

AI“军备”竞赛升级 险企数智化走到哪一步了？

中经记者 陈晶晶 北京报道

近期，中国平安(601318.SH)中期财报披露,截至2026年8月,日均Token消耗量已突破2100亿,引发市场关注。

《中国经营报》记者梳理发现,包括中国人保、新华保险、中国太保等

上市险企都在财报中披露了人工智能相关计划与研发支出。此外,非上市险企中,泰康养医大模型1.0、东吴人寿AI 3.0等也在近期相继发布大模型,加快数智化布局……

记者采访了解到,虽然数字化进程晚于银行,但技术爆发之下,目

前AI正全面渗透保险核保、理赔、客服、展业、风控全业务链条。

不过上述“投入”转化为“收入”还需要时间,如何科学检验和评估AI转型的真实成效,如何界定价值兑现的标准与回报周期,都还需要保险机构密集关注。

成效进入验证期

目前行业尚未形成统一的数智化成效评估体系,各家险企的考核口径与衡量维度差异显著。

记者注意到,随着AI投入的规模化、体系化,数字员工、业务智能体批量上线,AI已深度嵌入销售、核保、理赔、风控、内部办公等全业务链条,特别是经营降本增效已有可量化数据验证。

根据财报,中国平安2026年上半年寿险闪赔占比59%,产险车代渠道94%单件平均一分钟智能出单;产险反欺诈智能化理赔拦截减损71.1亿元,同比增长10.4%;AI智能体辅助实现销售额573.13亿元;AI坐席服务量约9.39亿次,覆盖平安81%的客服总量。

上半年,中国人寿(601628.SH)累计建设数智应用场景超90个,构建智能体超500个,实现对销售支持、运营管理、客户服务等核心领域的赋能,例如智能核保审核率达96.8%,数字核保员作业率超37%,保全服务智能审核率达99%,数智化服务赔案占比超75%。

新华保险财报披露,上半

年营销智能助手累计自动生成计划书400余万份;理赔数字员工智能申请模块日均处理影像件超3万件,识别准确率逾99%;人力招聘数字员工AI面试已覆盖超3000名候选人,官方数字人服务大使支持16类保险产品讲解与16类线上业务分步指导。

此外,中国人保上半年已落地AI应用场景246个,AI能力调用次数超23亿次。

值得注意的是,目前行业尚未形成统一的数智化成效评估体系,各家险企的考核口径与衡量维度差异显著,比如部分机构以业务自动化率、人力替代规模等运营效率指标为主要衡量依据,有的机构则侧重客户服务体验、运营降本等价值指标。

整体而言,险企对AI价值的量化仍集中在短期运营层面,尚未完整量化AI对保费增长、产品迭代升级、风险管控优化、渠道产能改善、投资端投研效率以及

组织数字化能力等中长期维度的综合贡献度。

苏商银行特约研究员付一夫对记者表示,站在经营角度,保险机构需建立以价值兑现为核心的评估标尺,而非仅关注技术指标。“评估标尺应包含多维度的经营指标,例如客户满意度、风险识别准确率、人均效能、费用率、投资收益与风险减损等,应全面纳入常态化考核体系。同时,以成本可计量、价值可追溯为原则,对业务全链路进行精细化核算,推动数智化建设从‘技术叙事’转向‘财务叙事’。”付一夫说。

一位业内人士表示,拉长发展周期来看,保险业数智化转型本质上属于中长期战略投入,基础算力搭建、数据治理、模型迭代、场景磨合普遍需要2~3年的沉淀周期,组织体系适配、业务模式重构、风险体系升级可能需要3~5年的长期打磨,数智化价值的全面兑现仍处于爬坡阶段。

资金、人力全面倾斜

受经营体量与战略定位差异影响,不同类型险企的路径与投入策略各有侧重。

公开资料显示,近年来多家险企均将数智化上升至战略层面,配套专项资金、算力资源与专业人才投入。近期,其密集披露各项指标与落地规划。

中国平安日均Token消耗量已突破2100亿背后,是其“AI in ALL”战略的全面落地。

记者从中国平安方面获悉,其Token消耗来自两部分:一部分是面向2.5亿客户的应用,包括AI快捷服务、AI理赔服务、AI医疗服务等;另一部分是面向集团内部关键岗位的高频应用,包括AI coding、AI办公和AI运营等。

资源配置层面,根据披露,中国平安每年科技投入超过百亿元。根据中国平安首席技术官王晓航公开讲话,平安把科技投入分成三笔钱:基础研发与运营、规模化创新、前瞻孵化与布局。配置逻辑有两个方面:一是结构优化,二是价值导向。

中国人保(601319.SH)近期官方微信号文章中披露制定“人工智能+”行动方案,专门成立了数字化发展委员会,制定数字化发展的目标和任务,统筹集团整体的数字化建设和发展工作。

