



“AI+车险”模式应用研究

唐金成 刘 鲁 | 广西大学商学院

一、AI+车险经营的融合分析

人工智能技术(以下简称AI)对保险企业而言,是科技时代最有可能改变保险行业发展的前沿技术。目前,现代科技在人脸识别、语音识别、驾驶行为识别、肢体动作分析等领域均有所突破,也备受保险行业关注,能否在保险科技时代占据市场有利位置,很大程度上取决于保险企业在人工智能领域的合理布局。尤其是在车险经营领域,人工智能技术将释放巨大的发展潜力,给我国车

险行业带来一个摆脱困境、再创辉煌的大好机会,并在创新发展中赋能车险企业的转型升级、实现再发展。人工智能技术在车险经营领域的融合应用,主要有以下三方面:

(一)保险业数据特征与人工智能应用基础的高度契合

保险业天然拥有海量大数据,行业价值高度依赖于这些海量数据。人工智能技术的发展与应用是以大数据为基础,数据大量

密集的行业应用人工智能技术的价值与潜力越大。人工智能就是依赖于大数据分析建立的智能应用平台,通过对车险行业海量数据的分析总结,归纳行业结构特点,以此为导向设计具有针对性的算法模型。同时,算法模型的成熟度取决于通过深度学习反复对模型进行的训练,此过程需要大量有代表性的行业数据来训练和修正模型,以提高算法模型在应用过程中的准确性。“AI+车险”模式的应用,在一定程度上将提高行业

对数据价值的重视程度,也将推动人工智能技术在车险行业的深度应用。

(二)车险经营规则相对简单明晰,利于AI技术应用落地

当前,我国人工智能技术尚处于弱人工智能阶段,存在一定技术局限,算法技术还不够成熟,决策准确性有待提高。算法技术在学习过程中高度依赖于数据规则集的特征信息,实质是对社会历史数据信息的标记学习,用来预测未来社会决策的过程,数据规则的准确性可能会影响算法模型对未来行为的前瞻性预测。相对其他险种而言,车险业务标准化程度较高,其保险标的明确、保险责任简单,这就降低了人工智能算法模型深度学习的复杂程度,在技术上具有很大可行性;大部分车辆历史数据明晰,以往损失概率和损失程度可查,尤其是新车的核保过程可基本省略,这对AI技术产品在车险核保理赔领域的落地应用也提供了广阔空间。

(三)车险企业高度重视AI,资本助力AI创新发展

AI作为最有可能助推保险市场再创辉煌的新兴技术,自其诞生之初就在车险市场上引起了广泛关注,不论是传统财险公司还是车险科技初创企业纷纷投入大量资本,利用自身竞争优势进入保险市场,以便抢占发展先机。中国平安保险、中国太平洋保险、众安保险等公司,已投入大量资金开展“AI+车险”模式的研究。随着人工智能技术的飞速发展,传统车险企业在人工智能技术方面的投入也呈快速上升趋势,未来随着技术手段的进一步发展和保险公司的高度重视,这一趋势将会更加明显。

AI在发展过程中与新理念、新技术的创新融合,将给车险企业注入新活力,带来全新的发展面貌,助推车险行业再创辉煌,并成为科技创新型行业。车险企业应大力推

进人工智能技术在车险业务中的应用,提升车险企业经营管理水平,更精准高效地解决车险服务中存在的各类问题,为车险用户提供更全面的风险保障。

二、我国车险市场发展面临的困境亟待突破

(一)车险市场保费增长疲软,增速大幅下降

《中国保险年鉴2018》统计数据显示,2018年我国车险市场原保费总收入约为7860亿元,增速为4.38%,较上年同比下降5.48个百分点,大幅低于2000年至2017年13.47%的年平均增速,是2000年以来我国车险保费收入的最低增速。自2013年以来,我国车险市场增速就逐年下降,并首次跌破10%。究其原因:一是由于商车费改政策的不断推进,新车费率不断下调,旧车费率持续下降;二是由于汽车保有量增速下降,新车销售市场低迷,首次出现了负增长。中国汽车工业协会公布的数据显示,2018年中国新车销售量不到3000万辆,自1990年以来

