

# 税优健康险销售火爆背后：“10%收益率”真相揭秘

“您近期考虑节税么，税优健康险每年缴费2400元，既可以存钱也可以节税，在12月31日前投保，都可以抵扣今年的个税，错过还要再等一年。”临近年末，保险经纪人李女士正积极推荐税优健康险产品。

日前，个人养老金制度推广至全国，不少保险销售人员宣传如何利用保险产品进行节税。除了个人养老金保险产品之外，税优健康险产品也可节税。中国证券报记者调研了解到，有部分保险销售人员在推荐税优健康险时，特别强调这类产品有“高收益率”，宣称“年化复利超过4%”“节税加存钱，综合收益率可超10%”。

据记者了解，10%的收益率是将最高45%的个税税率的退税所得（1080元）与保险产品在某一时间段、某一缴费时段、某一保障期限内的收益作为计算的前提。业内人士表示，该宣传方式可能会使消费者对产品的实际收益产生误解，消费者不应单纯追求收益，而应根据自己的经济状况、保险需求，理性购买保险产品。

● 本报记者 陈露



视觉中国图片

“税优健康险有国家政策支持，享受个人所得税优惠政策，每年可抵税金额为2400元，同时还能享受健康保障。”李女士向记者表示。

记者注意到，临近年末，不少保险销售人员在社交平台发布关于利用税优保险节税的内容。除了个人养老金保险产品之外，税优健康险也可享受税优政策，“节税功能”成为保险销售人员向客户推荐税优健康险时的一大

卖点。

以李女士向记者介绍的一款护理险产品为例，年收入20万元的30岁女性投保该产品，选择年缴保费2400元，缴费10年，合计保费为24000元，在10年缴费期内每年能够享受480元的个人所得税减免，该投保人实际支出保费为19200元。若投保期间未出险，在第10个保单年度，能够获得的现金价值为25027元。

在产品保障责任方面，该产品包含疾病

身故保险金和护理保险金，若被保险人因10种特定疾病或意外导致第1级至第3级残疾，即可获得一次性给付护理金：18周岁前，给付已交保费与现金价值的较大者；18周岁后未满61周岁，给付已交保费的160%与现金价值的较大者；61周岁后，给付已交保费的120%、现金价值的120%和基本保额的较大者。

“我们在卖税优护理险时，比较注重向客户介绍它的现金价值和节税功能，按照理

者，消费者投保税优健康险产生的节税效果与个人所得税的税率有关，收入越高，节税效果越明显。

除了节税功能之外，部分保险销售人员在介绍税优健康险时，还会特别强调“高收益率”。比如，有保险销售人员在宣传时表示，“年化复利超过4%”“节税加存钱，综合收益率可超10%”。多位保险销售人员表示，如果不把节税功能计算进去，部分税优健康险的收益率并不高，与市场上增额终身寿险产品相对比，优势并不明显，但如果把退税金额算进去，收益率就非常亮眼。

保险经纪人夏女士宣称：“个税税率越

高，收益越多，投保人可以选择10年缴费期，产品在第10年的IRR（内部收益率）最高，投保人可以在此时退保，拿回现金价值，相当于一款定期理财产品。以30岁女性年缴2400元，缴费10年为例，若个税税率为10%，第10年末IRR达到2.64%，已超过2.5%的预定利率上限；若个税税率为20%，第10年末IRR为4.75%。以此类推，若个税税率为45%，第10年末IRR高达11.35%。”

记者调研了解到，部分保险销售人员在宣传中提到的10%的综合收益率，其实是以最高45%的个税税率的退税所得（1080元）与保险产品在某一时间段、某一

财类产品来卖，建议客户在缴费期结束后将现金价值取出，客户能够得到不错的收益。”李女士告诉记者，不少客户在购买此类产品时，较为看重该产品的节税功能。

李女士向记者展示的一份该公司某地区7天出单产品排行榜显示，该产品投保件数超过200件，总保费接近500万元，投保件数和总保费均位列该地区7天出单产品排行榜第一。

缴费时段、某一保障期限内的收益作为计算的前提，而非传统意义上的保险产品收益率计算方式。

北京排排网保险代理有限公司总经理杨帆表示，这种宣传方式存在销售误导，可能会使消费者对产品的实际收益产生误解，进而做出不符合自身实际需求和风险承受能力的投资决策。徐昱琛也表示，保险销售人员在介绍产品时，需要向消费者说明产品考虑了节税功能、不同个税税率对应的不同收益率，让消费者了解清楚收益率的计算方法，而不能笼统地宣传所谓的固定收益率、综合收益率。

# 瑞士再保险：中国保险市场潜力巨大 未来十年规模有望翻番

● 本报记者 薛瑾

作为首批进入中国市场的外资再保险公司之一，瑞士再保险（Swiss Re，简称“瑞再”）在中国开展业务已经走过90个年头，也是数十年来中国保险业发展的见证者和中国金融业开放的亲历者。瑞再中国总裁、中国再保险业务首席执行官尚卓博（Beat Strebel）日前对记者表示，未来，瑞再将结合中国市场的新特点，继续服务好这一战略性市场，“中国现在是世界第二大保险市场，预计未来十年中国市场的规模还会再翻一番”。

