

商业

保险

2019

# 2019企业健康福利趋势报告

CBN'DATA

第一财经商业数据中心

保险极客

为每个拼搏的未来

© 2019 CBNDData. All rights reserved.



# TABLE OF CONTENTS 目录

## 综述

本片报告主要分为三部分，第一部分阐述了员工对健康的重视度越来越高，企业对员工进行健康管理的意识不断提升，第二部分打破人们对原有健康管理的印象，突出企业团险的优势，第三部分以保险极客为切入点，剖析企业健康管理给员工及企业带来的益处。

■ 第一部分：职场人士爱健康，企业福利升级

■ 第二部分：健康管理福利“新气象”

■ 第三部分：健康福利体系的整体性与创新趋势

# 01

## 职场人士爱健康 企业福利升级

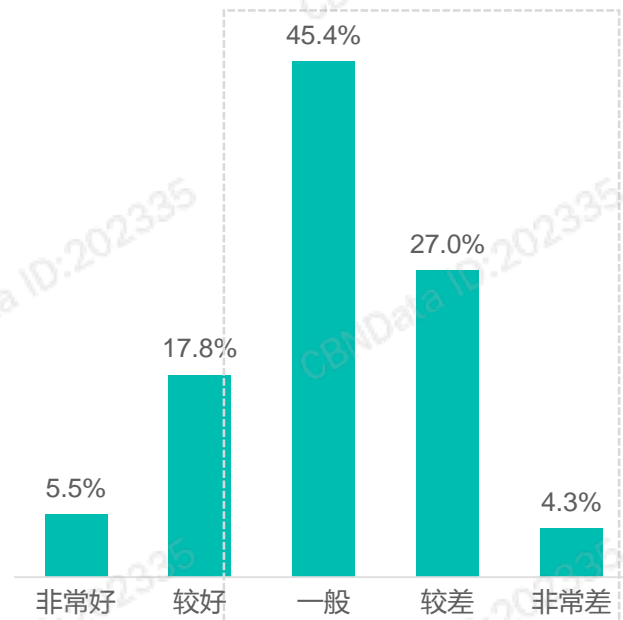
企业及员工健康管理的  
重视度不断提升



## 职场人士健康意识提升，企业健康福利成为招揽人才重要风向标

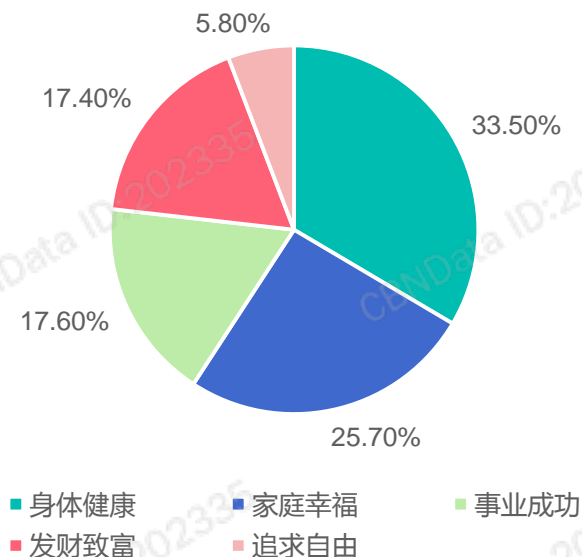
现代社会工作压力较大，职场人士“亚健康”情况较为普遍，调研数据显示近八成的白领认为自身健康状况欠佳，同时近四成的白领认为身体健康是生活质量的重要保证；随着对身体健康的忧患意识日渐加强，新时代员工对公司提供的健康福利愈加关注，员工健康福利成为企业招揽人才重要风向标。

### 职场白领对自身健康状况的评价



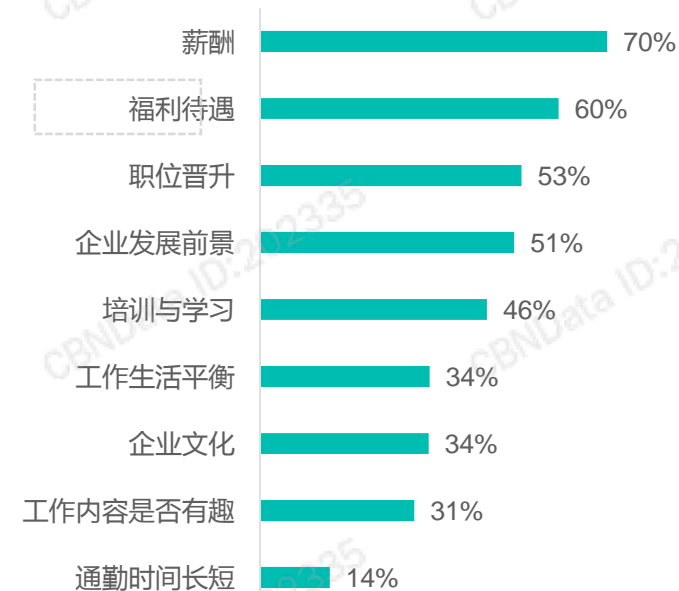
数据来源：智联招聘&微医《2019年职场人健康力报告》

### 职场白领认为影响生活质量的重要因素



数据来源：智联招聘&微医《2019年职场人健康力报告》

### 2018年春季白领跳槽最看重因素



数据来源：智联招聘《2018年春季白领跳槽指数调研报告》

## 企业对健康管理的重视度不断提升，不少企业实现从无到有的配置

随着经济发展和人均收入水平不断提高，传统、基础的员工福利已无法完全满足职场人士，而类似团体商业保险、体检、在线诊疗等员工健康管理的自主项目成为企业激励员工的新方向。保险极客数据显示，近两年与其合作的企业客户呈现爆发式增长，增速高达160%，彰显出企业对健康管理和团险的重视。

