

保险调查

监管 险企电销禁止随机拨打 晚上9时后不得呼出

保险电销加强监管 禁止电话营销扰民

本报讯(记者李晓)记者日前获悉,为进一步规范保险公司电销业务,维护保险行业形象和消费者合法权益,湖北保监局于7月17日下发《关于规范保险公司电话销售业务禁止电话营销扰民有关事项的通知》(以下简称《通知》),对险企的电话销售行为进行了规范。

《通知》要求,除客户主动要求外,每日21时至次日9时不得呼出销售。对于明确拒绝再次接受电话销售的客户,应录入禁止拨打名单,设定不少于6个月的禁止拨打时限,并建立因禁拨管理不当对客户造成骚扰的责任追究机制。

除此之外,《通知》还在执行客户信息保密制度、电话销售人员培训管理、建立健全投诉受理和处理制度、严禁保险销售从业人员个人随机拨打电话约访陌生客户等方面做出要求。

据了解,在保险行业,有一种电话营销模式,也称电销销售,即通过使用电话、传真等通信技术,来实现有计划且高效率地扩大客户群、提高客户满意度、维护客户等市场行为的模式。

随着人们对保险的认同意识逐步提高,保险行业的销售模式也随之发生变化。电话营销模式与传统的保险营销模式互为有效补充,形成渠道畅通、成本节约的多元化保险销售格局。

保险业内人士表示,与传统的保险销售模式相比,电话销售模式主要具备两方面特点:

一是电话销售模式具备完整的客户服务体系,如电话线上支付、保单免费配送等,客户足不出户即可享受到保障服务。

二是有据可查。在电话销售过程中,系统全程录音,有专门的人员针对成单录音进行质检。一旦发现销售误导等违规行为,将对销售人员进行处罚,并勒令其再次联系客户,进行如实告知,补充合规沟通内容的录音。

事实上,保险电销始终处在不断规范的过程中。根据记者梳理,2008年,原保监会曾下发《关于促进寿险公司电话营销业务规范发展的通知》,2012年发布《关于尽快遏制电销扰民有关事项的通知》,2013年,先后出台《关于规范财产保险公司电话营销业务市场秩序禁止电话营销扰民有关事项的通知》和《人身保险电话销售业务管理办法》,2017年,进一步出台《保险销售行为可回溯管理暂行办法》,将电话销售纳入可回溯管理的实施范围。2018年,十三部门联合出台《综合整治骚扰电话专项行动方案》,进一步规范金融类电话营销行为。

如果接到保险销售电话,我应该如何应对呢?大部分消费者都会有此疑虑。为此,一位保险公司电销部负责人为消费者提供了一些建议。

■相关

整治骚扰电话专项行动方案出炉 严格规范金融类电话营销行为

本报(记者李晓)针对营销电话扰民、恶意电话骚扰等问题,日前,工信部、银保监会等13部门联合印发《综合整治骚扰电话专项行动方案》,决定自2018年7月起至2019年12月底,在全国开展综合整治骚扰电话专项行动。

对于专项行动的总体目标,方案提出,重点对商业营销类、恶意骚扰类和违法犯罪类骚扰电话进行整治,规范通信资源管理,加强源头治理,打击非法获取个人信息的行为,合力斩断骚扰电话利益链,实现商业营销类电话规范拨打、恶意骚扰和违法犯罪类电话明显减少的目标。

《方案》强调,由各相关主管部门牵

头,加强各行业商业营销规范管理。中国银行保险监督管理委员会、中国证券监督管理委员会等13部门联手,严格规范金融类电话营销行为,并明确对金融类电话营销行为进行规范。

在规范营销外呼业务方面,方案要求,呼叫中心企业要对经营资质、自营和外包业务进行全面规范,包括业务名称、业务委托主体、业务类型、外呼业务号码、外呼对象和内容以及具体联系方式等。开展商业营销外呼的,应当征得用户同意,建立用户白名单并留存相关依据资料,规范外呼时段、行为等,不得对用户正常生活造成影响。用户明确表示拒绝

法律效力,因此消费者在接到保险电销电话时应当慎重应对。建议消费者接到此类电话,仔细听清对方介绍的各类相关条款之后,有不明白的地方及时提出,切勿轻易表态。如果做出决定,应当以明确的是或否来回答对方,减少表述不够谨慎或模糊表态的情况。该负责人强调。

最后还要清楚相关退保事项。该负责人提到了犹豫期的概念,如果投保后感到不满意,消费者也不必慌张,电销保险产品与其他渠道销售的保险产品一样,均有10-15天的犹豫期,这期间可以拨打保险公司电话退保,保险公司在扣除10元左右的成本费后将退还全部保费。

