



重新思考保险业

认知计算如何改善互动和效率

IBM 商业价值研究院

执行报告

保险业，认知计算

IBM 如何提供帮助

市场日趋成熟，资本愈发紧张，风险日益增加，客户愈加精通技术，这些仅仅是如今保险业所面临的众多压力中的冰山一角。因此，保险公司必须更快速、更高效、更智能地开展工作，而后者更是重中之重。成者兴，败者亡。保险公司必须更加敏捷、善于创新，同时加强与客户之间的联系。IBM 全球保险团队已经重塑自身，通过解决方案帮助客户满足当今保险业务的需求。从改善的客户服务，到更高效的后台运营和更好的风险管理，您总能找到一款适合您的高智能解决方案。如欲了解有关 IBM 保险行业解决方案的更多信息，请访问：ibm.com/insurance

拓展人类专业知识

保险业面临的挑战比以往任何时候都更艰巨，保险费增长停滞，收入下降，外来参与者的竞争威胁巨大。迫于这些压力，保险公司不得不寻找更好的方法来提高效率、拉近与客户的距离。随着认知时代的到来，业绩出众的保险公司开始重新思考保险行业：采用能够理解、推理、学习和互动的技术可以改善保险公司的业务经营方式。2016 年接受调研的保险公司中，有 67% 的公司表示准备采用认知计算。本质上来说，数据 - 内部和外部数据、结构化和非结构化数据、实时数据和历史数据 - 将会推动认知系统向前发展，并使之成为塑造竞争优势的关键因素。

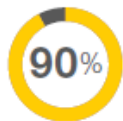
执行摘要

保险业目前正处于一个发展转折点。在当今的低利率环境下，投资收益持续盈利越来越困难，但保险公司需要获得切实的承保效益。虽然金融危机后，全球保险保费有所恢复，但是保费增长进入高原期，资本回报率停滞不前，同时费用持续攀升。

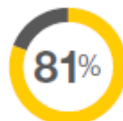
与此同时，客户变得愈发挑剔和精明。他们希望保险提供商能够与其他行业一样，提高便捷性和吸引力，并且如果提供商无法满足其需求，他们就会毅然决然地转向其他提供商，而且这种趋势日渐明显。过去通过中介惬意工作的保险公司开始努力了解其客户群，并通过数字渠道直接向客户宣传，构建品牌形象。IBM 商业价值研究院最近的一项研究表明，我们所说的“微颠覆力量”正在缓慢但稳定地颠覆整个行业，而主动权掌握在几个成功的创新者手中。¹

随之而来的是，越来越多的保险公司认为需要做出反应。但是，在传统的保险业务模式和运营模式中，这种平衡很难实现。资产负债表的持续表现说明，需要通过截然不同的方法，利用推动“微颠覆力量”发展的各项新技术。

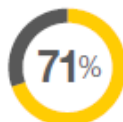
为了在数字时代取得成功，保险公司必须深入挖掘他们已经拥有但仍“深藏不露”的海量宝藏：数据。他们需要能够审查自身的数据集和外部数据集，其中许多数据并未实现数字化。认知系统可以提供相关方法，帮助利用数据，并转变传统保险职能部门。例如，通过使用机器学习和数据分析，更好地了解企业、客户和竞争对手。IBM 2015 年的“了解客户和风险”报告探索了认知计算转变保险行业的潜力，在熟悉认知能力的高管中，有 95% 表示打算投资该技术。²



90% 业绩出众的保险公司认为认知技术将显著影响其收入模式



81% 业绩出众的保险公司意识到了其他行业带来的颠覆性威胁



71% 业绩出众的保险公司已经开始使用认知技术

认知系统能够不断构建知识，学习和了解自然语言，与传统可编程系统相比，更能与人类进行自然互动。认知技术能够访问和使用几乎所有类型数据，无论是基于文本的数据还是感官数据。使用能够根据语境和意思理解数据的解决方案，人类知识体系可以得到扩充和延伸。在这个数据爆炸、客户日益精明以及颠覆性生态系统不断发展的时代，保险公司需要思考，“一无所知会付出什么样的代价？”

