

# 萌宠的健康成长保障
# 美国宠物保险公司Trupanion

公司案例解析

亿欧智库 https://www.iyiou.com/research

Copyright reserved to EqualOcean Intelligence, January 2021




# 目录

CONTENTS

1.宠物保险定义及分类

2.美国宠物保险市场现状

3.Trupanion宠物保险公司分析

4.给中国宠物保险市场的发展启示

结语

附录

# 研究背景及目的

- 由于现代社会的生活水平提升、人口老龄化、家庭规模小型化、独子化、单身潮等多种因素，人们(尤其年轻一代)对宠物陪伴的情感需求大大提高，宠物经济成为热词。宠物医疗作为宠物经济产业发展中的重要一环，以高瓴资本为代表的知名投资方一直在持续关注此市场的发展，国内目前也已出现新瑞鹏医院以及瑞派宠物医院等较为知名的连锁化宠物医院。

- 得益于消费观念的升级及相关配套设施的发展，宠物保险这一细分领域也迎来了发展的契机。

- 亿欧智库以前瞻性的视角梳理中美宠物保险市场的现状，探求此领域目前的发展状况；并选择了美国互联网宠物保险公司Trupanion进行案例分析，希望给关注此细分领域的投资者及想要在此领域内发展的企业带去一些思考与启发。

# 研究亮点

36.8亿

截至 2019 年，全球宠物保险市场市场规模约 36.8 亿美元。

资料来源: Verified Market Research

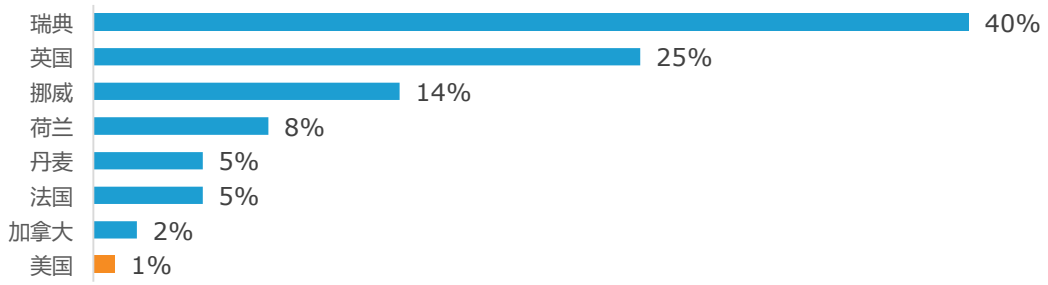
118.4亿

2027 年，全球宠物保险市场市场规模预计会增长至 118.4 亿美元。

资料来源: Verified Market Research

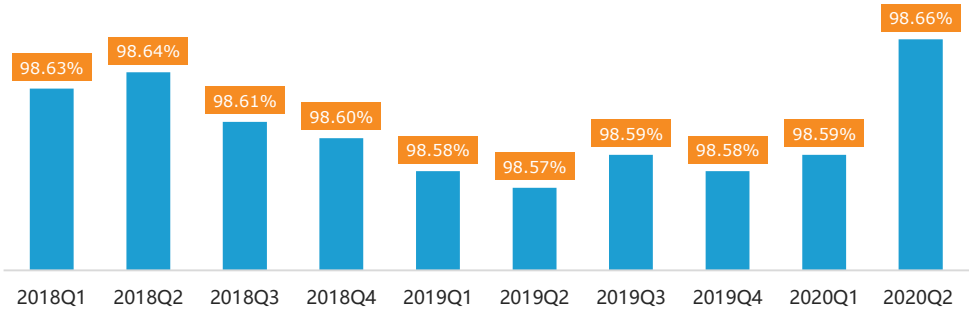
- 美国宠物保险市场与中国宠物保险市场存在相似的市场特征，即庞大的养宠数量与较低的渗透率。**在渗透率相差不大的情况下，美国宠物保险市场目前已经出现相对成熟的产品及服务，美国相关宠物保险市场的发展对中国具有发展与借鉴意义。**
- 目前在美国宠物保险市场份额的排名里，唯一的单品类的宠物保险公司Trupanion占据了29%的市场，该公司的高会员留存率和商业模式值得中国宠物保险发行方、销售、运营方参考与借鉴。

亿欧智库：世界各国宠物保险渗透率




资料来源: 北美宠物健康险协会

亿欧智库：2018-2020年Trupanion会员留存率统计




资料来源: Trupanion2020年Q2季度报告




# 1.宠物保险定义及分类

# 1.1 宠物保险定义及分类

**普遍意义上的宠物保险：**

- 宠物保险是宠物主人为宠物购买的保险单。保险范围为被保险人生病或受伤的宠物的兽医治疗支付部分或全部费用。一些保单也会保障宠物死亡，或者宠物丢失或被盗等多种情况。
- 该保险性质类似于针对人类的健康保险政策，宠物保险将全部或部分覆盖昂贵的医疗费用。宠物保险公司根据合同约定，为被保险的宠物支付保险费，有助于降低昂贵的宠物医疗总成本。
- 与人类健康保险一样，保险方案通常会设置一定的基础免赔额，这是在承保方案开始执行之前宠物主的自付费用。

**宠物保险分类：**

**01 宠物死亡保险**
（针对宠物本身）

当宠物因意外事故或疾病死亡时以及被盗或者走失时向宠物所有人支付一定的保险金。

✔ 国外的常见险种

**02 宠物医疗保险**
（针对宠物本身）

对遭受意外伤害或者患病的宠物就医治疗所支出的费用给予补偿。

✔ 国外的常见险种

**03 宠物第三方保险**
（针对被宠物伤害的人）

主要保障宠物所有人因宠物对第三方造成人身伤亡或财产损失所负的赔偿责任。

✔ 国内的常见险种

资料来源：亿欧智库整理




# 2.美国宠物保险市场现状

# 2.1 全球宠物保险市场市场规模有望持续增长

- 根据 Verified Market Research 研究表明，截至 2019 年，全球宠物保险市场市场规模约 36.8 亿美元，预计 2027 年会增长至 118.4 亿美元，正在以 15.65% 年复合增长率增长。
- 目前，宠物保险最发达的国家是瑞典，宠物投保率可达到40%以上。而中国的宠物保险投保率不仅较低，保险种类也并不丰富。不同的宠物保单提供不同的保险责任范围，与其他国家相比，中国的宠物费用较低，但与此同时，中国宠物保险能够保障的责任范围也相对较窄，项目较少。

**不同国家的宠物投保情况：**

| | 瑞典<br>宠物投保率：~40 % | 美国<br>宠物投保率：~1-2 % | 中国<br>宠物投保率：< 1% |
|---|---|---|---|
| 发展背景&阶段 | 瑞典是宠物保险的起始者，120年前就建立了宠物保险公司Agria，1924年卖出了第一张保单。 | 美国的宠物保险正处于稳步发展阶段，市场渗透率不到2%。 | 中国宠物保险市场是一块有着巨大潜力的沃地。 |
| 社会认可度 | 宠物保险的理念被瑞典社会广为接受，是世界上宠物保险市场渗透率最高的国家。 | 美国宠物保险提供的是类似于人类的健康保险。宠物的种类、品种，性别，年龄，位置以及宠物主所选择的承保范围决定了保费的支出。 | 目前中国保监会认可的宠物保险多为宠物第三方责任险，不包括宠物本身的健康，保障方是被宠物伤害的第三者。 |

资料来源: 亿欧智库整理

# 2.2 美国宠物保险市场头部企业较为集中，但渗透率较低

## 美国宠物保险市场特征：

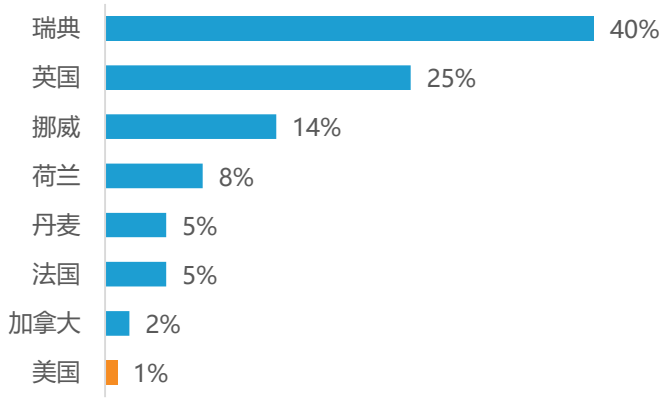
### I. 渗透率不足，仍有巨大的空白市场待开发

美国宠物行业的整体支出每年以约4%的速度增长，从2016年的667.5亿美元增长到如今的每年近700亿美元。美国近70%家庭拥有宠物，目前只有1%-2%的宠物猫狗拥有宠物保险，但相关数据表明，多年以来，美国的受保猫狗数量一直保持增多。

