



2023 保险科技平台消费者好感度调研报告

「产品可靠性报告」

2023年3月

CONTENTS

目录

1 / 保险科技平台发展
现状

2 / 保险科技快速发展下的用
户分析

3 / 保险科技平台服务优秀案
例

01

互联网保险科技平台发展现状

PART 1

保险科技的定义及发展现状

保险科技有狭义和广义两个层次的定义。狭义上的保险科技是指可促使保险领域(更多指非保险传统机构)发生产品创新或服务模式创新的科技手段。广义上的保险科技较为抽象,泛指所有可提升保险活动效率的生态体系和科技成果。保险科技主要指保险行业借助诸如大数据、区块链等新兴 IT 技术,对现有的保险服务链进行优化,提高保险服务的质量与延保率,相较于传统保险服务具有更大的市场。



政策背景

2021年12月，中国保险行业协会正式发布《保险科技“十四五”发展规划》（简称“规划”）。这是保险行业首次以行业共识的方式发布保险科技领域中长期专项规划。

规划提出，要深入贯彻落实党中央决策部署，坚定不移实施创新驱动发展战略，按照国家“十四五”规划相关要求，推动先进技术应用，赋能保险行业高质量发展，推动数字化转型，增强保险价值链创新的科技支撑，夯实信息科技建设基础，提升科技应用风险管控，建立适应保险科技中长期发展的组织架构、激励机制、运营模式，引导行业企业做好相关技术、数据储备和人才培养。

2022年1月26日，中国银保监会印发《关于银行业保险业数字化转型的指导意见》，提出数字化转型工作目标，到2025年保险业数字化转型取得明显成效。

保险科技成为发展新动能

回顾互联网保险平台20多年的路程，有探索与创新，也有盲目与冲动，还有偏离与背离，从最开始的成长到现在逐渐走向合规。数字化和低碳化趋势将是决定未来全球经济中长期发展前景的核心驱动因素。中国保险业已从高速增长进入到高质量发展阶段，保险业务流程逐步向数字化、线上化、智能化转变，建设数字中国，积极发展智慧保险和保险的数智化势在必行。

随着科技进步和经济社会的发展，基于科技创新和商业模式的创新，保险已经不是单纯的“缴费+理赔”模式，逐渐通过引入科技、管理、服务、监督和治理功能，将保险机制融入国家治理体系，改变了简单的“承保+理赔”的传统保险机制，“保险+服务”“保险+科技”“保险+管理”等新的商业保险模式成为保险业的主流，实现了保险的价值创造功能。

保险科技平台用户调研

研究显示，保险花费预期的提升，一方面与消费者对于自身预期收入的提升有关，另一方面，也在一定程度上印证了消费者对保险的态度越来越积极。同样，更高的投保预算背后意味着消费者对高质量服务的诉求：**更优质的保险服务、更广的保障范围以及更高的保障额度。**

保险科技平台用户调研- 品牌美誉度调研

2023年,《产品可靠性报道》杂志在分析和整理近年互联网保险行业趋势的基础上,从保险科技平台品牌美誉度、平台综合服务、科技创新几个方面的消费者好感度进行了梳理。

2023消费者好感度最高的保险科技平台调研:

