

介绍

多年来，人寿保险业一直保持不变-保费也是如此。但是，在当今的低利率环境中，客户发现传统的“为未来储蓄”政策没有吸引力。很难说服年轻，健康的人个人与经纪人/经纪人见面-他们需要人寿保险。不足为奇然后，保险公司正在评估产品以重振保费增长。

风险格局正在发生变化。千禧一代人口的比例正在增长。预期寿命提高了。零工经济正在扩大。所有这些因素都在影响当今客户的保险需求。除了保险公司的传统付款人角色外，他们还通过将财富，健康和生活方式产品与人寿保险单相结合，逐步发展成为合作伙伴和风险预防者的角色。这种新情况提出了一个有趣的问题：人寿保险正在成为更广泛投资组合的一部分吗？

新的敏捷进入该行业的人正在以创新和独特的解决方案留下自己的印记。但是，尽管有过去的预测，但他们还没有击败传统的保险公司。为了保持这种状态，现有企业必须与生态系统合作伙伴合作，以增强为客户提供引人注目的现代解决方案所需的能力。



客户的偏好也在迅速发展，保险公司必须迅速做出反应以保持市场份额。投保人期望获得更方便，数字化，个性化和参与性的体验。他们希望通过自己选择的渠道提供 24/7 服务。从某种意义上说，今天的客户正在定义向新的业务和参与模式转变的范式。

结果，人寿保险公司逐渐摆脱了过去将他们的互动局限于死亡索赔的常规做法，而是考虑保单持有人有意义的生命时刻来提供新的量身定制的解决方案。

与传统人寿保险客户的公司互动可能很少，但随着更简单的产品变得越来越普遍，交流频率必将增加。而且，客户/保险公司之间的互动现在应该是无缝且顺畅的，并且不需要在工作时间内与代理商进行对话。

保险公司也在关注最新的技术进步-人工智能 (AI)，数据科学和区块链-以提高效率，敏捷性，灵活性和以客户为中心。

行业参与者通过采取战术和战略转变来管理新兴行业格局。这些转变将使保险公司能够短期生存并为长期挑战做好准备。

人寿保险行业格局

人寿保险业的保费收入仍然停滞不前，2018年估计实际增长率仅为0.2%。¹传统储蓄产品在当前的低利率环境而具有吸引力。保险公司必须寻找替代产品，才能为保费业务注入新的活力。

同时，行业本身正在发生变化。风险格局正在发生变化，保险公司需要与新兴的业务环境更好地保持一致，管理不断变化的客户偏好并提高运营效率。

出现了具有各种要求的新客户群。零工经济工人就是一个例子。2018年的一项研究表明，超过三分之一的美国工人通过其初级或二级工作参加了零工经济。²零工经济工人通常无法获得团体福利或雇主赞助的健康保险，因此有覆盖范围保险公司可以填补的空白。

其他具有明显不同需求的独特保险领域包括千禧一代和不断增加的老年人口。由于传统产品无法满足这些客户的需求，因此人寿保险公司正在努力通过针对性更强的细分产品来更新产品组合。

行业本身正在发生变化。随着客户对共享更多的个人数据以更好地进行风险控制和预防服务的态度变得更加开放，保险公司可以利用这些信息在监管者允许的范围内承担起客户生活中更重要的角色。

随着新参与者填补产品空白，商业环境也在迅速变化和整个价值链的过程。保险公司必须通过与生态系统专家合作或聘请生态系统专家来增强其技能和解决方案组合，以增强竞争力。精通技术的保险公司也可能建立自己的产品组合以保持竞争力。

随着客户越来越精通技术，他们的偏好也在不断发展。他们现在正在寻求整体经验以及高度个性化的产品和服务，这意味着保险公司必须重新考虑其战略。

进步（大数据，分析，人工智能和区块链）为保险公司提供了提高运营效率和增强客户体验的机会。

¹瑞士再保险公司，“sigma No 3/2019：世界保险：东方的大枢纽仍在继续”，2019年7月，<https://www.swissre.com/institute/research/sigma-research/sigma-2019-03.html>。

²Gallup，“职场领导者可以从实际的零工经济中学到什么”，Shane McFeely, Ryan Pendell, 2018年8月16日，<https://www.gallup.com/workplace/240929/workplace-leaders-learn-real-gig-economy.aspx>。

业务挑战催生了一系列变革

人寿保险公司正在探索健康计划，并提供灵活的产品来更好地管理新兴风险。为了跟上瞬息万变的商业环境，保险公司正在与生态系统合作伙伴合作。他们还正在探索仅数字产品并缩短购买周期，以满足投保人为方便而不断增长的需求。基于 AI 的分析工具，面部分析，区块链和表观遗传学正被用来提高运营效率。

图表 1：人寿保险公司应对瞬息万变的市场动态

新兴风险格局		趋势 1	保险公司探索健康计划，以监测，管理和改善保单持有人的健康
		趋势 2	人寿保险公司开始为新兴客户群提供灵活的服务
不断变化的商业环境		趋势 3	生态系统合作为保险公司提供了更好服务客户的途径
不断变化的客户偏好		趋势 4	人寿保险公司正在探索纯数字产品，以提高运营效率
		趋势 5	保险公司缩短了客户的购买周期，以改善客户体验
加强操作效率		趋势 6	保险公司通过利用分析和人工智能来增强承保流程
		趋势 7	人寿保险公司正在探索各种区块链用例和长期利益
		趋势 8	表观遗传学可能为个性化人寿保险费和更准确的承保铺平道路

资源： 凯捷金融服务分析，2019 年

我们的《人寿保险的主要趋势：2020 年》报告探讨了塑造人寿保险业的挑战，并讨论了保险公司为应对明天的保险生态系统而采取的策略。

趋势 01：保险公司探索健康计划，以监测，管理和改善保单持有人的健康

随着行业参与者从付款人演变为合作伙伴和预防者，人寿保险公司越来越多地探索监视，管理和改善客户健康的计划，而不仅仅是在生病或死亡时进行赔付。

背景



- 风险形势正在迅速发展，这意味着保险公司必须积极应对。随着保险公司开始采用整体方法来管理客户风险，它们已不仅仅是付款人。他们现在通过为保单持有人提供增值服务而充当合作伙伴，并通过努力控制风险来作为防范者。³
- 健康和保健方面的进步正在帮助保险公司更积极地与客户互动，以支持更明智的健康和生活方式选择。

关键驱动力



- 可穿戴设备和健康跟踪设备的日益普及导致保单持有人数据的收集和可用性增加。
- 客户还愿意与保险公司共享其他信息，并愿意为个性化的风险控制和预防服务支付额外费用。⁴
- 传统人寿保险产品的市场疲软使增值服务和保健产品成为保险公司重振保费的关键优先事项。

趋势概述



- 人寿保险公司通过访问其数据以提供个性化的增值服务，正在成为保单持有人的合作伙伴。保险公司还通过指导客户做出更好的健康和生活方式选择，承担预防者的角色。
 - 人寿保险公司约翰·汉考克（John Hancock）激励保单持有人分享数据并进行会面通过提供折扣来确定预定的健身目标。⁵
 - 保险公司友邦保险澳大利亚已将人寿和健康保险与其健康计划友邦保险活力联系在一起。健康计划通过提供折扣保险费来奖励采取主动行动以了解和改善其健康的客户。⁶

³凯捷 | EFMA, 《世界保险报告》, 2019年, <https://worldinsurancereport.com/>.