首次出现负增长,以车商销售为主要渠道的保险公司面临着业务收入下滑的巨大压力。如图1所示,我国车险保费增速与汽车保有量增速变动趋势基本一致,在汽车保有量增速下降的情况下,车险保费收入也呈现下降趋势,这对原本就面临困境的商业车险市场来说更是雪上加霜。新车保有量下降不仅仅意味着保费规模下滑,还会对车险利润产生一定的负面影响,为此,不少财产保险公司面临规模、利润双下滑的尴尬局面。

(二)车险经营成本不断攀高,公司效益分化严重

一是保险经营主体的成本呈整体上涨趋势。随着社会经济不断发展,物价持续上涨,导致各类经营成本和人力支出快速增长。诚然,这种成本和支出的上涨可以通过整体规模增长来摊薄,但通过观察车险行业近几年的发展状况发现,车险行业目前的扩张速度、获客成本上涨幅度远高于整体规模的增长速度。同时,车险市场竞争越演愈

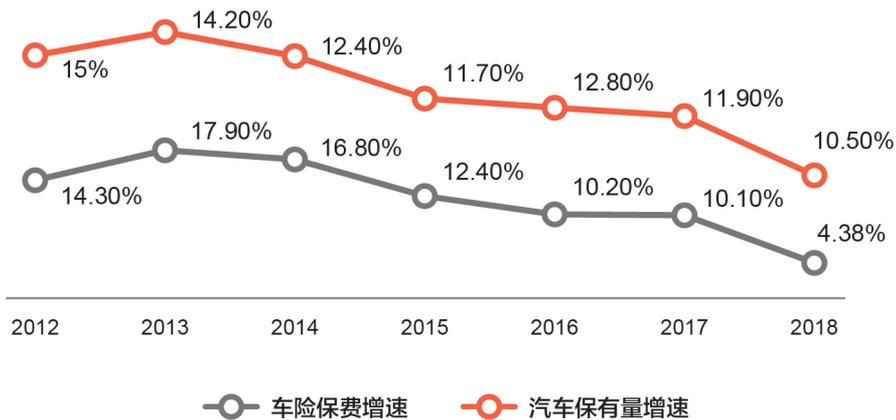


图1 2012—2018年我国车险保费及汽车保有量增速比较
资料来源:《中国汽车工业协会》《保险统计数据》

烈,不管是直销渠道还是中介代理渠道,其前端销售费用都在不断提高,这在一定程度上也造成了车险市场的亏损。

二是欺诈性赔付日益增多。保险合同是一种射幸合同,其保险标的与保险公司是相分离的,保险公司无法实时监测汽车的事故状况。随着保险知识在大众层面不断普及,消费者的维权意识不断增强的同时,虚假索赔、恶意骗保等现象也层出不穷,汽车销售商、配件厂、修理厂联合部分消费者共同制造保险事故,虚报或故意夸大维修费用。这一现象在我国交强险业务中尤为突出,导致交强险市场亏损屡创新高,最高达90亿元,最低也接近30亿元,车险索赔欺诈则是交强险严重亏损的重要原因。

三是经营成本不断攀升,但保费收入却未同步增长。受多种因素的影响,市场竞争日益激烈,商品和服务价格都在不断攀升,反观车险费率却一再降低,各大财险公司都面临手续费上涨问题。加之市场经营主体不断增加,利益被不断分割,在规模经济的驱动下,保险公司普遍认为在规模上扩张比实现承保重要,导致市场恶性竞争不断,非理性降价现象频发。如表1所示,通过对比“老三家”财险公司车险保费收入和手续费支出增幅情况,2018年车险手续费增幅远高于保费增长幅度,三家公司的手续费率增幅都超过了20%,而保费收入增速均不足10%,中国人保财险公司更是低于5%。