### 员工福利范畴

1

#### 法定项目

- 五险一金
- 带薪年假

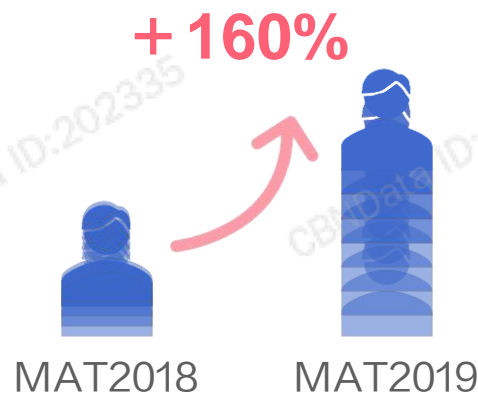
2

#### 企业可选项目

- 团险、体检、诊疗等健康管理项目
- 现金补贴、节日礼品
- 团建、聚餐、年会等团体娱乐

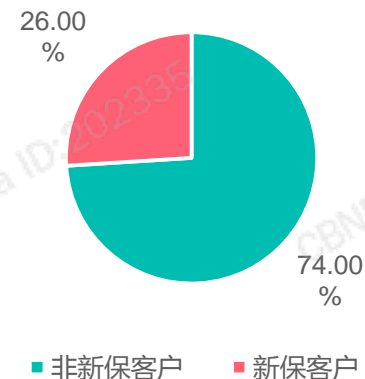
信息来源：根据网络公开资料搜集

### MAT2018-MAT2019保险极客服务企业客户数量增长



数据来源：保险极客  
注：MAT2018指：201710-201809  
MAT2019指：201810-201909

### MAT2018-MAT2019保险极客服务企业新保客户数量占比



数据来源：保险极客  
注：新保客户指与保险极客合作以前该企业并无员工团险福利



# 02

## 健康管理福利 “新气象”

打破员工健康管理的“刻板印象”



## 健康管理不再冷冰冰，是企业“温暖”员工新途径

企业员工的健康管理不再是“冷冰冰”的数据堆砌、单向性输出，而是更加注重健康管理的解决方案。以保险极客健康报告为例，其报告包含企业在保员工的健康状况、就诊医院等，涵盖广泛，内容有趣；除此外，健康报告的数据能有效提醒企业动态调整福利方案，力求成为企业和员工之间的“纽带”。



信息来源：保险极客

某企业健康管理报告示例



图片来源：保险极客

大数据·全洞察

某企业健康管理报告示例

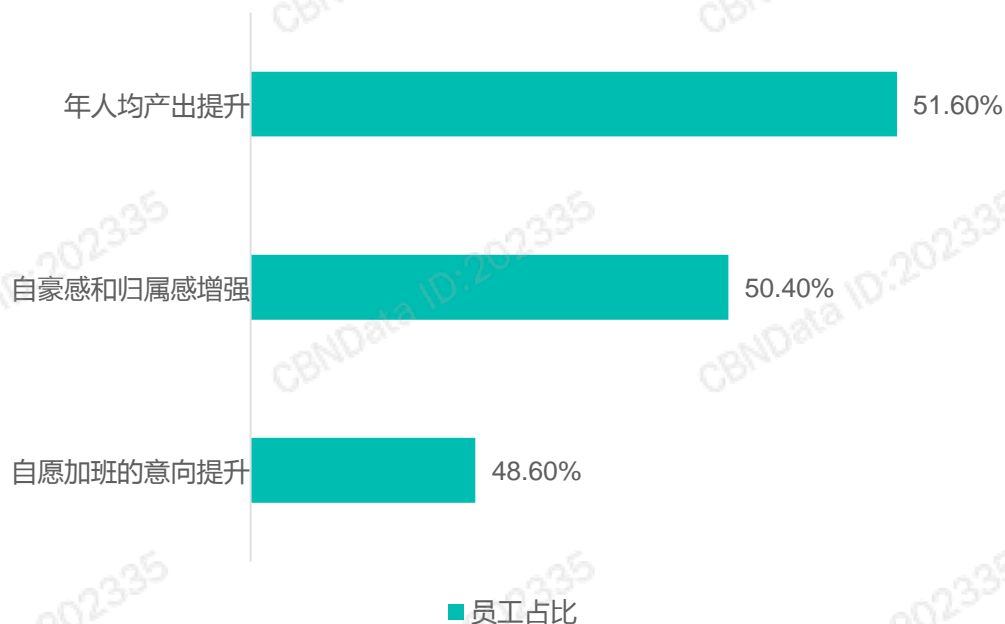


图片来源：保险极客

## 健康管理福利不单只是投入，更能实现“反哺”，助力企业发展

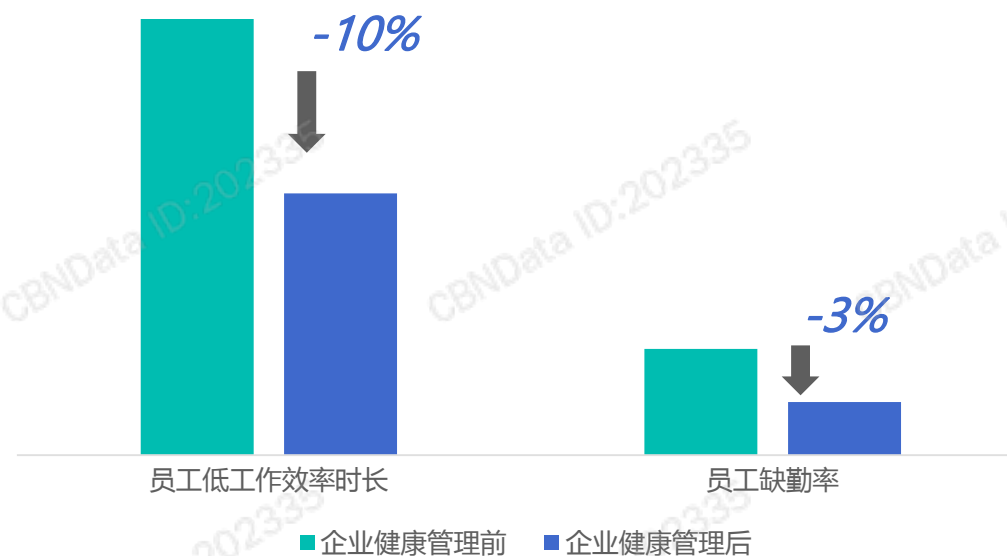
据相关数据显示，实施健康管理的企业，五成以上的员工年人均产值得到提升，对企业的自豪感和归属感也得到了增强；同时据Rand跟踪数据显示，具备员工健康管理福利的公司，其员工缺勤率下降3%，低工作效率时长降低10%；健康管理对企业来说，已不再只是单向投入，其给企业带来的正向影响不容忽视。

