

销冠光环下的保险职业伦理失守与公司治理 ——以青岛泰康任晓敏涉嫌诈骗事件为例

冯奕婷 台瑛淇 于洸涵 章轶哲 赵韵涵

沈阳师范大学

DOI:10.32629/ej.v9i8.3626

[摘要] 做保险销售,机构的牌子和代理人的口碑都很重要。那些业绩特别突出的明星代理人,确实能帮公司拉来更多客户,但他们身上也容易藏着风险——因为太耀眼了,很多问题反而没人注意。本文拿青岛泰康任晓敏涉嫌诈骗这件事说开去,用康德义务论的思路捋一捋这里的伦理矛盾:代理人私下找客户融资、管理者顶着业绩压力不敢查、机构到底该担什么责。文章最后提出了一套治理思路,包括怎么早发现异常、怎么隔离风险、怎么独立调查、怎么帮客户维权、怎么改考核方式。说到底,保险业要想走得远,不能光靠几个明星撑场面,还得靠制度本身让人信得过,用长期的信任管住短期的业绩冲动。

[关键词] 保险职业伦理; 个人保险代理人; 明星代理人; 异常行为管理; 高质量发展

中图分类号: F840.4 **文献标识码:** A

Ethical Breaches and Corporate Governance in the Insurance Industry Amidst the Halo of Top Sales Performance—Taking the Case of Ren Xiaomin of Qingdao Taikang, Who Is Suspected of Fraud, as an Example

Yiting Feng Yingqi Tai Guanghan Yu Yizhe Zhang Yunhan Zhao

Shenyang Normal University

[Abstract] In insurance sales, both the reputation of the organisation and that of the agent are crucial. Star agents with particularly outstanding performance can indeed help the company attract more clients, but they also tend to harbour hidden risks—precisely because they are so dazzling, many problems go unnoticed. This article takes the case of Ren Xiaomin from Qingdao Taikang, who is suspected of fraud, as a starting point to examine the ethical dilemmas involved through the lens of Kantian deontology: agents privately seeking financing from clients, managers who, under pressure to meet sales targets, dare not investigate, and the question of what responsibility the organisation should ultimately bear. The article concludes by proposing a set of governance measures, including how to detect anomalies early, how to isolate risks, how to conduct independent investigations, how to assist clients in asserting their rights, and how to reform performance appraisal methods. Ultimately, for the insurance industry to thrive in the long term, it cannot rely solely on a handful of star agents to save face; it must also ensure that the system itself is trustworthy, using long-term trust to curb short-term performance pressures.

[Key words] professional ethics in insurance; individual insurance agents; star agents; management of irregular conduct; high-quality development

1 引言

1.1 事件概况

2026年5月,多家媒体报道,泰康人寿青岛分公司个人保险代理人任晓敏因涉嫌诈骗被青岛公安机关立案侦查。公开信息显示,她曾取得突出销售业绩并获得公司内部重要荣誉,客户中

包括较多高净值人士。相关报道指称,她以“帮助公司冲业绩”“套取营销费用”等名义向部分客户、同事借入资金并承诺高额回报,后因资金链出现问题而案发。5月7日,泰康人寿回应称,已组织专项工作组派驻青岛,配合公安机关工作,同步启动内部自查和客户排查,并表示对依法应承担的责任不推卸。

目前该事件仍处于司法处理和责任认定过程中,媒体披露的金额、资金流向、印章真伪及公司责任均不能视为最终结论。本文不判断任何主体的法律责任,而是讨论一个更具普遍意义的伦理问题:当业绩突出、资源丰富的“明星代理人”出现与客户频繁资金往来、以公司名义解释私人借款等异常迹象时,管理者和同事应如何在业绩、声誉、团队关系与消费者保护之间作出选择?

1. 2伦理问题的提出

不妨设想这么一个场景:分公司合规部接到客户电话,说有个业绩特别好的代理人找他借钱,说是帮着完成阶段性的保费任务,还承诺了比市面上高不少的利息。这事是在保险公司的职场里谈的,而且那代理人拿过公司的奖,跟客户也打了好几年交道,客户难免觉得这事儿是不是跟公司有关系。管理层这时候就犯难了:查吧,可能影响业绩、坏了名声;不查吧,万一真出了事怎么办。站在保险机构的角度,碰到这种情况就得赶紧核实,该限权限就限权限,该保证据就保证据,该排查客户就排查客户,该上报就上报。短期内可能确实有点影响,但总比风险越滚越大强,也能保住客户对公司的基本信任。

任晓敏事件所反映的并非单一从业人员的个人道德失范,而是个体行为与保险机构内部治理相互作用的结果。保险代理人获得客户信任,不仅依赖其个人能力和从业经验,也与保险公司的品牌背书、产品体系及后续服务密切相关。保险公司对高绩效代理人的表彰与宣传,在提升其市场影响力的同时,也可能使相关风险因业绩优势而被忽视。因此,本文将从绩效考核、内部监督、异常行为报告和消费者权益保护等方面,分析保险机构及其从业人员在该事件中应承担的职业伦理责任。

