

互联网保险“高收益”其实“不保险”



近期,多家保险公司通过网销渠道推出高收益的理财产品吸引投资者眼球,高收益理财类保险产品受到市场青睐。如近期某险企推出的一款理财产品,其预期收益率高达7.12%,产品发售当天即被抢购一空。

业内人士指出,不排除有险企可能出于市场推广策略而“赔钱赚吆喝”,也有部分险企以此作为宣传噱头,市民在购买前需擦亮双眼。



现象 互联网保险市场风起云涌

在今年的“双十一”购物狂欢节中,保险产品异军突起,成绩十分亮眼。据淘宝官方统计,淘宝理财在“双十一”当天成交额9.08亿元。在这当中,万能险可谓是扛下了保险成交的大旗,在双十一中万能险的成交额接近7亿元,更诞生了销售过亿的保险理财单品。

除了万能险以外,运费险、车险和各种另类险也受到了青睐。尤其是退货运费险,尽管并不是在台前销售,但其隐藏在幕后的实力亦不容小觑。在双十一当日,运费险投保就超过1.5亿笔。另外,有近3500名车主在双十一当日投保车险。而中国平安的“脱光险”、东吴人寿的“爱情保险”也在当日赚足了眼球。

双十一结束后,网销保险的热度依然没有减退,“三马”联手的众安保险12月5日正式

上线。这款名为“众宝乐”的产品主要针对卖家的信用保证保险,按照期限收取不同费率,半年期费率1.8%,一年期费率为3%。此外,京东商城也于近日联合国寿财险和人保财险两家保险公司推出退换货运费险,颇有与淘宝的退货运费险叫板之意。进入12月,各保险公司就开始炒作“双十二”的噱头,现在就挂出了高收益保险产品,有的预期综合收益率超过7%,如华夏保险的摇钱树A理财产品预期综合年化收益率就高达7.1%。

网销保险的高收益之风仍在继续,市民对网销保险产品的追捧仍高烧不退,而各家险企也纷纷加大对网销保险的投入。“网销渠道对保险业是一个创新渠道,网络群体对保险有极大的潜在需求,而异类产品和理财类产品正是迎合了这部分需求。”

解读 收益没有宣传的那么高,多有风险

趁着互联网金融的兴起,保险业用“高收益”和“另类”的标签吸引了不少投资者。但记者仔细查询后发现,所谓的高收益率往往是一个综合的收益率,由产品的预期收益率和送的集分宝积分构成。若仅就产品本身的预期收益率而言,网销保险与银行在售的理财产品预期收益率并没有太大的差别。

长沙一保险公司的刘先生告诉记者,“目前网上销售的高收益理财产品多为万能险产品,这些产品事实上存在误导之嫌,险企对其高收益的宣传相当于打擦边球的做法。”他还向记者透露,此类产品所标榜的高收益率是预期收益率,而万能险的收益率往往具有不确定性,很多时候高收益只是拿过往万能险比较好的业绩来进行宣传,具有不确定性。但保险公司作为产品的销售方,并

没有向消费者进行相关的说明和提示。且这类产品的资金通常要一年或两年后才能取回。若提前取回,需要收取一定比例的手续费,部分产品的保底利率甚至仅有2.5%。因此,这些网销高收益保险其实并不“保险”。

据记者了解,华夏保险的摇钱树A理财产品,其预期综合年化收益率高达7.1%,不过这7.1%是由其5.5%预期收益率加上送1.6%的集分宝构成的,即1000元起购,每份送1600个集分宝。这款产品前五年最低年保证利率在2.5%,高于2.5%的部分则是浮动收益,具有不确定性。再如合众人寿针对刚刚过去的感恩节推出的好太太步步稳赢保险理财产品,其6.2%的预期综合收益率也是由5%的预期年化收益率和1.2%的集分宝相加而成的。其他网销保险的收益率情况也大多如此。

提示

可短期持有 不适合长期投资

“短期可以占保险公司的营销便宜,长期持有网销理财保险不靠谱。”中国银行湖南省分行理财顾问陈国佳认为,当前网销高收益理财保险只是为了吸引投资者的短期营销策略,而不是保险公司真实投资回报能力的体现。他建议,当保险公司调整结算利率时,投资者也要及时调整自己的投资策略。

