

明明白白买保险

谨慎购买银保 勿与存款混淆

相关实例

王女士到银行办理存款业务,保险公司在银行的驻点销售人员告诉她,办理银行储蓄可以赠送保险。由于该销售人员着装与银行工作人员相似,且没有表明身份,王女士误以为他是银行工作人员,便在对方一番“忽悠”之下签了这份保单。保单过程中,保险公司人员介绍说,产品分红收益比定期存款高,但在王女士问及未到期取款是否会损失本金时,工作人员回避了问题,也未就相关合同条款进行解释。

投保一段时间后,王女士向朋友谈及该款保险。朋友提醒她仔细阅读保险条款及责任约定。王女士这才发现受到了销售人员的误导。由于王女士具有风险防范意识,在保险公司人员介绍产品时用手机拍摄保留了当时的影像资料,使得事情很快查明并得到了妥善解决,避免了损失。

不少保险公司为了获取消费者的信任感,让保险公司的销售人员穿上跟银行工作人员类似的衣服驻点销售产品,消费者不仔细观察的确不易分辨。银保销售误导的问题历来备受银行储户诟病。对此,银监会于2010年11月1日下发《中国银监会关于进一步加强商业银行代理保险业务合规销售与风险管理的通知》,规定商业银行不得允许保险公司人员派驻银行网点进行销售银保产品。

虽然管理机构对银保产品的销售做出了进一步

的规范,但银行人员在销售银保产品时夸大收益、不提示风险等问题仍时有发生。同时,一些销售人员不谈保险谈储蓄,避开保障讲收益,并隐瞒费用扣除。因此,消费者在购买银保产品的时候一定要多留个心眼。

事实上,储蓄类、理财类保险与储蓄完全不同,储蓄是以利息为主要收益,本金可随时取出,而保险除了保障功能外,并不能随便挪用保费,否则急用钱时退保将遭受一定损失。

为了防范将银保产品

当“存款+保险”来卖,北京保险行业协会推出银保产品统一销售用语,要求销售人员向公众推销保险产品时需一一说明,如明确向消费者告知其身份和所介绍的产品名称、保费缴纳期限及每期缴纳金额、投保后的犹豫期内享有无条件退保的权利等内容,并主动出示保险条款和投保提示书,如果投资者购买的是分红险、万能险和投资连结险等产品,销售人员还应出示产品说明书。

由于银监会规定,银保产品只能由银行工作人

员进行销售,因此,消费者如发现保险公司人员在银行网点销售保险产品,请向其所属的保险公司或当地保监局举报。同时,保险专家还提醒,消费者在购买银保产品时,应仔细阅读投保单、投保提示书等相关投保资料并亲笔签名。同时确保保单上的联系方式真实无误,以便于保险公司提供回访服务,维护自身的合法权益。

实习生 宋娅

本栏目由本报联合北京保险行业协会、北京保险学会主办

· 快讯 ·

太平洋寿险

新推还本住院补贴保险计划

近日,太平洋寿险推出“乐享安康”分红型还本住院补贴保险计划。该计划由“乐享安康两全保险(分红型)”和“附加乐享安康住院补贴医疗保险”组成,具备住院补贴、重症监护关爱、满期返本、分红增值、保费适宜等特点,提供的住院补贴保险金按住院天数给付,相当于让客户在住院期间获得了一笔收入,一定程度上弥补了生病住院造成的经济损失。

“乐享安康”特设了全额返本的功能,未成年投保者生存至25周岁、30周岁或20年合同期满,成年投保者生存至70周岁或80周岁合同期满,即可获得全部本金返还,相当于让客户“零负担”获享长期住院补贴的保障。此外,考虑到通货膨胀,还特设了“乐享安康”分红的功能,主险每年参与公司红利分配,且累积生息,使客户在享受保费全返还的同时,获得一定的增值收益。

泰康人寿

首次起用形象代言人

近日,泰康人寿宣布,签约中国首位网球大满贯女子单打冠军李娜,由其担任公司全球形象代言人。泰康人寿成为继奔驰之后,李娜的第二个顶级赞助商。这也意味着,第一个“中国面孔”的企业标识将伴随李娜征战世界各大赛场。据悉,这是泰康人寿首次起用形象代言人。

据了解,今年正值泰康人寿成立15周年。15年来,泰康人寿已经发展成为持续健康发展的大型保险金融集团,拥有了3家子公司、超过3000亿元的资产、超过6100万客户、累计赔付近70亿元、上缴利税近70亿元、提供30万个就业岗位。李娜是首位获得“大满贯”赛事女子单打冠军的亚洲运动员。在未来3年内,泰康人寿将与李娜在多方面展开深入合作,“美丽娜”的形象将深入泰康人寿的营销渠道和6000余万客户中。泰康人寿还将为李娜提供寿险保单。

