

互联网保险“百万”保额,“噱头”还是承诺?

上海消保委测评发现,“轻量化”产品设计易造成理解偏差,专家表示应当强化信息透明度

本报记者 裴龙翔

在各类电商或资讯平台上的保险广告中,不乏“百万”保额、“保障上百种重疾”、“限时优惠即将结束”等颇具吸引力的用语。这些“看上去很美”的保险产品,究竟是“玩噱头”还是“真有料”?

为了全面评估互联网保险产品真实情况,上海市消保委近日联合复旦大学针对互联网保险产品开展测评。课题组选取了10家市场主流的互联网保险销售平台和头部保险中介机构,并从中选取了35家保险公司共计150款保险产品样本,其中医疗险产品80款,重疾险30款,意外险40款,尽可能还原市场现状并为行业健康发展提出针对性改进措施。

百万意外险“百万”实为报销上限

测评结果,某平台销售的天天保百万意外险,宣称的“百万”实为意外医疗费用补偿责任,而医疗费用补偿是报销模式,不超过实际医疗费用,所谓的“百万”为报销上限,且免赔额高达5000元,而该产品的意外身故及残

疾保额仅有1万元。

复旦大学保险应用创新研究院副院长许闲指出,互联网保险销售页面普遍以强调“高保额、低保费、快理赔”为卖点,快速建立用户购买意愿。同时用营销语义设计高度强化用户感知利益,比如某些互联网中介平台在推广保险产品时,采用“饥饿营销”手段,在产品销售页面标注“今日仅剩xx单”等信息提示,制造紧迫感催促消费者下单,导致用户在没有全面了解和评估产品信息的情况下做出决策。

“这类‘轻量化’设计虽可以提升承保效率,却放大了用户对保障边界的理解误差,用户在实际使用中常出现保障不匹配或不适用的情况。同时,产品在销售端的界面展示相对简洁,难以解释清楚免赔条款、健康告知、等待期等专业化的保险内容,普通消费者在无专业人员协助的情况下易造成理解偏差。”课题组成员表示。

保障范围难判断,人工客服缺位

许闲介绍,很多保险产品在销售页面仅模糊表述“保障100/120种重大疾病”,却并未提

供完整的疾病清单或疾病示例,具体的疾病种类只能到保险条款中查询,消费者难以快速判断保障范围;某些意外险产品包含意外医疗责任,但没有明显标注可报销医院范围,导致消费者误以为所有医院均可理赔,而实际上部分高端或民营医院可能被排除在外。

人工客服的缺失也是消费者着重反映的痛点。课题组成员指出,人工客服应在关键节点承担解释条款、回应疑问与处理争议的责任。然而在实际运营中,人工客服严重缺位,不仅削弱了产品解释和协商能力,也阻断了与用户建立信任的机会。

记者试用后发现,部分平台的产品人工客服咨询入口存在缺失;部分产品声称提供人工客服,但消费者实际咨询时,发现只能使用AI问答系统,部分平台咨询入口流程复杂,要求消费者扫码关注公众号、注册账户、提供手机号或微信号等个人信息,才能进入客服界面。

强化信息透明度,保障消费者知情权

消费者需要怎样的互联网保险产品?上

海市消保委副秘书长唐健盛表示,应当强化互联网保险信息透明度,保障消费者知情权。不能仅依赖投保协议文档形式满足监管要求,尤其是在免赔额、保障责任、续保条款等方面,监管部门可推动行业标准建立,明确信息展示的行为规则,防止重要内容以默认折叠、文字淡化等方式弱化用户认知。

许闲提出,当前互联网保险销售平台以用户转化率为主要考核指标,容易造成“用户理解不足”。应推动销售路径设计转向“用户充分理解+自主决策”的双保障逻辑。同时,建议平台引入“关键条款确认”“多步展示与确认”机制,引导用户逐步理解保险产品而非一键完成交易,将销售行为融入保险教育过程,使“用户理解”成为销售流程中的重要环节。

