

行業概覽

本節及本文件其他章節所載資料及統計數據摘錄自我們委託灼識諮詢編製的報告，以及各種政府官方刊物及其他可公開可得刊物。我們委託灼識諮詢就[編纂]編製獨立行業報告，即灼識諮詢報告。我們或參與[編纂]的任何其他人士，或我們或彼等各自的任何董事、高級管理層、代表、顧問或參與[編纂]的任何其他人士均並無獨立核實來自官方政府來源的資料，亦無就其準確性發表任何聲明。

中國保險數字化行業概覽

中國保險業概覽

保險為一種保單，由保險人賠償他人因特定意外或危險而遭受的損失。保險產品通常分為兩類：人身和健康與意外險（人身險）和財產險。人身險可進一步分為人壽保險（年金及其他人壽保險）、健康保險（重大疾病保險、醫療保險及其他健康保險）及意外傷害保險。財產險包括財產損毀保險、責任保險及信用保險。

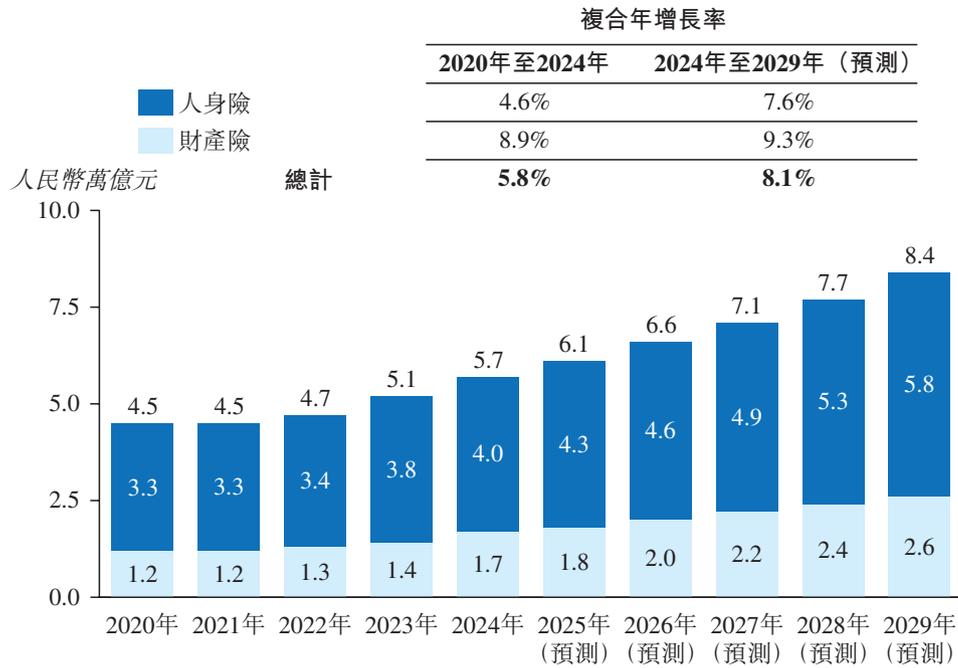
由於中國保險市場的滲透率與更成熟的經濟體相比仍然相對較低，有很大的擴張空間，因此經歷了並預計將保持穩定增長。中國新興中產階級收入的增加和財富的積累，推動了對人壽、健康和養老金產品的強勁需求。同時，人口老齡化帶來了對長期護理和年金解決方案的迫切需求。政府的支持政策，如放寬監管、鼓勵外資參與、推動更廣泛的社會保障等，均為保險業的發展開闢了新的渠道。此外，數字技術和保險科技創新的迅速普及正在降低成本、改善客戶體驗，並將業務範圍擴展到服務不足的城市和農村地區。

中國保險業已顯示及將維持穩定增長趨勢。2020年至2024年，中國保險市場總保費由人民幣4.5萬億元增長至人民幣5.7萬億元，複合年增長率為5.8%。隨著互聯網的發展，保險產品的銷售渠道不斷拓闊、產品覆蓋更為全面及人們保險意識增強，預計到2029年，中國保險市場規模將增長至人民幣8.4萬億元，2024年至2029年的複合年增長率為8.1%，其中互聯網保險佔中國保險市場總額的12.6%。

行業概覽

於2022年，中國銀行保險監督管理委員會（中國銀保監會，現稱為國家金融監督管理總局）發佈《關於銀行業保險業數字化轉型的指導意見》，旨在利用先進技術、數據管理工具及數字化運營實踐，加快保險業數字化步伐。此後，互聯網保險繼續保持高速增長，預計到2029年，互聯網保險總保費將達到人民幣10,544億元，2024年至2029年的複合年增長率為13.4%。

