

数字化背景下的保险价值链研究

王抗抗

浙江理工大学马克思主义学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2024年3月26日; 录用日期: 2024年4月15日; 发布日期: 2024年5月27日

摘要

近年来, 金融数字化进程方兴未艾, 物联网、大数据、区块链等各类新兴技术的飞速发展, 保险业与数字技术深度融合, 保险价值链体系发生巨大变化与发展。本文聚焦数字化背景下对保险行业产生较大影响的互联网技术——物联网、大数据、区块链, 关注在数字化技术发展进程中高度融入的保险科技, 对数字化背景下的保险价值链进行分析与阐释。从保险产品设计、保险产品营销、核保理赔服务三方面对新的保险生态圈进行了一定的分析。

关键词

数字化, 保险科技, 价值链, 保险价值链

Research on the Insurance Value Chain under the Digital Background

Kangkang Wang

School of Marxism, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Mar. 26th, 2024; accepted: Apr. 15th, 2024; published: May 27th, 2024

Abstract

In recent years, the process of financial digitization has been flourishing, with the rapid development of various emerging technologies such as the Internet of Things, big data, and blockchain. The insurance industry has deeply integrated with digital technology, and the insurance value chain system has undergone tremendous changes and development. This paper focuses on Internet technologies that have a great impact on the insurance industry in the digital context—the Internet of Things, big data, blockchain. It focuses on insurance technology that is highly integrated in the development process of digital technology, and analyzes and explains the insurance value chain in the digital context. A certain analysis was conducted on the new insurance ecosystem

文章引用: 王抗抗. 数字化背景下的保险价值链研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(2): 2427-2431.

DOI: 10.12677/ecl.2024.132296

from three aspects: insurance product design, insurance product marketing, and underwriting and claims services.

Keywords

Digitization, Insurance Technology, Value Chain, Insurance Value Chain

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

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



Open Access

1. 保险价值链

1985年,哈佛大学教授迈克尔·波特首次提出了价值链理论,他认为现代企业的日常经营活动涵盖了开发、生产、营销、交付以及辅助产品生产等各个环节,这些环节有机地相互结合,构成了一条价值创造链条[1]。基本活动和辅助活动相互交织形成了企业的价值创造链。基本活动包括产品生产、市场推广、销售和售后服务等,而辅助活动则涉及企业基础设施、人力资源管理、原材料采购、研发以及生产激励机制等方面。由于不同类型企业的经营活动各异,其价值链也存在着较大差异。

在价值链理论的指导下,我们可以解构保险行业的日常经营活动,从而得到保险公司的价值链。本文将着重探讨保险行业的基本活动,即保险产品开发、保险产品营销以及核保理赔服务。保险产品设计是指保险公司根据市场需求和变化,创造新产品或改良现有产品,以满足消费者需求,并提升竞争力。而保险产品营销则是指如何将设计好的保险产品推广给消费者,以提升品牌知名度,促进销售。核保理赔服务则是指根据保险合同约定,在保险标的发生保险事故时向保险受益人提供赔偿或补偿。

2. 数字化背景下影响保险行业的互联网技术

2.1. 物联网

物联网是一个建立在互联网、传统通信系统和其他信息设施上的网络,旨在使所有的有独立标识符的实体对象能够互相联系和交流。它主要由三大特征:实体对象的普遍设备化、自主终端间的互动性和服务的普遍智能化。首先,物联网依赖于互联网作为基石无法脱离互联网进行独立运作,所以可视为互联网的一种拓展或延伸。其次,物联网使得物物之间得以相连和交互,借助感知器材和互联网科技,它们能在网络上彼此接入并传递资讯。借助于互联网的技术运用,实现了物的智能化操作和管理,这为各个行业的独特物联网应用提供了广阔的空间,例如家用电器、老年人的照顾和个人健康管理等方面。在保险业,物联网的智能标记和智能操控对于家庭资产险、健康保障和人身意外险等各类保单的设计及赔付带来了深远的影响[2]。

