

本期精彩内容 LIFE

04 陈东升在亚布力谈企业家精神和供给侧改革

在宏观层面上，他分析供给侧改革，为企业家精神和企业家信心鼓与呼，并回顾和展望中国民营企业发展逻辑；在微观层面上，他深入分析现代企业治理结构的心得，并分享在新的宏观环境下，泰康人寿坚定选择深入养老产业的思考。

——《腾讯财经》

09 泰康获准经营个人税优健康险业务 发力大健康产业链

据介绍，泰康计划推出的两款产品极具吸引力，产品责任包含医疗保险和个人账户积累两部分，以便于吸引更多客户享受国家税收优惠政策，为客户提供充分医疗保障，为未来储备医疗资金。产品设计上最大限度让利客户，低免赔、高保障、无等待期，简单赔付率低于80%的部分返还给客户个人账户，做到应赔尽赔，使被保险人最大程度上受益。在目前的31个试点城市中，有意向投保泰康税优健康险的企业已达数百家。

——《中国新闻网》

11 连续两年派发春晚红包 泰康在线在下一盘场景构建的大棋

今年，支付宝成为春晚合作伙伴，而首批合作品牌也浮出水面，在春晚大秀风光。在激烈的竞争中，泰康在线拔得头筹，在这个拥有9.03亿观众的央视平台联手支付宝，为全国人民咻红包、传福气。

值得一提的是，泰康在线是唯一一家连续两年派发春晚红包的企业。继去年豪掷一亿包下了羊年春晚黄金时间段的红包后，今年携真金白银再战春晚，恭贺全国人民猴年大吉。

——《环球网》

目录 CONTENTS



04 焦点

第十六届亚布力中国企业家年会

04 陈东升在亚布力谈企业家精神和供给侧改革

摘自《腾讯财经》

07 陈东升：我们再不能贻误转型时机

摘自《新浪网》

07 公司动态

泰康养老首批获准经营个人税优健康险业务

07 保险业全面服务供给侧改革 税优健康险需求即将爆发

摘自《中国保险报·中保网》

09 泰康获准经营个人税优健康险业务 发力大健康产业链

摘自《中国新闻网》

10 税优健康险：让百姓既得实惠又得健康

摘自《金融时报》

重要新闻

- 11 连续两年派发春晚红包 泰康在线在下一盘场景构建的大棋
摘自《环球网》
- 12 “共生”画展进社区 “文化养老”受热捧 摘自《光明网》
- 13 “互联网+殡葬”风口将至 泰康人寿旗下爱佑汇先行先试
摘自《证券日报》
- 14 杀入互联网保险蓝海 15 年 泰康在线的“不赚快钱”方法论
摘自《钛媒体》
- 15 未来要投资 1000 亿 陈东升看好中高端养老市场
摘自《大河报》
- 16 《养生堂》泰康养老社区广告今起开播 摘自《中国大理网》

17 理赔服务

理赔资讯

- 17 泰康重疾客户通过手机获赔 20 万元 摘自《河北网》
- 17 泰康人寿永州祁阳服务部成功理赔 11 万元 真情服务温暖人心
摘自《中国新闻网》
- 18 泰康人寿快速理赔漯河客户 12 万元 摘自《河南日报》

18 产品资讯

产品推荐

- 18 车险费率改革、健康险税优政策释放政策红利
2016 年保险将如何影响你的生活 摘自《杭州网》
- 20 回家过年综合类交通意外险走俏 摘自《金融投资报》

24 小时客户服务电话：95522

泰康在线：www.taikang.com

主办：泰康人寿保险股份有限公司

本刊编辑部：

泰康人寿保险股份有限公司品牌传播部

电话：010-61046296



泰康报刊俱乐部

一网打尽最鲜活的泰康新闻、最丰富的产品资讯、最详尽的服务信息、一流营销经验分享。这里也是优秀代理人的风采展示舞台。优秀营销人，欢迎回家！

陈东升在亚布力 谈企业家精神和供给侧改革

◎摘自《腾讯财经》 2016年2月23日

每年春节后，改革开放以来各个阶段驰骋在中国商界的风云人物们，都会相聚在黑龙江尚志市的亚布力雪镇上，召开一年一度的亚布力中国企业家论坛。

泰康人寿董事长陈东升是亚布力论坛的理事长，他也是这个企业家圈子的核心人物。2001年，同为“92派”代表的师兄田源，因为受到瑞士达沃斯论坛的启发，选中了亚布力这个雪中小镇，开始尝试中国版达沃斯。但与达沃斯不同的是，那里最耀眼的人物，往往是大权在握的大国政要，而亚布力的明星，永远是在市场中拼搏的民营企业家。

作为亚布力中国企业家论坛理事长，陈东升是“92派”概念的首创者，被誉为“最具思想力的企业家”，他将中国产权制度的发展与数次企业家创业热潮相结合，理清了中国民营企业的发展脉络。

“84派”、“92派”、“海归派（网络派）”，每年的亚布力，陈东升以主持人的身份，将这些按照自己的理论划分的各个阶段的企业家，乃至新生代里最优秀的年轻创业者“一网打尽”，聚集在这个深山老林之中。在经历多元化思考之后，如今亚布力论坛的定位，也非常坚定地回到了创办初衷：这里是民营企业家自己的思想平台。

2016年的中国民营企业家里，虽面临着宏观经济与政商环境调整的双重压力。但与往年一样，他们在亚布力“依然春风故我，还是喜气洋洋，红衣服、红围脖，谈笑风生。”

亚布力闭幕当天的中午，陈东升设宴送别即将返程的马云、王石、郭广昌等企业家。与朋友们一一道别后，



陈东升接受了腾讯财经的专访。

谈话中，在宏观层面上，他分析供给侧改革，为企业家精神和企业家信心鼓与呼，并回顾和展望中国民营企业发展逻辑；在微观层面上，他深入分析现代企业治理结构的心得，并分享在新的宏观环境下，泰康人寿坚定选择深入养老产业的思考。

我们将此次专访内容整理如下：

宏观大势下的 企业家精神与企业家信心

腾讯财经：亚布力论坛开幕前，我们写了一篇文章，预测今年的亚布力可能不太乐观，企业家们面临宏观经济和政商环境的双重压力。这次论坛发布的《企业家信心指数报告》也显示，数字出现了明显的下降。但在亚布力现场，我们又看到企业家们还是其乐融融，似乎并无什么变化？

陈东升：敬一丹大姐也问了我和王石这个问题。企业家信心指数在下降，你以为大家会悲观，但是到这里

企业家们依然春风故我，还是喜气洋洋，红衣服、红围脖，谈笑风生，内心是很强大的。不过每个笑脸的背后，可能都是血淋淋的现实压力，比如说王石，一般人哪儿能扛得住啊？到现在股权之争还没过去，万科还没有复牌。从商业角度来看，“万宝之争”将成为中国商业史的宝贵财富。

企业家就是在市场的环境里、在大风大浪中锻炼成长起来的。企业家的内心是很强大的，像马云，他这五年，什么叫如履薄冰，他内心世界的煎熬，他不被理解，那是多大压力！企业有多大，承受的压力就有多大，企业家的名气有多大，承受的压力就有多大，完全是一个正比例。

关于企业家的解释太多了，熊彼得（Joseph Alois Schumpeter）的“毁灭性创新理论”说，企业家精神就来自于创新。但每个人理解不一样，我有一个观点，我认为企业家的成长没有规律，商学院培养不了企业家，企业家是随机的，就像打拳击一样，一场一场的拳击赛最后剩下来的，是随机

的，而不是有序的。企业家就是野树林的野猪，不是家养的，他完全适应环境，有很强的生存能力和挑战能力。

亚布力论坛举办了16年，这些企业家们，他们就是国家宝贵的财富，他们就是这个社会的中坚，他们就应该承担，他们就应该痛苦，他们就应该每天面对困难和挑战。

信心是什么，就是企业家精神。市场不好，企业就要采取各种手段去应对，“过冬”不等于企业家内心被打垮，不等于企业家遇到困难就放弃。

高盛董事长贝兰克梵（Lloyd Blankfein）有次跟我见面说，20世纪是美国的世纪，在那个世纪里，美国遇到了1930年的“大萧条”，跨世纪之后，又遇到2008年金融大危机，但美国经济依然繁荣。21世纪是属于中国的世纪，中国还没有遇到什么困难，但肯定会遇到，中国应该有这个思想准备，但遇到困难也不算什么，困难其实是经济的一次调整和纠正，中国依然可以继续繁荣。

困难就像人害病，让人更健康。今天中国遇到的困难就是转型的过程，中国经济35年高增长，政府的力量熨平了周期的波动，虽然也有通胀时代，也有紧缩的时代，但是总体没有出现像西方那样大的经济危机，大批的金融机构倒闭，企业倒闭、员工失业。今天的经济下行、转型，都是正常的、预期之内的困难，我们可以面对，我们可以克服。

腾讯财经：中央最近提出了供给侧改革，就是我们的转型方向。这个话题在亚布力论坛上谈得也比较多，但大家各自都有不同的理解，您的理解是怎样的？

陈东升：马云讲得很好，供给侧改革就是推内需，内需就是消费，消费就是市场。供给侧的结构性改革，说得重一点，就是一次市场化更深入的改革。

为什么出现供给侧的问题？因为过去我们重视GDP，不追求满足消费者的需求，所以才形成大量的低端

重复建设，产能过剩的现象。

所以供给侧的结构性改革，就是市场深化改革，就是放弃过去政府主导经济增长的模式，实际上是市场化更深刻的改革。谁知道消费者有需求？企业；谁来预测未来消费者的需求？企业；谁来为企业做决策？企业家。所以我刚才说，企业家是国家的宝贵财富。

