

Study on Internet Development of Insurance Intermediary—Taking CN Insure Inc. as an Example

Na Li

School of Economics and Management, Guangzhou University of Chinese Medicine, Guangzhou Guangdong
Email: 2011675430@qq.com

Received: Apr. 23rd, 2018; accepted: May 7th, 2018; published: May 14th, 2018

Abstract

The rapid development of internet finance, insurance intermediary industry under the trend of the Internet actively explore, trying to find a new development model. This article analyzes the situation of the Internet of CN insure Inc., and understands the development of Internet insurance intermediary in China, and tries to provide some suggestions for the transition of insurance intermediary to Internet.

Keywords

Internet, Insurance Intermediary, CN Insure Inc.

保险中介互联网化发展研究——以泛华保险服务集团为例

李 娜

广州中医药大学经济与管理学院, 广东 广州
Email: 2011675430@qq.com

收稿日期: 2018年4月23日; 录用日期: 2018年5月7日; 发布日期: 2018年5月14日

摘 要

互联网金融迅速发展, 保险中介行业在互联网的大趋势下积极探索, 试图找到新的发展模式。本文

通过对泛华保险服务集团互联网化的情况进行分析,了解我国互联网保险中介的发展情况,并尝试着为保险中介向互联网道路的转型提供一些参考意见。

关键词

互联网, 保险中介, 泛华保险服务集团

Copyright © 2018 by author and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 选题意义

近几年,随着信息技术的发展,大数据和云技术的支持,互联网金融快速兴起并呈现出爆发式增长,互联网和各个行业领域相结合,形成了一种新的发展模式,保险中介在“互联网+”这一趋势下或积极或被迫加入这一潮流,希望在激烈的市场竞争中生存下来继而做大做强。泛华保险服务集团正是“互联网+保险中介”的先行者,积极迎合了互联网金融这一大趋势,在保险中介领域树立了榜样作用。分析泛华保险服务集团向互联网转型的情况,有利于进一步了解互联网保险中介的发展。

2. 我国保险中介发展现状

2.1. 我国保险中介总体发展状况

在发达资本主义保险中介市场上,保险中介机构占据着重要的比例,60%以上的财险业务和40%以上的寿险业务都是通过代理人、经纪人等中介机构来完成的。中国的保险中介的起步较西方发达国家晚了很长时间,长期以来中国一直没有专业化的保险中介机构,直到1999年,经国家批准成立了13家保险专业中介法人机构,才填补了这一空白[1]。近几年保险中介市场日益活跃繁荣,资本大量的涌入、保险中介的监管不断加强、有关保险中介机构的法律法规不断地完善等都促进了保险中介市场的快速发展。但是,由于起步晚、发展水平较低,我国的保险中介市场距离发达国家的发展水平还有一段距离,在发展的过程中还存在着许多的问题。

2.2. 我国保险中介取得的成就和存在的问题

2.2.1. 取得的成就

1) 保险中介市场的结构不断优化

在2009年~2015年期间,从表1可知,保险专业中介法人机构的数量虽然呈现减少的趋势,但都基本在2500家左右,数量变化上相对较小,保险专业代理机构的数量不断的减少,保险经纪机构和保险公估机构的数量在不断的增加。截止到2015年末,我国的专业中介法人机构数量为2503家,同比减少了43家,保险中介集团为6家。随着保险中介市场的竞争不断的加剧以及受互联网的影响,保险中介集团出现并不断地发展,传统靠“过单”来维持运转的中小型保险中介机构受到的冲击最大,在保险专业代理机构、保险经纪机构、保险公估机构中,又数保险专业代理机构所遭受的影响最大。对于一些违规经营的保险中介机构,国家不断加强监管,一旦发现违规的保险中介机构,则吊销其经营牌照并对其进行一定的处罚。这一系列的举措都会对保险中介机构产生重大的影响,并使得保险中介市场的结构不断优化,市场主体之间能够得到更好的合作。

Table 1. 2009-2015 the number of insurance professional intermediary institutions
表 1. 2009 年~2015 年保险专业中介法人机构数量

年份	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年
保险专业中介法人机构数量	2570	2550	2554	2532	2520	2546	2503
保险专业代理机构	1903	1853	1823	1815	1760	1764	1719
保险经纪机构	378	392	416	436	433	445	445
保险公估机构	289	305	315	327	322	337	333