2.2. 大数据

近些年,大数据已逐渐成为了各个领域的关键议题。作为一项珍稀的信息资产,传统的数据统计方法与程序难以高效地应对庞大的数据流,因而有必要引入新型的方法以采集、储存、管理及解析这些数据。大数据不仅指的是收集大量的数据,其核心在于深入挖掘并利用这些数据,从而将其成果运用到商业或工业环境里,这是大数据真正的意义所在[3]。

四种显著特性构成了大数据的核心,它们被简化为四个“V”: Volume (大量信息存储)、Velocity (快

速分析能力)、Variety (多种类型的数据)及 Value (巨大的潜在利益)。借助这四大特点,大数据能够揭示出隐藏的规则并预知未来的发展方向[4]。保险公司以大数据原则为核心原则,与大数据存在天然的联系。这个自然形成的与大数据之间的链接将会对保险行业的精算、新产品的开发、销售策略、理赔管理以及商业模式等领域产生深远的影响和革新[5]。

2.3. 区块链

起初,“区块链”这个词被用于描述“比特币”的基础技术的核心部分——它是一种无中央控制的数据库体系结构。这种新型的技术采用了一种独特的加密方式来构建和存储这些被称为“区块”的独立单元中所含有的所有关于比特的信息;这有助于确保信息的真实性和可靠度并且可以作为创建下个单位的基本条件。

对于区块链理念的认知可划分为两类,即狭义与广义视角。就其狭义而言,区块链遵照时序原则,每一个数据片段均基于前一数据片段构建,从而保证信息的不易更改及不易仿制。然而,若以广义角度审视,则区块链科技运用块状的数据构造来确认并储存数据,借助分散式的节点达成一致协议产生和修改数据,使用加密技术保护数据传递的安全性,并且借助于智能合约实现数据编码和处理,由此构筑出一种新型的分布式基底框架和计算方式。区块链技术具有如下特征,详情见表1。

Table 1. Blockchain technology features

表1. 区块链技术特征

特征	释义
1. 去中心化	通过分布式存储和算力,共同维护全网的数据,避免了传统中心化机构对数据进行管理带来的高成本、易欺诈、缺乏透明、滥用权限等问题。
2. 开放性	它的数据对所有人公开,任何人都可以通过公开的接口查询区块链数据和开发相关应用,因此整个系统的信息高度透明。
3. 自治性	区块链的协议和规则是基于协商一致原则设立的,其中节点间的数据交换具有很高的安全性和可靠性,人为操作不会对数据信息造成主观影响。
4. 信息可靠	经过验证后,区块链上的信息可以永久保存,所以数据的可靠性和稳定性都很高。
5. 匿名性	节点间信息的交互是通过特定算法实现的,交易双方无需透露个人身份即可建立联系,有助于信用的建立。

区块链的各种优势在保险领域有大量的运用,对互联网保险的发展起到了推动作用。比如,其信息无法被修改的特点可用于保险业务中的审核、投保及再保环节,从而大大降低了道德风险的发生率。同时,由于区块链具备智能合约的功能,它可以在事前设定并且自动履行相关的条文与规定,这无疑提升了保险协议的实施速度和精确度[6]。

3. 数字化背景下的保险价值链

物联网、大数据、区块链以及互联网本身所具备的特性都将在数字化浪潮中对保险价值链的各个环节产生深远影响,推动互联网保险的发展,并促进整个保险行业的前进[7]。

3.1. 保险产品的设计

多年来,无论是财产险企还是人身险企,一直都在积极应对保险产品同质化的挑战。互联网保险为保险产品同质化问题的解决提供了新的解题思路。随着互联网保险的兴起,一批专注于满足个性化需求的专业型互联网保险开始出现,它们不断深入了解用户需求,提供相应保障方案[8]。

众安保险是国内首家专注于互联网生态的保险公司。推出众乐宝、参聚险、百付安以及美团食品安全责任险等为代表的基于互联网生态环境的保险产品，填补国内保险市场众多空白领域。

