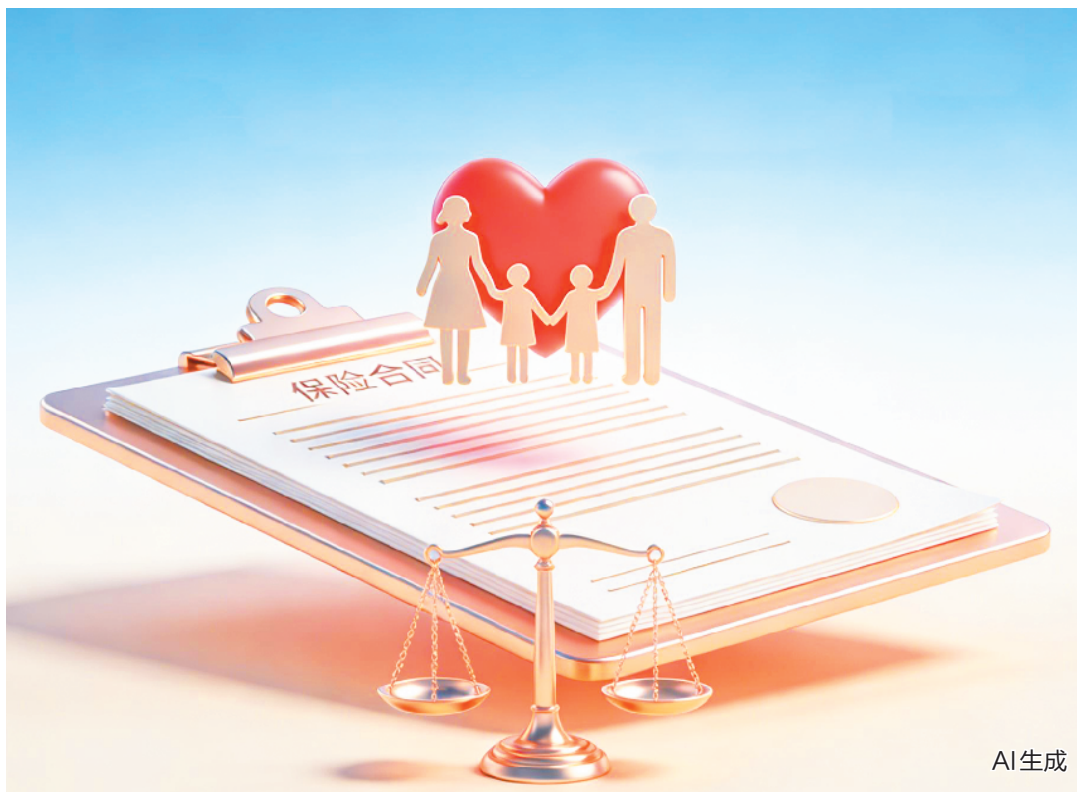


买时容易赔时难 撕开行业“遮羞帘”

——剖析保险业“营销乱象”背后的顽疾

■青岛财经日报/首页新闻记者 刘棚

“投保时,代理人说得天花乱坠,什么都保;理赔时,保险公司审核得锱铢必较,什么都难。”这已成为不少保险消费者共同的无奈与困惑。保险是家庭抵御风险的“安全网”、社会稳定运行的“稳定器”,通过市场化机制为生命、健康、财产提供风险保障。然而,在行业规模高速扩张的同时,“销售误导”“理赔梗阻”“条款晦涩”等问题时有发生,严重影响了消费者获得感与行业公信力。一年一度的“3·15”国际消费者权益日,本报再次将聚光灯投向保险领域的痛点,探究那些让消费者“买时容易赔时难”的“坑”与“难”。



AI生成

投保之“坑”:消费暗藏陷阱

保险消费的烦恼,往往始于投保环节,销售误导成为首当其冲的“坑”。

“年化收益率3.5%,复利增值,稳赚不赔。”在许多储蓄型、分红型、万能型保险产品的销售过程中,类似的承诺并不鲜见。代理人将不确定的“演示利益”宣称“保证收益”,淡化甚至绝口不提产品的长期锁定期、早期退保的巨额现金价值损失,以及实际分红取决于保险公司经营状况等关键风险。消费者被高收益预期吸引,却未意识到自己购买的首先是一份保障期限长、流动性弱的保险合同,而非高息存款。当几年后发现收益远不及预期或急需用钱却面临亏损时,纠纷已然产生。