### II. 头部公司较为集中，竞争公司需具备差异化优势切入赛道

2019年美国宠物保险的前三名企业是Nationwide、Trupanion 以及Healthy Paws Pet Insurance。它们在美国的总市场份额接近75%。

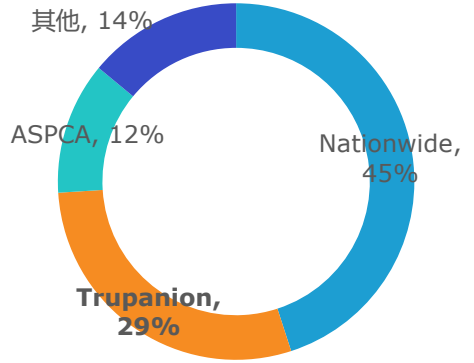
亿欧智库：世界各国宠物保险渗透率




亿欧智库：2015-2019年美国被保险的猫狗数量 单位：百万




亿欧智库：美国宠物保险公司市场份额占比




资料来源: 北美宠物健康险协会，APPA，Trupanion2020年8月投资者简报




# 3.Trupanion宠物保险公司分析




# 3.1 为什么选择Trupanion公司

# 3.1.1 市场渗透率相距不大，美国宠物保险行业的发展能对中国宠物起到启示作用

Trupanion 是美国的宠物保险产品提供商，其核心业务是销售为宠物猫和狗量身定制的保险产品，并按月度会员制收费。
此外，Trupanion也是美国第一家在纳斯达克上市的宠物保险公司，首次公开募股筹集资金达7100万美元。

**为什么选择Trupanion进行分析(1)：**

**中美宠物保险市场存在相似性**

☑ 美国宠物保险市场与中国宠物保险市场具有一定相似性，两国都具有庞大的养宠数量，但是渗透率却不高，未来有较大的提升发展空间。**但是，美国宠物保险市场目前已经出现相对成熟的产品及服务，可以视为中国宠物保险市场发展的下一个阶段。**

**亿欧智库认为宠物保险行业的发展阶段可基于宠物猫狗基数、科学养宠观念、宠物医疗市场规模、宠物数据库发展、宠物保险产品多寡、兽医人才发展水平六个指标来判断。目前美国正处于稳健发展期，中国则处于起步期。**

| | 美国 | 中国 |
|---|---|---|
| 宠物猫狗基数 | 约1.8亿只 | 9915万只 |
| 科学养宠观念 | 宠物是家庭的一份子 | 宠物家庭地位正在逐渐上升 |
| 宠物医疗市场规模 | 1800亿元 | 300亿元 |
| 宠物数据库发展 | 相关宠物公司已积累超20年的宠物数据 | 宠物数据收集技术才进入成熟期 |
| 宠物保险产品多寡 | 已出现在此细分领域瓜分市场的公司 | 多以附加险方式推出，相关产品较少 |
| 兽医人才发展水平 | 约11万（包括医生和医助） | 约5万（包括医生和医助） |

资料来源: Insurance information institute, 亿欧智库整理

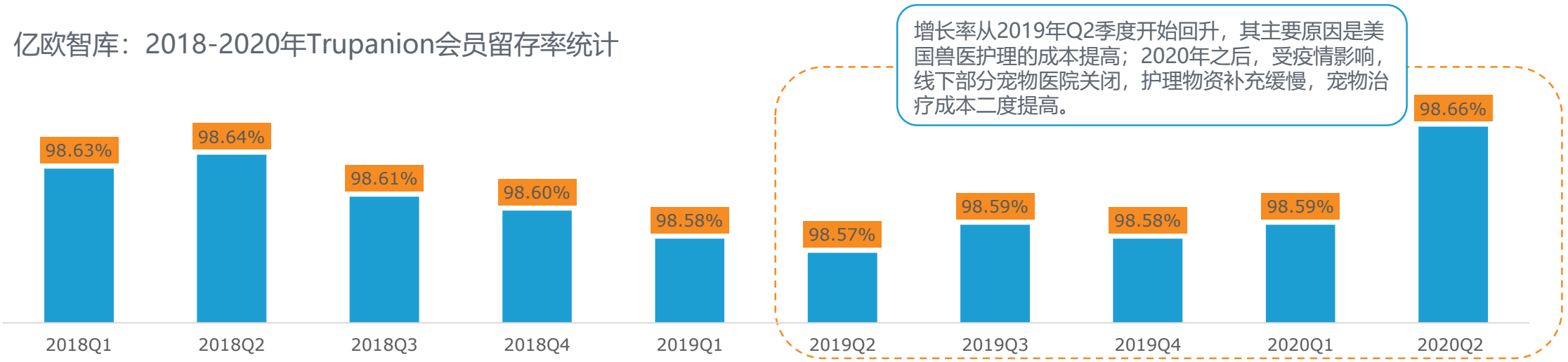
# 3.1.2 自成立伊始，Trupanion一直保持着较高的会员留存率

## 为什么选择Trupanion进行分析(2)：

**高客户保留率**

☑ Trupanion是美国宠物保险市场上唯一的单品类保险公司，与其它拥有人险的保险公司不同，其主营业务只有宠物保险，并靠此抢占了29%的美国宠物保险市场份额，其背后的商业模式值得研究，给中国宠物保险发展带来一些启示。

亿欧智库：2018-2020年Trupanion会员留存率统计




资料来源: Trupanion2020年Q2季度报告

# 3.1.3 北美第一家实现盈利的宠物保险提供商以及美国第一家上市的宠物保险公司

- Trupanion公司成立于2000年，依靠独特的区域销售模式，短短4年就成为了北美第一家盈利的宠物保险提供商，并于2014年在纳斯达克上市。该公司的使命及愿景是“帮助所有人所爱的宠物得到最好的宠物护理”。

## 发展历程

**2000 成立**

Trupanion成立，并保险了加拿大温哥华第一只宠物；

**2003 区域销售模式**

推出公司独有的区域合作销售伙伴模式；

**2004 正盈利**

成为北美第一家盈利的宠物保险提供商；

**2008 进军美国**

承保美国的第一只宠物；

**2012 波多黎各**

扩展到波多黎各，并推出了针对当地宠物的升级保险方案；

**2014 上市**

获得美国50个州的宠物保险牌照，并于纳斯达克上市；

**2020 股价大幅上涨**

2020疫情之后，比起上一年同期股价来说，Trupanion的股价增长了150%；

截至2021年01月07日，当日股价为117美元。




资料来源: 亿欧智库整理

# 3.1.4 高素质管理团队助力企业长久发展

- Trupanion的高素质团队是企业发展如此快速的原因之一。
- 他们具有一些共同特点：毕业于知名院校，有过其它知名保险公司的就职经验，家里都拥有至少一只宠物并且喜爱自己的宠物。

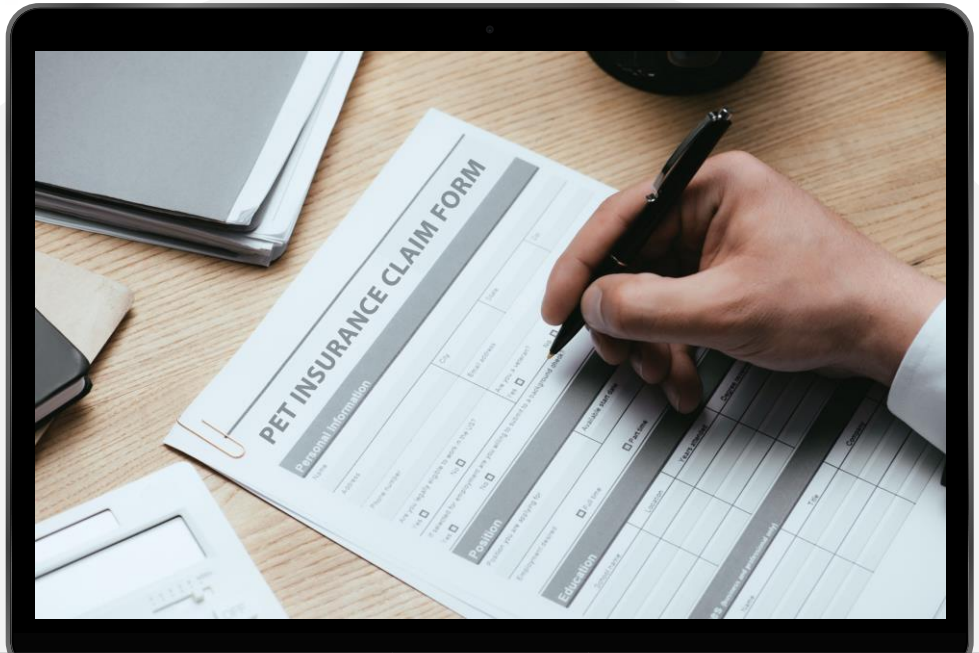
**Tricia Plouf-首席财务官**
-明尼苏达大学计算机专业
-曾任毕马威审计经理
-曾任美国证券交易委员会委员

