

太平人寿“太平美好金生终身寿险” 获评“金理财”年度保障型保险产品卓越奖

近日,由上海证券报主办的中国财富管理峰会暨第八届“金理财”奖颁奖典礼在沪举行。太平人寿一款在银行渠道发售的保险产品“太平美好金生终身寿险”,一举夺得“金理财”年度保障型保险产品卓越奖。

在国家政策的引导下,“推动产品结构价值转型,着力发展长期保障型业务”,已成为2017年中国保险业为之打call的热门话题之一。太平人寿锚定价值成长路

线不动摇,持续优化业务结构,开发出多款客户口碑好、销售业绩高的保障型产品,“太平美好金生终身寿险”便是其中之一。

“太平美好金生终身寿险”,是太平人寿在银行渠道推出的一款终身寿险产品。它具有保障终身、保障额度高且保证按年度递增等特点,深受已在一定程度上完成财富积累,且非常关注自身及家庭成员健康状况的高净值人群

青睐。据了解,这款产品也是太平人寿目前在银行渠道推出的主打产品,且已陆续在工商银行、农业银行、中国银行、建设银行等银行渠道发售,获得消费者的广泛认可。

据了解,“金理财”奖又被誉为年度金融业的“奥斯卡”,至今已成功举办7届,其业内影响力、权威性逐年提升,是国内最具影响力的财富管理类评选活动之一。

太平人寿获2017年度

卓越客户服务、保障先锋等多项大奖

近日,由《国际金融报》主办的2017年度保险保障先锋评选结果揭晓,太平人寿获颁年度卓越客户服务、年度保障先锋大奖,太平福祿康逸终身重大疾病保险获评年度健康保障产品大奖。

此次获奖,是对太平人寿一直以来恪守“保险姓保”治业宗旨的一次充分肯定。在“回归保障本源”被不断强调、深化的2017年,太平人寿作为行业内稳健经营、注重内涵价值的代表性企业之一,

持续践行集团“精品战略”,不断创新改革,让产品功能、服务举措想客户所想、急客户所急,在健康、养老领域做出诸多创新尝试,除了开发受客户欢迎的健康、养老保险产品,还持续构建以“健康管理”为主题的一揽子增值服务,深耕运作四大精品活动品牌创保险业增值服务市场的商标化运作先河、搭建及优化线上增值关怀服务平台,整合养老社区资源推出“太平乐享家”养老服务品牌、

积极配合地方政府提升大病医保服务水平等,切实担当起保障先锋的角色。

据悉,2017年1-10月,太平人寿累计实现原保险保费收入约1036.81亿元,按2016年同期增长25.83%,新业务价值稳健增长。公司服务客户总量超过4100万人次,累计向客户支付理赔款和生存金总额超过650亿元,充分发挥了商业保险作为社会保障体系支柱的职能。

用创新化繁为简:太平人寿“保险服务密码”

获评“最佳智能保险微信服务”

近日,由信息时报举办的“金融创想新未来——2017首届金融科技高峰论坛”在广州开幕。太平人寿“保险服务密码”项目,以更“亲民”的功能性与操作体验,获评“最佳智能保险微信服务项目”。

太平人寿“保险服务密码”是一款将移动互联网特性与第三方客户关键信息认证有机结合的线上工具。它在确保客户关键信息安全性的基础

上,创新保险服务流程,使保单客户通过登录“中国太平95589”微信公众号,即可轻松办理包括客户信息变更、保单贷还款、续期账号变更等在内的多种“繁琐”业务。截至目前,已有超过24万的太平人寿客户成功开设了保险服务密码,其中微信贷款业务日均贷款额超3000万,真正实现了便捷高效与风险防范并举的初衷,把那些以前“办起来费劲,不办还不行”的

业务化繁为简,从客户根本需求出发,创新业务办理手段,提升客户体验。

据了解,在前期的奖项评选环节中,信息时报发动旗下100个微社区公众号,向珠三角地区用户精准投放“金融科技熟悉度调查问卷”,并最终从回收的5000余份有效问卷中,评选出了最具创新力的金融产品,而太平人寿的“保险服务密码”则获得受调查用户的一致认可。

太平人寿《2017乐享太平健康白皮书》面世

压力已成为最重要的健康杀手

你以为只有癌症才是健康的敌人?其实,压力已成为最重要的健康杀手。近日,太平人寿《2017年乐享太平健康白皮书》新鲜出炉,结果显示,很多疾病均呈现年轻化趋势,这些都与压力有着密切的关系。

根据《白皮书》调查显示,18-60岁的成年人最常见的10种健康问题中,消化系统问题占了5种,胆囊炎排第一位,胃炎排第二位。大部分的成年人表示“工作压力大,经常加班熬夜,有时一天只吃一餐,有时又会吃很多,这种饮食不规律带来的肠胃不适往往因为没有时间而常常被忽视,久而久之自己则受到了胃炎、胆囊炎、十二指肠炎等消化问题的困扰。”太平人寿相关负责人介绍,慢性压力可引发肠胃的各种症状和综合症,肠胃健康已成为很多健康问

