

增强互动频率 提升用户黏性

保险公司加速布局在线运动赛道

打开手机APP,每天行走的步数、每次运动的记录都能直接兑换成保险权益,甚至降低保费——这不再是未来幻想,而是保险公司正大力布局的新现实。

日前,平安健康险宣布,“平安健康保险”客户端迭代升级为“平安乐健康”客户端,客户在平台上的健康行为及使用的服务将转化为积分兑换权益。在此之前,中国太保的“太爱跑”、中宏保险的“中宏保险MOVE”等APP已先后上线,保险公司集体加码在线运动赛道,一场打造“保险版Keep”的布局正悄然展开。

保险版Keep加速上线

当前,保险公司不再满足于传统的风险补偿者角色,而是希望通过运动健康管理切入客户的日常生活。

平安健康险表示,将为客户提供一个专业的健康资产管理平台,通过数字化账户,串联客户全周期健康旅程,将“健康行为”量化为可增值的“健康资产”。具体来说,客户在平台上的健康行为及使用的服务将转化为积分,可用于兑换如免赔额降低、保费折扣等权益。事实上,平安健康险并非个例,此前中国太保和中宏保险已分别推出“太爱跑”APP和“中宏保险MOVE”APP等在线运动平台。

综合来看,这些APP普遍具备自动检测、分析运动数据、制定运动计划等功能;能够采集、检测用户的健康、运动数据,进而有了为保险业务赋能的空间。在浙大城市学院副教授林先平看来,一方面,保险公司通过运动数据动态评估用户健康风险,能够优化保险产品定价与核保模型,实现精准风控。另一方面,运动场景能增强用户互动频率,将低频的保险服务转化为高频健康管理,提升客户黏性。

银行也在转变汽车金融业务打法,从单纯的价格竞争转向服务和生态竞争。在银行角力汽车金融市场的过程中,特色网点作为服务触达的“毛细血管”,正在发挥着重要作用。

近日,兴业银行在广州白云区永平街开设了一家汽车金融特色支行,该支行位于汽车城内部。兴业银行广州汽车城支行负责人表示,未来该支行将以“金融+资源整合”为核心,推动构建覆盖“研发、生产、销售、使用、后市场”的全链条汽车生态体系,紧扣汽车产业关键环节,创新产品、优化服务,定期开展政策解读、银企对接活动,搭建区域汽车产业数据与金融服务对接平台。

建设银行广东省分行佛山文华北路支行面向华南汽车城探索银行创新业务



布局在线运动赛道,保险公司可以通过运动数据动态评估用户健康风险,助力用户进行健康管理。(CFP)

需关注数据与隐私合规

近年来,随着全民健身战略的深入推進与《健康中国2030规划纲要》的持续落实,健身运动已从少数人的坚持逐渐转变为多数人的日常,成为人们一种健康的生活方式。相关数据显示,我国经常参加体育锻炼的人数已达到5.4亿人,比例超过38.5%。

庞大的运动人群背后,既蕴藏着巨大的健康管理服务需求,也出现一定保障缺口,如防护意识不足导致运动损伤频发、专业指导缺失使得健身效果不佳、康复知识匮乏影响恢复进程等,这些痛点恰恰成为保险公司切入在线运动赛道的绝佳入口。

同时,健康险行业自身的转型需求

也愈发迫切。传统健康险产品同质化严重,以事后赔付为主的模式难以满足用户多元化需求,而低频的保险服务也导致客户黏性不足。

基于潜在用户需求和自身健康管理的需求,在探索运动与保险融合过程中,保险业进行了两方面尝试,一是搭建自己的在线运动管理平台,通过自营平台获得用户数据;二是直接与成熟第三方在线运动平台合作,如Keep、咕咚等。

天使投资人、资深人工智能专家郭涛分析认为,自研APP优势在于数据主权可控,可深度嵌入保险业务流程,并通过会员体系强化品牌链接;劣势是初期投入大且面临用户习惯培养挑战,尤其面对Keep等头部平台的流量壁垒。第三方合作可快速借力成熟流量入口,但数据获取深度受限,易陷入同质化竞争。(中新)

期来看,自建平台更易形成差异化服务壁垒,通过将保险权益与健康行为深度绑定,能建立更可持续的用户关系。

不过,无论自营平台还是与第三方平台合作,保险公司都面临一定挑战,首当其冲就是数据安全与合规。保险公司收集的数据不仅包括步数、里程等基础运动信息,还可能涉及运动线路位置、心率、血压等敏感数据,如何保障这些数据的安全使用是用户和监管关注的重点。对此,林先平建议,建立三级平衡机制:采集层面实行分级授权,区分基础数据与敏感信息,敏感信息需单独获得用户书面授权;在存储环节采用匿名化处理,建立数据脱敏技术标准,确保原始数据不可追溯;使用阶段设定明确场景边界,如精算建模需经用户二次授权。同时设立独立合规官岗位,定期开展隐私影响评估。(中新)

