

清华大学五道口金融学院
中国保险与养老金融研究中心



中国互联网保险发展报告（2024）



前言

2024年，中国国民经济运行稳中有进，向好因素累积增多，在这一背景下，保险行业作为国家经济的重要支柱，其发展态势备受瞩目。国家统计局数据显示，2024年前三季度，中国GDP接近95万亿元，按不变价格计算，同比增长4.8%。前三季度保险业原保险保费收入4.79万亿元，按可比口径同比增长7.2%。根据同业交流数据，2024年前7个月，互联网保险累计保费3663亿元，同比增长15%，重回了两位数的增速。2022年中国互联网保险保费收入占全行业原保费收入的10.2%，2023年略有下降至9.7%，预计2024年整体可重回两位数以上的占比。在保险行业拥抱数智化的大背景下，预计未来互联网保险将继续保持增长趋势，成为推动保险行业高质量发展的重要驱动力。

同时，2024年政府监管部门出台了一系列推动保险业稳健经营与持续发展的政策措施，不仅为传统保险业务的健康发展奠定了坚实基础，更为互联网保险等新兴业态的发展提供了战略指引和制度保障。具体而言，2024年5月国家金融监督管理总局发布《关于推进普惠保险高质量发展的指导意见》，为提升保险服务的普惠性和覆盖面提供了战略指引；8月出台《关于加强和改进互联网财产保险业务监管有关事项的通知》，进一步规范了互联网财产保险业务的市场秩序，促进了其健康有序发展；9月，国务院发布《关于加强监管防范风险推动保险业高质量发展的若干意见》，即国十条3.0。其中，“鼓励运用人工智能、大数据”“提升数智化水平”等，都被纳入到新时代新阶段下对于保险业的新要求与新定位之中。作为保险业数智化的典型代表，互联网保险的发展也受到政策的积极推动，将成为保险行业高质量发展的重要引擎。

清华大学五道口金融学院中国保险与养老金融研究中心联合互联网保险行业的领航者元保，共同对互联网保险的发展进行了深入研究，以期与行业共同探讨、展望并推动互联网保险的高质量发展，并为保险学界、业界、政府相关部门在互联网保险领域的研究和实践提供一些有价值的参考。

通过研究近十年保险市场发展历程及相关行业数据变化趋势，本报告梳理了中国互联网保险的发展驱动因素、本质价值、引领行业创新发展的典型案例等，提出互联网保险代表了保险业先进生产力的核心观点。并通过深入探究近十年保费发展趋势以及近两年数据变化，对互联网保险未来五年的发展空间进行展望，总结出五大趋势判断。

目录

1 第一章 互联网保险代表了保险业的先进生产力

- 1.1 驱动因素：互联网保险的发展顺应了时代潮流
- 1.2 本质价值：“以客户为中心”的互联网保险蕴含巨大的用户和行业价值
- 1.3 典型案例：互联网保险引领并推动普惠健康险创新发展

20 第二章 互联网保险行业发展现状洞察：整体发展迅速，中介是主力渠道

- 2.1 互联网财产险：意健险占比提高，中介渠道占比显著提升，市场集中度下降
- 2.2 互联网人身险：普通寿险支撑了增长，中介渠道贡献 90% 以上保费，市场集中度上升
- 2.3 互联网意健险：整体恢复增长，医疗险占七成，是主要的增长点

31 第三章 互联网保险市场展望：五大趋势判断

- 3.1 互联网保险市场发展空间巨大，未来 5 年有望突破万亿大关
- 3.2 普惠需求正在线上释放，普惠产品将成为互联网保险的关键方向
- 3.3 互联网中介渠道优势将继续凸显，保司格局尚未成型，战略机遇依然存在
- 3.4 互联网保险专业经营水平将持续提升
- 3.5 随着 AI 技术的深入发展应用，互联网保险将持续引领保险科技的变革

第一章

互联网保险代表了保险业的先进生产力

近年来，互联网保险发展迅速，已经成为保险业重要的新兴销售渠道，成为拉动保费增长的重要驱动力之一。中国保险行业协会统计数据显示，从2013年至2023年十年间，互联网保险的保费规模从290亿元增加至4948.6亿元，年均复合增长率达到32.8%。2022年，保险业的互联网渗透率首次突破10%，具有里程碑式的历史意义。

原银保监会在2020年发布，2021年2月起正式施行的《互联网保险业务监管办法》对互联网保险业务的定义做了明确说明，其中第二条指出：“本办法所称互联网保险业务，是指保险机构依托互联网订立保险合同、提供保险服务的保险经营活动”。因此，本报告认为，互联网保险是指通过互联网等技术实现保险销售、承保、理赔、客户服务等保险业务环节的一种新型保险模式，即相比较传统保险，互联网保险在保险销售渠道和服务上均有创新。

本章通过分析互联网保险的发展驱动因素，并梳理其对用户和行业的本质价值，认为互联网保险的发展顺应了时代潮流，具有“以客户为中心”的本质特征。互联网保险在科技赋能下引领并推动了行业创新发展，如互联网推动百万医疗险和惠民保等普惠健康险迅速发展，是普惠保险发展的重要动能。因此，可以说，互联网保险代表了保险业的先进生产力。



