



高度市场化的英国车险市场 ——对车险企业发展路径的思考

安永保险与精算咨询服务总监 姚 佶 博士

2018年5月

EY 安永

建设更美好的
商业世界



目录

- 英国车险市场概况
- 英国车险企业主要运营特点
- 案例剖析—Admiral
- 小结和问答

英国车险市场概况



英国与中国车险产品比较

- ▶ 英国车险产品同质化很严重，市场上主要有三大类主险和六大类附加险



主险

- ▶ 第三方险 (Third party liability)
- ▶ 火灾与盗抢险 (Fire & Theft)
- ▶ 车辆综合险 (Comprehensive)

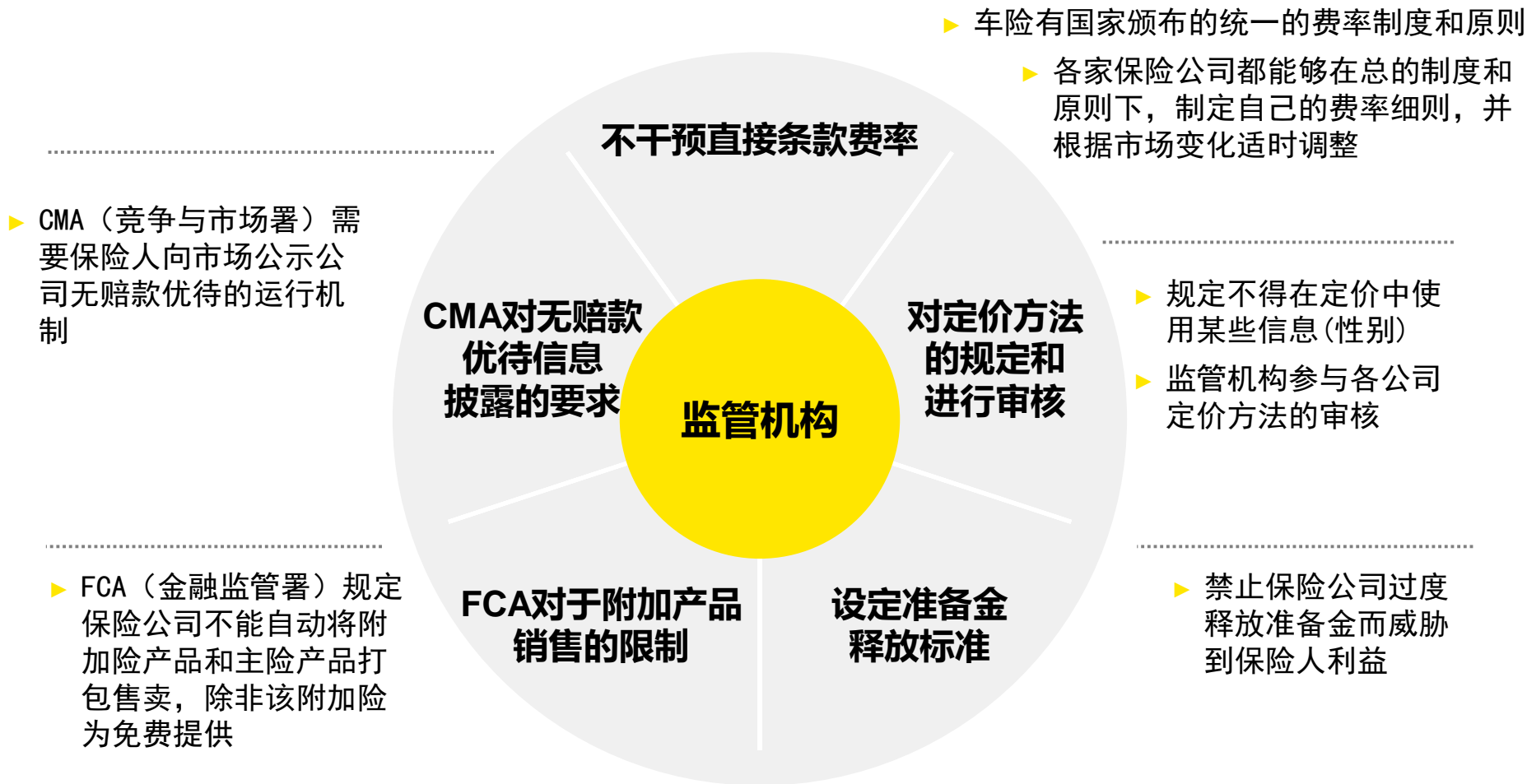
- ▶ 车辆损失险
- ▶ 第三者责任险
- ▶ 盗抢险
- ▶ 车上人员责任险

附加险

- ▶ 法律诉讼费用保障
- ▶ 挡风玻璃险 (Windscreen)
- ▶ 车辆抛锚 (breakdown)
- ▶ 代步车费用保障
- ▶ 无赔款优待维持
- ▶ 车上人员意外伤害险