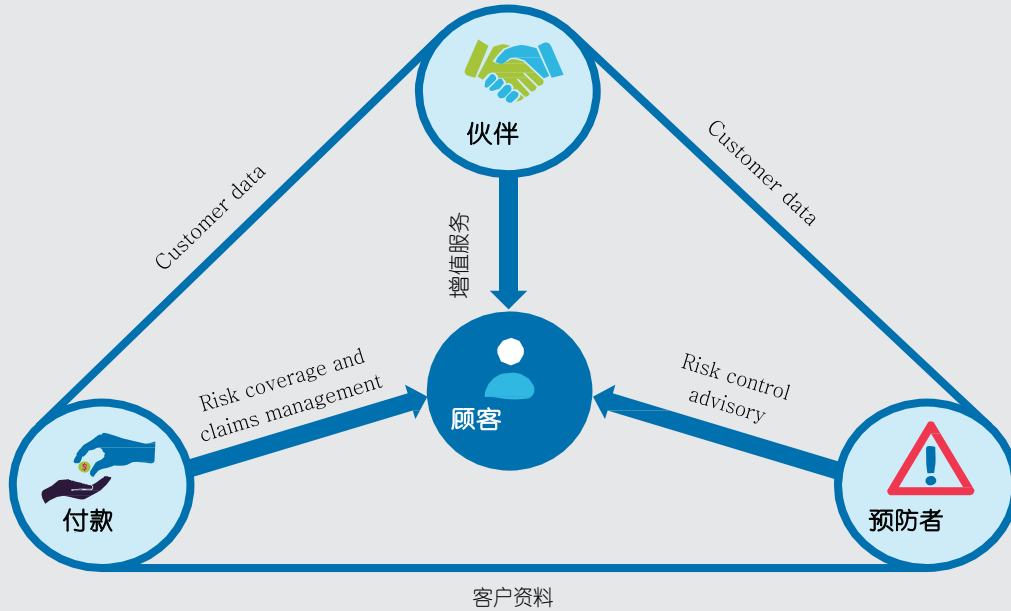
⁴同上

⁵The Verge, “人寿保险公司跟踪健身数据时会发生什么?” 陈 (Angela Chen), 2018年9月26日, <https://www.theverge.com/2018/9/26/17905390/john-hancock-life-insurance-fitness-tracker-wearables-science-health>.

<https://www.theverge.com/2018/9/26/17905390/john-hancock-life-insurance-fitness-tracker-wearables-science-health>.

⁶AIA, “AIA 澳大利亚深层健康, 生活与幸福之间的联系”, 2018年7月31日, <http://www.aia.com.au/en/individual/about-aia/media-centre/press-releases/2018/aia-australia-deepens-links-between-health-life-wellbeing.html>.

图表 2：保险公司采用整体方法进行客户风险管理



资源： 凯捷金融服务分析，2019 年

- 保险公司正在与第三方合作，以便将健康计划政策捆绑为增值服务，以为客户提供全面的健康管理体验。
 - 由 MassMutual 支持的 InsurTech Haven Life 与健康 and 保健服务提供商 Aaptive 和 Timeshifter 合作，为客户提供健康指导服务和时差管理工具。⁷
 - 总部位于香港的保诚亚洲公司与医疗技术提供商巴比伦健康公司合作，提供数字化个人健康评估和实时健康信息工具。⁸

含义



- 通过将健康和保健计划纳入捆绑的保险产品中，人寿保险公司创造了新的市场机会。
- 健康计划将增加客户-保险公司的接触点，并为人寿保险公司可以采用的提高客户敬业度的新策略敞开大门。
- 随着健康计划鼓励更健康的人群，保险公司的赔付率将因较低的理赔支出而有所改善，这对保险公司和保单持有人都是双赢的局面。

⁷ 人寿保险国际，“Haven Life 与 Aaptive 和 Timeshifter 合作提供健康服务”，2019 年 6 月 28 日，<https://www.verdict.co.uk/life-insurance-international/news/haven-life-teams-up-with-aaptive-and-timeshifter-to-offer-healthness-services/>。

⁸ 保诚集团，“保诚集团与巴比伦携手合作，在亚洲开创了以人工智能为基础的数字医疗服务”，2018 年 8 月 2 日，<https://www.prudentialcorporation-asia.com/corp/prudential-pca/en/media-investors/press-release/2018/prudential-and-babylon-join-在亚洲先驱者提供支持的数字健康服务虎钳 00001 /。>

趋势 02：人寿保险公司开始为新兴客户群提供灵活的服务

保险公司正在探索各种方法来迎合服务水平低下的人群，例如零工经济工人，千禧一代甚至更老的客户。

背景



- 技术的进步使服务提供商和消费者的需求和供应匹配变得更加容易。技工工人有一套复杂的保险要求，而传统的保险产品无法满足这些要求，而且他们通常无法获得团体/员工福利。
- 与预先包装的保险相比，千禧一代越来越寻求能够满足其个人需求的产品。
- 人口老龄化在寻求其他保单价值的同时，寿命更长。
- 组合产品在 2018 年占美国个人人寿保险总体市场的 27%。⁹

关键驱动力



- 2018 年，全球演出经济规模为 2040 亿美元，预计到 2023 年将以 17% 的复合年增长率增长。¹⁰
- 意外的医疗费用，未偿还的债务以及生活成本的变化迫使高级和非受薪客户寻求满足其不断变化的需求的保险。
- 纽约人寿保险公司的一项调查显示，千禧一代缺乏足够的人寿保险-美国只有 10% 的千禧一代拥有必要的保险，差距高达 78%。¹¹

图表 3：推动人们灵活购买人寿保险产品的因素



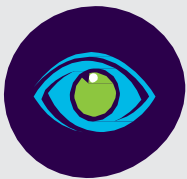
资源： 凯捷金融服务分析，2019 年

⁹InsuranceNewsNet, “分析师：LTC 混合政策将继续推动人寿保险销售”，约翰·希尔顿，2019 年 8 月 14 日，<https://insurancenewsnet.com/innarticle/analysts-ltc-hybrid-policies-will-keep-driving-life-insurance-sales>。

¹⁰MasterCard 新闻室，“MasterCard 零工经济行业前景与需求评估”，2019 年 5 月，<https://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2019/05/Gig-Economy-White-Paper-May-2019.pdf>。

¹¹纽约人寿新闻室“新研究显示，千禧一代在人寿保险方面最处于“高风险”一代，” 2018 年 11 月 13 日，<https://www.newyorklife.com/newsroom/2018/life-gap-surveys-millennials-at-risk>。