企业要有良好的公司治理结构

腾讯财经：王石前段时间表示，还是希望由国有企业来控股万科，您怎么理解他的这一想法？外界的解读是，国有的控股股东，会相对稳定，会继续放权给王石领导的现有管理层。

陈东升：中国是从计划经济走过来的，中国这30多年的经济成长和进步，国有企业、外资企业、民营企业这三股力量都做出了贡献。今天中国的现实也是三股力量相互融合的进程。美国的大企业走到今天，大概花了三代人，甚至五代人的时间，从私营家族企业变成公众企业。高盛是国有企业还是私营企业？都不是，就是混合所有制企业。要尊重历史，不要再去强调所有制的性质，而是要强调企业有没有好的治理结构，这是最重要的。

巴菲特曾经讲过，治理结构就三种形式。一种没有大股东，但是每次开董事会都假设有个大股东，只是他没有出席董事会、股东会。这个假设你说多么巧妙？没有大股东，但是要以股东利益最大化为核心，虽然股权是分散的，职业经理人控制的股东会、董事会，还是要以股东价值最大化为目标，要假设有一个大股东在时刻盯着自己。

第二种就像巴菲特自己，像我，像郭广昌这种形式，我们又是大股东，同时又是职业经理人（董事长兼CEO）。但在这种结构下，通常第一代企业家最辉煌，如果说巴菲特不在了，他儿子有没有这种本事（掌控好企业），就不见得了。

在这种情况下，第三种形式就出来了：大股东不参与经营企业，而是交给职业经理人经营。巴菲特认为这种治理结构是最好的。

腾讯财经：您怎么理解亚布力论坛上马云提出来的，“客户第一，员工第二，股东第三”的价值观？马云认为这应该成为普世价值。

陈东升：我当时就在台下与旁边的郭广昌交流，我们认为，不同的观点都是对的。股东价值最大化就是企业要有盈利，盈利了就能够照顾员工，照顾客户。所以股东价值最大化是1，员工、客户是后面的0，这样加起来就是100。没有这个1，后面是不存在的。

马云讲的是，今天进入互联网的平台时代，没有客户就没有员工，没有员工就没有股东，这也是对的。他说的客户一定是带来价值的客户，千万不能理解成是不赚钱的客户，那是没有价值的。能够给企业带来价值的客户，你把他拢住，员工就有事做，员工创造价值，股东就有价值，这也是对的，只不过是两个不同层面的解释。

谈“15派”现象 与中国民营企业发展逻辑

腾讯财经：最近的一两年的“双创”，我们发现新一轮创业潮出现了，创业者中，有草根创业者，也有从国企、公务员岗位脱离体制“下海”的，类似于“92派”，从体制内走出来去自己创业，或者参与到一些好的民营企业里面去。按照您提出来的“84派”、“92派”、“海归派（网络派）”的发展逻辑，如果把这个现象称为新一代“15派”，您认同这一说法吗？

陈东升：我认为有。其实我后来讲过，“84派”、“92派”、“海归派（网络派）”，基本是由企业的产权这条线串起来的。“84派”时没有游戏规则，没有公司法，所以他们“野蛮生长”。到了“92派”这里只有一种模式，就是现代企业，产权清晰，董事会、股东

会治理结构清晰。但是到了“海归派（网络派）”，带来两个伟大的制度：创始股份和期权制度，它们使创始人利益得到了保护，创始团队分享到利益。到此为止，中国和西方接轨，从产权理论的企业制度来看，框架本质的核心东西完成了。

在“海归派（网络派）”之后出现的企业家群体，我叫做“后WTO时期”。这个时期，PE、创业资本和天使投资人崛起，只要创业者有好的创意，就不怕缺钱。对于产权制度、知识产权和创始人、创业团队期权等，都有了完整的创业法律制度。可以说私募基金的崛起，为“双创”奠定了重要的基础和制度保证。

今天世界上具有超级的创业、创新精神，以及创业的规模和浪潮的国家，只有美国和中国，甚至中国要高于美国。对中国的信心，就看年轻人，看未来。创业的潮流浩浩荡荡，谁都不能阻挡。中国真正的大好时光，现在刚刚开始。

腾讯财经：如果说“15派”提法成立的话，它跟“海归派（网络派）”的区别在哪里？今后是否就是“15派”这样的波浪式创业潮流？

陈东升：我把“海归派（网络派）”之后的创业者统称为“后WTO时期”的创业者，他们集中了第一代的“悲怆”、第二代的“责任”，以及第三代的“新锐”。前三代人付出的代价，叠加形成了完整的体系和制度。“84派”、“92派”、“海归派（网络派）”，这三股力量完成了中国的产权体系、创业体系、企业制度、创新制度、期权制度、企业法、治理结构、公司章程、股东权益，以及股东董事会和管理层的关系等问题。在这些制度上，西方很成功，到今天中国也已经成熟了。

在这个完整制度之上，创业浪潮会有序推进。今后就是你所说的波浪式的创业前景，通过三拨人完成的制度建设，将来只是修修补补，本质性的、框架性的、革命性的问题不存在了。

保险行业三大模式 与泰康在养老产业的思考

腾讯财经：以宝能系的前海人寿、生命人寿为代表，保险行业出现了这种较为激进的“黑马”模式，无论是保费规模增长、还是投资风格都比较激进，过去的两年里频繁地举牌上市公司，甚至发生和万科这样的冲突，你是怎样看待保险行业这样的一种趋势？

陈东升：我们把保险公司分三类。一类叫负债驱动型，大型传统的人寿保险公司，比方说像中国人寿、平安保险、太平洋、泰康、新华、太平，这些公司已经建立了强大的销售体系，代理人队伍都在20万以上，是中国寿险业核心的长期寿险市场的主流。这5年，这些大型传统保险公司走了一条价值转型的道路，就是去银行保险规模化，去保单短期化，去保单理财化，走向长期价值经营。泰康这5年转型很成功，我们走的就是这样一条路子。

第二类是资产驱动型。你所说的这些保险公司，他们的历史不长，他们也要寻找自己发展的机会。以往建立庞大的销售体系的时代可能过去了，他们也想走一条自我发展的道路，通过银行迅速地积累保费，把自己的资产规模做起来。但是银行是一个销售的中介渠道，成本偏高，保险缴费期限偏短，所以他们就走向一个资产驱动型的模式，我们管这类叫平台公司。

还有一类保险公司就是，大银行建立自己的保险公司，它借助母公司强大的分销体系、客户体系来销售保险。

今天的保险业慢慢形成了这三股力量，不同的道路，不同的优劣，不去评论谁对谁错，每个人都在寻找自己发展的道路。

很多人问为什么泰康、平安没来举牌（上市公司），因为我们今天走的是长期价值和负债驱动的模式，泰康这些年走保险和医养结合的路子，做医养实体、长期寿险，价值驱动，其他的传统保险公司大多跟随泰康走

上了这条道路。

腾讯财经：泰康提出的口号叫“从摇篮到天堂”。今年是泰康人寿创立20周年，现在距离“从摇篮到天堂”的目标还有多远，面临的最大的制约是什么？

陈东升：人寿保险其实就是通过金融的虚拟方案，来解决个人和家庭的生老病死问题。我们把虚拟的保险产品，和现实的医疗、养老产品服务相结合，创造了一个新的保险产品：“幸福有约”。年轻的时候买这个产品，老的时候就可以到泰康的医养社区享受养老和医疗服务。

短短三年的时间，这个产品已经卖了两万单，拥有了两万多高净值客户。我们提出“四位一体”战略——“活力养老、高端医疗、卓越理财、终极关怀”，把养老、医疗、理财、终极关怀四个问题一并解决，形成了全生命产业链的一个长链条的彻底整合。

至于目前面临的制约条件，很简单，医疗养老的探索虽然落地了，但是我们还不够系统化、体系化、价值化。下一步要做的，就是全国的网络布局，一旦完善系统化、体系化、价值化，整个网络就会产生巨大的化学反应，可以把大健康、保险的产品，和现实的医疗、养老产品服务相结合，打造一个垂直产业链的闭环体系。这个我估计还要10年的时间。

腾讯财经：泰康人寿的上市计划目前准备的怎么样了？

陈东升：今年保监会实施偿付能力第二代的监管，泰康人寿资本充足率将大幅跃升2/3，所以我们没有大的资本压力。如果为了融资，泰康完全可以不用上市，我提出上市，就是希望泰康未来成为一个公众公司，成为一个透明度更强的公司。

这次亚布力马云讲阿里巴巴的合伙人制，讲阿里巴巴的治理结构，对我有很大的震撼。我觉得一个企业建立强大的、非常有力量的治理结构，是一个企业发展的根本保证。所以泰康迟早是要上市的，只是时间的问题。

