

朋友圈保险产品营销乱象几时休

四部门联合发文提出八项禁止性规定

严格规范保险广告 保障市场有序竞争

保险产品在自媒体上发布的宣传信息该如何规范?郑宁认为,保险广告对于消费者了解保险行业发挥重要作用,但是不规范的保险广告,会传递虚假信息,误导消费者,既损害消费者的合法权益,也会产生保险业不正当竞争等问题。因此,从法律角度要严格规范保险广告,才能保障保险市场的有序竞争。

在郑宁看来,我国缺乏调整保险广告行为的法律法规,我国广告法中没有专门针对保险广告的相关条款,规范保险广告在朋友圈的投放,应当明确监管主体、健全相应法律法规。确定保险广告的监管主体,对保险广告的监管可以是多方面的,除银保监会监管外,工商局、税务总局、广电总局等行政机关可以对保险广告进行监管,在对违法保险广告进行行政处罚时应当由银保监会作出最终裁定。

“在推动立法时应当注意对保险广告进行分类监管,可以分为财险、寿险和健康险三类分别制定监管标准。同时,关于保险广告的内容、形式、信息披露方式、特定条款的用词、统计资料的使用、贬低他人的声明、保险公司的状况声明、特别要约等情况均要详细规定。”郑宁说。

张星水认为,在转发涉及保险产品信息的时候,一定要从自己所在的保险公司官方自媒体平台进行转载。涉及保险销售政策和营销宣传推介活动的,一定要以保险公司官方信息为准,严禁保险分公司分支机构、保险中介机构及保险从业人员自行编发。严禁转载未经所在保险公司、保险中介机构审核的营销宣传信息,确保转载信息真实可靠以及信息源可追溯。

“一方面保险公司应当加强员工管理培训教育,提高法律意识,不能通过社交媒体或其他渠道发布虚假广告误导消费者;另一方面,监管部门建立针对互联网发布传播相适应的监管机制,尽可能及时主动发现保险销售方面的违法行为,及时查处,维护市场秩序和消费者的合法权益。”赵占领说。

如果人们因为看到违规的宣传信息而误报保险,该如何追回?

对此,郑宁说,如果出现误报保险的情形,根据合同法可以解除合同。此外,根据保险法规定,保险责任开始前,投保人要求解除合同的,应当按照合同约定向保险人支付手续费,保险人应当退还保险费。保险责任开始后,投保人要求解除合同的,保险人应当将已收取的保险费,按照合同约定扣除自保险责任开始之日起至合同解除之日止应收的部分后,退还投保人。

张俊岩认为,市场行为监管是保险监管的重要方式之一,如果消费者是基于销售误导而购买的保险,会增加事后导致纠纷的可能性,对保险业的健康稳定发展极为不利。《中华人民共和国保险法》《保险公司管理规定》《关于人身保险业综合治理销售误导有关工作的通知》等都力图增强销售人员的合规意识,解决保险销售误导问题,维护保险消费者合法权益。

“可以要求解除合同,退还所支付的这个保险款项。如果保险公司不愿意解除合同或不愿意退款,可以到行业主管部门银保监会或者当地银保监局投诉举报。”赵占领说。

(韩丹东 刘金波)



近日,中国银保监会湖北监管局的几张罚单,再次给保险从业人员在微信朋友圈等社交平台发布保险产品营销信息的合规性“提了醒儿”,同时也为人们甄别选择保险产品时“排了雷”。这几张罚单包括多种情形,如将不同保险公司保险产品进行片面对比,承诺给予投保人保险合同约定以外利益、不实宣传、炒作停售等问题。

2019年12月,央行、银保监会、证监会和国家外汇管理局发布《关于进一步规范金融营销宣传行为的通知》。该通知自2020年1月25日起施行,其中明确提出八项禁止性规定,主要包括不得以欺诈或引人误解的方式对金融产品或金融服务进行营销宣传活动;不得损害金融消费者知情权;不得利用互联网进行不当金融营销宣传;不得违规向金融消费者发送金融营销信息等。其中,保险从业人员通过社交平台发布保险产品营销信息,为何越来越受到关注?近日,记者对此进行了采访。

