

买保险防忽悠,教你见招拆招

今年的“3·15”虽已过去,但有关保险的投诉和维权活动却是接连不断。记者采访发现,很多寿险领域的退保或理赔显得“一地鸡毛”,均缘于投保者当初在稀里糊涂中买了保险公司的产品,最后发现营销员的推销言过其实,自己被忽悠了。

能够顺利维权固然是好事,不过对大多数市民而言,从一开始就多多个心眼,避免被不靠谱的保险推销行为误导显得更重要。

■记者 刘永涛

【支招一】 提防存单变保单

“半年后我才发现当初去银行存的两万元竟变成了保险单。”日前,岳阳一位冯姓市民拨打本报热线投诉称,对此她感到气愤,也觉得无奈。

银行保险投诉,是保险维权中常见的案例。对于保险消费者,每次去银行必须想清楚自己的需求。即使在推销人员的介绍下,你对某款保险产品很心动,也不妨给自己留下一个冷静期,回家上网查询或者询问懂行的人士了解产品是否靠谱后再做决定。

对于中老年消费者,与银保产品保持距离,是一个有些偏激但却安全的选择。从现有市场来看,银行保险销售的大多数为普通的万能险或者分红险,真正不容错过的优秀保险产品并不多见。

【支招二】 询问退保最坏情况

保险合同一旦正式生效,在较短的时期内,投保人若想退保,通常会有较大的损失。上述冯姓市民向记者透露,她若强行退保,损失可能高达50%,这也是她的纠结和憋屈所在。

长沙某寿险公司一位不愿具名的人士告诉记者,目前通过银代渠道销售的产品,主要是分红险,它们往

往保费金额较大,而其产品结构决定了若是期交型产品,投保一年至两年退保,往往会出现20%至50%的保费损失。

记者采访发现,营销人员对于重点推销的分红险,往往报喜不报忧,只说收益如何如何诱人,却不提退保时可能出现的损失情况。

在此背景下,市民遇上分红险、万能险或者投连险等投资类保险的推销时,务必要问清楚假如未来1年或者2年内退保,能拿回多少保费。一般来说,在保险公司印发的官方宣传单页上,收益演示表中也会有相关信息,不妨和营销人员的表述对照着看。

【支招三】 用足投保犹豫期

若一时冲动买了不需要的保险,在犹豫期内是可以退保的。

犹豫期是指投保人收到并书面签收保险单起10日内这一期间。两年期以上的人身保险产品,一般均设置了犹豫期规定。投保人在犹豫期内,如没有发生保险金给付,有权向保险公司申请解除保险合同,保险公司将在扣除一定工本费后,无息退还投保人已缴纳的保费。

有了犹豫期就要用好用足。一旦感觉购买的保险似乎并非是自己需要的,就务必要赶在犹豫期内退保。



案例连线

事故发生3个月,保险公司仍未理赔

除了寿险领域的投诉屡见不鲜外,车险理赔纠纷也不时出现。近日,长沙的邓女士就向记者大吐苦水:自己意外撞伤人,支出近3万元,快3个月了,保险公司却还未给予理赔。

邓女士投保了渤海财险湖南分公司的交强险和保额20万元的第三者责任险,年初意外将人撞伤,交警判断机动车负全责。邓女士先后支付伤者医疗费用等近6000元,又一次性给予伤者补偿22000元。而邓女士寻求理赔至今未果。邓女士认为“渤海财险湖南分公司查勘理赔混乱,不但推诿责任,态度也很傲慢”。

接到投诉后,记者先后两次致电渤海财险湖南分公司总经理唐海波提出采访,唐以“在开会”和“在外出差”为由,称今后再联系。该公司客服部经理则在给记者的短信中称存在“误解”。

20日,邓女士已经将投诉材料递交给湖南保监局有关部门。本报记者将对后续进展给予持续关注。

■记者 刘永涛

互动

亲爱的读者,您在投保和理赔过程中有怎样的困惑与遭遇?欢迎拨打三湘都市报电话0731-84326299或13787127393与我们联系。

经济信息

科龙“惟爱思”新婚变频空调浪漫上市

3月20日,第十届中国家电博览会在上海浦东新区新国际博览中心开幕,国内外各大家电厂商携核心技术和明星产品齐聚亮相。科龙在展会上举办盛大LOGO升级暨新品上市发布会,宣告全系统升级,从视觉印象到品质感受,全方位向世界展示最时尚、最尖端、最国际的映像。被誉为“传世之作”的科龙新婚变频空调“惟爱思”系列产品在一对新人的携手下梦幻亮相,证实了这一切。

