

重疾险新单保费三年连降几成定局 医疗险占比将持续提升

■本报记者 冷翠华

约占我国健康险市场60%的重疾险正在遭遇“成长的烦恼”。产品功能杂糅、保险代理人大脱落,百万医疗险、惠民保等医疗险冲击……多重因素使重疾险内外交困。2019年、2020年重疾险新单保费连续两年负增长,业内人士认为,2021年的负增长也几成定局。

未来,重疾险将走向何方?我国健康险产品体系将发生怎样的变化?业界主要看法是,重疾险要突破瓶颈必须加大产品创新力度。同时,从健康险整体体系来看,重疾险独大的局面将发生改变,医疗险、护理险等功能更为明确的产品将扩大市场份额。

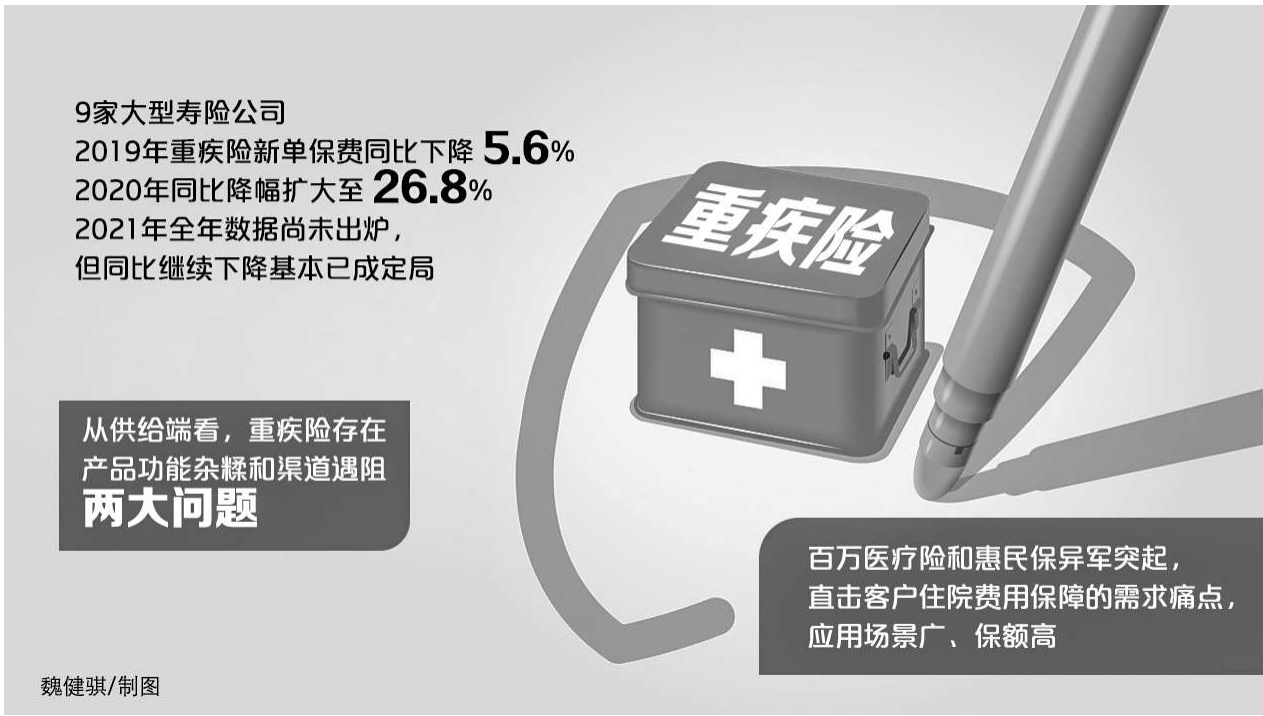
渗透率较高 二次开发难度大

一直以来,重疾险在我国健康险体系中是绝对的主力担当。行业统计数据显示,截至去年底,重疾险约占健康险总保费的60%。

不过,从2019年起,重疾险新单保费增速开始转向负值。记者从相关渠道获得的数据显示,9家大型寿险公司2019年重疾险新单保费同比下降5.6%,2020年同比降幅扩大至26.8%,2021年全年数据尚未出炉,但业内人士认为,今年重疾险新单保费同比继续下降基本已成定局。由于这9家险企在行业保费中占比较高,因此重疾险市场变化与此一致。

