

保险科技视角下互联网保险创新发展研究

邢文琳

广西大学中国 - 东盟经济学院, 广西 南宁

收稿日期: 2026年3月3日; 录用日期: 2026年3月13日; 发布日期: 2026年3月27日

摘要

保险科技加速了互联网保险的发展, 但与之而来的互联网保险信息安全问题、不当创新、竞争无序严重损害了保险消费者的权益, 互联网保险产品的单一性与监管风险等也限制了互联网保险的良好发展。该文通过分析互联网保险的发展现状以及保险科技应用于互联网保险的发展现状, 找出互联网保险运营面临的困境, 提出其发展建议: 加大保险科技的研发投入与维护; 增加险企与监管部门的联系, 引导互联网保险合规发展; 树立“以客户为中心”的观念, 提升服务体验; 创新互联网保险产品的设计。

关键词

保险科技, 互联网保险, 产品创新, 服务升级

Research on the Innovative Development of Internet Insurance from the Perspective of Insurtech

Wenlin Xing

China-ASEAN School of Economics, Guangxi University, Nanning Guangxi

Received: March 3, 2026; accepted: March 13, 2026; published: March 27, 2026

Abstract

Insurance technology has accelerated the development of Internet insurance, but the security problems of Internet insurance information, improper innovation and disorderly competition have seriously damaged the rights and interests of insurance consumers, and the singularity and regulatory risks of Internet insurance products have also limited the benign development of Internet insurance. By analyzing the development status of Internet insurance and the application of insurance technology in Internet insurance, this paper finds out the difficulties faced by Internet insurance

operation and puts forward its development suggestions: increasing the investment and maintenance of insurance technology; increasing the contact between insurance companies and regulatory authorities, and guiding the development of Internet insurance compliance; establishing the concept of “customer-centered” and improving the service experience; innovating the design of Internet insurance products.

Keywords

Insurtech, Internet Insurance, Product Innovation, Service Upgrades

Copyright © 2026 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. 引言

当前，全球正处于以数字化、网络化、智能化为特征的新一轮科技革命和产业变革交汇期，数字经济已成为推动经济增长的核心引擎。在这一宏观背景下，传统保险业面临着前所未有的转型压力。一方面，保险消费者的需求日益多元化、个性化、即时化，传统保险产品的标准化、长周期特征难以满足市场需求；另一方面，保险行业的竞争格局正在发生深刻变化，互联网平台、科技巨头纷纷跨界进入保险领域，对传统保险公司形成“降维打击”。

保险作为经营风险的行业，其本质是对信息的收集、处理和应用。在数字经济时代，数据已成为新型生产要素，这为保险业通过科技手段提升风险识别能力、优化定价模型、改善服务体验提供了历史性机遇。互联网保险作为保险与互联网深度融合的产物，天然具有数字化基因，成为保险业数字化转型的前沿阵地和试验田，为用户提供了保险服务的全新体验。然而，随着其快速发展，无序竞争、违规经营等问题逐渐显现，导致了消费者投诉的增加，这不仅损害了消费者权益，也给保险业带来了负面影响。

2. 相关概念与研究现状

2.1. 相关概念

根据中国银行保险监督管理委员会(现国家金融监督管理总局) 2020 年发布的《互联网保险业务监管办法》，保险科技被界定为“利用现代信息网络技术和数据分析技术，改进保险业务流程、创新保险产品和服务的活动”。此外，瑞士再保险研究所将保险科技定义为“运用技术手段优化保险价值链各环节，包括产品开发、分销、承保、理赔及风险管理的创新实践”。

根据中国保险行业协会 2022 年发布的《互联网保险行业发展报告》，互联网保险是指“保险公司或保险中介机构依托互联网和移动通信等技术，通过自营网络平台、第三方网络平台等订立保险合同、提供保险服务的保险经营活动”。国际保险监督官协会将其定义为“通过数字化渠道开展保险产品销售、服务提供及风险管理的业务模式”。