后,不得继续向其发起呼叫。

对此,法律专家介绍,如果客户信息渠道来源是合法的,比如和客户存在过买卖关系,经客户同意留过联系方式,是可以进行电话推销的。但如果客户明确表示拒绝接受广告信息,则不能再进行电话推销。

在规范金融类电话营销行为方面,方案指出,中国银行保险监督管理委员会、中国证券监督管理委员会依职责分工,加强对金融机构和从业人员的监督管理,严格规范贷款、理财、信用卡、股票、基金、债券、保险等业务的电话营销行为,督促金融机构对其委托的第三方机构的电话营销行为加强管理。

整治保险中介乱象 促使其规范发展

权威发布

□韩立飞

近几年,保险中介牌照价格水涨船高的同时,中介市场乱象频出。据统计,上半年全国保监系统针对保险中介公司的行政处罚中罚单已有百余张。另外,因为保险牌照审核越严格,各路资本均盯上保险中介这一曲线获得保险牌照的方式,在全国有3000余家保险中介公司在营的情况下,保险中介公司的治理问题也成为监管关注的焦点。

上半年罚单百余张

相关数据统计,截至今年上半年,全国保监系统针对保险中介公司开出的行政处罚单为118张,其中保险经纪公司84张、保险经纪公司14张、保险公估公司20张,合计罚款超过了1100万元。

从惩罚原因来看,除了未按时提交报告、临时负责人超过期限、任命不具有任职资格的高管等常规处罚以外,保

险中介公司的问题多为利用业务便利为其他机构牟取不正当利益、编制提供虚假报表、隐瞒与保险合同有关的重要情况等问题。

据介绍,在所有的惩罚原因中,利用业务便利为其他机构牟取不正当利益的问题为重灾区。如2016年10月至2017年3月,天丰保险经纪青岛分公司将阳光财险青岛分公司城阳支公司38笔车险直销业务挂靠在公司名下,并开具中介费发票,涉及车险保费15.59万元、手续费6.17万元;青岛安达保险代理利用业务便利将华泰财险青岛分公司城阳支公司32笔车险直销业务挂靠在公司名下,并开具中介费发票,涉及保费12.02万元、手续费3.23万元。

重拳监管中介乱象

今年以来,银保监会已连续下发《保险经纪人监管规定》《保险公估人监管规定》,并于5月1日开始施行。此外,7月13日,银保监会又下发了《保险代理人监管规定(征求意见稿)》,目前已经在公开征求意见中。

业内人士表示,现阶段我国保险中介市场仍然处于粗放型的发展阶段,发展质量和竞争水平还不高。部分保险中介公司采取了一些不规范的竞争行为。如一些保险中介打着创新的幌子,从事非法集资和传销等违法犯罪活动。还有一些保险中介以手续费返还的形式争夺客户和业务,部分保险经纪公司利用自身渠道优势在某些领域垄断经营,扰乱竞争秩序。

针对上述乱象,《保险经纪人监管规定》对于保险经纪机构违法违规行为将采取更为严厉的手段。原保监会有关负责人表示,要在连续多年的中介市场清理整顿基础上,瞄准乱象、重拳出击、标本兼治,画实监管红线,做到严查重处。继续加大整治违法违规经营、侵害消费者权益等市场痼疾力度。继续推进保险专业中介机构业务合规性检查,深入开展保险公估机构业务备案合规性检查、保险中介互联网业务检查以及保险中介从业人员执业登记管理规范性检查,各保监局也要针对辖区实际组织开展针对性检查。

保险中介或迎来扩容潮

据统计,截至目前,已有18家保险中介机构获批,包括15家保险经纪公司和3家保险代理公司。而在2017年全年,原保监会一共批复了31家保险中介公司,其中保险公估公司1家、保险代理公司11家、保险经纪公司19家。更早的2016年则下发了69张保险中介牌照。

从获批的保险中介公司的股东来看,这些保险中介公司的股东不仅来自各行各业,还有不少股东是行业领域巨头。因为保险公司牌照审核越严格,今年以来保险公司牌照零放行,这也致使各路资本均盯上保险中介这一曲线获得保险牌照的方式。

在各路资本纷纷进军保险中介市场的同时,银保监会对于保险中介的监管也越发严格。银保监会相关部门负责人表示,保险公司与专业保险中介机构审批和监管的方式不同,在加强行为和业务监管的同时,也要考虑其作为中介机构的灵活性,保持其应有的市场活力。

