

明年2月1日起,险企不得继续销售基于疾病定义旧规范开发的重疾险

重大疾病最新定义规范来了 主流重疾险产品价格或将下降

■本报记者 冷翠华

癌症是不是重大疾病?危及生命的病是不是重大疾病?对这些问题,在不同的情境下有不同的答案。在我国重疾险的发展过程中,就曾出现过较多由于消费者和保险公司对“重疾”的理解不同而造成的理赔纠纷。

对疾病的定义是重疾险保障责任的核心,科学的定义对减少理赔纠纷至关重要。11月5日,中国保险行业协会(以下简称“保险业协会”)与中国医师协会(以下简称“医师协会”)正式发布《重大疾病保险的规范定义使用规范(2020年修订版)》(以下简称“2020版疾病定义规范”),在2007年发布的疾病定义规范基础上进行了修订和完善。

与此同步发布的还有中国精算师协会组织行业编制的《中国人身保险业重大疾病经验发生率(2020)》(以下简称“2020版重疾表”)。

2020版疾病定义规范和2020版重疾表的发布,将对占健康险保费近60%的重疾险市场产生重大影响。同时,按照银保监会要求,2020版疾病定义规范的执行过渡期为2020年11月5日至2021年1月31日,过渡期内保险公司和消费者可自主选择销售或投保新旧重疾险产品。过渡期结束后,险企不得继续销售基于疾病定义旧规范开发的重疾险。

重新定义“重疾”

“重疾险是我国保险业一类重要的险种,疾病定义是否科学合理是重疾险产品保障责任的核心。”中国银保监会人身险部副主任贾斌表示。

重大疾病保险是健康险领域非常重要的保险产品形态,是保险公司最重要的保障型业务之一。据重疾发生率表项目统计数据显示,2007年至2018年,重大疾病保险已为消费者提供超过3000款产品,累计承保近2亿人次,累计赔付约180万人次,赔付金额超过1000亿元。目前,重疾险在健康险业务的总保费中占比近60%。

与旧规范相比,2020版疾病定义规范主要有哪方面的变化?

据保险业协会秘书长商敬国介绍,新规范优化疾病分类,建立重大

疾病分级体系。首次引入轻度疾病定义,增加病种数量,适度扩展保障范围,在原有的25种重疾定义范围基础上,新增严重慢性呼吸衰竭、严重克罗恩病、严重溃疡性结肠炎等3种重大疾病;同时,对恶性肿瘤、急性心肌梗死、脑中后遗症等3种核心重疾病种进行科学分级,新增了对应的3种轻度疾病的定义,扩展了保障范围。在新规范下,赔付条件更为合理。根据最新医学实践,放宽了部分定义条目赔付条件,如对“心脏瓣膜手术”,取消了原定义规定的必须“实施了开胸”这一限定条件,代之以“实施了切开心脏”,切实提升了消费者的保障权益。同时,其引用的标准更加客观权威,描述更加规范统一,消除消费者的困扰。

重疾险产品价格更科学合理

与2020版疾病定义规范同步发布的,还有2020版重疾表。

2020版重疾表取得了四个“首次”,一是首次编制形成了2020版疾病定义规范下的粤港澳大湾区病种合计经验发生率参考表,对粤港澳大湾区创新开发专属产品具有重要作用;二是首次编制了2020版疾病定义规范下的恶性肿瘤——重度、较急性心肌梗死、严重脑中后遗症特定疾病经验发生率表,为保险公司健康保险产品创新提供数据支持;三是首次编制了2020版疾病定义规范下的两种老年人代表性病种发生率参考表,开创了专门针对老年重疾经验发生率研究分析的先河,对老年人专属保险产品的创新和供给具有重要意义;四是首次研究形成了应用方便、可复制、可推广的重疾数据信息标准,为动态修订重疾表、规范全行业重疾险经营提供了一套覆盖全部业务流程的操作标准。

中国银保监会指出,保险公司在评估包含重大疾病保险责任的人身保险产品的法定责任准备金时,应以2020版重疾表作为重大疾病发生率评估基础的下限。同时,险企可以将2020版重疾表作为重大疾病发生率的定价参考。下一步,行业还将探索建立重大疾病经验发生率动态修订机制。

