

保险让生活更美好·大型征文

指导: 山东保监局 主办: 济南市保险行业协会 齐鲁晚报 协办: 齐鲁晚报全媒体中心

落实“新国十条” 加快发展现代保险服务业

日前,国务院颁布了《关于加快发展现代保险服务业的若干意见》,这是继2006年颁布“国十条”之后,国务院再次以“顶层设计”的形式,对我国保险业的改革发展进行全面部署,被行业称为“新国十条”。“新国十条”的发布对保险业而言无疑是十分振奋人心的重大利好,经过多次研读,我认为贯彻落实“新国十条”,首先应该认清“新国十条”带来的利好,其次要做好贯彻落实工作。

中国人保寿险山东省分公司党委书记 总经理 周少武

众多利好扑面而来 机遇与挑战并存

“新国十条”的发布体现了国家对保险的重视,体现了保险业地位的提高,预示着保险业迎来了新的发展机遇。“新国十条”提出了发展现代保险业的全新理念,明确了保险业的发展方向,提升了保险业在我国经济社会发展全局中的定位,将保险与全面深化改革的各项任务融合,将极大促进保险在服务市场经济、保

障民生和国家治理体系不断健全的进程中大有作为。“新国十条”把商业保险定位为社会保障体系的重要支柱,这是在一个从未有过的理论高度给保险业一个准确定位。“新国十条”的出台充分体现国家对保险业的重视,将为整个保险业带来社会地位的提

升、从业信心的提升、从业形象的改善、政策的开放及资源的进入等众多利好。

“新国十条”内涵丰富、力度空前,其所提出的到2020年保

险深度达到5%,保险密度达到3500元/人的宏伟目标令人鼓舞。2001年中国加入WTO,保险业作为金融行业的先驱率先对外开放,10余年来,保险密度(保费收入/总人口)从2001年的140元提高到2013年的1265.67元;保险深度(保费收入/国内生产总值)从2001年的2.2%上升到2013年的3.03%。在过去十余年增幅的基础上,未来五六年要翻番超越,这是挑战,是考验,更是契机。预计五年内中国保险业将会面临井喷般的发展机遇。但目前的发展水平与之有很大的差距,保险行业的发展任重而道远。

“新国十条”从战略高度明确了保险业服务国家治理体系和治理能力现代化,服务经济社会工作全局的定位。对此,我们既要有强烈的历史责任担当,也要紧扣行业自身特点,把保险业在不同领域所能发挥的作用做透做足。

内外宣传结合 营造“学保险”热潮

好的政策还需要落实。8月14日上午,山东保监局党委召开的“新国十条”专题学习会议结束后,我公司立即召开专题办公会。省公司特别成立了贯彻落实“新国十条”工作领导小组,积极部署学习、宣传和贯彻。公司全面拉开学习传达贯彻帷幕。近期,省公司先后通过机关全员学习、中心支公司总经理座谈会、渠道研讨会等形式,专题宣导“新国十条”相关精神。各级机构还通过召开学习研讨会,举办专题讲座培训等形式,组织干部员工认真学习“新国十条”及项俊波主席重要讲话等。

此外,我们还计划“走出去”。向各级党委、政府宣讲“新国十条”,并配合监管部门和行业协会推动地方政府组织学习“新国十条”的相关活动,围绕加快山东保

险强省建设的目标,扩大社会影响。同时,广泛开展社会宣传。各单位要制定对外宣传的整体方案,以“新国十条”出台为契机,创新方式和载体,积极运用新闻媒体、专题讲座、讨论座谈、产说会、创说会、客户答谢会等宣传方式,深入社区、学校、乡村、企业等进行宣传,大力宣传保险核心价值理念,普及保险知识和文化,宣传PICC社会形象,着力营造全社会“学保险、懂保险、用保险”的热潮。

在具体的贯彻落实上,我公司将以“新国十条”为指针,把行动纲领变为任务清单,把任务清单变成扎实行动。通过做好“内部求深、外部求实、方式求新”三篇文章,抓住政策机遇,用足、用好政策,大力实施创新驱动发展战略,大力推进改革创新,不断拓展服务领域,大力推动重点业务领域、重点险种的发展,加快提升服务经济社会的能力。

投保故事

父亲军人退伍,年轻气盛,辞去了国企的优越职位,90年代末顺应着下海大潮自己开了一家工厂。然而好景不长,1998年大洪水,爸爸的工厂被淹没了,辛辛苦苦好几年,一夜回到解放前”,就是我家当时的真实写照。如今偶尔酒醉后的父亲会背对着灯光仰面在椅子上说:“大水啊,厂房都泡了。床都飘了起来……”我知道这么多年父亲还是难以放下,我也绝不会忘记那几年的艰苦楚。大年三十,别家都在放鞭炮,噼里啪啦,像是要泻出一年的劳顿。可我家是无声的,家里里里外外围坐了追债的人,我也不哭,