2.2. 国内外研究综述

2.2.1. 关于保险科技发展的研究

保险科技作为金融科技重要分支，近年成学界和业界焦点，相关研究围绕内涵界定、发展阶段等维度展开。内涵界定上，李涵和成春林(2021) [1]梳理概念演进，归纳为三种视角，指出发展经历三阶段；

郭金龙等(2022) [2]从理论分析其对传统保险功能的改进拓展；完颜瑞云和锁凌燕(2019) [3]实证检验其对保险业多方面的显著影响。

经营效率影响研究方面，孙明明等(2021) [4]发现保险科技对保险企业经营效率有正向促进，在人寿保险企业更显著；唐金成和李美华(2022) [5]证实其能提升保险公司经营效率，在财险和中资公司更显著；谢婷婷和赵雪莉(2021) [6]发现保险科技与财险公司经营效率呈 U 形关系；高雪岩和韩丹丹(2021) [7]表明保险科技发展与寿险公司经营效率提升显著关联。

产品创新与应用场景方面，孙明明等(2021) [4]实证发现保险科技与保险企业产品创新能力正相关，对人寿及中西部企业影响大；唐金成和刘鲁(2019) [8]探讨“AI+ 保险”模式应用及面临挑战；唐金成和李笑晨(2020) [9]研究保险科技驱动智慧农险体系构建路径；胡芳等(2021) [10]分析保险科技赋能商业健康保险现状与制约因素；唐金成和周思颖(2023) [11]探讨保险科技赋能第三支柱养老保险创新路径；胡芳等(2023) [12]研究保险科技赋能长期护理保险制度，指出存在问题。

风险与监管研究方面，夏诗园和王向楠(2022) [13]分析保险科技发展效应与隐患，指出我国监管存在问题；赛铮(2020) [14]提出监管需向“科技型”转型；李伟群和马裕丰(2019) [15]探讨保险科技对监管的影响与对策。

2.2.2. 关于互联网保险创新的研究

互联网保险作为互联网技术与保险产业深度融合的产物，近年来受到学术界的广泛关注。国内学者从不同维度对互联网保险的发展历程、现状、风险及创新路径进行了系统研究。

在发展历程研究方面，学者们普遍将我国互联网保险的发展划分为不同阶段。马树才和秦海涛(2017) [16]将其划分为萌芽、探索、全面发展和爆发四个阶段，指出经过多年探索，我国互联网保险行业规模迅速扩张，但与发达国家相比渗透率仍较低。李琼和吴兴刚(2015) [17]则认为经历了起步、探索、创新、发展四个阶段，在产品创新、保险精算、营销体制改革等领域给保险业带来了新变革。李红坤、刘富强和翟大恒(2014) [18]从宏观角度归纳为四个时期，主要模式包括保险公司网站、第三方保险超市网站、搭载与合作等形式。

在营销模式创新领域，冉雪娅(2021) [19]基于 4P 营销组合理论，分析了我国互联网保险公司开展场景营销的现状及存在的问题，提出从注重场景类产品的优化与创新、建立科学的定价和风控机制、选择合适的场景营销渠道以及加强流量向消费需求转化等方面优化场景营销。左起(2016) [20]结合我国互联网保险行业的发展现状及特点，分析了互联网金融对传统保险行业带来的机遇和挑战，提出了完善发展互联网保险营销模式的对策建议。陈秀芬和唐宇石(2016) [21]认为大数据时代的到来使我国互联网行业发生革命性变化，互联网保险将完成从“互联网电商”阶段到“跨界共创”阶段的重要转型，将数据科学技术充分应用于产品设计营销中是战略导向和必然选择。

风险与监管问题成为互联网保险研究的重要议题。袁峰、许凌珠和邵祥理(2022) [22]基于风险管理框架，从阶段式和整体式角度对互联网保险产品创新风险进行分析，识别出财务风险、信用风险、操作风险和网络安全风险等主要风险类型，并构建了数据驱动的互联网保险产品创新风险评估模型。李洪和孙利君(2020) [23]指出传统保险互联网化转型过程中将面临一系列风险，需要从法律体制建设、技术创新与研发以及监管模式创新等方面完善应对策略。曹斯蔚(2020) [24]分析了互联网保险存在的五大合规性问题，包括主客体界定与社会普遍认知撕裂、统一监管与碎片化运营方式相互排斥、合同生效要件与契约必要流程难以完备、信息数据集合高需求与网络安全强治理目标不一致、类保险衍生物创新与监管范围划定进退失据等，并结合发达国家经验提出了政策建议。马树才和秦海涛(2017) [16]指出监管方面法律法规不完善、业务模式存在道德风险、网络信息安全级别偏低、产品创新不足等问题对互联网保险发展

