

新闻稿

瑞士再保险*sigma*研究报告显示，科技正在悄然改变着保险分销模式，这有助于推动以消费者为中心的营销理念

- 通过重塑保险公司与消费者之间的互动方式，科技与大数据正在从根本上改变着传统的保险分销模式
- 中介机构依然发挥着重要作用，但是需要适应客户不断变化的需求和偏好
- 随着竞争加剧，拥有强大品牌和科技能力的保险公司将脱颖而出

苏黎世，2014年5月14日——瑞士再保险最新一期*sigma*研究报告《数字化保险分销模式：一场无声的革命》（Digital distribution in insurance: a quiet revolution）指出，科技正在改变着保险公司与消费者之间的互动方式。对不同国家的资料分析显示，互联网与移动设备给予了消费者越来越多的选择能力。如今，人们可以自行搜索、审查和购买保险产品，而不必仅仅依赖中介机构提供的服务。与此同时，大数据的发展使得保险公司能容易获取丰富的客户数据，用以提升销售和营销策略。总体而言，数字化转变有助于保险公司更加以客户为中心。

一场无声的革命

瑞士再保险首席经济学家高旷楷博士（Kurt Karl）博士表示：“一场无声的革命正在悄然进行。”虽然很多国家网销保费的比例依然较低，但呈不断上升趋势。高旷楷博士继续指出：“目前电子保险商务的统计数据并没有揭示出新科技对分销过程的深远影响。”

调查显示，消费者越来越多地进行在线研究，而互联网已经成为获取保险咨询的可靠来源。聚合网站（Aggregator）或比价网站（price comparison websites, PCWs）以及社交媒体在保险售前过程中的作用正日益重要。研究报告的作者之一 Ginger Turner 指出：“凭借移动和远程信息处理技术，消费者现在可以随时随地地与保险提供者进行互动。”

此外，相对简单的保险产品更容易在网上销售。例如，个人车险和财产险，发达市场尤为如此。

定期寿险和一些针对小型企业的保险产品（如职业责任险）的直接销售也日益盛行。瑞士再保险的分析显示，即使是在中介销售额占较大比例的新兴亚洲市场，保险公司也已经开发了先进的在线直销平台。与此同时，保险购买过程也正日益分散，有多个接触点可以购买保险产品（见图1）。

媒体关系部，
苏黎世
电话：+41 43 285 7171

Darren Pain，
苏黎世
电话：+41 43 285 2504

Kulli Tamm/Ginger Turner，
阿蒙克
电话：+1 914 828 6504

黄硕辉，
香港
电话：+852 2582 5644

瑞再控股股份有限公司
Mythenquai 50/60
P.O. Box
CH-8022 苏黎世

电话：+41 43 2852121
传真：+41 43 285 2999


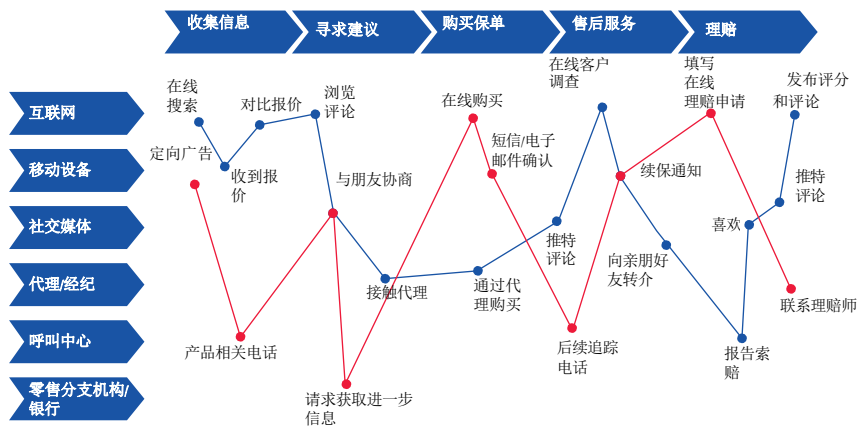
www.swissre.com
 @SwissRe

图 1: 保险购买过程日益复杂: 多个接触点



注: 红线表示从移动设备广告开始的保险购买过程, 蓝线则显示了通过在线搜索进行的购买经历。

资料来源: 瑞士再保险经济研究及咨询部, 基于甲骨文公司 (2012), 《利用甲骨文的完全商务平台推动跨渠道客户体验》(Powering the Cross-Channel Customer Experience with Oracle's Complete Commerce)

