

丛书策划：胡子清
丛书主编：李学寅

『生活中的小陷阱』书系

保 险

陷 阱

XIAN JING

主 编：张云初

100

经济日报 出版社

「生活中的小陷阱」书系

丛书主编：李学寅

保 险 陷阱

XIAN JING

主 编：张云初

100



经济日报出版社

图书在版编目(CIP)数据

保险陷阱 100 / 张云初主编 · - 北京: 经济日报出版社, 2001. 1

ISBN 7 - 80127 - 779 - 1

I. 保… II. 张… III. 保险—民事纠纷—案例 中国

IV. D922. 284. 5

(生活中的小陷阱书系)

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 82485 号

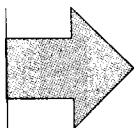
保险陷阱 100

主 编	张云初
责任编辑	王红玉
责任校对	高秋娟
出版发行	经济日报出版社
社 址	北京市宣武区白纸坊东街 2 号
邮 编	100054
经 销	全国新华书店
印 刷	北京鑫欣印刷厂
规 格	850 × 1168 毫米 32 开
字 数	200 千字
版 次	2001 年 1 月第一版
印 次	2001 年 7 月第二次印刷
印 张	10 印张
印 数	8001—11000 册

ISBN7 - 80127 - 779 - 1 / F · 229

定 价: 18.00 元

版权所有 盗版必究



《生活中的小陷阱》书系

编辑委员会

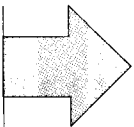
顾问 王江云 (中国消费者协会前秘书长、《中国消费者报》前社长)

胡本英 (《中国消费者报》前总编、中国保护消费者基金会原副会长)

主编 李学寅 (中国消费者协会常务理事、《中国消费者报》社长兼总编辑)

副主编 胡子清 朱赤汇

编委 蒋学飞 邱宝昌 李凤琴 段国强
张云初 张颖 张弘 隋文香
俞明昆 赵纪英



做一个聪明的消费者

代《生活中的小陷阱》书系总序

李学寅

早在 1988 年 11 月，我所供职的为全国消费者服务的《中国消费者报》，鉴于消费者在消费活动中上当受骗不断增多的问题，连续发了两篇题为“做一个聪明的消费者”的评论员文章。打那之后，“做一个聪明的消费者”——少上当受骗，成了一句在广大消费者中传播得很快的“流行语”，也成了许多消费者追求的一个“目标”。

遗憾的是，十几年过去了，这句“流行语”虽然越传越广，但广大消费者所追求的这个“目标”，却似乎没有拉近多少距离。近几年，消费领域的投诉呈逐年上升趋势，内容涉及方方面面，吃亏上当的消费者越来越多。个中原因当然有市场经济越来越发达随之产生的问题会相对增多，也有法制不健全问题、市场秩序混乱问题、行业垄断的问题等等。但其中还有两个直接的原因，一个是：一些经营者法制观念淡薄缺乏职业道德，千方百计地设置损害消费者利益的种种“陷阱”，使弱势的善良的消费者防不胜防；另一个是：消费者由于缺乏必

《生活中的小陷阱》书系

要的市场知识、商品知识和法律知识，掉进了不法经营者的“陷阱”，还不知道是怎么回事。

基于上述两个直接原因，为了使弱势善良的消费者变得更聪明些，以“为消费者服务为己任”的“丛书”编者，历经数月，几易其稿，字斟句酌，费尽心思，选编了这套《生活中的小陷阱》，总结了多年来广大消费者在消费活动中的经验教训，内容涉及“商品房”、“保险”、“医疗、美容”、“购物”、“旅游”、“教育”等领域，都是广大消费者在日常生活中经常会碰到的“陷阱”，也是广大消费者普遍关心欲知究竟的问题。从某种意义上说，这套“丛书”是一部日常生活中消费者所遇到的“陷阱大全”，也可以说是一部避免上当的“防骗大全”和“消费指南”。

纵观“丛书”，我以为有以下三个主要特色，换句话说，对读者朋友可能有以下三个方面的作用：

一是对消费者有启示作用。这套“丛书”采用了“以事喻理”的写作方法，精选了有代表性的大量案例，以事实为依据，以法律为准绳，从理论和实践的结合上进行分析和评议，指出一些经营者的荒谬之处，“陷阱”何在：告诉消费者有关知识和政策规定，提醒消费者防止掉进“陷阱”的“招数”及一旦掉进“陷阱”后如何索赔，以维护自身的合法权益。相信掉进过“陷阱”的消费者读了此书后，会明白自己为什么掉了进去，没有掉进过“陷阱”的消费者，会从一个个活生生的事例中受到启示，把别的消费者所吃的“堑”，变成自己的“智”，使自己再遇到类似问题时变得聪明些。

