

保险业乱象调查

“保险传销论”引发的争议背后是现有保险营销体制已滞后于行业发展需要
保险员营销体制改革势在必行

本报综合消息 近日,经济学家郎咸平在一档电视节目中“我们的保险就是搞传销”一说引发争议,上百名保险业人士指责郎咸平“缺乏常识、误导公众”。随即,争论引发不少保险消费者纷纷“吐槽”,痛陈自己“被坑”经历。多名业内人士表示,此次争议背后是现有保险营销体制已经滞后于行业发展需要,改革已经势在必行。

■原由

“保险传销论”引发争议

经济学家郎咸平近日在《财经郎眼》电视节目中痛批中国保险业,不仅称保险业是暴利行业,还表示,“买保险最不保险,我们的保险就是搞传销”。

为了佐证自己“保险传销论”的观点,郎咸平举例说:某保险公司招了一个全无经验的推销员,他的佣金是一个月880元的话,他的上一级主管可以分得2045元,如果找一个绩优业务员,如果每个月赚4000元,他的上线能赚到5340元,再上线能赚16860元……

节目播出后,迅速引发保险行业内外热议,上百名保险代理人通过微博等渠道表达了对该节目的愤怒和不满,他们指责郎咸平根本不了解保险业现状且误导公众,节目中出现多处常识性错误。

其中,知名理财规划师刘彦斌的反击被外界描述为“郎刘之争”,他的观点和郎咸平针锋相对:“保险业不是暴利行业,保险也不是传销。保险是人们生活的必需品,人人都需要的。”

中国平安寿险营销人士喻朴中则质疑郎咸平所举的例子“完全是道听途说,如果按照例子中说的提成比例,所有的保险公司都亏损破产了”。



■调查

销售误导成寿险业顽疾

去年,退休教师王华明(化名)从山东老家来到北京与儿子一起居住,并打算将身上的6万元积蓄存入一家银行。根据老王回忆,当天,他在银行大厅内准备将钱存入定期存款时,一名中年妇女过来向其推荐一款“理财产品”,许诺在定期利息的同时,每年还有分红。初到北京的他被打动,最终在购买该产品的合同上签了字。此时,他并不知道自己购买的是一份分红型的寿险产品。老王告诉记者:“当时,对方穿的制服和银行工作人员一样,我不知道她是卖保险的。”

今年年初,儿子小王在看到合同后发现,父亲购买的这份保险保障的是交通意外,即使出现交通意外死亡的情况也就赔3万多元,在询问父亲后得知,这份保险的分红也没有原来吹嘘的那么多,一年只有700多元。小王有了一种类似被欺骗的感觉,他想帮父亲退保,但是退保之路并不顺

畅,合同约定如果中途违约,违约方需承担5000多元的违约金。

和老王有过类似经历的人并不在少数,保监会公布的数据也印证了这一点:今年上半年,寿险公司销售误导投诉同比增长97.72%。此外,电话销售扰民投诉也明显增加,屡禁不止。

■财经观察

保险业重塑形象仍需苦练内功

郎咸平一席不甚严谨的电视发言点燃了公众积蓄已久的怒火,尽管郎咸平的发言确有不够专业的缺憾,但保险业形象不佳却是人所共知的事实。

这本是一次保险业与公众严肃探讨问题、相互消除误解的机会,但在怒气冲冲的相互指责中又一次失去了达成谅解的土壤。苛求公众去深入了解保险业的专业知识并不现实,要想重塑行业形象的根本,保险业仍需自身苦练内功,“打扫屋子再请客”。不能否认“历史欠账”对保险业形象的影响,也不能否认保险业近年的努力和进步,但更不能否认公众的不满并非无中生有,一个本以诚信为立业根本的行业最终因诚信不佳而招致不绝于耳的抱怨,不能不说是一个不太光彩的反思。

除了监管部门从制度层面进一步健全和完善相关制度,消除产生行业痼疾的土壤外,行业自身也应抓住每一个消除误解的机会,通过类似于此次“保险传销论”而引发公众关注的机会,通过专业、理性、平和的话语方式与媒体、公众经过平等讨论后,建立起相互信任,重塑行业形象。

■探因

保险业形象不佳根在营销体制

在一名业内人士看来,寿险公司

的行业形象不佳及销售误导等诸多问题一定程度上要归因于目前“业绩为王”的营销体制。

中央财大保险学院院长郝演苏介绍,目前我国寿险业的营销员体制于1992年由美国友邦保险引进,并在短短数年内成为全行业的标准。在这一营销体制中,营销员与保险公司只是代理关系而不签劳动合同,营销员成为一个不能受到劳动合同保护的群体,“卖保障的人没有保障”成为普遍现状,因而造成了素质参差不齐、人员流动性大等诸多问题。