清华大学五道口金融学院中国保险和养老金研究中心研究总监朱俊生对《证券日报》记者表示,过去十年重疾险一直是人身险公司的支柱性产品,其投保门槛和件均保费较高。目前,全国有效重疾险保单已超过2.2亿单,渗透率较高,继续拓展的空间有限,因此增速受阻。同时,今年2月1日“重疾”定义切换后,重疾险市场持续低迷。此外,快速发展的百万医疗险、惠民保等医疗险种也对重疾险市场造成比较明显的冲击。

针对重疾险市场发展现状,中再寿险近日发布《2020-2021年度健康险产品研究报告》。该公司相关负责人表示在接受《证券日报》记者采访时表示,除了增量空间减少和代理人持续滑落,疫情冲击、客群变化、互联网的普及也对重疾险市场造成影响。从供给端看,重疾险存在产品功能杂糅和渠道遇阻两大问题。从产品来看,重疾险的保障范围比较杂,可以被包装为治疗费用支持、收入损失补



偿、长期储蓄替代等多个用途,众多销售话术支撑了卖点,使其过去成为我国保险市场最畅销的保障类产品。“功能杂糅的产品在新客户获取上具备效率,但在客户二次开发上难度较大”。

目前,百万医疗险和惠民保异军突起,直击客户住院费用保障的需求痛点,应用场景广、保额高、保障杠杆高。那么,已经投保百万医疗险或惠民保的人,还有必要买昂贵的重疾险吗?对此,上述负责人表示,这就是杂糅产品的问题所在,如果代理人不能很好解释重疾险和其他功能型健康险在满足客户需求方面的差异,如果卖点仍停留在“癌症治疗费用高”,就难以激发客户购买重疾险的意愿。

从渠道来看,近两年代理人持续滑落导致产品触达客户的难度加大,数量减少,直接影响重疾险销量。

从需求端看,中再寿险相关负责人表示,重疾险市场遇阻主要有三方面原因,首先,受疫情等因素影响,民众收入和消费水平下降,购买保险等非渴求消费品的意愿降低;其次,80后、90后作为保险产品的主力消费人群,其年轻化、知识化、圈层化的特点对保险销售的专业能力提出更高要求,加剧了保险销售人员接触新客户的难度;最后,随着互联网的普及,保险商品的信息壁垒被打破,消费者可以上网查询、比较产品是否值得购买,投保前的决策时间明显延长。

光大永明保险产品发展部负责人康小平对《证券日报》记者表示,从历史规律看,任何一个产品都难以持续高速

增长,重疾险的减速亦是必然。近两年,代理人清虚和保险公司难以承受网销重疾的极致性价比,是重疾险市场下滑的主要内在因素,“重疾”新定义的启用和惠民保的发展则是触发因素。

功能更突出的产品 是发展方向

业内人士认为,尽管重疾险新单保费同比连年下降,但短期内其仍将是人身险公司赖以发展的重要业务,想要突破当前的市场困境,必须进行变革。

中再寿险相关负责人表示,好的产品一定是同时满足了多方利益,重疾险能够达到今天的地位并一直保持着长久的活力,是因为对于消费者而言,重疾险确实触碰到了客户的痛点,将“重大疾病”这一概念深植消费者心里。近年来最为流行的“终身寿险+提前给付重疾”也充分满足了消费者对于“返本”的需求,对于保险公司而言,“返本”设计使得重疾险既能贡献规模保费,又能贡献内含价值;对于销售渠道而言,重疾险较高的销售费用和极高的市场接受度让各种渠道对其趋之若鹜。这是支持重疾险发展的“黄金三角”。

该负责人指出,人口老龄化进一步加剧,大健康、大养老给保险业留下的想象空间是巨大的,但近两年重疾险总保费增速急剧放缓、新单保费连年下滑绝非偶然,而是外部环境剧烈变化、行业所处发展阶段也在变化的必然。“我们认为,渠道的改革和产品的改革,应

该互相配合、互相追赶。要真正地从需求出发,以此为基础革新开发适应渠道的高价值产品。”

另一家大型人身险公司负责人对记者表示:“从重疾险本身来看,产品必须进一步聚焦保障,提高保障杠杆,进行产品责任的模块化组合。同时,重疾险还必须与健康管理业务相融合。”

从销售层面看,华泰证券研究员李健认为,保障缺口依然巨大,能力欠佳的保险代理人是重疾险增速放缓的主要原因,因为他们无法有效触达目标客户并为其推荐合适的产品。“保险公司需要更精准地寻找目标客户,代理人要准确衡量客户的保障缺口,才能说服客户增加保障,这对代理人的专业性提出了较高的要求。”