**Margaret Tooth-首席营收官**
-曾任安联保险市场采购和营销经理

**Gavin Friedman-首席人事官兼总法律顾问**
-加利福尼亚大学伯克利分校法学博士
-曾在AIG消费者保险公司工作接近15年

**Darryl Rawlings-CEO及创始人**
-动物爱好者
-曾任Telos Engineering销售和市场总监
-随后在加拿大创立Trupanion

**Ashe Bearman-首席战略官**
-华盛顿大学法学博士
-曾就职于Board member、Attorney等公司






# 3.2 发展战略拆解及商业模式总结

# 3.2.1 核心发展策略(1) — 完善的宠物数据库助力Trupanion的发展与运营

- Trupanion的保险方案订阅价格基于多名精算师建立的分析模型而来，分析模型基于公司收集了20多年的宠物数据制定。该数据包含了多种指标，包括宠物的种类、品种、年龄、性别和位置。
- 数据的积累对于宠物保险的发展至关重要，精准的数据直接决定了宠物保险方案如何制定、赔付比例以及赔付范围等等。某种程度上说，数据积累的多寡影响着保险行业的日常运作。

**宠物数据库完善有利于宠物保险公司的发展:**

01

**优化定价体系**

数据越多，越有利于宠物保险公司优化精算定价模型，建立科学、有效的保险费率浮动模式和差别化定价机制。

02

**产品开发个性化**

保险公司开发保险产品的时候，通常都是以保险市场需求为基础，来创新产品，或对现有产品进行改良、组合，以适应市场需要、提高自身竞争力。

03

**提高保险理赔的准确性与及时性**

宠物赔付比人类保险赔付要困难的多，相关数据积累有利于宠物保险公司更加快速地进行事故原因分析，确认各方责任，为客户实现更为快捷、方便的赔付，给客户带来更好的赔付体验。

04

**反欺诈**

保险公司通常依靠一些固定的审核标准，以及理赔人员的经验积累，来判断是否存在保险欺诈。但是宠物事故的原因相比人险的赔付更加难以判断。数据的积累能够弱化部分信息的不对称，从而降低保险公司赔付成本，保障保险公司的正当权益。

05

**精准营销**

通过收集不同地区的宠物猫狗数据，更有利于保险公司判断不同地区的宠物主需求，开展有针对性的营销。

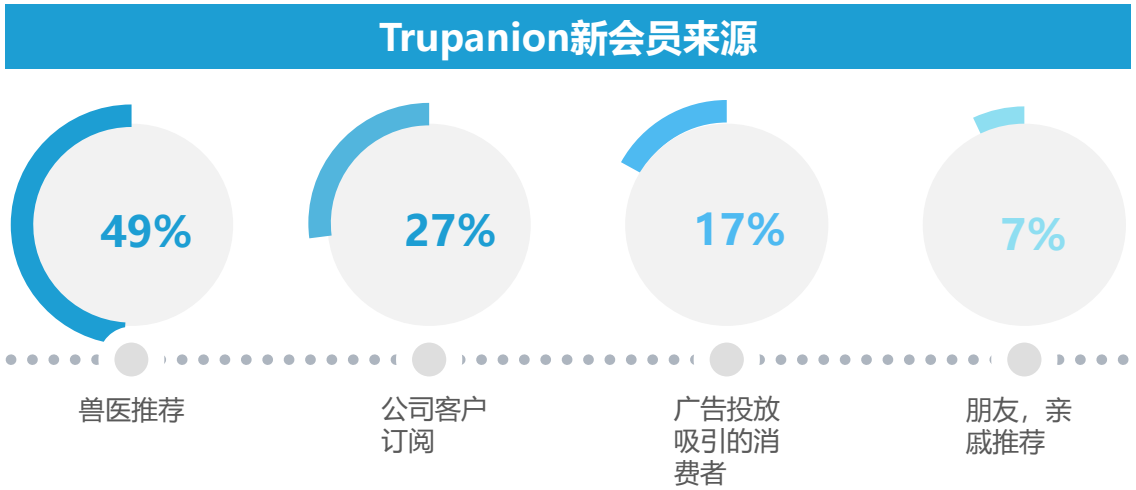
# 3.2.2 核心发展策略(2) — 区域合作销售模式吸引了近五成的新会员

- 宠物医生的支持对Trupanion的发展至关重要。2003年以来，Trupanion就着重于发展“区域合作伙伴”销售模式。“区域合作伙伴”可以视作为Trupanion的独立承包商务销售团队，他们的作用是与宠物医生建立有意义的长期合作关系，并向宠物医生正确传达出公司宠物保险区别于其它宠物保险的差异性优势。

- 依靠区域合作伙伴模式，截至2018年，公司已经在全球超过120个国家与地区开展业务，与超过80万名兽医达成业务合作，约有9700家兽医医院推荐使用该公司的宠物保险。

- 亿欧智库认为该销售模式对Trupanion的发展至关重要。**Trupanion作为一家会员订阅制的宠物保险提供商，新客获客量及会员留存率直接影响着该公司的营收与利润。**

- 从右图中可以发现，该公司接近一半的新会员都来自于兽医推荐，而与兽医建立并保持联系的正是区域合作销售团队。




资料来源: 亿欧智库整理

# 3.2.3 核心发展策略(3) — 专利发票报销技术简化报销流程，保证了具有差异化的优质客户体验

- Trupanion通过专利兽医直付系统Trupanion Express来提供差异化的会员体验。Trupanion Express 是Trupanion特意为减少发票报销流程而研究开发的线上数字化专利报销模型。
- **此项技术的差异性在于，在结帐环节由Trupanion公司直接向兽医付款，减少了填写索赔表的流程，能够大大缩短理赔流程时间以及客户等待时间。**