(三)商车费改持续深入,恶性竞争行为仍在加剧

车险市场发展至今,逐渐形成了“以贴补换保单”的经营方式,车险经营公司通过将手续费支付给中介和代理人,再由其将部分手续费以返还现金或是加油卡的形式交到车险消费者手中,导致车险市场变成了一个比拼返还价值高低的拍卖市场。为转变车险这种经营模式,保险监管部门先后进行了三轮商车费改,车险经营公司对产品的自主定价权进一步扩大,消费者在产品、费率和保险公司的选择上也有了更大自主权,但恶性价格竞争也在升级。商车费改的最初目的是通过差异化定价解决车险经营主体的同质化经营问题,既能推动车险公司注重产品定价合理性、提升承保质量,又能倒逼企业能够合理管控经营成本。但由于我国车险市场规模庞大、各地区之间的承保差异以及市场的非理性行为,商车费改政策在实施过程中出现了偏离,保险公司为获得渠道资源,不断增加手续费和佣金投入,市场主体竞争恶化,费用率的持续上升使得行业利润几乎被完全吞噬。

(四)车险市场监管日益严格,处罚力度不断加强

在车险经营形势日益严峻的情况下,保险监管机构则重拳出击,重整行业违规乱象。继2018年末监管部门再次重申车险费率必须“报行合一”后,2019年年初银保监会印发《关于进一步加强车险监管有关事项的通知》,其中明确强调了银保监会、保险行业协会、中国信保、财险公司四方的主要职责,坚决同违规返利、套取手续费、伪造数据等

行业顽疾作斗争。2019年3月,银保监会再次向各地银保监局下发《关于近期车险市场监管有关情况的函》,9家地方银保监局直接叫停了26家保险机构的商业车险条款和费率,8家涉事财险公司的主要负责人被监管约谈,所属监管地区的银保监局也因“监管不力”被点名批评。

第一,监管机构的态度非常明确。相关监管政策标准严格,执行力度和效率都不同以往,一改往日宽松的监管态度,精准识别车险行业的乱象问题,严厉打击违规经营行为。中国银保监会近日公布的无限期叫停的26家保险机构涉及8家财产保险公司的分支机构。监管机构直接向保险行业龙头企业发力的情况,在近年来都是少有的。监管部门不仅叫停和重罚了各地市的保险分支机构,也对部分地方银保监局的监管不力行为进行了通报批评。

第二,违法处罚力度不断加强。2019年保险监管主体依旧紧盯着车险市场,1月4日,中国银保监会向永安财险公司开出了行业第一张罚单,原因是2017年编制虚假报告、妨碍监督检查,基于此,中国银保监会做出对其罚款59万元的处罚。根据中国银保监会官网公布的数据,2019年一季度,中国银保监会共对5家保险公司开出罚单,共计罚款215万元,对相关人员罚款95万元;各地市24家银保监局针对保险业共开出193张罚单,累计罚款2427.94万元,对240人次处罚了893.8万元。

第三,未来监管力度还会进一步增强。中国银保监会表示,将持续发力加大惩处力度,加强内部问责制度建设,下一步的监管动向将更加趋于严格,银行保险业监管在监管方式上进行协调和配套,对监管方法、监管标准进行协调统一,进而在监管行动上取得突破性进展。

三、车险市场发展中存在的主要问题分析

表1 2018年财险市场“老三家”保费增速与手续费增速(单位:亿元)

财险公司名称	保费收入	保费同比增速	手续费同比增速
中国平安财险	1817.68	6.6%	24.3%
中国太保财险	879.76	7.5%	21.4%
中国人保财险	2589.04	3.9%	21.0%

数据来源:保险公司2018年报

目前,我国车险市场在发展中主要存在以下四方面的问题:

