

几十元可保百万元，惠民保值得买吗

■中国城市报记者 郑新钰

近来，一款被称为“惠民保”的城市定制化保险被刷屏。因其门槛低、保费低、报销比例高的特点，成为继“百万医疗险”之后又一网红保险产品。

那么“惠民保”和医保、商业保险之间有何区别？是否适合所有的消费者？

实为普惠型医疗补充险，险企“赔本赚吆喝”？

所谓惠民保，是一款由政府部门指导，介于医保和商业保险之间的普惠性大病医疗保险产品。医保没报完的住院费、医保不报的自费特效药等，都可以用惠民保类保险来进行二次报销。

2015年，深圳率先推出惠民保。不过此后几年，该类保险一直默默无闻，各城

市在动作上均以调研、观望为主。直到2019年初，江苏南京和广东珠海两地才开始尝试推广惠民保类产品。

到了今年，特别是新冠肺炎疫情暴发后，居民对健康保障的需求被激发，一时间该产品遍地开花。甚至有分析称，惠民保平均每3天进入一座城市。

据记者不完全统计，城市方面，已有北京、广州、南京、惠州、烟台等百余座城市推出了类似于惠民保的全民保险。大部分惠民保产品的命名方式都会体现出城市特点，比如北京“京惠保”、东莞“东莞市民保”、佛山“佛医保”等。

公司方面，众险企蜂拥而至。目前，参与惠民保产品承保的既有中国人寿、平安保险、太平洋保险等老牌险企，也有长安保险、东吴人寿等新兴公司。

惠民保为何如此火爆？

中国人寿保险股份有限公司相关负责人表示在接受记者采访时表示，惠民保的推出是为了响应《中共中央 国务院关于深化医疗保障制度改革的意见》中提到的“到2030年，全面建成以基本医疗保险为主体，医疗救助为托底，补充医疗保险、商业健康保险、慈善捐赠、医疗互助共同发展的医疗保障制度体系”的目标。

几十元保费就能撬动百万元保额，这不禁让人发问：保险公司是在做赔本买卖吗？

“对于保险公司来说，惠民保是一片新兴市场，由于其涉及人群广，因此容易上规模。在有政府背书的前提下，如果抢占到一定市场份额，相当于保险公司既有了市场影响力，又有了市场地位，因此险企竞相开发此类产品。”上述负责人表示，像这类产品一般都是通过多个保险

公司共保机制来分散项目风险，同时也确保偿付能力。

专家：适合年龄较大、身体较差、经济不宽裕人群

“父母年迈，还能再购买吗？”“我已经购买了百万医疗险，还需要再购买惠民保吗？”……在“一城多险”的情况下，如何选择保险产品令众多消费者摸不着头脑。

一位保险业分析人士在接受记者采访时表示，相较于百万医疗险，惠民保产品的特点一是费用非常低，低收入人群都可接受，保障人群覆盖范围广；二是凡是出生满28天以上，当地基本医疗保险参保人员均可参保；三是惠民保可从医保卡上直接划费，方便参保人群。

值得注意的是，约九成的惠民保产品免赔额设定为2万元，也就是说，只有自费金额超过2万元的部分才可报销，这要高于百万医疗险普遍设定的1万元免赔额。

此外，如果投保人此前患有条款所约定的部分既往症及其并发症，那么因此类疾病发生的住院医疗费用也不在赔付责任之内。

广东东莞市民张先生是惠民保的受益者。他告诉记者，家人治疗肺癌，医保目录内的费用一共花了24万元，医保报销后自己还要再花6万元；另外，购买特效药“泰圣奇”还自费了20万元。

“由于提前给家人购买了该保险，医保内住院费自费超2万元的部分可以报销85%，特效药费又报销了85%，算下来，原本我自己要出26万元，但因有了保险，我只花了5.6万元。”张先生说。

“惠民保的目标明确，主要承担了重大疾病在社保目录以外的特定高额药品。”上述保险分析人士建议，没有购买商业保险的老年人以及身体较差的人群购买惠民保；如果身体健康，年龄和经济允

许，可以优先购买百万医疗险，在此基础上再考虑补充购买惠民保。“购买任何保险时，都需要注意保险条款中的责任免除范围。”他说。

业内：厘清政府、险企及平台各方的职责定位

国家卫健委公布的《2019年我国卫生健康事业发展统计公报》显示，2019年，我国个人卫生支出占全国卫生总费用的28.4%。从这个数据可以看出，个人依旧有动力通过购买保险来缓解自身医疗支出负担。由此，分析人士认为，惠民保的火爆态势有望在未来一段时间得以延续。