### 企业健康管理对企业的影响



数据来源：MBA智库百科、网络公开内容

### 企业实施健康管理前后员工表现对比

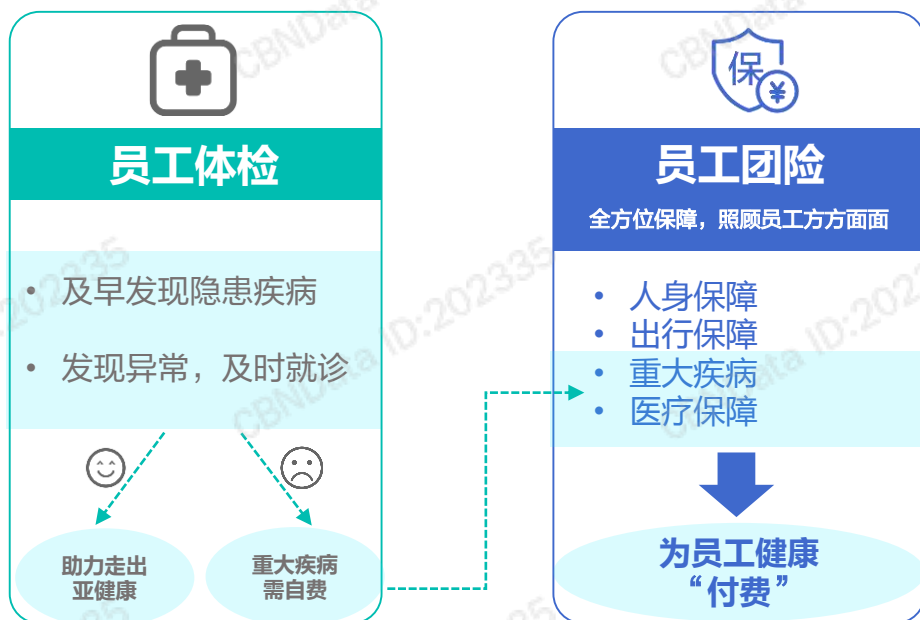


数据来源：Rand 跟踪数据



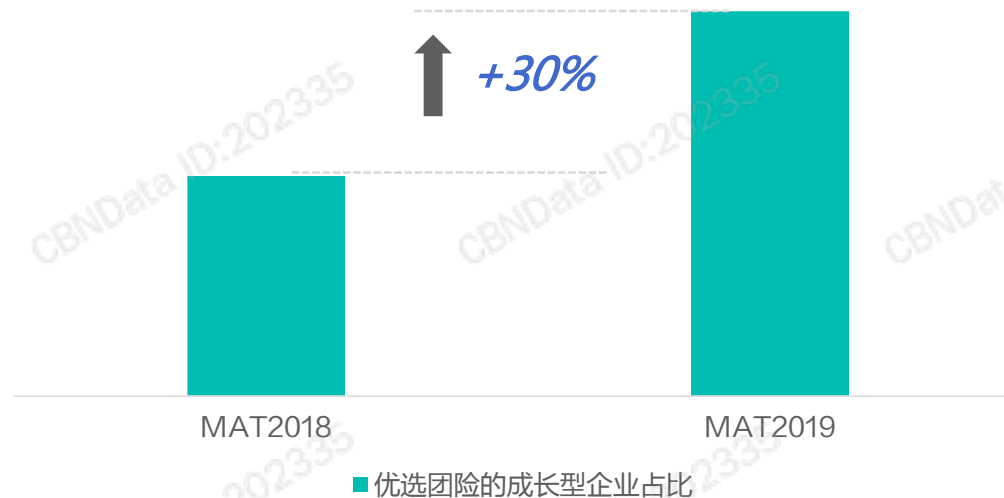
## 团险福利能从实质上降低治病压力，关注度不断提升

尽管同属于健康管理福利范畴，体检和员工团险侧重点存在差异，前者注重员工初病筛查，后者注重员工病程赔付，从实质上讲后者更能降低员工对自身疾病的担忧，缓解其经济压力。保险极客近两年数据显示，在健康福利预算范围内，优先选择企业团险的成长型企业占比从40%增长到70%，增幅高达30%，企业团险在公司健康管理福利中的重要性不断凸显。



信息来源：根据网络公开资料搜集

MAT2018-MAT2019预算范围内优选员工团险的成长型企业占比

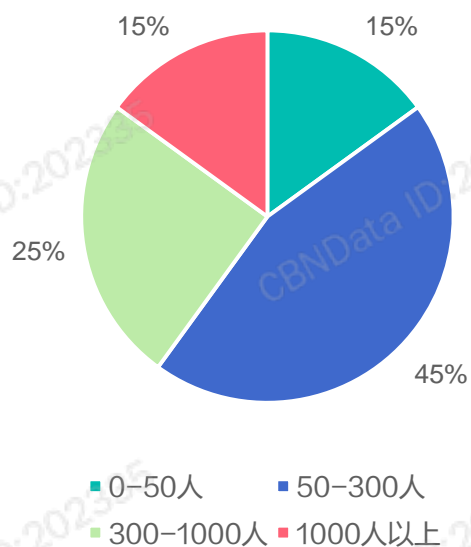


数据来源：保险极客

## 健康管理福利新气象：健康保障无需巨额成本来撬动

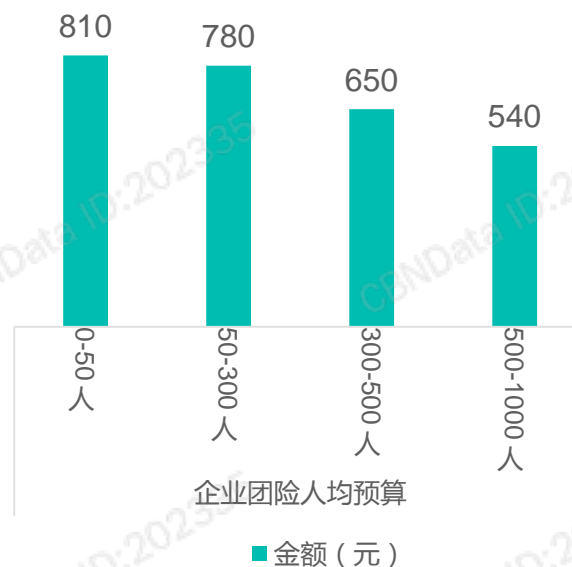
随着健康管理方式愈加灵活，企业配置员工团险的门槛随之降低，据保险极客数据显示，规模在300人以下的成长型企业比为6成；保险极客企业团险年人均保费在1000元以下，员工健康保障告别巨额投资；同时，近两年保险极客的在保企业对团险投入有所加大，所选险种也更加宽泛，小公司也有大保障。

