

消费型保险值得买吗？

本报记者 姚进

保监会日前公布2013年交强险数据显示，其年度承保亏损43亿元，而自2006年交强险开办以来截至去年底，累计承保亏损443亿元，经营亏损254亿元，平均利润率为-4.6%。对于保险公司来说，这不是个好消息，也让未出险的投保人有一种“白花了钱”的心理，而这种“不情愿”的声音总是围绕在消费型保险产品身边——



“消费”不等于“浪费”

“我买了消费型健康险，从不生大病，每年还要交保费，貌似不划算，不如把钱存着。纠结明年要不要续保。”

“几年前经朋友推荐，我买了一份消费型健康险，有住院及手术补贴。但这些年，我没生过病住过院，保费都白交了，这和攒着钱等有需要时用，好像没多大区别。”……

显然，从网友对于消费型健康险的“印象”来看，购买这类一年一续保的险种，只要当年派不上用场，就等于把钱扔在水里，还不如存到银行赚点利息。

所谓消费型保险，是指客户跟保险公司签定合同，在约定时间内如发生合同约定的保险事故，保险公司按原先约定的额度进行补偿或给付；如果在约定时间内未

发生保险事故，则保险公司不返还所交保费。相比储蓄型、分红型、投资连结型等“返还型”保险，消费型保险不具有保本储蓄功能，也不能在提供保障的同时兼具收益，因此在一些投保人眼中，购买该险种有浪费之“嫌”。

“这样的认知并不准确，虽然返还型健康险有‘有病理赔、无病返本’的亮点，但对于特定的群体来说，消费型健康险每年交纳几百元保费即可提供高额的疾病保障，性价比并不低。”一位保险业内人士表示，购买消费型健康险和存钱看病有很大不同。存钱是解决目前的问题，且前提是有健康的身体，万一遇到意外或身患重病，收入中断，只能用攒下的钱去看病，却无力继续存钱。而消费型健康险是解决

未来的问题，每年交纳一定的保费，遇到大病等情况，可随时提供远高于保费的急用资金，以最少的投入获得较大的保障。

南开大学经济学院保险系教授赵春梅认为，保险保的就是“万一”，没有发生意外就是最大的收益。“好多购买者并不十分清楚自己的目的，甚至有时候会把买保险当成投资，而不是出于‘风险转嫁’的动机。”

事实上，也正是由于“没有出险就不返还本金”的特点，消费型保险才具有保费低并且保障高的优势。所以，消费型保险不等于“浪费型保险”，只要投保人在投保时结合自身实际，购买时有所侧重，这种没有返还性质的消费型保险产品也能提供实实在在的保障。

量体裁衣选产品

徘徊在各类产品之间，有人认为“储蓄型保险好，因为它既有保障功能又有投资功能，缴纳一定期限的利息是按复利计算”；也有人认为“消费型保险好，因为它便宜，而且一旦发生大额、不确定的风险损失，赔付高也更划算”。

实际上，合适的才是最好的。以消费型寿险为例，一般保障期是一年，保费低但保障高，适合经济收入不高的人群和参加工作时间不长、收入不稳定的年轻人；而储蓄型寿险，则属于定期、保费较高的类型，适合经济收入高且稳定的人群，在理财的同时，也获得风险保障。

再以重疾险为例，对20至30岁之间的投保人而言，如果不幸患重疾的话，家庭承受的医疗费用会更高，因此可以选择

“储蓄型+消费型”的组合重疾保障。“特别是对于年纪尚轻、事业处于成长期、消费开支较大的人群，可适当加大消费型重疾险的比例，某些阶段可控制在60%甚至80%。”某寿险公司业务经理介绍，过了40岁以后，身体素质下降，消费型重疾险保费开始大幅提升，而储蓄型重疾险的保费提高比例却相对不高，因此在35至40岁阶段，可以降低定期消费型重疾险的比例，同时增加在储蓄型重疾险上面的投入。“过了45岁之后，储蓄型重疾险的比例需要逐步提高到95%甚至是100%，当然一些特殊情况除外，比如强体力工作低收入者，危险环境工作低收入者等。”

“消费型健康险更适合收入水平较低，希望以最低保费获得较高保障的消费者，

这类群体尤以刚参加工作的单身人士居多，他们收入不高，需要积累资金为成家立业做准备，因此没有多余资金支付较高的保费，但可以通过投保年交保费较低、保险期短、利于灵活调整的消费型健康险来实现未雨绸缪。”上述寿险公司业务经理建议，在挑选产品时，消费者要结合自身实际有所侧重。比如，对男性消费者来说，购买此类保险应格外关注重疾方面，而且，基于目前重大疾病的治疗费用平均在10万元左右，因此男性投保消费型重疾险，保额在10万元至20万元较为合适；女性消费者因体质较为特殊，易遭受乳腺癌、宫颈癌、卵巢癌、女性原位癌等疾病困扰，挑选消费型健康险时，要格外关注所购产品是否承保这些特殊疾病。

莫以“分红”论英雄

王梦丽

好买基金研究中心数据显示，具有今年以来业绩数据的2553只基金中，2214只基金今年均取得了正收益，占比高达86%。私募基金在积累正收益的同时，也取得了基金分红的客观条件，2013年、2014年私募分红次数为历年最多，分别分红188次、221次。

不过，投资者需要注意的是，不能简单将私募分红现象归为“好”或者“坏”，分红只是判断这只基金近期运作效果的一个指标。私募分红可以分为拆分、现金分红、红利再投资三种形式，但不管何种形式的分红，对投资者而言其总资产的价值并未改变，只是以基金份额增多或者现金增多的形式表现，区别在于分红之后，股市的走势会给选择不同分红方式的投资者

带来不同的收益。

比如，在市场前期涨幅较高的阶段，私募基金已经取得较为不错的正收益，私募基金经理可以通过分红，将前期已经累积的一些收益分配给投资者，以规避后市可能带来的市场回调风险。否则，如果分红时点没能踏准市场节奏，很可能造成分红后市场大涨，错过了行情。

事实上，由于盈利机制的不同，私募对分红的诉求也和公募基金大不相同。公募基金靠管理费吃饭，收入直接和规模挂钩，更愿意红利再投资。而私募的收入主要来自业绩提成，在既有策略和既有投研人员的支撑下，规模是业绩的天敌，如果没有做好充分的投研及策略准备，规模猛增的后果可能就是业绩的持续下滑。所以

基金加仓到了哪儿？

数据来源：Wind、好买基金研究中心

