

## 关于“开门红”保险销售的风险提示（转自银保监会网站）

每逢岁末年初，保险公司都会开展“开门红”活动。“开门红”是现有销售行业中特有的一个销售节点，为促进产品的销售，在此期间产品的宣传推广以及销售推动力度相对较大。目前市场上可供选择的保险保障产品越来越多，广大消费者在选购“开门红”保险产品时，要谨防风险。中国保监会保险消费者权益保护局提醒您：

一是谨防“炒停”营销。为冲业绩，有的保险销售人员利用活动炒作概念，以“即将停售”、“限时限量”、“产品打折”等概念向消费者推销产品，利用消费者在信息不对称、不透明情况下的盲从心理，诱导其冲动购买“开门红”产品。

保监会在《人身保险公司保险条款和保险费率管理办法》中规定：保险公司决定在部分区域停止使用保险条款和保险费率的，不得以停止使用保险条款和保险费率进行宣传和销售误导。请消费者理性消费，不盲从、不跟风，根据自身实际需求购买保险，实现有效保障。

二是谨防夸大宣传。为获公司高额奖励，有的销售人员利用活动期间的产品销售政策夸大宣传，违背保险最大诚信原则。比如：在介绍分红型、投资连结型、万能型等人身保险新型产品时，存在以历史较高收益率进行披露、承诺保证收益等夸大宣传或不实宣传的行为，进而误导消费者投保。

对于分红型、投资连结型、万能型等人身保险新型产品，消费者应了解以下内容：分红保险未来红利分配水平是不确定的；投资连结保险未来投资回报具有不确定性，甚至可能亏损；万能保险最低保证利率之上的投资收益不确定；投资连结保险和万能保险可能要收取初始费用、死亡风险保险费、保单管理费、手续费、退保费等费用，具体以合同约定为准。另外，《中国保监会关于规范人身保险公司产品开发设计行为的通知》要求：保险公司不得以附加险形式设计万能型保险产品或投资连结型保险产品。

总之，消费者购买保险时，一定要仔细阅读保险条款，不盲目跟风冲动消费，根据自身实际需求，合理安排保险保障。