中国精算师协会负责人表示,在



2020版疾病定义规范下,总体来说,归为重度的恶性肿瘤的发生率在不同年龄人群、不同恶性肿瘤种类上有所下降,也有恶化增长,合计来看发生率有所下降。从价格上看,对于主流重疾险产品,如果在相同保障责任的前提下,重疾险产品价格会略有下降,对于定期重疾险产品,部分年龄段的价格会有明显下降。总体上看,重疾表修订使重疾险产品价格更加科学合理。但重疾发生率只是影响重疾险价格的因素之一,其他因素还包括保障责任、利率、费用率、重疾发生率等。

严禁炒作停售

“最近我在考虑投保重疾险,但非常纠结,到底是赶紧投保现有的重疾险还是等新产品出来再投?”熊先生对记者表示。对于这一问题,业内人士建议,熊先生应该弄清楚新产品和老产品的主要变化在哪里,并且明确自己的主要诉求,进行自主决定。

对一些消费者普遍关心的问题,保险业协会相关负责人表示,在2020版疾病定义规范下,有几点值得关注。第一,关于甲状腺癌的问题。此次疾病定义修订没有剔除甲状腺癌,而是将它根据疾病严重程度进行了分级,并按照轻重程度进行分级赔付。在旧规范中属于除外责任不予赔付的部分早期恶性肿瘤,本次也是依据上述分级原则,纳入了新规范“恶性肿瘤——轻度”,如包括黑色素瘤以外的未

发生淋巴结和远处转移的皮肤恶性肿瘤、TNM分期为T1N0M0的前列腺癌等疾病。从这一角度来说,对消费者的保障更加全面了。

第二,关于轻症赔付比例上限的问题。2020版疾病定义规范中所含三种轻度疾病保险金额比例上限确定为30%,保险公司在其重大疾病保险产品中新增新规范外的轻度疾病,相应的保险金额由保险公司自行合理设定。

第三,关于原位癌的问题。首先,在旧规范中,恶性肿瘤并不包含原位癌,本次修订也未纳入原位癌。但是,各保险公司可在新规定规定病种的基础上,在重大疾病保险产品中增加原位癌保障责任,以满足消费者多元化的保障保障需求。

“随着市场的发展,以及竞争的因素,新产品一般比老产品更优化,但早投保就会早拥有保障。”一位业内人士分析道,消费者应根据自己的需求做出理性决定。为确保疾病定义新旧规范平稳切换,银保监会对执行新规范提出了具体要求,保险公司新开发的重大疾病保险产品应当符合2020版疾病定义规范的各项要求。同时,从2020年11月5日起至2021年1月31日为过渡期,过渡期结束后各公司不得继续销售基于旧规范开发的重大疾病保险产品。此外,各保险公司必须加强销售管理,严禁借疾病定义新旧规范切换进行销售误导,严禁炒作停售,一旦发现,将严惩重罚。

年内券商集合理财平均收益大洗牌: FOF型以17%领跑 QDII垫底

■本报记者 周尚仔

今年以来,券商集合理财产品发行规模及数量呈现下降态势,但业绩表现可圈可点。据《证券日报》记者统计,今年以来,有数据可查的4181只券商集合理财产品平均收益率为7.14%,约有855只产品收益率跑赢同期大盘,占比为20.45%。

其中,FOF型产品以17.24%的平均收益率在所有大类产品中领跑,股票型产品以16.92%的平均收益率紧随其后。

对于年内券商FOF型产品的配置情况,某上市券商资管部投资总经理向《证券日报》记者透露:“第三季度,公司产品主要配置聚焦在消费类行业,白酒、汽车、新能源等板块为主。第四季度,主要配置将会在低估值和顺周期板块两方面。”

大力“加码”资管子公司

据东方财富Choice数据统计显示,今年以来,券商已发行集合理财产品3443只(分级产品分开统计,下同),同比下降48.33%。同时,单只产品发行规模也相对有限,3443只产品合计发行份额453.82亿份,环比下降51.36%。

