

## 普通消费者如何选择适合自己的保险公司和保险产品

作者：解释系主任

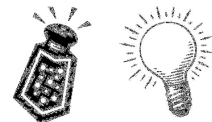
几个星期前洒家在 Board 里问了个问题：“作为普通消费者，你是怎么选择保险公司的？”留言的大概有三十来号人，里面有不少是各学科博士，其中包括法学博士。鉴于洒家在贴子里明确要求从业人员不要作答，而是把答题机会留给业外人士，所以同行们都没留言。

这三十几份答案读下来之后，怎么说呢这个感觉，就跟蹲太久猛一下站起来似的，囿，晕了。啥破玩意儿啊，一帮受过如此高等教育和严格理性思维训练的旁友们，写出来的东西如果被保险销售人员看到了会觉得这就是一茬韭菜啊大哥我们动手吧。

于是乎我决定写一下，就是下面这篇。

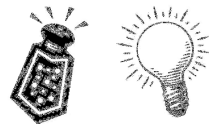
如何选择保险公司？

1. 看保险公司的财务评级，尤其是国际评级机构发布的评级，例如标准普尔、贝氏、穆迪、惠誉等。国内评级机构的……当个参考吧，目前还没有什么国际地位；
2. 看保险公司的偿付能力，这个指标叫“资本金充盈率”，根据监管机构的规定，保险公司应当向社会公众披露这个信息。如果是上市公司的话，年报里应该也会有这个信息（需要看墙内保险公司年报查验，这里说的只是国际惯例）；
3. 看保险公司在你想投保的领域是否有专长：所谓“术业有专攻”，保险的门类很多，而做好保险需要大量的专业技术人员，有些保险公司可能规模并不大，但对于特定类别的风险有着大公司无法比拟的优势，就是因为专注。换言之，不一定规模大的保险公司就适合你，有些规模较小但是专业经营的保险公司可能更好。此外还要看保险公司的经营历史，墙内的公司尤其是中资的绝大多数司龄只有二三十年，有的可能还不到，而国际上一般说起来保险公司如果司龄在一百年以下都算刚起步。保险是个长期的买卖，财产保险公司通常说来从开业到打平手需要七到八年的时间，寿险公司需要的时间更久一些，因此看保险公司的短期经营结果对消费者（以及投资者）来讲意义都不大，还是要看长远的；
4. 看保险公司在客户服务和理赔处理方面的口碑：现在社交媒体十分发达，消费者在某家保险公司有了窝心的经历往往会在网络上吐槽 – 有的会直接向监管当局投诉，或者向消费者权益保护组织反映，这些在网络上都会留下痕迹，使用搜索工具或去特定的消费者论坛，可以查阅各种消息



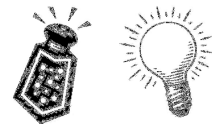
做参考。从保险公司的角度来讲，由于社交网络的发达，靠谱的公司对“名誉损失风险”十分重视，因此也会在社交媒体上对客户抱怨较多的领域进行回应，因此留下痕迹，这方面的信息也可以做个验证。看理赔的口碑，当然主要是看拒赔方面－保险不是什么风险都保的，拒赔的情形一定有而且经常发生，但损失不在保障范围内因此无法得到赔偿是一回事，在保障范围内但保险公司耍赖是另一回事，因此需要消费者做个基本的鉴别，也别一棍子打死；

5. 看保险公司的销售和服务网络：传统上保险公司要么是直销即自己养一大帮销售人员，要么就是通过中介机构例如保险代理公司或保险经纪公司来销售。直销就不说了，一般都很烦人；通过专业中介机构销售的，由于中介公司专业素质参差不齐，保险公司也会对他们的绩效进行评级和分类，在产品分销上会有差别对待－越是靠谱的保险公司，就越不是撒胡椒面的销售方式，而是看人（中介）下菜碟，做精确营销。因此你要是去找中介的话，看看该中介是否也遵从“术业有专攻”这个道理，号称什么都能做的，基本上是吹牛逼呢。进入移动互联网时代，保险公司和保险中介都加大了对网销的投入，但和其他互联网+一样，这玩意儿就是个工具，可以打破时间和抵御限制聚合大宗投保流量，但本身并不是保险，在给消费者带来投保便利的同时，不能忽视因为其基本面掉链子导致保障不足或无法获得合理理赔的情况；
6. 看保险公司的合规记录：这个主要是看它们在监管当局那边的案底。保险在世界上任何一个经济体都是受到严格监管的行业，而且经济体越发达，监管标准就越严格。长期经营过程中，没有哪个保险公司的合规记录会是一张白纸，因此被监管当局逮住了受罚是常有的事儿。但违规和违规不一样，有的违规性质比较轻微，比如某个保险产品报备或申报没做完就上市销售了；但有的违规性质非常恶劣，比如在产品条款里埋雷，或者进行误导性甚至欺骗性的销售，乃至财务造假－对于有这种案底的公司，我劝你还是离远点儿。哦对了，还有一种保险公司，不好好做本职工作也就是核保与理赔，而是喜欢搞什么几把资本运作，比如翻墙去境外大肆收购伍的，亏成傻逼了就在 A 股上增发，割一茬韭菜，刮一层地皮，再接着去墙外折腾。这种公司，你愿意买其产品或者股票，都随便你，莫怪腌制捕鱼；
7. 看保险公司的样本保单：如前所述，现在不少保险公司都走网销道路，很多产品的主条款在其官网或者中介的网站都能够找到，可以拿来读读，当个参考。所谓“天下文章一大抄”，保险合同也就是保险单也是这样。我中华上国财产险的保单是一帮老炮（现在应该都退休了）在八十年代



