



“惠民保”四处开花 能否成第二个“大病医保”？

保费几十元 保额上百万

羊城晚报记者 程行欢

“保费几十元、能保上百万元”的“惠民保”产品越来越多了。据不完全统计,今年以来,这一类保险出现了大爆发的趋势,目前全国已有17个省48地市在推广这一有着各地“花名”的社保医疗补充商业保险,如深圳市重特大疾病补充医疗险、佛山佛医保、广州惠民保、东莞市民保、杭州市民保、宁波甬惠保……“我们这个月底可能在广东两个市推出这类产品。”一位大型保险集团的健康险公司负责人告诉记者。

羊城晚报记者注意到,这类保险有着共同的特点:有地方政府牵头或站台,与相关的保险公司进行合作承保,入门门槛低,最低的仅需几十元,但最高能报销上百万元的医药费;投保宽松,不限年龄,部分特效药也能报销……作为一种普惠型商业医疗险,这是一款听起来相当美好的产品。那么,这样的产品能否成为第二个“大病医保”?未来又会怎么走?

新商机下险企纷纷入局

羊城晚报记者梳理发现,目前公认最早的一款惠民保产品,是2015年深圳市政府首次推出的重特大疾病补充医疗保险,由平安养老保险集团公司承办。此后,多个城市和保险公司陆续推出类似项目,经过几年的发展,惠民保逐渐形成几种不同的商业模式。其中的差别主要体现在各个地区的政府参与程度和保障责任上。

在已经上线的40多款“惠民保”中,约有一半是今年集中上线。2020年1月23日,银保监会等13部门联合发布《关于促进社会服务领域商业保险发展的意见》(银保监发〔2020〕4号),鼓励商业保险机构经办基本医保、医疗救助等,提供优质服,探索将商业健康保险信息平台与国家医疗保障信息平台按规定推进信息共享,强化医疗健康大数据运用,推动医疗

支付方式改革,更好地服务医保政策制定和医疗费用管理。同时,整个社会也有解决无法通过医保解决的特效药贵的需求。

而对于保险公司来说,医疗健康险已经迎来爆发的风口,但如何在同质化的产品中脱颖而出,急需新的创新模式。因此,响应政府的需求开始出现了具备官方背书性质的惠民保险,凭借进入门槛低、承保金额高,并可以解决部分“住院贵、吃特效药贵”的问题,也让越来越多的保险公司转向了这一领域。

除了专业保险公司,近两个月来,与保险业务相结合的互联网流量平台也纷纷加入。例如360保险、腾讯微保和水滴保险商城也开始上线“惠民保”,并突破了以前单一城市的“一城一产品”规律,还上线了全国统一版的产品。



图/新华社

直接获利难 险企或意在下沉渠道

对消费者而言,险企争相进入的惠民保,也具有一定的吸引力。这是由于惠民保的定位——一是门槛低,没有年龄和身体健康程度的要求,只需要配备最基本的社保即可;二是在保障范围方面,涵盖了让消费者最纠结的两大方面,医保目录内的自费部分和医保目录外的特约(有些产品只保障其中一个方面,有些产品保障两个方面)。

根据广州惠民保公布的数据显示,这款在2019年年底开卖的产品,线上销售的一个月期间共有66万人参保,其中零岁婴童4000人,百岁老人13位。微保今年8月推出“百城惠民健康保障计划”,将近100天的时间全国上线了十余座城市,其中今年8月份上线的东

莞版“市民保”,在不到两个月的时间参保人数近120万;而淄博版“齐惠保”上线1个多月,参保人数近60万。

有业内人士表示,惠民保产品吸纳了大部分原有商业保险难以触及和覆盖的下沉市场和下沉人群。由于没有健康和年龄的需求,这些客群以往并不是保险公司的客户目标,因此,虽然“惠民保”带有普惠性质的,也不太可能给保险公司带来直接利润,但是这部分新拓展的市场和客户,可能成为二次开发的新资源;另一方面,由于这款产品受到政府部门的支持,还有利于建立与当地政府及医保部门的关系,进一步开发当地资源,例如有的城市甚至可以直接用社保卡支付“惠民保”。

延伸阅读 “惠民保”产品值得买吗？

根据产品对比可发现,“惠民保”类似于缩水版的百万医疗险,百万医疗险虽然价格高于“惠民保”类的产品,但也相当便宜,已经进行了更为齐全的医保外报销覆盖。对于身体健康、投保没限制的消费者来说,建议优先购买百万医疗险。

