

本期关注

保额不得超 800 万 赔付不得低于 25%

短期健康险将设三条“红线”

短期健康险再次迎来监管要求。11 月 16 日,记者从业内获悉,有地方监管部门向相关保险公司传达了《关于部分短期健康险产品开发规则的通知》(以下简称《通知》),从保额、免赔额、赔付比例等方向对短期健康险提出了新要求,以进一步规范短期健康保险业务经营,防范噱头营销,发挥健康保险保障作用。近些年,随着车险增速放缓,非车险成为财产险公司新的增长极,短期健康险因此成为了险企的重要发力方向。不过,无序的市场竞争也引发了一系列问题,从最初的“短险长做”“首月 0 元”到“药转保”,再到“魔方业务”,短期健康险也经历着一轮又一轮监管纠偏。

短期健康险设三条“红线”

《通知》共有三条内容,第一条和第三条主要针对保额、免赔额和赔付比例。第二条内容针对产品设计。

根据《通知》要求,保障一般医疗费用的医疗保险,最高保额不得超过 600 万元,其中因癌症住院产生的医疗费用保障不得超过 300 万元。保障私立医院或海外就医医疗费用的医疗保险,最高保额一般不得超过 800 万元。医疗保险免赔额一般不得高于 5 万元,赔付比例一般不得低于 25%。

目前市面上一些百万医疗险产品,保额达到 600 万、800 万元的情况并不罕见。专家表示,对短期医疗险的保额作出限制,主要是针对保额虚高的问题。现实中,以百万医疗险和惠民保为例,一般都规定必须进入公立医院就医,且理赔是发生在一年内的医疗费用,因此,发生百万元、千万元医疗赔偿费用的概率很低。对于不低于 25%的赔付比例的要求,资深精算师徐昱琛指出,市面上一些“0 免赔”的医疗险,可能在 0-2 万元这个阶段的赔付比例只有 10%。

保险专家分析,一些保险公司在产品设计中会故意虚标保额,而实际上几乎不可能出现那么高的医疗费用赔付。这容易给消费者带来“保障幻觉”,以为这种虚标保额的产品保障程度更高、相同价格下更实惠。结果就会引发各家公司竞相虚标保额。

针对产品设计,《通知》要求不得开发保障无定价基础的单一病种责任产品。对于有一定数据基础的慢病管理产品,在风险可控的前提下,允许公司进行一定尝试并加强同监管的沟通。

“这是针对一些新出现的疾病,或者没有掌握疾病发生与医疗费用支出数据的疾病,保险公司都不能以其为唯一承保责任开发设计保险产品。”专家表示,如果允许保险公司如此开发设计保险产品,就有可能将保险产品演变成赌博,一方面可能危害保险公司的财务稳定性;另一方面也可能严重

侵害消费者利益,最终损害行业形象。另外,也是为了防范禁止“药转保”这种违背保险原理的假保险。

短期健康险合规边界需守住

近些年,随着车险增速放缓,非车险成为财产险公司新的增长极,短期健康险因此成为险企的重要发力方向。不过,无序的市场竞争也引发了一系列问题。针对短期健康险,监管多次出手纠偏。

就在近期,金融监管总局还下发了《关于进一步做好短期健康保险业务有关事项的通知》,意在整治“魔方业务”。针对异化保险的“药转保”问题,原银保监会于去年 8 月下发了《关于部分财险公司短期健康保险业务中存在问题及相关风险的通报》,要求财险公司不得开展不符合保险原理的短期健康险业务。

如果再将时间线拉长,“首月 0 元”、短期健康险“短险长做”等情况也都因扰乱市场被监管“棒喝”。

缘何短期健康险成为乱象“重灾区”?专家认为,这主要是三方面原因,第一,短期健康险竞争激烈。财产险公司和人身险公司都可以经营短期健康险。经营主体多,竞争就较为激烈。第二,短期健康险保险期限较短。保险公司在经营过程中,随时可以根据经营状况调整,甚至停售等。第三,短期健康险保费较低、保障较高,容易成为保险公司获取客户信息、拉近与客户关系的引子产品。既然容易是引子产品,保险公司甚至可以在此类产品上不盈利、承保亏损以销售其他保险产品,而这进一步加大了竞争,从而引发乱象。

短期健康险以医疗险,尤其是百万医疗险为主,其设计初衷其实是希望通过小投入解决消费者“看病难、看病贵”的问题。产品形态简单、普及度高,但不能成为违规的温床。保险公司应该自觉地按照保险的基本原理来开发保险产品和经营保险业务,不做违背公序良俗的事。

庆祝入皖十九周年

太平人寿合肥启动“城市汇客厅”

本报讯 2023 年 11 月 18 日,是太平人寿进入安徽市场的第 19 周年“生日”。当天,太平人寿安徽分公司举办“媒体进太平”并聘请多家媒体代表担任太平人寿安徽分公司“客户服务质量社会监督员”。尤其值得关注的是,太平人寿安徽分公司位于合肥三里庵商圈的具有标志性的高客拓展区“城市汇客厅”也于当天正式向市民开放。

太平人寿安徽分公司党委书记、总经理杨洪军介绍了太平人寿安徽分公司近年来在业务经营和社会公益等方面取得的成绩。杨洪军说,举办“客户服务质量社会监督员”聘任仪式暨“媒体进太平”活动,就是邀请第三只眼睛紧“盯”客户服务,力促客户服务质量再上台阶,未来寿险公司的核心竞争力就是“客户服务”。