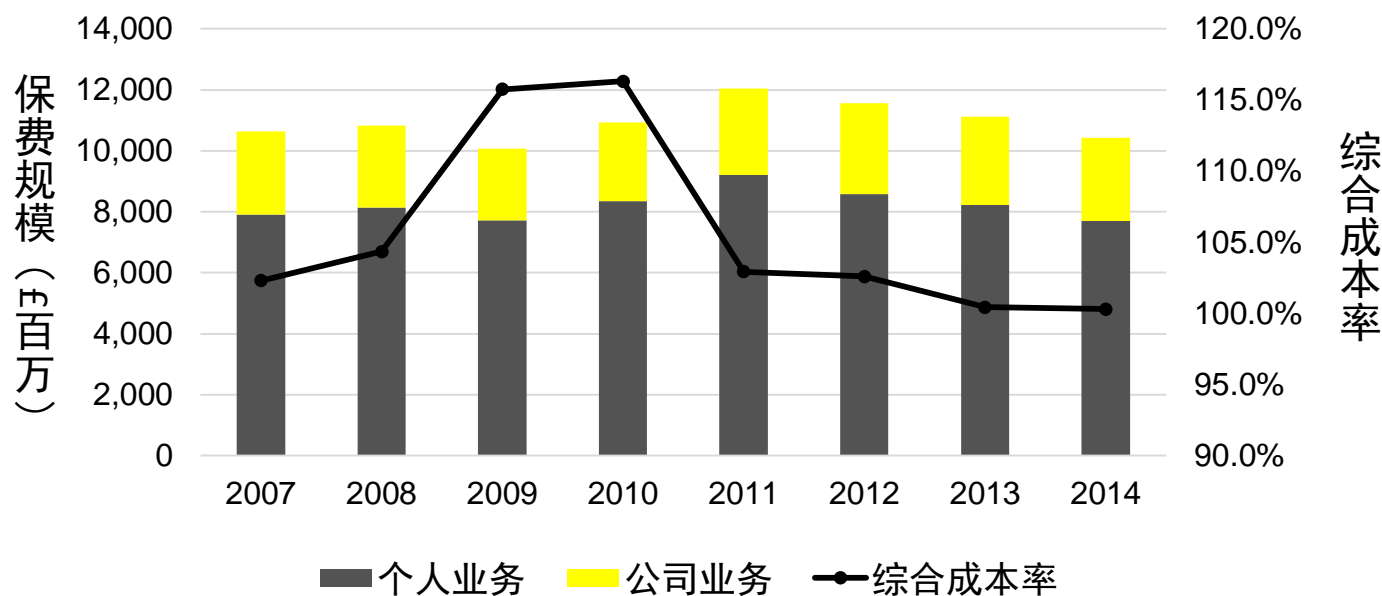
- ▶ 自燃损失险
- ▶ 涉水损失险
- ▶ 车身油漆单独损伤险
- ▶ 玻璃单独破碎险
- ▶ 基本险不计免赔
- ▶ 附加险不计免赔
- ▶

英国车险市场的监管环境相对宽松，提倡市场竞争，但一些涉及实务的环节也有相应的监管法则



英国车险市场规模在近年保持稳定，一般在100亿英镑到120亿英镑之间，综合成本率高于100%。

英国车险市场规模与盈利水平



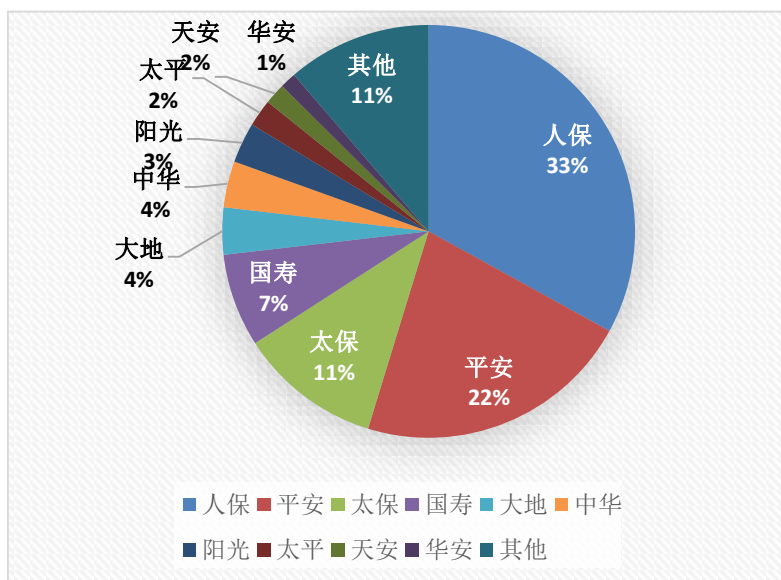
英国车险收入账户UK Motor Revenue Account (Annual Business)