形成了制约。

在技术应用研究方面,王和与周运涛(2016) [25]探讨了区块链技术与互联网保险的关系,指出金融的本质是价值流通,互联网 TCP/IP 协议打破信息孤岛,消除信息不对称,为互联网保险发展提供了技术基础。刘远翔(2015) [26]基于 2014 年互联网业务排名选取样本进行实证分析,研究发现互联网保险业务发展对保险企业成本效率与利润效率都有积极影响,而且这种影响具有方向性。

综上所述,学术界对保险科技和互联网保险的关注度持续提升,研究成果日益丰富,但仍存在以下不足:一是研究视角相对分散,缺乏从保险科技视角对互联网保险创新发展的系统性研究;二是对互联网保险发展面临的挑战和风险的讨论不够深入,对策建议的针对性和可操作性有待加强。本文试图在这些方面有所突破,构建保险科技赋能互联网保险发展的理论框架和实践路径。

3. 互联网创新发展机制分析

为使本研究超越现象描述层面,与主流学术理论进行有效对话,本研究构建以下理论分析框架,从技术采纳和市场结构两个维度深入剖析互联网保险创新发展机制。

3.1. 技术采纳模型(TAM)视角下的消费者行为分析

技术采纳模型(Technology Acceptance Model, TAM)由 Davis 于 1989 年提出,是解释和预测用户对信息技术接受程度的经典理论框架。该模型认为,用户对信息技术的接受行为主要受两个核心变量影响:感知有用性(Perceived Usefulness)和感知易用性(Perceived Ease of Use)。在互联网保险情境下, TAM 模型可有效解释消费者采纳互联网保险产品的行为机制:感知有用性体现为消费者对互联网保险产品 in 风险保障、理赔效率、价格优势等方面价值的认知;感知易用性则反映消费者对投保流程便捷性、操作界面友好性、信息获取便利性的主观评价。研究表明,当消费者感知到互联网保险产品的有用性和易用性较高时,其采纳意愿显著增强。因此,互联网保险企业在产品设计和优化过程中,应着力提升产品的感知有用性(如丰富保障内容、优化理赔体验)和感知易用性(如简化投保流程、提供智能客服),以促进消费者采纳行为。

3.2. 平台生态系统理论视角下的市场结构分析

平台生态系统理论(Platform Ecosystem Theory)由 Jacobides 等(2018)提出,强调平台企业通过构建多边市场连接不同用户群体,形成价值共创的生态系统。在互联网保险领域,平台生态系统理论为理解市场结构与竞争动态提供了重要分析框架。互联网保险平台作为典型的双边市场,连接保险需求方(消费者)和保险供给方(保险公司),通过降低交易成本、优化资源配置、促进信息对称实现价值创造。平台生态系统的核心特征包括:网络效应(同边网络效应和跨边网络效应)、多归属行为、平台治理机制等。从竞争动态角度看,互联网保险市场呈现以下特征:一是平台间竞争从单一产品竞争转向生态系统竞争,头部平台通过整合流量、数据、技术资源构建竞争壁垒;二是平台与保险公司的关系从渠道合作向深度协同演进,形成“平台 + 保险”的共生模式;三是监管政策对平台生态系统的规制日益强化,要求平台承担更多合规责任。基于平台生态系统理论,本研究认为互联网保险企业应从单纯的产品销售向生态服务转型,通过构建开放、协同、共赢的保险科技生态,提升市场竞争力和可持续发展能力。