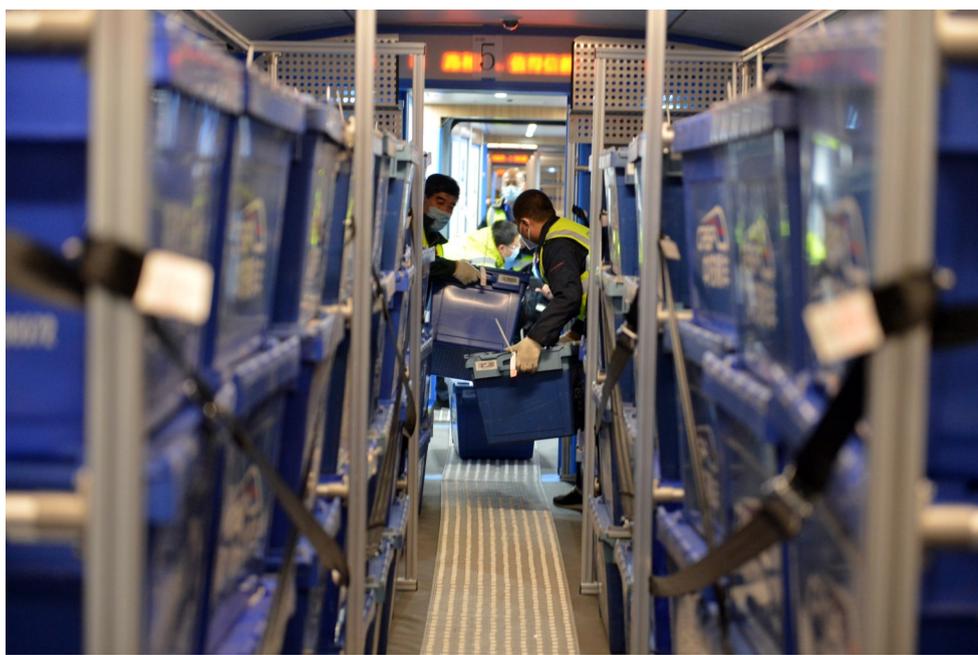
不过，作为一款自愿投保的保险产品，未来能否成功取决于参保人群数量是否能形成有效的风险分散机制。

从记者拿到的一份保险公司内部材料来看，深圳是目前参保人数最多的城市。2019年，深圳市惠民保参保人数已达750万人，覆盖全市50%基本医保参保人，累计为6.9万人提供理赔服务，提供理赔服务赔付金额高达8.7亿元。

“一般认为参保人群覆盖率在70%-80%才能有效分散风险。”南开大学卫生经济与医疗保障研究中心主任朱铭来说。

记者注意到，一些险企已经尝试提供一些惠民、便民的增值服务，来增强惠民保产品的吸引力和用户黏性。比如，通过提供慢病管理、用药福利、癌症及肿瘤筛查等多项健康服务，让健康管理贯穿疾病防治的各个阶段。

泰康养老健康保险事业部副总经理冯鹏程认为，惠民保在各地推行的情况差异较大，未来还需要进一步厘清政府、保险公司、平台各方在其中的职责定位，推动惠民保类产品与基本医保紧密衔接，使其成为中国特色的多层次医疗保障制度的重要组成部分。



复兴号变“货车” 首次运送“双11”快递

近日，首趟试点复兴号动车组整列装运快件的DJ5917次列车从北京西站发出，满载着近40吨快件开往湖北汉口站。据了解，用改装后的整列复兴号运送快件在高铁快件运输上尚属首次，这也是今年铁路部门创新推出的新型快件运输产品。

从11月1日开始，铁路“双11”电商黄金周运输服务启动，将持续至11月20日。

中国城市报记者 全亚军摄

网易严选宣布退出“双11”大战，葫芦里卖的什么药

■中国城市报记者 郑新钰

“希望消费者走好自己的路，不要被复杂玩法套路。”11月4日，网易严选发布消息称，今年将退出“双11”大战，更直言要为购物节“泼一盆‘冷水’”。

对于今年的“双11”，网易严选称自己不发战报、不再为销售额开庆功会，还提醒消费者思考是该“花明天的钱，为今天的欲望买单”？还是回归初心“买对的，不买贵的”？

11月6日，记者下载最新版网易严选APP后发现，APP标识上仍有“11·11”字样。

对此，网易严选方面向记者表示，要退出的是这个鼓吹过度消费、为销售数字狂欢的“双11”。今年“双11”网易严选不做复杂优惠玩法，没有养猫盖楼、组队PK、手势地图，但“双11”当天准备的商品是全年抄底价，一些商品还能“价保1整年”。

公告发布后，有不少网友认为网易严选是电商平台中

的“一股清流”，但也有网友质疑其举动的真实目的。有网友表示：“说退出其实没有真退出，坐等这条热搜，另类营销还顺便踩了一脚敌方电商。”“说是退出，结果还不是营销？”……

“相比其它电商一味诱导消费者买买买，网易严选提出理性消费这点是值得肯定的。”网经社电子商务研究中心在线零售部主任、高级分析师莫岱青在接受记者采访时说，这次事件可以看做是网易

严选的反向营销方式，希望通过这种方式获取用户与流量。

一个不争的事实是，在“双11”大战中，天猫、京东、拼多多、苏宁易购等头部电商平台的营销策略花样百出，战局相当激烈，绝大部分流量都聚集在这些头部平台中。

巨头之间对于流量的激烈争夺，也让腰部电商平台获取流量变得难上加难。

莫岱青认为，以网易严选为代表的精品电商在国内市场依然处于发展期，严选打

开了精品电商的窗口，具有一定的先发优势，但面对来自其它如淘宝心选、京东京造、小米有品、苏宁极物等同行的冲击，未能形成爆发式增长态势。

“网易严选依然需要在发展中实现突围，借助热点牵起一阵热度，更重要的是要在产品把控、售后体验、销售渠道等方面做得更好。网易严选这样的精品电商是‘小而美’的电商，走出自身特色之路至关重要。”莫岱青说。