在财险领域，瑞再看好中国能源转型、网络安全、工程基建、共建“一带一路”相关业务机会和巨灾保险、新能源车险市场；在人身险领域，瑞再认为，将保障型产品与养老储蓄功能相结合、将长期护理保险与年金和寿险产品相结合、将储蓄产品与疾病风险附加险相结合等设计，可在未来让险企更具竞争力。保险业新“国十条”勾勒出行业高质量发展的框架。瑞再将助力提升保险公司定价的准确性，推动行业定价良性发展，研究推出创新产品，协助保险公司在海外进行资产扩展并优化资产负债匹配管理。

中国保险市场出现新特点

“瑞再在中国市场深耕多年，90年前我们在中国签署了第一份保险合同，瑞再中国办事处设立已有近30年时间，北京分公司成立也有20余年。我们服务了众多中国客户。未来，瑞再将结合中国市场的新特点，继续服务好这个战

中国保险市场未来增长潜力依然巨大的原因包括：第一，中国本身仍具有很大的经济增长潜力，而中国保险行业起点较低，目前的保险渗透率只有3.9%，而全球水平超过了7%，未来几年中国保险行业增速可能会超过GDP增速。第二，中国保险市场还存在较大的缺口，尤其是在自然灾害保险方面。

略性市场。”尚卓博说。

尚卓博认为，中国保险市场未来增长潜力依然巨大的原因包括：第一，中国本身仍具有很大的经济增长潜力，而中国保险行业起点较低，目前的保险渗透率只有3.9%，而全球水平超过了7%，未来几年中国保险行业增速可能会超过GDP增速。第二，中国保险市场还存在较大的缺口，尤其是在自然灾害保险方面。

尚卓博表示，无论是从金额还是从种类来看，风险的增长速度均超过了保险及再保险行业发展的速度。同时，风险的性质也在发生变

化。“随着新技术不断涌现，无论是电动汽车还是可再生能源领域，如风电、太阳能，以及能源储存等方面，我们看到了诸多新风险类型，并且损失也在加大。新环境中遇到的新挑战，强化了我们身处保险及再保险行业的职业目标感。因此，瑞再将在知识、技术、洞察以及建模等方面投入了大量资源，希望通过这些努力，能够更好地评估新风险类型，进而更好地服务我们的客户。”尚卓博说。

“说到中国市场的特点，其中之一就是中国在很多技术领域目前处于世界领先地位。在这里，我们可以了解到一些新技术，不断增加知识储备，我们在与中国科技企业及保险公司积极互动的基础上不断学习。”尚卓博表示，在能源转型方面，中国对绿色能源的追求，与瑞再的全球战略是完全契合的，瑞再会在此方面加大研发投入。瑞再还积极关注乡村振兴领域，推出丰富的农业险产品，同时利用一些现代技术来评估、缓释风险。

财险领域蕴藏新机遇

“在中国，自然灾害事件造成的损失不断增加，这与全球的趋势一致。气候变化与自然灾害频发有直接关联。中国自然灾害的保障缺口有所扩大。放眼全球，有45%与此相关的经济风险是有承保的，而在中国，相关风险的承保比例只有10%。中国政府在努力提升应对自然灾害的保险保障水平。在这方面，瑞再拥有足够的资金和丰富的经验以及自然灾害数据，从而可以为客户提供模型，帮助客户更好地分析、分担风险，寻找解决方案。”瑞再财产险再保险首席核

保官罗吉安（Gianfranco Lot）说。

罗吉安表示，中国的车险市场将持续增长，新能源汽车的渗透率仍在提升，这与其他国家形成了鲜明的对比。瑞再预计，2030年将有近一半的车险保费来自新能源汽车。“新能源汽车的保险业务尚处于亏损状态，未来是有可能盈利的。行业对新能源汽车风险的认识不断加深，对其损失情况将有进一步了解，加上费率调整，行业未来是可以呈现好转态势的。”罗吉安说。

罗吉安还表示，放眼全球，网络安全保险市场增长非常快，增量主要来自中小企业，它们的网络安全保险严重不足。过去几年，随着风险意识的增强，很多中小企业开始购买这类保险。同时，政府部门对于网络安全的重视程度也越来越高。

在罗吉安看来，工程领域保险在中国也有很大市场。“中国大力推动绿色转型，或对工程建筑行业带来更多正面影响，未来这个行业的保险需求也将呈上升趋势。”罗吉安表示，很大一部分潜力来自“一带一路”倡议，随着“一带一路”共建国家建设项目的开工，这部分潜力有望被激发出来。

积极参与养老健康保险市场

瑞再透露，将积极参与中国人身险市场，助力中国保险行业高质量发展。

根据相关安排，自12月15日起，个人养老金制度在全国实施。对此，瑞再中国区寿险与健康险再保险业务负责人、中国区执行副总裁张永强表示：“个人养老金制度的全面推行有望支