而对于年龄过大、身体欠佳、高危职业的消费者来说,投保普通的百万医疗险可能不符合购买条件或部分疾病除外的问题,可以买“惠民保”,用来补充基础医保的不足。对那些已经购买了百万医疗险的消费者,若有些疾病被除外,例如不保乳腺、甲状腺等部位的疾病,也可以用“惠民保”类的产品来填补这个缺口。(程行欢)

系统风险尚需充分评估

对消费者来说,价格不贵;对企业来说,愿意争相进入,这似乎是一种双赢的格局。

“作为普惠型的产品,价格也不贵,如果不能购买其他商业保险,惠民保是一个很好的选择。”一位业内人士告诉羊城晚报记者,比如年龄过大、身体欠佳、从事高危职业的人,就可以选择这类产品。不过值得注意的是,这也带来一个新的问题:因为没有门槛,相当一部分人可能是带病投保,因此给这一类产品带来了一定的风险。

还有重要的一点是,“惠民保”免赔额较高,并且是在医保报销基础上再报销自费部分的80%,因此个人整体医疗费用部分接近4~5万元的时候,才能达到惠民保的起付线,这很可能出现健康的人群不愿意去买这类产

品,带病的才去买的情况。不利于扩大参保基础,不排除产品上线后一两年出现亏损的情况。

此外,与普通医疗险可随时投保的特点不同,目前各地推出的“惠民保”都采取集中一段时期投保的模式,到期即关闭,保障期间为一年。从目前来看,参保率不高,这也导致了缴纳保费总数规模不大的问题。公开数据显示,在政府的大力推广之下,深圳的项目出现较早,参保人数已经达到750万人;而广州在2019年的社会医疗保险参保人数为1302.21万人,购买惠民保的有66万人,渗透率仅为5%。

9月24日,刚上线1个多月的惠嘉保宣布,“由于相关政策限定,惠嘉保产品近期无法再次上线。”自此,惠嘉保成为国内首个停止投保的惠民保类保障项目。

成为第二个“大病医保”待商榷

有政府积极站台甚至介入,可以解决部分昂贵特效药的问题,那么,惠民保类产品,是否会成为第二个“大病医保”项目呢?

“目前还为时过早,首先要解决的是可持续性的问题。”上述健康险公司负责人告诉记者,一项政策性的保险产品推广,必须有足够的可持续性。目前“惠民保”虽然发展迅猛,但还处在业内和监管层的观望阶段,能够走多远?该如何规范?也需要时间和数据支撑。另一方面,医保目录的调整与变化,取决于诸多因素,包括医疗技术的进步导致的治疗

手段、药品的变化;社会发展与环境变化也会导致对疾病的重新定义;还有医保资金池的基数和承受力等。

不过,有选择总是好事。记者了解到,去年在广州上线的惠民保即将再次开启新一年的销售窗口。数据显示,该产品上线后截止到今年的第三季度,累计总结案3777件,单笔最高理赔金是8.87万元,但理赔累计总额尚没有公布。即将上线的新产品“保费不变,还是49元,保障升级200万元、特药目录也有提升”,相关人士向记者透露。

外汇局：三季度经常账户顺差942亿美元

羊城晚报讯 记者戴曼曼报道:11月6日,国家外汇管理局公布2020年三季度及前三季度我国国际收支平衡表初步数显示,2020年前三季度,我国经常账户顺差1707亿美元,与同期国内生产总值(GDP)之比为1.7%,国际收支支持基本平衡。

国家外汇管理局副局长、新闻发言人王春英表示,三季度经常账户顺差942亿美元,在国内经济运行持续稳定恢复、金融市场双向开放推动下,跨境资金的双向流动更加活跃。

从三季度我国国际收支特点来看,货物贸易顺差增长。2020年三季度,国际收支口径的货物贸易顺差1554亿美元,同比增长27%。其中,出口和进口同比分别增长9%和5%,表明在国内疫情有效防控和经济稳步恢复下,货物贸易持续改善。