“只要没住过院,健康告知全选‘否’就行,保险公司查不到。”“这个病不用告知,不影响。”在健康险、寿险销售中,部分代理人为了促成保单,故意简化或误导消费者进行健康告知。我国保险实行“最大诚信原则”与“询问告知”制度,投保人故意或因重大过失未履行如实告知义务,足以影响承保决定的,保险公司有权解除合同并拒赔。许多理赔纠纷的根源,正是投保时埋下的“雷”。代理人急于成交的短视行为,为消费者未来的保障留下了巨大的不确定性。

保险条款专业性强、术语繁多,本就为消费者理解设置了障碍。而部分销售行为进一步加剧了这种信息不对称。例如,将“意外医疗”混淆为涵盖疾病治疗的“住院医疗”;用“保额”偷换“保费”概

念;或将消费者实际需求不高的附加险与主险强行捆绑,抬高总保费。消费者在信息迷雾中,难以做出完全符合自身需求和经济能力的理性选择。

理赔之“难”:保障承诺落空

如果说投保陷阱是矛盾的源头,那么理赔困难则是消费者感受最直接、反映最强烈的痛点。本应在风险来临时雪中送炭的保险,却在理赔环节层层设卡、处处受限。

投保人刘女士至今对三年前的拒赔通知耿耿于怀。她的丈夫突发心肌梗死,实施了微创介入手术,本以为购买的“重大疾病保险”可以缓解经济压力,却被告知合同条款中该病种明确要求必须实施“开胸腔状动脉搭桥术”,微创手术“不符合约定”。投保时代理人信誓旦旦的“确诊即赔”,在理赔审核时却变成了对手术方式的严苛挑剔。类似的争议屡见不鲜,晦涩条款中埋藏的医学术语、免责事项的模糊地带,往往成为理赔审核时难以逾越的“隐

形门槛”。

即便符合理赔条件,消费者也可能面临一场消耗战。投保人陈先生为家人办理医疗险理赔时,经历了长达两个月的“材料拉锯战”。“每次都缺材料,流程走到哪一步永远不清楚。”他回忆道。

这些理赔之“难”,不仅是个案的纠纷,更在一次次消耗着行业赖以生存的信任基石。

行业规范:监管重拳治乱

面对销售误导、理赔难等行业顽疾,国家金融监督管理总局持续出台监管政策,打出“制度约束、严格执法、源头治理、长效建设”组合拳,压实机构主体责任,规范市场秩序,推动保险行业高质量发展。

近年来,监管部门密集出台《银行保险机构消费者权益保护管理办法》《金融机构产品适当性管理办法》《保险销售行为管理办法》等一系列规章制度,将消费者权益保护贯穿产品设计、销售、承保、

理赔、投诉处理全链条。2026年2月施行的《金融机构产品适当性管理办法》,明确产品风险分级、消费者分类、风险匹配原则,严禁向消费者推介风险不匹配产品,对老年群体等特殊人群实施特别保护,从源头遏制销售误导。

一系列监管举措,标志着保险消费者权益保护进入“硬约束”时代,监管工作从“事后处罚”向“事前预防、事中管控、事后追责”全链条转变,为消费者筑起坚实的权益防线。

记者观察

让保险回归初心

保险消费领域的矛盾与争议,根源在于部分机构偏离了初心,将短期业绩凌驾于消费者权益之上。销售端的急功近利、理赔端的推诿刁难,不仅伤害个体消费者,更侵蚀行业发展根基,让保险失去了最核心的信任价值。

诚信是行业生存的底线,合规是发展的前提。对保险公司而言,唯有摒弃规模至上的粗放发展模式,回归保障本源,优化产品设计,简化合同条款,规范销售行为,提升理赔服务,才能重建消费者信任。销售人员应坚守职业操守,如实告知产品信息,不夸大、不隐瞒、不误导,做消费者的风险顾问,而非业绩推销员。

对消费者而言,要树立理性保险消费观念,不贪小利、不信口头承诺、细看合同条款,投保前认真了解保障范围、免责条款、理赔条件,如未履行健康告知义务,留存销售沟通记录,出险后依法理性维权,通过正规渠道解决纠纷,远离非法代理退保等“黑灰产”陷阱。

