

舟山一市民网上买保险被“套路”

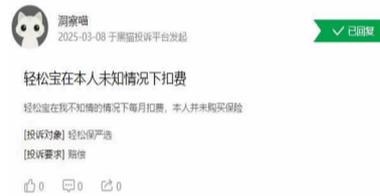
消费者在投保过程中应注意避免“不知不觉被扣费”

□记者 裴驰宇

“0.99元购买人身保险”“点击免费领取健康金”……看到这样的广告，保险意识强的市民难免有点动心。但是，真的点击“0.99元买人身保险”，却被上了“套路”：被隐藏的按钮默认自动续费，第二个月起即被恶意扣取数百元的保险费，要取消还十分困难。

市民李先生近日向记者反映，他就是购买了一款“轻松保严选”保险，原以为只要花0.99元，结果第二个月被扣了325.6元，实在是防不胜防。

记者查询发现，有不少人中了“轻松保严选”的招，投诉累累。而目前对这种网络保险的恶意扣费行为，还缺乏有效的监管。



发现银行扣款记录才知道上了套

市民李先生述说了一桩被网络保险“套路”的郁闷事。上周，李先生的微信收到“轻松保严选”服务号发来的“续费成功通知”，被扣取325.6元。点击一看，微信系统提示“该页面不可查看”：该账号模板消息存在营销违规行为，暂时无法打开此页面。

李先生查了微信、支付宝账单，均找不到这条扣费325.6元的记录。因“轻松保严选”经常发送一些营销信息，起先，李先生认为这条“续费成功通知”也是虚假的。直到他无意打开银行账户明细，发现确实被扣取了325.6元。这才大惊：干小心万小心，还是被莫名其妙扣钱了。

李先生回忆自己被“套路”的过程，是在看到了轻松保严选“0.99元购买人身保险”的推送，点开购买链接，心想花个0.99元也无妨，网页上也没发现有关于“按月自动续费”的按钮，这就付了0.99元买下了。检查微信、支付宝的“支付设置”功能，没有“轻松保严选”的自动续费。不料，却是被很少用的“京东支付”扣费了。

网上投诉累累要退费相当困难

记者根据市民的提示，发现网上关于“轻松保严选”恶意扣费的投诉比较多。

在新浪旗下“黑猫投诉”平台，关于“轻松保严选”的投诉累计达1683条。在3月份的投诉中，均是消费者这样的反映：“本人没有在这个公司买过保险，自2024·9·26开始每月在我不知情的情况下扣款100元左右，至今一共649.56元。”“我没有购买过轻松保的任何产品，可是每个月都在扣我的款。”……

无意之中被扣取几百元，而且还会按月持续扣费，这个漏洞怎么补？李先生说，好不容易打

通了“轻松保”平台的公开电话400-080-6600，要求退保，客服冷冰冰回复：退保申请已提交，但已经生效的保险不能退费。李先生气愤地说，在用户不知情的情况下被自动续费，这是欺诈！在数个多小时后，325.6元总算退回到银行账户里。

“轻松保严选”如此“套路”，有没有部门监管？记者查询有关保险行业的投诉渠道，“12378”金融消费投诉热线电话很难打通；而国家金融监管总局官网上，也找不到网上投诉的相关栏目。

早有监管部门明文禁止此类行为

记者了解到，类似“轻松保严选”这样的恶意扣费行为，早已引起了监管部门的关注。

2021年8月，银保监会曾下发《关于开展互联网保险乱象专项整治工作的通知》，针对互联网保险乱象开展专项整治活动，这其中便提到了套路续费相关问题：保险合同订立过程，特别是网上投保时，网上投保页面设置不规范、不科学，诱导消费者勾选“自动续费”，而后续扣费不提前提醒，也不经客户选择或确认，直接通过系统扣费。

而工信部于2023年发布的信管函26号发布的《关于进一步提升移动互联网应用服务能力》中提到：“采取自动续订、自动续费方式提供服务的，应当征得用户同意，不得默认勾选、强制捆绑开通。在自动续订、自动续费前5日以短信、消息推送等显著方式提醒用户，服务期间提供便捷的随时退订方式和自动续订、自动续费取消途径。”

那么，消费者在投保过程中该如何避免类似“不知不觉被扣费”的情况？据有关专业人士介绍，消费者对互联网保险，建议要明辨销售渠道，不要轻易被低费率产品吸引。发现被恶意扣费后，及时申诉退费。

