

“隔离1天补贴1000元,居家躺着赚钱。”“花9块9买个安心。”听起来是不是很动心——

# “隔离险”葫芦里装着什么药?

在新冠肺炎疫情背景下,一种俗称“隔离险”的保险产品,以保费低、保额高、易投保等作为营销卖点,在网络上不断升温,受到消费者青睐。“隔离险”真像宣传的那么靠谱吗?会不会暗藏风险?

## “隔离险”热销,低保高赔成营销利器

疫情之下,一些居民因为防控要求,需要居家隔离或者集中隔离。由于隔离风险的存在,“隔离险”的受关注度越来越高,有的第三方保险平台月均投保超过6万件。

“隔离险来一份,人家被隔离是焦虑,你被隔离是赚钱。”“59元买的隔离险,居家隔离期间赔了2800元!”……记者在不少社交平台上都看到了此类与“隔离险”有关的信息推介。

记者看到,互联网平台上推荐的“隔离险”,投保门槛较低,保费有的仅需9.9元,大多也只需数十元。保障时间方面,有的几十天,有的长达1年,被保险人在保险期间被隔离,可以每天获得几百元至1000不等的赔偿。此类保险往往同时保障确诊、意外伤害等情况。

在一些旅游出行平台上,乘客在购买机票或者火车票时也会被提醒是否购买“隔离险”。

业内人士表示,从本质上来看,市面上常见的“隔离险”都是一年期以内的意外险附加一定的隔离责任。

清华大学五道口金融学院中国保险与养老金研究中心研究总监朱俊生表示,疫情之下,保险公司能够根据消费者的需要开发相应的产品,具有积极意义。“隔离险”热销,是因为消费者保险意识越来越强,希望有更好的风险保障。

记者调查发现,随着销售规模不断扩大,“隔离险”产品出现了价格恶性竞争的苗头。你卖19.9元,我就卖9.9元,有的公司甚至推出了4元的产品。

## 好销路背后有“套路”,理赔难被吐槽

目前市面上的“隔离险”看起来很美,似乎被隔离了就能获赔,但实际情况是这样吗?

记者在一些网络投诉平台上看到不少关于“隔离险”的投诉,其中理赔难以及购买机票、火车票被强行搭售等成为投诉重点。

保险公司和一些营销人员在推销“隔离险”时,往往将“隔离获赔”作为最大卖点进行宣传,却对产品的各种限制条件淡化处理。

记者注意到,在腾讯微保平台上销售的大地产险的一款“隔离险”产品,其产品销售页面上“隔离200元/天”被用粗体大字标识,非常显眼,但一些“免责事项”字体却很

小。仔细阅读这款产品的条款发现,被集中隔离但未自费支付隔离费用、居家隔离等情况都不在给付责任范围内。

一名保险公司人士告诉记者,在各地的防疫政策中,密接集中隔离是免费隔离,“隔离险”将免费隔离、居家隔离等列为免赔责任的话,意味着消费者投保了“隔离险”也无法获赔,保险就失去了意义。

记者梳理发现,市场上在售的“隔离险”大多在宣传时突出所谓低保费、高保额特点,理赔的种种限制条件却隐藏在销售页面“查看更多”下的《投保须知及声明》和《保险条款》中,消费者若不仔细查看,很容易忽视。

在一些消费者看来,“隔离险”的推出是好事,可以在疫情期间获得更多保障。但从产品宣传和理赔情况来看,一些保险公司有些走偏了,应该把心思更多花在做足保障和做好服务上。

## 强化监管保险行业,保护消费者权益

一些保险从业人员表示,保险公司从稳健经营出发为保险产品设置免责条款是可以理解的,但应按法律要求做出足以引起投保人注意的提示。如果在产品宣传销售时刻意淡化或隐藏免责条款,容易导致销售误导,引发理赔纠纷。“这是保险业的老问题了,该好好整顿一下了。”

专家表示,保险公司在设置免责条款时,内容要细致准确,让消费者一看就懂。在投保流程设计上,无论是纸质保单还是手机投保,对需要重点提示的关键信息,要在显眼位置提示。

慧择寿险商品中心总经理王寅建议,消费者在购买保险产品时要认真查看保险条款,注重查看条款对被保险人的限定和要求,确保自己满足投保规则。同时,仔细阅读免责条款,有不明白的可以要求销售人员解释说明。

