

「星盾保」

—— 影视明星塌房风险管理保险



产品介绍



针对影视行业频发的明星塌房事件（偷税漏税、道德失范等）导致的项目停滞、经济损失等痛点，“星盾保”应运而生，依托“保险+互联网”双重机制，为因明星言论、法律纠纷或道德问题引发的电影项目损失提供全方位保障。

“星盾保”不仅涵盖传统的经济赔偿，还创新性地搭载了数字化管理平台，实现**风险预警、损失补偿、危机应对与事后修复的全链条管理**。产品内容覆盖影视项目在各阶段可能遭遇的风险：筹备期（风险筛查）、拍摄期（停工/重拍补偿）、宣发期（票房损失理赔）。且**投保流程便捷**，通过手机 APP 即可在线投保，系统自动综合评估，制定个性化方案。风险事件发生时，按规定提交申请和材料，专业团队快速审核评估，整合资源，短时间内完成赔付和后续处理。

“星盾保”能有效分散和转嫁经济风险，其预警和危机应对功能助项目稳定推进，促使明星自律，提升行业操守，为影视行业健康发展保驾护航。

PEST分析



政策层面

- 广电总局“四个坚决不用”标准
- 《中华人民共和国电影产业促进法》的实施。

经济层面

- 电影制作的投资和融资环境更加多样化
- 中国已成为全球第二大电影市场
- 二线城市和三线城市的娱乐消费能力正在增强
- 未来中国电影市场将有持续扩大的潜力

社会层面

- 流媒体平台普及，观众对电影的观看方式发生变化
- 观众对个性化和多样化内容的需求增加
- 明星对于观众的影响尤为重要。明星艺人在中国电影市场中的作用不可忽视。

技术层面

- 电影行业涌现流媒体平台、虚拟制作和虚拟现实（VR）技术等新兴技术，改变电影制作和发行方式。

市场分析

竞争者分析

金融手段	特点	优势	劣势	适用场景
明星责任保险 (中国平安、中国人寿)	专门针对艺人风险设计的保险产品	提供财务保障,以减少由于艺人危机影响导致的直接经济损失	保费成本可能较高,理赔程序复杂且有时间延迟	大型制作公司、长期广告代言项目
违约保险 (中国平安)	在合约中艺人未履行职责时给予赔偿	补偿因违约而产生的直接财务损失	仅覆盖特定违约行为,不包含形象受损带来的间接影响	涉及重大合约的影视项目和商演活动
合同中包含道德条款	规定艺人的行为标准与违反后的惩罚措施	增加合同透明度,提供法律依据	执行力度有限,常需诉诸法律程序	所有涉及艺人合约的项目
信誉监控与危机公关服务	实时监控并管理艺人公众形象	能快速响应负面新闻,有效减少公众负面情绪的扩散	费用较高,难以完全逆转严重的形象崩溃	媒体公关和品牌管理
项目融资中的附加条款	资金协议中含有艺人风险相关条款	限制融资风险,为借贷方提供更多灵活性	增加融资和谈判的复杂性	高风险项目融资