在优化产品结构与服务设计,提升投保体验与精准响应能力之外,唐健盛提到,应加强客户信任建设,从服务细节到持续运营形成正循环,特别是客服机制在信任构建中扮演关键角色,建议在关键节点增加人工服务入口,避免出现“流程完结即服务终止”的服务僵局。



全国夏粮小麦收获进度过三成

5月28日,联合收割机在山西省运城市盐湖区解州镇亩村麦田里收割小麦。

记者从农业农村部获悉,截至5月30日17时,全国已收获夏粮小麦面积1.29亿亩,收获进度已过三成。

新华社发(薛俊 摄)

全国商业秘密保护创新试点成效显现

本报讯 (记者杨召奎)记者日前从市场监管总局获悉,该局连续多年组织开展反不正当竞争专项执法行动,2024年查处侵犯商业秘密案件143件;先后公布三批共46个全国商业秘密保护创新试点地区,发布指南、标准、规范等制度性成果229个,试点成效持续显现。截至目前,全国已建成商业秘密保护服务站点27489个,服务网络不断健全。2023年和2024年两届“企业商业秘密保护能力提升服务月”(以下简称服务月)活动中,全国共开展各类能力提升培训活动5300余场次,惠及企业9万余家。

为加强商业秘密保护,市场监管总局决定在6月组织开展第三届“服务月”活动。活动期间,将聚焦影响和制约企业创新发展的商业秘密保护难题,深入开展调研走访,推动调研成果固化为长效化制度成果。加快完善依法依规保护的标准、规则、指引,健全商业秘密保护制度体系;分行业、分层级开展指导帮扶,提高帮扶的精准性有效性。指导企业综合运用标准、认证、在线存证等技术手段,以及技术确权、质押融资、商业保险等金融工具,提高科学护密水平,助力企业经营发展;积极响应企业维权诉求,加大执法办案力度。及时曝光违法典型案例,发挥以案释法警示作用。

一季度人民币贷款增加9.78万亿元

本报讯 (记者刘小燕)近日,中国人民银行发布一季度金融机构贷款投向统计报告。截至一季度末,金融机构人民币各项贷款余额265.41万亿元,同比增长7.4%,一季度人民币贷款增加9.78万亿元。

报告显示,贷款支持科创企业力度较大。一季度末,获得贷款支持的科技型中小企业27.18万家,获贷率49.6%,比去年同期高3.6个百分点。科技型中小企业本外币贷款余额3.33万亿元,同比增长24%,增速比各项贷款高17.1个百分点。

房地产贷款增速回升。一季度末,人民币房地产贷款余额53.54万亿元,同比增长0.04%,增速比上年末高0.2个百分点,一季度增加6197亿元。房地产开发贷款余额13.87万亿元,同比增长0.8%,一季度增加3535亿元。个人住房贷款余额37.9万亿元,一季度增加2144亿元。

住户消费贷款保持增长。一季度末,本外币住户贷款余额83.88万亿元,同比增长3%,一季度增加1.04万亿元。其中,经营性贷款余额24.97万亿元,同比增长6.5%,一季度增加7965亿元。不含个人住房贷款的消费性贷款余额21.02万亿元,同比增长6.1%,一季度增加321亿元。

一季度快递服务全程时限为54.34小时

本报讯 (记者甘哲)为加强快递服务质量监测,客观反映企业服务水平,促进快递业提升发展质效,国家邮政局组织第三方机构对2025年第一季度快递服务满意度、全国重点地区时限妥投率进行了调查和测试。调查显示,2025年第一季度,用户快递服务公众满意度得分为84.8分,同比上升1.2分;快递服务全程时限为54.34小时,同比缩短4.35小时。

调查显示,2025年第一季度,在下单服务方面,快递服务站下单得分为87.7分,同比上升8分。在服务问题处理方面,问题件处理、投诉处理、损失赔偿、发票服务的用户满意度得分分别为79.8分、82分、80.8分、88.7分,同比分别上升5.6分、6.5分、5分、2.6分。

