

4.

高增长背后更需线上线下融合

除了覆盖传统保险产品外，互联网保险产品更加活泼多元，更能够迎合年轻受众的需求，诸如天气险、吃货险等。

一位保险业内人士分析说，互联网保险首先是信息透明，客户能比较分析不同保险产品的优劣势，满足个性化需求；其次线上保险直接面向客户，没有中间费用，比线下保险便宜实惠；互联网保险还实现了线上投保、咨询、查询、理赔等环节，方便快捷，客户体验好。

这些原因促使了互联网保险的爆发式发展。

中保协披露的最新寿险网销数据显示，今年1至10月，互联网人身保险累计规模保费已高达1466.3亿元，逼近去年全年保费，投保次数超过2亿次，其中健康险投保次数位居前列，特别是互联网重疾险深受保民追捧。

虽然意外险的保费收入仅占互联网人身保险保费收入的1.3%，但从承保件数看占人身保险公司互联网保险业务承保件数的比例高达

66.9%。

来自蚂蚁金服的最新数据也显示，今年双11当天，蚂蚁金服就销售出6亿笔保单，平均每分钟41万单。2016年的“双11”，9家保险公司在蚂蚁保险平台上保额在一天内达到224亿元之巨。

目前，传统保险公司、互联网企业都在争相进入这一领域。中国保险行业协会预测，未来5年，国内互联网保险将有1.75万亿的潜在市场，较2015年有7倍多的增长空间。

宁波市金融研究

院副院长滕帆认为，在互联网保险呈爆发式增长的同时，也应看到支撑互联网保险的大数据技术发展还不成熟，信息安全若得不到有效保障，将有可能导致业务数据和客户信息丢失、泄露等风险。

而且，当前互联网与保险业的融合浮于表面。一些保险公司将线下产品搬到线上销售，尚未深入到商业模式层面。特别是市民主动购买10年或者20年的长期保障产品，还有待突破。



适合的才是最划算的

大头菜前一阵看到一个网络段子，说贵的东西你买了以后发现只有一个缺点，那就是贵；便宜的东西你买了以后会发现只有一个优点，那就是便宜。当然，贵不一定好。正像便宜的也不一定划算一样。大头菜以为，适合自己的才是最划算的。

贵和便宜只是价格的外在表现，而价格是商品统一制定的，但是商品对于你而言的价值，却是跟你的需要息息相关。

比如说起保险这个事，还真不能用价格来做一个尺子，轻易地下论断，买哪个划算。因为工作的关系，大头菜跟保险行业打了十几年交道，所以身边也经常会有朋友来问，买什么保险好。大头菜都不忘加上一句，要看哪个适合你。

拿最近比较热门的互联网保险来说，似乎是以投保的便捷性和价格的实惠性来占领阵地的。大头菜的理解是，这类保险其实是切中了一部分客户的需要，而并不是仅仅以价格来取胜的。

拿健康险来说，互联网上销售的主要是消费型健康险，这类保险通常能以较低的保费换取较高的保额。但是保险期满，没有费用返还。而我们传统的由业务员推广的健康类保险，则往往附加有储蓄或者分红等理财功能，有些是期满没有赔付，可以返还一定金额（通常是本金×一定系数），有些则有分红，有的与投资账户相关连。不过这类的保险费用会比消费型健康险高出不少，但承保期限会比较长。大头菜的理解是，消费型的健康险比较适合参加工作不久的年轻上班族，收入有限，支出不小，同时对保险的需求比较强。这个时期比较适合选择低保费高保障的险种。互联网上的消费型健康险，一般期限比较短，期满后要记得

及时续保。随着年龄与收入的增长，成家以后的中青年时期，你是整个家庭的顶梁柱，上有老，下有小，还要供房养车，这个时候追加健康险额度的话，可以考虑那些期限长，兼有储蓄功能的险种。如果已经跻身高净值人群，可以考虑分红险、投资险。这些险种保险支出比较高，如果说收入达不到一定程度，保费支出会形成沉重的负担，中途退保又会形成损失。而中年到退休前，这段时间收入稳定，经济条件还在上升，但身体却在走下坡路，条件允许的话，可以选择一些保终身的健康险，这种保险当然会比短期的产品或者定期（一般为二三十年）的产品保费要贵。这个时候为什么要选贵一点的产品？因为超过一定年纪，很难买到健康险产品了。但是年纪越大，对于健康风险的管理却越为重要。比如退休后是重大疾病发病率的高峰，但到了这个年纪想买保险的话很不容易，针对这个年龄段的人，普通的重疾险要么没法买，要么保费太贵。但是在这之前已经投保了终身健康险的话，就不需要担心这个了。