趋势概述



- 保险公司正在提出灵活的政策，以满足不断变化的需求非薪水和零工的经济工人。
 - 从事经济工作的工人通常缺乏意识，比全职永久雇员面临更多的风险。保险公司开始认识到这一巨大的保险缺口，并提供量身定制的解决方案。
 - 加利福尼亚州的初创公司 Stride Health 开发了一个按工劳动者福利平台，该平台使按需服务提供商可以提供合同人寿保险，包括人寿保险。¹²
 - Uber Eats 与加拿大 Chubb 人寿保险公司合作，为其自行车快递公司提供保险。¹³
 - 老年保单持有人有独特的需求。随着预期寿命的增加和收入的减少，他们可能会超过储蓄。了解这些客户的保险需求并提供合适的解决方案对于人寿保险公司而言至关重要。
 - 总部位于印度的 Aegon Life 提供 iTerm 保险计划，为无薪保单持有人提供服务通过提供直至 100 岁的灵活覆盖范围并根据需要进行更新。¹⁴
 - 总部位于纽约的保险技术公司 Haven Life 为可能没有积蓄的客户提供 AgeUp 年金产品。¹⁵
- 人寿保险不是千禧一代的头等大事。此外，他们的购买模式与其他细分市场不同，这使得保险公司难以挖掘该细分市场的潜力。保险公司将人寿保险与针对性产品相结合，以满足客户的特定需求，从而使此类保单对客户极具吸引力。
 - 总部位于美国的保险公司 Prudential 与婴儿注册处 Babylist 合作，提供了一种致力于满足日益增长的千禧一代父母需求的人寿保险解决方案。定制平台使准父母可以无缝地收到他们对新保险要求的估计，而亲朋好友可以通过众筹购买该产品。¹⁶
- 越来越多的保险公司将重点放在组合产品上，以扩大承保范围。
 - 2019 年初，总部位于美国的人寿保险公司 Brighthouse Financial 推出了 SmartCare，这是一种混合型人寿保险解决方案，包括长期护理福利。SmartCare 为保单持有人提供了通过主要市场指数的表现来增加现金价值，身故赔偿和 LTC 覆盖范围的能力。¹⁷

含义



- 新兴的新兴企业文化以及越来越多的自由职业者，合同和演出工人将开辟新的收入来源，因为保险公司通过创新，灵活的产品为这一不断增长的细分市场提供服务。
- 通过了解新兴细分市场的需求，期望和风险敞口来提供量身定制解决方案的保险公司可能会获得重要的客户关注份额，最终可以转化为更好的市场份额。
- 混合/组合产品之所以成为趋势，是因为它们提供传统的覆盖范围，同时还可以满足特定的客户需求。

¹²MedCity News, “Stride Health 为演出工人推出了新的福利平台”, Kevin Truong, 2019 年 8 月 22 日,

<https://medcitynews.com/2019/08/stride-health-launches-new-benefits-platform-for-gig-workers/>.

¹³《保险业务杂志》, “Uber Eats 为安大略省的快递公司提供自己的保险”, 莱尔·阿德里亚诺 (Lyle Adriano), 2019 年 5 月 7 日, <https://www.insurancebusinessmag.com/ca/news/breaking-news/uber-eats-to-offer-its-own-insurance-to-couriers-in-ontario-166621.aspx>.

¹⁴Aegon Life, “零工经济对保险市场的影响”, 2018 年 12 月 19 日, <https://www.aegonlife.com/insurance-investment-knowledge/impact-of-the-gig-economy-on-the-insurance-market/>.

¹⁵AgeUp 网站 <https://learn.age-up.com/about/>, 于 2019 年 11 月访问。

¹⁶美国商业资讯, “Prudential and Babylist 推出了新的父母可以添加到注册表中的第一个人寿保险政策”, 2018 年 7 月 25 日,

<https://www.businesswire.com/news/home/20180725005163/en/Prudential-Babylist-introduce-life-insurance-policy-new>.

¹⁷美国商业资讯, “Brighthouse Financial 推出了一种明智的新方法来规划长期护理费用”, 2019 年 2 月 13 日, <https://www.businesswire.com/news/home/20190213005083/en/Brighthouse-Financial-Unveils-Smart-New-Plan-Long-Term>.

趋势 03：生态系统合作为保险公司提供了更好的服务客户的途径

人寿保险公司正在利用生态系统合作伙伴的能力和影响范围来创造机会并吸引更多客户。

背景



- 移动电话已经改变了人们与企业互动的方式，从而使数字方法比传统的通信方式更容易获得。
- 随着 InsurTechs 和精通技术的公司进入保险业务，成熟的参与者正在调整其业务模式，并与保险业以外的组织合作，以利用其分销网络并挖掘新的机会。
- 现有保险公司和 InsurTechs 对彼此之间以及与医疗保健提供商，酒店，零售等部门的合作非常感兴趣，以便为最终客户提供更好的价值。¹⁸

关键驱动力



- 除了维护传统平台的成本外，投资颠覆性技术对大多数保险公司而言都是不现实的。相反，他们开始利用可直接与合作伙伴插入的 API，从而使他们能够将产品嵌入其他平台，客户生态系统和购物体验中。
- 与保险品牌相比，消费者对知名电信公司和零售商信任的品牌和强大的分销网络信任度更高。
- 利用具有专业能力的初创公司的保险公司可以与客户互动更好，并提供有针对性的产品。
- 缓慢的保费收入增长促使保险公司通过与其他参与者的有意义的合作，进入服务不足的地区和客户群。

图表 4：人寿保险公司与生态系统合作伙伴合作，开辟新机遇



资源： 凯捷金融服务分析，2019 年

¹⁸ 凯捷 | EFMA, 《2019 年世界保险科技报告》, <https://worldinsurtechreport.com/>.

趋势概述



- 保险公司正在与金融服务和非金融服务公司合作，为更多的客户提供保险产品。这种合作使合作伙伴公司可以提供广泛的服务并获得新的收入来源，同时使人寿保险公司能够振兴微不足道的收入。
 - 保险公司正在与电信提供商合作，以利用移动渠道使客户更容易获得保险。
 - 印度电信公司 Airtel 与 HDFC 人寿保险公司合作，提供具有内置人寿保险的预付费捆绑包。该政策不需要文书工作或身体检查。¹⁹
- 保险公司正在与其他金融服务公司合作，以扩大其覆盖范围并提供具有个性化产品的客户。
 - 美国的 FinTech Airfox 与苏黎世保险 (Zurich Insurance) 合作，提供了多样化的数字人寿保险，手机保险和失业保险等产品。²⁰
 - 美国人寿保险公司 Protective 与 InsurTech Health IQ 合作，利用 Health IQ 的专有数据和 Protective 的承保为糖尿病患者提供量身定制的人寿保险产品。²¹
 - 总部位于印度的支付系统和移动钱包 FinTech MobiKwik 与 ICICI 保诚人寿保险公司合作，根据从客户数据生成的洞察力，为小额保险产品提供个性化建议。²²
- 保险公司还与提供白标解决方案的公司合作，以获取新功能并更好地满足客户的需求。
 - Canadian InsurTech Breathe Life 的白标平台使寿险公司能够通过识别潜在客户并将其与合适的产品匹配来以数字方式销售保单。²³

