

分类号 _____
U D C _____

密级 _____
编号 10741



硕士学位论文

(专业学位)

论文题目 互联网保险监管问题研究

研究生姓名: 陈鑫

指导教师姓名、职称: 张宗军 教授

学科、专业名称: 应用经济学 保险硕士

研究方向: 风险管理与保险

提交日期: 2021年5月25日

独创性声明

本人声明所呈交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

学位论文作者签名： 陈鑫 签字日期： 2021.5.25

导师签名： 张华 签字日期： 2021.5.25

导师(校外)签名： _____ 签字日期： _____

关于论文使用授权的说明

本人完全了解学校关于保留、使用学位论文的各项规定， 同意（选择“同意”/“不同意”）以下事项：

1. 学校有权保留本论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文；

2. 学校有权将本人的学位论文提交至清华大学“中国学术期刊（光盘版）电子杂志社”用于出版和编入 CNKI《中国知识资源总库》或其他同类数据库，传播本学位论文的全部或部分内容。

学位论文作者签名： 陈鑫 签字日期： 2021.5.25

导师签名： 张华 签字日期： 2021.5.25

导师(校外)签名： _____ 签字日期： _____

Research on the supervision of Internet insurance

Candidate : Chen Xin

Supervisor: Zhang Zongjun

摘 要

作为保险服务与保险销售的新形态,互联网保险在互联网技术不断深入应用的过程中对保险监管和保险业态的影响愈发深刻,其在快速发展中所暴露的问题和隐患也不断挑战着保险业的发展和监管,与此同时,我国的互联网保险监管制度、监管体系尚未完善,监管人才匮乏,政府对于监管手段制定和完善的速度远不及互联网保险的发展速度,这无疑使互联网保险的监管难上加难。面对如此严峻的形势,探究我国互联网保险发展中存在的典型问题以及监管中存在的不足,并针对这些问题与不足提出行之有效的监管对策就显得尤为重要。

本文运用理论分析法、文献分析法和案例分析法,先对互联网保险的含义进行界定,简单介绍我国近年来互联网保险内涵的演变,引出互联网保险的发展历程及其发展现状,以不完备法律理论、网络经济学理论等为理论依据,结合五种互联网保险主要模式的案例,分析该业务在发展中存在的突出问题以及监管困境,借鉴美国、日本、欧盟互联网保险监管的先进经验,从三个视角提出完善我国互联网保险监管的建议:一是政府监管方面,完善监管法制体系、加强数据安全保护;二是行业自律方面,完善信息披露制度、协调市场准入退出机制、建立信用等级评估体系、构建多元化纠纷处理机制、培养专业监管人才;三是社会监督方面,建立可回溯管理与服务评价体系、发挥社会舆论监督作用。

有效的互联网保险监管不仅能为互联网保险进行深刻变革提供制度保障,同时也能加强对消费者合法权益的维护,为国民经济健康稳定发展目标的实现奠定基石。

关键词: 互联网保险模式 监管困境 保险监管

Abstract

As a new form of insurance services and insurance sales, online insurance has a more profound impact on insurance regulation and insurance formats in the process of the continuous in-depth application of Internet technology. The problems and hidden dangers exposed in its rapid development are also constantly challenging the development and supervision of the insurance industry. At the same time, Chinese online insurance regulations and regulatory system are not improved, and there is a lack of regulatory affair. The government's formulation and improvement of supervisory approaches is far less than the development of online insurance, which undoubtedly makes online insurance industry even more difficult to regulate. In the face of such a severe situation, it is particularly important to explore the typical problems in the development of Chinese online insurance and the deficiencies in supervision, and put forward effective supervision countermeasures.

Using the methods of literature analysis, theoretical analysis and case analysis, this paper firstly defines the meaning of online insurance, briefly introduces the evolution of the connotation of online insurance in China in recent years, and leads to the development process and current situation. Based on Incomplete Law Theory, Network Externality Theory, and so on, this paper uses cases of five main modes, analyzes the problems and regulatory difficulties in the development of this business,

and draws lessons from the advanced experience of online insurance regulation in the United States, Japan and Europe, and puts forward suggestions on improving Chinese online insurance regulation from three perspectives: the first one is government regulation, we need to improve the legal system and strengthen data security; the second one is self-regulation, we should improve the Disclosure System, association with the Access and Exit Mechanism, establish Credit Rating Evaluation System, build a Multi-Factor Dispute Resolution Mechanism and education supervision affair; the third one is social supervision, we could establish the Traceability Management and the Service Evaluation System and play a public opinion role.

The effective supervision of online insurance not only provides institutional guarantee for the profound reform, but strengthens the protection of consumers' legitimate rights and interests, laying the foundation for the healthy and steady development of national economy.

Keywords: Models of online insurance; Troubled supervision; Insurance supervision

目 录

1 引言	1
1.1 研究背景与研究意义.....	1
1.1.1 研究背景.....	1
1.1.2 研究意义.....	2
1.2 国内外研究的文献综述.....	3
1.2.1 国内研究的文献综述.....	3
1.2.2 国外研究的文献综述.....	5
1.2.3 文献述评.....	5
1.3 研究方法与研究框架.....	6
1.3.1 研究方法.....	7
1.3.2 研究框架.....	7
1.4 创新与不足之处.....	8
1.4.1 创新之处.....	8
1.4.2 不足之处.....	9
2 互联网保险监管的理论基础	10
2.1 互联网保险概念界定.....	10
2.2 互联网保险监管概念界定.....	10
2.3 互联网保险监管的理论基础.....	11
2.3.1 声誉理论.....	11
2.3.2 信息经济学理论.....	12
2.3.3 网络经济学理论.....	12
2.3.4 不完备法律理论.....	13
3 互联网保险发展状况	14
3.1 互联网保险的发展历程.....	14

3.2 互联网保险的发展现状.....	15
3.2.1 互联网财险的发展现状.....	15
3.2.2 互联网人身险的发展现状.....	18
3.3 互联网保险的主要模式.....	20
3.3.1 官方网站模式——人保财险官网.....	20
3.3.2 第三方电子商务平台模式——微保.....	21
3.3.3 网络兼业代理模式——携程旅行网.....	22
3.3.4 专业中介代理模式——慧择网.....	24
3.3.5 专业互联网保险企业模式——泰康在线.....	25
4 互联网保险发展中的问题与监管困境.....	27
4.1 互联网保险发展中的问题.....	27
4.1.1 产品信息披露不全.....	27
4.1.2 网络欺诈问题.....	27
4.1.3 违法搭售和结算保费.....	28
4.1.4 售后理赔困难.....	28
4.1.5 信息安全问题.....	29
4.1.6 在线支付风险.....	30
4.2 互联网保险的监管困境.....	30
4.2.1 法律法规体系不完善.....	30
4.2.2 监管标准不明确.....	31
4.2.3 缺乏有效的监管机制.....	31
4.2.4 监管人才匮乏.....	32
5 美、日、欧互联网保险监管经验及启示.....	34
5.1 美国互联网保险的监管.....	34
5.2 日本互联网保险的监管.....	35
5.3 欧盟互联网保险的监管.....	35
5.4 美、日、欧互联网保险监管对我国的启示.....	35
6 完善互联网保险监管的建议.....	38

6.1 政府监管方面.....	38
6.1.1 完善互联网保险监管法制体系.....	38
6.1.2 加强互联网保险数据安全保护.....	38
6.2 行业自律方面.....	39
6.2.1 完善互联网保险信息披露制度.....	39
6.2.2 协调互联网保险市场准入退出机制.....	40
6.2.3 建立信用等级评估体系.....	41
6.2.4 构建多元化纠纷处理机制.....	41
6.2.5 培养互联网保险监管人才.....	42
6.3 社会监督方面.....	42
6.3.1 建立可回溯管理与服务评价体系.....	43
6.3.2 发挥社会舆论监督作用.....	43
参考文献	45
后记	48

1 引言

1.1 研究背景与研究意义

1.1.1 研究背景

中国保险市场规模保费收入与其增速自 2011 年起同时提速增长。随着保险行业“新国十条”各项政策的逐步落实，保费收入增速仍维持较高水平，2018 年整体保费收入规模为 3.8 万亿元，仅用一年时间原保险保费收入就突破 4 万亿元，同比增长 12%，而 2020 年虽然原保费规模增长不多，但健康险发展态势强劲。可以看出，新型消费形态的不断壮大释放出新的保险需求，保险业将获得更大的发展空间。

随着网络信息技术的高速发展与普及，互联网和移动互联网已成为保险机构进行保险销售和服务的新兴渠道。据中保协的相关数据显示，2012 年互联网保险的保费收入仅为 111 亿元，不过短短两年，保费规模就突破了千亿元大关，达到 2234 亿元，可以看出，其保费规模在 2012—2015 年间呈现近 20 倍的爆发式增长，但是 2016—2018 年，互联网保险保费规模增长陷入停滞阶段，不仅是保费规模发展势头持续放缓，互联网保险渗透率也在同步回落，进入 2019 年后，保费规模达 2696 亿元、渗透率达 6.3%，其中仅互联网财险保费收入就突破 800 亿大关，进入新一轮增长阶段，这 8 年互联网保险保费规模经历了迅速增长—逐渐萎缩—调整回暖的过程，究其原因主要是受保险业政策影响，互联网保险行业将改变原先“野蛮式”的发展方式，逐步走上“高质量”的发展路径。

互联网保险兼具网络虚拟性和保险经营特殊性，虽然产生了巨大的经济效益但也向传统监管机制提出新的挑战，比如其滞后的服务体系、时常触及监管边界的销售行为等，亟需监管机构加强规范，在完善监管体制的过程中，政策支持和法制体系建设起着规制业内违法违规现象、促进业态发展的重要作用。2014 年保监会制定的《加强网络保险监管工作方案》体现了我国逐渐重视对于互联网保险在各个方面的监管。同年 12 月，《监管暂行办法（意见稿）》出台，它是互联网金融业首个细分领域的监管办法，也是互联网保险业务监管政策日渐完善的

重要标志。次年人民银行同相关部门下发了《指导意见》，明确互联网金融的监管应当遵循“分类监管、依法监管、协同监管、适度监管、创新监管”原则。为加强互联网保险监管行为的规范力度，促进行业健康发展，维护消费者合法权益，《互联网保险业务监管暂行办法》应运而生。此后，随着互联网技术在保险行业的不断深入运用，为了切实保障保险业服务实体经济和社会民生水平的提升，2020年9月末至10月末银保监会就《监管办法（意见稿）》公开征求意见，各类金融机构、互联网科技公司、行业自律组织和专家学者都给予了广泛关注，经过对反馈意见的细致梳理、认真研究，已采纳绝大部分科学合理的建议用于制度制定，并于2021年2月1日起实施《业务监管办法》。

虽然银保监会和保险行业协会出台了相关管理办法和通知，但我国现存的互联网保险相关法律法规体系仍不完备，对于日新月异的保险模式也未制定行之有效的具体监管措施。

1.1.2 研究意义

区别于其它行业注重分散风险，保险业则将他人的风险汇集于自身，使国家经济能够平稳运行，人民生活能保持安定有序。现如今，通过互联网认识关注保险的人愈发增多，互联网保险在保险行业中扮演着重要角色，已经成为行业不可分割的一部分。互联网保险不仅比传统保险为客户提供服务的速度更快，还能给予客户更多自主选择保险产品的空间，同时又能为保险机构减少经营成本、提高经济效益。

在鼓励互联网保险充分发展创新的同时，也要时刻警惕其带来的风险。但是纵观我国已出台的保险监管相关法律法规，其中真正面向互联网保险的条文可谓凤毛麟角且相关监管体系也并未建立。而互联网保险监管体系的高效运转，不仅能有效分散互联网保险产品的创新风险，让消费者免受损害，也能助推互联网保险监管长效机制的构建，推进整个保险行业监管体系的建立；不仅能在一定程度上抑制互联网保险的市场失灵现象，还能有效促进互联网保险的长远发展。

回顾已施行五年并于2021年2月废止的《监管暂行办法》，虽然其引导互联网保险行业健康、有序发展，但仍然存在诸多问题，若不进行有效解决将会影响互联网保险行业的稳健发展，从而损害消费者的合法权益，挑战监管机构的权

威。因此，研究互联网保险的监管问题，首先应对互联网保险发展的基本情况进行分析，这有利于我们对互联网保险有初步的认识和了解；其次，对互联网保险的主要模式进行简单分析，这些主要模式是互联网保险发展实践中的宝贵经历，分析各模式的特点与问题，为完善互联网保险监管提供策略。这样有利于逐步解决目前互联网保险在发展过程中存在的问题，使各方面监管“有的放矢”，不仅为保险公司推进信息化转型提供思路，对保险业的长远发展也具有实际指导意义。

1.2 国内外研究的文献综述

1.2.1 国内研究的文献综述

1. 有关互联网保险概念及发展的研究

李松涛、闫志鹏、俞自由（1999）认为网络保险不只是通过网络开展电商业，还应包括其运用网络进行的内部管理、员工培训等企业活动。庄再雷（2008）认为保险电子商务的时效性、虚拟性可以引导我国保险电子商务考虑与其他销售渠道、网络进行整合来取得发展。周一良、郁佳敏、瞿兵（2009）指出现有保险产品无法保障电子商务市场的风险，发展电商保险业务可以扫除电商发展的瓶颈，促进电商稳健发展。方华（2013）指出在移动互联网时代来临后，互联网保险又新添一条新渠道——“微营销”，充分尊重用户的自主选择权，这是保险业销售服务理念的重要进步。吴军（2017）认为互联网保险的发展得益于产品和服务创新能力，其发展基础是互联网技术的应用和大数据技术的发展，未来要在优化业务流程、改善用户体验等方面也充分利用大数据。李俊麒（2017）在文章中定义互联网保险为传统保险公司以及有资质的金融机构基于信息技术搜集的数据，为用户提供满足其需求的保险产品，并通过网络平台进行销售和服务的经济活动。赵洋（2019）通过文献研究、案例分析等方法对“互联网+商业保险”的发展趋势作出研判——互联网保险渠道将进一步创新，其社交媒体作用愈加显现。张立涛，陈菲（2020）提出在5G发展背景下互联网保险的发展瓶颈主要在于产品同质化现象严重急需进行创新，以及在线核保的网络技术尚未发展成熟，智能核保还不能应用到所有保险产品种类中。

