

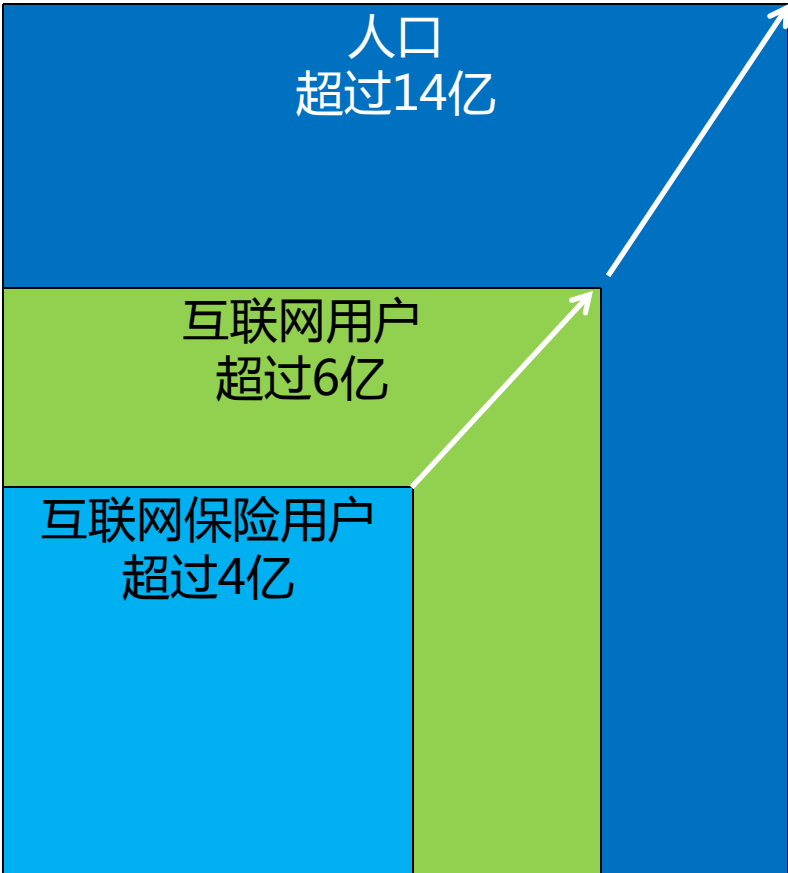
监管趋严形势下的互联网保险发展趋势及风险控制



主讲人：	国华人寿	赵岩
撰稿人：	徐李敏	钱佳
	2017年4月	

一、互联网保险发展趋势

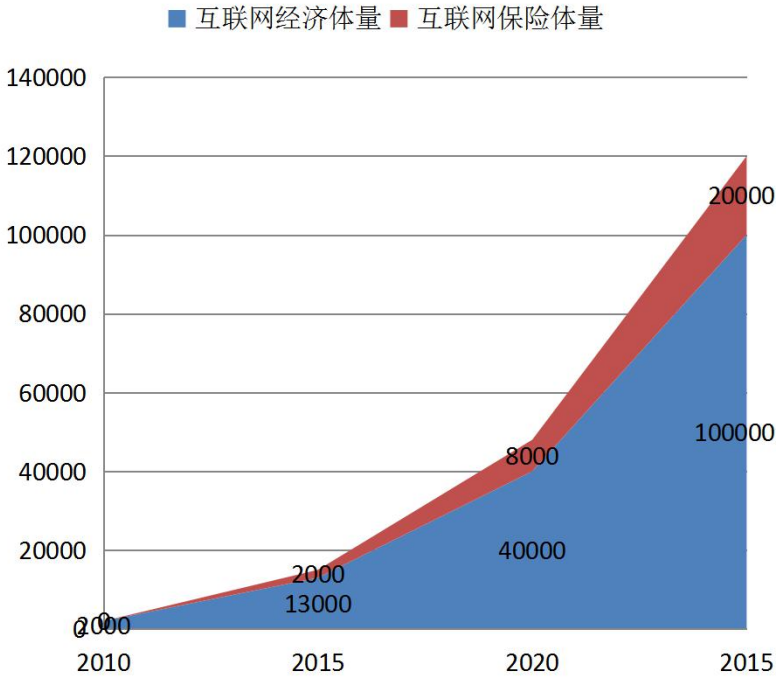
- 互联网保险用户规模潜力庞大，经济体量空间巨大。



来源：艾瑞咨询

来源：艾瑞咨询

2010-2015年中国互联网保险与互联网经济规模示意图



一、互联网保险发展趋势

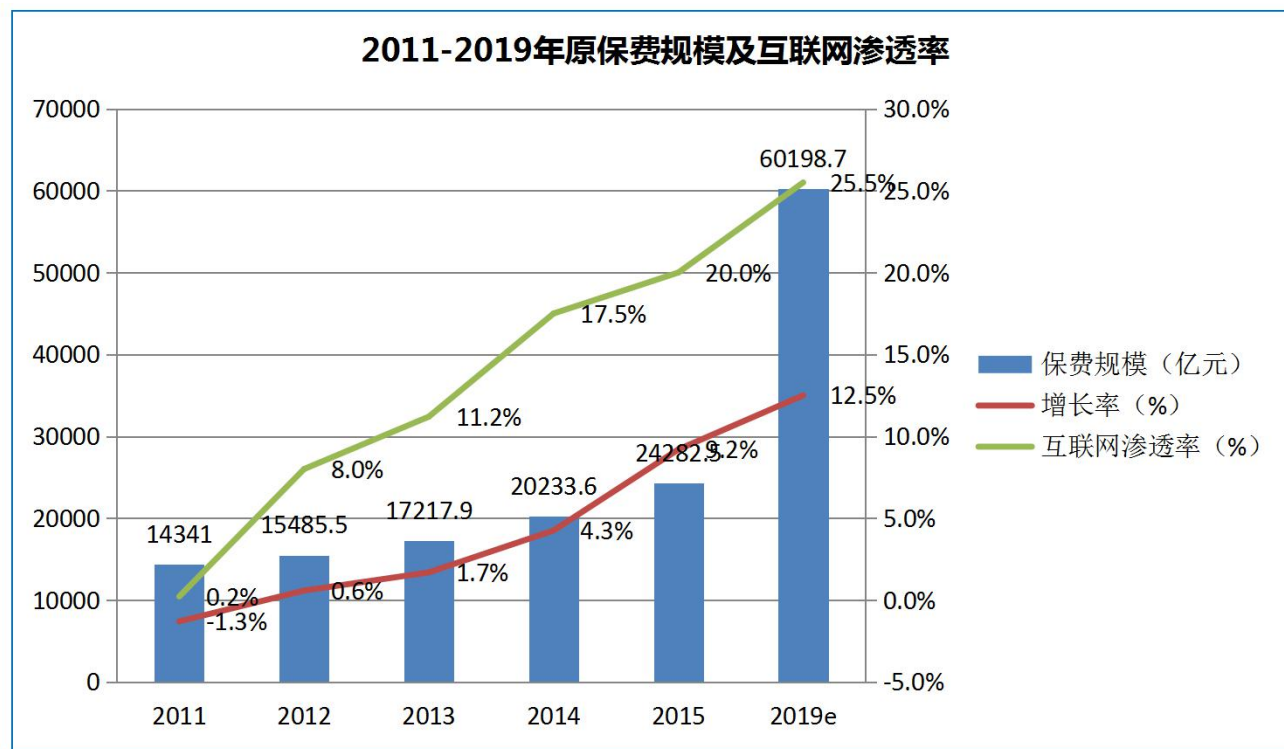
发展趋势

- 保监会数据显示，2004-2010年这六年间，我国保险原保费复合增长率高达22.4%；
- 2011-2015年保险行业**增速逐年提高**，而2016年1-5月保费同比增长38%，经历了5年的蓄力，保险迎来了新的爆发期；
- 2015年互联网保险渗透率从2011年的0.2%提高到9.2%，**未来依旧会缓慢提升**。预计到2019年，我国保险市场保费规模将超过6万亿，互联网渗透率达到12.5%。

风险分析

合规困境

风险控制



来源：艾瑞咨询

二、互联网保险风险分析——风险类型

发展趋势

风险分析

合规困境

风险控制

风险类型



产品设计风险

- **同质化风险**：目前互联网保险产品大多是条款简单的车辆险、意外险及短期收益的理财型产品，同质化较高，缺乏个性化的保险产品。
- **创新风险**：目前部分保险企业为追求短期效益，以创新为幌子，推出伪创新保险产品，偏离保险的本质；另外，部分保险公司与P2P合作，为其提供信用保证保险服务，对互联网保险创新构成新的风险。