测试发现,2025年第一季度快递服务全程时限为54.34小时,同比缩短4.35小时。其中,从分环节来看,寄出地处理环节平均时限为9.34小时,同比延长0.77小时;运输环节平均时限为32.09小时,同比缩短4.2小时;寄达地处理环节平均时限为10.01小时,同比缩短0.84小时;投送环节平均时限为2.9小时,同比缩短0.07小时。72小时妥投率为82.73%,同比提高5.56个百分点。



“河北造”安哥拉拖轮下水

近日,在河北秦皇岛西港花园港池,随着一声悠扬的汽笛鸣响,中交一航局五公司为安哥拉建造的4800马力拖轮滑过17节气囊顺利下水。该船是河北省为安哥拉建造的首艘拖轮,开工至下水仅用6个月,较常规建造周期缩短30%,以“中国速度”创造了现代造船业的佳绩。

本报特约记者 朱润胜 本报通讯员 樊琳 摄

江苏部署35项任务助力营商环境优化

本报讯 (记者黄洪涛)江苏省政府办公厅日前印发《江苏省优化营商环境行动方案(2025版)》(以下简称《方案》),部署六方面、35项重点任务,持续打造市场化、法治化、国际化一流营商环境。

《方案》提出,加快建设企业全生命周期服务体系,其中在市场准入方面,丰富电子营业执照和经营主体身份码(企业码)在准营、社保、金融、招标投标等高频涉企政务服务领域应用场景。在无锡市、南通市、泰州市、宿迁市试点延伸企业信息变更“一件事”,实现重要工业产品生产许可变更等市场监管领域行政许可证照联动审批。将医保登记、供电业务纳入企业信息变更、注销环节办理。

《方案》还提出,加快建设公平有序的市场环境,包括深化“一照多址”登记改革,探索由一般经营事项向许可经营事项拓展,在条件成熟的地区试点探索开展设区市范围“一照多址”登记;完善小微企业融资协调工作机制,更加精准支持小微企业合理融资需求。发挥省普惠金融发展风险补偿基金增信作用,升级“小微贷”“苏服贷”“苏贸贷”等政银产品,实施“苏质贷”小微企业贴息政策,推广“苏质融”产品,支持中小微企业融资发展等。

同时,加快建设公正透明的法治环境,包括大力规范涉企行政检查,建立涉企行政检查事项清单管理和计划管理制度,部署开展规范涉企行政执法专项行动,对乱罚款、乱收费、乱检查、乱查封等突出问题开展集中整治。



亿吨级油田海上平台陆地建造工作收官

这是6月1日在天津滨海新区拍摄的垦利10-2油田开发项目(一期)平台装船作业现场(无人机照片)。

当日,垦利10-2油田开发项目(一期)最后一个平台区块在天津装船,将赴渤海南部海域进入海上安装和联调阶段。这标志着该项

目3座海上平台陆地建造工作全面收官。

垦利10-2油田位于渤海南部海域,距离天津市约245公里,是中国海油2021年在莱州湾凹陷浅层发现的大型岩性油气藏,原油探明地质储量超过1亿吨。

新华社发(杜鹏辉 摄)

引进优质IP、增强互动体验、创新消费场景

青岛文旅产业从“卖资源”转向“卖体验”

本报记者 张婧 本报通讯员 匡润金

在山东青岛奇幻海世界门口,来自山东潍坊的孙宏兵刚结束3小时车程,迫不及待要带孩子体验“无水海洋”。这里没有潮湿的水汽,却有会发光的珊瑚屏幕。孩子们伸手触碰墙面,虚拟水母立刻四散游开;戴上VR眼镜,瞬间置身万米海底与鲸鱼共舞。北京游客李馨梅笑称:“我儿子现在能背出十几种深海鱼类的名字,比背课文还溜!”这种把课本知识变成游戏的设计,让寓教于乐真正落到实处。

