



李利明：关注新冠保险产品 的声誉风险



文/意见领袖专栏作家 李利明



近期发生的保险公司快速下架新冠保险产品，以及此前投保的新冠相关险种遭遇理赔难，无论对于中国人寿这样冲上微博热搜的保险公司还是整个保险行业而言，都因新冠保险产品而让声誉受到了损害——增加了民众对于保险公司和保险产品的不信任。

冲上微博热搜的新冠保险

12月15日，“网曝中国人寿新冠保险阳了却不理赔”冲上微博热搜榜，一度排名第一。网友@月亮湖视频爆料，买了中国人寿新冠保险，现在阳了，保险公司说奥密克戎不是新冠。凤凰网《风暴眼》栏目电话询问中国人寿客服，客服表示目前中国人寿没有专门针对新冠的保险产品，但有重疾险的基础上扩展责任到新冠。这条来自凤凰网财经的微博还称，近日，各地有多位投保人投诉称无法提供“阳性诊断证明”遭遇理赔难。

12月16日一早，中国人寿通过媒体回应，称针对此事开展了调查核

实，该客户在公司投保了重大疾病保险和医疗保险等多个产品，其中部分产品扩展了新冠责任，目前公司尚未接到该客户或家属提交的理赔资料。中国人寿进一步表示，已联系到客户家属，并加强与客户的沟通，后续将根据客户提交的相关资料，按照合同约定快速启动相应的理赔程序与服务。

中国人寿的这个回应仅仅是针对该个案，而各家保险公司新冠保险产品的理赔问题因为疫情防控政策变化受到媒体重视，成为舆情热点。14日和15日，多家媒体纷纷就新冠保险产品下架及理赔问题进行报道，如《第一财经》“新冠感染风险骤增，疫情保险悄然下架，留下一地反思”；中国新闻网“新冠保险纷纷下架，抗原阳性不给赔，怎么办？”；《北京商报》

“前脚确诊险下架，后脚产品扩容保障，保险业对“阳过”迅速变脸为哪般”；《齐鲁晚报》来论“‘阳性确诊险’理赔难，拷问保险企业良知与诚信”；《新京报》“多款新冠保险紧急下架 还有哪些在售？保什么？”，等等。根据几家媒体的统计，太平洋“新冠肺炎·隔离津贴版”、众安“疫情隔离津贴险”、“众安爱无忧防疫保障”、水滴新冠防疫险、华泰新冠疫情保障险、紫金保险新冠疫情险等多款新冠保险产品已经下架。

因新冠而受损的保险公司声誉

无论是具体的保险公司还是整个保险行业而言，都因新冠保险产品而让声誉受到了损害，正如《齐鲁晚报》的来论所指出的，有两个问题需要搞清楚，一是，相关保险公司在推出涉疫保险产品时，是否对医院方面可提供的诊断证明材料进行过详细检查？二是，保险机构推销保险产品和签

订保险合同时，是否向投保人尽到了详细的提示、告知、解释等义务？

保险公司因新冠保险产品而引发的声誉风险，首先是产品风险引发的声誉风险，或者说因消保问题而引发的声誉风险。当保险公司的产品由于市场变化或者其他环境变化而导致原有的赔付承诺很难兑现，从而发生较多理赔纠纷时，无论是客户通过各种渠道的投诉还是相关的网上舆论和媒体报道都会大大增加，并且很容易成为舆论热点。

从更深层次看，这是保险公司因政策风险而引发的声誉风险。可以说，无论是此前的隔离津贴险还是随后的阳性确诊险，都是建立在新冠发病率低并且“动态清零”政策会严格执行下去的判断之上，并且保险公司认为即使感染率有所上升，在严格执行“动态清零”政策下，感染的风险也是可控。当12月6日疫情防控政策出现调整，民众大面积感染不可避免且快速到来时，严格按照隔离津贴险或者阳性确诊险的保单条款进行理赔，事实上已经不再可能，相应的理赔难甚至理赔纠纷不可避免。如果保险公司未能针对理赔纠纷进行统一回应，就只能任由诸多的个案信息在网上持续传播，并随时可能成为舆论热点。

由于新冠保险相关产品的保险费较低，预计多数投保的感染者也不愿意花费太多精力为了几千块的赔付金而大动干戈，因此保险公司最终实际发生的赔付情况不会太多，财务损失可控。但是声誉损失却要严重得多，相关舆情的广泛传播会让公众降低对保险公司的信任。如果投保人在遇到理赔纠纷时，将保险公司员工的说法或者在线客服的回应进行录音或录像

后在网上发布，并成为媒体报道的素材，将会引发大量的围观和评论，这样的情形会不时发生，从而不断的对保险公司的声誉造成伤害。

考虑政策风险相关的声誉风险

从声誉风险管理角度，保险公司应该如何应对？

保险公司首先要提前准备解释回应口径。无论是保险公司的基层员工还是在线客服人员，都要面对提出理赔要求的客户，如果没有统一口径进行回复，这些员工特别是在网点的基层员工，可能会做出五花八门的回答和解释，就会被客户或者媒体找出漏洞、抓住把柄，员工某个“雷人”的说法被发在网上后可能成为舆情热点。因此，声誉风险管理部门应该在防疫政策发生变化时，预判新冠保险产品的理赔条件将会发生重大变化，理赔纠纷将会大大增加，不少客户会通过网上发声或者找媒体曝光等方式来维权，从而引发声誉风险。因此，声誉风险管理部门应及时向领导汇报声誉风险隐患，并与相关产品及销售部门协商，据此介入应对预案的制定工作，提前准备解释口径，在客户提出理赔诉求时做好解释说明工作，一旦发生理赔纠纷时做好媒体回应。在这个过程中，声誉风险管理部门应向相

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_50282

