

# 杠杆率之变重构健康险 一张保单如何从“保健康人”到“保人健康”

在8月31日人身险产品利率切换时点即将来临之际,多位保险业内人士表示,重疾险价格也将迎来一轮上涨。重疾险价格越来越贵,带来的是保险杠杆率下降,近年来这一现象持续显现,让消费者意兴阑珊。同时,不少重疾险产品投保门槛颇高,比如一些年轻人因患有甲状腺结节等病症被拒之门外。在险企一侧,重疾险赔付率走高、业务风险增大,叠加险企对储蓄险的押注,重疾险供给空间也受到挤压。

曾经在健康险领域扛大旗的重疾险,近几年经历了持续萎缩,让健康险整体增长乏力。同时,健康险内部结构也在发生变化,杠杆率更高的医疗险逐步替代了重疾险的主流地位。

在健康险经历重构期以及政策鼓励健康险发展的背景下,业内人士认为,健康险需走出传统的纯保险保障模式,同时加快从“保健康人”向“保人健康”转变,一张保单要涵盖专属保障、医疗服务、特色权益等多个方面,发挥健康管理、支付创新、生态整合等价值,让市场供需更加适配、行业经营能力持续提升。

● 本报记者 薛瑾

## 杠杆率变化加剧内部分化

“前两年我想购买重疾险,因患有甲状腺结节,经纪人告诉我买不了,险企会拒保。最近几天又问了其他保险中介,给出的答复依然是‘不太好买’。中介说,如果切除结节后半年内未复发,那么就有机会购买。”北京一位30多岁的白领小马告诉记者。

多位保险从业人员表示,重疾险门槛越来越高,核保通过率越来越低,客户被拒保的情况时有发生。对于买不了保障型保险的客户,会建议买一份不需要健康告知的医疗险。

除了适用人群的限制,杠杆率也在影响健康险的投保。保险杠杆是指用较少的保费支出,获得较高的保额保障,实现以小博大。保险中的杠杆率简单来说就是保障金额与所支付保费之间的比值。具体来讲,杠杆率越高,相同的保费就能够获得更多的保障额度,从而获得更好的风险保障。

中国社会科学院保险与经济发展研究中心主任郭金龙表示,受人身险预定利率下调影响,长期重疾险价格普遍上涨,消费者获取同等保额需支付更高费用,这使得保险杠杆率相应降低。

近年来,行业在重疾险产品设计上增加了复杂

程度,比如增加中症、轻症、多次赔、多倍赔等保障责任,这样更容易获得市场青睐,但这同步推升了产品成本,从而提高了件均费用。此外,重疾险销售渠道的费用等也让重疾险价格水涨船高。

健康险主要由重疾险、医疗险、护理险、失能险等险种构成。数据显示,重疾险和医疗险目前占据着健康险市场的绝大部分份额,护理险、失能险占比尚小。

过去很长一段时间,重疾险占据着健康险市场的主导地位,是健康险市场第一大险种,也是拉动健康险市场增长的主要动力。但近几年,重疾险保费呈现持续萎缩趋势,限制了健康险的增速。

记者近日获取的一份行业交流数据显示,2025年上半年,健康险原保险保费收入超6200亿元,同比增长2.3%,赔款与给付1871亿元,同比微幅下降,资金流入和流出增速均低于保险业整体增速。

从内部结构看,医疗险增长显著,占比提升较快,成为健康险市场新的支柱。根据业内统计,2024年医疗险规模首次超过重疾险,成为健康险第一大险种。

“预计医疗险会继续保持较高增速,尤其是现在DRG(疾病诊断相关分组付费)与DIP(按病种分值付费)医保改革带来的产品创新和更新,以及商业健康保险创新药品目录的制定,都会成为医疗险发展的重要动能。”一家大型险企健康险再保业务负责人告诉记者。

“DRG/DIP等多项改革措施旨在构建基础医保托底、商保分层供给的立体化健康保障新格局,在保障基本医疗需求、稳定基本医疗保障制度的同时,对于有支付能力的消费者,相关举措将激发出更多商业医疗保险需求,为商业健康险发展带来机遇。”新华保险相关负责人表示,在多层次医疗保障体系下,居民差异化的就医需求需要被看到和满足,特需医疗、院外药械、创新药物等保障缺口是商业保险的发力点。

