

多条腿走路 -- 交易平台可以助力健康险市场的拓展

易榕 PhD

大中华医疗管理咨询 合伙人



寻找拓展市场的新思路

现代商品营销依托于信息技术和互联网，营销方式和渠道已经多种多样。从行为上来分析，归结起来仍然是这两大类 – 消费者主动购买和上门推销。诚然，“上门”已经远远超出了传统意义上的面对面销售，毕竟那是一种耗时耗力收效不高的经营方式。现代的“上门”推销通过大数据分析和机器学习，精准投放，能瞬时抵达散落在世界各地的千家万户。

健康险产品的销售目前在中国是以传统的或者现代的“上门”销售为主，其运营成本不可忽视。保险业和互联网技术公司间频繁协作互动，期待通过强大的数据技术降低获客和核保的成本，不断在寻找更有效、更精准、更便捷的途径。

从宏观上来看，中国健康险和医疗产业市场巨大，以数据科学驱动产业发展，前景不可限量。然而，具体到以数据科技来提升获客和核保的能力、使之达到足够的精度要求，还需要跨过一定的大数据门槛，即：数据的普适性、准确度、不同数据源的对接、模型的预测能力、与保险赔付的相关性等。达到这样的数据门槛需要时间，那么问题来了，**健康险产业除了在不断探索中等待时机成熟以外，还有其他更有效的方法来拓展市场吗？**我们不妨跳出既定的轨迹，看看另外一条路 - 消费者通过一个平台主动购买健康险产品。

健康险交易平台

健康险交易平台并非新概念，在中国和美国采取了不同的形式，都已有所发展。

- **封闭式平台。** 仅限系统内部使用。挂牌的健康险公司不多，产品种类有限，客户流量基本固定。

美国大企业为员工和家属提供健康险。在每年开放期（open enrollment）期间，公司的人力资源部会开放一个内部网络平

台，把可挑选的健康险公司和相关产品放在平台上，提供保费、保障内容、网络医院的信息。员工通过平台参保，保费由平台从工资中代缴。其他与医疗相关的员工福利也通过平台解决，如 Flexible Spending Account（税前收入，可用于支付医疗费用中的自费部分，有使用期限，通常跟 HMO 或 PPO 产品配套），Health Savings Account（个人医疗账户，无使用期限，通常只跟 high deductible 产品配套）。

在美国，这样的封闭式平台由商业机构运营。运营商服务于企业客户，尤其跨地区的大企业，平台的结构和功能类似，因此容易形成较大规模。作为衔接参保人和保险公司的中介，运营商希望有更多的健康险公司来参与挂牌，创造市场竞争和活跃度，为企业客户增加选择机会，创造价格优势。为了保证公平竞争，尤其是给新入场的保险公司提供公平的起点，平台运营商还会在产品的设计、精算标准等方面制定合适的入场规则。

- **开放式平台。** 对公众开放。符合资质的健康险公司都可以来挂牌，产品种类多，客户流量不确定。

中国市场上有数家第三方“保险超市”，或由专业保险经纪中介公司经营，如慧择网和人人保险，或由电商平台经营，如京东和阿里巴巴。保险超市提供众多保险公司的产品，消费者根据个人需求自主选择产品。他们除了有针对消费者的服务 – 销售保险产品、收取保费、提供理赔支付 – 还有针对保险公司的服务，如保险业务专业咨询和客户回访等。

中国大陆和香港也开始出现政府运营的开放式平台。2018年7月，人保健康在上海保险交易所挂牌交易一款个人税优健康保险产品¹，开创了国内健康险产品在交易市场挂牌上市的先河。经过几年的准备，香港推出了自愿医保计划²，跟美国联邦政府的平价医保法案（Patient Protection and Affordable Care Act）有很多类似之处，目标是在三年内吸引一千五百万人（约20%香港人口）通过平台来购买商业健康险。

美国的联邦 Medicare 保险通过风险承包和管理医疗的方式，让商业健康险公司参与运营。参保人可以通过 Medicare Plan Finder³ 这个开放式平台选择所在地合适的健康保险产品。

近年最著名的开放式商业健康险产品交易平台当属美国政府的 healthcare.gov。它随着美国联邦平价医保法案而诞生。平价医保出台的主旨之一是要解决约17%（约四千四百万人）的美国人没有医疗保险的问题。有多种原因造成这些人没有医疗保险，如保费太贵或因健康原因被拒保等。联邦政府出台了 individual mandate（强制个人买保险）和 guarantee issue（保证续保）这样的强制性政策来解决拒保和续保问题。对于低收入的家庭和个人，联邦政府规定减免保费和自付医疗费用。为了方便参保人购买保险、增加市场透明度、提高市场参与和竞争、更有效率更精准地核实参保人的个人信息、降低健康险公司的运营和交易成本，联邦政府搭建了 healthcare.gov 作为保险交易平台。它服务于全美的个人和小团险⁴ 商业健康险市场，每年至少有八百万人通过平台购买健康险，约占直接购买保险的总人口的15%⁵。