**Trupanion的报销流程：**



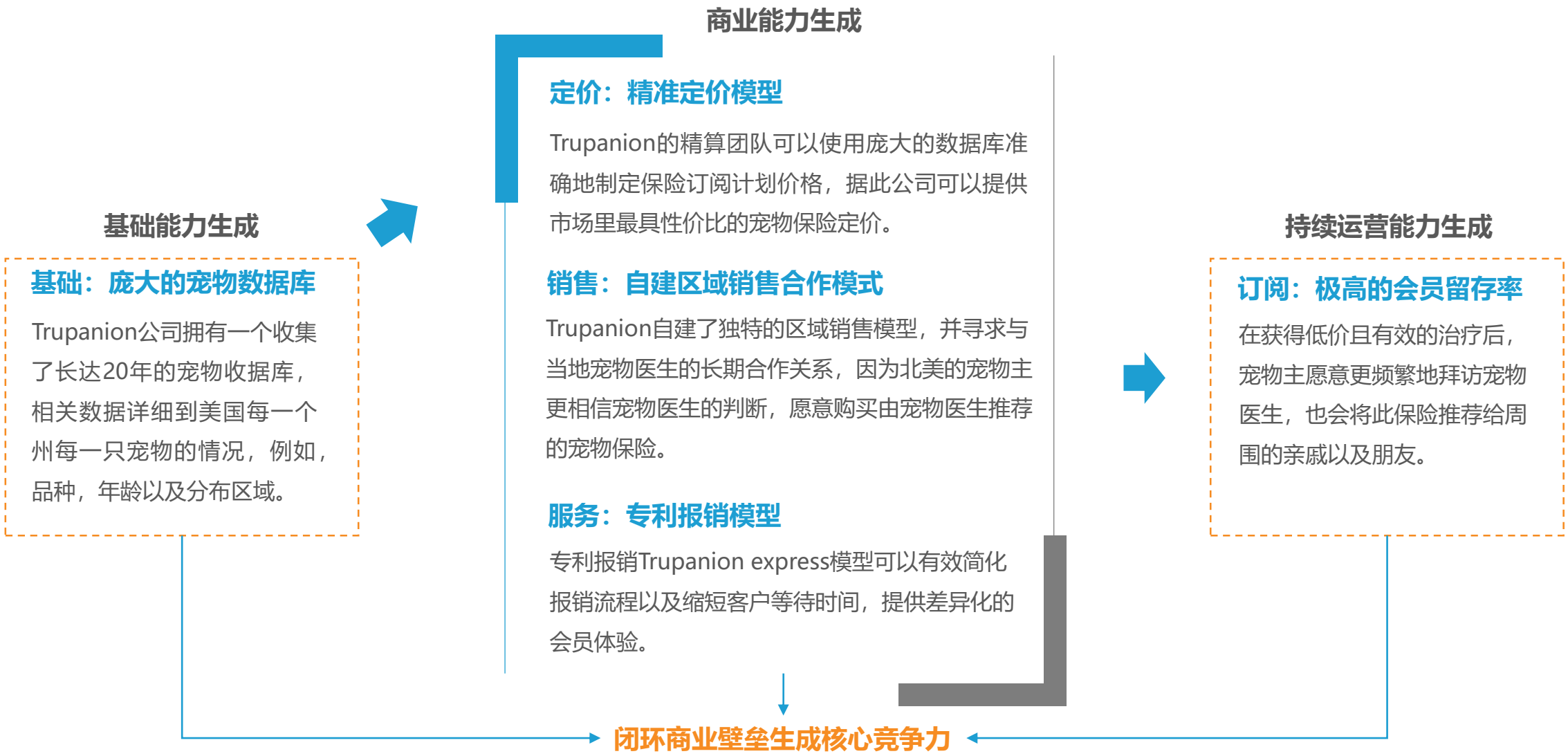

**宠物保险普遍报销流程：**




资料来源: 亿欧智库整理

# 3.2.4 商业模式总结 – 系统化的能力生成策略构建核心竞争力

- Trupanion业务相对单一，但独特的商业模式带来了订阅业务保持增长的驱动力。存储数据库是发展的基础，加之定价、销售以及服务三方的商业发展能力，以及会员订阅端的持续运营能力，三者合力形成闭环商业壁垒由此能够形成极强的核心竞争力。





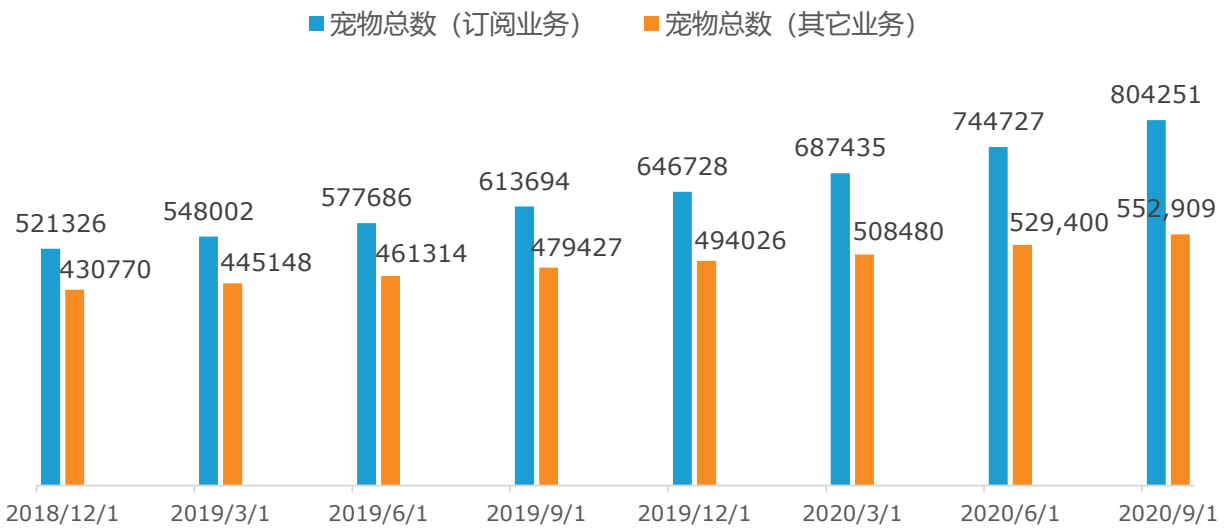

# 3.3 财报分析

# 3.3.1 Trupanion公司外部抗风险性较强，宠物保险业务几乎不受新冠疫情影响

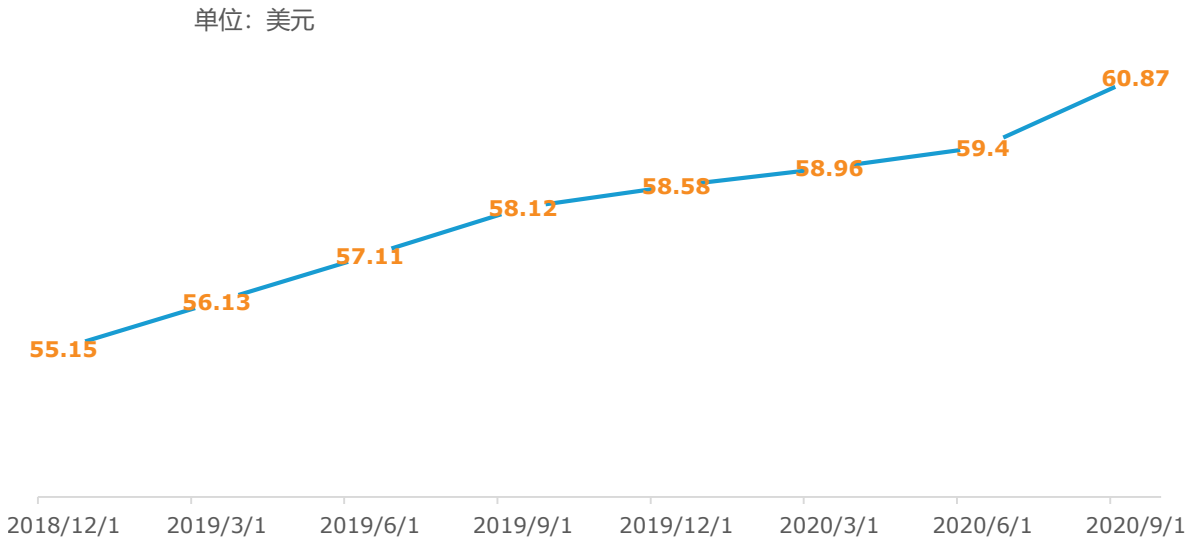
- 对比2019年同期，Trupanion 2020年9月的被保宠物数量增长了31%。证明了该公司的保险业务具有较强的吸引力和较高的抗外部风险性。

- 众所周知，2019-2020年世界经济受新冠疫情影响甚广，多种线下产业遭受巨大冲击，但是在同样的环境下，Trupanion公司的被保宠物数量不仅保持着正增长，从每只宠物身上得到的月收入也增长至60.87美元，两者相乘可以得到一个非常乐观的营业收入。

