



支付宝推出“相互保”不到一个月 京东也上线京东互保

# 相互保险将会是下一个战场吗？

10月16日，蚂蚁保险联合信美人寿相互保险社在支付宝上推出首款相互保险产品——“相互保”，仅9天时间，用户数就突破1000万，不足一个月，用户数已逼近1900万。公众对“互助共济”热情之高，令业内人士预计“相互保”走红必带来相互保险“走热”，百度、腾讯、京东等巨头大概率会迅速跟进。果不其然，青年报记者昨日发现，京东金融悄然上线了一款相互保产品——京东互保，其与“相互保”有不少相似之处，也有不少创新。

青年报记者 孙琪

## 同为针对重疾定制的保险

京东金融相关人士告诉记者，他们是在11月13日上线的这款定制重疾相互保险——京东互保。合作方是众惠财产相互保险社，细看该产品的保障，最高33万元保额，覆盖100种重疾和30种轻症、30天-70周岁均可加入，众人分摊每年有上限等特点。

与支付宝的“相互保”相比，购买京东互保现在对该产品执行有条件限时0元加入政策：30天-50周岁限时0元加入（原价9元）；51-70周岁限时90元加入（原价99元）。

支付宝与京东的两款相互保险，都是一旦投保成功后，次日零时生效，保障期间为一个

自然年，到期后，用户可以持续投保。同时为了防止道德风险（即有用户骗取保费），京东互保也设置等待期90天。换言之，用户成功加入，90天之后罹患保障内的130种重、轻症，才能获得保障金。不过，两款相互保险针对意外伤害都是没有等待期的。

## 后期分摊费用将设置上限

对于任何保险产品，大众最关心的是性价比。与传统保险产品先定价、收取固定保费的模式就不同，支付宝的“相互保”的保费采用分摊机制，参与者根据实际出险情况，均摊保障金及管理费。因此有人疑虑到，如果同一时间出现重疾的人特别多，自己会不会要分摊很多费用呢？

对此，相互保产品设计方——信美相互总精算师曾卓当时表示：“基于目前国内的重疾发生状况，我们预计参与的成员第一年需分摊的实际金额为一两百元”。

而京东金融方面告诉记者，京东互保也是后期分摊费

用模式，但按照年龄、风险不同，不同年龄层的人分摊的费用都有上限，不会成为无底洞，如果档期无人出险，成员则不用分摊费用。按照京东互保分摊规则，25周岁的用户，京东互保年保费分摊上限为182元；30周岁的用户分摊上限为260元。每月两次公示和分摊结算，公示会员用户每期分摊金额，通过京东金融保险平台进行划扣。

举个直观例子：在公示结算日，京东互保有效在保用户1000万人，有效保单年度保费之和为585340万元。假如本次分摊周期有1人患重大疾病，将获30万元保障金。那么，A用户

30周岁，此次仅分摊0.02元，年度保费上限为260元，B用户50周岁，分摊0.08元，年度保费上限为1300元。即在实际分摊过程中，即使金额很小，风险低的人也不会为风险高的人买单。

如今市场对相互保险争议颇多，有对传统保险的颠覆说，也有担忧说：成本与收益不匹配的疑惑、逆选择问题的担忧以及平台风控能力的质疑（谁来为分摊缺口买单）。但长江证券研究所认为，“相互保”是行业回归保障过程中从保单定价到产品销售的新尝试，是行业供给侧创新的新尝试，有助于行业加速产品设计和销售路径的创新和多元。

## 开启业务合作模式 银行保险合作开打健康牌

青年报记者 孙琪

本报讯 公众日益增长的健康医疗需求已不是普通医保能够满足，因此很多人开始选择主动购买商业医疗保险，以求一份安心，关注到这一趋势，银行与保险联手合作，开启了一个业务合作模式。

昨日，交通银行在沪举办新闻发布会，发布会上，该行信用卡携手瑞华保险推出了交通银行瑞华保险信用卡。最新数据显示，交通银行信用卡在册卡量已突破7000万，并呈稳步增长态势。对于两家合作的机构而言，这张联名信用卡可以依托交行根基，为联名卡带来足够的流量，同时凭借瑞华保险叠加的权益，令持卡人得到更多健康服务。

对于众多持卡人来说，信用卡有一个重要作用就是“薅羊毛”。青年报记者观察到，作

为“健康+金融”行业的“结晶”，交通银行瑞华保险信用卡提供的“保险羊毛”值得关注，不仅提供50万元保额的航空意外险，还增加了健康体检套餐，另外持卡用户购买瑞华保险指定产品可享七折优惠。

如今市场上，信用卡附赠的保险“羊毛”也越来越多，主流赠送的保险多为航空险、意外险、车险等，也有部分信用卡附赠重疾险、医疗险、专业体检等，比如中信银行魔力白金信用卡、中民积分宝联名信用卡，中信银行部分信用卡、广发银行真情白金卡等。

0元买保险，每次刷卡都为健康承保固然很好，但融360信用卡分析师邱苗告诉记者，信用卡附赠保险内容很杂，且获取保障有一定门槛，需要提醒持卡人注意。比如有些信用卡附赠险保障只针对持卡人本人，有的则可包括持卡人家人，

