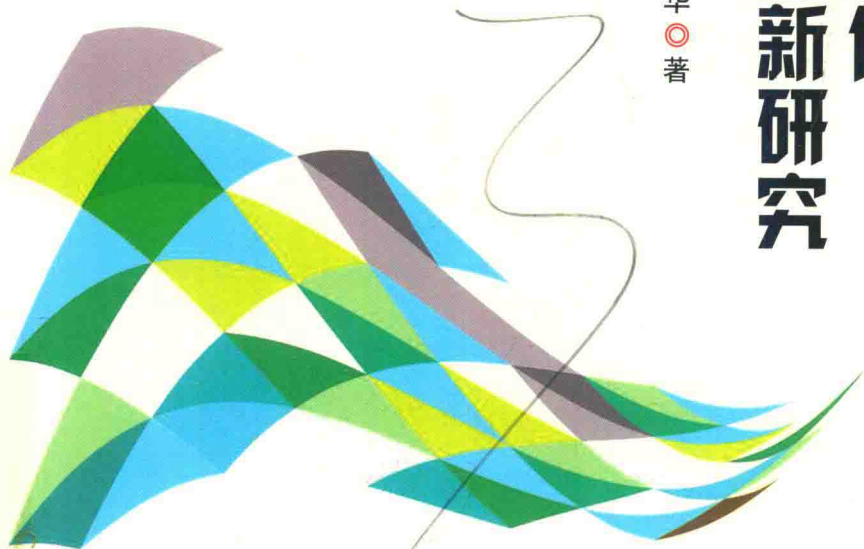


互联网金融时代的 保险运营创新研究

弓志华 著



吉林大学出版社

互联网金融时代的 保险运营创新研究

弓志华◎著



 吉林大学 出版社

图书在版编目(CIP)数据

互联网金融时代的保险运营创新研究 / 弓志华著

· 一长春 : 吉林大学出版社, 2018.6

ISBN 978-7-5692-2586-0

I. ①互… II. ①弓… III. ①互联网络-应用-保险业-研究 IV. ①F840.3-39

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第161737号

书 名 互联网金融时代的保险运营创新研究

HULIANWANG JINRONG SHIDAI DE BAOXIAN YUNYING CHUANGXIN YANJIU

作 者 弓志华 著

策划编辑 杨占星

责任编辑 曲天真

责任校对 王瑞金

装帧设计 徐占博

出版发行 吉林大学出版社

社 址 长春市朝阳区明德路501号

邮政编码 130021

发行电话 0431-89580028/29/21

网 址 <http://www.jlup.com.cn>

电子邮箱 jlup@mail.jlu.edu.cn

印 刷 北京虎彩文化传播有限公司

开 本 787×1092 1/16

印 张 7.75

字 数 150千字

版 次 2018年6月 第1版

印 次 2018年6月 第1次

书 号 ISBN 978-7-5692-2586-0

定 价 38.00元



弓志华，汉族，1977年8月生于河北永年县，昆明理工大学工商管理硕士，人力资源管理师、经济师、中央财经注册保险理财规划师、职业保险人，曾供职国内某大型保险公司，担任营销策划、网电新渠道管理，现任河北一家国有投资集团保险运营总经理，从事保险行业十五年以上，具有丰富的保险运营管理实战经验，并对互联网保险创新具有独特的见解。

前 言

人类文明的起起伏伏总是伴随着破与立、生与重生。300年前，工业革命让英国发生了天翻地覆的变化，技术革命在等待资本土壤长达几个世纪之后，终于穿透了几千年来农耕文明的厚厚壁垒。历史会重演，但是出现的方式却总是不同，投资银行帮助以规模经济为主题的电气化革命在美国完成，实现了美国人在工业革命上的第二次飞跃。

显然，技术推动人类文明的进步和发展，但是技术的更新需要资本土壤的培育。金融革命所带来的资源重新配置使得每一次技术革命从逻辑上出现了根本性的变革。

泱泱华夏，五千年来中华民族的智慧，在此刻苏醒。从顶层设计到打通中小企业互联网金融的最后一公里，这是一个全民金融的时代、普惠金融的时代，互联网去核心化的精神体现得淋漓尽致。互联网保险正是此时应运而生，以云计算与大数据为载体，在960万平方公里快速生根发芽，在不断冲击传统保险模式的同时，创造了一个又一个崭新的传奇。保险凭借“我为人人，人人为我，互助共赢”的精神与互联网碎片化、去核心化的总思路不谋而合，这种恰如巧合的契合一定会使保险这一古老悠久的金融活动重新绽放光彩，迸发生机。