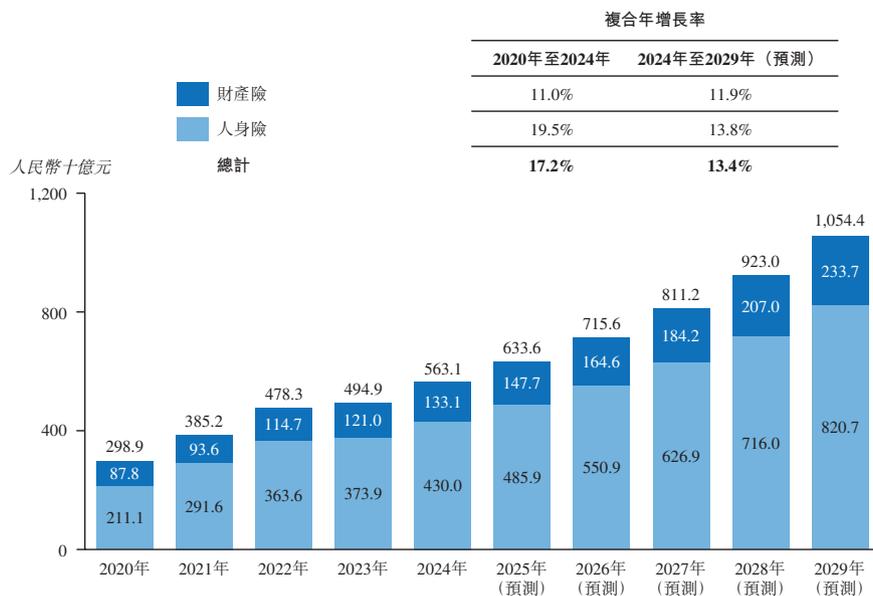
中國保險市場的市場規模，以保費收入計， 按產品類型區分，2020年至2029年（預測）



資料來源：國家金融監督管理總局、灼識諮詢

行業概覽

中國互聯網保險市場的市場規模，以保費收入計， 按產品類型區分，2020年至2029年（預測）



資料來源：國家金融監督管理總局、灼識諮詢

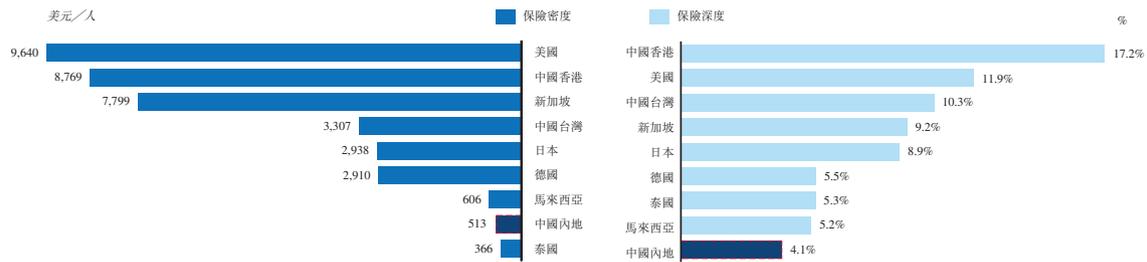
中國與其他國家的保險密度及保險深度對比

儘管中國保險市場保持增長，但客戶保險意識有限、保險市場起步晚及商業保險尚不成熟等情況仍然存在。因此，2023年中國保險深度（即總保費佔GDP的百分比）僅為4.1%。保險密度（即人均保費）僅為513美元，明顯低於美國、新加坡等發達國家。

隨著人均可支配收入的增加和居民保險意識的提高，中國保險滲透率有望持續增長。預計到2028年，中國保險滲透率將達到約5.0%。

行業概覽

2023年世界主要和相若國家及地區⁽¹⁾保險密度和深度比較



資料來源：瑞士再保險、CEIC、灼識諮詢

附註：

- (1) 為進行比較，選取了世界主要經濟體（美國、德國、日本）以及亞洲相對發達的相若國家與地區（中國香港、新加坡、中國台灣、馬來西亞、泰國）。

中國保險數字化的定義

保險數字化是指利用互聯網技術和平台進行保險業務，可分為三個階段：數字基礎設施的建立階段、互聯網應用階段及智能發展階段。在智能發展階段，保險業參與者可以應用大數據和人工智能技術，重塑保險銷售、風險評估、定價和理賠全流程。彼等推出個性化保險產品和智能理賠服務等創新的業務模式，提升保險服務效率和服務能力。

中國保險業價值鏈分析

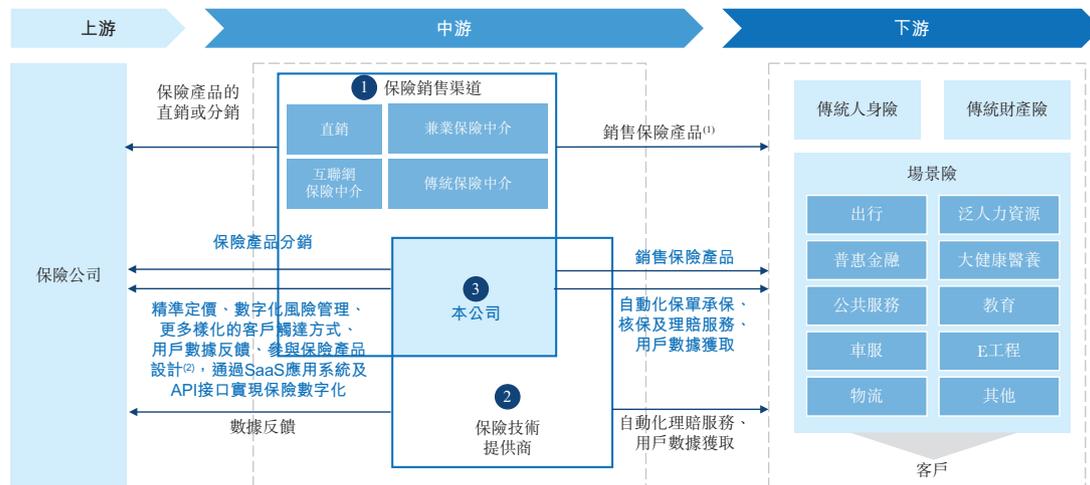
保險業的價值鏈由保險公司、銷售渠道和技術提供商以及企業及個人客戶組成。傳統的保險銷售渠道可分為三類：1)保險公司自營的渠道，包括直銷和個人保險代理人；2)保險中介；及3)兼業代理（包括銀行和其他渠道與持牌保險經紀機構和代理人合作分銷保險產品）。此外，保險公司亦需要保險技術服務供應商的大數據及其他技術能力，提供承保、理賠及數據獲取等服務。該等保險技術服務供應商可能不具備銷售保險產品的資質或能力。

