

关于防范保险销售误导的风险提示

近期，有消费者反映，某些保险销售人员为提高销售业绩，在保险产品销售过程中，向消费者提供与实际不符或让人误解的信息，诱导消费者购买保险产品，存在套路营销、诱导消费、强制搭售等问题，侵害了消费者合法权益。为此，中国银保监会消费者权益保护局发布 2022 年第 5 期风险提示，提醒消费者注意防范保险销售误导行为。

保险销售误导是指保险公司、保险代理机构、保险销售人员在保险销售业务活动中，违反法律法规和有关规定，通过欺骗、隐瞒或者诱导的方式，对保险产品的情况作引人误解的宣传或者说明的行为。

销售误导行为侵害消费者的知情权、自主选择权和公平交易权等权利。

表现一：隐瞒、混淆产品信息误导消费者。故意隐瞒保险产品属性，将具有相近保险责任的产品进行混淆，或混淆保险产品和其他理财产品，侵害消费者的知情权。比如以银行理财产品、银行存款、证券投资基金份额等其他金融产品的名义宣传销售保险产品；或者使用保险产品的分红率、结算利率等比率性指标，与银行存款利率、国债利率等其他金融产品收益率进行简单对比，给消费者造成误导，容易引发理赔争议或退保纠纷。

表现二：暗藏搭售误导消费者。在保险产品销售过程中，个别销售人员为提高销售业绩，以折扣优惠、公司规定、核保政策为由，变相误导消费者盲目投保高保额产品。也有部分网页、APP 操作页面，以默认勾选、强制勾选等方式捆绑搭售，强制要求消费者购买非必要的产品或服务，侵害了消费者自主选择权。

表现三：夸大保险责任或承诺保证收益误导消费者。在保险产品营销过程中，个别销售人员介绍保险责任时断章取义、避重就轻，夸大保险责任范围，弱化保险责任免除等关键信息。比如向投保人口头承诺“什么都能赔”，故意曲解保障范围误导消费者，给消费者理赔埋下隐患；或在销售分红险、投资连结险、万能险等人身保险新型产品时，存在只强调“高收益”而不展示不利信息、承诺保证收益等虚假宣传行为。

针对保险销售误导行为，中国银保监会不断完善制度、强化监管力度，联动相关单位齐抓共管，有力整治突破道德底线、漠视群众利益的行为。

北京人寿提示保险消费者：在购买保险产品时，不盲目跟风、不随意委托、不轻信“代理退保”“代理维权”，谨防销售误导风险。

一、不盲目跟风，确认保险合同内容后再投保

保险合同是投保人与保险公司订立的约定保险权利义务关系的协议。保险产品所提供的保障范围以合同条款中的保险责任为准，建议消费者根据自身保险需求，认真了解拟购买保险产品的承保机构、保障范围、除外责任、保费、保险金赔偿或给付条件等，选择最适合自己需求、风险承受能力和经济实力的保险产品。注意防范营销过程中混淆、模糊、夸大保险责任等风险。此外，在投保时，无论是线下投保或是线上投保，缴费前一定要仔细核对投保险种，在了解合同重要条款后再投保。

二、不随意委托，注意保护个人信息安全

消费者在选择和购买保险产品时，不要随意委托他人办理投保，不要随意签字授权，注意保管好重要证件、账号密码、验证码、人脸识别等个人信息，线上、线下投保务必做到本人确认，谨慎对待签字、授权、付费等重要环节，确保自己了解所签署或授权的协议内容。

三、不轻信“代理退保”“代理维权”，选择合法合理途径维权

如您对保险产品或服务有异议，或在购买保险过程中存在纠纷等，要注意保留相应证据，及时向保险公司投诉，或向行业调解组织申请调解，必要时还可以根据合同约定，申请仲裁或向法院起诉。通过正常渠道用法律武器维护自身权益，不轻信“代理维权”“代理退保”

等虚假承诺，不参与违背合同约定、提供虚假信息、编造事实的不法行为。

内容来源：中国银保监会官网