除了重疾险本身必须进行变革外,站在健康险整体视角来看,其产品格局会发生怎样的变化?朱俊生表示,从长远发展来看,我国健康险市场仍值得看好,但短期调整是必然的。未来几年,重疾险占比将不断下降,医疗险占比将继续上升,且医疗险业务将逐渐拓展至带病体市场。中再寿险相关负责人也认为,功能更突出的产品是健康险未来发展的方向,未来重疾险会逐渐被医疗险、护理险、失能险等功能性更强的险种所取代。

在康小平看来,短期重疾险在健康险中的比重会下滑,但从中长期来看,随着市场接受“重疾”新定义,以及代理人队伍逐渐稳定,重疾险在健康险中的占比仍会较高,健康险的大格局不会发生巨变。

真视通自曝公章失控 独董称“弄不清真相”

■本报记者 桂小笋

真视通新老股东内斗再出新“剧情”。11月26日晚间,真视通发布公告称,目前公司的印章、证照资料失控。而对于公司披露的这份公告,有董事认为内容失实、不准确;独立董事吕天文则坦言,“弄清楚事实的真相,超出了能力范围”。

在发布印章、证照资料失控公告的同时,真视通称,11月25日收到公司独立董事吕天文递交的书面辞职报告。此外,对于公司的种种事项,交易所也发布关注函,要求其说明董事会及管理层是否能够正常运转等。

独董辞职是否与公司新老股东纠葛有关?公章失控之下公司是否存在其他潜在风险?对此,《证券日报》记者致电公司欲咨询,但公开电话无人接听。

新老股东内斗升级

真视通印章、证照资料失控与公司新老股东内斗有关,此前,其已发布多份公告提及相关事项。

记者根据公告梳理,早在2019年,王国红、胡小周、马亚、陈瑞良、吴岚将其合计持有真视通11.78%的股份转让给苏州隆越控股有限公司(以下简称“隆越控股”),但这项交易并不顺利。2020年9月9日,真视通公告称,隆越控股持有公司9.06%的股份被司法冻结,冻结原因为上述股权转让款未支付完毕导致的债务纠纷。

双方的纠纷也引起了监管部门的关注,交易所曾在今年8月份两度下发函件要求公司进行说明,但公司发布延期回复公告后便再无下文,直至11月26日晚间,公司发布了印章、证照资料失控的相关信息。业界人士认为,新老股东的矛盾已然升级。

上海明伦律师事务所王智斌律师对《证券日报》记者表示,股东内斗不存在胜利者,中小股东更是无辜“躺枪”。涉事股东之间是一种博弈状态,但这种博弈并不是良性和理性的。长远来看,所有股东的整体利益仍然是一致的,涉事各方应当目光长远,不能因为目前的争议影响公司的长远发展。“如果涉事股东均采取合法方式进行博弈,博弈过程中不存在违反法律、法规和公司章程的行为,中小股东也

只能接受博弈的结果,无论该结果是否理性,都是投资风险的一部分。反之,如果其中存在违法违规行为,中小股东有权提起股东代表诉讼或采取其他法律措施,以维护自身合法权益。”

在新老股东“摩擦”不断的背景下,真视通陆续有监事、独董宣布辞职。

公告未获全体董事认可

梳理过往公告可知,新老股东打公章的主意并不是朝夕之间产生的念头。

8月13日,真视通披露董事会决议,审议通过了公司财务管理制度、货币资金管理制度和印章管理制度。上述三项议案,董事马亚均持反对意见;独立董事吕天文则弃权。

虽然有反对声音,但真视通对于印章管理制度的执行却在继续。11月16日,公司董事长、法定代表人何小波向原保管/持有公司印章、证照的杜毅、谭伟(OA系统文件显示其为财务专用章保管人)发函,要求他们于11月19日之前,将包括公章、财务专用章在内的公司印章交由有权保管部门/人员保管,将证照交由公司总部办公室指定人员统一保管。11月19日,杜毅回函称“本人也收到了公司五位自然人股东王国红、胡小周、马亚、陈瑞良、吴岚的来函,他们已获悉您的上述通知,并就此提出明确要求,不同意我将公司上述执照、印章按照您的指示进行移交,而应维持目前现状管理”。谭伟短信回复何小波称“相关印章不在我这”。鉴于种种状况,真视通宣布,公司上述印章、证照已处于失控状态。

不过,这份公章失控的公告,也未获得全体董事认可,从公告披露的细节可知,11月25日,真视通公司董事会秘书李春友在董事会微信群里上传公告并征求董事会各成员对公告的意见,董事马亚在微信群里上传告知函,认为该公告披露的内容严重失实、不准确、不完整。独立董事吕天文投弃权票,称“具体的情况不十分清楚,新老股东各执一词,十分困惑,不知如何进行判断。而弄清楚事实的真相,超出了能力范围”。

对于真视通的相关事项,《证券日报》将继续给予关注报道。

重整计划获法院批准 康美药业未来路在何方?

