

业内专家分析如何保障重疾险消费者权益

■新华网

今年6月,中国保险行业协会发布了《2018中国商业健康保险发展指数报告》,其中提到,我国商业健康保险的覆盖率不足10%,近半数受访者认为“价格太高”,近三成认为“不知道选哪个产品”,近两成选择“看不懂产品介绍”是阻碍他们购买保险的主要因素。报告显示,2018中国商业健康保险发展指数为63,与2017年的60.6相比有所提升,但整体发展处于基础水平,仍有很大提升空间。

虽然在发展过程中存在一些不规范现象,但保险是市场经济条件下风险管理的基本手段,有着不可替代的重要作用。如何才能减少目前保险市场上的不良行为?消费者如何选购到性价比、适合自己的重疾险?

南开大学保险学系教授朱铭来认为,重疾险在我国是一个发展较早的商业保险类型,最初是由寿险发展而来,以死亡保障为核心设立。经过多年的发展,逐渐变成今天这种以保障重大疾病终身为主的保险。重疾险属于定额给付,与治疗的实际开支无关,一般将保障范围限制在生死攸关的特定疾病上,对疾病的界定也较为细致、严格。

“重疾险其实是与我国国情相联系的概念。”朱铭来说,“国际上的健康险一般都是一年期的纯保险,以看病为核心,没有返还功能,也很少涉及死亡情况。但是由于国人喜欢储蓄,觉得交了几十年的钱以后还能拿回一些钱也挺好,所以国内的重疾险也比较强调储蓄投资,与寿险的概念相似。不过,随着我国社保的普及和年轻人消费理念的变化,他们越来越能接受保险就是一种纯消费行为这个概念了。这几年市面上出现了一些一年期的百万抗癌险等险种,它们没有返还功能,单纯保障医疗费用,这类保险带有人与人之间经济互助的意味,主要适用于中青年群体。”

朱铭来建议,消费者可以考虑购买纯消费型重疾险。“买保险时,不要完全把目标放在投资回报上。如果消费者的主要诉求是医疗保障,那么遇到长期储蓄型的健康险就要慎重考虑。返还型保险的费用比纯消费型要高一些,虽然最后还能拿到一些钱,但

让消费产生真切的获得感。网购商品有价格优势,但如果质量打折扣,这个优势就会迅速消失,甚至成为劣势。当消费者越来越理性,越来越注重品质和消费体验时,消费供应链就需要升级。

鉴于此,构建科学高效的品质管控机制,从源头上把住质量关和品质关,构建一套成熟的基础服务和特色售后服务体系,以有效解决不同消费者的实际需求和诉求,就显得尤其重要。可以看到,一些电商平台正在努力满足消费者对高质量购物的需求。比如,京东今年成立客户卓越体验部,强化服务IP“放心购”,涵盖“送装一体”“闪电退款”等基础服务以及“上门换新”“发货延时补贴”等特色售后服务,不断升级用户体验。

而所谓快,就是要让消费者获得即时满足。尤其是在“双11”这样的网购高峰,快递大概率会发生拥堵现象。这个时候,有没有基础设施的优势,有没有一个独立的、高质量的物流平台,就显得至关重要。能不能为不同消费需求、消费场景提供全方位、一体化的物流解决方案,为消费者和商家提供更优质的高品质服务,正成为各大电商平台的竞争点。

年轻人不再盲目买买买,整个社会消费中,非生活必需品消费增速慢,都说明消费诉求正日渐多元化,对生活品质的要求越来越高,人们越来越注重消费品质,注重购物体验。如果说,网购带来的“剁手”购买只是消费的较低阶段,那么,理性消费和对购物体验的看中,则意味着消费从量到质的升级。

良好的购物体验最核心的指标,一是好,二是快。所谓好,就是价低质不低,产品质量有保证,

其投资回报率不可能像投资理财那么高,如果保险公司宣称最后拿到的钱可以比银行高多少倍,那可能就带有误导性。并且,从长期来看,这些钱还会受到通货膨胀等因素的影响。”

“理财和保障还是要分开,如果消费者想投资,可以用专门的理财工具。就保险而言,既不一定要保终身,也不一定非要是储蓄型,消费者可以考虑纯消费型保险。随着大数据技术的发展,医疗机构对疾病发病率、诊疗率、治愈率、治疗费用等方面也可以进行更准确的统计和预测,所以百万抗癌险这类报销型的保险在以后也会慢慢发展起来。”朱铭来说。

针对目前重疾险存在的一些问题,消费者在购买时如何保护自身权益?