2 理论基础与规范依据

2. 1康德义务论的分析框架

康德义务论讲的是,判断一件事道不道德,不能只看结果好不好,还得看这条行为准则能不能放到所有人身上都成立,以及你有没有把别人当人看、还是只当工具用在自己的事情上。套到这个案子里,可以问两个问题。头一个:“对业绩好的人就放松监管”,这条规矩要是所有公司都这么干,会怎么样?那肯定是越有本事、越能拉保费的人越没人管,制度反而成了鼓励大家冒险的东西。第二个问题:客户在这件事里,是被当成有独立判断的人了,还是只被当成冲业绩、周转资金的工具?要是代理人借着自己的保险身份、借着公司的场子和荣誉,让客户稀里糊涂就把钱投进去了,那显然没把客户的自主判断当回事。义务论还有一层意思:合规调查这件事,不能先问“会不会影响业绩”。管理者该做的,是看到风险信号就认真去查,而不是等损失大了再秋后算账。就算查到最后发现人家没违法,及时调查这件事本身也是对客户负责、对员工负责、对公司负责。

2. 2保险职业道德与机构责任

保险这行的职业道德,说来说去离不开几条:讲诚信、做事专业谨慎、把客户利益放在心上、出了事敢担责任。有研究说过,卖寿险特别靠代理人和客户之间的那点信任,所以管代理人

不能只盯着出了多少单、短期产能怎么样,还得看专业不专业、服务能不能跟上。诚信这条最基本的,就是保险业务和个人私事要分清楚,不能打着公司的旗号给自己私下的交易背书;专业谨慎呢,就是管理者不能光看保费排第几,还得留意钱从哪来的、怎么走的、有没有投诉、有没有不对劲的地方;责任担当就是说,哪怕面对的是比你厉害的同事或者领导,该坚持的职业底线得守住,发现不对劲该报告就报告,还得留下记录。

监管这块其实早就把个人保险代理人纳入销售人员管理了。《保险销售行为管理办法》说得明白,销售人员不能超出公司授权的范围干活,保险机构需要建立一套管理、培训和监督的机制;《银行保险机构消费者权益保护管理办法》也要求把消保贯穿到公司治理和内控的全过程。人身险公司内控建设的相关意见里,还专门提到要关注大额民间借贷、跟客户频繁有资金往来这些反常现象。另外《保险代理人监管规定》,还有关于落实保险公司主体责任、加强销售人员管理的那些文件,都在强调一件事:保险机构对代理人的行为是有持续管理责任的。个人代理人虽然不算传统意义上的公司员工,但不等于公司就可以撒手不管。机构当然不用为代理人所有的私人行为都买单,但对于保险职场、客户关系、品牌授权这些范围内出现的风险信号,必须有能力识别、有义务处理。

3 案例的职业伦理分析

3. 1保险代理人的职业伦理责任

保险销售高度依赖信任。客户购买长期寿险、养老保险或高额年金产品,往往同时依据代理人的专业形象、机构品牌和持续服务作出判断。明星代理人的荣誉、排名和宣传会进一步强化这种信赖。如果从业人员把因职业身份获得的信任用于私人融资,即使表面是个人借款,也会使客户难以区分“公司业务”与“个人行为”。客户授予从业人员的信息和信任应当用于保险服务,不能被转换为个人获利工具。

3. 2保险机构的监督管理责任

“销冠”这两个字自带光环效应。业绩拔尖的人,手里通常攥着大客户和内部资源,管理层看到业绩噌噌涨,容易全归功于人家能力强,不太会去细想钱是从哪来的、方式对不对。保险公司治理的相关研究也提到过,治理机制看着样样齐全,不代表真的管用,短期激励搞不好还会让人更愿意冒险。评先进、发奖金要是只看保费多少、件数多少、排名第几,合规记录、投诉率、退保情况、资金有没有异常这些占比太低,激励机制就可能在悄悄传递一个错误信号:只要业绩够漂亮,过程有点小毛病也没关系。

公司使劲宣传明星代理人,还会带来一个问题——信用外溢。客户看着颁奖照片、合影、各种荣誉头衔,自然会觉得这人肯定是公司精挑细选的、一直被盯着呢。机构当然不用为个人的所有行为负无限责任,但既然你享受了“造星”带来的客户增长,那对这种被放大的信任风险,就得盯得更紧才行,不能出事了才说人家是代理人、跟公司没关系。