陈东升：我们再不能贻误转型时机

◎摘自《新浪网》 2016年2月21日

“亚布力中国企业家论坛第十六届年会”今日闭幕，泰康人寿董事长陈东升作为论坛理事长作了闭幕致辞。他表示，对于经济增速放缓要有耐心，“绝不能经济一下行就慌了”。

陈东升认为，经济转型的窗口已经不多，如果国人能够形成高度共识，承受中低速的增长，坚定支持国家，就会越来越好。

陈东升在致辞中非常动情，谈及

今年论坛的主题“信心与动力”，他还引用郭广昌在开幕论坛上的一句话“哪怕有一丝的光亮，信心都是不动摇的”，“在广昌有那次经历后，听他讲这句话，我就在想，只要你的心是强大的，精气神还在，只要你爱这个国家，爱这个民族，爱你的企业，爱你的员工，当然要更爱你的家庭，因为这些‘爱’的存在，我们还有什么必要讨论信心？”

亚布力中国企业家论坛年会已经

举办16届，在陈东升看来亚布力在走向成熟，“我们的心态在放松，不能叫放缓，我们的心态更平和，我们的脚步更稳健。”

“马云在亚布力10周年讲过一句话，我一直记得，‘亚布力的雪花自由、浪漫的飘洒，代表了中国企业家自由的思想’，刚才阎志还有一句诗‘唯有雪花不可辜负’。希望中国企业家思想永远像亚布力雪花自由、浪漫的飘洒。”

保险业全面服务供给侧改革 税优健康险需求即将爆发

◎摘自《中国保险报·中保网》 2016年2月18日

2月16日，中国保监会公示首批经营个人税收优惠型健康保险业务公司名单，人保健康、阳光人寿、泰康养老位于名单之内。

首批3家公司获经营资质

保监会在公示中透露，截至2月14日，共有8家保险公司报送了开展个人税收优惠型健康保险业务报告，其中上述3家公司符合经营要求。按

照“成熟一家，公布一家”的原则，下一步，保监会将继续核对保险公司的个人税收优惠型健康保险业务报告，并及时更新经营个人税优健康险业务的公司名单；将加强对该项业务的监管，推动业务规范、有序开展。

按照要求，保险公司经营个人税优健康险应具备如下条件：满足保险公司偿付能力管理规定，上一年度末和最近季度末的偿付能力充足率均不

低于150%；最近3年内未受到重大行政处罚；除专业健康保险公司外，其他人身保险公司应设立健康保险事业部；具备相对独立的健康保险信息管理系统，并与商业健康保险信息平台对接；配备专业人员队伍，健康保险事业部具有健康保险业务从业经历的人员比例不低于50%，具有医学背景的人员比例不低于30%等中国保监会规定的其他条件。

据了解, 自税优健康保险政策推出伊始, 阳光保险就积极推进税优健康保险项目, 特别设立健康险事业部, 引进专业的健康险从业人员和具有医学背景的资深人员。泰康养老也紧锣密鼓地开启了准备工作, 研究条款政策, 成立健康保险发展中心, 引进专业健康险从业人员, 规划企事业单位健康险服务方案。2015年12月25日, 泰康养老税优健康险业务系统首批通过验收, 并第一时间向保监会提交了经营业务报告和备案产品。

人保健康总裁宋福兴称, 这是保监会对人保健康专业经营优势和雄厚承办能力的充分认可。作为国内最大的专业健康保险公司, 人保健康积极响应国家政策, 全方位布局个人税优健康保险, 目前已经做好了经营个人税优健康险业务的各项准备。

全面服务供给侧改革

近年来, 国家出台了一系列支持商业健康保险发展的文件, 明确提出要完善健康险税收支持政策。

在泰康人寿执行副总裁兼泰康养老董事长李艳华看来, 个人健康险税优政策是践行“新国十条”精神, 保险业全面服务国家供给侧改革的举措。本次个人税收优惠型健康保险政策落地, 开启了我国对保险消费实施税收优惠的新时代。

宋福兴表示, 从“新国十条”到“健康中国”战略, 到健康险税优政策落地, 国家越来越重视商业健康保险在国家战略全局中的定位, 更加注重运用商业保险机制分担日益增长的医疗费用支出, 用政府与市场的合力更好地托举民生。

保监会公布的统计数据显示, 近3年, 健康险业务保费呈现增长趋势。2013年、2014年、2015年, 健康险业务原保险保费收入分别为1123.5亿元、1587.18亿元、2410.47亿元, 分别同比增长30.22%、41.27%、51.87%。2013年、2014年、2015年, 健康险业务赔款和给付411.13亿元、

571.16亿元、762.97亿元, 分别同比增长37.88%、38.92%、33.58%。

“随着个人健康险税优产品的上市, 必将进一步激发全社会健康意识和健康保险消费需求, 将极大地促进健康保险的潜在需求快速释放。”

宋福兴表示, 从国际市场看, 美国用了30年左右的时间, 发展形成了体量庞大、技术成熟的健康保险市场, 并涌现出了一批综合实力突出、进入世界500强的专业健康保险公司。从国内市场看, 健康保险正呈现快速发展态势。2012~2015年, 我国健康险保费年复合增长率高达40.86%, 预计未来一段时期, 健康保险将继续在保险行业保持活力最强、增速最快, 逐步缩小与财险、寿险的差距, 2020年保费有望达到7000~10000亿元, 成为与财险、寿险并列的三大业务板块之一。据人保健康初步统计, 已有近百家企业客户向公司提出投保个人税优健康险产品的意向。

服务医疗、健康大布局

泰康养老聚焦医养融合, 打造“大健康”生命产业链。李艳华介绍, 泰康养老计划推出两款产品, 产品责任包含医疗保险和个人账户积累两部

分, 产品设计上最大限度让利客户, 低免赔、高保障、无等待期, 简单赔付率低于80%的部分返还给客户个人账户。在目前的31个试点城市中, 有意投保的企业已达数百家。

李艳华对记者表示, 泰康聚焦生命产业链, 加速健康产业链与保险产业链的融合, 形成了“普惠医养+高端医养”的健康服务新模式。近年来, 公司一直在谋篇布局大健康、大医养战略, 为增强国家医养三支柱体系尽责。此番积极研发并销售税优健康险, 是泰康养老探索“保险+医养”新型保障体系的又一新开始。泰康充分发挥“互联网+大健康”优势, 为税优健康险搭建了全流程O2O服务体系, 为客户提供自助投保、自助理赔等便捷的服务。客户能够享受泰康大健康产业链内的全方位健康管理服务: 365×24小时的电话咨询问诊; 全国千余家医院的精准导诊、转诊预约、住院安排、诊后随访等服务, 以及约翰霍普金斯等海外医院的二次诊疗、远程会诊等服务; 为个人客户建立健康档案、为企业客户量身定制健康管理方案等。

泰康获准经营个人税优健康险业务 发力大健康产业链

◎摘自《中国新闻网》 2016 年 2 月 19 日

2 月 16 日，泰康养老等 3 家险企首批获准经营个人税收优惠型健康险业务，个人税优健康险从政策制定和产品、系统开发阶段全面迈入了经营阶段。

践行“新国十条”精神， 保险业全面服务国家供给侧改革

在国家新医改大背景下，商业健康保险成为国家医疗保障体系的重要组成部分。鼓励商业健康保险介入医疗体制改革，鼓励健康保险创新发展，促进我国多层次医疗保障体系形成，国家出台了一系列政策推动商业健康险发展。从“新国十条”颁布到“健康中国”战略实施，从“加快发展商业健康保险的若干意见”出台到“税收优惠政策”的落地，保险业被放入了深层次服务国计民生的大框架中，“大保险、大保障”成了行业的主题词。

本次个人税收优惠型健康险政策落地，开启了我国对保险消费实施税收优惠的新时代。随着资格批复以及产品即将上市，必将激发人们健康保障意识的提升，促进更大的健康保险消费，也是保险业服务国家供给侧改革、服务小康社会建设的重要实践，将对商业健康保险市场化发展进程产生深远的影响。

对此，泰康人寿董事长兼 CEO 陈东升表示：“泰康首批获准经营个人税优健康险业务，这是保监会对泰康大健康战略优势与专业化经营能力的充分认可。作为以大健康为核心的创新型保险金融服务集团，泰康积极响应国家政策，勇于承担社会责任，严格按照监管要求，做好各项准备工作，待产品批复后第一时间上市，让客户

实实在在享受国家政策的实惠。”

专业致胜，提升服务， 个人税优健康险经营有门槛

即将推出的税优健康险产品采取的是“医疗保险 + 万能账户 + 健康管理服务”创新模式，是对基本医疗的政策衔接和有效补充，带有很强的政策性，补偿的范围包括了基本医保不报销的自费药部分和进口药部分，人群覆盖也更为广泛。正因如此，监管部门对险企业经营资质的审批也有着较为严格的要求，获准经营的保险公司无论在偿付能力、合规经营，还是产品研发、系统对接等方面均需达到保监会的资质要求。泰康人寿执行副总裁兼泰康养老董事长李艳华介绍，自税优健康险政策落地以来，泰康养老便紧锣密鼓地开启了准备工作，研究条款政策，成立健康保险发展中心，引进专业健康险从业人员，规划企事业单位健康险服务方案。2015 年 12 月 25 日，泰康税优健康险业务系统首批通过验收，并第一时间向保监会提交了经营业务报告和备案产品。

据介绍，泰康计划推出的两款产品极具吸引力，产品责任包含医疗保险和个人账户积累两部分，以便于吸引更多客户享受国家税收优惠政策，为客户提供充分医疗保障，为未来储备医疗资金。产品设计上最大限度让利客户，低免赔、高保障、无等待期，简单赔付率低于 80% 的部分返还给客户个人账户，做到应赔尽赔，使被保险人最大程度上受益。在目前的 31 个试点城市中，有意向投保泰康税优健康险的企业已达数百家。