为了更好地了解该行业从认知技术受益的可能性，我们邀请了全球 1500 多位高管参与 2016 年认知型保险调研。根据分析调查结果，我们发现，在受访者看来，缺乏内部敏捷性和外部颠覆性竞争对手不断增多是行业所面临的主要挑战，亟需认真应对。本次研究根据过去三年的收入增长和运营效率对保险公司进行分类，将业绩出众的企业与业内其他企业进行比较。尽管许多企业仍然有很长的路要走，但是业绩出众的企业在通向成熟认知型保险公司的道路上已经取得了很大的进展。

创新型保险科技： 改变保险规则的颠覆力量

在金融危机后近十年，保险业发展势头持续低迷。整体增长速度非常缓慢。例如，自 2008 年，美国市场保费增长不到 1%，与通货膨胀调整后的保费基本持平。³ 更糟糕的是，承保和投资盈利率均低于金融危机之前的水平。⁴

虽然如此，但行业的变革和创新仍在缓慢进行中。整体而言，保险公司都十分关注成本。在我们的调查中，有 62% 的受访者表示“提高运营效率”是首要战略目标。但是，该战略效果似乎不是很明显 – 只有 16% 的公司表示，在过去三年里，其运营效率极大地提高了其竞争地位。

业绩出众的保险公司侧重点则不同 – 相比成本，他们侧重的三个首要战略目标是改善客户互动和体验、促进投资收入增长和拓展新产品和服务领域。为何如此不同？

业绩出众的保险公司摆脱了业内常见的自满情绪，并意识到了来自传统保险业之外的竞争威胁，即来自其他行业的威胁，例如在线服务提供商、银行和电信公司，以及保险行业特有的金融科技公司，也就是所谓的“保险科技公司”。超过五分之四的业绩出众的保险公司意识到了来自其他领域的威胁（见图 1），超过 90% 的人表示其相应地调整了自身的策略。

极具颠覆性的保险科技公司

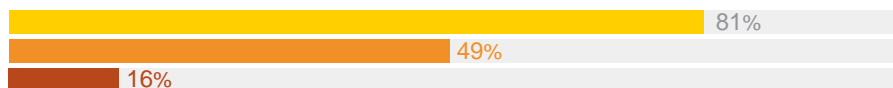
Lemonade 是一家虚拟的点到点保险科技公司，总部位于美国。在实现保险流程数字化后，经纪人和文书工作均被人工智能机器人所替代。成员的保费会集中在一起成为资金池，保险理赔费用便来源于该资金池。未花费的保费则会通过慈善活动反馈给社区。⁶

加拿大初创企业 League 销售的软件可以帮助雇主管理员工福利，旨在削减成本，减少文书工作。员工享有医疗保健费用和个人花费补贴。传统的医疗保险公司仍然需要充当付款人角色，但是已经失去了与客户的直接联系。⁷

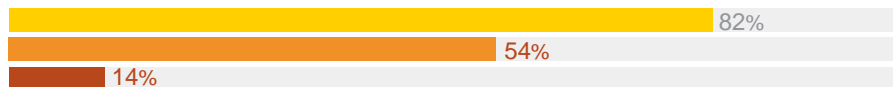
图 1

业绩出众的保险公司已经做好准备去应对来自各方面的挑战

业绩出众的保险公司更加意识到了来自其他行业的威胁



业绩出众的保险公司更加意识到了来自保险科技公司的挑战



■ 业绩出众的企业 ■ 业绩一般的企业 ■ 业绩欠佳的企业

来自保险科技公司的挑战在哪里？该领域的大多数进入者都在从边缘蚕食保险业务模型，例如，连接销售点的保险机构，通过移动创建经纪平台或者利用区块链来改善交易安全性。⁵ 但是越来越多雄心勃勃的保险科技公司将其目光投向于颠覆核心保险业务。或者他们突然介入保险提供商和客户之间的关系，从而成为第一个联系点，取代保险公司和传统中介机构，或者完全替代保险公司（见边栏“极具颠覆性的保险科技公司”）。

通过认知技术获得竞争优势

显然，渐进式变革和传统的保险创新方法 - “观望等待” - 已远远不够。保险业需要采用全新方式将绩效水平提升到期望的高度，这不仅依赖于实现预期的季度成果，还要应对行业颠覆带来的影响。