初到中期翻译的德国和英国条款（从英文翻译过来的），后来到了九十年代有了一些美国制式的保单；人寿保险方面，最早的中文保单是从台湾那边传过来的，根子上也是英美制式的保单，倒不简单是繁体字变简体字的问题，攒这类保单的那帮人现在差不多也该退休了。这两拨人加起来也就几十个，两位数而已，编译或撰写出来的保单当时就在那有限几个公司里用，后来保险公司数量暴增，人窜过来窜过去的，保单措辞也跟着带走，所以现在墙内市面上的保单看上去大同小异。这些保单的措辞，怎么说呢，消费者读起来都觉得不是人话，就连受过专业训练的保险和法律从业人士读起来也觉得费劲。这里面的原因说穿了也没什么多复杂的，一来保险是所谓射幸合同（Game of Luck），卖的是个承诺，看不见摸不着，保的是某些特定的事件，可能发生也可能不发生，发生了后果也不一样，因此措辞不可能写得完全清楚明白毫无争议；二来是商业保险有四百多年的历史了，就特么靠措辞模糊才在防范道德风险、获取优质业务、确保可持续经营方面取得了平衡，这不一定就是说欺负你消费者，而是咱谁也无法预见未来，写模糊点儿，等出事儿了，有争议不怕，咱可以仲裁可以打官司，慢慢地把条款明晰化；当然有第三种情况，就是保险公司存心不想让你看懂，解释权收归公司，在条款里埋地雷，挣你的保费，其实是利用你盲目的信任和甄别能力的缺乏，黑了你的钱，这特么也不少见，在墙内更多。所以你看看样本保单，自己觉得读起来比较通顺，基本上能看懂，这样的保险公司存心没憋好屁的可能性相对说来就低一些。不过有一点需要提醒你注意，就是保险合同的结构非常复杂，除了主条款以外还有各种各样的附件条款，有的是扩展了保险公司的承保范围，有的是限制了承保范围，有的是规定了你作为投保人或者被保险人需要作出哪些保证（违反这些保证会导致无法获赔甚至保单自始无效），有的则是因为风险参数发生了改变需要对保险主条款做一些批注。总而言之，非常复杂，一般人确实看不懂。这时候你有个靠谱的顾问就能发挥很大的作用，当然保险公司的销售和客服人员能把这个说清楚也说明公司的靠谱。

8. 看保险公司的定价策略和具体产品的价格条件，包括保费费率，和免赔额：定价策略其实是保险公司竞争力的核心，真正靠谱的保险公司在定价上一定是保守的，因此绝对不会轻易打价格战。要知道，定价不足是保险公司倒闭的头号原因（第二个原因是准备金不足，就是拿了保费不好好做准备金池子，而是瞎几把花，包括买房子置地和海外收购）。上来就说自家的保险比所有其他公司都便宜的我觉得你就可以直接忽视了，因为前面说了，保险承保的是未来的风险事件，没谁能知道对于将来发生的事情到底该怎样准确定价，所以审慎的公司出于对客户负责对自己负责的态度，是不会以杀价为核心竞争策略的。另外，业内有句话，叫



“没有保不了的风险，只有交不起的保费”。这话的意思是说，保险的定价有时会非常简单，对于不符合“大数法则”的极度特殊的风险，比如你送一对熊猫给友好国家，保个门到门快递保险，就完全无法定价，只能估摸着来。对于一般消费者来讲，你的风险顾虑和投保需求应该不存在这个情况，和你参数相近的往少了说在墙内也是几百万人起，因此对于你这类风险的定价，也许会有因为保险公司在这个领域规模较大、时间较长、准备金更充足，而在特定时间地点形成价格优势。考虑价格当然是对的，但问题是不要因小失大，光顾着看价钱，忘记了前面说的那几项。还有就是看免赔额，有时候是免赔率，无论是数字还是比例，都是指每次损失能够获得理赔的金额里由你自己承担的那部分。免赔额和费率成反比，也就是说免赔额越高，费率就越低 – 另外一个当然是保障范围越宽，费率越高。因此如果你对价格特别敏感，可以考虑在保障范围和免赔额方面做一些排列组合，搞个价目表出来，最后通盘考虑，理性选择。

还有么？……差不多了。这个版本作为一个通行的指导，应该够你用的了。

冯总那儿有个专业的筛选模型，太复杂了，一共二十六个因子，筛保险公司和保险产品都能用的，不过那个是给企业级客户用的，普通消费者用不上。洒家上面说的这八点（强迫症犯了，实在凑不出另外两点了册那），和这个模型是一脉相承的，没有本质区别。

供大家参考。