聚焦医养融合， 泰康打造“大健康”生命产业链

泰康聚焦生命产业链，加速健康产业链与保险产业链的融合，形成了普惠医养 + 高端医养的健康服务新模式。近年来，该公司一直在谋篇布局大健康、大医养战略，为增强国家医养三支柱体系尽责。先后参与多省市城乡居民大病保险业务，在全国 8 城落地医养融合养老社区，与美国约翰霍普金斯等国际知名医院以及国内 1000 多家医院合作，形成国内顶尖的“防治治康”一站式医疗健康服务网络。此番积极研发并销售税优健康险，是泰康探索“保险 + 医养”新型保障体系的又一新开始，是泰康响应国家号召，为企业员工实现医养无忧，提升居民个人保险保障，缓解社会与个人医疗费用支出压力的重要举措。

泰康充分发挥“互联网 + 大健康”优势，为税优健康险搭建了全流程 O2O 服务体系，为客户提供自助投保、自助理赔等便捷的服务。客户能够享受泰康大健康产业链内的全方位健康管理服务：365×24 小时的电话咨询问诊；全国千余家医院的精准导诊、转诊预约、住院安排、诊后随访等服务，以及约翰霍普金斯等海外医院的二次诊疗、远程会诊等服务；为个人客户建立健康档案，为企业客户量身定制健康管理方案等。

李艳华介绍，泰康养老作为泰康的全资子公司，近年来业务领域不断拓展，在保持企业年金管理优势的同时，还开发了全系列的团体及个人长期养老和健康保险产品，公司产品线已经全面对接国家医养三支柱，通过定制化、个性化服务，可为雇主及雇员提供一揽子福利医养解决方案。

税优健康险：让百姓既得实惠又得健康

◎摘自《金融时报》 2016年2月24日

未来，没有税优健康险就像没有社保。虽然这样的日子离人们仍旧遥远，但随着第一批开展个人税收优惠型健康保险业务名单的公布，这一天正在向人们走来。

税优杠杆 撬动健康产业扩张

从发达国家的发展经验来看，税收优惠是保险业界公认的商业健康保险发展的“助推器”。随着资格批复以及产品即将上市，必将激发人们健康保障意识提升，促进更大的健康保险消费，也是保险业服务国家供给侧改革、服务小康社会建设的重要实践，将对商业健康保险市场化发展进程产生深远影响。人保健康总裁宋福兴对记者表示，通过税收优惠鼓励个人购买商业健康险，将有效发挥政策的杠杆作用，促进商业健康保险进入新一轮的快速扩张期。

上述结论来自于国际健康险发展的经验以及国内健康险发展的走势。从国际市场看，美国用了30年左右的时间，发展形成了体量庞大、技术成熟的健康保险市场，并涌现出了一批综合实力突出、进入世界500强的专业健康保险公司。从国内市场看，健康保险正呈现快速发展态势。2012~2015年，我国健康险保费年复合增长率高达40.86%，同期财险、寿险、意外险保费复合增长率分别为14.46%、14.14%、18.07%，其中，2015年增速高达51%，财险、寿险、意外险保费增速分别为11%、21.5%、17.14%。

因此，宋福兴预测，未来一段时期，健康险将继续在保险行业保持活力最强、增速最快，逐步缩小与财险、寿险的差距，2020年保费有望达到7000~10000亿元，成为与财险、寿

险并列的三大业务板块之一。

补偿更多 让百姓得实惠

摩拳擦掌备战税优健康险的公司远不止首批获得经营资质这3家公司。2016年伊始，多家公司在多个城市召开了税优健康险事业单位服务方案发布会。据保监会相关人士介绍，截至2月14日，共有8家保险公司报送了开展个人税收优惠型健康保险业务的报告。人保健康、阳光人寿、泰康养老3家保险公司符合此前发布的《个人税收优惠型健康保险业务管理暂行办法》的经营要求，按照“成熟一家，公布一家”的原则，保监会发布了第一批的名单。

对于进入首批名单，泰康人寿董事长兼CEO陈东升表示：“泰康首批获准经营个人税优健康险业务，这是保监会对泰康大健康战略优势与专业化经营能力的充分认可。作为以大健康为核心的创新型保险金融服务集团，泰康积极响应国家政策，勇于承担社会责任，严格按照监管要求，做好各项准备工作，待产品批复后第一时间上市，让百姓实实在在享受国家政策的实惠。”

可以说，“实实在在”在税优健康险产品得到了充分体现。按照保监会要求，即将推出的税优健康险产品采取的是“医疗保险+万能账户+健康管理服务”创新模式，补偿的范围包括了基本医保不报销的自费药部分和进口药部分，人群覆盖也更为广泛。记者在采访中了解到，人保健康、阳光人寿、泰康养老的税优健康险产品整体赔付都高于90%，社保目录内赔付比例为100%，目录外为80%。

另外，税优健康险现在充当基

本医保有效补充的同时，也将通过支付功能衔接起基本医保与商业保险。长江证券分析师刘俊预测，商业保险公司作为医疗支付新的付费方，将逐步整合商业保险和健康服务产业链条。

健康管理 使“高端服务”常态化

保险公司对健康服务产业链的整合在税优健康险产品中已经凸现出来。从人保健康、阳光人寿、泰康养老的税优健康险产品来看，“健康管理”这一“高端服务”在带有普惠性质的税优健康险产品中已经实现常态化。为客户建立健康档案、365×24小时的电话咨询问诊、预约挂号、导医导诊、二次诊疗等服务，已经成为税优健康险产品的标准配置；为了方便百姓购买，这3家公司均提供线上线下投保服务，在理赔环节，亦实现自助理赔及一站式理赔。

据泰康人寿执行副总裁兼泰康养老董事长李艳华介绍，泰康养老计划推出的两款产品将充分发挥该公司在“互联网+大健康”方面的优势：全国千余家医院的精准导诊、转诊预约、住院安排、诊后随访；约翰霍普金斯等海外医院的二次诊疗、远程会诊等。

随着下一步税优健康险产品获批，这些“高端服务”将真正走入人们的日常生活。正如宋福兴所言：“专业健康险公司将借政策东风，将新的信息技术、医疗技术与公司的产品、销售、管理、服务等全方位结合，不断丰富和完善产品和服务体系，与基本医疗保障发挥协同效应，共同筑牢人民群众的健康风险屏障。让百姓既得实惠，又得健康。”

连续两年派发春晚红包 泰康在线在下一盘场景构建的大棋

◎摘自《环球网》 2016年1月29日

今年，支付宝成为春晚合作伙伴，而首批合作品牌也浮出水面，在春晚大秀风光。在激烈的竞争中，泰康在线拔得头筹，在这个拥有9.03亿观众的央视平台联手支付宝，为全国人民咻红包、传福气。

值得一提的是，泰康在线是唯一一家连续两年派发春晚红包的企业。继去年豪掷一亿包下了羊年春晚黄金时间段的红包后，今年携真金白银再战春晚，恭贺全国人民猴年大吉。

两次参与春晚红包大战 传递新春祝福

据悉，除夕夜春晚直播时，可以根据主持人的提示，打开支付宝“咻”泰康在线的红包。而“咻”到红包的用户，还可以将好彩头传递给亲朋好友，让大家共同参与到春节享红包的乐趣中来。

另外，泰康在线也将在春节期间派发保险礼包，用于保障人们在春节期间的出行安全。泰康在线也将在天猫旗舰店、支付宝、官网等平台同步推出春节保障性产品，为用户的健康、出行、家庭财产安全提供全方位的保障。

除单一的抢红包之外，支付宝增加了一个类似于“大乐透”的玩法。在除夕当晚24:00之前，只要集齐5张福卡，就可以平分超2亿元的现金。“红包”这种带有趣味性的彩头游戏，正逐渐成为品牌与用户之间建立联系的方式。而泰康在线也先人一步，借春晚红包这一大众化的入口，让互联网保险更加全面地服务大众生活。

在支付宝猴年春晚红包战略发布仪式上，泰康在线总经理兼CEO王

道南曾表示：“支付宝已经成为广大用户必不可少的生活工具，以支付宝红包为代表的移动互联网为未来普惠金融的普及打下了用户基础。在这样一个大背景下，泰康在线希望通过这样一次节日，与央视和支付宝合作，将泰康在线的祝福，以及泰康在线的文化、理念传递给每个华人家庭。”

场景构建，春晚只是一小步

众人关注的春晚平台，其魅力的释放，让各品牌折腰相互争抢，其原因是什么？王道南也有自己的理解，他认为，春晚其实上就是一个大的场景。

泰康在线和支付宝合作，通过红包的形式共同做“散财童子”，其实质是一次场景构建的行动。王道南认为，红包加速了移动互联网在三四线城市和各年龄群体中的普及，为普惠金融的发展奠定了用户基础。而泰康在线希望与支付宝及春晚一起，共同推进这一进程。

其实，在互联网保险产品的场景构建上，泰康在线无疑是最有发言权的互联网保险公司。除了春晚红包这一举动之外，泰康在线一直致力于产品的碎片化、场景化，并尝试开发了和互联网生态相结合的产品。在群雄逐鹿的战场上，泰康在线凭借自身的经验和创新能力，不断发力保险产品的场景化构建。