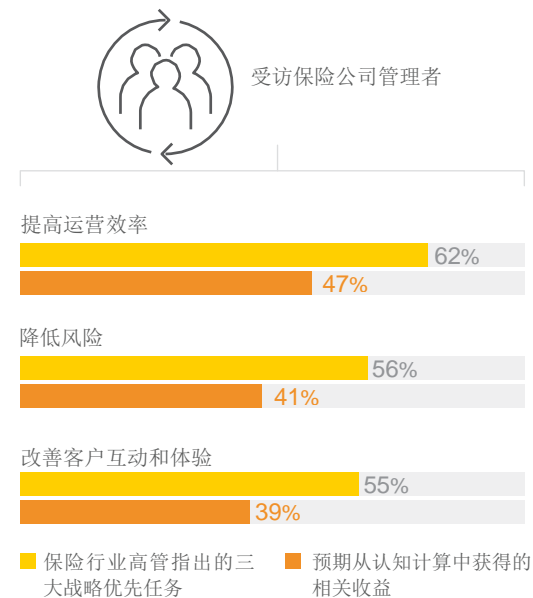
认知计算技术仍然处于发展初期，但是发展速度飞快，并且保险公司开始认识到投资这些领域所带来的竞争优势。在受访高管中，48% 熟悉认知计算，而且 47% 的人认为他们的企业已经准备好采用这种技术。甚至更多的人（51%）认为该行业整体已准备好采用认知计算。

然而，业绩出众的保险公司对此的准备程度要明显高于我们全部样本的总体水平：86% 业绩出众的企业了解认知计算，其中 69% 表示准备采用认知计算。

认知技术的预期效益与保险公司的战略目标完全契合：我们调查中排名最前的战略目标也是保险公司管理者最关注的认知计算的优势（见图 2）。

图 2

认知技术优势与保险公司战略目标完美契合



认知技术如何改变保险业

认知计算解决方案可以提供极具价值的功能，不仅可以分析大量数据和像人类（而非计算机）一样处理信息，还能通过理解自然语言，根据证据生成假设，并且还能随时随地进行学习。

认知解决方案具有四个主要特征：

理解。 认知解决方案能够像人类一样理解图像、语言和其他非结构化数据。它们可以阅读提交内容、挖掘合同信息或索赔历史记录，还能理解关键概念。它们可以听取呼叫中心对话，或者阅读邮件和电子邮件，还能理解其中的意图和语气。它们可以理解监管要求并且辨别相关的义务和控制条款。他们可以扫描新闻并发现相关内容，还能挖掘社交媒体内容。

推理。 认知系统能够进行推理，掌握基本概念，形成假设，进行推断并提取想法。它们能够理解意思，是因为它们可以进行推理，从而给予我们新的情境来权衡和思考。它们可以识别相似的风险和索赔，支持风险评估和分类，检查合规性，并且发现新的销售商机。

学习。 认知系统能够随着时间的推移从其经历中学习经验。它们可以利用每个数据点、每次交互和每个结果，进行开发和加强专业知识，并且从未停止学习。它们的知识库会在收到新信息时自动进行更新。认知系统能够发现最佳实践，理解新监管要求，然后帮助改进指导原则。

互动。 认知系统具有看、说和听的能力，能够与人类自然地进行互动。客户、代理、经纪人、联系中心服务人员、承销人员、理赔处理人员和其他人员均能够体验到人机之间的障碍在不断消除。新型人机合作关系能够提供相关知识，增强人类认知能力。

认知系统可以支持保险公司大规模提供保险专业知识，增强客户体验，解放员工使其更好地与客户互动。由于保险工作需要熟练的技能和丰富的知识，因此认知技术可用于整个行业价值链，从市场营销和产品开发过程中基于风险的高级定价模型，到降低和管理欺诈索赔的复杂手段（见图 3）。

图 3

认知技术已经广泛应用于保险价值链中的所有环节

保险价值链



最终，认知计算通过三个独立的维度，支持保险公司利用可用数据的优势：

- 提供更深入、更个性化的客户洞察，改善客户互动
- 生成更加切实可行的洞察，支持整个组织制定更明智的决策
- 提高运营和组织效率，加快企业转型

图 4

认知计算通过三个主要方面推动保险企业实现转型

认知型保险的主要方面



加强客户互动

IBM 商业价值研究院最近一项调查表明，卓越的客户互动，无论感性互动还是理性互动 - “俘获心灵、征服思想、抢占市场份额”是获取新客户和留住现有客户的关键所在。⁸ 在此调查中，受访者表示，来自其他行业的非传统提供商，例如谷歌和亚马逊，能够更容易地接触客户，在满足个人需求和定制服务方面速度更快更具竞争力。调查表明，个性化互动对客户忠诚度也有重大影响。⁹

