

# 目 录

## 一

|                         |             |    |
|-------------------------|-------------|----|
| 浅谈新经济背景下保险业的发展 .....    | 史振波         | 3  |
| 深化改革开放 坚持科学发展观          |             |    |
| 稳步推进新疆寿险市场健康发展 .....    | 杨 建 王 彤     | 5  |
| 践行科学发展观是                |             |    |
| 公司可持续稳健发展必然选择 .....     | 李晓东         | 7  |
| 以科学发展观为指导               |             |    |
| 促进公司又好又快发展 .....        | 郭东风 何 维     | 9  |
| 直面困难 转变观念 励精图治 求得发展     |             |    |
| .....                   | 梁佐光         | 10 |
| 谈新华保险在新疆的发展             |             |    |
| ——新华人寿与新疆保险业发展共成长 ..... | 孙保收         | 12 |
| 改革开放谱写公司发展的新篇章 .....    | 王庆龙         | 15 |
| 开拓创新 加强内控 稳健经营 不断进取     |             |    |
| .....                   | 张燕霞 李军梅 吴 芳 | 16 |
| 大力推进公司全面科学可持续发展 .....   | 廖新文         | 18 |
| 打造品质和实力并存的保险公司 .....    | 肖 明         | 20 |
| 抓住机遇 迎接挑战 加快发展 .....    | 韩全学         | 22 |
| 弘扬“和合”企业文化理念            |             |    |
| 积极服务新疆经济社会和谐发展 .....    | 王建明         | 23 |

## 二

|                   |     |    |
|-------------------|-----|----|
| 浅谈保险业的发展 .....    | 汤 龙 | 25 |
| 以人为本 创新理念         |     |    |
| 架通人文关怀的空中桥梁 ..... | 杨 科 | 26 |

|                         |         |    |
|-------------------------|---------|----|
| 以人为本 促进保险业务创新发展 .....   | 李振林     | 29 |
| 浅谈“消费与发展” .....         | 庞舒真     | 31 |
| 保险业怎样做到促消费、促发展 .....    | 王江红     | 32 |
| 用心服务,口碑相传               |         |    |
| ——3·15消费者权益日引发的思考 ..... | 张 勇     | 33 |
| 遵纪守法 规范经营               |         |    |
| 确保公司“规规矩矩做保险”           |         |    |
| ..... 中国人寿保险股份有限公司新疆分公司 |         | 34 |
| 明明白白买保险 .....           | 曹彩云     | 36 |
| 寿险服务理赔先行 .....          | 马 强 王 敏 | 37 |
| 把握消费需求 推进健康保险蓬勃发展       |         |    |
| .....                   | 杨 伟     | 38 |
| 冬天到了 春天还会远吗? .....      | 张嘉迅     | 40 |

### 三

|                       |     |    |
|-----------------------|-----|----|
| 以诚信建设为先导 促进保险业又好又快发展  |     |    |
| .....                 | 袁 航 | 41 |
| 诚信创造机遇 服务创造价值 .....   | 刘德华 | 43 |
| 保险业诚信服务促发展 .....      | 郭小娟 | 44 |
| 加强诚信建设 积极履行社会责任 ..... | 张彩玲 | 46 |
| 规范经营 诚信服务 .....       | 何 平 | 47 |
| 诚信为先 健全制度             |     |    |
| 促使营销员“实实在在卖保险” .....  | 陈彦炯 | 48 |

# 浅谈新经济背景下保险业的发展

史振波

## 一、公司在改革开放中发展壮大

### (一)公司整体实力明显增强

公司成立至今,一直保持着连年增长的势头,保费收入从成立初期的700万元增长至2008年的2.4亿元规模,是1993年成立时保费收入的近35倍。自2005年以来,持续以年度增长率不低于30%的速度迅速扩大。市场排名由2004年的第五位上升至第三位。十四年来,公司遵循在改革中求生存,在创新中求发展的经营思路,恪守“诚信第一,效率第一,客户至上,服务至上”的宗旨,积极推行“竞争、激励、淘汰”三大机制,使各项管理制度化、规范化。业务水平在持续、快速、健康的发展,现已开办了财产、人身、责任、信用等近100个险种。

### (二)公司竞争力不断提升

随着改革开放的深入,保险业的体制机制、资本实力、人才队伍和技术手段都发生了深刻变化。进入新疆保险市场的保险主体也不断增多,激烈的市场竞争开始在整个市场蔓延。为了提高公司的竞争实力,扩大业务规模,公司业务结构不断优化,经营管理水平逐步提高,业务范围不断扩大。公司业务范围逐步由乌鲁木齐向地州发展,先后成立了伊犁中心支公司、昌吉中心支公司,并取得了较好的业绩。在发展过程中,加大对地州及县级服务网点的建设,确保在全疆范围内实现服务无盲区。目前,公司已在全疆设立14个地州级服务机构,24个市、县级服务网点,除和田外,业务范围已覆盖全疆,率先实现了全疆通赔。

### (三)服务能力全面提升

随着自治区经济的不断发展,人民生活水平的不断提高,保险逐渐成为服务民生、改善民生和保障民生的重要手段,成为促进经济发展不可或缺的重

要保障。从2004年至今,公司累计支付赔款29992万元;其中,车险22873万元,财产险5896.85万元,意健险1222万元。在克拉二气田爆炸、独山子乙烯工程储油罐爆炸事故、德汇“1·2”火灾等重大灾难事故中勇于承担责任,发挥了保险保障功能。

### (四)员工队伍不断壮大

在改革开放中公司业务规模不断扩大,员工队伍逐步增加,从1993年成立以来的几个人,发展到今天的500多人。2006年,公司先后成立了专业代理团队、银行业务专业团队、车行业务专业团队等渠道销售团队,率先在业内成立了专业的渠道销售团队,对于公司分渠道经营起到了积极的推动作用。

### (五)履行社会责任的意识不断增强

秉承回馈社会的宗旨,公司为克拉玛依“12·8”特大火灾死难者家属捐款30万元;为地震灾区伽师县捐建一所平安希望小学;为乌鲁木齐市全体交通警察免费提供人生意外伤害保险;为南疆贫困地区600名失学儿童免费提供100万元的人身意外伤害保险;为贫困地区阿克陶县捐款16万元;向中国红十字会捐献采血车并由每年组织全体员工进行义务献血活动;响应自治区政府的号召,每年参加多次对灾区、扶贫地区的捐助活动;在2008年的重大冰冻自然灾害中,捐献衣物500多件;在“5·12”特大地震灾害中,先后捐款76192元。

## 二、新经济形势下面临的机遇与挑战

### (一)保险业面临的巨大机遇

1.国务院2006年颁布的《关于保险业改革发展的若干意见》肯定了保险业的发展,规划了保险业的发展前景,为保险业带来了政策上的春风。新疆保险业紧紧围绕《若干意见》精神,不断加快发展的步伐,深入拓展保险深度和广度,加强行业整体合规经

营意识,促使整个行业保持了高速的增长。

2.随着人民物质生活水平的提高,人民群众开始注重精神生活的需求。政府将商业保险作为社会保险的重要补充,积极推动发展,新疆保险业引导群众开始了解并接受保险理念,广大人民群众由被动买保险逐步开始变为主动购买各类保险,满足自己的生活需要。

3.随着新疆保险市场的主体不断增多,保险业的竞争日益激烈,在相互学习、交流、竞争中促进了保险业整体素质的提高和社会影响力的提升,行业满意指数不断上升,进一步促进新疆保险市场的稳定和健康发展。

#### (二)保险业面临的巨大挑战

1.留人成为保险业最大挑战。随着国内金融市场的逐渐放开,国内金融企业主体越来越多,以保险为代表的一些行业出现了“新公司带动集体跳槽”的现象。新疆保险市场的不断成熟与完善,保险公司数量的不断增加,保险人才的数量与保险行业迅猛发展速度不匹配的现象日益显现,成为各家公司面临的发展瓶颈。目前,留住人才已成为保险业的最大挑战。

2.保险费率走向市场化、自由化,价格大战不可避免。由于保险公司的经营规模、经营水平、经营理念不同,因此构成各公司产品的基础成本、费用不同,对于利润的追求也不同,造成整个市场竞争白热化。如何形成一个更加理性、更加有序的市场环境,成为摆在整个行业面前的一个问题。

3.现行的保险代理人制度需要进一步完善以适应社会的发展。近几年保险代理人的留存率较低,给各家保险公司及客户带来了不少的麻烦,对保险业造成了负面的社会影响。究其原因还是在于保险代理人制度的问题。

### 三、准确把握科学发展观的精神实质,把思想和行动统一到科学发展观上来

#### (一)深入贯彻落实科学发展观,坚持发展为第一要务

科学发展观,第一要义是发展。如何坚持又好又快的发展,坚持做大做强,是公司实现发展的主要思路。目前,公司的各项改革发展已经取得了长足的进步,但整体发展水平仍然与新疆经济社会发展水平不适应,在保险市场占有率和覆盖面远远落后于同业领先机构和系统内其它地区机构。因此,在保险密度以及保险的覆盖面、渗透度等方面均有较大的提升空间。要在科学发展观的指引下,继续坚持发展为第一要务的经营思路,在新疆保险业发展大局中发挥更大的作用,在新疆经济社会发展中做出更大贡献、赢得更高的地位。

#### (二)加强员工队伍建设,强化员工培训

加强队伍建设,全面提升从业人员的职业道德水平和专业能力,打造以经营管理人才、专业技术人才、保险营销人才和监管人才为主体的高素质人才队伍。整合行业资源、充分利用社会资源,形成多渠道、多层次的人才教育培训体系,切实加强保险人才队伍的培训和培养。

#### (三)努力提高理赔质量和管理水平

认真贯彻执行理赔工作规定和实务流程,实行精细化管理和规范化操作。加强现场查勘工作,按实务规程的要求规范操作。提高定损工作的准确性和科技含量。强化未决赔案管理,全面推广和使用未决赔案管理系统,挤压水份,摸清底数。把好赔案审批关,严防错案、假案和骗赔案的发生。严格控制超额赔付,把赔付率控制在合理的范围内。

(作者单位:中国平安财产保险股份有限公司新疆分公司)

# 深化改革开放 坚持科学发展观 稳步推进新疆寿险市场健康发展

杨建 王彤

## 一、在改革开放中取得的成效

中国平安人寿保险股份有限公司(以下简称公司)伴随着中国改革开放的春风,在新疆保监局正确指导下,公司业务得到稳步发展。目前公司已拥有10家中心支公司,3个营业区和30家营销服务部,截至2008年11月,公司年保费收入达到12.34亿元,预计全年将实现保费收入13.9亿元,其中个险新单保费将达到2.9亿元,银邮新单保费将达到2.5亿元,续期保费收入将达到8.5亿元,较2007年增长35%以上。

(一)以期缴产品开拓为重点,持续提升续期保费平台,促进业务规模稳健提升

近年来,公司坚持树立科学发展观的发展思路,以“个人寿险期缴产品为重点,银邮代理业务为辅”的发展方针推动整体业务的稳健发展。续期保费已成为公司业务稳定增长的基础。去年公司适度调整银邮代理业务的发展,提升了新业务的增长,实现了公司整体业务平稳发展的局面。

## (二)集中管理防范风险,降低成本

一是开展各项制度化建设,各项工作都制定严格的作业操作流程,定期实行网上考试。从2004年开始实施后援管理集中项目建设,目前公司已实现了数据管理集中、核保核赔集中、财务集中、保全作业集中和保单打印集中。

二是在降低经营风险的基础上,通过后援各岗位标准作业量及作业时效的核定和考核,在提高工作效率的同时也降低了公司的经营成本。

三是成立了专门的稽核队伍,对重大事件实行24小时的上报规定,降低公司的经营成本。

(三)完善的代理人培训和管理体系的建立,提高了公司业务品质

公司对于代理人队伍的管理也是随着改革的不断深入而逐步完善,自2002年开始公司就引进美国寿险协会的业务员甄选系统(LASS系统)对新进代理人

进行测试和选择。同时建立了代理人培训管理中心,由专业讲师对新人岗前、代理人辅导、产品资格、转正培训、晋升、品质管理和职业道德教育等全方位的培训。通过严格的培训制度和品质管理,代理人的素质逐步提升,销售误导现象明显得到了抑制,公司的业务品质明显提升,客户对公司的认知度不断提升。

(四)深入调研并合理规划机构发展,持续稳健地推动机构的健康发展

公司前几年为了业务的快速发展,一度采取大量开设机构的发展模式带动业务的增长,但由于后续的服务和管理未能达到业务高速发展的需求,使机构业务品质出现下滑,业务相应出现了萎缩。为此公司总结以往的深刻教训,在机构设立方面采取谨慎的原则,新机构的扩张采取深入调研和合理规划,通过调整使机构的管理能力和业务发展出现了稳定提升。

(五)以客户服务满意为导向,通过多渠道、多方位的服务树立了公司的品牌优势,促进公司健康稳健的发展

改革开放的初期,人们对服务的认识上存在误区,但作为保险行业,随着竞争主体的不断增加,公司间的竞争将会从产品的竞争逐步演化为服务的竞争,服务是公司赖以生存的基础。

随着保险市场的日渐成熟,深入挖掘客户需求并不断的创新已经成为保险企业发展的新方向和提升自身“软实力”的动力源泉。公司率先推出了“P-STAR”(主动、简单、及时、方便、可靠)五星级服务,树立了“以客户服务满意度和需求”的服务理念,建立了严格的客户满意度回访(总公司95511电话)和考核制度,通过该服务的推出,客户服务的满意度已从81%提升到90%,同时服务时效明显提升,十日内理赔客户结案率达到93%。其次,公司在客户的服务环节入手,推出了多渠道的缴费方式,满足客户的多层次需求。截至目前公司缴费方式共有6种,分别是



自缴、银行实时代收、银行转账、电话缴费、POS机缴费和网上缴费。再次,公司借助强大的技术平台推出了客户E服务平台,每一位平安客户仅需上网自行注册一帐通后,即可在网上进行保全服务项目的自行处理,如地址变更、电话变更、银行帐号变更等多种服务,使客户随时了解个人保单分红、缴费等详细信息,同时通过该平台可以享受到平安寿险、产险、证券、养老险等多项服务。

不仅如此,在服务方面公司连续11年坚持开展客户服务节活动,先后推出了“平安少年儿童行动、少儿绘画大赛、少儿故事大赛、携手世界冠军乒乓球赛、少儿家庭才艺大赛、运动着快乐着”等活动,深得客户的认同和好评。同时公司在业务发展中一直没有忘记企业社会责任,公司每年组织员工进行义务献血活动,在南疆发生雪灾时对阿克苏受灾地区捐赠价值5.5万元的大米和清油,四川汶川发生地震后公司立即组织员工进行捐款,共向地震灾区捐款达20余万元。

## 二、在新形势下,公司发展中存在的不足和困惑

借助改革开放的东风,公司取得了快速的发展,为新疆的经济建设发挥了“稳定器和助推器”的作用。但在发展过程中也存在不足和困惑,主要体现在以下方面:

(一)公司的基础管理水平不能满足寿险业的高速成长。近年来公司的制度化建设已经不断完善,但执行的能力需要加强,尤其是对机构的管理需要加强。

(二)保险服务不能满足客户需求的增长。保险服务问题一直是社会较为关注的话题,针对社会上提出的“理赔难、服务差、诚信缺失”等问题,在细节管理方面需要进一步的加强。

(三)代理人的管理与寿险业发展需求不平衡。近年来代理人的队伍不断扩大,对于代理人的培训管理和销售技能的提升显得尤为重要。

(四)销售误导行为依然在行业内存在。保险业的产品创新不断加强,随着投资类产品的增加,销售误导现象随之产生,因此对于销售误导需要加大处罚力度,杜绝销售误导已成为行业的共识。

(五)少数民族市场的开拓速度滞后于民族保险市场的需求。公司虽在积极尝试具有新疆特色的少数民族寿险市场的开拓,但开发力度需要加快。

(六)寿险银邮代理业务的高速发展与公司市场的盈利能力不成正比,存在规模与效益两者之间矛盾困惑。随着寿险行业银邮代理业务的高速成长,公司的银邮业务占比相对较小,市场份额在行业中较低,但针对行业公认该业务效益低的状况但业务仍

高速增长的现象,如何能在保证效益的基础上提升业务是公司目前最大的困惑。

(七)行业间的不正当竞争日益加剧。由于竞争主体的不断增加,如何保证人员合理流动,减少不正当竞争行为的发生,是整个寿险行业目前面临的困惑和挑战。

## 三、公司未来发展的思路与对策

(一)把握机遇继续解放思想,认真研究解决寿险业发展中存在的问题

要以创新思路研究、解决理赔难诚信缺失和市场秩序不规范等问题,积极消除和解决发展中制约公司发展的突出问题,树立科学发展观,真正把握寿险发展规律,转变发展方式,提高发展质量,取得寿险业务的突破。

### (二)激发寿险业发展活力

通过完善技术平台、高素质的人才建设充分发挥寿险业内控机制完善、人才选聘合理、绩效考核公平、风险防范严格、内部制度健全的优势,加速人才的合理流动,实现各公司在统一、规范和透明的市场规则下公平竞争。

### (三)稳步推进和拓宽服务领域

依靠当地政府和监管部门的相关政策支持,合理规划机构发展,避免依靠盲目网点扩张带来的低品质业务增长模式的发展,稳步推进和拓宽服务领域。推动县乡网点的业务拓展,尤其是少数民族市场的发展,在少数民族市场开拓方面实现较大的突破,为新疆的经济建设保驾护航。

(四)完善服务创新,树立“以客户服务和需求为导向的销售模式”

继续完善和细化各公司的服务流程和标准,关注每一个服务细节,在提升公司的服务品质的基础上实现客户续保率的提升,并提高社会对寿险业的认同。

### (五)产品创新和推动

结合寿险业的发展规律,注重以产品内涵价值为基础,调整产品结构,倡导以期缴产品为主的业务发展模式,促进新疆寿险业业务的稳健、持续增长。

### (六)规范代理人管理,为代理人创造宽松的环境

针对社会对保险代理人的误解,公司应不断规范代理人管理,通过培训和日常管理,引导代理人的销售行为,同时借助当地政府和监管机关的政策,维护代理人的相关权益(地位、税收),使代理人地位不断提升,同时加强推动黑名单代理人的管控力度。

(作者单位:中国平安人寿保险股份有限公司新疆分公司)

# 践行科学发展观是公司 可持续稳健发展必然选择

李晓东

## 一、公司发展回顾

中国太平洋财产保险股份有限公司新疆分公司(以下简称公司)于1996年5月成立,经过十年来的不断发展壮大,现已在巴音郭楞蒙古自治州、克拉玛依、昌吉、石河子、阿克苏、乌鲁木齐国际机场、乌鲁木齐市天山区、乌鲁木齐市高新技术开发区设有中心支公司。各分支机构设有专业服务人员,负责售后查勘理赔服务,同时公司在伊犁、奎屯、塔城、博乐、吐鲁番、哈密、喀什、和田等地设立了十五个代理查勘服务站,服务网络覆盖全疆所有地州(市),开办各类财产保险160多个险种业务,员工达260多人。十年来先后为中石油、中石化、中国电信、中国移动、国家电网、航天航空、八一钢铁、友好集团等上市公司国家大型企业、外资企业提供了保险服务。2003年开始实施全疆工行系统所有财产首次在公司统保。同时,公司还成功承保了乌鲁木齐——奎屯高速公路、奎屯——赛里木湖高等级公路、乌鲁木齐外环工程等重点建设工程项目。

中国太平洋财产保险股份有限公司新疆分公司不断变革创新,1996年公司率先推出承诺服务;2000年又率先在疆内开办95500客户服务电话,实现了365天天天营业,24小时受理客户的各类保险责任事故报案,并提供查勘理赔服务;2001年公司推出“AAA”服务措施;2003年,太平洋产险公司之“神行车保”系列产品在国内保险行业第一个获准使用“3·15”标志,推出“神行车保、七彩阳光”系列服务;2004年,公司不断创新服务理念、服务意识,又推出“神行车保、诚信天下”系列服务,进一步提升了公司的服务质量和水平,使服务贴近市场,贴近客户。

