

互联网保险投诉成为“重灾区”

投保人切勿被“吸睛”产品噱头误导

近期,中国银保监会发布了《关于2018年度保险消费投诉情况的通报》。通报显示,2018年,中国银保监会及其派出机构共接收涉及保险公司的保险消费投诉88454件,同比下降5.00%。与往年不同的是,2018年互联网保险消费投诉直线上升,同比增长121.01%。相关投诉主要反映销售告知不充分或有歧义、理赔条件不合理、拒赔理由不充分、捆绑销售保险产品、未经同意自动续保等问题。

业内人士表示,保险消费者在购买互联网保险时应予以留意,认真阅读保险条款和投保须知等,不要轻信某些“吸睛”产品的宣传“噱头”误导。
记者 倪子



缺乏完善的保险服务解决方案

数据显示,互联网保险消费投诉量居前5位的分别为众安在线、安心财险、泰康在线、人民健康、平安财险。记者了解到,互联网保险投诉案件的激增,很大程度上与保险体量的大幅增加有关,特别是与互联网保险所占市场份额的大幅增加相关。

业内人士表示,区别于传统的保险形式,互联网保险主要是通过保险公司或保险中介公司的网站、手机客户端、微信公众号等销售平台开展业务,互联网保险的“设计——投保——核保”,乃至“理赔”正在实现全方位线上操作。这种新型保险模式在业务规模大幅增长中也暗含风险。保险条款的专业性与复杂性,在缺乏专业人员讲解的情况下,投保人在短时间内很难对保险条款的保险范围、免责条款、财产险的收益率等详细内容有全面了解。一旦产生纠纷,保险消费者除了拨打电话、线上寻找客服外,主张自身权益的方式受到很多限制,这也加剧了互联网保险理赔难的问题。

“由于互联网保险公司未设立线下网点,没有与之匹配的线下解决方案,难以在系统性层面、销售、承保、理赔等各个环节带来比传统保险公司更好的用户体验。”业内人士分析认为,互联网保险需要的是一整套适应保险行业特质的模式,仅从投诉率猛增的情况来看,目前互联网保险并没有为行业 and 用户提供完善的保险服务解决方案。

因此,业内人士表示,要减少互联网保险投诉案件的发生,缓解互联网保险纠纷,必须着重从保险销售环节及理赔环节两个投诉重灾区入手。

切勿听信“高息”谨慎鉴别风险

对于互联网保险消费者而言,当前应如何更好地维护自身权益?近年来,银保监会多次发布关于互联网保险的风险提示,帮助保险消费者予以鉴别。

相关人士建议,投保人在投保之前必须仔细研究所投保条款中的保险责任和责任免除这两大部分,充分坦诚沟通,了解清楚自己的需求是什么、所买保险的保险责任是什么、怎么缴费、如何获益、有无特别约定等;对于过于专业的保险条款,可向保险公司的有关人士或各大专业保险网站进行咨询。

具体来看,互联网保险可能存在的风险包括“吸睛”产品暗藏误导、在线平台暗藏“搭售”、“高息”产品暗藏骗局等。其中,以“吸睛”产品为例,有的保险机构为片面追求关注度和销售量推出的“吸睛”产品,存在宣传内容不规范、网页所载格式条款的内容不一致或显示不全、未明确说明免责条款等问题,涉嫌误导消费者。

对此,保险消费者在购买互联网保险时应予以留意。首先,保险消费者要主动点击网页上的保险条款链接,认真阅读保险条款和投保须知等,结合条款内容决定是否购买相关保险产品,不要轻信某些“吸睛”产品的宣传“噱头”误导。

其次,建议保险消费者评估自身保险需求,认真了解拟购买保险产品的保险责任、除外责任、保险利益等重要内容,从而选择符合自身保险保障规划和实际需求的保险产品。

最后,保险消费者要认清保险的主要功能是为提供风险保障,尽管部分保险产品兼具投资功能,但其本质仍属保险产品,以保障功能为主。保险消费者不要轻信保险产品“高息”宣传,避免遭遇非法集资骗局。

TOP 理财

3·15 金融消费

攻略

市民案例

高收益背后是“忽悠”

去年,市民王先生在某互联网平台购买了一款两全分红保险产品,兼具理财、意外保障、高额借贷3项功能。他说:“当时产品宣传的可好,以其硕大的字符标示着‘累计预期收益率25%’,心想可捡了个大便宜。”

然而没想到的是,等到产品运行一年后,王先生才发现,25%指的是5年期满后的累计收益率,而该产品同时承诺“期满,可获得11.7%保底收益”,除此之外,并没有收益不确定性的相关标注。这一年的收益率不仅没有超过普通银行理财产品的水平,更连银行一年期定期存款利息都不如。而在该平台,诸如此类只宣传收益,不提风险的保险产品还很多。对此,王先生感觉,这是互联网保险平台为了销售产品的一个“大忽悠”行为罢了。

此外,还有一些互联网保险平台在宣传产品、承保过程中存在保险产

品定名不规范、信息披露不全面,以及保险核保审查缺失、不提供保险单证等问题。例如,部分保险产品在宣传、销售时用词颇为吸引眼球,如“结婚保险”“退房保险”“扶老人险”“熊孩子保险”等,其实质仍为意外险、责任保险等险种。这些被随意简化名称的保险产品,不仅其定名方式不符合监管规定,而且存在歧义或误导,极易引发消费纠纷。

此外,部分第三方网销平台承保界面设置较简单,只需输入投保人或被保险人基本信息即可完成投保与合同生效,投保过程未经过保险公司核保程序,也未对免责条款等重要的保险条款内容进行说明或告知。相关保险公司未主动向消费者提供有效的保险凭证、收费凭据,仅以短信通知的方式告知保单生效、收费金额等信息。

互联网保险投诉同比增长121.01%

近年来,通过互联网渠道购买保险产品已被愈来愈多的消费者接受。然而,在享受科技带来便利的同时,销售告知不充分、捆绑销售保险产品、未经同意自动续保等问题亦屡屡发生。

今年“3·15”期间,银保监会公布了2018年保险消费投诉情况。数据显示,2018年,银保监会及其派出机构共接收涉及保险公司的保险消费投诉88454件,同比下降5%。这是近5年来保险消费投诉量的首降。其中,2018年互联网保险消费投诉为10531件,同比增长121.01%,互联网保险投诉再度出现大幅增长。

从互联网保险消费投诉反映的问题来看,主要包括销售告知不充分或有歧

义、理赔条件不合理、拒赔理由不充分、捆绑销售保险产品、未经同意自动续保等。

这并非互联网保险投诉首次激增。事实上,在互联网保险迅速发展的同时,近年来,相关消费投诉亦逐渐增多。以2017年为例,互联网保险投诉4303件,较2016年同期增长63.05%。其中,涉及非保险公司自营互联网销售平台的投诉占比88.8%,具体涉及127家各类网络销售平台。携程网、支付宝、微信、淘宝等4家大型互联网平台成为“重灾区”。

2018年上半年,财产保险方面,互联网保险投诉同样较为突出。投诉险种主要集中在退货运费险、手机碎屏险、航班延误险、账户安全险等。