现有保险公司改善客户互动和体验面临的障碍是什么？目前的调查中，受访的业绩出众的保险公司表示，其组织面临的最大障碍是面向客户的员工、支持工具以及自助服务的可用性（见图 5）。

图 5

工具和人员的可用性是阻碍客户体验改善的最大障碍

改善客户体验的最大障碍

面向客户的人员可用性



自助服务系统/功能的市场可用性



后台流程的速度



面向客户的人员的支持工具



■ 业绩出众的企业

美国 P&C 保险公司：改善客户互动，提高客户满意度

该公司是美国一家大型保险公司，主要业务是财产保险，面向 50 多个州的 1400 多万个客户提供服务。虽然该公司通过包括中介在内的各种渠道为客户提供服务，但是其改善工作的重点在于客户通过其在线渠道购买保险的能力。

为此，该保险公司构建了认知虚拟代理，能够使用自然语言进行对话，帮助消费者选择满足其需求和预算的保险险种。该代理可以在回答各种消费者问题的同时，完成报价，并且根据关键的情境变量，提供个性化用户体验。该系统的好处包括提高客户报价完成度，增加在线转换率，并改善整体客户体验。

认知型虚拟服务人员能够与保险客户进行高度个性化的交流对话，通过自助式互动实现大规模的一对一体验（见边栏，“美国 P&C 保险公司”）。这种直接面向消费者的认知型虚拟代理可以通过 Web 和移动平台提供服务、指导和建议。认知虚拟代理通过采用认知技术，能够做出最恰当的响应，并创建学习反馈回路，以改善未来的客户互动。

在客户互动环境中实施认知技术时，使用设计思维和良好的用户体验设计至关重要。该技术需要尽可能地贴近自然，以快速被客户接受，帮助增强或替代人际互动。

切实可行的洞察

鉴于保险业务发展与对风险的理解和定价相关，精算科学形式的分析一直发挥着重要作用。认知计算使保险公司能够进一步进行分析。认知计算可以理解各种结构化和非结构化数据集，并揭示常规分析方法无法揭示的模式、关系和洞察。

认知计算的发现和决策改善功能能够在价值链多个领域发挥作用，继而支持保险公司发展。这样一来，保险公司便可通过分析客户行为特征，帮助推出新产品，扩展产品范围。数据输入可来自各种来源，包括传感器数据，例如“智能家居”或辅助生活场景中的数据。

关于承保，认知计算可以通过“连接各点”和在正确情境中解释多样信息的含义，支持越来越复杂的参数，帮助做出定价和决策。这可以改善承保流程和整体盈利能力。

在保险领域的其他应用场景包括通过发现欺诈模式、减少误报从而改善欺诈处理，并改进非结构化文档的管理和处理，例如合同（参见“瑞士再保险公司”）。

瑞士再保险公司：合同智能系统

瑞士再保险有限公司是全球第二大再保险公司，总部位于苏黎世，在 25 个国家或地区设有办事处，业务遍及全球各地。在合同管理方面，瑞士保险公司的业务分析师需要花费大量时间，搜索分散于合同文档和应用中的信息。其中很多信息无法在任何业务流程中捕获，只能在合同措辞中发现，因此导致流程费时、不精确且不完整。

为了改善这种情况，瑞士再保险公司实施了使用认知技术的合同智能平台。该平台可综合利用结构化文档和非结构化文档中的数据，回答合同管理人员提出的具体合同相关问题。因此，管理人员可通过理解合同措辞和业务数据之间联系获取新洞察。他们可以更轻松快速找到包含特定条款的合同，并且结果更加精确和完整。

RIMAC：理赔处理认知自动化

RIMAC Seguros 是秘鲁最大的保险产品和服务提供商，拥有 4000 多名员工和 120 多年的市场经验。RIMAC 在多个业务领域使用认知技术，以便改善决策和精简运营。对于理赔处理，认知系统可结合多个文档源，识别相关条款或信息摘录，并且将其整理成统一的统一视图，以供理赔处理人员使用，免去了人工搜索和分析步骤。