## 二、存在的问题

### (一)发展速度与经济效益的矛盾

保险业要践行科学发展观,必然要以发展为第一要务,这就要求我们不断扩大保险覆盖面,不断提高保险贡献度,不断增强保险保障功能。但是,保险业是经营风险的金融行业,必须在维护投保人利益的前提下,实现稳健、积极、健康的发展,因此如何协调发展速度与经济效益之间的矛盾是当务之急。

### (二)短期利益与基础管理的矛盾

对于财险行业,由于市场发育、行业发展不尽成熟,往往会出现因追求一时利益而与基础合规管理的矛盾,其结果必然造成同业间的恶性竞争,无序竞争。

(三)市场开拓和客户服务的矛盾,从业人员的诚信危机较为突出

部分保险从业人员的法律法规意识淡薄,职业道德观念和自律意识不强,受利益驱使,采用虚假宣传,欺骗误导客户,诋毁同业,甚至有的采用返佣形式,导致信访案件上升,保险之间的纠纷增加,不仅引发了客户的信任危机,而且影响了保险从业人员的信誉和公司的形象,员工个人发展和团队忠诚度的矛盾突现。

## 三、发展的思考与对策

### (一)确立科学的经营发展策略

公司一方面强调追求经济效益,但绝不片面地追求当期效益而忽视业务发展,否则就会失去市场先机,影响公司长远利益,无法在更大范围发挥保险保障功能。另一方面,只讲业务增长,不讲投入产出,只讲业务规模,不讲成本控制,就会陷入盲目扩张的

误区,诱发风险。因而在机构设置上,公司坚持“成熟一个,开设一个”的原则,并将保费增长、市场份额、预算管理、业务结构调整和投资收益等纳入公司发展的整体规划,统筹考虑,协调发展。突出效益理念,理性制定公司中长期发展规划和经营策略,准确进行市场定位分析,确定在市场上的位置,用特色抢占市场,提高市场份额,增强社会影响力,提高应对市场变化的能力和同业中的竞争力,稳定现有成果区,不断开拓新的发展空间,实现持续有效发展。

#### (二)有效解决短期利益和基础管理的矛盾

在日常经营管理中,公司一是将基础管理摆到突出重要位置,既包括对销售系列的管理,也包括对后援体系、人力资源体系、财务管理体的管理;二是系统的管理,既要建制度,又抓落实,并长期加以完善;三是科学管理,在外延发展上实现速度、品质、成本有机统一,在内涵层面做到工作作风、敬业专业、管理能力有机结合,从小事做起,落实执行能力,扎扎实实,苦练内功。

#### (三)正确处理市场开拓和客户服务的关系

随着竞争主体的增加,同业竞争日益加剧,竞争的着眼点正在由浅层的价格战、广告战逐步向服务竞争转变,客户服务终将成为财险公司核心竞争力的重要元素。公司在发展中坚持“一切以客户满意为标准”,不断探索建立差异化客户服务机制,把客户满意度作为衡量和检验客户服务工作的首要标准;从投诉、理赔等环节入手,抓好基础服务,对于理赔服务,做到“不滥赔,不惜赔”,避免出现“展业理赔两张脸”,引入公估机制,努力提升客户服务人员专业技能,加大人员培训力度,提高整体素质和专业技能。

#### (四)创新营销渠道和营销方式

一是瞄准大的企业集团、大的经纪人公司、代理公司,通过保险合办、互惠互利等联动机制,巩固既有保险资源,以防在竞争中降费或增大投入,开发利用新兴保险资源;二是着眼于长远,抓代理渠道的巩

固和发展,不是被动地等人代理,而是成为合作伙伴;三是适时适度地和一些保源密集、保险购买力强的成熟社区增设服务网点,使客户在家门口就能享受到高水准的保险服务;四是积极拓展电话、电子商务及B2B业务的销售渠道;五是创新保险服务。将原有的“保险咨询→风险评估→保险方案设计→承保→承保后风险防范→出险后的查勘定损→理赔”服务链逐步向外扩展链接;针对不同的客户和客户群体制定出不同的服务内容和方式,尤其是针对优质客户群体和不出险、出险少客户的服务标准及服务内容,培植公司的忠诚客户群,打造公司的服务品牌;六是创新管理理念。充分利用电子信息化等高科技手段,在展业营销、现场查勘定损理赔、客户管理和客户服务等各个环节代替传统的手工操作,不要搞人海战术,不养“闲人”。

#### (五)坚持“以人为本”理念

“以人为本”就是要把实现员工的愿望、满足员工的需求和维护员工的利益作为出发点和落脚点,形成尊重劳动、尊重人才、尊重知识、尊重创造的氛围,力求增加员工的凝聚力和向心力。合理构建人才结构,按需引进和培养懂业务、懂管理、懂精算、懂技术、懂营销、懂资本运营的专家型、复合型人才。合理使用各类人员,最大限度地让每位员工的工作岗位与个人特长、兴趣相适应。将“以人为本”的理念贯穿到公司整体的运营流程的每个环节,使公司的各项经营管理工作和战略目标的实施具有坚实的基础,使得公司的改革和发展健康稳步向前推进。加大对员工队伍的诚信教育,对违法违规行为严肃处理;大力实践客户服务的“后监督”理念,将客户投诉率、案件结案率、违规发生率作为衡量分支机构基础管理水平的重要指标,尽最大力量维护行业形象和市场口碑。

(作者单位:太平洋财产保险股份有限公司新疆分公司)



# 以科学发展观为指导 促进公司又好又快发展

郭东风 何 维

## 一、分公司发展现状

2001年4月,经中国保险监督管理委员会批准,永安财产保险股份有限公司新疆分公司正式成立。公司以“永安永远为客户着想”为宗旨,奉“诚信、创新、敬业、和谐”为企业精神,自成立至今,共设立57个机构,分别为:1个分公司(下设1个营业部),13个中心支公司:昌吉、石河子、克拉玛依、伊犁、塔城、阿勒泰、巴州、阿克苏、喀什、和田、吐鲁番、哈密中心支公司(博乐中心支公司正在筹建中),2个支公司:奎屯支公司和正在筹建中的米东区支公司;41个县级营销服务部。公司自成立以来,采取“以管理促发展、以创新打市场、以服务赢品牌”的总体发展思路。内抓管理、外树形象,依法经营、争创一流,迅速集中了一批高素质的高级管理人才和业务人才队伍。

## 二、在发展过程中面临的一些问题

业务结构未达预期计划,非车险业务占比还未达到预期的计划,部分机构推动力度不够,措施不到位,不同程度存在畏难情绪;销售队伍产能还有待提高,尚未实现销售队伍的“三高”(高素质、高技能、高产能);团体客户的拓展没有突破性进展,单兵作战还未得到根本的改变,团队协作还有待加强,团体客户的拓展缺乏合理的规划和安排;人力资源发展速度相对业务发展滞后,公司在有效增员、淘汰方面的工作缺乏制度约束和政策指引,机构的人力资源发展不平衡;三级机构业务发展不平衡,形成了较大的差距,30%的机构年度销售目标达成率在120%以上,完成年度计划机构达到80%,还有20%的机构达成年度计划还有较大差距;财务基础核算工作还比较薄弱,各机构层次不平衡。

## 三、未来发展目标

### (一)通过有效组织,加快业务发展

通过各种业务竞赛活动,交强险专项竞赛活动,刺激销售员工的销售热情。对“财产险、意外险项目”进行立项、跟踪,加强分险管控,提高业务品质。

(二)进一步扩大非车险业务销售、加强推动力度,保持与交强险同步发展

明确职责,明确管理线,建立三级机构非车险业务发展模式,机构一把手和公司产品部门经理负总责;加大渠道拓展的力度。

### (三)加大团体客户、重点客户的拓展力度

提高团体客户、重点客户的服务水平;加强大项目及经纪业务的组织、推动及后援支持的工作;主动进行大项目和经纪业务的拓展(及时掌握市场信息);对重点客户、团体客户进行分层级精细化管理,区别对待,有差异地提供服务。

### (四)完善销售培训体系,提升销售队伍品质

完善销售培训体系,制订销售人员培训规划,充实兼职训练师队伍,建立销售培训绩效考核机制,组织推动培训,促进业务发展,加强督导和追踪,加强公司技能培训、业务推动的力量。

### (五)加强有效增员,全面提升队伍战斗力

研究增员方法。探索有效的增员渠道和增员方式,为机构的增员工作提供指引。利用公司的平台进行学习交流;完善新人培养方法、考核标准、指导人制度等,逐步形成一套切实可行的新人培养模式;加强对有效增员的激励,充分调动增员积极性加强对增员责任部门和责任人的考核。

(作者单位:永安财产保险股份有限公司新疆分公司)

# 直面困难 转变观念 励精图治 求得发展

梁佐光

天安保险股份有限公司新疆分公司（以下简称公司）自2003年成立以来，从无到有，虽然在进入新疆保险市场的头几年每年都以过百分之三十的速度增长，但在新疆保险市场与老牌保险公司来比，公司实现保费收入4403.35万元，占新疆财产保险市场份额的0.91%；2009年分公司实现保费收入目标为5100万元，增速为15.82%。

从外部大环境来说，受2008年金融危机的影响，经济发展步履维艰，同样影响着保险业的发展，人们的购买能力在下降，消费更趋于谨慎和理智，这同样影响消费者对保险业投资的信心，产生对保险产品需求下降。

从国内保险市场来看，中国保险业特别是财险业近几年主体增加过快，盲目扩张，只讲规模不讲效益；部分公司“以保费论英雄”的经营理念未得到彻底转变，铺摊子、抢市场的粗放式经营模式任据主导地位；个别保险企业为了占有更大的市场空间，经营行为严重不规范，恶性竞争不断加剧；保险从业人员素质参差不齐，良莠淆杂，个别营销人员职业道德低下，搅浑市场，扰乱市场秩序，浑水摸鱼；一些常规产品高度透明，没有利润空间。

从新疆区域保险市场来看，公司前进的道路更为坎坷艰难。在同行业竞争中有许多方面处于劣势：一是“天安保险”公司品牌的知名度有待提高。自公司进入新疆以来，品牌宣传推动力度不大，广告宣传

投入较小，各族群众对“天安保险”品牌的认知度和认同度较弱；二是公司在新疆起步发展较晚，规模相对较小，营销服务网络建设没有完全覆盖全疆，部分地州网络覆盖出现了空白，影响了业务的拓展，特别是影响了查勘理赔服务工作，削弱了客户对公司的信心和信任度；三是营销队伍建设跟不上企业发展的需求，个别员工业务素质较低，服务意识差，责任心不强，没有紧迫感和危机感，或满足于现状，或妄自菲薄；四是知名度相对较低，在保险市场影响力较弱，缺乏与当地政府和大中型企业保险业务合作的机会和经验，使个别险种没有参加当地政府采购和一些大中型企业保险招标的资格。公司现在前进中面临着三个必须逾越的障碍：一是无法回避的世界性的金融危机；二是必须迎难而上的强手如林的同行竞争；三是超越自我的自我突破。

虽然前进的道路上荆棘密布，障碍重重，清醒的剖析到造成这些问题和障碍的原因，并不是说公司在这三个障碍面前就无路可走，举步维艰。转变观念、与时俱进、改变思维方式，公司现在的不足也是天安保险取得突破的有利条件，也是公司取得大发展的潜在优势。

首先，采取多种形式，不断加大“天安保险”品牌的对外宣传力度，提高品牌的知名度和社会的认知度。虽然没有老牌保险公司支撑宣传的雄厚经济基础，但我们对外还是要尽自己最大的经济能力

对公司品牌加大宣传力度；与各大媒体加强联系和沟通,利用各种方式和机会宣传“天安保险”品牌,提高公司品牌的知名度;牢固树立优质服务意识,不断提高服务技能和水平,以优质的服务水平赢得客户,让每一个员工用全程的优质服务把公司品牌宣导出去,让品牌口口相传,一传十,十传百,有口皆碑。

第二、夯实基础,稳健发展,有效扩张,走合规、健康和创新发展之路。

第三、始终坚持以合规效益为主体,坚持走科学发展之路,推动新疆分公司可持续发展。

第四、以利润为中心,加大险种结构调整力度,坚持又好又快发展。在有效的前提下,力抓保费正增长,坚决摒弃无效益的保费。险种结构的调整的方向是:稳固地发展车险市场,加大力度,着力发展和开拓非车险市场,通过调整和创新,寻找新的利润来源,寻找新的效益支撑点,才能真正实现“合规、效益和创新”的经营目标。

第五、理赔提速,服务提质,守住入口,严把出口,实现经济效益和社会效益双赢。要坚决彻底打击虚假赔案,降低理赔水分,既要合规把严入口,那么更要严把出口,严防死守,杜绝跑、冒、滴、漏的松懈管理的发生,争取利润最大化。特别是要努力提高理赔的时效性和准确性,积极改善理赔服务质量。因为

一个好的理赔可以吸引来五个客户,而往往一个有缺陷纠纷的理赔可能造成一百个客户不信任的恶劣社会影响。有时处理不好一个理赔纠纷,极有可能引来舆论危机,进而引发群众性社会事件,给公司带来恶劣的社会影响。

第六、加强合规管理,强化内控制度执行力,推动公司规范化管理迈向新台阶。一是加强管理层的合规教育,使其牢固树立合规经营意识;二是加强从业人员相关法律法规和内部规章制度的学习教育,提高全员职业操守;三是严格遵守财经法规和纪律,规避财务经营风险;四是内审稽核要树立权威性,做到管控有效,内控制度执行力层层畅通。

第七、厉行节约,开源节流,增强成本控制意识,千方百计保效益。在稳健拓展市场的同时,又要严格控制经营成本,从会议接待、出差到水、电等等的管理,能减则减,防堵结合,厉行节约,降本增效。

通过以上措施,实现“三个确保”,即:确保合规经营;确保利润实现最大化;确保公司制定的“合规、效益和创新”战略目标的全面实现。

(作者单位:天安保险股份有限公司新疆分公司)

# 谈新华保险在新疆的发展

## ——新华人寿与新疆发展共成长

孙保收

### 一、公司概况

新华保险经过十二年来的艰苦奋斗,目前已经拥有1000余家分支机构,年度保费突破500亿元,市场份额接近7%,客户数量近1000万名,业务价值接近100亿元,总资产达到1500亿元。总保费收入中,个人业务占比为33%;个人新契约期缴占比98%;银行代理业务中分红型趸缴十年期产品占比为100%。短期健康险赔付率46.39%,短期意外险赔付率27.6%,个人续期业务二次、三次、四次达成率分别为82.82%、93.26%、96.64%。

2002年,新华人寿保险股份有限公司新疆分公司(以下简称公司)正式成立。开业六年来,三级机构由4家增加到7家,四级机构从19家增加到25家,团队人力从2000人增长到4000多人,为公司未来的持续、健康、快速发展奠定了基础。

### 二、行业发展存在的问题

#### (一)留人成为保险业最大挑战

近几年,保险行业各个企业的人力资源保险人才的数量明显与这个行业的发展速度不匹配,如何留住保险人才便成为保险行业的最大挑战,特别是国内保险行业缺少具有诚信和创新精神的员工。

(二)保险费率将走向市场化、自由化,价格大战不可避免

随着保险市场全面开放,保险市场日趋成熟发展,保险费率的市场化、自由化将是题中之义。在初

始阶段,保险产品的费率大战将不可避免。价格竞争历来是市场竞争的一个有效手段但是在这个过程中,会出现很多矛盾。

#### (三)经济环境制约保险行业发展

由于历史的、地域的、自然的因素,新疆一直是全国落后的贫困省区之一,人均GDP低,居民生活必需品消费占比高,人们保险意识缺乏;企业竞争力较弱,产业发展层级低,经营效益不高,同时,由于收入水平低,新疆居民更多的选择储蓄作为投资,或回报周期短、收益高的股票作为投资,而较少考虑保险产品。另一方面,新疆保险业的发展主要集中在城市,县城及农村的保险业开拓不足,制约着新疆保险业的均衡发展。

#### (四)经营理念落后

新疆保险公司的经营理念和经营机制还不适应市场经济的需要,一些保险公司的体制虽然进行了改革,但是经营理念还停留在计划经济时代,有的甚至缺乏基本守法经营意识,一哄而上,不计成本。部分保险公司不顾成本和风险,盲目地追求数量扩张,而放弃了质量和效益的可持续健康发展标准。

#### (五)社会环境不利于保险业发展

首先,受勤俭节约思想的影响。许多人对于生活必需品之外的消费往往是精打细算,更为关注眼前利益而没有考虑长远利益。其次,受传统家庭伦理观念的影响,许多人把抚养子女、赡养父母看是家庭内



部必须履行的责任,不接受将这些责任转嫁给外界,从外界寻求保障的保险行为。最后,封建迷信的思想也在很大程度上影响了保险消费心理,人们忌讳考虑未来的危险,存在侥幸心理。此外,新疆虔诚的穆斯林将现代保险视为某种形式的高利贷和赌博,对其排斥,社会环境对新疆保险业的可持续发展起到了很大制约作用。

### 三、当前寿险业面临的挑战和机遇

#### (一) 考验和挑战日益严峻

全球经济危机对中国经济也在产生深刻的影响,也影响到中国保险业的发展,面对金融危机,国内的经济形势对保险业的不利影响已经显现,国际国内经济形势的变化给中国寿险业带来了挑战。一是寿险业增速下降。受资本市场持续低迷影响,投连、万能产品大幅萎缩,寿险业增速下降甚至在未来可能会出现负增长,尤其是对银行保险渠道影响加大,从而导致一些市场主体现金流不足、队伍不稳定、合作渠道不稳定,甚至难以生存。二是市场系统性风险加大。投连账户价值缩水、万能产品结算利率下降、分红产品分红率下降,都可能会引发比较严重的退保、投诉风险,进而引发行业的系统性风险。三是保险监管环境更加趋紧。监管力度更加严格,监管手段更加多样。2009年,预计监管部门将针对2008年寿险市场出现的大起大落、偿付能力、销售误导、投资等一系列问题,围绕着风险管控、稳健发展出台一系列监管政策,并体现在市场主体准入、治理结构完善、偿付能力、高管人员资格监管、产品审批、销售行为等若干方面。

#### (二) 危机与机遇并存

尽管寿险业的环境更加复杂、挑战逐渐增多,但总的发展趋势是向好的,在金融危机中也蕴含着前所未有的机遇。一是有利于加深对寿险业经营规律的认识。从国外百年发展规律和国内十几年经验教训看,寿险行业发展是有一定规律的,寿险公司的经营要遵循这个基本规律,这个规律就是作为一家寿险公司提供的产品要突出保障、回归保险本质,产品期限要长,满足客户中长期的教育规划、养老规划等功能,进而实现保费持续稳定增长的“滚雪球”效应。

另一方面,寿险公司必须坚持稳健的投资原则,安全性要放在第一位。近几年来行业所暴露出的风险问题,从长远看,对投资者、管理人员乃至整个行业是很好的启示,汲取教训将有利于全行业的理性、健康、持续发展。二是有利于寿险业提高风险意识和建立风控体系。目前,保险行业的风险意识空前提高,随着2009年监管政策的陆续出台,保险业的风险管控制度和体系建设必将得到进一步完善,也会进一步促进中国保险业稳健长期发展。公司在产品、销售、投资、治理结构方面也会更加重视风险管理,自我风险防范意识、风险控制能力和内控体系建设会有大的提高,行业发展也会更加理性规范。三是有利于解决寿险业长期存在的重点问题。中国保险业中银代业务发展的巨大成就,在全世界是绝无仅有的,但是也蕴含着较大的风险。2008年银代业务暴露出来的问题促使监管部门、银行渠道、保险主体真正认识到了风险的危害性。监管部门将会出台严格的政策,银行也会出台规范的制度方法,保险公司会进行产品转型、队伍转型,并围绕风险控制提升经营管理水平。四是危机中蕴含着发展的机会。在当前的经济形势下,中国寿险行业依然蕴藏着巨大的发展空间,如果能够因势利导,抓好风险管控的业务转型,也会变被动为主动、变不利因素为有利因素。(1)保障风险意识大大增强。金融危机所暴露出的经营风险、四川汶川大地震、南方霜冻灾难等重大事件显著提升了保险行业乃至全体国民的风险意识,加强风险管理、发展核心价值业务将成为全行业的共识。(2)保障型、高价值业务被高度重视。个险产品销售采取一对一的模式,更注重保障性和长期性,银保期缴业务会有100%以上的增长。同时中国依然是储蓄大国,如果产品对路,老百姓保险需求还会增加,市场的成长空间依然很大。(3)中国宏观政策变化、医疗政策改革带来了新的保险需求。利率下调将大大降低保险业经营成本,农村体制改革和城市化进程带来了农民、农民工对养老、医疗等方面的保障需求,这些都是2009年促进保险业发展的有利因素。

