

聚焦进博会亮点 “首发首展”新品 400多项



11月5日,参会者近距离观看无水再生纸系统生产纸张的全过程实物展示架 新华社发

据新华社电 第三届中国国际进口博览会进程已经过半。展示体验精彩纷呈,采购签约高潮不断。这场疫情背景下的盛会,和过往两届有什么不同?新华社“新华视点”记者现场体验,带你发现第三届进博会的“高光点”。

新品发布区高频“上新”

从红心奇异果到家用定制化化妆品,从最尖端的医疗器械到最高效的燃气发电技术……第三届进博会开幕以来,新品发布区高频“上新”。据不完全统计,进博会上“首发首展”新品达400多项。

只需5秒,一张废纸变身崭新再生纸。技术装备展区,爱普生的无水再生纸系统一亮相,就吸引了众多目光。

爱普生展区现场负责人介绍,这套“打印—再生—打印”的闭环解决方案,为全球首创,在进博会上进行亚洲首发。“进博会开幕以来,我们已经接待了很多省份的采购团,不少政府部门对这台设备很感兴趣。”

首次设置公共卫生防疫专区

第三届进博会的医疗器械和医药保健展区,堪称整个展会最火爆、最具科技含量的展区之一。整个展区300多家参展企业,有70多家是世界500强和行业龙头企业。

今年进博会的医疗展区首次设置公共卫生防疫专区,最开始规划展览面积2000平方米,因为企业热情太高,一再扩容,目前面积是当初规划的6倍。

新冠肺炎疫苗是公共卫生防疫专区的焦点。尽管没有具体的实物,包括阿斯利康、默沙东、复星医药等企业都在进博会上公布了最新的研发进展。

“数智化”生产生活奔涌而来

走进进博会现场,一个突出感受是,几乎所有的展区都在拥抱数字化技术、智能化应用。更加“聪明”的机器、更加“接地气”的场景,让观众清晰地感觉到,“数智化”生产生活正在加速朝我们走来。

日本欧姆龙公司的展台上,展出了一款看似普通的家用电子血压计。其实,这款血压计不简单,它不仅独立完成血压、房颤两个与中风相关的重要指标监测,还可以将测量结果通过应用程序上传,帮助医生跟踪数据变化实现精准诊断。

在三星展台入口处两侧,各有一台超大尺寸的显示器,铺满整面墙体。观看足球赛直播,仿佛自己就在现场。更牛的是,这款产品还能“变形”,不管是在会议室还是在家庭客厅,都可以根据用户需求定制。

“惠民保”能否成 第二个“大病医保”

保费几十元 保额上百万

“保费几十元、能保上百万元”的“惠民保”产品越来越多了。据不完全统计,今年以来,这一类保险出现了大爆发的趋势,目前全国已有17个省48地市在推广这一有着各地“花名”的社保医疗补充商业保险,如海南的“惠琼保”、佛山佛医保、广州惠民保、东莞市民保、杭州市民保等。

记者注意到,这类保险有着共同的特点:有地方政府牵头或站台,与相关的保险公司进行合作承保,入门门槛低,最低的仅需几十元,但最高能报销上百万元的医药费;投保宽松,不限年龄,部分特效药也能报销……作为一种普惠型商业医疗险,这是一款听起来相当美好的产品。那么,这样的产品能否成为第二个“大病医保”? 羊晚

系统风险尚需充分评估

对消费者来说,价格不贵;对企业来说,愿意争相进入,这似乎是一种双赢的格局。

“作为普惠型产品,价格不贵,如果不能购买其他商业保险,惠民保是一个很好的选择。”一位业内人士告诉记者,比如年龄过大、身体欠佳、从事高危职业的人,就可以选择这类产品。不过值得注意的是,这也带来一个新的问题:因为没有门槛,相当一部分人可能是带病投保,因此给这一类产品带来了一定的风险。

成为第二个“大病医保” 待商榷

有政府积极站台甚至介入,可以解决部分昂贵特效药的问题,那么,惠民保类产品,是否会成为第二个“大病医保”项目呢?