与此同时,服务贸易逆差收窄。数据显示,2020年三季度,服务贸易逆差404亿美元,同比收窄44%。

中欧班列 今年开行超万列

据新华社电 记者6日从中国国家铁路集团有限公司(下称“国铁集团”)获悉,中欧班列今年开行超万列,截至5日,达10180列,再创新纪录,运送集装箱92.7万标箱,同比增长54%,往返综合重箱率达到98.3%,通达欧洲21个国家和地区、92个城市,为维护国际产业链供应链安全稳定提供了有力支撑。

国铁集团货运部负责人介绍,今年以来,面对疫情冲击,铁路部门认真贯彻落实中央“六稳”“六保”决策部署,积极应对以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局,不断提高中欧班列运行效率和品质,开行数量实现8个月持续增长,为经济社会发展秩序加快恢复做出积极贡献。

经济新动能 民企新力量
创二代来啦!

总策划:刘海陵 林海利
总统筹:孙璇 吴江
执行:孙晶 李卉 赵燕华
文/羊城晚报记者 王丹阳 孙琦曼
图/受访者提供

大学时曾“玩过创业 考察市场”

祖籍福建莆田,徐昇在广州出生、长大,与广州仔女一样能讲一口流利的粤语。他中学在广州育才中学度过,喜欢绘画。高考时,他以艺术生身份,考入北京首都师范大学新媒体专业,主要学习影视后期制作。用徐昇的话说,是“搞电脑参数的”技术男,因为进入大学后,绘画都转用电脑。

徐昇人生的第一次创业也是在学生时代,跟别人合伙拍过广告传媒类的片子,小赚一笔。

“小打小闹,没有很强的目的性,没想过要赚多少钱。”徐昇说,“玩过”创业就是要考察市场,赚钱并非目的。

同样为了“考察市场”,徐昇大学时每逢放假,就开始社会实践。除了进过自家公司实习,他还在银行接待、游戏测试、游戏运营等职位工作,从传统制造、金融到互联网的大小公司都去过。一路实践下来,徐昇发现自己更喜欢小公司的氛围,不喜欢打卡、规章严的大公司。2015年年底本科毕业后,徐昇选择了从北京到

太平洋的另一端——美国旧金山,继续攻读MFA(艺术硕士),新媒体方向。

为何会选择去海外继续攻读艺术而不是工商管理等商科工程?

“不喜欢,强迫读也没用。”徐昇说,正是家人了解他,给了他充分选择的自由。

在美国4年,徐昇不仅要去做功课、写论文、拍毕业作品,他还对文化、历史、媒体等人文社科类选修课产生浓厚兴趣,更喜欢到处实地观察,熟悉外面的世界。最后,他的毕业论文主题就是中外文化差异。

不仅如此,长在Z世代的徐昇在留学期间还一直保持阅读报纸的习惯。徐昇说,他从小喜欢看书,从中国古典文学到莎士比亚,从凡尔纳的科幻到哈利波特的魔法世界。高中时,还在图书馆借书,提前电影进度看完了整套的《哈利波特》。

直到现在,他也喜欢读报看书,获取信息。最近正在看的一本书则是《人类简史》。

帮家族企业建网络平台“云端”推广

“这些互联网公司跟家族企业很不一样,但是跟我现在管理的跨境网络平台搭建很相似。”今年年初正式回自家公司上班的徐昇说,虽然父亲对他接班没有强迫要求,但他在回来前做好了准备。

如今,在嘉德乐集团里,徐昇分管跨境销售,带领外贸销售队伍。他一边管一边学,包括帮助在传统的家族公司嘉德乐在阿里巴巴大宗商品平台、谷歌推广平台等搭建公司网站,推广外贸。

每天早上,从珠江新城的家到公司办公室,徐昇会变成父亲的“早班司机”,开车搭着父亲一起上班。不过他说,父子俩上班路上和回家时,谈生意并不多,主



徐怀义(左)、徐昇父子

要是聊家事。现在,徐昇一天的时间大致是:上午,在公司搭建网络平台;下午回复海外客户询盘,广告发布。像公司主打的拳头产品甘醋、月桂酸酯、PTS等中英文资料、关键指标和证书等,他都能和海外客户应对自如。

在公司,父子俩各管各的,日常聊天则是业务居多。徐昇说,回国后跟父亲都报读了同一间学校的工商管理课程,因此在公司管理上,父子两人反而思想同步,理念相同。虽然专业和个人兴趣都不是食品添加剂,但不妨碍徐昇对自身工作和公司未来的判断,他坦言:“产业我不喜欢,但这个产业有潜力,对运营公司我也并不反感。食品是刚需,公司发展更是非常有潜力。”