2. 有关互联网保险模式分析的研究

韦红鲜、唐金成（2014）研究了我国互联网保险运营模式及其结构的变化，按照演变顺序介绍了五种互联网保险模式，指出我国的自营网站销售模式客户认可度较高，但专业互联网保险公司模式才刚刚兴起。张玲、郑祖军（2015）提出商业模式指的是组织管理企业的各类资源，为消费者提供必需的产品和服务用以满足消费者自身需求的经营模式。文中论述了六种我国现存的互联网保险模式，通过各类模式的特点分析为企业提供选择策略。曹斯蔚（2019）运用 SWOT 分析法对新兴互联网保险专业中介机构的发展进行分析，提出保险机构应以海量数据为依托、构建多层次险种供应、加强专业人才培养等发展建议。叶治杉（2019）将互联网保险模式分为四类：持牌保险公司、保险经纪机构、保险中介机构、保险代理机构，探讨协同发展方式下商业模式更易获取客户，更能集中精力投入产品开发的策略。

3. 有关互联网保险存在的问题的研究

王越洋（2011）认为互联网保险具有传统保险所不具备的无时间、无地域特点，但由此带来的法律风险、技术风险需要通过完善互联网保险立法，推进社会公众保险教育，调整业务流程等方法解决。陆岚冰、江楚璇、罗翠苑（2012）认为移动保险业务作为互联网保险平台业务的简化版，其操作风险与传统保险相比拥有隐蔽性、成长性和高传导性的特征。李东、吕志勇（2014）发现互联网保险还不具备成熟的物质条件来进行实务操作，且网民结构也不利于互联网保险的发展，各保险机构涉足互联网保险业务需要清醒的认识到各种可能面临的风险。师家慧、谭中明、江红莉（2017）立足于“互联网+”背景讲述四家专业互联网保险公司的经营创新特色，总结了互联网保险创新中出现的产品开发、产品营销、保险服务方面的问题，深入挖掘导致这些问题的主要原因，为互联网时代下我国保险创新提供路径和保障机制。蔡梦翰（2017）提出互联网保险发展过程中欺诈问题频发，而互联网保险反欺诈的法律规制不足，应当重点增补反欺诈相关内容弥补法律漏洞。谭媛媛、孙蓉（2018）通过对互联网保险典型诉讼案例的总结分析发现，互联网保险合同纠纷频发，主要是保险人履行说明义务认证困难，投保人身份的不确定性以及被保险人是否同意难以举证。薛然巍（2019）追溯我国互联网保险用户权益保护问题的原因，发现我国互联网保险存在网络安全性差、投

保人保险知识匮乏、信用评估缺失等问题,可以通过建立互联网保险消费者的保护机构,完善宣传教育的长效机制,以及健全多元化互联网保险权益纠纷解决机制达到解决目的。孙喆(2021)通过研究蚂蚁金服数据平台的信息,发现我国互联网保险存在较大的区域性差异,应当加强区域产业融合,促进该业务协同发展。

4. 有关互联网保险监管的研究

罗艳君(2013)认为在推动互联网保险发展的同时也要加强监管,通过树立具有包容性的监管理念,修改监管制度,建设保险数据共享平台,推动立法可以为保险发展营造良好环境。贾辰歌、贾林青(2014)强调互联网保险作为互联网金融的组成部分,其监管制度要顺应互联网金融特质带来的新要求,要能够应对互联网金融带来的风险因素,其监管内容要足以保障消费者权益。麻荣荣(2015)分析了由于市场变化和法律滞后性产生的个人信息安全、合同生效时间等法律风险,结合互联网保险业现行法律体系,提出加强法律风险管理的建议。梁俊菊(2016)提出我国互联网保险监管仍存在信息披露问题、合同生效标准不明确问题以及消费者权益保护制度欠缺问题,解决监管问题不仅要依靠法律制度的完善,还需要相关制度的协调配合。王洋(2017)对比了美国和日本互联网保险业的发展经验发现两国在监管制度的建立方面都非常完善,日本的监管制度甚至称得上苛刻,我国应该吸取良好监管经验,加快互联网保险监管制度的建设,为其健康长久的发展奠定制度基础。李伟群、丁旭明(2018)对比中国台湾和大陆互联网保险监管思维的不同,指出大陆可以在个人隐私权、消费者保护、洗钱防治等方面借鉴台湾经验。王小韦(2019)就互联网保险监管中“三方平台”的定位、越位、披露不足、变相经营问题进行梳理,提出规范“三方平台”可以通过转身中介或者保持三方持续提供宣传、连接、技术服务这两种方式。曹斯蔚(2020)认为我国应借鉴美国、英国、日本互联网保险合规管理模式的经验,根据互联网保险平台模式的不同实施分类分层合规管理。

1.2.2 国外研究的文献综述

Sandford G(2000)指出互联网的电商环境为保险业提供了新的营销渠道。Holzheu(2000)认为在网络上销售全部保险产品是不现实的,有些适合网上销售,而比较复杂的保险产品则不适合网上销售。Robert N. Mayer(2008)通过研

究互联网保险发现，互联网保险的发展速度远不及网上银行、网上投资等业务，而影响其发展速度的原因是保险公司与消费者之间的相互制约。Kerr, Sam(2015)认为商业与保险因互联网而取得机遇，但与物联网的内部连接引起了网络漏洞、产品责任以及转移财产等问题。

Vance (1996) 提出美国保险监管机构为应对互联网的滥用和欺诈行为，应由国家保险监管机构确定出哪些保险交易可以在网上进行，制定法律法规规范保险网上交易，界定了包括版权、信息责任、费率制定、电子签名等监管范围。这是早期在技术层面上提出网络保险监管必要性的文献。R. Watson, Bonson E. (2010)对保险监管架构进行分析，探索创新型监管模式在实际应用中是否可行，提出可扩展商业报告语言这一监管方式。Monica Machler (2012)介绍了瑞士不同的保险监管规定，指出其监管重点是对保险当事人的保护，即客户利益，并且在新法案下保险监管将更加重视各种风险的定性审查。

1.2.3 文献述评

通过对国内外文献的研究发现，目前对互联网保险的研究视角主要集中于互联网保险的发展状况、互联网保险发展前景、互联网保险发展中的问题以及推动互联网保险渠道创新等方面。互联网保险监管的相关研究主要是从网络安全、合同纠纷、运营模式，消费者保护等角度出发探析互联网保险出现的各类问题，再给出政策建议，缺少结合互联网保险模式来探究互联网保险监管的诸多问题并提出解决办法的研究。

但是随着国民基本形成在线消费的习惯，保险行业必然要推进科技赋能，互联网保险的发展在度过低谷期后，又将迎来下一个高速发展阶段，国家在大力支持保险行业信息化转型和互联网保险创新的同时，对监管统一性和一致性提出了更高的要求，还加快落实分层监管理念致力于实现监管的规范化和制度化，因此，我们应当关注互联网保险在实践过程中积累的宝贵经验，关注实践经验中出现的突出问题，包括互联网保险发展中存在的问题及其监管困境，分析研究这些屡禁不止、普遍发生的问题，找寻国家、社会、行业监管相结合的解决方法。而此前文献即使从互联网保险模式的角度出发对互联网保险问题进行研究，也仅涉及一种互联网保险模式，亦或是单纯讨论互联网保险模式自身存在的风险或问题并提

出优化建议，却不曾上升到互联网保险监管的层面。而我国现存的六种互联网保险模式均存在许多突出性的互联网保险监管问题，这些问题中有的仅出现在其中一种保险模式中，如携程旅行网的违法搭售问题，再如微保的法律监管空缺问题，而另一些则是各种保险模式均有显现的，它们不仅是互联网保险模式存在的问题，更是互联网保险行业在探索、发展中显露出的主要问题，结合互联网保险模式研究分析互联网保险初步实践中的突出问题，有利于互联网保险行业持续稳健的发展，也能够助推互联网保险监管力度的加强和监管体系的完善。

1.3 研究方法与研究框架

1.3.1 研究方法

本文运用文献分析法，通过对文献资料进行综合研究，对互联网保险和其监管的理论基础都有了更为深入的认识，并在此基础上展开进一步研究；运用理论分析和原理分析法，对互联网保险监管的相关理论、问题进行研究；运用案例分析法，结合各类互联网保险模式下的典型代表，比如微保、慧择网等进行分析研究，了解其特点和面临的问题即互联网保险在实践中出现的典型问题，进而提出互联网保险监管建议。

1.3.2 研究框架

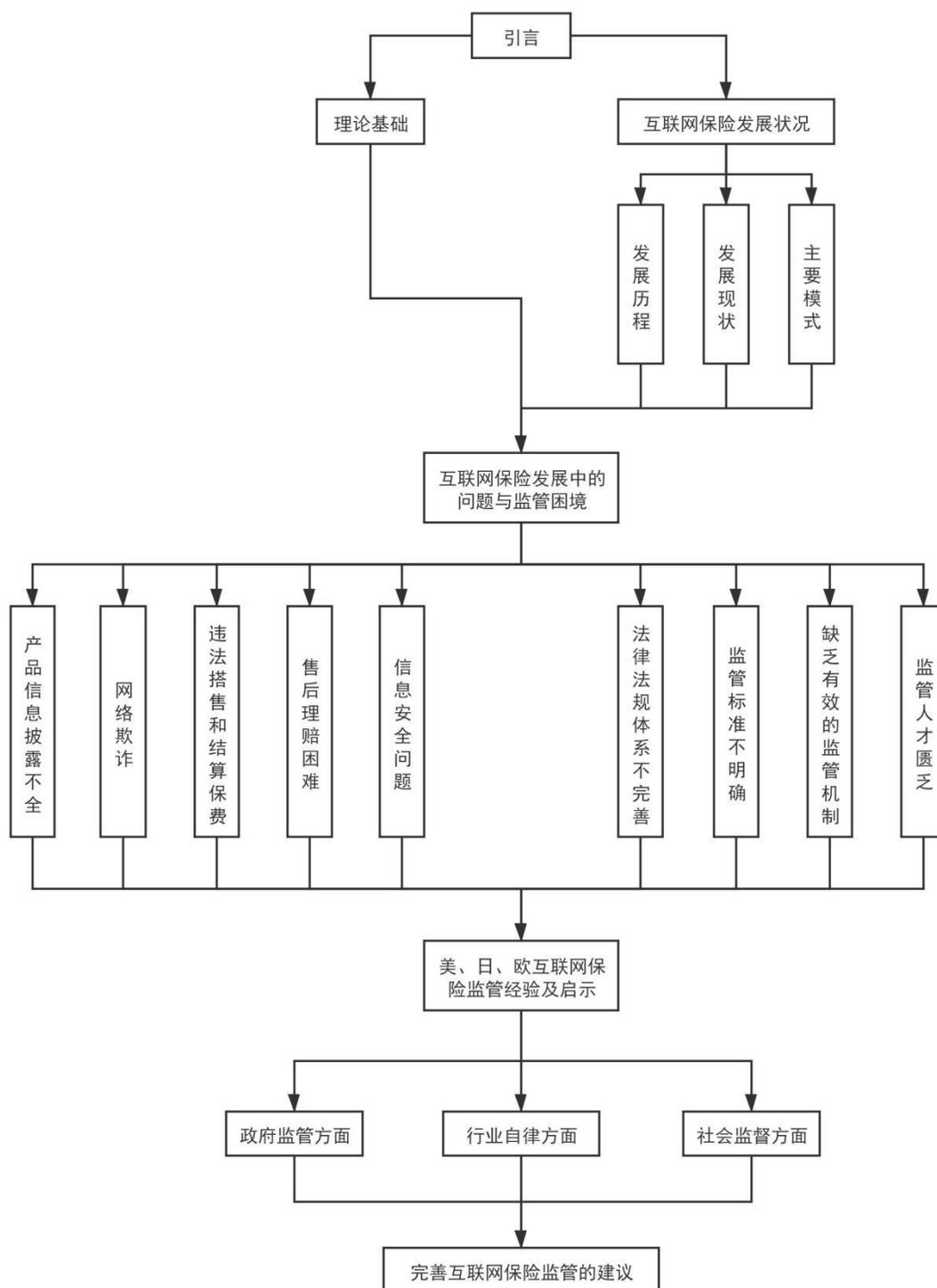


图 1.1 论文框架

1.4 创新与不足之处

1.4.1 创新之处

不同于以往直接从互联网保险行业整体角度进行监管问题的分析和研究,本文通过结合对五种互联网保险主要模式进行简单的案例分析,发现当前互联网保险在实际运作中突显出的问题和监管困境,并针对这些问题和监管困境提出多方位的监管措施建议。

1.4.2 不足之处

由于移动互联网新型保险模式的运用并不广泛且尚未成熟,本文仅对现存互联网保险模式中五种典型模式进行分析,研究和探讨这五种典型模式中反映出的较为突出的互联网保险监管问题。除此之外,本文受限于互联网保险监管数据匮乏,只能进行定性研究。

2 互联网保险监管的理论基础

2.1 互联网保险概念界定

原保监会 2014 年发布的《关于规范人身险公司经营（意见稿）》把互联网保险的定义表述为，通过移动通信技术和互联网技术订立合同、提供服务的保险相关业务。从内容上看，原保监会是从传统保险的角度出发，将互联网保险视为保险中介机构或保险机构的业务，包括产品在线销售、业务线上经营以及互联网保险专属产品的经营活动。之后，银保监会原副主席周延礼深刻地解读了互联网保险，他指出互联网保险不仅是网络化销售渠道，更是运用互联网思维和云计算、大数据的巨大潜力，重构现有的服务模式、产品以及运营，这一观点强调了云计算和大数据在互联网保险持续发展创新中的应用。