“目前还为时过早,首先要解决的是可持续性的问题。”上述健康险公司负责人告诉记者,一项政策性的保险产品推广,必须有足够的可持续性。目前“惠民保”虽然发展迅猛,但还处在业内和监管层的观望阶段,能够走多远?该如何规范?也需要时间和数据支撑。另一方面,医保目录的调整与变化,取决于诸多因素,包括医疗技术的进步导致的治疗手段、药品的变化;社会发展与环境变化也会导致对疾病的重新定义;还有医保资金池的基数和承受力等。

延伸阅读

“惠民保”产品值得买吗

根据产品对比可发现,“惠民保”类似于缩水版的百万医疗险,百万医疗险虽然价格高于“惠民保”类的产品,但也相当便宜,已经进行了更为齐全的医保外报销覆盖。对于身体健康、投保没限制的消费者来说,建议优先购买百万医疗险。

而对于年龄过大、身体欠佳、高危职业的消费者来说,投保普通的百万医疗险可能不符合购买条件或部分疾病除外的问题,可以买“惠民保”,用来补充基础保险的不足。对那些已经购买了百万医疗险的消费者,

若有些疾病被除外,例如不保乳腺、甲状腺等部位的疾病,也可以用“惠民保”类的产品来填补这个缺口。



新商机下险企纷纷入局

在已经上线的40多款“惠民保”中,约有一半是今年集中上线。2020年1月23日,银保监会等13部门联合发布《关于促进社会服务领域商业保险发展的意见》(银保监发〔2020〕4号),鼓励商业保险机构经办基本医保、医疗救助等,提供优质服务,探索将商业健康保险信息平台与国家医疗保障信息平台按规定推进信息共享,强化医疗健康大数据运用,推动医疗支付方式改革,更好地服务医保政策制定和医疗费用管理。同时,整个社会也有解决无法通过医保解决的特效药贵的需求。

而对于保险公司来说,医疗健康险已经迎来爆发的风口,但如何在同质化的产品中脱颖而出,急需新的创新模式。因此,响应政府的需求开始出现了具备官方背书性质的惠民保险,凭借进入门槛低、承保金额高,并可以解决部分“住院贵、吃特效药贵”的问题,也让越来越多的保险公司转向了这一领域。

除了专业保险公司,近两个月来,与保险业务相结合的互联网流量平台也纷纷加入。例如360保险、腾讯微保和水滴保险商城也开始上线“惠民保”,并突破了以前单一城市的“一城一产品”规律,还上线了全国统一版的产品。

直接获利难 险企或意在下沉渠道

对消费者而言,险企争相进入的“惠民保”,也具有一定的吸引力。这是由于“惠民保”的定位——一是门槛低,没有年龄和身体健康程度的要求,只需要配备最基本的社保即可;二是在保障范围方面,涵盖了让消费者最纠结的两大方面,医保目录内的自费部分和医保目录外的特药(有些产品只保障其中一个方面,有些产品保障两个方面)。

微保今年8月推出“百城惠民健康保障计划”,将近100天的时间全国上线了十余座城市,其中今年8月份上线的东莞版“市民保”,在不到两个月的时间参保人数近120万;而淄博版“齐惠保”上线1个多月,参保人数近60万。

有业内人士表示,“惠民保”产品吸纳了大部分原有商业保险难以触及和覆盖的下沉市场和下沉人群。由于没有健康和年龄的需求,这些客群以往并不是保险公司的客户目标,因此,虽然“惠民保”是带有普惠性质的,也不太可能给保险公司带来直接利润,但是这部分新拓展的市场和客户,可能成为二次开发的新资源;另一方面,由于这款产品受到政府部门的支持,还有利于建立与当地政府和医保部门的关系,进一步开发当地资源,例如有的城市甚至可以直接用社保卡支付“惠民保”。

实用信息

本栏信息15元/行 每行12字,最多两行



欢迎个人刊登求职、家教等广告

广告热线:13876786958

以下信息仅供参考,不作为合同依据,如有纠纷可通过法律途径解决,本报恕不负责。

物流搬家

▲双吉搬家 价低服务好 13637562576

欢迎

在本栏目
刊登广告