亿欧智库：2018-2020 被保宠物数量同期变化




亿欧智库：2018-2020 每只宠物的月平均收入变化

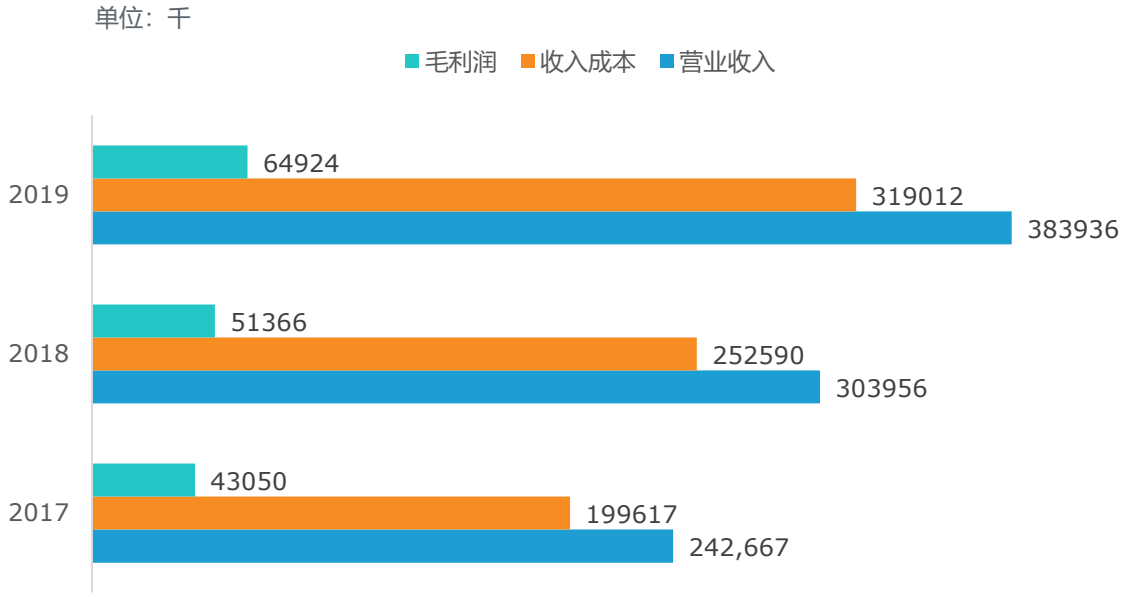



资料来源: Trupanion 2018年报及2019年报

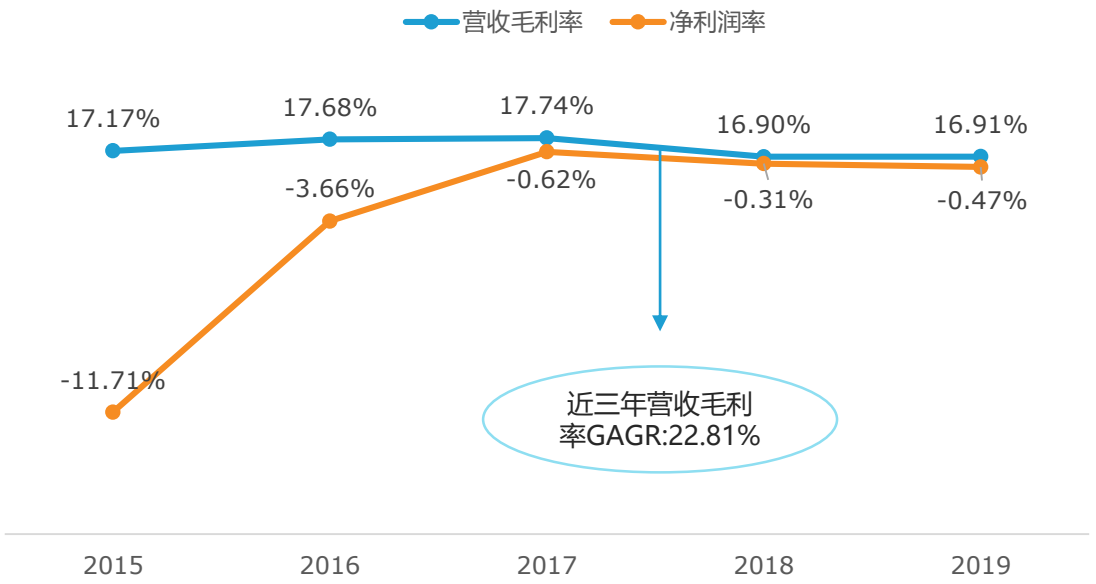
# 3.3.2 Trupanion整体营收较好，营收毛利率保持正增长

- Trupanion整体营收水平较好。**营收收入的主要驱动因素包括每月订阅宠物的数量增长量及每只宠物的平均每月订阅收入。**
- 2017至2019年，Trupanion公司的营收毛利率分别为17.74%，16.89%，16.91%，营收毛利率的复合增长率达22.81%。
- 同时，对比营收毛利率也可以再次明确Trupanion公司的营收水平稳定。但是反观净利润率却发现，Trupanion公司自上市以来虽然营收增长但是盈利水平却不如想象中那么乐观。

亿欧智库：2017-2019 营业收入、营业成本及毛利润变化



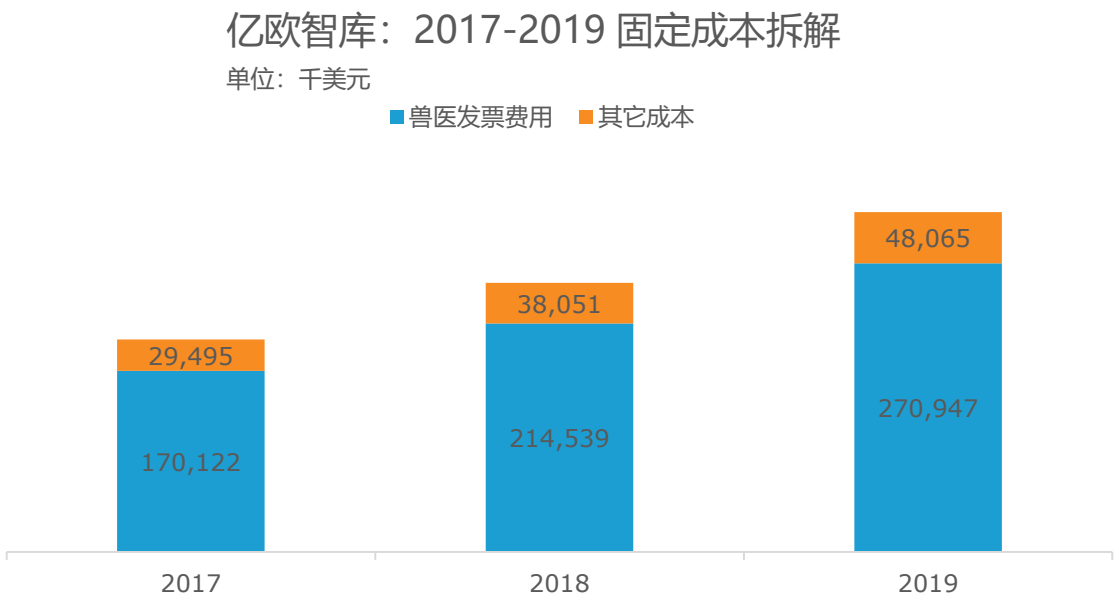

亿欧智库：2015-2019 营收毛利率及净利润率

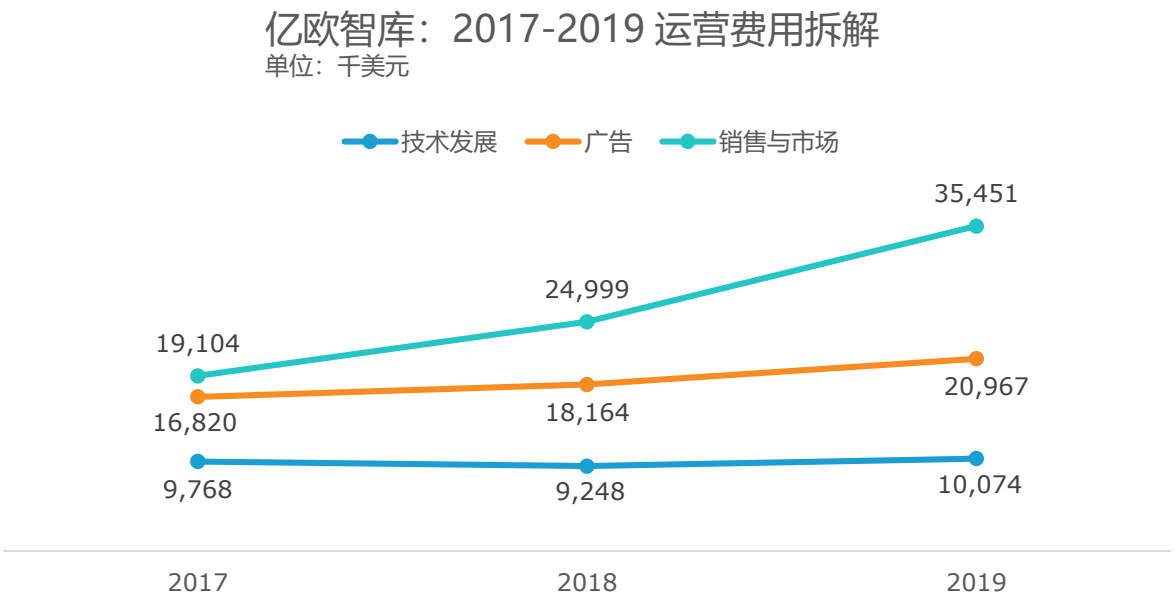



资料来源: Trupanion 2018年报及2019年报

# 3.3.3 盈利水平主要受宠物医疗市场成本攀升、销售市场及广告费用等多种因素制约

- 通过拆解，Trupanion公司的支出主要集中在固定支出成本与运营费用两块。
- 固定支出费用中兽医发票的费用占据了几乎八成，这与近年来美国宠物医疗市场的整体成本增高的情况密不可分。
- 美国宠物保险市场的渗透率目前还处于较低的水平，为了不断吸引潜在客户，该公司在销售与市场、广告费用支出方面连年攀升，制约了利润率的提升。



