

文明是最美的风景

落实国家战略 中国人寿寿险公司大力发展普惠保险业务

在普惠金融纳入国家发展战略十周年之际,国务院《关于推进普惠金融高质量发展的实施意见》于2023年10月印发,为未来5年构建高水平普惠金融体系、进一步推进普惠金融高质量发展规划了具体的实施路径。

作为寿险行业“头雁”,十年来,中国人寿保险股份有限公司(以下简称“中国人寿寿险公司”)以实际行动践行“以人民为中心”发展思想,发挥保险主业优势,加快推进普惠金融业务发展,满足人民群众多元化保险需求,助力共同富裕。该公司全力构建多元化普惠保险产品供给体系,开发专属普惠产品,持续强化科技赋能,推动网点、人员、资源和服务更加贴合小微企业、农民、城镇低收入人群、老年人等普惠金融重点服务群体。

产品供给多元化 普惠业务惠及更多人群

中国人寿寿险公司积极探索具备普惠性质的保险产品体系建设,从供给侧出发推动普惠保险高质量发展,设计覆盖多年龄段人群的包容性普惠保险产品体系,涵盖乡村振兴、老年人口、学生儿童、女性等特定群体和业务,针对性提供大病保险、长期护理保险、城市定制型保险等普惠保险产品。该公司高度重视老人、女性、儿童等多元群体的保险保障需求,通过提供差异化保险产品,逐步满足不同年龄和特定人群的保险保障,提升普惠保险产品体系覆盖面。

近十年来,中国人寿寿险公司累计

新开发产品800余款,广泛覆盖了个人客户、法人客户、战略客户群体,现已形成涵盖疾病保障、身故保障、医疗保障、意外伤害保障、养老保障以及面向特定群体、特定区域的多元化产品体系,有效满足广大人民群众个性化、多样化、不断升级的保险需求。

大力发展普惠保险,让更多人群享受高质量普惠生活。中国人寿寿险公司积极推进城乡居民大病保险业务,推出了“国寿城乡居民大病团体医疗保险(A型)”等2款大病保险业务专属产品;满足职工、居民等人群的医疗保障需求,开发了“美好生活”系列保险产品;助力长护险制度体系建设,开发团体护理保险产品;助力巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接,在“扶贫保”“扶贫干部”等专属系列产品的基础上升级开发了“乡村振兴”系列专属产品;关注老年群体风险保障,陆续推出了“夕阳红”“夕阳保”“银龄安康”“关爱老年人”“银龄无忧”等老年人专属保险产品系列;关注学生和儿童群体健康成长,推出“学生儿童”“乐学无忧”系列40余款专为学生儿童群体设计的短险产品;在女性保障方面,“女性安康”“关爱女性”系列10余款产品,积极为适龄女性提供特定疾病保障;主动对接新市民、新业态人群保险保障需求,开发了“新业态”“建筑工程”“务工人员”系列产品。

城乡居民大病保险在办项目超200个
覆盖近3.5亿城乡居民

作为首批参与承办国家大病保险业务的保险公司之一,中国人寿寿险公司自2012年六部委联合发文推行城乡居民大病保险制度以来,始终将大病保险作为战略性业务精心部署,经过十余年深耕细作,已成为各地在大病保险领域的主要合作商。该公司切实推动大病保险惠及更多人民群众,减轻人民群众医疗负担,有效助力多层次医疗保障体系建设。

截至2023年底,中国人寿寿险公司在办大病保险项目超200个,覆盖近3.5亿城乡居民。自大病保险制度实施以来,公司大病保险累计赔付1亿多人次,有效减轻了人民群众高额医疗费用负担。

试点长期护理保险 覆盖人群超3800万人

在另一项面向失能人群、具有普惠性质的长期护理保险试点中,中国人寿寿险公司同样积极发挥“探路”作用。建立长期护理保险制度是医疗保障领域深入贯彻积极应对人口老龄化国家战略的战略举措,也是补齐社会保障体系的重要制度安排。

长期护理保险在减轻失能家庭经济负担、提升失能人员生活品质、促进养老产业发展、创新社保管理模式等方面具有积极作用。中国人寿寿险公司高度关注长期护理保险发展,积极参与政策性长期护理保险的保障方案设计和经办管理服务,是最早响应国家长期护理保险政策、参与制度试点的高保机构之一。截至2023年底,公司开展70余个长期护

理保险国家和地方试点项目,覆盖3800多万人。实现城乡一体、全龄覆盖,探索形成了基础护理、专业护理、辅助器具等多种保障方式的成都模式。切实缓解了失能人员及其家庭的生活压力,提升了群众获得感与幸福感。

完善风险保障网 为保障特定群体探路

在城市大街小巷和交通干道,“蓝骑手”“黄骑手”的身影不断穿梭来往,为顾客送上热腾腾的餐食,“城市摆渡人”驾驶小汽车小货车不断汇入城市车流,带着乘客或货物在城市中流转。这些依托互联网平台工作的骑手、司机等,作为新就业形态就业人员,已成为普惠金融关注的服务对象。

新就业形态就业人员因工作性质无法纳入传统工伤保险制度。但这个特定群体的工作又主要在路上,事故易发多发,对职业伤害的保障需求十分迫切。为探索解决该特定群体的社会保障难题,国家层面从最紧要的职业伤害保障入手,自2022年7月起,在北京、上海、重庆等7省市启动新就业形态就业人员职业伤害保障首批试点。截至2023年7月底,中国人寿寿险公司承办其中5个试点省份的项目,总体处于行业领先地位。