题的源头,根据微磁无创检测扫描得到的数据显示,上消化系统疾病预警率达到了25.5%,这意味着每四个人中就有一人当前或未来3年内会出现消化系统方面的健康问题。

据悉,《白皮书》还发现,原本属于65岁以上老年人常见病的动脉硬化和高血压,也呈现年轻化趋势,在白领中的检出率相当高,仅次于消化系统问题。“听说一些长年工作压力大的白领突发意外,都和这些疾病有关,压力是需要我们重点关注的健康影响因素。”一位白领如是说。

《2017年乐享太平健康白皮书》是太平人寿第一部关于健康的白皮书,以乐享太平健康管理平台的39万+用户为主要调研对象,收集和分析了用户的健康和行为大数据,并采用了著名的健康知性行

理论模型,从人群的健康知识、信念、行为和健康状况等不同的维度,分别归纳和总结了不同年龄层用户(儿童、成年人和老年人)关注的健康问题和健康相关行为特点,让太平人寿的用户对自身的健康有更深入的认识。

乐享太平健康管理平台,是太平人寿“大健康”领域的重要布局。该平台乐于将前沿、权威的健康知识和理念传递给客户,2017年,太平人寿推出了乐享太平名医直播室、乐享优选、癌症筛查等一系列明星健康栏目,获得了行业内外的瞩目,名医直播室点击量更是达到了298万余次。2018年,太平人寿将借助大数据、AI等技术不断创新平台服务,为健康插上科技的翅膀,让客户获得了更加有温度、人性化的健康管理服务。

(洪丹)

太平人寿启动空中医疗救援专属卡服务

首批惠及上万客户

1月5日,太平人寿空中医疗救援专属卡正式发行,这是继上月太平人寿与金汇通航签署战略合作协议后,双方在促进航空救援体系完善、回馈客户等方面迈出的一大步。

太平人寿空中医疗救援专属卡外形酷似一张银行卡,卡片正面一架直升机图案和“空中120”字样分外醒目,卡片背面印有详细的激活流程。一旦发生意外,时间就是生命,客户可以直接拨打救援专线,发出救援请求。

在与时间赛跑的生命抢救过程中,空中医疗救援在山区、水域等特定地形和不利于地面救援的特殊情况下,具有不可替代的作用。以高速公路发生严重车祸为例,里面的伤病人员“出不来”,外

面的救援力量“进不去”,最终结果很可能是“救不到”。而这种遗憾,完全可以通过空中医疗救援来化解。此次,太平人寿推出的空中医疗救援专属卡分单人卡和家庭卡(可以为一家三口提供服务)两种形式,首批将惠及上万太平人寿客户。据了解,太平人寿将以此次合作为契机,通过在产品、服务、业务等领域的多方位、深层次“开垦”,不断地为空中医疗救援这项“高端”“稀缺”的服务创造更多“亲民”的可能性。

在美国、日本等发达地区,直升机参与医疗救援事业已成为一项基本的医疗服务保障。但是在我国,空中医疗救援在广大普通老百姓眼中仍是一桩新鲜事。此次太平人寿联合金汇通航推出专

属卡,切切实实地将具有国际化水准的直升机空中医疗救援服务带给了客户,也标志着太平人寿客户服务体系再次走在了行业的前列。

太平人寿客户服务部相关负责人介绍,目前太平人寿VIP客户增值服务中已包含24小时电话医生、专家门诊预约、国内外第二诊疗意见、协助住院安排、协助手术安排、国内紧急医疗救援、医生到府、海外就医安排、健康体检等近20个健康管理服务,为客户提供从预防保健,到主动干预、就医援助及康复养老的一揽子健康服务解决方案。此次增加国内空中紧急救援服务,对公司现有救援类服务项目继续补充,推进VIP增值服务体系完善升级。

太平人寿斩获“年度最佳企业文化奖” 多款产品获评“最佳”

近日,由《保险文化》杂志社主办的第十届中国保险文化与品牌创新论坛暨第十二届中国保险创新大奖颁奖典礼在浙江宁波举行。太平人寿获评“年度最具影响力保险品牌”、“年度最佳企业文化奖”,旗下四款保险产品斩获包括“最佳健康保险产品”、“最佳理财保险产

品”、“最具投资价值保险品牌”在内的多个奖项,着实是其品牌影响力MAX的有力佐证。

2017年正值太平品牌创立88周年,太平人寿作为中国太平旗下的专业寿险子公司,坚定贯彻集团“精品”战略,以其优秀的企业文化为内在驱动力,将“满足痛点”、“创新发

展”、“一切以客户为中心”的太平人寿产品政策落到实处,不断设计出覆盖消费者全生命周期的健康保险产品,以科学、合理、安全的方式实现客户资金利益最大化。在此次的奖项评选中,太平人寿“太平卓越至尊终身年金保险(分红型)”、“太平金生永福年金保险(分红

型)”等皆是消费者口碑好、销量高的“业界良心”产品。

据了解,中国保险创新大奖是由《保险文化》杂志社联合国内著名院校保险院系、国内著名财经媒体共同举办的,目前已连续举办十二届,业内影响力、公信力有目共睹。而本届中国保险文化与品牌创新论坛

则以“回归?创新”为主题,对保险业回归大潮、金融科技大潮双叠加形势下的行业价值观、保险的功用,以及代理人角色等关键话题进行深入探讨,旨在为保险行业指明经营管理方向,提供产品研发新思维,带领业内人士展望未来行业发展趋势。