(一)产品供给能力不足,同质化非常严重

客户在购买保险产品过程中往往需要考虑个人收入、职业类别、所处环境、面临的主要风险等多种因素,保险市场上大量单调同质化的产品很难同时满足一类或是多数消费者的个性化需求。2003年,原中国保监会在全国实施新的车险条款费率管理制度,允许各家保险公司自主开发车险条款和厘定费率。监管机构在自主定价和条款开发领域给了车险企业极大的发挥空间,从政策方面引导车险企业提高产品的独特性,丰富市场产品种类,提升产品供给能力。但车险企业经营的重心侧重于扩张市场规模,将大量的人力、物力、财力投入到营销渠道建设中,忽视了产品和服务的提升,导致目前各家保险公司提供的车险险种、条款非常雷同,差别不大。同时,传统车险产品市场还存在着定价不合理问题。在计算保费过程中,保险精算人员主要依据车辆购置价格、使用年限、汽车排量、车型等车辆基本信息,给出基础保险价格,再基于该车辆上年的索赔率给予一定的费率折扣,而对车辆驾驶人的驾驶行为因素考虑较少。这也进一步加剧了车险产品同质化的程度,相似车型其保费也基本类似。

(二)车险市场逐渐饱和,但新生动力不足

中国汽车消费协会统计数据 displays,2018年汽车销售总量为2800万辆,同比上年下滑3%,这是自1990年以来首次负增长,并对车险行业产生了巨大影响。车险行业不同于寿险,车险的总需求是相对均衡的,增速也是相对稳定的,当市场上经营主体不断增多,产品总供给增长的速度就会超过总需求的增长速度,导致市场承载能力趋于饱和,



容易引起恶性竞争。国外对全球汽车销售市场近百年的数据研究发现:当一个国家每千人拥有汽车的数量接近160辆时,其车险市场就会出现转折——销售增速由高速增长向低速增长转变。此规律在美国、英国、日本和韩国均被验证。据预测,我国到2020年,每千人拥有的汽车数量将达到160辆,汽车市场将接近于饱和。在此情况下,各大财险公司如果不能找寻新生动力来刺激疲软的车险市场、激发市场活力、充分调动市场积极性,则车险行业将在未来几年呈现发展颓势,利润率将逐年走低,甚至出现严重亏损。

(三)行业竞争方式单一,价格战仍是主角

自2010年以来,车险行业竞争加剧,低价仍是吸引投保的主要手段,费用战、价格战依然是主流竞争方式。但由价格主导的市场并非良性运行的市场,消费者和保险公司都不会因此获益。2018年7月,中国银保监会为整治市场乱象,督促财险公司合规经

营、严格把控风险,促进车险市场健康有序发展,明确要求保险公司车险手续费严格执行“报行合一”。2018年8月1日,中国人保财险、平安财险、太保财险、国寿财险、阳光财险、中华财险、大地财险等九家保险公司纷纷设立车险手续费率上限,开始落地执行“报行合一”政策。然而,在实施不到半年间,车险手续费上限就被不断突破,大型财险公司新车手续费率已超过30%,有些中小型企业甚至已突破50%。可见,车险市场的竞争方式仍以价格战为主。

造成这种现象的原因主要有两点:一是车险手续费自律规则不够严格。自从“商车费改”政策实施以来,车险企业为提高市场份额,尽力讨好保险中介机构让其推销自家保险,手续费率呈直线上升趋势,导致市场上“以补贴换保单”的乱象普遍存在。二是车险市场主体不断增多,竞争压力大,部分险企无奈重走价格战的老路。“报行合一”政策启动以来,将车险销售折扣和优惠手段都放在了桌面上,这在保障保险消费者权益的同时,也给以保险中介销售为主渠道的保险

公司带来了冲击,其保费收入呈断崖式下滑,迫于企业生存压力,部分财险公司不得不暗中突破费率上限。

(四)直销渠道不断萎缩,车险市场趋于失衡

根据保险行业协会公布的数据,2018年上半年,车险电销保费收入为162.3亿元,与上年同期相比下降了66.71%。曾经支撑车险行业半边天的电销渠道的光环已褪去,在2018年上半年车险业务保费收入中,电销渠道收入仅占4.3%,相较上年同期占比大幅下滑。从公司层面来看,如表2所示,2018年上半年6家保费收入超过5亿元的财险公司,电销车险保费收入均出现负增长,中国平安财险以77%的负增长位居首位,中国人保财险、太保财险、大地财险、安盛天平的负增长均超过50%,负增长幅度最小的阳光财险也接近30%。直销的另一主要渠道——网销近几年的保费占比也大幅下降,2012年到2015年间,网销市场非常活跃,保费收入和业务比重都在稳步提升,但2016年以后开始逐年大幅下滑,保费收入占比由2015年的11.5%降至5.8%,2017年再降至4.2%。同时,4S店等代理渠道迅速扩张,对直销渠道产生了巨大冲击。随着商车费改政策不断推进,直销渠道也失去了价格优势,渠道占比不断萎缩,在转型升级和业务提升方面尚未探索出好的方向和路径。财产保险公司