徐昇的父亲徐怀义出生在福建莆田,拥有闽南的睿智基因。初中时,他曾辍学在家放羊,但后来凭借着自身努力考上了上海理工大学精密机械专业,成为那个年代村子里少有的大学生。

1985年毕业后,徐怀义被分配到了广州担任精密仪器技术员,不曾想到的是,当时分配的这个城市,会成为他后来奋斗扎根的“第二故乡”。不久后,徐怀义又从这家工厂离开,机缘巧合进入油脂化工行业。

千禧之年,改革开放春风吹拂下,各行各业一派欣欣向荣,机会充斥着每一个产业。徐怀义辞职下海,开启白手起家的拼搏。在商海中,几经沉浮,2005年,徐怀义成立了广州嘉德乐生

对话

创一代谈家族治理和职业化管理：“我不强求子女接班”

如何让孩子顺利接班?如果孩子不愿意接班,企业又该如何继续经营下去?对于这些问题,创一代徐怀义有自己的答案。

“儿子研究生毕业于旧金山大学,学的是新媒体,所以他对营销方面有着自己独特的想法。”徐怀义谈起儿子时,脸上有着压抑不住的自豪和欣赏。令徐怀义十分欣慰的是,留美归来的儿子并没有和许多富二代一样想要定居海外,而是二话不说地回到了自己一手创办的企业中。

与出身精密仪器行业的父亲不同,研究生毕业的徐昇并不熟悉化工行业,因此,如何让儿子顺利接班,成为徐怀义企业棋路中的重要一步。

“一个大型企业,领导者是不可能面面俱到的,专业的事情要由专业的人来做。”徐怀义了解儿子擅长的领域,也清楚企业发展

的关键所在。为了让企业更好地发展、传承下去,徐怀义成立了一个8人的管理团队,分管财务、人力资源、生产、采购、技术、品控等多个方面。

“研发、技术一定要是专业的团队来做,但是销售、渠道一定必须把控在自己的手里。”对于这个由自己亲手搭建的团队,徐怀义有着清晰的规划,企业的命脉由自己掌握,而未来如何在商海里驰骋,则由精英职业经理人组成的团队为儿子保驾护航。

“如果孩子愿意接班那是最好,如果不愿意的话,经营权与所有权分开也未尝不可。”虽然徐怀义多次强调,自己并不强求子女接班,但他脸上流露出的期待之情却早已溢于言表。在企业传承之道上,徐怀义认为,从家族企业治理转向职业化治理,通过分离经营权和所有权、建立监事会等手段,也可以有效地保证企业的基业长青与稳步发展。

深耕酯类添加剂成“隐形冠军”

化科技有限公司,由此开启了他

在酯类添加剂这个公众并不熟悉的赛道上的新征途。

“要把酯类产品从一米宽的赛道,挖到100米深、1000米深,直至1万米深,深耕到极致。”徐怀义回首创业,经过十余年努力,现在嘉德乐已成为一家集研发、生产、销售于一体的大型油脂化工企业,已开发、生产出分子蒸馏单甘醋等类高乳剂产品及季戊四醇硬脂酸酯等塑料助剂,产品可广泛应用于饲料、食品和塑料领域。

“我常说我们是‘酯酯不倦’。”徐怀义说成立以来,公司一直深耕酯类添加剂领域,并做到“隐形冠军”。如今,嘉德乐产品以高质量、高纯度成

为国内添加剂行业的优质进口替代产品,也顺利地销往全球超60个国家。同时,嘉德乐在饲料、食品及塑料添加剂等领域均有布局,逐步向高端型添加剂转型。

疫情恰恰逢加速了嘉德乐产品高端化转型的步伐,以酯类产品突围,未来嘉德乐将计划跻身医药大健康领域,实现公司高纯化转型。嘉德乐正在研发生产中链甘油三酯(MTC),无需胰脂酶水解就能够被快速消化吸收,可广泛应用于减肥代餐粉等减肥产品中。

2019年嘉德乐营业额近2.8亿元。今年,疫情之下,嘉德乐外贸出口销售额仍然保持正增长,涨幅超30%。