4. 我国互联网保险发展现状

4.1. 市场规模不断扩大,但增速有所放缓

我国互联网保险经历了从萌芽探索到快速扩张再到规范调整的发展历程。2012 年至 2015 年是互联

网保险的爆发期，保费收入从 111 亿元增长到 2234 亿元，年均复合增长率超过 170%。2016 年至 2019 年进入调整期，受中短存续期产品监管政策影响，互联网人身险保费大幅回落，但整体仍保持增长态势[27]。2020 年以来，在疫情影响和监管规范的双重作用下，互联网保险进入了稳健增长阶段，近 5 年互联网保险保费保持了年均 22% 的增速，占总保费收入比例也持续攀升。直到 2023 年，国内互联网保险保费规模约为 4949 亿元，占总保费收入的比例为 9.7%，而 2022 年国内互联网保险的保费规模为 4783 亿元，占总保费收入比例为 10.2%，首次突破 10% [28]。

从市场结构看，互联网人身险占据主导地位，占比超过 75%，但近年来占比呈下降趋势；互联网财产险占比逐步提升，特别是车险线上化率显著提高[29]。从渠道结构看，自营平台保费占比约 30%，第三方平台占比约 70%，第三方渠道仍是互联网保险销售的主力，但保险公司对自有渠道的掌控力在逐步增强[28]。

4.2. 保险产品推陈出新，场景化特征明显

互联网保险产品的创新主要体现在以下几个方面：一是碎片化产品创新。针对特定场景、特定风险、特定人群的碎片化保险产品涌现，如航空延误险等，这些产品保费低、保障期限短、理赔简单，降低购买门槛、培养保险意识。二是场景化产品创新。保险与电商、出行、健康、教育等场景融合，实现“保险即服务”。电商平台嵌入退货运费险等；出行平台提供行程意外险等；健康平台推出在线问诊 + 保险服务。场景化保险实现从“人找保险”到“保险找人”的转变。三是定制化产品创新。基于用户画像和行为数据，提供个性化保险方案。如 UBI 车险按驾驶行为定价等。定制化产品提高定价精准性和公平性，增强用户粘性。四是普惠型产品创新。针对传统保险覆盖不足人群，开发普惠保险产品。如互联网门诊险等降低健康险购买门槛；新市民专属保险为灵活就业人员提供保障。

4.3. 经营模式日渐丰富

我国经营互联网保险业务的主体呈多元化趋势。传统保险公司深耕互联网领域，还出现专业互联网保险公司，第三方经纪平台也涉足互联网保险咨询与销售。传统保险公司建自营网站，提供产品宣传、投保及理赔一体化服务；互联网中介平台通过线上渠道提供便捷购买平台，可定制产品，凭电商经验和实力为保险公司或经纪人提供交易基础设施和场所；专业互联网保险机构以线上为阵地，专注网络保险销售。这种多元化格局丰富了产品线和服务模式，为消费者提供更多选择和便捷体验，推动了行业创新进步，促进了行业发展。

5. 科技赋能互联网保险发展的路径

5.1. 产品开发设计环节

保险产品开发设计本质是服务设计，保险公司需根据实际与市场行情动态调整优化产品和服务以精准营销。研发符合市场趋势的保险产品服务，能激发消费者投保兴趣，提高经营效率，推动保险业高质量发展。借助互联网，保险公司能低成本、高效率获取客户数据，相比过去手工收集，节省时间和人力，避免信息隐瞒或误填，掌握更全面准确的客户资料。互联网整合资源优势明显，通过分析用户购买意愿，洞察消费水平、评估风险偏好，助力产品“私人定制”。这种个性化服务激发客户购买意愿，使其乐于推荐，增强客户与保险公司联系。长远看，私人化服务策略为保险公司带来潜在客户群，增加保费收入，提升经营效率。

5.2. 产品营销环节

在短视频风潮下，互联网保险通过短视频平台呈现多样保险产品，打破时空限制，让偏远地区客户

也能随时选保险服务。此创新营销策略优化了保险公司运营成本，为消费者提供个性化服务。通过精准投放和高效沟通，加强了营销针对性，提升销售效率，增强客户粘性。传统保险营销依赖庞大销售团队，营销人员专业素养参差不齐，存在虚假宣传等问题。互联网保险兴起带来变革，替代“人海战术”，降低工资和佣金成本，通过数据分析精准推送产品，减少机会成本和时间消耗。这使保险公司能将节省的资源投入产品研发，发掘潜在客户，抢占市场先机。