网络安全风险

- **系统安全风险**：系统故障、黑客攻击、感染病毒等软硬件安全风险，可能导致保险公司系统崩盘，继而给使用者造成难以估计的损失；不法分子利用网络漏洞从事保险诈骗活动。
- **信息安全风险**：目前云计算、大数据等技术发展尚不成熟，网络安全管理仍不完善，可能存在客户私密信息泄露，保险产品产品设计、定价信息来源不准确等问题。
- **支付安全风险**：网络支付安全性包括交易主体的真实性、交易行为的可控性和交易合同合法性等。由于目前第三方支付软件存在安全隐患，可能导致出现网络支付风险。



服务质量风险

- **投诉风险**：互联网保险的保单件数大量增加，面对海量的理赔案件，很难保证保险公司的责任能完全落实。
- **销售误导风险**：保险公司有可能通过夸张的营销方式吸引潜在消费者，如过分夸大保险的投资收益率，这与保险产品严谨审慎、明示风险的销售要求相悖。信息披露不透明、不充分，将直接影响消费者对产品的选择和购买，损害客户利益。



法律监管风险

互联网保险的出现，令保险行业在技术、结构、运营模式等方面发生了深刻变化，也为保险业监管带来巨大挑战。一直以来，监管几乎都滞后于市场的发展，追赶市场脚步的同时，不断调整以保证市场的健康可持续发展。互联网保险是新生事物，既涉及现实空间，也牵扯到虚拟空间，具有极大的灵活性，产品和服务创新层出不穷。

二、互联网保险风险分析——风险类型

发展趋势

风险分析

合规困境

风险控制

风险类型



逆向选择和道德风险

- 由于缺乏面对面的交流，保险公司无法掌握投保人及被保险人全面、真实的情况，导致保险公司和投保人之间**信息不对称风险**的增加，与保险“最大诚信原则”相违背。
- 互联网保险线上交易的虚拟性和信息不对称性使得保险公司难以准确判断客户的身份信息是否准确和信用评级是否合格等，造成**对损失的概率估计失真**，逆向选择行为便极有可能发生，使得本来保险风险较小的投保人不参与投保，而风险较大、损失可能性很大的客户都购买了互联网保险，这样一来，保险公司面临着逆向选择和道德风险骤然增大的问题。
- 《第 35 次网络发展状况统计报告》数据显示，我国互联网用户中，20—29 岁年龄段、中等教育以上网民占比最高，这部分人群恰是保险意识薄弱的人群，他们的偏好在一定程度上导致了短期意外险、理财险等产品泛滥，而保障型产品市场份额较小。

二、互联网保险风险分析——原因分析

发展趋势

风险分析

合规困境

风险控制

风险诱因

客户特点

●**互联网保险没有改变保险的基本属性**，互联网保险与传统保险业务在保障标的方面具有一致性。但由于其展业方式、业务流程都发生了变化，也正是这些变化产生了新的风险。

客户群体：客户群体以网络群体为主体，偏向年轻化，以26-35岁为中坚力量
交互方式：客户与保险公司以人机对话为主，非面对面的虚拟化交互
更注重体验：客户更加注重独立操作的流程感受
主动性：客户购买更为主动



✓客户道德风险加剧

✓客户体验与业务发展之间矛盾，往往会使公司在推动互联网业务时放弃或简化一些控制手段

✓便捷性会使客户通过互联网更方便快捷地了解保险产品、承保流程等方面存在的漏洞，从而会某种程度上助长客户的舞弊倾向

案例：客户网上投保不如实告知

【案情简介】2011年客户曾某通过网上投保方式在某保险公司的官网上投保某保险产品。曾某在该电子保单投保人暨被保险人告知栏中的：“1、您是否曾经患有、被告知患有××之一：高血压、心脏疾病、冠心病、心绞痛、心力衰竭、尿毒症、恶性肿瘤、肝硬化、肺心病……”中**填写否**。后被保险人曾某跌倒死亡，保险公司理赔人员经调查得知曾某，在投保前未向保险公司如实告知其肝部已患××，所以拒绝按保额赔付，仅同意向被保险人退还合同终止之日的现金价值。