总之,寿险业将在挑战与机遇并存的发展环境中回归本质。各家主体均会深化转型,更加专注于核

心业务和风险管控。中国寿险业将迎来一轮更深层次、更具内涵的竞争发展,谁先知先觉,谁率先行动,谁就能赢得主动和先机。

#### 四、促进新疆寿险业发展的政策建议

我国的保险业在全面开放的新形势下,只有不断创新和发展,促进市场主体提升经营管理水平和服务水平,激发开拓创新意识,在更宽领域和更深层次参与国际保险市场的竞争与合作,才能得到长足和稳定的发展。促进新疆寿险业的发展则要立足边远落后少数民族地区的实际,采取正确的发展战略。

##### (一)要坚持服务大局的发展方向

要把服务新疆经济社会发展作为新疆保险业发展的出发点和落脚点,把地方党委和政府是否满意作为判断保险工作的重要标准之一。既要重视为发达地区、优势产业和先富群体服务,更要重视为欠发达地区、困难行业和低收入群体服务;既要重视发展适合中高收入群体的投资型业务,更要重视发展低费率、广覆盖的保障型业务;既要“锦上添花”,更要“雪中送炭”。

##### (二)要不断拓宽保险的覆盖面

迅速扩大保险在新疆的覆盖面,不仅是保险发展的机遇所在,也是保险业发展的责任所系。进一步强化全民保险意识,要充分调动好、利用好各级政府部门的工作积极性和行政资源,加强各级党委政府

对保险的宣传,努力做到学保险、懂保险、用保险。

##### (三)要继续提高保险业的创新能力

要进一步加大“三农”保险创新力度,特别是在农业保险方面,有效利用新疆各级政府重视农业保险发展的优势,把政府的支持和市场的力量紧密结合来,为服务新疆新农村建设服务。要加大城镇养老医疗保险、村干部保险等创新力度;积极探索建立节育手术保险和农村计划生育家庭养老保险制度。要创新保险产品销售渠道,积极探索运用现有的各种渠道和系统,如邮政、银行、农资、供销,乃至计划生育系统等,要进一步加快新疆保险业发展,针对新疆资源开发和经济发展中看得准、拿得稳的好项目,在政策允许的情况发挥保险在支持边疆地区、少数民族地区经济和社会发展的作用。

2009年公司要持续地提升自身优势,始终坚持最大诚信原则,大胆吸取和消化先进的管理模式、专业技术,加快实施竞争力导向的人才战略,突出品质管理、合规经营、队伍建设、后援建设等基础工作,有力促进人寿保险社会发展“稳定器”作用的发挥,促进社会保障制度的逐步完善和市场经济的健康发展。

(作者单位:新华人寿保险股份有限公司新疆分公司)

# 改革开放谱写公司发展的新篇章

王庆龙

加快新疆保险业发展,是完善我区市场体系的客观要求,是促进我区经济建设和社会发展的重要保障。本文从泰康人寿保险股份有限公司新疆分公司(以下简称公司)的发展实际出发,阐述了改革开放以来取得的成绩,认真总结了公司发展中的主要经验和做法,面对日益严峻的市场形势,提出了不断解放思想、深化改革,推动和谐新疆建设的新举措。

## 一、改革开放以来取得的成绩

公司为自治区经济社会发展服务的同时,综合服务水平显著提高,自身建设进一步加强。

### (一)综合服务水平显著提高

保险业的发展与竞争,推动了服务观念的更新与服务方式的创新。公司积极加强保险服务管理,创新服务方式,狠抓服务品牌建设,改进服务思路和措施,拓展保险服务的内涵。健全服务体系,细分客户群,实施差异化、个性化的服务举措,变被动开展服务为主动开展服务。加快了区域性保险产品的研发工作,推出了部分保险产品的少数民族语言文字条款,保险产品更加贴近市场需求。认真落实各项服务措施,将相关服务项目、服务承诺、服务规程等向社会公布,自觉接受社会监督,提高服务的透明度,公司整体服务水平有了显著提高。

### (二)诚信建设取得实效,自身能力进一步加强

公司始终严格遵守各项诚信规则制度,用实际行动践行行业服务标准,逐步提高保险经营的透明度,同时还加大对各类不诚信行为的惩戒力度,积极完善电话回访网络,规范电话回访程序,加大回访工作的力度。坚持回访投诉案件处理情况定期通报制度。通过开展一系列诚信教育活动,诚信建设取得实效,自身能力进一步加强。

## 二、主要做法

### (一)稳健经营,不断创新,促进和谐新疆建设

公司在发展中,坚决以维护社会稳定为首要任务,加强少数民族营销团队的建设,大胆创新,促进民族团结,通过对少数民族骨干的大力培养,提高少数民族业务人员素质;通过团队的不断发展壮大,加强少数民族群众对保险意识的提高,充分发挥保险的“社会稳定器”功能,公司以促进社会和谐发展为

前提,深入开展保险“三进入”活动,促进广大群众对保险知识的认识、理解和接受;通过开展各种形式的保险活动,进一步提高群众的风险意识,尤其是在农村地区,我们重点提高了农民的风险意识,防止因病至贫事件的发生;在城市地区,开展丰富多彩的联谊活动,强化社区服务功能,开展送保险进社区,送保险到家庭活动,并与各类学校联系、沟通,提高学生的投保意识,促进社会和谐发展。

### (二)强化内控建设,提高内部管理能力

本着稳健经营的原则,强化内部控制,保证公司内部管理严格、有序,严格遵照各项规定对各部门的日常管理进行严格把控,并从各个方面树立企业品牌形象,通过健康、向上、积极、主动文化的着力打造,透射“泰康”文化,真正实现公司从内至外的健康、持续、稳健的发展思路。

### (三)加强党建工作,提高全员思想活力

公司加强对员工的思想教育工作,积极培养入党积极分子,发展党员,党内定期开展组织生活,组织丰富多彩的党内活动,充分发挥党员的模范带头作用,切实体现以人为本的科学发展理念。

## 三、继续解放思想、深化改革,努力开创发展新局面

(一)坚持把解决主要矛盾和重大问题作为首要任务,着力提高保险业的核心竞争力

加快保险业改革发展,抓住主要矛盾和关键问题。泰康公司讲开发养老、医疗等社会广泛需求的保险产品,解决保险产品单一、服务水平低、市场主体少、竞争不够充分、不能满足多层次的保险需求等问题,缓解供给和需求之间的矛盾。

(二)坚持以服务经济社会发展、服务人民群众、服务和谐社会建设为发展方向,切实提高服务保障能力

服务经济社会发展、服务人民群众、服务和谐社会建设是时代赋予保险业的历史使命,公司只有主动融入和谐社会建设的伟大进程中,才能始终沿着正确的方向发展,泰康的发展空间才会越来越广阔。

(作者单位:泰康人寿保险股份有限公司新疆分公司)



# 开拓创新 加强内控 稳健经营 不断进取

张燕霞 李军梅 吴芳

## 一、发展概况

安邦财产保险股份有限公司经中国保监会2004年9月批准设立,是经营财产保险的全国性公司,注册资本金37.9亿元,公司主要股东为上海汽车集团股份有限公司、中国石油化工集团公司等“世界500强”企业。目前,在全国37个省、直辖市、自治区设立省级分公司,在全国90%以上的地(市)及大部分经济发达的县(市)也都组建了营销服务机构。经新疆保监局批准,安邦财险股份有限公司新疆分公司(以下简称公司)2006年1月20日正式开业,目前已在乌鲁木齐市设立了阿勒泰路、经济开发区、新市区、人民路、光明路、沙区、米东区等6家保险营业机构,在巴州、阿克苏、和田、昌吉、玛纳斯、奇台、石河子、博乐、阿勒泰、奎屯等地市设立了14家保险营业机构。

### (一)引进国际集中核保模式,严格管控,强健内力

核保是控制保险企业经营风险,保障承保利润的重中之重。公司实行集中核保模式,把经营单位和业务一线人员从繁重的事务性工作中解脱出来,更加主动地去研究和细分保险市场的需求,创新保险服务的内容,把精力投入到业务发展中,从而达到提高专业化服务水平的目的。

公司集中核保,建立统一规范的业务操作和管理标准,构建严密的内部控制和风险防范体系,尤其对批退、注销和变相降费进行严格把控,实现风险管

理由事后检查变为事前预警和事中控制,提升业务品质。

### (二)打造行业风险管控新标杆——“零应收”

应收保费是一直以来保险企业的黑洞,财产保险公司在开展业务中习惯于先签发保单再收取保费,应收率过高,伤害的是整个行业的利益。

从2006年4月1日起,公司全面启动“零应收”管控行动,从月底清零、每周清零,全面实现天天清零,对经营风险进行有效的管控。为了使“零应收”管控工作得以有效实施,公司制定严格的应收管理制度、应收保费管控措施、应收保费担保制度等,确定分公司一把手为应收保费的第一责任人,发挥公司垂直管理的优势,将应收与各机构负责人的绩效、业务员的收入直接挂钩,自开业始,每月均能完成月末应收清零任务,每月应收保费率均低于1%,远远低于监管比例。

### (三)理赔集中,通赔到卡

2007年1月1日起,总公司在全国推行集中通赔,赔款到卡,即在全国范围内,所有在安邦投保的客户,出险后直接由总公司向客户赔款,支付方式是通过网银支付到客户的银行卡中。通过这一方式保障了客户的利益,避免了中间环节对客户利益带来侵害。为了顺利实施这一系统,总公司研制了通赔系统,确保客户的利益在第一时间得到保证。

## 二、发展中存在问题分析



(一)集中核保管控了风险,但相对减慢了核保速度,对业务发展有所影响。另外,严格的核保制度使客户、业务员都有怨言,导致业务流失现象时有发生。

(二)“零应收”有效的控制了风险,填补了业内长期存在的保险黑洞。但是,过于严格的应收管理,对公司业务发展规模产生一定的影响。

(三)集中通赔,赔款到卡的实施,保证了客户的利益,但由于受理陪流程限制,核赔时间相对较长,加上总公司对边疆少数民族姓氏名划不熟悉,导致经常有网银付款不成功的现象,致使部分客户有意见。

### 三、面临的发展机遇与对策

(一)抓住机遇,为新疆经济建设提供风险保障

国务院32号文件为新疆保险业发展带来了难得的机遇,公司制定相应计划跟进新疆新型工业化建设和煤电基地建设,大力发展工程保险、责任险和意外险,进一步拓展服务于交通、水利、能源基础设施建设领域的风险保障能力,为我区的经济建设发挥积极作用。

(二)依托股东优势,实现产保合作

目前公司拥有上汽集团、中石化等实力雄厚的股东,它们有强大的实力与资源(上海汽车集团旗下的4S店、特约经销商、特约维修站,在实现“产保合作”的同时,提升公司汽车保险服务水平;中石化旗

下的加油站超过2万个,市场占有率达52%,是公司品牌推广和销售的重要渠道),按照公司“专业经营、细分市场”的经营方针,以经营效益为中心、回馈客户为目标、产品多样化以及专业优质的客服为手段,建立快速有效的市场反应机制,力争使业务上水平,出效益。

(三)依靠改革解决发展中的矛盾和问题

针对公司在改革过程中存在的相关问题,公司在不断调整改革步伐,实现交强险自动核保,商业险适当下放核保权限,提高核保速度。二是从12月1日起将严格执行车险业务见费出单规定,所有险种均执行见费出单,实现应收清零。

(四)加强理赔服务管理,全面提高服务质量

客户服务是公司的生命线。在提高理赔质量、打击虚假赔案方面虽然一直常抓不懈,但理赔权限高度集中,流程复杂,理赔时效不尽人意,为此公司再造理赔流程,下放相关审批权限,确保证理赔简洁、高效。公司已通过各种方式督促并确保客户在出险后的第一时间内提交相关资料,进行理赔处理。针对新疆少数民族姓名的特殊性,公司在支付不成功时,立即以现金支付的办法予以补救,实现网银支付与现金支付的互补。

(作者单位:安邦财产保险股份有限公司新疆分公司)

# 大力推进公司 全面科学可持续发展

廖新文

## 一、公司发展回顾

中国大地财产保险股份有限公司渊源于1949年10月成立的原中国人民保险公司,由中国再保险(集团)公司以投资人和主发起人的身份控股设立的全国性财产保险公司。公司成立于2003年10月20日,总部设在上海。

五年的风雨历程,公司实现了跨越式的发展。大地财产保险股份有限公司新疆分公司(以下简称公司)于2007年1月正式成立,秉承“诚信为先、稳健经营、价值之上、服务社会”的经营理念,抢抓机遇、统一思想,公司发展到现在,全疆已有17家经营机构。

### (一)以科学发展观认真规划公司的发展战略

发展战略是公司未来辉煌蓝图的实现途径和工作指针,是公司运作的必备条件和工作目标,公司自成立起,结合新疆保险业实际,以科学发展观,因地制宜地制定了公司发展目标和战略。

### (二)加快创新步伐,增强可持续发展动力

公司实施授权对公司的核保核赔、经营范围、财务权限和机构设置等方面实行差异化管理或授权经营意识,降低管理成本,提高管理效率。

### (三)服务取得了新成效

以丰富服务内容切入点,注重微观和基础设施建设,从“细节”入手,强化“过程”监控,促进服务水平的明显提升。

——稳步推进车险全国“通赔”和“赔案在线查询”系统建设。分阶段扎实推进车险“通赔”和“赔案在线查询”系统建设。各机构克服困难、系统上下通力配合,相继实现通赔,并于2007年9月底实现车险全国通赔。开通“赔案在线查询”系统,将公司赔案处理置于“阳光”地带,让客户享受透明服务,接受客户监督。

——进一步扩展和完善“95590”功能。通过改善职场和系统扩容,专线功能由单一车险接报案扩展到全险种,增加了客户咨询、投诉受理、客户回访等功能,服务内容不断丰富,运行更加稳定,一次性接通率达到97%。“95590”已成为公司客户服务的重要窗口。

——建立客户服务品质检查制度。建立客户服务业绩考评、定期通报、客户回访等制度,采取案例解剖、自查、抽查、现场督导等方式,及时整改服务中存在的突出问题。研究对客户的增值服务措施,丰富服务内容,促进服务质量、服务品质的提升。

(四)以强管理、强审计为手段,倾力打造风险管控体系

建立经营质量监测和预警体系。建立月度经营分析制度、车险经营质量警示制度、估损偏差率警示制度和中心支公司经营质量通报制度,做到风险早发现、早介入,增强风险防范的主动性和预见性。

改进流程管控。以信息化技术为依托,开发车险理赔全流程管理系统,完善核保核赔权限管理系统等,把关键管理领域的各个环节纳入标准化、规范化、透明化管控的轨道,实现车险业务全过程电子化和远程监管。

加强关键岗位管理。建立理赔人员花名册制度、承诺制度和责任担保制度,及时启动理赔队伍专业化建设;进一步推行财务人员交流,加强责任约束。

### (五)以信息化为依托,加快后援体系建设步伐

一是运用Cognos统计信息分析系统,为业务分析和经营质量监测提供支持。二是启用办公自动化系统,完成视频会议系统建设,提高办公效率。

(六)以党员先进性为标准,大力弘扬公司创业精神

公司开展保持共产党员先进性教育活动。公司艰苦创业的精神更加深入人心，党员的先进性进一步加强。

## 二、公司发展面临的形势

从经济环境看，改革开放以来我国经济正处在新的景气周期，发展势头持续强劲。居民收入和社会财富快速积累，和谐社会的治国理念深入人心，消除贫富差距、提高国民整体保障水平的基本国策，极大地激发了政府和社会各界对保险业的发展热情，大大拓宽了发展空间，保险业正处在十分难得的战略机遇期。这为公司实现跨越转型，快速向成长阶段迈进，创造了良好的发展环境和条件。

但保险业也面临着前所未有的挑战，面对当前金融危机给我国带来的冲击，我们必须认清形势，把握大局，践行科学发展观。

目前公司仍然处在创业期，是持续创业与快速发展并存、并积极向成长期跨越的转型阶段。必须根据公司自身发展的内在要求和外部形势变化准确做出判断，在经营思想、发展模式上果断转型，认清形势，明确目标，睿智把握，正确引领。

## 三、坚持科学发展观，推动公司又好又快发展

### (一) 统一思想认识，增强发展信心

当前，市场环境日趋复杂，行业竞争日趋激烈，要想保持可持续发展，必须提高自身的核心竞争力。一要贴近市场，实现内部组织架构的创新。加大考核力度，实行目标责任制。二要加快营销模式创新步伐。加强与改进代理业务归口管理的同时，大力发展包括电话营销、短信销售、网络电子商务、直邮、小区营销、个险团销等新型直销业务，大力开拓新市场、新业务。三要增强产品创新能力，培育新的业务增长点，进一步扩大产品覆盖面。

### (二) 加强服务体系建设，不断提升服务水平

1. 稳步推进客户服务标准化建设。按照“规范、统一、透明、到位”的要求和“有重点、分阶段”推进的原则，重点抓好理赔服务标准化建设，制定包括理赔时效、理赔流程、理赔单证、理赔投诉处理、赔案管理、理赔监督检查等标准。

2. 采取切实措施提高理赔时效。一是要把车险案均结案时间控制在20天内作为硬指标加以落实。二是要着力解决报价的瓶颈性问题，积极做好新的报价中心建设论证和零配件价格数据本地化，推广使用EPC等辅助工具，提高报价及时性和准确性，缩短报价周期。三是要完善小额赔案快速处理机制，进

一步优化流程，提高小额赔案处理质量和时效。四是着力解决人伤案件周期长、质量差的问题。

3. 加强理赔服务质量指标量化考核。建立现场到位率、出现场时效、查勘定损时限、结案周期、客户回访及时性、客户投诉处理、满意度调查等指标的量化标准，加大对理赔流程各节点的时效性检查，切实提高理赔服务质量。

4. 重视客户投诉处理。进一步健全客户投诉受理制度，完善处理机制。

(三) 充分认识规范产险市场秩序的重大意义，切实增强依法合规经营的紧迫感和自觉性

第一，维护市场秩序，规范经营行为，是现阶段产险行业持续健康发展的基本条件。市场秩序不规范，经营行为不规范，不仅直接损害产险行业信誉，破坏宝贵的保险资源，而且严重制约行业持续健康发展，甚至对国家经济建设与整个市场体系的完善，都将产生重要影响。

第二，维护市场秩序，规范经营行为，是增强广大员工合规经营意识、促进合规文化建设的重要途径。

第三，维护市场秩序，规范经营行为。要清醒地认识到依法合规经营的重要性，切实增强规范自身经营行为的紧迫感。

### (四) 加强队伍和企业文化建设

在队伍建设上，一是要抓好班子建设，尤其是要抓好班子作风建设。加强各级领导自身学习，提高修养，改进作风，继续发扬兢兢业业、任劳任怨的创业精神，牢固树立深入基层、服务一线的良好作风，切实发挥吃苦在前的榜样。二是在加强全员培训、提高队伍整体素质。在队伍建设中，要特别注重发挥党组织的核心领导作用和纪检监察、工会、共青团等组织的特有作用，形成齐抓共管的联动机制，提高队伍的战斗力和凝聚力，保证公司健康安全稳定运行。

在企业文化建设上，制定公司品牌建设规划，打造公司品牌形象。统一视觉标识，规范环境、礼仪和宣传，提升公司对外服务的形象。要继续实施员工关爱，帮助员工规划职业发展，落实法定基本福利，关心员工健康，共建和谐企业。要通过公司网站、办公自动化、座谈会、联谊会等形式，加强交流和沟通，创造相互理解、相互关心的氛围，营造和谐文化环境，增强公司亲和力。

(作者单位：中国大地财产保险股份有限公司新疆分公司)