5.3. 核保承保环节

在核保承保阶段，人工智能科技的运用已十分广泛，不仅能够实现智能核保承保，还能够有效防范商业诈骗。云计算技术的推动，使保险产品服务在核保业务办理中实现了数字化改革，极大便利了客户身份信息的整理。此外，区块链技术的应用，不仅确定了认证对象，还提升了承保核保环节的流畅度。面对中国保险行业中频发的诈骗事故，保险公司凭借数字科技手段，能够系统掌握投保人与受益人的信息，最大限度地避免保险诈骗。利用云计算手段对消费者信息进行甄别，可以深入分析投保人真实的投保意愿，并通过数字科技来排查核保承保阶段潜在的业务隐患。这些科技的应用不仅提升了保险业务的效率，也加强了风险管理和防范。

5.4. 保全管理环节

传统保险合同以纸质为主，投保签约后，生效的纸质保单及批示后的批单均需邮寄，人员流动与物流运输使交付时间成本高。且保险条款细致，传统纸质保单厚重、耗纸量大，保险公司为显专业高端在打印装饰上投入多，增加资源消耗。此外，纸张脆弱，保单易损坏或遗失，多份保单保管也是挑战。总之，传统纸质保险合同难适应现代社会，需寻求高效环保方案，降低成本、减少消耗、保障安全。互联网保险中，科技使各环节形成一体化网络体系。投保人无需面对面或纸质操作，在保险公司商城软件或小程序点击即可完成投保。合同生效后，电子保单即时发送至投保人与被保险人设备，实现快捷沟通。后续修改可手机操作，节省时间精力。电子保单减少纸张使用、避免浪费，管理更便捷，投保人可随时查看。发生事故时，下载打印电子保单即可理赔。这一改变提升了保险业务便捷性，体现科技与金融融合，为行业注入新活力。

5.5. 定损理赔环节

理赔业务是根据保险协议条款为受损被保险人提供财物补偿的过程。定损时，利用大数据、人工智能和物联网等数字技术，可快速识别验证保险事故信息，简化流程，提高服务质效。互联网技术应用能降低定损成本、减少人力投入，促进理赔业务数字化，使理赔过程更透明高效。人工智能可快速准确识别商业欺诈，提升风险防范能力，降低赔付支出，还能助力理赔业务数字化，简化流程、减轻费用负担、提升工作和服务质量。数字技术让保险公司更好管理处理理赔事务，为被保险人提供更便捷服务。与传统手工处理相比，数字化理赔节省时间成本，提升客户满意度，赢得信任口碑。依托人工智能发展，保险公司理赔更高效智能，提高事故识别处理能力，增加风险防范措施，减少损失和赔付。这促进保险公司可持续发展，为客户提供优质体验，实现保险行业数字化转型。不断引入先进技术，保险公司可保持竞争优势，满足市场需求，迈向智能化未来。

6. 科技赋能互联网保险发展面临的挑战

6.1. 技术安全与稳定性风险

在互联网保险中，客户数据变得至关重要，包括个人信息、交易记录、风险偏好等敏感信息。因此，

数据安全和隐私保护成为互联网保险行业亟需解决的难题。数据泄露或滥用可能给客户带来巨大损失和不便，因此保护数据安全至关重要。为了应对这一挑战，互联网保险公司需加强数据的收集、存储和分析过程中的安全措施。同时，密切遵守数据保护法律法规，确保合规运营。随着数据保护法律法规不断完善，互联网保险公司也需要不断提高自身数据处理和存储的标准和要求，以确保客户数据的安全和隐私性。在这个信息爆炸的时代，保护客户数据不仅是公司的责任，也是对客户的尊重和信任。只有建立起完善的数据安全和隐私保护机制，互联网保险公司才能赢得客户的信赖，并在激烈的市场竞争中立于不败之地。