对监管部门而言,需持续保持监管高压态势,完善制度体系,强化执法力度,打通政策落地“最后一公里”,让违规者付出代价,营造公平公正、诚信有序的市场环境。

保险的本质是互助与保障,承载着千家万户对美好生活的期许。唯有行业、监管、消费者同向发力,破除销售陷阱,打通理赔堵点,规范市场秩序,才能让保险真正成为民生保障的坚实屏障,让消费者买得放心、赔得舒心,推动保险业在法治轨道上高质量发展,守护每一份安心与托付。

邮储银行青岛分行

一条街巷一座城,一份金融守护的底色

■青岛财经日报/首页新闻记者 李菁

三月的风掠过胶州湾,吹醒了岛城的街巷。

莱西大集的吆喝声里,多了几句“不明链接不点击”;农贸市场的菜摊旁,多了几个拎着消保环保袋的身影;糖球会的游园里,多了孩子提醒奶奶“验证码不能告诉别人”的童音;快递车的轰鸣声里,多了几句“我也能提醒别人”的自信……

2026年“3·15”到来之际,“清朗金融网络 守护安心消费”成为金融行业共同主题。邮储银行青岛分行用一场接地气的活动,把金融知识装进菜篮子、送进快递车、融入欢声笑语中,让“金融为民”的承诺,在岛城的烟火气里悄然绽放。



邮储银行青岛分行用接地气、有温度、可感知的方式,把金融安全知识送到百姓日常生活场景中。

偏远地区怎么覆盖?

扎根乡村沃土,打通金融普及“最后一公里”

乡村地区的居民金融知识相对薄弱,加之老年人口占比较高,往往成为不法分子重点瞄准的对象。国家金融监督管理总局最新出台的《金融机构产品适当性管理办法》中,专门规定对65周岁以上老年人需履行特别注意义务,这对乡村地区的消保工作提出了更高要求。

如何让新规真正落地,守住乡村老人晚年的安稳?邮储银行青岛分行给出的答案是:把消保宣传送到田间地头,送到大集摊位、送到老人身边。当消保触角延伸至乡村一线,金融知识便伴着乡土人情,悄然入脑入心。

3月9日,正值莱西市马连庄镇乡村大集。莱西市马连庄支行在集市人流密集处设立宣传服务台,针对老年群体,工作人员重点讲解“网络养老投资”“虚假保健品推销”等诈骗套路,提醒不轻信“高收益”承诺、不随意点击陌生链接、不向陌生人转账。针对商铺、摊贩等群体,重点普及个人信息保护、金融消费维权渠道等内容。工作人员现场一对一解答群众关于网络支付、金融消费、存款保险等方面的疑问。

一位赶集的大爷听完讲解后感慨:“以前手机上收到链接总想点开看看是啥,以后可不敢了。”更有老年客户就手机上看到的真实诈骗案例与工作人员展开交流探讨,从“被动听讲”变为“主动提问”。这一细节折射出乡村地区消费者的权益保护观念正在从“我知道”向“我会防”转变。

如果说莱西大集是金融知识“赶大集”,那么平度汇演则是消保宣传“唱大戏”。在“平度人·幸福家 文旅消费惠万家”第29届平度市春节民间广场文艺汇演现场,邮储银行平度市支行联合平度市金融监管支局将消保宣传搬进这场民俗盛会,工作人员穿梭在人群中,为演员及观众讲解金融知识,发放防非处非、反诈宣传折页,引导群众树立保护养老金意识,自觉抵制电信诈骗、非法集资等违法犯罪行为。

民俗的热闹与金融的理性,在这一刻完美交融。

日常场景怎么融入?

守护城市烟火,将消保知识“装”进百姓菜篮子

农贸市场是城市烟火气最浓的地方,也是贴近市民、覆盖广泛的天然宣传阵地。邮储银行青岛分行创新打造“菜场金融守护站”主题宣传场景,用接地气、有温度、可感知的方式,把金融安全知识送到百姓日常生活场景中。

在人流密集的农贸市场,青岛分行设立专属宣传摊位,组建金融消保志愿服务队,为往来市民、商户提供一对一咨询。工作人员用通俗语言拆解电信诈骗、非法集资、虚假理财、个人信息保护等热点问题,结合真实案例揭露骗局套路,把专业金融知识转化为“防骗小贴士”。

