

股民意外险下线“奇葩险”炒作何时休

股民意外险下架

近期,同花顺App保险频道的一款名为“股民意外险”的保险产品引发市场热议。7月30日,北京商报记者拨打同花顺客服咨询,客服表示,该产品已经下架。

北京商报记者咨询亚太财险,该公司相关负责人回应称,是因产品升级而从同花顺平台下线,同时表示该产品是和同花顺相关渠道进行合作开发的产品,因此只在同花顺平台上线,而升级后的产品将能更好地满足用户在保障方面的需求。

缘何“股民意外险”会引发热议?北京商报记者查询发现,该产品为一年期意外险产品,由亚太财险承保,通过互联网在全国区域销售(除港、澳、台地区)。产品共分为三档,分别为基础款23元、经济款385元以及尊享款692元。保障范围方面,基础款保障意外身故及伤残;经济款和尊享款两种除保障意外身故及伤残之外,还保障意外医疗、自驾身故、猝死、救护车费用。

而引发该款产品热议的是证券交易时间对投保人的保额翻倍”。产品宣传内容显示,在非证券交易期内发生意外身故及伤残,保障金额分别为5万元、50万元、100万元,而在证券交易期内,保障金额分别翻倍至10万元、100万元、200万元。

不过,一些“特殊”职业的股民并不能投保这款产品,该产品对投保人的职业类型限定在《亚太财险意外健康险职业分类表(2016版)》中规定的1类至3类人群。其中快递员、体育老师、交警、消防员、门卫、餐厅服务人员、清洁工、农村村民委员会成员等职业人群均不能投保。

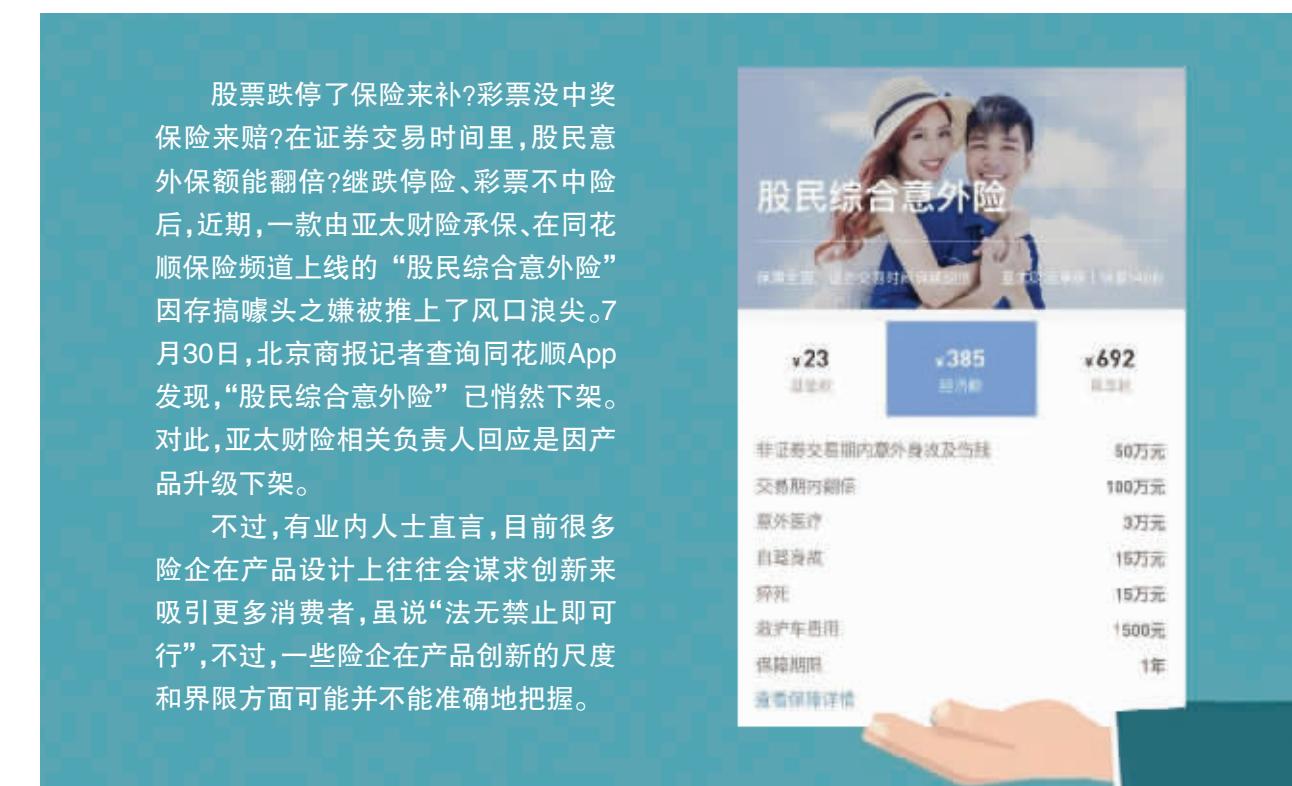
事实上,同花顺保险频道针对股民的专属保险不止“股民意外险”。北京商报记者发现,另外一款由易安财险承保的“少儿综合意外险”产品,其宣传页面显示“股民专用”字样,不过7月30日下午1点左右,“股民专用”字样已被改为“同花顺精选”。