并非所有保险部门都处于数字化转型的相同阶段, 其所采取的调整路径和步伐也各不相同。但是未来发展方向是明确的: 即客户最终将能够通过远程数字渠道自行安排其大多数保险需求。以英国车险市场为例, 其电子商务销售仅在数年内即占主导地位, 这反映了消费者购买习惯的迅速变化。同样, 在新兴市场, 通过创新性的移动平台购买保险也正在迅速扩大。

中介机构依然重要

重要的是, 数字化转型并未宣告保险中介机构的终结。科技催生出诸如比价网站 (PCWs) 等新型的中介机构。很多消费者仍然重视来自代理和经纪的人际互动和专家建议, 尤其在应对复杂的商业和人寿及健康风险方面。中介机构和保险公司面临的挑战是如何调整商业模式以满足客户不断变化的需求和偏好。

大数据的兴起

数字化分销还有利于获取丰富的客户数据, 以及促进预测分析学的发展, 这就是所谓的大数据 (Big Data)。这类信息有助于保险公司更加深入地了解客户的需要、需求和行为, 以用来进行更具针对性的产品设计、定价和销售。

以客户为中心进行创新的重要性

科技所引发的分销过程转变有助于提高透明度，赋予客户更多选择能力，并降低一些市场的进入壁垒，这些都会使得保险产品进一步标准商品化（Commoditisation）。而富于创新能力并致力于打造可靠品牌的保险公司将会在日益激烈的价格竞争中胜出。

然而，成功的创新需要有鼓励实验并容许失败的文化氛围。其关键是，利用数据分析中获得的见解改进风险选择和定价，并利用科技促进保险产品和服务更加以客户为中心。

编辑备注

瑞士再保险

瑞士再保险集团是一家领先的再保险、保险和其他保险型风险转移方式的批量业务提供商。集团以直接交易方式和通过经纪公司方式开展业务，全球客户群包括保险公司、大中型企业和公共部门客户。从标准产品乃至各个险种的量身定制保险保障，瑞士再保险都能充分利用其资本实力、专长和创新能力，以帮助承担企业和社会发展过程中的风险。瑞士再保险于1863年在瑞士苏黎世创立，通过其全球60个办事处的网络为客户提供服务。瑞士再保险目前的信用评级为：(i)标准普尔：“AA-”级；(ii)穆迪：“Aa3”级；(iii) A.M. Best：“A+”级。瑞再控股是瑞士再保险集团的控股公司，其记名股票在瑞士证券交易所上市，并以股票代码“SREN”进行交易。瑞士再保险自1913年起服务亚洲市场，1995年在中国设立办事机构，并于2003年在北京设立分公司，在全国范围内提供全面的再保险产品与服务。瑞士再保险亚太区总部设在香港，目前在亚太区员工人数约1,000人。有关瑞士再保险集团的更多信息，请访问：www.swissre.com。

如何订阅本期 *sigma* 研究报告：

2014 年第 2 期 *sigma* 研究报告的英文、德文、法文和西班牙文的电子版可以从瑞士再保险网站下载，网址如下 <http://www.swissre.com/sigma>。中文和日文版本即将推出。

现在也可以订阅 2014 年第 2 期 *sigma* 研究报告的英文、法文、德文和西班牙文的印刷版本。中文及日文版本将很快推出。如有需要，请您将完整的邮寄地址发至 sigma@swissre.com。

如何获得 *sigma* 研究报告的媒体信息：

有关本期 *sigma* 研究报告的英文、德文、法文、西班牙文的媒体信息可以从瑞士再保险网站下载，网址如下：www.swissre.com。