规范营销宣传行为 自媒体应加强监管

保险产品营销宣传乱象由来已久,并引起了相关部门的重视。

2018年6月,为贯彻落实规范金融营销宣传行为有关要求,加强自媒体保险营销宣传行为管控,治理保险销售误导,切实维护保险消费者合法权益。中国银行保险监督管理委员会发布了《关于加强自媒体保险营销宣传行为管理的通知》。

该通知提到,当前,包括互联网站、应用程序、博客、微博、公众账号、微信等在内的自媒体平台已成为保险公司、保险中介机构以及保险从业人员展示企业形象、推介保险产品、介绍保险服务、普及保险知识、宣传保险理念的重要渠道。由于自媒体渠道参与门槛低、发布主体多、信息审核弱、转发传播快,已成为保险销售误导、不实信息传播的高发领域,严重损害保险消费者合法权益,埋下大量保险消费纠纷和群体性事件风险隐患。

2019年12月,银保监会发布的《互联网保险业务监管办法(征求意见稿)》要求,保险机构授权营销宣传合作机构的营销宣传活动仅限于保险产品宣传和说明,与保险机构自营网络平台网页链接等,营销宣传合作机

构及其工作人员不得开展保险销售,不得开展保险产品咨询,不得开展保费试算,不得片面比较价格和简单排名,不得为投保人设计投保方案,不得代办投保手续,不得代收保费,不得限制保险机构获取客户投保信息。

对此,中国人民大学财政金融学院保险系副教授张俊岩说,保险销售人员通过自媒体平台进行保险宣传,本质上仍然属于保险展业行为,加强监管是合理的。而且传统上保险营销员展业一般是一对一的交流,通过自媒体平台进行保险宣传,影响的受众更广,更需要严格遵守展业规范的要求。

“由于保险产品专业性较强,条款比较复杂,而且大家对保险了解不多,所以保险营销一直是非常重要的业务环节。而保险业之所以要加强对销售行为的监管,原因之一就是保险合同双方当事人存在比较严重的信息不对称。因此保险法中的最大诚信原则要求投保人履行如实告知义务,同时要求保险人履行条款说明义务。目的是为了对方当事人充分了解与订立保险合同有关的重要事实。”张俊岩说。

加大普法宣传力度 警示从业人员自律

据银保监会2019年1月发布的《关于防范利用自媒体平台误导宣传的风险提示》显示,保险销售人员通过自媒体平台主要的三类保险宣传方式都属于违规范围:其一,饥饿营销。宣传保险产品即将停售或限时销售,如使用“秒杀”“全国疯抢”“限时限量”等用语。其二,夸大收益。混淆保险产品和其他固定收益类理财产品,如发布“保本保息”“保本高收益”“复利滚存”等。其三,曲解条款。故意曲解政策或产品条款,如宣称“过往病史不用申报”“得了病也能买”“什么都能保”等。

“很多保险业务员没有从法律的角度出发,而是从业绩出发,从而才有一些夸大、虚假的宣传,业务员所属公司对此应该加强管理。”北京志霖律师事务所律师赵占领说。

违规的宣传很容易误导消费者,进而引起纠纷,而作为保险从业人员也可能面临处罚。对于这种现象可能引起的问题该如何预防呢?

中国传媒大学法律系副主任郑宁认为,从保险从业人

员的角度而言,应当遵守职业道德,坚决抵制误导信息、虚假信息,尽量避免通过朋友圈发布有关保险产品的信息;从消费者角度而言,要提高辨别能力,在做出购买决定前,通过正规途径获取有关保险产品的信息。

“从监管部门的角度而言,一方面应当及时对发布误导信息的行为进行处罚,另一方面应当加大普法宣传力度,通过宣传提高消费者的辨别能力,警示保险从业人员规范自身行为,预防违法行为。”郑宁说。

在京鼎律师事务所律师张星水看来,预防要防微杜渐,防患于未然。首先,保险销售人员要增强合规意识。部分保险营销员编造不实信息的行为属于销售误导,严重损害了消费者的合法权益。各保险机构应当按照有关要求,加强从业人员合规教育和职业道德培训。其次,银保监会最新制定的《互联网保险业务监管办法(征求意见稿)》规定,从业人员发布的互联网保险营销宣传内容,应由所属保险机构统一制作。