

保险销售误导花样百出，这些陷阱你见过吗？

一直以来，银保监会都会发布风险提示，提醒广大消费者提高警惕，勿以各类销售噱头所误导，为不必要的保险买单。近日，保险销售误导再添新招——对外声称“入大学前要强制投保”！

夸大保险承保内容、炒作停售概念、捆绑推销……作为保险行业顽疾之一，销售误导可谓是花样百出、层出不穷。

近日，借着高考这波热浪，保险销售误导再添新招——对外声称“入大学前要强制投保”！听说过交强险、环责险，这波“学强险”来的有点突然。

不过，“魔高一尺、道高一丈”，保险监管也见招拆招，半年连发十余封警示函，帮助消费者擦亮双眼。

风险提示

- 关于在线平台“搭售”保险的风险提示 (18-02-08)
- 关于防范互联网伪保险产品的风险提示 (18-01-12)
- 关于“开门红”保险销售的风险提示 (18-01-03)

风险提示

- 关于防范“大学生录取与保险交费记录挂钩”销售误导的风险提示 (18-07-26)
- 关于人身保险“退旧保新”的风险提示 (18-07-06)
- 关于如实告知健康状况的保险消费提示 (18-06-20)
- 关于互联网渠道短期健康保险续保问题的消费提示 (18-06-13)
- 关于防范银行保险渠道产品销售误导的风险提示 (18-05-30)
- 关于警惕“保险分红”骗局的风险提示 (18-05-23)
- 关于防范保险从业人员违规销售非保险金融产品的风险提示 (18-04-25)
- 关于互联网保险的风险提示 (18-04-25)

今天，小编就根据监管警示函扒一扒新型保险销售“陷阱”，并教你如何避开这些“坑”！

扒一扒新型销售“陷阱”

陷阱一：炒强制概念

“大学入学要求考生有保障型保险交费记录”、“保险慢慢走向强制型”

揭秘：在我国，学生购买商业保险没有此类强制性要求。部分保险营销员断章取义、曲解政策、甚至编造不实信息，严重误导了消费者。

陷阱二：借“炒停”概念营销

“停售！停售！停售！应监管要求，XX 产品 10 月 1 日将会退市，此后绝无仅有，错过后悔一辈子”“现有的高性价比保险产品即将停售，新产品保费将上涨”

揭秘：为冲业绩，有的保险销售人员利用活动炒作概念，以“即将停售”“限时限量”“产品打折”等概念向消费者推销产品。

《人身保险公司保险条款和保险费率管理办法》中规定：保险公司决定在部分区域停止使用保险条款和保险费率的，不得以停止使用保险条款和保险费率进行宣传和销售误导。

陷阱三：夸大产品收益

“持有保单 10 年后，就有 50 万至 60 万元，20 年起码有 80 万元，38 年满期有 160 万元左右”

揭秘：投资型保险收益预测一般分高中低三档，而部分营销员为了增强保险产品的影响力，在介绍产品时故意隐瞒中低档收益，只向消费者介绍高档收益，甚至介绍的收益比预定的高档收益还要高。

陷阱四：夸大产品功能

“产品可以‘连续续保’！” “投保无需审核，公司不会根据个人身体情况变化，或者因为理赔而拒保或者单独调整费率”

揭秘：继续投保并不等同于保证续保。对于非保证续保的产品，保险公司可能会出现停售、调整费率或推出替代的新产品等情况，届时保险消费者将会面临不能续保的风险。

陷阱五：诱导投保人“带病投保”

“如实告知健康状况将面临增加保费、拒绝承保，所以大可不填真实情况。”

揭秘：消费者在投保时应当如实告知。《保险法》规定，投保人故意或者因重大过失未履行如实告知义务，足以影响保险人决定是否同意承保或者提高保险费率的，保险人按照规定条件有权解除合同。

陷阱六：“被买”保险

“北京飞往成都的川航 XXXX 航班，主页报价 661 元，最后订单总额为 741 元，仔细一看，网站默认自动勾选了一份 30 元的航意险。”

揭秘：在线平台默认勾选推荐的一些保险产品，通常未明确列明承保主体或代理销售主体，未完整披露保险产品条款等相关重要信息，侵害了消费者的知情权、自主选择权等权益。

陷阱七：“退旧保新”、“保单升级”

“现在公司有个回馈老客户的活动，给你的保单全面升级，新保单收益和保障更高。”

揭秘：一方面，在保险合同未到期情况下的中途退保，保险公司是按客户保单“现金价值”退还保费，有可能出现保单“现金价值”低于“本金”的情况；另一方面，中途退保将导致保单失效，客户失去原有保险保障，万一出现保单规定风险，保险公司也无法提供相应赔付。

陷阱八：打着噱头的“伪保险”

“（XX明星）恋爱险，每单保费 11.11 元，承诺如两人一年后仍保持恋爱关系，商家便支付双倍金额”

揭秘：《保险法》规定，只有保险公司才是开发保险产品的合法机构。保险创新要在法律框架内进行。保险的核心功能是保障功能，而诸如“恋爱险”这样的产品类似对赌游戏，有“博彩”嫌疑。



支招：五条“避坑”大法

一、“量体裁衣”

不同的保险产品，其风险保障、储蓄或投资功能侧重不同。消费者应当根据自身家庭状况、所处人生阶段及收入等因素，选择合适的保险产品。

二、“寻根溯源”

核实资质，提高自我保护意识。保险公司、保险专业中介机构及其从业人员不得销售非经相关金融监管部门审批的非保险金融产品。

三、“理性消费”

消费者在购买金融产品时，应当了解投资风险与投资收益成正比，不要盲目相信推销人员“保本高收益”的承诺。

四、“读懂条款”

对于密密麻麻的保险条款，购买人也应该耐心阅读，对于黑体字部分要特别注意，重点理解保险责任、责任免除、保险期限、缴费期限与金额、退保费用扣除等内容。

五、“亲笔签名”

不要在不了解保险条款的情况下随意签字，也不能在空白的投保资料上签字，更不能委托销售人员在内的其他人代为签名，或代为抄录风险提示语句。



监管：四举措让销售误导“无处遁形”

“注重预防，强化惩戒，扎实推进整治市场乱象各项工作，严厉查处各类损害消费者合法权益的违法违规行为，继续加大对保险销售误导行为的治理力度。”近日，银保监会对外表示。

如何整治销售误导？

一是注重预防，通过完善相关监管制度、严格保险机构和人员的主体责任、督促保险机构加强从业人员合规培训与诚信教育，加强对保险机构及其从业人员保险营销宣传行为监管。

二是通过完善保险公司服务评价、推进保险服务标准化建设、抓好保险销售行为可回溯制度落实、研究制定互联网保险销售行为可回溯管理细则等，致力于从正面引导、反向倒逼、过程跟踪三个角度督促保险公司提高服务质量，杜绝销售误导。

三是通过适时公布涉及消费者利益相关信息、督促保险公司公布与消费者利益相关信息，不断提高信息透明度；通过加强风险提示，揭示保险消费中的风险点，提示消费者相关注意事项，帮助保险消费者识别和防范销售误导行为。

四是通过加强风险提示，揭示保险消费中的风险点，提示消费者相关注意事项，帮助保险消费者识别和防范销售误导行为。