

年底慎防保险电销、网销陷阱

天上掉下来的“香饽饽”需警惕!

责任免除条款不在显眼位置

市民陈女士收到某保险公司发的一条短信，该短信推销一款网销的高保额医疗保险。几百元的保费，最高可保障200万元，这吸引了陈女士的注意。于是，陈女士趁休息时间上网站查看了这款保险，按照陈女士及配偶的年龄，只要300多元，就可以获得一年200

万元的保障，于是顺手网络支付，给夫妻两人购买了这款产品。晚上下班回家，陈女士老公仔细阅读这款网销保险才发现，在最尾部免责条款当中，有一条是得过肺结核的在此款保险的保障范围内，而陈女士的老公前两年便有肺结核病史。此时，陈女士只能怪自

己没有细心阅读，白白浪费了几百元钱。

笔者了解到，电销、网销保险往往突出其低费用和高保障，电销保险责任免除条款往往不提，网销保险责任免除条款会放在最后面不显眼的位置，这时就需要消费者具有一定的经验，仔细阅读，才能不会遗漏掉。

电销车险便宜但套路多

张先生的车险还有两个月就过期了，近日频频收到保险公司的电话，还有保险公公司工作人员发的报价短信。张先生一比较，电销车险比在车行购买的保险不仅便宜了三四百元，而且还有额外赠送加油卡，听起来的的确很吸引人，再看看报价短信，内容也差不多，在这种情况

下，张先生基本上决定购买电销的保险了。但车行保险销售人员也在争取张先生投保，他建议将保险的项目细细地列出来进行对比。

张先生一对比才发现，车行的保险包含不计免赔条款，如果投保了不计免赔，保险公司会全额赔付，而电销车险的项目里并没

有。车行的保险包括了涉水险，当爱车不幸被水浸，可获得保险公司的赔偿，而电销车险并没有。另外，电销保险的车辆损失险保额比车行保险的保额要低一点。通过加起来，才导致了总保费偏低。张先生庆幸进一步了解对比，才不会导致在理赔阶段出现更多的损失。

广东保监局：谨防电销“陷阱”

广东保监局发布了保险消费者提示，提醒消费者在购买保险产品时要谨防电销“陷阱”，明白理性消费。

消费者要谨防以下销售误导“陷阱”：一是不明确告知是保险产品，如将保险描述为“送一份福利”或“送一份保障计划”；二是将投保宣传为存钱甚至将投保描述成“入股”。三是夸大保险责

任或收益，如夸大疾病保障范围，声称“从头到脚、从里到外，无所不保”；四是虚假宣传，如声称“这款产品特地为你内部申请，市面上买不到”，“保险法修改了，以后这种产品再也买不到了”；五是隐瞒合同重要事项，如一味强调保险责任而对责任免除情况轻描淡写，一味强调收益而对退保损失含糊带

过。四是虚假宣传，如声称“这款产品特地为你内部申请，市面上买不到”，“保险法修改了，以后这种产品再也买不到了”，“通知到的客户全部买了”，对消费者极尽引诱。消费者在投保时，要保持清醒，根据自身需求理性消费；不轻信销售人员的承诺，一切以保险合同内容为准。

(文/周晓玲)

近日，全国保险监管工作会议召开，就在会议结束的第二天，保监会连发5张监管函，紫金财险、华安财险、中美联泰大都会人寿、招商信诺人寿、光大永明人寿被拿来“开刀”，原因是电销或网销违规，要求限期于3月31日前上交整改报告。

近几年，人们保险意识不断增强，保险成为家庭资产配置的重要组成部分。低保费、高保障的电销、网销保险成为保险市场的“香饽饽”，由此产生的问题也较为突出。

制图/刘栩

东莞新华期交业务总量稳居市场前列

2018年1月30日-31日，新华保险东莞中心支公司召开2018年计划工作会。据悉，2017年，东莞新华全面聚焦期交业务，总期交、个险、银代、团体总量稳居市场前列。

2017年，新华保险东莞中支贯彻总部战略，深耕结构调整，取得了开创性、全方位的转型成果。在保费结构方面，全面聚焦期交业务，公司全年实现首年期交保费4亿元，同比实现正增长，占首年保费的比例达到83%，其中十年期及以上期交保费1.4亿元，创近年来新高，公司新单业务年期结构也已发生质的飞跃。在产品结构方面，公司回归保险本原，坚持“保险姓保”，持续加大保障型产品的销售力度，年销售健康险近1个亿，以“多倍保”为代表的健康险品牌产品在东莞市场赢得了口碑和追捧。同时，在激烈的市场环境下，2017年，东莞新华全面聚焦期交业务，总期交、个险、银代、团体总量稳居市场前列。

