



警惕保险销售误导行为,这三点最常见

“7·8全国保险公众宣传日”即将到来,今年的主题是“守护美好,从一份保障开始”。尽管人们的保险保障意识越来越强,但在投保过程中,仍有个别金融机构、保险销售人员的销售存在误导行为;一些非保险机构人员冒充保险公司工作人员,以领取“保单分红”名义,诱导欺骗消费者办理退保并购买其他投资产品。遇到这样的情况,该如何防范呢?

现代快报/ZAKER南京见习记者 郭韵



视觉中国 供图

销售误导的“三部曲”

据银监会网站介绍,消费者在购买保险产品的过程中需要谨防混淆产品类型、夸大产品收益、隐瞒产品情况等销售误导行为。

在混淆产品方面,有的机构以储蓄存款、银行理财、基金等其他金融产品的名义宣传销售保险产品,或将保险产品宣传为保险公司与商业银行机构共同开发的产品等,没有如实向消费者说明所推荐

产品是保险产品。

夸大产品收益也屡遭消费者诟病,有的机构、保险销售人员对保险公司的股东情况和经营状况以及过往经营成果进行虚假、夸大宣传,或对保险产品的不确定利益承诺保证收益等,没有如实向保险消费者说明人身保险新型产品等保单利益的不确定性。

此外,还有的销售人员没有如

实向保险消费者说明与保险合同相关的重要信息,比如隐瞒保险产品的除外责任,提前退保可能产生的损失,费用扣除情况,犹豫期的起算时间、期间以及享有的权利等。

由于销售误导行为“三部曲”的出现,不少投保人偏听偏信,没有全面了解投保信息,从而造成错买、错保的情况。

有人要你“退保”,小心上当

众所周知,在保险保障过程中,如果超过犹豫期办理退保的话,只能获得保单现金价值。因此,投保人不是因为急用钱、买错保险的话,一般不会轻易“退保”。不过,近期,却出现这样一群人,他们冒充保险公司从业人员进行诱导欺骗。

据悉,这些人以“保单分红”、“保单升级”、“赠送礼品”、“售后服务”等名义联系保险消费者,取

得信任后,贬低消费者已购买的保险产品价值,诱导消费者办理退保或保单质押,转投其推荐的高收益“理财产品”。据了解,这些行为很可能涉嫌诈骗或非法集资,严重威胁消费者资金安全。

业内人士介绍说,如果投保人因为诱导“退保”后,不仅会造成金钱损失,未来,消费者想继续购买保险产品的话,不排除由于再购

买时年龄的增长、身体健康状况的变化造成保费增加,保障范围的调整等。因此,消费者应提高自我防范意识,谨慎办理退保或保单质押。不受所谓的“高额回报”蒙蔽,不与所谓的“代理人”签订任何私下协议,不轻易将所持保单、个人身份证件等出示或委托他人,以免消费者在不知情的情况下“被退保”或“被理财”。

小贴士 防范销售误导风险做好这五点

1. 确认销售资质。在银行购买保险产品时,除本行工作人员外,禁止其他人员在营业场所开展营销活动。保险消费者可根据专区内公示信息,判断销售人员是否为银行工作人员及其是否具备代销保险业务相应资格。

2. 了解产品信息。保险消费者理性对待销售推荐行为,仔细阅读产品销售文件,充分了解产品类型及期限、所属机构、保障责任、风险情况、缴费情况等关键信息,认真评估产品是否符合自身需求及风险承受能力,切勿盲目签字确认。

3. 积极配合“双录”。根据相关规定,除电话销售业务和互联网保险业务之外,商业银行销售

保险期间超过一年的人身保险产品,应在取得消费者同意后,对销售过程关键环节以现场同步录音录像方式予以记录。“双录”不仅是对保险销售从业人员的监督,督促其依法依规履行销售过程中的合同内容说明、免责条款提示等义务,也有助于固化销售过程关键环节,以便产生纠纷后查明事实。