据悉,短短20年间,国内保险营销员的规模已经从20多人发展到截至去年年底的接近350多万人。由于这一模式用工方式灵活、保险公司的成本也相对低,在中国寿险业早期发展中成为重要推动力量。随着时间的推移,保险代理人缺乏保障的弊端逐渐成为制约行业发展的瓶颈,各保险公司现在也已经很难通过增员方式来拉动保费增长。

而保监会也对现行的体制不满,将现行保险营销员管理体制存在的问题总结为:关系不顺、管理粗放、队伍不稳、素质不高,不适应保险行业转变发展方式的需要,不适应经济社会协调发展的时代要求,不适应消费者多样化的保险需求。

此外,值得关注的是,在针对保险业现状的口水战愈演愈烈之后,保险业内不少人觉得委屈,同时也开始出现了一些反思的声音。就连撰写万字长文反驳郎咸平的喻朴中也承认:

“有批评的声音对行业的健康发展是一件好事,节目里提到的电话扰民、销售误导、从业人员素质良莠不齐等问题在行业内的确存在。”

一名保险业资深从业人员则在看过节目之后表示,保险业这么多年在产品结构、销售方式

■最新消息

营销体制改革艰难起步

保监会上周公布了《关于坚定不移推进保险营销员管理体制改革的意见》(简称《意见》),设计了包括提高营销员待遇和保障、鼓励设立保险中介公司、增强新渠道的实力和市场占比等多条改革路径,决意推动针对350万保险营销员目前所处管理体制的改革。《意见》中提到,监管部门将引导保险公司采取多种灵活形式,为营销员解决过去存在的“卖保障的人却没有保障”这一问题,强化保险公司管控责任,选择适当时机和地区先行试点,用3年至5年或更长时间,分别实现阶段性目标和整体目标。

对此,一家寿险公司的保险营销员李先生告诉记者,这几年一直听说要搞营销员体制改革,但一直没见什么具体动作。这次他在《意见》中看到提高保险营销员的待遇和保障问题后感到兴奋。在从业五年间,由于未和保险公司签劳动合同,他从没找到归属感,也一直寄望于改革能让自己成为公司的正式员工。但此次让他略感失望的是,《意见》中淡化了原先被他所热盼的“员工制”。

而在一位不愿具名的保险公司高管看来:《意见》中的方案是“说起来容易、做起来难”,如果全面解决基数庞大的营销员的底薪和社保问题,无疑对保险公司的经营成本产生极大压力,多数公司难以承受。目前,各保险公司已经很难招聘到新的营销员了,如果按照要求提高招聘门槛,招人就更困难了。不过,监管层既然已经有改革方向,公司会根据《意见》逐步试点,但步子不可能迈得很快。

(北青)

超级大乐透奖池 高居2亿以上

本报综合消息 进入10月,超级大乐透也迎来了丰收的时节。继上期开出千万元的头奖之后,10月13日晚,第12120期超级大乐透再次送出头奖1注,奖金992万元,花落天津。大乐透的奖池金额仍然高居2亿元以上的高位。

当期开出的中奖号码为前区“02、10、21、23、29”,后区为“03、04”。不难看出,本期前区中奖号码并不均衡,其中号码“02”来自第一区,号码“10”来自第二区,“21”和“23”来自第五区,号码“29”则来自第六区,而第三区和第四区都没有号码开出。后区小连号的开出也是本期投注的难点。

当期一等奖花落天津市滨海新区第04526号站点,中奖者在开奖当日16时34分投注了10元的单式票,最终幸运收获当期一等奖,同时还中得八等奖1注,累计收获奖金992万元。遗憾的是,这位彩民没有进行追加,与千万元大奖擦肩而过。

大乐透的销售在“十一”长假之后表现出良好的回归态势。当期大乐透销量达到9346万元,其中江苏省以1218万元的销量领跑,广东省本期销量达到862万元,位居次席,浙江省销售784万元。

本期开奖过后,超级大乐透的奖池仍然保持在2亿元以上,达到2.05亿元,希望广大彩民把握机会,积极投注,千万不要忘记追加。(马敏)

广告

监督哨

您消费时如遇到银行、保险、证券、投资担保等行业出现的不合理收费、欺诈、销售理财产品时存在风险提示不够、个别员工营销存在误导客户等行为,请拨打以下投诉热线:

0394-8599351 15936909988 13592220089 13592220015
13526257619 E-mail: zkrbzb@163.com