比如，与淘宝合作推出专门针对卖家的“乐业保”，为淘宝卖家提供保障性产品；与奇虎360合作推出“飞常保”，首创全民免费航意险模式；与58同城合作，针对爱



狗人士推出泰康心宠保，均收获了市场好评。

近年来，随着互联网的不断普及和发展，用户对保险产品的需求和体验都出现了新的要求。泰康在线副总裁兼首席运营官丁峻峰曾表示，互联网保险的本质在于普惠金融，企业的目标将不再是追求高额利润，而是扩大客户群，培养年轻人的互联网保险意识。所以我们所有的互联网保险产品都应该满足这些客户的需求。

泰康在线在用户体验的优化方面也积累了很多成功经验。早年，泰康在线就率先在业内尝试“微投”，推出微互助，只需在微信支付1元，就能获得一份防癌保障。王道南认为，通过保险场景的构建，满足大量小额、碎片化的保障需求，通过便捷的用户体验，真正做到保险人人可享。这一次，泰康在线再一次联手支付宝，结合春节这个热点，与互联网大佬深度场景合作，想必也是未来的谋划之道。

“共生”画展进社区 “文化养老”受热捧

◎摘自《光明网》 2016年1月29日



日前，一场名为“共生”的艺术展在北京昌平的养老社区泰康之家·燕园举行，受到了社区老人的喜爱。

据悉，此次艺术展于本月15日开始，持续到30日结束。画展呈现了以色列当代艺术家大卫·歌诗坦（David Gerstein）与德国前卫艺术家奥特玛·阿尔特（Otmar Alt）共同创作的20多幅画作，通过不同国度、不同风格作者的联袂执笔，呈现出了色彩炫目又极具感染力的艺术作

品。与此同时，燕园养老社区居民的作品也同时展出，各种风格的艺术和谐相融，寓意着“共生”的主题。

社区展厅内，参观的居民络绎不绝。居民任宏杰与爱人一起来看画展，“退休后，我才开始学书法、学画画。很喜欢去看展览，一是欣赏，二是借鉴。”任宏杰表示，开展以来，每天都来展厅走一圈。美术爱好者彭钱蕾则一边欣赏画作，一边将作品拍下来。她还特地邀请燕园外的老朋友一同来欣赏，“从这些作品里能看出其创作

理念和想法，也能为我的创作带来灵感和启发。”

记者注意到，许多在画作前驻足的老人都神采飞扬，与作品互动良多。同社区的重阳节庆典活动、新年联欢一样，“共生”艺术展正点燃着居民的热情，拉近着居民与艺术的关系，同时也为艺术积极融入生活做出鲜明的注释。

作为本次画展的主要作者，1944年出生的大卫·歌诗坦并非第一次造访养老社区。此前他就曾专程抵达燕园，凭借自身擅长的立体彩色金属剪切画手法，为养老社区的大堂创作了“生命树”——色彩斑斓的蝴蝶停歇在一棵大树上，与穹顶飞蝶相应成趣。“来自欧洲艺术家的作品，可以带来很多新鲜的感受，也跟养老社区常见的书法、绘画等传统艺术相映成趣。”居民李永明告诉记者。

据本次艺术展策展人、泰康之家副总裁刘淑琴表示，艺术文化与养老相结合的生活方式不仅是一种极佳的心智运动，也能够有效地减少不良情绪的产生。“参与艺术创作的老人比较有活力，目标成就感强，能够容易找到生活的意义。这也是‘文化养老’的宗旨所在。”

所谓“文化养老”，就是以老年人的物质生活需求基本得到保障为前提，以满足精神需求为基础，以沟通情感、交流思想为基本内容，使老年人建立一种积极健康的养老理念，提高晚年的生活质量，为老年人创造条件融入社会的养老服务模式。近年来，文化养老越来越成为政府主导的公共文化服务领域的新亮点，同时，以泰康之家为代表的民间力量也在文化养老方面做出了积极的开拓与贡献。

“互联网+殡葬”风口将至 泰康人寿旗下爱佑汇先行先试

◎摘自《证券日报》2016年2月28日

近年来，殡葬业的种种黑幕，屡屡遭到曝光，不过，由于其中的忌讳，一直难以得到有效治理。如今，随着“互联网+”的席卷，殡葬业也有望迎来透明、正规、标准化的春风。

日前，国内首家一站式互联网殡葬服务平台爱佑汇的总设计师陈平指出，国家层面的方针政策的推动以及企业加大对夕阳产业的开发力度，“互联网+殡葬”消费市场正在逐渐成熟，而“互联网+殡葬”行业也将成为互联网领域的又一风口。

2015年下半年以来，行业层面的改革意见不断出台，先是去年7月成立了中国殡葬协会“互联网+”工作委员会。年底，民政部也成立了殡葬信息化改革领导小组，基本上确立了殡葬行业向互联网转型的大方向。

陈平表示，“互联网+殡葬”逐渐成为互联网风口，一方面离不开国家政策以及行业层面的倾斜，另一方面，消费者消费心态的改变对于市场发展也产生了重要意义。在其看来，《非诚勿扰2》以及《滚蛋吧！肿瘤君》中的追思会等新形式的殡葬业服务受到关注，对于一改殡葬业阴沉的形象

有很大作用。

不仅如此，在爱佑汇去年举办的一系列推广活动中，陈平发现，80后、90后等年轻群体与老一辈人关于殡葬问题的想法差别很大。“年轻人并不忌讳谈论生死话题，消费者接受程度的提高意味着消费市场正在逐渐形成。”

正是看准了当前“互联网+殡葬”市场的发展机遇，2015年1月，陈平建立了国内第一家一站式互联网殡葬服务平台——爱佑汇。他认为，虽然一站式的殡葬服务模式在国内还属于新鲜事物，但美国、法国、日本等国，一站式殡葬服务的市场份额已经超过10%，且还在不断增长。

陈平还认为，如果过早进入“互联网+殡葬”市场，会因为国家没有足够的重视以及消费者接受程度不够，很难培育市场。如果进入太晚，这个市场又会被大大小小的平台挤占，发展机会有限。“目前就是最好的时间点”。

当然，对于消费者而言，最关心的莫过于产品与质量。在这一方面，爱佑汇除了提供殡、葬、祭、品等服

务，还提供生命赞礼、在线告别仪式、二维码扫墓、殡葬保险以及祭扫空间等近些年开始流行的殡葬特色服务。

以爱佑汇平台上最受用户关注的生前契约为例，这是由一份终身寿险和生前契约确认函组成的契约型金融产品，是国内第一款殡仪保险，民众在购买保险之后，不仅可以提前规划好身后事，还可以让保额以每年3%的速度增长。“作为导火索的生前契约对于推动整个行业的变革也有很好的引导作用，相信未来会有很多企业推出新的服务和产品，这对于推动‘互联网+殡葬’市场的发展大有益处。”

在服务质量上，爱佑汇既不是58同城、赶集网这样的信息发布平台，也不是淘宝这样单纯的售卖平台，而是参与并监控整个服务过程，提供一站式的殡葬服务模式。同时，爱佑汇针对入驻的企业还会展开实地调研，不仅对于企业在真实性、工作人员从业资质证、从业年限等方面有较高要求，且要求企业缴纳保证金，确保消费者不被非法企业欺骗。

值得一提的是，爱佑汇是泰康人寿旗下的公司，这也为其增信不少。



杀入互联网保险蓝海15年 泰康在线的“不赚快钱”方法论

◎摘自《钛媒体》 2016年2月2日

互联网保险作为互联网金融的一支，发展进程相对较慢，原因之一是传统保险行业充满了痛点，比如“寡头市场”导致保险的市场化程度较低，大部分保险公司靠打价格战谋生。

由于没有知识产权保护，传统保险产品同质化严重，难有创新，而沉重的代理人制度，一直让传统保险被粗放落后的销售模式困扰；再加上严格的监管限制，至今获得互联网保险牌照的公司只有4家：众安保险、泰康在线、易安财险、安心财险。而腾讯、百度、京东金融几家互联网公司正在申请互联网保险牌照。

已经获得牌照的几家中，众安保险是完全市场化的互联网保险企业，泰康在线由泰康人寿全资控股，是传统保险出身的互联网保险公司。从最初的网销保险，到定制个性化、碎片化的互联网保险，从保险网销平台到互联网保险公司，泰康在线15年间的几次转变，也是“互联网+保险”的一个缩影。

试水 15 年

泰康在线始于2000年，正逢第一次互联网大潮兴起。

当时，泰康人寿董事长陈东升意识到，互联网对于金融，甚至世界有巨大的改变。所以泰康在线刚开始成立时，虽然是作为一个部门，但实际上运作几乎和一家独立的公司无异。

泰康在线最早想做成一个保险的电商渠道平台，2000年那会儿，网站上过一两款产品，但随着互联网泡沫的破裂，保险电商举步维艰，泰康在线从一开始的50多人，压缩为只

有十几个人。

2003年，泰康在线推出一款防SARS的保险产品；随着淘宝的兴起，电商开始变火了。2008年泰康在线顺势成立了创新事业部，开始在新浪、携程、阿里等互联网平台上售卖保险产品。从2008年开始，泰康在线每年的保费数从百万元到千万元，再发展到如今的数亿元。

