

奥运热催生五花八门“运动险”：看起来很奇葩，其实挺贴心

运动达人，保险公司为你订制“保护险”

■记者 潘显璇

对运动爱好者来说，正在如火如荼举行的奥运会无疑是激动人心的日子，而各地也掀起一股全民运动的热潮。不过，不少运动具有一定危险性，一旦发生意外，就可能面临大笔医疗支出，因此对于经常参加高强度运动的市民来说，选购一款合适的保险很有必要。

在全民运动风行的环境下，最近一些保险公司瞄准了运动领域发力，将在奥运期间推出“跑步险”、“骑行险”、“篮球险”等运动险。

三湘都市报记者梳理发现，实际上，近年来，越来越多的保险公司开始针对一些特定人群推出专属保险，市场上诸如“航班险”、“电梯险”等特色险种不在少数。为何保险领域会掀起定制细分险的风潮呢？

全民运动热，险企欲推专属运动险

近年越来越多的都市人参与到运动中来，夜跑、马拉松、定向赛、力量训练等如雨后春笋般地蓬勃兴起。很多上班族经常会在下班后抽空去运动，而现在正值暑期，对于学生群体来说，参加运动的时间就更多了。

作为竞技性运动，球类运动具有一定的危险性，特别是足球、篮球这样具有较高强度的团体运动，一旦发生意外，很可能会受伤较重，花费不菲的医疗费，而目前业内并没有针对这几类运动的专业保险产品。

恰逢四年一度的奥运会，有险企就瞄准了这一空白市场，发布消息称将在本月中旬推出“篮球险”、“羽毛球险”、“跑步险”、“骑行险”四项险种。

解读

开发细分型保险已成趋势

为什么保险公司都热衷于接二连三地推出一些针对特定人群的专属险种呢？

太平洋寿险湖南分公司相关负责人介绍，保险公司之所以会推出新的险种，必然是因为有市场需求，有一定的目标客户，能够解决一些实际问题，否则这款保险产品就失去了存在的意义和价值。在目前险企竞争日益激烈的情况下，针对一些细分领域推出新型保险已经成为业界的一种趋势。

“开发出新的险种占有空白市场，这既是保险公司产品的优势，也是公司创新发展能力的一种体现。”在太

据了解，这四类保险产品均属于人身意外险，保费将走亲民路线，保障期间分为30天和364天两类，保障用户在运动过程中发生骨折、意外身故等多种情况，保险金额最高为1万元。

此前，随着各类马拉松比赛在各个城市涌现，有险企就已经专门为这些参赛选手推出意外险。

专属险频推，衣食住行玩最受关注

实际上，“篮球险”、“羽毛球险”、“骑行险”等，都是保险公司针对一些特定人群所推出的一些细分领域的保险，具有很强的针对性。

记者发现，近年来，众多保险公司都在频频试水推出新型的细分险种，市场上的各种专属型保险可谓五花八门。

比如，有保险公司针对网络虚拟财产推出了“网游险”，针对飞机晚点的航班延误险、针对白领的“加班险”等，这些产品大多是由跟互联网结合紧密的中小型保险公司推出，通过网络渠道销售，往往能风行一时。

当然，湖南本土一些传统的大型保险集团，近年来也尝试深耕细分领域的保险。比如华夏保险湖南分公司推出的“孝行天下”老年人意外伤害保险，就是针对55周岁以上的老人。今年7月底刚在长沙试点的电梯责任险，则是以中华联合保险为首席承保人，中国平安、中国太平洋、英大保险、华泰财险、大地保险、中国人寿财险等七家保险公司共同承保。

梳理这些专属型的保险不难发现，涉及的领域可谓十分广泛，涵盖了运动、出行等众多领域。不过，业内人士认为，保险围绕“衣食住行玩”的生活类场景进行开发是值得挖掘的重点，因为这些场景足够高频，最受关注。

太平洋寿险湖南分公司相关负责人看来，目前市场上的一些互联网保险产品存在博人眼球的嫌疑，实际上保险产品的设计还是要考虑体现社会责任，“比如农业等领域的一些险种都是出于政策需要而推出，更多地是考虑到服务三农，而不是盈利，保险毕竟是姓‘保’。”