资料来源 Source: Association of British Insurers 英国保险协会

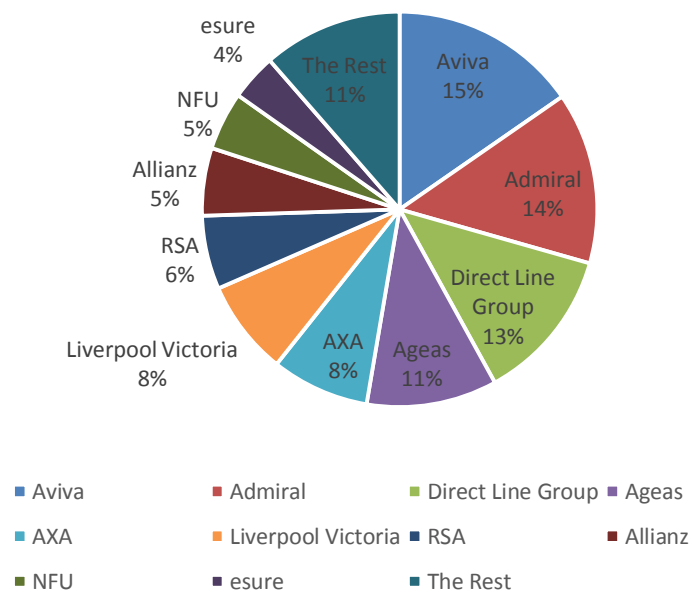
中国与英国前10大保险公司车险市场份额占比

- ▶ 英国前10大财险公司的车险市场占比约为89%，与中国极为接近，两国前十大公司占比份额类似。
- ▶ 但在前10大中，英国的分布更为分散

中国财产保险公司



英国财产保险公司



英国车险市场有各个类型的保险公司，根据自身的战略定位采取了不同的市场和运营策略

市场领导公司

 AVIVA

direct line



高速成长公司

 Admiral

ageas

国际知名公司

 AIG

 AXA

 RSA

Allianz 

定位专利市场

 SAGA

 Sabre
INSURANCE

相互保险公司

 LV=

 NFU Mutual
INSURANCE | PENSIONS | INVESTMENTS

超市自营保险

 TESCO Underwriting

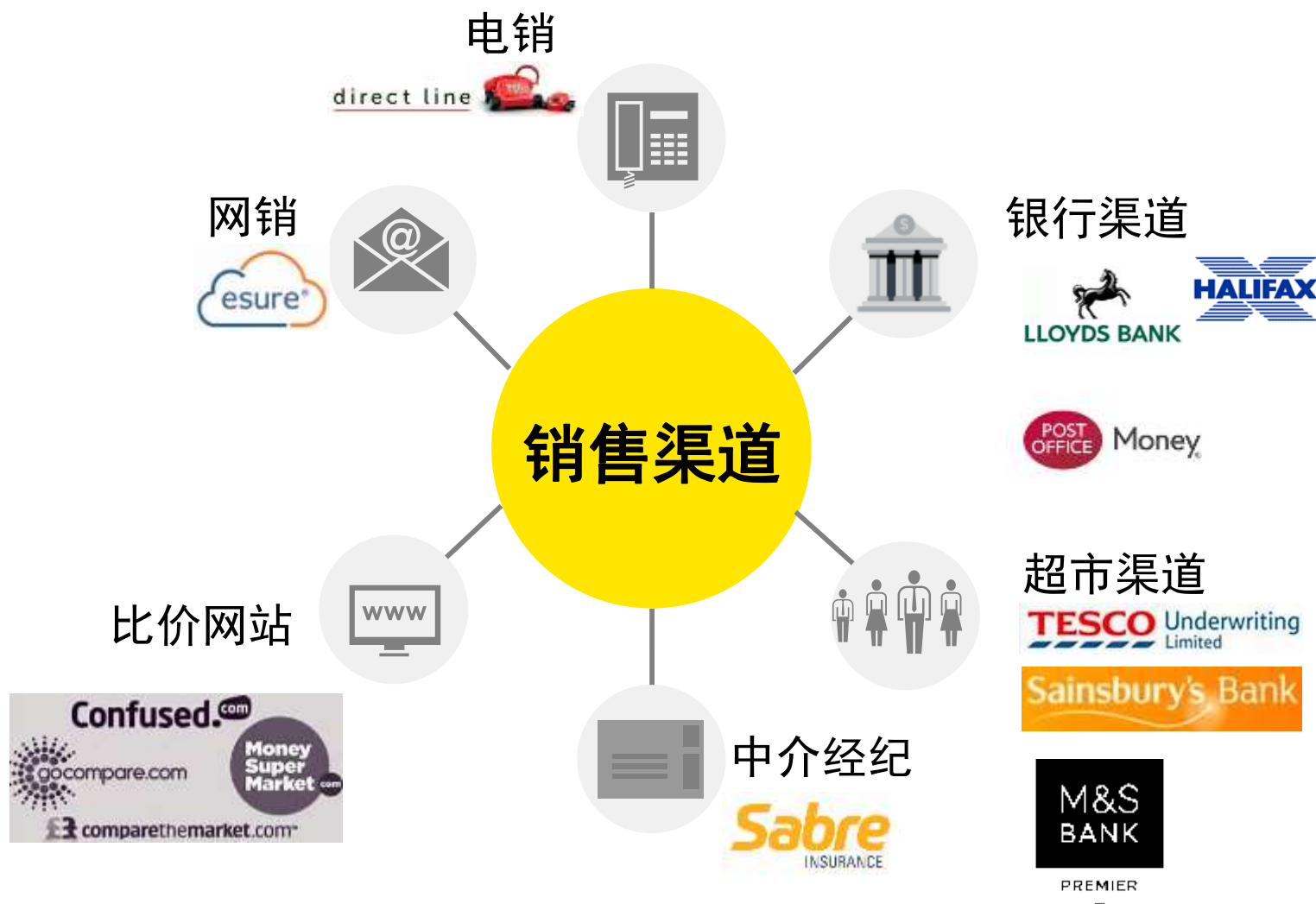
英国车险企业 主要运营特点



市场渠道和营销



英国车险的销售渠道与展业模式非常丰富