本书言简意赅，由浅入深，从互联网的来龙去脉开始说起，先后介绍了云计算与大数据的基本原理，之后阐述互联网模式下的

现有保险模式与传统保险模式的差异以及互联网保险的发展现状，最后重点阐述了互联网大环境下，保险销售与服务的升级与改革，希望能对有志于了解互联网保险、保险模式的读者起到一定作用。

互联网金融毕竟是市场发展的新兴事物，其是未来金融业的核心竞争力，也是发展的必然方向，在此背景下，互联网保险发展也在不断的争议、肯定、质疑和验证中逐步发展壮大，正因如此，在编写过程中可借鉴的理论存在不足，加之作者水平有限，问题在所难免，欢迎读者多指正，以便再版时更正完善。

目 录

第一章 互联网这个事物.....	1
第一节 互联网是什么	1
第二节 互联网是如何连接的	3
第三节 互联网的技术的发展与运用	4
第四节 大数据与云计算的前世今生	6
第五节 互联网+	19
第二章 互联网金融.....	21
第一节 什么是互联网金融	23
第二节 互联网金融的基本原理及特点	25
第三节 互联网金融的本质与功能	26
第四节 互联网金融的市场与现状	27
第五节 互联网金融市场的监管与风险	30
第三章 保险的作用.....	33
第一节 保险对社会的影响力	33
第二节 保险与家庭的关系	34
第三节 保险产品个性化对未来的影响	38
第四章 互联网保险.....	40
第一节 什么是互联网保险	40

第二节	互联网保险之路	41
第三节	国外(发达国家)互联网保险行业状况分析。	42
第四节	国内互联网保险行业政策环境分析。	51
第五节	国内互联网保险行业环境分析	53
第六节	国内互联网保险业运行现状分析	60
第五章	传统保险的思考	68
第一节	传统保险产品与互联网保险产品	68
第二节	互联网对传统保险模式的冲击	70
第三节	传统保险市场分析及未来走向	74
第六章	互联网环境下保险模式的升级	79
第一节	互联网模式下传统保险产品的营销	79
第二节	互联网环境下保险流程的升级	80
第三节	传统保险模式过渡到互联网模式的路径分析	82
第七章	人力资源对互联网保险发展的影响	86
第一节	社会人力资源发展与保险用工的关系	86
第二节	通过人力资源调配降低互联网保险的成本	87
第三节	优化服务是互联网保险降本增效的核心点	90
第八章	互联网保险崛起推动营销策略的改变	93
第一节	营销与销售的区别和联系	93
第二节	互联网保险销售的新特征	95
第三节	互联网保险推动营销模式的改变	98

第九章 互联网保险服务流程的创新.....	102
第一节 保单计算与配送流程的变化	102
第二节 佣金结算模式及时准确	104
第三节 自助理赔的喜和忧	108
参考文献.....	111

第一章 互联网这个事物

第一节 互联网是什么

如果说有什么东西存在于你周围，无时无刻不在影响你的生活，你却又无法描述的话，这个东西可能就是互联网，我们只知道互联网存在于我们生活中的每个角落，但是互联网到底是什么？简要地说，互联网就是将世界各地的计算机通过特定协议连接在一起的规范和硬件的总称。实际上，互联网所连接的不是整个物质世界，而是人。因此人类所有社会活动、经济行为、社会关系都在互联网中有了映射；也正是基于此，互联网才像无数条四通八达的公路将整个世界相连。

早在二十世纪六七十年代，由于军事指挥的需要，美国国防部门要求开发一种不易被摧垮的军事指挥系统。于是，美国高级研究计划署（ARPA）花费了超过十亿美元研究了一种网络系统，这个系统就是互联网的始祖——ARPANET。阿帕网由西海岸的4个节点构成。第一个节点选在加州大学洛杉矶分校（UCLA），第二个节点选在斯坦福研究院，那里有道格拉斯·恩格巴特（D.Engelbart）等一批网络的先驱人物。此外，加州大学圣巴巴拉分校（UCSB）和犹他大学（UTAH）分别被选为三、四节点。这两所大学都有电脑绘图研究方面的专家，这些人穷其一生都奔跑在互联网事业的发展之路上。

