

行业新形态：数字化时代的保险

都赛专访新一代信息技术服务与解决方案全球领导者 CSC (计算机科学公司), 保险行业战略家 Andrew Dart , 全面解读信息与通讯技术领域里程碑式的变革 , 及其为保险产业发展带来的深刻意义。

今天, 信息技术赋予了我们收集和分析庞大数据的能力, 这些在好几年前均深不可测。人们可能会认为, 通过数字媒介与如此大数量的客户进行交流, 是不可能与客户建立私人或个人联系的。然而, 在本次访问中 Dart 讲述了现代技术如何能够让保险商与他们的客户建立比以往任何时候都更密切和更深层次的关系。

过去, 保险公司和他们客户间的关系通常是非个人化的, “他们之间的接触很少”, Dart 说, “只存在购买和索赔两大类交易, 在这过程中保险公司通常都不会和他们的客户交谈。而现在我们身处数字化时代, 客户都有移动设备, 因此可以及时地实现双向沟通, 你也能看见 ‘数字驱动产品’, UBI 及可穿戴设备的增长”。他描述这种双向沟通为保险行业的演化阶段, “我们可以使用这种连通性, 着实开始管理风险而不仅仅只是购买和索赔”。换言之, 保险商可以利用现代技术与客户建立更积极的联系, 为他们提供指导, 帮助他们管理甚至是减少风险。

以健康保险为例, 保险公司可以通过提供或资助相关设备来为客户给出健康建议, 因为这些设备贯穿客户生活, 能够帮助他们照顾自己, 潜在地避免了健康保险的索赔需求。Dart 举例说, 他的一位同事购买了一副 “智能手表” 可穿戴装置, 可以告诉他所处地方附近的慢跑路线, 并估算他将会花费多长时间在常规的目的地间来回。

Dart 在他名为 “保险中的可穿戴设施案例” 的论文中讲述了企业福利项目中可穿戴设备的应用: 某些保

险商为了提高项目参与度以及收集健康数据，会为企业提供优惠健康保险。论文中他还提到，类似的福利项目中，参与度低是普遍问题。Patrick Hitchen 也曾在其论文中说“项目参与比例仍然很低，有时候仅有 5% 的人有资格加入”。他继续说，这种项目带有“赌注”，需要客户在接下来的几年中，同意追求并愿意继续维持合理的健康目标，以避免从其薪水中扣除健康检查费用。据称这种罚款系统在鼓励健康行为方面相较常规的福利项目，效率要高出三倍。

然而，许多人担心这些新型可穿戴设备的浪潮可能会压垮传统医疗器械的监管机构。事实上，(2015 年) 2 月 9 日，美国食药监局就各种医疗应用程序的监管发布了指导性文件，并指出该指导意见主要围绕“移动应用程序创新步伐迅速，以及其对公众健康的潜在效益和风险”等问题。同时也有不少人担心不合格的可穿戴设备可能带来错误诊断。因此，都赛 2015 年 6 月 25-26 日于北京悠唐皇冠假日酒店举办的“亚洲智能可穿戴设备峰会暨专业展 2015”，将就这些热点问题及其他相关议题作深入探讨。本次峰会将邀请政府官员、区域技术行业协会莅临现场作精彩演讲，帮助企业全面了解亚洲这一渐成为世界第二大的可穿戴设备市场。

Dart 继续说，主宰数据的保险公司会拥有大量的发展机会。充分理解这一点的保险企业将能够为一直以来我们所忽略的潜在消费者提供保险服务。现在有了专门针对年轻驾驶员的汽车保险公司，这些年轻司机一直以来都在努力地寻找能够支付得起的保险。而使用车联网技术可以监测驾驶习惯，也让年轻的驾驶员有机会去证明他们担起了责任，配得上这份保险。Andrew 认为这种人性化的和个性化方案的好处是“至此之后他们（年轻驾驶员）都会是终身的消费者”。不仅如此，通过这种方法利用现代技术能够与客户建立更甚层次的友好关系，获得他们的忠诚度，甚至达到品牌代言的效果，因为他们会在自己的社交网络中宣传他们的保险公司。考虑到社交媒体的性质，这种推广的范围几乎是无限的。

Dart 同时讲到，他正在研究通过使用这些技术在他们购买保险前就能吸引潜在客户的可能性。以华盛顿

州汽车保险商 MetroMile 为例，他们意识到许多人因为环境问题正在逐渐减少开车里程。但在传统保险领域，这些人和那些开车里程更长的人需要支付同样的保费。MetroMile 为这些潜在客户提供了“节拍器”装置，记录他们的驾车里程和车辆能效。只要这些人对自己的开车里程有明确概念，MetroMile 就会提供他们比传统汽车保险更便宜的保险产品。“这是我第一次听说‘参与平台’这个术语”，Dart 说，“而现在已经成为了一种通称，这家公司（MetroMile）引入的这种思维方式能够在客户成为消费者之前就俘获他们。这一点非常有趣”。事实上，这个案例告诉我们类似这样的保险产品能够起到让消费者自我表达的作用。“我正在慢慢转向 Metromile 方案，虽然我住在旧金山，热爱汽车冒险和城外的史诗般的旅程”，Josh Constine 写到，“但在镇里，我经常穿滑冰鞋或使用 Ubers 和 Lyfts 等打车软件。当我的车停在车库或是资助给某些一直需要开车的陌生人时，我要支付大量保费。但现在这种情况不会再发生了。”现代信息技术让我们越来越能够理解客户的信仰和生活方式。通过创造特质产品，保险商能够成为客户社交环境中的一部分，并确保他们的忠诚度。

现代信息技术正在为所有保险商创造丰富的发展机遇。就行业自身而言，现在我们将自身效益与客户联系起来，携手合作，在改善投保人员生活质量、同时确保企业运营有利可图且高效方面扮演越来越积极重要的角色。2015 年 5 月 27-29 日，都赛在北京举办的第七届中国国际保险峰会将就此主题进行详细探讨。自 2009 年首届都赛保险系列峰会召开以来，其已连续多年得到亚洲保险监管机构、行业协会、领先保险企业的大力支持，相信本次峰会亦将在历届会议成功举办的基础上再续精彩篇章。