

短期健康险赔付率出炉 保险保障服务差异明显

本报记者 陈晶晶 北京报道

近年来,以百万医疗险为代表的短期健康险,最低上百元的保费就可以撬动几百万元的保额,因此对消费者很有吸引力。

财险公司劣势明显

最新数据显示,2022年,保险行业短期健康险整体赔付率并不高,139家保险公司平均综合赔付率在45%左右,其中仅39家赔付率超50%。

短期健康险主要包括一年期及以下的医疗险、重疾险等产品。其中,最为人们熟知的就是百万医疗险。根据《关于规范短期健康保险业务有关问题的通知》,保险公司应当每半年在公司官网披露一次个人短期健康保险业务整体综合赔付率指标。综合赔付率=(再保后赔款支出+再保后未决赔款准备金计提转差)÷再保后已赚保费。其中,未决赔款准备金包含已发生未报告未决赔款准备金(IBNR准备金)。

2022年,财险公司实现原保费收入1.49万亿元,同比增长8.7%。其中,短期健康险保费收入达1580亿元,同比增速为14.7%,占财产险公司总保费收入的10.63%。尽管健康险保费在财险公司总保费收入中占比不大,但增速最快。

不过,最新数据显示,2022年,保险行业短期健康险整体赔付率并不高,139家保险公司平均综合赔付率在45%左右,其中仅39家赔付率超50%。

一家大型互联网中介平台总精算师对记者表示,行业整体短

个别险企差异巨大

赔付率一旦超过100%,可以简单看作保险公司获得的保费收入无法覆盖向消费者支付的理赔金额。

值得注意的是,在行业整体综合赔付率较低的情况下,个别险企该指标极高。

记者统计发现,有9家财险公司综合赔付率超过100%,1家寿险公司综合赔付率超过100%。在财险公司中,英大财险综合赔付率最高,达到797.46%。

业内人士分析,个别综合赔付率飙升可能与业务规模较小、偶然出现的大额赔付以及准备金提取

而消费者在选择产品的时候,除保障程度外,还会关注保险公司的赔付率,因为赔付率在一定程度上反映了保险产品保障是否满足大多数消费者的需求。

近日,各家保险公司2022年

期健康险综合赔付率较低与两个因素有关,一是准备金,二是新客数量。

“首先,险企披露的都是综合赔付率,而该项指标受到往年准备金转回的影响。也就是说,上年未决赔款准备金提取过高,就会导致今年转回很多,提转差就小,从而导致今年的综合赔付率降低。其次,现在看赔付率低,是因为新客数量多,一旦新客数量不增长,短期健康险赔付率就会上升。”上述总精算师表示。

有业内人士分析表示,低赔付可能与一些险企产品的设计特点有关。例如,百万医疗险设置了较高的免赔额,如果设定为一万元,消费者年度医疗费用在医保报销后,自费额度超过一万元的比例将大幅减小。

值得一提的是,在81家寿险公司公布的综合赔付率指标中,赔付率超过100%的有1家,赔付率在70%~100%的有8家,赔付率在50%~70%的有5家,赔付率在20%~50%的有44家,其余公司赔付率低于20%。而在58家财险公司中,有30家综合赔付率主要集中在30%~80%,赔付率超过100%

等因素有关。

“一些中小公司由于费率制定过低,保单规模小,风险难以分散,导致综合赔付率畸高,大中型公司和小型公司呈两极分化。”泰生元精算咨询公司创始人、英国精算师协会会员毛艳辉公开表示。

短期健康险综合赔付率过高容易理解,赔付率一旦超过100%,可以简单看作保险公司获得的保

短期健康险综合赔付率数据陆续出炉。从已公布的数据来看,在139家保险公司中,仅39家综合赔付率超50%,其中包括25家产险公司和14家寿险公司。这意味着,超过70%的保险公司综合赔付率

的有9家,明显多于寿险公司。整体来看,财险公司综合赔付率高于寿险公司。

多位业内人士表示,财险公司与寿险公司短期健康险经营特点不同,导致综合赔付率的表现不同。

一家中型财产保险公司健康险部总经理对记者表示,“财险公司综合赔付率较高与常年形成的‘车险式’销售和服务逻辑,以及财险公司在健康管理方面相对比较粗放有关。”

“财险公司以险种为中心的条线管理而不是以客户为中心去配置产品,只能销售一年期以内的短期险,主要为医疗险(大病等政保业务、普通医疗、高免赔的百万医疗、企业职工福利)和疾病险(重疾险症险、慢病险),这些产品件均保费不高。在两核方面,财险公司两核管理普遍较寿险公司粗放,以博发生率为主,缺乏过程管控,赔付率相对较高。”上述健康险部总经理进一步认为。

