

中国人寿:助力乡村振兴 彰显国企担当

本报讯(记者张蕊)近年来,中国人寿保险股份有限公司站稳“以人民为中心”立场,提升人民群众获得感、幸福感、安全感,积极落实国家战略,助力脱贫攻坚和乡村振兴工作,用实际行动彰显国企担当。

中国人寿全面贯彻党中央、国务院巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接的决策部署,严格遵循“四个不摘”要求,围绕“五大振兴”突出保险优势,在推进上一年度116个重点帮扶项目落实落地的基础上,保持帮扶力度不减,继续助力国家乡村振兴重点帮扶县(地区)经济发展,保障民生。

立足主业优势筑牢防贫保障网。中国人寿不断织密织牢保险保障网,为脱贫人口提供买得起、买得到、愿意买的保险产品与服务。在团体保险帮扶方面,2021年前三季度,公司防贫保险业务累计承保人数767万人,赔付金额6732万元,赔付14.4万人次。

在健康保险帮扶方面,截至2021年三季度末,大病保险业务当年为困难人群提供129万人次20亿元的医疗费用补偿,乡村振兴专属医疗保险为106万人次提供医疗费用补偿3.8亿元。

中国人寿积极推进健康扶贫“一站式”结算,开创新型保障领域。以“政府主导,专业运作,保本微利,长期经营”为宗旨,打造长期护理保险支持体系。截至2021年三季度末,累计承办56个长期护理保险项目,覆盖超2000万人,有效助推了国家积极应对人口老龄化社会战略的实施。

中国人寿以“不断满足人民日益增长的美好生活需要”为遵循,持续丰富补充医疗保险产品供给,开发“美好生活”系列医保补充医疗产品,构建多层次保险保障。到2021年三季度末,公司承办130多个社保补充医疗保险项目,覆盖7000多万人。

保险公司
品牌严选



保险人风采

编者按

2021年“7·20”洪涝灾害发生之后,我市各家保险机构积极行动,抢险救灾,严防疫情,为广大单位和群众提供了强有力的保险屏障,树立了良好的公众形象。为此,本报充分履行党报党刊社会责任,开辟了《保险权威访谈》专栏,对市保险行业协会和各家财险机构负责人进行专访,推出专访近20篇,得到了各级领导和广大读者广泛好评。

为进一步引导、规范行业行为,从今日起,本报再次推出《保险人风采》专栏,介绍奋战在工作一线的保险人的先进事迹,从不同侧面展现保险业作为经济社会发展“稳定器”的重要作用。

始终以用户为中心

——记民生人寿保险武陟支公司营业部经理冯素琴

本报记者 孙阔河

市保险行业协会“服务标兵”,民生人寿保险总公司“璀璨之星”获得者、连续三期“绩优培训班”成员,民生人寿保险河南省分公司开门红标保第一名、“件数王”获得者、三次蝉联季度峰会会长,民生保险焦作中心支公司“保费王”和“件数王”获得者、“秋功黄金功勋”和“黄金骑士”获得者、钻星峰会会长获得者、连续14年“十佳销售能手”……

在民生人寿保险焦作中心支公司,武陟支公司营业部经理冯素琴的名字无人不知,因为她入职公司15年来,获得的荣誉可谓是车载斗量,1349的客户数、2026件的保单量更是常年稳居总公司前三甲。同时,因为冯素琴坚决贯彻公司“让民生确定,为民生服务”的企业使命,处处恪守“以用户为中心”的服务理念,更使她在客户中声名远播。

前不久,武陟县乔庙镇的一位客户在干活时不慎摔伤,他第一个求助的就是冯素琴。接到客户的电话,冯素琴二话不说,立即与爱人一道驱车20多公里赶到了客户家中。查看病情后,将客户送到了县城的医院。然后,又帮忙办理手续、安顿病房、联系医生,直到一切安排妥当,冯素琴才与爱人离开医院。这时,已经是万家灯火时。不过,冯素琴的服务没有结束,接下来客户住院的1个月里,她三番五次前去探望,从陪护、生活、病情等方面予以关怀。客户出院后,她已将一切理赔事宜安排妥贴,让客户很快拿到了理赔款。现在,客户逢人就夸冯素琴:“人好,心好,服务好,我要让俺全家都人保。”