在早期测试中，该系统将理赔处理时间减少了 90% 以上。通过收集非结构化数据并对其进行结构化处理，该系统的自动化水平预计能够得到进一步提升，并对依赖于合同数据的其他流程产生影响，例如交叉销售附加保单。在下一阶段中，该系统将为公司保险代理提供“下一步最佳行动”建议，这不仅可以帮助降低成本，缩短响应时间，还有望提高转换率。

加速企业转型

为了实现提高组织效率和客户体验的目标，许多保险公司开始考虑认知方法所能带来的转型帮助。在理赔处理方面，使用认知解决方案的自动化功能可以极大地提高效率。保险公司希望减少理赔处理时间，从而节省成本，帮助理赔处理人员获得更多自由工作时间，致力于处理更复杂的理赔案件（见成功案例“RIMAC”）。

长期而言，认知型保险公司可以实现不断改进，更深入地了解特定业务挑战，支持在整个企业范围做出前瞻性的决策。例如，认知功能能够监控业务流程中的风险和合规性。想象一下，一个系统能够基于对全球、国家或地区以及地方性的现有和拟议的保险法规的全面理解，了解你的整个全球客户群中每个特定的客户。

了解认知技术潜力

保险行业开始意识到了认知技术的潜力。38% 的受访者表示已采用认知计算，该数字是银行业的三倍。¹⁰ 业绩出众的保险公司采用率甚至更高 – 该群体中已有 71% 的公司开始使用认知技术。

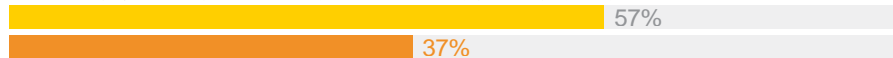
障碍是什么？普通的保险公司仍然认为成本是主要问题（48%），而业绩出众的保险公司却持不同观点。相反，他们不确定消费者是否接受此类技术（42%），而且还担心安全问题和隐私数据的使用问题（39%）。

通常情况下，人寿保险公司似乎比财产保险公司（P&C）针对认知技术做了更充足的准备，无论是从整个行业还是单个公司角度来看，均是如此（见图 6）。原因何在？通常情况下，人寿保险产品承保方面和管理方面都更为复杂。在我们调查样本中，人寿保险公司总体规模也较大，其中 37% 的受访人寿保险公司称其签单保费收入总额（GPW）超过 10 亿美元，而在财产保险公司中这一数字仅为 17%。

图 6

总体而言，相较于财产保险公司，人寿保险公司针对认知技术所做的准备更充足

在认知技术采用准备度方面，人寿保险行业远远领先于财产保险行业



此外，在准备度方面，人寿保险公司也领先于同等财产保险公司

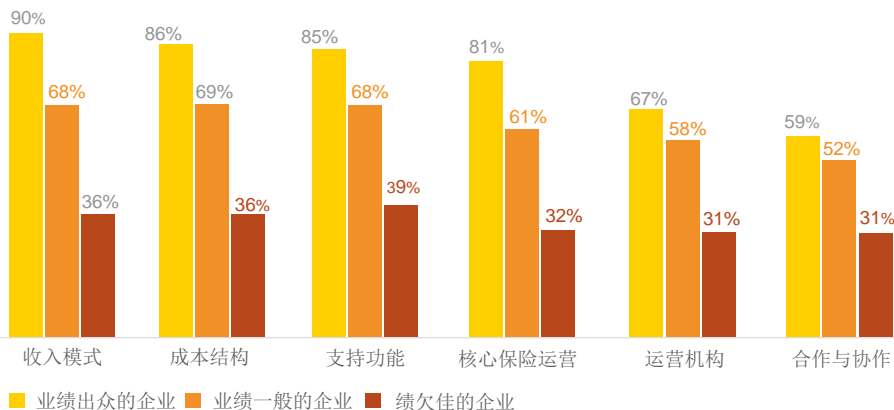


■ 人寿保险 ■ 财产保险

业绩出众的保险公司希望无论从战略角度还是对公司影响方面，认知技术都能够与其组织高度相关。我们的受访者看到认知技术会对收入模式和成本价格产生巨大影响，这推动认知技术成为了真正的行业颠覆因素（见图 7）。