另有业内人士表示,财产险和寿险公司短期健康险产品差异不大,但在客户群体选择,运营管

理、营销、核保、费用控制等方面,寿险公司更有经验和相对优势。而财险公司由于经营健康险时间

而未决赔款准备金按照(过去24个月的经过保费×预定赔付率-已付赔款-IBNP)的方法计提,导致年底准备金储备降低,提转差为负数且金额较大。

长城人寿公开表示,短期健康险赔付率为负数的原因是未决准备金的释放。公司近年销售策略有所改变,短期健康险业务逐步向长期健康险转移,2022年短期健康险保费收入降低,导

致准备金储备降低,准备金提转为负数。

瑞泰人寿解释称,综合赔付率为负数主要因为未决赔款准备金的释放,再保后未决赔款准备金提转为负,且其绝对值大于再保后赔款支出,故综合赔付率为负。公司个人短期健康险业务量较少,综合赔付率数据未来可能存在波动,公司将持续予以关注。

力较弱的问题,做好网点改造和员工金融素养提升服务工作。”

在网点改造方面,广德农商银行对符合条件的网点进行硬件设施升级,设置无障碍通道、轮椅或拐杖、老花镜、医药箱等便民设施,设置“老年人服务便捷窗口”,最大限度为老年人提供优质服务。

此外,多家农商银行也比较重视中老年客群的金融知识宣讲,“易懂性”是改造重点。为了提升“易懂性”,广德农商银行不仅对原宣传页上内容多、范围广、字体小等问题进行针对性改善,并使用通俗易懂的语言进行一对一案例宣讲,向老年人进行防范非法集资、反假币、银行卡防盗刷等个人金融风险防范知识的科普。

如皋农商银行也在中老年客群的金融知识宣讲方面做出多项工作。具体来看,如皋农商银行利用网点做好阵地宣传,同时指导老年客户使用智能设备,积极开展通俗易懂的金融知识普及活动。合理利用微信公众号、广告机等媒介,通过图片、漫画等形式生动形象地介绍金融知识,提高老年客户接受度。

低于50%。整体来看,当前行业短期健康险赔付率并不高,不同险企之间存在较大差异,最高的能达到797.46%,最低的为负数。

业内人士对《中国经营报》记者表示,个别险企的短期健康险

赔付率保持高位,说明需要做好风险管理和产品调整。如果赔付率过低,说明一些产品设计有缺陷,未能实现“保险姓保”的定位,消费者获得感差,也需要在经营中持续调整业务模式。

更需专业化精细化经营

市场上缺乏真正能链接保险与健康生态的创新型产品,健康险增速相较前些年的表现已经明显放缓,加上本身的基数和比重有限,健康险的进一步发展已显现出疲态。

尽管2022年短期健康险赔付率整体来看较低,但业界预计承保利润并不乐观。业内普遍认为,大多数险企在短期健康险业务上并不赚钱,特别是2016年~2020年,财险行业短期健康险业务出现连续五年的承保亏损,主要原因是销售费用过高、渠道成本挤压了利润率。

上述总精算师认为,短期健康险仍主要依靠产品迭代和拼价格的方式来竞争,边际效应递减。目前,市场上缺乏真正能链接保险与健康生态的创新型产品,健康险增速相较前些年的表现已经明显放缓,加上本身的基数和比重有限,健康险的进一步发展已显现出疲态。

随着帮助保险公司打开健康险局面的百万医疗险接近市场饱和,特别是互联网渠道销售的低价百万医疗险也逐渐触及天花板。因此,也有多家险企开发了保障亚健康群体、三高群体,甚至带病群体的医疗险,以期获得新的业务增长点。

不过,多位业内人士认为,健康险早已不是大多数法则下的小概率事件,要想长期稳健经营,需要秉持更加专业、精细化经营理念和思路,在产品设计上抛弃价格战思路,转为保险与健康、医疗深度融合,链接完整的后端健康服务,真正解决客户的健康问题。

“健康险比起保险本身,更重要的是健康服务和健康管理,并为客户提供全面、优质、先进的医疗资源保障,这不仅要求保险公司要与健康医疗机构深度合作,还要求其有完整配套的健康产业资金与各项资源整合能力,开发出集资源可得性及便捷支付等功能于一身的产品,最大限度地提升产品保障深度和服务属性。”上述总精算师进一步表示。

聚焦老龄客群 农商银行加速“适老改造”

本报记者 郭建杭 北京报道

如何满足“银发”客群多层次、差异化的金融需求,如何加强精细化服务场景建设,已经成为越来越多金融机构探索适老服务的思考方向。在此背景之下,农信系统内围绕中老年群体的金融服务“适老改造”也逐渐驶入快车道。据了解,在