一个别致的独立展台吸引了在场观众和媒体的注意,烟红帷幕遮蔽,音乐徐徐,一对新人在此幸福相依。帷幕缓缓展开,

“惟爱思”——科龙空调2012旗舰产品,在新人的求婚之中梦幻上映,满足了人们对科龙“惟爱思”的一切幻想。“惟爱思”是专为浪漫婚姻所定制的一款产品,由烟熏红和冰玉白两种颜色诠释,其中,烟熏红象征着激情、永恒,冰玉白象征纯洁、梦幻,将爱情里独一无二的永恒愿景渗透到了设计的每一个细节。从科龙技术人员处得知,烟熏红的影印磨砂和冰玉白面板都是业内首创,同时,搭载科龙最核心科技——“DDF双核双控系统”,让这款空调毫无疑问成为人文、艺术和科技综合实力的最强者。

“十年来,科龙消化掉了那些关于荣誉的抱负,科龙的理念已经从技术超越升级到艺术再造,偏执追求与众不同的华丽。此次大举颠覆和科龙品牌有关的每一个细节,让我们能够甩开过去辉煌造成的羁绊,未来还是属于科龙的。”公司副总裁王志刚博士在发布会上如是说。

“惟爱思”的理念源于日本和式家居设计共有的对于简单和爱的信仰,背后有过无数次的精炼和磨合。婚姻、分享、爱恋、创意还有激情,“惟爱思”即源于这些简单的人文逻辑。科龙产品从双效王、国色天香、中国印象发展到大器天成“惟爱思”,艺术和人文的力量越来越突出,技术实力越来越强大,实际上,在大器天成上市之后,科龙空调已将平凡远远地甩在了身后。



联想智能电视亮相广州 带来三大精彩体验

近日,“联想2012 CES明星产品品鉴会”第二站在广州拉开帷幕。会上,联想面向国内媒体展示了首款智能电视ideatv K91,这是自今年1月国际消费电子展(以下简称CES)上发布以后,联想智能电视首次在国内正式亮相。广州站巡礼之后直到3月29日,联想智能电视还将在深圳、上海和成都等地举办的联想CES获奖产品巡展中展出,辐射全国30个省市,届时当地用户将抢先体验到联想智能电视为用户带来的三类精彩功能体验,包括人性化的人机交互,高品质的家庭定制视频点播,以及开放的高

性能智能应用平台。

首批推出的联想智能电视创新地设计了便捷的“三明治”用户界面。该界面简洁直观地将传统电视节目、在线点播视频和丰富的应用程序三个核心功能并列放置在首页,用户仅通过手势触摸就能轻松实现三大功能的便捷切换,而无需像传统电视一样,繁琐地切换信号源。同时,最新的热门推荐内容会通过云端实现实时推送,并直接呈现在首页上,实现便捷地播放。

联想智能电视针对不同的应用场景为用户提供了最佳的交互方式。比如用语音

进行文字输入和对电视的控制、用带有体感功能的智能遥控器和游戏手柄玩游戏、通过人脸识别登录用户账号等。

除此之外,乐Phone、乐Pad也能变身成为联想智能电视的遥控器,从而实现跨屏操控,以及跨屏的数据访问。

联想智能电视为用户提供了清晰流畅、内容丰富的高品质视频点播体验。通过联想智能电视,用户可以享受到业界最高清晰度的1080P在线视频,从此告别在高清电视上只能看到普通清晰度在线视频内容的时代。

凭借多种领先技术,联想智能电视为用户创造了最佳观赏体验。联想智能电视可以根据用户家里的网络情况进行带宽的

实时自动识别,并为用户自动选择清晰度最合适的片源,保证流畅的观影体验。联想智能电视还能够实现3秒快速播放和断点续播,用户可以选择在影片任意节点开始播放,并且影片缓冲的时间也大幅减少。

