保险	易欢欢	256

附录：2014年互联网人身保险网销专属渠道产品清单	271
----------------------------------	------------

参考文献	281
-------------	------------

第一章

拥抱“互联网+”： 互联网保险行业发展综述

2015年3月5日，十二届全国人民代表大会第三次会议上，李克强总理在《政府工作报告》中首次提出“互联网+”行动计划，推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业的结合，促进电子商务、工业互联网、互联网金融健康发展，引导互联网产业拓展国际市场。“互联网+”代表的是一种新的经济形态，是互联网与传统行业进行的深度融合。国家希望用国内相对优质与国际领先的互联网力量加速改造制造业，提升效率、品质、创新、合作与营销能力，以信息流带动物资流，推动传统产业升级、换代，打造国际竞争力。同样，“互联网+保险”是借助大数据、搜索引擎、云计算、移动互联和物联网等互联网技术对传统保险行业进行创新、升级、改造的过程。可以预见的是，随着国家“互联网+”行动计划的逐步落地，中国保险业也必将在互联网技术的支持下呈现出全新的发展面貌和风范。本章将从当前互联网经济发展的大背景着手，系统提炼本书观点，呈现互联网保险新生业态拥抱“互联网+”，探索成长的发展轨迹。

第一节 互联网与互联网经济

一、我国互联网发展的现状

自20世纪90年代互联网进入商用以来，发展十分迅速，成为当今世界推动经济发展和社会进步的重要信息基础设施。经过二十几年的发展，互联网已经渗透到经济社会活动的各个领域，推动了全球信息化革命。

2015年2月，中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的《第35次中国互联网络发展状况统计报告》显示，我国互联网的发展呈现如下趋势和特点：

一是网民规模维持增长态势，覆盖率接近五成。手机是新增网民最主要的上网设备。截至2014年12月，我国网民规模达6.49亿人，互联网普及率为47.9%，较2013年底提升了2.1个百分点。在2014年新增网民中，64.1%的网民使用手机上网，手机作为第一上网终端的地位较为稳固。

二是手机应用多线爆发。截至2014年12月，中国手机网民规模达5.57

亿人，网民中使用手机上网人群占比由2013年的81%提升到85.8%。在即时通信领域，手机使用率首超PC端。截至2014年12月，我国即时通信网民规模为5.88亿人，其中手机即时通信网民数为5.08亿人，较2013年底提升了5个百分点。2014年手机旅行预订呈爆发式增长。数据显示，手机预订机票、酒店、火车票或旅行度假产品用户规模达到1.34亿人，较2013年增长194.6%。另外，网络视频用户虽然整体规模增速放缓，但手机端超越PC端，成为收看网络视频节目的第一终端。

三是网络购物继续保持较高增长，覆盖人群逐步趋于全民。截至2014年12月，我国网络购物用户规模达到3.61亿人，较2013年底增加5953万人，增长率为19.7%；我国网民使用网络购物的比例从48.9%提升至55.7%。2014年网络购物市场主要呈现普及化、全球化、移动化的发展趋势，网购群体主流年龄跨度增大，向全民扩散。

四是网民人均周上网时长持续增长，对互联网信任度加大。2014年，中国网民人均周上网时长长达26.1小时，较2013年底增加了1.1个小时，网民对互联网应用的广度和深度日益提升。2014年，有54.5%的网民表示信任互联网，相比2007年的35.1%，网民对互联网的信任度有较大幅度的提高。

二、互联网引发的社会变革

互联网的快速崛起不但改变了人类的信息传播方式，而且深刻影响着人类的生产生活方式，引发了前所未有的社会变革。

一是信息传播方式的变革，改变了人类的生活模式。主要表现在信息获取方式、社交娱乐方式和购物交易方式的变革。互联网突破了媒体传播的区域限制，具有时效性强、传播速度快、信息量大、传播领域广的特点。这种传播信息的广泛性和实时性，使得人们生活中的即时通信更为方便，社交娱乐更加活跃丰富，如门户网站取代纸质传媒、在线视频取代传统电视等。电子商务改变了人们传统的购物和交易方式，改善了信息不对称的问题，提升了用户体验。

二是商业模式的变革，改变了社会生产方式。在流通领域，电子商务的崛起改变了传统的线下商业模式。以阿里巴巴为代表的综合性电子商务平