

挖潜健康险

本报记者 杨菲 郑利鹏 北京报道

健康险正在接过拉动保险市场高速增长的大旗。

麦肯锡发布的报告显示,截至2020年,商业健康险在中国全年总保费收入中的占比从2013年的7%迅速增长到18%,成为继寿险与财产险之后的第三大险种,其年均复合增长率为33%,为其他险种的2~3倍。

报告还指出,受线下代理人规模缩水及车险综合改革等影响,寿险及财产险增速预计将进一步放缓,健康险保费占比则有望进一步提升。

发展势头强劲

2021年,健康保险保费收入8803.6亿元,同比增长7.7%。

健康险是指由保险公司对被保险人因健康原因或者医疗行为的发生给付保险金的保险,主要包括医疗保险、疾病保险、失能收入损失保险、护理保险、医疗意外保险等。

从保险深度和密度来看,数据显示,中国健康保险深度(健康险保费占国内生产总值的比重)保持快速增长势头,从1999年的0.04%上升至2019年的0.71%,增长16.75倍。健康保险密度(人均健康保险保费)增幅明显,从1999年的2.9元/人增长至2019年的504.7元/人,增长173倍。记者注意到,在行业规模整体增速减缓的形势下,2021年财产险和寿险增速均为负增长,健康险发展迅速的势头成为其中的一抹亮色。中国银保监会数据显示,2021年,健康保险保费收入8803.6亿元,同比增长7.7%。同时,2021年财产险、寿险同比增速分别为-2.16%和-1.71%。

《互联网健康险保障指数》中还指出,从发展趋势方面来讲,大部分受访者对商业健康险支付意愿显著提升。这意味着虽然2021年的商业健康险的购买情况受到监管政策与行业整体环境的影响出现暂时的小幅下降,但却预示着未来健康险市场前景广阔,发展潜力巨大。

《中国经营报》记者梳理发现,早在2016年,《“健康中国2030”规划纲要》中便提出,到2030年,现代商业健康保险服务业进一步发展,商业健康保险赔付支出占卫生总费用比重显著提高;2020年发布的《2020:关于促进社会服务领域商业保险发展的意见》中更是指出,力争到2025年,商业健康保险市场规模超过2万亿元,成为中国特色医疗保障体系的重要组成部分。

无论是其他险种的放缓还是政策的有利支撑,都将健康险推到前台。那么,为何会选中健康险?健康险又该如何挖潜,是值得思考的问题。

瑞再研究院在《世界保险业:聚焦通胀风险》中预计,中国市场将强劲回升,今年的非寿险保费预计增长3.7%,2023年增长4.7%。即便如此,增速仍低于疫情前的两位数增长率。短期健康险需求将推动今明两年保费的增长。新冠肺炎疫情过后人们的健康安全意识增强,以及政府努力扩大医疗服务渠道而提供的强力政策支持提升了上述需求。

上述麦肯锡报告中指出,疫情加重了人们对身体及心理方面健康的担忧。在接受调查的市场中,有半数以上受访者表示新冠肺炎疫情令他们更加担忧自己的健康状况。新兴市场受访者对健康的担忧程度最高,比例达到60%。相对于发达市场而言,这些市场的保险深度较低,健康保障缺口较大。全球范围来看,年轻群体对健康的担忧尤其高。在40岁以下的群体中,约有60%的受访者因新冠肺炎疫情而更加担忧自己的健康状况。

此外,健康险发挥的保障作用仍不足,尚存极大的可挖掘空间。数据显示,2020年中国直接医疗支出约为4.3万亿元,其中医保支出为2.1万亿元,个人支出为2万亿元,而商业健康险赔付仅为0.2万亿元(约占直接医疗支出的5%)。

“现象级”产品接连面市

在政策的支持和推动下,健康险产品数量持续攀升。

自2016年起,相关部门持续推动健康险发展,以进一步健全中国多层次医疗保障体系。当年,《“十三五”卫生与健康规划》中指出,鼓励企业和个人通过参加商业保险及多种形式的补充保险解决基本医保之外的需求,截至目前,商业健康保险市场规模超过2万亿元,成为中国特色医疗保障体系的重要组成部分。

近两年,相关部门进一步强调健康险的产品创新。2021年,中国银保监会发布《关于进一步丰富人身保险产品供给的指导意见》,其中提出,扩大商业健康保险服务覆盖面,立足长期健康保障,探索建立商业健康保险药品目录和诊疗项目目录,将更多医保目录外合理医疗费用科学地纳入医疗保险保障范围,提高重大疾病保险保障水平;同年,《“十四五”全民医疗保障规划》中指出,支持商业保险机构开发与基本医疗保障相衔接的商业健康保险产品。