意时网于 2011 年成立，它打破了传统的保险观念，透过各类创新性的保险方案深入至各式的生活情境里，让保险变得充满趣味。他们的代表作品包括“i6 碎乐”、“痘痘乐”和“失眠乐”等等，并且还计划开发名为“保险云”的线上平台，旨在创建个性化的个人保险产品的网络平台，以满足客户的需求为导向，由客户自行定制其所需的保险项目。

成立于 2014 年的保险极客，其主要目标群体并非传统的保险公司所针对的大型公司、机构或个人，而是专注于互联网上市公司及小型初创企业的需求。他们利用网络科技和数据分析来满足这些公司的员工福利和社会保障的需求。该公司的业务范围包括：向雇主提供全面的企业员工福利解决方案；以个体形式为企业员工提供保障和个人服务；并涉及到医疗保险和健康管理的人力资源管理等方面，旨在给顾客带来一站式的综合服务体验。

成立于 2015 年的小雨伞保险是一个专门提供保险商品特销服务的网站。他们提供了两个主打的产品：“妈妈联盟”与“动力宝”。其中，妈妈联盟主要是为婴儿健康而设计的保险产品，特别吸引了职场母亲群体；另外一款则是由小雨伞保险携手平安集团及微信共同推出的一项国内首款运动意外险，只需每日支付一元的费用，即可依据当天所走的步数获取相应额度的奖励红包。

2015 年，豆包网正式开放服务，其主要功能是提供专业的健康检查、医疗保险以及意外伤害保障等。该平台首先从 B 端公司出发，为团队、企业和个人提供健康相关服务，然后逐渐扩展到对个体用户高频使用的保险业务领域。

这类互联网保险公司推出了各种独特的保险方案，其中一部分是根据网络的公开性、情境性和定制化的特性来设计保险计划的，例如众安保险、意时网及保险极客等；另一部分则是通过运用大数据分析工具去发现那些有相似保险需求的人群，并为他们量身打造专属的保险服务，比如小雨伞和豆包网等[9]。

3.2. 保险产品营销

保险营销作为保险价值链中的关键环节，旨在满足客户全方位的保险需求，因此数据挖掘和产品研发至关重要。然而，在当前保险产品同质化严重的情况下，传统的营销渠道如代理人销售、电话销售和银行网点销售等存在成交率难保障的问题。此外，保险代理人、保险经纪人队伍素质良莠不齐，存在专业素养不足导致误导投保人选择保险产品、难以精确挖掘投保人潜在保险需求的问题。这些问题使得整个保险行业缺乏发展动能，陷入保险市场发展困局[10]。

随着互联网步入大数据时代，人们的行为方式也随之转变为了更具“透明度”的状态。这主要是因为互联网技术的广泛使用与智能设备的大众化普及，使人们的日常活动及在线购物记录能够被智能设备收集，再经过大数据处理的技术手段来对其进行解析和评价，进而精确地预知和推断人们的行动模式。公司则能运用大数据去实施精细化的市场推广，找寻到特定的购买群体，并且发掘其潜在的商机[11]。“客户图像”这个理念就此诞生，它是为了给顾客贴上标记，以支持大数据的使用和发展。凭借着“客户图像”，公司就能全方位掌握目标对象的数据，深度理解他们的生活习性和网购偏好等等，以此来锁定目标的销售群组或者归纳共通特性，作为寻找潜在客户的关键标志。而在保险公司中，“客户图像”则是通过对现有的保单持有者做分析，挑选出共享的特性标签，然后利用这些标签去找寻新的潜在客户，以便实行精确的市场推广[12]。

二十年前的保险电商就已经开始崛起。经历了由保险网上销售至互联网保险发展的历程中，互联网对保险业的影响主要体现在其渠道运用上。伴随着互联网科技及智能设备的进步，保险企业愈发注重利用互联网来发挥其营销功能。近些年来，伴随互联网金融理念的飞速推进，各大保险公司持续优化官网、