行業概覽

相較於以銷售保單為中心的保險中介、保險公司直銷渠道及兼業保險中介，以及主要為保險公司提供技術服務的技術提供商，科技賦能的互聯網保險中介不僅兼備上述兩種功能，而且參與保險產品的設計、開發、定價等流程，提供數據和其他技術服務，從而取得更高價值。

科技賦能的互聯網保險中介通過收集下游各類場景客戶的行為數據，建立數據模型，協助上游保險公司進行精準定價與保單管理等，連接保險客戶與保險公司。彼等亦會搭建承保、線上核保及理賠平台，通過SaaS應用系統及API接口協助實現保險數字化。此外，該等提供商根據大數據模型，利用高數據安全技術（包括網站應用防火牆及敏感數據屏蔽），積極識別潛在的風險情況以應對新出現的場景風險。

中國保險業價值鏈分析



資料來源：灼識諮詢

附註：

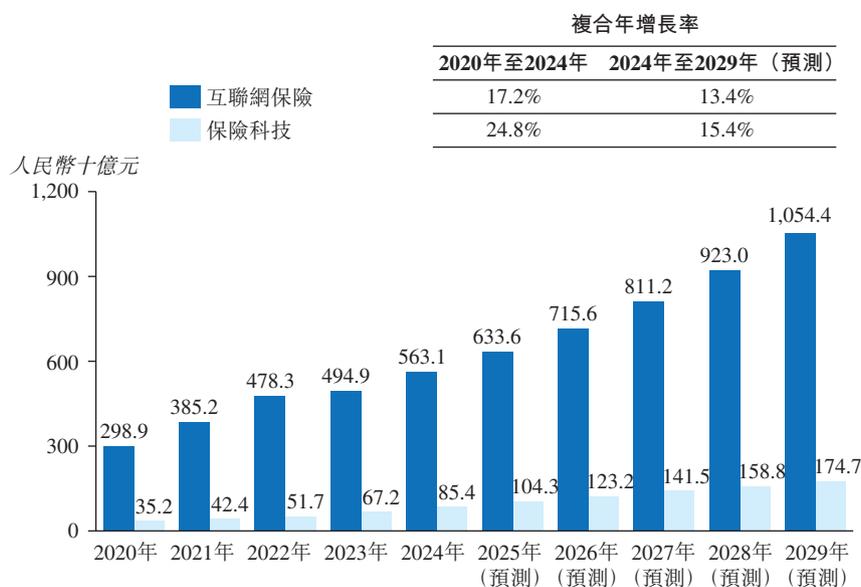
- (1) 傳統的保險銷售渠道以銷售傳統壽險和財產險為主。
- (2) 包括保障範圍、不保事項及合理保險金額的設計。

行業概覽

中國保險數字化市場規模

保險數字化市場包括互聯網保險及保險科技服務。互聯網保險指保險產品的線上銷售和經紀服務，市場規模以通過互聯網平台產生的保費收入計量。保險科技是指風險評估、定價及理賠等流程中的技術創新，保險公司或保險中介的科技支出。2020年至2024年，中國互聯網保險市場的市場規模從人民幣2,989億元增長到人民幣5,631億元，複合年增長率為17.2%。同時，從2020年至2024年，保險科技市場規模從人民幣352億元增長到人民幣854億元，複合年增長率為24.8%。到2029年，中國互聯網保險和保險科技的市場規模將分別達到人民幣10,544億元和人民幣1,747億元。

中國保險數字化市場規模，以保費收入／保險科技支出計，2020年至2029年（預測）



資料來源：國家金融監督管理總局、年報、專家訪談、灼識諮詢

中國保險數字化市場的市場驅動因素及趨勢

- 互聯網經濟演進：**2020年至2024年，中國互聯網普及率由70.4%提升至78.6%，孕育出互聯網經濟，催生了新的服務場景。保險公司可根據用戶數據進行精準分析，推出定制化產品，滿足消費者需求。此外，通過累積的數據資產提供風險評估及相關服務，填補市場空白，滿足各類服務供應商及相關最終被保險人的多樣化需求。