二是对经营者有警示作用。一般来说，在市场经营中，处

于强者和主动地位的经营者，在各个行业的交易活动中往往都比消费者“技高一筹”。出于赚钱的目的，一些不法经营者总是把法律、道德、良心、信誉放在脑后，以设“陷阱”、摆“圈套”为能。但“物极必反”，随着法规的健全，秩序的规范，消费者的觉醒，一些经营者所设“陷阱”就可能把自己“陷”进去，所摆的“圈套”就可能把自己“套”住。本“丛书”的编辑出版，实际上是对一些经营者所设“陷阱”的一次大暴露，大展示，警示这些经营者所设的“陷阱”已经被消费者识破了，再设新的“陷阱”，还是会被识破的，就是说总有“机关算尽”的时候。因此，还是早日回到勤劳致富、合法经营、信誉第一的正确轨道上来好。

三是对有关法规知识的普及有昭示作用。“陷阱”之所以叫“陷阱”，从根本上说，是违背了法规精神。因此，防止掉进“陷阱”，掉进之后能够“自保”，最根本的也是要掌握法律的武器。正因为如此，这套“丛书”，将我国现行的多部法律、法规中各个方面有关保护消费者权益的内容，通过具体的案例，用深入浅出、简洁明了、易懂易记的表述形式介绍给了广大消费者，不仅传授了法律知识，还昭示了运用方法。为广大消费者掌握法律武器保护自身的合法权益提供了很大的方便。同时，也为消费领域落实“以法治国”的基本国策做出了积极的贡献。

最近，一家媒体报道，日本有关部门调查数据显示，在性质恶劣的推销行为受骗者中，20岁以下的青少年占50%以上。为了让高中生走上社会后“做一个聪明的消费者”，越来越多的日本中学，在学生即将毕业之际，开办“消费知识讲座”，请法律专家讲解性质恶劣的推销行为和合同上的圈套等有关

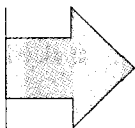
《生活中的小陷阱》书系

知识,以免年轻人走向社会后,掉进奸商们的“陷阱”。日本这种从学校抓起,从青少年抓起,进行消费知识教育,防止上当受骗的做法,不失为提高国民素质的一个明智之举。我国青少年在掉进“陷阱”的消费者群体中占多大比例,笔者不大清楚,不过可以肯定地说,比例不会低于日本。因此,在当前提倡对中小学生进行素质教育的时候,把学习消费知识防止掉进“陷阱”列入课程是完全必要的。而这套“丛书”则可以作为教材之一。从这一点上说,“丛书”的编选者也为我国的青少年办了一件好事。

世界上只要存在着“买卖”二字,“买”者不如“卖”者“精”的规律就会起作用。所谓“精”,就是说可能会设下“陷阱”,正如马克思说的,为了追求多少倍的利润,一些经营者甚至不惜冒杀头危险的。从这个意义上说,“陷阱”还要存在相当一个历史时期。对于这一点,作为消费者要有清醒的认识。不能设想,一个早上“陷阱”就会消失得一干二净。惟一可以做到的,就是不断学习市场知识、商品知识、法律知识,做一个聪明的消费者!

(本文作者为中国消费者协会常务理事、中国消费者报社社长兼总编辑)

2000年12月25日



《保险陷阱 100》前言

张云初

当保险业务员或保险代理人以其孜孜不倦的敬业精神和喋喋不休的嘴皮功夫动员你参加保险时，他会信誓旦旦地向你担保：你依我的话，“保险”不会出错。

当你参加保险，缴纳保费后真的出现了保险事故，向保险公司请求赔偿时，保险实务中大量理赔纠纷会告诉你：参加保险未必就“稳妥可靠”，参加了“保险”不一定就“保险”。

近年间，随着保险行业的展业扩张，保险理赔纠纷也日渐蜂起。一方面，很多保户在遭遇保险事故后依法获得了及时合理的赔偿；另一方面，也有不少投保人在遭遇风险后向保险公司请求赔偿而被拒赔。