图 7

业绩出众的保险公司认为认知技术会对其组织产生重大影响



终归而言，认知技术的成功采用取决于数据。认知系统能够访问和使用几乎所有类型数据 – 结构化和非结构化数据、基于文本的数据或感官数据。业绩出众的保险公司和已经开始成功实施认知技术的公司意识到，访问内部数据和外部数据具有重要意义。85% 业绩出众的保险公司（34% 业绩欠佳的保险公司）意识到认知能力将需要重新思考或重新设计其数据监管。数据将会推动认知系统向前发展，并使之成为塑造竞争优势的关键因素。

建议：成为认知型保险公司

计划

*从有形事物开始。*利用创意研讨会，发现认知计算的优先使用案例。以能够展示未来业务案例，并帮助解释认知技术的简单原型开始。确定路线图，并获取高层管理人员的承诺。在整个企业（无论是承保部门、后台运营部门、合规职能部门还是其他部门）指定“认知支持者”。

*利用“设计思维”形成认知意向。*探索相关的认知计算解决方案，并使用数据为认知系统的外部客户和内部用户，打造卓越的客户体验。在提供报价、调整保险产品组合以适应不断变化的生活环境时，努力营造理想的体验，或在事故发生时，提供理想的理赔处理体验。利用代理和经纪人的客户体验相关知识，并在认知设计流程早期阶段使他们参与进来。

*创建最小化可行产品（MVP），并进行试验，不断完善。*推广敏捷和众包理念和创建方法，例如黑客马拉松。鼓励全员参与。利用用户意见实施改进，逐步提高利益相关方的认可度。大处着眼，小处着手，快速扩展。

*推动高管持续合作和承诺。*向高管赞助人和各层面的利益相关方说明和展示业务价值。指定认知支持者，促进沟通交流，协调企业范围的认知能力采用过程。确保规划的认知实施和结果与整体技术路线图保持一致。

准备

*投资新型人才，而不仅仅是培养保险专家。*了解认知部署的人才短缺情况。数据、认知和其他机器学习方面的专家的价值对于保险公司而言不可估量。

*让员工尽早参与。*不断与受影响的员工开展协作，例如核保人员和索赔处理人员，帮助他们理解该技术以及该技术对他们的影响。理想情况下，要让他们参与试验流程或示范项目。

*调整流程和策略。*评估从一度“沉睡”的数据中挖掘的认知洞察对业务流程和更广泛的组织可能带来的影响。进行必要的更改，支持认知系统的实施。使用认知计算执行精算研究可大大节省所需时间。构建高质量的数据语料库作为基础。

*建立支持认知能力的基础架构。*成功实施认知技术的一个重要因素是数据可访问性。构建基础架构，以安全的方式支持认知数据集、数据容量和工作负载。考虑使用云计算作为技术平台。通过增强内部技能或者寻找外部合作伙伴，解决相关技能和技术需求。

不断进步

*在各个层面说明认知愿景。*使用变革管理原则，解释、衡量和控制企业和生态系统转型对于员工、管理人员、中介和其他合作伙伴带来的持续影响。

*应用认知技术。*执行分阶段的推广计划（例如，使用“敏捷前进（agile sprint）”方法）。建立指标和关键绩效指标框架。

*阐明、衡量和实现成果。*设定定期评审流程。评估进展情况。衡量和说明在各个不同阶段实现的价值。

*加强、扩展和共享集体智慧。*根据学习情况用新内容定期更新功能和训练。寻找可重复利用的知识，设法在整个企业范围共享，甚至扩展到整个生态系统。

相关的 IBV 报告

Bieck、Christian、Lynn Kesterson-Townes、Anthony Marshall 和 Indranil Nath。“保险行业创新 – 来自世界领先创新企业的经验。” IBM 商业价值研究院。2016 年 3 月。http://www-31.ibm.com/ibm/cn/pdf/Innovating_Insurance.pdf

Bieck、Christian 和 Lee-Han Tjioe。“俘获心灵、征服思想、抢占市场份额：互联的保险公司如何提高客户保留率。” IBM 商业价值研究院。2015 年 6 月。http://www-935.ibm.com/services/multimedia/capturing_hearts_minds.pdf

Bedell、Craig、Christian Bieck、John Frazis 和 Anthony Marshall。“了解客户和风险：保险行业的认知未来。” IBM 商业价值研究院。2015 年 10 月。http://www-935.ibm.com/services/multimedia/Understanding_customers_and_risk.pdf