供需错配难题待解

从供给端来看,为规避赔付风险,保险公司核心能力不足导致其不得不主观筛选可保人群。

在一路顺风发展的过程中,健康险当下也面临着一些待解的难题。

麦肯锡报告中指出,从需求端来看,中国商业健康险的市场需求尚未得到充分挖掘。医疗费用成本总体较低,灾难性医疗支出概率较小,导致居民购买商保的意愿不够,动力不足。同时,受限于市场教育,大多数居民对基本医保的保障范围以及商保的额外保障功能缺乏应有的了解;从供需匹配来看,当前市场产品供给无法有效激发潜在需求。目前主流健康险产品普遍存在“保健康人不保非标体”“保医保内不保医保外”“保短期不保长期”等错

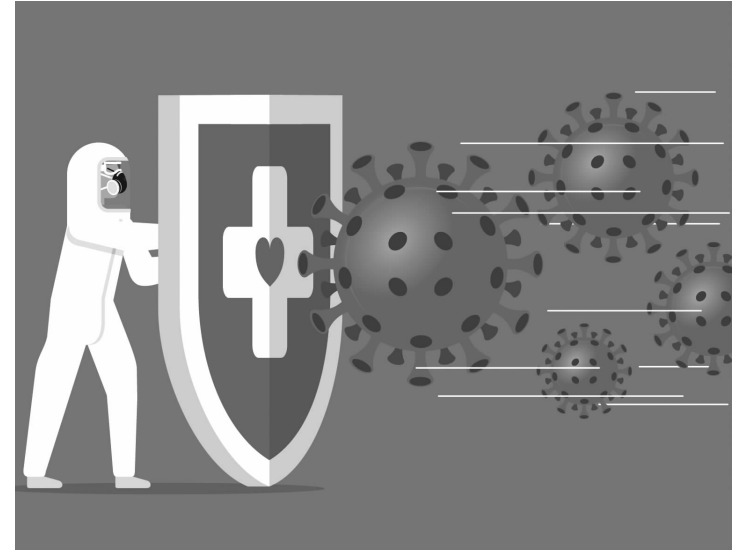
配现象,最需要得到保障的人群往往难以有效参保。从供给端来看,为规避赔付风险,保险公司核心能力不足导致其不得不主观筛选可保人群。因商业健康险经营时间短,数据积累不足,受制于中国医疗服务供给端发展不充分等原因,目前保险公司普遍缺乏与医疗服务体系深度融合、精细化风险管控、精准捕捉细分市场客户需求等核心能力,导致其从源头上难以开发出激发市场需求的产品。

此外,永赢基金权益投资部高级研究员朱圣洁认为,制约当前健康险发展的供给症结,一方面是渠道,过去粗放、低质量的

配现象,最需要得到保障的人群往往难以有效参保。

从供给端来看,为规避赔付风险,保险公司核心能力不足导致其不得不主观筛选可保人群。因商业健康险经营时间短,数据积累不足,受制于中国医疗服务供给端发展不充分等原因,目前保险公司普遍缺乏与医疗服务体系深度融合、精细化风险管控、精准捕捉细分市场客户需求等核心能力,导致其从源头上难以开发出激发市场需求的产品。

此外,永赢基金权益投资部高级研究员朱圣洁认为,制约当前健康险发展的供给症结,一方面是渠道,过去粗放、低质量的



新冠肺炎疫情加重了人们对身体及心理方面健康的担忧,从而导致健康险进一步快速增长。视觉中国图

年,百万医疗险市场保费规模将超过2000亿元。2020年是惠民保元年,其凭借“低保费、高保额”的特点迅速“走红”,据《2022惠民保可持续发展趋势洞察》报告,截至2021年末,全国已有27个省份推出200余款惠民保产品,参保人数总计达1.4亿人,总保费收入已超140亿元。

当下,各类险企仍积极投入到对健康险产品的创新中。麦肯锡发布的报告中指出,在市场机遇的催化下,各类企业(包括本土险企、跨国险企、互联网

科技企业、健康险第三方服务公司TPA和创新支付企业)纷纷进入商业健康险市场,多维度积极布局。譬如,推出专病险、家庭庭、长期医疗险等人群覆盖更广、保障时间更长的创新型产品,从传统的代理人渠道扩大至互联网平台、保险中介等多元化销售渠道,利用大数据及AI等智能科技手段加强保险核心技术能力,不断升级慢病管理、药品配送、健康监测等医疗及健康管理服务,快速推动商保的普及与创新。

代理人扩张模式已经无法匹配专业性、综合性均大幅提升的保险需求。5年的增员红利见顶后,传统代理人渠道面临转型瓶颈,大量的低质量供给无法匹配高质量需求;另一方面是产品,过去5年的爆品重疾险渗透率快速提升后,缺乏能够承接量好的产品。重疾险快速提升的放量期已过,医疗险存在同质化竞争+长期控费难的问题(背后掣肘是产业融合度太低,险企无定价能力)。

