

# 一顿饭钱换百万医疗保障,靠谱吗?

“一顿饭钱换百万医疗保障。”听起来是不是很动心?近年来,一种俗称“百万医疗险”的保险产品,以低保费、高保额等作为营销手段,迅速蹿红网络,受到消费者的青睐。仅今年一季度,互联网健康险保单件数就达4.89亿件,同比增长41.4倍。这种看上去像天上掉馅饼的事,靠谱吗?热销背后是否有“套路”?会不会暗藏风险?记者进行了调查。

## “百万医疗险”网上热卖,低保费、高保额成标配

2016年,“百万医疗险”诞生。这种一年买一次的短期健康险,网络投保方便快捷,用几百元钱的保费撬动几百万元保额,一经推出便大受市场欢迎。

“最高600万保额,突破医保限制,癌症无免赔,保住院/特殊门诊,进口药报销。”在某家保险公司的官网上,一款“百万医疗险”打出了这样的广告语。

目前,“百万医疗险”保额的标配通常是:一般医疗保险金100万元以上,癌症医疗保险金100万元以上。理赔范围的标配

是:不限社保范围、不限就医原因、不限治疗手段。在服务方面,大多数产品都提供“绿色通道”服务、住院费用垫付、知名专家门诊预约等。

这么诱人的保障承诺,需要多少保费呢?记者对某家公司最新推出的产品进行测算发现,对于有社保的人,30岁时投保需要约300元,40岁时投保约400元,50岁时投保约900元,60岁时投保约1400元。

“保费低、保额高,切中老百姓‘看病贵’的痛点。”南开大学金融学院教授朱铭来说,“百万医疗险”成为“网红”产品,是因为老百姓对医疗健康越来越重视,希望在社保基础上有更高的医疗保障需求。

随着保费规模不断扩大,市场甚至出现恶性竞争的苗头。你有600万元保额,我就有800万元保额,有的公司甚至推出了高达1000万元保额的医疗险。

## 高保额华而不实,承诺续到“99岁”也是噱头

记者了解到,由于多数“百万医疗险”规定必须进入公立医院

就医,且赔偿是发生在一年内的医疗费用。因此,发生百万元、千万元医疗费用的概率并不高。

朱铭来说,从实际医疗情况来看,得了大病,一年看病不会花费1000万元。从目前理赔情况看,超过百万元的理赔案例极为罕见,保险公司给出的这种高保额没有现实价值,只是一种营销噱头。

当前“百万医疗险”还存在设计不合理的地方,多数产品设置了1万元免赔额,一般私立医院和公立医院中的特需不予报销,实际医保报销后,个人自付部分再扣除1万元免赔额,如果是小病的话,实际上理赔金额并不大。如果属于大病,治疗则是长期的过程,但到了第二年该病种成为既往症,保险公司对既往症通常不保。这就造成了年轻人容易投保但出险率低、而老年人想买却买不了的问题。

记者调查发现,除了华而不实的保额,销售过程中的误导情况也比较常见,尤其以“承诺续保”混淆“保证续保”居多。

比如,上海一家健康险公司推出的医疗保险产品这样介绍:

“百万保障231元起,自费药进口药全报销,续保可至99岁。”“直到99岁,相当于终身保障。”这种宣传带有明显的误导性,连续续保并不是保证续保,一旦产品停售,便无法续保。而且随着消费者年龄增加,费率升高,保费也会水涨船高。

在多家保险公司担任过总精算师,现任全民云科技有限公司总裁的娄道永表示,目前市面上所有的“百万医疗险”都不是真正意义上的保证续保产品。保证续保是指保险公司必须无条件地给被保险人续保,条款不变,费率不变。

## 监管要“长牙齿”,保护消费者权益

一位保险公司高管表示,“做保险的,最要不得的就是忽悠,特别是那些利用专业优势来忽悠的。因为销售误导,保险行业形象一直不太好,监管是时候出手,管管那些只会忽悠、打擦边球的人了。”

针对乱象,今年5月银保监会启动了人身保险产品专项核查清理,重点之一就是严查以营销

为噱头、开发“奇葩”产品的行为,重点核查清理各公司产品开发设计严重缺乏经验数据基础,随意约定保险责任、保险金额,追求营销效果等。

同时,银保监会首次公布了人身保险产品开发设计负面清单,明确指出费用补偿型医疗保险不得追求营销噱头,在严重缺乏经验数据、定价基础的情况下,盲目设定高额给付限额,并在短期健康险中引入“终身给付限额”“连续投保”等长期保险概念,夸大产品功能,扰乱市场秩序。

“一些保险公司习惯了在设计条款时打‘马虎眼’,玩文字游戏来忽悠消费者。”朱铭来说,监管要真正长上“牙齿”,通过加大处罚力度给行业有力震慑。

银保监会有关部门负责人表示,短期健康险是不含有保证续保条款的。消费者在投保此类产品时,应仔细阅读保险合同中关于保障期限和续保条款等内容,确认保险期间,了解产品属性,根据自身的保障需求选择购买相适应的健康保险产品。

据新华社

# 今天,你“租”了吗?

### ——共享经济加速渗透,深度改变你我生活

大到住房、汽车、办公室,小到衣服、玩具、充电宝,只有想不到的,没有租不到的——租,作为一种生活方式渐成流行;租,看似小事却做成了大产业。

国家信息中心数据显示,预计未来5年,我国共享经济有望保持年均30%以上的高速增长。今天,你“租”了吗?明天,租还将改变哪些产业,如何改变我们的生活?记者进行了调查。