2021 年 2 月起实施的《业务监管办法》中对互联网保险业务的界定进一步确定为，保险机构依靠互联网订立合同、提供相关服务的经营活动，定义所述的保险机构是包括互联网保险公司和相互保险组织在内的保险公司，而保险中介机构是除个人代理人外的保险代理人、保险公估人、保险经纪人。

互联网保险可以实现承保、保险信息咨询、投保、核保、交费、保单信息查询、续期交费、理赔、保全变更和给付保险金等保险业务全流程的网络化，同时，也是以互联网作为依托的新型保险营销模式。互联网保险不仅仅是将线下销售直接转移到互联网平台开展业务的经营活动，更是利用互联网平台获取海量资源，配合大数据处理技术进行业务运营，并在协作、开放、平等的互联网精神下，连接着保险市场的各个主体，实现双方零距离交流，把满足客户需求作为行业立根之本的保险模式。

2.2 互联网保险监管概念界定

保险监管是指某个国家或地区对本国或本地区的保险业的监督管理。一方面，由国家制定保险相关法律法规对国内保险业进行管理和宏观指导；另一方面，由法律授权或行政机关授权的监管职能机构对保险业开展行政管理，保证保险相关法律法规能有效贯彻执行，包括市场准入方面、公司治理方面、保险交易行为

方面、互联网保险方面等的管理。按监管主体的不同可分为狭义监管与广义监管：狭义保险监管的主体是经立法授权的国家行政机构，即银行保险监督管理委员会；广义保险监管的主体还包括经保险监管机构审查同意并登记注册的行业自律组织、保险机构自身以及保险市场。本文采用的是广义保险监管理念。

互联网保险监管作为保险监管的一部分，同样要受到国家监管机构、行业自律组织、保险市场等的监管，在监管内容上，互联网保险监管相比传统保险监管要对系统安全风险、业务交易风险给予更多关注。由此可见，互联网保险监管是指保险监管职能机构和监管部门为维护被保险人、投保人的利益，维护良性竞争的市场秩序，维护互联网保险体系整体的安全与稳定，推动互联网保险行业持续稳健发展，根据保险相关法律、法规对以大数据、云计算等为技术支撑的保险经营活动所实施的监督管理。

2.3 互联网保险监管的理论基础

互联网保险监管是在互联网保险发展的过程中不断完善的，监管理论基础与行业发展理论基础也应相对应。尽管目前我国互联网保险监管体系仍未完备，但互联网保险监管理论基础已然成型，声誉理论、信息经济学理论、网络经济学理论和不完备法律理论构成互联网保险监管的四大理论基础。

2.3.1 声誉理论

声誉是西方经济学中保障经济主体诚实执行契约的重要机制，由于可能对未来收益造成威胁，故使得双方缔结的交易合同能够自主实施。声誉理论的经典模型是 KMRW 模型，该模型证明：只要出现足够多次数的重复博弈，合作行为就会出现在这些重复博弈中。理性的参与者在一次性交易中常采取损人利己行为，通过非名誉手段取得自身收益最大化，但参与者在多次重复交易中则会建立声誉以取得长期收益，这使得合作博弈均衡在一定时期内能够实现。

声誉机制在互联网普及并与金融业不断融合的今天发挥着重要作用。互联网保险平台是典型的双边市场，在理论上，对互联网保险的监管其实是对互联网保险企业及其销售平台和保险服务接受者双方的声誉监控。互联网保险交易活动产生数据，数据塑造出双方声誉，声誉的好坏体现其信用的高低，双方在交易活动

中对对方的信用水平不断进行评判，同时这一水平也能被监管方作为监管依据，因此互联网保险监管应充分利用声誉的信息价值，构建以声誉理论为基础的声誉监管机制。

2.3.2 信息经济学理论

信息经济学是一门针对“信息”分析如何对资源进行优化配置的学科，融合信息科学、系统科学、管理学、运筹学和经济学的理论，反映信息主体的经济行为、经济结构的变动以及长期发展规律。针对互联网保险监管，信息经济学理论中最具代表性的模型是委托代理理论模型，它是解决道德风险问题的经典模型。为了防范委托代理活动中的道德风险，即防止代理人运用自身的信息优势损害委托人的利益，应该建立隐性和显性两种激励机制。显性激励机制是一个静态模型，能够在单次委托代理关系中显化当事人预期能取得的补偿收益；隐性激励机制是一个动态模型，能够解决重复委托代理关系，主要包括棘轮效应和声誉模型。

该学科所说的信息不对称是指一方经济主体拥有的相关信息能够影响双方利益，而另一方则没有。相对于运用信息技术设备获取大量用户信息资源的互联网保险机构而言，客户通常都是处于信息劣势的一方，互联网保险机构甚至可能利用本机构的信息优势对双方利益造成损害。因此，有必要建立约束和激励机制作为互联网保险监管手段，从根本上防范这些由信息不对称导致的问题。

随着保险业与互联网领域不断融合，信息经济学理论能为构造适用于我国国情的保险监管信息运用模式作理论支撑，以交易主体的信用资讯为主要对象充分应用云计算进行深度挖掘、分析和整合，建立面向广泛公众的信息科学评判标准，通过对象监管使互联网保险交易行为双方保持决策的均衡，保护消费者的合法权益。

2.3.3 网络经济学理论

20世纪90年代网络经济学的定义才首次从通信经济学中剥离出来，于1995年由美国研究人员Baley和Mckni归纳提出。在网络经济中会发生边际效益递增现象，即消费者越使用某种产品，就越强化增加该产品消费量的欲望。其一，网

络经济的边际成本呈现递减规律,这体现在信息传递成本和互联网建设成本的递减速度比信息制作、处理及收集成本的递增速度快;其二,科学知识这项工具是不遵循效益递减规律的,由于网络信息技术等高科技产业以“知识”为基础,而“知识”特有的可重复使用、可共享、可发展、可低成本复制等特点,使得对其采纳、应用或改进越多,知识创造的价值就越大;其三,网络经济通过积累能够获得增值性,不仅可以获得信息的投资报酬,还可以通过对信息的处理、加工、分析和整合,形成有序、可用于商业决策的信息资源,以此获得信息的增值报酬。

一旦互联网保险服务的供需模式出现数量边界、空间及时间扩展,互联网保险就可能产生因边际效益导致的“长尾市场”,互联网保险市场的风险也会应运而生。所谓的“长尾市场”是指那些销量不高或需求不多的产品所共同形成的市场,当产品流通的渠道足够多样、储存的场地足够宽广,以至于个人都可以承受如此低的生产成本并进行生产,加之销售成本急剧下降,几乎以前需求极低的任何产品都将存在大量需求;这些需求和销量低的产品所占市场份额,同主流产品所占市场份额相当,甚至更大。因此,网络经济学理论应充分应用于互联网保险监管,以理论为依托形成高效的监管措施,有助于维护互联网保险市场的安全稳定。

2.3.4 不完备法律理论

21 世纪初,金融监管因不完备法律理论而产生了一种新的解释。以往的研究往往假设法律是完备的,法庭在这个假设下可以实现执法行为的最优化,所以不需存在所谓的监管者。然而,不完备法律理论认为金融市场广泛存在法律的不完备性,这是产生监管的根本原因。监管者是为了完成主动执法者这一功能才出现在金融市场中,他们监督和调查未发生有害结果或行为时的市场状态,为了防止危害后果的发生甚至可以要求主体停止其经济行为,弥补了法庭监管只能进行事后执法的空缺。监管者还需要分辨其具体的监管内容,因为监管成本有限,监管者不承担监管费用而是立法者承担监管成本和监管制度的设定问题,这为其带来了许多限制条件。如果有害行为一旦发生,将严重导致市场乃至全部经济产业下滑,因此立法者会授权监管者调控市场行为,制定相关监管制度。

3 互联网保险发展状况

3.1 互联网保险的发展历程

1. 萌芽阶段（1997—1999 年）

1997 年 11 月由北京维信投资和中国保险学会联合成立的中国保险信息网的运行，是我国保险服务与互联网开始结合的标志。同月中国保险网在北京举行开网仪式，标志着我国保险行业开启互联网时代。在此之前，国内完全没有线上销售保险的概念。2000 年前后，第一次互联网大潮兴起，我国互联网保险的发展进入萌芽阶段，国内各大型保险公司的官方网站开始纷纷涌现。

2. 起步阶段（2000—2004 年）

2000 年 7 月 26 日，集保险、个人理财、银行以及证券等功能于一体的平安电子商务 PA18 在北京正式启动，开创国内先河。同年 9 月国内首次上线经保险 CA 认证的泰康在线网站，率先实现了投保、保费支付、核保等全流程网络化，成为真正的“在线保险”。2003 年太平洋保险开始线上销售交通意外险、航空意外险和任我游产品。次年 4 月泰康主推 3 款综合意外险产品和 4 款旅意险产品的线上销售。

3. 探索阶段（2005—2010 年）

2005 年我国正式颁布实施《电子签名法》，赋予电子签名以法律效力，为我国推进电子商务发展扫清障碍。同年 4 月，第一张全流程都在网上实现的电子保单由中国人保财险正式推出，客户购买保险和缴费可以线上完成，还能留存具有法律证明力的电子保单，这标志着我国互联网保险的真正实现。2006 年 6 月中央国务院推出《保险业改革若干意见》，提出“推进自主创新、提升服务水平”的指导意见，鼓励保险机构发展网上新型保险服务方式，充分应用现代信息技术，随后，我国互联网保险发展迈入“快车道”。与此同时，太平洋、泰康、国寿财等保险企业先后推出互联网保险运营模式，将可适用于互联网销售的传统保险产品搬至线上，通过互联网技术将保险产品功能及其内容详尽、清晰的展示在网页上。

4. 飞速发展阶段（2011—2014 年）

原保监会于 2011 年发布《保险代理、经纪监管办法(试行)》，标志着互联

网保险逐渐走向制度化、规范化。截至 2012 年，国内互联网保险保费规模已过百亿，险种创新多达 60 多种，其中万能险和车险均在互联网保险业务中占主流地位；在运营模式上，第三方网络平台、专业互联网保险企业模式走上历史舞台。2013 年 9 月，腾讯、蚂蚁金服、中国平安合资成立了国内首家专业互联网保险公司，即众安保险，仅“双十一”一天收入的互联网保险保费就超过 6 亿元，彻底颠覆了传统互联网销售模式，故 2013 年也叫作互联网金融元年。经过前期的互联网保险发展，其在产品设计、销售、数据分析等各方面都有了相关管理经验，并建立了一套较为完整的互联网保险销售的多样兼容模式。

2014 年中国保险网公司在国务院批准下成立，其作用是为保险行业的发展与监管提供基础性信息服务和网络支持。同年 8 月国务院印发《加快发展保险业意见》（“新国十条”），意见中强调国家支持保险公司充分运用移动互联网、大数据、云计算等新兴科技促进保险服务以及销售渠道的创新，体现出政府推动和政策支持空前提升。2014 年互联网保险规模保费达到 858.9 亿元，与 2013 年相比增长 195%，互联网基础设施已初步建设，社会经济对保险行业的渗透影响逐渐显现，在此大势中互联网保险也迎来爆发性增长。虽与发达国家相比仍存在较大差距，但我国互联网保险运营模式基本可以实现在线支付、在线咨询、网上理赔、自助服务等功能，其发展已经开启实质性转化进程。

5. 逐渐成熟阶段（2015 年一至今）

2017 年我国已成为全球第二大保险市场，仅落后于美国。在“互联网+”的发展不断冲击着传统消费模式的时代背景下，网民数量不断增加，许多保险机构渐渐意识到互联网保险不单单是传统保险销售渠道的改变，更是传统保险业历经了根本性变革。互联网保险具有强烈的场景化需求和个性化定制的特征，其业务开展可以打破空间、时间的约束为社会公众带来更多便利。趁此良机，保险机构纷纷积极开展互联网保险经营活动。

3.2 互联网保险的发展现状

互联网保险业的规模随着移动互联、电商等业务的高速发展也显现出增长量爆发的情况，创新型产品层出不穷，不断影响着保险业态和保险监管。2021 年 2 月 1 日银保监会发布实施《业务监管办法》充分体现出我国监管机构支持互联网

保险防范风险、健康发展、勇于创新的基本态度。基于我国互联网与电商的发展以及庞大的网民数量，互联网保险业发展逐渐成熟，目前从事该业务的保险公司超过 100 家，保险公司通过收集同客户深度交流时或客户无意中透露出的消费需求，再加以海量数据分析，不仅能开发出顺应市场需求的产品，还能进行动态定价。

2016 年 8 月 23 日，原保监会印发的《保险业“十三五”规划》明确提出，2020 年结束之前要基本建成符合我国经济发展需求的现代保险服务业并努力将保险大国转变为保险强国，为我国互联网保险开拓了一个更大的发展空间。2020 年我国互联网保险业虽然受到新冠疫情的冲击，但总体发展态势平稳向上，人身险全年保费收入为 2110.8 亿元，财险上半年保费收入为 371.12 亿元，相较于人身险，互联网财险受疫情影响更为严重。其实自 2015 年以来在保费规模方面互联网人身险一直保持超越互联网财险的状态，即使经历了保险行业的结构化转型期，也依然保持此状态。