# 打造品质和实力并存的保险公司

肖明

阳光财产保险股份有限公司新疆分公司（以下简称公司）于2007年4月29日正式成立。一年多的发展，已在乌鲁木齐、伊犁、昌吉、石河子、克拉玛依、喀什、巴州等地建立了服务机构，现有员工400多人。

## 一、发展回顾

一是机构和队伍建设成效显著。截止2008年底，已建三级机构6家，四级机构6家，筹建四级机构2家。现有员工415人，其中销售类员工271人，团队发展到37个，机构和团队的建设、员工队伍的不断壮大。

二是文化建设起到积极促进作用。公司成立一年多来，主要体现在“五抓上”（抓“一把手”的文化学习、抓新机构的文化宣导、抓机关的文化建设、抓新人的文化培训、抓各级经营机构晨会的落实）。

三是加强管控推动效益发展。公司狠抓客服工作，设定了阶段性管理考核目标与理赔队伍的培训计划，防范经营风险。

虽然取得了很大的成绩，但也存在的主要问题和薄弱环节。一是产品结构不合理。业务结构反映出车险业务占比过大，产品结构不合理，凸现出业务发展结构性矛盾。二是机构建设缓慢影响业务发展。机构建设的缓慢主要是新设三级机构的一拖二的四级机构没有及时跟上，发展的后劲乏力。三是“双基”管理还比较薄弱。基础管理和基层管理滞后，跟不上公司业务快速发展的需要。四是执行力不强比较突出。

五是员工队伍素质亟需提高。公司组建以来，员工队伍流动较大，整体素质相对偏低。

## 二、发展的新思路

### （一）把发展和效益放在公司发展的首位

深入贯彻落实科学发展观，结合新疆的实际，坚持发展速度、质量和效益相统一的目标。坚持效益第一原则，控制费用支出，降低赔付率，有效控制经营成本。加强市场渗透，主动引导客户需求，扩大续保客户需求的覆盖面和业务总额，增加保费收入。在经营管理活动中在执行力上下功夫，重点是加强承保和理赔口关，做好承保前的风险调查、分析、评估工作，根据保险标的风险程度，严格按照条款费率的规定，执行相应的承保费率，杜绝无序价格竞争。进一步加强财务管理，严禁以虚假批单退费、应收保费不收回、虚列营业费用、违规支付手续费等方式，以强化内控制度促发展，保效益。

### （二）狠抓“两进入”和渠道专属业务

加强与银行、邮政代理业务，以及专业代理公司的合作，与规模较大的专业代理公司建立了长期合作关系。抓紧建立高素质的“两进入”团队，发展营销队伍，拓展营销业务，提高公司业务的作业能力，实施低成本扩张，有效解决受制于人的局面。

### （三）加快业务结构调整

调整产品结构，提高非车险业务占比，通过差异



化管理,费用向好的业务倾斜,提高风险识别能力和风险控制能力,确保非车险业务承保质量的不断改进和提升,重点在企财险、工程险业务、家财险、责任险、货运险、意外险、健康险等领域要有所突破,逐步调整和改善产品结构。

#### (四)坚决执行销售基本法

公司销售严格执行销售基本法实施细则,经营机构政策要统一,费用要统一,标准要统一。细化销售管理,注重过程与结果管控并重,规避监管风险。

#### (五)坚持“红黄蓝”盈利模式目标市场管理

“红黄蓝”盈利模式是结合车险业务上线,深入推进目标市场管理,坚决杜绝红线业务,狠抓承保质量,降低经营风险。

#### (六)进一步完善内部管控机制

执行财务人员委派制度,建立分公司财务中心,实行财务统一管理;对全疆前台收付费人员的培训、调整、技能考核、资质认证实行统一归口管理;完善车险承保前置端口的内控管理制度和措施,对出单员实行考核定岗,出单员上岗履行报批审核制度。加

快对车险和非车险初审人员的培养、培训工作,规范业务单证在使用后的归档时限,加强单证在使用后的资料复核审查制度,规范承保资料的归集和档案管理工作。

#### (七)加强应收管理

落实见费出单要求,严格执行公司应收保费管理办法,加大应收保费的清收力度,完善应收管理责任人制度,与见费出单、承保前台管控实行紧密联动,将应收保费纳入每个业务部门的管理职责范围,形成多层次、多形式、立体化、全方位的管控体系。对于恶意拖欠保费的业务员、代理机构及客户,建立黑名单制度,共同打击恶意欠费行为,确保应收管控到位。

#### (八)抓好理赔管控

加强对三级机构一把手理赔责任落实和激励的力度,形成分公司客服部、三级机构主要负责人、客服相关人员逐级关注理赔管理效果、管控理赔结果的机制。化解理赔风险,提升客户满意度。

(作者单位:阳光财产保险股份有限公司新疆分公司)

# 抓住机遇 迎接挑战 加快发展

韩全学

## 一、面临的市场环境

近年来,由于受大的宏观经济形势与保险内在发展趋势的双重影响,新疆保险市场呈现出发展速度快,保险主体增加快,规范经营的要求更加具体明确,市场竞争日趋激烈的特点。一是保费收入快速增长,市场规模逐步扩大。二是业务结构调整,业务质量有所下降。随着公司经营策略的改变,新疆寿险市场业务结构发生了变化。(1)标准保费较规模保费增速不均衡。(2)新单期缴和趸缴比例发生变化,趸缴业务占比大幅提升,业务质量较上年同期有所下降,对公司偿付能力要求进一步提高。三是传统寿险产品增幅缓慢,新型产品过快膨胀。四是保险主体增加,竞争加剧,市场集中度降低。

## 二、发展战略和途径

(一)明确业务发展目标,加强业务指导

(二)加强管理,加大考核力度

修改完善了经营目标责任制管理考核办法、用工、分配制度等相关制度;同时将制定个险等单险种考核办法等激励措施。坚持员工劳动报酬与工作实绩、工作质量、工作效率和工作态度挂钩,拉开分配档次,充分调动员工的工作积极性。地州中心支公司根据本地特点,也将制定加大分配挂钩系数,使员工收入与业务数量、质量挂钩等激励措施,确保业务发展。

(三)转变工作作风,加大公关力度

制定定点联片工作制度,针对业务发展和经营管理中反映出来的具体问题,进一步疏通业务发展的渠道。

(四)适时监控经营指标的运行情况

有效贯彻以周保月,以月保季、以季保年的经营思路。每天、每周对业务发展形势进行分析,随时掌握市场动态和业务发展的重点及难点,及时采取措施加以解决。

(五)积极适应市场变化,大力发展银保险业务

## 三、面临的挑战和存在的主要问题

(一)区域经济增长趋缓,在一定程度上制约了

保险业务的发展

新疆经济发展整体水平偏低,国家级贫困县数目较多,特别是南北疆老百姓温饱问题没有得到解决,经济收入主要用于安排生活,难以交纳保险费。

(二)保险主体活动日益扩大,且运作不规范

寿险机构的增加,虽然活跃了保险市场,但由于缺乏刚性的制度约束,导致其违规操作时有发生,进而给保险市场造成一定的混乱。

(三)经营观念转变滞后,不适应市场变化

面对不断变化的市场环境,特别是同业公司的激烈竞争,公司部分员工创新意识不强,缺乏拼搏进取的精神。

(四)新领域开发不够,业务分散,难以形成规模

## 四、发展对策

(一)进一步更新观念、解放思想,深化改革,加快发展

结合公司的经营管理实际,扎扎实实抓好各中心支公司的业务发展和管理达标升级等工作。

(二)在经营策略上紧抓重点地区、重点公司、重点险种

个险业务以重点地区为依托,锁定黄金客户,深挖保源,增加承保数量,拓展附加险业务,尽量减少因费率下降带来的损失;团险业务突出重点,找准新的增长点;加强以短险为主的新险种业务发展推广工作,落实总公司对产、寿业务交叉业务发展政策,积极拓展互动业务领域。

(三)建立新型营销机制,促进业务快速发展

积极发展交叉销售业务专业代理人队伍,加大兼业代理工作力度,履行代理协议,使以交叉销售队伍代理业务有一个突破性发展。

(四)树立“以客户为中心”的经营理念,提高服务意识

(作者单位:中国人民人寿保险股份有限公司新疆分公司)

# 弘扬“和合”企业文化理念 积极服务新疆经济社会和谐发展

王建明

2005年2月,合众人寿保险股份有限公司在武汉正式开业,也是第一家立足中部,辐射全国的保险公司。作为合众人寿最大股东的中发实业集团,创建于1993年,是集房地产、金融、医药、物业管理等为一体的大型股份制民营企业,资产总额近百亿元人民币。公司在成立之初,以中国传统思想的精髓“和合”文化作为企业理念的基石,以“和合各方利益,实现多赢共好”为核心价值理念。在弘扬“和合”企业文化的同时,经过不懈探索和实践,提出了“合众保险 理赔不难”的理念,率行业之先推出了“延滞付利息”等全国首创的理赔六大特色服务,重点在理赔服务以及时效上进行突破。公司自成立以来用行动践行着对社会、对民族的责任,在2008年南方百年不遇的春季雪灾和汶川大地震中,公司共捐款600余万元,同时还向全社会承诺,对在抗震救灾工作中牺牲的烈士子女捐赠学费,直至其大学毕业;而至今已历时3年的“合众助学行活动”更为全国350余名莘莘学子的大学梦想插上了腾飞的翅膀。以合众人寿新疆分公司为例,在成立之初就资助3名优秀的贫困大学生,圆了他们的大学梦想。从2006年开始,公司先后获得“维护消费者权益诚信服务满意单位”、“亚洲品牌创新奖”、“2006中国保险服务行业十大影响力品牌”、“中国最佳雇主企业奖”、“寿险理赔最迅速的保险公司”等荣誉称号,2007年10月,合众助学行入围“中国最佳品牌建设案例”。

2008年8月,合众人寿保险股份有限公司新疆分公司(以下简称公司)成立。进入新疆保险市场以来,公司以“和合”企业文化为先导,以“合众保险 理赔

不难”为经营理念,在公司内部提出“尊重、关爱、成长、分享”的思想,倡导“合众相亲相爱一家人”的理念,提出了与新疆各族群众“共建新疆和谐家园”的承诺。

## 一、在发展中面临的主要问题

一是对少数民族保险市场的开拓能力不强。我区是多民族聚居的少数民族地区,拥有1200万少数民族,各民族都有着悠久的文化、历史、宗教信仰和习俗。而从公司自身层面来看,从保险产品设计到条款、宣传单都是清一色的汉文,且专业化程度极强。正因为这些难点的存在,导致了少数民族寿险市场的开发显得非常艰难。

二是依靠产品、服务和创新拉动市场需求的能力不强。虽然公司先后推出了“延滞付利息”等六大特色理赔服务以及“至尊安康”多重给付重疾险等创新产品,希望能为新疆各族群众提供更好的服务、更好的产品。但是距离满足社会多层次、个性化的需求,还有很大差距,依靠产品、服务和创新有效拉动市场需求的能力还有待进一步提高。

三是自身人才“造血”功能不足,保险人才不能满足公司发展需要。作为一个人力资本密集型行业,人才是影响保险业发展的核心要素。而新疆作为经济欠发达的偏远地区,许多行业人才流失现象突出。当前,公司在人才培养方面也面临类似的问题,由于自身“造血”功能不强,人才培养机制不健全以及跨行业人才流失,从一定程度上制约了公司的发展。

四是要进一步加大正面引导舆论、宣传的工作力度受传统体制和观念影响,全社会运用保险机制

防范和化解风险的意识不高,企业和个人对保险的认知度较低,很大程度上影响了潜在保险需求向现实保险需求的转化。自开业以来,公司借助我区主流媒体,通过“合众助学行”等一系列活动,不断提升企业美誉度和知名度,获得社会上广大群众的信任,改变了一部分群众对保险业的错误认识。但是,我们也深切感受到自身力量的有限,要转变整个社会对保险业的看法,只有靠保险业共同努力,才能维护新疆保险市场的繁荣稳定。

## 二、积极服务新疆经济社会和谐发展

(一)立足构建诚实守信的和谐新疆,加强公司内部信用体系建设

诚信是保险业的生命。同时,构建诚实守信的和谐社会,关系到能否维护广大人民群众的根本利益,关系到能否贯彻落实科学发展观,实现可持续发展的行业发展目标。一是建立、健全公司有关保险诚信的规章制度,细化公司部门、员工在公司运作中的诚信要求,强调全体员工在服务中的每一环节应负的责任。二是建立了保险诚信考核与评价制度,对原有的业务考核体系进行了改革,改变以业绩为唯一考核标准的业务考核体系。三是建立了保险诚信激励制度与失信惩罚制度,使守信者受奖,失信者受罚。四是加强保险企业诚信文化建设,广泛开展诚信教育,使全体员工充分认识到诚信对保险业的生存发展与社会主义和谐社会建设的重要性。通过诚信文化建设,在企业内部建立起尊重、分享、关爱的工作氛围;在企业外部树立起“合众保险、理赔不难”的企业服务诚信经营的社会形象。

(二)立足新疆本地,以产品创新和提升服务,加大对少数民族寿险市场的开发和拓展力度

一是加强对少数民族寿险市场的宣传力度。加

强对少数民族寿险市场的分析,研究民族心理、文化、宗教,对少数民族群众的经济收入构成、消费倾向进行比较,加大宣传力度,从实际出发,根据不同地域、不同经济状况和不同需求,积极推出适应少数民族群众喜爱的产品。二是建立和培养一支精通“双语”少数民族保险代理人队伍。目前,我区少数民族保险营销员队伍人数较少,持证率偏低。要充分开拓少数民族保险市场,就必须要建立、培养一支高素质、精通“双语”的少数民族保险代理人队伍。对于这些少数民族保险营销员,应在待遇上给予适当的提高,以增强保险业对少数民族群众的吸引力。三是针对民族地区特点,对产品和服务进行创新。目前市场上的产品,从产品设计到条款、宣传单、包括代理人资格考试都是清一色的汉文,专业化程度极强。要充分开拓新疆少数民族保险市场,重点要解决语言文字上的差异,要将专业性很强的各类保险条款和宣传单,翻译成简单易懂的不同少数民族语言文字版本的资料进行分发,用少数民族的语言通过大众媒体进行保险产品的市场推广。

(三)转变企业发展思路,提高企业内含价值

转变传统的粗放型增长方式,提升经营管理水平,改变传统的靠机构铺设、规模扩张作为增加保费收入的方式,优化投入产出比,增强公司赢利能力,实现内涵价值持续快速增长。

为转变企业价值增长模式的同时,弘扬“和合”企业文化,不断创新和丰富企业文化的内涵,培育诚信规范、合规经营、和谐发展、合作共赢的企业精神,为提升公司核心竞争力提供强大的精神动力,为建设和谐新疆经济社会增砖添瓦!

(作者单位:合众人寿保险股份有限公司新疆分公司)



# 浅谈保险业的发展

汤 龙

从中国保险业发展的短暂历史和具体实践看,保险功能也在不断发展、不断丰富,在中国经济经历从计划经济向市场经济转轨的二十多年中,保险的内涵不断拓展。实践表明,中国保险业正在不断融入到市场经济中,融入到世界保险业发展潮流中,保险业的地位越发得到认可和加强,体制改革的每一步都有保险与之配套,并转而给予保险业更大的发展机遇。

胡锦涛总书记曾指出:“科学发展观,是用来指导发展的,不能离开发展这个主题。”这是针对当前树立和落实科学发展观提出的一条重要指导原则。离开了发展这个主题,科学发展观就失去了意义,也就无所谓发展观。我国保险业正处在于发展的初级阶段,只有坚持发展,才能充分发挥自身功能和作用,不断提高在经济社会中的地位;只有坚持发展,才能逐步增强整体实力和核心竞争力;只有坚持发展,才能有效防范风险,解决前进道路上的各种矛盾和问题。

科学发展观的内涵十分丰富,具体到保险业而言,就是要加快发展、做大做强,这是保险业树立科学发展观的核心内容。只有做大,才能充分发挥保险的功能和作用,逐步改变保险业与经济社会发展的需求不相适应的局面。

在保险外延逐渐扩展的过程中,保险对于优化外部经济,营造良好的金融和经济秩序负有更大的职责。但近年来我国保险业存在的一些问题与其应有的职责是不相称的,如销售误导问题、诚信问题、消费者保护问题、公司治理问题、行业品牌和行业竞争力问题以及资金运用渠道拓宽问题等,这些都必须通过创新和发展来解决,必须通过构筑一套合理的制度安排去解决。在看到保险业迅速成长的同时,更要使保险业健康的发展。

首先,在发展中要坚持诚信原则。诚信的主要含

义是无欺、守诺、践约。保险业是经营风险、经营信用的特殊行业,最大诚信是保险经营的基础,是保护被保险人利益、防范和化解经营风险的前提,决定着保险业的生存和发展。在市场竞争越来越激烈的今天,我们越来越深地认识到:企业竞争将是诚信的竞争,失去了诚信,企业根本无法立足。

如何规范保险市场、落实诚信原则,使之健康发展,一方面要抓好投保人的保险知识教育,提高投保人的保险知识水平,让广大老百姓掌握更多的保险知识,了解自己购买保险产品的功能及可能遇到的风险,明明白白消费;另一方面,则应重视引导保险机构及保险从业人员合规经营,诚实守信,采取“教为先,严为上,法为重”的综合治理措施,构筑诚信保险,让每个保险企业和每个保险从业人员都懂得,诚信不仅是一个企业、一个人的无形财富,也是一个地区乃至整个国家的无形财富,这种无形财富作为一种特殊的资源,甚至比有形资产更为珍贵。树立保险业良好的社会形象尤为重要,首先要加强对保险营销员的管理教育,让广大营销员知法、懂法、遵纪、守法,将诚实守信的道德观、价值观贯彻到经营活动的各个环节中。通过信用制度建设,形成诚信的制度规范和社会环境。

现今全球整合性风险管理的新思维赋予保险以新的理论与实践。这将体现在中国保险业深度、密度和速度的级数扩展,它对经济社会安全和人民生活积极向上的引导愈发挥着关键作用。无论是保险业发达国家的现实,还是我国过去二十多年的保险业发展实践都表明,诚信是保险业持续、快速、健康、协调发展以及做大做强的生命线。

其次,发展要以人为本。以人为本就是要从人民群众利益出发,不断满足人们日益增长的物质文化需求,一心一意谋发展、促发展,让发展的成果惠及全体人民。坚持以人为本,是保险业为全面建设小康

# 以人为本 创新理念 架通人文关怀的空中桥梁

杨 科

中国人寿伊犁分公司在人烟相对稀少、经济基础较为薄弱、群众保险意识还不高的形势下,为上百万人次提供了数以百亿计的人身保险保障,创造出了业务持续大发展的业绩。2008年实现总保费3.9亿元,占伊犁寿险市场70%的份额。为少数民族地区的寿险事业发展做出了杰出贡献,为地方的经济发展和社会稳定发挥了重要作用。这一切得益于公司以人为本、创新服务的经营理念。

## 服务在心 教育先行

近年来,公司认真贯彻党和国家的各项方针政策,以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导,践行科学发展观。公司积极开展“党员先进性教育活动”、“创建学习型组织,争做知识型员工”等系列活

社会服务的必然要求,是保险业实现自身发展的根本途径,也是保险工作的最终归宿。保险业落实以人为本的要求,必须着力在三个方面下功夫:一是要着力保障人的生存需要,切实做好风险防范和经济补偿;二是要着力提升人的生活品质,通过提供有效的理财和保证工具,帮助人民实现生活有所托、老有所养、终有所安;三是要着力促进人的全面发展,推动经济社会协调发展,为人的全面发展创造良好的外部环境。

最后,还要加强保险业的“软建设”,提高服务质量,让顾客获得满意的服务,借顾客的口碑去宣传保险,借满意消费促进保险业的发展。要做到让顾客满意,应当首推热情服务、诚信服务。通过服务增强保险公司的竞争力,要把保险渗透到人们生老病死残