数据来源：2016 中国保险年鉴、中国保险中介市场发展报告(2009-2015)。

2) 保险中介渠道实现的保费收入快速增长

从 2011 年~2015 年，保险中介渠道实现的保费收入呈现快速增加的趋势，截止到 2015 年末，保险中介渠道实现保费收入达 19,760.2 亿元，占总保费收入的 81.4% (见表 2)，这充分说明了我国的保险中介机构近几年在不断地发展，保险中介作为保险市场主体的一部分，在保险市场中发挥着重要的作用，对保险行业所做的贡献也越来越大。

3) 保险中介市场得到不断的规范

保险中介快速的发展，使得保险行业对它的依赖程度越来越大，作为保险市场的重要的一部分，在发展的过程中还存在着许多的问题，这就需要保险监管机构对保险中介机构进行及时、合理并有效的监管。2014 年被定为保险中介业务“整顿及规范年”，按任务内容不同被划分为摸清底数、整顿秩序、深化改革、建章立制和总结提高五个阶段[2]。整顿结果显著，使得保险中介市场得到了规范，具体情况见表 3。

2.2.2. 存在的问题

1) 保险中介市场发展不平衡

我国保险中介市场发展还很不充分，行业结构失衡。在 2012 年，保险专业中介机构保费收入为 972.56 亿元，保险营销员保费收入为 5536.46 亿元，保险兼业代理机构保费收入 6832.35 亿元，其中保险兼业代理机构和保险个人营销员的展业份额的市场占有率为 91.7% [3]，远远大于保险专业中介机构。在区域发展方面，2014 年东部地区保险专业中介机构有 1850 家，中部有 419 家，西部地区仅有 211 家[4]；2015 年，东部地区原保险保费收入 13,950.91 亿元，占全国原保险总保费的 57.45%；中部地区的原保险保费收入 521.72 亿元，占全国原保险总保费的 23.15%；西部地区的原保险保费收入 4629.24 亿元，占全国原保险总保费的 19.06% [5]，可见，保险中介机构大多集中在北上广深或者较发达城市，中西部地区保险机构数量少且竞争能力较弱。

2) 保险中介市场专业化水平低

我国的保险中介机构赚取利润的方式太过于粗放化，一般主要依靠销售保险产品盈利，保险中介从业人员的专业化水平参差不齐，市场准入门槛较低，从业人员的整体素质有待进一步的提高。在发达国家，保险中介机构的获利渠道多，产品服务的开发力度强，保险产品的销售只占保险中介机构业务的一部分甚至很小的比重，风险咨询、衡量保险标的价值与评估风险大小、协助保险公司的防灾防损工作、查勘保险事故与鉴定损失程度等服务是公司实现盈利的重要业务。保险中介机构工作的人员具有较高的专业知识水平，被称为工程师或专家，而中国的保险中介机构与之相比差距巨大。

3) 中介业务违法违规行为普遍

保险行业许多中介机构还存在着无证书人员开展业务，没有规范档案，没有财务、业务系统，没有

Table 2. 2011-2015 insurance intermediary channel realized premium income
表 2. 2011 年~2015 年保险中介渠道实现保费收入情况

年份	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年
中介渠道保费收入(单位: 亿元)	12,344.62	12,757.74	13,836.83	16,144.2	19,760.2
中介渠道保费收入占总保费收入	86.14%	82.39%	80.34%	79.80%	81.40%

数据来源: 中国保险年鉴。

Table 3. 2014-2015 the results of the insurance regulatory agencies to rectify the insurance intermediary market
表 3. 2014~2015 年保险监管机构整顿保险中介市场的成果

整顿措施	整顿结果
注销代理资格	2036 家
行业禁入	1 人
责令停止接受新业务	7 家
吊销许可证	60 家
累计罚款	2800 多万元
撤销资格	31 人
退出市场	1909 家

资料来源: 相关网站资料整理。

顾客告知书, 没有专门代收保费的独立账户的问题[6]。这种现象不仅反映了保险中介机构的侥幸欺诈问题, 也反映了中国监管机构监管的不到位。由于信息的不对称, 保险中介机构容易利用信息对保险公司和投保人进行双向欺诈, 导致我国保险中介机构欺诈事件层出不穷。根据保监会的数据显示, 在 2016 年前三季度, 保监会机关及各保监局接收到的有效投诉事项中, 关于保险中介的投诉有 45 个, 损害了保险中介市场的声誉, 有的甚至带来严重的后果, 丧失了大众的信任。