3.2.1 互联网财险的发展现状

近年来传统保险公司跟随保险科技崛起的步伐纷纷向互联网保险业务进军，据中保协的数据显示，2014 年经营互联网财险业务的主体为 33 家，2015 年、2016 年、2017 年各新增 16、11、10 家，截至 2020 年上半年，共计 72 家保险公司涉足互联网财险业务。从年度保费数据可以看出，互联网财险历经高速发展、下滑收缩、调整回升三个发展阶段（见图 3.1），其中 2016 年受商车费改政策影响，互联网车险销售的费率优势消失，加之无资质互联网财险销售平台接受整顿，互联网财险保费收入及其增长率出现大幅下滑的现象；2019 年保费收入则突破 800 亿大关，达到 838.6 亿元，高出财险原保费同期增长率约 10 个百分点；2020 年上半年互联网财险业务又呈现持续下滑，直至 6 月份竟出现同比负增长 2.73%（见图 3.2），这是互联网财险业务在 2014—2015 年持续高增长、2016—2017 年持续负增长、2018—2019 年回升反弹后再一次出现负增长状态。

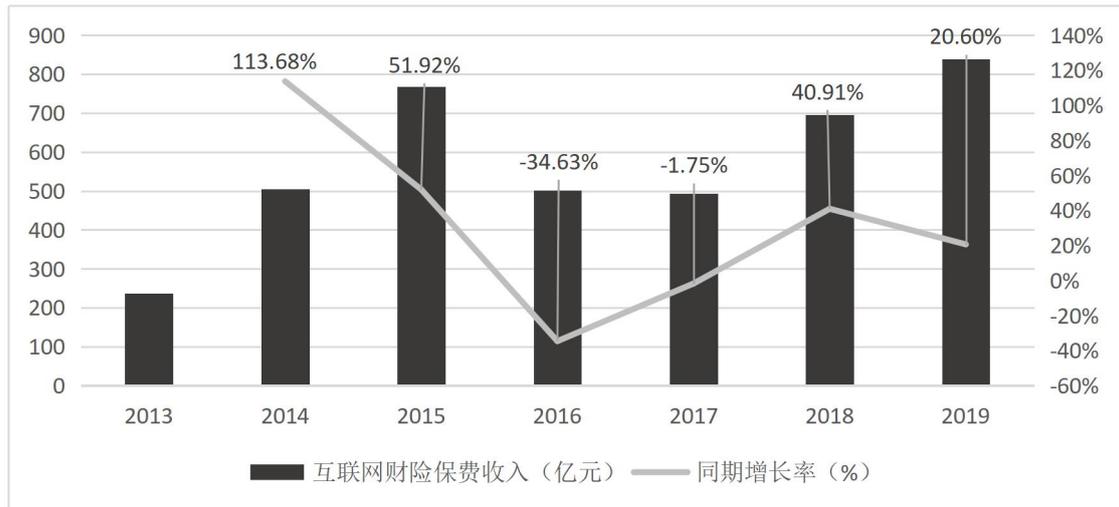


图 3.1 2013—2019 年互联网财险保费收入及同期增长率

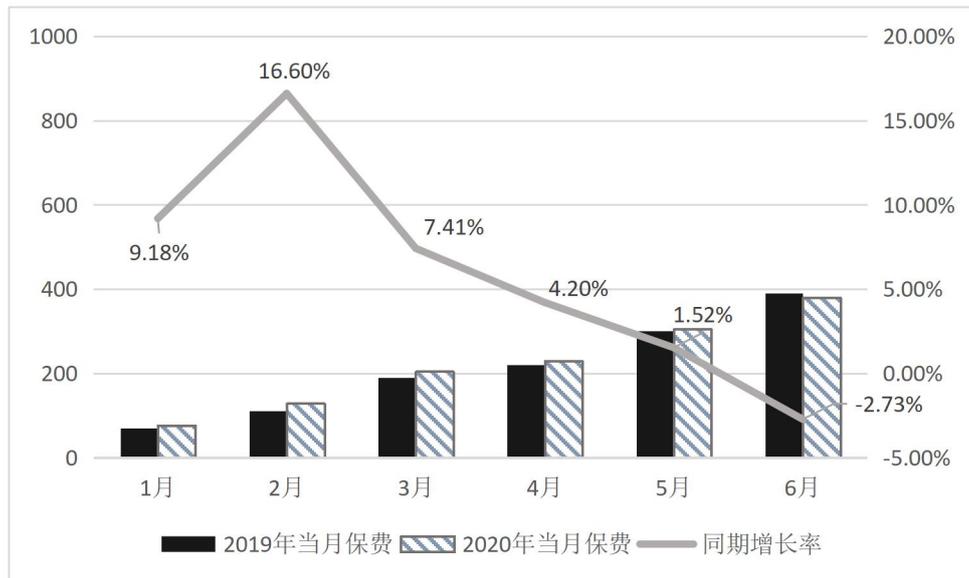


图 3.2 2020 年上半年互联网财险保费收入及同期增长率

同期，互联网财险保费规模位居前八的公司共计收入保费达 277.3 亿元，市场份额占有率共计 74.7%。在此阶段，专业互联网保险企业业务增长态势强劲。泰康在线、众安在线、易安财险、安心财险合计承保 43.5 亿单，保费收入共计 132.8 亿元，与上年同期相比增长 44.2%，超出互联网财险市场同期增速许多。此前，中保协《2019 上半年互联网财险市场报告》曾指出，2019 年互联网财险遇见新的转折点，非车险保费规模超过车险保费规模且此后将维持这种状态。2020 年上半年度，互联网车险市场持续萎缩，非车险业务逐渐放缓高速增长

脚步，但业务占比却持续提升到将近 70%。在互联网非车险市场中，专业互联网保险企业也充分体现其优势，众安保险和泰康在线的市场份额分别为 24.3%、16.4% 位居第一、第二。受疫情影响，互联网健康险积极快速响应市场及客户需求并成为保费规模最大的险种，而旅意险、航意险等场景需求量下降明显，携程网、同程网、飞猪等旅游服务企业累计保费收入只占 2019 年该业务收入的 20.4%。

据中保协《2014—2019 年分析报告》显示，2020 年的新冠疫情从长远角度分析将加速企业进行线上运营优化，转变线上业务模式。在疫情影响下，保险消费和服务加速向线上迁移，逐步调整线上线下业务结构搭配，互联网保险销售路径又迎来新的发展机遇，同时，保险公司将开启双线融合生态的构建，新一代信息技术在线上经营为线下经营赋能的过程中也会发挥越发重要的作用。

3.2.2 互联网人身险的发展现状

2020 年互联网人身险发挥出其主要运用线上途径提供服务的独特优势，保费增长保持平稳态势，虽然各保险公司官网平台保费收入也实现连续六年平稳增长，但渠道业务仍占据主导地位。据中保协统计，截至 2020 年，互联网人身险市场的主体数量基本稳定，共有 61 家公司经营互联网保险业务，较上年减少 1 家，占中保协人身险会员公司总数的七成，累计实现保费收入 2110.8 亿元，较 2019 年增长 13.6%，其中 40 家公司的保费呈正增长趋势但增量不同。

互联网人身险业务的经营模式以渠道合作经营为主，将官网自营平台作为补充，在 61 家经营主体中，60 家以渠道方式开展业务，52 家采用官方网站和渠道合作“双管齐下”的模式，1 家只通过官方网站经营。2020 年通过渠道业务实现保费收入 1787 亿元占比达 84.7%，较 2019 年增长 10.3%；通过官方网站平台实现保费收入 323.8 亿元，较 2019 年增长 36.1%，占比为 15.3%，并已实现连续六年平稳增长。

互联网人身险产品结构持续调整，其中，健康险发展最为迅猛，2020 年互联网健康险保费收入达 374.8 亿元，较上年增长 58.8%，在互联网人身险中的占比持续走高，由 2019 年的 12.7% 提升至 2020 年的 17.8%，升幅达 5.1%。其实，自 2016 年以来互联网健康险就一直保持增长态势，且在互联网人身险中的占比不断攀升。（见图 3.3）

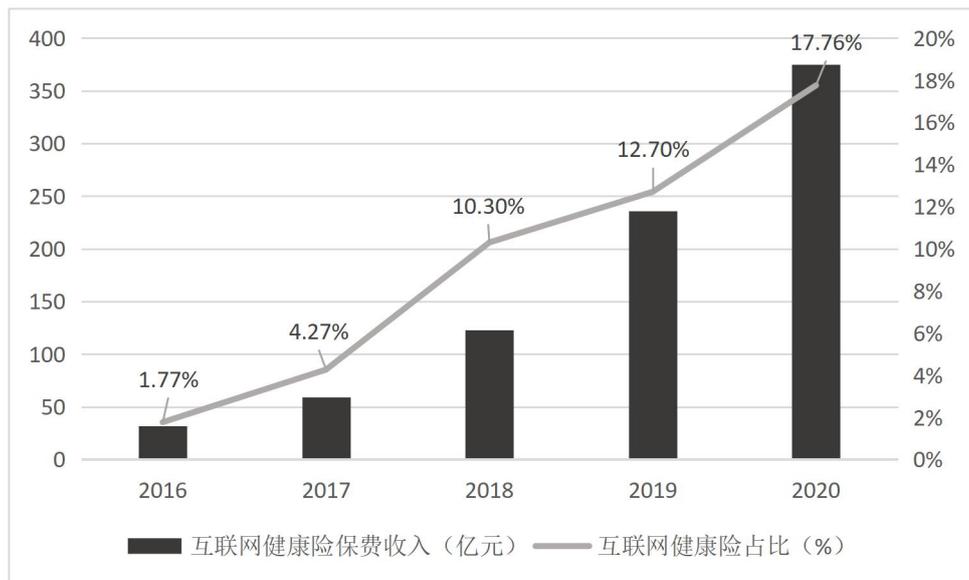


图 3.3 2016—2020 年互联网健康险发展情况

自 2012 年以来，互联网保险行业一直处于波动发展状态，保费规模在 2012—2015 年增长迅速，互联网保险持续调整财险、人身险结构。2016 年原保监会为贯彻党和国家的决策部署，助推专项整治工作，发布《专项整治方案》，受此影响，互联网人身险保费收入下降，互联网保险渗透率也同步回落。2018 年互联网财险业务出现回升的同时人身险业务则持续两年负增长，互联网人寿保险一跃成为人身险市场的主力险种，将带动人身险业务再次快速增长。2019 年市场总体情况良好，互联网财险与互联网人身险规模保费同时创历史新高，人身险保费收入恢复正增长，第三方平台优势凸显，截至 2020 年上半年，突如其来的新冠疫情使得互联网人身险发挥独特优势，满足了消费者非面对面的保险服务需求，健康险市场迅猛发展而意外险市场快速收缩，互联网人身险收入占互联网保险累计保费收入近八成。（见图 3.4）

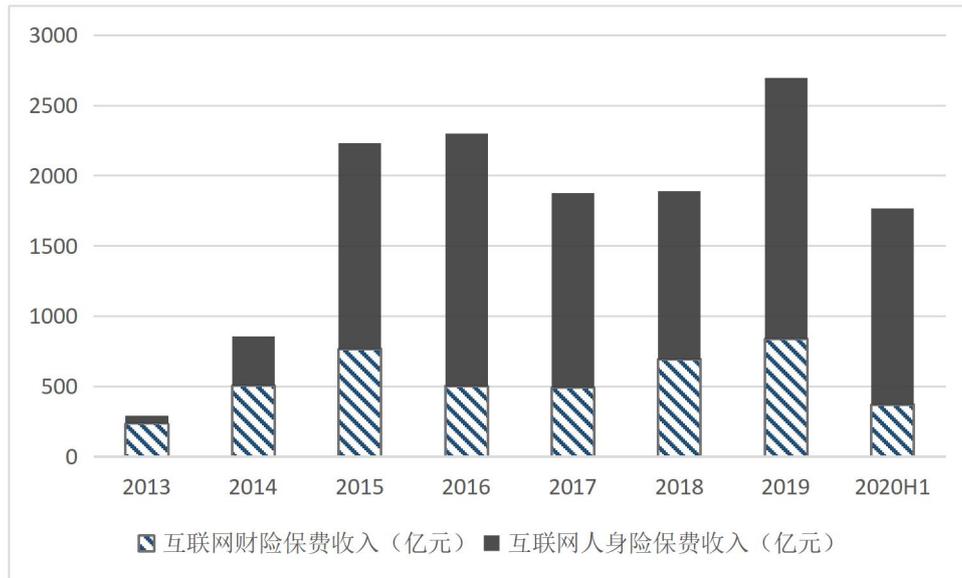


图 3.4 2013—2020 年上半年我国互联网保险行业收入规模

目前网络技术的极速发展为互联网保险的发展奠定了坚实的基础，互联网保险已经被许多保险公司视为不可或缺的经营模式，为保险业带来了新的增长点。不断发掘社会公众在生活社交中的过剩资源，将其整合、共享从而进行低成本的宣传，网罗大量客户群体。在这个群体中的每一位都扮演着两种角色，他们既是潜在用户也是隐形代理人，两种角色在潜移默化中变换，大幅拓展了互联网保险的市场。

3.3 互联网保险的主要模式

3.3.1 官方网站模式——人保财险官网

人保财险资金雄厚、产品体系丰富，包括旅游保险、行李保险、家庭保险、意外保险、企业保险、人身保险、汽车保险这 7 大类险种。

1. 人保财险官网的特点

人保财险塑造了享誉中外的优质品牌，其在发展中非常注重品牌效应和诚信、专业的企业形象，官网致力于为偏好本公司产品的客户提供线上渠道，保险产品全面多样且产品的网页介绍既详细又专业。人保财险利用网络技术改造传统保险产业，实现了保险业传统服务模式的重大变革。保险业务的部分流程可以上网操作，理赔环节只有车险能够在线理赔，其他险种则需要到营业网点进行理赔。

