

監管通訊



第 6 期 ◆ 2022 年 12 月 ◆ 保險業監管局

《監管通訊》為一份定期刊物，載列保險業監管局（「保監局」）接獲投訴的統計數字及意見，並探討有關保險業務經營方式的主要事宜。

我們在今期載列了保監局於 2022 年首 3 個季度所接獲的投訴統計數字。

「業務常規」部份會講述持續專業培訓（「CPD」）規定的合規情況。在此，我們發布了整個市場的 CPD 合規統計數據，其中包括持牌個人保險中介人未符相關規定比例較高的前十家主事人名單。通過提高透明度，我們希望推動改進，而該等改進始於我們列舉關乎 CPD 的管控和管治的最佳業務常規。

在「保單持有人專欄」中，我們提問：香港的保險認知情況如何？是的，讓我們來看看香港公眾在保監局的首次「保險認知」研究中的表現。此外，我們亦希望提醒公眾，注意欺詐網站會如何部署，以試圖令大眾對其產生信任的錯覺。

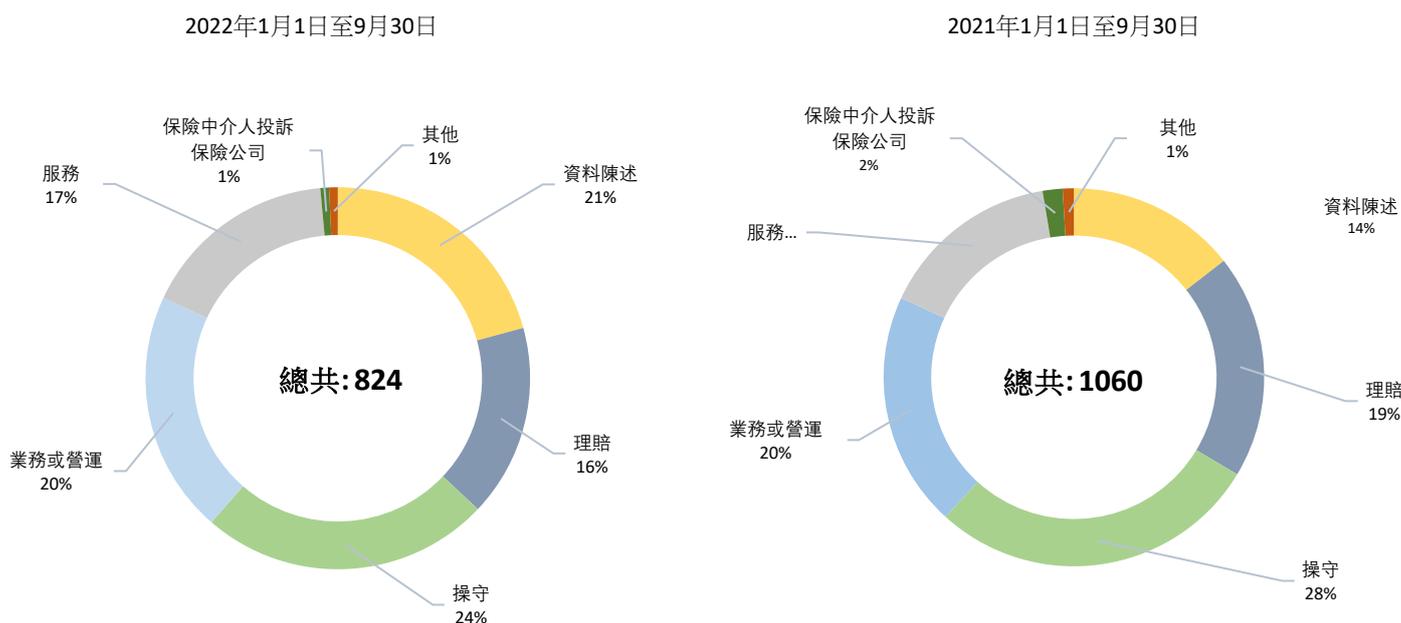
請各位細閱！

保險業監管局
市場行為部主管及法律總監
郭家華

投訴統計數字

今期載列2022年首三季保監局所接獲的投訴統計。

2022年1月1日至9月30日與去年同期比較



保監局於2022年1月1日至9月30日期間共接獲824¹宗投訴，較去年同期減少22%。就投訴類別而言，有關「操守」類別收到的投訴為最多。

投訴類別說明

操守 - 指因保險銷售過程、處理客戶保費或款項、跨境銷售、無牌銷售、欺詐指控、偽造保險相關文件指控、回佣及「誘導轉保」（即保險代理人以虛假陳述、欺詐或不道德的方式誘導客戶，以另一保險公司所發出的保單取代客戶的現有保單）而引起的投訴。

