

/挖掘客户隐性需求/

当前,保险客户需求日趋多元、决策链条日益复杂,而传统营销模式仍高度依赖人工经验,可能难以捕捉用户的深层诉求,也往往受限于服务时长和自身知识储备,使得大量个性化需求无法被有效承接,服务资源错配严重。

针对传统人工在需求洞察、专业储备、服务稳定性上的短板,水滴AI智能咨询顾问形成了标准化、可批量落地的核心能力,让精细化需求挖掘不再依靠少数资深从业者。

在需求捕捉方面,AI能够识别用户提问背后的隐性需求。例如,一位用户询问“输尿管狭窄机器人手术是否可报销”,水滴的AI Agent能够追问一句“您关注的是治疗费用还是已有保单的报销”,用户才说出真实意图:他刚刚确诊,希望了解能否购买新的保障。这种“弦外之音”的捕捉能力,过去仅少数资深从业者具备,如今AI可以实现规模化应用。

在知识储备方面,水滴在合规的前提下积累了大量细分行业数据。其中包括海量的保险垂直服务语料样本,7000余种当期或往期热销保险产品的保险条款、健康告知、核保要求、保费计算、理赔标准

等相关数据,以及海量的保险专业领域知识、行业政策相关知识等。水滴将这些数据信息进行分类、清洗、去标识化处理和标注后,再进行细分场景目标对齐算法、检索增强等能力的算法训练,使得AI更精通保险领域的专业知识。

如果说AI智能咨询顾问解决前端答疑、隐性需求挖掘的基础痛点,水滴自研运营AI Agent则重构保险客户经营底层逻辑,彻底改变传统被动、粗放的运营模式。

当前行业一些智能运营工具存在一定局限:仅能被动等待用户主动发起咨询,输出模板化统一回复,缺乏自主分层、主动识别缺口能力。而现在,“水滴的智能运营AI Agent”,已经升级为一个“主动的、聪明的”运营专家。它不仅能够7×24小时在线解答,全天候覆盖条款解读、保单交付等关键场景;更核心的是它能自主进行用户分层,根据沟通内容及过往保单数据,分析找到用户的保障缺口,提供千人千面差异化的定制策略。同时,它能基于经营数据自动迭代策略建议,做到“越用越聪明”。这种从“经验驱动”到“数据驱动”的转变,才是AI真正为业务带来的核心价值。

/AI赋能转向AI思维/

随着保险业数智化转型走过单点工具落地的初级阶段,行业开始意识到,单纯依靠AI工具优化现有流程,只能解决表层效率问题,很难破普惠客群经营、精细化风控、长效产品创新的深层应用。沈鹏表示,水滴要从“AI赋能”走向建立“AI思维”,以技术为核心重构全链路业务,而非简单叠加工具。

在此战略下,水滴搭建起覆盖救助、保障、诊疗的完整业务生态,形成闭环数据体系,开始从使用AI工具到树立AI思维的进阶实践。

AI思维意味着要重新审视业务的底层逻辑,AI不应该是公司的一个部门或一个工具,而应该是贯穿产品设计、销售、核保、服务、理赔全链条的“神经系统”。

以水滴推出的行业首个AI核保专家“KEYLAI”为例,它不再只是告诉用户“你不能保”,而是主动帮用户找到“你能保什么”,核保从“筛选”变成了“匹配”。

“用AI”和“用AI思维”有着核心区别。前者是把AI当工具,接到现有流程里,让事情跑得更顺、更有效率。后者是拿AI重新想一遍这件事本来应该长什么样,让过去做不到的事变成可能。

从具体落地而言,水滴公司

搭建起“模型+Harness+应用”三位一体的操作系统,底层由通用大模型与自研“水滴水守大模型”双引擎驱动,中间层则是水滴的核心护城河——Harness工程能力。构建了6层适配保险场景的工程能力,能够把保险晦涩的条款、繁杂的规则、严格的合规要求,翻译成AI能听懂的语言。做好上下文理解、多Agent协作和风控护栏,AI才真正具备“保险服务上岗”的资格,把模型真正“装进”保险业务里。

水滴是保险行业内最早布局AI大模型应用的公司之一,每年投入近3亿元用于研发,目前已申请超100项人工智能专利,申请大模型相关专利72项,含境外专利申请9项。水滴自主研发的“水滴水守AI”能力,正在成为保险服务的“中枢神经”。