官网平台只是把保险业务部分环节搬到线上,全流程的互联网化还需要一些时日努力。

2. 人保财险官网存在的问题

(1) 网络欺诈。人保财险推出的一些奇葩险种无实质意义、不具备合法利益,单纯是为了吸引公众眼球,并不符合保险原理。此外,人保财险还屡次因隐瞒保险合同重要内容、理赔不真实、违规承保等行为受到监管机构处罚。

(2) 线下网点分布问题。人保财险在理赔环节需要线下营业网点协助办理,仅车险业务可以线上解决,因此人保财险服务优质与否全仰赖网点分布格局。消费者确定购买意愿后在线上进行缴费,之后各项服务都要到线下网点办理,如果线下营业网点地处偏僻或分布较少会使消费者对后续服务的评价走低,甚至失去客户。又或者线下服务与线上销售脱节,人保财险拒不履行理赔义务,造成“投保容易理赔难”的情况。

3.3.2 第三方电子商务平台模式——微保

微保是腾讯公司于2017年11月2日宣布上线的“腾讯式保险”,自上线以来微保的用户规模和理赔金额持续快速增长,2020年上半年度,微医保理赔覆盖了2.5万多名用户,总件数超过3.7万件,共计赔偿超2.9亿元比上年同期增长132%。其中,“微保管家”帮助达成理赔案件1.1万件共追回理赔金达417万。在“微保管家”的协助下,微保致力于构建“一管到底”的理赔体系,成功增进用户与保险平台之间的信任,给行业开创出前所未有的解决互联网保险服务困境的新思路。

1. 微保的特点

微保依托月活跃用户过亿的微信和QQ这两大社交平台,使其天生便在流量上致胜,在互联网巨头布局保险领域,不约而同选择保险超市这一流量平台模式时,微保则另辟蹊径转而关注消费者本心,坚持严选理念,每一个险种都为用户挑选两到三款性价比好的产品。在此基础上还结合腾讯应用的不同场景,支持在多个场景平台选购保险产品。

在健康险领域微保勇于深耕,勇于探索无人之地。2019年5月微保推出“药神保”产品,为投保人提供抗癌特效药百万用药保障,确保其罹患癌症后的两到

三年可以免费用药。这一布局既能够使微保在健康险领域拥有少许先行优势，同时在健康险大势的推动下，微保也能“扬帆远航”。

金融行业在金融科技的助推下逐步进行数字化、智能化变革，从而智能理赔、智能客服在保险领域的应用也更加广泛，但微保反而用人工取代人工智能。2019年微保首次推出“微保管家”服务，即一对一为用户提供全流程保险服务，自上线之后协助办理上万件理赔请求并追回理赔金超4千万元。

2. 微保存在的问题

(1) 微保营销缺少法律监管。微保借助微信公众号、腾讯手Q和与抖音等平台合作来经营互联网保险业务，但此营销方式还不成熟，相关监管法律规范还很欠缺，只有《广告法》、《商标法》、《网络商品交易管理暂行办法》可以参考，但都没有针对微保营销的相关监管规定。现阶段保险监管主要针对实体经济，因此对微保的监管非常有限。虽然我国新修了《业务监管办法》，可是该《办法》没有规范微保营销的相关规定，互联网保险业务边界模糊的问题仍广泛存在。

(2) 微保营销存在安全问题。微信的转发复制功能使得其在保险营销中容易泄露用户个人私密信息，从而引发严重的信息安全问题。由于互联网的开放性，金融交易难以做到完全保密，再加上，黑客和网络漏洞的刻意攻击更为互联网用户信息安全增添风险。同时，支付安全也是微保营销的一个难题，虽然微信支付已成为现代社会使用率最高的支付手段之一，但其支付界面的二维码或链接容易被篡改或恶意拦截，导致用户财产遭受损失。

(3) 微保营销缺少配套服务。保险的本质是风险的补偿和转移，在保险事故发生时给予客户经济利益上的保障，所以理赔是判定保险服务好坏的重要环节，但微保在这方面显得有些“心有余而力不足”，这是由于微保把绝大部分的注意力都集中在前期销售环节，而保险流程是相互作用、相互促进的，客户在理赔环节感受到的优质的服务态度会提升其继续购买的意愿。且微保虽推出受到客户喜爱的“微保管家”服务，但只能对小额保单进行理赔，其余理赔案件的有效解决，微保现阶段还无法实现。

3.3.3 网络兼业代理模式——携程旅行网

携程于2009年提交《兼业代理许可证》牌照申请，同年7月推出业内首个

电子化销售平台实现与保险公司的对接,以及公司内部的首张即时平台电子化保单,自此 7×24 小时不间断服务的互联网保险新时代诞生。

携程的主营业务整合了传统旅游业与高科技产业,已向超过 4 亿用户提供出行、旅游全方位服务,被誉为完美结合互联网与旅游业的业内典范。携程在旅游出行领域的口碑和市场占有率都独占鳌头,其强大的竞争力和庞大的用户群为携程开启保险领域新篇章打下坚实基础。携程采用境内外旅行意外险与行程配套、售卖机票与航班意外险配套等方式经营,具有极强的保险产品配套效应,这种主业与互联网保险配套经营模式发展势头强劲。

1. 携程旅行网的特点

携程是提供旅游出行所需机票、火车票购买功能以及旅游攻略的网站,其代理销售的保险产品有申请签证保险、意外健康保险、境内外旅行保险、交通意外保险等皆与其主营业务密切相关。携程代理销售保险产品既可以为客户提供更好的增值服务又可以从中获取一定的利润。

2. 携程旅行网存在的问题

(1) 违法搭售。在线旅游平台的捆绑搭售事件层出不穷,携程作为业内龙头企业发生相关事件必然引起轩然大波,受到消协、银保监会等监管部门、媒体和广大消费者的广泛关注。即使《中华人民共和国电子商务法》强势出台,明令禁止违法搭售,并经监管部门严格排查,携程仍出现了一次默认搭售情况。在携程开启微信销售平台后,此类搭售行为更为隐蔽、难以监管。中国民航局曾于 2017 年就发布了《规范互联网机票销售通知》,禁止网络机票销售中的违法搭售行为,部分网络机票销售平台仍欲规避监管,转为采用默认选项的方式搭售服务产品。

(2) 保险产品定价虚高。一般情况下,财险行业平均附加费率一般不超过 35%,而携程在互联网平台推出航延险产品的附加费率达 50%—60%,远高于行业平均水平,航延险定价随之增高,严重损害了消费者的利益。在实际经营过程中,其他保险公司为了抢占市场不得不放弃自身利润从而承担巨大的经营压力。当实际赔付率高于预定值时还会给保险公司带来高额亏损,这也损害了与携程存在合作关系的保险公司的利益,甚至会给保险行业带来负面影响。

(3) 无资质开展保险业务。携程旅行网是上海携程商务有限公司的互联网

平台，但拥有保险代理资质的是其控股的子公司——携程保险代理有限公司，而非携程公司直接取得保险代理资质，也就是说，携程兼业代理保险业务实际是携程保险代理公司在第三方互联网平台上进行的，此平台并没有保险中介资质。银保监会发布的《2019 乱象整治方案》中三令五申，保险机构合作的第三方互联网平台及其工作人员的业务范围仅限于提供网页链接、展示产品详情等辅助服务，不能代收保费和转支付。而携程在旅行服务费用结算时会同时推荐相应的保险产品，若消费者勾选则一并结算，这违反了互联网保险监管要求。

3.3.4 专业中介代理模式——慧择网

慧择网于 2006 年成立、2020 年上市，是原保监会批准的最早获得网上销售保险资格的网络平台之一。慧择网与 100 多家保险机构缔约合作，提供上千款保险产品，涵盖财险、人身险全险种，还提供保险咨询、保险快讯、方案定制、协助理赔、在线投保等保险服务，累计服务用户达 4730 万人次。

1. 慧择网的特点

慧择网拥有交叉销售服务、顾问式销售服务、打包销售服务等基本服务类型，通过与消费者的深度互动获取用户大量的隐性需求，寻找网站销售渠道的痛点，纠正销售中的不当之处从而提升销售服务质量。慧择网庞大的用户群体和种类丰富的保险产品也会有助于其进行消费者需求大数据分析，能够恰到好处的在消费者盲目挑选、举棋不定时进行保险产品推荐并获取高额利润。

为提高风控效率，慧择网与保险公司合作建立业界首个黑名单共享平台便于公司外部机构知悉各家信用不良的保险公司，同时在公司内部设定独特的风控体系，先由计算机系统根据标准规则筛选出嫌疑目标，再由人工对有黑名单嫌疑的公司进行现场核实。

2. 慧择网存在的问题

(1) 合作方无网络销售保险资质。慧择网合作的保险公司和自媒体数量逐年增加，已增加到 80 个和 17587 个，但这些平台中有一部分并没有保险网销的资质，通过借助慧择网这个“牌照通道”来销售保险产品并从中获取佣金，或者由慧择网主动与第三方互联网平台合作分销保险产品，取得带货效果。根据我国互联网保险监管规定，第三方平台不具备相应资质不得开展保险中介或保险经营

活动，慧择网的做法使得对它的互联网保险监管更难以实施。

(2) 数据安全问题。慧择网承担着巨大用户流量的同时也必然会出现网络访问人数密集的情况，存在受到网络恶意攻击和窃取个人信息的威胁，为解决此威胁，降低网络平台数据被窃取的风险，慧择网运用加密传输技术抵御网络侵袭，即便如此，互联网的高速发展仍不断挑战着加密传输技术的安防防线。

3.3.5 专业互联网保险企业模式——泰康在线

泰康在线的核心战略是“互联网+大健康”，作为国内首家由大型险企发起设立的专业互联网保险公司，历经磨砺近 16 年缔造了业内多项第一：第一个全线上服务、第一张电子保单……泰康在线早在保险业热火朝天的互联网转型之前就一马当先开启互联网化，已然成为国内“互联网+保险”的一个写照。

1. 泰康在线的特点

泰康在线在互联网保险领域具有先发优势可以充分调动保险集团资源，用财险牌照优势补充寿险业务不足，用寿险业务口碑为线上财险引流，形成产寿结合的双重布局。

泰康在线运用表格、动画流程图等形式展示保单条款，使其具有较强的可读性，只需要进行网页浏览就能直观地了解到保险产品的价格和保障范围。泰康还将一些晦涩难懂的专业术语转换为用户容易理解的表达，并简化投保流程，部分产品只需要提供个人基本信息便能实现投保，真正从用户体验出发进行产品设计。泰康在线还创新出“一键闪购”营销策略即无需繁琐的信息填写就能实现投保，提升了用户体验。

2. 泰康在线存在的问题

(1) “一键闪购”快速投保服务使得保险人较难履行说明义务。泰康在线一般只在网上进行合同签订，需要客户依靠自身经验进行投保，由于没有业务人员讲解提示保险合同中的重要条款，从而可能导致消费者无法了解条款中的注意事项和条文内涵。此外泰康在线致力于简化产品设计而不顾引发风险，只妄图把复杂的保险条款以更直观的方式展现而忽略了消费者或许会因此无视掉交易中的关键内容，为后续服务带来不必要的麻烦甚至引发理赔纠纷损害企业口碑。

(2) 投诉量大体现售后服务能力不足。根据银保监会公布的 2020 年前三个

季度泰康在线的保险投诉情况显示：第二季度、第三季度保险消费投诉为 332 件、621 件，每亿元保费投诉量为 15.71 件、24.97 件，均位居同期财险市场投诉量前十，该现象主要是由泰康在线碎片化、小额的保单造成，十分考验泰康在线的技术能力和客服能力，也会对靠口碑吸引客户群的企业造成无谓的舆论影响。另外，保险行业归根到底属于服务业，面对面的服务在许多场景下都是必不可少的，网络渠道的沟通不能替代全部，泰康在线应当深思如何在人工与科技之间寻求平衡。

（3）网络信息安全难以保障。泰康在线多年来都十分重视客户信息安全，还曾在 2017 年与腾讯共建网络安全生态体系，但因其获得的客户信息具有很高的价值，很可能会遭受不法分子的网络攻击。此外，大数据技术不断发展和完善使得数据在商业决策中的重要性与日俱增，用户个人信息的商业价值水涨船高，不排除会发生保险机构内部员工违背职业道德，窃取用户信息非法牟利的事情。再者，互联网保险所依赖的第三方支付平台也可能存在安全问题，造成消费者遭受财产损失的状况。

4 互联网保险发展中的问题与监管困境

我国互联网保险起步较晚却比别的国家更具多样化，面对的风险也更为复杂，虽然保持了保险的本质，但因定价依据、展业方式、业务流程与传统保险不同，还是催生出新的风险，监管难度可见一斑。要想对互联网保险监管展开研究必须把握好行业发展状况与风险现状，准确判断监管中存在哪些问题，继而寻求解决的好方法、好路子。

自开启互联网化变革后，销售渠道纷繁复杂使得市场内公司品质良莠不齐，违法违规事件时有发生且屡禁不止，在提高监管难度的同时也影响消费者权益。银保监会的公开数据显示，互联网保险投诉量持续飙升，2015—2018年不过四年时间投诉量从1441件增长至10531件，2017年第三方平台的投诉量占比更是达八成以上。截至2020年第三季度财险公司的亿元保费投诉量居高不下，理赔纠纷案件持续增多。

4.1 互联网保险发展中的问题

4.1.1 产品信息披露不全

互联网平台销售保险产品应当根据银保监会的规定披露相关信息，如承保公司、犹豫期、合同订立形式、退保损失、费用扣除、保险单现金价值等信息。然而保险机构违法搭售时往往将除险种名称外的细节信息放置在下方链接中，点开方可查看，由于字体太小极易被消费者忽视；更有甚者只声明有效期、投保份数限制、已经生效不可退款等字样而规定披露的其余信息一概缺失。