从产品发行类型来看,券商新发行的集合理财产品仍集中于收益率稳定的债券型产品。今年以来,券商已发行债券型集合理财产品2675只,发行份额为281.1亿份,占所有产品发行总份额的77.69%。此外,新发混合型产品358只,股票型产品103只,货币型产品61只,其他型产品246只。

从今年以来券商集合理财产品的发行数量来看,据《证券日报》记者不完全统计,长江资管发行产品数量高达871只,拔得头筹;广发资管紧随其后,共发行746只产品;东海证券位列第三,共发行412只产品。

同时,券商还在积极布局资管子公司。10月份,申万宏源证券董事会审议通过了拟投资总额不超过25亿元设立全资资管子公司的相关事项,同时,申万宏源证券对拟设立资管子公司提供出资性决定。

“随着市场的发展,以及竞争的因素,新产品一般比老产品更优化,但早投保就会早拥有保障。”一位业内人士分析道,消费者应根据自己的需求做出理性决定。为确保疾病定义新旧规范平稳切换,银保监会对执行新规范提出了具体要求,保险公司新开发的重大疾病保险产品应当符合2020版疾病定义规范的各项要求。同时,从2020年11月5日起至2021年1月31日为过渡期,过渡期结束后各公司不得继续销售基于旧规范开发的重大疾病保险产品。此外,各保险公司必须加强销售管理,严禁借疾病定义新旧规范切换进行销售误导,严禁炒作停售,一旦发现,将严惩重罚。

25家百亿元级私募上月调研逾200次 重点关注医药类公司

■本报记者 王宁

四季度以来,私募加快了对上市公司的调研步伐,尤其是百亿元级私募,调研热情明显升温。《证券日报》记者根据东方财富和私募排排网最新数据了解到,10月份,私募对上市公司的调研次数多达2553次,其中,25家百亿元级私募的调研次数更是超过了200次。从调研对象来看,除了对特定对象进行常规调研外,医药类个股几乎成为百亿元级私募的“必选项”。

多位私募人士告诉《证券日报》记者,调研是机构间互相了解最直接的方式,从10月份的调研情况来看,医药、科技、消费类个股仍是重要对象,结合相关个股三季报数据,寻找确定性强的行业个股。展望四季度,基于对疫情管控、宏观面向好等因素的预期,A股市场整体风险不会很多,结构性行情还会存在。

医药类公司成众多私募 调研“必选项”

《证券日报》记者梳理数据发现,即便10月份有长假因素影响,但私募对上市公司的调研热情仍然较高。根据东方财富Choice数据显示,当月私募合计调研次数高达2553次,与9月份的2687次相比变动不大。同时,私募排排网数据显示,当月25家百亿元级私募调研次数也超过200次,其中,淡水泉最为“勤奋”,对25家上市公司进行了调研,位居首位。

具体来看,这些百亿元级私募包括淡水泉、东方港湾、重阳投资、银叶投资、彤源投资、盈峰资本、景林投资、凯丰投资和保银投资等,通过实地走访、业绩说明会、电话会议等方式,对不同板块进行了调研。

从调研板块来看,百亿元级私募仍然保持各自的投资风格,重点关注医药、科技、新能源、运输、电器和消费板块。其中,医药板块成为众多私募的“必选项”,例如淡水泉对迈瑞医疗、东诚药业、爱博医疗等进行了调研;重阳投资对鱼跃医疗、爱博医疗进行了调研。此外,迈瑞医疗还获得了源乐晟、凯丰投资等私募的青睐。

一线调查

银保销售违规三大套路: 夸大收益、饥饿营销、风险提示缺失

■本报记者 彭妍

近年来,商业银行因代销业务产生纠纷的情况频频出现,诸多代销问题逐步暴露。近期,银保监会、各地监管局密集开出银行代销业务违规相关罚单,引发市场关注。

《证券日报》记者近日调查发现,目前银行对于代销产品的销售仍缺乏严格规范,其中银保渠道存在多种销售乱象。部分银行业务人员在销售过程中采取夸大保险产品收益、将保险产品与银行存款收益片面类比、隐瞒风险和费用扣除等方式误导消费者购买。

