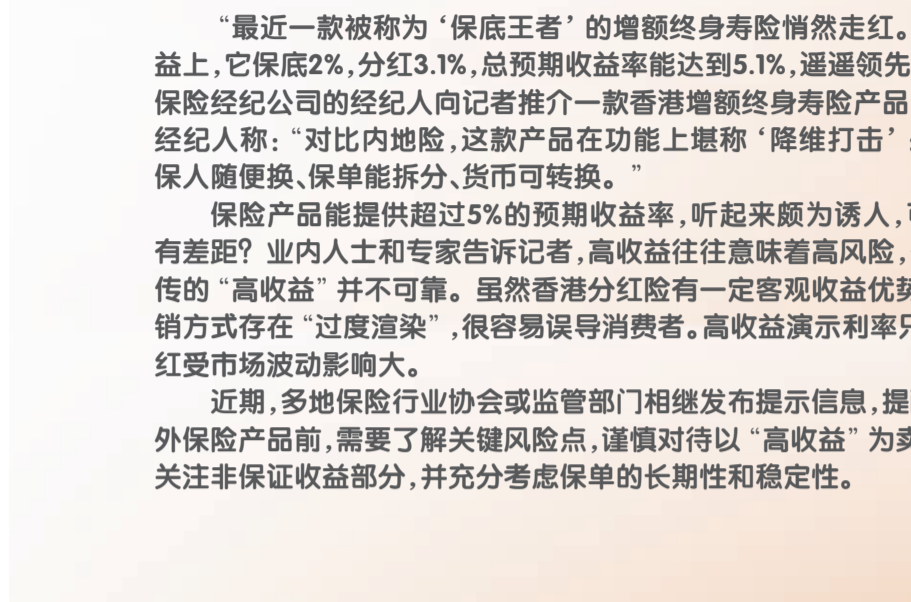


以“高收益”为卖点销售保险 是否存在“画饼”陷阱



视觉中国图片

“最近一款被称为‘保底王者’的增额终身寿险悄然走红。对比内地险,在收益上,它保底2%,分红3.1%,总预期收益率能达到5.1%,遥遥领先。”近日,深圳一家保险经纪公司的经纪人向记者推介一款香港增额终身寿险产品时如此描述。这位经纪人称:“对比内地险,这款产品在功能上堪称‘降维打击’:多货币自由选、被保险人随便换、保单能拆分、货币可转换。”

保险产品能提供超过5%的预期收益率,听起来颇为诱人,可理想与现实会有差距?业内人士和专家告诉记者,高收益往往意味着高风险,一些保险营销中宣传的“高收益”并不可靠。虽然香港分红险有一定客观收益优势,但市场上一些营销方式存在“过度渲染”,很容易误导消费者。高收益演示利率只是预测值,实际分红受市场波动影响大。

近期,多地保险行业协会或监管部门相继发布提示信息,提醒消费者在购买境外保险产品前,需要了解关键风险点,谨慎对待以“高收益”为卖点的投资型产品,关注非保证收益部分,并充分考虑保单的长期性和稳定性。

● 本报记者 薛瑾

根据该经纪人提供给记者的一份年交保费10万元、5年期交的演示保单,第一个到第五个保单年度,保证部分的现金价值分别为10000元、31250元、62400元、130560元、228810元;含分红的总现金价值分别为14000元、32068元、63655元、132271元、244168元。保单的现金价值一般用于储蓄性质的人身险保单中,当年的现金价值指的是当年退保能退回来的金额。

在第八个保单年度,含分红的总现金价值与所缴保费基本持平,这意味着,如

果实际分红完全按照演示情况,在投保后的第八年能回本。如果分红情况不及预期,回本的时间会更长。

记者调研发现,在保险营销过程中,代理人或经纪人常常使用“复利”概念。比如,上述经纪人就表示,产品“总收益复利5.1%”。但记者查阅该演示保单发现,在假设保单一直能按照演示进行分红的前提下,IRR(内部收益率)达到5.1%要等到第98个保单年度,保底部分的2%也要等到第98个保单年度才能达成;第20个