线上支付便捷性

随着老龄化人口数量增加,县域地区农信系统客群的老龄化趋势明显。记者注意到,农商银行提升中老年客群的服务质量,加大了线上线下金融服务的“适老改造”力度。为了解决中老年客群在使用技术设备时候的操作障碍,线上数字金融业务的操作便捷性成为农商银行投入力度最大的改造内容。

邹瑶告诉记者,“对于线上线下的适老改造内容,是结合了广德农商银行在全行38个网点客户中随机的问卷调查。我们通过分析用户的调查需求发现,在数字金融业务部分,中老年群体对操作智能设备、手机银行等数字支付平台存在畏难心理,担心操作不当造成损失,因此对数字支付保持谨慎态度。此外,中老年群体还关注线下日常柜面业务办理的便捷性以及金融宣传的通俗性等方面。”

事实上,针对老年人线上金融服务“适老改造”的政策此前也频频出台。

早在2020年,中国人民银行发布《关于提升老年人支付服务便利化程度的意见》,从业务保障措施、老年人

此轮改造中,线上数字金融业务的相关改造成为重点。

事实上,随着金融机构的数字化转型进入深水区,科技化、智能化手段的普遍运用提升了金融服务效率。但是,中老年群体迈入数字时代的步伐稍显缓慢。作为基层金融服务机构,农信系统一直是链接广大乡镇县域地区的中老年客群的金融纽带,因此,农信系统相关金融服务“适老改造”的重要性日益凸显。

安徽广德农村商业银行股份有限公司(以下简称“广德农商银行”)财务部负责人邹瑶对《中国经营报》记者表示,“目前我行60岁及以上客户占比达到20%以上,老龄化客户占比较高,金融服务需求大、类型多,适老化服务改进势在必行。”

除了加大改造线上金融服务的力度之外,线下网点仍是农商银行提供中老年群体服务的高频场景。由于农信系统的网点铺陈向来具有“点多面广”的特征,线下网点的“适老改造”也较为重要。记者了解到,作为农村中小金融机构,广德农商银行先后承接了养老保险金代发、惠民补贴发放等多项民生工程,具备天然的中老年客群基础。

对于线下改造方面,中老年群体最关注的是日常服务的便捷性,以及金融宣传的通俗性。邹瑶告诉记者,“基于中老年客户需求,我们自身转变观念认识到,在未来很长一段时间内我行柜面服务仍以中老年客户群体为主,需要充分考虑老年人收入来源较少,消费需求较高,无论是生理还是心理上风险承受能

江苏如皋农商银行方面也表示,该行持续将401个农村普惠金融服务点的改造作为重点工作,将服务点打造为农村地区老年人金融服务的“前哨”和“阵地”。通过投入多媒体智能双屏设备,以看得懂的图片、文字切实满足老年人现金支取、转账、银行卡消费、公用事业缴费、各类涉农补贴领取等金融需求。

众所周知,中老年客群因风险承受能力有限、风险权重低等客观因素,对于利益有保障的存款及理财产品需求大,大部分农村地区存款呈定期化、中长期化。农村金融机构在信贷业务方面主要面向青年客群,而老年客群的业务则围绕储蓄、理财和保险等产品服务为主。

商业银行在适老化改造承担社会责任之外,如何将业务与未来中老年客群结构的变化结合起来?有农商银行人士向记者坦言,目前主要还是以提升服务水平为主,尚并没有将业务营销与中老年客群有过多的结合。

某中部地区曾组织老年大学等活动的农商银行人士告诉记者,“我们在开展面向老年人群的服务时,并没有‘功利性’地将金融产品营销与老年人服务结合起来,但这种金融业务的转化是顺其自然的。”

对于商业银行面向老年客群的业务结合,业内不少从

金融业务探路

业者也认为,银行业机构受老年人风险承受能力较低、收入来源较少、投资偏向保守的特点影响,针对老年人研发、提供理财类产品力度不大,产品不够丰富,是目前服务老龄客群与业务结合时面临的主要问题。

易观分析金融行业高级咨询顾问苏筱芮告诉记者,金融产品的“适老改造”也有探索空间。

苏筱芮认为,在农商银行关注适老化改造层面,首先是切入老龄客群高频使用的基础功能如开通账户、转账汇款、生活缴费等,通过简化步骤、优化功能等为老龄客群提供便利;在金融产品方面可以针对面向老龄客群的专属产品如老龄专属存款或理财,养老金账户管理等进行专业打磨和设计,打造老年人专属的金融便利服务;此外,切入老年人关注的细分消费场景,如医疗、餐饮、出行、居住、娱乐、学习等,将老年人的生活需求与银行生活场景深度结合;最后还可以借助老年大学等运营模式,提升触达老年客群的深度,例如,可设定不同特色专区,将信息推送、知识科普、专属活动等按照相应类别展示,为老年群体做好筛选与分类。

对于商业银行面向老年客群的业务结合,业内不少从

而

而