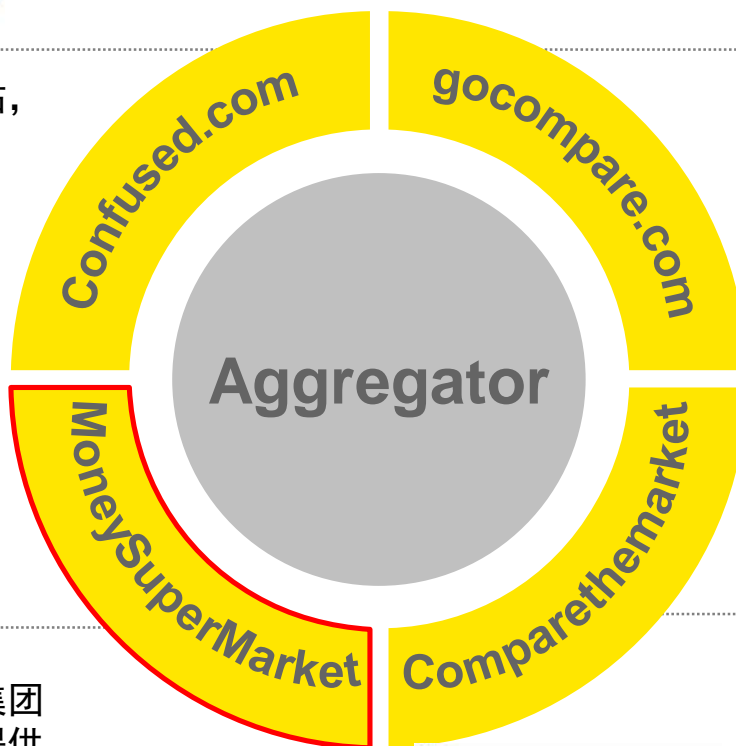
英国主要的比价网站中三家的控制股东是中小型车险企业

Confused.com

- 英国第一家车险比价网站，2002年成立
- 股东为Admiral保险集团
- 2013年推出MotorMate Drive App

Money Super Market

- 母公司
Moneysupermarket.com集团成立于1993年，起家于提供线下金融按揭服务
- 目前为英国最全的比价网站
- 除了车险以外还提供金融产品、旅游产品的比价服务



唯一独立的
比价网站



GoCompare

- 网站于2006年成立
- 股东为Esure保险公司
- 更侧重于比较产品特征而不仅仅是比较产品报价

comparethemarket.com

- 网站于2006年成立，在2012年开展在澳洲的比价业务
- 股东为BGL集团，经营车险品牌Budget和多个银行合作品牌
- 在2009年通过海岛猫鼬广告获得巨大的成功

保险公司针对不同客户群建立不同品牌，是一种非常常用的策略



产品设计



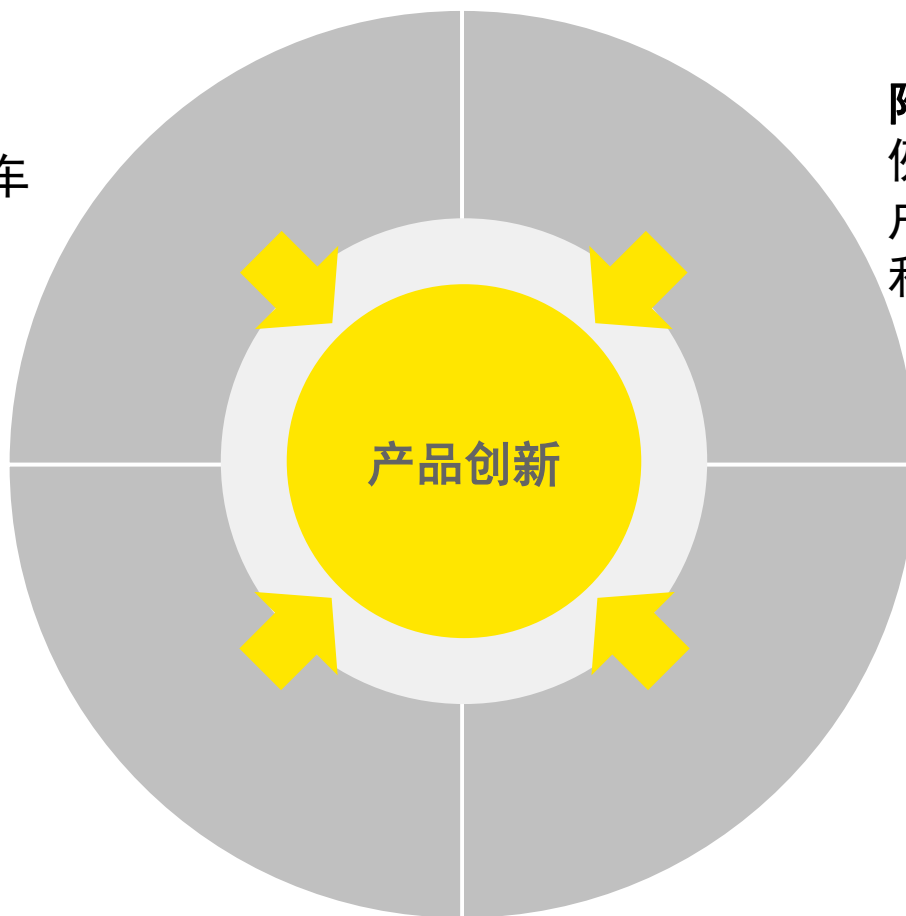
英国车险市场产品同质化非常严重，因此各个公司都在不断进行产品创新，以期差异化产品和服务

