

从相互保到相互宝： 挫折下的探索

刚方兴未艾就戛然而止，但“相互保”还是引发了业界热议。而转为“相互宝”，成为网络互助项目，也带来了新的冲击和思考。

文 | 本刊记者 苏慧婷

“从此，我们有了一毛钱关系。”这是相互保推广文案里的话。

10月16日，支付宝推出了一款相互保险产品——“相互保”，芝麻分650分及以上、60岁以下蚂蚁会员无需交费就能加入其中，获得10万元至30万元不等额度的大病保障，覆盖包括恶性肿瘤在内的100种大病。产品采用后收费模式，即发生理赔事件时再向会员收费，每个理赔事件的分摊上限为1毛钱。

这“一毛钱”的诱惑快速吸纳了2000万人投保。然而，就在人们感慨又一款现象级产品问世时，11月27日，“相互保”合作运营方信美相互发布公告称，受监管部门约谈，指出其推出的“相互保”涉嫌存在未按照规定使用经备案的保险条款和费率、销售过程中存在误导性宣传、信息披露不充分等问题。根据监管部门的要求，停止销售“相互保”保险产品。

刚方兴未艾就戛然而止，但“相互保”还是引发了业界热议，而转为“相互宝”，成为网络互助项目，也带来了新的冲击和思考。

低门槛好普及

“相互保”全名是“相互保大病互助计划”，呈现为一种新型保险形态——0元加入，先享

后钱；一人生病、万人共济。所谓“人人为我，我为人人”，在相互机制下，保险的这一特性得到了更直观的体现，用蚂蚁金服保险事业群总裁尹铭的话说，相互保利用互联网思维、技术，搭建了一个普惠、透明、便捷的平台，让保险回归本源。

具体来说，凡是芝麻分650以上，满足健康条件，就能0元加入；按照年龄，分为40岁前、40~59岁两档，患重疾重病分别赔偿30万元和10万元，在此基础上平台加收10%管理费；赔偿费来自全员分摊，最少330万用户项目才成立，所以单笔赔付分摊到每个人 $(30+30*10\%)/330万=1$ 毛钱。

按照信美相互总精算师曾卓的测算，第一年相互保的分摊费用可能在100~200元之间。而市面上现有互联网重疾保障，年付费价格最低在200~300元之间。

至于管理费，曾卓的解释是，与其他商业保险不同，相互保没有代理人和股东的成本，且属于保监会范围的免税产品，所以管理费相对较低，基于长期健康运营的数据，以及参考相关公益组织的数据，最终确定管理费为10%。

据相互保方面介绍，其机制流程设置得较

相互保变相互宝

	原相互保	新相互宝
加入条件	1. 30天 ≤ 年龄 < 59周岁 2. 芝麻分 ≥ 650 3. 蚂蚁会员 4. 身体健康	不变
付费方式	先加入享受保障，每月14日、28日再分摊费用	不变
互助金	10万或30万不等	不变
保障覆盖	99种大病 + 恶性肿瘤	不变
互助金领取流程	根据提示，在支付宝上提交材料	不变
分摊费用上限	全年不设置上限	2019年封顶188元
管理费	保障金额的10%	降至保障金额的8%
成团条件	超过330万人	低于330万人依然有保障

注：无论新老用户，凡2018年加入者，2019年1月31日之前涉及的费用分摊将由蚂蚁金服承担

> 资料来源：根据公开资料整理

为完整：首先，每个成员在提交理赔申请材料时都必须声明其真实性；其次，信美相互会对成员上传的各项资料进行慎重的调查和审核；再次，所有的理赔案件都会在保证用户隐私的情况下进行公示，接受监督，对于公示中有异议的案件会进行补充调查后再次公示，证据确凿的也会依法进行追偿。

由于门槛低，这次实现了对重疾保险的一次大普及。“一键加入”的简单设置，以及“一毛钱”的低价预期，使参保人数9天破1000万，41天达2000万，已经相当于一家中小型寿险企业一年的获客量，而且是在推广成本极低的情况下。

就像不少人是通过余额宝第一次接触到货币基金理财一样，很多用户此前也没有接触过商业类健康险。

中国保险协会的一份调查报告显示，与国外百分之二三十的商业保险覆盖人群不同，在

认为自身发生重大疾病风险大的情况下，82.1%仍然没有购买商业保险；普通人中，47.8%认为有必要购买大病商业保险，但是真正购买的只有6.7%。究其原因，认为贵、看不懂、难选择应该是大部分人的想法。