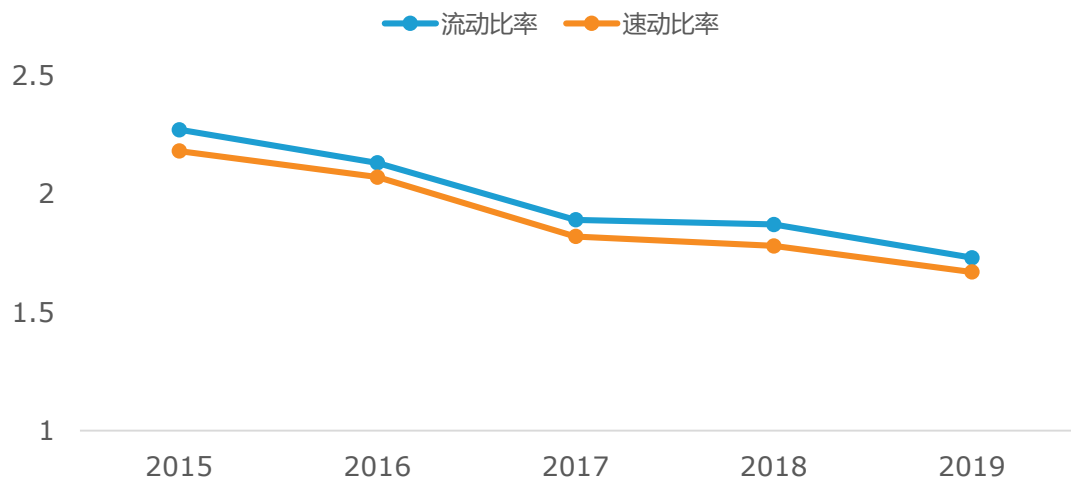




资料来源: Trupanion 2018年报及2019年报

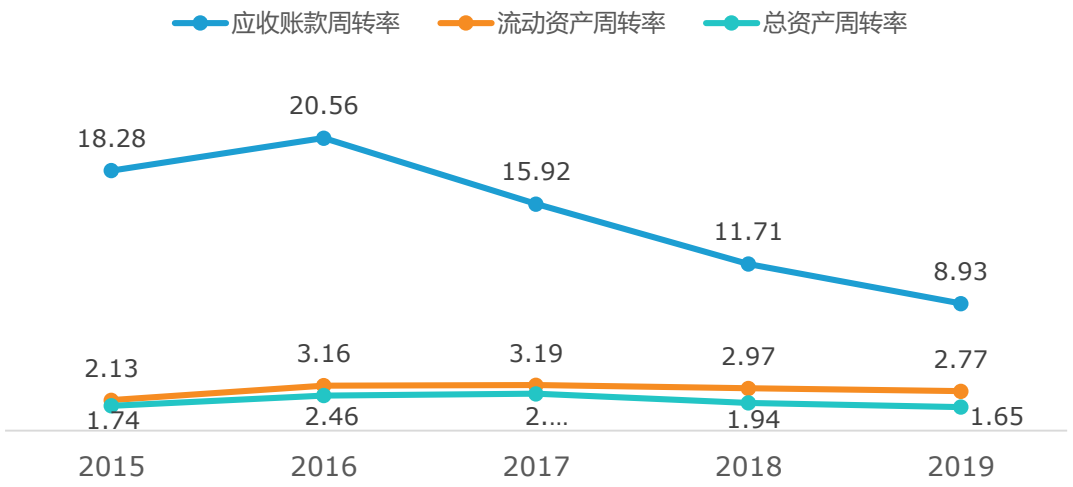
# 3.3.4 Trupanion公司短期偿还能力尚佳，回款能力呈持续下降趋势

- 2015-2019之间，Trupanion公司的流动比率与速动比率呈现下降趋势，但总体都高于1.5，证明该公司的短期偿还能力虽然在减弱，但是目前来看还维持在尚佳的水平。
- 从2016年开始，可以发现该公司的应收账款周转率明显降低，回款能力减弱，账期延长，这与公司允许消费者使用信用卡等借贷消费工具有所关联。

亿欧智库：2015-2019 流动比率与速动比率变化




亿欧智库：2015-2019 应收账款周转率、流动资产周转率、总资产周转率变化

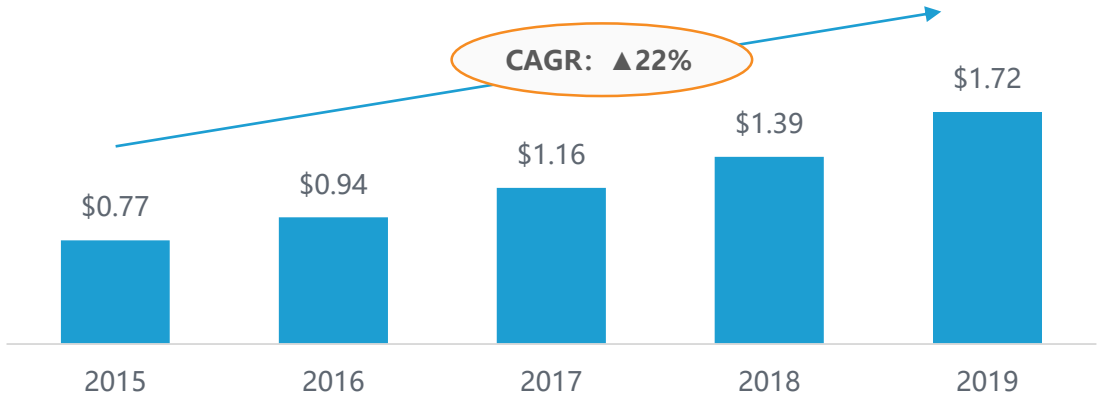



资料来源: Trupanion 2018年报及2019年报

# 3.3.5 对标英国宠物保险市场渗透率，未来还有极大的发展空间

- 虽然Trupanion目前已抢占了美国宠物保险市场的29%的份额，但是就未来而言，Trupanion还有较大的发展空间。究其原因是因为该公司的目标市场很大，但是渗透率远远不足。
- 根据北美宠物健康保险协会（NAPHIA）统计，美国有1.839亿(数据统计截止至2019年12月)只宠物猫狗，加拿大有1650万只。目前北美地区的普及率约为1-2%。通过Trupanion的公开年报分析，可以发现当前该公司认为北美宠物保险市场未来有望向英国宠物保险市场靠齐，北美地区的宠物保险渗透率有望可以达到与英国相当的水平(英国当前的宠物保险市场渗透率为25%)。
- 因此对标英国的宠物保险渗透率来计算，如果美国宠物保险渗透率提高到25%，Trupanion在美国的TAM(可用市场)可以增长到33亿美元，该公司未来还有很大的发展空间。

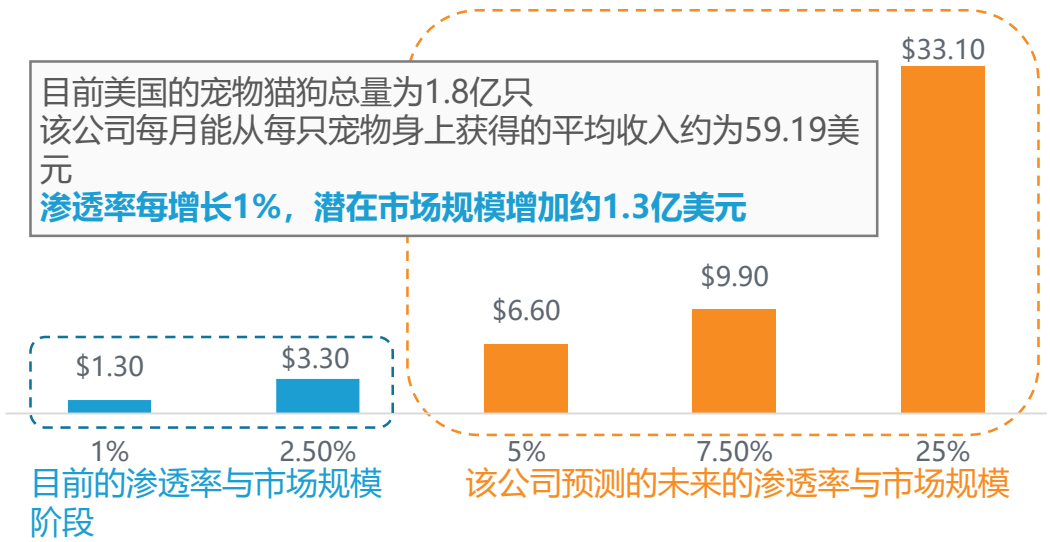
亿欧智库：2015-2019年美国宠物医疗保险行业收入复合年增长率 单位：亿美元




