



# 保险周刊

## Insurance Weekly

总第248期 今日2版 每周三出版  
新闻热线 64101960  
主编 崔启斌 执行主编 许晨辉



保险周刊订阅号

### C3-C4

2018.2.7

## 车险创新的N种命运

尽管“闲时退费”的模式遭遇监管函和行政处罚,但车险创新的步伐并未停滞。近日,中保协设计车险节假日限额翻倍险,安邦财险、太平洋财险申报已获批,有望为市场化改革中的车险再次注入创新元素。事实上,在车险费率纵深推进之时,创新贯穿产品、渠道、服务全流程,有商机,也有羁绊。有保险专家指出,创新要有活力,制度必须先行,创新需要市场化、人性化,但防范风险和维护秩序是硬指标。



### 产品 仍有空白需填补

早在2015年,保监会下发关于商业车险条款费率改革意见时指出,要引导财险公司在商业车险品牌、管理、渠道、价格、服务等方面开展全方位、多层次、差异化的市场竞争,这为车险创新发展指出了方向。

正因如此,才有了节假日限额翻倍险的推出。近日,中保协对于投保了机动车第三者责任保险的家庭自用汽车,设计了一种附加法定节假日限额翻倍险。该保险示范条款中提到,保险期间内,被保险人或允许的驾驶人在法定节假日期间使用被保险车辆三者险范围内的事故,并经公安部门或保险人查勘确认的,被保险车辆国内三者险所适用的责任限额在保险单载明的基础上增加一倍。据保监会行政许可显示,安邦财险已经申报了此产品,并已获得审核通过。

实际上,面对费率市场化改革后的车险市场,陆续有多家保险公司推出创新产品。如安盛天平此前推出“中国好车主车险”,将车损险的保险责任划定于机动车之间的互碰,可为驾驶习惯良好的车主最高节约50%的车损险保费;众安保险、平安保险此前联合推出的“保·车险”,利用大数据技术全面分析车主在不同场景中的风险保障需求,将前端的购车环节、后端的汽车美容等行业、以旧换新等业务中的细分化市场需求纳入其中,对传统的车险内容进行扩充,增加了退车险、膜换保等责任。

不过,在创新方面也有触礁者。据了解,安心财险曾经探路车险“微创新”,推出了“闲时退费险”。2017年3月,中保协发布关于“按天买车险”等消费

行为的风险提示,表示未有此类产品。安心财险在2017年12月收到保监会的监管函中指出,安心财险的“闲时退费”违反车险条款规定,被要求自查整改车险业务。

有分析人士指出,没有指导意见出台,闲时退费方面的产品很难推行,这也包括一些省市车辆实施尾号限行,本应按天减免保费,但几年过去了,这方面的产品创新或调整仍毫无进展。

值得一提的是,目前车险方面也有需要填补的空白,新能源汽车开始逐渐普及,但由于消费者在购买新能源汽车时享有国家和地方政策的高额补贴,新车的实际购置价往往比厂家指导价便宜很多,但是在消费者购买商业车险时,保额却要按车辆补贴前的价格核算,导致了“车便宜,车险贵”的尴尬。北京商报记者了解到,保监会已经将新能源汽车专用险提上议程,具体细则将于2018年年中发布,届时新能源汽车有望有量身打造的车险。

### 渠道 互联网潜力待挖掘

除了产品创新外,渠道的创新引用也成为车险市场化的一个部分。

传统车险销售渠道大多是通过4S店、修理厂等中介机构,而在近年来,互联网车险普及开来,其中的创新也有待开发。

据中保协披露的互联网财险业务数据显示,2017年1-9月,互联网车险保费收入227.63亿元,在开展互联网车险业务的39家保险公司中,位居前三位的保险公司分别为平安产险、人保财险和太平洋产险,累计保费收入138.07亿元。

除了传统的大型保险公司外,市场上也不乏一些经营良好的互联网平台。如蚂

蚁金服、京东金融等互金巨头也在布局互联网车险。在支付宝平台“保险服务”中的蚂蚁保险服务,目前的合作机构包括人保财险、太保财险、国寿财险、太平财险等15家,车主可以直接在线“买车险”、“办理赔”、“查保单”、“享服务”。京东金融也上线了车险方面的业务,目前与人保财险、阳光财险、中华财险3家车险合作。

专属互联网保险公司也不断寻求渠道创新的路子。众安保险获得全国经营车险的牌照后,不断与更多的平台合作,推出场景化模式,将车险业务切入其中。而脱胎于传统保险巨头的泰康在线正在酝酿借助庞大的寿险营销渠道迅速占领车险市场。曾因“闲时退费”被罚的安心保险正在扩大经营地域,近期获准北京、天津、河北等14个城市经营车险业务,包括商业车险和交强险,已凭借自身优势摸索出了“线上体验+线下服务”的独特O2O模式。

数据显示,目前我国车险市场规模在7000亿元左右。业内人士认为,目前互联网车险保费总体占比依然较低,需要得到消费者的进一步认可,未来凭借自身便捷、快速等优势,仍有很大的发挥空间。

### 服务 科技助力制度滞后

一切创新的最终目的,还是要让车主享有高效的投保体验、便捷的理赔服务。在保险科技的大潮之下,科技也成了理赔服务创新的主要推动力。

2017年9月,车险电子保单破冰,北京地区实施车险电子化全流程,除法人机构和极少数确有需要的车险消费者外,绝大多数车险消费者均可使用电子投保方式进行投保,在线浏览投保内容,以及反馈投保验证码替代传统签

名,在线完成全部投保操作,实现了车险全流程电子化。随后在12月,北京地区又推出了车险理赔百家共享服务网点,事故发生后,不论在哪家保险公司投保,可以前往任一共享网点查勘、定损和维修。

不过,电子保单的推广仍待时日。由于道交法规定,上路车辆需在指定车身位置贴交强险标志,这与电子保单推行产生隔阂。因此,此前拥有电子保单的车辆跨省区域行驶受到了查处。

而对于大数据、人工智能等新技术的应用,也慢慢在车险领域体现。2017年5月,蚂蚁金服保险数据科学实验室就发布了“车险分”以及“定损宝”两个关于车险的保险科技产品。“车险分”通过人工智能等技术对数据进行挖掘,从而对车主进行精准画像和风险分析,量化为300-700不等的分数,分数越高,风险越低,以此帮助提升车险的风险识别能力。而“定损宝”可以通过部署在云端的算法识别事故照片,可以在几秒钟之内就给出准确的定损结果,包括受损部件、维修方案及维修价格。

“科技是拓展保障功能的根本驱动力,也是保险业转型发展的核心竞争力。”近日,保监会原副主席周延礼就提到,从保险科技对保险业的影响看,大数据是核心资源,掌握大数据就掌握了客户、掌握了产品开发,就可以赢得市场。区块链技术可以有效提高管理效率和应用效率,人工智能可以提供优质、即时、低成本的标准服务,提高客户的获得感。

但考虑到传统保险优势、消费者习惯、监管制度等因素,再加上保险科技自身也还处在探索阶段,预计保险科技的应用将是一个渐进式的过程。

北京商报记者 崔启斌 张弛/文  
宋媛媛/漫画