

以案说险：侵害保险消费者合法权益典型案例分析

中国银保监会高度重视金融消费者权益保护工作，持续加强违法违规查处力度，现首次发布几类常见的侵害保险消费者合法权益典型案例，加强消费者风险提示，增强社会公众风险识别和自我保护能力，提升银行保险机构消费者权益保护意识。

谨防人身保险电话销售业务误导宣传风险

【案情简介】监管机构在“亮剑行动”专项检查中发现，某人身保险公司在电话销售过程中主要存在以下违规行为：一是夸大保险责任；二是对与保险业务相关的法律、法规、政策作虚假宣传；三是对投保人隐瞒与保险合同有关的重要情况；四是违规销售万能保险产品。针对上述问题，监管机构对该保险公司罚款 70 万元，同时对三名相关责任人予以警告，并处罚款合计 27 万元。

【案例分析】人身保险电话销售业务快速发展，是消费者购买保险产品的重要渠道之一。在电话销售过程中，消费者与销售人员进行语音交流，电话销售人员对保险产品的情况介绍，对于保险消费者决定是否购买保险产品至关重要。《保险法》规定，保险公司及其工作人员在保险业务活动中不得欺骗投保人、被保险人或者受益人，不得对投保人隐瞒与保险合同有关的重要情况等。案例中相关保险机构电话销售人员对消费者进行误导宣传，主要行为有：夸大保险责任，如宣称保险产品“没有任何免赔，没有任何门槛，花多少，公司给咱们报多少”；对与保险业务相关的法律、法规、政策作虚假宣传，如宣称“监管机构已统一发文，今后保险费率要上调”；对投保人隐瞒与保险合同有关的重要情况，如隐瞒犹豫期起算时间、期间及投保人犹豫期内享有的权利，免除保险人责任的条款，提前解除人身保险合同可能产生的损失，人身保险新型产品保单利益的不确定性等。这些误导宣传行为往往具有很强的迷惑性。有的消费者缺乏防范意识，简单听信电话销售人员的误导宣传，从而受诱导购买了不符合自身需求的保险产品，造成权益受损。

根据相关保险监管规定，保险公司开展电话销售的产品限于普通型人身保险产品，符合条件的保险公司可以销售分红型人身保险产品，但不能销售万能保险产品。案例中相关保险机构通过电销渠道销售万能险产品的行为，违反了保险监管规定。

【监管提示】中国银保监会消费者权益保护局提醒消费者，通过电话渠道购买人身保险产品，要注意以下事项，防范消费风险：一是了解保险产品的性质，根据保险监管规定，人身保险电销渠道限于销售普通型和分红型人身保险产品。二是了解保险产品的关键信息，如保险产品名称、保险责任、责任免除、保险金额、保险期间、缴费期间、退保损失等，做到心中有数，以防被误导。三是收到保险合同后，应及时阅读合同条款，发现误买一年期以上人身保险产品的，可在犹豫期内无条件解除保险合同，保险公司除扣除不超过10元成本费以外，退还全部保费；解除一年期（含）及以下人身保险合同的，保险机构按照合同约定退还保险单的现金价值。四是如遇电话销售人员误导宣传的，可向监管机构投诉。

谨防故意夸大保险产品收益欺骗投保人销售行为

【案情简介】银保监会某派出机构接到保险消费者投诉，反映某人身保险中心支公司在向其销售过程中涉嫌违规。经查，发现该中心支公司在向该消费者销售某分红型人身保险时存在以下行为：一是销售人员郭某在电话中称该保险的满期利益约为40多万并称即将停售，与产品的实际情况不一致。二是续期服务人员刘某欺骗投保人，夸大产品分红收益，并在解释红利分配方式时，存在不实表述。此外，还发现未向投保人寄送红利通知书等其他问题。对以上违法违规问题，监管机构对该中心支公司罚款5万元，并对销售人员郭某、刘某分别予以警告。

【案例分析】根据《人身保险新型产品信息披露管理办法》规定，人身保险新型产品是指分红保险、投资连结保险、万能保险以及保险监管机构认定的其他产品。销售人身保险新型产品应向保险消费者充分说明以下内容：分红保险未来红利分配水平是不确定的，其中采用增额方式分红的，应当特别提示终止红利的领取条件；投资连结保险未来投资回报是不确定的，实际投资收益可能会出现亏损；万能保险在最低保证利率之上的投资收益是不确定的，取决于公司实际经营情况。