现在,险企也开始从供给端出发,不断完善产品不足并加大创新,以进一步挖掘潜在需求。例如,对于不保非标体的问题,目前

已有险企尝试做出改变。7月20日,水滴保险经纪有限公司与中华财险、永安保险联合推出一款一年期重疾险,与市面上在售的重疾险产品相比,该产品投保时免除“健康告知”,同时不仅可保障健康体人群,带病体人群也可投保。

关于医疗服务融合不深的问题,天士力控股集团战略发展中心总经理李思睿曾公开表示,应重视保险的健康管理作用,打通健康服务机构与保险行业的数据壁垒,保前进行精准匹配与筛选,保后提供健康监测与医疗服务,提高消费者健康水平,降低医疗费用支出,为承保端减压,构建多方共赢的局面。

政治引领 人民立场 专业保障

国寿“三大标准”开新局

本报记者 陈晶晶 北京报道

作为中国保险业的“头雁”,中国人寿保险(集团)公司(以下简称“中国人寿集团”)的一举一动都吸引着行业的目光。

今年年初,中国人寿集团党委书记、董事长白涛在内部2022年工作会议上,提出“两稳两控五提高”的工作思路,即目标为“两稳两控”,稳增长、稳地位、控成本、控风险;抓住5大着力点:提高党建引

“稳中有进”

多因素叠加之下,全球经济进入下行通道已是不争事实,保险业亦难置身事外。

中国银保监会披露数据显示,今年上半年,保险业保费收入2.8万亿元,同比增长5.1%。具体来看,今年1月份,前2个月、前3个月、前4个月、前5个月的人身险保费收入同比增速依次为-4.9%、-4%、-3%、-2.5%、-2.3%,增速承压,行业销售队伍转型发展尚待突破。另一边,国内外经济形势的复杂多变导致权益、汇率等市场波动,信用风险、流动性风险交织盘错,亦对保险资金配置提出了空前挑战。

在此背景下,对于中国人寿集团来说,既要解决面临的保险行业发展共性问题,又要在深度转型爬坡过坎中发挥引领作用,实属不易。但中国人寿集团深知,要把握好行业发展的大局大势,必须采取措施积极主动应变,坚持“保险姓保”,坚持回归本源,深入推进高质量发展,发挥好引领行业转型升级的“头雁”作用。

例如,今年上半年,作为保费规模最大的中国人身险公司,中国人寿集团旗下寿险公司积极推动营销队伍持续升级,正在探索寿险营销体制改革新思路,推进销售队伍向专业化、职业化转型,队伍产能持续

提升,价值创造能力、协同发展能力、数字化运营能力、产品服务创新能力。

时隔半年,7月26日,《中国经营报》记者从中国人寿集团获得的最新数据显示,截至今年上半年,中国人寿集团合并总资产突破6万亿元,较年初增长5.26%;合并管理第三方资产2.2万亿元,较年初增长10%;为经济社会提供风险保障超480万亿元,服务实体经济直接投资存量规模超3.6万亿

元。这一系列数字,凸显了中国人寿集团的稳健。在中国人寿集团2022年上半年工作会议上,白涛用“经受了思想洗礼、把准了发展方向、稳住了市场地位、转变了工作作风、强化了严的氛围”来概括上半年的工作。

对于中国人寿集团来说,“能力越大、责任越大”,在以白涛为首的新一届领导班子带领下,中国人寿集团未来如何用新标准来开创高质量发展的新局面,值得期待。

记者注意到,在2022年上半年工作会议上,白涛对高质量发展的衡量标准作出了详细阐述,明确当前及未来中国人寿集团整体导向。白涛表示,要以高质量巡视整改开创新高质量发展新局面,以能否做到政治性、人民性和专业性,作为高质量发展的重要衡量标准。“以政治性为引领,坚决贯彻中央决策部署,落实金融工作‘三项任务’,持续推进全面从严治党;以人民性为立场,不断深化金融供给侧结构性改革,加快推动商业模式转型升级,更好满足人民日益增长的多样化金融保险需求;以专业性为保障,塑造尊重专业的良好氛围,打造现代化运营平台与展业工具,全面提升应对市场竞争和国际竞争的核心能力。”