未来如果不能改变车险市场直销与代理渠道占比失衡的困境,必将处于弱势地位,不利于车险市场的健康有序发展。

四、AI赋能车险经营的几点建议

(一)不断提升客户黏性,助推产品供给侧改革

在2019年两会期间,李克强总理再次强调金融企业要服务于实体经济,并注重自身供给侧结构性改革。就车险市场而言,产品供给侧改革势在必行。车险产品的精准定价是保险公司提高其产品供给质量重要环节,利用人工智能技术深度学习神经网络,对定价模型进行反复训练,能够主动地识别和量化风险,从而实现保险产品的精准、灵活定价。人工智能的算法定价模型,能够根据不同保险需求提供专业化创新保险产品,以产品精准定价、费率差异化、保障范围针对性覆盖为目标,打造一对一的“AI+车险”精准供给模式。人工智能保险顾问通过分析客户投保车辆基本信息和行驶活动范围,深入挖掘其特定风险分布,为其定制具有针对性的专属车险,从供给端入手,提高保险保障覆盖的准确性,以更优质专业的产品吸引更多潜在客户。

车险行业定价依据和模式也急需转变,实行“从车+从人”综合信息定价决策,一辆汽车在行驶过程中面临的风险状况除了与汽车本身状况有关,主要还与该车辆的驾驶

员个人状况有关。2017年5月,蚂蚁金服宣布推出一款全新定价产品——车险分,主要通过人工智能等技术对数据进行深度挖掘,根据不同驾驶员的风险偏好和信用体系,对驾驶员进行风险分析和精准画像,计算出不同等级的车险标准分,车险标准分值越大,所面临的风险程度越小。保险公司在取得客户授权的情况下,可以查询被保险人的车险标准分,进而确定其专属保险费率。目前,蚂蚁金服已经与中国人保财险、太保财险、太平财险等9家保险公司达成了合作协议,联合打造车险费率厘定新平台。这次尝试也为人工智能技术在推动保险精算服务升级方面,奠定了坚实基础。

中国平安财险公司在2016年,基于UBI技术提出了“一人一车一价”的定价方案。根据人工智能、大数据、数学建模等技术制定精准定价模型,再依托旗下的“平安好车主”APP对每位车主定制专属化产品和差异化费率,这推动了我国车险“从车+从人”定价理念的普及,也是UBI车险与人工智能技术相结合的一个关键节点。凭着蚂蚁金服在金融科技领域的影响力,加上各大保险公司的积极探索实践,可以预见,我国智能车险未来必将迅速发展,前景更加广阔。

(二)紧跟技术发展新浪潮,赋予车险业态新动能

近几年,以AI为基础的智能汽车发展迅速,随着人工智能算法技术和深度学习能力的不断突破,自动驾驶技术必将改变人们未来的出行方式。自动驾驶技术作为全球汽车研发领域的热门,国内部分地区、企业已经投入研究,目前进入了路测阶段。2017年4月,长安公司的无人驾驶汽车顺利通过了2000多公里的无人驾驶路测;同年7月在百度“2017AI开发者”大会上,百度CEO乘坐百度研发的无人驾驶汽车开上了北京五环。目前,国内除了BAT、华为等科技巨头在自动驾驶领域积极布局,多家传统汽车制造商

►表2 2018年上半年6家险企电销车险同比增速(单位:亿元)