当传统海洋馆仍在展示玻璃后的鱼类时,去年新开业的“无水”海洋馆用会讲故事的动漫IP鲲仔串联起整条故事线,秘密武器不仅有全息投影和互动装置,更有将《山海经》的神秘与AI生成萌宠完美融合的科技感,让游客成为穿越时空的探险者,开启一场“海洋超时空之旅”。五一假期日均2000人次的流量印证了IP的魔力——游客不再被动观赏,而是化身故事主角。同时,青岛中山路的“时光电车”藏着绝妙心机,用电车光影展现旅途传奇,让游客从“看风景”变成“演故事”……这些新浪潮展现出文旅消费的转变:从物理空间消费转向情感价值认同。

“无水海洋”概念玩出新体验

“我原本以为只是一个普通的展览馆,没想到竟然蕴藏着这么多新奇的海洋知识。今天特意带孩子来玩,希望他能通过这次体验,更加了解海洋的奥秘,激发他对探索未知世界的兴趣。”孙宏兵说。

《工人日报》记者了解到,青岛奇幻海世

阅读提示

近年来,“快乐经济”作为文旅消费的重要载体,通过引进优质IP、增强互动体验、创新消费场景等方式,成为消费增长的新引擎。如今,在青岛,当地积极推动文旅产业从“卖资源”转向“卖体验”。

界在2024年10月正式营业,位于青岛市南区逦迤旖旎的海岸线上。这里之前已有青岛海底世界、青岛极地海洋公园两处海洋主题乐园。优质IP是主题乐园吸引游客的核心竞争力之一,在设计建设过程中,不仅要讲情怀、讲故事,更需要添加现代科技等新元素,常变常新。

奇幻海世界聚焦亲子家庭,同时兼顾年轻客群,用“无水海洋”概念打破传统水族馆模式,集成互动式体验与视听感官刺激,加深游客在无水环境下的融入感,让游客能够在沉浸体验中观赏深海奇幻瑰丽景象,了解海洋文化,为游客提供虚拟化产品与多维体验,满足游客个性化、多元化、即时化的文旅需求,进一步促进文旅消费转型升级。

游客戴上立体眼镜,座椅随画面震动摇晃,仿佛被巨型章鱼触手掀翻;发光的深海生物从头顶游过,孩子伸手去抓却扑了个空。“这种让全身感官参与的科技,是乐园的制胜法宝。就像游乐场的过山车,游客要的不是机械原理,而是尖叫时的畅快。我们用元宇宙技术把海洋‘搬’到陆地,创造‘真实的奇幻感’,为快乐经济赋能。”青岛奇幻海世界总经理吴广帅说。

AI萌宠天团引爆打卡热潮

记者在现场观察到,奇幻海世界场馆设

计布局参考了《山海经》里关于海洋生物的描述,利用AI技术生成了16个海洋萌兽,会发光的文鳐鱼在空中游弋,三只眼睛的何罗鱼与游客亲密互动……在海洋宝库立体沉浸影院,游客们则可以在立体眼镜、动感座椅、270度环形巨幕陪伴中遨游海底世界。

去年以来,青岛市南区引入数字技术企业,对沉浸式互动体验项目进行升级,乐园相继推出时空传送站、穿越侏罗纪、深海总动员等环节,利用前沿“黑科技”扎堆上新互动关卡,让游客不仅能观赏,还能亲身参与体验。

在腊林仙踪美陈区,年轻父母自发形成打卡接力赛,孩子收集印章的过程变成家庭关系的“黏合剂”。更精妙的是穿越侏罗纪环节,用恐龙骨架投影解构海洋生物进化史,让教育属性寓教于乐体验中。

青岛众创人工智能技术研究院院长孙玉鹏分析,面对青岛既有两大海洋公园的竞争压力,奇幻海世界选择在“无水”概念上破局。他们深谙Z世代要的不是知识灌输,而是社交货币。这种“去场馆化”思维,本质上是在重构人、空间、文化的关系图谱,将同质化危机转化为差异化机遇。

“我们要让每个角落都有戏。”吴广帅指着地面说,特制地砖踩上去会泛起涟漪灯光,转角处的废旧油桶成了互动投影墙。这