

宠物险市场“蓝海”下 “成本高”与“赔得少”之困

随着“宠物经济”的兴起,越来越多的宠物主人愿意为宠物的健康投入更多资源,可以转嫁宠物医疗成本的宠物险作为一种新兴的保障方式快速发展,近两年部分险企的宠物险保费增长率超过100%。

尽管如此,宠物险在发展的过程中也面临着诸多痛点和挑战。一方面,部分经营宠物险的保险公司面临赔付成本高,甚至亏损的局面;另一方面,消费者却认为宠物险限制多、赔付少。

多名业内人士对此表示,这一矛盾其实是由宠物医疗市场的不规范、宠物险产品设计的不完善以及用户对保险产品的理解不足等多方因素造成的。因此,行业的规范化体系亟待构建和完善。

宠物经济

“蓝海”市场潜力巨大

派读宠物行业大数据平台发布的《2025年中国宠物行业白皮书(消费报告)》显示,2024年我国犬猫数量已突破1.2亿只,城镇犬猫消费市场规模突破3000亿元。

随着“宠物经济”的蓬勃发展,爱宠们的健康消费也日益增长。“人病了还能走医保,宠物一生病就是自费VIP”这样的感慨在网络时常出现。

据众安在线(06060.HK)携手蚂蚁保此前发布的《2023年宠物数字化保险行业发展洞察趋势白皮书》(下称《白皮书》)统计,2023年宠物主花在单只猫、狗身上的平均单次就诊费用为2390元和2786元。2022年上述两个数字分别为2287元和2460元。如何让“毛孩子”们看病更省钱,宠物保险便成了宠物主们的“减负”秘籍。

宠物保险是为宠物(目前主要针对猫、狗)及其主人提供保障的一种商业保险。

记者从蚂蚁保平台上查询发现,目前较为主流的宠物保险主要为宠物医疗保险及宠物责任险,前者在宠物生病、发生意外等情况下给付部分医疗费用,后者则主要承保由宠物造成的第三方责任(例如第三方被咬等情况),保费根据保障金额和责任的不同从一年上百元至上千元不等。另外,市场上也有一些例如宠物托运险等较为小众的险种。

国内宠物保险始于2004年左右,彼时多以责任险为主。最近几年随着宠物医疗行业的发展,越来越多的险企开始布局宠物医疗险,宠物险开始进入快速发展期。头豹研究院的数据显示,中国宠物保险市场规模从2017年的2.1亿元增至2021年的33.7亿元,年复合增长率达到100.4%。一些以新兴险种为重点方向的中小公司,例如众安在线、国泰产险等,均将宠物险作为自己的一大新增增长点。众安在线年报显示,2024年其宠物险总保费规模同比增长达129.5%。

尽管增速较高,但我国宠物险渗透率在全球范围来看仍较低。《白皮书》数据显示,瑞典宠物保险渗透率最高,约为40%。亚洲地区,日本的宠物保险市场发展速度较快,渗透率达10%。而我国宠物险仍处在发展初期,渗透率尚不及1%。

不过,业内人士普遍认为,随着我国情感消费背景下的“宠物经济”崛起,宠物保险可谓是一片“蓝海”。参照部分发达国家宠物保险市场的渗透率,国内宠物保险市场显然仍有巨大的发展空间。

成本高 VS 赔得少

尽管宠物险市场前景广阔,但在发展过程中也暴露出诸多痛点,甚至在消费者和保险公司两方面产生了截然不同的矛盾“体感”。

从消费者角度而言,虽然宠物险仍相对小众,但投诉不少。在“黑猫投诉”平台上,记者用“宠物保险”搜索,发现相关投诉超过千条。其中令消费者不满意的一大集中点即为“限制多、赔得少”。

比如,近期杭州宠物主小许向媒体反映,自己饲养的金毛犬在宠物医院治病花费6000多元,原本以为宠物险可以报销70%,但最后仅获得1500元赔付,该典型案例也引发了市场关注。

而在另一边,保险公司认为宠物险赔付率高,生意难做。蚂蚁保宠物险业务负责人张艺琦透露,目前宠物险的赔付成本在整个财产险中是最高的险种之一,甚至有很多保司处于亏损状态。

矛盾背后,最大问题是行业的不规范。一名资深业内人士对此分析道,宠物险行业的痛点一方面体现在宠物医疗的不规范上,“宠物看病像开盲盒”,诊疗不规范、价格不透明等问题屡见不鲜,这也导致了保险成本的增加,在大数法则下消费者无疑也承担了这部分成本。而另一边,保险公司在核保、产品设计上也存在挑战和不完善的地方,例如由于宠物的毛色、长相极为相似,给身份识别带来挑战,容易出现骗保现象,有人养多只宠物却只买一份保险(目前已有部分保险机构借助鼻纹识别技术很大程度上避免了这一问题);还有人和宠物医院联合起来,故意给宠物开高剂量药物,骗取理赔费用。

相关研究机构表示,目前中国市场上的多数宠物保险产品,对不同品种、不同年龄阶段、不同体形大小的宠物实行无差别定价,这是不符合正常保险定价法则的,变相鼓

励了部分高风险群体投保逆向选择,或将最终导致部分保险产品供给端脱离宠物风险实际状况。

张艺琦称,目前宠物险行业的总体赔付成本中,由于诊疗不规范和欺诈所引发的赔付成本超过了20%。“这是非常夸张的数据,直接导致了宠物险的高赔付。”

而这些提高赔付成本的因素,也使得保险公司在设计宠物险时,需要在看似几万元的总保额下再限制可能不到总保额十分之一的单次理赔上限。由于宠物险的消费者多为年轻人,且主要投保渠道为互联网平台,因此如果保险公司没有在页面上显著标注及充分解释,或者消费者没有仔细看条款内容,就容易造成部分消费者对于单次理赔上限、等待期、免责条款等产品的忽视或者不了解,从而使得产品理赔时与消费者的心理预期形成落差,引发理赔纠纷。

多方共建是规范化关键

面对宠物险市场存在的诸多问题,规范化发展无疑已成当务之急。在业内人士看来,行业规范化的进程需多方共建。

据了解,目前,市场上宠物险及宠物医疗的规范化工作正在逐步推进,近期已有保险平台与宠物医院及学界共同构建宠物险行业在就医理念、诊疗标准等方面的应用规范,推动行业规范发展。

参与行业规范化体系建设的南京农业大学动物医学院、预防兽医学系副教授丹晨表示,要建立规范的宠物医疗行业,需从看病过程的

规范透明、采购渠道的统一标准、疾病分类与治疗方案的规范等方面入手。通过整合诊疗数据和保险数据,挖掘既往数据,制定更加科学的规范,为保险产品的定价和设计提供依据,从而解决宠物看病贵、看病难的问题,创造更加优秀、适宜的行业生态。

张艺琦表示,期望通过行业的共建,实现从行业诊疗规范到保险行业规范的体系构建,形成宠物疾病图谱、疾病分级、定义、治疗方案、用药用量和收费参考等标准,为保险产品的设计、精算模型和定价体

系提供支撑,沉淀出平台的理赔审核标准以及医院的评级分层,让用户在理赔过程中体验更加标准化、透明化和有确定性。

而从产品设计角度来看,蚂蚁保财险风控负责人李白昱认为,产品设计的不完善以及用户对保险产品的理解不足,也是导致宠物险市场乱象的重要原因。未来,需不断优化产品设计,提高产品性价比,逐步完善和宣导保险知识,让用户了解保险产品的等待期、免责条款以及赔付范围等,减少因误解而产生的纠纷。
(第一财经)