公司名称	2017年上半年	2018年上半年	同比增速
平安产险	260.36	59.20	-77.30%
太保产险	66.54	28.22	-57.60%
人保财险	58.96	25.36	-57.00%
大地财险	40.94	18.14	-55.70%
阳光财险	19.41	13.37	-29.40%
安盛天平	16.13	6.58	-59.20%

资料来源:《中国保险行业协会统计数据》



如长城、长安、一汽、上汽等，也在辅助驾驶、低速自动驾驶等人工智能运用的初级阶段取得了积极成果。当然，自动驾驶汽车目前还面临一些问题，但随着计算能力和算法的不断演进，其终将逐渐取代传统汽车成为市场主流。

自动驾驶技术在一定程度上冲击了传统车险市场，也带来了更大的机遇。针对我国车险市场日趋饱和、缺少创新的现状，自动驾驶技术的出现无疑给增长疲软的车险市场注入新的动力。麦肯锡公司预测，到2030年，自动驾驶技术的应用将给汽车市场带来约30%的新增产值，其营业额将增长到15万亿美元，成为自动化领域增长的主动

力。未来随着自动驾驶汽车的广泛应用，车险领域也必然会迎来新的动能。驾驶技术的安全性，主要依赖于人工智能技术算法模型和深度学习能力的成熟度；自动驾驶汽车面临的主要风险来自于人工智能技术本身，可能会出现技术故障甚至不可控的情形。在实际应用过程中，也要区分事故发生的原因是来自于算法技术缺陷，还是人为操作不当。同时人工智能技术发展迅速，在此过程中极易产生新的风险和安全隐患，这也需要车险行业特别关注，并针对具体风险研发新产品，紧跟技术发展潮流，掌握市场发展的前沿技术，更好地满足市场需求，为车险市场不断注入新活力。

（三）不断提升服务水平，促进行业良性竞争

随着“报行合一”和相关监管政策的落地实施，价格战、费用战等恶性竞争行为受到了监管部门的严厉处罚和打击。在此情况下，保险企业应该转变竞争思路，将发力点聚焦于产品和服务层面。埃森哲的最新研究报告显示，在经济水平日益提升的时代，车险消费者更加注重对服务品质的追求，在同等条件下，他们更愿意为优质的服务买单。

AI的日益成熟和发展，为提升车险服务质量提供了可能性。就车险经营链中最受消费者诟病的定损理赔而言，保险公司可以开

放的历史索赔案件中的图像影音资料数据为基础,借助图像识别、语音识别、OCR技术、人证核对等智能技术手段,构造算法模型;再由专业定损员对海量损失案例中的损失部位、损失程度、维修方案、赔付状况等信息进行分类标记,形成具有共同特征的若干规则集,对人工智能算法模型进行训练,并通过深度学习,对算法模型进行反复调试,不断调整实验参数和模型结构,提高算法自主学习、分析和解决问题的能力。当投保车辆发生保险事故时,出险车主只需要将受损车辆事故现场照片、录像上传到保险公司的云端定损平台,通过智能算法模型能够实现对出险车型、出险部位、受损程度的自主判别,可实现简单、无争议案件的即时赔付,解决了传统理赔环节耗时长、流程繁琐等痛点问题,提高保险公司经营效率,使每位客户都能获得优质的保险消费体验。

(四)推动车险渠道升级,开拓转型升级新路径

产品营销渠道对保险公司至关重要,直接决定其营销效果和盈利水平。目前,车险主要依靠4S店和保险中介进行碎片化营销,需要投入大量人力、物力资源去管理和提升中介人员对车险产品的了解程度,并支付高额佣金,还面临着部分汽车维修厂员工基于利益驱使,利用客户对其的信任,在维修车辆和代办理赔过程中编造索赔事故、骗取保险金等保险欺诈行为,导致车险理赔案件虚增、投保车辆续期保费上涨。

通过AI的应用,特别是在智能保险顾问方面,利用卷积神经网络、语言工程、图像识别、机器识别、大数据分析、决策系统等人工智能的相关技术和系统,使智能保险机器人拥有多维度的知识库,实现与顾客流畅交流,增加客户与公司的黏性关系。在具体应用过程中,车险经营公司只需将保险条款、保险规则及有关保险知识与销售知识上传到人工智能数据系统,智能保险机器人通过