含义



- 与生态系统合作伙伴的合作将帮助保险公司为服务不足的细分市场提供覆盖。
- 通过将其 API 嵌入其他平台，保险公司可以获得快速、经济高效的访问权限吸引新的客户群，并提供可扩展的按需保险销售机会。
- 整体产品可提供引人入胜的客户体验，并通过提供第三方服务（作为扩展产品组合的一部分）帮助保险公司从关系中获利。

¹⁹ 《经济时报》，“Airtel 与 HDFC Life 合作推出带有保险的预付费计划”，2019 年 5 月 13 日，<https://economictimes.indiatimes.com/wealth/insure/life-insurance/airtel-partners-with-hdfc-人寿保险计划推出预付费计划/articleshow/69307599.cms>。

²⁰ 美通社 (PR Newswire)，“Airfox 团队与万事达卡和苏黎世保险合作扩展数字银行服务”，2019 年 7 月 3 日，<https://www.prnewswire.com/news-releases/airfox-teams-with-mastercard-and-zurich-insurance-in-digital-banking-service-expansion-300879667.html>。

²¹ 商业资讯，“健康智商和保护性生命推出了针对生活健康生活方式的糖尿病患者的首个人寿保险产品”，

2018 年 11 月 13 日，<https://www.businesswire.com/news/home/20181113005680/en/Health-IQ保护性生命启动人寿保险。>

²² 经济时报，“MobiKwik 现在在其应用程序上提供 20 卢比的即时人寿保险”，2019 年 2 月 21 日，<https://economictimes.indiatimes.com/small-biz/startups/newsbuzz/mobikwik-now-offers-instant-life-insurance-for-rs-20-on-its-app/articleshow/68094484.cms>。

²³ 蒙特利尔公报，“蒙特利尔初创公司筹集了 450 万美元，以帮助向千禧一代出售人寿保险”，“雅各布·塞雷布林 (Jacob Serebrin)，2019 年 2 月 26 日，<https://montrealgazette.com/business/montreal-startup-raises-4-5-million-帮助向千禧一代出售人寿保险。>

趋势 04：人寿保险公司正在探索纯数字产品，以提高运营效率

保险公司正在推出仅数字产品，以加快报价的速度流程并提高客户服务的成本效率。



背景

- 现有保险公司被传统系统所困扰，而客户在创新产品的便捷性，可及性和可用性方面的需求正在不断扩大。
- 根据人寿和健康保险教育基金会（LIFE）和 LIMRA²⁴ 的 2018 年保险晴雨表研究，有 32% 的 Gen-X 客户完全在线研究和购买人寿保险单。



关键驱动力

- 保险公司需要以具有成本效益的方式吸引客户。
- 由于移动设备的激增，数字频道变得越来越重要。
- 客户更愿意在线完成整个保单购买过程。
- 客户从保险公司那里寻求更多的便利，定制和参与。



趋势概述

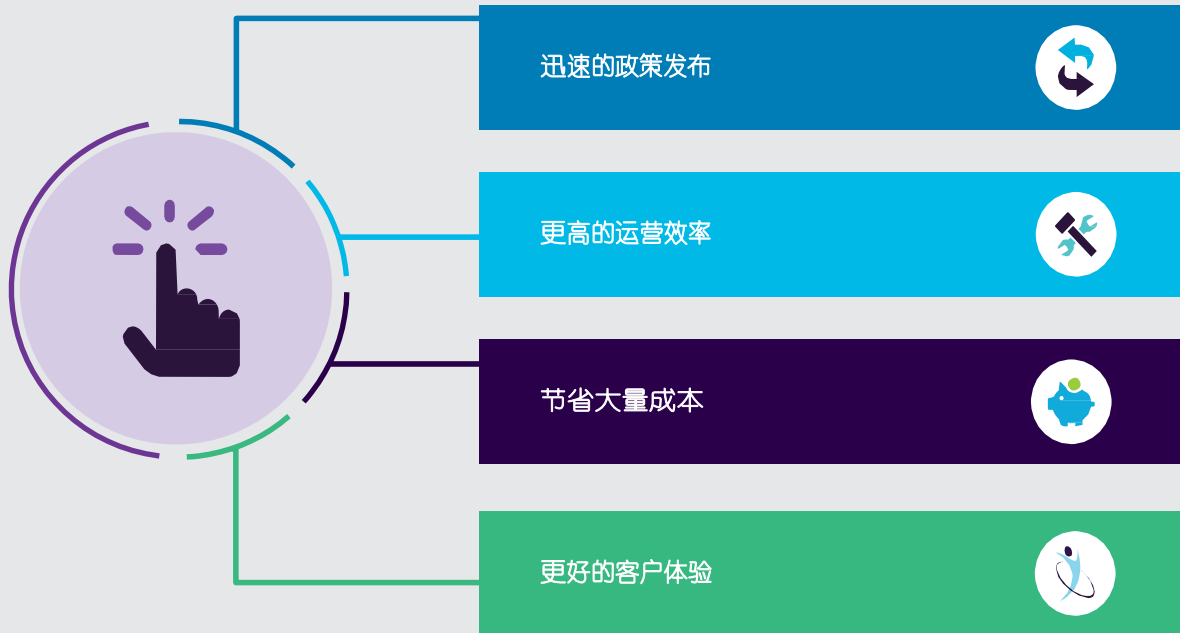
- 人寿保险公司只采用数字形式，直接向客户销售保单，特别是针对更简单的产品。
 - 去中介化使保险公司可以更好地控制价值链和客户互动。
 - 2018 年底，香港授予了由永明金融香港部门支持的 InsurTech Bowtie 人寿保险公司，该市是“快速通道”计划下的首个在线保险牌照。Bowtie 无需任何中介即可直接将其政策出售给客户，从而降低了成本。²⁵
- 与传统的承保流程不同，保险公司使用客户对一系列问题的回答来加快处理速度。
 - 汇丰保险新加坡公司推出了一个仅在线平台，允许客户仅回答三个承保问题即可购买保单。²⁶

²⁴ 保险信息研究所，“事实+统计：人寿保险”，<https://www.iii.org/fact-statistic/facts-statistics-life-insurance>, 2019 年 9 月访问。

²⁵ 路透社，“香港向永明证券支持的公司颁发了首个在线保险牌照”，2018 年 12 月 20 日，<https://www.reuters.com/article/hongkong-insurance/hong-kong-gives-first-online-only-insurance-licence-to-sun-life-backed-firm-idUSL3N1YP2LL>。