在谈到2018年工作要求时，总经理彭云斌提出要打造一支高效能团队，并通过高效能团队的“四重境界”和“五胜”，系统地阐述了如何打造高效能团队，助力公司业务发展。彭云斌用“空谈误国，实干兴邦”勉励全体管理干部知实情、说实话、办实事、出实效，号召全司上下众志成城，脚踏实地，为实现2018年度各项任务目标全面达成而努力奋斗。

(周晓玲 杨文)

平安人寿“智慧客服”正式上线



客户通过“智慧客服”办理保单价值部分领取业务

后，对智慧客服赞不绝口，大大节约了时间和经济成本，简单便捷。

随着AI技术的日益成熟，平安人寿通过自主研发，开创性地将AI技术贯穿运用到保险服务的场景之中，运用生物认证、大数据、远程

视频等技术实现所有业务的“在线一次性办理”，构建出业务甄别、风险定位、在线自助、空中门店四大能力。

同时，在“智慧客服”服务模式下，保全、理赔、核保等服务场景的时效实现大幅提升，平均处理时长大幅降

低，70%的理赔客户可以实现30分钟内赔付，96%的投保可以实时承保。截至目前，“智慧客服”已累计受理空中

业务超4万件，日均受理约500件，最远服务了身处非洲的客户，最快用时3分钟。

(周晓玲 杨文)

公告·声明·启事

清 算 公 告
东莞市东联置业有限公司经公司股东会决议解散，成立清算组清理公司债权债务，请债权人自本公告发布之日起45日内向我公司清算组申报债权。清算组联系人：卢招棋，联系电话：18922928000，地址：东莞市东坑镇东莞市白凤路32号。2018年2月6日

清 算 公 告
东莞市东诚电子有限公司经公司股东会决议解散，成立清算组清理公司债权债务，请债权人自本公告发布之日起45日内向我公司清算组申报债权。清算组联系人：林昌波，联系电话：13066100438，地址：东莞市虎门镇六甲村。2018年2月6日

清 算 公 告
东莞市建诚装饰工程有限公司经公司股东会决议解散，成立清算组清理公司债权债务，请债权人自本公告发布之日起45日内向我公司清算组申报债权。清算组联系人：李勇，联系电话：13602305938，地址：东莞市虎门镇振兴国际商务楼天华路6号。2018年2月6日

清 算 公 告
东莞市贝林装饰工程有限公司经公司股东会决议解散，成立清算组清理公司债权债务，请债权人自本公告发布之日起45日内向我公司清算组申报债权。清算组联系人：李勇，联系电话：0769-23396121，地址：东莞市南城区新城鸿福路201号第一国际汇城3号办公楼2212。2018年2月6日

清 算 公 告
东莞市盈康网络科技有限公司遗失商业执照副本，信用代码：91441900566648412A，编号：0035504，声明作废。

东莞市思习纺织有限公司变更为东莞市圣泽家居装饰有限公司，原公章财务章声明作废，因未到公安局备案，法律责任自行承担。

清算公告

东莞市晖煌婴儿用品有限公司经公司股东会决议解散，成立清算组清理公司债权债务，请债权人自本公告发布之日起45日内向我公司清算组申报债权。清算组联系人：李勇，联系电话：13377771701，地址：东莞市横沥镇横沥镇围场金龙西路二横路1号之二。2018年2月6日

东莞市速顺尔货运代理有限公司因运输不当，遗失东莞市合浦电路有限公司填开增值税专用发票（抵扣联）发票联号码：4401525197905207919，现声明作废。

东莞市洁深源环境工程有限公司遗失国税税务登记证副本，税号：44190019940607506001，特此声明作废。

东莞市中泰物流有限公司遗失营业执照，统一社会信用代码：91441900M1J7R103D，编号：0489676，声明作废。

黎志强和郑雄敏债权转让暨催收公告

主债务人：法院受理案号：贷款合同编号：担保人名称：担保合同编号：受让人：

萧岭峰 2017粤1971执10407号 《零售经营类借款合同》(编号：391427413941000-1) 赖少兰、肖帆、黄远忠、东莞市轩琪装饰设计工程有限公司 郑雄敏

1.《零售借款保证合同》(编号：391427413901000-2)

根据黎志强和郑雄敏签订的债权转让协议，黎志强已将下列债权及担保权利转让给郑雄敏，请借款人和相应担保人向郑雄敏履行还款义务。

特此公告

黎志强

2018年2月6日

广发新版手机银行对外发布

笔者近日从广发银行获悉，广发新版手机银行v3.0正式对外发布，新版手机银行以“平台化、场景化、智能化”为核心设计理念，增强财富管理属性，用户可以一目了然掌握个人资产负债情况，进而根据自身需求选择理财或贷款业务。

