

牵手，向梦想进发！

专访中国人寿山东省分公司党委书记、总经理白彬

2012年6月16日，注定是一个载入史册的日子，这一天是神舟九号飞船成功发射的日子，万众瞩目，全国欢腾。也许是机缘巧合，这一天，中国人寿山东省分公司“牵手国寿·品味生活”第六届国寿客户节启动仪式在济南隆重举行。这是中国人寿上市之后的第六个客户节，六年的历程，艰辛而又辉煌。“牵手国寿·品味生活”，是本届客户服务节的主题，与“相知多年，值得托付”的经典品牌宣言一脉相承。今年保险业与全球经济一样，正在经受一场前所未有的考验。而这家全球市值第一的保险公司，自信而从容地推出凸现保障功能的新款康宁产品后，开始了“转方式、调结构、强后劲”这一伟大的嬗变。

□本报记者 周爱宝

六年弹指一挥，上市后的中国人寿在山东这片土地上更加根深叶茂，紧跟时代发展的脉动，服务山东经济，服务全省广大客户，谱写出了华丽的篇章。6月13日下午，本报记者来到山东保险大厦，采访中国人寿山东省分公司党委书记、总经理白彬先生，探索这家公司继往开来，勇敢面对未来与挑战的底气。“从哪里来，到哪里去”——这个命题对整个行业，或许有许多借鉴意义。

王者归来

康宁一生

记者与白彬相识多年，我们的采访直接切入了主题。记者问道，我们感觉中国人寿开始了保险转型，从产品上来看，好像又转回来了，最近推出了新康宁保险(国寿康宁终身重大疾病保障2012版)，是否像iphone4s之于iphone4一样，是对老康宁保障型险种的升级版？

白彬说，有点相似，但并不恰当。如果用老百姓的说法，这个新险种是真的在回归保险的本质——保障功能。从过去覆盖10多种重大疾病到现在覆盖40多种重大疾病，逐步适应了人们对保险的需求。从更深层次上说，这是山东分公司转变发展方式的一个契机。早在去年，山东分公司就提出了“转方式、调结构”的发展策略。“转方式、调结构”符合中央精神和山东省的实际情况，具体到保险行业，我们认为只有转方式、调结构，才能保证寿险增长的后劲。中国保险业从改革开放初期恢复以来，有了长足的进步，经营方式有了很大的改革。但是在经营方式上，在整个行业的经营机制和增长方式上，并没有实质性的转变。看起来行业在不断壮大，实际上更多的表现为主体的增加。在这期间，中国人寿如果要巩固市场地位，继续引领行业的话，就必须顺应经济发展大势，这是中国人寿的必然选择，也是我们提出坚持“转方式、调结构、强后劲”主攻方向的原因。

“谈到转方式、调结构，就里面有个转和调的辩证关系。转是一种方向，方法就是调。转方式是前提，调结构是方法，最终的结果要落实到强后劲上，强后劲，是终极目的。”白彬跟记者解释这其中的逻辑关系。“强后劲不仅靠经济说话，还要考虑我们是否依法合规，公司的管理基础及一切经营结果，是否建立在依法合规的基础上，是否建立在诚信经营的基础上，是否融入了经济社会，承担了更多的社会责任。

从山东公司的改革发展历程看，我们先是成功地引入了个人营销机制，走了一个从无到有，从小到大，从弱变强的过程。这个模式国内本来没有，是从国外引进的，是计划经济时期，很多人接受不了的一种经营模式。第二个就是我们成功引入了银保合作模式。第三，我们改造了传统的团体保险经营模式。这三大机制支撑了我们中国人寿在山东市场逐步实现了由弱到强。从国有体制到不断注入新鲜活力，中国人寿一直孜孜不倦地探索实践，成为整个山东市场唯一过200亿元的保险公司。”

任何理念落实到实际时，必须靠过硬的产品和服务说话。白彬介绍到，“我们的产品发展也经历了几个阶段：初期是以保障型为主，后来逐渐加入银行保险合作以后的分红类产品。随着市场发展，保险理财产品越来越受到市场青睐，于是又派生出了投连险、万能险。截至目前阶段，

我们已经形成了以分红、投连、万能为主的险种结构。现在看这个结构，如果说存在问题的话，就是过分突出了理财，弱化了保险保障的本质功能。这类保险产品受资本市场波动太大，容易大起大落。而伴随着资本市场的持续低迷，整个行业都面临转型问题。从去年开始，我们逐渐开始推出更具有保障功能的产品，还保险本来面目的产品，这是行业转型的一个趋势。但是这也需要一个过程。