泰康人寿完善特殊客群服务 共筑包容金融生态

视障群体在获取金融知识和服务时面临诸多困难。泰康人寿关注到这一现状，推出《盲文服务指南》。该指南内容涵盖“保全”和“理赔”两大核心服务板块。在保全服务方面，为视障客户提供多元办理途径，无论是借助泰生活APP，还是拨打客服热线95522，抑或通过泰康人寿官网、各地客服中心，都能轻松办理业务。此外，客户联系方式变更、保单贷款等常见业务，所需材料明确清晰，办理时效也有明确规定，大大提高办理效率。

理赔服务同样便捷。视障客户可通过多种渠道报案、申请和查询。线上，利用泰生活APP或官方微信公众号即可操作；线下也有清晰指引。泰

康人寿承诺在规定时间内完成理赔核定、支付或拒付通知，保障客户权益。此外，营业网点配备助听器等辅助设备，还有专属服务人员全程陪同，让视障客户在办理业务过程中感受到温暖与关怀。

同时，泰康人寿大力推进无障碍金融服务建设，对线下服务网点持续升级改造。配备轮椅、老花镜、放大镜等硬件设施，打造“绿色通道”，方便残障、老年人士通行和办理业务。

泰康人寿诸多创新服务举措，不仅满足了特殊群体的金融服务需求，还为构建包容、公平的金融生态贡献了力量。

(夏文武)

工行舟山分行积极开展消费者权益保护宣传活动

工行舟山分行积极开展“3·15国际消费者权益日”宣传活动，以多元化形式普及金融知识，提升金融消费者风险防范能力，助力构建和谐金融环境。

活动期间，工行舟山分行以所辖网点为主阵地，通过电子屏滚动播放宣传标语、设立咨询台、发放折页等方式营造浓厚氛围。辖内网点针对老年客户、新市民、青少年等群体开展差异化宣传，通过案例讲解揭露诈骗陷阱。同时，该行还邀请客户走进来，如舟山分行营业部营业室举办了以“保障金融权益 助力美好生活”为主题的3·15金融消保宣讲会，专业讲师通过生动的案例向参会客户深入浅出地讲解了如何识别金融诈骗、防范投资风险以及维护自身合法权益等内容，提升其金融风险识别能力。

该行积极组织党员先锋队深入海岛乡镇，为我市居民送上“金融知识补给包”，打通消保宣传“最后一公

里”。如自贸试验区支行走入某船舶修造公司为客户办理工资卡的同时做好反诈宣传，提升客户反诈能力。普陀支行营业室走入菜市场，将金融知识送到千家万户。定海支行营业室深入马岙法治广场，通过设立咨询台、发放宣传折页，向居民普及征信知识及金融法律常识。

该行聚焦民生保障，致力于构建长效机制。自贸试验区支行在重点商圈设立“普惠金融服务站”，提供“一站式”融资咨询，切实解决小微企业融资难、融资贵的问题，促进小微企业的健康发展。嵊泗支行开展零钱兑换及金融知识宣传活动，向商铺经营者提供零钱包兑换服务，发放宣传折页，普及金融消费者权益保护和反假反诈知识，提醒消费者保持警惕，增强风险防范意识。

据统计，本次“3·15”系列活动，该行累计举办宣传活动四十余场次，惠及群众近万人次。

(王立)

Brand Finance发布2025全球保险品牌价值榜 中国平安九度蝉联第一

近日，国际知名品牌价值评级机构Brand Finance发布《2025年全球保险品牌价值100强》，中国平安连续第九年蝉联全球第一，品牌价值高达336亿美元。

以客户需求为导向，主营业务发展稳健。坚持以客户需求为中心，持续深化“综合金融+医疗养老”双轮并行、科技驱动战略，主营业务发展稳健。2024年前三季度，平安集团实现归属于母公司股东的营运利润1138.18亿元，同比增长5.5%，营业收入7753.83亿元，同比增长10.0%。

打造领先AI能力，促销售、提效率、控风险。聚焦前沿生成式AI大模型等技术研发投入。截至2024年9月

末，平安拥有超2.1万名科技开发人员、超3000名科学家的一流科技人才队伍。集团专利申请数累计达53521项，位居国际金融机构前列，其中生成式AI专利申请数位居全球第二位。

推动“三省”服务工程，持续提升客户体验。坚平安车险服务范围包括救援、年检、代驾等82项，为2亿车主提供简单的车生活体验。为客户省时，通过一站式服务，实现多种产品一站配置、多项服务一键直达，如平安寿险“一句话报案、一键上传、一分钟审核”的“111极速赔”服务。为客户省钱，用专业服务实现财富保值增值，满足客户多元化的需求。

(平安人寿浙江分公司)