

车险赔钱赚吆喝消费者利益受损 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/291/2021\\_2022\\_\\_E8\\_BD\\_A6\\_E9\\_99\\_A9\\_E8\\_B5\\_94\\_E9\\_c67\\_291776.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/291/2021_2022__E8_BD_A6_E9_99_A9_E8_B5_94_E9_c67_291776.htm) 中银保险江苏分公司日前在南京宣布成立。这家中资保险公司业务刚开张就一头杀进了车险圈，给已经白热化竞争的车险市场平添一把火。来自江苏保监局消息，目前，江苏省从事车险业务的保险公司已达到20家。也就是说，所有中资财产保险公司家家都涉足车险业务，车险占了财产险3/4的份额。2007年上半年，江苏省车险保费收益达63.32亿元，同比增长48%。车险市场“蛋糕”日渐增大，源于机动车数量的持续上升。而车险的巨大诱惑更是引得各家险商趋之若鹜，纷纷使出浑身解数。有的不断变化营销策略，推出“套餐制”，用主险搭配附加险的方法扩大业务覆盖面；有的从更新险种入手，通常一两周就要调整一次险种，及时推出新品种，诸如盗抢险、自然灾害险、玻璃破碎险、轮胎爆炸险等；有的将汽车销售商纳入了编外保险业务员范围，还有的干脆提供汽车生产、销售、售后服务和保险“一条龙服务”……不过，透过硝烟弥漫白热化竞争的车险市场，有一种现象却让人匪夷所思。不少险商都表示，自2003年保险费率市场化以来，车险业务经营都处于亏损状态。且业界权威人士也认同保险公司的这种说法。那么，这种“赔本赚吆喝的买卖”，为什么还有那么多的险商头插蜜罐似的争着抢着去做呢？对此，业内人士称，保险公司最终目的当然是赚钱，关键是看如何算账。谁都知道，车险是财险业务的重头。现在机动车增长这么快，尤其是私家车的数量与日俱增，这样巨大的市场，保险公司总不会

视而不见、熟视无睹。单看一个保单甚至是整个车险可能是赔的，但保险业务是触类旁通的。现在，各家保险公司实际上都是将车险作为扩大宣传、招揽其他业务的重要平台。比如，给用户办理交强险，就可以掌握客户资料，成为开发其他险种的潜在市场。尤其是私家车，虽然赔付率很高，但车主对家庭财产险的需求也是最大的，而这恰好为险商提供新的业务。当然，对于车险客户而言，充分竞争的车险市场首先带来的是价格优惠。宋先生今年购置一辆价值20万元的“马自达”轿车，如果单保“车损险”、“三者险”两个主险加上“不计免赔”，一年要交5000多元，现在保险公司将三者捆绑再加一个盗抢险作为“套餐”提出，总共不到4000元。对于宋先生来说，虽然并非“套餐”中的每一款都是自己需要的，但毕竟多了一个险种，且价格更优惠，算来算去还是挺划算的。竞争激烈的车险市场带给车主的好处远不止这些，比如保险公司营业点的增多，使得办理保险手续方便多了；多数保险公司都是业务员主动上门服务，有的打一个电话就能搞定。不过，也有少数险商为争抢车险市场，牟取不当利益，有意模糊概念，给消费者设套子，损害消费者的实际利益。连云港武先生驾驶的私家车“别克君威”日前出了点意外事故，到修理厂修复后花了5889元配件费和1600元修理费，但保险公司在理赔时，大打折扣，不按更换的零部件和实际维修费支付，只赔付材料费3898元、人工费680元，理由是武先生修车没到保险公司指定的修理厂，而去了4S店。由于4S店的配件价格和维修费用一般相对较高，保险公司往往单方面定损并指定维修点，配件报价也通常来自汽配市场，从而大大降低对车险客户的赔付标准，给消费者的利益构

成直接损害。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。  
详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)