1.1 驱动因素：互联网保险的发展顺应了时代潮流

互联网保险的发展是一个不断进化的过程，机遇与挑战并存，其发展驱动因素主要来自以下几个方面：首先是**消费者行为的转变**，随着互联网应用覆盖到消费生活各个领域，数字消费用户基础日益庞大，年轻一代正在成为数字消费的主力军。其次，**保险行业的内在需求**也是推动其向互联网转型的重要因素，保险机构需要通过线上渠道来拓宽市场、提高效率和降低成本。再次，**监管政策的推动和规范**也为互联网保险的发展提供了良好的外部环境，监管机构出台了一系列政策和措施来规范和促进互联网保险业务的发展。最后，**科技进步特别是人工智能技术的发展**，为互联网保险提供了技术支持，使得保险产品的设计、销售和理赔等环节可以更加高效和便捷。通过这些时代潮流因素的共同作用，互联网保险得以实现从初步探索到成熟应用的转变，不断满足市场和消费者的需求。

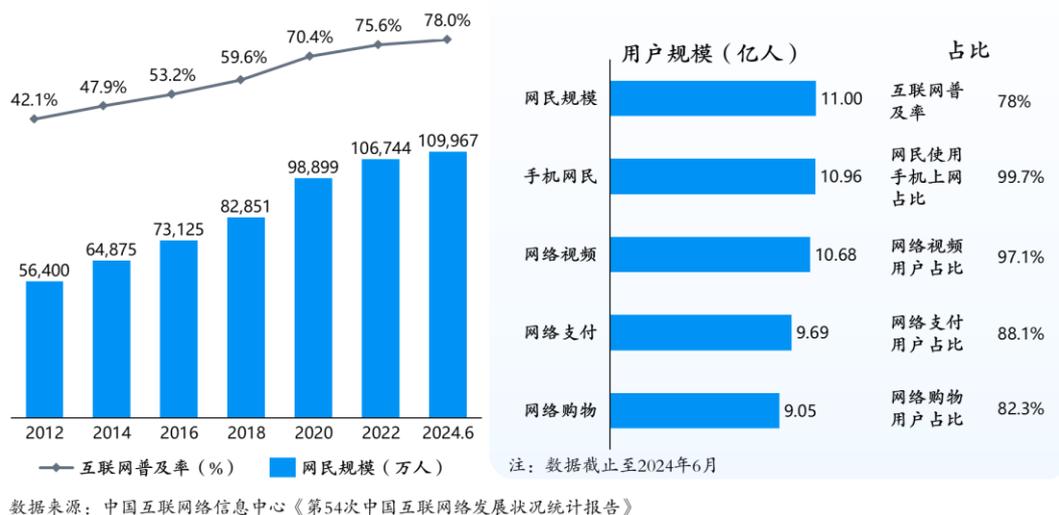
1.1.1 消费者行为转变，年轻一代成为数字消费主力军

随着网民数量快速增长，线上交易习惯养成，年轻一代的互联网原住民成为保险实际及潜在购买力主体，消费者越来越愿意在线上购险。

中国互联网络信息中心最新发布的《中国互联网络发展状况统计报告》显示，从2012年12月到2024年6月，我国网民规模从5.64亿增加到约11亿，互联网普及率从42.1%提升至78%，连续13年居世界第一，形成了世界上最大的数字社会。除此之外，网民使用手机上网的比例为99.7%，网络视频用户规模占网民整体的97.1%，其中短视频用户规模达10.5亿人，占网民整体的95.5%。网络支付用户达到9.69亿人，占网民整体的88.1%。网络购物用户达到9.05亿人，占网民整体的82.3%¹，这意味着线上交易、移动支付的基础设施已完善，用户的线上交易习惯已经养成。

¹ 中国互联网络信息中心，第54次《中国互联网络发展状况统计报告》

图表1：截至2024年6月网民规模和互联网普及率



2024年6月，中国互联网络信息中心发布的《互联网助力数字消费发展蓝皮书》显示，互联网在促进新消费模式发展、带动形成新消费热点、推动新消费群体崛起等方面持续发挥积极作用。在我国9亿多网络购物用户中，“90后”“00后”网络购物使用率分别达到95.1%、88.5%，成为数字消费主力军。特别是“银发族”和农村用户等数字消费新势力也不断扩大，为数字消费增长注入新动能²。

80、90后逐渐成为保险的购买主力。《保险新周期：中国保险用户需求趋势洞察报告》的调查显示，在购买过商业保险的人群中，80、90后群体的占比已超过75%。没有购买过商业保险但资金允许背景下有意愿购买商业保险的群体，80、90后人群占比也达到70%以上。80、90后群体已然成为目前保险消费的主力军³。根据中国平安2023年业绩发布会上公布的数据，中国平安30至45岁年龄段的客户占比已经超过了50%。年轻一代是互联网原住民，其消费能力和消费习惯都在发生改变。这一群体的购买和沟通方式更分散化、社交化、视频化，对互联网更加信任；他们的保险购买行为更为主动，对保险的需求呈现出前所未有的多样性；同时对新兴科技的接受度和利用能力也远超前辈。

消费者越来越愿意在线上购买保险。清华大学五道口金融学院中国保险与养老金研究中心、元保联合发布的《2023年中国互联网保险消费者洞察报告》，通过对3155个样本量的调研显示，2023年虽然传统保司线下渠道仍是当前购险首选，但在消费者的未来购险计划中，选择线上渠道的比例有明显增长，体现出保险线上化的趋势。

² 中国互联网络信息中心《互联网助力数字消费发展白皮书》

³ 艾瑞咨询、i云保《保险新周期：中国保险用户需求趋势洞察报告》