甚至包括他人。比如，一家国有银行某款信用卡附带的航空意外险，规定必须同时满足两个条件，保险责任才能生效：一是符合《平安交通工具意外伤害保险》的规定；二是保险期间，持卡人使用本人有效标准白金信用卡支付当次本人国内外客运飞机100%的票款或80%的旅游票款（含飞机票）。

信用卡提供医疗险或者重疾险，不同的卡，保障额度也不一样。比如某行金卡、钛金卡、白金卡，需要满足连续6个月内至少有1笔交易，可保障持卡人的女性常见癌症，金卡保额3万，钛金卡、白金卡保额10万元。

“总之，保险是一个比较专业的产品，申卡人要先弄清楚信用卡附送保险的服务内容、获赠渠道及索赔范围，才能避免无法获得赔偿的纠纷。”邱苗表示。

## ■ 资讯

### 中国保险网络大学用户突破200万 30岁以下学员占比达34%

青年报记者 吴缙超

本报讯 被称为“保险行业首个综合性远程教育学习平台”的中国保险网络大学用户人数突破200万，几乎占据从业人数总量的四分之一。

据悉，中国保险网络大学始建于2014年10月，旨在通过互联网科学技术解决长期困扰行业人才培养中存在的资源短缺、时空异位、时效偏差等问题，通过远程教育的方式以低成本、超便捷、广覆盖的优势促进全行业从业人员整体专业水平提升、综合能力增强。

上线至今，中国保险网络大学注册用户保持快速稳定增长，2015年首年达到12.31万人，2016年达45.34万人，2017年达112.86万人，截至目前用户总人数达208万人，用户人群囊括业内全部市场主体、各层级机构，覆盖董、监、高层级、中基层管理人员和一线销售人员。

用户来源主要分为B端（企业端）与C端（个人端），二者各占50%。B端客户，主要通过中国保险网络大学和各企业内部学习平台对接而产生，这种平台之间的对接是快速实现中国保险网络大学资源与行业共享的最佳发展模式。自2017年10月首次成功与安邦保险集团的歌诺博在线学习平台对接开始，目前中国保险网络大学已经与包括阳光保险集团、华泰保险集团、中华联合保险集团、新华人寿、国华人寿、平安财险等在内的二十家公司的内部学习平台成功对接，在已对接的单位中，

前十家的累计用户规模大约占B端总用户规模的95%，学员数量近100万。区别于B端的C端客户，主要由各保险机构不同业务条线的从业人员自发或有组织的在平台上注册、报名学习相应的课程而产生。

通过对个人用户的数据分析发现，53%的用户来自于人身险公司，45%的用户来自于财产险公司，其余大约2%的用户来自于保险经纪、保险代理及保险资管、再保险等公司。主要用户的年龄结构也与行业人才现状吻合，30岁以下学员占比最多达到34%，30-40岁之间占比30%，40-50岁之间占比22%。在地域分布上，全国各地区的用户规模相对来说较为平均，排名前20的地区大多是一些一、二线城市，这与各保险公司的分支机构布局相对吻合。北京、上海，因为公司总部较为集中，用户占比也相对较高，分别达3.77%和2.47%。

成立四年来，中国保险网络大学为保险行业人才学习和培养提供了强大丰富的内容支撑和方便快捷的平台依托。未来，中国保险行业协会将以中国保险网络大学为平台构建行业“大教育、大培训”体系，拟组建“中国保险业互联网教育联盟”，汇聚平台、技术、内容多个供给方与企业需求方，促进协会、企业、外部专业机构之间在平台、技术、师资、课程、渠道等方面的资源互换、互补，甚至联合共建、共享，建立起保险行业绿色培训生态圈，实现培训价值最大化，持续为行业从业人员专业能力和综合素质的提升提供重要支撑。

## 中信银行“环球一站通” 三项体验受到好评

11月6日，第五届世界互联网大会在浙江乌镇召开，中信银行隆重发布出国金融服务平台“环球一站通”，打造全渠道、一站式、开放式出国金融业务服务平台，“智能推荐”、“智能填单”、“资产证明在线办理”三项体验受到参会者的好评。

“环球一站通”首次亮相便吸引了众多观众的体验和媒体的广泛关注。中信银行正面向所有用户开展平台签证办理立减30元的优惠活动，部分幸运客户可获得一次“全球签”21国中任意一国签证全免费服务。客户可通过关注“中信银行”微信公众号，输入“环球一站通”参与活动。

“环球一站通”平台是中信银行出国金融业务的全面升级。其中，“智能推荐”面向所有

需要办理出国相关服务的客户。例如：一名在该行办理过美国出境签证业务客户，通过“环球一站通”平台，可以获得一揽子出国金融服务推荐，足不出户就能够办理出国相关服务。如推荐目的地刷卡优惠、外汇兑换、美元购汇理财等。

“智能填单”能够为客户节省二次填办签证手续的时间，在中信银行办理过签证的客户，下次办理任意国家签证时，客户可省去80%的重复填单手续，为客户节省宝贵时间。

“资产证明在线办理”可省去客户跑银行网点的步骤，24小时随时随地打印自己的交易流水及证明。此外，客户在线办理5万、20万、50万不同规模的存款证明，可享受加拿大签证费用优惠和申请资料简化的绿色通道服务。