

# 保险“开门红”新品忙上市

## 网销渠道逐渐加力

本报见习记者 彭成省

2014年近在眼前,无论财险公司,还是寿险公司,近期都在摩拳擦掌,暗自较劲。各险企一方面加大年底冲刺力度,以期2013年的账面“功德圆满”,另一方面积极筹备新产品,以期2014年“开门红”一炮打响。

各大险企在银保、个险等渠道较劲的同时,也加码网销渠道。最近很多市民朋友们在淘宝、网易等保险频道均能看到,多家险企网销产品的预期年化收益率已超过6%。同时,还纷纷承诺给消费者“返点”、“返利”等优惠。

济宁某寿险公司银保渠道总经理介绍,公司往年主要侧重个险、银保等渠道开门红产品,网销作为一个辅助渠道,并不投入主要精力,公

司的态度是能做多少就算多少,也没有考核指标。虽然今年网销渠道依然不是公司的主要战场,但是公司开始重视网销渠道,并设计专门的网销渠道产品,网销分红产品最大的优势是可以短期冲高保费规模,这对保险公司年末冲高保费很有吸引力。

据了解,网销的优点是客户群无限广泛,缺点是网销产品比较单一,未能销售复杂的组合产品。针对此特点,一些保险公司纷纷采取个人代理渠道与网销渠道合作的方式推动业务发展。目前,市场上已经有保险公司开始提前布局网销“开门红”产品,尤其是此前在网销领域做的比较激进的几家保险公司。

济宁一寿险公司负责人介绍,从市场的保费结构来看,理财型产

品占据了整个寿险市场绝大部分份额,已成为市场主流,“因此,对于理财型产品的销售,依然会成为公司明年的重点销售对象。”区别于银行理财产品,保险理财产品的销售,尤其是网销渠道理财产品的销售不应只靠收益率去迎合消费者,而应强调的是保障、理财、资产配置、风险管控、合理避税等观念。

一小型寿险公司网销负责人则表示,眼下自己所属公司拥有个险、银保、经纪、团险和电销五大渠道,网销平台也已建立。然而,目前渠道间的协作、资源共享仍显不足,未来整合资源、发挥多元渠道优势是一项重点。该负责人表示,虽然今年公司没有推出网销开门红产品,明年预计将会向网销方面倾斜。

## 汶上供电开展“触电急救”培训

本报讯(通讯员 魏迎) 从12月18日至12月25日,汶上县供电公司生产一线员工及营销、运维部门相关人员共236人开展了触电急救专项培训。

据悉,此次培训通过专业医师现场授课、模拟示范,参训人员相互观摩,独立实际操作

等程序,让一线员工了解急救方面知识,正确掌握急救过程中按压与吹气施救的方法、步骤及要领。此次活动将培训地点设置在检修工区、输电运检工区办公区等地方,既解决了教学矛盾,又做到正常生产两不误,受到一线员工的欢迎。

## 汶上供电做好元旦保电工作

本报讯(通讯员 魏迎) 12月25日,汶上公司精心组织、周密部署,制定元旦保电预案,全力确保元旦期间安全供电,迎接新年的到来。

为确保元旦和春节期间电网安全稳定运行,自12月份起,汶上县供电公司组织人员全力投入线路设备特巡中,加大对负荷较大线路、台区设备的检查强度,及时消除因降温造成的设备隐患。同时,该公司主动与气

象部门联系,积极强化异常灾害天气电网预警和负荷预测工作,做好电网薄弱环节应急预案的提前编制工作。

另外,针对假日岁末农民工陆续返乡现状,汶上供电公司以所辖供电所为基层单位,根据属地就近原则,成立15个返乡农民服务队,深入返乡农民工家中,现场办理用电申请,主动帮助检修用电线路,排除安全隐患,确保返乡农民工能够安全放心用电。