²⁶ 国际投资有限公司，“汇丰新加坡推出了仅在线的快速人寿保险平台”，克里斯托弗·铜业公司，2019 年 5 月 15 日，<https://www.internationalinvestment.net/internationalinvestment/news/3500378/hsbc-singapore-launches-fast-online-life-insurance-平台>。

图表 5：纯数字产品的优势



资源： 凯捷金融服务分析，2019 年

- 保险公司利用先进的分析模型迅速承保保单并加快保单发行流程。
 - 总部位于美国的 InsurTech Ethos 会使用其医学和医学数据验证申请人的自我报告数据药品记录，并使用预测分析进行承保，使公司能够当场发布政策。²⁷
- 保险公司正在扩展客户交互模型，以包括利用智能聊天机器人以及虚拟和语音助手的各种自助服务选项。
 - 自助服务选项使公司可以缩减客户支持中心并改进成本效益。
 - 保险公司可以分析新近获得的客户见解，以个性化业务并根据保单持有人的生活事件增加接触点。

含义



- 具有简化流程的全数字平台将帮助保险公司开展更多业务高效地发布政策。
- 仅限在线状态-无需强制性医学检查要求或中介机构-可以为保险公司节省大量成本，并可以转嫁给客户。
- 全天候的可用性，更好的自定义和快速的策略发布将改善客户体验。

²⁷福布斯，“C轮融资后，人寿保险初创公司的价值超过4亿美元”，唐娜·富斯卡多，2019年8月27日，<https://www.forbes.com/sites/donnafusco/2019/08/27/life-insurance-startup-ethos-valued-at-more-than-400-million-a-series-c/>

趋势 05：保险公司缩短了客户的购买周期，以改善客户体验

人寿保险公司正在利用数字平台和技术来缩短客户的购买周期（在某些情况下会大大减少），以创造相对无忧的客户体验。

背景



- 传统的人寿保险购买过程很慢，导致未使用率很高。
- 保险公司寻求更快的流程来使客户在不同的购买阶段（例如意识，对价，决策和购买）过渡时保持参与度。
- 保险公司正在通过利用大量数字技术来发展，以变得更加友好和快捷。

关键驱动力



- 一些客户喜欢简单易用的产品，这些产品可以快速，方便，自助服务选项。
- 客户对缓慢而乏味的传统流程的不满正促使保险公司加快产品购买速度。
- 机器人过程自动化（RPA），人工等技术的进步情报（AI）和认知文档处理（CDP）可以帮助保险公司自动化流程。

趋势概述



- 在机器人顾问的支持下，保险公司正在创建直观的程序，为消费者提供购买过程和决策过程中的交互式个性化建议。
 - 德国保险技术公司 Clark (Clark) 通过可分析的移动应用程序提供机器人咨询服务政策差距和帮助保险公司提高覆盖范围。²⁸
- 保险公司利用内部和第三方的技术和数据来简化报价生成和承保流程，并简化承保范围内的申请步骤。
 - InsurTech Untangler 使用 AI 识别任何格式的进站客户数据并将其转换为可读数据，保险公司可使用这些数据直接生成报价。²⁹
 - 北美人寿与健康保险公司（萨蒙斯公司）利用公开数据和简短的电话采访，简化了申请流程，从而消除了冗长的申请程序和体检要求。³⁰
- 保险公司通过利用先进且被广泛接受的数字渠道来增强参与度，从而变得越来越以客户为中心。
 - 未来的 Generali 印度人寿保险可通过 WhatsApp 立即直接提供保单文件，以提高便利性和可及性。³¹

²⁸Techcrunch.com, “德国保险“机器人顾问”克拉克获得 2900 万美元 B 轮融资,”史蒂夫·奥希尔 (Steve O’Hear), 2018 年 4 月 25 日, <https://techcrunch.com/2018/04/24/clark-robot-顾问/>。

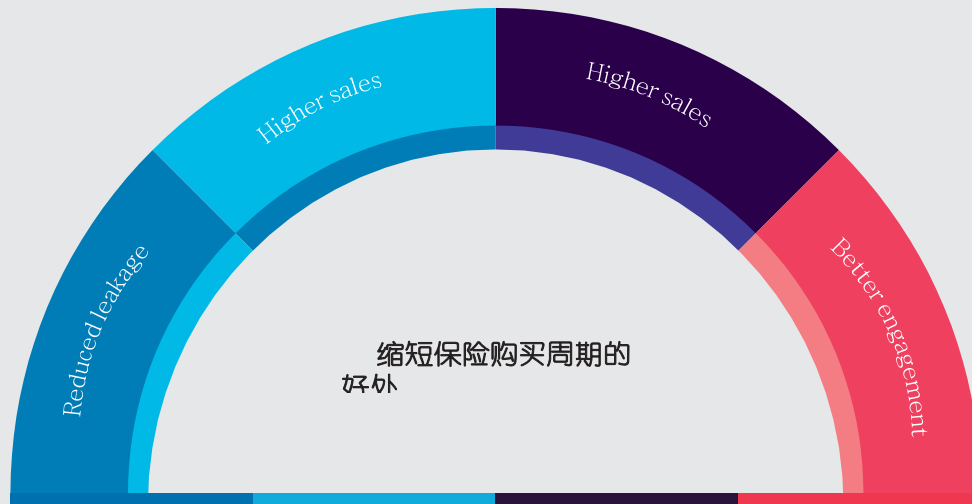
²⁹Insurance Edge, “InsurTech: 新的 Untangler 应用希望解决行情障碍”, 2019 年 5 月 17 日, <https://insurance-edge.net/2019/05/17/insurtech-new-untangler-app-wants-to-solve-quotes-roadblock/>。

³⁰Globenewswire.com, “北美推出 WriteAwaySM加速包销”, 2018 年 1 月 30 日, <https://www.globenewswire.com/news-release/2018/01/30/1314241/0/en/North-American-Introduces-WriteAway-Accelerated->

[Underwriting.html](#).

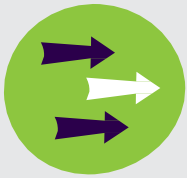
³¹ 印度时报, 《未来通用印度保险开始通过 WhatsApp 交付保单》, PTI, 2018 年 7 月 13 日, <https://timesofindia.indiatimes.com/business/india-business/future-general-India-insurance-starts-delivering-policies-via-whatsapp/articleshow/64959650.cms>.