資料陳述 - 指與保險產品特點、保單條款和條件、繳付保費安排的陳述，或列於利益說明文件上的投資回報、紅利等有關的投訴。

理賠 - 指與保險理賠有關的投訴。保監局無權裁定保險理賠或命令支付賠償。然而，其可處理涉及理賠處理過程的投訴（例如延遲處理索償、管治控制不足或不力、理賠處理過程效率欠佳等）。

業務或營運 - 指與保險公司或保險中介人業務或營運有關的投訴（例如：取消保單或續保、保費調整、承保決定或與保險公司管理層有關的事宜等）。

服務 - 指與保險公司或中介人之保險相關服務有關的投訴，例如與派遞保費通知或年度報表有關的投訴、不滿服務水平等。

¹保監局於上述期間接獲保險公司／中介機構自行申報的個案共有 45 宗（去年同期為 50 宗），有關個案並未計入上述的統計數字內。

業務常規

持續專業培訓對於維持良好的道德操守文化的重要性

持牌個人保險中介人²（「個人持牌人士」）擁有專門的保險知識以幫助客戶評估其保險需求，以及可滿足這些需求的保險保障類型。擁有這種一般公眾並不容易可以獲得的專門知識，正是使個人持牌人士成為專業人士的原因。身為專業人士，他們在從事受規管活動時必須符合高的道德操守標準，才能使保險市場可建立在信任的基礎上。

穩健的職業道德為香港持牌保險中介人的操守監管制度奠定了基礎，其核心是《保險業條例》第 90 條中的以下 8 項操守原則：

- 1) 誠實及持正
- 2) 公平對待客戶，並以客戶的最佳利益行事
- 3) 運用謹慎、技巧和努力
- 4) 可勝任提供意見
- 5) 提供適合客戶情況的意見
- 6) 向客戶披露充份的資料
- 7) 避免和管理利益衝突；和
- 8) 保護客戶資產

這些操守原則並非只是為了「符合選項」表面形式的合規規定，而是所有個人持牌人士在從事受規管活動時必須展現的行為道德原則。



持續專業培訓（「CPD」）— 專業、道德操守和持正的基石

與所有其他需要按照嚴格的道德操守責任行事的職業（醫生、律師、會計師等）一樣，個人持牌人士負有持續的義務，需通過定期的培訓和自我提升，以持續展現、加強和更新他們的專業水平、知識和道德操守。這正是為何作為保險監管框架的一部分，個人持牌人士必須於每個評核年度（即為每年的 8 月 1 日至翌年的 7 月 31 日）完成，(並證明其已完成)最低限度的 CPD 時數規定。

根據保險業監管局（「保監局」）的《持牌保險中介人持續專業培訓指引》（「指引 24」），在目前的評核期內（2022 年 8 月 1 日至 2023 年 7 月 31 日），個人持牌人士所需的 CPD 時數（如牌照只限從事有限制旅保業務者除外）已增加至 15 小時，而其中 3 小時的 CPD 時數須與道德或規例範疇有關。同樣重要的是，個人持牌人士必須在 9 月 30 日的限期前（評核期結束後的兩個月內），向保監局匯報其 CPD 的完成狀況。

遵從 CPD 規定固然是每位個人持牌人士理所當然的責任，而保險監管框架會通過對未能遵從規定的人士採取相稱及具阻嚇性的紀律行動以強調這一點。畢竟，CPD 中的「P」代表「專業」，而未能完成規定的時數或未有匯報其 CPD 狀況以證明其道德操守和知識的個人持牌人士，實非專業，並應遭受紀律行動處分。



