

frilly / October 14, 2015 12:48PM

對巨量資料時代下的我國行業發展的思考——以保險業為例**一、我國保險業所面臨的問題**

近年來由於宏觀經濟的粗放型發展、居民財富分配不均，以及保險行業產品單一、同質化競爭、創新艱難、信息化建設不足、營銷機制問題等自身難題，各大保險公司壽險保費收入出現負增長。而保險產品供給與需求的錯位，產品不能滿足投保人需求，則被認為是其陷入困境的根本原因。

舊有的保險系統缺乏統一的客戶視圖，沒有完整的客戶信息資料，加大了理賠難度，尤其是跨區域業務。靈活的產品建模工具和快捷的產品發布方式的缺乏，使得產品難以滿足客戶靈活多變的投保需求。公司內部的資料並未形成一個完整的資料體系，導致分散經營，極大增加了運營成本，影響著企業的管理和決策。保險業所面臨的危機，恰恰給保險業擁抱巨量資料時代，藉助巨量[[url=http://www.finereport.com/tw/](http://www.finereport.com/tw/)]資料分析[[url](#)]提供了良好的機遇。

二、巨量資料技術對保險需求的影響**(1) 對客戶需求的精確鎖定**

在保險需求方面，巨量資料使過去無法滿足的保險需求成為可能。保險企業不是用網際網路渠道去切原有市場的蛋糕，而是在巨量資料時代挖掘新的社會需求、創造新的產品，把蛋糕真正地做大。巨量資料幫助保險產業進行需求挖掘和產品設計，從而實現自動核保、自動理賠、精準營銷和風險管理的全過程。

藉助巨量資料，保險業可以直接鎖定客戶需求。以淘寶運費退貨險為例。經統計，淘寶用戶運費險索賠率在50%以上，該產品對保險公司帶來的利潤只有5%左右。僅從保險公司的角度，這個產品並不是很成功，但是有很多保險公司都有意願去提供這種保險。據分析，客戶購買運費險後保險公司就可以獲得該客戶的個人基本信息，包括手機號和銀行賬戶信息等，並能夠了解該客戶購買的產品信息，從而實現精準推送。假設該客戶購買並退貨的是嬰兒奶粉，那麼保險公司就可以估計該客戶家裡有小孩，可以向其推薦關於兒童疾病險、教育險等相關產品，這比5%的利潤更有吸引力。

另外，在網路營銷領域，保險公司可以通過收集網際網路用戶的各類資料，如地域分布等屬性資料，搜索關鍵詞等即時資料，購物行為、瀏覽行為等行為資料，以及興趣愛好、人脈關係等社交資料，可以在廣告推送中實現地域定向、需求定向、偏好定向、關係定向等定向方式，實現精準化、個性化營銷。

(2) 對信息安全類保險需求更多

一方面，對個人來說，近期隨著微信，手機支付寶等移動支付平台的搭建完成，以及網際網路平台發展過程中的其他問題的產生，支付安全保障問題和網際網路安全問題成了進一步發展的瓶頸，對於信息安全和相關保險產品的需求會升溫。

另一方面，在網際網路金融大的環境下資金安全面臨著重大的挑戰，網際網路很重要的特徵就是巨量資料，隨著雲服務的推出，很多網際網路的企業都是把一些敏感的資料放在網際網路的雲端，這給信息安全，包括資金安全帶來更大的挑戰。這些都直接催生了對這類保險的需求。

三、巨量資料技術對保險經營，保險定價的革新**(1) 巨量資料對保險業傳統經營的變革**

保險的核心功能或者技能是解釋風險。但是巨量資料時代對於解釋風險的技術將帶來革命性變化。所以，我們必須重新認識並承認這個世界是複雜的。我們可以看到保險傳統的經營，只是在一定的維度來看並解釋風險，但我們知道，這樣的解釋是不能充分地反映這個世界的複雜性。比如，現在的保險經營，我們希望通過更多的因素來定價，但這只是在有限的範圍內解釋。過去，成千上百的人都放在同一風險水平之上，但事實上這是不可能的，大多數人都在支付多餘的保費。傳統保險會研究平均數，而不是個案保險公司賣車險的時候通常考慮的因素有，年齡，性別，婚姻情況，駕駛記錄，收入，職業，教育背景等等。

但是，通過巨量資料的分析可以解決現有的風險控制問題，可以為客戶制定個性化的保單。利用社交網路改善產品和服務，影響目標客戶，通過對已有信息的分析，保險公司可以獲得更準確以及更高利潤率的定價模型，保險公司給每一位顧客提供個性化的解決方案。不再像現在一樣，所有人都面對相同的風險測量準則。

(2) 對保險精算，大數法則的挑戰

保險行業是最早建立了科學、完善的資料統計體系，並且以資料統計運算為立業根本的行業。它與巨量資料的聯繫可謂淵源已久——巨量資料的本質是基於對海量資料的提煉、分析，預測並解決問題；而保險業經營的核心也與此類似，同樣是依靠強大的用戶信息來預測、規避風險。

保險業面臨的挑戰是，巨量資料的核心是預測，而保險經營的核心也是基於預測。因此，作為傳統保險業經營的重要基礎，大數法則可能面臨著「顛覆性的問題」，這對保險業來說是一個很大的挑戰，因為保險原理之一就是大數法則。

巨量資料時代，前所未有地創造了精準風控每個投保標的可能。從未有如此豐富、多維度、低成本的資料，如此系統地、更新地提供給保險行業。所以保險業僅靠大數定律運作是不夠的。理解風險，降低風險成本，才是保險真正的內涵，甚至達到個性化風險控制和定價，變風險為可控。

四．中國保險業在巨量資料時代下的展望

現階段儘管國內有不少保險公司已經開始嘗試運用巨量資料，但行業的現狀，對資料缺乏深層次的挖掘，如何有效整合資料資源成為最大難題。在另一方面，網際網路企業由於對資料收集的先天優勢，在巨量資料上牢牢把握了話語權。保險業如何學會去與網際網路企業合作，達到雙贏，則成為行業發展不可避免的問題。

對保險產品的創新上，巨量資料時代使得每個消費者都有可能成為保險產品的創造者。消費者可以通過C2B模式創意一個保險產品理念，其他消費者跟風預購，然後保險公司競價出單，這種模式一定出現，而且節省的不止渠道成本。逆向選擇當然會是個麻煩，但是從此可以產生的產品創新將源源不絕。

4500+企業選擇FineReport報表與 [\[url=http://www.finereport.com/tw/\]](http://www.finereport.com/tw/)BI[\[/url\]](#)

[\[url=http://www.finereport.com/tw/\]](http://www.finereport.com/tw/)商業智慧[\[/url\]](#)工具【免費下載】

opensource開發，類excel設計，全方位異質資料庫整合，資料填報、Flash列印、權限控制、行動應用、客制化、交互分析、報表協同作業管理系統。

分享自：張博