互联网保险的优点是用户可以很快接受，但是很难持续热度，功能时效短。王道南认为，最重要的是让用户感受到保险对生活的改变。泰康在线的策略是：

一是通过碎片化的产品积累客户，这只是客户入门课程，对客户普及保险知识、进行教育；

二是发展互联网社交，建立用户生态，靠差异化的产品满足用户需求，把服务和保险绑在一起。比如随着微信的兴起，泰康在线推出微互助，试图用社交概念凝聚用户。

在资本的推动下，一系列互联网保险公司开始兴起。泰康在线也在2015年拿到了产险牌照，成为唯一一家由传统保险公司发起成立的互联网保险公司。由部门独立成立公司，意味着从产品体系、考核体系、运营体系这几个维度上，泰康在线可以脱离母公司的限制。

如果说传统保险行业竞争是一片红海，那么互联网保险相对而言还是蓝海，个性化定制保险、大数据评测，这些都给市场带来新的内容。同时，各家互联网公司也在杀入战场。泰康在寿险领域深耕多年，未来推出的互联网保险产品，也和其擅长的健康领

域相关。

“真正有前景的产品就是和人的衣食住行相关的产业，这也是未来发展潜力最大的。”泰康在线总经理兼首席执行官王道南说。

客户画像

个性化评测、大数据风控、社交生态圈，是互联网改变保险的3个途径，泰康在线在此基础上将业务分成两个板块：

一是和外部成熟的互联网生态相结合。比如与腾讯、阿里、360一起创新保险产品。泰康在线深入研究这些生态中和保险有结合的场景，根据人、物、企业、交易保障设计产品。

二是建立自有生态。比如打通泰康在线的PC官网、移动官网、APP、微信服务号等，同时结合大量碎片化的赠险，在自有平台的渠道里获客，先建立起客户的画像，根据客户做健康检测、参与健康活动，形成健康能力分、信用分，泰康在线根据分值提供不同的服务和产品，以此构成一个大健康生态。

以往保险公司对用户评分，往往通过用户购买保险、获得理赔等既有数据。在大健康生态里，泰康在线可以前置地跟客户进行交互，比如：客户参与了泰康在线体检测试，判断将来得癌症的概率，决定是否购买防癌险。

泰康在线也和外部数据合作，比如一些拥有社会化大数据的公司，此前和咕咚手环合作，经过客户授权，获得用户的运动数据，再由泰康在线引入自己的生态。

泰康在线利用微信服务号，给用

户提供各种健康测试，了解用户的体质，通过一些问卷了解用户是不是亚健康，此外还有“大姨妈”测试、少儿性格测试等筛查维度。

“目前大概有二三百万的客户做过类似的测试，我们把几个维度加起来，就可以给客户做一个综合的评分，以此提供相应的产品和服务。除了微信服务号，APP 也有健康频道。”王道南介绍：将来，大健康数据、健康险产品、健康服务，会打成一个闭环。

“不赚快钱”

跟互联网打交道，王道南觉得，最大的转变是：放长线，不赚快钱。

传统保险的风格是每卖一张保单都要赚钱，如今，这个生意经在互联网

网保险面前难以继续。

王道南认为，“很多人觉得互联网保险一开始就要赚钱，互联网充满不确定性，传统保险公司没有互联网经验，抱着立马赚钱的态度来做，反而走不远。在目前阶段，互联网保险不亏不赢就很好，在这个基础上把用户黏性做得更高，打出品牌，扩大市场，再考虑盈利。”

作为一个有传统保险背景的互联网公司，泰康在线可以把盈利的眼光放得更长远，去做一些更创新的事情。

2013 年，泰康在线与阿里合作针对淘宝卖家推出乐业保，用户每月只要交不到 30 元，就能获得重疾、住院、门急诊等医疗保障。

这种做法当时很多再保险公司都不敢接，原因很简单：他们认为，就

算用户一个月交 40 元保费，也仍然会亏损。然而泰康在线却把乐业保做得风生水起。

从另一个角度来看，泰康在线在做“乐业保”之前的洞察是准确的：互联网数据规模较大，大数法则更容易体现，淘宝上的用户比较年轻，健康风险实际上比传统渠道的用户要低很多。

另外，传统保险企业的优势在线下，泰康人寿线下服务客户主要在于核保核赔，这可以成为互联网保险的补充，用户一旦需要上门核保、理赔，线下团队都可以完成。

管中窥豹，可见一斑。如果用传统的经营方式去对待“互联网保险”，必然难越鸿沟，泰康在线利用用户大数据做产品创新，同时线上线下结合。

未来要投资1000亿 陈东升看好中高端养老市场

◎摘自《大河报》 2016 年 2 月 26 日

河南有多少富豪？富豪们都怎么理财、如何养老？未来的富豪可能会在哪些领域出现？

2 月 25 日下午，泰康人寿董事长兼 CEO 陈东升，携手胡润百富董事长胡润来到郑州国际会展中心，针对以上热点问题与千余名河南朋友进行了深入探讨。

河南亿万富豪有 1550 人 超七成河南富豪关注中高端养老

“最近一年，河南乃至中国人创造财富的速度增长很快，其中全球身家超过 10 亿美元的中国富豪数量达到了 568 人，首次超过美国。”昨日，在泰康人寿联手胡润百富共同举办的中国高品质医养论坛暨《2015 中国

高净值人群医养白皮书》发布会郑州站，胡润感慨地说，很多人对这一数据感到惊奇，是因为此前中国的企业家精神被低估了。

何为高净值人群？胡润解释说，高净值人群是指个人总资产 1000 万元以上的人群，资产主要包括个人所拥有的固定资产和流动资产。《白皮书》显示，截至 2015 年 5 月，中国内地千万高净值人群数量约 121 万，同比增长 11%；亿万高净值人群 7.8 万，同比增长 16%，增速创历史新高。

在河南，身家超千万的富豪有 2.15 万人；身家超亿万的富豪有 1550 人，其中郑州有 500 人。两个排名均列全国第 11 位。

河南的富豪有什么特点呢？《白

皮书》披露，3/4 的河南富豪有健康困扰，22% 有慢性病，尤其是高血压。调查还显示，超七成高净值人群对中高端养老社区感兴趣，而医疗成为决定中高端养老社区成败的关键所在。

未来的财富机遇在哪里？

盯紧“娱教医养”等服务业

“中国改革开放以来，经济高速增长，已经形成了一个高净值消费的中产群体。”陈东升分析说，成长起来的中产消费人群对高质量、高品质生活的消费有巨大需求，但他们在国内买不到这样的产品，于是就有了国家的供给侧改革。

未来致富的机遇在哪里？陈东升分析说，目前中国经济正处在转型和

变革之中，我们用 35 年的经济高速增长完成了工业化、城市化的进程，眼下，中国经济正处在工业化的中后期、城市化巅峰期、服务业的起步期。转型过程中，将有三个明显的趋势：“城镇化在继续”、“服务业大发展”、“制造业走出去”；而与此同时，伴随着中产人群的崛起，娱乐（乐）教育（育）医疗（疗）养老（老）等服务行业需求增加，也将迎来黄金发展期。

陈东升认为，随着中国社会老龄化的到来，“养老 + 医疗”的高端养老社区将成为高净值人群养老的大趋势，这也是泰康坚持发展医养融合养老社区的重要原因。

目前美国最大的产业就是医疗、

健康产业，占 GDP 的 18%，原因很简单：我有了钱，就要花钱把我们的寿命延长，提升生命的质量。但在中国，有哪个产业可以占到这么大的比例？没有。一个产业占国民经济 5%，就是支柱产业了。这中间的发展机会有多大？您可以想象。

“未来 5~8 年，泰康人寿拟在全国投资上千亿元，建设‘医院 + 养老’式的医养融合养老社区，向日益增长的中产人群提供全方位健康和财富的管理与服务。”陈东升说。

河南人三年内 就能享受高品质养老

河南是人口大省，老龄化趋势严

重。在陈东升的“医养融合”养老模式全国布局中，自然不会放过这片土地。

陈东升直言，当天上午，泰康人寿已与河南省政府签订正式框架合作协议，今后泰康将在保险业务及养老社区、医疗合作等社会保障体系建设方面，为河南经济社会发展和民生福利改善发挥作用。

“三年之内，河南的朋友就可以享受到我们提供的大型、医养结合式的高品质养老社区。”陈东升说，按照泰康的发展计划，到 2018 年，其此前已经完成布局的八大高端连锁候鸟式养老社区（分别位于北京、上海、广州、三亚、苏州、成都、武汉、杭州）也都将陆续面市。

《养生堂》泰康养老社区广告今起开播

◎摘自《中国大理网》2016 年 2 月 16 日

“第一”联手“第一”

日前，全国最大规模的一流养老社区，携手全国收视最高的一流养生平台《养生堂》推出一组特别节目。名流汇聚，栏目“带盐”。泰康与《养生堂》的强强联合，将掀起泰康养老社区猴年春天新一轮宣传高潮！播出时间于 2 月 15 日开始，共计 19 天（BTV—1 套每天 17:25 播出）。

北京卫视《养生堂》作为上星栏目，收视率在同类节目中排名全国第一。作为唯一的日播医养栏目，日均观众 7000 万，影响力巨大，可覆盖全国。

品牌传播部联合 FI 事业部、运营中心和泰康之家共同策划，与栏目创新合作，首次以“主持人口播推荐 + 公司热线字幕 + 栏目广告”方式进行品牌推广，并配合客户体验邀约。在每期节目中，“名嘴”悦悦和刘婧