产品保障创新：
例如Admiral的多车
保险

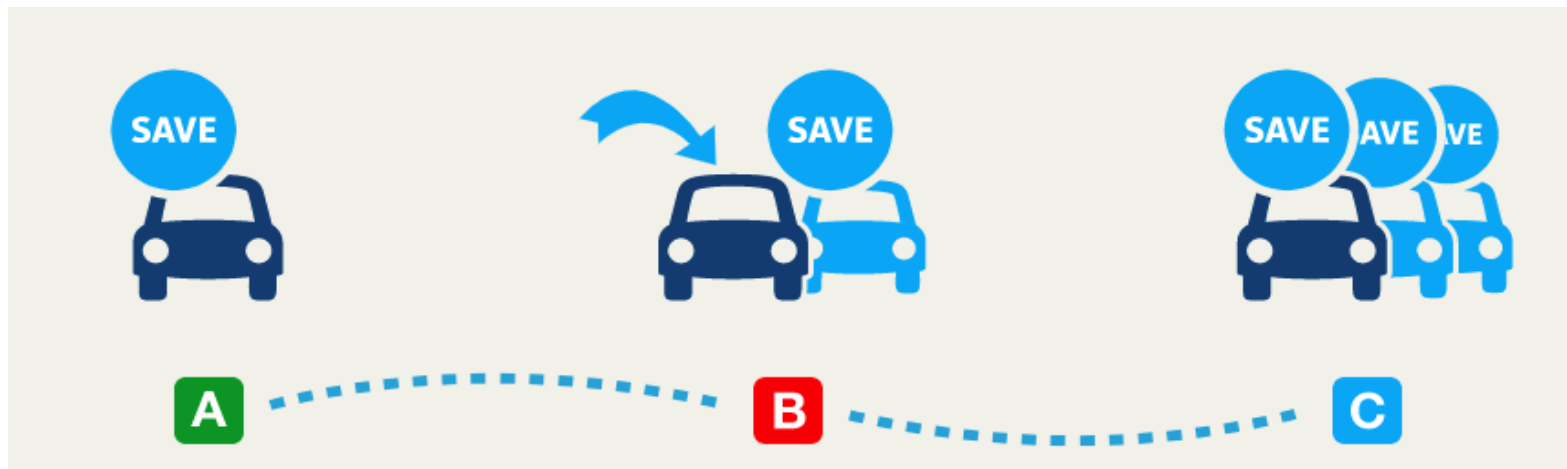
附加险产品定制化：
例如各公司针对女性客
户推出的儿童座椅保险
和手提包保险

保险期限创新：
例如各公司推出的
针对新司机的10个
月期保单

高科技创新：
例如推出UBI产品
和根据社交媒体信
息定价



Admiral公司推出的多车保险使得投保人能够在一张保单内同时投保多辆车并获得额外折扣



- 将第一辆车加入多车保险，从而享受第一个多车折扣
- 其他车辆可以在保险到期后一同加入多车保险的保单
- 每辆车均可享受到多车保费折扣

产品逻辑

- 拓展业务，帮助保费增长
- 单均总体保费上升，费用率摊薄
- 多车使用频率可能略低于普通单车保险，赔付率因此降低
- 结伴购买车险的社会关系，可能反映出此类客户相对保守，有利于赔付率的降低