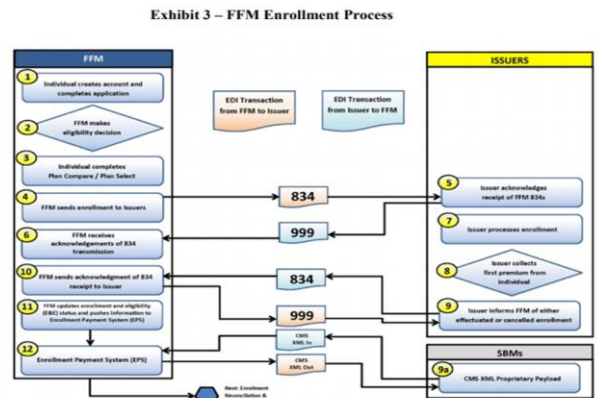
Healthcare.gov 平台面对三类用户：

- 参保人 – 即普通消费者，来自全美各地，有不同的需求和不同的收入水平。低收入家庭可以通过平台获得保费和自付的减

免。除非有家庭重大变化，参保人必须在政府规定的日期内（头一年的11月1日到12月15日）在平台上购买保险，这样做是为了避免险池受逆向选择影响。

- 商业健康险公司 – 按照产品所在州的法规，绝大多数健康险公司在头一年的第一季度向州政府保险监管部门提交费率和其他产品设计细节，产品必须符合联邦法律、州内法规和精算原则，经由批准才能被纳入 healthcare.gov 的平台。自2019年起，保费的3.5%会被联邦政府抽取，用于支付平台费用⁶。
- 联邦政府和监管部门 – 出于政策和合规的需要，平台向联邦政府和其他监管部门提供即时数据和报告。

下图简单介绍了 healthcare.gov 的参保流程结构⁷。图中的 FFM 是 federally facilitated marketplace，即 healthcare.gov 平台。Issuers 代指在平台上出售产品的商业健康险公司。图中间的图框，如 834，代指有具体规范的标准化参保人信息数据表。



¹ 参见 <http://health.people.com.cn/n1/2018/07/25/c14739-30170061.html>
² 参见 <https://www.vhis.gov.hk/en/home/index.html>
³ <https://www.medicare.gov/find-a-plan/questions/home.aspx>
⁴ 少于 50 人
⁵ 参见 <https://www.kff.org/health-reform/state-indicator/marketplace-enrollment/>; <https://www.census.gov/library/publications/2018/demo/p60-264.html>

⁶ 2019 年，保费的 3.5% 为平台使用费。参见 <https://www.federalregister.gov/documents/2018/04/17/2018-07355/patient-protection-and-affordable-care-act-hhs-notice-of-benefit-and-payment-parameters-for-2019>
⁷ 参见 https://www.cms.gov/CCIIO/Resources/Regulations-and-Guidance/Downloads/Updated_ENR_Manual.pdf

因为各州健康险市场规范有差异、在各州运营的保险公司不尽相同，作为面对全国的开放式平台，healthcare.gov 比封闭式平台在结构设计和运行能力上的要求高很多。2013 年 10 月 1 日，healthcare.gov 开放第一天，访问流量很大，系统才上线就瘫痪了。之后美国联邦政府投入了很多时间和经费才将其恢复正常运行。据美国国会预算委员会估算，搭建的总成本超过了 17 亿美元⁸，其中近一半花在那不成功的首次运营之前。现在 healthcare.gov 已平稳运营已经几年，功能相当完备，但人们对 2013 年那次大宕机仍然记忆犹新。

特朗普总统任内通过税法改革，废除了平价医保法案中的 individual mandate，经由 healthcare.gov 平台购买健康险的人数因此骤降了近三分之一，它前途更是与未来美国的两党政治息息相关。

健康险交易平台在中国的机遇与挑战

健康险交易平台的前期投入虽然大，但成功启动之后能产生规模效益，对人口众多、潜在市场需求巨大的中国市场、对中国的健康险行业来说都是极有积极意义的。

平台最大的优势之一就是能够高效率低成本触及客户，为买卖双方提供信息，从而降低交易成本。市

场信息不仅指保险产品信息，还包括参保人信息。有效帮助保险公司核实参保人信息将是中国的保险超市平台提升服务能力的一个方向。

市场规模大的产品更适合在交易平台上挂牌，小众化的和本地化的产品多少还是需要依赖传统的或互联网式的营销方式。

平台本身并不能完全解决消费者选择困难的问题吗，但是可以提供适当的技术解决方案，帮助消费者预估自己未来的医疗需求，推荐适合的保险类型和产品。平台还可以通过制定入场规则，规范产品设计，方便消费者的对比和选择。

政府运营的交易平台能通过数据技术将针对健康险市场的政策法规和对消费者的保护条例嵌入入场和运营规则之中，提高政策法规执行力和监管力度。对于幅员辽阔、地区间差异大的中国市场来说，这尤其具有现实意义。

美国 healthcare.gov 的前车之鉴是最初设计没有充分预估访客流量，系统内部设计过于复杂，项目管理不够有效。如果中国要启动政府运营的交易平台，该交易平台应该从中国实际出发，顾及地区间的巨大差异，从简单做起，循序渐进，才能够成功避免 healthcare.gov 那样的高成本和大起落。



明德是全球领先的精算及相关产品和业务的独立咨询公司，创立于 1947 年。明德的医疗管理和健康险咨询及产品业务在全球主要国家和城市都有代表机构。

milliman.com

CONTACT

易榕博士
rong.yi@milliman.com

⁸ 参见 <https://oig.hhs.gov/oei/reports/oei-03-14-00231.asp>