



健康产业深度(上篇): 健康险方兴未艾 产品亟待创新



目前我国健康产业供给端、需求端与支付端不平衡，为商业健康险及健康产业发展带来机遇。1) 卫生费用增长快，医疗服务及健康管理供需缺口较大。伴随我国居民生活质量提高和老龄化程度加深，医疗服务及健康管理服务的需求与日俱增。2005-2020 年，国民卫生总费用复合增速为 15.2%，较 GDP 年均增长率高出 6.7ppt。但我国当前医疗资源分布并不平衡，2021Q1 数量占比仅 0.3%的三甲医院服务了 38%的诊疗人次。2) 我国基本医疗保障程度有限且面临较大支付压力，个人自付比例高，商业保险参与度提升空间大。2020 年全国基本医疗保险参保率达 95%以上，但结余率仅为 10.4%，较 2019 年下降了 5.9pct，面临较大支付压力。从医疗卫生费用的支付结构来看，2019 年，中国个人自付占 28.36%，而商业保险仅占 3.57%，远低于美国的 31.49%。3) 近年来健康险及健康产业发展持续受到政策鼓励。2020 年发布的《关于深化医疗制度改革的意见》提出全面部署以基本医疗保险为主体，医疗救助为托底，补充医疗保险、商业健康保险、慈善捐赠、医疗互助共同发展的医疗保障制度体系，健康险发展已站到更高战略层次上。

健康险面临短期增长困难，但我们认为中长期来看重疾险产品增长空间仍大，医疗险创新迭代亦有助于为健康险提供新增长动力。1) 近年健康险市场发展迅速，但 2020 年以来面临短期增长困难。健康险原保费收入 2015-2020 年复合增长率达 28%，远超寿险的 13%和意外险的 13%，占人身险保费比重由 2016 年的 18.2%提升至 2021 年 1-5 月的 23%。但 2020 年以来健康险保费增速明显下降，我们预计与①疫情对代理人增员及展业、

居民的可选消费品需求等产生持续压制；②惠民保井喷式发展对百万医疗及重疾险产品产生一定挤出效应；③2021年初新旧重疾定义切换造成短期内市场需求透支等因素有关。2) 健康险市场呈现以重疾产品为主导、医疗险快速发展的格局。根据 BCG 咨询数据，2019 年疾病险、医疗险、护理险与失能险保费占比分别为 64%、35%、1%。

疾病险（重疾险）：保险公司新业务价值的重要来源，仍具发展空间。重疾险新业务价值率通常高达 80%以上，是保险公司保障类主打销售产品。目前重疾险面临两大问题：①产品设计同质化严重，保障责任和费率竞争进入白热化阶段。

②短期内重疾定义切换下的销售热潮透支部分市场需求，但从长期来看重疾险仍有广阔增长空间，根源在于：①国内消费者重疾保障需求尚未得到充分满足，57%客户尚有 20-60 万重疾保障缺口。②基本医疗保障程度不高、医疗险等替代作用有限，重疾险仍是市场最优选择。③持续政策鼓励为健康险发展提供保障。银保监会提出到 2025 年健康险总保费达到 2 万亿元，也即未来五年复合增速 21%。

医疗险：备受市场热捧，但业务运营难度大，尚无法成为稳定的利润支撑点。

①惠民保作为低端医疗险代表，目前呈井喷式发展态势，但预计这类政府定制型保险为险企带来的利润空间有限。2020 年，全国已有 23 个省、179 个地级城市推出共 111 款惠民保产品，超 4000 万人参保，累计保费

规模达 50 亿以上。

低投保门槛、低保费、高保障等特点是惠民保受到消费者欢迎的关键因素。②百万医疗险定位中端，相比惠民保的突出特点在于突破社保目录限制，保障能力更强。2019 年中国百万医疗险保费收入规模为 345 亿，同比增长 102.9%。但目前整体赔付率仍较高，个别险企赔付率高达 173.87%，产品风险有待进一步控制。③高端医疗产品提供商以保柏(BUPA)和 MSH 为代表，多为大型跨国保险公司，主要定位于高净值客户群体，是发展高客业务的理想抓手。④医疗险目前对于重疾险还难以产生有效替代。从需求端来看，尽管短期内惠民保的热销对重疾险产生了一定的挤出效应，但是市场终将逐步实现对重疾险相对优势的重新认知。从供给端来看，医疗险业务运营逻辑更侧重于通过与社保、医院等主体的渗透和连接，提升支付结算效率，降低医疗服务成本，但目前各主体间壁垒坚固，造成医疗险业务运营成本高、盈利性较差。⑤我们认为，基于产品+服务，着力提升健康管理服务能力或是医疗险未来的破局之道，保险公司应通过加快产品迭代和推出创新设计，不断提升产品竞争力，建议关注长期医疗险等创新型险种

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_34352