保单年度,IRR仅为4.50%。

业内人士解释称,IRR是测算储蓄型保险产品真实收益最常用的指标,反映的是投资储蓄型保险产品实际获得的年化收益率。若分红实现率有波动,不及演示利率,那么真实收益将会更低。

对外经贸大学保险学院教授王国军对记者表示:“在全球经济不确定性加剧,国际关系风云变幻,汇率波动、利率下行且调整频繁,市场震荡的背景下,高收益往往意味着高风险,港险亦不能例外。港

险宣传的‘高收益’并不可靠。”

“香港保险底层资产可全球配置,美元等外币资产投资渠道多。在美元高息期,其分红险等产品实际投资收益率中枢通常高于内地,收益表现确有吸引力。但高收益演示利率只是预测值,代理人若过度渲染,会让客户产生收益误解。”中国社会科学院保险与经济发展研究中心主任郭金龙说,港险演示利率曾高达7%,但香港保监局发布的新规已要求下调演示利率上限,实际分红受市场波动影响大。

热门商圈变“知识游乐场” 金融机构摆摊教防骗

● 本报记者 陈露

近日,北京金融街购物中心广场人头攒动,一场别开生面的“金融集市”在这里举办,包括银行、保险、证券等在内的28家金融机构在此设置展台,它们通过趣味游戏、有奖问答、知识讲解等方式,让现场群众深入了解金融行业、学习金融知识。该“金融集市”是北京金融监管局等开展的金融教育宣传周活动之一。

9月15日至21日,金融监管总局牵头,联合中国人民银行、中国证监会共同举办金融教育宣传周活动。多地金融监管部门及金融机构积极组织开展金融知识普及,帮助金融消费者和投资者理性选择金融产品,远离虚假宣传、非法中介、非法金融和电信诈骗等活动侵害。

聚焦四方面重点内容

北京金融监管局相关负责人介绍,“金融集市”活动共设置两个会场。其中,金融街购物中心会场在传统展区的基础上,创新策划主题专区、机构展台、视频展播、“金融午市夜市”等特色布置或活动,通过视频展播、节目表演、互动问答、金融夜市等多样化互动环节与特色化节目,提供金融便民服务,增强公众参与感与知识获得感。

据了解,此次金融教育宣传周活动为期一周,以“保障金融权益 助力美好生活”为主题,围绕“为民办实事,提升服务水平;规范营销行为,强化适当性管理;抵制非法中介,维护金融秩序;防范电信诈骗,保护财产安全”等四方面,汇聚政府部门、行业协会、金融机构、社交媒体等多方力量,开展多渠道、多形式、分人群、有侧重的金融教育宣传。

多地金融监管部门积极部署,以多种形式开展宣教活动。比如,天津金融监管局通过漫画、长图、短视频等开展“以案说险”风险提示,提升金融消费者和投资者风险防范意识和能力;河南金融监管局联合省农业农村厅开展惠农政策普及活动,联合省公安厅开展金融安全进万家活动,联合团省委、少工委面向青少年开设“校园+线上+行业+社会”四个课堂,讲好“开学第一课”。

防范“黑灰产”侵害

此次金融教育宣传周活动的重点内容之一为提示提醒防范互联网金融贷款乱象、金融领域“黑灰产”侵害。在金融教育宣传周启动当天,金融监管总局、公安部联合发布第一批金融领域“黑灰产”违法犯罪典型案例,包括宁某等人包装“职业背债人”实施贷款诈骗、信用卡诈骗罪案;林某某、马某某等人以“代理退保”名义实施敲诈勒索案。

针对“债务优化”“职业背债”“保单升级”“退保保新”等陷阱,多地金融监管部门发布风险提示,向金融消费者揭示相关陷阱套路,提示消费者选择正规渠道办理业务,遇到问题时通过正规渠道解决纠纷,防范非法中介侵害,依法理性维护自身正当权益。