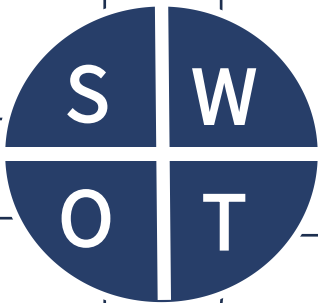
SWOT分析

优势

- 全面覆盖
- 快速理赔
- 动态调整
- 个性化服务
- 技术驱动的创新
- 星盾保+APP

劣势

- 品牌认知度弱
- 运营经验不足



机会

- 扩展市场空白
- 跨界合作

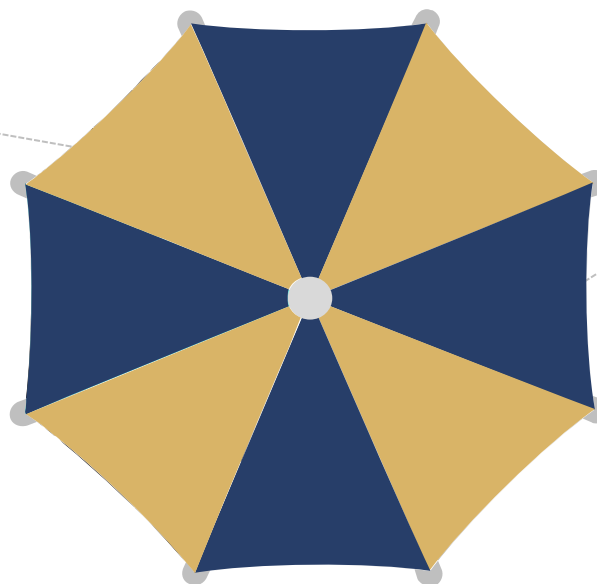
威胁

- 激烈的价格战
- 监管不确定性

客户需求分析

潜在客户群体

- 主要为电影制作公司、电影投资公司、电影发行公司等，它们对风险管理意识强烈，希望通过保险产品转移风险，保障经济利益和品牌形象。
- 这些客户群体具有较高的支付能力和风险意识，是“星盾保”的主要目标客户。



客户痛点

- 明星塌房事件给电影制作公司带来巨大的经济损失、项目延期、品牌信誉受损、法律风险增加等痛点，亟需有效的风险管理机制。
- “星盾保”能够为客户提供全面的风险保障，解决客户的后顾之忧。

01

产品定位

“星盾保”是专为电影制作行业设计的一款特殊保险产品，针对电影制作过程中因明星个人的丑闻、法律纠纷或道德争议等问题引发的项目损失风险，通过引入保险机制，帮助电影制作公司和投资方转移风险，减轻损失。

该产品填补了国内影视行业风险管理的空白，具有重要的市场价值。

02

保险涵盖范围

• 保险覆盖期限

涵盖从电影项目正式启动至上映后3个月的特定时间段，包括前期准备阶段、拍摄期间、后期制作及上映前和上映后特定期间。这一覆盖期限能够全面保障电影项目在各个阶段的风险。

• 保险覆盖内容

- 1.电影拍摄暂停
- 2.重新选角及拍摄费用
- 3.宣传费用
- 4.票房损失
- 5.法律费用

03

投保条件

• 投保主体

为电影制作行业相关的各类公司，需**合法注册**，具备**独立法人资格和资质证明**，有良好的**行业信誉和财务状况**，且有明确的风险管理机制和合规性。

• 投保条件

投保方需提供详细的电影项目计划、与明星签订的合约副本，并接受保险公司的风险评估。

04 算法设计与示例

01 评估体系

艺人风险评估包括公众形象评分、历史行为记录和当前项目影响力；项目风险评估涵盖项目预算、市场预期和替代成本。

02 保费定价模型

1.基础保费

根据艺人风险评估和项目风险评估设定，艺人风险评分高、项目预算大、艺人影响力强、替代成本高的情况下，基础保费较高。

2.动态调整

在项目执行过程中，根据艺人行为和项目进展动态调整保费，出现负面新闻时保费可能上调，项目顺利时保费可能下调。



保额计算

考虑拍摄延期、重新拍摄、合同违约赔偿、票房损失和广告收入损失等因素，结合实际损失、免赔额和赔付比例确定保额。

其中：

k 为一个调节系数，用于调整保费的整体水平。

R 为艺人风险评分，范围为 1~10。

B 为项目预算。

I 为艺人影响力系数，范围为 0.5（配角）到 2（主演）。

C 为替代成本。

保费与索赔额换算

1. 保费计算公式

保费 = 基础保费 (E) × 风险调整系数 × 出险率 + 预期赔付额 + 预期利润

2. 基础保费构成

$$\text{基础保费} = k * \left(\frac{R}{10}\right) * B * I + C$$

$$\text{出险率} = \frac{\text{发生保险事故的次数}}{\text{总保险项目数}} \times 100\%$$

$$\text{预期赔付额} = \text{出险率} \times \text{单次赔付金额}$$

$$\text{预期利润} = \text{保费收入} - \text{预期赔付支出} - \text{运营成本} - \text{税收}$$

04 保费与索赔额换算

3. 保额计算公式

保额 = (确定实际损失 - 免赔额) × 赔付比例

$$X = (L - D) \times P$$

实际损失金额(L):

$$L = B \times I \times (1 - P) + C$$

免赔额(D):

$$D = \max(D_{\text{fixed}}, D_{\text{rate}}) \times kd$$

赔付比例(P):

$$P = P_{\text{基础}} \times kp$$

保额计算公式

实际损失金额

免赔额

赔付比例

保额计算

其中:

- B = 项目成本
- I = 艺人重要性系数
- P = 项目已完成的进度
- C = 替代成本
- D_{fixed} = 固定金额免赔额
- D_{rate} = 比例免赔额 = $0.1 \times L$ (实际损失金额)
- kd 为风险调整系数
- $P_{\text{基础}}$ = 基础赔付比例
- kp 为项目类型调节系数

1

赔付条件

索赔时效、损失证明、赔付金额、免赔额、责任免除、争议解决

2

赔付流程

通知→资料提交→审核调查→赔付决定→赔付执行

3

免赔条款

免赔额包括固定金额免赔额和比例免赔额，最终免赔额为两者较高者，再乘以动态调整系数。

06 产品功能介绍



首页功能

保险购买、产品选定、保单管理、投保流程以及投保专家服务等核心功能



评估界面功能

利用数据分析技术，对已投保艺人风险系数实时监控评估，呈现娱乐舆情排行、热度指数等

咨询界面功能

汇聚法律和公关领域专家，为用户提供权威咨询与解决方案



资源社区界面

建立覆盖各大艺人团队的资源网络，提供详细联系方式和资源信息，保障紧急状况下影视项目顺利推进。

4P策略

产品

- 定制化保险方案
- 灵活的保险条款
- 持续的产品创新
- 优质的客户服务

价格

- 动态定价
- 针对性定价
- 价值定价

促销

- 多平台社交媒体推广
- 行业互动与深化合作
- 创意内容与宣传材料创新

渠道

- 主要销售渠道（直销团队、代理商合作、第三方保险公司合作）
- 潜在合作伙伴（艺人经纪公司、法律机构）



盈利模式

(一) 盈利对象与需求

1.核心客户

- 初期聚焦中小型项目
- 试点合作品牌广告商

2.大型项目暂缓策略

(二) 盈利措施精细化调整

1.分阶段定价策略

项目类型	定价模型
中小型电影	保费=基础保费×风险调整系数×出险率+预期赔付额+预期利润
品牌代言	保费=代言费×3% + 舆情监控费（固定）

2.盈利渠道

初期部署以北京、杭州以及上海三地影视项目聚集地为主，同时线上线下多渠道部署

3.轻量化附加服务

免费基础服务包（提升转化率）

付费升级服务

服务类型	定价	使用场景
实时舆情预警	1万元/月/项目	高风险艺人主演项目（如R≥7）
法律咨询	5000元/小时	合同纠纷或危机公关阶段
开机前风险尽调	5000元/次	开机前艺人风险调查
舆情风险地图详细数据	1万元/次	本地在拍剧组实时舆情风险地图

盈利模式

(二) 盈利措施精细化调整

4.再保险策略

分保比例动态调整：

艺人风险等级	自留比例	分保比例	分保佣金率
$R < 6$	80%	20%	8%
$6 \leq R < 8$	50%	50%	12%
$R \geq 8$	20%	80%	15%

5.资金沉淀收益保守测算

投资限制：仅配置货币基金（年化2%）和3个月定期存款（年化2.3%）。

收益计算：假设年沉淀资金5000万，收益=5000万 $\times$ 2.15%=107.5万。

盈利模式

(三) 盈利数据模拟

1.基准场景（年承保30个项目）

项目类型	数量	平均费用	总收入	赔付率	赔付支出
中小型电影	20	80万元	1600万元	18%	288万
品牌代言	10	25万元	250万元	10%	25万
实时舆情预警	30	1万元	30万元	-	-
法律咨询	20	5000元	10万元	-	-
开机前风险尽调	30	5000元	15万元	-	-
舆情风险地图详细数据	40	1万元	40万元	-	-
合计	150	-	1945万	-	313万

2.敏感性分析（净利润波动区间）

变量	乐观场景	基准场景	悲观场景
承保项目数	200个	150个	100个
总保费收入	2495万	1945万	1295万
净利润	608.5万	416万	178.5万
净利润率	24.4%	21.4%	13.8%
	140 + 107.5 = 416万		
净利润率	416/1945≈21.4%		