“汇聚天下,皖美生活。”据悉,太平人寿安徽分公司此次启用的安徽城市汇客厅包含文化传承区、异业联盟区、洽谈区、沙龙区等功能区,配备省内领先的专家办公室、多媒体会议室 / 多功能厅等,针对中高端客户开展四类专属权益,搭建法税信教主题日、总裁夫人下午茶、家办权益日、轻奢品鉴会、大庙会、异业联盟、家办客户专属活动、绩优个人专属活动等八大使用场景,将致力成为中部地区旗舰级城

市汇客厅、业务高质量发展的助推器、链接和服务高端客户的重要载体之一。

据悉,太平人寿安徽分公司成立以来始终秉承“以客户为中心”的服务理念,致力于创新赋能业务高质量发展。2022 年 9 月,合肥南站高铁 VIP 客户服务中心投入使用,是安徽保险市场唯一在高铁站为高端客户提供候车等增值服务的公司。作为中国太平品牌展示和客户服务的形象窗口;VIP 候车室引入第三方的专业运营服务团队作为合作伙伴,为高端客户提供候车休息、业务咨询、茶歇小食、视听娱乐等综合性服务,获得了广大客户的一致好评。2023 年 1 月,位于合肥金融广场的中国太平金融大厦启用,成为城市地标之一。

此外,太平人寿安徽分公司还积极贯彻集团战略布局,推动“保险+”现代客户服务生态圈建设在皖落地生根,打造“乐享养老”服务品牌,目前在省内与“中铁佰和佰樂巢湖国际健康部落”“六安紫荆花怡养小镇”“黄山圣天地医康养智慧社区”等三家养老社区开展战略合作;并立足“乐享健康”服务品牌,积极推动属地优质医院合作项目,为客户提供更具差异化、更高质量的诊疗就医绿色通道服务,目前已与安徽省第二人民医院签订战略合作协议。

潘高峰

行业来风

国寿寿险蝉联上交所信息披露A级评价

本报讯(杨轶)近期,上海证券交易所(以下简称“上交所”)发布《沪市上市公司 2022 至 2023 年度信息披露工作评价结果》,中国人寿保险股份有限公司(以下简称“中国人寿寿险公司”)信息披露工作再次获得 A 级评价。

与此同时,美国媒体专业联盟(简称 LACP)2022 Vision Awards 国际年报大赛揭晓评选结果,中国人寿寿险公司 2022 年年度报告揽获“金融多元化业务组别年报铂金奖”等多项殊荣。自 2020 年首次参加 LACP 年报大赛以来,中国人寿寿险公司已连续四年获得保险业务组别最高奖项铂金奖。

泰康人寿滁州中支快速赔付30万元

本报讯(戴瑞芳)2019 年 1 月,滁州明光市的 Q 女士在泰康人寿滁州中支代理人的推荐下为儿子 Y 先生购买了泰康全能保 2017 保险产品计划,保额 10 万元,同年 8 月加保惠健康重大疾病保险,保额 20 万元。

今年 10 月,Y 先生确诊为甲状腺癌,住院手术治疗。2023 年 10 月 25 日,Y 先生在手机上提交了理赔申请,11 月 3 日泰康人寿在充分调查后结案,将重大疾病理赔款 30 万元转到 Y 先生账号。Y 先生在收到理赔款后说,一直觉得自己 35 岁很年轻,大病对于自己很遥远,之前从来没有想过自己会得大病,幸好有保险。

中国太保产险推出“农业保险+”助力长丰草莓稳健发展

本报讯(刘欢)为发挥多层次资本市场支农作用,中国太保产险携手华安期货根据《安徽省“农业保险+一揽子金融产品”行动计划试点方案》,充分发挥各自行业优势,整合资源、创新模式,立足安徽省合肥市长丰县草莓产业发展,创新提供了“农业保险+一揽子金融产品”服务,为当地种植户量身打造“金融避风港”。

合肥市长丰县草莓是全国设施草莓生产第一大县,素有“中国草莓之乡”美誉,草莓全产业链年产值达 108 亿元。当地莓农亟需一款综合保险产品,让草莓种植更安心。针对长丰县莓农的迫切诉求,中国太保产险合肥中支携手华安期货走进一线,深入调研、因地制宜,与莓农亲切交流、了解实际诉求,针对实际痛点,提供一揽子创新举措,为长丰县草莓种植业的健康发展注入“强心剂”。

中荷人寿2023年“金融宣传月”活动圆满完成

本报讯(王鹏)9 月 15 日起,为期一个月的“金融消费者权益保护教育宣传月”活动圆满完成。其间,中荷人寿围绕“汇聚金融力量 共创美好未来”活动主题,通过多角度、多渠道、多形式的金融知识普及、金融风险提示等系列活动内容,将金融知识、金融风险提示、行业热点政策等实用的知识传递给更多的金融消费者,展现对金融消费者权益保护的新担当、新气象。

中荷人寿统筹布局、总分联动、全员参与、集中展现,形成宣传合力。据统计,宣传月期间,中荷人寿总分公司累计开展宣教活动 131 场,覆盖消费者人群达 66 万余人。