3. 泛华保险服务集团

3.1. “互联网+”潮流下的泛华保险服务集团

泛华保险服务集团是亚洲保险中介行业第一家在全球主要资本市场(美国纳斯达克主板)上市的企业, 目前拥有国内金融服务中介行业最大的销售及服务网络, 占据市场领先地位[7]。截至 2012 年 7 月, 集团旗下的泛华财险、泛华寿险、泛华金融、泛华公估、泛华经纪、泛华电子商务、泛华财富管理等 7 大业务板块拥有 40 家保险代理公司、1 家兼业代理机构、2 家保险经纪公司、3 家保险公估公司、1 家电子商务公司、1 家消费者金融服务公司及 1 家财富管理公司, 5 万余名员工和销售人员, 分布在全国 29 个省、市[8]。在互联网金融这一大背景下, 泛华保险服务集团为了保护自己的市场地位, 积极拥抱互联网, 从 2010 年开始实施大转变(见表 4), 其商业模式是由原来的以代理人和网点驱动, 转变为以客户和技术驱动, 打造属于自己的“泛华模式”。

3.2. 互联网金融领域的主要产品

3.2.1. 掌中宝

泛华推出的掌中宝是面向代理人的移动交易平台, 能够帮助代理人通过移动终端 APP 为顾客提供大量车险、寿险和理财产品的实时报价和在线交易, 顾客也可以通过掌中宝掌握保险产品的实时动态, 节

Table 4. The main course of CN insure Inc. entering the Internet field
表 4. 泛华保险服务集团进军互联网领域的主要历程

时间	主要历程
2010年7月29日	斥资4.74亿收购深圳保网，并宣布成立泛华保网电子网络公司
2011年3月26日	以4.18亿向华平投资出售大童
2012年10月23日	推出保险中介行业第一移动展业终端——“掌中宝”
2014年	推出保险理赔平台“车童网”
2015年	推出互联网车险比价交易平台“去哪保”

数据来源：相关网站资料整理。

省了顾客的时间成本。泛华保险服务集团将自己的保险代理业务转移到线上，大大节约了展业成本，提高了营销的效率，拉开了“移动保险超市”的序幕。

3.2.2. 保网

泛华收购的深圳保网是意外、健康等保险的购买入口，类似于“网上超市”，直接面向终端消费者销售数十家的数百款意外、健康、旅游等标准化产品。顾客在保网上可以看到不同的产品并对同类型的产品进行进一步的比较，选出自己满意的产品，加强了顾客的体验，赋予顾客更多的自主选择权。

3.2.3. 车童网

作为国内首个基于地图定位技术的保险售后公共服务平台，泛华车童网专注于车险的线上理赔，利用互联网技术，整合各地的汽车和保险服务资源，为客户提供查勘、定损、救援、快修等服务。当被保险人的车辆发生事故后，被保险人可以直接在平台上直接报案，众多的保险理赔人员会在车童网平台上收到报案信息，保险理赔人员会在平台上进行抢单，抢单成功后会在第一时间赶往事故现场，进行定损、勘察等服务。这种模式类似于滴滴打车，节省了被保险人的等待时间，同时也提高了保险理赔法人服务效率。

3.2.4. e 互助

e 互助是泛华推出的国内首款透明公开的预防未来风险的网络互助平台，该平台为会员及其家属分散了患癌症及意外事故死亡的风险。e 互助相比于其他的保险网络平台，互助性更加明显，是对商业保险进行了一次创新。e 互助集合了同质风险并对风险进行分摊，会员所承担的费用具有相当大的灵活度，大大降低了商业保险为投保人带来的费用负担，缓解了一定的经济压力。

3.2.5. 去哪保

去哪保是泛华推出的一款针对车险销售的平台，该平台提供了关于不同保险公司车险产品的价格、优惠、服务、理赔等信息，投保人可以根据这些信息，进行对比分析，找出适合自己的车险产品。

3.3. 泛华保险服务集团分析——基于 SWOT 分析法

通过 SWOT 分析法对泛华保险服务集进行分析，找出其中的优势、劣势、缺点和威胁，为互联网保险中介的发展提供一定的经验。

3.3.1. 优势

泛华保险服务集团在进行互联网方向探索中处于领先地位，收购深圳保网、推出掌中宝、车童网、e 互助、去哪保等线上平台，发展势头强劲。市场准入时间较早，竞争对手也相对较少，使得泛华保险服

