

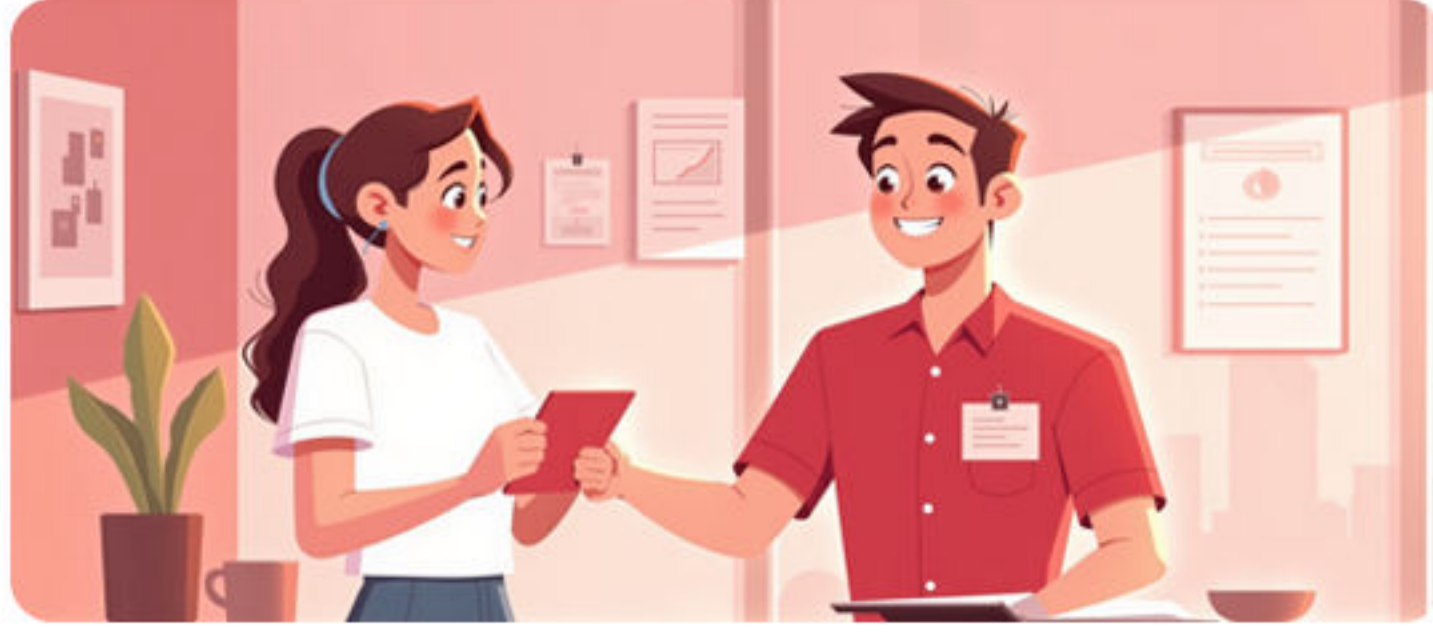
风险防范与权益守护

丁克族 投保
遇需求与产品的 错位

以案说险

2016年当时20多岁的沈女士投保了一款具有“**重疾保障**”的保险产品，多年后，沈女士成为一名丁克族，并在整理家庭财务时翻阅当时的保单，却发现产品实际条款与自己目前丁克族的需求有一定出入，产品本质是终身寿险，包含部分重疾责任，保险权益与她现在的需求“**不需要身故保障**”的想法产生了不完全匹配。带着困惑，沈女士向保险公司发起咨询。

了解情况后，保险公司客服并未简单解释条款，而是先耐心倾听沈女士的原始需求，随后逐字逐句为她梳理保单权益：**明确重疾保障范围、身故责任、现金价值、保障金额等的具体内容**。同时，结合沈女士当前的生活状态，补充推荐了几款贴合沈女士目前需求的产品对比方案，让她能根据自身情况自主选择。最终，沈女士对保险公司的细致解读和针对性服务表示认可，困扰也随之化解。



案例反思

保险投保的核心是“**需求与产品的精准匹配**”。对消费者来说，明确表达自身保障需求（如重疾、责任豁免等）是前提，同时也需在投保后及时核对保单条款，若发现与预期不符，应尽早与保险公司沟通；对保险公司而言，销售环节需以“**需求为导向**”，不仅要推荐产品，更要全面、清晰地告知产品核心权益（包括保障责任范围等），避免信息传递的片面性。而售后环节的主动梳理、深度解读，正是弥补信息差、重建服务信任的关键——让消费者感受到“**保障有清晰边界，服务有持续温度**”，才能让保险真正贴合需求。

友情提醒

- **消费者适当性管理**：《银行保险机构消费者权益保护管理办法》第十一条规定了银行保险机构应当建立消费者适当性管理机制，对产品的风险进行评估并实施分级、动态管理，开展消费者风险认知、风险偏好和风险承受能力测评，将合适的产品提供给合适的消费者。
- **知情权和自主选择权**：《银行保险机构消费者权益保护管理办法》第二十一条规定，银行保险机构应当保障消费者的知情权，使用通俗易懂的语言和有利于消费者接收、理解的方式进行产品和服务质量信息披露。
- **欺诈、隐瞒或误导性宣传**：《银行保险机构消费者权益保护管理办法》第二十三条规定，银行保险机构不得进行欺诈、隐瞒或者误导性的宣传。
- **保护消费者财产安全权**：《银行保险机构消费者权益保护管理办法》第二十九条规定，银行保险机构应当审慎经营，保障消费者财产安全权。

兼容进取 消保同行