■本报记者 矫 月

见习记者 肖林秀 张军兵

11月26日,广东省揭阳市中级人民法院裁定:批准康美药业股份有限公司破产重整计划,终止重整程序。至此,康美药业重整计划将正式进入执行阶段。

今年6月4日,揭阳中院裁定受理康美药业破产重整案后,第一次债权人会议和第二次债权人会议听取了管理人关于公司财产状况、债权申报审查及破产重整计划(草案)的说明。经投票表决,出资人权益调整方案和重整计划(草案)获多数通过。

11月26日晚间,公司发布了最新的重整计划。据该计划,康美药业以49.39亿股为基数,按照每10股转增18股的比例实施资本公积金转增股票,共计可转增88.9亿股。

上述转增股票中,应向原控股股东、原实际控制人及关联方分配35.1亿股股票。其中,22.44亿股专项用于引进重整投资人、通过以股抵债的方式清偿公司负债;12.66亿股用于解决资金占用问题,按照4.74元/股向康美药业的重整投资人转让该等股票,处置所得资金60亿元用于向康美药业偿还原控股股东及其关联方康都药业、康淳药业占用资金。在对其他出资人的权益调整后,共11.13亿股向中小股东进行分配。

经过前述出资人权益调整后,合计65.11亿股股票将按照重整计划规定专项用于引进重整投资人、清偿负债。其中,以28.79亿股股票有条件引进重整投资人,重整投资人将以支付现金对价、解决康美药业资金占用问题并向康美药业提供业务发展支持为条件受让该等股票;36.31亿股股票将通过以股抵债的形式用于清偿康美药业的债务。

根据重整计划,由广药集团有限公司、广州神农氏中医药发展有限责任公司、广东粤财产业投资基金合伙企业、广东恒健资产管理有限公司、

揭阳市金叶发展有限公司等国有企业共同组成的神农氏合伙企业及部分社会资本,将参加康美药业的公司重整。

在重整计划获得揭阳中院批准后,康美药业表示,将以重整为契机,保留并聚焦以中药饮片为核心的主营业务,通过重整投资人的业务资源支持,注入流动资金,加强内部管控等一系列措施,从根本上改善康美药业生产经营,维持并进一步提升公司竞争力。

在优化产业结构方面,康美药业表示,将通过串联起中药材种植、产地初加工、饮片生产、配方颗粒生产各环节,聚焦优势产业,提高品种、品规的核心竞争力。同时,将结合非中药业务的发展情况,大力清理非主营业务相关板块。通过加快清理库存、加速关闭或转让医疗器械业务,加快回笼资金。

在渠道网络方面,康美药业将聚焦广东区域和全国核心地区,以零售业务做大做强为目标,继续强化医院、OTC渠道及线上销售渠道的商业规模,融通聚拢销售网络,寻找新的利润增长点。

在行业资源布局方面,康美药业表示,如今公司管理着全国六成以上的中药材交易量,分布国内六大专业中药材交易市场。康美药业将通过理清产权,做好做优中药管理、完善物流运输体系,积极探索中药材大宗商品贸易机会。

对于康美药业未来经营存在的风险,看懂财经评论员张雪峰在接受《证券日报》记者采访时表示,“重整公司信用及口碑是未来康美药业经营的首要目标,此次企业口碑的崩塌对经营产生的负面影响或将长时间持续”。

香颂资本执行董事沈萌表示,“康美药业之前为了追求非理性的业绩增长,忽视了企业长期发展的基础建设,如今重整后内部的公司治理和外部更加激烈的同业竞争,将对康美药业带来不可忽视的风险。”

中广核风电公司引入社保基金等14家战投 募资305.3亿元

■本报记者 杜雨萌

11月26日,中国广核集团(以下简称“中广核”)风电公司在北京产权交易所完成增资引战签约,全国社保基金等14家单位成为其战略投资者,募集资金高达305.3亿元人民币。

