中国城市报

健康城市 周刊

19-20

■2021年2月8日 星期一

■本版责编 康克佳 ■本版美编 郭佳卉

以新代旧，重疾险选购如何避“坑”

■中国城市报记者 张亚欣

关于重疾险调整的靴子终于落地，那些一直挣扎“买新”还是“买旧”的消费者不必再纠结：2月1日，旧版重疾定义下的保险产品全面下架。

随着《重大疾病保险的疾病定义使用规范（2020年修订版）》过渡期结束，重疾险跨入新定义时代。值得注意的是，记者从多家保险公司获悉，多数保险公司的重疾险旧产品在退出历史舞台前出现了爆单的情况。为何重疾险旧产品还能获得“回光返照”的机会？面对新产品的推出，消费者又该如何避“坑”？

多重原因 引发退市前的爆单

下架的前一天，重疾险旧产品迎来了退场前的高光时刻，一度冲上新浪热搜榜。各大保险公司的营销员们也都忙得不可开交，今年1月份以来，重疾险老产品保单量突然激增，大大加大了不少保险公司销售人员的工作量，用他们自己的话来概括就是“累并快乐着。”

“为了搭上这趟‘末班车’，不仅我们拼了，客户也拼了。”一家大型保险公司的营销员徐畅告诉记者，连他们自己也没有想到，重疾险旧产品的销量陡然提升，营销员、核保员都在加班加点地处理单子，只盼让每位符合规定的投保人都可以赶上重疾险产品在新政落地前的末班车。

事实上，近十年来，我国重疾险发展堪称迅速，2019年保费已经达到4107亿元，占健康险保费收入的58%，是健康保险领域最为重要的保险产品之一。而根据光大证券分析出的数据预计，在重疾险新规刺激市场需求的加持下，2021年开门红产品销售量会达到新高。

为何重疾险旧产品在市场上如此“吃香”？是因为“停售的永远是最好的”消费心理在作祟？还是它真的比新产品要更好？

“随着疾病发生率的不断升高，工作压力的增大以及大家定期体检但不太友好的体检报告，让很多人都有了购买商业保险的意识。只不过当大家在购置保险的时候，有些人会比较果断，在很短时间内就研究做决定。但有些人也会‘不着急’，想起来研究一下，工作忙了就忘了。”资深保险从业者小佳在接受记者采访时坦言，此次重疾改革更像一个催化剂，推动了很多人快速做出决定，才有了热卖重疾险的现象。

“火爆的背后也不排除商业运作的可能。”中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍在接受记者采访时指出，重疾险旧产品下架前，网上铺天盖地呼吁消费者赶紧“上车”的宣传也在一定程度上刺激了消费者在极短时间内做出消费决策。

新旧不同但各有优势

搭上重疾险旧产品“末班车”的消费者暗自庆幸，没来得及“上车”的人不禁懊恼，总觉得自己亏大了。

“我一直想给自己买重疾险，但还没来得及研究明白买哪种，旧产品就下架了。”北京白领王卉告诉记者，错过了旧产品，她的确有点儿后悔，很担心新产品的性价比不如旧产品高。

对此，小佳从专业的角度作出了解释：“改革是一把双刃剑，有好的地方，比如病种明显增多，也有不好的地方，如一些疾病理赔门槛相对变高。而单就改革前后的产品来说，一定是各有各的优势。”

小佳进一步指出：“在改革前，大部分的保险公司都推出了‘择优理赔’的利好政策，即购买旧重疾险，在未来发生理赔时保障利益可有权在旧规和新规之间选择择优，哪个规定对客户有利，就按哪个标准赔。因此，对于消费者而言，在身体还健康时可以选择有‘择优理赔’的旧版重疾。”

记者对比产品后发现，旧版重疾险多是疾病发生后一次赔付，不再续保。而按照新规，一些疾病将按照轻重两级赔付，并可续保，轻症赔付只赔一部分的保额，所以保单还是继续有效的。

因此，小佳认为，保险产品不断迭代更新，购买保险产品的门槛也和自身身体状况有关，早拥有保障早安心，后续可根据预算再不断增加保额。

在杨巍看来，每个险种背后都有大量数据做支撑，相对科学，特别是人身保险产品，其精算技术更加成熟。所以，重疾险产品更新会更适应市场环境的变化，比如基于医疗技术的发展，此前部分重大疾病的治疗技术由传统手术升级成了微创手术、一些早期甲状腺肿瘤如果早被发现更容易治疗等。因此，杨巍认为，保险产品的更新换代将越来越符合市场实际需求，也将更加科学。