图表 6: 缩短购买周期



资源: 凯捷金融服务分析, 2019 年

含义



- 敏捷, 高效的系统将通过显着减少退货率来优化客户获取渠道, 从而提高销售转化率。
- 随着应用程序变得越来越简单和快速, 客户体验将得到改善, 保险公司会在整个购买周期中提供指导。
- 随着保险公司利用数字渠道更快地与客户联系, 参与度将提高。
- 数字化的购买过程使运营商能够为潜在客户提供更大的便利以及改善的体验, 可以增强信誉并提高客户满意度的可能性。

趋势 06：保险公司利用分析和 AI 来增强承保流程

数据捕获工具，分析技术和 AI 算法的进步使核保自动化和改进成为可能。

背景



- 围绕人工智能（AI）构建的解决方案正在兴起。当今的人寿保险公司使用智能自动化工具来改善整个价值链的流程，尤其是承保。
- 美国约有一半的消费者更喜欢简化承保而不是传统流程
根据 Life Happens 和 LIMRA 的 2019 年保险晴雨表研究，需要血液或尿液样本的患者³²

关键驱动力



- 客户需要快速便捷的服务。
- 传统的承保速度慢，需要进行医学检查和繁重的文书工作，这驱使保险公司探索新的，对客户更友好的流程。
- 数据分析和人工智能技术的进步使保险公司能够将数据作为资产来利用，并更好地评估风险。

趋势概述



- 人寿保险公司越来越多地转向分析和人工智能，以从大量数据中获得见解，以提高承保准确性和速度。
 - 总部位于百慕大的再保险公司 Partner Re 与数据分析公司 Verisk 合作开发了一种人寿保险承保解决方案，该解决方案使用先进的语音分析和 AI 技术来识别需要进一步测试的申请人。³³
 - 加拿大保险公司宏利（Manulife）通过 AI 算法加快了承保流程，增强了其内部数据和分析能力。³⁴
- 预测建模技术和机器学习算法也被用于自动执行承保。
 - 全球再保险公司 Munich Re 的子公司 Munich Re Automation Solution 在 2019 年底推出了面向全球中层保险市场的自动承保解决方案。现在，公司可以使用自己的数据流和分析解决方案来实现承保自动化。³⁵

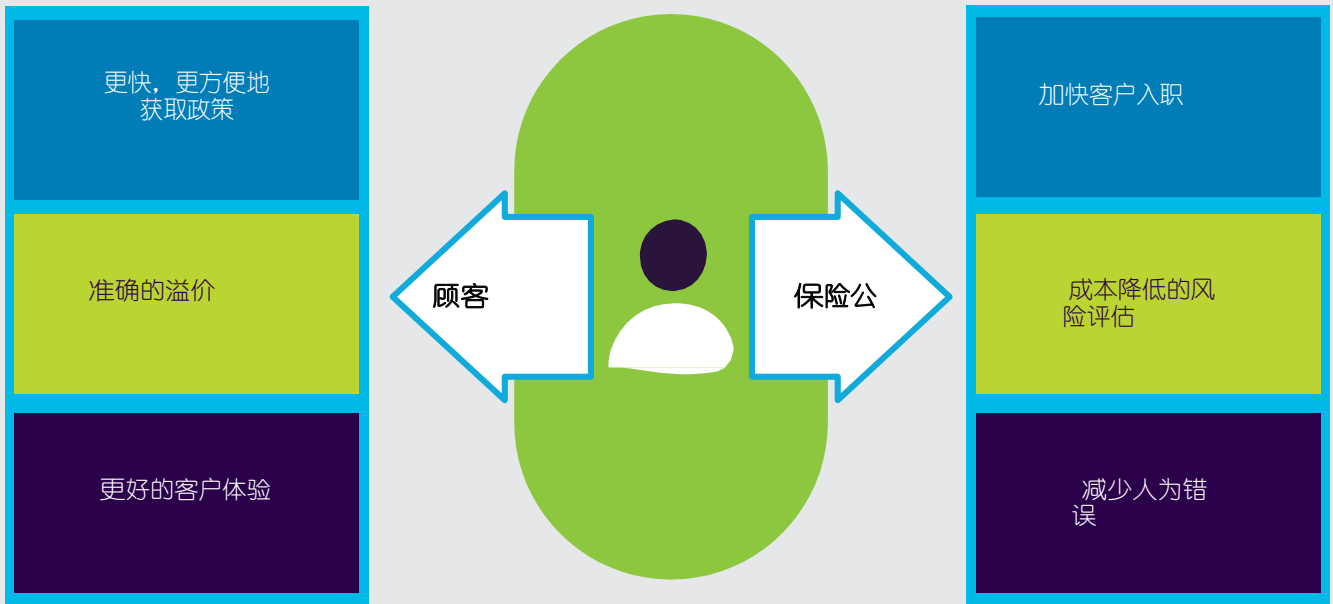
³² 人生发生，“2019 年保险晴雨表研究：近一半的美国人更有可能购买简化的承保人寿保险”，2019 年 4 月 1 日，<https://lifehappens.org/press-releases/2019-insurance-barometer-study> 将近一半的美国人更有可能购买简化的人寿保险/。

³³ 再保险新闻，“Verisk & Partner Re 利用 AI 改变人寿保险承保”，卢克·加林（Luke Gallin），2019 年 10 月 25 日，<https://www.reinsurancene.ws/verisk-partnerre-leverage-ai-to-transform-life-insurance-underwriting/>。

³⁴ 投资总监，“宏利推出全新的终身产品和 AI 承保算法”，2018 年 6 月 19 日，<https://www.investmentexecutive.com/news/products/manulife-introduces-new-whole-life-product-and-ai-underwriting-algorithm/>。

³⁵ 《保险业务杂志》，“慕尼黑再保险推出自动承保工具”，加布里埃尔·奥拉诺（Gabriel Olano），2019 年 10 月 17 日，<https://www.insurancebusinessmag.com/asia/news/technology/munich-re-launches-automated-underwriting-tool-180707.aspx>。

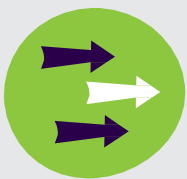
图表 7: 增强的承保优势



资源: 凯捷金融服务分析, 2019 年

- 人寿保险公司还利用面部分析为客户提供快速, 高效, 更多的服务参与入职体验。
 - 在 2019 年初, 总部位于美国的再保险公司 Gen Re 推出了移动应用 NOW, 该应用使用面部分析来估算潜在客户的年龄, 性别和 BMI。结果? 可以快速发布保单, 而无需进行身体检查或文书工作。³⁶

含义



- 准确而快速的包销流程可以消除容易出错的手动文书工作, 加快客户入职率并改善客户体验。
- 先进的分析和 AI 可以提供快速且经济高效的替代方案, 以降低速度和昂贵的医学检查。
- 分析可用于有效评估客户的吸烟和饮酒行为, 帮助保险公司更准确地定价风险。

³⁶Reinsurance News, “Gen Re 为保险购买者开发面部分析应用程序”, Matt Sheehan, 2019 年 2 月 14 日, <https://www.reinsurancene.ws/gen-re-develops-facial-analytics-app-for-insurance-buyers/>.