# 寿险费率市场化时代的保险理财新观念

## 中国人寿力推2014开门红新品“国寿鑫丰新A”

### 中国人寿力推2014年开门红新品

2013年下半年,在寿险行业费率改革的大背景下,中国人寿龙头企业——中国人寿秉承“创新驱动发展”战略,对产品线进行梳理升级,并将2013年银行保险渠道的明星产品“国寿鑫丰”全新升级为“国寿鑫丰新两全保险(A款)”,并将于近期重磅推向市场。

该产品延续了老款国寿鑫丰的原有特点,集高现金价值、高固定收益、高保障等多功能为一体,升级后的新产品现金价值更高、固定收益更高、保障更高,可有效满足银行保险渠道客户稳健理财,同时兼顾保障的多方

面需求。该产品也将成为国寿在银保渠道迎战2014年开门红的明星产品。

升级后的国寿鑫丰新两全保险(A款)为一款5年期趸交产品,一次性交费,保障期可达5年,可谓一次投入,收益稳定。凡年龄在18周岁至70周岁的健康人士均可作为被保险人,被保险人生存至保险期间届满的年度对应日,可按基本保险金额给付满期保险金。除此之外,该产品还具有高达3倍基本保险金额的意外身故保障,可以防患于未然,为客户提供充足的保险保障。

### 理财新观念

“保险本身的确有财富管理和资产传承功能,过去一直比较强调保障功能,但从近年来大额寿险保单仍频出的实际情况来看,高端客户购买保险的理由还是更侧重于资产保全和财富传承。”中国人寿银行保险部相关负责人认为,基于市场的反馈,保险完全有竞争力与股票、基金、信托等理财产品在一个队列里。

以中国人寿新近推出的国寿鑫丰新两全保险(A款)为例,与普通的两全保险相比,具有固定收益更高、现金价值更高、意外身故保障更是高达3倍基本保险金额等三大特点:以30岁男性为例,一次性交费1000元,国寿鑫丰新两全保险

(A款)的基本保额高达1180元,较鑫丰产品的基本保额1123更高,打破鑫丰创下的中国人寿现有5年期产品保额之“最”纪录,可谓满期固定收益更多;第二,其第1保单年度末现金价值高达1035元,再次打破鑫丰产品1020元的纪录,问鼎中国人寿现有5年期产品现金价值之“最”。第三,国寿鑫丰新两全保险(A款)延续了鑫丰产品保障范围广的特点,身故赔付1倍基本保额,意外身故共计赔付3倍基本保额。另外,由于基本保额更高,同等保费下国寿鑫丰新两全保险(A款)保障较鑫丰更高,取代鑫丰成为公司现有5年期产品中保障之“最”。

中国人寿理财专家解释称,如果一位30岁男性趸交10万元保费,保险期间为5年期,如生存至保险期满时,可获得满期金118000,如果因意外不幸身故,则可获得354000的赔付。该产品投保简便、收益稳定、适应人群广泛、到期给付,可满足不同年龄段人群,在人生各个阶段的理财需求。如果被保险人在18至25岁,这笔满期金可以作为婚嫁金、创业金;25至35岁:可以作为保障金、子女教育金及资产保值增值;35至50岁:可作为保障金、未来养老金、投资理财;50岁以上:稳健理财、养老金。

(郭守仁)

## “用心服务美好生活”金宇家居 诚信服务赢取市场竞争

毫无疑问,2013年济宁家居市场的热词就是两个字——竞争,这看似平常实则惊心动魄。怎样在强势龙头的逼压下突出重围?怎样在与对手的厮杀中反戈一击?怎样在迷茫的消费人群中树立忠诚度?盘点金宇家居的全年战略也还是两个字——诚信。

金宇家居是山东金宇商贸有限公司重金打造的第一个品牌,也是金宇公司最具核心价值、核心竞争力、至高荣誉于一体的品牌。金宇家居以“卖齐全、行公道、立诚信”的诚信理念和“用心服务·美好生活”的服务赢