“公司正在全面推进健康险和健康服务布局,将业务目标和资源向健康类业务倾斜,大幅提升健康保障型业务年化新保费占比,重点关注一年期健康险和健康服务。”华南地区一家寿险公司负责人向记者表示。据了解,一年期健康险的主要发展方向是中高端医疗险。“关键在于医疗信息共享,打通‘三医’,也就是医保、医院、医药。”该负责人说,希望能够获得医保等部门更多数据支持,为健康险产品精准定价、核保风控等提供依据,同时在支付结算方面得到进一步衔接。

多位险企人士表示,目前市场接受度较高的健

康险类别集中在医疗险。但件均保费相对较低、产品形态复杂,销售渠道适配难题不少,要成为险企新的盈利增长点,还有一些难题待突破。

“今年,无论是产险公司还是寿险公司,无论是大公司还是小公司,无论是合资公司还是内资公司,都把医疗险当成一个主要的产品研发方向。”前述大型险企健康险再保业务负责人说,“险企如何确保在这一领域对理赔、服务更有把控性,进行合理控费,开发出合适的产品,值得行业共同探索。产品并不是越全越好,而是要更适合消费者的需求。”

同时,围绕重疾险、护理险等其他险种的创新,以及以“保人健康”为目标的举措也在推进。

“消费者对重疾险的需求是实实在在的。未来,预计杠杆率更高、更加特定的、更加多元化的、期限更短的重疾险将出现。另外,现在越来越多的保险公司正围绕护理险展开探索,这有助于健康险市场获得新的增长点。”前述大型险企健康险再保业务负责人说。

目前,一些险企尝试把健康管理服务嵌入健康险,推动客户进行自我健康管理,鼓励客户定期体检,为疾病风险减量。

业内人士表示,行业在开发健康险产品方面形成了一定共识,比如鼓励分红型健康险、重疾险产品创新;进一步放宽长期医疗险调费机制,长期医疗保险可以在保单周年末提供转保选择权,放宽调费机制,提供保险保障与费率调整相结合的方案等。

责任的同时,新增包括全目录进口药、近400种原研药在内的1500多种先进药械。

今年7月,国家医保局、国家卫生健康委印发《支持创新药高质量发展的若干措施》,提出增设商业健康保险创新药品目录,重点纳入创新程度高、临床价值大、患者获益显著且超出基本医保保障范围的创新药,推荐商业健康保险等多层次医疗保障体系参考使用。

业内人士表示,详尽的目录会帮助险企对健康险产品实现精细化定价,险企则会对接药品的成熟度、需求度综合把关,在让保费有性价比的前提下,尽可能扩大药品的覆盖范围。

助力健康险走向完善和可持续发展的政策也在聚力。日前,金融监管总局透露,正在研究制定《关于提升健康保险服务保障水平的指导意见》,拟从推动供需更加适配、提升行业经营能力、加强健康保险监管、优化健康保险发展环境等方面,提出健康保险下一步发展路径。

北京大学应用经济学博士后、教授朱俊生表示,指导意见可能会在产品定价、医疗资源对接、数据应用等方面提供规范,从而激励险企推出更契合消费者需求的健康险产品。此外,保险在健康产业中具有资金、客户、数据等优势,监管政策将推动保险成为连接医疗、医药、养老等多方的重要枢纽,有助于形成产业联动。专家认为,险企需加强产品创新能力与生态协同能力,搭建高效的合作医疗网络,覆盖多元化的医疗场景,满足消费者个性化需求。



视觉中国图片 制图/韩景丰

## 奇妙的“账户温差”： 为何养老理财产品在普通账户更受欢迎

● 本报记者 李静

“我们旗下的一款包含个人养老金份额的理财产品,虽然整体规模增长迅速,但个人养老金账户的贡献增速明显低于普通账户。这意味着,投资者更多是出于产品业绩表现良好,将其视为一款优质的普通理财产品而购买。”某理财公司投资经理说,不仅如此,公司联合渠道方进行了抽样调查,结果显示,在个人养老金账户资金的整体配置中,与养老储蓄、养老保险相比,养老理财与养老基金所占份额非常有限。