还由于大多数保险公司追求保费收入，频频推出哗众取宠的保险产品，却背离保险保障投保人的财产及人身损失的本质和初衷，告知不明晰就自动续保，混淆不熟悉保险专业知识的消费者对于保险条款、保险产品的理解和认知，使其购买非自身所需的产品，后期消费者仔细对比后感到上当受骗，引发消费者对互联网保险服务质量的极大不满，造成现有消费者的流失。

4.1.2 网络欺诈问题

互联网保险不同于传统保险销售的面对面交易，是全程线上交易模式，消费者无需与保险人单叙而是通过浏览保险人在网页上提供的产品服务详情介绍进行投保，这种虚拟交易形式给消费者辨别信息真伪提升了难度。一些不具备相关资质的机构和平台开展保险业务有违监管规定，一旦其利用互联网保险业务组织侵占保险资金、非法集资、洗钱或其他违法活动，将严重损害消费者合法权益。有的险企和违规 P2P 平台合作导致出现保险资金投资结构不合理、投资方向模糊的风险并渗透入保险公司。

另一些互联网保险平台则是在开展营销宣传活动中，违反通俗易懂、遵循社会公序良俗、清晰准确的原则，虚假描述保险产品的保障功能，夸大宣传保险产品的保障力度和保障范围，误导消费者对产品内容产生不切实际的幻想，不谈保险产品的实际保障内容而单纯比较产品价格和公司排名，混淆保险产品与理财产品、基金产品等的作用，在销售宣传时承诺必赔或承诺收益金额，甚至大肆宣传与保险合同条款不一致的虚假内容，误导消费者对保险监管政策的解读，冒充监管机构人员进行商业宣传等违法行为。

4.1.3 违法搭售和结算保费

根据《业务监管办法》第 19 条的规定，保险公司通过自营网络平台开展互联网保险业务的，应通过自有保费收入专用账户直接收取投保人交付的保费；与保险中介机构合作开展互联网保险业务的，可通过该保险中介机构的保费收入专用账户代收保费。然而网络兼业代理平台时常有违法搭售的行为出现，在用户订购机票或酒店时搭售相关保险或是在用户不知情的情况下默认捆绑保险增值服务，这些费用在结算时一并支付到自设收银平台，再由平台支付给保险公司，此举显然违反了《业务监管办法》的规定。同时，在消费者不知情的情况下捆绑销售与《新消法》规定的消费者对商品或服务享有自主选择权也背道而驰。即便监管部门严厉打击捆绑销售行为，有些平台会转变为将保险产品设置为默认购买模式，消费者可以主动取消勾选，但无形中扩大了消费者的注意义务即不履行该义务等同于确认投保，这对消费者明显是不公不法的。

4.1.4 售后理赔困难

据银保监会公布的 2020 年前三季度投诉情况通报描述，众安在线、易安保险、泰康在线的理赔纠纷投诉量位居财险公司前十，多达 3000 件，可以看出互联网保险公司特别是专业互联网保险公司在消费者面临风险时保护力度较差，这是因为消费者在与保险经营主体协商理赔的过程中处于劣势，以致其理赔请求难以实现，再者，在互联网平台进行交易，电子合同难保存、易篡改的缺点会使得消费者的求偿权更难实现，若不能弥补消费者的损失那就丧失了保险的本质。由于近年来电子保单数量突增，面对纷繁的理赔案件互联网保险公司难以保证理赔服务质量，即便其推出“线上核赔”服务，也会因请求赔付的客户来自全国各地，语言、背景、要求不同导致沟通障碍，需要投入大量人力资本去解决。

4.1.5 信息安全问题

互联网保险的大部分业务流程都需要在网络平台上达成，为了不影响日后的理赔效率及理赔金额，消费者需要在网页上填写完整的个人信息，一旦保险机构的网站出现系统崩溃或遭遇病毒攻击，将威胁客户个人信息安全。

中国人寿于 2013 年曾出现 80 万份保单信息泄露事件，用户的投保险种、手机号码等信息在网上流出，该事件引起监管部门的重视。而后，2015 年监管部门监测互联网保险平台信息安全时发现 20 多家保险平台存在信息泄露危险，如果 20 多家平台都发生个人信息泄露，对用户权益造成的损害将不可估量。杭州保险师 APP 也曾通过与之合作的保险公司的投保方案窃取到用户个人信息，且此 APP 没有账号注销功能，停用后仍强制访问手机内信息。

互联网保险平台的内部、外部都有发生个人信息泄露的风险，内部风险主要是经营主体违法违规行为产生的风险，如保险机构工作人员违反保密制度非法向他人提供客户个人信息，外部风险多来自于互联网开放、自由的环境。传统保险业务中涉及的个人信息只有保险公司拥有，而互联网保险合同的订立需要借助网络平台，能够接触到用户个人信息的主体增多，信息泄露风险增大，可能出现整合、分析通过网络平台收集的个人信息用于违法活动的情况，威胁互联网保险消费者个人信息甚至财产的安全。除此之外，还可能在保险企业整理数据的过程中遭遇计算机病毒等非法手段恶意攻击窃取信息。

4.1.6 在线支付风险

在线支付是互联网交易的核心内容,推动电子商务发展,但由于网络环境的虚拟性,在线支付存在一定的安全风险。

互联网保险的保费通常由投保人通过网络平台进行在线支付缴纳,但可能会因为第三方支付平台存在安全隐患导致客户网络支付受到威胁,如:第三方平台收到保费后未及时转给保险机构,甚至违规挪用、占用进行其它经济活动;再有,计算机系统几乎都存在不稳定性,所以其支付系统本身可能也存在安全漏洞,无论是偶然疏忽还是操作失误,都可能影响账户资金安全。还有,网络支付交易的虚拟性也让消费者很难鉴别平台另一端的身份及信用的真实性,加上目前我国相关法律法规及监管制度尚未完善,也加大了消费者因对方身份不确定性而面临经济损失的风险。

4.2 互联网保险的监管困境

4.2.1 法律法规体系不完善

随着监管体制的不断演变,互联网保险监管法律体系积极适应实际需要,迈向完备、科学的总体目标,在推进行业良序发展和互联网保险监管有效实施等方面也取得显著成效。近年来我国初步形成了以保险法为核心、以行政法规和规章为主干、以规范性文件为补充的保险法律制度体系,为监管工作的稳步推进提供了较为完备的法律依据。

相比法律、法规,规章和规范性文件在监管法律制度的实际运用中具有更强的可操作性和灵活性,对新问题、新情况能够审时度势作出反应。现阶段监管机构主要依据的是《业务监管办法》和《中保协信息披露细则》两个规范性文件,其主要针对当前保险市场的突出问题和重大风险,及时添补监督管理措施。但由于互联网业务涉及面广、范围遍布全国,故而地方政府无法出台地方性文件用于规范这些保险机构。再者,保监会和银监会合并、互联网业务更新快、复杂程度高,相关文件到期后并不能得到及时修改,正如本应于2018年到期的《监管暂行办法》仍沿用2年,所以监管工作在许多方面存在不适应。对于具有数字化、

虚拟化、复杂性、无时空限制等特征的互联网保险业务，只依靠主要为传统保险行业制定的《保险法》来监管，显然是不能完全适用的，需要出台更多针对互联网业务行之有效的监管办法。

在保护用户信息安全方面，我国制定的《新消法》侧重在实体经济中对消费者的合法权益进行有效维护，即互联网保险消费者的部分权益未纳入法律保障范围，同样，《保险法》在虚拟世界中也不具备可执行性，这将阻碍消费者权益保护制度在互联网保险中的施行，不能全面维护消费者的合法权益。

在市场退出机制方面，《保险法》中大部分的规定都只是针对传统保险行业，互联网保险机构的市场退出都是采用关闭网站或与第三方平台终止合作的方式，退出机制暂时未构建完善，以至于有些区域成了所谓的“灰色地带”，某些互联网保险机构游走在法律边缘，这将影响我国互联网保险实现可持续发展的目标。

4.2.2 监管标准不明确

我国尚未建立成熟的互联网保险监管体系，究其原因缺乏对互联网保险市场深入、全面、系统的研究和分析，只有通过研究分析才能制定出适应互联网保险发展的监管标准。在制定监管标准时应当认识到，虽然互联网保险保有传统保险的本质的同时也存在差异，但若互联网保险监管标准与传统保险不一致，可能会导致监管套利，不利于市场公平竞争，具体体现在：一是产品定价和销售方面。比如线上线下销售同一险种，线上销售允许打折，线下则被禁止；二是保险服务方面。传统保险服务的监管标准设定的较为严格，互联网保险服务的则较为宽松，将会导致线上线下客户服务不一致从而引发消费者对线上服务不满。监管部门也应当认识到互联网保险交易中欺诈、误导事件频发，若继续沿用传统保险的监管标准则不能适应互联网保险市场的特点，对此还需要数据和经验的不断积累。

4.2.3 缺乏有效的监管机制

银保监会依照《保险法》和国务院的规定履行保险业监督管理职责，认真贯彻落实 2019 年新修订的《信息公开条例》，建立或调整信息公开领导小组或相关机构 180 个，建设并启用了新版官方网站，并对《消费投诉管理办法》等监管政策公开征求意见，还主动公开行政处罚相关信息，及时公开消费者权益保护相

关信息以及群众关心的保险业统计数据、辖区监管动态，致力于维护保险消费者合法权益。虽然银保监会大力推进公开互联网保险行业信息的举措，但寄希望于互联网保险机构主动报送真实的季度、年度数据，自觉遵守法律法规的要求进行商业活动，在受到处罚后能够立即整改，杜绝同样的监管问题再次出现，并不能达到监管机构所预期的监管效果。

目前我国互联网保险机构的监管方式主要是现场检查方式和消费者举报方式。通过每年对互联网保险机构和第三方保险平台进行专项检查，对网站界面、APP 界面、合同条款以及展示内容的合规性进行检查，或根据消费者举报对特定保险机构进行调查等，此类查处的处理方式通常是通报、警告或给予行政处罚，不足以使保险机构重视而不敢再次触碰监管底线。再如，银保监会为加强产品信息披露而在《业务监管办法》中规定，由中保协开展互联网保险业务信息披露相关自律管理工作，要求保险机构及时披露自营平台、互联网保险产品、合作销售渠道等信息，并附上自营网络平台在中保协官方网站上的信息披露网络链接，便于社会公众监督和查询。但若保险机构未按照要求披露，在多数情况下也只是得到警告、罚款、责令整改这些屡见不鲜的处罚。

4.2.4 监管人才匮乏

监管人才匮乏是造成我国互联网保险监管窘况的原因之一，我国应当培养复合型互联网保险监管人才，满足兼具保险监管专业知识和先进网络技术的要求。现阶段我国互联网保险专业人员在互联网技术的掌握上仍不熟练，网络专业技术人员在保险知识及其监管方面也不太了解，再加上我国保险监管机构于 1998 年成立，并没有充足的时间进行监管人才储备。这一人才匮乏现象主要体现在监管队伍组建方面，一是监管人才的培养速度总体落后于互联网保险的发展速度，能同时掌握深厚保险知识和信息技术的专业监管人员稀缺。二是监管队伍中不乏以传统保险监管思维看待互联网保险监管的人员，导致新的监管理念难以实施、监管效果不佳。所以，建设互联网保险监管队伍最重要的就是督促监管人员学习并掌握互联网专业技术。

当前金融市场呈现竞争且融合趋势，互联网与保险市场的发展深度融合，包括互联网保险在内的互联网金融业与互联网行业的边界也日益消除。互联网保险

覆盖了人身险市场、财险市场和保险中介市场，其跨市场的特性导致组建监管队伍时对熟悉金融市场运作与互联网行业发展的综合性人才需求增大。为了促进互联网保险市场的融合发展，我们可以建立监管联动机制，探索与互联网监管、银行监管、证券监管等部门的有效合作，替代传统保险片面、独立的监管方式。

5 美、日、欧互联网保险监管经验及启示

5.1 美国互联网保险的监管

美国拥有世界上最大的保险市场，也是全球首个发展互联网保险的国家，国内人民的投保意识强烈，信用评价体系业已发展完善，网络基础设施分布密集，这些都是美国发展互联网保险的优势所在。同时，美国也是最早设立保险监管机构的国家，其监管由国家授权，这一举措是现代保险监管制度转变的重要标志。在联邦和州政府平行合作、双重监管的情况下，又各自享有管理权和立法权，形成美国独有的“两级多头型监管体系”。进行保险业监管的专门机构是全美保险监督官协会，其设计了财务分析偿付能力跟踪系统与保险监管信息系统，建立预警机制和危险处理机制，把握保险公司的偿付能力和经营状况，将偿付能力以200%、150%、100%、70%四个节点进行划分，即便偿付能力只低于200%也会要求保险机构提供财务报告进行解释以求不断提高改进。

美国互联网保险的监管具体表现在：一是营造外部法律环境。美国对于互联网保险的监管抱持既宽松又严谨的态度。一方面，不仅注重网络安全的保护，保持网络平台的日常运营，也十分注重保护投保人和被保险人的信息安全；另一方面，监管当局放任互联网保险自由发展，同步补充或修订相应的法律规范来为其发展保驾护航，如2000年发布的《电子签名法案》明确了电子签名的法律效力，2001年又颁布了《第五号函件》用于规范互联网保险业务等。二是健全偿付能力监管体系。联邦和州政府十分重视偿付能力的监管，在互联网保险业务中采用由风险资本、财务分析追踪系统、现金流测试、保险监管信息系统构成的偿付能力监管体系，对偿付能力进行不同层次采取不同措施的监管。三是发挥行业自律监管作用。在保险监管规则的完善或修订过程中，充分发挥全美保险监督官协会的行业自律监管职能，补充政府监管空缺，约束互联网保险市场的健康运行。四是发挥保险评级机构的作用。作为拥有世界上最完善保险信用评级制度的国家，美国有标准普尔、穆迪等多家享誉全球的保险评级机构，它们公正的评判保险公司的债务、财务状况，其评级方法和评级结果甚至成为保险行业的风向标。通过对符合一定财务标准的保险公司进行信用评级，使广大消费者更直观地了解保险公司信用等级，从侧面提升保险监管的成效。