“原来这种短信是诈骗啊,我上周刚收到一条,还说我在什么平台中奖了。”一位买菜的大姐掏出手机让工作人员帮忙辨别。工作人员指着短信说:“这种带链接的陌生号码短信,点进去就可能被盗刷。”这样的场景,在市场中不断上演。

为了让市民主动参与、记得更牢,活动还设置了互动体验环节。市民通过参与金融知识问答、反诈知识闯关,可以免费领取金融消保环保袋、金融消保主题蔬菜、金融消保围裙等创意实用礼品。印有消保标语的环保袋方便市民装菜拎物,带有反诈提示的蔬菜与围裙让金融知识融入居家日常,实现“一次参与、长期提醒、全家受益”。一位拎着消保白菜的大妈笑着说:“这白菜回家摆桌上,全家吃饭都能看见,比发传单管用。”

这种“民生场景+趣味互动+实用礼品”的组合,让金融消保从“厅堂”走向“菜场”,让安全知识扎进百姓的柴米油盐里。

枯燥知识怎么生动?

寓教于乐,让金融知识在游园会里“活起来”

让金融知识跳出枯燥的宣传单页,真正“活起来”“动起来”,是提升宣传实效的关键。邮储银行青岛分行将消保宣传融入传统民俗活动,让市民在欢声笑语中学习金融知识。

“3·15”前夕,崂山区支行把消保课堂搬进了第二届糖球会游园会,让便民服务、社保科普、金融宣教与反诈宣传在传统与现代的交织中融为一体。金融消费者八项权利、个人信息保护、防范电信诈骗、远离非法集资……这些原本枯燥的知识,在投壶的喝彩声、答题的欢笑声里,悄然落进市民心里。

带着孩子来逛游园会的李女士说:“孩子投壶赢了奖品,还记住了‘验证码不能告诉别人’,刚才还提醒他奶奶呢,比我在家里念叨管用多了。”另一位参与问答的年轻人则表示:“以前觉得金融诈骗离自己很远,听完工作人员讲的真实案例,才知道骗局就在身边。”活动当天,服务市民近千人次,发放宣传资料300余份,现场为300余人答疑。

一场游园会,让金融安全的种子在春风里生根发芽。

新群体怎么守护?

精准护航“两员”,让金融温暖“邮”路同行

他们是这座城市奔跑最快的人,却也是金融知识最需要“补课”的群体。快递员、外卖员(“两员”)——当他们穿梭于街头巷尾,用奔波支撑起城市的烟火日常,他们的“钱袋子”安全同样需要有人守护。国务院《关于加强新就业形态劳动者权益保障的意见》明确提出,要加强对新就业群体的金融服务和权益保护。今年“3·15”,邮储银行青岛分行选择为他们放慢脚步,用一场场精准的消保宣讲,

守护每一份奔波而来的辛苦钱。

即墨区支行聚焦“两员”,通过案例讲解拆解刷单返利、冒充客服退款、虚假网贷等高发骗局,提醒他们远离“零门槛高回报”理财陷阱,拒绝非正规借贷平台;同时向“两员”群体普及消费者八项核心权益,引导依法维权。一位外卖小哥感慨:“天天跑单赚钱,最怕辛苦钱被骗。今天讲的‘冒充客服退款’我同事就遇到过,这回知道怎么防了。”

青岛分行联动邮政公司推出“邮路同行·消保护航”模式,构建“宣讲进晨会、提示贴包裹、知识随快件”的场景化传播链路。消保宣讲团走进快递投递部,利用晨会讲解防范电信诈骗、保护个人信息等核心内容。快递员学会了防骗知识,也成了流动的“消保宣传员”。一位快递员说:“以后送快递时碰上老年人,我也能提醒两句。”

这一模式将消保宣讲阵地前移至投递一线,实现了金融知识普及与金融服务供给的“双精准”。从莱西大集上大爷的那句“以后可不敢了”,到菜场里大妈拎着消保白菜说“全家都能看见”;从游园会上孩子提醒奶奶“验证码不能告诉别人”,到快递小哥说“我也能提醒别人了”——这些微小的瞬间,正是邮储银行青岛分行交出的消保答卷。

消保工作没有终点,只有连续不断的新起点。春风又起,邮储银行青岛分行将继续穿行在岛城的街巷里,把金融安全的叮嘱捎给每一个赶早集的身影、每一张买菜归来的笑脸、每一双好奇的眼睛、每一个风雨兼程的背影——让守护成为这座城市最温柔的底色。