比如,江西省公安厅、江西金融监管局提示,消费者要根据自身金融服务需求,通过正规金融机构办理金融业务,可通过监管部门官方网站查询相关许可证信息,审慎判断相关经营主体是否具备金融业务资质;可通过微信小程序“金融产品查询平台”,金融机构官网、官方App或拨打官方客服热线验证产品真实性。

构建立体宣教矩阵

多家金融机构创新宣教模式,形成了多维度、广覆盖的“线上+线下”立体宣传矩阵。

在线上,平安人寿、友邦人寿、人保寿险等多家保险公司推出“高管讲消保”等专栏,以公司高管亲自发声的形式,围绕与金融消费者切身利益相关的热点话题,向消费者普及金融知识。

在线下,中国人寿全面推进进社区、进农村、进企业、进校园、进商圈的“五进入”宣传行动,根据不同金融服务场景定制专属宣传方案;农银人寿充分利用社区“网格化”管理等多种方式,开展“风险提示送上门”行动,让金融安全融入百姓生活,创新推出NFC互动工具“浓情好服务 碰碰更贴心”,让消保专区金融知识触手可及。

金融监管总局副局长付万军在金融教育宣传周启动仪式上表示,下一阶段,金融监管总局将按照“贴近实际,贴近生活,贴近群众”的原则,推动金融宣教再往前端走一些、离消费者更近一些,逐步构建起消费场景全覆盖、传播渠道全覆盖、受众群体全覆盖的宣传教育格局。

业内人士表示,驱动保险代理人和经纪人以“高收益”为卖点力推香港保险的原因,既与两地市场的“产品利率差”有关,又与佣金水平有关。

郭金龙认为,内地寿险预定利率下降与“报行合一”落地,让佣金明显下滑,而香港保险代理人销售长期寿险佣金率能达到45%左右,经纪人佣金水平更高。在高佣金诱惑下,业务员有可能夸大高收益特征,来吸引客户购买港险。

“消费者应搞清楚自己买港险的目的。”王国军说,“如果是保障,现在很

多香港市民购买内地的重疾险、医疗险,其性价比其实更高,而且监管更透明;如果是资产配置,保险本身不是帮客户赚钱的,汇率风险、法律风险和信用风险绝对不能忽视。消费者应根据自己的目标和需求,研究产品条款、费用结构、退保规则,以及汇率走势,从而做出正确的选择。”

对于港险及境外保险配置,郭金龙表示,消费者要充分了解其风险特性:境外保单不受内地法律保护,一旦发生纠纷,维权成本高昂。港险多以外币计价,在漫长的保单周期里,汇率波动会使

最终人民币收益有变数。个人赴境外购买投资返还分红类保险属外汇管制范畴,若外汇政策收紧,保费续缴可能遇阻。港险前期退保现金价值极低,退保损失极大。

郭金龙建议,消费者要基于真实需求与能力配置,若有外币使用、多元资产配置、境外资产传承等需求,且有足够的风险承受力和对产品长期波动的耐心,在遵守相关法规的前提下,可考虑购买港险。同时要全面评估自己长期的外币支付能力,避免因汇率波动和政策变化,让自己在保费缴纳上陷入困境。

律差异化显著等。

“个人赴境外购买人寿保险和投资返还分红类保险,属于金融和资本项下的交易,是现行的外汇管理政策未开放项目,存在政策风险。”江苏省保险行业协会提示称,境外保单收益可能涉及跨境税务申报义务,如未合规申报将面临法律责任。

该协会提醒,消费者应充分考虑保单的长期性和稳定性,谨慎对待以“高收益”为卖点的投资型产品,认真评估自身保障需求。仔细对比同类产品在保障范

围、免责条款、现金价值等方面的差异,特别关注非保证收益部分。评估自身外币资产配置和汇率风险承受能力,避免因外汇政策变化导致保单失效。妥善保管投保文件、付款凭证等资料,定期直接向保险公司确认保单状态,避免中介挪用保费。

此前,河北金融监管局也发布风险提示称,投保境外保险产品存在汇率或外汇政策变化、保单收益不确定、理赔成本高、维权难度大等诸多风险,消费者应高度警惕,谨慎对待以“高收益”为卖点的投资型产品。