在此之后，互联网便开始高速发展。我们都知道互联网的连接需要协议，那么最初的协议是什么时候产生的呢？八十年代早期，在美国华盛顿第一届国际计算机通信会议上，各国科学家通过交流，决定建立一个互联网工作组，制订计算机网络间进行通信的协议，也就是在这个会议上，IP（互联网协议）和TCP（传输控制协议）有了最初的雏形。无条件向全世界免费提供TCP/IP协议这项电脑网络之间的通信技术奠定了因特网技术的基础，而在此期间，工作站/服务器系统，以太网局域网技术LAN（包括后来的广义域网络技术WAN）两项技术的发展，促进了ARPANET技术的发展。

在之后的二三十年中，有了互联网协议的基础。发达国家高校鼓励大学与研究机构共享主机资源，利用ARPANET的TCP/IP协议，建立了NSFNET广域网

并鼓励各界把自己的局域网与相连接。至此，一个连接整个世界的互联网雏形形成了。在1986年至1991年五年之间，加入互联网计算机子网的个数从100个迅速增加到3000个。年增长速度100%。互联网发展也正式进入了快车道。

但是，此互联网与我们身边那个无处不在的互联网还是不同，当时的互联网还仅限于共享NSF巨型计算机和科技界相互交流和通信的范围。一直到九十年代后，互联网迎来了商业化发展的契机和曙光。于是，为了提升工作效率，工商企业不惜成本与代价纷纷前赴后继与互联网相连接，使互联网实现了第二次飞跃。无独有偶，互联网为工商业提供的便利大大出乎了人们的意料。于是互联网运营上的商业化进程也在1995年迎来了大洗牌。当年4月30日，长久使用的NSFnet因为无法更好地与飞速商业化发展的互联网保持协同，最终正式宣布停止操作。取而代之的是由美国政府指定的三家私营企业。为了规范对互联网技术和服务范围的管理，1998年06月05日美国政府发表白皮书，成立非营利公司，互联网域名地址分配公司(icann)负责对互联网进行技术管理。至此，美国首先配备了世界上最为成熟的互联网服务运营商和管理规范体系，这一配置的超前完成也为其在之后的信息革命和互联网革命中及早奠定了基础，完成了布局的规划。

中国作为发展中国家，在经历十年“文化大革命”之后的又十年，互联网才第一次走进我国960万平方公里的土地。

那是1987年的北京的一个秋天，在中国科学院计算机网络研究中心，一名来自无锡的年轻人发出了我国第一封电子邮件“跨越长城，走向世界”，从此拉开了中国人使用互联网的序幕。这位年仅三十三岁的科学家就是钱天白教授，钱天白教授对于中国互联网的贡献还不仅限于此，钱天白教授代表中国正式在国际互联网络信息中心(InterNIC)的前身DDN-NIC注册登记了我国的顶级域名cn，钱天白也因此被誉为中国互联网之父。七年后，也就是1994年，由中国科学院、清华和北大三单位共建国内的第一个示范网络(NCFC)，与互联网实现了全功能联接。同年中国科学院计算机网络信息中心完成了在国内设置.CN服务器。中国国家计算与网络实施工程、中国教育科研计算机网、中国公用计算机互联网、国家公用信息通信网，也称金桥网等四个网络先后开通。1997年5月中国科学院授权建立和管理中国互联网信息中心(CNNIC)，行使国家互联网络信息中心的职责，并建立工作委员会。至此，中国互联网基础建设、相关规范已初步成熟。根据第 39 次《中国互联网络发展状况统计报

告》显示：截止到2016年12月，中国网民规模达7.31 亿，互联网普及率达到53.2%，超过全球平均水平 3.1 个百分点，超过亚洲平均水平 7.6 个百分点。其中，手机网民占比达95.1%，线下手机支付习惯已经形成。这也就是我们今天互联网的样子，无时无刻地围绕在我们周围，为我们的生活提供了无限的便利。

第二节 互联网是如何连接的

在了解互联网的前世今生之后，你肯定还不过瘾。互联网是如何连接的，这个问题你想过吗？为什么远在大西洋彼岸的朋友发送的邮件可以瞬间到达你的邮箱，为什么我们可以在购物网站挑选世界各地的海鲜产品，这些信息是如何出现在互联网中，又是如何出现在我们的视野里？靠的就是契约，大家都遵守的契约，这个契约就是互联网协议，这节我们就主要了解一下，纷繁复杂的互联网是如何连接起来的，这是互联网的秘密。