【案例分析】网上投保，客户不如实告知的风险较大。

二、互联网保险风险分析——原因分析

发展趋势

风险分析

合规困境

风险控制

风险诱因

支付方式

支付电子化：以移动支付和远程支付为主要支付方式，更加注重便捷性

- ✓客户身份认证的风险比较大
- ✓支付安全隐患
- ✓因支付系统控制存在缺陷或客户欺诈原因使公司承受声誉风险

案例：某保险公司客户通过盗刷银行卡购买保险

【案情简介】犯罪嫌疑人与受害人为亲戚关系，犯罪嫌疑人通过被盗银行卡的信息泄露，包括获知受害人的身份证号码、银行卡号、手机号码等信息，利用技术手段劫持银行端动态密码通知短信，来进行盗刷，并购买某保险公司的保险产品。

【案例分析】该案例中，事后通过流程还原，虽然保险公司的风控及平台安全并无疏漏，但当案件发生后，保险公司被公安机关质询谈话，并协助提交相关的材料。客户的欺诈因素使得保险公司承受了一定程度的声誉风险。

二、互联网保险风险分析——原因分析

发展趋势

风险分析

合规困境

风险控制

风险诱因

网络环境

更依赖技术：计算机和网络技术的重要性显而易见
地域扩大：打破了区域的空间范围
产品透明度大：保险产品或产品结构成体系化在网络上共享
流程简化：核保流程简化，甚至自动出单



- ✓网络的开放性和脆弱性并存，网络安全是有限的
- ✓服务理赔如何跟上
- ✓行业间的关联性加大，单体风险容易引发系统性风险
- ✓容易被不法分子利用传播

案例：第三方合作平台漏洞

【案情简介】2015年3月，补天漏洞平台发布了一条高危漏洞，该漏洞可造成某旅游网站一百七十万件保单以及保单系统信息泄漏。公开资料显示，该旅游网站是国内最大的出境游社区，为用户提供原创实用的出境游旅行指南和旅游攻略、旅行社区和问答交流平台，核心产品行程助手和穷游折扣帮助用户在旅行的行前制定行程，完成机票、酒店预订、签订、租车等服务。

【案例分析】除了保险公司自身需防范信息泄露，还需关注合作平台的网络安全建设，确保保险客户的信息安全。

三、当前互联网保险监管政策及合规困境

发展趋势

- 2015年10月1日开始实施的《互联网保险业务监管暂行办法》是我国目前互联网保险业务的基础监管规范。
- 该办法在坚持现有监管方向和原则的前提下，根据互联网保险的特性，对原有监管规则进行了适当延伸和细化；根据“放开前端、管住后端”的监管思路，通过明确列明禁止性行为的方式，强化保险机构和第三方网络平台的市场退出管理，为互联网保险业务的发展营造良好的市场环境。

风险分析

合规困境

风险控制

监管部门	实施/发布时间	监管法规	核心意义
国务院	2005年4月	《中华人民共和国电子签名法》	第十四条：可靠的电子签名与手写签名或盖章具备同等的法律效力。
保监会	2009年12月	《保险公司信息化工作管理指引（试行）》	促进保险公司信息化工作管理，提高保险业信息化工作水平和运营效率
保监会	2011年8月	《中国保险业发展“十二五”规划纲要》	大力发展保险电子商务，推动电子保单以及移动互联网、云计算等新技术的创新应用
保监会	2011年9月	《互联网保险业务监管规定（征求意见稿）》	促进互联网保险业务规范健康有序发展，保护投保人、被保险人和收益的合法权益
保监会	2012年1月	《保险代理、经纪公司互联网保险业务监管办法（试行）》	对保险代理、经纪公司开展互联网保险业务的资质、信息披露，交易数据和信息安全保障等方面进行规范，促进保险代理、经纪公司互联网保险业务健康有序发展，切实保护投保人、被保险人和受益人的合法权益。
保监会	2015年10月	《互联网保险业务监管暂行办法》	标志着中国互联网保险业务基础监管规范的形成。 《办法》以鼓励创新、防范风险和保护消费者权益为基本思路，从经营条件、经营区域、信息披露、监督管理等方面明确了互联网保险业务经营的基本规则。