² 持牌個人保險中介人是指持牌個人保險代理、持牌業務代表（代理人）或持牌業務代表（經紀）

主事人就 CPD 完成狀況負有的責任

正如指引 24 明確指出，作為主事人的獲授權保險人、持牌保險經紀公司或持牌保險代理機構也負有重大責任，他們需確保其獲委任個人持牌人士遵守 CPD 規定。就此而言，負責管理中介人的職能的管控要員（就獲授權保險人而言）和負責人（就持牌保險經紀公司和持牌保險代理機構而言）負有核心責任，他們需建立必要的管控措施和程序，並提供充足的支援來確保這一點。此外，鑑於完成 CPD 的重要性，董事會成員也具有責任確保保險人、經紀公司或代理機構（視情況而定）實施充分的管治和管控的責任，作為其職權範圍的一部分。因此，缺乏適當的 CPD 合規管控和程序或會負面地反映相關管控要員、負責人和董事的適當性。



CPD 對保險業企業文化的重要性

完成 CPD 時數是任何專業行業的基本要求，如果主事保險人、經紀公司或代理機構未能確保其獲委任個人持牌人士完成並匯報其 CPD 時數，這表示其未有做好基本工作。這更會負面地影響保險人、經紀公司或代理機構的形象，亦反映其不佳的道德操守企業文化。

相比之下，保險人、經紀公司或代理機構，若在其獲委任個人持牌人士的 CPD 時數完成率和匯報率達到 100%（或接近 100%），則反映其具有基於專業精神而堅實的良好道德操守企業文化，及可確保知識和專業水平得以保持更新，以能提供最佳服務。

披露 CPD 違規行為以作為市場紀律

鑑於 CPD 完成狀況、企業文化和總體專業水平之間的相關性，保監局認為應讓公眾知悉具多名違反 CPD 規定個人持牌人士的主事人（尤其是該等擁有龐大代理人團隊的主事保險人，或該等擁有大量業務代表的經紀公司或保險代理機構）。

畢竟，披露是促進市場紀律的一種方式。披露該等主事人轄下未有完成或匯報其 CPD 時數的個人持牌人士的百分比，將有助於鼓勵主事人改善其管治、管控和文化，特別是就其整體個人持牌人士完成有關 CPD 的層面上。



2021/2022 評核期的 CPD 違規情況的披露資料

CPD 違規的市場水平

為了促進和鼓勵業界就完成 CPD 採用適當和穩健的操守標準，保監局因應最近完結的 CPD 評核期 – 2021 年 8 月 1 日至 2022 年 7 月 31 日（「2021/2022 評核期」），公佈並披露以下資料。

在 2021/2022 評核期內，由於持續的新冠疫情影响，保監局已把個人持牌人士需要完成的 CPD 時數由 15 小時下調至 12 小時。

就此，共有 108,283 名個人持牌人士需要完成並匯報其已完成的 CPD 時數。儘管保監局作出上述寬減，但仍有 1,661 人（1.5%）匯報指其未能完成所規定的 CPD 時數，同時另有 8,469 人（7.8%）完全沒有匯報其 CPD 完成狀況，這意味著保險市場的 CPD 總違規率為 9.3%。因此，這是一定的改進空間。

儘管截至 2022 年 11 月，當中 7,034 名違規的個人持牌人士已停止從事受規管活動（由於他們不再獲任何主事人委任，故其牌照隨後被自動暫時吊銷或撤銷），但由於他們在評核期內持牌，所以是需要完成 CPD 的。

代表獲授權保險人的持牌個人保險代理的違規率為 10.2%。獲經紀公司委任的持牌業務代表（經紀）的違規率為 11.7%。獲保險代理機構委任的持牌業務代表（代理人）的違規率為 5.2%。

前 10 家的主事人

以下是在 2021/2022 評核期內，就整個保險市場而言，麾下個人持牌人士 CPD 違規率最高的 10 家主事人名單，而每家主事人都有超過 50 名違規的個人持牌人士：

持續專業培訓違規排行榜

	前 10 家的主事人名稱	CPD 違規率
1	康宏理財服務有限公司	23.8%
2	安達人壽保險有限公司	14.0%
3	中國人壽保險（海外）股份有限公司	10.2%
4	萬通保險國際有限公司	9.0%
5	宏利人壽保險（國際）有限公司	8.7%
6	富通保險有限公司	8.3%
7	友邦保險（國際）有限公司	8.1%
8	中國太平人壽保險（香港）有限公司	7.8%
9	安盛保險（百慕達）有限公司	7.3%
10	中銀集團人壽保險有限公司	7.1%