3. 3管理者与同事的报告义务

其实最早发现不对劲的,往往是身边同事——比如代理人老找客户或者下属借钱、许诺的回报高得离谱,或者在职场里倒腾一些跟保险没关系的大额资金。但真要举报一个明星员工,很多人会犹豫,怕被说破坏团队氛围;管理者也有顾虑,怕一查就引发退保、招来舆情,最后顶多口头提醒两句了事。

但这种沉默不是没有代价的。保险公司比普通消费者更懂风险在哪,如果知情的人为了维护关系、保住利益就不吭声,等于是把可能的损失全甩给了信息更不灵的客户。忠诚不是包庇,真正对组织忠诚,应该是向着长期稳健、合同信誉和公共责任去的,而不是护着某个人、保着某段时间的业绩数字。

3.4 保险机构的危机处置责任

事件发生后,公司既不宜在事实未清时作出无限赔付承诺,也不能立即把所有问题定性为个人行为。更符合伦理的做法,是承认责任仍需依法认定,同时保存证据、核查职场和印章使用、梳理客户资金往来并说明处理进度。泰康人寿已表示启动内部自查和客户排查,这一方向符合“先控风险、再定责任”的原则。

4 伦理决策与治理机制

4.1 异常行为识别机制

保险公司应该列一张统一的异常行为清单,不管是谁,碰了红线就得进入核查程序。哪些信号要重点盯呢?跟客户或者同事频繁有大额资金往来的;打着“冲业绩”“内部项目”“返营销费用”之类的旗号凑钱的;承诺的回报明显比市场正常水平高的;在保险职场里签私人融资文件的;私自拿公司名字、公章、工牌或者荣誉材料给自己私下的交易背书的;保费来源跟客户的实际财力明显对不上的;短期内业务量突然猛涨,或者投诉突然扎堆的。特别要说一句,销冠和做高客业务的人,信用外溢的效应更强,对他们的监督力度应该更大,而不是更小。

4.2 风险隔离与证据保全

出现可信线索后,管理者应在不预设无罪的前提下暂停相关人员新增业务授权,停止继续使用其个人荣誉进行营销,保存监控、系统操作、合同、录音录像。还有就是,得明确告诉客户:保险公司不会通过个人账户收保费,也不会搞什么高息融资。临时隔离不是给人处分,就是为了不让损失继续扩大、把证据保住、保证调查能公平进行。

4.3 独立调查与报告机制

调查这事不能让跟当事人有直接业绩利益关系的团队自己查自己,得让合规、审计、法律、消保还有业务部门凑一个独立小组来做,必要的时候总公司或者外部机构得介入。查什么呢?得查清楚个人有没有越权、有没有借着机构的资源干私事;管理人员是不是知情、有没有失职;公司在印章管理、职场使用、客户信息、荣誉宣传这些方面有没有漏洞;还有客户的损失跟公司行为之间有没有法律上的关联。要是涉及犯罪、非法集资或者重大风险,该依法报告就得报告,不能用内部处理代替走法定程序。

4.4 客户救济与责任认定

公司应该开一个专门的登记通道,把客户提交的合同、转账记录、聊天记录都好好核验一下,分清楚几种情况:正常的保险合同、私人之间的借贷、疑似冒用公司名义的,还有可能机构也掺和进去的。相关研究表明,消费者投诉机制对那些消保做得差的保险公司有明显的业绩约束作用,这说明及时回应投诉不光是危机处理的事儿,也是提升经营质量的重要抓手。正常保单的服务不能断;私人资金纠纷的,帮着保存资料、核实身份和业务真实性;该机构承担的责任,就及时处理。信息披露这块也得有谱,该说的说,不该瞒的不瞒,但也不能把还没证实的媒体消息当结论往外说。

4.5 考核约束与内部举报保护

要从源头防止风险,佣金和荣誉可适度递延,观察期内出现重大违规应启动追索和荣誉撤销;晋升评优应纳入合规记录、客户持续率、投诉解决质量和资金来源核验;对短期异常增长和代理人垫资迹象进行数据监测。同时,匿名举报、越级报告、反报复这些制度都得建起来,平时多搞搞情景演练,让员工知道怎么拒绝代收资金、能认出“冲业绩”那些话术,碰到强势的同事和上级时,知道要留下书面记录。

5 监管完善与保险业高质量发展

5.1 完善绩效评价机制

国务院关于保险业高质量发展的意见里提过,得树立正确的经营观、业绩观和风险观,让行业从拼速度、拼规模转到拼价值、拼效益上来,打造“可信赖、能托付、有温度”的行业形象。任晓敏这件事也给大家提了个醒:保费规模大不等于经营质量高,销售冠军也代替不了制度评价。要是业绩靠的是说不清的资金来源、私人垫资或者过度信用包装,数字再好看,积累的法律风险和声誉风险只会更大。