计算机网络是由许多计算机组成的，要实现网络的计算机之间数据传输，必须要做两件事，数据传输目的地址和保证数据迅速可靠传输的措施，这是因为数据在传输过程中很容易丢失或传错，Internet使用一种专门的计算机语言(协议)，以保证数据安全、可靠地到达指定的目的地，这种语言分TCP（Transmission Control Protocol 传输控制协议）和 IP（Internet Protocol网间协议）sure网络营销理论。TCP/IP协议的数据传输过程：TCP/IP协议所采用的通信方式是分组交换方式。所谓分组交换，简单说就是数据在传输时分成若干段，每个数据段称为一个数据包，TCP/IP协议的基本传输单位是数据包，TCP/IP协议主要包括两个主要的协议，即TCP协议和IP协议，这两个协议可以联合使用，也可以与其他协议联合使用，它们在数据传输过程中主要完成以下功能：

（1）首先由TCP协议把数据分成若干数据包，给每个数据包写上序号，以便接收端把数据还原成原来的格式。

（2）IP协议给每个数据包写上发送主机和接收主机的地址，一旦写上源地址和目的地址，数据包就可以在物理网上传送数据了。IP协议还具有利用路由算法进行路由选择的功能。

（3）这些数据包可以通过不同的传输途径(路由)进行传输，由于路径不

同,加上其他的原因,可能出现顺序颠倒、数据丢失、数据失真甚至重复的现象。这些问题都由TCP协议来处理,它具有检查和处理错误的功能,必要时还可以请求发送端重发。简言之,IP协议负责数据的传输,而TCP协议负责数据的可靠传输。

这样我们日常用来搜索资料的指令,即时通信的文字图片音乐,还有游戏上传以及下载的所有数据都按照不同的地址和有序的规则在互联网中流转、回馈。最终形成了不同人之间信息的交换和流通,最后将所有计算机都连接了起来。

第三节 互联网的技术的发展与运用

谈到互联网技术,大家又要说陌生了,什么是互联网技术,我又不是干IT的我哪见过什么互联网技术。生活当中经常会有这种人出现,那么到底什么是互联网技术呢?

按照使用终端的不同,我们将互联网又下分为移动互联网。

说互联网技术很晦涩,但是谈互联网应用大家肯定一听就明白。

比如说即时通信,不明白?就是微信、QQ。比如说搜索引擎,也不明白?好吧,就是百度、搜狗,除此之外还有网络新闻、网络视频、网络音乐、网上支付、网络购物、网络游戏、网上银行、网络文学、旅行预订、电子邮件、论坛/BBS、互联网理财、微博、地图导航、网上定外卖、在线教育、互联网医疗、互联网政务。怎么样?是不是有点头绪了。这就是互联网技术与应用,那么这些应用是如何通过互联网实现的,又是如何通过互联网传播的呢?我们以占比最大的即时通信和搜索引擎做一下介绍。

即时通信技术:上文已经介绍了什么是即时通信技术。想理解清楚这个原理还是比较难的,需要一些数学知识和计算机语言知识,我会尽力通俗地解释什么是即时通信技术。即时通信技术从文字表面意思理解就是指能够即时通信,即发送和接收互联网消息的技术是实时的,如果用户A直接发送给用户B,那么用户B可以实时接收并反馈给A。不仅在文字上可以做到这样,在语音和视频上同样可以。这个技术是如何实现的呢?互联网的连接靠TCP/IP协议,一个像小火车一样运输数据,一个负责给小火车贴标签并调整小火车的运行轨迹,以保证小火车能将指定的数据和指令运送到正确的位置。而即时通信则好像通

过协议打开了一条通路，如果是群聊，那么对应的通路就是多个人的通路，如果是一对一的私聊，对应的通路就是单个人的通路；当互联网中的A用户向B用户发送信息后，如果对方在线，那么信息就直接通过指定的地址发送给B，如果对方不在线的话，信息将会存储在数据库中待对方上线后再转发给对方。那如何能确定用户是否在线呢？以腾讯即时应用为例，研究其协议发现，机制为心跳机制，即每隔几秒钟，向腾讯发送一个数据包，成为心跳包。当服务器发现某个用户在很长一段时间没有心跳了，则认为它已经下线了。当服务器收到心跳包后，标记好该用户的准确IP。随后当其他用户发送信息给该用户后，腾讯会将IP发送给其他用户，其他用户就可以开始用这个IP和该用户建立通讯。当然这只是最简单的基本原理，作为国内以至于世界顶尖的即时通信服务商，腾讯必然拥有极为复杂的即时通信技术协议。

搜索引擎技术：搜索引擎作为我们日常使用最多的应用，顾名思义，就是通过搜索关键字，在茫茫大海般的数据中找到自己所需要的内容，内容可能是图片，也可能是文字、可能是网站链接或者网址。那么这些方面便捷的功能是如何实现的呢？