高百分比的違規率代表公司就 CPD 完成狀況及匯報的管控和程序可能有所不足。因此，上述表格中顯列出的主事人將被要求在其個人持牌人士在 CPD 完成狀況方面作出重大改進（並且可以預期保監局將密切與該等主事人作出跟進）。

CPD 管治和管控的最佳業務常規

就 2021/2022 評核期的 CPD 違規數據的分析表明，保險市場中具最高合規比率的，是來自本身是認可機構（即銀行）的獲持牌保險代理機構，其轄下委任的業務代表（代理人）。該界別的 CPD 完成狀況的違規率低至 0.5%。從這個市場界別（以及我們對違規率相對較低而未有出現在上述違規名單上的保險人和經紀公司的查察），可以發現該等主事人實施了以下良好的業務常規，以促進其個人持牌人士完成和匯報 CPD 時數。



1. 安排充足的 CPD 課程

一家良好的主事人會在年度期間安排 CPD 課程以供其個人持牌人士參加。這些課程可以透過由主事人自行提供的或與業界組織合作。良好的主事人免費向其個人持牌人士提供這些課程，展示出主事人於其職業和專業水平投放的資源。某些主事人會於指定日期前（例如 5 月 31 日，即評核期結束前兩個月）提供免費的 CPD 課程，以鼓勵其個人持牌人士及早完成 CPD（該等主事人於此日期之後仍會提供 CPD 課程，但需由個人持牌人士支付費用）。



2. 在整個評核期內監察和鼓勵 CPD 的完成

良好的主事人將制定一個有效的流程來監察其個人持牌人士在整個評核期間的 CPD 完成狀況（以便個人持牌人士在整個期間內平均地完成 CPD，而不是留待最後的時刻才完成）。主事人可以為個人持牌人士設定基準（例如，每三個月需完成 5 個 CPD 時數），並根據該基準在該年度為其個人持牌人士提供（並紀錄）CPD 課程。主事人應不時向其個人持牌人士就其需要完成的 CPD 時數發出提醒通知。另外，就那些落後於在該年度計劃的個人持牌人士，有關通知亦應發送予其直屬經理，以便他們鼓勵個人持牌人士趕上進度。主事人應鼓勵個人持牌人士匯報他們從公司外面（即不是由主事人組織的 CPD 課程）獲得已通過評審的 CPD 時數，以便更新和跟進他們的 CPD 紀錄。



3. 完成 CPD 時數的內部提前的限期

擁有最佳 CPD 完成狀況紀錄的主事人在內部設下規定，要求其個人持牌人士在 5 月 31 日或 6 月 30 日（最終截止日期 7 月 31 日前的一或兩個月）或之前，完成他們的 CPD 時數。如果在提前的限期之前未能完成規定，則會採取內部紀律行動（例如暫停新業務，甚至終止委任 - 見下文）來加強這一點。



4. 未完成 CPD 時數的採取內部紀律行動

擁有最佳 CPD 完成狀況紀錄的主事人為加強完成 CPD 時數的重要性，會於其個人持牌人士在內部提前的限期之前未能完成規定時，施行暫停其新業務的阻嚇性措施（以便該等個人持牌人士可以專注於完成他們的 CPD 時數）；並於該個人持牌人士在多次提醒後仍然忽視此要求的情況下，自動終止其委任。這發出了一項強烈的信息，即只有那些完成 CPD 時數的人，才有足夠的專業水平可代表其主事人與客戶接洽，而那些不能保持這種專業水平的人則不應該代表公司。這種方法是值得鼓勵的。



5. 通過電子學習培養高績效的知識文化

保監局取消了通過電子學習方式完成 CPD 的時數上限，具有高 CPD 完成率的良好主事人，會通過電子學習方式提供 CPD 課程，讓其個人持牌人士可以在任何時間和地點進行學習。通過此做法，良好的主事人在他們的分銷團隊中，培養出一種持續自我進修和學習的文化。