新康宁产品的推出就是这个时代的产物，在转型时期的环境，让它呼之欲出。下一步我们要推出的银保产品——康欣，也与康宁类似，是更具保险保障功能的产品，只是她借助了银保渠道。

美好人生

从保险开始

记者提问说，在保险正在成为我们健康人生的守护神时，我们仍然看到，国人的保险意识仍然需要提高，您如何看待这个问题？

白彬回答说，胡适先生对保险有精彩的论述，“保险的意义只是今天作明天的准备；生时作死时的准备；父母作儿女的准备；儿女幼时作儿女长大的准备；如此而已。今天预备明天，这是真稳健；生时预备死时，这是真豁达；父母预备儿女，这是真慈爱。能做到这三步的人，才能算是现代人。”

“保险的问题有两个方面：一方面是客户的保险意识问题，另一方面是我们提供保障和服务的问题，这也是我们工作的切入点。保险意识普及固然重要，但关键是先从保险公司自己做起。中国人寿山东省分公司要求，随着产品的转型，一切行为都应该随之转型。产品方式转变之后就要求公司的服务方式转变。以往的产品是以投资、理财为主导，现在转型为以人身保障为主，以保障人的‘生老病死’为主，尽力还原保险的本来面目。人寿保险本来就是以保障人身为主，而过去恰恰偏失在以理财为主。还保险本来面目就是要恢复保险对人的生老病死风险的关注。我们围绕这个主题，去开发产品，改变经营方式，改变发展方式等。无论如何，这次转变都是深刻的、全面的。”

白彬介绍，除了开发更具保障功能的产品之外，伴随着行业的成熟，以及日益增长并越来越理性的客户需求，保险公司改变过去在产品上和展业上的方式方法，该细分的细分，该转型的转型。比如，可以根据年龄细分险种需求，根据不同的职业，分析企业的福利、员工保障计划，然后渗透发挥商业保险的补充保障功能等。”

根植沃土

回馈社会

在白彬看来，金融企业必须服从并服务于经济社会大局，这是企业自身发展的必然要求。商业保险赖以生存的基础就是经济社会，因此，保险必须融入经济社会才有生存的空间。人到与经济社会的关系就好比鱼和水的关系。如果离开了经济社会，就不可能更好地服务客户。“我们是通过服务客户，为客户解决问题，来承担社会责任，二者是辩证关系，融入社会是前提，让经济社会接受你，才会有立足之地。例如，为了配合保障国家‘三农’大政方针，我们有实力，也更有能力来保障农民兄弟的利益，‘三农’业

务已占到我们业务份额的20%，承保人数占比高于保费占比。乡镇整合以后，90%的乡镇有我们的服务机构。我们的优势主要体现在品牌、产品、网络、人才、队伍及历史保单资源等方面。

为了更好地增加学生保障，承担社会责任，中国人寿从1985年开始开办了旨在为教育安全提供保障服务的学生平安保险。现在每年承保学生超过560万人次，占在校学生一半以上，最近五年累计支付保险金6.25亿元。

无论是农业保险还是学生平安保险，在自身利益和社会利益选择上，我们突出社会利益。比如，具体到学生平安保险，交的费用非常少，每年赔付率都在60%到70%左右，公司自身的经济效益很少。开办学生平安保险的基本定位就是参与社会管理，为学校和家庭排忧解难，增加社会效益，培植保险意识。正是因为我们做了这些事，才不断赢得了政府和社会各界的支持，也逐步赢得了更广大客户的认可和信赖。”

数据显示，截至2012年5月，山东省分公司管理的有效保单累计达到了5136万份、服务的长期客户累计达到了3145万人次，为全省广大客户提供的风险保障金额超过了2.81万亿元、近年来累计赔偿给付各类保险金额达280.7亿元。2012年2月，中国人寿与山东省委组织部联合推广了“大学生村官”保险保障计划，为全省6359名大学生村官和“第一书记”提供了涵盖疾病身故、意外身故、意外残疾、重大疾病等方面的保障，保额总计达30多亿元；与省老龄委合作实施的“银龄安康”工程，填补了我省老年人意外伤害保险保障空白，目前参保人数已达815万人，风险保额达到了900亿元，累计赔付3.8万人次，赔付金额7700多万元，健全完善了我省老年人保险保障体系。同时，公司积极发挥机构网络遍及全省城乡的优势，在促进商