财,从而使得该行在负债端成本控制方面具备优势。”曾刚说。

存款定价趋于理性

得益于资产端客户下沉与数字化赋能等因素,尽管民营银行的负债成本普遍较高,其净息差水平仍显著高于其他类型的商业银行。然而,最新数据显示,民营银行的净息差降幅在所有银行类别中居首位。

根据国家金融监督管理总局公布的数据,2025年二季度,商业银行净息差为1.42%,较一季度下降0.01个百分点。其中,民营银行的净息差降幅最大,二季度民营银行净息差为3.91%,相较一季度下降0.04个百分点。

业内人士认为,当前民营银行难以找到充足的高收益资产来匹配负债,这也在倒逼其存款定价趋向理性化。

针对揽储压力加大的问题,曾刚认为,民营银行可尝试打造开放银行生态,与更多第三方平台合作,拓展获客渠道;加强个人理财、财富管理的产品创新,提供差异化解决方案,增强客户黏性。

利率超2%大额存单额度告急 转让市场交易活跃

● 本报记者 李静

当前,银行存款利率普遍降至2%以下。记者发现,华瑞银行、网商银行等民营银行仍可提供利率超2%的大额存单。总体来看,此类高息产品不仅额度紧张、销售迅速,在“二手”市场中也备受青睐。

较为抢手

华瑞银行微信小程序显示,有一款24个月期大额存单利率达2.35%,持有满30天可转让,单笔起购金额20万元,累计购买限额2000万元,但仅限上海地区客户购买,且标注为“额度告急”。该行另有一款18个月期大额存单,利率为2.15%。此外,华瑞银行3年期定期存款利率同样为2.35%,起存金额仅为50元。

苏商银行微信小程序显示,2年期大额存单利率为2.1%,20万元起存,买入7日后可发起转让,且为限量发行。

记者发现,在利率方面,多家银行的大额存单产品相较其他存款产品已无明显优势。某银行客户经理表示,目前大额

存单的优势主要在于可转让、期限灵活,高利率大额存单通常较为抢手,流动性较强。例如,苏商银行表示,根据历史数据,其利率为2.1%的大额存单,单笔不超过50万元的转让申请,两小时内成功率达95%。

此外,记者注意到,网商银行还推出了预约购买转让大额存单服务。具体来说,投资者可设定大额存单折算年利率下限和剩余期限范围,系统将根据预约购买金额自动买入一笔或多笔符合设置条件的大额存单。

揽储压力加大

民营银行的存款利率普遍高于传统银行,但近年来受连续降息影响,民营银行的利率优势正逐步减弱。

事实上,受限于物理网点少、缺乏品牌影响力等不利因素,多数民营银行长期面临较大的获客与揽储压力。上海金融与发展实验室首席专家、主任曾刚表示,维持相对较高的存款利率成为这类银行吸收存款的主要手段,虽然它们也在逐步下调存款利率,但利率水平仍普遍高于其他

类型银行。

某民营银行人士告诉记者,近年来连续降息显著加大了该行的揽储压力。“客户选择在我行存款主要看重较高的利率水平,所以我们的客户普遍对利率高度敏感。随着存款利率持续下调,我行与传统银行的存款利差不断收窄,原有的利率优势正在逐渐减弱,客户也在流失。”该民营银行人士说。

值得一提的是,民营银行之间的存款利率呈现出较为明显的分化态势。以微众银行为例,作为头部民营银行,其存款利率已处于较低水平,与国有大行基本相当。曾刚认为,这种差异主要源于各家民营银行不同的经营模式。

作为民营银行的领军者,微众银行和网商银行均凭借各自独特的生态体系打造出竞争优势。“微众银行依托微信庞大的用户基础,不仅积累了可观的储户规模,还形成了较强的用户黏性。这使得该行在存款定价策略上更具灵活性,即使设定较低的存款利率,仍能通过庞大的理财业务保持较高的资产管理规模(AUM)。也就是说,客户资金可能从存款转向理