银行角力汽车金融市场

特色网点成重要支点

发展模式,作为广东首家“汽车主题”银行网点,佛山文华北路支行结合互联网技术,引入3D看车在线展示功能,客户可以在网点体验360度看车、选车以及预约试驾功能,了解各个品牌车型的性能、价位等信息。

工行上海市分行与数十家汽车主机厂和本地超300家主流汽车经销商、直营门店保持紧密合作,通过汽车分期专员

客户经理团队提供驻店服务,同时组织辖内支行开展汽车品牌推广日、线下试乘试驾等活动,打造汽车分期业务特色网点。

另外,为全力服务安徽省新能源汽车产业集群,农行安徽分行出台金融扶持新能源汽车产业发展的专属方案,率先成立4家新能源汽车特色网点,抽调不同领域年轻业务骨干,打造多支懂行业、懂技术、懂信贷,具有工科背景的专属服务

团队,为新能源车企提供深度精准的专业金融服务。

中小银行也在通过特色网点的形式分享汽车金融大市场。在有着“中国专用汽车之都”的湖北随州,随州农商银行万店支行持续深耕专用汽车产业带,组建以行长为组长的工作专班,运用“创业担保贴息贷”“好企贷”“价值信用贷”等产品,全力支持汽车企业研发生产新车型,为汽车企业提供一站式综合金融服务。

今年6月以来,北京、上海、浙江、江苏等地银行业协会相继发布汽车消费金融业务自律公约,叫停“高息高返”业务。业内人士认为,银行也在转变汽车金融业务打法,从单纯的价格竞争转向服务和生态竞争,其中,汽车金融特色网点或成为重要策略。(钟欣)

健康与养老保险保障
指数研究报告发布

深化多层次保障
推动养老生活规划

日前,在“深化多层次保障:健康险与养老第三支柱的协同发展”高峰论坛上,深圳手回科技集团携手南开大学金融学院联合发布《2024健康与养老保险保障指数研究报告》(以下简称《报告》)。《报告》显示,2024年,我国居民健康与养老保险保障综合指数为0.5473。其中,健康保险保障指数0.6241,显著高于养老保险保障指数0.4706,养老已成为建设我国多层次保障体系的关键环节。

中青年引领保障意识

《报告》展示了我国健康保障建设取得的积极进展,揭示了下一阶段精细化发展的关键方向。从生命周期来看,36岁-40岁群体保障得分最高(0.6416),彰显社会核心劳动力群体成熟的风险管理和家庭责任意识。25岁以下群体(0.5583)与50岁以上群体(0.6061)的保障水平揭示了未来市场精细化运营与产品创新的重要机遇,潜力巨大。

社会经济因素的分析为产品与服务创新提供了清晰路径。保障水平与教育程度、职业稳定性及家庭收入呈明显正相关。研究生及以上学历人群的保障指数(0.6424)领跑,初中及以下群体(0.5363)则代表了普惠保险教育和服务下沉的关键阵地。家庭年收入在30万元-50万元的中高收入群体保障最充分(0.6607);收入超100万元的群体(0.6086)展现出对保障品质与定制化服务的更高期待,为市场开辟了全新的升级空间。

推动保障与养老融合

我国居民养老高度依赖第一支柱基本养老保险(覆盖率为74.38%),而第二、第三支柱发展迟缓,企业年金、个人养老金和商业养老保险覆盖范围有限。居民养老储备预期保守,未来收入替代和支付能力存在较大发展空间。

南开大学卫生经济与医疗保障研究中心主任朱铭来表示,健康与养老并非割裂的风险,而是贯穿个人全生命周期的连续谱系。未来必须打破险种壁垒,推动健康保障与养老积累的深度融合。

《报告》建议,在政策层面,优化第二、第三支柱的激励政策,扩大企业年金覆盖面,提高个人养老金参与率;在市场层面,保险机构大力创新,开发与健康管理、养老服务紧密捆绑的综合型产品。例如,探索“养老保险+健康管理服务”“年金保险+养老服务”“重疾险+长期护理险”等组合方案,让保障产品不仅能应对风险,更能主动管理健康和规划养老生活。(中新)

新鲜有趣的金融资讯,贴心实用的理财百科,帮你打理钱袋子、为你提供好点子,热点+热度+热情——“泉州金融窗”,一个全新视角的金融天地!



奋斗之城 爱拼会赢敢为先

泉州晚报社宣

泉州晚报 / 東南早報 / 泉州晚报·海外版 / 泉州商报 / 泉州网 / 泉州通

