



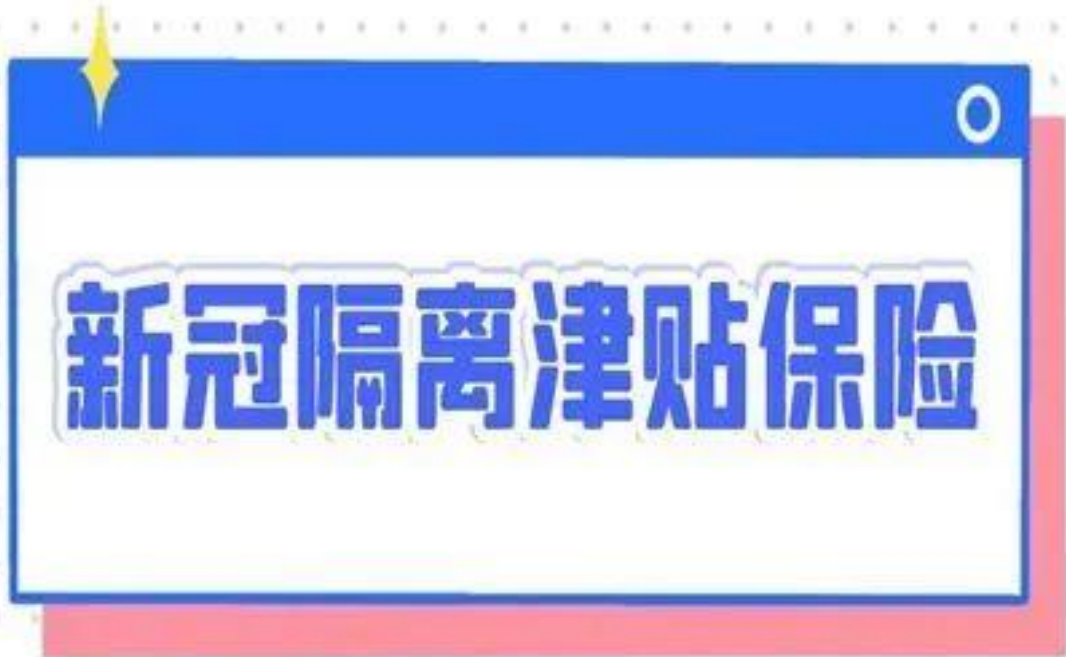
谭浩俊：“隔离险”信息不透明，保险公司不带这样玩



文/新浪财经意见领袖专栏作家 谭浩俊

“59 元防疫险，居家隔离 1 天能领 200 元，一杯奶茶钱保障一年！”

新冠疫情暴发后，有保险公司顺应市场变化及客户需求，推出了一些新险种，其中就包括因疫情防控政策而强制隔离的津贴，也就是“隔离险”。



新冠隔离津贴保险

如果仅就“隔离险”三个字来看，这个险种的设计，确实很有意义，能让广大居民面对疫情感受一丝温暖。至少，在疫情没有得到全面控制的情况下，有这样一个新险种，对广大居民来说，无疑多了一种选择。即便没有发生疫情，没有被隔离，59 元也不是多大的损失。更何况，没有问题才是最优选择。如果能用 59 元“买”一个不被隔离，该是多好的事。

问题的关键在于，保险公司设计的这个新险种，必须是真正的民生产

品、关爱产品，能够给投保人带来实实在在的利益。可从目前的实际情况来看，这家保险公司推出的“隔离险，似乎并不“厚道”，投保人要想获得“赔付”，并不是一件容易的事，很多前置条件，在投保时，保险公司根本没有告知，而是在投保人申请理赔时才被告知，次密接、非自费、居家隔离、境外回国、全域管控均不在赔付范围内。如此一来，所谓的“隔离险”，就更像是一个陷阱，像是用这样的噱头诱骗居民购买。

保险公司设计的保险产品，不站在投保人的角度考虑问题，不是想帮助投保人增加一份保障，而完全是为了保险公司自己赚钱和扩大业务，这样的保险公司，会被广大居民用脚投票的。要知道，就算在“隔离险”上赚到一些利益、扩大一些业务，却因为行为不规范、产品不透明，没有如实向投保人讲清楚产品的前置条件，导致投保人利益得不到维护，就会失去投保人的信任。特别是老客户，会因为这一产品的推出，选择其他保险公司。对这家保险公司来说，毫无疑问，失去的利益一定远大于得到的利益。

需要注意的是，这几种情况是不赔的：

- ①生效前，已经在中高风险或全域封闭管理地区；
- ②不遵守防疫规定，主动去中高风险地区或全域封闭管理地区；
- ③已经确诊、疑似确诊、密切接触者、被隔离中；
- ④当地政府要求的，来自非中高风险地区人员的返乡/探亲人员的集中/居家隔离。

要知道，对保险公司来说，最根本的一点，就是信用，用信用给保险

产品背书，用信用获得广大居民的认可，用信用积累公司的客户。失去了信用，也就失去了信任，失去了市场。为什么有的保险公司业务做得好，有的保险公司业务做得差，有的保险公司市场形象好，有的保险公司市场形象差，关键就在信用，在于客户对保险公司的信任。自然。其所设计的保险产品，就容易被广大居民接受。

为什么过去相当一段时间，广大居民对保险公司将信将疑，甚至有很多好的保险产品，广大居民也不认可。即便现在，有些居民仍然不相信保险产品，不相信保险公司，就是因为保险公司推出的某些产品，存在这样或那样的陷阱，让投保人无法全面了解保险产品的真实面目，无法弄清楚保险产品到底好在哪、问题在哪，从而做出合理选择。

实际上，除这家保险公司推出的“隔离险”外，很多保险公司推出的“大病险”等产品，也常常出现类似现象，从而让投保人觉得上当受骗。一旦广大居民对保险公司的信用失去了信心和信任，那么，就会对保险产品失去信心，保险公司要想继续留住客户，难度就会越来越大，甚至会让他们成为保险公司负面广告的宣传者。

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_36473