趋势 07：人寿保险公司正在探索各种区块链用例和长期利益

保险公司正在探索基于区块链的解决方案，以进行身份证明，无缝数据共享和理赔处理。

背景



- 数据安全性和完整性是保险公司和保单持有人的关键问题。
- 区块链技术创建基于信任和稳定性的透明运营。
- 区块链是受密码保护的共享分类账（或数据库），允许保单持有人和保险公司以数字方式跟踪和管理实物资产。它维护着一个中央数据存储库，该存储库会随每个事务更新，并创建一个永久的审计跟踪，以确保所有网络对等方之间的信任。
- 区块链解决方案可以通过自动验证第三方数据来简化流程，保护交易，检测索赔欺诈并降低管理成本，并且保险公司正在探索具有潜在长期利益的多个用例。

关键驱动力



- 传统基础架构速度缓慢，数据分散且孤立，这导致效率低下的流程。
- 传统的人寿保险价值链包括中介和经纪人等多个中介机构，这些中介机构会增加高昂的管理成本。
- 区块链通过使用分布式分类账提供增强的安全性。由于每个网络参与者的交易是独立记录的（但对所有参与者都是透明的），可以快速识别任何虚假活动。

趋势概述



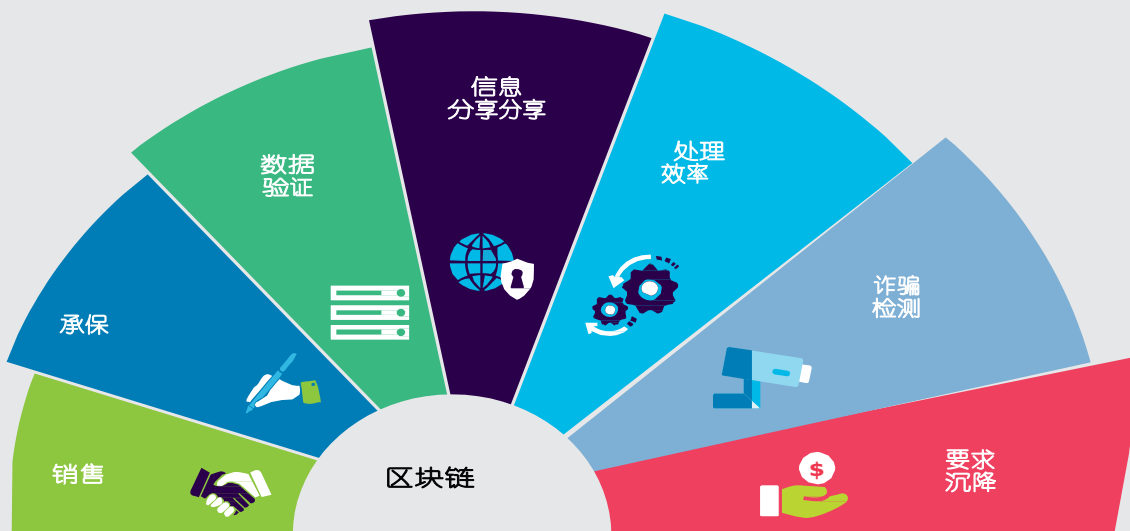
- 区块链在人寿保险中的应用范围可能从销售，分销，承保和欺诈检测到索赔发起和解决。
- 一些人寿保险公司正在利用区块链简化死亡索赔流程，并使其更加以客户为中心，以减轻无人认领的利益。
 - 大都会人寿（MetLife）的孵化器 LumenLab 与新加坡报业控股（Singapore Press Holdings）和 NTUC Income 合作，正在构建一个智能合约平台 Lifechain，以帮助家庭迅速确定死者是否有保单并自动提出索赔。³⁷
 - Institutes RiskStream 协作组织（以前称为 The Institutes RiskBlock 联盟）和 LIMRA 开发了一个区块链应用程序 Mortality Monitor，以利用社会保障数据，保单持有人记录和其他数据源来帮助保险公司快速通知合格的受益人有关未决的人寿保险死亡利益的信息。³⁸

³⁷福布斯，《大都会人寿计划使用以太坊区块链破坏价值 2.7 万亿美元的人寿保险业》，史蒂芬·埃里希（Steven Ehrlich），2019 年 6 月 19 日，<https://www.forbes.com/sites/stevenehrlich/2019/06/19/metlife-plans-to-disrupt-2-7-trillion-life-insurance-industry-using-ethereumblockchain/#479827d92770>。

³⁸Ledger Insights，“RiskBlock，LIMRA Select 区块链人寿应用程序”，Nicky Morris，2018 年 9 月，<https://www.ledgerinsights.com/riskblock-limra-blockchain-life-insurance-death-notification/>。

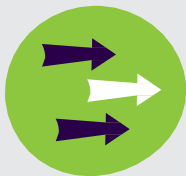
- 区块链解决方案促进了保险公司之间的数据共享，从而降低了数据泄露，欺诈和洗钱的风险。
 - 在印度，一群人寿保险公司组成了一个财团，以促进数据共享并减少他们对第三方获取目的客户信息的依赖
例如了解您的客户 (KYC)，风险评估，欺诈检测和监管合规性³⁹
- 区块链使用的增加为创建安全的人寿保险二级市场提供了机会。
 - 总部位于新加坡的初创公司 fidentiaX 正在创建一个交易市场，投保人可以出售其人寿保险单。对于被保险人来说，二级市场提供了更大的灵活性，并可以鼓励更多的人购买保险。对于保险公司而言，扩大消费者选择范围可能会成为销售的福音。⁴⁰
- 保险公司还可以利用区块链来授权和验证代理人，自动执行死亡索赔和支出，并确保所有养老金计划参与方都能获得信息。

图表 8：人寿保险价值链中的区块链应用



资源： 凯捷金融服务分析，2019 年

含义



- 基于区块链的理赔处理系统可以避免客户执行理赔流程，从而简化流程，降低成本并改善客户体验。
- 随着保险公司联合起来组成财团（例如苏黎世的初创公司 B3i），区块链生态系统可能席卷整个行业，合并孤岛。
- 具有更高的安全性和透明度，区块链将通过 KYC 自动化和欺诈预防来帮助减少损失。

³⁹ 《经济时报》，“印度人寿保险公司财团和 Cognizant 构建行业范围的区块链解决方案”，2018 年 4 月 16 日，<https://cio.economictimes.indiatimes.com/news/digital-security/indian-life-insurers-联盟和认知构建行业区块链解决方案/63782077>。

⁴⁰Ledger Insights，“使用区块链的人寿保险二级市场”，Nicky Morris，2018 年 9 月，<https://www.ledgerinsights.com/secondary-market-life-insurance-blockchain/>。

趋势 08：表观遗传学可能为个性化人寿保险费和更准确的承保铺平道路

保险公司正在探索表观遗传学作为替代数据源，以增强产品个性化和改善承保能力。

背景



- 表观遗传学是一门新兴科学，它研究的是在不改变基础 DNA 序列的情况下激活和停用基因的变化。
- 多种因素影响表观遗传，例如饮食，营养，药物，虐待，酗酒，污染，运动和压力。
 - 表观遗传学可以提供有关生物年龄，预期寿命，健康状况和个人的福祉。
- 健康保险监管机构禁止使用遗传信息。但是，人寿保险公司没有这样的授权。根据监管机构的不同，人寿保险公司可能会继续探索利用表观遗传学作为替代数据源的方法。批准-以及如何使用此类数据-可能会因国家/地区甚至国家/地区而异。

