

保额百万级网销医疗险大比拼

“保险业姓保”的核心理念不断强化，寿险公司正在调整业务结构回归保障，曾以意外险和理财型保险为主导的互联网保险渠道也试水医疗保险和重大疾病保险，且提供的保额也越来越高。近期，百万级互联网医疗保险因为低保费、高保额走红，4月20日再有互联网险企泰康在线联手大童保险销售公司披露要在5月起上线一款保额高达800万元的高端医疗保险，引起了市场的关注。

短期险低价成共同点

近日，泰康在线、好人生集团以及大童保险服务联合推出了一款创新型高端医疗保险，泰康在线副总裁左卫东表示，这款产品有着亲民的价格——“一台iPhone手机价格保三口之家”，享受800万元的超高限额保障。另外北京商报记者了解到，其他的中高端医疗保险产品中，众安尊享e生·全保通、安联臻爱医疗保险、平安e生宝医疗保险三款产品，分别以最低460元、152元和203元享受百万级别的保障，而永安的海外重症医疗保险以最低1784元的价格享受海外300万元起步、最高1200万元的保障。可以看出，互联网销售的中高端医疗保险都有着低保费、高保额的特点，并且很多社保无法报销的药品或者项目，百万级医疗险均能实现赔付，包括住院期间发生的自费药、进口药、诊疗费、手术费、护理费、检查费等。

永安泰康走中介销售路线

这五款产品均为互联网销售产品，但不同的是，众安尊享e生·全保通、安联臻爱医疗保险、平安e生宝医疗保险分别在

五款互联网医疗保险一览

	泰康	永安	众安	安联	平安
产品名称	-	万欣和海外重症医疗保险(成人计划)	尊享e生·全保通	安联臻爱医疗保险	平安e生宝医疗保险
保费	-	1784-4925元	460元起	152元起	203元起
承保年龄	-	19-64岁(可续保至74岁)	18-60岁(续保最高80岁)	30天-60岁(续保最高80岁)	28天-60岁(续保至99岁)
保额	800万元	300万-1200万元	100万元	100万-600万元	100万元
就诊区域	国内及海外	海外	国内	国内	国内
报销方式	直付	先垫付、后报销	先垫付、后报销	先垫付、后报销	先垫付、后报销
销售方式	快保	快保	官网销售	官网销售	官网销售

各家官网上销售，而永安的海外重症医疗保险和泰康在线的高端医疗保险均在大童保险服务旗下的互联网保险平台“快保”App上销售，其中后者更是在“快保”上独家销售。“快保”除了在线交易功能之外，还具有寿险计划书、续期提醒、理赔服务等功能。产销分离、专业化分工的运作方式能提高保险公司和中介的效率，帮助消费者进行全面的风险管理。

重症保障众安最全

众安的尊享e生·全保通则覆盖了所有健康风险，包括了70种重大疾病以及30种轻症，在疾病覆盖面上占据了优势，更包含了1万元意外医疗门诊住院费用，实现了0免赔、100%赔付。安联臻爱医疗保险、平安e生宝医疗保险的保障范围是一般医疗保险和恶性肿瘤保险，另外，前者还包括了意外伤害保障、疾病医疗、特殊门诊等待期只需30天。永安的万欣和海外重症医疗保险基础版的保障内容只包括了癌症一种，标准版和VIP版则扩大到了六种重大疾病保障。泰康的高端医疗保险保障内容也包括了六项重大疾病。

增值服务各有千秋

众安的尊享e生·全保通赠送重疾绿色通道服务，帮助重大疾病患者及时就诊、及时治疗。平安e生宝医疗保险额外推出了两项增值服务，分别是住院前后7天的门急诊报销、癌症绿色就医通道。据了解，目前平安签约合作的三甲医院有近300家，如果客户不幸罹患任意疾病，平安将从挂号到住院进行全程安排。永安的万欣和海外重症医疗保险以及泰康的高端医疗保险除了医疗保险金保障之外，更有海外医疗交通住宿费、在医院陪同的医学翻译、归国津贴和药费等增值服务。后者还会提供基于移动互联网的整合式健康管理和服务，并且可以享受到直付的理赔方式，被保险人不用再支付现金，而是由保险公司和医院直接结算，方便患者就医，节省时间，提高就医效率，改善了就医体验。

永安侧重海外医疗

众安尊享e生·全保通、安联臻爱医疗保险、平安e生宝医疗保险的就诊区域均为国内二级或二级以上医院，特别的是，众安尊享e生·全保通不能在北京市平谷区、密云区、怀柔区所有医院使用。永安推出的万欣和海外重症医疗保险涵盖的是常住在中国的中国人在中国以外的任何地方就医产生的费用，即这款产品的就诊区域仅为海外。而泰康的高端医疗保险最大的亮点就在于其更为广泛的保障范围，相较于普通的海外医疗保险，这款产品不仅可以赔付在海外的诊疗费用，消费者也可以选择在海外就诊、国内治疗，两种方案均享受800万元的医疗保障。

点评：综上来看，这些百万级网销医疗保险不仅实现了低保费、高保额的高性价比，并在不同的保障范围中寻求突破。有分析人士认为，在城镇医保几乎全覆盖并且不断提高封顶线和扩大目录范围的背景下，普通人对商业医疗保险的需求似乎有限，更多是对医疗资源的诉求。不过，从实际应用效果看，医保有限的保障范围已经无法满足对生命价值日益看重的消费需求，一份有效的商业医疗方案其实是比较刚需的，社保之外可以再配置一款高保障的医疗保险作为补充，几乎能解决大部分疾病问题。