对于商业银行代销第三方产品存在的诸多问题,麻袋研究院高级研究员苏筱芮在接受《证券日报》记者采访时表示,首先,代销队伍良莠不齐,没有硬性准入门槛;其次,考核方式简单粗暴,容易出现为逐利践踏合规红线的情形;再次,金融消费者宣传工作还有欠缺。

为此,苏筱芮认为,一方面,金融机构应当在准入阶段把控合作方资质,厘清双方权责,对代销流程进行跟踪,对直播代销等新型方式予以密切关注,加大代销相关合规工作的内容梳理与风险防控。另一方面,对于因代销问题造成对金融消费者权益侵害的情形,需加大对相关商业银行的惩罚力度,提升其违规成本,督促其完善业务管理。

部分银行违规代销“套路深”

随着理财产品收益持续下滑,预期收益较高的保险产品成为近期理财经理推荐的重点。但是,部分银行网点的工作人员存在涉嫌违规销售的情况。

近日,《证券日报》记者走访北京地区多家银行网点发现,有多家银行理财经理主推银保产品,并宣称“保本保息”。例如,在某股份制银行网点,

该行客户经理向记者推荐的一款银保产品,期限为5年,3万元起购,宣称收益最高可达5.01%。而事实上,该收益只是预期最高收益,所谓保息只是保底收益2.5%,收益基本与定存持平,更高的收益能否实现存在不确定性。

在推销过程中,上述银行理财经理过分强调保险产品预期收益的最大化,并且表示大概率能达到最高收益,并且还向记者展示了该产品同类型产品的历史收益数据。

但是,记者在该产品的满期利益演示说明书上发现,其利率并不像理财经理宣称的那样,每个人的结算利率会根据性别和年龄的不同而不一样,年龄较小的结算利率可达5.01%,年龄较大的利率只有4.85%。而且还有红色字体标明,该利益演示除结算利率2.5%为保证利益外,实际保单账户利益可能高于或低于演示水平,结算利率是不确定的。

《证券日报》记者还注意到,销售人员向投资者介绍银保产品时,将保险产品的收益与银行存款、大额存单收益等进行比较,并宣传“购买银保产品比存款产品高出很多”。甚至部分银行员工在推销产品时,使用了“稀缺额度”、“限时限量”等用语搞饥饿营销。

根据《商业银行代理保险业务监管指引》,销售人员不得将保险产品与储蓄存款、银行理财产品等混淆,不得套用“本金”、“利息”、“存人”等概念,不得将保险产品的利益与银行存款收益、国债收益等进行片面类比,不得夸大或变相夸大保险合同的收益,不得承诺固定分红收益。商业银行网点及其销售人员不得进行误导或诱导销售。

银保产品宣传“钻空子”

《证券日报》记者在走访银行网点

中发现,有多家银行理财经理在介绍完产品期交方式以及年化预期收益率后,对产品相关费用的扣除、退保损失等关键信息却只字不提。

事实上,大多数银保产品纠纷都出现在未到投保年限,消费者要提前退保并产生扣费环节。某市民张先生对记者表示,之前在客户经理的推荐下购买了一款保险产品,但由于急用钱,到银行退保时却被银行告知,不到投保年限支取的话,要扣取相关费用。“但是在购买时并没有人告知不到投保年限不能提前支取,而自己又没有认真翻看保险合同,才导致了这种结果。”

记者在走访中也发现,对于未到投保年限提前退保本金会损失多少等风险,客户经理在介绍产品时并未主动说明。但在产品的说明书中,记者看到了“退保及部分领取费用”的字样,通过记者询问才得知,未到投保年限不得提前退保,否则要扣除一定的费用,而一般如果投资者不主动询问,工作人员不会主动解释这一项。

此外,《证券日报》记者注意到,相当一部分银行工作人员本身对保险产品并不熟悉,在指导客户进行保险产品配置时,专业度存疑。最多只是对当前销售的保险产品有一个基本的了解,对于产品可能带来的资金流动性及风险等情况没有任何提示。

某股份制银行内部人士坦言,银行员工本身有业绩考核压力,为了完成任务,在销售过程中只看重卖了多少产品,而忽视了对风险利弊的充分提示。

监管强化代销业务管理

去年8月份,银保监会向各银行、保险公司和各地银保监局下发了《商