保险公司拒赔的“理由”百条千条，当然其中不少理由确实持之有据，依之以法，言之成理；然而也有很多理由是不能成立的：有的违背事实，有的歪曲法律，有的巧立名目，有的卸责推脱，有的十分荒唐，有的似是而非……。

对这一条条“理由”，有的投保人辩之以理、诉之以法；有的投保人却欲辩无辞，欲哭无泪，无可奈何，自认倒霉，如掉进了一个个“陷阱”之中。

保险理赔路上确实布满了一个个“陷阱”，产生“陷阱”的原因，一是一些保险从业人员业务素质不高，不能正确理解和执行保险法规；二是少数保险从业人员职业道德不良，蓄意损害保户利益；三是保险法规尚不完善，存在矛盾和漏洞；四是有的保户本身缺乏保险知识和法律常识，误入了自造的“陷阱”。

保险理赔是一项非常复杂的专业性较强的活动，对于保户来说，如果缺乏这方面的专业知识和法律知识，又难以识别和辨析各种各样的拒赔理由，那么一不小心就可能掉入“陷阱”。

本书从维护投保人、被保险人、受益人（即保险的消费者）利益的角度，从全国各地保险实务发生的保险理赔案例中，精选出100个较有代表性的案例，以事实为根据，以法律为准绳，进行分析和评议，重点剖析保险人的种种拒赔“理由”，在指出其谬误的同时，向投保人提出警示性的忠告，请小心陷阱！

因此，本书是为广大保户提供防止保险“陷阱”的经验之谈，通过阅读本书，增加保险知识，科学合理地进行投保决策，并在发生保险事故后依理依法进行索赔，维护自己的合法利益。本书也可以作为保险从业人员的借鉴之资，以期提高自己的业务素质，减少人为的陷阱。

本书所选案例及部分评析，来自全国各种公开发行的

前 言

报刊书籍。为了避免当事人的对号入座，编者对大多数案例的时间地点当事人作了适当变动，对情节也作了适当整理，舍弃了与结论无关的情节，较多案例在编者重新整理的基础上进行评说。由于资料来源辗转多途，或原始出处难以考究，除一部分注明了原作者姓名外，其他未能一一注明出处。本书编者特向本书全体著作权人致以真诚歉意和崇高敬意。请原作者尽快与本书编者或出版社联系。

为了给广大保户提供法律武器，本书将《中华人民共和国保险法》附录之后。

联系地址：深圳市莲花北村吉莲大厦4栋25E 张云初
邮政编码：518036

保险代理中诈骗行为的五大特点

“龙凤单” 截取保金

保险代理诈骗手段之一，是用“龙凤单”蓄意截取保户保费携款潜逃。1994年底，一名香港人在广州开办了一家保险咨询公司，向当地工商部门领取了营业执照，租借酒店客房作为经营场所。然后，与几家急于发展业务的保险公司签订了代理保险业务协议。起初，还按协议向保险公司定期缴付保户的保费。待取得保险公司的信任后，就开始以承保储金还本的团体人身险为主干起谋骗勾当。用保险公司的正式保单开出给保户，保单写明保险责任、还本期限，而保险费率的约定，在保险费一栏上，则用隔板分别填写：正本写实收的储金数额并开出收款收据交与保户；副本则只写标准费率的纯保费数额、交予保险公司作结算手续费凭证。在这种“龙凤单”的掩盖下，保险人和被保险人因保单、收据手续完备而未觉有诈。于是，代理商可以一边向保险公司缴纳少量的纯保费，一边又领取新的保单继续翻版瞒骗两头。当其截取保户储金达到一定数额，并且预计还本期将到的时候，便突然提取所有储金保费，携款离去。

伪造保单骗客户

诈骗手段之二，是同一保险标的，开两张不同险种保单从中诈骗。这种手法较为隐蔽，不易察觉。其手法是：保险代理商利用保险公司急于发展业务的心理，声称其介绍过来的客户愿签超出正常费率承保的保单，而保单上超出正常费率部分的保费，要退给代理商作为手续费代转。保险公司由于认为这些业务事实上能收到正常的保费，便视代理商能超费率承保是“有本事”行为，所产生的得益也应予认可。