奇葩险层出不穷 违背保险本意 强监管与理性消费相结合保障保险回归本源

□韩立飞

随着互联网快速发展,保险业也开始向网络进军,各种互联网保险产品出现在人们生活中。然而,这些互联网保险产品是否合法、是否管用?诸多问题并不明朗。

近年来,依托于互联网保险对部分标准化传统保险的快速替代及场景创新型产品带来的增量市场,互联网保险创新业务保持高速增长。

不过,据介绍,随着保险业创新速度加快,一些听上去较为新奇的保险产品也陆续出现,尤其是通过互联网销售的保险产品,有些甚至可以称得上奇葩。

多数网络奇葩险违背保险本意

曾有某影视演员公布恋爱消息后,网购平台上出现了“恋爱险”。

对于此类情形,监管部门曾发布《关于防范互联网伪保险产品的风险提示》,明确指出公众人物“恋爱险”并非

保险产品,不符合保险法规定,也不是由保险机构开发和销售。

据调查,一家电商平台由某保险公司开发的名为“医生职业险、人身意外险、扶老人电梯意外险、医疗保险”的保险产品,俗称“扶老人险”。

不过,当查询这一产品的保险条款时发现,这款保险适用的情况是当投保人因见义勇为遭遇意外伤害而身亡才可赔付,是一款意外险,与宣传语中的“扶老人”并没有直接关联。

实际上,支付宝在2015年就推出过一款“扶老人险”,用户只要支付3元,一年期间最高可获得两万元的法律诉讼费,并享受全年的法律咨询等服务。不过,这款产品已于2017年下架。

值得注意的是,虽然在互联网上购买这类“奇葩险”的网友不少,但是大多数都未曾有过赔付经历。

出重拳强监管

网络奇葩险本身就属于冷门险

种,保险公司只是出于品牌推广、多元化产品的目的打出这些旗号。一位保险工作人员说,他有一个朋友就是因为觉得这款产品新颖,抱着“买着玩”的想法购买了这款产品。

如果消费者因肠胃疾病住院,使用了这款“吃货无忧险”后,就会有在医院的就医记录以及在各大保险公司的理赔记录,之后再购买其他保险时就不再是健康体,可能会被要求增加保费甚至拒保。上述保险工作人员说。

与此类似,媒体曝光的违章贴车险、熊孩子惹祸险、扶老人被讹险、忘穿秋裤险、大厨娘关爱险等等,这些看似是“精准”服务的保险大多费用并不低,便宜的仅需1元,多的百十元,也迎合了一些人的特殊需求,但如此保险并不保险。

有专家指出,种类繁多的“奇葩险”无非是打着自己的小算盘。所谓保单,不过是商家自行印制的一张纸;靠含糊其辞的关键信息坑骗投保人,或将引发个人信息遗失或

泄露风险等。这些套路就很可能潜伏在这些“奇葩险”的背后,其风险不得不对。

事实上,早在2015年人民银行等十部门就发布了《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》,指出互联网金融按照“依法监管、适度监管、分类监管、协同监管、创新监管”的原则监管;去年底保监会出台了《财产保险公司产品开发指引》,这些都是互联网保险向好发展的保障。

显然,以炒作博取眼球的一些网络“奇葩险”种应当立即叫停。业内人士指出,一方面,监管部门应当加强监管,净化互联网保险市场,切实维护消费者的合法权益。另一方面,保险公司进行产品创新要以“解决消费者实际保障需求”为准则,切忌靠炒作忽悠蒙蔽消费者。此外,面对层出不穷的保险产品,别人再怎么忽悠,消费者也要时刻保持理智,通过正规渠道购买符合自身需求的保险产品。

保险前沿

2018暑期旅游出行大数据发布,专家建议:根据旅行目的地 选取场景定制化保险

本报讯(记者李晓)近日,第三方互联网保险平台慧择网对外权威发布《2018暑期旅游出行大数据》。慧择网此次依托海量的旅行险保单销售状况、旅行人群大数据和用户访谈,多维度对2018年的暑期出行数据进行调研。报告显示,家庭游成出游常态,沿海居民对美加澳地区最为青睐;小众景点受到00后青睐;体育旅游带动境外出游新体验。

如今,国人在出境游消费观上已悄然发生改变,非理性和炫耀式消费渐成过去式。在对用户的出境目的调查上,相比于冲动购物来说,消费者对旅游体验本身的专注日占上风。有不少用户反映,由于工作和生活压力的增大,日常的生活节奏较快,因此他们更希望出游是一种“慢生活、度假游”方式的自由休闲度假,而不是像跟团游那样“疲于奔波、疯狂拍照和忙于购物”。

另外,随着各类体育赛事的兴办,从2016年到2018年,因举办地域赛事而带来的出境旅游日趋兴盛。尤其是今年,受第21届世界杯赛事影响,比赛举办地俄罗斯在我国掀起出境游热潮。

在选择暑期出游险种时,要注意根据旅行目的地选取场景定制化保险。例如,如果在盗窃风险较高的国家地区,可选择财产损失保障额度较高的保险。慧择网旅行险产品专家贺建建议,还要额外关注险种是否具备第一现场救援、全球医疗境外支付/垫付之类的保障,尽量选取知名的品牌保险机构购买。并且,在拿到保单后,要及时保存保单上的全球救援服务电话,切记需将以+86为首的整串电话号码录入手机(+是国际冠码,86是中国国际区号),遇到紧急情况时,首先拨打当地的救助热线,如当地的110、120等,然后拨打保单上的全球救援服务热线进行报案。