动,抓好党员和普通员工学习教育,以岗位教育培训为支撑点和着力点,采取“请进来、送出去”等形式,营造良好氛围,建设了一支业务素质过硬、服务水平到位的队伍。公司注重提高员工的素质和业务技能,努力增强员工为人民服务的自觉性,不断加大员工的学习教育力度,鼓励员工参加各种培训班、学习班。公司每天的学习时间有早会、晨会、夕会,每周周末有固定的学习时间,公司定期对员工进行业务知识和技能测试。公司还每年派出大批员工赴内地学习培训,引进先进思想,学习先进经验。通过加强员工的教育和培训力度,组织员工学习国家有关法律法规、规章制度和公民道德建设实施纲要主要内容,特别是加强员工有关消费者权益的法律法规的学习

的全过程,使每个人“从摇篮到坟墓”都有保险保障;要使保险为社会生产提供全方位的服务,不仅要做好事理后理赔,还要做好事前的防灾防损;要使保险为经济运行的各个环节提供服务,不断提高保险深度和保险密度。

人身保险业务知识的系统化、标准化和现代化,要求保险人要扎扎实实地努力,循序渐进地发展。保险公司要致力成为资本充足、内控严密、运营安全、服务和效益良好的现代保险企业。要形成充满活力、创新力强、功能互补、多元发展的现代保险市场体系,使保险业不断发展壮大。

(作者单位:合众人寿保险股份有限公司新疆分公司)

和培训力度,切实提高了广大员工的诚信服务意识,提高了广大员工的职业道德水平,为公司各项事业发展奠定了坚实的基础。

### 完善管理 经营合规

公司管理制度基本完善,实现了制度化管理,员工各项工作都有章可循,各职能部门的功能得以充分发挥,客户资料的管理、有价单证管理、业务员的工作行为等都严格按制度落实到专人负责,从制度上杜绝了人为的损害客户权益的行为发生。公司坚持“公平竞争、相互促进、共同发展”的市场竞争原则的同时,积极带领各团队和全体员工,努力传播着“天有不测风云,我有人寿保险”、“相知多年、值得托付”等理念,致力于维护本地保险市场秩序。在伊犁州工商局的帮助下,该公司加大了对员工遵纪守法的教育力度,提高员工的法纪意识、自觉意识,为伊犁保险市场健康有序地发展发挥了重要作用。

加强基础设施建设,营造便捷舒适的服务环境。以客户为中心的办公环境设计,体现服务理念的经营场所布置,无不体现着公司诚信服务的经营理念。公司办公环境不断得到改善,全面实现了美化、亮化、计算机化、信息化,现代企业初具规模,走上了现代信息化管理的轨道,全辖八县分支机构都实现了联网处理业务,为公司的快速发展创造了良好条件。

公司还建立健全了客户投诉受理体系,保证诚信经营理念全面贯彻实施。全国联网的客户服务专线电话95519充分发挥为客户提供投诉、咨询、查询、回访等服务功能,成为公司与客户沟通的重要桥梁,并给客户提供了生日问候、客户利益落实等服务。公司督查部有两名专职人员,主要负责接待投诉客户,查处损害客户权益的行为,教育督导员工服务行为,为维护客户权益发挥了重要作用。公司的收展部设有一区和二区,有保全服务人员100余人,主要负责保全客户的权益,为客户提供一对一的服务。公司每位员工都有义务监督诚信建设,凡投诉的客户都能得到“一站式”服务,做到纠纷解决不出公司大门,凡有投诉都由公司自己协调解决,使投诉客户都能得到满意答复。

### 真情付出 用心服务

张秀兰是位爱心使者,大伙都亲切的称她张大姐。入司8年来,她几乎走遍了伊宁市的每一寸土地,

为数千户人家送去了温暖与关怀。她因此也获得了各项荣誉,自公司开展评选十大保险明星起,她连年获得这一荣誉。面对荣誉,她坦然而平静,因为她深深地感到成绩和荣誉都属于过去,创新与发展才能获得新的业绩。回顾多年的保险历程,是什么原因让张秀兰坚持下来的呢?是诚信、是执着、更是服务……在加入中国人寿的8年时间里,张秀兰获新疆分公司奖励6次,公司奖励20多次。2008年收取新单保费超过50万元,获得“激情跨越”荣誉奖励。

张秀兰凭什么取得这样的业绩?除了专业知识外更重要的就是诚信服务。

刚进公司的她没有什么背景,只是一个普通的下岗女工。张秀兰凭着毅力每天坚持走访,晚上12点还骑着自行车穿梭在伊宁市大街小巷。2004年正月初四的一个晚上,张秀兰的一个客户回家过年,因搬沥青不慎摔倒,沉重的沥青砸在了右手的大拇指上,砸断了手指血管主动脉。这位客户从察布查尔县种羊场打车到伊宁市医院就诊。因为是春节,值班医生正在手术室,需要他等2个小时,他打电话向张秀兰报案,寻求帮助。张秀兰立即赶到了医院,看到客户的手指血流如注。张秀兰带客户到伊宁市两家有名的医院,都建议进行手指截肢,对于一个未婚青年来说这是最大的痛苦。张秀兰多方联系,在较短的时间联系到了军区医院的一位外科医生。张秀兰跑前跑后,帮助客户办理入院手续,垫交了1000元的住院押金。通过张秀兰的努力,这位客户保住了手指,病人因为是右手拇指主动脉手术,必须用显微镜才能接好,手术进行了整整70多分钟,当客户从手术室出来的时候已是正月初五的凌晨1:30。张秀兰知道病人疼痛,又长时间没有进餐,她又打车到花城夜市上买来了馄饨。吃了饭,病人才有了精神,口口声声说:“张大姐,您真是个大好人,我真诚的感谢您,感谢中国人寿有您这样的员工。”直到凌晨3点多钟张秀兰才拖着疲惫的身子回到家中。

张秀兰以她全心全意服务客户的精神感动了这位客户的家人和单位领导。就是这一年,这家公司的员工及其家人在张秀兰那里投保了20多万元的期缴保险。如今这家公司的员工一直都在为中国人寿保险公司和张秀兰做宣传,并将客户介绍给张秀兰。公司老总更是走到哪里都不忘为张秀兰介绍客户。在



八年的寿险营销路上,像这样的事例太普通了,正是因为对这样无数小事的认真全力对待,才使张秀兰的客户源源不断。

“客户的事就是我的事”。八年中张秀兰服务的客户达2000余人,八年中“用心经营,诚信服务”赢得了客户一次次微笑,赢得了公司领导的一次次赞许,赢得了伙伴们的一阵阵掌声。

柯青是该公司一位普通的员工。一位老阿姨自1997年与她签下一份保单后就“结上了亲”。逢年过节,柯青都探望问候,老人很是感动,家里大小事都向柯青倾诉。有一天,老人的独子因疾病猝然死亡,只留下她孤老的身影和嗷嗷待哺的孙子。受此打击,老人住进了医院。当柯青知道后主动帮助料理丧事,又到在病床前侍奉老人。老人出院后,柯青经常帮助老阿姨买菜、做家务,与老人聊天,及时为老人办理理赔事宜。接过巨额的理赔款后,老人感动得难以表达。从此以后,老人主动帮助柯青当起了推销员,并动员自己的亲戚、街坊近邻购买中国人寿保险。

像张秀兰、柯青这样的员工,在该公司还有很多。在她们的影响和带动下,中国人寿伊犁分公司员工真诚对待客户蔚然成风,“让客户满意”不只停留在表面,而是落实到了员工的每一个行动上,赢得了广大客户的信赖。

### 以人为本 创新服务

打造“双成”文化理念,服务回报社会。保险是一种特殊商品,关系国计民生,关系社会稳定和人民生活幸福,是社会文明进步重要的推进剂和标志。公司上下形成了成己为人、成人达己的“双成”文化理念,倡导员工树立“让客户满意”的思想,广泛开展争创“文明科室”、“文明单位”、“青年文明号”、“青年岗位能手”、“巾帼文明示范岗”、“文明示范窗口”等活动。“相知多年,值得托付”的诚信宣传已深入客户之中。

中国人寿伊犁分公司认真履行保险条款约定的义务,坚持“主动、迅速、准确、合理”的理赔原则,主动为出险客户办理赔付事宜,送赔款上门。2008年赔付案件13639件,给付保险款达1643万元,有力地维护了广大客户的权益。

积极参与扶贫帮困救灾活动。公司组织了各种捐款献爱心活动,为国企特困职工、城镇特困人员、南疆地震灾民捐款,为尼勒克县特大山洪灾害和昭苏地震灾害捐款捐物等等,充分发挥了商业保险公司在抗灾救险中的作用。公司在抗灾救险、扶贫帮困、捐资助学等活动中,共捐款捐物价值约40万元。体现了现代企业的人文关怀精神,赢得了社会各界的广泛赞誉。

### 追求卓越 奋斗不止

公司把增强党组织的凝聚力、争创学习型组织、树立诚信品牌、打造强势企业作为现代企业的发展方向,广泛参与社会各界的公益事业和抗灾扶贫捐赠助学等活动。公司连续获得了多项殊荣:先后被伊犁州评为综合治理、计生、卫生先进单位和支持勤工俭学工作先进单位,伊犁州授予的“青年文明号”荣誉称号;在全疆系统内获得团险业务工作一等奖、司歌演唱二等奖、宣传信息工作先进单位等荣誉;2007年伊犁分公司被中国人寿集团公司和股份总公司党委评为优秀基层党组织,至2009年公司被州消费者协会连续四年列为州级诚信单位。

正如中国人寿司歌中唱到“把爱心送给每一个人,把真情送给每一个人……我们的责任是呵护人生,我们的使命是造福人民……”中国人寿伊犁分公司正是用这样一种以人为本的经营理念,架通了人文关怀的桥梁。

(作者单位:中国人寿保险股份有限公司伊犁分公司)



# 以人为本 促进保险业务创新发展

李振林

“坚持以人为本,树立全面、协调、可持续发展观,促进经济社会和人的全面发展”这是我们党从现阶段实际出发,努力把握发展规律、丰富发展内涵、创新发展观念、开拓发展思路提出来的重要战略思想。中国保监会吴定富主席指出“保险业科学发展观内涵是坚持快速协调持续发展,保险业科学发展观的核心是做大做强,保险业科学发展观的实质是‘以人为本’”。保险业全面协调可持续发展的科学发展观思想的提出,对于做大做强新疆保险业具有非常重要的指导意义,准确把握科学发展观的精神实质,紧密结合当前新疆的经济与社会发展的特点和机遇,才能加快做大做强新疆保险业的步伐。针对当前保险业发展水平与国民经济、社会发展和人民生活的需求不相适应这一问题,平安人寿保险新疆分公司运用科学发展观,坚持以人为本的用人之道,创新保险产品、提供特色服务,满足不同消费者的保险需求。

以科学发展观为指导,把握以人为本的实质,创新保险产品、提供特色服务,满足不同消费者的保险需求。

科学发展观的创新要求“以改革促发展”,改革是发展的强大动力,改革的本质在于创新,在于扬弃。改革的这一特征决定了在其进程中,注意解决突出矛盾的主要方面,掌握合适的时机与推进的节奏。当前保险业改革所要解决的主要矛盾如上所述,在实际生活中,保险市场经营主体,在现有的管理制度下,满足消费者的不同保险需求,为客户的各类风险提供保险保障成为公司经营管理的目标。保险经营的特殊性及其最大诚信原则,使满足与维护被保险人利益成为公司经营的根本目标。在市场经营中,消费者是市场的核心,公司离开了市场就失去了立身

之本,因此,公司最大限度地贴近消费者,以科学发展观为指导,把握以人为本的实质,创新、优化保险产品,为消费者提供有自己特色的客户服务,满足消费者多样化的需求。

## 一、创新、优化保险产品,为消费者提供多样化的保险保障

保险产品是一种服务产品,是以风险经营为对象的特殊产品,是一种无形产品,因此,商业保险公司提供给消费者的产品必须是消费者所需要的,能为其将来所面临的风险提供保障的产品。在创新、优化保险产品时,首先明确消费者购买产品的目的所在,消费者所追求的效用和利益。消费者购买一种产品,不仅是为了占有有一种有形的,摸得到的物品,更是为了满足自身特定的需要和欲望。比如购买雇主责任险的客户,可能有时是为了表示对企业员工的责任心和爱心,或是为了表示企业的社会地位与经济实力。

因此,保险产品必须是能够给消费者带来利益的产品。在分析明确消费者的购买目的后,就要根据消费者的需求设计出消费者所需的保险产品,这是一个系统工程,需要公司内部各个部门、各个管理层次之间科学分工、和谐协作、目标一致、默契配合。在工作中收集到客户的保险需求和同业公司的情况,如果他能及时向公司的管理部门反映这种新需求,就为公司开发保险产品提供了新的构思源泉。公司专门从事各种创新、优化工作,更要关注社会消费者对风险的保障要求。通过有计划的调研,开发消费者需要、公司有利润的产品。公司在创新、优化保险产品时,还要考虑所处的人文环境、经济环境、自然环境、政治法律环境和科学技术环境等。

## 二、提供有特色的客户服务,使消费者获得增值

服务。

消费者在购买保险产品时所获得的不仅仅是一张保单,更希望获得其它各种附加利益、增值服务,满足消费者的更多需要。如2008年6月,平安人寿一被保险人至柜面申请部分领取20000元,柜员受理时发现,该客户非申请资格人,且无法出具资格人证件及委托书。客户表示:第一,投保人目前在外地出差,无法亲办;第二,家中急用钱,若等委托书邮寄回来,时间太晚。公司柜员联系指导人,发现系统支持申请资格人在非保单所在地的公司门店柜面,办理保单E服务开通业务。投保人便可持有效身份证件至外地某机构的门店柜面,直接开通网络或电话E服务高级权限。开通网络或电话E服务高级权限后,客户可拨打95511或登陆平安网站,自助办理部分领取业务。被保险人接受处理建议,部分领取的款项也在客户要求的时间段内转入指定账户。柜员多渠道业务受理意识的建立与培养,在客户服务的过程中起着重要作用。通过保单E服务,既解决了客户的燃眉之急,又让客户充分感受了人性化服务。通过服务增值,带来增值服务,针对不同的客户提供不同等级的服务、差异性的服务。

新疆作为少数民族聚居地区,尊重民族习惯也是以人为本的重要方面。电话回访中,平安人寿95511电话中心专门设立少数民族话务员,少数民族客户很多听不懂普通话,客服人员将回访的话术译成维语,依照流程回访客户,在我问你答的过程中完成回访工作。

商业人寿保险公司也可提供看护老人、儿童或病人的看护服务,协助安排养老院的服务,定期作健康检查的服务等。这些增值服务,不仅能使公司在激烈的市场竞争中获胜,更能使消费者感受到购买的保险能给自己带来更多的效用和利益。

### 三、坚持以人为本的用人之道,开创公司新产品、新服务

“人是生产力诸要素中最活跃,最革命的因素”。在现代企业众多的资源配置中,人是最重要的、起决定作用的因素。保险业科学发展观的实质是以人为本,这就意味着在公司,除了重视人力资本的提升与强化外,还必须重视对员工精神世界的整合,使之与公司的发展相结合,成为企业发展的有力的促进因

素。上面谈到的公司要创新保险产品和提供特色服务,都需要公司内部有高素质的人才,因此,公司能否留住和吸引高素质的人才才是关键。

公司要树立员工至上的用人之道。在当今社会,人都从属于一定的行业,这是社会分工的必然结果。一个人选择某一项职业不仅仅是满足物质需要,而是在满足必要的物质需求的同时主动地体现自己的价值,从而获得他人对自己的尊重的行为,那么,为了最大限度地体现自己,他必然会产生一种对事业的热爱与冲动。他会释放出巨大的热情来对待自己的职业。因此,商业保险公司首先要关注自己员工的成长,不遗余力地对员工进行专业技能和综合素质的培训。在对员工的培训上,强调在企业内部要使有才的人更有才,无才的人要变得有才,这必然为员工实现自我价值提供了智力上的保证。其次要提倡“人文关怀”,时刻关心、理解、帮助员工,帮助员工不断提高自己,在为公司做出贡献的同时,获得合理的回报。企业在任何时候都要充分考虑员工利益,满足员工的要求,这样,不仅最大程度地满足了员工的物质需求,而且也为员工实现自我价值提供了广阔的空间。最后,坚持“以人为本”,全力帮助员工制定充满挑战性的职业生涯规划,将企业的发展与员工个人的发展结合起来,在实现公司价值最大化的同时,实现个人价值最大化。平安人寿实行P-STAR五星服务,即主动、简单、及时、方便、可靠。每年评比客服明星,参加总公司的明星年会活动。活动中,深切感受到公司对客户、对员工的重视,从形象大使选拔、资深讲师培训等过程中,使员工对服务这一理念有了更深层的理解。公司才能吸引、留住优秀的人才,才能集合公司的专业技术力量,在法律、营销等专业技术力量上进行整合,形成创新产品、服务的专业团队,形成有特色的客户服务,建立并实现企业的产品优势,在激烈的市场竞争中立于不败之地。

因此,以科学的精神、科学的方法来指导发展,在以人为本的基础上,才能进行产品创新和服务创新,努力地去满足人民群众对商业保险的希望和要求。通过保险业的快速协调持续发展,促进人民群众生活水平和生活质量的提高。

(作者单位:中国平安人寿保险股份有限公司新疆分公司)

# 浅谈“消费与发展”

庞舒真

“消费与发展”是今年3·15消费者权益日的主题，这一主题对于推进消费者维权工作的深入开展及服务于经济平稳较快的发展具有重要的现实意义。同样，消费与发展对于保险行业的发展也有着重要的不可替代的意义。

一是“消费”是社会再生产过程的重要环节，生产、分配、交换和消费是社会再生产过程的有机组成部分，消费由生产决定，又反作用于生产，是拉动经济增长的最终动力。随着国内保险市场对外资保险的全面开放，以及国有商业保险公司改制上市步伐的加快，国际竞争国内化、国内竞争白热化的趋势日益明显，对于保险行业而言，不发展就会落后，不发展就要被淘汰。当前我们的首要任务就是要谋求加快发展，实现各项事业全面、协调、可持续的发展，提高保险企业的核心竞争力，而保险企业的核心竞争力主要体现在三个方面，就是人才、机制和服务。人才是基础，机制是保障，而服务是最终的落脚点。在保险业务发展上贯彻科学发展观就是要不断夯实人才基础，不断完善机制保障，不断强化服务措施，持续提升公司的核心竞争力。

二是通过调整经济结构、净化消费市场环境，稳定消费信心，拉动消费需求，积极发挥“消费”对推进生产发展的能动作用，稳步实施，扎实推进，以和谐保险的创建提升保险行业的发展。“发展”在社会生活中是第一要务，是提高生活收入，改善消费质量的重要途径，也是消费维权工作的出发点和落脚点。要贯彻落实科学发展观，就要坚持以人为本、统筹兼顾、全面协调可持续发展，做好消费维权和消费引导工作，推进我国消费者权益保护工作的深入开展。“消费与发展”是要在全社会倡导新的维权理念，即围绕促进经济平稳较快发展和构建社会主义和谐社会的大局做好新时期的消费维权工作，把扩大内需、拉动消费、促进发展、维护稳定作为消费者权益保护工作的出发点和落脚点，把方便群众、依法调

解、协商和解作为消费维权的基本工作方法。我们从维护消费者权益、引导消费者消费入手，致力于改善消费市场环境，提高消费信心和消费能力，指导消费者特别是农村消费者科学文明合理消费，扩大内需，为促进我国经济平稳较快发展服务。

三是改善民生，改善民生既是保增长的需要，更是保增长的出发点和落脚点，要保持经济平稳较快发展，减少经济增长对外需的依赖性，需要切实增加城乡居民收入，为扩大消费需求提供保障。目前，我国城乡、地区之间发展不平衡，尤其是农村地域广阔、人口众多，消费水平差距较大，农村消费市场的建设和发展是解决民生问题的重要任务，也是扩大内需的迫切需要，更是消费维权的重点领域。中央经济工作会议在改善民生方面强调：要高度重视并切实抓好食品药品质量安全，严厉打击假冒伪劣等违法经营行为，同时要下大力气解决群众反映强烈的突出问题，全力维护社会稳定。因此，开展“消费与发展”年主题活动，就是要密切关注消费维权领域的热点、疑点、难点问题，及时研究解决关系消费者权益的最直接、最现实、最突出的问题，为消费者排忧解难，为改善民生、促进社会和谐稳定发展服务。加强对商品和服务的社会监督，完善商品服务评价体系，改善消费环境，强化服务举措，提升工作效能，从经营的各个方面了解基层实际，解决基层困难。要进一步改善服务态度，以帮助基层解决问题为目的，拓宽沟通渠道，提高沟通艺术，增强沟通效果。对关键事项和特殊问题要第一时间解决、加强对商品和服务的社会监督，加大对农村消费市场的社会监督力度，保护农村消费者的合法权益，有效的促进经营者履行社会责任，改善消费环境，满足消费需求。要推动保险行业践行《良好企业保护消费者利益社会责任导则》，促使保险行业真正成为诚实守信、自觉承担维护消费者权益社会责任的合法经营者。运用消费警示与提示，引导消费者避开消费陷阱。针对消费领