MAT2019保险极客在保不同业务规模的企业占比



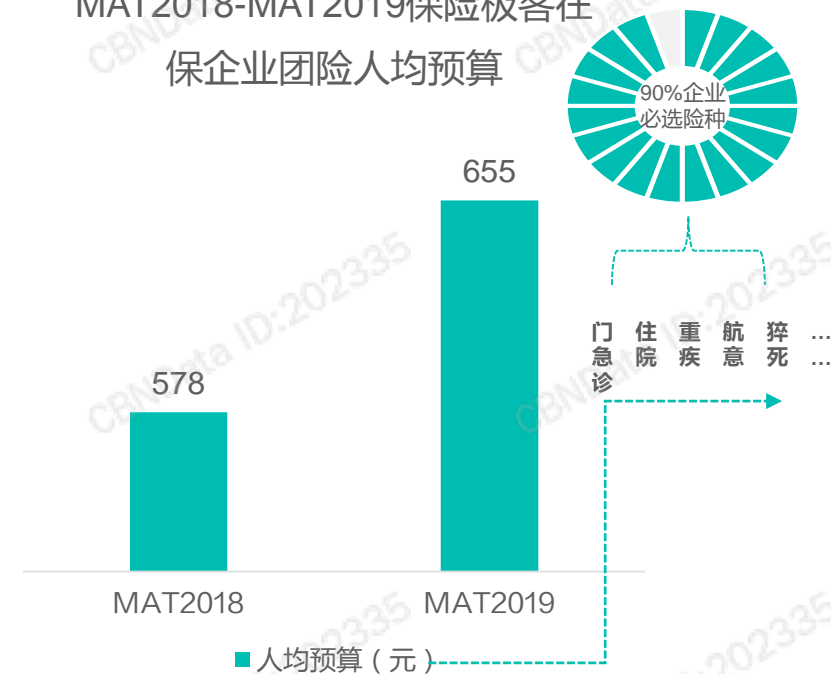
数据来源：保险极客

MAT2019保险极客在保不同业务规模企业人均预算



数据来源：保险极客

MAT2018-MAT2019保险极客在保企业团险人均预算



数据来源：保险极客

# 03

## 健康福利体系的整体性与创新趋势

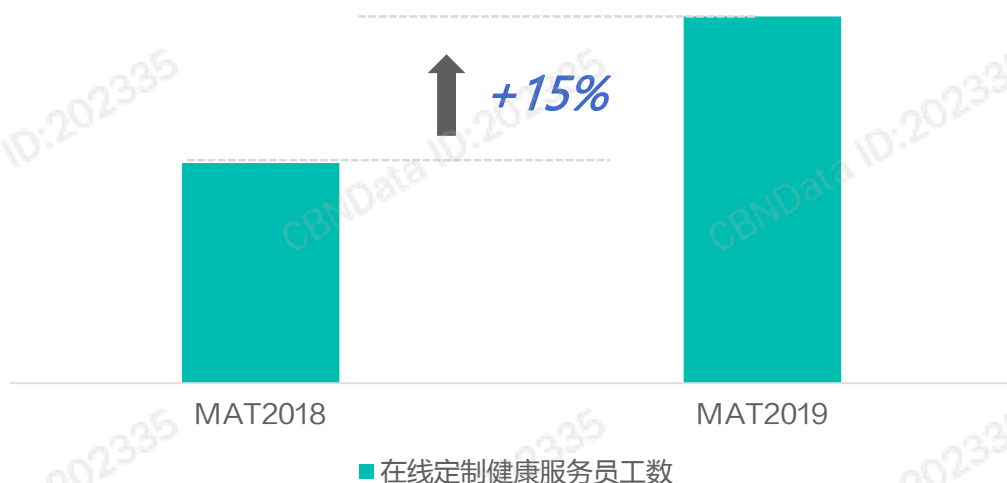
保障员工健康，助力企业发展



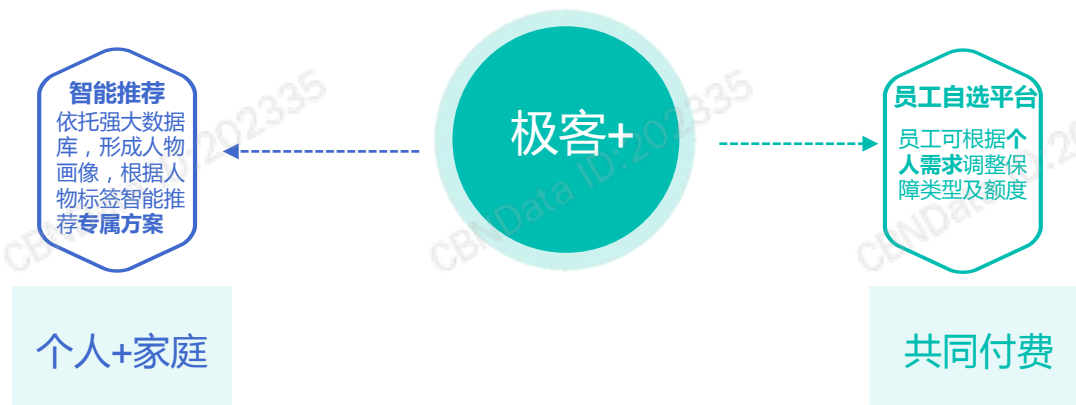
## 智能推荐，团险福利定制成就员工“个性化”

员工更加注重团险“个性化”体验，据保险极客数据显示，通过智能系统在线上定制保障的员工由去年的30%增长到了45%，增幅达到15%；“极客+”平台一方面依托强大的数据源，形成员工画像，根据每位员工特点，为其推荐专属方案，另一方面支持每位员工根据自己实际情况，线上调整个人保障类型和额度，从而实现了员工智能化、个性化购险的需求。