北京本报记者 崔启斌 实习记者 赵雾晗

· 资讯 ·

北京保险之窗

2016年保险营销优秀团队评选 友邦北京银河团队获“最美”荣誉

近日，由中国保险行业协会主办的2016年度保险营销系列优秀团队及个人评选结果隆重揭晓。友邦保险北京分公司营销员渠道银河团队及保险营销员冯威，各自凭借在业务规模、客户服务、团队发展等方面的优秀表现，分别荣获“十大最美保险营销团队”及“中国百强保险营销员”的荣誉。4月20日，友邦北京银河团队执行业务总监孙鹏及冯威在宁波举办的“2017中国保险营销峰会”现场领取了这一沉甸甸的奖项。

保险营销系列优秀团队及个人评选是中国保险行业协会打造的国内最高级别保险营销荣誉体系，同时为各保险公司优秀营销员及团队提供国内最权威、最具影响力的保险营销领域高端交流平台，并通过这些优秀营销员及团队的标杆作用，激励全行业和全体保险营销员奋发有为、争先创优，促进中国保险营销事业健康发展。

银河团队是友邦北京最优秀的业务团队之一，成员们信奉“为我所爱，全力以赴”的信念，多年来一直推行家庭全面保障方案，以传播保险理念、为客户建立人生保障为目标，帮助客户开启“健康长久好生活”。多年来银河团队的业务及人数规模均取得蓬勃发展，2016年累计为客户提供寿险保额高达14亿元，有31位伙伴达成MDRT寿险营销员百万圆桌会会员，并多次获得公司及社会奖项。此次被授予首届“十大最美保险营销团队”称号，正是对银河团队实力的最好见证。

冯威也是友邦北京众多卓越保险营销员的优秀代表，多年来始终信守保险正道，坚持对客户的承诺，提供最适合的产品与服务，并时刻关注客户健康生活每一个点滴，成为值得信赖的人生伙伴。冯威曾连续八年达标全球百万圆桌会会员资格（其中三次达标超级会员），并获邀成为2017年度百万圆桌会焦点会议演讲嘉宾。

作为将营销员制度引入中国的“鼻祖”，友邦中国坚守“回归保障根本”的策略方向，坚持推进“卓越营销员战略”，重视渠道品质发展，严格从招募、培训、专业发展等各阶段提升营销员素质培养。截至2016年8月，友邦保险成为全球惟一一家连续两年蝉联百万圆桌会会员排名榜首的公司。

北京本报记者 崔启斌 许晨辉

北京保险业建即时联系机制化解纠纷

案情简介：

2015年10月，车险消费者潘某驾车发生单方事故，造成车辆损伤。定损员告知车辆的翼子板需按照修复进行定损，但汽车修理厂工作人员却告诉潘某说翼子板必须更换，否则对车轮有影响。

潘某无奈致电保险公司客服进行投诉。几天后，保险公司工作人员告知潘某车辆已经定损完毕且得到潘某签字认可，所以不同意更换。因纠纷迟迟得不到解决且保险公司服务态度不好，潘某拨打了12378保险消费者投诉维权热线进行投诉。

当日，潘某就接到了保险公司

投诉处理人员的电话，积极联系潘某协商解决问题并就之前的服务问题向潘某道歉。经过几次协商，潘某与保险公司最终达成了一致。

案件评析：

北京保监局对近五年的投诉数据发现，85%以上的投诉为保险合同纠纷，对于此类投诉，消费者最关心的是能否有畅通的渠道能及时联系保险公司，快速、有效地解决合同诉求。

针对这种情况，北京保监局在行业内建立了绿色通道和即时联系机制：对于北京保监局转办的合同纠纷类投诉，要求保险公司即时联系消费者协商解决问题。以往通过

投诉处理管理系统向保险公司转办投诉一般需要2个工作日，而12378分中心成立后通过电话即时转办仅需10分钟。同时，在各保险公司省级分公司设立投诉专岗到总经理的四级联系人，对于通过即时联系机制转办且消费者合理诉求未得到妥善解决的投诉，直接通过绿色通道转至保险公司上一层联系人直至总经理处理。2016年，通过绿色通道和即时联系机制化解投诉纠纷17802件，占投诉和咨询总量的85.6%，消费者满意度达99%。

北京本报记者 许晨辉

本栏目由北京商报与
北京保监局联合主办

《2016年度中国金融行业用户体验及NPS白皮书》发布 人身险市场用户体验水平最低为-4%

4月20日，中国平安尖刀服务发布会在上海召开。发布会上，中国平安发布了金融行业第一份用户体验白皮书——《2016年度中国金融行业用户体验及NPS白皮书》（以下简称“白皮书”）。白皮书显示，以NPS为度量的各金融行业用户体验水平近几年不断提升，但行业内仍存在参差不齐的现象。

白皮书披露，人身险行业的NPS最高为25%，最低为-4%，车险行业NPS最高值为26%，最低为6%，各品牌口碑差异大。就车险而言，赔付速

度慢和流程繁琐是客户普遍提及的痛点，赔付表现好则整体体验好，提高推荐；表现差则整体体验降低，增加负面评价。

白皮书数据显示，信用卡行业NPS最高值22%，最低为9%，跨度较大，在第三方支付普及的当下，越来越趋于管道化的信用卡产品对于客户来说同质性更高，创新的产品与服务成为核心区，用卡的方便性以及其后续还款等相关服务仍然是客户使用信用卡的必要基础；互联网金融

行业NPS最高值15%，最低仅为3%，各平台体验良莠不齐，随着同业竞争进入体验经营时代，这就要求互联网金融平台产品丰富、支持多种场景及移动化以及值得信赖的安全保障，对虚假信息、负面意见反馈等，用户期待企业更早介入。中国平安此次推出的“五大尖刀服务”，均是行业首创，将提升1.3亿客户在“医、食、住、行”等场景中的金融消费体验。

北京本报记者 崔启斌
实习记者 赵雾晗