5.2 强化销售人员持续管理

监管层面,可以再推一推销售人员的分级分类管理,把做高客业务的、业绩涨得反常的、跟客户有资金往来的,都放进风险画像里。保险公司不光要查保单是不是真的,还得留意保费从哪来、代理人有没有垫资、客户有没有借贷、有没有套取费用的情况。监管检查的时候,也得看看机构是不是“重表彰、轻约束”,是不是对明星代理人事实上睁一只眼闭一只眼。

5.3 规范品牌授权与信息披露

保险机构得反复跟客户说清楚官方收款账户是哪些、授权范围有多大、怎么核验,职场里不能搞没经过授权的融资活动。公司的公章、电子签章、职场使用、荣誉宣传、高管合影这些容易让客户产生“这是公司行为”错觉的东西,都得有严格的授权和追踪制度。品牌隔离不是为了出事了撇清关系,而是为了出事之前就让消费者分得清哪些是公司行为、哪些是个人行为。出了大事之后,机构也得在不影响办案、保护隐私的前提下,隔段时间说说自查查到了哪、整改了什么、客户服务怎么安排,把一个案子的教训变成全公司的制度改进。

6 结论

青岛泰康任晓敏涉嫌诈骗这件事,最终怎么定性还得等司

法机关的结论,但它已经给保险业上了一堂很现实的伦理课:当个人业绩、机构荣誉和客户信任三样东西叠在一起的时候,明星代理人既能成为增长的发动机,也可能变成风险管理的盲区。从职业伦理的角度说,从业人员不能把保险身份变成自己私下融资的信用资本,管理者不能因为人家业绩好就放松了监督标准,同事们也不能拿“团队忠诚”当借口保持沉默。

用康德义务论的话说,“业绩好的人可以搞特殊”这条规则放之四海而皆准吗?显然不行。把客户的信任拿来冲业绩、搞私人资金安排,客户不就成了被利用的工具吗?所以更靠谱的治理路子,是建立一套统一的异常行为触发机制,风险来了先隔离,让独立的人去查,该报告的依法报告,该救济的分层帮客户解决,同时把考核、荣誉、举报保护这些制度都重新捋一捋。保险业要高质量发展,不在于造出多少个耀眼的销售冠军,而在于每一笔业务都能经得起授权、资金、程序 and 责任的检验。制度本身让人信得过,才是保险机构最长久的“销冠”。

[参考文献]

[1]康德.道德形而上学的奠基:注释本[M].李秋零,译注.北京:中国人民大学出版社,2013.

[2]郭振华,倪红霞.人海型保险代理人制度是如何炼成的?——基于产品特性和信任资源的理论分析[J].保险研究,2024(5):43-61.

[3]卓志,张晓涵.消费者投诉冲击与保险公司业绩[J].金融研究,2022(4):97-113.

[4]朱南军,王文健.公司治理与风险承担——来自中国保险业的证据[J].经济科学,2017(2):101-115.

[5]徐华,李思荟.内部治理、外部监管与保险公司风险承担[J].保险研究,2013(12):116-123.

[6]高萍.泰康“销冠”代理人被立案侦查?泰康人寿深夜回应:已组织专项工作组派驻青岛,启动内部自查和客户排查[EB

/OL].财联社,2026-05-08[2026-06-29].

[7]新华财经.“高息骗局”是如何运转的?三问泰康人寿“销冠”代理人被立案[EB/OL].2026-05-08[2026-06-29].

[8]国家金融监督管理总局.保险销售行为管理办法:国家金融监督管理总局令2023年第2号[Z].2023-09-20.

[9]中国银行保险监督管理委员会.银行保险机构消费者权益保护管理办法:中国银行保险监督管理委员会令2022年第9号[Z].2022-12-26.

[10]国家金融监督管理总局江苏监管局.关于深化“五虚”整治加强人身保险公司内控建设的指导意见[Z].2024-01-11.

[11]国务院.关于加强监管防范风险推动保险业高质量发展的若干意见:国发〔2024〕21号[Z].2024-09-08.

[12]中国银行保险监督管理委员会.保险代理人监管规定:中国银行保险监督管理委员会令2020年第11号[Z].2020-11-12.

[13]中国银保监会办公厅.关于落实保险公司主体责任加强保险销售人员管理的通知[Z].2020-05-19.

作者简介:

冯奕婷(2006--),女,汉族,辽宁省营口市人,本科在读,研究方向:金融学。

台瑛淇(2005--),女,汉族,河南省信阳市人,本科在读,研究方向:国际经济与贸易。

于洸涵(2006--),女,汉族,辽宁省沈阳市人,本科在读,研究方向:金融学。

章轶哲(2006--),男,汉族,浙江绍兴人,本科在读,研究方向:金融学。

赵韵涵(2007--),女,汉族,吉林省扶余市人,本科在读,研究方向:国际经济与贸易。