6. 個人持牌人士入職和離職的管控

良好的主事人會確保新招聘的個人持牌人士充分理解他們需要完成所需 CPD 時數的義務，及只要個人持牌人士繼續持有牌照，則該義務仍然持續。這意味著，即使個人持牌人士離開了主事人（並且沒有被另一家主事人委任），只要其持有的牌照繼續有效，他/她仍然有責任完成 CPD 時數。在個人持牌人士離開主事人時，作為離職流程的一部分，主事人亦應向他們傳達同樣的信息。對於已經或之前曾獲得牌照的新入職個人持牌人士（例如，從另一家主事人轉職過來，或重投業界），良好的主事人亦會查核其以前的 CPD 合規紀錄（例如，善用保監局網上平台中搜尋功能所提供的資料），以評估他們是否為應該聘用的合適人選。



7. 匯報 CPD 完成狀況的流程

個人持牌人士可以通過其主事人或直接向保監局（通過保監局的網上平台）匯報其 CPD 完成狀況。無論哪種方式，良好主事人都會有適當的流程，來確保他們的個人持牌人士會按時匯報所需的聲明（例如，利用保監局網上平台中附設的功能，定期下載進度報告以進行監察）。



總結

確保主事人擁有穩健的管治、管控和流程，以履行其對獲委任個人持牌人士完成和匯報 CPD 時數的責任，將繼續成為保監局在其操守監督工作中（如有必要，在其紀律處分工作中）的焦點。因此，獲授權保險人、經紀公司和代理機構應藉此機會，根據上述良好業務常規，審視並（如有必要）加強其 CPD 管控、管治和流程。



香港的「保險認知」如何？

今年較早前，保險業監管局(「保監局」)公佈了其首份保險認知研究，以評估香港的保險認知水平。香港的「保險認知」為何？現讓我們在今期的保單持有人專欄中，總結一下有關研究結果。

然而，在我們這樣做之前，我們需要詢問……

什麼是保險認知？

根據該研究，是：

「保險認知指在作出明智的保險決策時所具備的知識和技能、態度及行為。」

實質上，保監局的研究向香港 18 區約 1000 名人士提出了一系列有關保險的問題，以評估香港的保險認知普遍水平。結果著重於定義中包含的每個類別（即「知識和技能」、「態度」和「行為」）——以及所有三個類別的總體保險認知水平。

我們為什麼要關心保險認知？

保險在社會中發揮著至關重要的作用，使人們和企業免受財務損失。試想想……

- 如果你英年早逝，人壽保險可確保你的家人和受養人得到照顧，從而讓你安枕無憂。兼具儲蓄和投資元素的人壽保險產品，更能防範儲蓄耗盡的風險，讓你安享晚年。
- 至於非人壽保險，試想想：如果沒有保險來管理風險，就無法建造建築物、無法讓汽車在路上行駛、無法讓船隻出海、無法讓飛機飛行、無法發射衛星。

故此，保險實為十分重要。它支撐社會發展、支持企業、促進經濟增長、造就創新，是進步的引擎。因此，一個社會在保險保障範圍方面越廣泛（即購買保險的人越多），社會就會變得越健康。正因如此，人們不僅需要購買保險，而且還要在他們購買保險時，作出明智的決定，這一點至關重要。這就是保險認知很重要的原因。

那麼，現在讓我們來看看香港的保險認知如何。



香港在有關保險的「知識和技能」方面表現如何？

有關保險的「知識和技能」是保險認知中的重要組成部分。「知識」是指一個人對保險原理、術語、產品特點、保單持有人的權利和責任的理解。「技能」是指一個人在作出保險決策時應用該知識的能力。

在知識和技能方面，研究發現總體保險認知水平為「中等」，得分為 55%³。

總括而言，受訪者了解保單持有人的權利（例如 67%的受訪者知道在「冷靜期」期間取消人壽保險的權利），並且對保險原則有大致的了解（65%的受訪者知悉保險在減輕低頻率但高嚴重性事故帶來的風險方面的價值）。相較而言，對風險和保障需求的認識則有限（例如，只有 24%的人知道租戶需要家居保險），得分因此被抵銷。此外，只有 39%的受訪者能夠區分保險代理人 and 保險經紀（對此主題有感興趣的人士，請參見第二期的《監管通訊》中介紹兩者的區別[連結](#)）。