5.2 日本互联网保险的监管

被誉为“保险王国”的日本，拥有世界上第二大的保险市场，这些百年老字号保险公司在二战结束后乘着经济腾飞的“快车”一路高歌勇进，充分发挥保险补偿民众经济财产损失的功能。虽然历经金融风暴的艰难时期，保险公司仍屹立不倒，这归功于金融监管厅（FSA），也就是日本专门监管金融市场的行政机构。

日本互联网保险的监管具体表现在：一是法律法规体系的构建和完善。互联网保险业务发展逐渐走向成熟，日本随之出台了相关的法律法规，如《电子契约法》、《新保险法》等，在法律层面对互联网保险加以肯定，加强对保险条款和保险费率的监管力度，并采取对待传统保险那样严苛的监管方式来施以监管。二是参与国际规则的制定。作为国际保险监督官协会（IAIS）会员，日本保险业在金融厅的监管下严格遵守国际保险监管标准开展经营活动，按照 IAIS 的国际会计标准与偿付能力监管标准展开一系列改进措施，积极参与国际规则的制定，在参与中实现与国际保险业同步发展。三是偿付能力比率和最低偿付能力标准的引进。日本金融监管厅根据保险公司的偿付能力比率来判定其经营状况，随后采取早期改善措施督促问题公司乘热打铁，而且其偿付能力比率需要比改革前提早一年进行公开。根据规定，偿付能力比率低于 0% 时对保险公司进行部分或全部清理；偿付能力比率高于 0% 低于 100%，采取变更保费计算方法、禁止或限制支付分红等全面措施；偿付能力比率高于 100% 低于 200%，保险公司要施行重新筹资计划。四是多层准入规则的实施。日本保险市场的准入制度比其他国家都更严格，以至于 1996 年之前几乎没有外国险企能够进入日本保险市场，直至日本兴起互联网保险业后，外国险企才渐渐获得许可。通过保险监管部门及第三方评估机构对经营主体的适度评估，提高了保险经营主体的社会声誉，有效防范了互联网保险经营主体出现内幕和不法交易事件。但摇手触禁的监管使得进入市场的外国险企难以发展，只能选择与该国保险公司合作运营，反映出日本保险监管机构高度重视保险市场的有序发展和认真负责的工作态度。

5.3 欧盟互联网保险的监管

有赖于经济高速发展的背景，欧盟的互联网保险发展也未落后许多。其不仅

将现代信息技术应用于电子商务活动，还巧妙应用到公司的内部治理中。消费者与保险公司借助网络交互渠道使得交易信息即时、透明。

英国是欧盟地区第一个发展互联网保险的国家，伦敦保险市场早在 1994 年就将计算机系统用于保险交易运行速度的大步提升，英国的“屏幕交易”网站提供的各类保险产品，其保费增长速度日新月异。2000—2008 年英国互联网保险的市场规模从 29% 提升至 43%，而同期传统保险经纪的份额却从 42% 跌落到 25%。见此良机，大型金融集团和保险集团也按捺不住，相继涌入互联网保险市场推动其发展更上一层楼。

欧盟互联网保险的监管具体表现在：一是互联网监管多元化方面。英国实行以中央监管为中心、两个以上监管机构协助的监管体系，由法律规定最低偿付能力及其计算方法，一旦监管机构发现公司存在偿付能力问题，会通过行业自律组织发起协调管理，再配合事后管理，披露问题保险公司的信息重创其公司声誉；德国则是实行多层次监管体系，由联邦金融监管局（最高监管机构）、联邦银行、外部监管机构组成，分为联邦和州两个层次去监管不同的保险公司，再有监管政策引导鼓励监管施行和多元化监管手段的协同作用。二是监管一致性方面。欧盟繁荣兴旺、井然有序的市场环境为其监管打下良好基础，加之构建区域统一的监管体制公平对待每个欧盟成员国，将监管体系设定同保险市场状况紧密结合，在这样具有普适性的监管体制下能够提高各国互联网保险市场的运行效率。三是监管执行力方面。德国在 2008 年实施的新《保险合同法》强化了保险监管的执行力，加强保险人对投保人提供咨询和信息的义务，并将电子合同形式赋予法律效力。四是市场准入方面。欧盟采用其专有的数据处理传输规则采集分析入市公司的基本状况，搭配最先进的网络安全技术手段，一方面防范入市时发生信息泄露的风险，另一方面构筑起市场准入规则的互联网壁垒，再结合完备的服务经营体系打破入市规则执行中的阻碍。五是运作效果的实时评估方面。全程跟进各成员国实时评估其互联网保险业务运行状况，分散定期评估的高工作量和失误风险，迫使保险经营主体时刻提高警惕保证业务质量。

5.4 美、日、欧互联网保险监管对我国的启示

第一，完善互联网保险法律法规，增强政策支持力度。政府的支持对互联网

保险监管机制的完善起着重要作用,再者其健康发展亦取决于法律法规的完备程度、互联网设施建设的日臻完善以及法律标准的高度统一,我们应当鉴戒美、日、欧发达国家或地区在保险监管方面施行的法律规范和政策指导,作出符合中国国情的必需调节,妥善控制我国保险监管机构权限,面对非法交易要重拳出击、直击要害,推进行业与监管机构良好的相互作用、相互监督、相互制约,从而共同确保互联网保险业的健康发展。

第二,完善国内信用体系,加强互联网保险监管。我国未曾体验百年工业变革,在金融市场信用体系建设上也显著落后于各发达国家,但社会、个人对信用体系都抱有很大的信任,其建立也能约束个人和企业的行为。再者说,信用等级评价促使各经营者长期衡量自身行为的可能后果,既有利于经济个体责任心的彰显又为保险监管铺平道路。借鉴于此等举措,我国更应加快完善信用体系建设,鼓励个人和企业踊跃参与该建设,为监管机构的监管实施提供有力依据。

第三,弹性化市场准入机制,鼓励互联网保险创新。通过对美、日、欧互联网保险监管原则和监管目标的分析,可以看出美、日、欧均采用弹性化市场准入机制,灵活控制保险公司入市,在保证不违反相关监管法律规范的情况下给予互联网保险公司以最大便利,尽其所能放任互联网险企充分发展,鲜明的表现出其入市机制设立的根本目的就是保障被保险人和投保人的基本利益。我国的保险监管则相形见绌仍采取生硬的原则化市场准入标准,为监管而监管,这会阻碍互联网保险的良好发展。

第四,推进行业自律管理,辅助互联网保险监管有效执行。美国有法律监管、司法监管、行政监管相结合的三方监管制度,搭配全美保险监督官协会作为协助,相较于我国单方面的监管更能推动监管举措的有效施行。行业自律组织作为立法机关和行政机关外执行保险监管职能的部门,既可以把握好对保险公司财务状况的监控,又可以提供咨询和其他相关服务。由来自全国各地具有保险监管知识的成员组成的行业自律协会,虽不具备行政权利,但可以向各地互联网保险监管机构提出建设性建议,定期交流保险监管意见,为互联网保险监管的有效实施发挥借鉴作用。

6 完善互联网保险监管的建议

6.1 政府监管方面

6.1.1 完善互联网保险监管法制体系

鉴于我国互联网保险比欧美国家起步晚,相关法律法规体系尚未完善,并不能满足互联网保险的发展需要。因此要将完善互联网保险的法律法规作为完善我国保险监管体制的首要工作,提高互联网保险的法治化水平,维护互联网保险市场的稳定发展,使其监管有法可依、有法必依、违法必究。《保险法》虽历经修订却未新增互联网保险方面的内容,这使得其监管思路仍沿用传统保险监管,制约了互联网保险的发展,更使得互联网保险区别于传统保险的风险不能得到及时监管。因此,将互联网保险的监管规定纳入《保险法》是当前完善我国互联网保险监管法制体系的重中之重,提高监管效力层级,做好与其他相关法律法规的对接工作,还应加大国家对互联网保险行业的政策支持,在积极扶持行业发展的政策指导下,配合健全的法律法规体系和高效的监管执行力,为保障互联网保险行业健康发展提供优越的制度环境。

6.1.2 加强互联网保险数据安全保护

互联网不受时间与空间限定的特性虽扩充了保险业务经营的地域宽度与时间长度,但也提高了监管的困难程度。传统保险行业中保险公司及其分支机构有固定的营业点和营业范围,监管部门易对营业网点采取监管手段进行业务规范,而互联网保险业务不局限于某一地区的消费群体,也不需要专门设立营业网点,该业务常发生在跨地域的保险人与投保人之间,在实行监管时,监管机构需要熟练使用网络技术以掌握保险业务的具体信息,这归因于每一个时间点都会产生成千上万的数据,将加大分析和整理的难度,提高监管机构的专业技术要求。

在金融与科技紧密交融的背景下,应以数据为核心驱动,以区块链、人工智能、云计算等科技技术为依托,以更有效的监管为价值导向,监管机构可以借鉴国外金融监管局的“监管沙盒”机制,化解监管与创新间的矛盾,运用沙盒监管

方式解决互联网保险的数据安全、跨地域监管等问题。还可以由银保监会牵头，寻求与腾讯、百度等互联网科技公司的合作，建立高效、安全的信息数据管理平台，严格划定数据管理平台存储信息的使用范围，加密处理具有个性化标签的信息数据，明确规定不能将隐私信息用于商业化用途。

6.2 行业自律方面

6.2.1 完善互联网保险信息披露制度

1. 加大互联网保险信息披露力度

信息披露是一个重要的监管内容，监管机构应加大互联网保险信息披露力度和对违反信息披露义务的保险机构的惩戒力度。其一，明确需要披露的具体内容，包括保险机构的险种范围、偿付能力、运营资本、管理制度及其年度报告、风险预警机制、资本流动等，并保证披露的内容准确、完整。其二，增加监管执法的专业调研，利用专业研究手段找出信息披露中模糊问题的痛点，制定针对性政策逐个击破。

2. 加强互联网保险信息披露的真实性

《业务监管办法》第12条对互联网信息披露的真实性作出了要求，强调互联网保险机构不得夸大、片面、虚假宣传。在真实性监管上，一方面，可以细化产品信息披露规则防止片面披露，同时要求保险机构对其历史披露的内容不得删除，确保信息披露“全程留痕”，可以随时查阅。另一方面，严厉追责披露不实产品信息的保险机构，要求其及时纠正披露内容，并定期向社会公众公开最新信息，接受社会监督，提高行业透明度，降低交易双方信息的不对称性，确保互联网保险消费者实时了解行业动态，作出正确决策。

3. 规范互联网保险信息披露的形式

互联网保险与传统保险在信息披露形式上存在很大的差别。在传统保险投保时，保代会向投保人详细说明合同的重要条款和产品的信息，投保人可以针对具体问题与保代进行面对面的沟通。然而，互联网保险的信息披露主要表现在网页中的产品信息展示上，包含文字、图像、动画等形式，没有保险代理人解释说明也无法做到面对面沟通。针对这一情况，可以通过以下四个环节来解决：第

一，保险机构必须使用专业词汇进行产品的信息披露；第二，提升互联网保险信息披露的技术手段，将网络科技充分运用到产品信息披露上。比如在消费者想要了解保险产品信息时，设定鼠标指向的词汇可以显示完整的解释说明，也可以插入视频、音频等使消费者能充分了解产品信息；第三，由于民众的契约意识不足，在消费者投保时网页必须弹出保险合同重要条款的说明页面并强制停留，但不能将点击“我同意”作为交易继续进行的强制要求；第四，产品信息说明页面须以电子邮件或书面方式送达投保人，方便其在发生误导理解、消费纠纷时掌握足够证据进行举证。

6.2.2 协调互联网保险市场准入退出机制

互联网保险市场的情况比传统保险市场更为复杂，如果两个市场的准入规则不加区分将会导致监管不到位，传统保险市场严格的准入条款也会遏制其发展活力，所以传统保险市场的准入规则虽然严格但不能直接适用于互联网保险市场。监管部门应审慎又灵活地制定互联网保险市场的准入规则，充分考虑网络平台支付的安全性、信用评估结果、企业发展模式以及公司内部管理等因素，严格审核进入市场的保险机构的经营资质，坚决取缔无资质的机构，同时适度放开传统保险市场准入规则，尽量不过多干涉保险机构具体业务的开展，激发互联网保险市场活力。

我国互联网保险的监管长期存在“重准入、轻退出”现象，因而传统保险市场退出规定零散，导致互联网保险市场退出机制也不明确。故监管部门应当明确注销手续中关于网站关停、保单处理、保费退还等事项的规定，并解决由此产生的退出时间滞后和退出机制优化等问题，明确市场退出标准能够指引经营者进行积极作为。监管机构应鼓励经营者依照法律规定的程序退出保险市场，并向社会公布退市的公司名单，让消费者获悉权威性信息。

此外，不能疏于监管进入互联网保险市场的新产品。完善具有互联网经济特点、服务于互联网场景的新型保险产品的备案审核，确保保险产品符合基本原则，严防部分公司利用行政审批的时间差抢占市场，模糊产品的合规性。因为产品合规性是新产品入市监管的核心所在，只有这样才能把对消费者权益的保护落到实处，确保消费者的自主选择权和知情权。

6.2.3 建立信用等级评估体系

保险机构在进入互联网保险市场前,要按照官方评估标准严格执行信用等级评定,信用度偏低的保险机构不得进入互联网保险市场。被允许进入市场的保险机构除定期检查、评估外还要接受不定期的跟踪评估,重点关注格式条款的设计、在线投保的流程及风险控制能力等方面,官方平台应定期发布等级评定结果以供消费者查阅、参考。另外,互联网保险行业比传统保险行业的风险更高,比其他互联网金融行业专业性更强,消费者的合法权益更易受到侵害,而我国现阶段只有 NIFA(即互联网金融行业协会)和中保协参与互联网保险的协助监管,因此,成立互联网保险行业协会势在必行,它能够为用户提供更专业的保护,由其负责保险机构的信用等级评估更具专业性、公正性、权威性。