MAT2018-MAT2019参与线上定制健康服务的员工占比



数据来源：保险极客

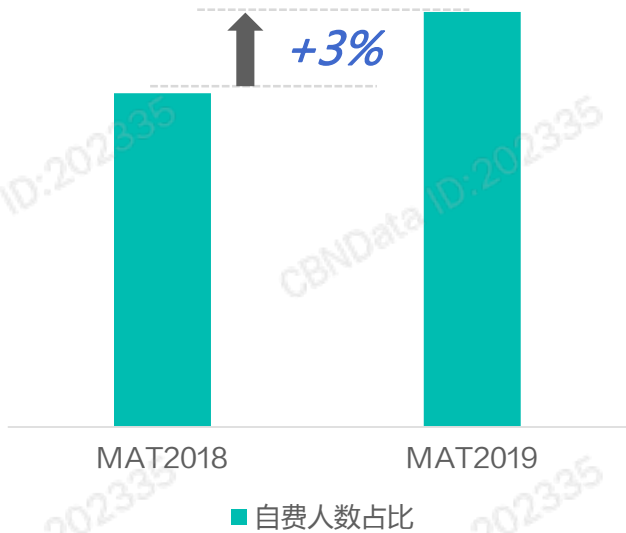


信息来源：保险极客

## 员工参与感与自费意愿更强，职场人保险意识也有行业特点

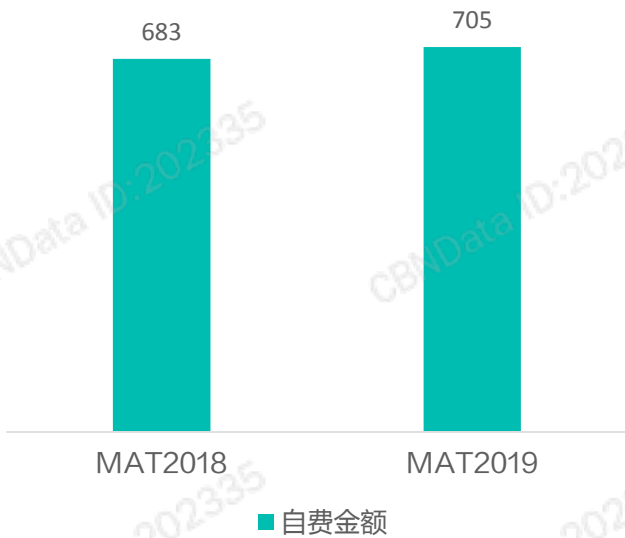
健康管理新形势下，在保企业的员工自费项目受到欢迎。据保险极客数据显示，MAT2019其在保企业员工自费人数由MAT2018的10.7%上升至13.3%，人均自费金额也从683元提升到705元，员工自费购买热度有所提升。保险极客在保企业中，自费人数占比前三的行业分别是企业服务、互联网教育、互联网软件/IT技术。

MAT2018-MAT2019自费员工人数占比



数据来源：保险极客

MAT2018-MAT2019自费员工人均自费金额



数据来源：保险极客

MAT2019自费购买保险的行业TOP3

排名	行业
TOP1	企业服务
TOP2	互联网教育
TOP3	互联网软件/IT技术

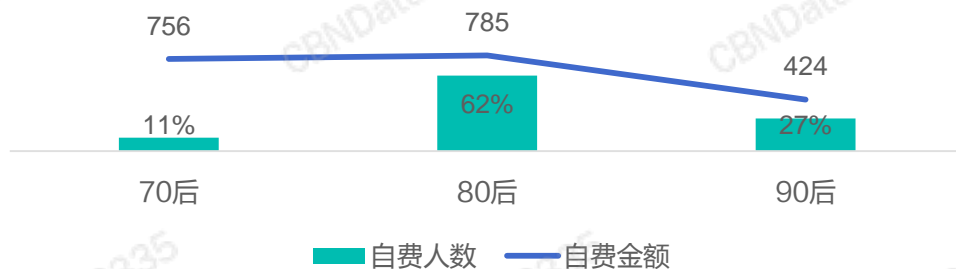
数据来源：保险极客



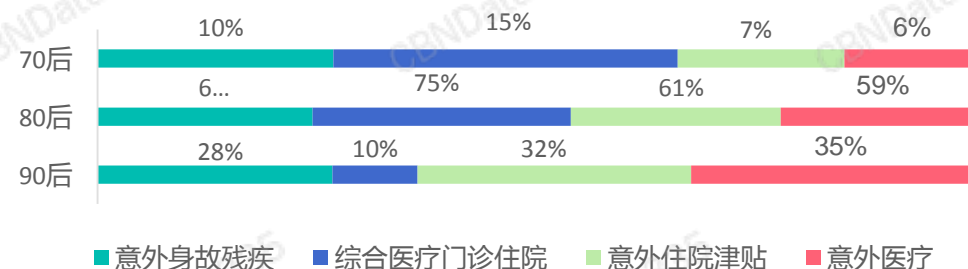
## 职场人投保相关趣味数据：80后群体、女性自费热情高

不同代际和性别的员工在投保产品上特点突出，据保险极客数据显示，女性较男性付费意愿更高，人数占比55%，80后较其他代际，自费热情最高，人数占比5成以上，自费金额达到了人均785元；以保险极客自费TOP4险种为例，80后、女性自费占比最高的是综合医疗门诊住院，男性则为意外身故残疾，90后意外医疗自费人数占比最高。

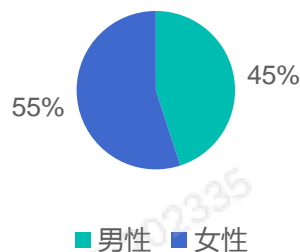
MAT2019不同代际自费员工占比及自费金额



MAT2019TOP4自费险种不同代际人数占比

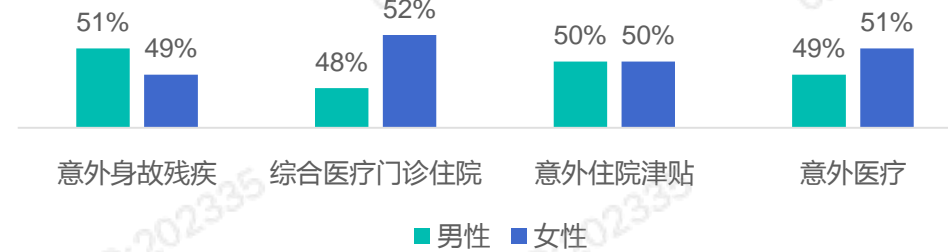


MAT2019不同性别自费员工人数占比



数据来源：保险极客

MAT2019TOP4自费险种男女人数占比



数据来源：保险极客

## “+家人”选项成为员工孝敬父母/关爱妻子/爱护孩子新选择

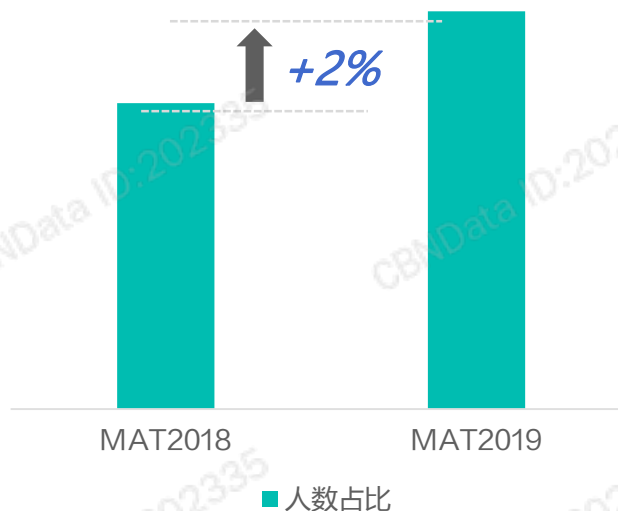
随着员工保险意识的增强，单单给自己买保险已经不能满足其内在需求。据保险极客数据显示，MAT2019为家人投保的员工同比增幅2%，平均每位员工会花费600-700元为1.25个家庭成员购买相应的保险，给家人投保逐渐成为一趋势，“极客保”内置的家人选项，很好的满足了员工这一诉求，操作简单，流程清晰。