务集团有时间进行市场战略布局,不断地去探索“泛华模式”。在互联网转型道路上,泛华保险服务平台所推出的线上平台针对性强且较为完善,覆盖面广,针对不同的客户给予不同的服务,更容易被顾客所接受,易于形成品牌规模效应,扩大受众面,具有巨大的市场潜力。

3.3.2. 劣势

我国的保险行业相对于发达国家来讲,起步较晚,发展不足。保险中介作为保险市场的主体之一,也受我国保险业大环境的影响,在发展过程中受到一定的限制,市场整体发展难度较大,产品差别不明显。现在各大保险公司积极拓展营销渠道,发展自己的线上平台,现在的保险公司还没有把保险中介作为合作伙伴反而当作竞争对手,加剧了泛华保险服务集团的市场竞争。泛华保险服务集团作为“互联网+保险中介”的先行者,在互联网转型的道路上缺乏一定的经验,对经营结果难以预计,再加上大众对保险中介行业的不了解,在发展过程中存在许多的困难。

3.3.3. 机会

《中国保险业发展“十三五”规划纲要》指出,要建立多层次、多成分、多形式的保险中介服务体系,培育具有专业特色和国际竞争力的龙头型中介机构[9]。国家对互联网保险中介的发展给予了一定的支持,泛华保险服务集团抓住机会积极进行探索,投入到互联网金融的大趋势下,较早的进入了互联网保险中介领域。随着信息技术的发展,使得保险中介线上平台成为可能,我国的网民数量庞大,网上购物越来越被人们所接受并成为一种大趋势,这些都加快了保险中介向互联网转型步伐,泛华保险服务集团收益于电子商务的发展,积极开展线上服务,促进了保险中介的发展。

3.3.4. 威胁

在互联网金融领域,产品容易被别人模仿,泛华保险服务集团推出的线上平台其设计、运作等易被其它公司模仿并成为竞争对手。现在一些大型保险公司如平安、人保、国寿等都有自己的保险营销网站,这些保险营销网站作为保险营销的渠道之一,在一定程度上冲击了保险中介的网上平台,泛华保险服务集团的线上代理销售平台也会受到一定的影响。保险中介市场的许多主体现在纷纷探索“互联网+保险中介”新模式,越来越多的保险中介机构进入互联网保险中介领域,会使得泛华保险服务集团在其中的市场份额不断减少。监管的不断加强,相应的法律法规有待进一步的完善,互联网保险中介的市场有待进一步的完善与规范。

3.4. 关于泛华保险服务集团发展的几点建议

3.4.1. 找准市场定位,体现自己的优势

泛华保险服务集团是保险中介互联网化的先行者,目前拥有国内金融服务中介行业最大的销售及服务网络,作为保险中介机构在“互联网+”积极探索的领头人和保险行业的基础平台运营商,泛华保险服务集团应在市场的激烈竞争中,体现自己营运平台的优势。保险公司纷纷建立自己的官方网站并在官网上进行保险产品的销售,这势必会压缩保险中介机构的盈利渠道,泛华保险服务集团要想突破这一限制,就要在互联网金融这个大的背景下运用大数据和云技术对顾客需求进行精准的分析,多形式、多渠道的满足消费者的需求,加大与保险顾客接触广泛的优势。

3.4.2. 积极拓展业务范围,扩大服务覆盖面积

泛华保险服务集团目前的主要经营业务是销售保险产品,作为保险中介的一份子,泛华保险服务集团要不断扩展自己的业务范围,加大与保险公司的合作关系。比如,可以协助保险公司产品研发,通过为保险公司提供精准的产品需求、精准的客户群体,提升保险公司的产品研发能力、销售能力;再如,协助保险公司进行风险控制,提升保险公司的经营能力[10]。泛华保险服务集团只有向保险公司业务不断

的进行渗透，使得与保险公司的合作关系大于竞争关系，才能更好的实现自身的发展。

3.4.3. 提高员工的专业素质，打造自己的企业文化

目前中国的金融市场瞬息万变，保险中介互联网化趋势也越来越明显，保险行业中，不仅需要保险专业的人才还需要计算机技术方面的人才。在当下，同时熟悉保险知识和互联网知识的复合型人才还不太多，不能满足保险行业的需求，这就要求保险公司及保险中介自己培养符合自己需求的人才，而保险公司为了自己的发展往往从保险中介进行“挖角”。在残酷的市场竞争下，泛华保险服务集团应当注重员工的薪酬绩效管理，不断完善自己的用工制度，不断开发员工的潜能并着力打造企业文化，使得内部团结一致，只有员工的专业素质提高、企业文化的形成，才能为集团的长久发展建立坚实的基础。