据悉,中广核风电公司增资引战项目共释放股权比例33%,引入权益资金305.3亿元,主要用于风电和光伏储能项目的开发、建设、储能、综合智慧能源、售电、电力增值服务等新业务的开拓。该项目创下了“国内新能源电力领域最大股权融资项目”“年度国内非上市公司第

一大股权融资项目”“产权市场增资项目募资金额最高纪录”等多项纪录。

《证券日报》记者了解到,中广核风电公司增资引战项目自启动以来,累计接洽超过100家各种类型投资者,而经过公开挂牌和严格的竞争性谈判程序,最终遴选出全国社保基金、国家电网、南方电网、中国国新、中国诚通、广东恒健、川投能源投资平台,以及四大银行、保险公司和产业基金等14家战略投资者,均为对风电公司和中广核具有重大业务协同效应的产业投资者和实力雄厚的财务投资者,可在电力消纳、电力市场开拓、投融资支持、金融服务等方

面为新能源业务发展持续赋能。

“中广核风电公司增资引战签约,打造股权多元化的战略性新兴产业。这既是中广核作为清洁能源央企主动服务国家‘双碳’战略的积极探索,也是作为国有资本投资公司着力优化国有经济布局结构的重要举措,值得充分肯定。”国务院国资委党委委员、副主任翁杰明在出席签约活动时表示,国家“十四五”规划明确提出发展战略性新兴产业,落实规划要求,我国将加大核能、太阳能、风能等新能源技术研发和应用,提高能源产业中新能源生产比重。站在新的历史起点,中央企业特别是国有资本投资公司,

味精价格创10年新高 专家预计未来5年需求量仍会增长

■本报记者 舒娅娜 见习记者 蒙婷婷

近期,食品饮料行业涨价消息频出。其中,调味品赛道中味精价格也悄然走高。卓创资讯日前发布的数据显示,原材料助推2021下半年味精价格创十年新高。

《证券日报》记者注意到,多家A股上市公司涉及味精业务,其业绩呈分化态势。接受采访的分析人士表示,味精价格上涨利好生产企业,同时也会给食品与餐饮等下游企业带来成本压力,但影响有限。从未来趋势看,行业集中度或进一步提升,味精需求量有望持续增长。

2021年味精价格 呈现“V”字态势

百川资讯价格数据显示,2021年前三季度,味精均价为8804元/吨,较去年同期上涨26%;其中,第三季度味精均价为8921元/吨,同比上涨28%。

卓创资讯分析师陈莹莹对《证券日报》记者表示:“近五年,味精行业价格最低点出现在2017年7月份,大包装40目主流成交价格在6000元/吨,百吨以上成交价格在5800元/吨-5900元/吨,行业最高点预计出现在2021年11月份,大包装40目主流成交价格在11300元/吨左右,接近2008年12800元/吨的高价。”

从味精的消费端来看,主要分为三类:工业食品加工、家庭消费和餐饮业,其中,工业食品加工的消费量占味精总消费量的70%。

中国品牌研究院高级研究员朱丹蓬在接受本报记者采访时表示:“总体来看,最近几年国内味精行业在需求方面相对比较低迷,产品的工业用途比较多,有刚性需求。且经过多年的沉淀,味精价格应该已经到达了一定的节点。”

据介绍,2021年味精价格呈现“V”字态势,价格反弹主要是因为原料价格涨势过快及供应量同比下滑。从第四季度来看,10月份开始,味精企业公开报价呈现差异化,实单价格则偏强上涨。11

月上旬,主产区开工不足,加上柴油上涨、物运成本增加、运力紧张、上下游库存储备不高以及上游有意限量接单等,味精市场价格一直处于高位。

未来5年需求量 有望持续增加

味精价格的波动也影响到相关行业公司。A股市场上,莲花健康、加加食品、上海梅林、梅花生物、海天味业等多家上市公司涉及味精业务,其业绩呈现分化态势。

其中,梅花生物在吉林新建的25万吨味精项目于2020年四季度试生产,公司成为继阜丰集团后又一家百万吨级味精巨头。前三季度,梅花生物营业收入、归母净利润同比分别增长34.85%、62.01%,公司表示,味精产能释放以及味精价格上涨是促成营业收入增长的原因之一。

IPG中国首席经济学家柏文喜认为,从产业链来看,味精价格上涨对于