“极客保”家人投保界面展示



图片来源：保险极客移动端“极客保”公众号

MAT2018-MAT2019为家人投保  
员工占比



数据来源：保险极客

大数据·全洞察

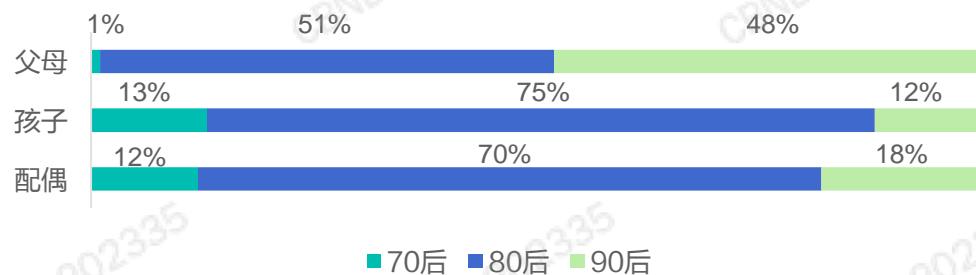


数据来源：保险极客

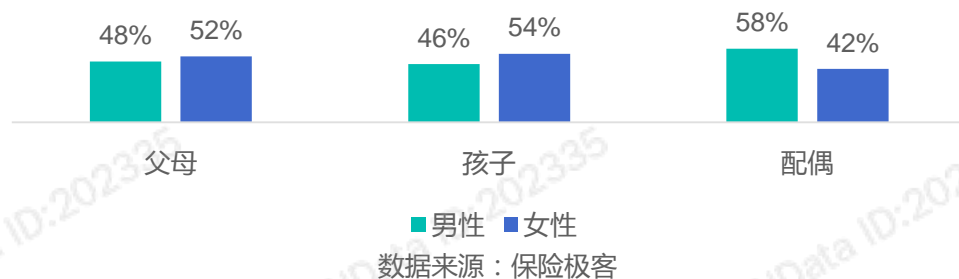
## 为家人投保趣味数据：男性爱给配偶买，女性爱给孩子买

据保险极客的数据显示，80后成为给家人投保的“主力军”，其次为90后群体，90后群体开始主动为父母配置保险；同时大数据显示，男性偏爱给配偶配置保险，女性偏爱给孩子配置保险；在为父母配置保险的数据中显示，女性的平均花费高于男性。