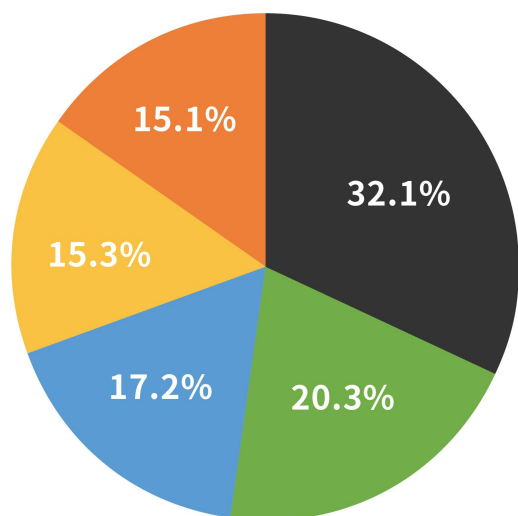


轻松保严选获得96%的好评率



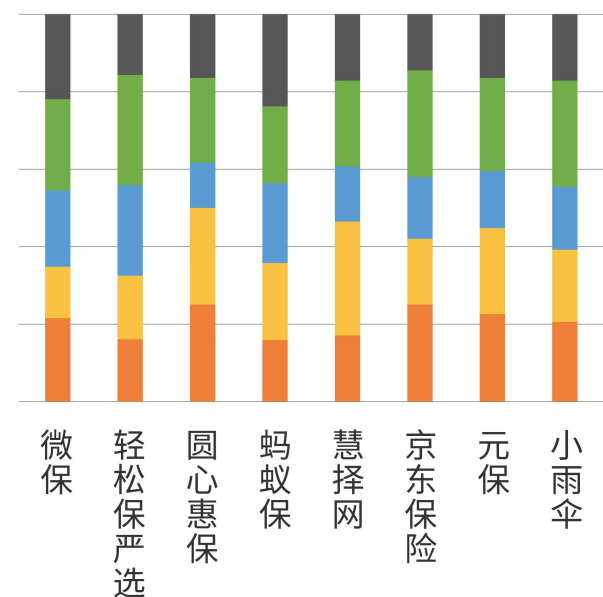
保险科技平台用户调研- 品牌美誉度调研

消费者对品牌美誉度的关注程度



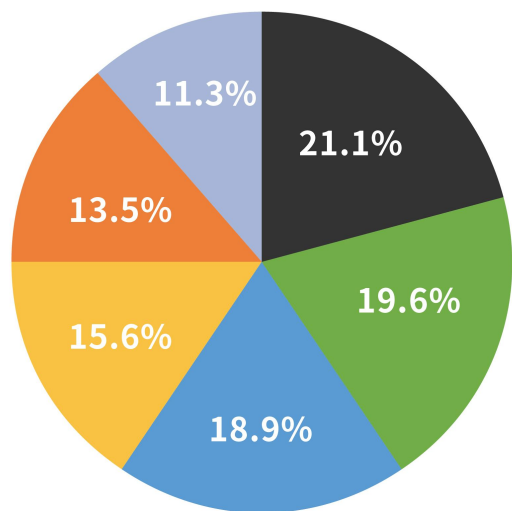
■ 品牌知名度 ■ 品牌健康度 ■ 产品好评度 ■ 消费者互动度 ■ 售后满意度

各主流保险科技平台在品牌美誉度上的好评占比



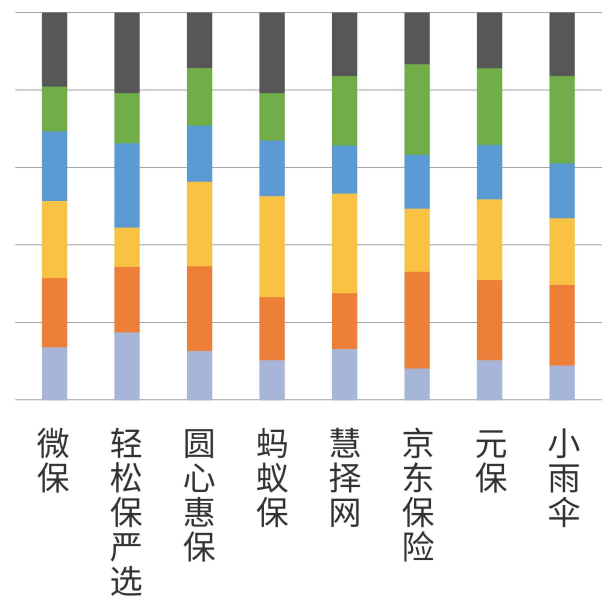
保险科技平台用户调研- 综合服务调研

消费者对综合服务的关注程度



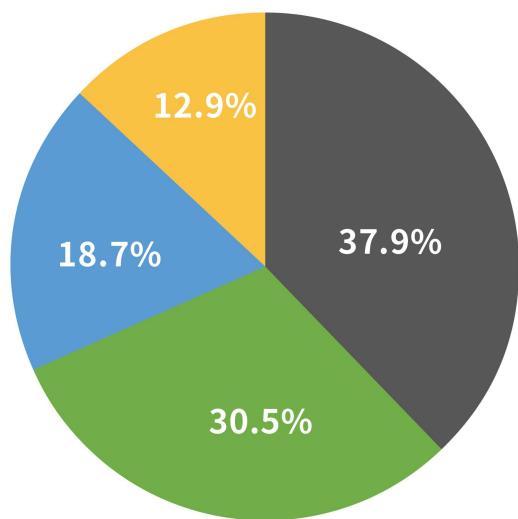
■ 保险咨询 ■ 智能核保 ■ 方案定制 ■ 保单管理 ■ 便捷理赔 ■ 增值服务