应明确税优健康险细分市场

税优健康险2015年开始试点，并于2017年推广至全国，此前在售的税优健康险产品仅为医疗险。2023年7月，国家金融监督管理总局发布《关于适用商业健康保险个人所得税优惠政策产品有关事项的通知》，对税优健康险的产品、投保人群和经营主体等进行优化扩容。今年5月，金融监管总局发布的《关于银行业保险业做好金融“五篇大文章”的指导意见》提出，丰富税优健康保险产品供给，让相关政策惠及更多人民群众。

在政策支持下，不少保险公司积极探索创新税优健康险产品，将产品覆盖到更广泛人群，保障水平有所提升。比如，今年5月，平安人寿推出首批税优医疗险及税优护理险新产品；今年7月，友邦人寿推出首款税优健康长护险产品“友邦优享长伴终身护理保险”；华泰人寿在今年7月推出首款税优健康险“华泰人寿臻享宝医疗保险”。据记者梳理，目前推出的税优健康险包括防癌医疗险、百万医疗险、护理险等产品。

根据相关规定，经营税优健康险的保险公司应在官网公布适用个人所得税优惠政策的商业健康险的产品名单，并在规定时间内披露上一年度税优健康险业务的相关保费收入等数据。据记者不完全统计，当前有人保健康、中国人寿、太保寿险、太保健康、平安人寿、平安健康、太平人寿等11家保险公司开展税优健康险业务，8家保险公司披露了2023年税优健康险业务经营数据。从数据来看，税优健康险的保费收入相对较少。

据记者梳理，披露税优健康险业务经营数据的8家保险公司2023年税优健康险业务合计实现原保险保费收入2.81亿元。其中，人保健康的保费规模最大，为8640.78万元；太保寿险、中国人寿分别实现原保险保费收入5814.18万元、4593.79万元，分列第二、第三位；保费规模最小的是太保健康，为647.52万元。各款税优健康险产品的原保险保费收入差距较大，头部产品保费规模可达3000多万元，而少的仅有几千元。

北京工商大学中国保险研究院副秘书长宋占军表示，税优健康险新政实施后推出的税优健康险产品呈现普通产品“税优化”趋势，多为存量产品的“税优迭代”形式，即在以往产品基础上拓展出税优版本。此外，受产品定位、市场导向、经营时间差异等因素影响，各类税优产品发展差异较大。“当前税优健康险市场集中度较高，税优产品多样性有待提升。”宋占军说。

宋占军表示，未来应发挥险企的专业和渠道优势，拓展税优健康险业务，扩大服务人群，进而提高其覆盖面与可及性，为人民群众提供更加全面、高效的保障服务。同时，险企应将税优健康险作为对现有产品的补充，而非替代。作为获客类产品，税优健康险可以起到连接其他保险产品的作用。此外，应明确其细分市场，避免与现有业务产生冲突。分险种来看，鉴于新政强调产品的长期性，保险公司应将长期医疗险作为发展重点。同时，由于重疾险已相对“饱和”，未来增长潜力有限，而长护险尚处于探索阶段，当前首要任务是提升人们的认知水平，并借助社会力量进行推广。

杨帆建议，消费者在购买税优健康险时，应主要考虑自身健康状况、财务状况、保障需求以及产品的保障内容、条款细节、费率水平等因素，做出理性选择。

持中国养老金体系可持续发展。同时，保险公司也需发挥优势，大力推动商业养老金保险发展，共同把第三支柱做大做强，让其在提高替代率方面产生实质性贡献。”

张永强表示，从全球来看，老龄化趋势日益严峻，大多数国家和市场都是个人对自己的养老保障承担更多责任。国内人口结构水平快速变化，当前第一支柱覆盖率虽高，但绝大多数人保障水平低且面临着持续筹资的压力。第二支柱覆盖率低且中短期内不会有大的变化。第三支柱需要发挥重要作用。目前在替代率贡献中，第三支柱贡献率不足1%，在未来逐渐增长到两位数直至达到理想的35%-40%的目标还有很长的路要走，金融机构应发挥更大的作用。

“除了积极参与个人养老金市场外，保险公司可充分利用和发挥为社会大众提供多元化风险保障和风险管理服务的优势，推动提升其他类型个人商业养老保险在第三支柱里的比例。”张永强说，可将保障型产品与养老储蓄功能相结合，长期护理保险与储蓄/年金和寿险产品相结合，增加长期护理保障，提升产品吸引力；可将储蓄产品与疾病风险附加险相结合。此外，考虑到以家庭为核心的传统养老模式，保险公司可根据家庭需要设计综合保障组合方案。

张永强表示，保险业新“国十条”勾勒出行业高质量发展的框架，瑞再希望助力行业提升定价的准确性，推动行业定价良性发展；研究推出创新产品，如收入保障保险等，推广健康险等保障型产品。针对60岁以上的老年人群体，继续推出更多长期健康险产品。此外，瑞再将突出外资公司特色，协助保险公司进行资产扩展，做好资产负债匹配管理。