信诚人寿北分

推出保单“复效免息”服务

为了庆祝公司成立8周年,信诚人寿北京分公司近日开展“八年相知相伴,北分回馈感恩”客户答谢活动,并推出保单“复效免息”服务。

信诚人寿北分总经理齐彤表示,保单失效期限在2年之内的,客户在今年8-10月复效可免除复效利息,继续拥有保险保障。在此期间复效保费大(等)于1万元或购买新单的客户还可获得精美礼物一份。保单失效期限以截至6月30日来计算。此前,信诚人寿北分已于2009年和2010年连续两年推出保单复效免息服务,分别有210名和295名信诚客户通过此服务重获保障。据介绍,8年间,信诚人寿北分累计总保费约40亿元,服务客户超过10万人,共有上万名信诚客户得到了信诚人寿的理赔,理赔款累计达1.23亿元;今年上半年规模保费首次突破6亿元(含续期),同比增长16.59%。

平安人寿“关注民生”消费教育开讲

一年一度的平安人寿客户服务节又满载着爱心和欢笑来到了我们身边。今年是中国平安人寿客户服务节的第16个年头,本届客户服务节结合平安人寿北京分公司首届“服务明星”评选活动,推出了“服务明星”进社区、“服务明星”进校园、关注民生主题消费教育课堂、“爱心飞扬 星耀平安”客服节闭幕式暨颁奖典礼等一系列活动,以传递对客户、对社会的关爱与回报。

6月份,平安人寿北京分公司在本届客户服务节期间隆重推出了“关注民生”消费教育课堂暨专家巡讲活动。讲座主要围绕健康、安全、少儿教育系列

开展。活动不仅邀请众多知名健康、教育、安全自护专家为广大客户答疑解惑,还增加了保险知识、保单维护等讲座,以关注民生为主题的消费教育课堂,让客户聆听全新的知识、理念,为客户排忧解难,提升生活品质。

截至目前,平安人寿北京分公司已有两个营业单位举办了专家巡讲活动,其中,中关村营业单位特邀中国营养学会研究员、著名健康专家何丽为客户带来了一场精彩的养生知识讲座。何丽结合多年研究成果,针对“科学饮食 健康生活”、“吃出健康 远离亚健康”、“平衡膳食

延缓衰老”进行了讲解,从饮食、心理等角度给大家提供了许多健康生活的科学建议。客户纷纷表示受益匪浅。平安人寿希望通过健康专家讲座的答谢形式提高活动的专业性,让客户感受到中国平安对他们无微不至的关怀。另外,平安人寿北京分公司北太营业单位特邀中国科学院心理研究所签约咨询师和心理测量师、北京人才市场报《职场心理》主任编辑

王建一为大家讲述了儿童成长规划及家庭教育。讲座过程中,客户积极与专家互动交流,现场高潮迭起,掌声不断。活动得到了客户的一致好评。

平安人寿北京分公司各营业单位后续还将隆重推出多场专家讲座活动。届时,也将邀请更多知名专家给大家带来精彩的“关注民生”消费教育知识,为中国平安广大新老客户带去更贴心的关怀与服务。



投保提醒

赴台个人游 先买旅游险

的游客提了醒,注意安全的同时,也应通过保险抵御风险。

如果游客赴台前购买了境外旅游意外险,则能得到保险公司及救援机构的协助,及时得到更优质的治疗服务或转运回内地。如中意人寿个人营销渠道推出的中意境外旅行意外伤害保险计划,包括“中意境外旅行意外伤害保险(D款)”和“中意附加

境外紧急救援及门诊医疗保险(D款)”,涵盖了境外旅行意外伤害保障,以及境外紧急救援及门诊医疗保障。

一旦游客在台湾遭遇意外或突发急性病,可以直接拨打24小时紧急救援电话。中意人寿通过合作的优普环球援助公司,将协助安排游客就医,并承担产品条款约定的住院治疗设施、治疗和服务费用。

如需转院,中意人寿合作的援助公司还可安排医疗设备、运输工具及随行医护人员,将被保险人转运至相应的医院。

另外,该计划还提供紧急牙科门诊、紧急门诊、安排子女回内地、遗体或骨灰运送回内地和安葬、行政援助事宜等多项服务。该计划保险责任覆盖的地理范围达208个国家和地区。商报记者 崔启斌

友邦中国亮相全球百万圆桌会议

日前,2011年百万圆桌会议(MDRT)暨全球MDRT顶尖会员(TOT)中国巡讲在上海拉开帷幕。友邦中国的多位优秀保险营销员应邀参加了该会议。MDRT终身会员兼中国大陆区主席、来自友邦中国的祁彬作为杰出代表在现场发表了主题演讲。

MDRT是人寿保险及金融服务专业人员的全球性行业协会,表彰拥有卓越销售成绩和出众客户服务的寿险营销员,全球仅有不足5%的专业营销员达到MDRT会员资格。友邦中国一直致力于为保险营销员提供多元化的培训指导及优越待遇,协助

营销员跻身MDRT会员行列,并借此提升友邦中国的客户服务水准。

友邦中国首席业务执行官官志男表示:“友邦中国正在不断探讨新的保险营销员队伍发展与管理模式,搭建MDRT激励平台。今年,友邦中国开展了包括‘营销员2.0’在内的

一系列提升营销员素质的综合计划。”

据了解,祁彬多次担任MDRT中国大陆区主席和大中华区主席。友邦中国2011年注册的MDRT会员共有172位,其中3位顶级会员、13位超级会员以及156位普通会员。

实习生 宋娅