手机银行已成为广发银行客户服务的重要渠道。截至2017年末，广发银行手机银行客户数近2400万，较上年大幅增长55%，稳居同业前列。全行个人移动金融交易占比近75%，较上年提升16%，网络渠道个人理财产品销售占比高达97%。

以体验设计思维重构产品

广发银行一直积极践行“客户至上、资源共享、体验为王”的服务理念，高度重视电子银行产品用户体验，在业内率先组建专业用户研究和体验设计团队，并对标先进，全面规范电子渠道产品建设及用户体验设计工作流程，将用户体验融入产品全生命周期建设中。

“实现线上化和移动化是广发手机银行自2011年推出以来的第一使命。”广发银行副行长宗乐新透露，“经过多年的持续迭代升级，业务基本上都已经实现线上化了，下一步的

关键在于优化客户体验，目标是要借助科技确实让客户用得舒服、用得方便。”本次广发新版手机银行以“平台化、场景化、智能化”为核心设计理念，从“好用”、“好找”、“好看”、“好玩”四个维度进行优化改造，并从用户视角和使用场景对手机银行进行逻辑层业务重构，强调以“我”为核心，增强手机银行的财富管理属性，用户可以一目了然掌握个人资产负债情况，进而根据自身需求选择理财或贷款业务。

新版手机银行采用全新的视觉设计，顺应主流趋势，整体设计以扁平化为主，icon图标模拟钢笔线条效果，呼应渐变风，配色方案以广发红色为主色调，加入灰色、金色、绿色为辅。灰色体现出设计趋势的简约风，更显质感大气；金色打造出专业感和归属感，具有金融时代特征；绿色与广发银行单一最大股东中国人寿品牌颜色相呼应，提升客户使用效率，增强客户感知和品牌归属。

另外，结合中国人寿制定的“网上国寿→智慧国寿→数字国寿”的发展理念和银保协作安排，新版手机银行还在首页设计国寿精选专区，提供国寿用户专享入口及国寿保险产品，为客户提供“银行”+“保险”综合金融服务，打破手机银行应用边界，拓宽客户应用场景。同时，加快更多金融科技技术的引入，拓宽手机银行服务的广度与深度，践行线上线下一体化服务理念，推动手机银行朝着移动智能互连的目标愿景，打造移动金融服务综合平台，为广发零售金融业务的智慧转型赋能。

据宗乐新介绍，广发银行还将持续打磨手机银行用户体验，通过银保协作、跨界合作加大产品服务的开放性，打破手机银行应用边界，拓宽客户应用场景。同时，加快更多金融科技技术的引入，拓宽手机银行服务的广度与深度，践行线上线下一体化服务理念，推动手机银行朝着移动智能互连的目标愿景，打造移动金融服务综合平台，为广发零售金融业务的智慧转型赋能。

(周晓玲 伍春花 杨广)



莞城美术馆200余件馆藏作品亮相

由东莞莞城美术馆策划并主办的“十年如——莞城美术馆开馆十周年馆藏汇报展”近日开展，展览集中展示了200余件各类馆藏作品，全面地汇报了莞城美术馆十年来的工作与收藏成果，展期将持续至3月4日。

据悉，莞城美术馆于2008年2月1日开馆，是东莞莞城街道在实施“文化莞城”发展战略中以高标准建设并全额拨款的公益事业单位。截至2017年12月，莞城美术馆共举办各类展览200个，其中有吴昌硕作品展、黄宾虹艺术大展、新尚与中国油画研究展等名家展；参观人数达100万人(次)；藏品达10000余件；累计出版各类画册及出版物90册；获文化部奖项7次。

“十年如——莞城美术馆开馆十周年馆藏汇报展”展出了莞城美术馆十年来的馆藏精品及发展成果。本次展览规划成四个部分，共计展出莞城美术馆藏作品200余件。其中，

包括徐悲鸿先生的《春山十骏图》、靳尚谊先生的《延安知青》、《井冈山晚照》等馆藏名家名作，还有大量国内获奖的藏书票作品和具有地域特色、学院风格、时代感的水彩艺术作品等特色品牌收藏物。

展览期间，莞城美术馆举行了“七彩城市温度计——美术馆提升城市内涵、开展公共文化服务的现实与未来”专题研讨会，邀请了国内多家美术馆馆长以及专家学者齐聚一堂，探讨美术馆在公共文化服务体系中所体现的社会价值、社会责任、社会定位，为今后莞城美术馆的发展建言献策。其中，浙江省美术馆典藏研究部负责人谈到，浙江省美术馆致力于百年文脉的梳理，征集了不少名家名作，为当地累积起文化的宝库。莞城是岭南文化的发源地，本土的艺术文化资源非常丰富，莞城美术馆在这方面大有可为。

(文/图 余晓玲 香雅怡 麦卓华)