父亲与保险的不解之缘

只是听着嘈杂的吵声在母亲拎出的一把菜刀里变成了惊呼。

日子还是要过的。于是去求人,去想办法。这个时候保险公司的人来了,一纸保险交到父亲手上,原来父亲曾经买过一份保险。就是这时候我才知道,一张薄薄的保险单,却承载着沉甸甸的希望。中间的过程并不详知,只知道工厂里的所有财产都给合理估价后,父亲获得了一笔可观的保险赔款。我是记得那个夜晚的,父亲喝了一茶杯白酒,喝得太急,呛得满脸通红。在那一摞理赔款里,父亲拿出一部分给我做学费,然后出门还债。

2008年,步入高中,每两周回一次家。那时真是想家啊,爸爸早已开始了新的工作,每天骑着一辆帅气的摩托来往家和公司间。妈妈那个时候总是笑着抱怨:“你爸爸臭美的又去焗油了,裤子天天扯出褶来”。我也喜欢那时的爸爸,他会骑着摩托车在下班的路上专门去果园摘新鲜草莓给我吃,也会带来一只油亮的烤鸭。我是多么怀念那些日落前微红的傍晚啊。

可是有一天,爸爸迟迟没有到家。傍晚退做了夜色,微凉又黑漆漆。等了好久,一直到交警找上门。爸爸在回来的路上被车撞伤,

不省人事。妈妈推起自行车就往

外冲,我呆呆的不知怎么办。再见已是一个月以后,爸爸180厘米高的大男人瘦到了只有110斤。和轻薄的爸爸一起回来的,是一摞厚厚的账单,几万元,像石块样,压得我们一家人都直不起腰。这个时候,还是保险,给了我几万块的补偿,救回了父亲,拯救了我们的家。

这就是父亲与保险的不解之缘。父亲年事渐高,但提起保险,仍是赞不绝口,成了我们当地的义务保险宣传员。直到现在父亲都不忘叮嘱我们:“有钱了一定买份保险”。(赵迪)

投保故事

情人节的浪漫礼物

2014年的情人节,想必我一辈子也不会忘记,因为这天我收到了一份与众不同的礼物,一张价值不菲的人寿保单。

那是老公特意为我量身订制的护身符,它涵盖了意外伤害、意外医疗、重大疾病、住院补贴、豁免、分红、养老等诸多保障,可谓是360°全方位的呵护。

我幸福地问老公何来的奇妙妙想,怎么拿人寿保单当作情人节的礼物?老公却一本正经,语气也显出几分沉重,他说:“做出这个决定,我心里总算踏实了。”原来结婚时,老公承诺:只要有我在,决不让你吃一天苦,受半点委屈。结婚后,他也一直努力地践行着这句诺言。可是春节前有天下了大雪,他急于赶路,没想到那晚开车出了意外,侥幸没有酿成灾祸。当时夜黑雪大,老公的车险些撞在隔离带上,他本能地急踩刹车,轮胎卡死打滑,汽车在公路上像陀螺一样直打转,幸运的是当时车少,最终汽车又奇迹般地路上停了下来,他和汽车都安然无恙,否则后果不堪设想。“亲历了那一次,我突然意识到保险的必要性和迫切性。如果当时我没有及时惊醒,如果后面有疾驶而来的汽车,如果汽车在打转时侧翻,如果……天啊!老婆你该怎么办?我们的父母,孩子怎么办?你那微薄的收入又怎能承担家里所有的开销呢?更重要的是,我对你许下的诺言也将一文不值,成为我的千古遗憾!”老公公有余悸地说:“现在我终于知道,完美的爱应该是:只要我在,决不让你吃一天的苦,受半点的委屈,而不是只要我在!每月将工资如数给你,充其量算爱你一个月而已,却无法保证月月如此!所以今天我给你买了这张人寿保单,作为情人节的礼物送给你。如今我可以理直气壮地对你说:只要我在,爱就在,即使我不在了,爱也一样在!”

去年,我曾患急性阑尾炎住院。对于没有“三金”的我来说不能报销。当时我就在想,是不是应该买一份商业保险,没想到老公与我有灵犀,想到了一处。

记得一位哲人说过:“不了解生命的人,生命对他来说是一种惩罚;不懂得生活的人,生活对他来说是一种痛苦;不知道买保险的人,不幸对他来说是不幸中的不幸”!我也常常对人说,比冬天更可怕的是冬天到来的时候,我们还没有做好准备!保险是一种生活态度,是一种豁达的人生观,是一种居安思危的智慧,是一种未雨绸缪的远见,是一种直面痛苦,挑战灾难,积极达观的处世法则。有来无往非礼也。我赶紧拿出“私房钱”,也要为老公买一份,只为祝福他一生平安。(王秋红)

人保寿险 惠民服务暖万家

保险特色服务

推介之③

中国人民人寿保险股份有限公司山东省分公司(以下简称山东人保寿险),始终坚持集团公司“以人为本,和谐奋进”的核心价值观,秉承“人民保险,服务人民”的企业宗旨,以市场为导向,以客户为中心,推行全员服务,搭建了多元化、全方位的服务体系,做人民真正满意的保险公司,在当地把PICC这块金字招牌擦得更亮。