3700多个主流人身保险产品对比结果发布 从增量到提质 人身险还有哪些路要走

本报讯(记者李晓)近日,中国财富研究院发布《2018年中国人身保险产品研究报告(消费者版)》(以下简称《报告》)。《报告》对保险市场在售的3700多个主流人身保险产品进行对比研究,并将各类人身险产品的责任设计、条款撰写等各项指标进行对比后,根据人身保险产品的设计特征、发展趋势,对不同产品进行了科学评级,帮助消费者了解最新市场动向,合理认识产品差异,分析出更适合自己的、性价比更高的产品,进而推进保险消费者权益保护和知识普及,推动人身险市场良性发展。

《报告》研究不同产品类型发现,保障型寿险方面,主要是定期和终身寿险,一是保障型寿险责任简单明确,属于消费者风险保障的核心工具。当前市场上保障型寿险的设计细节各公司间的差异仍较大,主要体现在责任免除、健康告知、等待期等方面,消费者选择时需要格外注意。二是保障型寿险保障力度逐渐加大,免体检保额逐年提高。

在重大疾病产品方面,《报告》认为,一是疾病种类有过度增加趋势,消费者应该重点关注是否包含25种行业标准。25种之外的疾病定义由各保险公司自行制定,不尽相同,消费者需要留意。二是多重给付重疾险上市数量增多,而疾病分组的合理性关系着多重给付重疾险的保障质量,消费者应重

点关注分组规划。三是产品利益设计简单化和复杂化倾向同时存在,消费者应按需选择。同时,《报告》认为,保障才是重疾险的根本。条款责任设计应该简单化,清晰易懂。

在年金保险产品方面,《报告》发现,年金产品较为同质化,通过研究123款主流年金保险产品中,88.6%的产品以普通年金给付责任为主,含养老金的则更少,只有4.9%。另外,年金保险中超过一半的产品在全生命周期段给付年金,给付时间的拉长导致单次给付金额变小,在被保险人的养老阶段很可能会出现资金不足情况,这极大弱化了年金险的社保养老补充功能。

在账户型产品方面,主要是投连险和万能险,一是投连险分类账户大部分取得正收益,年轻消费者可选择作为保障型寿险或未来品质养老工具。二是万能险储备产品总数略有下降,消费者应重点关注该类产品的保障功能。三是投连险与万能险按合同约定扣费,消费者应注意具体扣费数额。

《报告》的出台不仅有助于消费者理性购买保险,而且能促进保险公司从服务上做好后续工作。中央财经大学保险学院精算学系主任郑苏晋表示,《报告》的出台可以推动消费者和保险公司供需双方直接互动,也期待未来会有相应的创新商业模式。

保险课堂

保费最好慢慢缴

本报讯(记者任国省)最近想买份重疾险,缴费期限可以选10年、15年、20年、30年,或者一次性付清(趸交),我是偏爱缴费期限较短的,甚至一次性交清,这样后面的负担就减轻了,而且总费用会比较少。但有人说缴费期限越长越好,是这样吗?近日,省会孙女士打进本报热线咨询道。

对此,业内人士表示,保费最好慢慢缴,不然保费豁免这功能就浪费了。一旦发生重大疾病或一些意外情况,可能会导致资金面比较紧,投保人可能因此无法续交保费。而保费豁免,就是当投保人丧失续缴能力时,保单可以不用继续缴纳保费,而保单仍有效。这就好比为保单又上了一份保险。这项功能最早被广泛用在少儿险产品中,现在,养老险、重疾险等也都纷纷推出了保费豁免功能。

一般情况下,保费豁免都会以附加险的形式存在,并与主险进行搭配(或捆绑),可以自由选择,要另外花钱。这种情况目前比较常见。另外一种,是保费豁免功能直接在相关保险产品的条款中体现,不用再花钱。

市面上的重疾险,一般都自带重疾豁免。一旦缴费期间患了重疾,剩下的保费不用交了,保险公司理赔,保险合同结束。有的含有轻症责任的重疾,也自带轻症豁免责任。如果缴费期内患轻症,则后续保费不用交了,保障依旧。

此外,从风险保障角度来讲,也最好尽量拉长缴费期,这样分摊到每一年的保费就会越少。用相对少的资金,来撬动更高的杠杆,充分发挥保险以小博大的作用。举个简单的例子,如果都是50万元的保额,缴费期限越长,出险后,交的保费反倒越少。而且今天的钱,永远比明天的钱更值钱。所以,保费还是慢慢缴的好。