各主流保险科技平台在综合服务上的好评占比



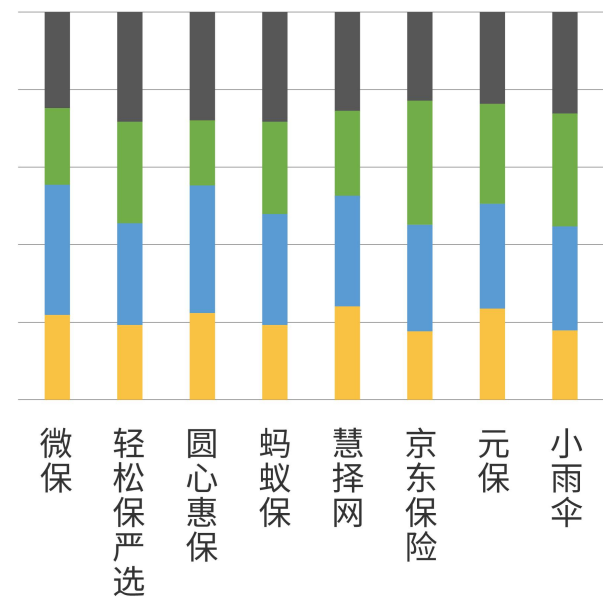
保险科技平台用户调研- 科技创新调研

消费者对科技创新的关注程度



■ 用户交互体验 ■ 客诉问题解决能力 ■ 智慧医疗服务场景 ■ AI防欺诈技术

各主流保险科技平台在科技创新上受关注占比



02

互联网保险科技快速发展下的 用户分析

PART 2

核心用户画像向网民画像靠拢 呈现年轻化

随着互联网保险平台发展日趋成熟，保险核心用户群体中互联网网民占比逐渐增高，核心用户画像向网民画像靠拢。

研究数据显示，传统线下网点和保险代理人依旧是消费者的首要购险渠道，但有五成消费者通过互联网购买过保险，其中，高学历、高收入、高发展层级城市的“三高人群”更认同互联网保险，通过线上渠道购买保险的比例更高。

艾瑞咨询数据显示，基础用户标签趋向年轻化80、90后新中产群体取代70后成为保险新的核心目标客群，在购买商业保险的80、90后群体中，受教育程度相对好、收入相对高、居住在一二线城市的“新中产”群体占比超过75%。

消费者表示，之所以选择在线上购买保险，是因为它更方便，价格也不贵。在整个购买过程中，不需要跟业务员或其他人进行太多的交流，就可以分清楚险种，了解产品的特点、具体的保额保费，不浪费业务员和自己的时间，提高了效率。



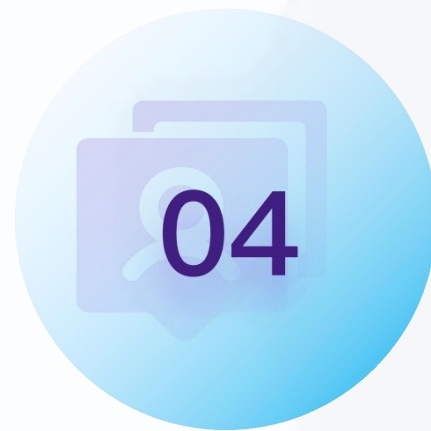
用户粘性强



应用场景广泛



产品展现直观



投保便捷

轻松保严选、微保、圆心惠保三家互联网保险科技平台优势明显

在《2023互联网保险科技平台消费者好感度调研报告》中，轻松保严选、微保、圆心惠保这三家互联网保险平台优势明显，在科技能力和服务水平上都处在行业前列，成为“2023消费者好感度最高的保险科技平台”。

2023互联网保险科技平台 消费者好感度 TOP3

 轻松保严选

 微保

 惠保 圆心惠保

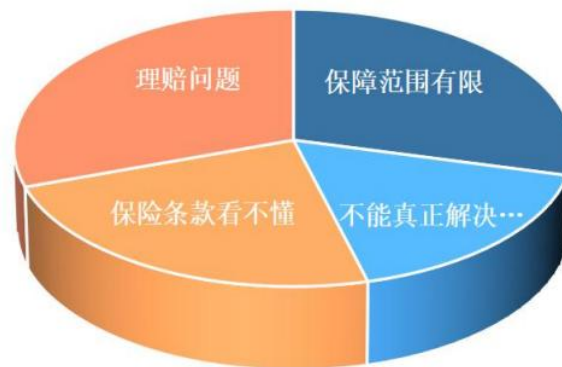
来源： 中国质量报告
China Quality Report

影响消费者购买因素

在人口红利逐渐消失的当下，保险行业发展痛点逐渐显露。通常情况下，理赔既是用户购险前后最关注的问题，也是消费者购险最大的顾虑。此外，用户的主要顾虑还包括：担心保障范围有限、不能真正解决问题、保险条款看不懂、不会挑选产品等。