行業概覽

- **應用前沿技術：**人工智能、大數據、雲計算及物聯網(IoT)推動保險轉型。保險公司可與保險數字化服務供應商合作，建立雲平台、智能理賠系統及人工智能客服等系統，提升各保險流程的自動化率，進而降低成本並提升客戶體驗。例如，人工智能賦能的智能理賠服務使完成理賠報告所需的時間縮短至僅2分鐘，與傳統方式相比，效率提升超過50%。基於大語言模型的AI智能體，作為該等數字化工作的一部分，可提供全天候客戶服務與互動，解決傳統人力呼叫中心座席的若干痛點。此外，保險數字化服務供應商能夠利用大數據協助保險公司針對不同最終被保險人群設計量身打造的保險產品，滿足各類人群的需求。
- **COVID-19後推動業務線上化：**疫情期間，線下服務渠道受限，促使保險公司加快與數字化保險服務供應商合作或進行內部數字化轉型。同時，最終被保險人的健康風險意識提升，使得健康、意外和重大疾病等相關的保險需求大幅增加，同時在某些特定領域有著更精細化的需求。保險數字化通過提供更符合最終被保險人需求的產品，以及提供遠程健康管理、線上諮詢和數字化理賠等服務，使線上業務得以穩定成長。
- **完善的監管架構及機構：**2021年的《數據安全法》及《個人信息保護法》使數據安全和隱私保護成為各行業數字化發展的核心要求。保險業在數字化轉型過程中強化合規制度，採用更嚴格的數據保護技術與流程，包括數據加密、訪問控制以及分佈式儲存技術，確保用戶隱私得到保護。國家金融監督管理總局等機構加強了對保險業的風險管理要求，特別是在金融風險防範、資本充足率管理以及公司治理等方面。具備相應資質和能力的保險數字化服務供應商能夠滿足保險公司這一需求，並將相關服務延伸至服務供應商及有風險管理需求的企業(面向最終被保險人)等行業。

行業概覽

中國科技賦能的場景互聯網保險中介服務概覽

場景險的定義與分類

場景險是指基於特定使用場景或活動的產品，針對特定環境、活動或事件中所面臨的潛在風險，為用戶提供短期或定制保障。該類保險產品靈活性高，覆蓋的期限短但範圍廣，能夠滲透至各類碎片化的生活場景中，滿足特定場景下的保障需要。場景險可分為財產險（保證險、工程險及貨運險）及人身險（健康險及意外險）。

與傳統保險依賴整個行業數據和年度統計維度不同，場景險採用碎片化的投保方式，為每份保單提供較短的責任期。此舉可有效降低長尾場景風險，並在一定程度上能對該等風險進行更精確的定價。由於場景險採用碎片化的投保方法，保險公司能夠根據市場變化和客戶需要快速調整產品。相較於傳統保險，該方法更能有效管理風險，減少試錯成本，並提高經營效率。使得保險公司進行更詳細的風險評估與定價，相較於傳統以整個行業數據為基礎的定價方法，數字化風險管理更為精準。

中國客戶及保險公司的場景險痛點分析

- **複雜且碎片化的需求**：個人在生活、工作及娛樂中均有特定的風險需要，該等場景的提供商（B端企業）能夠提供相關場景險產品與服務。舉例而言，在出行時，用戶希望涵蓋航班延誤、行李遺失等風險，但在使用共享單車時，可能僅需要意外傷害險。傳統的保險產品並不涵蓋該等場景，因此需要可以快速啟用或停用的特定保險產品，使用戶能以經濟實惠的價格獲得保障。
- **高數據體量與購買需求**：相較於傳統的個人保險及財產險，場景險的保障期較短，價格通常較低，且購買頻率較高，導致數據體量快速增加。傳統的理賠處理和風險評估方法難以應付大量且複雜的短期保單。舉例而言，用戶每次在線上購買電子商務退貨運費險或短期旅遊保險時，均會產生新的交易數據。

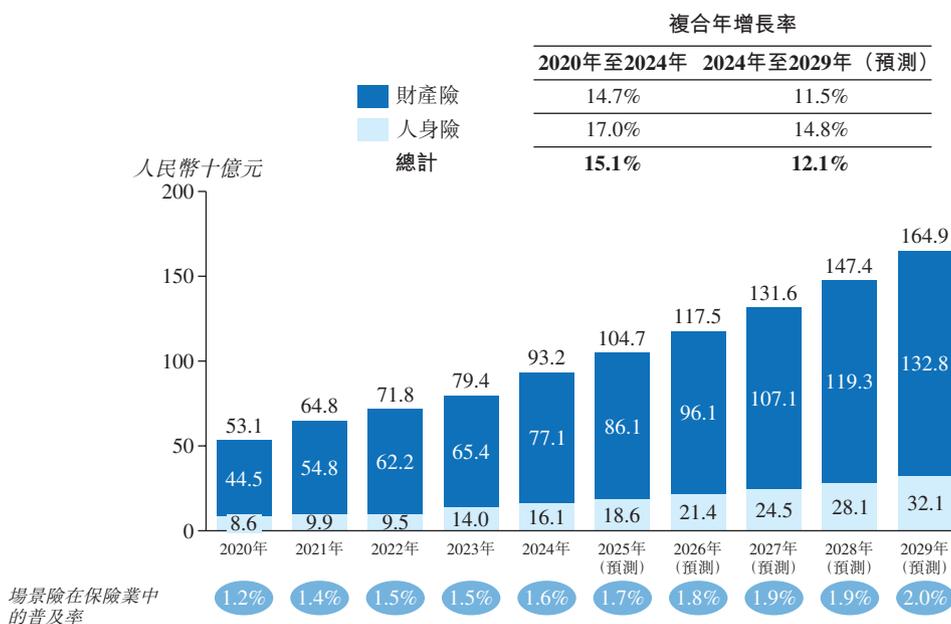
行業概覽

- 條款複雜及客戶信任的需求：**保險產品的條款通常複雜，客戶在購買時一般未能完全了解保障細節，因而在決策上需要耗費大量時間，購買體驗亟需提升。此外，場景險涉及大量個人敏感數據，如出行、消費及健康信息，必須嚴格管理。舉例而言，用戶在購買疫苗保險時，需要提供健康狀況及疫苗接種記錄等敏感信息，而用戶不希望該等信息被誤用或洩露。因此，保險公司必須在產品設計與數據管理上實施多重數據保護措施，如加密技術、訪問控制及數據屏蔽，以確保信息安全。