6.2. 技术创新与应用的局限性

尽管科技为互联网保险带来了便利和优势，但技术创新有滞后性。新技术从研发到应用需要时间，市场环境和客户需求也可能变化。因此，互联网保险公司需密切关注技术发展和市场动态，灵活调整技术创新策略。然而，技术创新复杂且不确定，互联网保险公司在这方面常面临挑战。因此，应持续学习和发展，加强技术创新能力，以适应不断变化的市场。互联网保险公司必须保持灵活性和创新性，不断改进和优化技术，以提供更好的服务和更好的体验，也为公司的可持续发展奠定基础。

6.3. 客户服务与体验的挑战

科技发展为互联网保险行业带来可能、提高服务效率，但客户服务有待加强。互联网保险业务中，客户多通过在线、智能客服解决问题。部分互联网保险公司在线客服团队存在培训不足、技术支持有限等问题，导致客服质量参差不齐，影响客户体验。客户在理解产品、使用习惯和风险偏好上有差异，可能引发问题，如不理解保险条款理赔有争议、对创新产品观望影响推广销售。因此，互联网保险公司需加强客户服务，提高在线客服培训水平和技术支持能力，以提升客户体验、满足个性化需求。科技赋能互联网保险带来便利，客户服务质量是关键，加强对客户需求理解、提升客服能力，可满足客户需求、提升体验、打造服务模式，实现可持续发展。

6.4. 监管合规与风险管理的难度

随着互联网保险业务的迅速扩张和不断革新，监管面临着越来越大的挑战。互联网保险的特殊性使得监管工作跨越多个部门和领域。监管机构必须及时更新政策和标准以应对新技术的涌现和应用。然而，监管政策的更新速度和监管资源的限制造成了监管的滞后，给互联网保险业务留下了空白和漏洞。监管滞后和资源有限性不仅增加了保险公司的合规风险，也危害了客户的合法权益。为了保护市场秩序和客户利益，监管机构需要加大力度加强监管政策的更新与完善，强化合规监测和执法力度，促进互联网保险业务的规范健康发展。同时，保险公司也应当自觉加强自身风险防控意识，积极配合监管部门的监督检查，完善内部合规管理机制，确保业务合规运营，切实维护客户的权益和利益。只有在监管部门和保险公司共同努力下，互联网保险业务才能健康、稳定地发展，为社会提供更加稳健、可靠的保险服务。

7. 科技赋能互联网保险高质量发展的建议

7.1. 加强技术研发投入与创新能力建设

加大保险科技系统研发是提高保险公司经营效率的关键。互联网保险企业需多方面努力实现此目标。首先，要培养高素质专业技术人才，可通过引进顶尖人才、提高薪酬待遇、改善工作环境来达成。其次，要加强数据收集技术，提高数据库整理、运用效率与应用精准度。同时，积极引入人工智能、区块链等前沿科技，优化业务流程，提升客户服务体验，如利用智能客服系统覆盖不同场景，提高客户满意度。

此外，应积极与第三方保险科技平台、金融科技公司等合作，借助其数据和技术优势，提升自身风险管理和服务水平，增强竞争力，实现合作共赢。加大保险科技系统研发是提高经营效率的重要途径，互联网保险企业应注重人才培养、技术创新与第三方合作，实现业务转型升级，提升服务与竞争力。只有不断创新进步，保险行业才能迎接未来挑战并取得更大成功。

7.2. 增强技术维护，提升数据安全与风控水平

充分融合大数据、区块链、云计算等前沿技术，以扩大数据覆盖范围和深度，并优化数据算法，不断更新模型构建。在投保和理赔全流程中，综合各方面信息，加强风险识别，提高人工智能的识别能力，重点关注欺诈高发行为，预防风险欺诈的发生。同时，引入区块链等加密数字技术，以增加外部破解的难度，规范技术操作，防范权限越界，确保用户信息的安全。借助金融科技，打造更完善的风险防控体系，利用计算机的强大运算能力和机器的识别能力，及时对产品服务定制过程中的各种研发升级进行风险预警，确保系统安全可靠。在不断完善技术的同时也加强对风险管理的重视，为客户提供更加安全可靠的保障。