在资金投入上,年报显示,近两年中国人保加大了研发费用支出,2024年研发费用支出14.77亿元,2025年达21.63亿元,研发资源重点向财险科技、AI核保核赔、风险减量服务等特色场景倾斜,围绕自身主产业链条做大模型开发。



刘洋/制图

新华保险(601336.SH)则在2025年11月公布中长期数智化规划,提出大科技“AI+”战略,明确未来3至5年在人工智能、大数据领域累计投入不低于30亿元。2026年重点推进数字员工规模化落地,打造覆盖七大高频业务领域的数字员工。

中国太保(601601.SH)亦在加速AI专项投入,其管理层2026年5月公开称,将“人工智能+”确立为三大战略之一,规划“633”战略蓝图,并于2026年确定30余个首批启动的AI战略项目,全年AI领域投入预算实现翻番,占科技预算18%左右。根据规划目标,确立未来两年AI投入复合增长率不低于40%的长期投入规划。

除了头部保险集团,部分中小险企也在稳步加码数智化布局。

华泰人寿方面在接受记者采访时表示,公司将数字化3.0列为新五年战略三大核心支柱之一,研发中心已于2026年4月正式落地粤港澳大湾区核心城市广州,入驻琶洲数字经济试验区核心区域。

记者梳理发现,受经营体量与战略定位差异影响,不同类型险企

的路径与投入策略各有侧重。

头部险企普遍走重资产自研路线,投入亿级以上年度预算,自建智算平台与数据底座,深耕保险垂类大模型,构建体系化技术壁垒。部分中型险企主要采购标准化大模型服务,聚焦核保、理赔、风控等刚需场景试点落地。小型险企数智化转型以轻资产合作为主,依托外部SaaS服务落地基础数智化场景,低成本完成业务流程升级。

品牌IP营销专家、广州思益得首席策略官陈彦颐对记者分析表示,金融机构过去数字化投入资金集中在硬件系统搭建、标准化软件采购与流程线上化改造上,以IT部门预算为主体。而现阶段,资源向业务场景深度适配、行业专属知识沉淀、跨部门协同机制倾斜,投入重心从“建系统”转向“育能力”,业务与IT协同加深。

努曼陀罗商业战略咨询创始人霍虹屹也向记者表示,模型、数据和知识库都需要不断更新,这意味着AI正在把过去偏项目制的科技投入,逐渐变成持续性的“生产资料投入”。

透视保险科技中期业绩：谁在领跑？谁在承压？

中经记者 樊红敏 北京报道

上市保险科技公司的整体经营情况正在逐步改善。

据《中国经营报》记者不完全统计梳理,截至目前已有6家上市保险科技公司披露了今年上半年财报,其中,慧择(HUIZ.O)、手回(02621.HK)、众森控股(01471.HK)、白鸽在线(02672.HK)4家公司营收、净利润均实现正增长。思派健康(00314.HK)、轻松健康(02661.HK)收入结构则出现深度调整。

“今年上半年保险科技行业整体呈现‘恢复增长、结构分化、模式重构’的特征。”清华大学五道口金融学院中国保险与养老金研究中心原负责人朱俊生在接受记者采访时表示,保险科技公司的业绩分化,表面看是收入和利润的变化,背后反映的其实是行业商业模式的重构:保险经纪从流量驱动走向客户长期价值经营,科技服务从成本中心走向收入中心,健康科技则从流量和单一业务模式走向保险、医疗与健康服务融合。

科技服务从概念到收入兑现

具体来看,有“保险电商第一股”之称的慧择和从线上创业公司成长起来的综合性人身险中介集团手回,主要依靠保费放量增长实现增收。

其中,慧择上半年实现总收入同比增长5.8%至7.2亿元,归母净利润2533.8万元,同比大增逾10倍;总保费42亿元,同比增长29.8%;首年保费27.6亿元,同比增长48.7%。手回上半年则实现营业收入6.27亿元,同比增长13.1%;经调整后净利润7331万元,同比增长11.5%;总保费55.9亿元,同比增长12%,首年保费22.1亿元,同比增长41.6%。

值得一提的是,上半年,慧择、手回的产品结构也有较大调整。其

中,手回今年上半年分红类产品首年保费达到12.3亿元,同比增幅超过400%。

“受‘报行合一’政策下调佣金率的持续影响,我们的收入端承受下行压力,但在人身险预定利率动态调整后,消费者对兼具保障与浮动收益功能的分红型保险产品需求持续增长。本集团把握市场机遇,加大业务开拓力度,以保费规模的稳定增长有效对冲了佣金率下行的影响。”手回在业绩报告中表示。

慧择上半年年金险、长期健康和短险首年保费分别同比增长61.7%、166%和47.6%。“在长期储蓄领域,核心年金产品IP‘快享福’迭代推出‘快享福5号’分红型年金,