中國場景險的市場規模

2020年至2024年，中國場景險市場規模從人民幣531億元增長至人民幣932億元，複合年增長率為15.1%。以貨運險和機動車輛保險為代表的財產險是場景險的主要組成部分。2024年，該分項達到人民幣771億元，佔總額的82.7%。隨著保險在衣、食、住、行方面的普及，預計到2029年，中國的場景險市場規模將達到人民幣1,649億元，2024年至2029年的複合年增長率為12.1%。

中國場景險市場規模，以保費收入計，
按保險類別區分，2020年至2029年（預測）

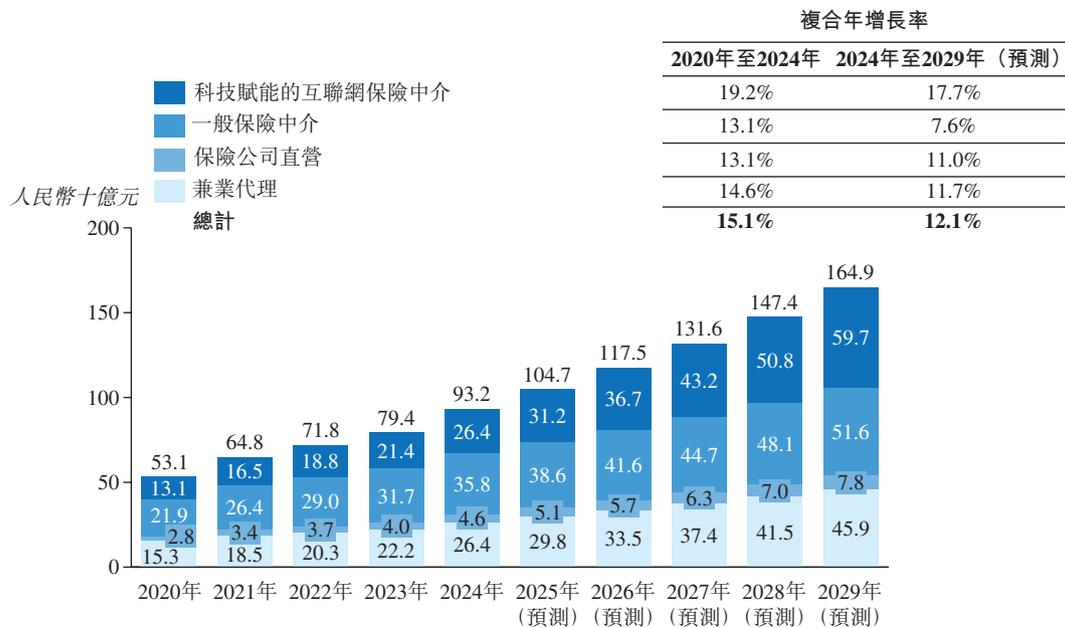


資料來源：國家統計局、人力資源和社會保障部、交通運輸部、CPCA、灼識諮詢

行業概覽

保險中介（包括一般保險中介及科技賦能的互聯網保險中介）是場景險的主要分銷渠道，2024年市場佔比為67%。2020年至2024年，透過科技賦能的互聯網保險中介銷售的場景險的市場規模從人民幣131億元增長至人民幣264億元，複合年增長率為19.2%。透過一般保險中介銷售的場景險的市場規模從人民幣219億元增長至人民幣358億元，複合年增長率為13.1%。除場景險的銷售外，科技賦能的互聯網保險中介亦能提供相關的技術服務，如自動理賠服務、精準營銷等，從而進一步加強與下游渠道夥伴和客戶的聯繫和黏性。到2029年，透過科技賦能的互聯網保險中介銷售的場景險的市場規模有望達到人民幣597億元。