资料来源: Trupanion 2019年报

亿欧智库：不同阶段保险渗透率对应的潜在市场规模

单位：亿美元






# 3.4 目前面临的发展风险

# 3.4.1 公司发展目前仍面对多种风险

重要风险



### 政策影响

保险行业受到资本和监管的强监管，特别在美国各州的法规存在差异，因此政策的变化会给该行业以及该公司带来不确定的波动影响。



### 商业模式风险

单一的业务构成以及过度依赖区域合作伙伴以及宠物医生推荐。从财报分析章节中也可以发现，近年来，Trupanion在区域合作伙伴模式及市场销售上支出较多，制约了其利润率的提升。

一般风险



### 消费者观念

从渗透率方面考虑，宠物保险市场在美国仍有较大地发展空间，消费者意识仍处于中期阶段，需要时间和资金来发展。



### 市场风险

除了需要面对拥有悠久历史，已经积累了庞大的基础客户量的保险公司，还需要面对新兴数字化公司切入此领域。

注： 重要风险 – 当此风险来临时，会直接影响到公司的营收与发展，公司需要密切关注

一般风险 – 该风险存在，但就目前的发展状况而言，对公司影响不大




# 4.给中国宠物保险市场的发展启示

# 4.1 中国宠物保险产业链目前较为单薄

中国宠物保险产业链可以分为上中下游。因为发展较晚，中国的宠物保险产业链还相对单薄。

- 上游多为中国传统保险业公司，早期以附加险的方式推出宠物保险，现已发展出有针对性的宠物保险产品。但是相较国外，此部分仍然缺少新型的类似美国Trupanion的单一品类宠物保险公司，同时技术附加属性相对较弱。
- 中游目前为宠物保险公司以及以支付宝和京东为代表的第三方销售平台。在此环节，保险公司既可以作为宠物保险的方案设计者，同时也可以作为宠物保险的销售方，因此其同时覆盖上中游。
- 宠物保险产业链的下游为消费者，也就是保险方案的最终受益者。

**「上游：拥有牌照资格的保险发放方」**

宠物保险的上游为拥有保险牌照有资格经营宠物保险业务的各大保险公司。

此外，这些公司既是宠物保险的发行和经营方，同时也属于中游的销售平台方。




**「中游：销售/经营方」**

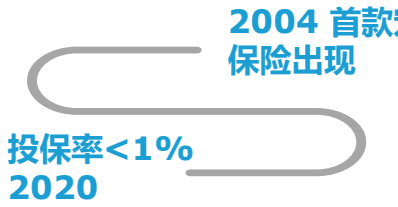
**「下游：购买保险的消费者」**

我国宠物保险起步晚，在用户画像方面，90后宠物主更倾向为宠物购买相应的宠物保险。

# 4.2 中国宠物保险发展需求端：科学养宠观念在发展，需求存在，但是市场较为空白

- 在过去，宠物主科学养宠观念相对薄弱，因此，早期的宠物保险发展较为缓慢，宠物主也缺少相对的购买意识。
- 经过十几年的发展，宠物主的养宠观念已经有了较大的转变，尤其以Z时代为代表的新消费人群，把宠物视为家人般的存在。在现阶段宠物主虽然有意识想要购买宠物保险，但需求端的痛点在于宠物医疗发展不配套，资质不统一等，因此选择购买何种宠物保险时仍存在诸多考虑。

**宠物保险发展较为缓慢，市场的产品及服务都较为空白**




国内首例宠物保险出现于2004年，是华泰保险股份有限公司在“小康之家”家庭综合保险中以附加险的形式推出的。

但出现多年，中国宠物保险仍然没有发展壮大，宠物投保率小于1%。

**宠物医疗存在诸多痛点，宠物主存在对宠物保险的需求**

**宠物检查费用高 >>**

宠物医院，看病治病的所需检测设备、治疗仪器等缺乏财政支持全靠经营者付费，成本相对较高。

**宠物药品贵 >>**

国内宠物药品大部分都依赖进口，进口成本高。

**宠物医疗没有统一的收费标准 >>**

国内宠物医院资质良莠不齐，存在灰色收费地带，宠物保险能够减轻消费者的宠物支出负担。

……

# 4.3 中国宠物保险发展供给侧：中国宠物保险发展在技术和配套设施发展方面存在问题

**中国宠物保险市场供给侧发展痛点：**

**I.宠物数据积累较少，受保标准需统一**

**II. 配套设施发展仍处于发展阶段，资质良莠不齐**

## 数据积累

宠物体表差异性较小，想要区分出每一只宠物并建立专属的投保档案需要依靠宠物鼻纹技术与宠物芯片技术的发展。

但是在该领域内，国内仍处于起步：

### 宠物芯片

目前只有宁波、重庆、深圳、杭州、温州发布了官方条例要求宠物需要植入芯片。

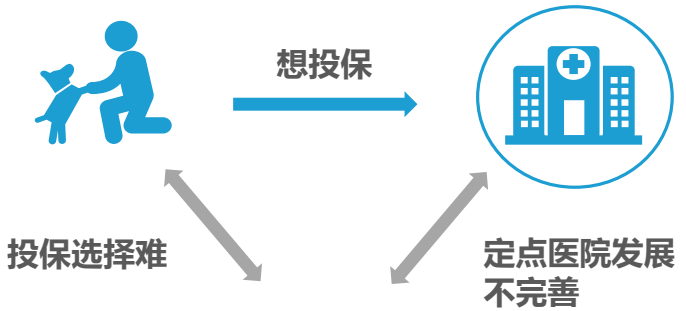
### 宠物鼻纹识别

2020年7月，旷视科技“狗纹特征点的检测方法、装置、系统及储存介质”获得专利授权。

2020年8月，支付宝推出“鼻纹识别”技术，并首次应用于宠物保险。

## 配套设施

通常来说，宠物医院和宠物保险是互利互惠的合作关系，宠物投保需要指定的投保医院，但是国内宠物医院尚未形成统一化和规模化，医疗资源集中度较低。




一线城市已出现诸如新瑞鹏宠物医疗集团的大机构通过自营或者收/并购来整合宠物资源，但是在三四线城市仍有接近90%的宠物医院为夫妻店小诊所。

# 4.4 中国宠物保险市场未来展望



## 科学养宠观有利于带动宠物保险发展

据相关数据统计，目前中国宠物保险的主要消费人群为90后，z时代的宠物主，随着年龄的增长，此类人群的消费观以及消费水平会越来越成熟，宠物保险必将迎来新的发展契机。

## 大数据赋能宠物保险发展

虽然中国宠物保险目前仍处于发展阶段，但中国很多方面的发展都擅长于通过新技术新方式实现弯道超车。因此中国宠物保险可依托于大数据、AI面部识别等新一代信息技术的发展，积累宠物数据，拓宽销售渠道，降低购买门槛，覆盖更多90后、Z时代宠物主。

## 与规模化的医院达成良好的长期合作关系

宠物医院是宠物保险发展中的不可缺失的参与者，除去合适的医疗保障之外，宠物更需要得到可靠的线下诊断治疗，因此宠物保险发行方与目前已形成规模化的连锁宠物医院达成合作至关重要。参考Trupanion区域销售模式，如果消费者对宠物医生以及宠物医院信任度较高，宠物医院推荐的宠物保险方案也会得到相应消费者的青睐，当然前提是此方案也得到宠物医生以及宠物医院的信赖。

## 优化报销流程提高客户体验

参考前页提到过的宠物保险一般报销流程，可以发现目前国内宠物保险的报销过程还较为繁琐，因此中国亟需建立贯穿从诊断到治疗到报销的一体化流程数据库，来简化报销流程以及客户等待时间，改善消费者体验。