「態度」又如何呢？

在保險認知方面，「態度」指的是一個人對保險的好感度、信任度和信心度，以及其價值的感知程度。

同樣地，「態度」的總體得分為 54%，處於中等水平。有關得分因 76%的受訪者認為保險是一種工具，可以針對意外和疾病等不可預見事件的不利財務後果提供保護而得以提高，而 59%的受訪者認為保險對每個人都很重要。這項分數中亦顯示 58%的受訪者相信保險中介人的保險建議（儘管只有 52%的人認為保險公司能滿足客戶的需求）。

拉低得分的是大多數受訪者（60%）感受到他們在購買保險時受到過多選擇的影響，這使得他們難以選擇最佳的保單。



³ 分數高於 70%代表「高度認知」，50%至 70%之間代表「中等認知」，低於 50%代表「認知偏弱」。

在「行為」方面呢？

「行為」在保險認知而言，在於一個人如何購買保險，他們在購買保險後的行為，以及這對他們財務狀況的影響程度（例如，他們會否比較保險產品、尋求建議、他們是否願意在購買保險時投入時間、他們是否會拖延作出購買決定、一旦購買後，他們會否在續保時，堅持目前的選擇還是會貨比三家，以及他們會否拖延提出索賠）。

在「行為」方面，總分較低，為 **48%**，這意味著「認知偏弱」。為什麼會這樣？

有趣的是，得分被兩項重要因素拉低了。首先，受訪者

通常依賴家人或朋友提供有關保險保障範圍的建議和經驗（72%的受訪者認為這是最值得信賴的資料來源）。其次，幾乎一半持有保單的受訪者承認他們的保險決定，受到諸如免費電影戲票和保險公司提供的醫療保健服務等促銷活動所影響。

在此，我們看到了人類行為心理學的三个重要原則正在產生作用，根據羅伯特·席爾迪尼博士（Dr. Robert Cialdini）在其著作《影響力：讓人乖乖聽話的說服術》（Influence: The Psychology of Persuasion）⁴ 中的解釋，世界各地的銷售業務常規已作為「影響力武器」而被加以利用。

影響力武器

「社會認同」



「社會認同」的心理學原理告訴我們，人類通常會通過觀察他人的行為來驗證自己的行為方式。因此（如研究所示）我們購買的保險，往往會受到朋友和家人購買的保險所影響（即使能滿足他人需求的保險產品，不一定能滿足我們自己的需求）。

「互惠」



另一個心理學原理是「互惠」，當某人為我們做某事時，我們天生就會覺得我們有義務要回報那人。因此，一些公司會以免費電影戲票的形式贈送免費禮物，試圖讓我們覺得有義務購買該公司的產品，從而產生心理上的互惠感。

「稀缺」



有時間限制的促銷活動，也是嘗試利用「稀缺」的心理學原理，即當機會似乎有時限，對我們來說就似乎更有價值。如今，「稀缺」的心理學原則被稱為 **FOMO**——錯失恐懼症。

我們可以在「行為」方面提高保險認知的方法之一，就是了解「社會認同」、「互惠」和「稀缺」的心理學原則會如何影響我們身為消費者的思維方式。這些心理行為實際上是我們大腦作決定的捷徑，但這方式可能並不適合我們。僅僅因為朋友購買了某項保險，並不意味著該保險適合我的需要。僅僅因為保險公司給了我一張電影戲票，並不意味著即使該保險產品不適合我，我也要購買。透過意識到我們的想法，我們就能知道，我們可以忽略這些影響，並為了我們自己的利益而理性地行事。我們在購買保險時，應該做好功課，投放時間在購買保險上，以確定哪些產品符合我們的需要，在我們

需要的時候，聽取專業人士的正確建議，而不是被免費贈品或限時促銷活動所左右。

其他拖低「行為」分數的調查結果，是在購買或續保之前猶豫不決，不肯定應否購買，以及缺乏研究（例如比較不同的產品）。此外，只有 **32%**持有保單的受訪者在購買保險前有閱讀過當中的條款及細則（只有 **15%**持有非人壽保單的受訪者在續保時有查看條款及細則）。透過提高人們對這些調查的認識，我們希望這研究能夠促進對抗這些不良消費者行為，並鼓勵人們投放一些時間和努力來選購保險、比較產品，以及不要拖延。