Christian Bieck、Dr. Maya Bundt、Patricia Hamilton、Dr. Kurt Karl、Michael Schmitt 和 Pawel Stefanski。“控制网络风险，寻找更多机遇：数字化互联世界中的保险业和风险。” IBM 商业价值研究院。2016 年 6 月。http://www-31.ibm.com/ibm/cn/pdf/Cyber_and_beyond.pdf

您准备好开启认知转型之旅了吗？

- 有什么机会可为您的客户以及更广泛的保险生态系统中的其他利益相关者创建更有吸引力的个性化体验？您将如何设计与现有客户和潜在保险客户进行更主动、与事故无关的互动？
- 哪些保险相关数据未加以充分利用，但如果转化为知识，可帮助您更好地满足关键目标和业务需求？
- 对于您的组织来说，如果在缺乏证据的情况下做出决策，或在未考虑所有相关选项的情况下采取行动，代价是什么？例如，如果您能够不断从最佳实践中学习相关经验，涉及的方面包括承保、风险评估改善以及帮助面向客户的员工获得更多自由时间与客户互动，那将会怎样？
- 通过检测数据中隐藏的模式，例如在设计新产品或新渠道策略时了解客户行为模式会，将会带来什么好处？这么做对于加速创新和改善客户服务有什么帮助？
- 您的组织在认知计算方面的技能差距是什么？您如何快速消除这些差距？

我们的调研方法

2016 年第二季度，IBM 对全球 1502 名高级管理者进行了调查。受访者对两个问题的回答决定了他们划归业绩出众企业还是业绩欠佳企业，或者介于两者之间。业绩出众的企业（占调查样本的 12%）在过去三年里签单保费收入总额（GPW）和运营效率均有强劲增长。业绩欠佳的企业（占全部样本的 33%）是那些收入和运营效率都下降，或者在过去三年中相对没有变化的企业。

关于作者

Christian Bieck 是 IBM 商业价值研究院的全球保险行业领导者。作为一位训练有素的经济学家，他曾在欧洲保险行业担任各种职位，其后加入 IBM，出任流程顾问和研究者。Christian 经常在保险业活动和研讨会上发表有关思想领导力和创新的演讲。他为 IBM 商业价值研究院和国际保险业出版物撰写了许多关于保险趋势和影响的论文。Christian 的联系方式为 christian.bieck@de.ibm.com

Dr. Andrea Cornelius 是保险行业认知解决方案的全球负责人。Andrea 不断帮助客户制定认知战略，推动敏捷实施，从而取得了切实的业务成果。她对保险行业有深入理解，并会将其与数据科学和认知解决方案领域的亲身经验相结合。她还推动了创新的认知解决方案在保险行业的发展。Andrea 的联系方式为 andrea.cornelius@de.ibm.com

Sandip Patel 是 IBM 保险行业产品全球总监。他负责 IBM 全球所有保险行业产品的相关业务。他专注于业务转型和技术的战略性使用，进而制定有效决策。他曾为与美国和全球各地的金融服务和保险客户开展合作。Sandip 的联系方式为 sandip.patel@us.ibm.com

Hirosuke Uramatsu 是 IBM 全球企业咨询服务部日本分部的合作伙伴，还是金融科技保险科技计划的负责人。Hirosuke 在业务和 IT 咨询方面拥有超过 25 年的专业经验，主要专注于业务转型和信息技术的战略性使用。他曾合作过的客户范围广泛，涉及日本和全球各地的金融服务、保险、贸易、公共事业、汽车、制药和运输等行业。Hirosuke 的联系方式为 uramatsu@jp.ibm.com