## 租,渐成生活新方式

带孩子去朝阳公园乐高小镇租借玩具,是北京白领赵宇周末的“必选动作”。在他看来,每天花十几元就能共享百余种玩具,既满足了孩子的要求,又省钱、不占地,再划算不过了。“孩子是‘乐高粉’,我是‘租赁粉’。”赵宇拥有多个平台的租赁卡,还尝试将闲置的玩具共享给他人。

继租房、租车之后,雨伞、充电宝、健身器材等生活中的小物也加入了租赁大军。共享衣橱为女性带来多变的造型,长租公寓让居住的体验更加美好,共享汽车让驾驶成为时尚……越来越多的人开始拥有并喜欢上了“租客”的身份,租,也由解决从无到有,向提高生活品质转型。

共享充电宝刚推出的时候,很多人质疑它的前景,认为在几乎人人都有产品的上做共享,不会产生什么商机。然而短短几年,共享充电宝不仅走进了咖啡厅、电影院、火车站……还嵌入了出行工具,更实现了异地归还,成为人们不用装进兜里的需求。街电董事长陈欧说,目前其用户超过6000万。

蚂蚁金服芝麻信用副总经理李从杉认为,共享经济崛起,既顺应了消费升级大趋势,又彰显了环保理念,前景广阔。

有数据显示,2017年我国参与共享经济活动的人数超7亿人。

数字背后是理念的深入和价值的认同。国务院发展研究中心研究员来有为说,随着共享经济向全方位延伸,不求所有但求所用的生活态度将随之普及。

## 租,造就产业新生态

市场中任何点滴的变化,都将带来产业端的深刻变革。共享经济也不例外。租,让产业间、环节间的“朋友圈”越做越大,逐渐延伸出新的经济形态。

从“环环相扣”到“领域串联”,产业界线逐渐模糊,“蛋糕”越做越大。

以租衣为例,共享租衣平台与设计师、工厂、供应商协同制造,不仅创新设计,更培育诸多品牌,一些平台目前已集合过百个设计师品牌。

“除了要念好‘渠道经’,更要发挥生态圈作用。”租衣平台衣二三创始人刘梦媛说,衣二三甚至干起了“洗衣活”,和福奈特合作共建智能洗护工厂。

共享经济时代,市场似乎总有着“不按常理”的出牌。租房“租”出保洁、物业等产业;租车“租”出维修、洗车等服务……以租为纽带,行业间关联越来越紧密,融合共赢效果凸显。

从需求“倒逼”生产,租的理念和模式革新了供给的方法论。通过云端分享生产线档期,实现企业闲置资源利用,越来越多的制造商、供应商加入了“租客”队伍,共享工厂模式在各地兴起。

国家信息中心数据显示,2017年我国制造业产能共享市场交易额约为4120亿元,较上年增长25%。

“共享经济向制造业领域深入渗透、全面融合以及再次创新,将大幅提升制造业信息化、数字化水平和协同创新效率,推动中国制造转型升级。”工信部总工程师张峰认为,未来将有更

多制造业龙头企业转向共享平台,开放自身优质资源并提供社会化服务。

## 租,构建社会新秩序

租,改变了生产生活,也必将加速构建起行业标准和秩序,推动社会管理体系完善。

首先是信用。共享经济格外需要构建互信互惠的商业环境。信用免押等模式的介入为共享经济打开了新的想象空间。以共享单车为例,蚂蚁金服数据显示,两年多来,蚂蚁金服累计为近50个城市4800万用户减免押金超过98亿元。

来有为认为,信用商业的培养是个长期过程,要通过完善和推广大数据信用体系,加快政府部门服务信用体系、企业经营诚信体系、个人信用使用和管理体系融合,加速信用意识和环境形成。

数据也可“巧”做文章。专家认为,随着租赁范围的拓展,大量行为参数数据由此形成,这些数据精准提取分析应用,将产生出更多的“溢出效应”,加速智慧城市构建。

山东省宏观经济研究院院长刘冰认为,共享经济为社会治理、公共服务、产业发展、创业创新等方面带来了前所未有的改变,为实现资源的最优化配置提供新平台,是城市发展的新动能、新模式、新增长点。

共享经济蓬勃发展的同时,也暴露出风险和隐患,安全是其中之一。专家认为,应建立与之相适应的安全保障体系,加强关键信息基础设施、个人信息等安全保护,增强数据安全预警和溯源能力。

“只有真正做到发展共同推进、安全共同维护、治理共同参与,标准共同遵守,人们才能畅享共享红利。”360公司董事长周鸿祎说。

据新华社



## 一座城的变与不变

改革开放40年来,深圳从一个小鱼村成长为国际性大都市,发生了翻天覆地的变化。这些年里,一代代新华社记者和摄影爱好者通过镜头记录下深圳发展的一个个瞬间。站在改革开放40年的历史节点上,我们用照片将当年的小渔村与如今的大都市进行对比,看看深圳这座城市近40年的变与不变。



诊组的医生杨鸿龄(左二)在给区里老人诊病(资料照片);下图为2018年5月8日,在深圳地铁福田站,志愿者指导乘客使用微信扫码乘车。

新华社发