以口播形式，邀约观众体验泰康燕园、申园、粤园养老社区。屏幕下方提示字幕和客服热线电话 95522，吸引观众报名。公司与北京卫视联合制作的 15 秒养老社区宣传广告片，每天在栏目内播出 3 次。

比春晚更精彩

春节看春晚，吐槽欢乐多。如果你以为春节期间只有春晚值得一看，那就大错特错了！每天一位北京最牛三甲医院主任医师讲述独家养生秘笈，每天一位春晚级及以上规格明星大腕上演“逆生长”真人秀，这样的节目是不是比春晚更好看、更实用？！BTV—1 套《养生堂》作为唯一一档被国家广电总局立为标杆的医养栏目，绝对比“一次过”的春晚更值得看！而且从今天开始，《养生堂》将为泰康养老社区“带盐”！让“夕

阳红”大餐更有滋有味！

剧透剧透剧透， 重要的事说三遍！

作为与泰康创新合作的首播，今天《养生堂》推出春节特别节目《李光羲的不老秘密》。1979 年，电视机开始进入寻常老百姓的生活，央视举办了第一届春节联欢晚会，让一首《祝酒歌》红遍大江南北。今天，《祝酒歌》的原唱者，年近 90 岁的著名歌唱家李光羲老师做客《养生堂》，分享自己的养生故事。北京中医医院肝病科主任医师陈勇带来独家养生药酒配方。节目中还将教大家制作适用于气血亏虚的软炸里脊，李光羲老师现场制作自己最拿手的“李氏炸酱面”。

更重要的是，观众现在拨打 95522，就可以免费参观体验高品质医养社区。

泰康重疾客户通过手机获赔20万元

◎摘自《河北网》 2016 年 1 月 29 日

2016 年 1 月 25 日，邢台一客户将写有“业务专业 理赔迅速”的锦旗送到了泰康人寿邢台中支新生活广场。“20 多万元的赔款，通过手机点几下就办理完毕，真是太厉害了。”客户家属称赞，泰康的“易理赔”真先进，让老百姓足不出户就能完成理赔申请，真正解决了跑柜面、路途远、费时间、要填写大量信息等问题。

据了解，2013 年 1 月 4 日，在保险

代理人推荐下，客户王某为自己投保了《健康人生重大疾病终身保障计划》，年缴保费 7000 元，保额 208922 元。2015 年 12 月 3 日晨，被保险人王某在家中感到胸部不适，到邢台市第三医院就诊，被诊断为主动脉夹层，随即在被送往河北医科大学第二医院途中死亡。接到报案后，邢台中支理赔人员和代理人迅速赶往被保险人家中进行慰问，告知客户家属理赔所需要的资料。2016

年 1 月 5 日，客户家属备齐理赔资料通过微信提交了理赔申请。1 月 11 日，泰康人寿经过审核按照合同为客户家属支付了 208922 元理赔保险金。

在泰康人寿移动互联发展大战略中，邢台中支一直致力于通过“易理赔”为客户带来更高效、更便捷的理赔服务。本次用微信为客户支付 20 万元的案例，大大激励了一线伙伴的信心，也赢得了当地市场的口碑。

泰康人寿永州祁阳服务部成功理赔11万元 真情服务温暖人心

◎摘自《中国新闻网》 2016 年 1 月 27 日

1 月中旬，泰康人寿永州中支祁阳服务部圆满地完成一次身故理赔案的赔付，得到客户家属和当地村民的好评。

被保险人柳先生现年 53 岁，是一名班车司机。2013 年，在泰康做业务员的同时向柳先生介绍泰康人寿的保险产品，考虑到自己的工作性质风险较大，柳先生购买了泰康卓越人生保险，保额为 10 万元。天有不测风云，2015 年 12 月 5 日，被保险人柳先生突发脑出血，经抢救无效后身故。

柳先生是家里的顶梁柱，育有一男两女三个孩子，在其不幸身故后，家里的小女孩又被诊断为淋巴癌，之前为抢救柳先生家里就花费颇多，经济上已经捉襟见肘。现在小女孩又患

癌症，使这个家庭陷入了绝境。得知这一情况，永州中支祁阳服务部迅速展开案件调查，主动帮助客户准备好理赔资料，在受益人向公司提出理赔申请后的 8 天内结案赔付被保人身故保险金 11 万元。

接到公司通知其到银行查询理赔款是否到账的电话，受益人对公司的理赔服务和速度表示非常满意，怀着感激之情送上“泰康真情、服务至上”的锦旗，表达了对泰康人寿保险公司的由衷感谢。该理赔案的迅速处理得到了周围村民的好评，该村的村长也表示，非常感谢泰康人寿及时理赔，为被保险人的家庭解决了燃眉之急。这次理赔不仅为泰康人寿在当地做了一次接地气的宣传，更打消了村民对保险和保险行业的疑虑和误解，宣传

了风险和保险意识。

风险无时无刻不在，且人人面前平等，但是面对同样的风险事件，拥有充足的保险保障的家庭则淡定很多。一是可以通过保险的赔付减少经济压力，关键时刻拥有救命钱；二是可以用药不差钱，可以选用较好的药物获得最大的治疗效果；三是不用到处筹钱欠人情，有充足的时间和精力照顾急需护理的家人；四是有了保险的赔付，可以规避一部分因生病而减少的工资收入，可以安心休养恢复身体而暂无后顾之忧。而那些在风险中“裸奔”的家庭，可能因为一次意外或疾病就耗空家庭多年的积蓄，甚至连基本的生存生活都难以为继、陷入绝地。因此，我们呼吁大家要未雨绸缪，为未来生活增添一道防火墙。

泰康人寿快速理赔漯河客户12万元

◎摘自《河南日报》 2016年2月3日

近日，泰康人寿漯河中支将12.4万元理赔款支付至漯河客户陈先生家属的账户，得到陈先生家属的称赞：“泰康人寿的理赔服务真是快速，手续还简便，有专人上门服务真是让我们省心省时，当初买泰康保险真是一个明智的选择。”

2010年3月26日，陈先生的妻子为陈先生投保一份泰康“卓越人生”

终身寿险，年缴保费5000元。2015年11月26日，被保险人陈先生在家突发心脏病，抢救无效身故。在接到报案后，泰康人寿的理赔人员立刻赶到被保险人家中探望。由于家属需要马上处理后事，没有时间和精力处理理赔事务，泰康人寿的理赔人员还与代理人一起赶往医院替客户复印所需

的医疗资料，并面见客户家属，帮助其利用微信进行理赔申请。20天后，被保险人家属获得12.4万元理赔金。

此案的快速赔付，有效地宣传了保险的功能与作用，在当地树立了良好的口碑，使更多村民意识到了保险在抵御风险时的重要作用，对保险有了更深入的了解。

车险费率改革、健康险税优政策释放政策红利 2016年保险将如何影响你的生活

◎摘自《杭州网》 2016年2月5日

2015年，受“保费+投资”双轮驱动影响，保险公司业绩大涨。而保险对于大众来说，再也不仅仅意味着“保障”，更多人将之纳入了投资理财的计划中。

与此同时，2015年寿险费改、车险费改、健康险税优等政策相继实行，加之互联网“基本法”的推出，政策红利将在2016年逐渐释放。据业内人士预计，2016年，在“保费+政策+投资”三轮驱动的背景下，更多人将购买保险，保险业将再迎“丰收年”。

车险费率改革 低风险车主将享受更低车险费率

对于有车的人来说，今年最期待的无非是车险费率改革了。继2015年6月1日在6个地区试点商业车险改革之后，今年1月1日起，试点

地区进一步扩大到18个。据悉，截至目前，约有50家险企在试点地区的商业车险条款费率获得批复。

车险费率改革带来的影响不仅仅是更低的车险费率，还将促使车主们更注意养成良好的驾驶习惯，注重行车安全。记者从平安产险浙江分公司了解到，这是因为车险费率改革后，一些频频违规、社会信用差的车主投保将面临更高的费用。而对于开车习惯好，出险少或没有出过险的车主来说，费改是重大利好。

“从车主的角度来说，车险费改有利于车险价格更优惠、更透明。改革后保险公司的定价将会更人性化，整体优惠幅度会增大。比如对于开车习惯好的车主来说，就可以给予更多的优惠，而不再是一刀切定价。”平安产险浙江分公司的工作人员解释道。

健康险税优政策 健康险有望成医保以外的重要补充

2015年可以称得上是保险行业的“政策年”，在去年发布的诸多政策中，除了车险费率改革，健康险税优政策的推出也和大众息息相关。随着“健康中国”被写入“十三五”规划，业界认为保险业大有可为，未来专业健康险公司或是健康管理公司有望扩容，健康险业务将得到大力发展。

2015年8月20日，保监会正式对外发布《个人税收优惠型健康保险业务管理暂行办法》（以下简称《办法》），以4个直辖市和各省地区代表市作为试点。

所谓“个人税收优惠型健康保险”，顾名思义，是个人购买这类保险的支出，允许在当年按年均2400元的限额予以个税前扣除，扣缴单位

自个人提交保单凭证的次月起,在不
超过 200 元 / 月的标准内按月扣除,
一年内保费金额超过 2400 元的部分,
不得税前扣除。凡取得工资薪金所得、
连续性劳务报酬所得的个人,包括个
体工商户、个人独资企业主、合伙企
业合伙人和承包承租经营者都可以投
保并享受政策优惠。企事业单位可以
统一组织并出资为员工购买。