中國場景險市場的市場規模，以保費收入計，
按銷售渠道區分，2020年至2029年（預測）



資料來源：國家金融監督管理總局、專家訪談、灼識諮詢

行業概覽

中國科技賦能的場景互聯網保險中介服務市場的市場驅動因素

- **風險管理需求增加**：投保人希望其個性化需要與相應的保險產品相匹配，尤其是針對細分垂直場景下的場景險。舉例而言，共享單車用戶希望獲得騎行保險以保障行程安全，而航空乘客則希望為其航班的安全與準時購買保障。投保人希望獲得專業的指導與服務，例如戶外冒險愛好者期望保險能在第一時間提供專業救援服務。這種需求驅使科技賦能的互聯網保險中介朝向場景險的方向發展，透過數字化技術為投保人提供便捷的個性化保險。
- **支持優惠政策**：隨著電子商務及相關數字經濟的崛起，人們在碎片化場景下必然需要各種保險產品。相關政策相繼出台亦將促進場景險發展，覆蓋普惠金融、出行生態等。根據《國務院關於推進普惠金融高質量發展的實施意見（國發[2023]15號）》，中國優先向微型企業、農村人口和新城市居民拓展普惠金融服務。該政策明確鼓勵開發針對特定場景的小額保險產品，如農村小額人身保險或短期醫療保險。此外，《金融監管總局關於加強和改進互聯網財產保險業務監管有關事項的通知（金規[2024]9號）》第3條規定，保險人經營互聯網財產保險業務，應秉承服務實體經濟及大眾的基本原則，支持財產保險人利用特定互聯網場景，創造去中心化、無障礙及普惠產品，從而提高服務的便捷性及可得性。
- **技術整合**：傳統保險提供商在產品設計上較為保守，專注於開發週期較長的長期及標準保險產品。彼等亦高度依賴線下代理人及其渠道進行銷售，致使難以接觸用戶在特定垂直場景下的需求。科技賦能的互聯網保險中介針對不同場景推出場景險方案，並與各類消費平台和支付系統合作，將場景險產品嵌入用戶的消費和使用流程中。此舉解決了傳統保險公司的兩大痛點：缺乏靈活性及難以接觸用戶，填補市場空白。
- **經營效率**：隨著大數據、人工智能和區塊鏈的成熟，科技賦能的互聯網保險中介可以處理和分析大量數據，從衣、食、住、行、醫等場景中提取用戶信息，建立

行業概覽

動態模型，實現精細化風險評估、產品推薦和個性化定制服務。舉例而言，動態定價模型可協助科技賦能的互聯網保險中介根據不同天氣狀況調整特定場景險的保費，更準確地了解客戶需要和風險狀況。此外，區塊鏈技術可提高數據和保險條款的透明度，增強用戶的信任。

中國科技賦能的場景互聯網保險中介服務市場的市場趨勢

- **獲客與轉化：**保險產品（尤其是場景險）渠道大大增加，個人在不同的生活和消費場景中會遇到各式各樣的保險產品。通過將保險嵌入購物、出行及旅遊等細分場景中，場景險的提供商應運而生，擴大了獲客與轉化的機會。相較於傳統的線下獲客方法，互聯網平台降低了保險公司約30%的獲客成本。另外，互聯網平台通過便捷的場景嵌入，將保險與用戶的生活更加緊密地結合，從而促進場景險產品和服務的有機運用。
- **融合線上數據與線下洞察：**通過利用線上數據分析與線下客戶洞察，科技賦能的保險中介可以了解用戶的潛在需求，因而優化客戶體驗。用戶點擊行為與瀏覽記錄等線上數據可以分析用戶的風險偏好和保險需要，實現精準營銷。同時，生活及娛樂場景的線下洞察幫助服務供應商探索設計在特定場景下適用的新型場景險產品的可能性，建立服務信任，並為客戶提供個性化支持。該全渠道的服務模式增強了客戶信任感與忠誠度，推動了場景險的數字化發展。
- **拓寬風險治理邊界：**隨著數字政府、公共安全和社會治理的數字化需求日益增加，基於保險科技的場景險的數字化風險管理服務將逐步拓寬。場景險的科技賦能的保險中介將積累的數據要素與數字化技術相整合，通過數據分析及公私合作將保險科技與服務模式嵌入到更廣泛的社會治理和公共安全場景中，推動政府治理的數字化轉型。舉例而言，在智慧城市中，數據分析能夠評估區域風險或提供風險預警和保障服務，幫助政府進行風險防範和災害管理。

行業概覽

中國科技賦能的場景互聯網保險中介服務市場的進入壁壘

- **許可壁壘**：保險業的審批程序和資本充足率要求十分嚴格，這為其帶來了巨大的許可壁壘。新進入者必須履行多方面的監管合規義務，包括最低資本門檻、專業資格標準和運營管理框架。這種曠日持久的許可程序需要投入大量時間和資源，同時提高了金融准入門檻。此外，由於監管配額和現有競爭，許可證的稀缺性加劇了市場進入的挑戰。
- **渠道資源障礙**：老牌保險公司通過長期發展的網絡（包括實體代理機構和數字化平台）獲得了牢固的分銷優勢。該等成熟的生態使現有保險公司能夠實現卓越的市場滲透，同時通過品牌資產和信任資本培育客戶留存，尤其是場景險的科技賦能互聯網保險中介服務。新興競爭者在複製此類基礎設施時面臨雙重挑戰，包括平行渠道開發所需的高額前期投資，以及鑒於保險產品對信任敏感的特性，在客戶獲取方面存在的困難。
- **人才和技術壁壘**：保險業的技術創新和業務發展高度依賴專業人才，尤其是既精通保險業務又掌握技術的人才。新進入者在吸引和培養該等人才方面面臨巨大挑戰，需要大量投資。此外，保險業的技術投入和創新也需要長期積累。科技賦能的互聯網保險中介先行者經過多年研發，已經開發出先進的風險評估模型和客戶管理系統。新進入者需要在短時間內達到類似的技術水準，面臨較高的技術門檻。同時，數據安全和合規要求也增加了新進入者的運營成本和管理難度。

中國互聯網保險中介服務市場競爭格局

中國互聯網保險中介競爭分析

中國互聯網保險業參與者分為兩類：一般互聯網保險中介以及科技賦能的互聯網保險中介。科技賦能的互聯網保險中介的優勢在於實現從產品設計到銷售、運營、服務全鏈條數字化，支持數字化轉型，而非單一的技术或渠道支持。