湖南省保险行业协会秘书长曹瑞华也认为，一些个性化、针对细分领域的保险产品确实有利于险企应对市场竞争，但险企自身最主要的还是产品和服务，如果过分重视营销而忽略这些重点，未免本末倒置。无论在什么时代，保障永远都是保险最核心的理念。



全民运动风行，一些保险公司在奥运期间推出“跑步险”“篮球险”等运动险。(资料图片)

解读

“奇葩险”遭吐槽 明星产品是主流

针对市场上涌现的形形色色的专属型保险，市民的评价不一而足，不少人表示一些专属保险很接地气很有针对性，但也有市民直指市场上不少通过互联网进行宣传销售的保险产品卖的是噱头，没有什么实际意义。

在长沙工作的杨先生经常需要坐飞机出差，但航班时常晚点却让他有点苦恼。“去年7月份在朋友的推荐下第一次买了航空延误险，结果就中奖了，航班晚点两个半小时，获赔300元。”杨先生说，赔付也很方便，通过网络渠道理赔，这之后他便开始关注一些小众化的险种，“会根据实际需要购买，而且只有保险能实实在在地提供保障才会放心购买。”

有一些保险在推出之时因为十分新颖而广受关注，但实际上并没有获得较好的口碑，被众多网友吐槽为“奇葩险”。比如针对白领推出的“加班险”，就有网友吐槽因为限制条件太多根本难以获得赔付，比如要求公司地址和家庭地址之间的距离超过2公里等，单次赔付最高不超过12元，一个月最多可以赔付6次，也就是说，无论加班多么疯狂，一个月顶多能拿到72元赔付。

8月7日，记者在街头采访了20位长沙市民，过半市民都还是偏好保险公司传统的明星类保险产品，但也有年轻人表示愿意尝试有针对性地购买一些专属型保险，“一般这些产品都不贵，当是买着好玩也不错。”

记者从星城多家保险公司了解到，各个公司都有主推的明星类保险产品，这些产品才是主流，一些新推出的细分保险产品通常购买者不会很多，不会对公司的业绩带来太大的增长，但对丰富保险品类是不可或缺的。

数据

互联网保险消费群体已达3.3亿

截至2016年3月，互联网保险消费者已经超过3.3亿人次，同比增长42.5%。互联网“保民”人数已经是“股民”人数的3倍，“基民”的1.5倍。

新保民对于保险的需求更是多样，他们可能对“家财险”一无所知，但却为“水管爆裂”头疼不已。因此，更多小额碎片化的便民保险出现，类似“银行卡安全险”“跑步无忧险”

“儿童疫苗保”“美颜险”“法律维权险”等。

以退货运费险为例，被电商保险覆盖的保民，因为保险打消了其购物时的后顾之忧，其消费动力会显著增加，许多卖家都主动为买家投保，数据跟踪了一批为买家投保的中小卖家，发现投保运费险后的几个月时间，其交易增长的速度要比大盘增速高出70%。

“奇葩险”盘点

“扶老人险”

2015年10月，“扶老人险”的推出引起社会讨论，这款保险将赔付因扶起老人可能产生的法律诉讼费用。数据显示，“扶老人险”火热的背后正是保民的公益心。在购买“扶老人险”的保民中，有过公益捐款的人比例是全网平均水平的21.4倍。

“痛经险”

今年4月，安联财险推出“大姨妈痛经疾病保险计划”。这款短期意外健康险在女性健康APP“大姨妈”上销售，是国内首款专门针对18-40周岁的女性生理期健康的保险产品。除意外身故及伤残的赔付外，该产品特别针对导致继发性痛经的两种疾病(子宫内膜异位症及子宫腺肌病)而给予手术津贴。

堵车险

近日，手机应用“OK车险”推出了一款类保险的服务产品“堵车OK”，1块钱就可以购买，堵车超过5分钟即可获得赔偿。

防“盗刷”险

支付宝与人保财险联合推出银行卡安全险，手机支付宝用户本人名下所有银行卡、网银、手机银行被盗刷后均可保障，保障金额最高50万元。

充电宝及手机爆炸险

近日，支付宝继推出了手机碎屏险之后，充电宝及手机爆炸险也已上线。用户只需支付2.99元就可投保一年充电宝手机爆炸险，财产损失最高可赔付1万元(数码产品只有1000元)，而意外事故、残障保障最高可赔付20万元。