⁴ Cialdini, Robert B.: Influence – The Psychology of Persuasion – Harper Collins 2 June 2009

還有哪些其他有趣的研究結果？

在接受調查的人中，90%之前購買過保險（即他們是保單持有人），10%沒有購買過（非保單持有人）。非保單持有人的整體保險認知得分為 30%，遠低於保單持有人的 55%，非保單持有人對保險業的信任度較低。這是保險業（和監管機構）必須努力的領域，以使在整個社會實現更高水平的保險普及化。

就接受調查人士的年齡而言，調查人群也存在差異。18 至 24 歲年齡層的受訪者得分最低，僅為 42%。這顯示有需要讓年輕人掌握為自己進行財務規劃的技能，因為這是一項至關重要的生活技能。

所以，整體保險認知得分是……？

整體而言，香港的保險認知水平得分為 52%，屬於「中等」水平。

不錯，但你可以做得更好（正如母親過去常常說的），是的，研究確實表明，有需要做更多的工作才能達至更高水平的保險廣泛程度，並實現保險為社會帶來的顯著好處。

在哪裡可以找到更多資訊？

你可以在我們的[網站](#)上找到構成該研究的完整報告，以及研究簡要。

如果你對該項研究有任何問題或意見，請通過 enquiry@ia.org.hk 聯絡我們。

最後，你知道嗎……

說到保險認知，世界文學中一些最偉大的作家，都與保險有關。

法蘭茲·卡夫卡（Franz Kafka）是二十世紀最有影響力的作家之一，他在保險行業工作了 22 年。據說他的著作《審判》（The Trial）和《城堡》（The Castle）就是從這段經歷中得到啟發的。

美國作家約翰·基斯咸（John Grisham）的經典小說《造雨人》（The Rainmaker）（也是 1997 年的電影），以一場針對一家保險公司的訴訟為背景，激勵了一代學生成為律師（包括本文作者！）。

二戰時期的英國首相溫斯頓·邱吉爾也是一位多產的作家，曾獲得諾貝爾文學獎。據說邱吉爾對所有事物都有名言語錄。是的，甚至連保險也有一段：

「如果我辦得到，我一定要把保險這個字寫在家家戶戶的門上、以及每一位公務員的手冊上。因為我深信：通過保險，每個家庭只要付出微不足道的代價，就可免遭萬劫不復的災難。」



邱吉爾確實看到了保險普及化度的價值……正如保監局看到的一樣。

欺詐網站和建立信任錯覺的藝術

網上活動已成為日常生活的一部分。從金融服務到娛樂、從購物到健康建議，網絡空間開闢了新的視野，為我們提供了前人從未想過的便利。

然而，我們對科技的全面擁抱是有代價的。騙子和騙徒會利用網絡空間的外衣，結合他們對人類心理學的知識，制定多種方法來讓受害者蒙受金錢損失。

不錯的網站……這一定是真的

涉及欺詐網站最簡單的騙局，是向大眾市場提供假冒的保險產品進行網上銷售，並誘騙受害者通過虛假的申請途徑，輸入他們的付款資料和個人資料。詐騙者除了竊取保費外，亦可以將偷取的資料用於其他犯罪手段，例如信用卡詐騙或身份盜竊。

然而，保監局也遇到過其他詐騙手法，其中欺詐網站被部署為另一個更精心設計的計劃的一部分，目的是在騙取受害者的金錢之前，與受害者建立信任。例如，欺詐網站可以作為一種機制，讓不知情的受害者對公司進行盡職調查，從而給受害者一種錯誤的信任感，進而繼續進行涉及大額保費支出的欺詐交易。

在某些情況下（而且相當令人驚訝的是），欺詐網站會自行展示警告，提醒大家要小心同類型的欺詐行為，以建立信任。看到網站上的警告，不知情的受害者被誘騙思考 (a) 這家公司不可能會對自己的欺詐行為發出警告；(b) 該公司知道與此類保險產品相關的欺詐類型這一事實，確立了其銷售此類產品的專業知識。簡而言之，通過大膽的虛張聲勢，來建立信任。