## 产品多样化，更需注重宠物本身的健康保障

目前中国的宠物保险产品还较为单一，更侧重于保障被宠物伤害的第三方，但是随着消费者养宠观念的转变，保险产品方案应该从消费者的实际需求出发，设计出更针对于保障萌宠自身健康成长的保险产品。

# 4.5 给中国宠物保险市场的发展建议

### 01. 擅用公域及私域流量，培养用户认知

- 据亿欧智库调研与访谈了解到，目前大部分用户对宠物保险产品认知较少，大部分消费者对于宠物保险的认知仍处于：产品赔付标准在哪、产品价格多少以及该产品可以通过哪些渠道购买的缺乏认知阶段，少部分拥有宠物的消费者甚至第一次听说中国目前已出现了宠物保险这种服务。

- 想要扩大宠物保险市场的覆盖面，相关保险公司需要通过具有影响力的公域流量或者私域流量平台进行宣传，同时利用好相关宠物社交网站及平台，建立友好的客户资源关系。

### 02. 集中发展超一线及新一线城市用户，与规范化操作的宠物医院达成良好合作

- 保险行业的特殊之处在于需要有定点医院进行治疗，但是目前国内正规且具规模化的宠物医院较少，且大多集中在超一线、一线及新一线城市，因此宠物保险公司需要与处在这些城市的宠物医院达成良好合作关系，扩大产品覆盖面。

### 03. 擅用数字化技术，积累相关宠物数据

- 目前中国的新一代信息技术发展迅速，多项技术已处于世界前列。以往进行宠物身份识别时往往需要植入芯片，成本、时间及资源耗费较多。宠物保险公司从另一个角度来说应该把自己定位为科技公司，利用AI等技术，完善宠物数据库。




# 结语

亿欧智库经过一系列案头研究，对中国宠物保险市场进行了一个大概的市场梳理，并对标美国宠物保险市场，探究梳理出现阶段中国宠物保险行业需求端以及供给侧存在的行业痛点，进行分析解读。

此外，美国宠物保险市场与中国保险市场存在一定相似性，行业渗透率也相差较小。但是目前中国宠物保险行业还处于早期发展阶段，相关数据积累和配套设施发展还不完善，美国的宠物医疗却已经发展到中后期，凭借庞大的数据库已经可以推出成熟的宠物保险产品及服务，因此可以把美国宠物保险视为中国宠物保险发展的下一阶段。鉴于此，亿欧智库特别选择了美国互联网宠物保险公司Trupanion进行一系列的商业模式分析，希望能给中国读者带来一些思考与启发。

亿欧智库将持续密切关注宠物经济及其相关领域，进行更深入探讨，持续输出更多研究结果，欢迎大家与我们联系交流，并提出宝贵意见。

# 附录：国内相关宠物保险产品一览

| 推出时间 | 产品名称 | 保险承保方 | 销售代理/运营方 | 销售渠道 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 2014 | 宠乐保 | PICC中国人保财险 | 北京宠讯科技文化发展有限公司 | 网销 |
| 2016 | 太宠爱宠物医保 | 中国太平洋保险公司 | 南京乐宠信息科技有限公司 | 网销 |
| 2018 | 萌保 | 中国平安、易安财险 | 北京点滴贴士网络科技有限公司 | 网销：支付宝 |
| 2018 | 宠城医保 | 中国太平洋保险公司 | 宠城科技公司 | 网销 |
| 2020 | 爱宠医保计划 | 中国平安 | 中国平安 | 网销：陆金所、平安保险商城 |
| - | 宠物责任保险 | 中国人民保险 | - | 网销 |
| - | 阳光萌宠保宠物医疗险 | 阳光保险集团 | - | 网销 |
| | | …… | | |

注：- 代表无可信来源找到此相关资料

资料来源：亿欧智库整理

# 团队介绍和版权声明

◆ 团队介绍：

亿欧智库（EqualOcean Intelligence）是亿欧EqualOcean旗下的研究与咨询机构。为全球企业和政府决策者提供行业研究、投资分析和创新咨询服务。亿欧智库对前沿领域保持着敏锐的洞察，具有独创的方法论和模型，服务能力和质量获得客户的广泛认可。

亿欧智库长期深耕科技、消费、大健康、汽车、产业互联网、金融、传媒、房产新居住等领域，旗下近100名分析师均毕业于名校，绝大多数具有丰富的从业经验；亿欧智库是中国极少数能同时生产中英文深度分析和专业报告的机构，分析师的研究成果和洞察经常被全球顶级媒体采访和引用。

以专业为本，借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势，亿欧智库的研究成果在影响力上往往数倍于同行。同时，亿欧EqualOcean内部拥有一个由数万名科技和产业高端专家构成的资源库，使亿欧智库的研究和咨询有强大支撑，更具洞察性和落地性。

◆报告作者：




陶艳梅

亿欧智库分析师

Email：

taoyanmei@iyiou.com


◆报告审核：




黄渊普

CEO

Email：

huangyuanpu@iyiou.com



王辉

执行总经理

Email：

wanghui@iyiou.com

# 团队介绍和版权声明

◆ 版权声明：

本报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于智库的专业理解，清晰准确地反映了作者的研究观点。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。本报告的信息来源于已公开的资料，亿欧智库对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽可能的追求但不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映亿欧智库于发布本报告当日之前的判断，在不同时期，亿欧智库可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。亿欧智库不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，亿欧智库对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者可自行关注相应的更新或修改。

本报告版权归属于亿欧智库，欢迎因研究需要引用本报告内容，引用时需注明出处为“亿欧智库”。对于未注明来源的引用、盗用、篡改以及其他侵犯亿欧智库著作权的商业行为，亿欧智库将保留追究其法律责任的权利。

◆ 关于亿欧：

亿欧EqualOcean是一家专注科技+产业+投资的信息平台和智库；成立于2014年2月，总部位于北京，在上海、深圳、南京、纽约有分公司。亿欧EqualOcean立足中国、影响全球，用户/客户覆盖超过50个国家或地区。

亿欧EqualOcean旗下的产品和服务包括：信息平台亿欧网（iyiou.com）、亿欧国际站（EqualOcean.com），研究和咨询服务亿欧智库（EqualOcean Intelligence），产业和投融资数据产品亿欧数据（EqualOcean Data）；行业垂直子公司亿欧大健康（EqualOcean Healthcare）和亿欧汽车（EqualOcean Auto）等。

# 亿欧服务

- 基于自身的研究和咨询能力，同时借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势；亿欧EqualOcean为创业公司、大型企业、政府机构、机构投资者等客户类型提供有针对性的服务。

## 创业公司

亿欧EqualOcean旗下的亿欧网和亿欧国际站是创业创新领域的知名信息平台，是各类VC机构、产业基金、创业者和政府产业部门重点关注的平台。创业公司被亿欧网和亿欧国际站报道后，能获得巨大的品牌曝光，有利于降低融资过程中的解释成本；同时，对于吸引上下游合作伙伴及招募人才有积极作用。对于优质的创业公司，还可以作为案例纳入亿欧智库的相关报告，树立权威的行业地位。

## 大型企业

凭借对科技+产业+投资的深刻理解，亿欧EqualOcean除了为一些大型企业提供品牌服务外，更多地基于自身的研究能力和第三方视角，为大型企业提供行业研究、用户研究、投资分析和创新咨询等服务。同时，亿欧EqualOcean有实时更新的产业数据库和广泛的链接能力，能为大型企业进行产品落地和布局生态提供支持。

# 亿欧服务

◆ 政府机构

针对政府类客户，亿欧EqualOcean提供四类服务：一是针对政府重点关注的领域提供产业情报，梳理特定产业在国内外的动态和前沿趋势，为相关政府领导提供智库外脑。二是根据政府的要求，组织相关产业的代表性企业和政府机构沟通交流，探讨合作机会；三是针对政府机构和旗下的产业园区，提供有针对性的产业培训，提升行业认知、提高招商和服务域内企业的水平；四是辅助政府机构做产业规划。

◆ 机构投资者

亿欧EqualOcean除了有强大的分析师团队外，另外有一个超过15000名专家的资源库；能为机构投资者提供专家咨询、和标的调研服务，减少投资过程中的信息不对称，做出正确的投资决策。

◆ 欢迎合作需求方联系我们，一起携手进步；电话 010-57293241，邮箱 hezuo@iyiou.com