在数据大爆发的时代，保险行业借助保险科技能够更深入的了解用户需求、识别业务风险，从而在产品定制、精准营销、理赔等方面重塑保险价值链。前沿技术的落地应用在降低成本提升业务效率的同时，也将从用户交互体验，服务质量等方面重新定义保险服务。

影响消费者购买保险的因素



保险行业加速科技转型

纵观中国保险行业近年来的发展历程，每一次商业模式的创新都离不开底层技术的赋能应用。在当前“算法、算力、数据”三要素大幅提升的环境下，大数据、云计算、人工智能、区块链、物联网等前沿技术不断成熟并开始赋能各行各业，同样也加速了保险行业的科技转型进程。

03

互联网保险科技平台服务优秀案例

PART 3

互联网保险科技平台优秀案例

当前中国保险行业数字化升级已步入第三阶段，相较于之前的保险信息化建设，保险体系中的核心系统已完全升级，新一代核心系统将满足全域数字场景中保险科技的应用需求。

据了解，一些中小保险公司同样存在科技基础比较薄弱，实现快速转型还存在一定困难，科技投入预算不足，配件、工时、人伤等定损所需的标准数据库不完整，风控系统及模型缺失，导致赔付成本与风险无法有效管控。相比这些痛点和劣势，目前在一些互联网保险科技平台上，先进技术积极赋能行业发展，保险与科技深度融合已成为新趋势。

在众多保险机构中，互联网保险平台因具备先天优势，在保险科技领域已经取得了不错的成绩，探索出了一条可循的保险数字化路径。

轻松集团 · 轻松保严选- 3000万家庭信赖的健康保障科技平台

轻松集团成立于2014年，旗下有轻松筹、轻松保严选、轻松公益、轻松健康4大业务，各功能板块均与百姓健康保障息息相关。轻松集团旗下互联网保险销售平台——轻松保严选，与国内多家知名保险公司合作，推出了多款为用户定制的保险产品。轻松保严选从保费规模、市场口碑、科技能力、产品创新、产品投诉率五大维度全面评估合作保险产品，综合考量保障范围、增值服务、续保条件、价格指数、保险公司等多维度，简化保险条款方便消费者理解，最大限度降低消费者的投保门槛。轻松集团建立起“全面健康保障”体系，通过创新+科技投入，为用户提供全生命周期健康管理服务，成为3000万家庭信赖的健康保障科技平台。



轻松集团
Qing Song Health

轻松集团模式介绍



轻松集团四大业务打造全生命周期健康管理體系

轻松保严选- AI Care打造数字科技大脑

轻松集团旗下互联网保险销售平台轻松保严选，基于大数据、云计算、人工智能等技术研发优势，轻松集团以AICare为核心的智能营销和用户匹配模型，并基于此形成个性化动态适配方案，其涵盖用户体验平台、风控平台、理赔平台、营销平台四大板块，成为数字科技打造的“轻松大脑”。