得了较高声誉。如今,一提家居市场,金宇;一提产品质量,金宇;一提物美价廉,也是金宇。

简要说金宇的诚信主要还是体现在营销活动中,一是促销不忽悠,抽奖打折不打假。金宇家居作为一个土生土长的本地企业,把打造“诚信老店”、“百年老店”作为奋斗目标,从市场运营的那一天,就把济宁人那份实诚劲儿用在了经营中。二是奖品不忽悠,数量金额不虚夸。金宇家居促销活动的奖品、纪念品都是摆放在活动现场,在宣传海报、DM单暨奖项名

额分配等都标注明晰,不做虚假宣传。特别鄙视无良商家把全国连锁促销奖品数拿到当地商城做噱头,真正回馈给消费者的只占总数的一小部分。三是服务不忽悠,有承诺就有兑现。先行赔付:顾客在金宇家居完成交易后,发生纠纷后经销商不及时赔偿的,市场先行赔偿。金师傅服务:一个电话,立即上门免费服务。绿色消费:与质监部门协作,每年抽检商品质量,随时为客户测量所购商品环保指数。一站购齐:鲁西南最大最全家居建材市场,涵盖装饰装修全部商



品,消费不必东奔西走,减少顾客购物成本。差价返还:所购商品不是同类市场品牌最低价,差额部分予以返还。免费接送:团购活动或楼盘社区统一购物,一个电话,免费接送。

金宇的领导说2014年重点在服务。其实服务最终还是要体现在诚信上。只有树立诚信,才能赢得客户;只有诚信服务,才能赢得生存,最终赢取市场竞争。(海波)

## 邹城碧桂园城市展厅将于12月29日璀璨绽放

### ——碧桂园品牌发布会将同步举行,诚邀参加

圣诞已过,元旦将至,2014年的脚步声已越来越远。在辞旧迎新之际,邹城碧桂园城市展厅将于12月29日上午盛大开放,同时,邹城碧桂园品牌发布会将同步举行。届

时,济宁市各大媒体及邹城市政府领导将莅临发布会现场。迎新狂欢派对及家电大抽奖活动不容错过。

2013年8月23日,碧桂园邹城项目正式揭牌,碧桂园来到邹城;

11月28日,以“走进碧桂园,了解碧桂园”为主题的媒体采风活动启动,济宁各大主流媒体到访广东碧桂园总部及周边优秀项目参观,深入了解碧桂园企业文化及经营理念;12月13日,邹城碧桂园开工奠基仪式在各界领导的支持下,各大媒体及邹城市民的关注下成功举办,碧桂园正式落户邹城,示范区开始动工建设。如今,邹城碧桂园在新春来临之际更是快马加鞭,一路向前,其城市展厅(邹城国际饭店对面)即将于12月29日上午举办盛大的开放典礼,新闻发布会也将在邹城电视台演播大厅同步进行,碧桂园诚邀各界朋友莅临参加。

本周内,邹城碧桂园已通过“圣诞老人送苹果”、“给邹城的一封信”活动广发邀请函。据悉,开放当天1000名到访客户可



获定制礼品一份。同时迎新狂欢派对、家电大抽奖、“幸福邹城、爱动全城”活动全城邀约,电冰箱、电磁炉、电饭煲等惊喜大奖等你带回家!还有西式糕点、火鸡、披萨大餐,犒赏您的味觉!宅在家里不如去邹城碧桂园,本周日上午与您不见不散。

中国地产十强,21载别墅专家

碧桂园,已进驻100余座城市,开发逾200个高品质地产项目,服务60万业主。2013年,碧桂园进军山东,继济南、青岛、潍坊、淄博等城市之后,碧桂园来到邹城,将用地产领域全部的智慧和努力,圆邹城人民的五星级居住梦想。西班牙风情双拼美墅、精装观景洋房,带给您全新的居住体验。