所以选择保险不是一个简单地比价格的过程，一面要结合自身理财的规划，一面更要结合现实的因素，比如保费要考虑到自己的收入水平，保额要考虑自己在家庭中承担责任的大小，承保范围是否涵盖了自己的需要，还有年龄大小、身体状况、工作性质等其他因素。

适合自己的保险产品才能带来你所需要的保障。所以在选择之前，分析一下自己的状况，搞清楚自己的需求点，才是最重要的。业务员或者理财师的建议值得参考，网上的各类分析看起来也头头是道，不过记住，买单的是你自己哦。 周静

5.

网络互助、售后模式最受争议

最近，市民陈女士向朋友推荐的一个互联网保险平台就受到了一些人的质疑。陈女士在我市一事业单位上班，同时兼职卖互联网保险。与传统保险营销员需奔波、游说不同，利用互联网平台，陈女士在网上卖保险就容易多了，而且无需门槛。

她向记者展示的是一个利用微信开展的互联网保险平台，利用这个平台，人人都可以做保险营销员，而且返佣高。平台主打一款据说是“完胜香港保险的国家级重疾险”。

“你看我已经成功邀请了6个好友下单，根据投保期限不同，佣金不同，时间越长，佣金越高。”陈女士边操作着手机边向记者介绍说：“如果推荐20年交

费期的保费，可以获得的佣金最高，为首期保费的45%的现金奖励。”记者看到，页面详细记录了陈女士成功推荐购买好友的名字等信息，除了现金奖励外，邀请好友下单或者邀请好友注册，均能获得一定的积分奖励。

但让陈女士困惑的是，最近推荐购买的一个好友要退保了，这就涉及到她已经拿到手的佣金。但在这个平台上，并没有关于退保的情况说明。由于这个产品是由一家保险公司总部推出的，陈女士只能和总部联系解决。

陈女士的一个朋友提醒她，今后还有不少问题需要她解决：现在推荐的都是一些好友，就算有问题，大家碍于面子也就算了，但是随

着用户的增加，一旦发生纠纷，在宁波没有相应的处理机构，只能找陈女士解决。

需要注意的是，在各路资本竞相布局互联网保险的同时，各种带着互联网色彩的保险组织模式、产品开发模式、营销模式等纷至沓来，吸引市场和公众的广泛关注，但存在无资质经营和经营行为不规范等各类隐患。

如用户花9元成为会员，180天或更长观察期之后，一旦患上癌症等重大疾病，就能够享受最高30万元的赔付权利——此前，这种网络互助计划正在越来越受到年轻一代的欢迎。但因目前大部分“互助计划”的经营主体并不具备合法的相互保险经营资质，且易诱发金融

提醒

真假

买货真价实保险还需“三看”

保险监管部门表示，如何通过正规合法网站，买到货真价实的互联网保险产品，需要社会公众加以区分判断，辨别互联网渠道所售产品真伪，要做到“三看”。

首先看渠道。消费者要注意从正规渠道购买互联网保险产品。保险公司的官方

网站、保险专业中介机构经营的保险网上商城以及保险公司合作的第三方网络平台，如一些知名购物、旅游网站等，都为消费者提供保险服务。

其次看资格。销售互联网保险产品需要具备相应的销售资格。直接开展承保、

理赔、客户服务等保险经营行为的机构，如保险网上商城，应当有保险业务经营或代理资格；为保险公司提供网络支持服务的各类网站，会在网页上披露合作的保险机构信息，同样，保险机构官网也可查询到合作网站的信息，以便相互印证。

最后看产品。消费者在网上购买保险时，要注意甄别所购保险产品真伪。要认真阅读保险条款，充分了解保险产品的保障范围和免责范围，谨慎购买承诺高收益的产品，防范不法分子以高额回报为诱饵、假借保险名义推销非保险金融产品。