举个例子：小明想在网上搜索哪家卖手机的卖的苹果10最便宜，那么他在搜索引擎框中就输入了苹果10价格，百度搜索在0.1秒内在巨大的数据库中进行查找，找到了苹果10的价格。

这是如何做到的呢？

首先是网络爬虫。互联网上的信息存储在无数个服务器上，任何搜索引擎想要回答用户的搜索，首先要把我那个也存在自己本地的服务器上，这靠的就是网络爬虫。他不停地向网站发送请求，将得到的网页存储起来，那么他怎么知道往哪里发送请求呢？通常的做法就是利用网页之间的链接从一个网页出发，提取出指向其他同样需求的链接，把它当成下次要请求的对象，不停地重复这个过程。其次，就是如何高效地爬取数据，高效地将数据存储起来以便之后分析使用。这个分布式程序的实现是一个相当大的工程。在整个爬虫被你占领后，就是数据索引，通过关键字搜索的核心就是索引，就像图书馆一样，数以亿计的数据通过相关属性建立索引，其次就是关键词，在搜索引擎中叫作分词，通过专业研究分词，就可以定义分词语义，最后通过索引就能找到最便宜的苹果10手机是哪个电商在出售。这就是搜索引擎技术，虽然说起来很简单，但是做起来真的不容易，小小的搜索框后面有成千上万工作人员的辛勤汗水和

努力。

通过本节，我们主要介绍了目前较火的两个互联网技术的应用，你可能没听明白，也还疑惑我们不是说互联网金融、互联网保险吗？那这些技术和互联网保险有关系吗？别急，接下来的这一节，我们就开始介绍和互联网保险相关的互联网技术。

第四节 大数据与云计算的前世今生

在所有互联网技术里面，对保险影响最大的应该就是大数据技术和云计算技术了。为什么说大数据技术对互联网保险、对保险影响很大？原因很简单，互联网思维的核心是用户体验，只有深入挖掘潜在客户和客户需求，并提供相应的产品和服务，才能为用户提供个性化的营销，而客户需求与潜在客户的获取和界定就需要数据的支撑，新互联网经济时代的特点就是数据规模急速膨胀，超过百分之九十九的数据是在互联网经济时代形成并记录的，所以数据作为决策支撑对服务行业的影响是极其深远的。巧合的是，保险行业本身就是典型的服务行业，而且保险行业也是最容易产生数据的行业，海量的数据为保险服务提供了数据基础，对海量数据的深度加工和挖掘必然能精准定位、甚至创造需求。

以保险前端销售来说，首先是定价思路的全线颠覆，互联网将颠覆传统保险的定价方式，大数据将是互联网产品定价的终端武器。更为重要的是，在互联网经济时代商业规律的作用下，免费经济开始扮演越来越重要的角色。总的来说，互联网经济时代的保险产品研发，将会大量依赖大数据技术，将保险需求、产品形态及其对应的价格机制精确到个人和群体，利用互联网打破时空局限，达到个性化风险控制和定价，提高保险产品服务，为保险行业发展提供创新土壤。其次是，营销范围从全球化向个性化逐步过渡：大数据能精准锁定目标人群。传统营销大多以人口统计学特征来概括目标消费者，如消费习惯、心理特征、兴趣爱好这样深度数据需要仰仗专业的市场调查公司，而借助大数据技术，营销者可以无限接近、近乎准确地判断每一个人的属性。一些企业通过海量的消费者信息，然后利用大数据建模技术，按消费者属性和兴趣、购买行为等维度，挖掘目标消费者，然后进行标签层分类，再根据这些信息对个体消费者进行营销信息的推送，互联网保险想要实现精准营销，对用户信息了解得

越全面，营销机会就越多。客户的年龄、性别、职业、学历、地域和不同的阶层、收入都会影响消费行为，如何搜集处理这些数据量极大的信息，靠的就是大技术与云计算能力。上面举的两个例子只是设计在保险前端销售、承保，但大数据的能力不仅仅在于此，在理赔端流程优化，保险人力资源管理方面都有巨大的作用，这里就不再赘述了。那么，大数据、云计算这么牛，到底大数据云计算是什么？

