

## 关于防范保险诱导销售的风险提示

在一些网络场景中，时有“首月0元”“零首付”“免费保障”“抽奖获取”等互联网保险产品广告页面出现，有的消费者在未清楚了解保险内容、保费缴纳等情况下，便被“免费”诱导而投保。这种营销引流模式存在诱导营销、信息披露不当等问题，侵害消费者知情权和自主选择权，易引发消费纠纷或投诉。为此，中国银保监会消费者权益保护局发布2021年第5期风险提示，提醒消费者要清晰地认识到“免费”是诱导，极有可能暗藏陷阱和风险。

从保险产品本身看，一些“首月0元”“免费保障”等宣传未全面展示保费缴纳整体情况，实际上是将保费分摊至后期，消费者并未真正享受到保费优惠。从监管要求看，保险险种的条款和费率，应当报监督管理机构备案或批准。“首月0元”类的销售宣传行为，存在未按照规定使用经批准或者备案的保险条款、保险费率的问题。从营销方式看，营销片面强调“首月0元”，却未对保费缴纳整体情况、保险责任等重要内容充分提示，易使消费者忽视产品重要信息。加之一些广告界面设置不规范，故意诱导消费者勾选“购买”“领取”“自动续费”等选项，侵害消费者知情权和自主选择权。

为保护消费者合法权益，防范诱导销售等风险，中国银保监会消费者权益保护局提醒消费者在选购保险产品时注意以下事项，做到明明白白买保险，清清楚楚享保障。

### **一、按需购买保险产品，不被“免费”迷惑**

在浏览保险营销宣传页面时，注意了解发布营销广告主体、保险产品承保机构，看清保险产品类型、保障内容和收费方式等重要信息，根据自身风险保障需求和消费能力选购，不被“免费”营销宣传诱导购买了本不需要的产品。如对宣传界面内容不了解，最好不要随意填写个人信息或同意授权办理等操作，防范个人信息泄露风险。

### **二、知悉保险合同内容，了解条款信息再签约**

消费者如确有投保需求，应认真阅读保险合同，对于未能明确展示保险合同条款等重要内容的销售页面，不随意点击确认。着重了解保险责任、除外责任、保险期间、保险金额、保费缴纳、风险提示、客户告知、投保须知、续保条件、保险金赔偿或给付、犹豫期和退保损失等影响投保决策的重要事项。不盲目跟风冲动消费，尤其是线上签约投保时千万不要图方便就“一勾到底”。

### **三、履行如实告知义务**

订立保险合同时，保险人就保险标的或者被保险人的有关情况提出询问的，投保人应当如实告知。投保人故意或者因重大过失未履行如实告知义务，足以影响保险人决

定是否同意承保或者提高保险费率的，保险人有权解除合同。消费者应客观如实地反馈有关信息，避免因未能如实告知而影响保险合同效力。消费者隐瞒真实状况投保，如发生保险事故，可能得不到保险赔偿，容易产生理赔纠纷。

总之，消费者购买保险应根据自身风险保障需求和消费能力，与保险公司订立相应保险合同。按照合同约定，投保人支付保费，保险公司在发生合同约定事故时承担经济补偿或给付的义务。不被“免费”诱导，以防自身权益受到侵害。

文章来源：中国银行保险监督管理委员会网站