“股民专用”被质疑是噱头营销

对于这款“股民意外险”产品的出现,也引起了一些保险业内人士的质疑。

股票跌停了保险来补?彩票没中奖
保险来赔?在证券交易时间里,股民意外保额能翻倍?继跌停险、彩票不中险后,近期,一款由亚太财险承保、在同花顺保险频道上线的“股民意外险”因存噱头之嫌被推上了风口浪尖。7月30日,北京商报记者查询同花顺App发现,“股民意外险”已悄然下架。对此,亚太财险相关负责人回应是因产品升级下架。

不过,有业内人士直言,目前很多险企在产品设计上往往会谋求创新来吸引更多消费者,虽说“法无禁止即可行”,不过,一些险企在产品创新的尺度和界限方面可能并不能准确地把握。



一位财险公司产品负责人表示,从表面看该产品有“噱头”产品的嫌疑。另外,保险承保的风险都是纯粹风险,而股市的风险属于投机风险,既有获利的可能,也有损失的可能,虽然该产品没有直接承保股市的风险,但是也有这方面嫌疑。

同时,也有保险专家直言,粗略看这款意外险产品在合规方面并没大问题,不过噱头营销的特点较为明显,利用同花顺平台用户的特点来设计相关险种,相比其他普通的意外险,毋庸置疑能让同花顺平台的用户更加青睐。

另外,有资深保险业内人士表示,产品有“种说不出来的别扭”。对非股民赔偿5万元、50万元,对股民身份的投保人的赔偿就能翻倍,股民和非股民在出现意外时赔偿就能相差一倍吗?”该人士质问道。

目前,为吸引眼球,奇葩险可谓是层出不穷,例如明星鹿晗和关晓彤公布了恋爱消息,粉丝沸腾,淘宝网马上有商家开始销售“鹿晗恋爱险”,每单保费11.11元,竟然引发不少粉丝购买;又如有险企开发出天气险、赏月险,例如当气温高于多少度即可理赔等。

上述设计让保险产品增添了博彩的属性,此外,还有忘穿秋裤险、美厨娘关爱险等。细观这些保险产品的背后,是一些保险公司在短期保险市场大玩概念、加强营销,而丢失了保险产品原本的保障属性。

为何“奇葩险”屡禁不止?有保险公司高管表示,一些中小险企为了产品在市场上更加具有竞争力,往往会谋求产品设计和宣传上的创新来吸引更多消费者,虽说“法无禁止即可行”,不过一些险企在产品创新的尺度和界限方面可能并不能准确地把握。

产品监管“严”字当头

早在2017年,原保监会曾印发《财产保险公司保险产品开发指引》,指出保险公司开发保险产品应当遵守相关法律法规规定,不得违反保险原理,不得违背社会公序良俗,不得损害社会公共利益和保险消费者合法权益等,同时指出保险公司不得开发无实质内容意义、炒作概念的噱头性产品,以及承保既有损失可能又有获利机会的投机风险的保险产品等。

今年1月10日,银保监会官网发布了《关于人身保险产品近期典型问题的通报》,其中24家保险公司被点名,被点名险企比例占到了目前寿险公司的26%。该通报对个别公司存在自查整改不到位、产品开发设计和销售宣传“两张皮”、条款设计表述不利于消费者理解等问题进行通报,同时还点出产品报备方面出现的问题,例如产品开发报备不合规、不合理,产品条款设计不合规、不公平,费率厘定、精算假设不合规、不科学等。

今年3月,为进一步加强中短期业务监管,银保监会人身险部起草《关于规范人身保险公司中短期产品有关问题的通知》,其中明确提出,保险公司应当客观宣传和销售中短期产品,如实、准确介绍产品责任、功能,以及不得在任何时间节点,通过任何方式,发布抑噱头、博眼球和炒停产品等不实信息,误导消费者。

而就在近期银保监会持续开展保险产品检查,向20家财险公司下发展行政监管措施决定书,责令公司立即停止使用问题产品,限期整改,并对三井住友保险、安盛天平财险、中煤财险等情节严重的11家公司采取禁止申报新备案产品3-6个月的监管措施。

同时,银保监会此次检查还发现公司产品普遍存在不规范或者有瑕疵的情况,主要表现为保险条款命名不规范、保险条款或者保险费率表述不规范、备案表填写有瑕疵、产品归类或信息录入有瑕疵、文本表述有瑕疵等。

对于产品监管的下一步工作,银保监会表示,将密切关注监测公司产品整改情况,强化产品检查成果运用,持续深入开展产品检查,实现对全部财产保险公司产品检查全覆盖。

北京商报记者 孟凡霞 李皓洁



1985-2019

北京商报创刊34周年

产品导向
内容为王
传播优先
因报之名
新闻可视
品牌聚合
以融为大