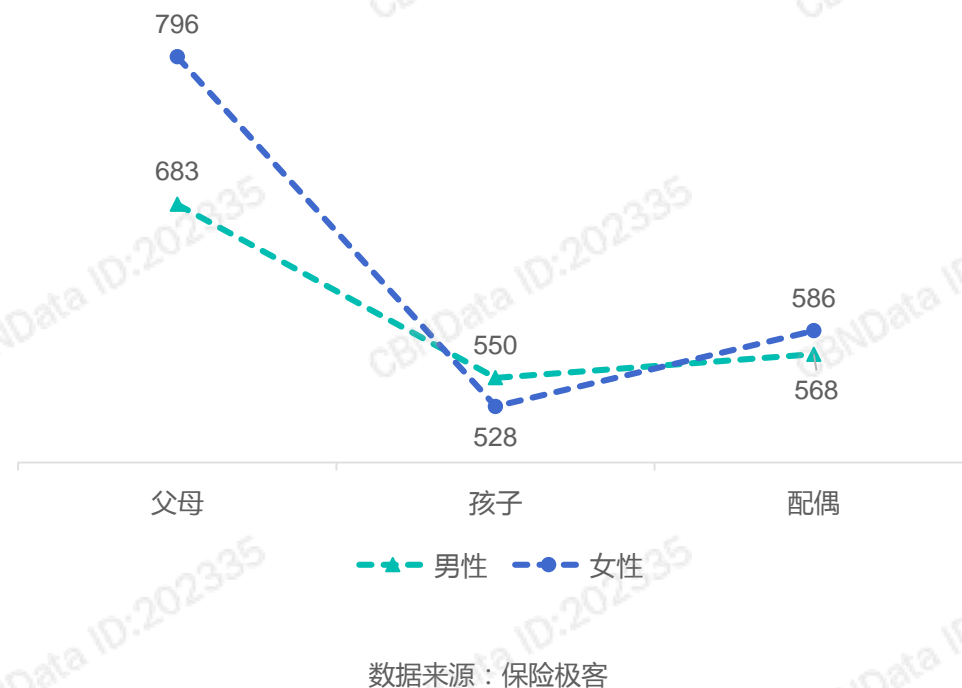
MAT2019不同代际员工给家人投保人数占比



MAT2019不同性别的员工给家人投保人数占比



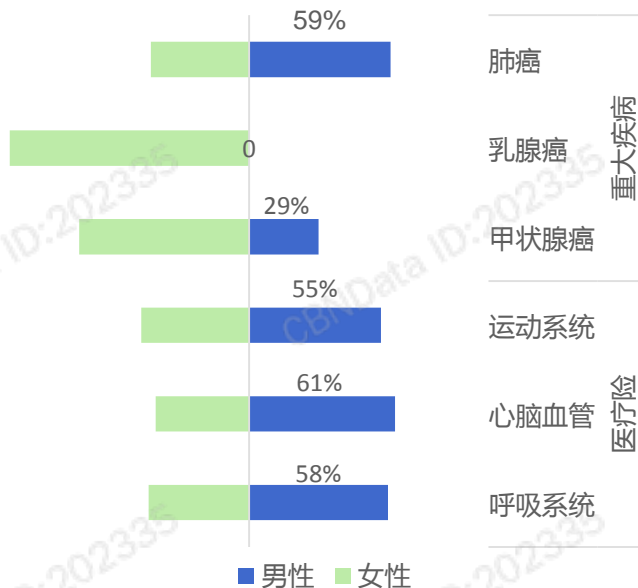
MAT2019不同性别员工给家人投保金额（元）



## 险种、病种涵盖广，赔付金额可观

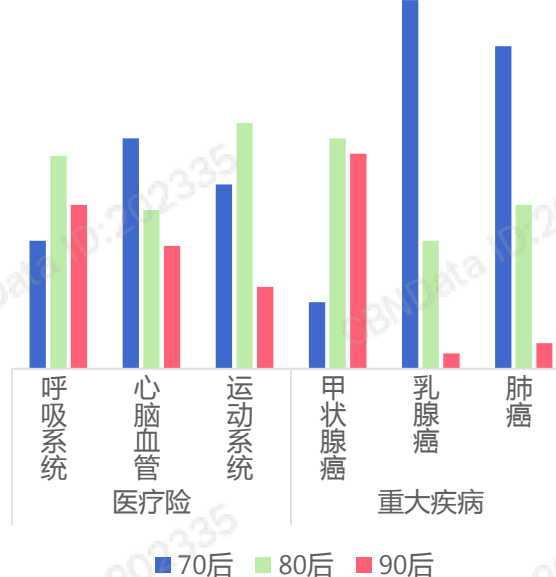
随着企业团险的普及，团险险种对疾病的覆盖也越来越广，保险极客在保员工的险种主要集中在医疗险、重疾险、人身与出行保险，其中医疗险和重疾险可以大幅涵盖因为疾病就医导致费用补偿。医疗险的赔付金额一般在400元以上，赔付力显著。理赔数据显示，男性容易得心脑血管方面疾病，女性甲状腺癌发病率更高，70后群体是乳腺癌和肺癌的高危人群。

MAT2019常见病高发TOP3和重疾高发TOP3不同性别人数占比



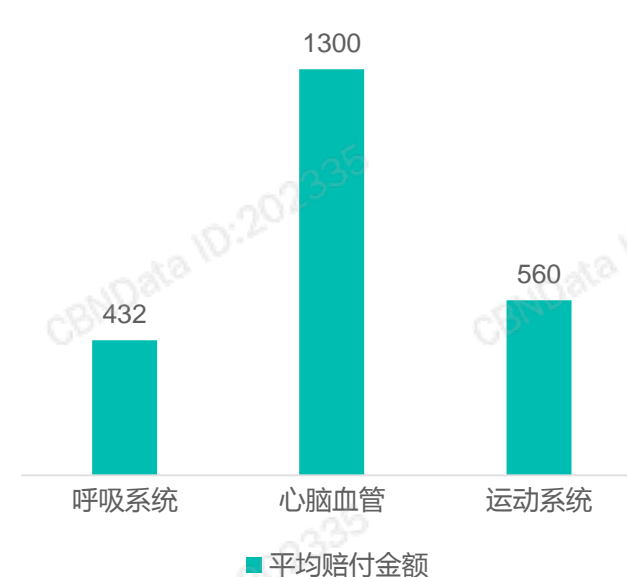
数据来源：保险极客

MAT2019常见病高发TOP3和重疾高发TOP3不同代际人数占比



数据来源：保险极客

MAT2019常见病高发TOP3平均赔付金额

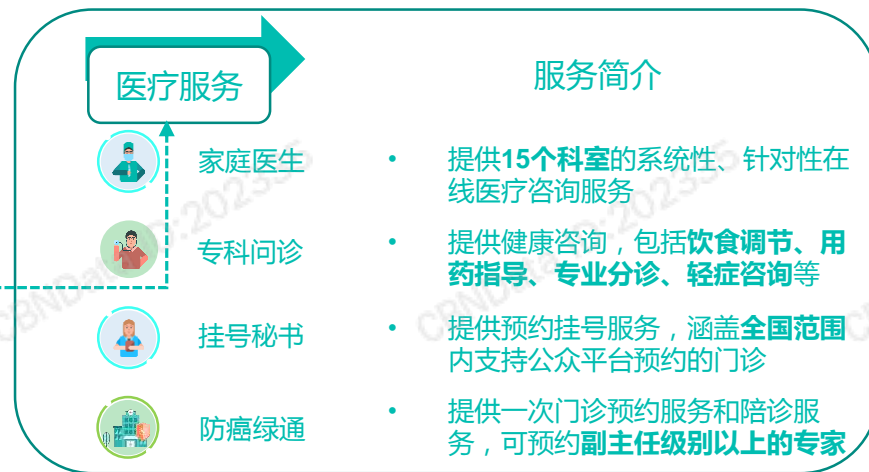
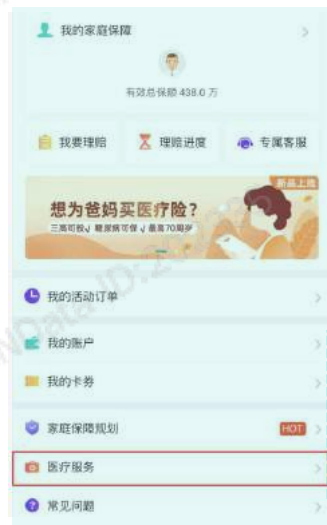


数据来源：保险极客

注：医疗险包含险种：门急诊/住院/百万医疗/意外医疗/女性生育

## 健康管理福利实现保障到医疗服务的全覆盖

企业团险在满足当代企业对健康管理诉求的同时，正在与医疗资源的链路打通，实现健康管理福利的全面性。以保险极客为例，其平台除了团险定制与理赔，同时提供医疗服务，包含：家庭医生、专科问诊、挂号秘书、防癌绿通四大项，涵盖线上咨询、预约挂号、陪诊问诊等服务，实现了健康管理全链路。据保险极客数据显示，MAT2019在线问诊人数已经达到20%，人均使用频次达到近3次，该服务可有效减少员工线下看病的费时、费力、费钱及因病导致的缺勤现象。