6.2.4 构建多元化纠纷处理机制

1. 搭建互联网保险维权平台

阻碍互联网保险发展的一个重要因素就是投保人与保险人之间的种种纠纷。因为这类纠纷多具金额小、数量多的特点,使得消费者不太愿意采取诉讼方式维护自己的合法权益,所以现阶段常有合同纠纷解决遥遥无期的情况出现。为了消除这一困境,互联网保险监管机关可以指导保险行业协会设立专门的投诉网站,也可以联合现有的网络投诉平台搭建互联网保险维权平台,利用保险公司重视消费者的用户体验、重视公司声誉和企业形象,对其施加无形的压力。此外,还要设置平台服务人员的工作机制,严格落实平台的点击访问情况,及时处理投诉用户提出的疑问,听取改进意见,把保障消费者的合法权益放在首位,增强平台服务人员的责任心,保证消费者反馈问题、维护合法权益的渠道畅通。

2. 组建互联网保险纠纷调解委员会

保险行业协会的一项重要职责是指导建立行业内保险纠纷的调解机制,监管机关可以利用其职责充分发挥保险行业协会的维权与服务功能,在协会内部组建互调委,设置专门解决协会会员与互联网保险消费者之间纠纷的调解程序。由于保险行业协会是专门服务于保险业的组织,故其对保险纠纷能够进行专业性调解,监管部门应当督促其将解决互联网保险纠纷纳入日常工作事项,着重监督出

现业务投诉量较多或较严重的协会会员,监督此类会员及时解决纠纷或为此类会员提供既贴合事实情况又具有针对性的解决计划及技术帮助。在此之前,保险行业协会应向社会公布互调委的成立,令消费者能够及时得知该纠纷解决途径,并附上纠纷调解委员会的联系方式与服务内容,以便消费者的诉求得到及时回应与解决,有助于互联网保险行业化解理赔纠纷,减少不必要的诉讼成本,保障消费者合法权益。

3. 设置互联网金融法庭

相比于传统保险纠纷,互联网保险的各种纠纷复杂性更胜,因涉及到一系列电子证据,审判法官们不仅需要具备专业的保险相关知识,还应有一定的互联网技术知识储备。在法院内部设置经济审判庭同级的互联网金融法庭,将互联网保险纠纷交由该法庭审理,能够更快地进行案情梳理,更及时地作出公正、专业的裁决。当互联网金融法庭受理涉及互联网保险消费者权益的案件时,若案情清晰、证据充分、涉案金额较小,且双方均无异议,可以适用简易程序,减少司法救济成本的消耗,提高纠纷解决效率。

6.2.5 培养互联网保险监管人才

由于互联网专业人士和保险专业人士之间知识技能不兼容,即保险专业人士缺乏互联网技术相关知识,互联网专业人士也不熟悉保险发展及其监管特点,加之我国银保监会即使在合并更名前也仅成立20年,导致当前我国严重缺乏掌握互联网保险知识的保险监管人才。这种专业人才的匮乏现象在监管政策贯彻落实阶段尤为突显,导致相关监管能力落后于快速发展的互联网保险发展要求,使得保险监管不到位并最终形成监管脱节的恶性循环。保险监管机构及其相关人员必须尊重互联网保险发展的客观规律,摒弃裹足不前的状态,改变以传统保险监管方式去审视新兴保险运营模式的观念,集中精力培养专业人才。当前现有的保险监管工作人员也应该及时认清当前保险发展形式,自主学习和掌握互联网保险相关专业知识,在补充自身专业知识储备的同时也为今后保险监管发展做出自己的应有贡献。

6.3 社会监督方面

6.3.1 建立可回溯管理与服务评价体系

建立互联网保险业务的可回溯管理与服务评价体系要依照《业务监管办法》的要求,它的建立将会规范互联网保险机构在线上交易过程中的销售行为。其中,可回溯管理制度针对的是保险行业的销售活动,互联网保险平台经营者需按照监管机构的要求完整保留互联网保险交易中涉及的信息,包括产品宣传、页面内容和电子合同等。而建立服务评价体系则是重点监管经营者提供的业务服务,以规范整个业务流程为目的,督促保险机构达到监管机关要求的相应的服务评价标准,为此,监管机关应积极加快经营主体服务评价体系的构建并尽快完善。

制定服务评价体系可以参照银保监会设置的传统保险服务质量考评的评价标准,将其服务等级分割为 A、B、C、D 四档,除 D 档外每一档内再细分成三级共有十级。服务评价体系要求对互联网保险业务中包括销售、承保、理赔、回访、投诉在内的各个环节制定量化指标项目,比如量化用户对在线客服服务的满意度、经营机构对理赔异议信息的处理效率、用户投诉率以及投诉案件的及时处理率。再结合保险机构每年重大负面事件的发生情况以及互联网技术在服务创新方面的应用情况来综合评定保险机构的服务等级。

6.3.2 发挥社会舆论监督作用

互联网保险机构、行业协会、消费者保护机构可以借助新闻类 APP、官方网站、资讯网站、报纸、公众号等线上渠道,联合向社会民众定期开展互联网保险相关的教育和普及活动,活动内容应包括线上投保流程、投保注意事项、格式条款内容讲解等公众在线上操作时极易忽视或易被商家设置陷阱的部分;线下可以设置社区宣传服务流动站,宣传保险专业知识和网络安全技术,为不擅长使用互联网的群众提供普及机会,提高广大潜在用户对产品及服务自我保护意识和辨别真伪的能力。在某种程度上,还能提升消费者的金融知识素养,起到减少或避免保险诈骗案发生的作用。为了避免宣传教育流于形式、枯燥乏味,宣传人员可以不断创新宣传的方式,例如可以采用法律讲堂、短视频、话剧表演、微电影、动漫插画、宣讲会以及宣传册等形式。面对不同的群体宣传教育内容应有所侧重,采用因人而异、殊途同归的宣传教育形式,使其宣传教育成效渗透入社区的每家

每户每个人。

同时，国家应当在高校教育体系中加入包括互联网保险在内的各类互联网金融知识，并在全国各地通过课堂教育进行普及，阶段性地向大学生传授计算机安全技能和保险相关知识，形成科学有效的教育机制，并鼓励深入学习互联网保险相关知识，针对该领域的重要问题展开学术交流、讨论。

现如今互联网保险发展已踏上以质量为导向的轨道。国家大力帮扶的机遇已经到来，发展正处于紧要关口，互联网保险作为新兴事物的不确定性使得机遇与风险并存，因此必须强化该领域监管，切实做到动态监管、包容监管、审慎监管并行，升级监管手段和监管模式平衡监管约束与开放创新的矛盾，敦促互联网保险在疫情常态下仍保持良序稳健发展。不论对维护消费者的合法权益，规范互联网保险监管都至关重要。

参考文献

- [1] Holzheu et al. Online financial services speed up restructuring[J]. The Korea Herald, 2000
- [2] Kerr, Sam. Internet of Things creating insurance challenges?[J]. Reactions, 2015:38
- [3] Monica Mächler. Swiss Annuities and Life Insurance: Secure Returns, Asset Protection, and Privacy[M]. 2012
- [4] Robert N. Mayer. Online Insurance[J]. Handbook of Consumer Finance Research, 2008
- [5] Sandford G. Trends in technology of Canadian insurance[J]. Annual Statistical Review, 2000
- [6] Vance Gudmundsen. Regulation of Insurance Transactions on the Internet[J]. Journal of Insurance Regulation, 1996, 15(1): 50-162
- [7] 蔡梦翰. 互联网保险反欺诈法律规制研究[D]. 西南政法大学, 2017
- [8] 曹斯蔚. 基于 SWOT 分析法的互联网保险专业中介机构发展对策研究[J]. 上海保险, 2019(11): 43-47
- [9] 曹斯蔚. 互联网保险合规性问题研究[J]. 西南金融, 2020(05): 78-86
- [10] 陈菲, 张立涛. 5G 背景下互联网保险产业的发展探究[J]. 现代商贸工业, 2020, 41(32): 6-7
- [11] 陈奕君. 互联网保险的前景分析及模式预测[J]. 中国商论, 2014(03): 190-191
- [12] 方华. 移动互联网催生保险“微营销”[N]. 金融时报, 2013-07-03(011)
- [13] 互联网保险进阶之路[C]. 北京保险学会 2019 专题文集(下): 北京保险会, 2019: 125-128
- [14] 贾林青, 贾辰歌. 互联网金融与保险监管制度规则的博弈——以保险监管制度的制度创设为视角[J]. 社会科学辑刊, 2014(04): 71-75
- [15] 李俊麒. 我国互联网保险发展现状及存在的问题分析[J]. 中国商论, 2017(09): 29-30
- [16] 李伟群, 丁旭明. 海峡两岸互联网保险监管制度比较研究[J]. 上海金融, 2018(07): 62-67

- [17]李伟群,胡文韬.公平和效率视角下保险监管的困境与突破——以前海、恒大受罚例为研究样本[J].学术交流,2018(03):68-74
- [18]梁俊菊.我国互联网保险法律监管制度研究[D].山东大学,2016
- [19]刘福寿.我国保险监管法制建设70年:回顾与展望[J].保险研究,2019(09):3-10
- [20]陆岚冰,罗翠苑,江楚璇.论移动保险的操作风险管理[J].经济师,2012(06):38-39+41
- [21]罗艳君.互联网保险的发展与监管[J].中国金融,2013(24):49-50
- [22]吕志勇,李东.我国网络保险的风险及风险管理研究[J].上海保险,2014(04):22-25+42
- [23]麻荣荣.关于我国互联网保险法律风险的思考[J].保险职业学院学报,2015,29(06):44-47
- [24]孟夏,王春萍.互联网保险业务发展及其监管国际经验研究[J].吉林金融研究,2016(09):29-35
- [25]苏嘉琼.论“四位一体”广义保险监管体系的构建[J].保险研究,2004(02):25-27
- [26]孙喆.中国互联网保险的地区差距及收敛性研究[J].保险研究,2021(01):58-72
- [27]谭媛媛,孙蓉.互联网保险契约不完全性的利益冲突及其防范机制[J].保险研究,2018(01):112-127
- [28]谭中明,师家慧,江红莉.“互联网+”时代我国保险创新研究[J].西南金融,2017(09):36-42
- [29]唐金成,李亚茹.论我国网络保险市场监管的完善[J].浙江金融,2014(06):73-79
- [30]唐金成,韦红鲜.中国互联网保险发展研究[J].南方金融,2014(05):84-88
- [31]万字,孙大勇.对互联网财险发展的浅思[N].中国保险报,2018-11-01(004)
- [32]王小韦,田丽.互联网保险“三方平台”发展:向左,向右?[N].中国保险报,2019-02-19(006)
- [33]王洋.国外互联网保险行业的发展、监管经验及对我国的启示[J].武汉金融,

- 2017(03):53-56
- [34]王颖. 保险监管模式国际比较及借鉴[J]. 保险研究, 2012(12):94-100
- [35]王越洋. 试论我国网络保险现状及发展对策[J]. 电子商务, 2011(01):24-25
- [36]吴军. 互联网保险的发展现状及案例启示[J]. 中国经贸导刊(理论版), 2017(14):43+72
- [37]薛然巍. 大数据时代互联网保险消费者权益保护问题研究[J]. 上海金融, 2019(01):78-83
- [38]阎志鹏, 李松涛, 俞自由. 网络保险的实践与展望[J]. 上海金融, 1999(04):28-31
- [39]叶治杉. 我国互联网保险模式发展现状及优化路径研究[J]. 新金融, 2019(12):48-52
- [40]郁佳敏, 周一良, 瞿兵. 电子商务保险前瞻[J]. 上海保险, 2009(04):29-32
- [41]张伟. 互联网保险业务的发展和监管:基于对国外国内外模式的探讨[A]. 浙江保险科研成果选编(2014年度)[C]. 浙江省保险学会, 2015:170-176
- [42]张雪梅, 韩光. 国外互联网保险监管比较及其经验借鉴[J]. 国际金融, 2017(03):75-80
- [43]赵洋. 互联网+商业保险的发展方向与风险防范[A]. 保险理论与实践—宁夏保险研究课题优秀成果汇编(2017-2018)[C]. 宁夏保险学会, 2019:329-344
- [44]郑宗国. 移动互联网下保险行业营销模式变革[J]. 商, 2013(12):64
- [45]郑祖军, 张玲. 浅谈我国互联网保险的商业模式[J]. 金融经济, 2015(02):50-52
- [46]庄再雷. 保险电子商务在中国的发展状况[J]. 新西部(下半月), 2008(03):210-211

后 记

三年的研究生生活转瞬即逝，研一入学那天的场景仿佛还在眼前，而我已经要收拾行囊整装待发了。在论文写作的过程中，回忆往昔，这三年每个点点滴滴都值得被铭记。刚踏入校门的时候我还是个浮躁、不会自我反思、人生追求不明确的青年，经过三年的磨砺和洗礼，我能深刻感受到我的确成长了许多，这使我离理想中的自己更进一步。在这里我遇到了一位良师，他对我的指导不仅限于学习方面，更是做人方面，我的老师学识渊博、为人正直，做人做事皆有可圈可点之处值得我学习，在论文写作中不厌其烦的帮我调整文章细节，对此我表示深深的感谢！我还要感谢我的父母，是他们无声的支持让我能在学海中无后顾之忧的遨游，以及我的室友们，她们是一群可爱的女生，是我最喜欢的室友们，跟她们的交流让我思想成熟了许多，让我冲动的性格改变了很多，我非常感谢她们！