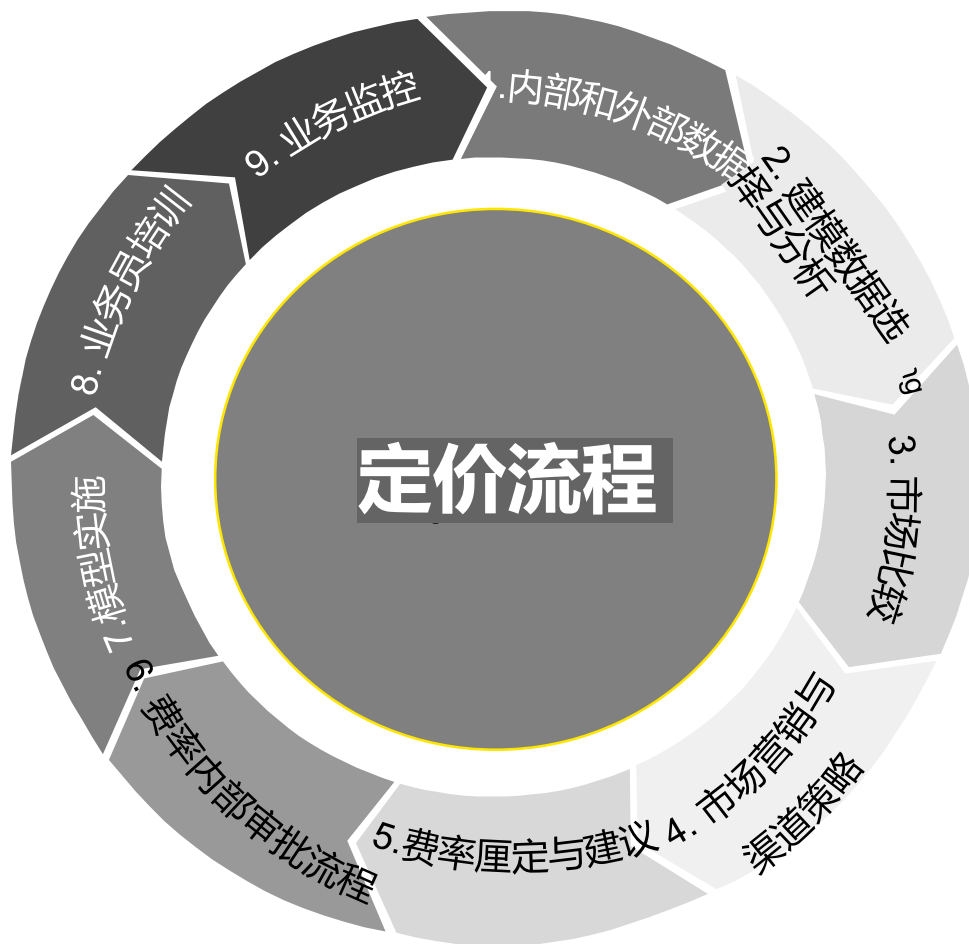
各家公司都针对目标客户群开发了新的附加险



核保定价



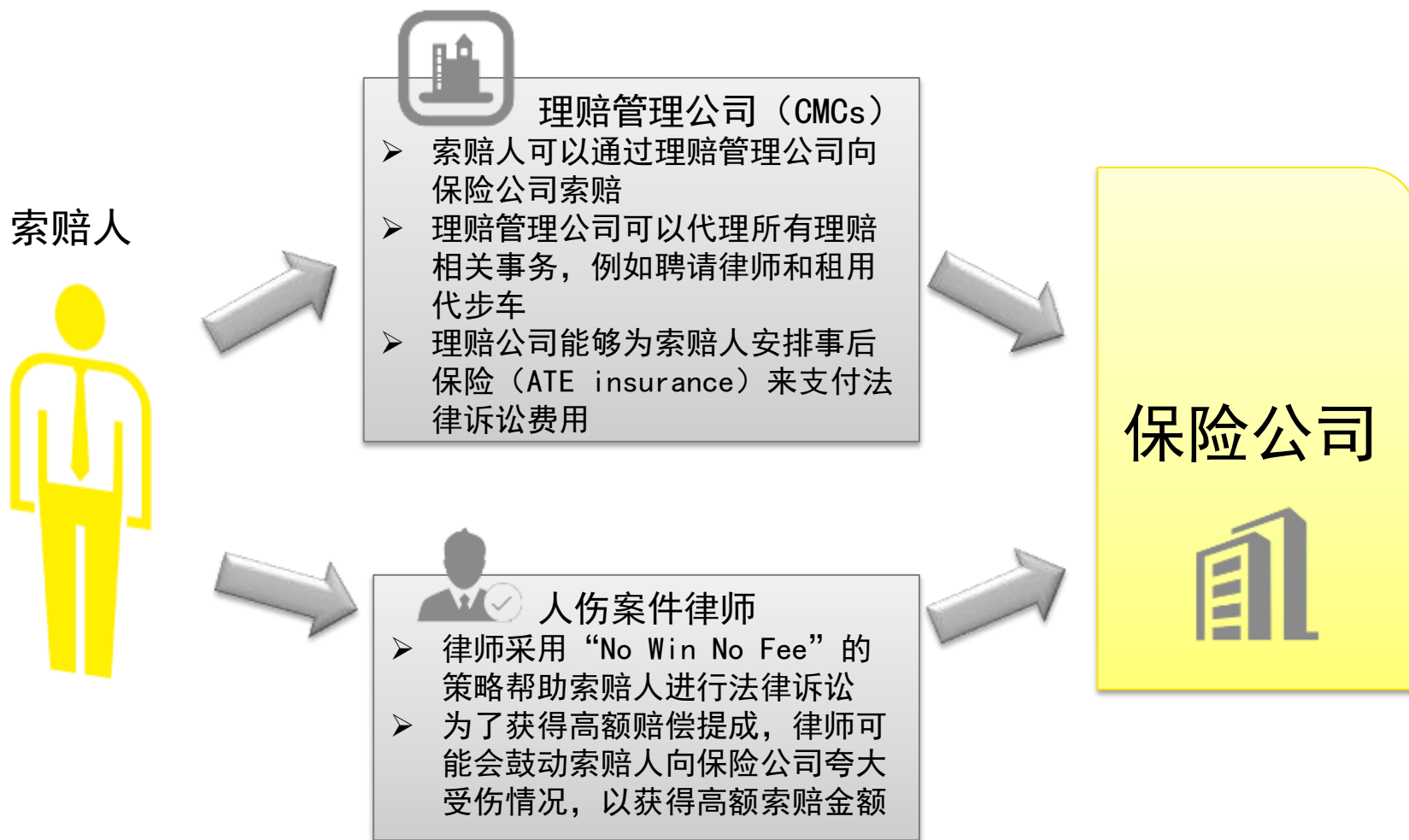
定价是一个系统工程，而不仅仅是建立定价模型



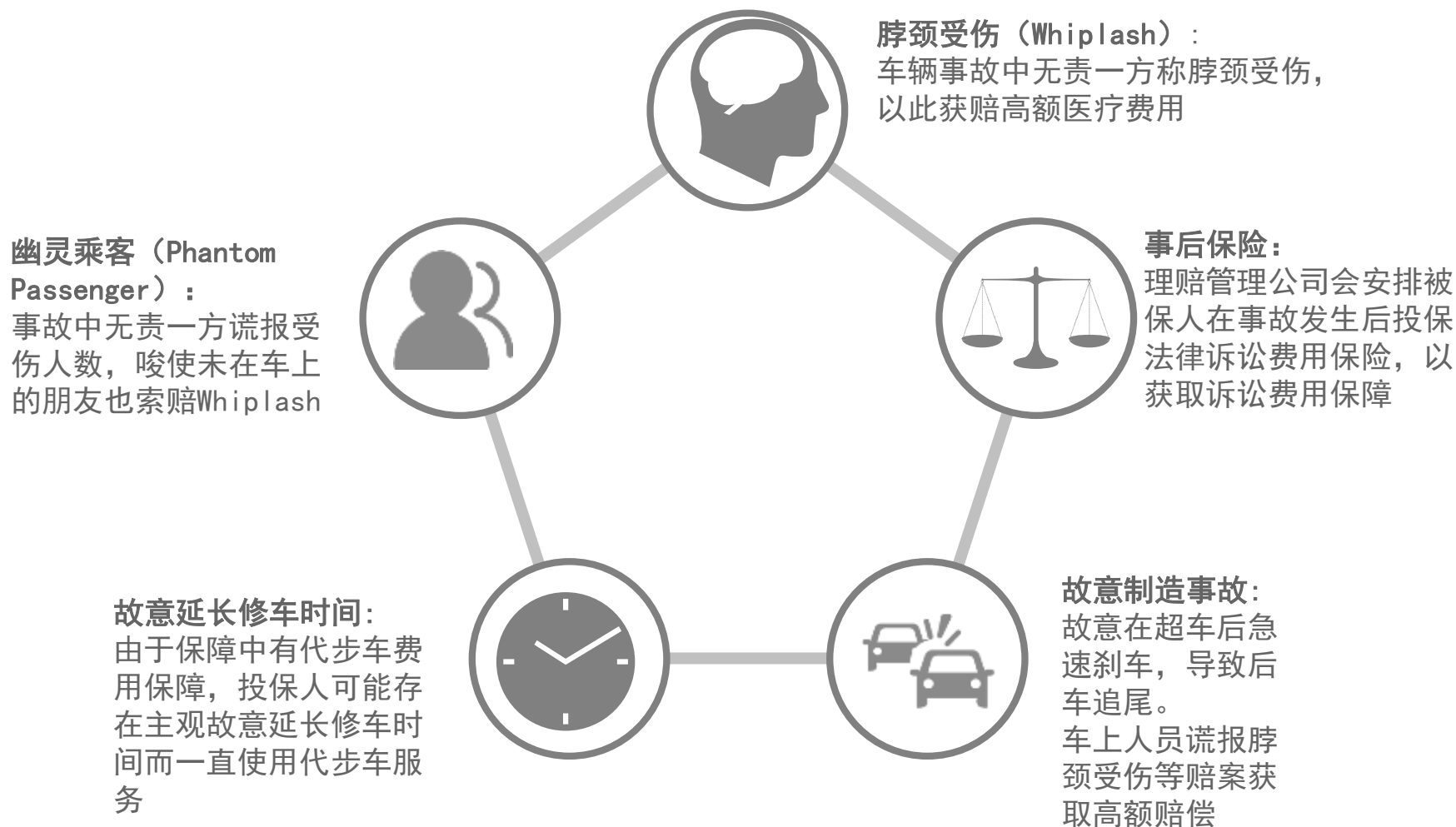
理赔



在英国车险市场，由于车险理赔的过程中有第三方的参与，导致案件理赔出现不同程度的渗漏

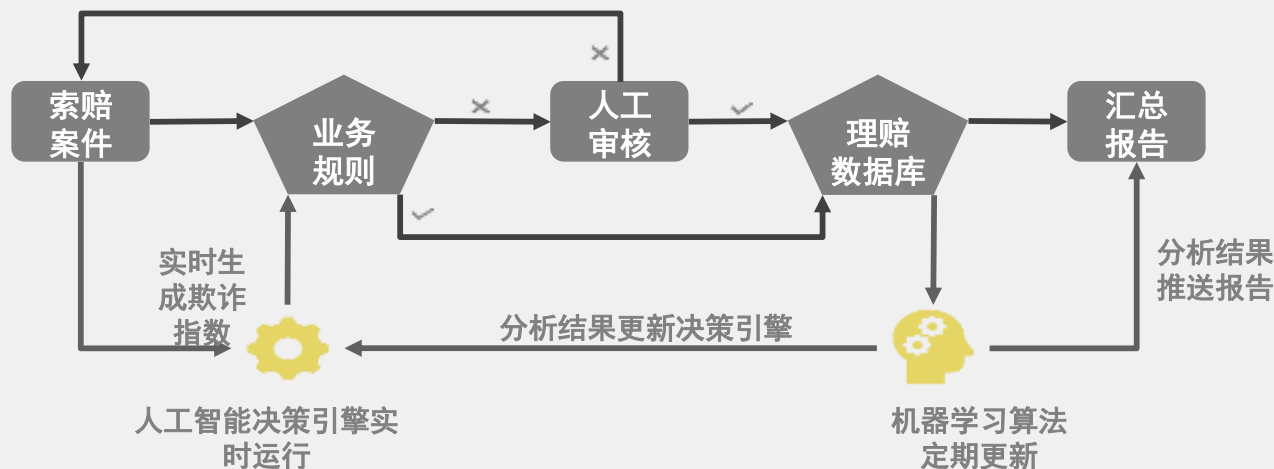


英国的车险理赔也存在各种各样的理赔欺诈和理赔夸大



统计模型和最新的机器学习算法在反欺诈过程中能够起到关键的作用

- 统计模型和机器学习算法能够根据欺诈形式的演化不断更新业务审核规则，有效识别新的理赔欺诈方式：



基于规则的引擎

针对已知欺诈模式或者操作失误的规则，例如超过允许收费工时数，无效的代码或零件、同一个维修多次申请理赔等



实时自动欺诈预警

对于索赔类型或零部件组合中不寻常的模式进行定位、对于和客户的维修保养原因不匹配的索赔或者零件组合进行预警、对于某服务提供商或技术人员的索赔模式与同行相比明显差异等方面给出迅速综合的判断