对于一些“隔离险”产品在定价方面出现的随意性,记者了解到,主要原因在于缺乏经验数据积累,精算定价基础不足。

针对保险行业问题,近年来监管部门采取多项措施,重点之一就是严查产品开发设计严重缺乏经验数据基础,追求营销效果,炒噱头、蹭热点等。

受访人士表示,要强化监管,对行业在售的“隔离险”产品的合法合规情况进行全面核查清理,重点查处违法违规及严重侵害消费者合法权益的行为,引导保险公司回归保障本源,强化合规经营意识,提升产品开发管理水平。

新华社记者谭谔晓 王淑娟



「虎」元素  
点缀西班牙马德里

西班牙马德里市政府每年都会邀请艺术家设计一款生肖海报,用以装饰街道,迎接中国春节。图为25日在马德里市中心拍摄的中国春节生肖海报与贺年标语。新华社

## 卡塔尔世界杯12强赛 国足今在东京客场挑战日本队

新华社东京1月26日电 27日,2022年卡塔尔世界杯亚洲区预选赛12强赛B组第七轮,中国男足将在东京客场挑战日本队。

在12强赛还剩四轮的情况下,中国队1胜2平3负积5分排名小组第五,日本队则以4胜2负积12分排名小组第二。

客观来说,在目前积分形势下,中国队晋级卡塔尔世界杯的机会已然不大。如果想尽可能保留出线希望、延续这一线生机,国足将士们需要尽力在日本队身上取分。

在亚洲范围内,日本队的强大毋庸置疑。无论是球队世界排名还是海外球员数量,都要远高于中国队。双方首回

合交手,中国队虽然只是0:1小负,但全场比赛被技术性压倒,没有任何机会。

临近春节,这场万众瞩目的比赛,将是国足新任主教练李霄鹏的首秀。背水一战,面对强敌,压力不可谓不大。但李霄鹏态度非常明确:“一切以保留出线希望为前提制定战术。”言外之意,球队绝不保守,要全力一搏。

足球的魅力就在于一切皆有可能。虽处于绝对下风,但中国队并非完全没有机会。中国队多名球员表示,主教练这几天一直在帮助球队减压。李霄鹏说:“最重要的是让球员们都能正常发挥,剩下的就看临场状态了。”

肖世尧 王子江

## 谨防“抢票神器”成“骗钱套路”

春运大幕已经开启,一些热门方向的车次一票难求,很多平台上的抢票软件再次成为“香饽饽”。需要提醒的是,一些抢票软件套路多、陷阱多,相关方面要加强引导、强化监管,让群众及时买到放心票。

交通运输部综合预测,2022年春运全国将发送旅客11.8亿人次,日均2950万人次,同比增长35.6%,返乡者的购票压力随之增大。

各大平台上,各种“抢票加速”软件层出不穷,号称能“优先出票”,并以“购买加速,成功率翻倍”等宣传语吸引消费者。一些平台还把“抢票加速”服务细分为不同等级,从“低速”到“光速”价格逐步增加。然而,不少人用过以后发现,“加速包”并无用处。

铁路12306也发文指出,消费者使用的“加速包”并不能拥有优先购票权,无论是哪款购票软件都需要在铁路

12306购票系统排队。

各类抢票软件之所以能大行其道,很大程度上是利用了返乡者“即使多花钱也要买到票”的焦虑心理。每逢节假日,朋友圈里“好友助力”抢票泛滥,也是平台所渴望的引流效应。

除了诱导消费的套路多,部分抢票软件还暗藏着风险——消费者一旦注册个人信息并进行网银交易,木马病毒、“网银大盗”等恶意软件就可能悄然进入,给消费者信息和财产等带来风险。

在解决春运购票问题上,铁路部门已推出“候补购票”功能,相关方面要通过各类渠道广而告之,引导群众到正规渠道购票,避免掉入消费陷阱。对涉及虚假宣传、存在安全隐患、扰乱网络购票秩序,甚至触犯法律法规的抢票软件,相关部门应增强监管和打击力度,不让群众掉进“坑”里。

新华社记者覃星星 陈一帆