目前,水滴旗下涵盖水滴筹、水滴保、翼帆医药等重点业务,分别对应“事后救助”“事前保障”“治疗支持”三个环节。三者形成的业务闭环,让水滴能够拥有包括保障需求、疾病洞察、风险控制、保险知识等行业少有的多维数据生态,这些数据也能驱动核保更精准、推荐更贴合、理赔更高效。

北京商报记者 李秀梅

一线对话

水滴公司创始人兼CEO沈鹏:

AI与人的分工,正重新定义保险人才价值

北京商报:在实际业务中,AI作为贯穿全链条的“神经系统”,是如何与人工进行分工与协同的?

沈鹏:我认为,AI与人之间是分工与协同的关系,而且这种协同正在重新定义保险行业的人才价值。

以核保环节为例,KEYLAI承担了所有标准化案件的初步审核,准确率达到99.8%,核保响应速度较此前提升260倍。这意味着核保员不再需要把精力消耗在重复性的规则匹配上。他们现在的角色发生了根本性转变:从“规则执行者”变成了“AI训练师”和“复杂案例裁决者”。他们会审核AI拿不准的案件,会用自己十几年的专业经验去训练AI,让AI越做越准。

在客服和理赔环节,水滴AI客服——保小慧能够覆盖高频、标准化的咨询,但我们的适老理赔专线至今100%由人工承接。因为理赔用户带着明确的诉求和情绪,这个时候人的共情能力是AI暂时替代不了的。AI能够在后台辅助理赔员审核材料、识别发票真伪、提示风险点,让理赔员的效率和准确率都大幅提高。

所以,AI越强大,人的价值不是减少了,是被重新定义了。AI释放规模,人提供温度——这是水滴在AI时代的人才观。

北京商报:AI正在重塑保险行业的产品、风控、服务全链路格局,在您看来,AI原生转型会如何重构行业未来的竞争壁垒?

沈鹏:未来的保险行业,拼的可能不是谁的钱多、谁的人多,更可能是谁的AI更“懂”保险,谁的数据飞轮转得更快,谁的组织更早完成AI原生的认知跃迁。

新的竞争壁垒可能将由三个核心能力构成:

第一,垂直领域的AI工程能力。通用大模型谁都能接,但真正“懂”保险的AI需要长期的垂直训练、行业数据沉淀、专业团队持续迭代。水滴内部正在强化的“模型+Harness+应用”三位一体操作系统,就是这种能力的体现。它让AI能够准确理解复杂条款、对接业务系统。

第二,业务数据闭环的飞轮效应。水滴拥有水滴筹、水滴保、翼帆医药三块业务,形成了“事前有保障、出事有救助、治疗有支持”的服务闭环。让水滴能拥有包括保障需求、疾病洞察、风险控制、保险知识等行业少有的多维数据生态。

第三,组织认知的领先。AI原生转型不仅是技术部署,更是组织认知的重塑。它要求从CEO到一线员工,每个人都具备AI思维——不是“用AI把旧流程跑快点”,而是“用AI重新想一遍这件事应该长什么样”。

北京商报:相较于传统资本、渠道优势,AI与数据驱动的新型核心竞争力具备哪些长期价值?

沈鹏:从长期来看,能不能可持续地服务更多人,能不能让商业增长与社会价值同向而行,正是AI和数据驱动的长期竞争力。

AI与数据驱动的新型核心竞争力,具备三重传统优势无法替代的长期价值:

第一,穿越周期的组织韧性。资本和市场环境会波动,渠道格局会变化,但一家公司如果真正掌握了AI和数据驱动的方法论,它就具备了在不同时代做出适合那个时代产品的能力。

第二,可持续的商业模式。传统模式下,服务更多用户意味着需要更多人力,成本线性增长。AI从根本上改变了这一成本结构——服务一个用户和服务一亿用户的边际成本在趋近减小。这使得保险机构能够在不牺牲商业可持续性的前提下,将保障覆盖到传统模式下无法服务的群体。

第三,不可替代的社会价值属性。AI让带病体不再被拒之门外,让老年人不再被数字鸿沟隔绝。这种社会价值是商业模式的“地基”。服务的人越多,社会价值越大,商业回报也越丰厚,三者同向而行,这才是AI时代保险企业最深的护城河。