7.3. 加强与监管部门的沟通协调，确保业务合规发展

为提升监管效能，建议从以下方面完善监管体系。其一，构建“监管科技(RegTech)”工具体系：运用自然语言处理(NLP)技术实现保险条款的智能合规审查，建立基于机器学习的异常交易监测系统，开发区块链-based的保单存证平台确保数据可追溯。其二设计“监管沙盒”制度：借鉴英国FCA和新加坡MAS经验，建立互联网保险创新沙盒机制，允许保险科技企业在受控环境中测试创新产品和服务，设定明确的准入条件、测试期限、消费者保护措施和退出机制。其三，建立跨部门协同监管框架：由金融监管部门牵头，联合市场监管、网信、工信等部门，建立互联网保险监管信息共享平台，实现数据互通、联合执法、风险联防。其四，完善监管规则体系：针对互联网保险特点，制定《互联网保险产品创新指引》《互联网保险数据安全规范》等配套细则，明确创新边界和合规底线。

7.4. 以客户为中心，升级各流程服务体验

在投保环节，着力优化在线流程，精简繁杂的信息填写步骤，达成信息自动填写与快速核验。借助微信公众号、APP、小程序等多元渠道，为客户提供便利的投保服务。此外，还可依据客户的浏览历史与购买记录，智能推荐适配的保险产品，以提升客户的购买效率与满意度。

在保单管理阶段，构建多元化的客户服务渠道意义重大。建设电话客服、在线客服和社交媒体客服等多渠道服务平台，能够保障客户随时获取所需帮助。根据客户的个性化需求提供定制化的保险方案以及专属的客服经理，以此增强客户满意度。通过发布保险知识、解答常见问题等途径，持续强化客户对保险产品的认知与了解。在理赔等关键节点，加强与客户的沟通，及时解答客户的疑问，确保客户在使用保险产品时能获得及时、准确的帮助。将持续不懈努力，为客户提供更为贴心的服务体验。

7.5. 丰富产品保障范围，创新保险产品设计

在数字经济时代，互联网保险公司需要敏锐地应对新兴的保险需求。例如，随着饿了么、美团等外卖平台的兴起，客户对于外卖送达时间的准时性要求越来越高。为了满足客户需求，饿了么推出了“准时宝”保险产品，保证客户在规定时间内收到货物，否则将获得一定金额的赔偿。企业在数字经济时代必须紧跟市场的变化，深入了解客户需求，灵活设计符合客户需求的保险产品。通过这种方式，可以推动互联网保险产品的多样化发展，满足不同客户的需求。因此，互联网保险公司需要注重市场动态，结合数字经济发展趋势，及时调整保险产品，以更好地迎合客户需求。基于上述理论分析和市场洞察，本

研究提出以下差异化产品创新方向。其一，针对新市民群体的“新市民综合保障计划”：涵盖灵活就业人员意外伤害、住院医疗、收入损失补偿等保障，采用按日计费、灵活投保的碎片化模式，满足新市民流动性强、收入不稳定的特点。其二，针对零工经济从业者的“零工职业责任险”：为网约车司机、外卖骑手、直播主播等提供职业责任保障，结合平台数据实现动态定价，按单计费降低投保门槛。其三，针对银发群体的“智能养老护理险”：整合可穿戴设备监测、居家护理服务、机构养老转介等功能，实现“保险 + 服务 + 科技”的一体化解决方案。其四，针对 Z 世代的“游戏装备险”和“数字资产险”：覆盖虚拟财产损失、账号被盗等新型风险，契合年轻群体的数字生活方式。