以重庆试点为例,参加试点的网络平台按“每单”一定金额缴纳职业伤害保障费,货运司机、外卖骑手等出险后报案申请理赔,涵盖医疗、伤残、死亡等约定保障责任。(摘自新华网)

国寿寿险“种子计划”发布 引领保险业营销模式革新

3月2日-3日,中国男子篮球职业联赛(以下简称“CBA联赛”)2023-2024赛季全明星周末举办。作为CBA联赛官方主赞助商中国人寿保险(集团)公司核心成员的中国人寿保险股份有限公司(以下简称“中国人寿寿险公司”)同步举办新闻发布会,首次向外界发布其营销改革新布局——“种子计划”,试点启动金融保险规划师队伍加盟工作。

面对不断变化的市场格局和发展环境,探索新型营销模式逐渐成为行业共识。近年来,各大险企积极探索建设新型队伍,布局代理人渠道改革转型。据了解,“种子计划”是中国人寿寿险公司于

2022年底启动的新经营策略“八大工程”中“销售渠道强体工程”的重要组成部分,也是该公司贯彻落实2024年中央经济工作会议“坚持稳中求进、以进促稳、先立后破”总体要求的具体实践,即在发展和稳固基本盘的同时,布局新型营销,通过前瞻性探索有效突破当前发展中的瓶颈问题,以创新模式充分匹配监管要求与市场需求的变迁。

社会经济不断发展,消费者保险需求也在不断增强,并呈现出多元化、理性化、互联网化的发展趋势,客户的保障升级将成为未来寿险市场的主要增长来源。中国人寿寿险公司的“种子计划”以响应客户保障升级需求,探索面向未来的创新营销模式为定位,通过制度突破、融合招募、场景营销、精准赋能、平衡管理五大板块,以县城及以上中端客户市场细分为切入点,向下带动普惠大众市场,向上延伸高端市场,为客户提供健康、养老、财富管理多元保障,用全

周期的呵护实现新营销队伍服务人民美好生活保障升级的目标。

随着建设金融强国目标的确立,中国经济高质量发展正向纵深迈进,寿险行业发展整体进入深度转型期。监管机构先后发布《保险销售行为管理办法》《关于强化管理促进人身险业务平稳健康发展的通知》,为寿险业发展提出了新要求。

2023年以来,中国人寿寿险公司深入推进营销体系改革,明确两大重点改革方向,即“现有队伍专业升级”“新型营销模式布局”,并以两大保障策略支撑改革,即“产品+服务”生态建设与“科技精准赋能”,加快推进向专业化、职业化、综合化“三化”队伍转型升级。

“种子计划”旨在立足大中城市,前瞻引领行业未来发展趋势,服务人民群众美好生活,以仁心、匠心、恒心、同心、开心汇聚城市白领能量,以独有的激励机制、独特的经营模式、独立的发展环境、独创的赋能平台,依托中国人寿寿险公司强大的资源优势 and 品牌影响,以跨界融合和价值引领,为客户提供系统的金融服务,也帮助城市白领重新定义事业发展可能。

据了解,中国人寿寿险公司此次对外招募的金融保险规划师队伍主要包括三种角色:总监、合伙人和规划师。在销售服务的前中后三个环节,规划师队伍将充分发挥其专业优势,为保险消费者提供更方便、适合的保险保障服务。其中,售前环节,规划师基于金融与非金融场景挖掘,借助公司资源与平台,主动服

务与触达客户;售中环节,规划师基于动态客户画像的完善,及时捕捉、精准量化客户的金融保险需求,提供综合的解决方案;售后环节,规划师基于公司平台与个人能力持续提供专业服务,保障客户享受到便捷、贴心、可持续的保障体验。

作为行业头雁,中国人寿寿险公司的改革之路每一步都走得格外扎实。“‘种子计划’目前已经在深圳、南京、广州、成都等10多个城市开展试点,面向社会招募金融保险规划师队伍。”该公司相关负责人介绍。

中国人寿寿险公司总裁利明光表示,2024年公司将持续推进个险营销体系改革,推动营销体制机制不断健全完善,进一步提高销售人员专业水平和服务能力,促使销售队伍结构更加合理、业务发展更加稳健。具体而言,一是坚持稳中求进,优化结构。持续稳定现有业务队伍基本盘,进一步优化业务结构,抓住业务队伍的核心关键人群,持续扩大中高产人员规模,带动队伍产能持续提升。着力推进“销售渠道强体工程”,持续深耕个险重点工作,加快建立以客户经营为中心的个险管理体系。二是坚持试点先行,持续推动改革创新。2024年是中国人寿寿险公司营销体系改革完整落地的首年,公司将着力打好基础,有序推动“种子计划”试点,探索建立金融保险规划师队伍,布局新型营销模式。通过试点工作,培养一批具有金融保险规划师队伍筹建工作经验的管理团队,力争到2025年底,有效建立3—5个样板工程。(摘自中国网)



日前,中国人寿保险股份有限公司兴化支公司组织党员和入党积极分子,赴兴化市革命烈士纪念馆举办献花篮、重温入党誓词、瞻仰革命烈士遗物遗迹等活动,进一步增强党员发挥先锋模范作用,办好让人民满意的保险事业。