通常，代理商及其业务人员伪造保单，以向被保险人承保人身险、企业财产险等风险较小险种为名，开出保单正本交予保户，副本扣下，要保户将保费直接划入保险公司，以示无欺。然后又伪造另若干张同一保户投保低额险保单副本交予保险公司，作记账凭证，从中骗取两个险种或保单之间的巨大差额。在这类诈骗活动中，代理商通过以上手法，利用保险公司的账户，堂堂正正地将保户的保费划出骗走，造成保险公司的利益和声誉受损。

私刻公章申请提前退保

诈骗手段之三，是伪造客户公章，申请提前退保，骗取全额保费。某代理保险业务员介绍一保户向保险公司投保了“团体人身意外”储金保险。该保户将近 100 万元保费支票连同投保单交其转递给保险公司，承保过程一切都合乎规

保险代理中诈骗行为的五大特点

范，也无虚假成分。几个月后，这名代理业务员拿着该保户提前退保申请书（申请书上盖有与投保单一样的伪刻保户公章）。声称客户需要资金周转，要求提前退保，并希望以现金支付，保险公司有关经办人员见申请批单上盖有原保户的公章，申请理由正当，在没有审核和收缴保户的保单正本的情况下，就同意退保并满足对方要求开出了现金支票。这名代理业务员持伪刻的公章分别在保险公司的支票存根和支票背书上盖上保户的单位名称，到保险公司开户银行按正常提款手续，轻而易举地提取了这笔保户储金近 100 万元现金。

代理人与保户串通先投后退

诈骗手段之四，是代理商串通投保人，先投保再退保，骗取代办手续费。这种骗术较为简单，容易识破。其表现形式是：个别代理点与投保人预先约定，由投保人在代理点投保机动车险或其他险种，按章缴纳保费，代理点向保险公司索要高额代理手续费后，就指使投保人撤保，保险公司按费率扣减部分保费后，一般都予以退保。这样，代理点从高额手续费中补偿被保险公司扣除的部分保费给投保人外，仍有利可图。更有甚者，代理点开出保单的投保标的根本就没有可保利益存在，采取间歇性“出单——收手续费——撤保——取得两者差价”的手段来谋取不当利益。

拖延时间结保费

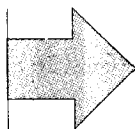
诈骗手段之五，是拖延结付保费，谋取保费或利息收入。一些保险代理点为了最大限度地获得各种利益，贿赂保险公司有关管理人员，利用单证管理上的漏洞，合谋诈骗保险公司。一般手法是：代理点开出保单，代收保费后，将高风险险种的保单副本和保费交给保险公司，而把低风险险种标的保单和保费压下暂不上缴，假如标的物在保险期内不出事故，则代理点就全部侵吞了该项保费。而一旦标的物在保险期内出险，代理点马上将保单副本交给保险公司的单证员，同时交付保费，编造一个延交保单和保费的理由搪塞保险公司，要保险公司承担理赔责任。一般情况下，保险公司出于既往和今后利益关系也多半不予追究，因而代理点往往有不少可乘之机。另外，代理点以种种借口经常拖延结付保费，截取保费停留期间所产生的银行利息（尤其是美元保费）。这对保险公司来说是一笔不容忽视的流失利益。

另外，还应警惕采用“预留保单空号，倒签单”的手段伺机骗赔的保险代理点。代理点一般都拥有一批自己的保户，一些保户为了节省保费，与代理点私下约定：由代理点预先将某个险种的保单及流水号码留空，不办理投保手续，一旦有出险对象，代理点便在空号保单上填上保险内容，倒签投保日期、补交保险费，共同谋骗保险公司理赔。假如不出险，代理点就可以收取客户一定比例的手续费。这是一种代理点与准投保户两厢情愿的事，惟一受损的是保险公司。

保险代理中诈骗行为的五大特点

至于对付保险公司流于形式的例行检查，代理点自然会摆出诸如遗失、错单、补交等理由支吾其词，往往能蒙混过关。

《中国保险报》



目 录

总序 (1)

前言 (5)

保险代理中诈骗行为的五大特点 (I)

一、人身保险

1. 首期保费已缴，但保单未签发，合同成立吗？ (3)

2. 未要求体检即签约不是投保人之错 (5)

3. 讲实情，勿犯“无意之错” (8)

4. “不主动告之”并非隐瞒事实 (11)

5. 否定“如实告之”，必须拿出证据 (13)

6. 代办员急功近利，投保人三思而行 (16)

7. 投保年龄不真实，自作聪明不可取 (18)

8. 团体投保要防理赔难 (21)