种种迹象显示,中国人寿集团能保持稳中向好、稳中有进的发展态势,不仅在于其坚持执行高质量发展的三个标准,更把握住了正确的发展方向。

对于中国人寿集团上半年的工作成果,白涛给予了肯定。其指出,上半年,中国人寿集团系统性

元。这一系列数字,凸显了中国人寿集团的稳健。

在中国人寿集团2022年上半年工作会议上,白涛用“经受了思想洗礼、把准了发展方向、稳住了市场地位、转变了工作作风、强化了严的氛围”来概括上半年的工作。

对于中国人寿集团来说,“能力越大、责任越大”,在以白涛为首的新一届领导班子带领下,中国人寿集团未来如何用新标准来开创高质量发展的新局面,值得期待。

记者注意到,在2022年上半年工作会议上,白涛对高质量发展的衡量标准作出了详细阐述,明确当前及未来中国人寿集团整体导向。

白涛表示,要以高质量巡视整改开创新高质量发展新局面,以能否做到政治性、人民性和专业性,作为高质量发展的重要衡量标准。“以政治性为引领,坚决贯彻中央决策部署,落实金融工作‘三项任务’,持续推进全面从严治党;以人民性为立场,不断深化金融供给侧结构性改革,加快推动商业模式转型升级,更好满足人民日益增长的多样化金融保险需求;以专业性为保障,塑造尊重专业的良好氛围,打造现代化运营平台与展业工具,全面提升应对市场竞争和国际竞争的核心能力。”

种种迹象显示,中国人寿集团能保持稳中向好、稳中有进的发展态势,不仅在于其坚持执行高质量发展的三个标准,更把握住了正确的发展方向。

“国之大者”

今年以来,面对复杂的内外形势,全力支持稳定经济大盘,无疑是金融保险业重要任务之一,按照中国银保监会2022年工作会议所述就是“要努力促进国民经济良性循环”。

在“稳定经济大盘”中发挥顶梁柱、压舱石的作用,是央企、国企的使命与担当,作为保险央企的中国人寿集团,亦是如此。

中国人寿集团提出,要坚持金融工作的政治性、人民性和专业性。这意味着表明了要更好服务国家、服务人民的决心。而助力民生福祉、支持实体经济发展,恰恰亦是高质量发展的应有之义。

记者梳理公开资料发现,今年上半年,中国人寿集团充分发挥保险、投资、银行综合金融优势,为实体经济提供风险保障、资金融通等一揽子综合金融服务。

强化科技赋能

2022年下半年已至,正是保险业调整节奏,努力达成全年任务目标的关键时期。中国人寿集团如何持续推进各项业务高质量发展?

记者了解到,今年下半年,中国人寿集团将继续贯彻“两稳两控五提高”工作思路和年初各项工作部署,集中力量抓好“三落实”:一是落实巡视整改任务;二是坚决落实“十四五”规划推进实施方案;三是坚决落实全面从严治党。

其中,在坚决落实“十四五”规划推进实施方案上,中国人寿集团今年重点以体制机制改革固本培元,推动发展格局、运营效能与全面风险防控提档升级,确保取得实质性成效。

尤其是加快数字化转型,着力加强数据能力体系建设,着力强化科技赋能,着力完善数字化基础设施,持续为客户赋能、为员工赋能;完善一体化建设,持续提

升集团治理能力、优化总部职能定位、全面提升集团化管理效能;推进综合化经营,深化客户经营,强化协同发展,健全激励机制,强化资源统筹与共享,深挖综合金融优势,努力拓展客户、留住客户;加快营销体系改革,主动适应客户结构变化、需求变化和消费习惯变化,积极推动营销体系数字化、差异化、多元化转型升级,发挥行业“头雁”作用。

记者注意到,中国人寿集团持续强调防范化解金融风险,与监管层近来“严监管”氛围的思路相一致。近期,监管层面正在推进打造银保行业的持续“严监管”氛围。与之相呼应的是,白涛着重指出,要把防范化解金融风险作为推进高质量发展的分内之事、应有之义。全系统必须保持敬畏之心,对合规问题零容忍,强化科技手段运用,持续强化“严”的氛

围。要高度认识防范化解金融风险的极端重要性,坚持底线思维和极限思维,保持对风险苗头感知和行动的敏锐性,提升防范化解重大风险的预见能力、应对能力、处置能力。白涛表示,在班子队伍建设方面,关键要引导各级干部积极作为、主动作为,谋实策、办实事、求实效。面对新阶段、新形势、新任务,面对建设世界一流企业的新使命、新要求,要加强干部队伍建设,不断激发干事创业的主动性和积极性。

在人才培养机制方面,中国人寿集团树正用人导向,着力营造风清气正政治生态;抓好顶层设计,着力加强人才工作统筹谋划;补短板强弱项,着力推进各类人才队伍建设;以激发活力为核心,着力完善人才发展体制机制;坚持党的全面领导,着力构建党管人才工作新格局。

在人才队伍建设方面,中国人寿集团树正用人导向,着力营造风清气正政治生态;抓好顶层设计,着力加强人才工作统筹谋划;补短板强弱项,着力推进各类人才队伍建设;以激发活力为核心,着力完善人才发展体制机制;坚持党的全面领导,着力构建党管人才工作新格局。