朱铭来认为,消费者在买保险时一定要认真阅读条款,不要怕麻烦,不明白的地方可以要求销售人员进一步解释。要格外留意条款中保险公司除外责任的部分,并且对疾病的界定都要小心,要关注细节。

“一定要仔细阅读条款。比如一个产品保心脏病,但儿童的先天性心脏病算不算在里面?”朱铭来说,“很多保险产品都保同一种疾病,但是在条款细节上却不一定相同,如果消费者之前不留意、不明白,最后可能拿不到钱。”

面对日益增重的重疾险市场,对保险公司自身和监管部门都提出了新的要求。

朱铭来认为,要保护好消费者权益,保险公司要对条款做详细的解释说明,不能对消费者进行误导。保险是涉及人们切身利益的大事,条款不光要详细,还要语言简单化,让消费者能看得懂。另外,对于一些“霸王条款”,有关部门要加大查处力度,纠正行业内的不正之风。

“以前曾发生过消费者将保险公司告上法庭的例子,因为很多公司在理赔时过分强调一些细节上的要求。后来国家对行业进行规范,出台了对于很多重大疾病的统一解释标准。保险公司也要对自己的条款进行详细解释说明,比如哪种主险寿险、附加重疾险的品种,保险公司的责任是怎样确定的?寿险和重疾险的保额是累加还是共享?这些都要说清楚,不能误导消费者。”朱铭来说。

“双11”临近,年轻人不再买买买 网购供应链需升级

■杜晓、徐静华

“双11”购物节即将来临,年轻人对此有何期待?近日,中国青年报社“青年调查”联合问卷网对1969名18岁至35岁的青年进行一项调查,结果显示,68.1%的受访青年消费时看重性价比,58.3%的受访青年会考虑实用性及必要性,61.1%的受访青年认为年轻人对兴趣和自我提升消费。专家分析认为,当下年轻人消费更加理性,增加知识和健康方面消费应成为年轻人消费趋势。

年轻人更加注重商品和服务的品质、性价比,消费更趋成熟、理性,这是中国经济高质量发展引领的“高质量消费”在青年群体中的一个突出反映。改革开放40年来,中国消费增长迅速,社会消费品零售总额从1978年的1558.6亿元增长至2017年的36.6万亿元。当消费满足了人们对数量的需求,向消费质量转型,进而完成消费结构性升级,逐步形成高质量消费格局,就成为社会消费发展的必然方向。

年轻人不再买买买,整个社会消费中,非生活必需品消费增速慢,都说明消费诉求正日渐多元化,对生活品质的要求越来越高,人们越来越注重消费品质,注重购物体验。如果说,网购带来的“剁手”购买只是消费的较低阶段,那么,理性消费和对购物体验的看中,则意味着消费从量到质的升级。

良好的购物体验最核心的指标,一是好,二是快。所谓好,就是价低质不低,产品质量有保证,

广州市消委会日前公布一份比较试验报告指导消费者:

如何挑选称心如意的蚕丝被

■李青山、李智华

日前,广州市消委会公布的蚕丝被比较试验报告显示,在61款蚕丝被样品中,有41款未能完全通过测试,不符合率高达67%,其中13款样品检出含有禁止使用的再加工纤维。部分相关企业已对商品立即下架,并回函广州市消委会,表示对相关问题进行自查、分析及整改。

今年7月至9月,广州市消委会工作人员会同测试机构工作人员,随机在商场、专卖店、批发市场及各电商平台上购买蚕丝被样品,涉及54个标称品牌。

本次比较试验依据相关的国家及行业标准,委托广州检验检

测认证集团有限公司对样品进行测试。测试项目主要包括安全性能、使用性能、标识、外观及工艺质量等方面。

比较测试结果显示,标称富安娜、雅芳婷等20款样品通过了所有项目的测试。其余41款未能完全通过测试的样品中,有10款购自批发市场,27款购自电商平台。未通过测试的项目包括pH值、标识、填充物品质、外观质量、工艺质量、压缩回弹性、纤维含量、原料要求及填充物质量偏差率等。

蚕丝被的pH值过高或过低都会对皮肤产生刺激,并易使皮肤受到其他病菌的侵害。在pH值测试中,有两款样品实测值超

出标准允许范围,均购自电商平台。

根据GB18383—2007《絮用纤维制品通用技术要求》,蚕丝被的原料来源属于强制要求。在本次比较试验中,有15款样品达不到相关标准要求,其中13款样品检出含有禁止使用的再加工纤维。

纤维含量是蚕丝被的主要品质指标。本次比较试验中,共有10款样品检出纤维含量不符合相关标准要求。纤维含量不达标,反映出部分企业未对采购的原料进行严格把关,部分送检或者根本不送检而随意标注,或不同批次的同款面料只检验某一批次,造成标称值与实测值不相符。此