参考文献

- [1] 李涵, 成春林. 保险科技研究进展: 内涵、动因及效应[J]. 金融发展研究, 2021(11): 73-80.
- [2] 郭金龙, 李红梅, 马凤娇. 论保险科技功能和作用[J]. 价格理论与实践, 2022(3): 114-118.
- [3] 完颜瑞云, 锁凌燕. 保险科技对保险业的影响研究[J]. 保险研究, 2019(10): 35-46.
- [4] 孙明明, 裴平, 孙杰. 保险科技发展对保险企业产品创新能力的影响研究[J]. 兰州学刊, 2021(10): 35-48.
- [5] 唐金成, 李美华. 保险科技影响保险公司经营效率实证研究[J]. 保险职业学院学报, 2022, 36(1): 40-51.
- [6] 谢婷婷, 赵雪莉. 数字化转型背景下保险科技对财险公司经营效率的影响研究——基于 DEA-Tobit 面板模型[J]. 金融发展研究, 2021(3): 53-60.
- [7] 高雪岩, 韩丹丹. 保险科技视角下寿险公司经营效率研究[J]. 中小企业管理与科技(中旬刊), 2021(5): 96-97.
- [8] 唐金成, 刘鲁. 保险科技发展模式比较与经验启示[J]. 金融理论与实践, 2020(8): 96-102.
- [9] 唐金成, 李笑晨. 保险科技驱动我国智慧农险体系构建研究[J]. 西南金融, 2020(7): 86-96.
- [10] 胡芳, 彭琛, 陈小红. 健康中国战略下保险科技赋能商业健康保险发展研究[J]. 西南金融, 2021(6): 73-84.
- [11] 唐金成, 周思颖. 保险科技赋能我国第三支柱养老保险创新发展研究[J]. 西南金融, 2023(10): 55-68.
- [12] 胡芳, 韦彦名, 王宪妹. 保险科技赋能长期护理保险制度: 内在机理、存在问题与实践路径[J]. 西南金融, 2023(2): 57-69.
- [13] 夏诗园, 王向楠. 保险科技: 监管挑战、国别经验及启示[J]. 南方金融, 2022(11): 74-83.
- [14] 赛铮. 保险科技发展背景下的保险监管现代化转型[J]. 金融理论与实践, 2020(10): 106-111.
- [15] 李伟群, 马裕丰. 保险科技是友? 是敌?——对保险监管的影响与因应之道[J]. 上海保险, 2019(3): 24-29.
- [16] 马树才, 秦海涛. 对我国互联网保险行业发展问题的思考[J]. 财会月刊, 2017(5): 119-123.
- [17] 李琼, 吴兴刚. 我国互联网保险发展与监管研究[J]. 武汉金融, 2015(4): 31-34.
- [18] 李红坤, 刘富强, 翟大恒. 国内外互联网保险发展比较及其对我国的启示[J]. 金融发展研究, 2014(10): 77-83.
- [19] 冉雪娅. 我国互联网保险公司场景营销策略研究[J]. 齐齐哈尔大学学报(哲学社会科学版), 2021(6): 70-73.
- [20] 左起. 大数据时代互联网保险营销模式创新研究[J]. 南京财经大学学报, 2016(5): 105-108.
- [21] 陈秀芬, 唐宇石. 大数据时代我国互联网保险的现状与发展研究[J]. 改革与战略, 2016, 32(6): 33-37.
- [22] 袁峰, 许凌珠, 邵祥瑞. 数据驱动的互联网保险产品创新风险管理研究[J]. 保险研究, 2022(3): 29-43.
- [23] 李洪, 孙利君. 我国互联网保险发展现状、风险及防范对策[J]. 管理现代化, 2020, 40(2): 97-99.
- [24] 曹斯蔚. 互联网保险合规性问题研究[J]. 西南金融, 2020(5): 78-86.
- [25] 王和, 周运涛. 区块链技术与互联网保险[J]. 中国金融, 2016(10): 74-76.
- [26] 刘远翔. 互联网保险发展对保险企业经营效率影响的实证分析[J]. 保险研究, 2015(9): 104-116.
- [27] 中国保险行业协会. 2015 年度保险市场运行情况分析报告[R]. 北京: 中国保险行业协会, 2016.
- [28] 元保集团, 清华大学五道口金融学院中国保险与养老金融研究中心. 中国互联网保险发展报告(2024) [R]. 北京: 清华大学五道口金融学院, 2024.
- [29] 中国保险行业协会. 2016 中国互联网保险行业发展报告[R]. 北京: 中国保险行业协会, 2016.