陈国佳还表示,目前网络热销的理财保险其本质都是万能型的寿险产品,这些产品为了在网上热销方便,都会大幅减免初始费用、保单管理费、风险保费,把保障降到最低,并且为了约束投保人退出,设置了一定时间的退出门槛,也就是说,在约定时间内退出会收一定的手续费。这样,此类保险理财产品跟保险保障就没太大关系了。

长沙保险专家肖先生提醒普通投资者,在做投资理财的时候,应当将保障和追求收益的投资相分离。拿一部分资金去购买保障性较高的保险产品,再将另一部分资金去做基金定投等收益较高的投资。而诸如分红险这类保险,其高收益往往只针对保险中的现金价值部分,而另一部分则被保险公司收取了,因此实际的收益率并不会宣传的那么高,这类产品并不具备高收益的同时保障性又比较低,并不适合普通人。

肖先生还提醒,还有些产品网上投保后需要消费者短信或电话激活账户才能成功投保,网民在购买前最好仔细阅读产品的各项条款,了解清楚产品的性质、后续理赔服务的流程和保单的有效期、缴费情况等。此外,通过互联网较适宜购买意外险、短期旅行险等简单的险种,网上购买即时、便捷、快速成功承保。但对于较为复杂的理财险、健康险和养老保险等,建议消费者还是咨询有经验的专业保险代理人。

■三湘华声全媒体记者 梁兴

聚宝盆

光大银行

购买日期:12月5日
起购金额:5万
期限:54天
预期收益(年化):6.0%

起购金额:10万
期限:98天
预期收益(年化):5.6%

建设银行

产品名称:乾元共享
购买日期:12月5日~12月8日

起购金额:10万
期限:182天
预期收益(年化):5.65%

兴业银行

产品名称:天天万利宝
购买日期:12月5日~12月9日
起购金额:5万,20万
期限:79天
预期收益(年化):5.85%

民生银行

产品名称:非凡资产管理

购买日期:12月5日
起购金额:20万
期限:182天
预期收益(年化):5.75%

■通讯员 钟海 魏锐
成晶晶 赵书生
三湘华声全媒体
记者 刘永涛 梁兴

招商银行

产品名称:招银进宝
购买日期:12月5日
起购金额:5万
期限:56天
预期收益(年化):5.4%

浦发银行

产品名称:共享盈计划
购买日期:12月5日~12月9日
起购金额:5万
期限:364天
预期收益(年化):5.7%

中国银行

产品名称:中银稳富
购买日期:12月5日



更多金融资讯,欢迎扫一扫

资讯

秀出你的创意 步步高送“土豪金”

12月4日,记者从步步高电子商务有限责任公司获悉,该公司计划于12月5日启动创意广告语有奖征集活动,参与者创意一经采纳,便将获得iPhone5S“土豪金”一台。

12月3日,步步高集团发布公告称,为实现线上线下融合的O2O商业模式,公司拟以自有资金出资1亿元,设立全资子公司步步高电子商务有限责任公司,正式进军电商行业。目前,步步高电商已拥有上千品牌合作商,在线商品涵盖粮油生鲜、食品饮料、进口食品、个人护理等12大品类。

“未来2到3年,我们将力争实现消费者在步步高电商平台上的所有商品可选择任一步步高门店提货,或

者选择送货上门,湖南范围内4小时到货。”步步高电子商务有限责任公司CEO李锡春表示,步步高电商将为消费者提供全渠道、全业态、全品类的O2O双线零售的全新服务。

据了解,此次步步高电商广告语征集活动要求语言简练、活泼生动、易于传播。此次活动将一直持续到12月15日,获奖方案将于12月18日通过公众微信平台“步步高商城”进行公布。“评选出来的最佳方案,将获得‘土豪金’一台,另外还将选出3种入围方案,奖励1000元步步高商务卡,以及100名参与奖,各奖励20元电子购物券。”相关负责人介绍。

■三湘华声全媒体记者 朱蓉