关键驱动力



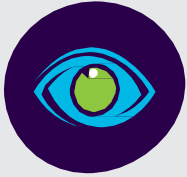
- 表观遗传学为减少与传统诊断方法相关的漫长等待时间提供了机会，并可以加快保险交付速度。
- 不再需要进行非侵入式测试所需的复杂文书工作和冗长的医疗调查表，从而改善了客户旅程。
- 表观遗传学打开了创新性人寿产品开发的大门，与没有医疗测试的高级即时保险相比，以可行的价格点提供了更快的保险交付。

图表 9：为什么保险公司正在探索表观遗传学作为替代数据源



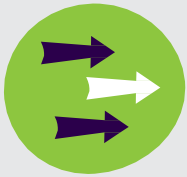
资源： 凯捷金融服务分析，2019 年

趋势概述



- 表观遗传学测试对人寿保险业具有重要意义，因为它评估了各种基因组标记，可以更好地确定申请人的死亡率，吸烟和饮酒行为。
 - 数字人寿保险初创公司 YouSurance（位于明尼阿波利斯的 GWG 的子公司控股公司）使用表观遗传标记评估申请人的健康和寿命，并向投保人提供其生物年龄的评估，该年龄可能与他们的年龄不同。该公司还与运营商合作，将表观遗传学整合到人寿保险承保中。⁴¹
- 保险公司可以利用表观遗传学作为全因死亡率测试，以获取可靠的见解。投保人的健康风险状况。
 - 表观遗传甲基化模式可以帮助携带者估计个体的生物学年龄。按年龄排序的任何差异都可能表明衰老加速或减速，与更早或延迟的死亡率相关。
 - 这些测试与见解的相关性在种族/种族，性别，吸烟状况，活动水平和疾病状况之间保持不变。
 - MetLife 加速器计划的参与者 Helixco 是一家 InsurTech 公司，专门研究基于唾液的分子诊断技术，该技术可以分析人类口腔微生物组与疾病的潜在联系。这样的测试可能会提高保险费计算的准确性。⁴²

含义



- 千禧一代希望获得快速，无障碍的即时保险，这可能是昂贵的，因为传统上医学检查需要花费时间。但是，通过表观遗传学测试，运营商可以快速了解个人的风险状况，并以可行的价格提供即时人寿保险。
- 非侵入式表观遗传测试将在确保没有反选择的同时，使定价和产品个性化具有更高的精度。
- 人寿保险公司可以利用表观遗传学数据，并利用个人见识来开发预防性服务，从而有可能改善保单持有人的健康和寿命。
- 客户数据的更好可用性将降低保险公司选择逆向风险的风险。

⁴¹GlobeNewswire, “ YouSurance 率先使用表观遗传生物标志物评估人寿保险申请人的健康和寿命, ” 2018 年 10 月 2 日, <https://www.globenewswire.com/news-release/2018/10/02/1588637/0/en/YouSurance-是首次使用表观遗传生物标志物进行生命保险的Applicants.html>, 以评估健康和寿命。

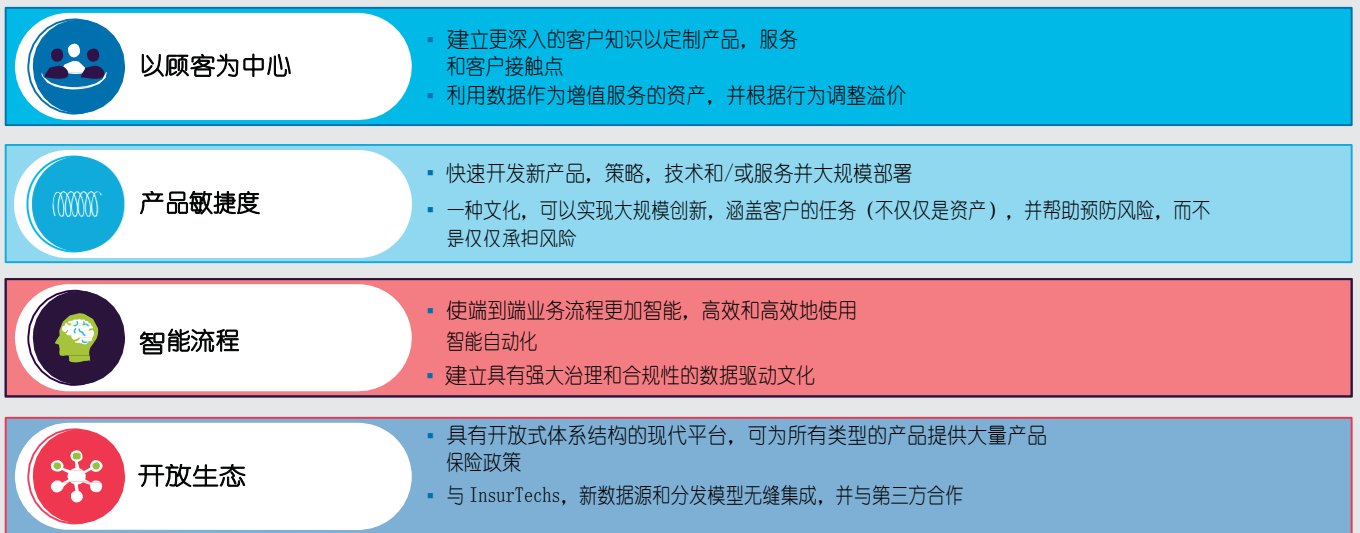
⁴²美国商业资讯, “大都会人寿在 Insurtech 创新挑战赛中名列 7 位决赛选手: 合作 5.0”, 2019 年 4 月 16 日, <https://www.businesswire.com/news/home/20190416006069/en/MetLife-Korea-Names-Finalists-Insurtech-Innovation-Challenge>。

结论

为了长期发展，寿险公司必须了解客户的期望和市场趋势，同时保持正确的伙伴关系，以保持竞争力所需的速度和规模进行创新。我们称这种承运人为发明承保人。

富有创造力的保险公司必须做好准备，以建立以客户为中心的方法，支持产品敏捷性，采用智能流程并建立开放的生态系统（图 10）。

图表 10：人寿保险公司正在获得发明性保险人的能力



资源： 凯捷金融服务分析，2019 年

保险公司正在寻求创新型保险公司的能力来管理不断发展的形势。Epigenetics 提供客户见解和数字平台，以提供个性化的保费。更准确的承保和更短的购买周期将改善客户体验。

当今的人寿保险公司更加敏捷，能够为新兴客户细分市场提供灵活的产品，例如零工，老年人和千禧一代。他们还在开发数字化产品，以改善客户体验和运营效率。

通过探索诸如区块链和面部分析等技术的新用例，以推动更快的承保和索赔处理，更好的风险分析和新的收入流，他们使业务流程更加智能和有效。

人寿保险公司还利用开放式架构和与生态系统合作伙伴的协作，通过承担合作伙伴和预防者的角色（除了传统的付款人角色）更好地为保单持有人提供服务。