据记者了解,养老理财这一发展态势主要受到三方面因素制约:销售端推动力度不足、历史收益率表现相对保险产品缺乏显著优势,以及投资者长期以来形成的“重安全、轻收益”的配置观念。

业内人士认为,由专业机构提供科学、系统的资产配置服务,以及通过全面提升养老理财“持有体验”增强投资者长期持有的信心,这些举措有望激活养老理财市场的发展潜力。

### 受到三大因素制约

先来看销售推动力。某理财公司副总经理表示:“多数投资者通过两个渠道接触养老产品:一是理财顾问,二是主动推介产品的销售端。在各类养老产品中,销售人员推销保险产品最积极,其次是基金,可能是受限于销售激励机制,销售人员推销理财产品力度较弱。一个直观的体现是,理财顾问在微信公众号等平台发布的保险产品文章最多。”

除了销售方不积极,收益率表现亦是重要因素。“在过去一段时间,理财产品的收益率相对保险产品来说没有显著优势。”上述理财公司副总经理说。

最后来看消费者对养老资金的认知偏好。无论是年轻人,还是年长者,多数人将安全视为养老储备的首要原则。在这一观念影响下,客户倾向于将养老资产配置于存款与保险产品,而非有一定

无论是年轻人,还是年长者,多数人将安全视为养老储备的首要原则。在这一观念影响下,客户倾向于将养老资产配置于存款与保险产品,而非有一定风险的理财产品和基金。

### 提升投资者持有体验

上述认知偏好还体现在,相较于目标日期型养老产品,投资者对目标风险型养老产品的接受程度更高。“我们调研发现,当前投资者对目标风险型养老产品接受度相对较高;对一站式长期投资方案,例如须连续投资30年的产品,仍持谨慎态度。更多人偏好将养老资金恒定置于低风险水平。”某资产管理集团中国区负责人说。

业内人士认为,养老理财要实现良好发展关键在于提升投资者持有体验,让投资者体会到长期投资的价值,从而“拿得住、持得稳”。

“当前在个人养老金账户的配置中,投资者倾向于选择储蓄存款。但是据测算,一只年化收益率仅比储蓄存款高出0.5个百分点的产品,在30年复利作用下,两者最终的收益差距会非常大。”上述某理财公司投资经理说。

事实上,养老投资除了需要关注本金亏损和产品破净的风险,还需要关注收益

不足,无法跑赢通胀的风险,但后者往往容易被投资者忽视。

为实现上述目标,理财公司应从深入了解客户需求出发,将其作为产品设计的首要考量因素,尤其需重点评估客户可承受的净值波动范围。最终目标是通过优化持有体验,帮助客户切实感受到长期投资与复利积累对养老储备的积极影响,这需要理财公司、银行渠道及销售顾问等共同参与和推动。

产品业绩表现是根本。记者在调研中发现,理财公司普遍对自己的产品竞争力抱有充分信心:一方面,当前保险机构与理财公司均面临着优质资产稀缺、难以持续获取高额回报的困境,当大家都需要向市场“要收益”时,理财产品的竞争力有望提升;另一方面,与公募基金相比,理财公司在资产获取能力和投资策略灵活性方面具备一定优势。

### 强化资产配置

当前个人养老金账户资金配置仍以投资者自主决策为主,而非委托专业机构进行资产配置。业内人士认为,若能由专业机构基于客户实际需求提供科学、系统的资产配置服务,将激发养老理财市场发展潜力。

“我们正与销售渠道探讨,将针对每人每年1.2万元的个人养老金额度,为客户提供一套完整的资产配置方案。例如,为客户建议储蓄、保险、基金、理财四个类别的具体配置比例。将资金全部投入储蓄存款看似稳妥,实则回报率较低,难以充分发挥养老资金‘长钱长投’的优势。”上述理财公司副总经理说,可以借鉴海外一些成功的做法,例如根据客户的年龄、收入、退休时间、理想生活水准等因素,评估其所需的养老替代率和资金规模,判断客户当前储蓄和投资计划能否满足未来需求,并提供配置调整建议,增加或减少某类资产占比,并支持每年进行定期回顾和动态调整,以保障养老计划沿既定目标推进。