

以案说险

认清需求，理性投保



案例回顾

在保险消费过程中，部分消费者因缺乏对保险产品的了解，或受到不当营销方式的影响，盲目购买了自己的保险产品，最终导致保障缺失、资金浪费，甚至引发纠纷。

方女士是一位家庭主妇，无固定收入来源，家庭经济主要依赖丈夫的工资收入。2021年，她在一次社区活动中听邻居介绍，称其在某保险公司投保了一份“收益比银行存款高”的保险产品。方女士听后十分心动，在未详细了解产品保障内容和缴费年限的情况下，便冲动投保了一份年缴保费2万元、缴费期为15年的分红型寿险。

三年后，方女士家庭经济出现困难，无力继续缴纳保费。她打算退保时才发现，只能退回现金价值，损失较大。此时她才意识到，这款产品并不适合自己当前的经济状况和保障需求。



案例分析

本案反映出消费者在购买保险产品时，常常存在对保险功能认知不清、受主观意识影响较大、未充分了解产品条款等问题。

首先，消费者对保险产品的功能认知存在误区。方女士将保险误认为是理财产品，忽视了保险的核心功能在于风险保障。她所购买的分红型寿险虽然具备一定的理财功能，但本质上仍属于长期缴费、保障型产品，更适合具备一定经济实力、有长期资产配置需求的客户群体。

其次，方女士作为家庭主妇，缺乏稳定收入来源，在未评估家庭财务状况的前提下购买了高保费产品，最终导致家庭经济压力剧增，影响了家庭的正常生活。

案例启示

为避免类似情况的发生，消费者在购买保险产品时，首先应明确自身的保障需求，结合自身年龄、健康状况、收入水平、家庭责任等因素，优先配置健康险、意外险等基础保障类产品。其次，要理性看待产品宣传，不轻信“高收益”、“保本”、“无风险”等营销话术。保险产品本质上不是理财产品，尤其是分红型、万能型、投资连结型产品，其保险利益具有不确定性，且存在退保损失风险。最后，投保前应认真阅读保险条款，特别是保障范围、责任免除、缴费期限、犹豫期、退保规则等条款内容。如有疑问，可向保险公司客服人员或专业人士咨询，避免因信息不对称而误购不适合自己的产品。

作为保险机构，应始终坚持“以客户为中心”的服务理念，严格执行监管规定，规范销售行为，确保销售人员在推介产品时如实告知产品性质和风险，不夸大收益，不隐瞒不利条款，充分提示退保损失和缴费压力，尊重消费者选择，杜绝诱导性销售。同时，鼓励消费者在投保过程中多问、多看、多比较。如有疑问，拨打保险公司客户服务热线进行咨询。