# 保险业怎样做到促消费、促发展

王江红

保险公司是一个独立的经济实体，一个需要不断发展，需要通过精心经营来获得一定的经济利润的企业。保险公司发展靠什么？毫无疑问，靠客户的消费。那又如何去吸引客户呢，除了不断加大保险公司的硬件建设来吸引客户外，最主要的是要加强保险公司的软环境建设，就是要提高保险公司的服务质量，让客户获得满意的服务，借客户的口碑去宣传保险公司，借满意消费促保险业发展。那怎样才能做到让客户满意，我们觉得当首推热情诚信服务。

“无诚则无德，无信事难成”。诚信是一个国家，一个社会，一个民族生存的必备条件。一个国家，一个社会，一个民族最重要的品质是诚信。勿容置疑，诚信更是一个企业发展的最基本的条件。

在古人眼里的“一诺千金”可以说价值连城。缺少了诚信这种宝贵的资源，人们的能力、智慧、正直、善良之心就难以维护，一个社会，一个企业，一个人也就缺少了存在的依据和发展的空间。

诚信是保险业的生命线，也是保险业可持续发

展的重要保证。但由于我国保险业的诚信建设起步较晚，诚信信息评估不足，导致出现诚信缺失现象。因此，规范诚信秩序、建立和完善诚信体系，是我国保险业健康、稳定发展的基础。

保险与消费的关系是特殊消费与总体消费的关系，二者相互作用。简单地说，保险需要消费，而总体消费又需要保险的支持。保险与消费两者之间相互依存、相互促进。我国保险业发展应站在新起点，更需要以科学的态度充分认识保险发展所面临的社会环境和经济环境，加强保险宣传，提升客户购买保险的意识。同时，又要培育保险道德，建立健康的保险信用体系，推动消费需求，促进我国经济快速发展。

“重诺守信，人必近之；狡诈欺蒙，人必远之”。保险公司应拿出足够的真诚，来迎接八方客户，为永城的发展贡献力量。

（作者单位：天安保险股份有限公司新疆分公司业管部）

域的热点、疑点等问题加强调查甄别，及时发布消费警示或消费提示，揭露损害消费者利益的现象和行为，更要根据“向消费者提供消费信息和咨询服务”的法定职能，组织开展高效、优质、负责的信息提供和咨询服务活动。尤其要加强对农村消费市场的产品信息提供和咨询服务，向农民提供可靠的消费信息，引导消费者科学消费，安全消费，节约资源，保护环境。要进一步加强受理消费者投诉工作的制度化建设，加强消费争议调解规范化管理，推进投诉和解机制建设，及时有效地解决各种消费纠纷，以调解止争议，以和解促和谐，以和谐促发展，要侧重研究落实农村消费维权工作，妥善解决农村消费市场发生的消费纠纷，为农民生活消费排忧解难。开辟售后服务争议解决的绿色通道，解决农村消费者的实际问题，完善消费纠纷调解救助体系，继续以方便消费者投诉、提高投诉解决率为重点，以加强投诉分析、整

合投诉资源为突破口，推进各级消协组织全面完善投诉调解救助体系。推广和规范争议和解制度，做好消协调解与人民调解的衔接工作；构筑消费维权救助体系，实现消费者权益的最大化；争取“消费纠纷无社会投诉”、实现“消费纠纷限期解决”的企业目标，为化解社会矛盾、构建和谐社会服务。从投诉和咨询中发现问题，更好地发挥消协组织的职能作用。

保护消费者权益，是构建和谐社会，提高消费水平，促进经济发展的基础。只有维护了消费者权益，市场经济才能更加体现公平正义，经济社会才能又好又快发展。维护消费者权益是全社会的共同责任，要以消费维权为主，督促社会各方特别是企业履行社会责任，构建和谐，扩大消费，促进更好的发展。

（作者单位：中国大地财产保险股份有限公司新疆分公司）



# 用心服务,口碑相传

## ——3·15 消费者权益日引发的思考

张 勇

一年一度的消费者权益日又到来了,这是消费者的节日,同时又是各家企业的警醒日,年年3·15到来之时,几乎成了消费者集中伸冤诉苦之日,也是各行各业的厂商战战兢兢如履薄冰之际。本应唇齿相依、和和美美的厂商与消费者,为何会演变成拔刀相向、势不两立的敌对关系?应身为厂商衣食父母和上帝的消费者,为何总要压抑和埋藏着一肚子的愤懑,要在3·15来个总爆发?为何厂商与消费者的这种恩怨情仇总在一年年上演?这样的故事看多了,我们不得不反思难道我们设立“3·15”,就是为了给企业、消费者一个算总帐的日子吗?如果企业与消费者一年的恩怨,都为了在这一天来一个清算,而下一年则继续积累新的恩怨,那么,我们消费环境什么时候能让人顺心?我们的社会责任又从何谈起?有人说:“3·15”是消费者维权的节日,但消费者不能一年仅过一个“3·15”。更不能把解决产品质量问题、产品质量,服务投诉都寄托于3·15。当事人的各方应该将着眼点放在营建和谐的消费环境上,不要作出对双方都无益的食言、失信的举动。在这个大前提下,诚信经营、坚守信用,消费者理性消费,专业维权。天天都是3·15,不如天天不用3·15这才是最高境界。

我们要把3·15变成365,时时刻刻服务于我们的客户。而做为一心服务于客户的永安财险新疆分公司来说,“永远为客户着想”是我们的经营理念。做为刚刚晋升为中支公司的博州永安来说,我们身上的担子和任务更加艰巨,不仅要担负起公司原有的市场份额,同时还要扩大公司的知名度和影响力,我们有信心服务于客户,提升我们的品牌。我们将根据行业精神处理好“消费与发展”的关系,做到促消费,促发展。以人为本既是科学发展观的实质,也是总公司实施运营管理的核心,永安博州支公司以提高队伍

素质、推进管理创新、建设文化体系为基点,全力打造永远为客户着想品牌形象,较好地实现了人、车、财的和谐统一。

- 1.开展免费为客户提供施救服务。
- 2.免费保养服务。

3.组织大客户上门回访。针对在公司承包的保费具有一定规模的大客户开展上门回访活动,采取“客户答谢会”的形式邀请大客户来公司进行互动,树立公司形象,坚定客户对永安的认可度。增进与客户之间的交流。同时还采取由服务专员敲锣打鼓,声势浩大的形式“送赔款上门”,必要时会邀请媒体作报道。提升公司的知名度,扩大公司的影响力,让公司的口碑口口相传。

4.机构成立投诉受理应急小组。公司将安排专门人员受理客户投诉,仔细登记客户投诉具体事由,并针对性提出解决方案或给予解释。做好客户的售后服务,让客户有怨可诉,有气可发,有理可辩,让公司的服务深入人心。

5.加强选拔人员力度,强化培训。公司将安排每日早会后半个小时的学习时间,将制定学习行事历,安排资深经理人授课,加强学习力度,提高人员素质,更好的服务于客户。

6.开展3·5宣传活动,体现企业文化,扩大影响面和知名度。

目前,永安财险博州分公司启动了“2009,永安福—全能卫士”“安康卡”大型销售活动的方案。该活动将紧密结合“消费与发展”这一主题,有针对大众消费的“家财险”、“安康卡”。本次活动的中心是要坚定消费信心,努力营造安全、和谐氛围。在公司内部两手抓:一是狠抓干部队伍建设。以各级领导班子为重点,全面提高执政能力、驾驭能力和保障能力,班

# 遵纪守法 规范经营 确保公司“规规矩矩做保险”

(中国人寿保险股份有限公司新疆分公司)

2008年9月16日,中国人寿保险公司召开新闻发布会,宣布正式启动了“诚信我为先”主题活动,在三个月中重点开展抓“源”治“本”的诚信建设工作,以销售人员、消费者和各分公司为主要对象,打造企业的“诚信”体系和销售人员的诚信“信念”,赢得公众“信任”。

中国人寿向社会公开发布了四个诚信印记:一个以“诚信我为先”为主题的“鼎标志”、一个“诚信宣言”、一个“诚信手语”和一个“诚信公开邮箱”,寓意诚信誓言一言九鼎,消费者的信任也将获得坚实保障。公司诚信公开邮箱(chengxin@e-chinalife.com)是用于向社会各界征集对于公司经营的意见和建

议,在业内尚属首次。

孔子曰:“民无信不立”,在商业社会中,诚信也是企业的生存之本,对于保险业而言,诚信更是生命线,是公司发展的基石。公司希望通过完善企业的诚信机制,健全机制,遵纪守法,规范经营,通过对保险销售人员的诚信监督,建立起一张诚信之网,是树立企业品牌、赢得市场的最佳捷径,才能最终实现做大做强的宏伟战略目标,满足了消费者对保险行业的要求。

消费者购买保险,就是要获得一份保障。目前保险公司和投保人之间存在信息不对等的情况,投保人经常不熟悉投保流程,不清楚自己应得的利益。这就需要保险企业通过制度建设和诚信教育来约束自

子成员精诚团结、求真务实,深入基层、调查研究,把面上的问题拿到点上去研究,把点上的经验拿到面上去推广,智出一帮,令行一人,大事讲原则,小事讲风格,心往一处想,劲往一处使,使班子的整体功能得到充分发挥。二是狠抓团队竞争建设。通过强有力的思想建设、组织建设和竞争建设,充分发挥团队的思想政治工作优势和团队的战斗堡垒作用,围绕全行业的中心工作,讲团结、鼓实劲、办实事,在全体伙伴中深入开展“你追我赶”争创活动,同时,细化评价标准,健全考核体系,落实企划方案,使其成为保持团队向心力的有效载体。三是狠抓伙伴访量追踪建设。深入开展学习型组织、知识型团队的学创活动,积极开展“立足岗位成才,争当岗位能手”等群众性

争创活动,大力开展团队对抗赛活动,在平凡的工作岗位上做出不平凡的业绩。四是在体制创新方面,按照“集中统一、特许高效”的管理原则,对全州已运保车辆实行统一售后领导,积极推进增值服务的进程,相继完成了精河,温泉等各个团队的整合,实现了资源的优化配置。五是在机制创新方面,公司紧紧抓住“制定行业标准,提供指导服务,加强监督检查,实施考核评比,以客户为中心,以人为本,创新理念,提高知名度,服务广大客户,让3·15变成365,时时刻刻服务于社会。

(作者单位:永安财产保险股份有限公司新疆分公司)

己,“实实在在卖保险”,确保“规规矩矩做保险”。同时,消费者自身也需要加强对保险基础知识了解,做到“明明白白买保险”培养自我防范意识,“诚信我为先”活动为保险行业的诚信建设起了带头示范作用。

“诚信我为先”主题活动包含对销售人员进行“实实在在卖保险”的诚信教育,以消费者为主要对象的“明明白白买保险”投保提示宣传周活动,以及进一步完善公司内部的销售风险管控工作,做到“规规矩矩做保险”。“遵纪守法,规范经营”,用法律法规、规章制度约束营销员们,此次诚信活动期间,由上级公司下发具体的课件,首先从编发《营销员职业道德和行为规范手册》、举办销售精英诚信教育培训班等多种方式入手,从《营销员违规行为处理规定》,保险营销员诚信典范宣传和违规案例剖析,对相关的办法及指引进行宣传及学习,包括《保险营销员解约处理办法》、《个人代理人职业道德指引》、《团险销售人员诚信执业行为指引》、《中介代理客户经理诚信道德行为指引(试行)》等课件的宣传,其次将建立消费者投保提示机制,开发《投保温馨提示扑克》、《投保提示书》等一系列消费者投保提示宣传工具,开展“消费者投保提示宣传周”活动,帮助消费者了解投保过程,普及保险知识,帮助消费者提高风险识别能力和自我保护能力。此外,公司还将通过开展专项检查等方式,排查销售过程中的风险点,及时控制化解并落实整改。整个活动把诚信教育与诚信实践相结合,构造起“保险企业”、“保险消费者”、“保险销售人员”三位一体的诚信体系。

“规规矩矩做保险”,应该从最基础的诚信教育入手,而对于诚信的教育应该向日常化,经常化及规范化的形式迈进,成年人的教育是反复型的,做好基础教育,从源头抓起,为“规规矩矩做保险”奠定良好的教育基础。

### 一、日常化的教育

对于成人而言,每天的工作压力及家庭的负担占据了生活中的大部分时间,要让他们腾出时间去单独学习相关的法律知识及相关规定是比较难,从日常的晨夕会中,每天一句“诚信”日提示,反复学习,加强记忆,对相关的法律法规“日久生情”,自然也就成为了工作中的好“帮手”。要把所学的法律知识细化为具体的步骤,环环相扣,逐步深入。

### 二、经常化的培训

平常营销员对保险知识了解肤浅,经常化的培训随时提供营销员所缺的保险知识及业务知识,为以后的展业奠定基础,通过经常化的培训教育,用专业知识打动客户。

### 三、规范化的学习

新人进入公司,通过规范化的学习,在进入市场后就能守法经营,端正“经营”思路,如果不加以辅导直接进入市场,难免会有违法违规行为发生,既影响自身,更危及市场。加强人员管理培训,有计划地储备高管人才,从严限制临时挖角。市场营销人员持证率必须达到100%,依法合规培训必须达到100%。

### 四、加强标准化建设

公司要职场标准规范化,对职场布置进行不定期的更换,为营销员营造一个和谐的气氛,为营销员展业构造起“保险企业”、“保险消费者”、“保险销售人员”三位一体的诚信体系。

“遵纪守法,规范经营,确保公司规规矩矩做保险”,加强全过程监管,是对市场负责的表现,也是对社会负责的要求,更是落实科学发展观的内在需要。

诚信是一个社会话题,光靠一个企业的力量是不够的,要创造一个和谐、健康的发展教育环境,需要整个行业行动起来,共同承担诚信创建的责任,逐步走向法治,走向日常化,经常化及规范化,建立起诚信我为先的体系。



# 明明白白买保险

曹彩云

随着国内外商业保险的越来越深入人心，老百姓可选择的保险产品五花八门，涵盖了养老、教育、医疗、健康、投资等产品，当您在决定投保保险时，除了理性选择适合自己需求的保险产品以外，还必须要注意以下几个关键点：

“你别说了，保险我们已经买过了。”这句话是客户拒绝保险代理人最惯用的词语。

为什么会产生这种社会现象呢？难道保险真的饱和了、重复了吗？其实不然，是因为我们的客户不明白保险的真谛，不明白买保险的真正意义。我国保险的深度、密度还很浅，当风险来临的时候，还有很多的客户会面临沉重的经济负担，迫使正常的工作、学习、生活被搅的一团糟，患了重病没有经济得到更好的治疗，或因病致穷，可谓是辛辛苦苦几十年，一病回到解放前，甚至负债累累，家破人亡。

做为保险代理人，我的职责是什么？那就是义不容辞地要赶在风险来临之前，与时间赛跑，把合适的保险送到合适的人手中，为和谐社会的创建尽自己所能。

有些客户买过保险，却不知道保险到底是保什么的，保多少，是不是最需要、最合适的，可说是“保险买的糊里糊涂”。更有甚者，一出事就找保险公司赔偿，不分青红皂白，只管张冠李戴，拿不到索赔款，就大骂保险公司不是东西，买时容易，赔时难，造成很多负面社会影响。致使其他想买保险的人也望而却步，谈“险”色变。

让客户明明白白买保险就成了代理人义不容辞的职责。“抚平创伤，打足气”，需要有一支过硬，能力过强的铁军，新华保险新疆分公司就有这样一支纪律严明，诚信第一的“铁军”。

公司的代理人用保额销售理念，专业地计算及分析客户的保障是否已经充足，帮助客户弄明白从前的保障管那些范围，能赔多少，还欠缺哪些方面的保障，缺多少。结合客户的职业、财力、社会角色的不同为客户做保障的合理搭配，完善客户的保障需求，引导客户走出误区，真正做到明明白白买保险。

公司的代理人是客户的知心人，借助优秀的产品，用心为客户做合理的人生规划，总是结合不同年龄段的客户的需求与客户一起探讨分析，让客户自己明白他这个年龄段最适用哪一类保险。例如：20-

25岁，收入不宽裕，家庭责任不高，选保额不高的两全险比较适益，25-30岁人生面临诸多不安定因素，应增加一些保额，买一些终生寿险；30-35岁的人有了一定的积蓄，有面临未来子女教育金的问题，当然是中短期返还型保险是首选；35-40岁的有了事业，工作生活的压力加大，疾病的隐患增加，故应及时购置重疾险，防患于未然；40岁以上可规划晚年生活品质，补充一定数额的养老保险。

公司代理人对抗风险能力较弱的人群，总是热心的提出建议，例如：那些把大量资产投入股市的股民，一旦健康和生命突然遇到风险被套牢的股票只能割肉抛售，势必造成重大经济损失，资不抵债，代理人请客户冷静下来为自己及时购置简身险、重疾险。而离异或丧偶的女性，一旦身体有状况发生，如果没有大笔赔偿款进帐，自己看病吃药都成问题，孩子的前途必定受到牵连或断送，公司的代理人舍身处地的分析给客户听，豁然明朗的客户高高兴兴买回她所需要的保险。

也有些客户非常明白保险的重要性，而且也是一定要买的，但却总是认为自己棋高一招，认为自己有能力把握买保险的时机，常常把“等等再买”的话挂在嘴边，当风险真的来临时追悔万分。只能自认倒霉，投保是自己的事，如果拖拖拉拉的，等出了事，再去保险就来不及了，以保障为目的保险不是一般的投资，其价格的变动也不像其他投资类的金融工具那么敏感，升息或降息，不该成为影响客户购买保险晴雨表。

还有一些客户在自己身体健康时，不愿意买保险认为那是浪费钱，在身体出现问题时，才会想起保险公司，并且刻意的隐瞒病史，以为自己很聪明，可以少交很多保险费，还能赚到理赔款，暗自庆幸是最大的赢家，公司的代理人会忠恳的提醒客户，不要心存侥幸，保险是公平、公正的，是坚决杜绝带病投保并且必须履行“如实告知义务”，关键是“健康告知，职业告知”这样才能避免出险后的理赔纠纷，减少自己的经济损失，同时捍卫广大客户的利益，坚持诚信的原则，明明白白买保险。

(作者单位：新华人寿保险股份有限公司阿克苏中心支公司)



# 寿险服务理赔先行

马强 王敏

2008年是保险业极不寻常、极不平凡的一年。从全国人民众志成城抗击突如其来的两场特大自然灾害,到积极应对历史罕见的国际金融危机,无不体现出“保险”的社会属性,即社会的稳定器。在这一年中,保险业在国际金融局势严峻的情况下,仍保持业务的较快增长,这充分证明我国保险业有着顽强的生命力,而这种顽强的生命力来源于企业诚信优质的服务。只有诚信优质的保险服务才能促进保险消费,才能保持保险业的持续发展。

保险产品是对未来服务的一种承诺,而这种承诺离不开理赔服务。据调查,消费者对保险公司服务水平的感知80%以上是来自于理赔的环节,寿险服务理赔先行。

截止2008年底,中国太平洋人寿保险股份有限公司新疆分公司(以下简称公司)全辖共处理理赔案件1.3万件,赔付金额为2500万元。全辖的理赔平均时效与去年同比缩短了2.83天;调查平均时效与去年同比下降了1.62天,比《保险法》规定的10天时效提高了一倍。