外,不排除有部分企业用低价纤维代替价格昂贵性能优越的纤维,以次充好。

在外观质量和工艺质量测试中,共有31款样品不符合相关标准要求,主要问题是填充物厚薄不均匀、四角和边质量差异率不符合标准要求。

消费提示:

辨别填充蚕丝种类。消费者购买蚕丝被时,应注意查看产品的标识是否齐全明确,应包括生产厂家的名称和地址、产品名称、号型或规格、纤维成分及含量、维护方法、产品执行标准、安全类别等;注意外包装的明显位置是否标明纯蚕丝被或混合蚕丝被、蚕

丝种类是桑蚕丝还是柞蚕丝。

桑蚕丝又细又长,白里微微带点黄,手感细腻光滑,有一股淡淡的动物纤维气味,用这种蚕丝制作的被子特别柔软、贴身,是蚕丝被中的上等品。柞蚕丝比桑蚕丝要短、粗,其原始颜色较深,往往要用化学药剂进行褪色处理,手感比较粗糙,光泽也较暗淡,不是很贴身。

从产品价格和等级判断。消费者可以根据价格高低大致判断产品的真假,还可通过蚕丝被等级来判断。一般来说,优等品的填充物含100%蚕丝,不含荧光增白剂和明显粉尘等;一等品的填充物含100%蚕丝,外观色泽基本均匀;合格品的蚕丝含量在50%以上。

药店销售处方药不能“任性”

■孙建新、李海军

如今,许多地方的药店和超市一样普及,老百姓有个头疼脑热,一般就能在居家附近的药店很便利地买到需要的药实现自我药疗。然而,在给百姓健康带来方便的同时,个别药店的不规范营销行为也屡禁不止,比如不规范销售处方药。日前,湖州市长兴县和平市场监管所执法干部孙礼银就遇到了这一情况。

事发当天,个体户老陈到和平监管所办理一项申报手续,该所执法干部孙礼银接待了他。因为老陈说话有点沙哑,孙礼银便顺口问他是不是病了?老陈告诉孙礼银,自己这几天扁桃体发炎,刚到药店买了盒阿莫西林胶囊。

“那你有没有医生处方,药店有没有给你做销售登记呀?”职业敏感性比较强的孙礼银马上追问道。

“我经常在这个药店买药,都是熟人,不需要处方和登记。”老陈说。

“有销售凭证吗?”孙礼银又问。

“药店没有给我呀。”老陈回答道。

想到老陈买的“阿莫西林胶囊”是处方药,依据《药品流通监督管理办法》第十一条关于“药品零售企业销售药品时,应当开具标明药品名称、生产厂家、数量、价格、批号等内容的销售凭证”的规定,孙礼银感觉药店销售处方药存在不合规行为,他便带着另一位执法人员来到老陈所说的药店进行实地检查。

一进门,执法人员就看到



药师的执业证书和药房的营业执照等悬挂在显眼位置,“处方药需凭医师处方购买”的标牌也立在柜台上,但在药店里并未看见在岗执业药师。执法人员要求查看当天处方药的銷售记录时,药店也无法提供。

对此,孙礼银对药店店长和店员进行了批评教育:“一些处方药在药物用量、用法、禁忌症等方面有特殊规定,对普通市民来说,不可能对自己的病情和各种药物的特性有非常充分的了解,所以需要医生开具处方并由药师来进行配药,问明患者以往用药情况,并做好详细记录后方可销售,你们这么随意地销售处方药,已经违反了《药品流通监督管理办法》的有关规定。”

随后,执法人员对该药店下达了责令整改通知书,店长当即表示进行整改。

长兴县市场监管局药械监管科负责人表示,目前处方药销售不合规行为还是比较多,造成不合规行为有多方面原因:一是普通老百姓到居家附近的一些药店买药用药的安全意识还比较薄弱,常常自己随意去买处方药;二是目前电子处方比较普及,百姓拿不到纸质处方;三是一些药店片面追求利润,在利益驱动下不按照凭处方购药、有执业药师在岗才能销售处方药的规定经营。

鉴此,市场监管部门执法人员提醒消费者,买处方药还是要凭处方购买,用药安全性的重要程度远高于便利性。同时百姓购买处方药要严格遵医嘱,切勿凭经验用药,发现药店执业药师不在岗、药店不凭处方销售处方药等行为,可向市场(食品药品)监管部门举报。

为什么吃不出妈妈做的面条味道——

“手擀”可能是商标,并不表示纯手工

■王远来、薛庆元

手擀面因其独有的口感筋韧、面香浓郁、营养健康等特点,深受消费者喜爱。对于面食爱好者来说,一碗热腾腾的手擀面会带来难得惬意的味觉及怀旧的双重享受。然而,笔者调查发现,对于大多数消费者来说,你吃的所谓“手擀面”“手打面”,并不是真正出自纯手工,而只是个商标而已。