健康管理全链路

MAT2019在线问诊人数达到20%

MAT2019员工平均使用在线问诊服务的频次达到2.78次

有效缓解员工因工作而没时间看病的现象，降低缺勤率，提升工作效率

信息来源：根据“极客保”医疗服务特点总结

大数据 · 全洞察

数据来源：保险极客



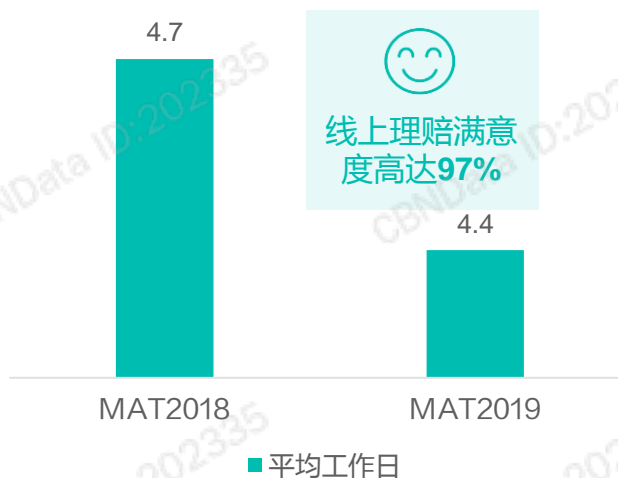
## 健康管理福利呈现新趋势，高效、方便、快捷成服务关键词

移动端技术的成熟，大大降低了保险行业理赔时长，以保险极客为例，员工线上理赔只需“微信关注”、“拍照上传”、“获得赔付”简单三步，服务系统稳定，理赔程序清晰便捷；数据显示，保险极客目前线上平均理赔时长只需4.4个工作日，满意度高达97%；同时保险极客在企业端提供SaaS系统，支持HR一键上传在保员工名单，以及在线对员工进行投保、缴费等一系列操作，极大缩减了HR的工作量，助力HR对企业员工的健康管理。

MAT2018-MAT2019保险极客初审完成后平均理赔耗时/工作日



信息来源：保险极客



数据来源：保险极客

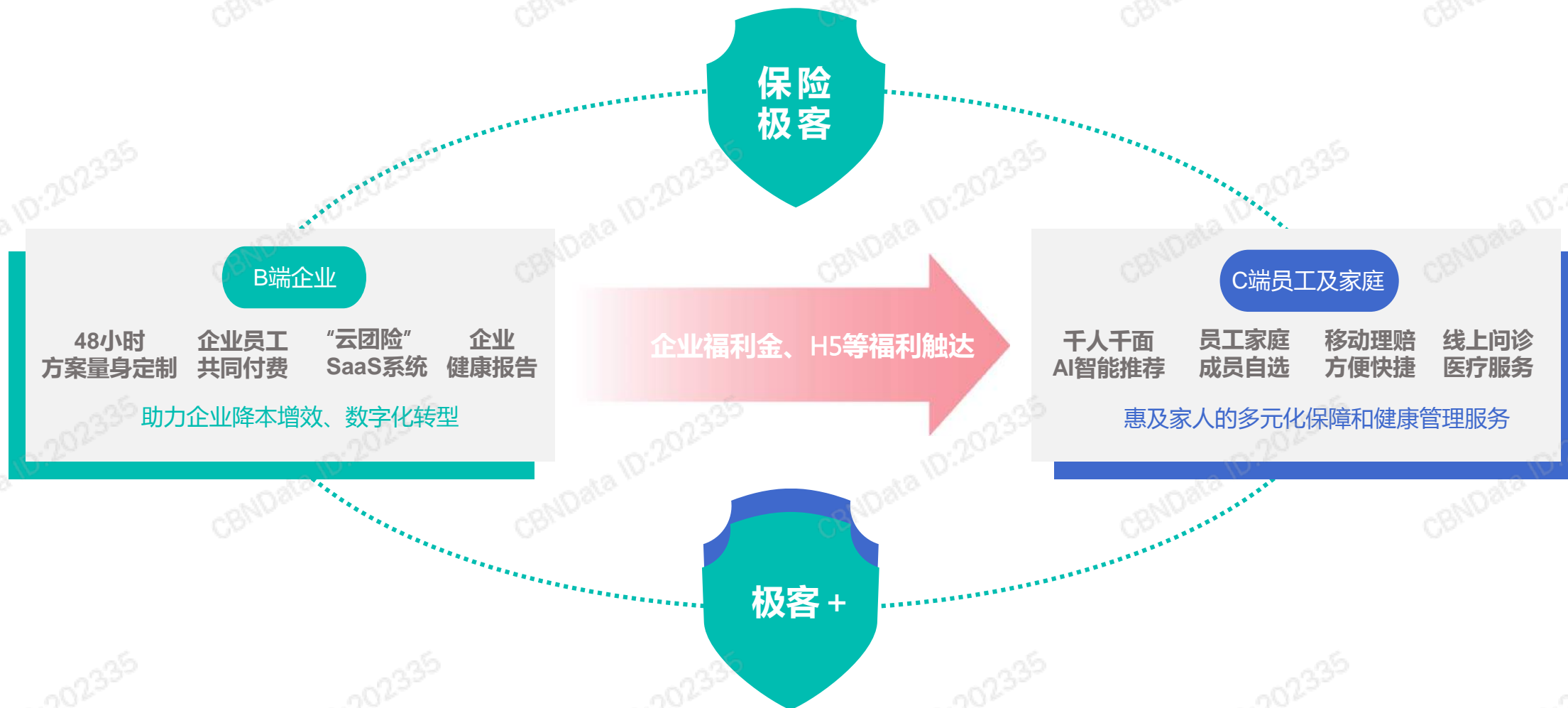
“云团险” SaaS系统  
解放HR，线上操作更轻松



- 批量上传被保人员，在线投保、保全、管理
- 灵活支付，支持分期缴费
- 随时增减员，保费按天计算

信息来源：保险极客

# 健康管理福利整体解决方案



# DATA COVERAGE 数据说明



数据来源：CBNData消费大数据

CBNData消费大数据汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

具体指标说明：

数据时间段:2017年10月-2018年9月（MAT2018）、2018年10月-2019年9月（MAT2019）

本报告数据来源：网络公开数据、保险极客数据；

# COPYRIGHT DECLARATION 版权声明



本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

# ABOUT US 关于我们

报告作者：关禹

视觉设计：邹文佳

联系我们：Data@dtcj.com

商务合作：BD@dtcj.com

加入我们：JOB@dtcj.com

## ■ 第一财经商业数据中心介绍：

**关于第一财经商业数据中心 (CBNData)** 是由第一财经和阿里巴巴共同发起成立的国内领先的商业数据研究机构和内容运营服务商。依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，拥有全球最大的消费数据库和中国最大的财经全媒体集群。「CBNData数据服务」以数据培训、数据咨询、数据整合营销为核心，构建了跨领域的商业数据库和面向不同商业场景的数据服务体系及数据工具产品；「CBNData内容服务」主要面向金融领域等商业场景，为客户提供金融场景一站式资讯解决方案。CBNData始终致力于用数据驱动商业，用内容连接用户，以“数据+媒体”的倍增效应，全面提升中国商业世界的运行效率。



FOLLOW  
US  
关注我们

更多数据 扫码关注



CBNDATA官网



CBNDATA官方微信号

CBNDATA

第一财经商业数据中心

大数据·全洞察