

无视监管整治,4S店捆绑卖车险依旧

# “车险卖不出 宁愿不卖车”

买新车首年强制在4S店上保险已经成为车险行业的“潜规则”,也是车险行业的一大顽疾。为切实维护消费者权益,银保监会保险中介监管部于近日下发《4S店兼业代理机构捆绑销售保险专项整治工作方案》,将在今年10月18日前专项治理捆绑销售车险等市场乱象。近日,新快报记者走访了广州多家4S店发现,4S店依旧无视监管专项整治,新车捆绑销售保险的情况并未得到改善。相关人士认为,4S店捆绑销售车险的行为侵犯了消费者的合法权益,与保险公司之间存在利益输送,建议消费者可将具体情况投诉至属地市场监管部门或银保监会,申请调查处理。

■新快报记者 刘威魁  
实习生 李杨琳/文 廖木兴/图



走访

## 无视监管高压态势 4S店依旧捆绑销售保险

车险强监管高压态势从未放松。新快报记者梳理发现,2019年以来,银保监会已经先后下发多份文件加码车险监管,不仅叫停了35家保险机构的车险业务,并向山西、浙江、安徽等多省地市级监管分局相继开出罚单。尽管监管部门三令五申严格禁止捆绑销售车险等金融产品,并开展4S店捆绑销售保险专项整治行动,但新快报记者近日走访广州多家4S店发现,新车捆绑销售保险的情况依然层出不穷。

“买保险也只是顺便的事,还有购车优惠,我们和太平洋保险、众诚保险等多家保险公司都有合作,选哪家公司都由你们来决定。”一家大型合资品牌4S店销售人员佟先生明确告诉记

者,不管是按揭还是全款,新车保险都必须在4S店购买,这在全国都一样。

“如果你强势要求不在4S店购买车险也可以,但需要我们老总签名审批,而且无法享受厂家原本给的7000元活动优惠价。”广汽传祺一家4S店销售人员文先生甚至对记者直言称,客户在买车的同时必须在4S店购买车险,如果客户不在店里买保险,销售人员宁愿不卖这一台车。

新快报记者在走访中发现,上述两家4S店的做法并不是个案,在记者随后走访的多家4S店中,都有明确要求新车车主必须在店内购买保险,这也是目前购车市场的“潜规则”。据汽车投诉网数据显示,2019年上半年接到有效投

诉4976宗,关于销售问题的投诉高达1649宗,占比34%,呈现不断上升趋势,其中涉及购车搭售保险的不在少数。

记者还在调查中了解到,随着4S店捆绑车险成为常态,尽管这样侵害消费者合法权益的行为比比皆是,但是不少市民却早已习以为常。“我们买车的时候都有这种情况出现,第一年4S店上的是全险,是根据车总价来算的,大概8000元左右,自己去保险公司上保险,保费能够便宜将近1000元,但是4S店顺带给我们上保险,车价上就能优惠一些。”东莞车主刘女士向新快报记者坦言,反正都得买保险,考虑到车价优惠和便利性,自己也能够接受4S店的“潜规则”。

律师建议

## 4S店强卖车险 消费者可向相关部门投诉

实际上,对强制保险的整治一直在进行,今年已有地方银保监会发布了相关风险提示。例如云南银保监会在7月15日就发布了《关于防范相关机构违规将购车优惠与保险捆绑销售的风险提示》,称保险消费者在购买保险产品时,应当了解保险产品的基本功能和相关法律规定,不要盲目相信有关机构“购车优惠”等利益诱惑,应根据相关规定和自己的风险承受能力,通过正规销售渠道购买保险产品。

此外,《中华人民共和国消费者权益保护法》和《汽车销售管理办法》第十四条,也明确规定,经销商销售汽车时不得强制消费者购买保险,消费者享有自主选择商品或者服务的权利,有权根据个人情况自主选择保险公司,有权自主决定投保的商业险种。如果4S店强制要求消费者购买保险,则限制、侵犯了消费者的自主选择权。

广东合邦律师事务所肖锦阳律师认为,4S店捆绑销售车险的行为涉及到强制性消费,侵犯了消费者的选择权,销售话术中有诱导消费者购买保险的行为,已经损害了消费者的知情权等合法权益。车辆捆绑车险销售属不正当商业竞争行为,消费者可将具体情况投诉至属地市场监督管理部门或保监会,申请调查处理。

肖锦阳律师建议,消费者在购车时,应该提前要求4S店把保险列明清单,险种费用、裸车价格、配置等等一一书面落实,避免不必要的争议。

剖析

## 强制车主购买保险存在利益输送 4S店和保险公司都欠妥当

消费者购车,是与4S店产生的购买关系,并没有与保险公司产生直接的业务往来,并且汽车销售顾问也不是专业的保险从业人员,为何汽车销售顾问要求顾客必须在4S店内购买保险呢?

“公司对每个销售人员有严格的KPI考核,只要出现一单新车出售未捆绑搭售车险,销售人员当月的销售提成就直接打8-9折,随着整车盈利水平的下降,新车销售毛利不断下降,我们宁愿少卖一台车,也不敢让客户自己去外面买保险。”上述销售人员向新快报记者透露,4S店是为了赚取更大的利润才在卖车的时候搭售汽车保险。而且4S店会与保险公司签订一份协议,4S店会要求保险公司一年的事故车送修要达到多少;同样,保险公司也会要求4S店一年的保费要达到多少。

“4S店作为车险销售的主要场景,拥有庞大的客户资源,这也是保险公司主要的销售渠道之一,而保险公司给到4S店的佣金大多为20%至40%,给中介的费用越多,保险市场的利润空间就会越来越小。”一大型险企的车险核保负责人告诉新快报记者,随着监管的不断施压以及险企赔付成本升高,4S店渠道越来越不利于保险公司的成本费用管控,保险公司之所以愿意让利给4S店,是因为4S店渠道一直是保险公司开展车险业务获客的一大渠道。而对于4S店来说,捆绑销售保险,除了能够拿到保险公司的回扣之外,另一方面则是为了以后能有更多的事故车维修订单,保障售后服务价值。

国务院发展研究中心金融研究所保险研究室副主任朱俊生也向新快报记者坦言,现在的格局,实际上也是因

为不少保险公司为了追求保费、业务规模,没有很好地遵循规则,去追逐大型4S店造成的。他认为,保险公司不应只看短期,还得看长期,不应光看保费,还要看这类业务所带来的价值。

“保险公司要思考怎么能可持续发展,而不是为了抢保费就没了底线,做好客户价值创造,这可能是最重要的。”朱俊生进一步表示,4S店的一些违规行为固然值得特别关注,但保险业也需要反思,4S店之所以能够给新车办保险,一个很重要的原因是它提供了一些其他服务,保险业应该思考如何去提升自身的服务水平,给客户创造更多的价值,只有服务能力越强,才能吸引更多客户到保险公司来买保险,这样的话,保险公司与4S店之间不对等的博弈地位,才会慢慢地在某种程度上回归。