新产品价格普遍上涨 但可能波动不大

随着重疾险旧产品下架，新产品已陆续亮相，因此，今年也被业内人士普遍称为重疾险新产品的发展元年。

据了解，目前各大保险公司上架的重疾险新产品并不多，已上架的产品除了少量的新品外，其余的是在旧的重疾险产品上进行了更新。以百年人寿推出的百年康惠保（旗舰版2.0）为例，该产品基本上保留了此前百年康惠保（2.0版）的60岁前确诊重疾给付160%基本保额+前症保障+（可选）中轻症保障+豁免保险费的框架。根据新规范，新产品把TNM分期为Ⅰ期的甲状腺癌归到轻症疾病之列，且按照基本保额的30%给付保险金，这也是新规范设置的轻度疾病赔付上限。而原来百年康惠保（2.0版）是依次按照基本保额的40%、45%、50%给付轻症保险金，对比来看，轻症赔付的比例有所下降。

而平安人寿则在重疾险旧产品下架后，马不停蹄地推出了新产品，即打造“新重疾+新服务”的重疾产品体系。记者研究发现，其高端系列平安六福保险产品计划打造分组多层次给付重疾产品，满足高端客户多次保障需求；中端系列旗舰产品平安福21保险产品计划更新重疾定义，保障更广、责任更全；基础端系列上市鑫福星保险产品计划，专注于重疾保障。

不少像王卉一样仍在观望中的消费者，则担心重疾险新产品的价格会比旧产品高出很多。

出于对市场因素的考虑，杨巍指出：“没有经过市场竞争、供需关系的考验，刚上架的重疾新产品的价格势必要比老产品要高。”

“其实，无法单纯地比较重疾险新、旧产品的价格。”徐畅告诉记者，除了定义、责任范围和理赔条件外，决定重疾险价格的因素还有疾病发生率、利率风险、偿付能力以及公司经营策略等。徐畅坦言，目前市场上推出的新产品不够多，还无法准确预判价格走势。但在他看来，即使新产品报价普遍会涨，但其波动也不会特别大。

对于重疾险新产品，消费者在选择方面该如何避“坑”？小佳建议，由于重疾险是长期的保障，除了综合关注保险公司的背景、经营能力、偿付能力、理赔速度、用户服务、产品的利益及对应的合同条款外，更应该了解它的功能，也就是补偿因大病或意外身故导致的收入中断，同时应搭配住院医疗险弥补住院期间社保无法报销的自费部分。

青岛：“健康直通车”直达百姓身边

春节前夕，山东省青岛市西海岸新区灵珠山街道社区卫生服务中心“蓝丝带康养医疗队”联合青岛大学附属医院西海岸院区心内科专家一起携带便携式B超、智慧家医服务箱等，乘坐“青大—灵珠”号健康直通车进家入户，将健康送到百姓身边，保障群众健康祥和过春节。

中国城市报记者 **全亚军**
通讯员 **张进刚**摄

新发癌症人数递增且日趋年轻化

■中国城市报记者 张亚欣

每年的2月4日，是世界癌症日，今年的主题是“关爱患者，共同抗癌”。

据世界卫生组织统计，2020年全球确诊的癌症患者数量达到1930万人，而死于癌症的人数增加至1000万人。目前，全球1/5的人在其一生中都会罹患癌症，1/8的男性和1/11的女性会死于癌症。随着全球人口增长和预期寿命增加，癌症将会更加常见。

事实上，“谈癌色变”仍是当今社会普遍存在的现象。在一些环境中，癌症患者甚至遭到歧视，以至于不敢承认自己是癌症病人。这种错误的做法可能影响到人们参与癌症筛查的积极性，不利于癌症的早期发现和治疗。

除了新发癌症人数逐年递增，癌症年轻化也值得关注。部分癌症的高危人群，如果能早筛查早诊断早治疗，可以尽最大可能争取更好的疗效。

对于癌症的预防与治疗，京东健康全职医生表示，80%的癌症与生活习惯和环境有关，吸烟、酒精与肥胖，是导致癌症出现的三大“罪魁祸首”。改善日常生活习惯，如戒烟、限制饮酒；食物多样化、少吃腌制食品；控制体重、适当运动等，均是较为重要的防癌措施。另一方面，应该做到定期自检、体检，注意重视对持续性消化不良、久治不愈的溃疡等癌症危险信号，以便尽早发现癌前病变并及时治疗。