24小时客户服务更周到

公司通过个人保险、银邮代理、团体保险、互动业务、综拓收展、电子商务、24小时全国客服热线4008895518、短信平台、门户网站、官方微博、微信公众平台、客户服务门店、保单服务专员等多渠道、多方式服务网络体系,向广大客户提供全面、便捷、高效的全天候服务。几年来,公司始终是行业亿元保费客户投诉率最低的寿险公司之一。公司借助遍布全国36个省市自治区、290个地市、1766个县市区的服务网络优势,实行全国范围内通赔通付,重大紧急案件预付赔款。

PICC掌中宝,移动服务更贴心

作为人保寿险打造的手机用户自助服务系统,为广大客户提供了掌上投保、查询、理赔服务、保险大讲堂、保险规划、自我管理、官方微博资讯等一系列服务功能。

坚持“三让利”,客户更满意

公司始终坚持“让利于客

户、让利于业务员、让利于基层”的原则,努力追求业务快速、良性发展与客户、员工利益的和谐平衡。重点推广惠民系列产品,包括固定收益加长期收益类产品、低保费高保障惠民惠农保险产品,让老百姓真正得实惠、更满意。

客户服务节,走基层送服务

山东人保寿险连年举办客户服务节,结合当地的实际和客户需求,开展丰富多样的客户服务活动,使公司服务内容和水平年年提升,赢得了广大客户的信任。今年,公司围绕集团“倾听您的心声,服务您的需求”活动主题,紧扣“以客户为中心转型”主线,立足于“结合实际、贴近基层,与业务发展紧密结合,普及面广、惠及多数客户”三个原则,开展了“忠诚客户关爱”、“满期客户转保和留存”、“客户资料真实性”、“微信参与爱心公益”、“同享世界杯,助学送关爱”、“温馨催缴,免息复效”、“保险服务下乡”等系列活动,走基层、送服务,让更多的客户感受到了公司真真切切的关心和服务。

增值服务,多项升级

一是针对特殊客户群体,山东人保寿险增加了“贴心上门服务”,即对因身体、年龄等特殊原因不能亲自到公司办理业务的客户,安排专人前往客户所在地现场服务;二是针对公司老客户,开展年度“积分换礼”、“星级确认”等系列活动,为老客户进行保险保障的科学规划,提供超值服务和回馈;三是进一步严格“理赔满意度”考核,加强内部协作沟通,加快理赔各环节流转效率,对时效进行严格把关考核。

构建农网,服务三农

在部分惠农类保险几乎不盈利的情况下,山东人保寿险坚决响应中央强农惠农富农政策,努力构建农村基层服务网络,解决保险服务“最后一公里”的问题。三年来,按照一个乡镇或区域一个网点负责人,一村一个驻村代表或某一方面一个驻村代表的原则,稳步推进农网建设,努力实现“村村人保人,户户人保单”,目前已覆盖47%的全省乡镇。今年,为了践行党的群众路线,山东人保寿险组织万名员工“访客户,问需求,送服务”活动,发动干部员工分片包干,走基层,走村入户,开展三农保险调查及现场服务活动,切实把保险服务送到了老百姓的田间地头,让老百姓真切感受到了惠民服务在身边。

产寿健“三位一体”

顺应客户对保险需求呈现多样化的趋势,特别是在同

一家保险公司获得诸如寿险、健康险、车险、家财险等保险一条龙服务,中国人保发挥集团优势,集团下属各专业子公司全面开展了交叉互动、相互代理的业务,发挥各自专业优势,通力合作,为客户提供更全面、更个性化的一站式综合保险服务。

勇担责任,振兴民族寿险

作为历经半个多世纪的国有保险公司,在与新中国共同成长的特殊历程中,老一代人保人艰苦创业、披荆斩棘,团结合作、甘于奉献,创造了无数的成就和光荣,留下了不可磨灭的“老人保”精神,为新中国的建设和发展做出了卓越的历史贡献。

自2005年恢复寿险业务以来,在重塑人保形象、再创人保辉煌的征程中,人保寿险人,上下同心,艰苦创业求存,加速发奋图强,公司规模保费连续三年位居寿险市场第五位,新单保费连续四年位居寿险市场第二位。

PICC荣誉墙

中国人保连续五年荣登世界500强,今年最新排名第208位;连续两年获中国财政部3A最高评级,也是唯一一家保险企业获此评级;荣获“新中国60周年60个杰出品牌”殊荣,成为唯一入选的保险公司。

中国人保寿险最新获得:2013保险行业年度评选“最佳社会责任奖”、“最具竞争力品牌奖”、“最佳中资寿险公司奖”

三项大奖;“2013年度金牌综合实力寿险公司”大奖;CCTV2013中国信用企业发布“信用典范企业”称号;中国资产管理金贝奖“2013年最佳综合服务保险公司”;公司鑫利年金保险(B款)荣获2013年度“金理财奖”。

山东人保寿险最新荣获2013年“最受信赖保险公司”称号;2014年“诚信3·15优秀金融品牌”。