说实话,名下1000多名客户,冯素琴不能一一都记住名字。但客户们都将她牢牢记在心里,没事打个电话倾诉一下苦恼,偶尔到县城相聚联络一下感情,时常再介绍几个新客户。这样一来,冯素琴的工作和生活都是围着客户打转。“除了刚开始客户不好跑之外,后来都是客户给我介绍客户。因为这么多年来,客户们都与我成了最好的朋友,朋友们都变成了我最好的客户。除了用心服务大家外,我好像也没有干太多的事。”说起自己的职业生涯,冯素琴最大的感触就是:朋友亲人遍天下。

近年来,民生保险不断强化“服务他人,精进自己”的服务理念,在行业内率先推出了“非常6+1”快速理赔服务,并进一步推出了“小民立刻赔”服务模式,为用户提供以“关怀慰问、协助指导、专业建议、赔款速达”为中心指导思想的特色理赔服务。冯素琴的工作更忙了,她说:“没有公司强大的服务体系支撑,我个人的能力是微不足道的。我能做的就是,将公司的服务宗旨、理赔政策不折不扣地用到客户身上,为客户提供更快速、更便捷、更贴心的理赔服务。”

新华保险焦作中支开展法律宣传活动

本报讯 为深入贯彻落实党的十九届六中全会精神及党中央推动宪法学习宣传教育的有关精神,进一步做好法治宣传教育工作,提升全员法治观念和法治素养,新华保险焦作中心支公司近日开展了“以习近平法治思想为指引 坚定不移走中国特色社会主义

法治道路”的学习宣传活动。

活动期间,该支公司依托各县区营业网点,通过利用电子屏滚动播放宣传标语、悬挂条幅,在客服大厅播放宪法宣传视频等方式广泛宣传,提升了社会公众的宪法认知,形成崇尚宪法、遵守宪法,维护宪法权威的良好氛围。

同时,组织内外勤员工利用集中会议时间,深入学习了《以习近平法治思想为指引,坚定不移走中国特色社会主义法治道路》和党的十九届六中全会精神导读等内容,并观看了宪法宣传短视频,让员工们能够知法、懂法、守法,自觉维护宪法尊严。(新华)

近日,焦作市保险行业第七届服务技能大赛决赛成功举行。决赛中,人保财险王玮、王向阳、刘彩三个人组成的代表队,凭借着扎实的基本功,精彩的发挥,技压群雄,勇夺桂冠。简荣荣 摄



论理财

金融产品网络营销立规矩

□李学杰

打开电脑或者手机,有关金融产品的广告铺天盖地,让人烦恼仅仅是一个方面,让人上当受骗才是最讨厌的事情。2021年的最后一天,监管部门对此现象终于出手整顿了——2021年12月31日,人民银行会同工业和信息化部、银保监会、证监会、国家网信办、外汇局、知识产权局起草了《金融产品网络营销管理办法(征求意见稿)》(以下简称《办法》),开始向社会公开征求意见,四大“禁令”引发舆论关注和热议。

这四大“禁令”是:禁止通过互联网面向不特定对象营销私募类金融产品、不得进行骚扰性营

销和嵌套销售、网络营销人员应具备相关资质、未经批准第三方互联网平台经营者不得介入金融产品的销售业务环节。

央行征求意见的宗旨,在于把互联网金融监管深入到直播带货领域,进一步加强互联网金融风险防控,打击互联网金融违法违规行为,加强互联网金融投资者风险教育。《办法》根据当前直播带货的一些通病给出了针对性意见,比如“不含有虚假、欺诈或引人误解的内容”“不得进行骚扰性营销和嵌套销售”“不得利用演艺明星的名义或形象进行推荐、证明”等,这在直播带货其他产品

领域同样有指导意义。从这个意义上说,央行四大“禁令”为进一步规范直播带货带了个好头。

随着直播带货的快速发展,直播带货的领域越来越宽,除了吃穿用日常消费品外,住房、医疗、教育、金融、旅游等都可以以直播带货的方式营销,但直播带货领域普遍存在的“粗放经营”模式似乎没有明显转变,夸大其词“假货太多”“鱼龙混杂”“货不对板”成为消费者集中“吐槽”的问题。

问题触目惊心,查处力度加大。金融产品网络营销的规矩开始建立起来了!