行業概覽

2024年中國互聯網保險中介競爭格局

業者	特點	市場份額*
一般互聯網保險中介 . . .	• 擁有保險代理、經紀牌照的平台公司，為保險公司提供銷售渠道。	~70%
科技賦能的互聯網保險中介	• 提供附屬保險服務的技術方法，提供數據分析和雲計算等技術支持以提升保險公司風險控制能力，促進保險產品創新和精準營銷，以及優化保單分銷渠道。	~30%

資料來源：年報、灼識諮詢

附註：

(1) 市場份額指2024年此類業者總收入佔當年市場總收入的比重。

中國互聯網保險中介排名

本公司為前十五大中國互聯網保險中介中少數科技賦能互聯網保險中介之一。2024年，以收入計，本公司在中國互聯網保險市場排名第十一，市場份額約為0.5%。

2024年中國前十五大互聯網保險中介，以總保費計

排名	公司名稱	分類	總保費 ⁽¹⁾ (人民幣十億元)	市場份額 (%)
1	公司A	一般互聯網保險中介	79.5	12.3%
2	公司C	一般互聯網保險中介	33.4	5.2%
3	公司E	一般互聯網保險中介	31.1	4.8%
4	公司H	科技賦能的互聯網保險中介	30.8	4.7%
5	公司D	科技賦能的互聯網保險中介	24.3	3.7%
6	公司G	一般互聯網保險中介	11.5	1.8%
7	公司F	一般互聯網保險中介	11.3	1.7%
8	公司I	一般互聯網保險中介	8.2	1.3%

行業概覽

排名	公司名稱	分類	總保費 ⁽¹⁾ (人民幣十億元)	市場份額 (%)
9	公司K	一般互聯網保險中介	7.3	1.1%
10	公司J	一般互聯網保險中介	6.7	1.0%
11	本公司	科技賦能的互聯網保險中介	3.2	0.5%
12	公司R	一般互聯網保險中介	3.1	0.5%
13	公司L	科技賦能的互聯網保險中介	2.3	0.4%
14	公司Q	科技賦能的互聯網保險中介	1.7	0.3%
15	公司O	科技賦能的互聯網保險中介	1.4	0.2%
	前十五大總計		255.8	39.4%
	其他總計		392.6	60.6%
	市場總計		648.4	100.0%

資料來源：年報、專家訪談、灼識諮詢

附註：

- (1) 公司A，成立於2016年，位於杭州，是一家互聯網金融服務公司的附屬公司，致力於為客戶提供互聯網保險，包括車險、健康險、旅遊險、壽險等。目前已服務超過6億人次，合作保險機構超過90家。
- (2) 公司C，成立於2017年，位於廣州，為2017年在香港聯交所上市的一家保險公司的附屬公司，通過互聯網技術創新為客戶提供保險服務。其與超過25家保險公司合作，產品涵蓋人壽保險、旅遊保險、健康保險等。
- (3) 公司D，成立於2014年，位於北京，於2023年在納斯達克上市，是一家聚焦於數字保險交易的科技公司，通過利用移動技術、大數據和雲計算，並結合交易服務網絡，創建了一個服務平台。其擁有400多名員工，與110多家持牌中介合作。
- (4) 公司E，成立於2017年，位於深圳，是一家互聯網技術公司的保險附屬公司，利用其控股公司的分銷和數據能力，針對其社交媒體平台的用戶創建和設計創新且經濟實惠的保險產品。其已服務超過30百萬用戶，累計處理理賠案件超過17百萬件。
- (5) 公司F，成立於2018年，位於北京，於2021年在紐約證券交易所上市，致力於通過醫療眾籌、保險市場和醫療保健交付提供保險和醫療保健服務。其已服務超過100百萬名客戶，與超過100家保險公司合作。
- (6) 公司G，成立於2015年，位於上海，是中國一家保險代理人的著名數字化代理平台，致力於結合技術和服務解決方案賦能保險代理人。其已與100多家保險公司合作。

行業概覽

- (7) 公司H，成立於2019年，位於北京，利用人工智能算法和數據分析，捕捉客戶潛在健康保險需要，同時指導保險公司設計高度定制產品，精準滿足消費者需求。其產品涵蓋人壽險、健康險、財產險、寵物險等，與20多家保險公司合作。
- (8) 公司I，成立於2015年，位於深圳，主要提供互聯網保險產品以及理賠協助和售後服務。截至2024年，其已與110多家保險公司合作，服務客戶超過2百萬名。
- (9) 公司J，成立於2006年，位於深圳，於2020年在納斯達克上市，為中國新一代客戶提供一系列保險產品，主打長期人壽保險產品。其已服務10百萬名客戶，與120多家保險公司合作。
- (10) 公司K，成立於2004年，位於天津，主要業務是為客戶提供保險諮詢、風險評估、保險方案設計、保險產品銷售和理賠協助等服務。其已與60多家保險公司合作，推出了1,000多款保險產品。
- (11) 公司L，成立於2015年，位於北京，主要經營針對特定場景的定制保險服務，包括僱主、體育、健康和創新定制保險等核心業務板塊。其已服務超過1萬家企業，覆蓋超過150百萬名客戶。
- (12) 公司O成立於2015年，位於上海，於2024年在納斯達克上市，提供保險經紀服務及MGU(管理型總代理)服務。目前已推出超過40種保險數字化解決方案，服務超過2,000萬名客戶。
- (13) 公司Q成立於2014年，位於北京，致力於通過技術創新為企業提供員工福利保險及健康管理解決方案。目前已為1萬家企業提供服務，覆蓋200多萬員工及家庭。
- (14) 公司R成立於2016年，位於北京，是一家保險公司的附屬公司，與40家保險公司合作，為客戶提供約300種不同的保險產品。成立至今已服務近16萬人。