例子



一群騙徒為 XYZ Sustain Ltd 建立了一個網站。然後，騙徒開始通過電話，聯絡目標受害者，提供「投資保障保險」，作為一種投資擔保債券。

其中一位潛在受害者，對所提出的「投資保障保險」概念感興趣。該保險旨在保障與投資相關的某些財務損失。受害者對 XYZ Sustain Ltd. 進行了基本的盡職調查，並瀏覽了其網站。

受害者發現 XYZ Sustain Ltd. 的網站經過精心設計，其圖片類型完全符合你對保險公司的期望。有專業拍攝的照片，如不同世代微笑的家庭、有戴安全帽的人的基建項目、穿白袍的醫生、參加瑜伽課的健康運動員，以及聲稱為該公司工作、面露微笑的西裝人員。這一切，都與保險保障生命和企業的預期承諾相結合。

有趣的是，該網站有一個標題為「保險欺詐警報」的頁面，警告有公司會出售虛假投資證券債券，並提供如何避免此類騙局的提示（並說明如果你有任何懷疑，請報警）。

在網站的另一個單獨頁面上，XYZ Sustain Ltd. 將自己定位為投資證券債券專業市場的領導者。

由於該網站的外觀，以及 XYZ Sustain Ltd. 本身就潛在欺詐發出警告的事實，受害者認為這表明該公司的真實性和誠意，於是決定把握機會，致電給騙徒。

在獲得受害者的信任後，騙徒誘使受害者預先支付保費，來申請該投資證券債券。然後，受害人會獲發一份看起來很正式的保單。

有一天，受害人試圖通知索賠。他的電話和電郵都沒有收到回覆。他再也看不到他自己的錢了，他很快就意識到，那份保單的價值，連白紙都不如。

不要上當！

上面的例子雖然是虛構的，名字不是真實的，但大致是基於引起我們注意的不同現實生活情況。

豪華、看起來真實的網站，與通過提出警告欺詐，作為獲取信任的手段所進行的心理操縱相結合，有時會令人墜入陷阱。

不要上當！請注意其中的詭計，並牢記以下提示，以幫助識別潛在的欺詐網站。

1. 仔細檢查域名。欺詐網站可能使用看起來與合法網站網址相似的名稱，試圖將自己冒充為保險行業的真實公司（儘管域名地址永遠不會與真實公司完全相同，或者可能添加了文字）。



2. 提防那些看起來非常專業，但仔細檢查後會察覺到「危險信號」的網站，這代表它們只是「華而不實」。是的，該網站可能有豪華的專業照片，但是……



- 關於公司本身的資料，通常是非實質性的，而且非常籠統。例如，它甚至可能沒有提供其保險牌照號碼，或表明其受誰規管。
- 可能有中斷的連結（這是明顯的「危險信號」）。
- 所提供的部分保險產品的描述可能有誤。例如，「人壽保險」的網頁描述，可能甚至沒有提及身故保障，這可能是從另一個描述個人意外保險的網站抄襲過來的。
- 言詞不通，語法可能帶有明顯錯誤。

3. 不要單靠該網站。嘗試尋找另一個可信的來源作驗證。事實上，如果你能找到的唯一資訊就是該網站本身（並且根本沒有其他公司的參考資料），那就應該提高警覺了。



4. 你可以善用保監局的登記冊來驗證該公司的授權或牌照狀況，以檢查它是否受規管的實體，並通過保監局登記冊上顯示的聯絡資料。如果該網站表明該公司有香港地址，那麼它很大機會應該是保監局登記冊上顯示的受規管實體。



5. 你認識其他人曾使用過該公司的服務嗎？如果不認識，要格外小心。特別是，如果它是一種「突然」提供給你的保險產品，而且目的是補償你在投資中所受的損失等。



6. 致電你信任的持牌保險中介人，徵詢他們的意見。



7. 最重要的是，相信你腦海中的那個聲音，它告訴你「事情不太對勁！」，這會為你省卻很多金錢。



保險業監管局

香港黃竹坑香葉道 41 號 19 樓

電話: (852) 3899 9983

傳真: (852) 3899 9993

網址: www.ia.org.hk



蓋世保鑑 Insurpedia



Insurance Authority