

# “什么都能赔”?! 银保监会重拳出击

9月6日,银保监会官网发布关于防范保险销售误导的风险提示,提醒消费者注意防范保险销售误导行为。

## B 齐抓共管强化监管力度 整治突破道德底线行为

针对业内存在的保险销售误导行为,银保监会表示,其将不断完善制度、强化监管力度,联动相关单位齐抓共管,有力整治突破道德底线、漠视群众利益的行为。同时,银保监会消保局提示保险消费者:在购买保险产品时,不盲目跟风、不随意委托、不轻信“代理退保”“代理维权”,谨防销售误导风险。

消保局建议,消费者应根据自身保险需求,认真了解拟购买保险产品的承保机构、保障范围、除外责任、保费、保险金赔偿或给付条件等,选择最适合自己的需求、风险承受能力和经济实力的保险产品。注意防范营销过程中混淆、模糊、夸大保险责任等风险。此外,在投保时,无论是线下投保或是线上投保,缴费前一定要仔细核对投保种,在了解合同重要条款后再投保。

消费者在选择和购买保险产品时,不要随意委托他人办理投保,不要随意签字授权,注意保管好重要证件、账号密码、验证码、人脸识别等个人信息,线上、线下投保务必做到本人确认,谨慎对待签字、授权、付费等重要环节,确保自己了解所签署或授权的协议内容。

消保局强调,如消费者对保险产品或服务有异议,或在购买保险过程中存在纠纷等,要注意保留相应证据,通过正常渠道用法律武器维护自身权益。不要轻信“代理维权”“代理退保”等虚假承诺,不参与违背合同约定、提供虚假信息、编造事实的不法行为。

今年以来,银保监会对保险行业中侵害消费者权益的种种“套路”多次进行警示。今年1月,银保监会消保局发布2022年首期风险提示,提醒消费者注意防范“套路贷”“套路保”等行为。在保险营销中,保费交纳前轻后重、层层递增等“套路保”行为也是以“优惠”之名进行诱导。比如片面宣传“首月0元”“首月1元”“免费领取”,以“零首付”等套路给人优惠错觉,实际上是将保费分摊至后期,消费者并未真正享受到保费优惠。

此外,还有炒作“限售、限时、限量”,不如实、不准确介绍产品责任、功能和保险期间,或以银行存款、理财产品等其他金融产品名义宣传销售保险产品等销售误导行为。有的消费者就因所谓“免费”“限时”等套路,被误导投保了不需要甚至是完全不了解的保险产品。

银保监会提示,消费者应从正规机构、规范渠道,根据自身需求和消费能力购买金融产品或服务。警惕营销中掩饰风险、隐瞒息费等行为,不要仅因为“免费”“零首付”“限时”等营销宣传套路而轻率购买了不了解、不必要的金融产品。

## C 着力治理销售误导问题

在严查误导销售行为之外,相关制度也不断出炉。今年4月,银保监会向保险公司下发《人身保险销售行为管理办法(征求意见稿)》,对保险公司、保险中介机构保险销售人员的人身险销售前行为、销售中行为和售后行为进行全流程规范,通过产品分级、人员分级、诚信管理等“三管齐下”的方式,力求减少销售误导隐患。

7月19日,银保监会发布《保险销售行为管理办法(征求意见稿)》,向社会公开征求意见。《管理办法》中规定了保险公司的告知义务、说明义务、询问义务、禁止强制搭售、禁止代签名等。

(据《中国基金报》)



工作人员在向老年人耐心宣传。

## 平安人寿宁夏分公司开展反洗钱宣传月活动

为进一步强化公民洗钱风险防范能力,根据《中国人民银行银川中心支行反洗钱处关于开展2022年反洗钱宣传月活动的通知》要求,平安人寿宁夏分公司成立专项领导小组,组织下辖各分支机构结合金融知识普及月,于9月开展反洗钱宣传月活动。

本次宣传月活动以“保护自己·远离洗钱”为主题,通过线上线下等渠道,结合网点布控面向社会公众开展针对性宣传。根据专项领导小组工作部署,平安人寿宁夏分公司于9月2日组织下辖各分支机构通过悬挂横幅、布置户外宣传展位、发放宣传材料等形式开展街区集中宣传。街区宣传当日,平安人寿宁夏分公司及下辖各分支机构共向社会公众发放反洗钱、防范非法集资等宣传资料850份,受众人数近千人。本次街区宣传活动为引导广大社会公众、尤其是老年群体“远离洗钱活动”“守住养老钱,幸福享晚年”,共同守护美好生活营造良好社会氛围。

(方海鹰 文/图)

中国平安  
PINGAN

专业·价值



网络图片

## A 误导销售三大表现 “什么都能赔”埋隐患

何为保险销售误导?监管在此次风险提示中给出了定义:

保险销售误导是指保险公司、保险代理机构、保险销售人员在保险销售业务活动中,违反法律法规和有关规定,通过欺骗、隐瞒或者诱导的方式,对保险产品的情况作引人误解的宣传或者说明的行为。销售误导行为侵害消费者的知情权、自主选择权和公平交易权等权利。具体而言,销售误导行为主要有三大表现——

### 表现一:隐瞒、混淆产品信息误导消费者

部分销售人员故意隐瞒保险产品属性,将具有相近保险责任的产品进行混淆,或混淆保险产品和其他理财产品,侵害消费者的知情权。

例如,以银行理财产品、银行存款、证券投资基金份额等其他金融产品的名义宣传销售保险产品;或者使用保险产品的分红率、结算利率等比率性指标,与银行存款利率、国债利率等其他金融产品收益率进行简单对比,给消费者造成误导,容易引发理赔争议或退保纠纷。

### 表现二:暗藏搭售误导消费者

在保险产品销售过程中,个别销售人员为提高销售业绩,以折扣优惠、公司规定、核保政策为由,变相误导消费者盲目投保高保额产品。也有部分网页、APP操作页面,以默认勾选、强制勾选等方式捆绑搭售,强制要求消费者购买非必要的产品或服务,侵害了消费者自主选择权。

### 表现三:夸大保险责任或承诺保证收益误导消费者

在保险产品营销过程中,个别销售人员介绍保险责任时断章取义、避重就轻,夸大保险责任范围,弱化保险责任免除等关键信息。

例如,销售人员向投保人口头承诺“什么都能赔”,故意曲解保障范围误导消费者,给消费者理赔埋下隐患;或在销售分红险、投资连结险、万能险等人身保险新型产品时,存在只强调“高收益”而不展示不利信息、承诺保证收益等虚假宣传行为。