4. 泛华保险服务集团互联网化的借鉴意义

4.1. 敢于创新，适应环境

自从李克强总理在十二届全国人大三次会议上首次提出“互联网+”行动计划以来，互联网金融就成为一种大的金融发展趋势和潮流。最近几年，有许多学者提出了去中介化，认为随着互联网的发展，保险中介作为联系投保人与保险公司的桥梁将会被淘汰，也有的学者认为保险中介不会被淘汰。不管怎样，互联网的发展，使得保险中介已经意识到了一种严重的危机感，因此保险中介积极地在互联网领域进行探索。泛华保险服务集团适时的进行互联网化，先是收购了深圳保网，然后推出车童网、e互助、掌中宝等，适应了金融领域的发的环境，积极的在保险中介领域探索新道路，为保险中介的发展提供借鉴经验。

4.2. 吸引创业人才、互利共赢

保险中介互联网化的进程中离不开技术人员的支持，尤其是信息技术人才。泛华保险服务集团采取了内部创业与外部创业的方式。在内部创业方面，泛华保险服务集团进行不断地发起和投资项目，在这些项目中，对于那些创业者给予一定的股权，以此来招徕人才，如车童网和保网，在泛华保网的股份中创业者的股份占到 36%；在外部创业方面，泛华保险服务集团对较好的互联网保险的创业团队和创业公司投资，为他们提供初始资金，并未他们提供资金、技术等方面的支持，在这个过程中，泛华保险服务集团只占很小一部分的股份。这样一来，即使得创业人员得到切实的帮助，有使得泛华保险服务集团的业务从“线下”转移到“线上”，实现了双赢。泛华保险服务集团的做法对中国的保险界有一定的借鉴作用。

4.3. 以客户为中心，满足客户需求

虽然整个保险行业都表明以客户为中心，但是仍然有欺诈客户的事件发生，在保险市场上，线下的人员去给客户进行险种的讲解，有益处的同时，还会出现一些问题。泛华保险服务集团采取“线上”和“线下”相结合的模式，线上平台给予了客户更多且具有针对性的选择，使得客户具有较好的体验，如掌中宝为顾客提供大量车险、寿险和理财产品的实时报价和在线交易，充分显示了“移动保险超市”的作用，减少了客户的时间成本；泛华车童网专注于车险的线上理赔，利用互联网技术，整合各地的汽车和保险服务资源，加快了保险理赔的速度。保险业属于第三产业，无论是保险公司还是保险中介机构，只有以顾客为中心才能使得自身得到更好的发展，在不断满足客户的需求中，不断创新、不断进步，才能够做大做强。

参考文献

- [1] 刘颖. 论我国保险中介市场的问题与对策[D]: [硕士学位论文]. 开封: 河南大学, 2014.

-
- [2] 肖扬. 保险中介整顿: 风雨之后见彩虹[N]. 金融时报, 2015-8-12(010).
- [3] 陈文辉. 中国保险中介市场发展报告 2012 [R]. 北京: 中国财政经济出版社, 2013.
- [4] 唐思. 中国保险中介市场发展研究[D]: [硕士学位论文]. 南宁: 广西大学, 2017.
- [5] 周延礼. 中国保险年鉴 2016 [R]. 北京: 中国保险年鉴社, 2016: 1018.
- [6] 李晨惠. 我国保险中介市场现状与问题分析[D]: [硕士学位论文]. 成都: 西南财经大学, 2013.
- [7] 党紫暄. “互联网+ 保险中介”的先行者——泛华[J]. 电子商务, 2017(7): 19-20.
- [8] 宋爽劲, 王艺驰. 指尖上的泛华[N]. 新经济, 2012-11-20.
- [9] 王小波. 解码保险中介发展的“泛华模式”——专访泛华金控董事会主席、CEO 汪春林[N]. 中国保险报, 2017-10-31(008).
- [10] 王小韦, 王雨飞. 互联网保险中介转型之道[N]. 中国保险报, 2017-01-24(007).

知网检索的两种方式:

1. 打开知网页面 <http://kns.cnki.net/kns/brief/result.aspx?dbPrefix=WWJD>
下拉列表框选择: [ISSN], 输入期刊 ISSN: 2169-2556, 即可查询
2. 打开知网首页 <http://cnki.net/>
左侧“国际文献总库”进入, 输入文章标题, 即可查询

投稿请点击: <http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱: ass@hanspub.org