传统重疾商业保险条款复杂、限制条件多、审批条件严都给人们的投保设置了一定障碍，而这种复杂性一方面降低了效率，另一方面也可以算是保险公司由于必须刚性兑付保费而采取的一种自我保护。

据调研，加入相互保的用户中，62.5%没有购买过商业健康保障，有38.34%的用户表示，在社保之外，他们愿意为商业保障年付费金额为300元左右，年付费金额300~1000元的用户占38.89%，而1000元以上的占25.77%。

显然这部分用户正是相互保带来的增量。有专家分析，相互保之所以可以后付费，也是基于其大量底层技术，因为支付宝普及且绑定

银行账户，可以做到直接扣款，所以才有可能做到。此外，芝麻信用多年积累的信用数据也强力保证了后付费模式，保证用户在发生风险时愿意承担这笔费用。

从保险产品的角度来看，相互保险缺乏增资渠道，稳定性不足，而且容易导致逆向选择，容易吸引短期的长尾客户。而且，相互保险不能完全替代传统的健康险，市场占比较为有限。对于管理费的征收方式，也有声音质疑平台方会倾向于多赔付以便多得收入。

有专家指出，“相互保”模式最大的问题是风险分类的问题。不同人群罹患重疾的概率相差巨大，如果不分类，或分类不足，且会员彼此不认识，没有共识，就会造成不公平，最终导致低风险人群退出，以至于分摊成本越来越高。

变身网络互助

由于合规问题，支付宝发布通知称，从2018年11月27日中午12点起，“相互保”将升级为“相互宝”。升级主要表现在以下三个方面：分摊费用从不设上限变成2019年最高分摊188元，如有多出部分全部由蚂蚁金服承担；管理费从原来的10%下降到8%；未来如果“相互宝”的参与人数低于330万，计划也不会立刻解散，会继续为用户提供一年的大病保障。

从相互保到相互宝，虽然只有一字之差，但是，却发生了本质的变化。

第一，信美人寿退出，相互宝不再具有保险属性，变成了由蚂蚁金服独立运营的网络互助计划，性质与水滴筹无异。

第二，保险的特点是刚性兑付，不管平台发生任何问题，保险互助基金会承诺对保险产品兑付；而网络互助产品则没有刚性兑付的保障。

第三，任何一款保险产品在银保监会都有备案，接受监管，而网络互助产品的条款最终解释权在平台。

第四，由于性质改变，相互宝对投保人多了一个限制条件：未向任何互助组织、慈善机构申请过疾病救助或募捐。也就是说如果之前通过水滴筹、轻松筹等方式申请过疾病救助或募捐的人，是无法投保的，这与老版有较大区别。

北京工商大学保险研究中心主任王绪瑾认为，网络互助计划投入成本低，一旦大量存在较高患病风险的人加入互助计划，加入的人越多则可能发生的“互助”就越多，没有患病的会员要平摊的费用也会越来越多，危及平台的赔付能力。网络互助计划属于“类保险”，但不是保险产品，不受保险法等法律法规保护，消费者要谨慎参与。

南开大学卫生经济与医疗保障研究中心主任朱铭来则认为，“相互宝”秉承了原有产品特性，使得中低收入人群、隐形贫困人群更容易获得健康保障，一定程度上缓解和防范这部分人群因病致贫、因病致穷现象。

还有业内人士更进一步，认为抛开单纯的产品成败，应当看到，互联网巨头进入保险行业，它的核心优势并不在于产品，而在于数据驱动能力和社交引流能力，导致保险产品的购买场景和行为发生改变，在销售端的这一巨变对于传统保险思维来说是颠覆性的。

此外，如果放到国际视野来看这个问题，目前我国金融保险业对外开放是必然的趋势，而海外的保险公司也有采用数据驱动的，如果我们国内自己不做，未来可能外资就会来做。

所以说，这一次“互联网+保险”演变为“互联网+互助”，也不失为商业模式的一次创新探索。

那么，我们不妨“让子弹再飞一会儿”。☑

互联网巨头进入保险行业，它的核心优势并不在于产品，而在于数据驱动能力和社交引流能力，在销售端的这一巨变对于传统保险思维来说是颠覆性的。