为什么他们总是充满激情

白云悠悠，瓜果飘香，转眼又到麦收时节。

白彬很忙，约了好几次，终于在6月13日那个太阳炙烤大地的下午见面了。静则稳重老成，动则激情四溢。这是相识近20年白彬给我的感觉。做保险的人必须富有激情，但白彬三十年如一日，从计划经济到市场经济，从全国有到公众持股的上市公司，见证并参与了中国人寿山东省分公司发展历程，回首寿险财险分业以来，中国人寿山东省分公司的发展又如何能让人不感慨！

爱宝接触保险业应该是在1995年前后，我惊异于中国保险业的发展，更加惊诧于中国人寿山东省分公司脱胎于僵化的国有体制后，适应市场的能力。他们进入市场经济迸发出来的活力，他们引进个人营销机制后的适应能力，他们在中国人寿这个平台上实现个人价值的的能力……无一不让人产生敬佩。而同期的国有银行改革步伐要慢得多，适应市场的能力提高得也慢。中国人寿的品牌价值超过千亿元，这上面一定有山东省分公司的努力！我深深感慨，在市场经济中脱胎换骨的中国人寿山东省分公司是不可战胜的，她的发展壮大来自市场，她在

市场经济中栉风沐雨，强健筋骨。

在困难时看到希望，在顺境时要做好迎接困难的准备。2007年中国人寿“三地”上市之后，中国人寿山东省分公司也迅猛发展，白彬感慨地说，分公司时公司全省只有五个亿，而现在已经达到200亿的保费规模。2008年以后，保险市场和资本市场一样跌宕起伏，挑战与机遇并存。中国人寿山东省分公司信心百倍：现在再难，也不比五个亿的时候难。而现在仅仅一个章丘市就可以达到五个亿。不经历挫折的人不可能成熟，不经历挫折的企业，不可能坚强。

为什么他们总是充满激情？白彬说这缘于中国保险的前景，中国经济连续几十年的高速发展，孕育了更大更多的保险资源，对保险的需求更加旺盛。跟国际上比，无论是国内保险深度还是保险密度都有很大的差距，但也正是这种差距，说明了有很大的发展空间。整个行业无论是成熟度还是经营机制建设、发展理念上应该有大的发展。

从业三十年的白彬说，作为一个老保险人，无论从责任的角度，还是企业的角度，这个行业都充满了诱惑，充满了魅力，感觉需要做的事情很多，要思考的事情很多，因为它跟银行业相比，还不够成熟，但是也因为不够成熟，发展空间前景比较

到了，就可能会与客户相知、相识。买保险，其实买的是一张保险合同，这份合同承载的是信誉、信托，不夸张的说，客户把生命、未来交给了我们，责任何其重大！

人的一生，亲人、伴侣、朋友都是无法相伴终身的，总有一天会有分离，但是保单可以陪你终身。如果保障充分的话，保单还可以延续功能。比如，被保险人正当年的时候去世，留下的是对家庭、对孩子未尽的责任，保险能帮助其完成部分未尽的责任。”

保险已经融入我们的生活。为客户提供更好保障，提供更完善服务的责任意识正在融入国寿人的血液。在客户节到来之际，白彬感谢各级政府、社会各界，特别是广大客户对中国人寿的厚爱与支持。今后，中国人寿山东省分公司将继续坚持“干今天想明天，干现在谋未来，强根固本，奠基铺路”的发展意识；继续坚持“与观念奋斗、与市场奋斗、与困难奋斗，锲而不舍，奋发图强”的创业精神继续坚持持续打造“有质量的规模、有效益的速度、有持续力发展格局”的目标追求。在“再造一个结构更优、基础更牢、后劲更足的山东国寿”的奋斗征程上坚定而自信地走下去！

大。保险业的健康发展不会一蹴而就，唾手可得，都需要经过努力，还要有科学的方法，就是需要选择正确的方法，正确的路径，融入经济社会，服从经济社会。

记者知道，他们当行业老大并不容易。在某种意义上，他们作为行业的领导者，他们的一举一动对行业影响也会很大。中国人寿的行业地位、市场地位，再加上中国人寿的品牌，他们失误不得，在发展上也耽误不得。这也是他们的压力。尤其是现在处于比较复杂的严峻的转型期，要坚定正确的发展方向。

白彬说，我们的领导班子的任务就是建设平台、创造环境，鼓励人才脱颖而出。采访中，我深深地被他们的学习能力打动了。以白彬为首的公司领导班子，特别注意学习。除了学习领会总公司的文件精神外，他们还汇编中央和山东省的政策，组织大家看。经过一段时间的潜移默化，大家达成共识之后，向目标进发！

(周爱宝)



Tel: 13505416757 Email: abab669@sina.com
http://blog.sina.com.cn/u/1409496210