三、当前互联网保险监管政策及合规困境

发展趋势

●随着互联网在保险领域的深度渗透，互联网保险和线下业务之间的**边界逐渐模糊**，一些传统的合规要求不适应新型互联网业务的发展。比如个人业务团队会通过使用在线计划书、在线投保、在线出单，而不是使用原来传统的线下出单方式。

风险分析

◆客户的归属地难以判断：

目前的监管办法中除了几类产品外，其他限制了销售区域，但是从客户方来说，保险公司仅从IP、身份证、联系地址等方式难以真正掌握客户的归属地。

◆互联网可采用的营销手段：

目前的监管办法限制了促销形式，然而在互联网生态下，积分、团购等互联网营销方式比较常见，也是众多互联网平台提出合作的条件之一。

◆第三方网络平台的地位：

目前的监管政策中，第三方平台若要销售保险产品需要具备保险销售资质，但这种销售行为与提供技术服务之间存在模糊地带。

◆新型回访方式的探索：

互联网销售形式，回访方式应有别于传统保险销售，除了电话回访，应鼓励利用网络形式进行创新回访方式。

合规困境

风险控制

监管政策中的困惑或
有待明确的问题

四、互联网保险风险及风险控制

发展趋势

风险分析

合规困境

风险控制

应对措施

1.优化互联网保险产品 开发设计

- **开发个性化产品**：加强对市场和客户群的分析，积极利用大数据和云计算技术，将风险损失和保险责任匹配，有效对海量客户进行细分并精准定位，开展定制化保险产品的设计，推出符合不同市场特征和客户需求的个性化保险产品及服务。
- **优化产品结构**：增加保障型产品的比重。杜绝对保险产品收益的夸张性描述，引导消费者认识到网销保险产品的核心功能——风险保障，促进互联网保险回归保障本质。与此同时，对互联网保险与传统渠道保险实施差异化的产品策略。

2.提高信息技术水平

- **加强信息安全保障措施**：提高服务器和数据库的安全级别；建立自身或合作的第三方网络平台的有效的互联网保险风险评估和监测体系，主要包括制定、实施网络安全规范，预测、防范系统安全隐患，进行严格的网络隔离与监控，及时对数据进行备份，定期检查系统安全情况，对系统破坏进行恢复与重建等；对网络加密技术、访问控制、防火墙、电子支付、CA 认证和数字签名等技术进行深入研究，为互联网保险的发展提供强有力的技术支持。

3.完善互联网保险服务体系

- **做好保险售后服务，特别是理赔服务**：服务品质的高低决定了客户黏性，这点在互联网保险业务中更加重要，因为网销保险产品主要依靠客户主动自觉购买。
- **建立用户友好型线上服务体系**：过清晰友好的页面设计、通俗易懂的文字和简单明了的演示，帮助用户正确深入了解产品，减少用户对条款的误读。建立网上自动化服务体系，规范并简化在线咨询、购买、支付、承保、理赔等环节，通过互联网便捷高效的特点，改善用户体验，促进保险向智能化、自动化转变。

四、互联网保险风险及风险控制

发展趋势

风险分析

合规困境

风险控制

应对措施

4.完善互联网保险监管机制

- **进一步完善相关法律法规**：针对互联网保险对保险人、投保人、被保险人的行为进行进一步规范约束，对第三方网络平台的定位、保险公司的客户属地判断、营销手段、回访方式等内容更加明晰，使互联网保险有法可依，以法律的刚性保障互联网保险业务的健康发展。
- **依法适度监管**：建立互联网保险产品审批制度、互联网保险单独核算制度等，以确保偿付能力充足。在严厉打击保险欺诈、洗钱等违法违规行为的同时，监管方面还应以包容的态度尊重互联网保险的创新性，避免过度监管而遏制其正常发展。

5.提升公众对保险的认知度

- **加强宣导，提升形象**：应重视提高互联网保险行业的信誉和社会形象，加大互联网保险的宣传力度，向社会公众普及互联网保险知识，降低信息不对称，消除社会对保险业的成见与误解。培养公众主动购买保险的习惯，培育良好的市场基础，提升公众对保险的信任感。通过宣传教育也能让消费者有效识别、警惕互联网保险中隐藏的风险，避免很多不必要的损失和纠纷，不仅有效保护了投保人的合法权益，也有利于营造良好的网络生态环境。

谢谢！