购买个人税优健康险,相当于可
以少缴个税,以较低的价格为自己购
买了一份健康保险。

保险业内人士表示,健康保险
2400 元的税前扣除并不等于直接减
税,购买健康险的成本不会大幅度
下降,但这个税收优惠政策,会让
更多的人去了解商业健康保险,而
个人税优健康险这类产品的政策性
减税、保障范围、承保门槛等特点
与普通健康险相比都有明显优势,
未来有望成为除个人医保外的重要
补充。

更多人将购买保险 网上买保险成为习惯

“2015 年全国保费收入 2.4 万
亿元,同比增长 20%,行业发展
速度创近 7 年来新高;保险业总资
产达到 12.4 万亿元,较年初增长
21.7%,行业实力不断壮大。”2016
年 1 月 29 日,在中国保险行业协会
(以下简称中保协)第四届理事会第
三次会员大会上,中国保监会副主席
周延礼作如上透露。

有分析指出,保险行业利润增加
主要得益于保险资金投资收益的大幅
提高,同时,投资收益的向好,有利
于在降息的过程中提升保险产品的吸
引力,增加保险公司的保费收入。

政策层面,2015 年寿险费改、
车险费改、健康险税优等政策相继实
行,加之互联网“基本法”的推出,
政策红利将在明年逐渐释放。

据业内人士预计,2016 年,在“保

费+政策+投资”三轮驱动的背景下,
保险业可能将继续迎来一个“丰收年”。

今年以来,央行多次降息。“在
利率下行的情况下,会使得保险公司
保单收益降低,利润下降,如果投资
再不好,就有可能出现亏损。”一
位业内人士表示。但是,安信证券
表示,与同期理财产品相比,保险产
品收益结算相对滞后,从而形成了明
显的竞争优势,推动保费上涨。

而这又会形成一个循环,保费快速
增加,尤其是这部分理财型保险保费的
增加会增加保险资金运用余额,这对投
资渠道放开的国内险企来说,2016 年
在投资领域又多了不少的“弹药”。

此外,保险机构的资产配置将更
加多元化。不动产、境外资产等另类
投资处于增长的态势,还有很大的上
升空间。

与此同时,随着互联网保险的迅
速发展,更多人将养成在网上购买保
险的习惯。

相关链接

一文读懂分红险、万能险和投连险

2016 年,更多人将购买保险,
那么最为常见的投连险、万能险和分
红险都有什么区别呢?这三种险种又
分别适合哪些人群呢?

1. 投资渠道及投资比例的区别

按照目前我国保监会的规定,分
红险的投资渠道为:1. 大额银行长期
协议存款;2. 国债;3. AA 级以上信
誉企业债券;4. 国家金融债券;5. 同
行业拆借;6. 证券一级市场(10%),
证券二级市场(10%);7. 直接或间接
投资国家基础设施建设等。

万能险设立的投资账户,除了可
以做债券投资外,其投资股票二级市
场的比例不能超过 80%。

投连险设立的投资账户,除了可
以做债券投资外,其投资股票二级市
场的比例可以为 100%。

2. 利润来源的区别

分红险的红利主要来自三个方
面,费差益、死差益和利差益。此
外,还有退保差益等微弱因素影响。
虽然其保障部分的资金预定利率为
2%~2.5% 左右,但允许保险公司每
年向投资者派发可浮动的“红利”。

而投连险和万能险的利润来源则
来自投资账户的投资收益。

3. 投资风险性的区别

投连险的投资收益与风险由保单
持有人承担,所以风险性较高。

万能险的投资收益与风险由保险公
司与客户共同承担,风险性相对较小。

分红险的投资渠道收益相对稳
定,风险最小。

4. 保障功能的区别

分红险一般采用恒定费率(即缴
费时间及金额固定),保证自动连续
续保,最长可以保障终身,在发生保

险责任理赔后,保险合同即行终止。

而投连险和万能险在保障方面采
用自然费率(年龄越大,交费越多)超
过 45 岁以后其保障费率会很高,并且
不能保证连续自动续保,当发生保险责
任理赔后,对应该项的保险责任即行终
止,同时投资账户金额将等额减少。

5. 适宜人群

分红险表现形式通常为“保障+
分红”适合于风险承受能力低,有稳
健长期理财需求,并且希望获得长期
连续保障为主的投保人。

万能寿险适合于需求弹性较大,
风险承受能力较低,对保险希望以投
资理财为主,保险为辅的投保人。

投资连接保险则适合于经济收入
水平较高,希望以投资为主,保障为
辅,并追求资金高收益同时又具有较
高风险承受能力的激进型投保人。

回家过年 综合类交通意外险走俏

◎摘自《金融投资报》2016年2月5日

猴年春节即将来临，节日气氛也已渐渐浓厚起来，自然免不了要驾车回家探亲或者外出旅游。有专家提醒，在享受外出轻松自在的同时，安全防范意识必不可少。不过，尽管市面上出境游保险品种很多，保障功能五花八门，但报价差别却很大，如何选择也是一门学问。

保险“年味”十足

自2016年初开始，众多险企纷纷推出以“年货节”、“春运”为主题的保险保障产品，如中国人寿的“2016年货节”、中国人保的“返乡保障险”、众安保险的“赔你等”航班延误险、泰康在线的“泰想家抢票险”等等。

事实上，每年春运期间，出行人数大幅增加，交通意外事故高发，风险相较于平时明显加大。进入元旦后，春运险种逐渐增多。从多家平台网站可以看到，从1元的高铁险、5元的汽车险、春运医疗险，到各家公司发行的综合类交通意外险，销量都十分走俏。

此外，记者还了解到，为吸引顾客，有的保险公司还主打“低价高保”等宣传语，投保人在保障期间发生意外交通事故时，最高可获10~30万元不等的保险赔付。该险种还涵盖了“海陆空”式的保障，即承保期间，投保人乘坐飞机、轮船、火车、汽车或者自驾游等遭受意外事故残疾时，按照保险条款可获得20~1000万元不等的赔偿。此外，有些保险公司甚至还赠送摩托车道路救援的增值服务，保障时间为15天。

境外旅行保险很重要

随着时代的发展，出境游已经成为中国消费者逢年过节必不可少的游

乐项目。日前，记者了解到，春节期间六成游客选择出境游，规模预计将会超过600万人次，中国游客将到达全球100多个国家和地区，最远将到达南极。保险专家表示，出境游不仅需要关注性价比，还应该及时为家人配置相应的保险，以备不时之需。

不过，由于假期出游保险期限的灵活性，有业内人士表示，在网上进行购买，可以更加便捷。

记者浏览了多家保险公司网站，登录后发现，这些官网均在显眼的位置设有“旅游意外险”栏目，点击进入之后，所有相关的险种均一览无余，内容包括险种名称、保险期限、保障内容、保费等信息，还有近期销量与近期评论等内容。

如在87金融汇等第三方平台上，也有琳琅满目的旅游意外险可以选择，而且可以货比三家。其投保方式跟保险公司官方网站上此类险种的投保方式一致，根据自己的需求搭配好，填写个人信息再提交，在线完成支付即为投保成功。

此外，有业内人士提醒，境外游首先要考虑的依然是意外事故，其次是被盗风险，尤其是护照，最后是罹患疾病的风险，比如水土不服、消化不良等。紧急救援是境外旅游保险很重要的一项服务。出现相应情况时可以致电救援热线，一些大的国际保险公司还提供母语服务。所以在出境前一定要记下与保险公司合作的国际救援机构的救援热线电话。

自驾游也不忘买保险

春节出行时间一般都在5~7天，很多人觉得时间相对宽裕，可以全家人开车一起出去游玩。有保险人士建议，自驾游的游客可以选择购买短期

的意外险，这种短期险种保障期限一般是3天到一个月，保费相对一年期的更低，同时也可以更灵活地搭配保障范围，根据自己的出游地点、自己的偏好来选择短期意外险种。

此外，自驾出行前，除一定要为爱车做好周全的检查外，购买一份保险产品也很必要。记者在上述平台看到，由安联保险推出的“安联畅享自驾意外保障计划”，该险种只需10元即可投保，该险种除了人身意外险之外，还提供拖车、快修、换胎等服务。

有保险人士表示，目前市场上有许多专为自驾游设计的专项保险产品，这些产品通常会为旅行中的人身意外、急性疾病、行李损坏、车辆救助及第三方责任包含在内。车主可以根据出行目的地情况、沿途路况等来综合考虑。

值得注意的是，长途驾车旅游或回家过年，出险的概率增加。其中，异地出险是自驾车主最容易遭遇的理赔问题。上述保险人士指出，目前有两种定损方式可供选择：出险地就近定损和投保所在地定损，车主可根据车辆损毁的程度选择较为便利的定损方式。不过，需注意的是，选择回投保所在地定损的，保险公司一般不承担出险地至投保地的车辆托运费以及施救费用。

另外，该人士也提醒，车发生交通事故若事故损失只是2000元以内，事故责任清楚，可经保险公司指导自行处理。“务必要记录下对方保险公司的相关信息和联系电话等，这样可以随时联系到他们并取得帮助，车主在现场时可以先用相机或手机拍摄现场照片留作证据，这些照片将会作为事后保险公司定损和判定事故发生情况的重要依据。”