行業概覽

中國場景互聯網保險中介排名

本公司專注於場景險，為場景險市場保費五大參與者之一，市場份額為3.4%。

在場景險市場中，根據技術服務參與度，參與者可分為兩類，即普通及技術賦能互聯網保險中介。此外，考慮到場景險的複雜性及其對各場景渠道資源的依賴性，參與者可分為專有及第三方場景互聯網保險中介。一般而言，技術賦能互聯網保險中介更專注於將各種下游客戶與上游保險公司連接起來。相比之下，普通互聯網保險中介擁有其自有資源，如流量平台及保險公司聯盟。

2024年中國前五大場景互聯網保險中介，以總保費計

排名	公司名稱	分類	總保費 (人民幣十億元)	市場份額 (%)
1	公司A	一般互聯網保險中介	26.2	28.1%
2	公司C	一般互聯網保險中介	14.7	15.8%
3	公司E	一般互聯網保險中介	6.2	6.7%
4	公司K	一般互聯網保險中介	4.7	5.0%
5	本公司	科技賦能的互聯網保險中介	3.2	3.4%
	前五大總計		55.0	59.0%
	其他總計		38.2	41.0%
	市場總計		93.2	100.0%

資料來源：年報、專家訪談、灼識諮詢

附註：

(1) 表格中公司的總保費指場景險保費。

中國第三方場景互聯網保險中介排名

本公司是中國領先的第三方場景互聯網保險中介。2024年，以場景險總保費計，本公司在第三方場景互聯網保險中介中排名第一，市場份額約為3.4%。

行業概覽

2024年前五大第三方場景互聯網保險中介，以總保費計

排名	公司名稱	分類	總保費 人民幣十億元	市場份額 %
1	本公司	科技賦能的互聯網保險中介	3.2	3.4%
2	公司L	科技賦能的互聯網保險中介	2.3	2.5%
3	公司O	科技賦能的互聯網保險中介	1.3	1.4%
4	公司Q	科技賦能的互聯網保險中介	1.1	1.2%
5	公司J	一般互聯網保險中介	0.8	0.9%
	前五大總計		8.7	9.3%
	其他總計		84.5	90.7%
	市場總計		93.2	100.0%

資料來源：年報、灼識諮詢

附註：

- (1) 市場總計包括場景險的總保費，排名僅包括第三方場景互聯網保險中介。

中國科技賦能場景互聯網保險中介的關鍵成功因素

- **場景定制化**：領先的市場業者必須提供高度定制化、場景化的保險中介服務，以應對不同行業與場景的特定風險特徵。需要更精準識別各種場景下的具體保險需要，從而提供個性化和動態優化的保險產品和服務。
- **端到端數字化整合**：全流程覆蓋意味著領先的科技賦能的互聯網保險中介能夠提供端到端數字化解決方案，提高效率，改善客戶體驗，並分析數據以優化決策。利用大數據、人工智能、區塊鏈和雲計算，推動保險產品在範圍和形式方面的創新，提高保險定價的精準度，降低交易成本，並提升相關服務的效率。市場業者亦須在數據科學、保險技術和產品開發方面建立強大的技術團隊。

行業概覽

- **數據分析能力：**領先的科技賦能的互聯網保險中介能夠從多種場景中收集並整合大量數據，建立強大的數據收集系統，並整合用戶數據，以支持客戶洞察力的識別與分析。而這個過程為風險評估和決策提供了重要的支持。利用數據分析的結果，他們可以促進場景險產品的開發，加強不同場景下的風險管理，改善企業和最終被保險人的客戶服務，從而在市場上獲得競爭優勢。
- **生態系統參與者關係：**領先的市場業者必須建立並維持客戶的信任，通過與場景提供商、保險公司、保險代理人、政府及其他各方的合作，開發場景險產品。此外，他們應提供風險評估與管理諮詢服務，並通過提供優質服務和解決方案滿足最終被保險人的長期需求。

資料來源及可靠性

我們委託灼識諮詢對中國科技賦能的互聯網保險中介行業進行分析及報告。灼識諮詢是於香港成立的市場研究及諮詢公司，從事提供各行各業的專業諮詢服務。我們已同意就編製灼識諮詢報告向灼識諮詢支付費用人民幣0.8百萬元。我們於本節及「概要」、「風險因素」、「業務」、「財務資料」各節及本文件其他部分摘錄灼識諮詢報告若干資料，以便有意投資者更全面了解我們經營所在的行業。除非另有說明，否則本節所載所有數據及預測均來自灼識諮詢報告。

灼識諮詢收集的資料及數據已利用灼識諮詢的內部分析模型及技術進行分析、評估及驗證。一手研究透過與主要行業專家及領先行業參與者的訪談進行。二手研究涉及分析來自中國國家統計局及各行業協會等各種公開可得數據來源的數據。

灼識諮詢報告中的市場預測基於以下關鍵假設作出：(1)於預測期內，中國的整體社會、經濟及政治環境有望保持穩定；(2)於預測期內，有關關鍵行業驅動因素可能繼續驅動中國科技賦能的互聯網保險中介行業增長，例如技術進步及支持政策等；及(3)於預測期內，不會有極端不可抗力或不可預見的行業法規，從而可能對市場產生急劇或根本性影響。