深度学习,精准理解、掌握车险产品知识,进而根据与客户的特定互动行为获得所需信息,具体分析客户的投保需求,为其提供专属定制化保险产品。人工智能系统在与客户交流互动过程中,虽然满足不了客户的情感诉求,但可以解决其在专业知识方面的不足,为其匹配、定制满足其保障需求的最优产品,使每位客户都能获得优质的保险消费体验,为企业节省成本,创造价值。美国保险科技创业企业Insurify在2016年推出了线上人工智能保险代理机器人——Evia,通过用户提供的车辆牌照和驾驶证照片,就可以获得车辆的历史事故状况和驾驶人的个人基本信息、历史驾驶数据,为其量身打造专属保险组合和定制化保险费率。该机器人的主要运作流程是:车险公司的人工智能算法系统接收到照片信息后,在内部数据库中搜索车辆和驾驶员的相关记录,判断其个人信息与驾驶记录是否一致,最后将车辆和驾驶员的风险状况与保险公司预先设置好的产品分类和费率层级相匹配,继而提供定制化的私人保险产品。

(五)降低车险综合成本率,控制车险经营成本

企业盈利水平高低与其综合成本率高低负相关,综合成本率越高,企业的利润水平越差,经营状况越糟糕。就车险企业而言,在经营过程中面临的主要成本支出是赔付成本和手续费支出。要降低车险手续费,可以让智能保险顾问深度参与营销服务环节,这既能拓宽保险公司直销渠道的宽度,又降低了车险销售过程中的人力成本。车险公司赔付成本的控制,需要依赖于车险防灾防损与索赔反欺诈手段在车险经营管理过程中的应用效果。

在车险防灾防损方面,依托图像识别、语音识别、决策系统和机器翻译等技术的人工智能风险控制产品有很大的应用前景。在驾驶人驾驶汽车过程中,人工智能风控系统能

够自主识别驾驶员的不良驾驶行为,自主分析判断其驾驶状态和车辆行驶状况,对危险驾驶行为和汽车设备故障启动风险预警并进行干预,主动锁定汽车的启动装置,可有效防范重大交通事故的发生,降低保险赔付率。中国太保财险公司积极推动保险科技在车险领域的应用,先后推出了“太好保”“太睿保”等针对团车、货车客户的人工智能风险防范产品。截至2019年3月,“太睿保”在团车车辆、货物运输车辆群体中安装数量已达1.4万件,使车辆整体出险率下降了39%。

AI技术对防范车险欺诈也有重要作为。据专业人士统计,我国每年因保险欺诈产生的费用支出占保险公司费用总支出的15%至20%。由于车险业务数量繁多且目标的零散,损失发生频率高,保险欺诈操作简单易行等因素,车险欺诈索赔现象相较于其他保险更易发生。人工智能在车险理赔中的应用,是将原本核赔员人工审核的案件转为由人工智能系统自动审核赔偿。智能车险核赔的优势是,通过将大量的车险欺诈索赔历史经验数据输入深度学习算法模型,使其熟悉车险撞击原理、相关配件性能等逻辑规律和规则;当发生索赔报案时,人工智能反欺诈系统通过索赔主体上传的现场照片和视频信息对案件类型和性质进行建模分析,对报案人上传影像资料的真实性进行对比,快速判定是否属于保险欺诈索赔。这就大大提高了保险公司防范识别虚假索赔等道德风险的能力,有效控制了保险赔付成本。2017年12月成立的车险理赔反欺诈平台——元嘟嘟,在2019年1月宣布正式完成数千万元Pre-A轮融资,其核心产品是人工智能车险反欺诈平台,已经积累了海量的汽车类型、历史索赔案件,以及反欺诈规律数据,同时与大型的数据供应商合作,可对智能算法模型进行反复训练,提高了其准确性。目前,该平台已经过测试正式上线。保险公司可以利用其提供的反欺诈系统,有效识别和防止车险欺诈索赔案件,降低车险赔付成本。SM