在上述案例中，保险公司销售人员郭某、刘某欺骗投保人，故意夸大保险产品收益，隐瞒保单利益的不确定性，属于典型的人身保险销售误导行为。

【监管提示】中国银保监会消费者权益保护局提醒消费者：一是正确认识保险保障功能。保险是一种风险管理手段，保险产品主要功能是提供风险保障，人身保险以人的生命或身体为保险标的，在被保险人发生合同约定的保险事故时给付保险金。二是勿受高息诱导。有的销售人员在推销人身保险新型产品时，存在以历史较高收益率进行披露、承诺保证收益等销售误导行为。消费者应提高警惕，理性对待销售推荐行为，树立科学保险消费理念，认真了解保险合同条款。

谨防保险公司业务员隐瞒重要信息、代抄风险提示语

【案情简介】银保监会某派出机构收到保险消费者李某投诉：称其在某寿险公司业务员黄某介绍下购买了一款年金保险（分红型）产品，黄某在销售过程中承诺并夸大收益，未对保险条款中的现金价值、退保损失等重要内容进行解释，引导李某在接受保险公司回访时对全部问题都回答“是”，并且代投保人李某抄录了风险提示语。经查，黄某代抄录风险提示语问题属实，监管机构对该公司采取了监管谈话措施。李某虽不认可保险公司提供的投保书签字和电话回访录音证据，但因自身不掌握证据或有力线索，其所反映的其它问题查实难度较大。

【案例分析】为了促进人身保险业务健康发展，保护保险消费者的合法权益，根据《人身保险新型产品信息披露管理办法》相关规定，保险公司向个人销售人身保险新型产品的，应在投保单中由投保人抄录风险提示语句并签名。对于一年期以上的新型产品要建立回访制度，并在犹豫期内对投保人完成回访。

在上述案例中，保险公司业务员黄某存在隐瞒合同重要信息、代抄风险提示语句等问题。此外，投保人没有充分意识到抄写风险提示语句和接受保险公司电话回访的意义，仅是按照黄某的诱导简单地走过场，后来发现自身利益受损想要维权时，虽不认可保险公司提供的投保书签字和电话回访录音证据，自身却不掌握证据或有力线索。

【监管提示】中国银保监会消费者权益保护局提醒消费者：一是确认好合同重要信息再签字。保险消费者应理性对待销售推荐行为，在抄写风险提示及签字确认前仔细阅读合同条款，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，更不要让他人代签。二是认真对待保险公司回访。回访制度不仅督促保险公司履行信息披露义务，也有助于固化关键销售过程，以便产生纠纷后查明事实。保险消费者应根据实际情况回答回访问题，如不了解保险条款相关内容等，要及时向保险公司咨询，切勿盲目回答“清楚”、“明白”、“知道”等。

谨防保险代理人虚假宣传“炒停”营销

【案情简介】银保监会某派出机构在“亮剑行动”专项检查中发现，某人身保险公司保险代理人马某在其微信朋友圈中发布“购买返还型健康保险最后机会”、“重大疾病保险费率调整”等“炒停”信息，以“即将停售”概念误导消费者，涉嫌虚假宣传。

【案例分析】根据《人身保险销售误导行为认定指引》，办理保险销售业务的人员不得对与保险业务相关的法律、法规、政策作虚假宣传；不得有以保险产品即将停售为由进行宣传销售，实际并未停售等欺骗行为。此外，即使保险公司决定在部分区域停止使用保险条款

和保险费率，根据《人身保险公司保险条款和保险费率管理办法》规定，保险公司也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。

在上述案例中，马某作为保险代理人，用“炒停”等营销策略开展保险业务属于违规行为。人身保险产品分为普通型、分红型、万能型、投资连结型等，“返还型健康险”这种表述并不准确。马某借用“返还型健康险”表述混淆健康保险的特点和作用，实为虚假宣传，误导消费者。

【监管提示】中国银保监会消费者权益保护局提醒消费者：一是消费者购买保险时，应当仔细阅读保险条款，不要盲目跟风冲动消费，根据自身需求理性选择。二是提高风险防范意识，不轻信网络传言，相关政策信息应以官方渠道发布为准。如有疑问，及时通过官方渠道向相关保险机构咨询或向监管部门反映，以免造成不必要的损失。

（摘自：中国银行保险监督管理委员会网站，2018-11-22 发布，原文链接地址：
<http://bxjg.circ.gov.cn/web/site0/tab5247/info4125338.htm>）