对异常现象的检测

针对未知但异常的欺诈，例如里程或者工时、零件数量明显超过正常范围

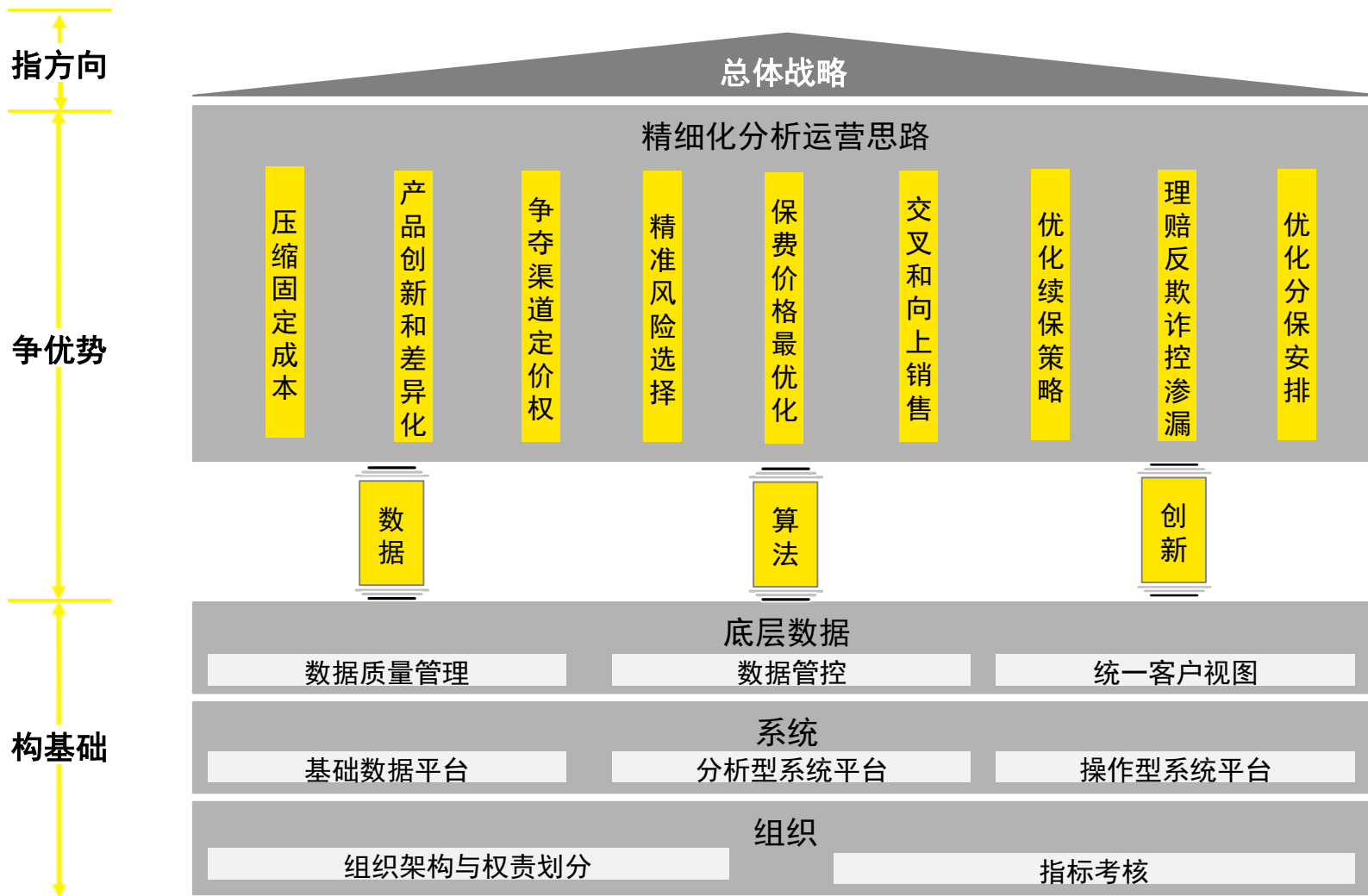
案例剖析--Admiral



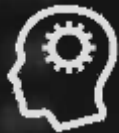
小结和问答



在竞争激烈的市场中取胜，保险公司要练好内功打好基础，并在优势环节上保持领先一步



安永可以为客户提供以下服务



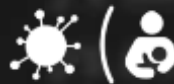
企业战略

- ▶ 可信性分析
- ▶ 定价能力战略规划



数据基础设施建设

- ▶ IT系统咨询与实施
- ▶ 内部数据库建设
- ▶ 外部数据资源整合



产品与服务创新

- ▶ UBI 产品
- ▶ 个性化产品推荐
- ▶ 车险快速理赔



客户关系管理

- ▶ 客户分群
- ▶ 客户忠诚度管理
- ▶ 交叉及向上销售
- ▶ 客户生命周期管理



核保定价

- ▶ 现有定价模型评估
- ▶ 费率分配及两率联动
- ▶ 定价模型分析2.0
- ▶ 客户价格弹性定价
- ▶ 核保规则
- ▶ 价格最优化



市场调研与分析

- ▶ 目标客户群
- ▶ 竞争对手比对
- ▶ 行业数据分析



核赔

- ▶ 理赔预防与缓解
- ▶ 理赔渗漏管理和反欺诈



绩效评估

- ▶ 业务品质监控
- ▶ 随机准备金评估