了解更多信息

欲获取 IBM 研究报告的完整目录，或者订阅我们的每月新闻稿，请访问：
ibm.com/iibv

从应用商店下载免费“IBM IBV”应用，即可在手机或平板电脑上访问 IBM 商业价值研究院研究报告。

访问 IBM 商业价值研究院中国网站，免费下载研究报告：<http://www-935.ibm.com/services/cn/gbs/ibv/>

选对合作伙伴，驾驭多变的世界

在 IBM，我们积极与客户协作，运用业务洞察和先进的研究方法与技术，帮助他们在瞬息万变的商业环境中保持独特的竞争优势。

IBM 商业价值研究院

IBM 商业价值研究院是 IBM 全球企业咨询服务部的一部分，针对公共和私有领域的重要问题，为高级业务主管开发基于事实的战略洞察力。

备注和参考资料

- 1 Bieck, Christian, Lynn Kesterson-Townes, Anthony Marshall 和 Indranil Nath。“保险行业创新 - 来自世界领先创新企业的经验。”IBM 商业价值研究院。2016 年 3 月。<http://www-935.ibm.com/services/us/gbs/thoughtleadership/innovatinginsurance/>
- 2 Bedell, Craig, Christian Bieck, John Franzis, Anthony Marshal 和 Sandipan Sarkar。“了解客户和风险：保险行业的认知未来。”IBM 商业价值研究院。2015 年 10 月。<http://www-01.ibm.com/common/ssi/cgi-bin/ssialias?subtype=XB&infotype=PM&htmlfid=GBE03710USEN&attachment=GBE03710USEN.PDF>
- 3 World insurance reports 2009-2016. Swiss Re Sigma. <http://www.swissre.com/sigma/>
- 4 “World insurance in 2015: Steady growth amid regional disparities.” Swiss Re sigma. 2016 年 6 月。http://media.swissre.com/documents/sigma_3_2016_en.pdf
- 5 Triinu。“What are the InsurTech Trends for 2016?” Insly. 2016 年 1 月 6 日。<https://www.insly.com/en/blog/what-are-the-insurtech-trends-for-2016>
- 6 Graham, Luke。“Peer-to-peer companies set their sights on disrupting the insurance industry.” CNBC. 2016 年 9 月 21 日。<http://www.cnbc.com/2016/09/21/peer-to-peer-companies-set-their-sights-on-disrupting-the-insurance-industry.html>
- 7 “Canadian health insurance startup League raises \$25 million.” Reuters. 2016 年 6 月 14 日。<http://www.reuters.com/article/canada-healthcare-funding-idUSL1N1911VY>
- 8 Bieck, Christian 和 Lee-Han Tjioe。俘获心灵、征服思想、抢占市场份额：互联的保险公司如何提高客户保留率。”IBM 商业价值研究院。2015 年 6 月 <http://www-935.ibm.com/services/us/gbs/thoughtleadership/insuranceretention/>
- 9 Bieck, Christian, Peter Maas 和 Tobias Schlager。“保险公司、中间人与互动 - 从渠道到网络。”IBM 商业价值研究院。2012 年 12 月。<http://www-935.ibm.com/services/us/gbs/thoughtleadership/ibv-insurance-intermediaries.html>
- 10 Brill, Jim, Nicholas Drury, Allan Harper 和 Likhit Wagle。“认知型银行：解码数据奥秘，促进企业发展和转型。”IBM 商业价值研究院。2016 年 9 月。<http://www-01.ibm.com/common/ssi/cgi-bin/ssialias?subtype=XB&infotype=PM&htmlfid=GBE03710USEN&attachment=GBE03710USEN.PDF>

© Copyright IBM Corporation 2016

IBM Global Business
Services, Route 100,
Somers, NY 10589

美国出品
2016 年 11 月

IBM、IBM 徽标和 ibm.com 是 International Business Machines Corp. 在全球许多司法管辖区域的注册商标。其他产品和服务名称可能是 IBM 或其他公司的商标。Web 站点 www.ibm.com/legal/copytrade.shtml 上的“Copyright and trademark information”部分中包含了 IBM 商标的最新列表。

本文档是首次发布日期之版本，IBM 可能会随时对其进行修改。IBM 并不一定在开展业务的所有国家或地区提供所有产品或服务。

本文档内的信息“按现状”提供，不附有任何种类的（无论是明示的还是默示的）保证，包括不附有关于适销性、适用于某种特定用途的任何保证以及非侵权的任何保证或条件。IBM 的产品是根据产品提供时所依据的协议条款和条件提供保证的。

本报告的目的仅为提供通用指南。它并不用于代替详细研究或专业判断。由于使用本出版物对任何组织或个人所造成的损失，IBM 概不负责。

本报告中使用的数据可能源自第三方，IBM 并不独立核实、验证或审计此类数据。此类数据使用的结果均为“按现状”提供，IBM 不作出任何明示或暗示的声明或保证。

国际商业机器中国有限公司
北京市朝阳区北四环中路 27 号
盘古大观写字楼 25 层
邮编：100101