构建全新的在线营销平台，同时注重研发移动端软件以供客户能实时获取有关保险产品的信息并在任何地点进行选购。

3.3. 核保理赔服务

传统保险核保和理赔服务流程繁琐且耗时，严重影响了保险客户的体验。在查勘定损环节，大量的人力物力被浪费，使保险公司的日常运营成本大幅增加。当前，大数据背景下的保险科技创新已经广泛应用于提高理赔服务的品质中。据各大保险公司发布的 2022 年度理赔报告显示，理赔在线化和智能化正在成为推动理赔服务的新趋势。共有 28 家保险公司公开了他们的理赔线上化比率，其中 18 家的线上化率为 90% 以上，最高达到 99.91%。整体上来看，近九成的理赔都是通过线上渠道完成的，大多数公司的线上理赔服务是通过自身的 APP 或者第三方的服务平台来提供的[13]。

此外，传统的保险公司也在寻求与互联网上保险机构的协作以提高核保理赔程序的效力和用户体验。他们利用了这些网络公司在数字化领域的天然优势来推进核保理赔程序朝着在线化、提前化及智能化的趋势前进。那些在线上购买保险的投保人更容易接纳这种基于互联网的服务方式，对于线上的赔偿和服务也有较高的适应度。2021 年 12 月份，一些保险公司联合互联网保险中介平台蚂蚁保推出了安心理赔服务，试图寻找一种高品质的在线赔偿方案[14]。不仅如此，它们还超越了过去的常规赔偿过程，从医疗阶段就开始介入并提供赔偿服务，实现了服务的预先执行。另外，使用图像识别、人工智能语音分析和自然语言处理等 AI 技术可以解决客户在申请赔偿时所需提交大量文件的问题，从而加快审查进度，优化用户体验[15]。

4. 小结

本文在对保险价值链及部分对保险行业影响较大的互联网技术进行概念厘清与界定的基础上，对数字化背景下的保险产品的设计、保险产品营销、核保理赔服务等保险价值链环节进行分析与介绍。交代了数字化背景下保险价值链的重大转向与发展。

参考文献

- [1] 迈克尔·波特. 竞争优势[M]. 陈小悦, 译. 北京: 华夏出版社, 2005: 10-13
- [2] 谭英平, 孙婧. 人工智能技术应用对保险行业就业影响研究[J]. 价格理论与实践, 2023(11): 55-60.
- [3] 蒋韬. 大数据和人工智能在保险行业的应用及展望[J]. 清华金融评论, 2017(12): 49-51.
- [4] 刘伟. 大数据技术在保险业务中的应用风险分析与对策[J]. 上海保险, 2020(9): 54-55.
- [5] 唐金成, 刘鲁. 保险科技时代“AI+ 保险”模式应用研究[J]. 西南金融, 2019(5): 63-71.
- [6] 鹿慧, 张晓奇, 戴鹏, 等. 当保险遇上人工智能[J]. 中国保险, 2018(10): 47-51.
- [7] 赵大伟, 杜谦. 人工智能背景下的保险行业研究[J]. 金融理论与实践, 2020(12): 91-100.
- [8] 秋慧. 人工智能技术重塑保险价值链的挑战及对策[J]. 改革与战略, 2020(2): 50-58.
- [9] 许闲. 保险科技的框架与趋势[J]. 中国金融, 2017(10): 88-90.
- [10] 王恒. ChatGPT 对保险行业的影响与启示[J]. 上海保险, 2023(4): 12-17.
- [11] 朱佳. 大数据和人工智能在保险行业的运用[J]. 现代企业, 2022(9): 148-149+154.
- [12] 刘奇新, 车辉. 人工智能时代保险业竞争态势分析[J]. 西部财会, 2018(2): 68-71.
- [13] 李博方. 人工智能与个性化保险产品创新: 理论、实践与挑战[J]. 上海保险, 2019(12): 41-46.
- [14] 郭金龙. 互联网保险及其理赔创新研究——基于蚂蚁保安心赔的案例分析[J]. 价格理论与实践, 2023(9): 21-25.
- [15] 李伟群, 马裕丰. 人工智能对保险业发展的利弊之析及应对之策[J]. 西南金融, 2020(2): 68-76.