

# 银行卡安全险火爆溯源

银行卡安全险的推出，直击消费者痛点，从此险种也可以看出互联网企业与传统保险企业的合作思路：于交易场景中发现机遇，顺势切入。

文 | 汪振春

在装满沙丁鱼的鱼槽里放进一条鲰鱼。鲰鱼进入鱼槽后，由于环境陌生，便四处游动。沙丁鱼见了鲰鱼十分紧张，左冲右突，加速游动。这样，沙丁鱼缺氧的问题就迎刃而解，一条条沙丁鱼活蹦乱跳地回到了渔港。

这是著名的鲰鱼效应，如今，互联网企业这条“鲰鱼”也在不断搅动着保险业的一池春水。

4月6日，蚂蚁金服和中国人保共同推出一款针对银行卡账户资金安全的银行卡安全险。

据悉，这款银行卡安全险向客户的银行卡账户提供风险保障，保额分别是1万元、2万元、5万元、10万元以及50万元，对应的保费分别为4.88元/年、8.98元/年、22.88元/年、39.88元/年、135.88元/年。从《保险条款》看，此险主要保障三类资金损失：一是银行卡线下盗刷，包括银行柜台、ATM机以及各类刷卡消费场景的盗刷；二是网银渠道的盗刷；三是手机银行渠道的盗刷。

## 直击客户痛点

上线半个月，银行卡安全险的接单量就接近30万单，其火热反映出消费者对银行卡安全保障的强烈诉求。而从今年的3·15消费者投诉的问题就可看出，银行卡盗刷和食品安全一样，成为消费者最担心的问题。

近些年，关于银行卡被盗刷的新闻频频见诸报端，而此类新闻报道往往以“警方已受理”

结尾，至于结果如何，想想也不乐观。

银行没有看到客户的这一困扰吗？非也。

一个现实的问题就是，我国的信用体系尚不完善，央行、银监会、中国银联以及发卡银行都没有一个针对持卡的风险界定标准，“银行卡安全责任制度性承担机制”尚未形成。因为持卡人自身也存在道德风险，银行担心持卡人违规用卡后将责任推给银行，所以在盗刷责任不明确的环境下，若银行卡被盗刷，银行会要求持卡人报案甚至取证。对个人而言，要搜集到所有的证据并不容易，这无疑是一个闹心的过程，持卡人往往要自行承担部分甚至全部的卡盗刷损失。

于是乎，人们学会了自救，微信朋友圈“如何防止银行卡盗刷”的帖子转载量极高。

但问题解决了吗？并没有。

因为人们发现，在指尖消费越来越普遍的今天，支付风险越来越高了。点击了不明链接、蹭了附近的WiFi等，都有可能使账户资金不翼而飞。

互联网带来了支付的便捷，也同样看到了人们为支付风险所扰，保障网络资金账户安全的战役率先打响。

2014年，网易保险联手中国平安率先推出个人资金账户安全险，如果被保险人个人第三方支付账户（如支付宝、财付通、网易宝、微信支付等）因被盗用造成直接经济损失，可获得最高达50万元的赔付金额。

同年，支付宝账户安全险也由众安保险推出，承保范围包括使用支付宝提供的账户余额支付、余额宝支付、快捷支付、集分宝支付、信用支付和红包支付时造成的损失。

2015年，继百度百付安、无忧 Pay 盗刷险等产品之后，众安保险又宣布与小米支付公司合作推出小米盗刷险，全面护航小米支付用户的账户安全。

支付宝账户安全险也好，小米盗刷险也罢，我们可以说，这些险种的推出是马云、雷军等想留住自己的客户，但能留住客户，也说明他们看到了客户在使用其产品中的困扰。银行卡安全险是网络资金账户安全险的进一步延伸，相对于支付宝账户安全险的“小家”局限，银行卡安全险颇有一些“大家”的格局，但本质都是解决客户资金不翼而飞的闹心事儿。

## 于场景中发现机遇

对于资金账户盗刷问题，银行看到了但并没有动力解决，怎么蚂蚁金服就有动力去做？

与其说蚂蚁金服有动力做，不如说占据大量客户资源的互联网企业有动力去做。因为这是互联网时代，这是大数据时代。

互联网时代，支付容易了，风险也大了，要留住用户，就得解决相应的支付隐患。在我国信用体系尚不完善的情况下，用户信用数据无疑就是一座宝藏。以此次银行卡安全险为例，客户要投保，首先得成为芝麻信用用户，这背后隐藏的深意自不待言。

更进一步，透过银行卡安全险，我们也可以看到保险企业与互联网公司的合作模式，即在消费场景中发现新机遇。银行卡安全险就是因支付场景中可能出现的盗刷问题而被设计出来。

不同于以往围绕产品本身的思维方式和竞争模式，“互联网+”时代企业产品研发的核

心能力更多地表现在能否提出有效的场景解决方案。

产生网络交易场景的互联网平台和有产品设计优势的保险公司要联手挖掘场景价值，首先要在交易场景中发现用户痛点，即发现用户在消费场景中会出现哪些闹心的事儿；其次是设计产品，顺势切入，一举消除用户的烦恼。

退货运费险就是一个很好的例子。网上购物退货难免，对于剁手党而言，频频几十块钱的退运费也着实是个小烦恼，蚂蚁金服发现了这个烦恼，联手华泰财产保险股份有限公司设计了退货运费险，保费因客户购物习惯、所购物品金额及运输距离而异，嵌入进最后的支付环节，多花一两块钱，后续可能要退货的烦恼就迎刃而解。

互联网保险产品创新最有效的办法不再是简单的重新定义渠道，它不仅是保险产品的销售者，也是保险产品的直接需求提出者和创意者，甚至会与传统保险公司一道参与到保险产品的研发和未来的市场利益分割中。

客观地看，以蚂蚁金服为代表的互联网企业依靠平台与场景，两条腿走路，不断进入保险市场，将对保险市场份额与利润形成一定的反噬。面对这只已经入局的“鲶鱼”，保险企业借助自身的规模优势与产品设计优势，积极合作推动彼此在产品研发、理赔服务等方面的深度合作，从而实现优势互补、共同发展。

对于传统保险公司而言，与互联网金融企业共舞意味着价值创造，但在此过程中尤应多一分危机感、紧迫感。毕竟，今后的保险服务将不再是单一属性，而是与客户的生产生活方式紧密结合，并沿着客户需求价值链构造场景、延伸服务。在这一点上，今天的合作不仅再次演绎了鲶鱼沙丁鱼共生的故事，也将给我们留下了更多未尽的思考。E

（作者供职于中国人民财产保险股份有限公司）

银行卡安全险主要保障三类资金损失：一是银行卡在线下盗刷，包括银行柜台、ATM机以及各类刷卡消费场景的盗刷；二是网银渠道的盗刷；三是手机银行渠道的盗刷。

