

聚势而出，拓步前行

上汽保险金融发展论坛回顾

本报记者 林芸
实习生 范春

4月8日，上汽保险销售有限公司借举办主题为“聚势”的汽车保险金融发展论坛契机，庆祝公司成立一周年。来自安联、太保等保险公司的多位重量级嘉宾围绕互联网保险等新兴业态，就车险未来发展和挑战等主题进行探讨。同时，论

坛也对上汽保险成立一周年进行了回顾。

一年来，上汽保险以承保车辆2.14万辆取得了启动第一年即超保达214%的成绩。同时，其初步搭建起业内产业服务框架，提供从承保方案定制到理赔服务支持的全流程服务。在平台建设方面，上汽保险在业内首次打通了整车厂和保险公司，承保模块如期上线，逐步进入试点区域推广使用，目前已在江苏、山东等8个省份的试点区域实现顺利启动。



要继续前行，唯有创新

上汽保险的诞生是上汽集团战略转型的创新关键之举，为上汽集团构建以客户为中心的汽车生活生态圈，由“拥车”服务向“用车和车生活”服务转变。

作为一家保险销售公司，如何利用产业资源优势、利用好互联网和数字化的手段，构建创新的运营模式，以轻资产的运营，为客户创造更大价值，实现多方共赢，是需要持续思考的问题。除了以客户为中心重构服务体系外，保险销售公司还要有洞察趋势的能力和眼界，关注品牌保险、互联共通、车联网、UBI（基于驾驶行为的保险形式）等热点，并思考汽车及保险行业的智能互联、数字浪潮能为用户带来什么。



成为真正的百年老店

今后五年，国内车市将会进入微增长阶段，整个汽车渠道模式将发生深刻的变化。

转变是渠道盈利潜力的机会所在，而金融保险是渠道市场转变及盈利结构调整的核心要素。

中国汽车金融保险市场要实现发展，就必须让价值链后移，由产品导向转向消费导向，做好新保与续保、延长保险、储值会员、汽车贷款、二手车、租赁，以及个性改装这7项工作。以保险管理运用能力提升带动保险效益提升，依靠过硬的产品和服务创新来锁定价值链利润，做好用户用车生命周期管理，上汽保险将实现从销售商到服务商的转变，成为一家真正意义上的百年老店。



保险不应只注重价格

国内车险行业在互联网领域的发展存在一些问题。一是定制化程度不高，一些车险产品不能按照客户用车习惯去定制；二是理赔难，理赔效率总体而言较低；三是价格不透明。如果能利用好互联网这个平台，就能很好地解决上述问题。

互联网车险必须以解决用户痛点为核心，运用可持续发展的模式。这个模式应围绕客户需求，依托互联网平台，利用互联网大数据挖掘技术来为客户提供更好服务。作为车企更要利用好车联网技术来把握用车人的习性，并在此基础上建立一个包容、共享、互利、开放的互联网共赢生态圈，通过“探索+尝试”使保险变得更有价值，而不仅仅是价格。



为主机厂提供增值服务

专为主机厂提供保险产品方案的安联，可根据全球合作伙伴的要求提供特殊产品，包括智能服务产品，以及行业内的金融解决方案，并围绕客户进行保险产品的服务和推广。

安联目前在与法国资致合作开展一个“只需加油”的项目。该项目在英国开展，资致私家车车主会获得一个三年无忧的组合产品。在三年内，用户只需提供加油费用，其他所有项目都被涵盖在每月还的车贷中。这一项目将有望在国内实施。最近，中国银监会宣布了一项新政，国内车企也可从事非汽车贷款业务。这就是说，用户办理车贷时，可将增值产品与保险一起纳入贷款中，这样也能帮助主机厂给用户带来更好的用车体验。

记者手记

第6个发言的普华永道思略特全球合伙人彭波说，此次保险金融论坛是他参加过的最具含金量的论坛。浦江之畔，众多汽车、金融及咨询行业巨头聚集于此，共话互联网时代汽车保险金融，其本身就是一件幸福的事情。这一天，是上汽保险成立一周年的日子，也正值交通大学120岁生日。

上汽保险虽是一家年轻企业，但在成立之初就已立下誓言，希望能像交大一样，成为一家百年老店。

百年老店靠什么？靠特色。特色靠什么？靠创新。要成为一家比保险公司更懂主机厂，比主机厂更懂保险的企业，上汽保险要做的事情还有很多。首当其冲的就是聚势，就是搭建一个有价值的平台。这个论坛，让我们对此有了信心。



车险企业的提升空间

全球车联网发展迅速，但各地区发展现状不一。车联网的发展能对车险带来三大类的潜在影响：风险辨识能力、管控赔付成本和用户黏性加强。相对于其他国家而言，中国还有很大的提升空间。

今后，国内的车险企业可通过差异化的定价、更好的风险辨识等提高定价能力，或是通过车联网与用户的持续互动来提高用户黏性，从而给予客户准确的赔付。

国内车联网所面对的环境还有很多未知的地方，这就需要大家不断探索，以寻求适合中国本土的商业模式。随着市场完全落地以及市场的不断深入，监管大门定将为车联网保险业务大开。

UBI车险装置的重要性

据调查，在美国市场上，超过50%的人都想尝试UBI装置；70%以上用户在购买车险时最关注价格；80%以上用户认为装了UBI车险装置后，汽车保险的定价会更加公平。

在UBI装置的运用上，汽车主机厂的优势很大，除能拥有驾驶数据之外，还拥有很多维修保养记录数据。如果这些维修保养数据能与UBI数据相结合，就可以用来预测车辆的维修保养时间，或根据驾驶员驾驶习惯来预测未来的使用情况。

对于客车、货车等非私家车的大型商用车来说，使用UBI装置还可全方位管控驾驶员的驾驶路径和时间，进而极大地降低车辆的耗油率，节省用车成本。

直达用户的服务平台

人寿财险为用户打造了一个创新的保险服务平台。该平台是一个重新定位产品、精准对接用户、解决用户信息不对称、实现资源互通的互联网保险平台。

该平台支持保险、汽车、金融、二手车服务等各种消费，为商家提供全方位的保险服务。

该服务平台的内容不只是保险本身。平台在社会责任方面开展了“智者行远支教”活动，在文化方面开展了“清华大学伴我成长”等项目，并立足于专业化的保险服务，打造跨界创新的平台体系，创造性满足公司多元化需求，扩展跨界交流服务和跨界经营，进而打造保险产业生态圈。

车险市场的五个博弈

未来将有五个力量染指重塑中国车险市场，它们分别是细分市场、智能汽车的互联网化、数字化浪潮、政策革新，以及竞争格局的变化。

细分市场的变化来自于新能源汽车、二手车、大型车队的车险增长。

未来智能汽车的创新定会在汽车行业产生颠覆性的作用。

数字化浪潮下，如何通过互联网提升整个汽车行业的运营内容，是整个汽车后市场需要持续关注的。

在市场变动下，销售服务渠道创新后的反垄断政策定会冲击和重塑整合传统保险行业，正规零部件在市场开放后也将会对车险行业产生影响。

保险行业竞争格局也会发生变化，更多新兴企业将加入到竞争中。