自2007年起,公司在全国范围内开展“理赔服务年”的活动,三年以来通过定期组织培训、业绩考核及PDCA在线测试等方式,加强了理赔人员的服务意识,规范了各环节的作业流程,提高了赔案处理时效和质量,为业务一线提供了强有力的后援支持,在理赔服务和业务销售上形成的良性互动。

2008年上半年,在德汇特大火灾、雨雪冰冻灾害、“4.28”重大交通安全事故和“5.12”汶川大地震等突发灾害事故发生时,公司立即启动重大突发事件应急预案,同时开通理赔“绿色通道”,并安排专人24小时值班,定时向上级机关报送相关信息、报表,以确保每位出险的客户都能得到快速的理赔服务。

2008年5月12日汶川发生8.0级地震,在得知公

司客户何先生在此次事故中不幸遇难的消息,公司领导非常重视,立即致电受益人表示慰问,并立刻安排专人负责处理此案。在受益人提出索赔后的4小时内公司就完成了该案的上报及结案工作,向受益人送去了25万元保险金,体现公司的优质的理赔服务,树立了公司“诚信天下、稳健一生、追求卓越”的品牌形象。

2008年3月12日,一件“拒赔客户送锦旗”的事在公司传开了。心存感激的胡先生手捧着一面印有“服务质量好、人员素质高”的锦旗来到太平洋寿险理赔部经理办公室,激动地向部门经理表示:虽然其妻本次的索赔未得到公司的正常赔付,但仍然要感谢公司,尤其要感谢公司优质的理赔服务。

胡先生的妻子张女士于2003年投保公司住院补贴医疗保险。2008年1月张女士因病入住公司非定点医院,因种种原因使胡先生对公司的服务产生了质疑,一天他带着满腔的愤怒来到公司投诉咨询岗姜女士处,姜女士得知情况后,耐心地针对他的问题进行了逐一的讲解。张女士出院后,胡先生亲自来为其妻代办理赔。经姜女士经审核其索赔资料和相关情况后确定张女士此次出险,按照条款约定不属于责任范围,不能赔付。当姜女士直言不讳将此情况告知胡先生时,激动的胡先生扬言若公司不赔就要把全家的保单都退了。为了消除胡先生对条款的误解,姜女士面带微笑地再次与胡先生进行耐心细致地沟通,重新为他讲解了条款,胡先生的情绪得以缓解。在2月份至3月份期间,胡先生曾多次找到姜女士,咨询理赔方面的有关问题,姜女士总是面带微笑地为其解答。

在2008年“三·八妇女节”,姜女士没有忘记为张女士送上节日祝福,这一系列温馨、体贴的服务感动了胡先生,化解了他对公司的不满。虽然公司没有赔

# 把握消费需求 推进健康保险蓬勃发展

杨 伟

在新的历史发展时期,中国人民健康保险股份有限公司新疆分公司作为参与新疆经济建设、服务全疆各族人民的第一家专业健康险公司,立足于把提升各族人民的健康保险保障水平与促进地方经济社会协调发展有机结合起来,发挥专业优势、立足专业特色,推动健康险在新疆的发展。

## 一、商业健康保险发展的机遇

作为社会保障体系的重要组成部分,商业健康保险在满足人民群众日益增长的健康保障需求、促进国民经济发展和稳定社会等方面发挥了日益重要的作用。现阶段中国商业健康保险面临难得的发展机遇,国家在《关于深化医药卫生体制改革的意见》明确提出:加快建立和完善以基本医疗保障为主体,其他多种形式补充医疗保险和商业健康保险为补充,覆盖城乡居民的多层次医疗保障体系。积极发展

商业健康保险,鼓励商业保险机构开发适应不同需要的健康保险产品,鼓励企业和个人通过参加商业保险及多种形式的补充保险解决基本医疗保障之外的需求。这无疑明确了商业健康保险公司的社会地位和职能,给了保险公司更好的发展空间。

## 二、健康保险消费需求分析

商业健康保险是我国医疗保障体系的重要组成部分,可以为被保险人提供疾病风险保障和健康管理服务,对疾病给被保险人造成的医疗费用和收入损失等进行经济补偿,通过实施健康管理,预防、控制和减少患病风险。

国务院《关于保险业改革发展的若干意见》明确提出,“大力推动健康保险发展,支持相关保险机构投资医疗机构。努力发展商业养老保险、健康保险和意外伤害保险。”

付,但胡先生对公司心服口服,对热情专业的理赔服务表示满意,并表示全家人今年的保险费还会如期缴纳,此后还准备加保太平洋寿险的其他险种。临走时留下一句话:太平洋寿险新疆分公司真是一家负责任的大公司。正因为我们身边有着无数个像姜女士这样的太保人,才使得太平洋保险的“金字招牌”牢牢地扎根在广大客户的心中。

今年2月14日凌晨,314国道新疆库车县境内发生小轿车与货车迎面相撞的事故,该事故造成5人死亡1人重伤,死亡5人中有4人为公司客户。当天中午一时许公司接到被保险人单位领导报案:该单位一行6人驾驶福特轿车由库车向雅克拉采气厂方向行驶至314国道发生特大交通意外,其中5人死亡1人受伤的重特大交通事故,公司调查员迅速赶往现场查勘并核对死者信息,通过调查核实确实为公司保户后,公司立即启动重大突发事件应急预案,决定先行预付16万元,以解受益人燃眉之急。此举得到该单位

领导的高度赞誉,增加了公司的美誉度。

诸多鲜活的实例证实服务是寿险的生命,只有诚信优质的服务才能促进保险消费,才能保持保险业的持续发展。正如2008年12月27日吴定富主席在全国保险工作会议上关于“深入贯彻落实科学发展观、防范风险、调整结构、促进保险业平稳健康发展”的讲话:“保险经营具有广泛的社会性,涉及到千千万万保险消费者的利益。消费者的利益能否得到切实保护,直接关系保险业的兴衰成败。特别是随着保险业的社会影响力日渐扩大,维护好保险消费者利益尤为突出和紧迫,保险业要始终把保护保险消费者利益作为出发点和落脚点”。让我们不断创新,不断开拓进取,不断提高服务技能和服务水平,一切以客户良好感受为标准,忠实履行“把客户利益放在首位”的庄严承诺,在寿险服务中让理赔先行。

(作者单位:太平洋人寿保险股份有限公司新疆分公司)

几年来,商业健康保险快速发展,年均增长速度达到46%。但总体看,我国健康保险与国民经济和社会发展的要求还不适应,与广大人民群众日益增长的健康保障需求还不适应,与构建和谐社会和全面建设小康社会的新形势还不适应。

疾病风险无处不在,患病是绝大多数人都会遇到的生活问题。统计数据表明,近年来无论是重大疾病的发生率还是治疗费用均呈上升趋势。在大中城市,十年内平均一半人有可能住院一次,而住院一次的平均费用在大中城市可达到5000元以上,若患重大疾病,一年的医疗费可高达数万元甚至数十万元。如果医疗费用超出患者及其家庭的承受能力,便会使其陷入经济困境,影响及时和有效治疗,甚至造成不可挽回的损失。商业健康保险可以通过保险机制分散风险,人们通过支付日常和稳定的较小开支,来满足不可预测和数额较大的医疗费用需要。事实证明,购买健康保险是目前解决个人医疗费用负担最为有效的方法。

概括起来说,购买健康保险的主要成因有三个:一是建立风险预防机制。人的一生始终被生老病死等风险所伴随,一旦患病,除身体受损外,经济负担也会随之加剧。通过购买健康保险的方式来规避医疗费用开支过大的风险,可以建立一种通过少量事前预支,防范事后大额支出的风险预防机制。二是减轻经济负担,提高生活信心。疾病不可怕,可怕的是病后无钱医治。购买商业健康保险,不仅可以减轻经济负担,还可以解除后顾之忧,为有效抵御疾病增添信心。三是维护健康,提升生命价值。健康是最大的财富,购买商业健康保险,不仅可以防范风险,而且还可以得到较高水平的医疗服务和全面的健康管理,预防疾病发生,有效提高健康素质和生活质量,提升生命价值。

在我国人身保险业务中,健康保险和养老保险是两大主力险种,也是老百姓最为青睐的险种。2003年国务院发展研究中心在全国50城市的保险需求调查显示,居民对健康保险的预期需求高达77%,在人身险各类业务中居第一位。

随着我国人口老龄化加剧、公费医疗和医疗制度改革以及医疗费用上涨,人们对商业健康保险的需求快速释放。现阶段,社会对健康保险的需求主要体现在:社保未覆盖人群尤其广大农村人口的住院、门诊医疗保险;高额医疗费用保险;社保规定范围之外的特殊检查、病种、治疗及用药的医疗保险;高收

入者享受更高档次治疗及服务的医疗保险。

同时,随着新疆经济社会的发展,需要建立健全社会保障运行的体制、机制,解决例如流动人口、重大突发事件等保险保障和应对能力,提高政府管理社会的能力和效率,这也为商业健康保险的发展提供了很好的发展机遇,可以使政府抽出更多的精力和时间用于经济建设和发展。

### 三、健康保险在拉动消费,提升全民健康中的作用

健康保险业的第一次飞跃是在2001年以后。借助国家推出城镇职工基本医疗保险制度的契机,商业健康保险迅即抢占这一巨大的市场空间,如雨后春笋般成长,承保人次首次突破1亿人次。此后,健康险保费在人身险业务中的比重逐步上升。

健康保险的根本作用正在于通过加强健康管理,推动居民将储蓄存款转为商业投保,把健康投资作为个人支出的重要组成部分,从而把不确定风险转换成固定支出,进行社会收入的再分配,进而达到拉动消费的目的。为此,保监会已明确表示,保险业参与拉动消费的举措之一,是要提高健康保险参与新型农村合作医疗的水平,发展适合农民需求的健康保险和意外伤害保险。

### 四、推进健康险专业化建设

中国保监会主席吴定富在中国人民健康保险股份有限公司开业仪式上指出,从我国实际和国际经验看,发展专业化健康保险是迅速缩短我国商业健康保险发展差距,实现我国商业健康保险跨越式发展的必由之路。

公司的开业,不仅填补了新疆专业健康险市场空白,对于建立多层次的健康保障体系具有深远意义,公司紧紧围绕新疆经济发展稳定大局,秉承“健康保障+健康管理”创新模式,以服务社会、服务人民、服务企业、服务政府、服务新疆经济建设发展为己任,落实科学发展观,丰富健康保障产品供给、提高健康保险服务质量、扩大健康保障范围,创建独具特色的健康保险、健康管理模式,是公司的特色。

伴随新疆经济的快速发展,居民收入水平的提高,健康保险意识的逐步增强,居民健康保险的硬性需求在消费中的占比必将越来越高,有利于促进健康保险的快速发展。

(作者单位:中国人民健康保险股份有限公司新疆分公司)



# 冬天到了 春天还会远吗?

张嘉迅

虽然自然界里春天的脚步近了,但经济领域的寒冬似乎才刚刚开始。

为积极应对国际金融危机的挑战,增强全国人民的信心,保持国民经济平稳较快发展,党中央、国务院接连出台了一系列有力措施,保民生,保稳定,保增长,意在扩大内需促进经济增长,而努力扩大消费,是推动经济发展的重要手段。消费与发展之间,是一种相互联系和相互促进的关系,“消费”是社会再生产过程的重要环节,生产、分配、交换和消费是社会再生产过程的有机组成部分,消费由生产决定,又反作用于生产,是拉动经济增长的最终动力。发展是当前党和政府的第一要务,是提高人民群众生活收入,改善生活质量的重要途径,也是我们一切工作的出发点和落脚点。

中央把保持经济平稳较快发展作为2009年经济工作的首要任务,着力在保增长上下功夫,把扩大内需作为保增长的根本途径,有效吸收和消化国内生产能力,形成发展新优势。同时,大力促进消费,稳定发展住房消费和汽车消费,着力发展服务消费和旅游消费,不断增强最终消费能力。这既是针对当前国内外经济环境发生重大变化的应急之策,更是着手解决我国经济保增长扩内需调结构促发展的长远战略。由于国际经济环境恶化、对外需求明显减少,我们必须把经济增长的立足点放在扩大内需上来,尤其是扩大消费需求,形成经济稳定增长的新格局。因此,要通过各种途径挖掘人民群众的消费潜力,引导人民群众的消费需求,净化人民群众的消费环境,提高人民群众的消费信心。

保证人民生活水平不断提高,需要下大力气解决民生问题。改善民生,既是保增长的需要,更是保增长的出发点和落脚点。要保持经济平稳较快发展,减少经济增长对外需的依赖性,需要切实增加城乡居民收入,为扩大消费需求提供保障。这充分说明了

我国经济发展与国民消费的密切关系。目前,我国城乡、地区之间发展不平衡,尤其是农村地域广阔、人口众多,消费水平差距较大。农村消费市场的建设和发展是解决民生问题的重要任务,也是扩大内需的迫切需要。

作为党和国家重点支持的保险行业,应该积极行动并有所作为,为经济社会又好又快发展做出应有的贡献。与人民群众的其他消费不同,保险是一种特殊消费,但又是现代社会必不可少的一种消费。保险消费的特点,是购买者购买这种商品以后并不是立即去消费,每一位买保险的客户都是为防止未来不可预期的保险事故而做一种准备,并不是真得希望这些承诺很快兑现,但一旦保险事故真的发生了,就能够得到预期的补偿。保险的作用主要体现在:一是转移风险,把自己的风险转移到保险公司身上。二是均摊损失,自然灾害、意外事故造成的经济损失一般都是巨大的,是受灾个人难以应付和承受的,保险使个人难以承受的损失,变成多数人可以承担的损失,这实际上是把损失均摊给有相同风险的投保人。三是实施有限的补偿。四是保险还有抵押贷款和投资收益等作用,客户虽然与保险公司签定合同,但客户有权中止这个合同,并得到退保金额。保险合同中也规定客户资金紧缺时可申请退保金的90%作为贷款。如果急需资金,又一时筹措不到,便可以将保险单抵押在保险公司,从保险公司取得相应数额的贷款。目前一些人寿保险产品不仅具有保险功能,而且具有一定的投资价值,就是说,如果在保险期间出现了保险事故,保险公司会按照约定给付保险金;如果在保险期间没有发生保险事故,那么在到达给付期时,所得到的保险金不仅会超过过去所交的保险费,而且还有本金以外的其他收益。不断丰富的保险功能,使保险事业对于拉动人民群众的消费,保障人民群众的生活质量,促进经济社会平稳较快发展起到



# 以诚信建设为先导 促进保险业又好又快发展

袁航

作为国家经济的“助推器”和社会的“稳定器”，保险业如何做好引导消费、扩大内需，不仅对保险业本身，也必然会对整个中国的社会环境和经济发展造成深远影响。去年南方冰雪、胶铁相撞、汶川地震、奶粉危机等一幕幕悲剧接二连三不断上演，给国人心里留下了难以抚平的创伤，同时也一定程度上唤醒了国民的保险意识。保险业迎来了高速发展时期。

保险业在快速发展，保险公司间的竞争也在不断加剧。各家保险公司都是一个个独立的商业实体，一个需要不断发展，需要通过精心经营来获得一定经济利润的企业。各家保险公司都在积极创新品牌、发展自己的优势特色，来打破现有的市场架构，争夺当今市场上潜在的巨大“蛋糕”。这种良性的竞争促进了保险业的健康发展，但归根到底，保险业的发展究竟靠什么？毫无疑问，还是要靠人们

了十分重要的推动作用。

在全球受到金融危机严重影响的环境下，保险的保障功能更加凸现，同时也为推动保险业务的发展提供了一个难得的机遇，面对广大人民群众日益增长的保险需求，保险行业发展的空间十分巨大。我们以为，当前保险行业需要在企业的制度设计、保险产品的营销策略、发挥保障合力等方面加强研究，拿出具体措施，进一步拓展市场。切实加强政策研究和指导工作指导，应该进一步明确保险行业推行保险的政策目标，让保险成为社会保障体系的一个重要组成部分，把一些与保险功能存在交叉的政策资金调剂部分用于支持保险事业。紧紧抓住机遇加快做大做强保险产业。在组织形式上要创新，采取灵活多样的组织形式经营保险业务。在产品上要创新，加强人才培养，提高技术水平，适当借鉴发达国家农业保险的经

的消费。那又该如何去吸引消费者呢？除了不断加大品牌建设、打造产品卖点来吸引消费者外，最主要的还是要加强公司的软实力建设，不断优化产品结构、提高服务质量、加快理赔速度，做到践行承诺、诚实经营，让广大消费者获得最满意的服务。借消费者的口碑去宣传品牌，借满意消费来促进保险业的健康发展。

## 以诚信建设为先导，自觉维护市场生态环境

俗话说，诚为本，信为魂。一个人是这样，一个民族是这样，一个政党是这样，一个国家是这样，一个企业更是这样。纵观历史，横看世界，没有一个不讲信用的人能够长久立足，没有一个不讲信用的企业能够发展壮大，也没有一个不讲信用的国家能够兴旺发达。诚信是维持市场经济正常运转的要素，是企业进入市场的通行证，同时还是企业巨大的无形资

营经验，开发更多满足人民群众需要、适销对路的保险产品。在服务上要创新，特别要做好防灾防损等前置性服务。在销售渠道上要创新，要把直接销售与间接销售相结合，创新销售形式，努力扩大保险产品的覆盖面。

我们相信，目前遇到的困难是暂时的，我们国家的前途是光明的，在中国共产党的坚强有力领导下，全体人民共同努力，我们一定能够把国际金融危机对我们造成的影响降到最低，中国的经济一定能够保持平稳较快发展态势，我们建设和谐稳定社会的目标一定能够实现。

冬天到了，春天还会远吗？

（作者单位：中华联合财产保险股份有限公司营业总部）

产。“人无信不立,企无信不振,国无信不兴”,正逐渐成为全社会的共识。

在以消费者为主体的今天,各家保险公司都应该以诚信建设为先导,把诚信作为自己的生命,对社会负责,对消费者负责,树立企业良好的诚信形象;同时建立以消费者为中心的战略发展模式,提升行业核心竞争力,保护消费者的基本权益,自觉维护市场生态环境,提高全行业的信用和声誉,使消费者认同、信任、放心,以此推动中国保险业健康发展。

### 诚信为先,健全制度,促使营销员“实实在在卖保险”

保险业是以诚信文本的行业,因其多是依靠保险代理人销售的传统营销模式,人员素质、结构参差不齐,因此在广大保险从业人员中开展诚信教育,树立诚实守信、尽职尽责的思想觉悟,健全各项制度,加大企业诚信建设力度,是保险业健康发展的必备条件。

营销员是保险企业发展的主力军,企业要让营销员明白诚信是做人之本,也是企业的立业之基,人不讲信誉就无法在社会上立足,企业不讲诚信就不可能发展。全体员工都要参与到企业的诚信建设中来,牢固树立诚信思想,并将其转化为具体行为:一是要提供诚信产品和服务,对不符合诚信的行为进行坚决的抵制;二是在不断加强自身专业知识、业务水平的时候,加深对《保险法》、《保险代理从业人员职业道德指引》以及《保险代理从业人员执业行为守则》等法律法规的学习,提高自己爱岗敬业、诚信服务、遵纪守法的自觉性。另一方面,把围绕诚信建设开展的各种分散的活动集中统一起来,建立健全相关诚信管理机制,切实发挥其行业的净化作用,规范市场、规范销售行为,促使广大保险营销员做到“实实在在卖保险”。

### 履行义务,引导消费,帮助客户“明明白白买保险”

随着客户人群的开拓和产品功能的不断开发,各种各样类型的产品能够满足不同消费者的需求,中国保险业的巨大市场潜力,人们对保险的不同需求也在不断增加,但仔细想想,被誉为寿险的五把金钥匙我们每个人都握住了几把?很多消费者只知道自己买过保险,却不知道这保险保的是什么,保多少,是不是自己最需要的,最适合自己的,可以说是买得稀里糊涂;当发生理赔时,又不分青红皂白,不见赔款“誓不罢休”,没有拿到赔款,就说保险公司是骗人的。因此,让客户“明明白白买保险”就成了保险从业人员不容辞的职责。保险从业人员应当切实履行职业操守,想客户之所想、急客户之所急、解客户之所忧,诚信为先,贴心服务,专业到位,引导客户正确消费,捍卫广大消费者的利益,做到明明白白买保险。