AI Care—用户健康保障的科技底座

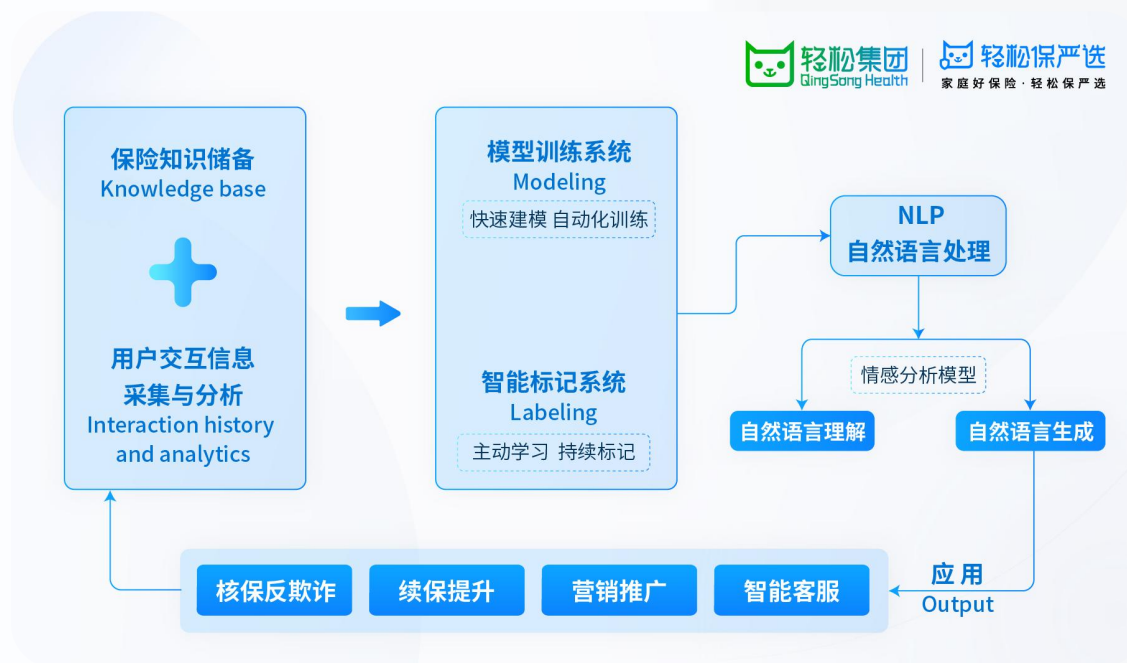
始终围绕用户体验，保险科技在渠道、营销、产品、服务等保险全流程赋能。



轻松保严选- 科技赋能 NLP系统提高38%人均产能

对于高度重视精准营销和用户教育与服务的保险业来说，类ChatGPT的NLP技术，有望帮助改善保险销售和服务过程中产品专业性强、客户认知度低、客诉问题复杂、欺诈案件频发等问题，AI助力保险业提效赋能成为一大趋势。

轻松集团已有ChatGPT相关技术积累和布局，所研发的NLP系统提高38%人均产能。



圆心科技·圆心惠保-“一体化”保险科技服务平台

圆心科技是一家综合型医疗服务平台，一直坚持为患者传递价值，并将“成为国民就医用药第一选择”作为企业愿景。圆心科技创建了一个为患者提供院外综合患者服务、供给端赋能服务及医疗产业端赋能服务的医疗平台，确保向患者提供全面、个性化及贴心的服务。圆心科技旗下圆心惠保的定位是“一体化”保险科技服务平台，主要涵盖产品精算、平台搭建、营销推广、患者服务等方面。

圆心科技模式介绍

圆心科技品牌矩阵



圆心科技旗下 **8** 大业务品牌
凭借其整合型服务得到了医院、医生、患者、工业的一致好评

圆心惠保- 科技赋能助力惠民健康建设

圆心惠保自成立以来积极以创新驱动实现快速发展，积极探索惠民保险、特药保险等惠民健康保障领域，联合各大商保公司，推出多款现象级惠民保障产品，形成以服务商保公司市场化运作为核心的多层次补充医疗保障体系，不断优化“惠民健康保障解决方案”。根据招股书显示，截至2022年8月31日，圆心科技已为159家保险公司及8家再保险公司提供服务、与保险公司合作推出40余款新特药保险产品、协助在超过100个城市推出普惠型商业健康保险，并分销合计41项健康险产品，管理保单3290万份。

圆心惠保- “一体化” 保险科技服务平台

圆心惠保依托科技和研发实力沉淀，提供投保平台系统开发、医保个人账户支付系统开发、共保体分销系统开发、理赔系统开发、“一站式” 结算平台搭建等服务，通过线上流量聚合、科技赋能，形成线上线下一体化健康保障解决方案，打通定点医院和保险公司之间的数据孤岛，实现了“医保+商保”的一站式“秒赔”。

尾 声

“十四五”时期，增加保险产品和服务的普及性、保障性、科技性成为我国保险业重点发展方向。研究数据显示，按照24%的复合年均增长率估算，预计2030年中国互联网保险市场规模将接近3.3万亿元，互联网保险未来仍有巨大的增长空间。

当下，互联网保险平台更多的仍是要挖掘和满足客户需求，抓住增长机遇的原动力，借助互联网、大数据和人工智能等变革“助推器”；加快提升理赔的便捷性和服务体验，扭转大众对保险行业“投保容易理赔难”的信任危机；在精细化用户需求的基础上加大产品创新，使各类用户都能获得适合的保障和服务。

机构简介：

《产品可靠性报告》由国家市场监督管理总局主管、中国质量报刊社主办，国内外公开发行，基于大数据，以质量管理、质量技术、质量安全为视点，以数据型、研究型报告为主的科技月刊。“产品可靠性”概念狭义上是产品在使用期间没有发生故障的性质，广义上是指使用者对产品的满意程度或对企业的信赖程度。《产品可靠性报告》关注产品用户体验和品牌美誉度，关注产品耐用性和故障率、产品缺陷，把产品的安全性、稳定性和可靠性放在共同的层面下，用数据说话，以客观的眼光进行观察。



中国质量报告

China Quality Report