大数据的走红来自《Nature》和《Science》等国际性科技期刊相继出版专刊对大数据进行了专门的讨论，在分析了大数据带来的机遇和挑战之后，大数据技术和云计算技术开始走进大众的视野，迅速发展成为科技界和企业界甚至世界各国政府关注的热点。著名管理咨询公司麦肯锡称：“数据已经渗透到当今每一个行业和业务职能领域，成为重要的生产因素。人们对于大数据的挖掘和运用，预示着新一波生产力增长和消费盈余浪潮的到来。”美国政府认为大数据是“未来的新石油”，一个国家拥有数据的规模和运用数据的能力将成为综合国力的重要组成部分，对数据的占有和控制将成为国家间和企业间新的争夺焦点。大数据已成为社会各界关注的新焦点，“大数据时代”已然来临。

大数据的定义是什么？迄今并没有公认的定义。从宏观世界角度来讲，大数据是融合物理世界、信息空间和人类社会三元世界的纽带，因为物理世界通过互联网、物联网等技术有了在信息空间中的大数据反映，而人类社会则借助人机界面、脑机界面、移动互联等手段在信息空间中产生自己的大数据映像。说到这里你可能更迷糊了，要彻底说清大数据是怎么回事，就要从三个层面来展开。

第一层面是理论，理论是认知的必经途径，也是被广泛认同和传播的基线。我会从大数据的特征定义理解行业对大数据的整体描绘和定性；从对大数据价值的探讨来深入解析大数据的珍贵所在；从对大数据的现在和未来去洞悉大数据的发展趋势；从大数据隐私这个特别而重要的视角审视人和数据之间的长久博弈。

第二层面是技术，技术是大数据价值体现的手段和前进的基石。我将分别从云计算、分布式处理技术、存储技术和感知技术的发展来说明大数据从采集、处理、存储到形成结果的整个过程。

第三层面是实践，实践是大数据的最终价值体现。我将分别从互联网的大数据、政府的大数据、企业的大数据和个人的大数据四个方面来描绘大数据已经展现的美好景象及即将实现的蓝图。

最早提出大数据时代到来的是麦肯锡，麦肯锡说：“数据，已经渗透到当今每一个行业和业务职能领域，成为重要的生产因素。人们对于海量数据的挖掘和运用，预示着新一波生产率增长和消费者盈余浪潮的到来。”

业界（IBM 最早定义）将大数据的特征归纳为4个“V”（大量——Volume，多样——Variety，价值——Value，速度——Velocity），或者说特点有四个层面：第一，数据体量巨大。大数据的起始计量单位至少是PB（1000个TB）、EB（100万个TB）或ZB（10亿个TB）；第二，数据类型繁多。比如，网络日志、视频、图片、地理位置信息等等。第三，价值密度低，商业价值高。第四，处理速度快。最后这一点也是和传统的数据挖掘技术有着本质的不同。

这些维度上的东西形成了独到的大数据思维，大数据技术的核心逻辑就是通过大数据思维发掘大数据的潜在价值。维克托·迈尔-舍恩伯格在《大数据时代》一书中举了百般例证，都是为了说明一个道理：在大数据时代已经到来的时候要用大数据思维去发掘大数据的潜在价值。书中，作者提及最多的是Google如何利用人们的搜索记录挖掘数据二次利用价值，比如预测某地流感爆发的趋势；Amazon如何利用用户的购买和浏览历史数据进行有针对性的书籍购买推荐，以此有效提升销售量；Farecast如何利用过去十年所有的航线机票价格打折数据，来预测用户购买机票的时机是否合适。

那么，什么是大数据思维？维克托·迈尔-舍恩伯格认为：

- 1.需要全部数据样本而不是抽样；
- 2.关注效率而不是精确度；
- 3.关注相关性而不是因果关系。

但是，阿里巴巴的王坚对于大数据也有一些独特的见解，比如，“今天的数据不是大，真正有意思的是数据变得在线了，这个恰恰是互联网的特点。”

“非互联网时期的产品，功能一定是它的价值，今天互联网的产品，数据一定是它的价值。”“你千万不要想着拿数据去改进一个业务，这不是大数据。你一定是去做了一件以前做不了的事情。”特别是最后一点，我是非常认同的，大数据的真正价值在于创造，在于填补无数个还未实现过的空白。

有人把数据比喻为蕴藏能量的煤矿。煤炭按照性质有焦煤、无烟煤、肥煤、贫煤等分类，而露天煤矿、深山煤矿的挖掘成本又不一样。与此类似，大数据并不在“大”，而在于“有用”。价值含量、挖掘成本比数量更为重要。

大数据是什么？投资者眼里是金光闪闪的两个字：资产。比如，Facebook