吐槽
“手擀面”没了妈妈做的味道

用江苏南京消费者李女士自己的话来说,自己一家三口五口人是当之无愧的“面粉儿”,即面食的铁杆粉丝。除了中午正餐,全家的早餐餐基本都是以自己动手加工面食为主,偶尔也会偷懒到超市买面条。然而,前几次的一次偷懒,让李女士觉得在超市购买手擀面“是一件多么不靠谱的事”。

当天,李女士在当地苏果超市的货架上选购了标称湖南裕湘食品有限公司(以下简称裕湘食品公司)生产的“裕湘手擀银丝挂面”。李女士说,自己从小时候在娘家开始吃妈妈的手擀面到自己做面条,早就习惯了手擀面无可替代的亲切感及韧性子。然而,这次从超市购买的“裕湘手擀银

丝挂面”,意外地让全家吃了个索然无味:“这个手擀面咋就没了手擀面的感觉呢?”

经仔细查看面条外包装袋,李女士有了啼笑皆非的发现:银丝挂面是真的,但号称的“手擀”却仅仅是个商标。

调查
“手擀”商标混入商品名

10月17日,笔者来到位于南京幕府东路的苏果超市,超市一隅的食品货架醒目摆放了多款裕湘手擀面条,“裕湘手擀宽挂面”“裕湘手擀银丝挂面”“裕湘手擀细挂面”等系列产品琳琅满目。系列商品中,竖向排列“裕湘手擀”“银丝挂面”两行行书分外醒目,字体、颜色、字号大小完全一致。

笔者从货架上随意取下一件“裕湘手擀银丝挂面”,仔细查看发现,“裕湘手擀”末端右下侧“r”显示此为注册商标,紧挨的第二排“银丝挂面”系该面条的商品名。笔者注意到,直径3毫米的“r”字体与直径27毫米的“裕湘手擀银丝挂面”字体比较,几乎可以忽略不计。对于选购面条的消费者来说,这个颇费心思设计的外包装,其实是在明白无误地向消费者强调“手擀面”的信号。货架上其他几款标称裕湘食品公司生产的面条外包装也出现了类似

情况。

笔者查阅中国商标网发现,“裕湘手擀”确已取得商标注册,该商标分横排竖排格式,分别于2010年和2018年获批商标使用权。商标类别皆归为30类,即含挂面、方便面、面条、米粉等在内的面食食品。笔者致电裕湘食品公司,该公司陈姓工作人员回应称,“裕湘手擀银丝挂面”确实不是手工面,“裕湘手擀”只是一个商标,“只是按手工艺加工的,并且我们是获得了专利的”。

在同一家超市,颇受消费者欢迎的今麦郎面条也打出了“手打挂面”的称号,其宣传创意与“裕湘手擀挂面”出奇一致。今麦郎两款面条产品外包装上,横款产品商标“手打”字体与商品名“挂面”一致,竖款产品商标“手打”大于商品名“挂面”,字号超4倍。而两款挂面表示注册商标的法定特殊符号“r”,小到几乎无法辨识。

今麦郎这款“手打挂面”在国内知名购物网站上的广告创意也是颇费心思:一位年轻妈妈正在厨房上做饭手擀面,与之对视的女儿略显呆萌,广告画风温馨十足,配图文字更是直接明了——“好像妈妈的手打面”。

随后,笔者实地走访南京市多家超市,发现“裕湘手擀”及今麦郎“手打面”并非个别现

象。“金沙河手擀”“白象手擀”“华麟手擀”等无一例外,大多通过以注册商标的字体、字号、颜色及与“××面”等商品名的排列组合,巧妙地将商标与商品名完全融为一体,让工业化生产的面条假以传统手工面条的口感及营养等长期普遍认知附加的品质消费心理优势,达到误导并干扰消费者选择的目的,普通消费者大多对此类“手擀面”莫辨真假。

争议
5起维权诉讼判决不一

据知情人透露,2015年以来,有关“裕湘手擀面”的争议一直都没停下,甚至在全国范围内引发多起诉讼。笔者梳理发现,2015年至今,消费者或经销商诉“裕湘手擀面”案件中,公开的法院判决多达5起。让人颇感意外的是,5份判决书带给原告的却是两赢三输不同的判决结果。

在原告胜诉的判例中,法院均以“产品不符合《食品安全国家标准预包装食品标准通则》的规定,故不符合《食品安全法》规定”的判决理由,予以十倍惩罚性赔偿。

原告败诉的判决中,两次出现了中国食品科学技术学会面制品分会出具的《有关工业化生产