(四) 风险控制与市场拓展策略

1.动态风控落地措施

艺人风险分池管理：

风险等级	应对策略	示例
绿区 (R<5)	保费折扣5% + 快速承保通道	资深演员主演的历史正剧项目
黄区 (5≤R<7)	标准保费 + 月度复查	新晋流量明星的青春片项目
红区 (R≥7)	保费上浮20% + 分保80%	有绯闻历史偶像主演爱情片

2.市场冷启动方案

- 种子客户计划：
前10个签约客户保费减免30%（成本由再保险佣金覆盖）。
- 经纪人返佣机制：
艺人经纪公司推荐客户，获得保费金额3%的返佣（例：100万保费返3万）。

3.盈利优化路径

指标	目标值	实现方式
承保项目数	250个 (+66%)	签约3家区域影视协会
客单价	提升至120万 (+50%)	推出“拍摄+宣发”组合保险产品
净利润率	22%-25%	降低分保比例至30% + 压缩运营成本



财务分析

未来两年成本预测表
单位：万元

项目	第一年	第二年
不变资本		
平台、软件建设与研发费用	30	190
宣传费用	25	220
财务费用	5	20
管理费用	30.53	76
固定资产购置	57	100
固定资产折旧	7.4	20
可变资本		
职工费用	370	760
理赔支出	313	779.4
再保险	740	1842.6
混合资本		
运营费用	29.53	96.97
其他资金	29.04	55.15
成本合计	1636.5	4074.92



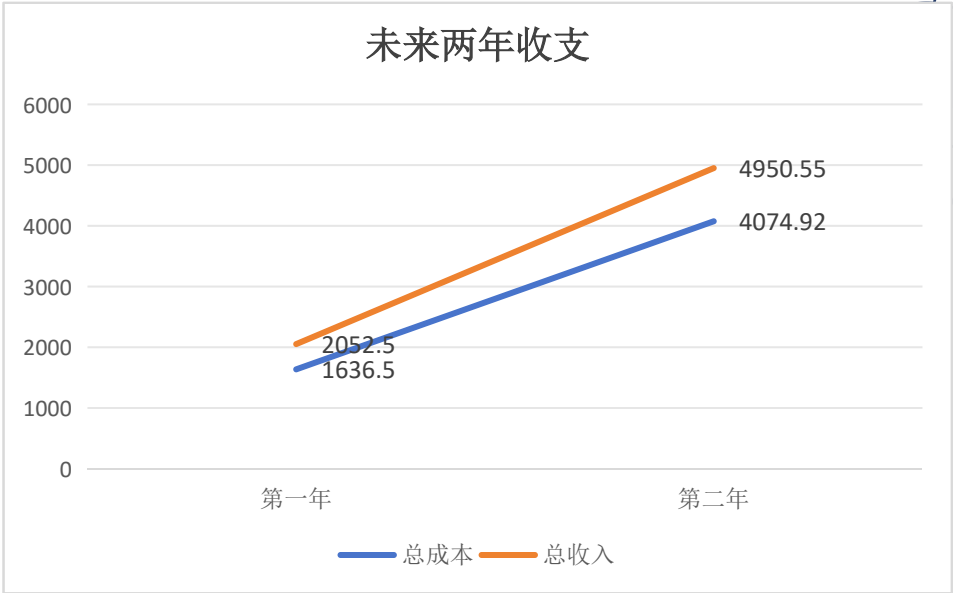
项目	第一年	第二年
流动资产：		
货币资金	2156	4786.44
应收账款	389	957.29
减：坏账准备	97.25	239.32
流动资产合计	2447.75	5504.41
固定资产		
固定资产原价	37	100
减：累计折旧	7.4	34.8
固定资产净额	29.6	102.2
无形资产		
无形资产	100	95
减：累计摊销	5	5
无形资产净额	95	90
其他资产	--	--
资产合计	2572.35	5696.61
负债		
负债合计	925	2303.25
所有者权益总计	1647.35	3393.36