4. 认真对待回访。根据相关规定,保险消费者购买合同期间超过一年的人身保险产品,保险公司应对投保人进行回访。回访内容一般包括确认投保人是否购买了保险产品,是否在投保单上亲笔签名,是否知悉保险责任、责任免除和保险期间,是否

知悉退保可能产生的损失,是否知悉犹豫期的起算时间、期间以及享有的权利等。

5. 重视犹豫期权益。根据相关规定,商业银行代理销售的保险产品保险期间超过一年的,应在保险合同中约定15个自然日的犹豫期,犹豫期自投保人收到保险单并书面签收之日起计算。投保人在犹豫期内可以无条件解除保险合同,保险公司除扣除不超过10元的成本费以外,退还全部保费。建议保险消费者在犹豫期内认真考虑所购买保险产品的险种、期间、保险责任等是否符合自身需求,如对所购买保险产品不满意的,应在犹豫期内退保,避免产生损失。

8月1日前开展自查 银保监会严控自媒体保险营销宣传

随着自媒体的兴起,一些保险销售人员会通过微信公众号、微博、朋友圈、互联网问答等形式吸引消费者。日前,银保监会发布通知,要求保监局和保险公司、中介机构加强对自媒体保险营销宣传行为的管理,治理保险销售误导,切实维护保险消费者合法权益,并在8月1日前报告自查整改情况。

现代快报/ZAKER南京记者 吴双



任。保险从业人员对本人自媒体发布保险营销宣传信息负有直接责任,上级主管和所在机构相关负责人对所辖保险从业人员个人自媒体保险营销宣传信息负有管理责任。通知强调,保险公司和保险中介机构要逐级落实管理责任,将违法和不当自媒体保险营销宣传行为责任追究纳入各级机构考核,并与保险从业人员业绩、奖金、职级升降挂钩。

通知还要求各保险公司、保险中介机构应当按照本通知要求对本公司官方自媒体和所属保险从业人员个人自媒体开展一次自查,完善本公司自媒体保险营销宣传行为管理制度,梳理本公司官方自媒体开设运营维护情况,排查所属保险从业人员个人自媒体保险营销宣传信息发布现状,主动发现问题并认真进行整改。2018年8月1日前,各保险公司总公司应当将自查整改情况书面报告原中国保监会保险消费者权益保护局,各保险公司省级分公司、各保险专业中介机构应当将自查整改情况报所在地保监局。

最高七次重疾赔付 新华保险“多倍保障”全国开售

7月2日,新华保险在北京宣布,“多倍保障重大疾病保险”系列产品将面向全国销售。

据介绍,2016年,新华保险加速推进“大力发展保障型产品,以续期拉动增长”的战略转型。当年5月26日,新华保险与国际再保险巨头合作,引入国际先进的重疾产品设计理念,推出“保障病种多、赔付次数高、保障期限长”的“多倍保障”产品,并陆续在广东、深圳、北京等地进行试点销售。截至2018年5月末,该产品已累计销售超过49万件,规模保费超过25亿元;累计赔付金额超过9500万元;在理赔案例中,恶性肿瘤原因占比达到61%,单笔最高赔付120万元。

另据了解,“多倍保障”提供包括癌症、心血管相关疾病、神经系统相关疾病、主要器官及功能相关疾病及其

他疾病在内的五组疾病保障,基本涵盖了现代社会严重危害居民健康的疾病种类,每组均可分别获得赔付。

给付次数方面,被保险人罹患重疾便获得赔付,若再次罹患第一次重疾所在组别之外的重大疾病,还可再次得到赔付,五组疾病累计最高可获得七次重疾赔付,尤其是针对复发率较高的恶性肿瘤,在一定条件下最多可赔付三次。

结合该产品上市,自今年第三季度开始,新华保险还会延续并升级“健康保险进万家”活动,推出多倍保障重大疾病保险+附加投保人豁免保费A款定期寿险+康健华贵B款医疗保险+附加住院无忧医疗保险的“1+3”等产品组合,从重疾、住院、保费豁免等维度为客户量身定制保障计划。

现代快报/ZAKER南京记者 李喆