驱动年金险首年保费同比增长61.7%。”慧择方面表示。

在北京排排网保险代理有限公司总经理杨帆看来,过去市场更看重重线上获客和保费规模,现在平台开始更加重视长期险占比、客户留存、续期贡献以及盈利能力。

对于年金险和长期健康险占比提高,朱俊生认为,这反映出保险需求正从单一保障向养老、储蓄和财富管理延伸。“相比短期险,长期储蓄类产品客单价更高、服务周期更长,有助于提升客户价值、续保率和交叉销售能力。”

另一项值得关注的变化是保险科技业务开始从内部赋能向外部变现延伸。

比如上半年,手回集团保险技术服务收入为915.6万元,同比增长80.9%,虽然目前仅占总收入的1.5%,但其毛利率达到68%,高于保险交易服务28.7%的毛利率。

众森控股、白鸽在线这一趋势更为明显。众森控股上半年实现营业收入1.78亿元,同比增长56.46%;归母净利润3677.5万元,同比增长46.73%。分业务来看,保险代理业务收入仅增2.1%;金融科技业务收入占比升至37%,其中银行科技收入5818万元,成为增长主引擎。

白鸽在线上半年实现收入7.89亿元,同比增长39.2%;期内亏损由2025年同期的2154.5万元收窄43.6%至1216.1万元。其中,保险交

易服务作为基本盘,实现收入4.57亿元,同比增长8.8%;精准营销及数字化解决方案板块实现收入达3.29亿元,同比增长130.4%。

“过去保险科技公司的主要收入来源是保险销售和佣金收入,如今开始向保险公司、银行等机构输出数字营销、数据分析和科技解决方案能力。这意味着保险科技企业正从销售渠道向数字化服务商转型,有助于降低对保费增长周期的依赖。”朱俊生表示。

“靠技术服务实现增长,从‘卖保单赚佣金’转向‘卖技术服务’反映出保险科技业务正从概念进入收入兑现期。”对外经贸大学保险学院教授王国军认为。

健康科技公司商业模式重构中

在保险科技公司中,健康科技类是一条不容忽视的赛道,也是中介中不可或缺的一个板块。

其中,思派健康上半年实现总收入7.4亿元,同比下降39.6%;国际财务报告准则净利润为0.43亿元,实现扭亏;正常化净利润为0.07亿元,去年同期正常化净亏损约1200万元,同样实现扭亏为盈。

分业务来看,上半年,思派健康医生研究协助业务收入2.49亿元,同比增长16%;特药药房业务收入4.09亿元,同比下降55.8%;商业保险服务业务收入0.82亿元,同比下降1.8%,其中,企业保险服务收入

0.59亿元,同比增长37.7%,惠民保收入0.23亿元,同比下降43.7%。

对于总收入下滑,思派健康在报告中解释,主要系特药房及惠民保业务的主动收缩所致。“通过主动收缩回报率较低、战略协同性较弱的业务,集团得以提升整体盈利能力,降低营运资金占用,更有效地配置资源,为核心保险业务、专业人才、数字化平台及战略并购提供支持。”思派健康方面表示,“受业务结构转型后高毛利业务占比提升影响,集团整体毛利率由2025年同期14.4%提升至20.1%,同比提升5.7个百分点。”

轻松健康上半年则实现收入

3.58亿元,同比减少45.4%;亏损5140万元,2025年同期利润为8600万元,由盈转亏。

与思派健康类似,轻松健康上半年营收结构均出现大幅度调整,其中,数字营销(科普服务)收入占比从67.7%减至25.9%。综合健康服务套餐收入7455万元,同比大增273.5%,收入占比从3%跃升至20.8%。数字医学研究辅助业务收入462万元,同比增长72%。保险相关服务上半年实现收入1.57亿元,同比增长4.5%。

对此轻松健康解释称,这主要是在监管环境趋紧下,制药客户营

销预算减少,导致其于数字营销服务所支持的医学教育及科学传播项目上的支出减少。

收入组合的变化也带动了轻松健康整体毛利率的跃升。数据显示,轻松健康今年上半年毛利率更是较去年同期提升了17.6个百分点,达到50.1%。

“短期波动不会改变数字健康的长期趋势,也不会动摇轻松健康持续投入‘AI+健康’的战略方向。轻松健康将继续推动AI进入具体的医疗健康服务流程,将业务调整转化为更健康的增长基础,形成更加均衡、多元和可持续的业务结构,

为用户、行业、合作伙伴及股东持续创造价值。”轻松健康董事会主席兼首席执行官杨胤近期公开表示。

在王国军看来,未来健康科技公司的發展主线将趋向“保险+医疗健康服务+AI闭环”,B端企业健康服务和AI医学研究是共同新增长点,能跑通“服务闭环+现金流健康”的公司先走出来。

“总体来看,健康科技行业短期是在调整业务结构,长期则是在重构商业模式。未来真正具备竞争力的企业,将是能够打通保险、医疗、健康管理和科技服务,形成完整服务闭环的企业。”朱俊生表示。