财务分析

未来两年收支预测表
单位：万元

	第一年	第二年
总收入	2052.5	4950.55
总成本	1636.5	4074.92



预计销售收
入与效益

未来两年利润预测表
单位：万元

项目	第一年	第二年
一、营业收入	2052.5	4950.55
减：营业成本	1636.5	4074.92
管理费用	30.53	76
财务费用	5	20
资产减值损失	12.4	25
二、营业利润	416	875.63
加：营业外收入	--	--
减：营业外支出	--	--
三、利润总额	416	875.63
减：所得税费用	104	218.91
四、净利润	312	656.72

风险分析

技术风险

- 1. 算法设计与数据模型风险
- 2. 系统稳定性风险

市场风险

- 1. 市场需求不确定性风险
- 2. 市场竞争



决策风险

- 1. 产品设计灵活性风险
- 2. 国际市场的拓展障碍

财务风险

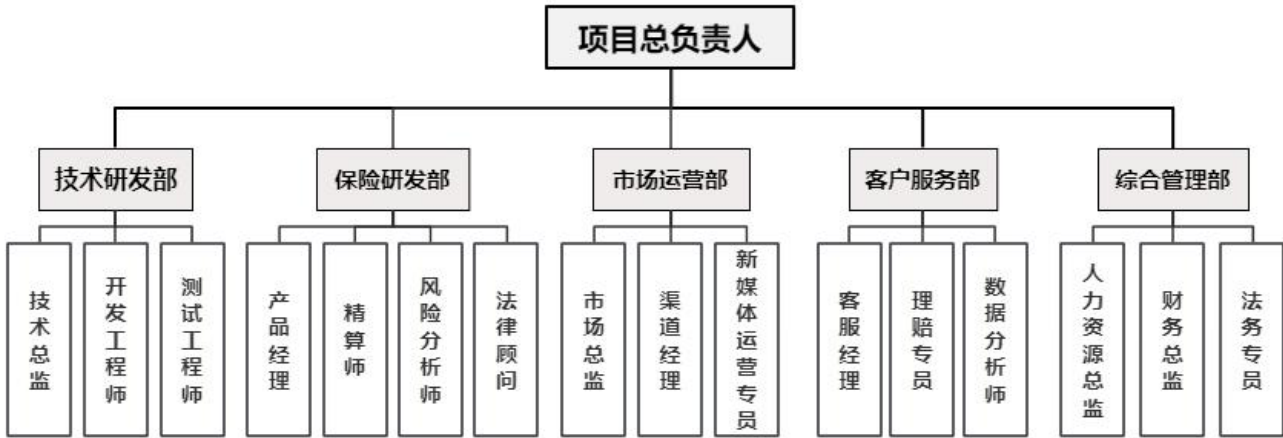
- 1. 资金流动性风险
- 2. 盈利风险

团队管理

团队运行模式

团队以“产品+技术+服务”为核心，构建“闭环管理+敏捷迭代”的运行模式，具体流程如下：

- 1.产品开发与迭代流程
- 2.市场推广与客户获取
- 3.风险管理与赔付执行
- 4.决策与协作机制



部门	职责	关键岗位
技术研发部 (5人)	负责“星盾保”App的设计、开发、测试与迭代，包括前端用户体验优化、后端算法开发、数据安全与云服务维护。	技术总监（1人）、开发工程师（3人）、测试工程师（1人）
保险产品部 (4人)	主导保险产品的设计、精算模型搭建、风险评估与条款制定，确保产品合规性与市场竞争力。	产品经理（1人）、精算师（1人）、风险分析师（1人）、法律顾问（1人）
市场运营部 (13人)	统筹品牌推广、渠道拓展、客户关系管理及线上线下营销活动，制定动态定价策略与促销方案。	市场总监（1人）、渠道经理（10人）、新媒体运营专员（2人）
客户服务部 (11人)	提供全流程客户支持，包括投保咨询、理赔协助、投诉处理及售后服务优化，提升用户满意度。	客服经理（2人）、理赔专员（8人）、数据分析师（1人）
综合管理部 (3人)	负责人力资源、财务、法务及跨部门协调，保障团队日常运营合规性与资源高效配置。	人力资源总监（1人）、财务总监（1人）、法务专员（1人）

感谢您的聆听

Thanks for your listening.

