

上海7成寿险商开卖投连险热销背后存隐忧 PDF转换可能丢失
图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/473/2021_2022__E4_B8_8A_E6_B5_B77_E6_88_90_c67_473581.htm 投连险当之无愧成

为2007年投资理财市场上的一道亮丽风景线。记者昨日从上海理财博览会之投连产品研讨会上获悉，目前上海市场在售投连险的保险公司已达到16家，在售产品（包括个险和银保两个渠道）超过了23个，投连账户超过了50个。同时，中国人寿和太平洋人寿的投连险产品开发和设计工作也在进行之中，目前上海地区只有民生人寿、太平洋安泰人寿、中保康联人寿、恒康天安人寿、合众人寿缺席上海投连险市场。最新数据显示，今年1到9月，上海市场投连险保费收入累积达到37.09亿元，其中，联泰大都会人寿贡献14.98亿元，排名第一，凭借在投连险市场上的斩获，联泰大都会人寿一跃成为保险界“黑马”，并成为今年上海地区外资寿险的“新科状元”。另外，平安人寿、友邦保险、泰康人寿、太平人寿的投连险保费规模也比较大。2007年上海投连险市场的一个显著特点，就是通过银保渠道销售的投连险规模异常庞大。各家保险公司瞄准银行中高端理财客户人群，纷纷借道银行渠道向客户销售投连产品，目前上海各保险公司通过银保渠道销售的投连产品达到了15个以上。但是，在投连险热销这一年多来极度热销的背后，也隐藏了很大的风险，值得引起市场各方的注意和冷静思考。一方面，市场上已经出现了一些投连险误导销售的情况，另一方面，投连险销售情况往往随着资本市场的冷热而起伏不定。对此，多位专家在上述研讨会上建议，保险公司在开发和销售中要更加注意风险控制，

包括销售误导风险、投资市场风险，并防范投连险销售跟随证券投资市场大起大落，避免在未来一旦出现“由牛转熊”后重蹈2001年大规模的投连退保风险，加强对投资者的风险教育和利益保护机制。另外，银行方面，则应加强对销售人员的保险专业知识培训，力求自己的销售人员能够根据客户的实际情况和需求，合理推荐恰当的资产和保险配置组合，而不要在追求更多销售规模、更多销售利润的过程中，忽视了对“衣食父母”利益的保护。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