### 遵纪守法,规范经营,确保公司“规规矩矩做保险”

规范经营是做大做强保险业的根本要求,其本质就是要遵纪守法、合规经营,维护良好的市场秩序,营造公平的市场环境,合理开发保险资源。只有围绕诚信建设,牢记人民群众和投保人的利益,保险业才能赢得社会大众的信任。公司也应当通过不断提高服务质量、营造产品优势来开展行业内的良性竞争,遵纪守法、规范操作,“规规矩矩做保险”,共同促进保险业又快又好发展。

经济在发展,保险业面临的挑战也在不断加大。只要我们以诚信建设为先导,遵纪守法、科学务实、健全制度、规范经营,就一定能够促进整个保险行业又快又好发展,让保险行业更好地服务大众、惠及民生。

(作者单位:新华人寿保险股份有限公司新疆分公司)

# 诚信创造机遇 服务创造价值

刘德华

诚信是一种准则、一种责任,更是一种资源。

人人明白“有信走遍天下,无信寸步难行”,“有诚可招天下客,无诚难招一人来”的道理,做到先做人后做保险。

“人无信不立,业无信难兴”,当前随着保险主体的增多,市场竞争的加剧和公众投保的日趋理性,诚信在寿险公司经营发展中的作用愈加重要。一方面订立保险合同,投保人和被保险人应不隐瞒、欺骗保险标的真实情况;保险人应充分说明所销售保险产品的真实保障范围。另一方面保险双方应绝对信守合同订立的约定与承诺,保险不惜赔,被保险人不欺诈。在市场竞争的今天,“客户就是上帝”不仅仅是一句口号,而是市场经济下职业活动的基本原则,更是企业的生命。商业保险的竞争,是信誉的竞争,信誉的竞争必须依赖良好的经营和服务,诚信经营、优质服务是我们保险企业的“生命线、生存线、发展线”,是构建和谐企业不可或缺的内容。在推销寿险中,总有个别公司和个人,为得到大量保单,不惜私降费率,产生不良竞争,在签订合同时误导客户,在出险后百般狡辩,导致客户对保险产生不信任,影响到整个寿险行业发展。“同行业的恶性竞争,是保险行业经营成本上升的一个主要原因。”我们的营销伙伴对此深有感触。在社会呼吁“诚信”保险生存面临“诚信”危机时,克拉玛依保险市场必须营造一个良好的市场环境,向规范化迈进,只有靠实力、靠服务、靠信誉、靠保险行业的诚信品牌做事业。才能切实防止发生各种违规行为,杜绝信用危机现象出现。

中国人寿克拉玛依分公司自开展“诚信我为先”的活动以来,向油城市民传递中国人寿“诚信为先、促进和谐”的理念,努力打造企业的信用体系,以此赢得油城人民的信任。

控制各销售环节的过程中“守住诚信”。诚信经营,控制是关键。售前以诚信打动客户的心。推销寿

险需要良好的人际关系,人际关系的基础是诚信,应通过与客户的诚信交往打动客户,售前全面向客户讲清公司理念、服务宗旨、条款细则、赔付原则等,让客户明白买保险,放心买保险,做到不诚信的保单一份都不签、不诚信的保费一分都不收。售中应坚持被保险人亲自签名,提示支持被保险人如实告知,及时将保费上交公司,把保单送达客户。以实实在在的工作,让客户对服务有满意感,对投保有安全感,对公司有信任感。售后应经常保持与客户的联系,主动接受客户咨询,及时派发红利,发送养老金、年金,帮助客户做好赔付工作。定期收取续期保费,无法登门收费时,要做到“四个提醒”:即保单交费日10天前提醒客户交费;保单进入宽限期15天前提醒客户;保单进入失效期20天前提醒客户;保单进入永久失效30天前提醒客户。公司上下形成“诚信光荣,失信可耻”的氛围,养成正直做人和诚信服务的自觉性,坚持晨会和主管早会讲诚信,开展活动守诚信,如组织诚信演讲,发布诚信宣言,举行诚信宣誓,签订诚信公约等,让“签一张保单,做终生朋友”理念牢牢根植于每个伙伴的心中。

在寿险行业积极跋涉、经过十三年风雨洗礼的惠新科,一直怀着对民族寿险事业的无限热爱和憧憬,他是油城国寿自1996年分业经营后的第一批专业寿险代理人。十三年来,他同油城国寿一起成长,见证了油城国寿从小到大、从弱到强、从平凡到辉煌的发展历程。从实践中他认识到诚信经营、优质服务是国寿人的责任和使命。

公司“元老”级的业务人员已经寥寥无几,而他在寿险这条艰辛的道路上一走就是十三个春秋。在过去的十三年里他怀着对油城国寿事业的热忱和执着,本着对公司忠诚、对客户感恩、对专业追求、对自我超越的精神,在个人的寿险事业上取得了一个又一个辉煌的成绩。入司伊始,就连续两年被评为油城



# 保险业诚信服务促发展

郭小娟

自1980年中国保险业全面恢复以来,国内保费收入一直迅猛增长,年增速达30%左右。但由于这一时期保险行业普遍重业务发展,轻诚信建设,以致于行业诚信建设基础脆弱,问题凸显成为保险业发展的一大瓶颈。

保险本身就是为消费者提供保障的金融产品,消费者购买也是为了给生活多一重保障,出现消费者认为被骗的情况应该说并不是保险经营者的初衷,可是信用的缺失,使人们对这一保障的购不信任。在实践中保险代理人的一些不诚信表现,使消费者失去对保险行业的信任,在消费者看来,保险代理人就是保险公司的化身,他们的非诚信行为严重损害保险业的声誉。

解决了保险诚信问题才能从根本上消除人们对其不好的看法,同时建立起相应的机制,加大对不诚信行为的处罚,这样才会真正有助于保险诚信的建

国寿优秀业务员,曾多次获得参加国内外各种旅游的奖励。通过十三年的努力和奋斗他得到了客户的认同和赞誉,现在他是一位拥有上千位客户的专业寿险代理人,他非常珍惜广大客户的这份信任,努力用自己的专业和诚信创造更多客户价值,把客户与中国人寿更加紧密地联系在一起,多次年交总保费高居他所在市区二分部的榜首。十三年来,他没有因为时间流失而丧失对寿险事业的热忱,作为与公司第一批的专业寿险代理人,他仍是一员冲锋陷阵的领军大帅。现年41岁的他最大的愿望是希望自己能在公司再努力工作十年,并参加今年中国人寿在北京举行的建司六十周年庆典大会。

在他眼里,优质服务并不意味着花大钱才能办大事,关键在以情动人,一句话就是:要真正将客户当回事,拿出自己个性化的服务方式,超越客户的期待值,客户想到的我们做到了,客户没有想到的我们

也做到了,使服务没有界限,服务没有距离,赢得广大客户的信赖。每天出门前,告诫自己,要保持一个好心情,用微笑给别人带来快乐,用真诚感染别人。诚信赢得信任,服务赢得市场。在理赔服务上,推行人性化服务,有案必接,有险必出,有难必帮,有问必答,真心实意地帮助客户排忧解难,体现公司真诚服务的人本理念。

## 一、保险业诚信建设面临的问题所在

保险业诚信主要表现在行业对社会的诚信。当前,保险市场仍存在诚信不足问题,因少数单位、少数从业人员的不讲诚信,使全行业的社会信誉受到了严重损害。这是社会感知保险业诚信状况的重要环节,也是影响保险业社会信誉与形象的最突出、最直接层面。问题突出表现为:一是从业人员在销售过程中有意回避产品可能存在的风险进行误导宣传。二是投保容易索赔难,理赔周期长,存在着拖赔、欠赔和无理拒赔等问题,而投保人主要从能否及时获得预期的保险赔偿来评价保险业信用。此外,价格竞争的负面影响逐步扩大,同一类型的产品价格差别使得消费者无所适从。上述问题不仅侵害了广大被保险人的利益,动摇了公众对保险业的信心,而且加大了保险交易成本,降低了资源配置效率,抑制了公

也做到了,使服务没有界限,服务没有距离,赢得广大客户的信赖。每天出门前,告诫自己,要保持一个好心情,用微笑给别人带来快乐,用真诚感染别人。诚信赢得信任,服务赢得市场。在理赔服务上,推行人性化服务,有案必接,有险必出,有难必帮,有问必答,真心实意地帮助客户排忧解难,体现公司真诚服务的人本理念。

“诚信是本、服务是根”这种理念已深深的印在了油城国寿人的脑海里,在今后的工作中,油城国寿人会不断改进服务方法和务手段,进一步提高自己“用心想事、用心干事、用心成事”的能力和水平,经营服务并举,勇创油城寿险辉煌,为实现油城国寿2009年度新发展、新跨越做出贡献!

(作者单位:中国人寿新疆分公司克拉玛依分公司)



众保险需求,破坏了保险业健康发展的基础。

## 二、建设保险业诚信机制的基本要求

加强诚信建设必须坚持以人为本、全员参与、全程保障、加强道德教育的原则。

(一)诚信建设必须从教育、制度、监督三个层面入手。一是抓教育。通过系统全面持久的诚信教育,培养广大保险从业人员的诚信理念,恪守诚信职业操守,培育“诚信为本”的行业文化。二是抓制度。诚信建设不能仅靠自觉性和道德范畴,而应该使之具有强制约束性和系统性。三是抓监督。健全监督制约机制,保障诚实守信者的合法权益,加大失信成本,有效防范道德风险。

(二)诚信建设必须与时俱进。保险业已进入新的发展时期,市场主体迅速增加,中介业务快速发展,保险市场全面对外开放,与货币市场、资本市场的联系愈益紧密,保险业诚信建设面临的环境发生了很大变化,情况更为复杂,推进诚信建设工作必须坚持与时俱进,以新思路实现新突破,以新举措开创新局面。

(三)诚信建设必须坚持不懈、持之以恒。市场经济是信用经济,诚信建设符合社会主义市场经济规律和保险业改革发展规律要求,但面临着道德、法制、社会环境等诸多因素的影响,需要一个长期的过程,并要付出艰苦的努力,但这是大方向、大趋势,必须毫不动摇地坚持下去。

## 三、加强保险业诚信建设的措施,维护消费者权益,促进保险业健康发展

(一)要牢牢抓住理念教育、对外宣传、公正理赔、改善服务、惩戒失信、制度建设等关键环节,扎扎实实地将保险业诚信建设推向深入

1.开展诚信教育,强化行业诚信理念。保险公司应举办诚信建设论坛、报告会、研讨会或组织诚信知识考试等形式,进一步强化全行业的诚信意识。将诚信教育融入到员工录用、在职培训、职务晋升等人事管理环节,加强对保险营销人员的诚信教育,形成倡导诚信、推广诚信、实践诚信的价值理念。

2.要共同培育团结协作、互信和谐的行业风尚,适度合理开发市场资源,理性规范竞争,努力赢得“消费放心、服务满意、信誉良好”的社会评价,树立保险业良好的社会形象。

3.诚信经营,改善服务,塑造良好行业形象。一是公司要根据实际情况,进一步细化标准,落实责任,加强诚信考核;二是进一步加强理赔队伍建设,

提高理赔人员的整体素质,完善理赔工作的各项规章制度和服务标准,优化理赔环节,改进理赔服务,限时兑现理赔承诺,切实解决理赔难问题。三是要建立客户定期回访制度,不断提高客户回访率,增强回访的实际效果,争取全行业实现客户投诉案件100%回访。通过扎实有效的客户回访,让公众切实感受到保险业推进诚信建设的决心。要加强对有关行业性标准执行情况的监督检查,总结成功经验,认真加以推广。

### (二)以消费者为中心打造保险业核心竞争力

1.要转变保险经营的理念。保险经营要以消费者为核心,关注消费者对于保险服务的感受,要把竞争的目标定位于如何为消费者提供优质的服务,通过服务竞争来赢得消费者,赢得市场。其次是要树立品牌战略。品牌是产品使用价值和用户价值观的集中体现。企业不仅是“营销”产品,更重要的是“营销”品牌。消费者只有认同品牌所蕴含的服务与所倡导的生活方式,才会持续地购买产品。

2.要优化保险服务流程。保险经营应以消费者为中心构建服务流程,从产品研发、销售到理赔服务,形成为消费者服务的服务圈环。在产品设计上,要紧紧围绕消费者需求,实现企业与消费者之间的供求互动,产品应该“从市场中来、到市场中去”。在销售产品时,要能够真正为消费者着想,了解消费者的真实需求,为消费者提供真正需要的产品,要由简单的“保险产品提供者”,逐步变成消费者“生活方式的提供者”。在理赔方面,要为消费者提供高效率、高质量的理赔服务。对保险经营来说,理赔是在顾客消费后提供的服务,真正体现了保险的功能与作用。好的理赔服务有助于提升消费者对保险产品及服务的认同感,有利于提高消费者的保险意识。

3.要建立以消费者为中心的行业文化。行业文化是一个行业软实力的重要组成部分,是行业生命力和凝聚力的集中体现。保险消费者购买保险产品的过程,也是对保险企业乃至保险行业文化的认同过程。当前保险业需要建立一种以消费者为中心的、以诚信为核心的行业文化,这是保险业坚持以人为本发展的内在要求,既是行业内部的软约束机制,也是支撑行业可持续发展的重要基石。

(作者单位:中华联合财产保险股份有限公司新市区支公司)

# 加强诚信建设 积极履行社会责任

张彩玲

2008年6月26日,中国平安养老保险股份有限公司与中国中钢集团公司及其他企业年金管理机构在北京举行企业年金受托及委托管理合同签字仪式,平安养老保险股份有限公司担任中钢集团企业年金项目受托人和投资管理人,标志着中央企业建立企业年金工作进入一个全新的发展阶段。紧接着,又与中国建设银行签署企业年金业务合作协议,成为建设银行目前在国内企业年金领域签署合作协议的第一家养老保险公司。截至目前,中国平安养老保险股份有限公司已与取得年金管理资格的10家银行全部签署了企业年金合作协议,确立了总对总的合作关系。

2007年3月,中国平安养老保险股份有限公司新疆分公司(以下简称公司)正式挂牌营业,公司大胆开拓,锐意进取,为全疆人民的养老、福利、健康保障作出了积极的贡献。公司将始终坚持最大诚信原则,大胆吸收和消化先进的管理模式、专业技术,加快实施竞争力导向的人才战略,并且在市场竞争的洗礼中努力实现做大做强目标。

公司从开业之初就以企业年金及与之相配套的团体商业补充养老保险为主营业务,为企业客户提供涵盖短期健康保险、意外伤害保险、综合性福利保障计划等业务的一站式服务,开业两年多来,公司在全疆已取得了丰硕成果。2006年,公司与新疆克拉玛依金塔投资(集团)有限公司签定了企业年金正式受托投资合同,成为新疆年金业务开拓第一单;2007年公司中标国家电网新疆电力公司年金业务,成为全疆电力行业年金业务第一单。2007年12月,全疆煤炭行业企业年金第一单——神华新疆能源有限公司年金业务也由公司签订。2008年公司签约新疆机场(集团)有限责任公司年金受托及投资管理计划,成为新疆航空业企业年金计划第一单。今年,公司银行策略稳步推行,与兵团银行企业年金业务取得里程碑式的进展。

企业在大力拓展年金市场,积极协助缓解社会养老压力的同时,始终不忘肩上的社会责任,2008年的汶川大地震中,中国平安的全体员工捐款逾8000

万元,向救灾人员捐赠保险保障,积极履行保险企业的社会职责。作为中国平安的一分子,公司向赶赴灾区的各类救护人员、建设人员及新闻工作者捐助了总额达5.9亿元的保险。

地震发生后,公司也在第一时间筹集了1.5万余元,向灾区的同胞送去了爱心与祝福。2008年6月,当公司了解到灾区血库告急后,立即组织了20名员工义务献血。2008年11月份,为了帮助地震灾区困难群众安全过冬,公司又组织了“送温暖、献爱心”捐赠活动,向灾区同胞捐赠御寒衣被50余件,现金近2000元。不仅如此,公司还定期组织党员、预备党员到乌鲁木齐市儿童福利院进行慰问,捐赠学习用品和食品,为孩子们带去了社会的关爱和祝福。

今年平安集团提出以“承诺”为主题的活动年,主题口号就是“你的平安,我的承诺”,让每一位客户都能安心享受财富生活和保障,是平安综合金融产品和服务的承诺,“赤子心,平安诺”,今年公司将会一如既往的履行企业的社会责任,开展希望小学回访活动。在集团承诺主题的指引下,公司也会继续强化诚信建设。

诚信是保险业的生命,公司自成立以来,从维护广大人民群众利益和确保企业可持续发展的高度,重视和加强公司诚信建设,公司从加强诚信宣传,加强内控管理,加大失信惩戒、以及建立长效激励机制入手,对违规业务操作和违规的业务员严厉惩处,对误导欺瞒客户的行为予以禁止,公司不仅关注业绩,更关注保险过程的合规性、诚信度,对不诚信拉保,损坏公司信誉,给公司造成恶劣影响的,加以严惩。同时要求营销人员对消费者正确引导,使客户做到明明白白消费,加强法制教育宣传,防范道德风险。

平安养老保险公司新疆分公司在狠抓诚信促发展的同时,积极履行社会责任,大难时显大爱,平时也不忘回报社会,努力让每个家庭都拥有一份平安。

(作者单位:中国平安养老保险股份有限公司新疆分公司)

# 规范经营 诚信服务

何平

最近,中消协公布了2009年消费维权年主题——“消费与发展”,从维护消费者权益、引导消费者消费入手,改善消费市场环境,提振消费信心和消费能力,发挥消费在经济社会生活中的重要作用。开展“消费与发展”年主题的主旨是宣传消费政策,推进消费维权,提振消费信心,构建消费和谐。

合众人寿新疆分公司自2008年进驻新疆市场以来,在内部管理上下大工夫,以强化内控管理机制为基础,以提升服务水平为手段,积极践行“合众保险理赔不难”的服务承诺,努力打造诚信的新疆合众人形象。

要更好地服务于新疆经济,服务于家乡人民,就必须把公司做大做强。“做大”是指扩大保费规模、人员队伍、客户群体、保险产品和保单数量,拓展业务覆盖面、知识普及率和影响面;“做强”是指要拥有充足的资本金、高素质的队伍、良好的内控机制、严格的风险管控和运营机制,又拥有丰富充裕、适销对路的保险产品、良好的诚信度、优质的服务和有效益的规模速度。“做大”与“做强”是辩证统一的,保费有规模,偿付能力才有保障;队伍壮大,实力才能发挥;客户群体大,稳定才有基础;产品丰富,社会需求才能得到满足;保单量多,危险才有可能分散;覆盖面广,保险的功能和作用才能得到充分的发挥;普及率广,保险渗透力和社会影响力才能充分显现出来。

诚信是保险业的生命。一直以来,公司都从维护广大人民群众利益和确保企业可持续发展的高度,重视和加强公司的诚信建设。一是围绕新疆保监局建设诚信保险的总体安排,建立、健全有关保险诚信的规章制度。第一,建立保险诚实经营规章制度。如制定《业务规范准则》,建立诚信的明示制度,进一步

细化公司部门、员工在公司运作中的诚信要求,强调员工在服务中的每一环节应负的责任。第二,建立保险诚信考核与评价制度。对原有的业务考核体系进行改革,改变以业绩为唯一考核标准的业务考核体系。第三,建立保险诚信激励制度与失信惩罚制度。要改变守信与失信两种行为的机会成本,使守信者受奖,失信者受罚。二是加强公司诚信文化建设。广泛开展诚信教育,使全体员工充分认识到诚信对企业的生存发展与社会主义和谐社会建设的重要性。积极加强对诚信教育的统筹规划,不断发现和总结在诚信经营中的典型事迹、典型经验,及时表彰诚信经营的优秀员工;充分利用各种宣传媒介,发挥舆论优势。在企业内部建立起相互信任、团结协作的工作氛围;在企业外部树立起诚信经营的社会形象。

“诚实守信,合法经营,优质服务,客户至上”是公司的经营理念,在培训中讲诚信、在工作中立诚信,让全体员工牢固树立起“以诚信促消费,以消费促发展”的意识,让所有的营销员明白诚信不仅是一种高尚的品德,更是一个企业一个人生存、发展的基石。

公司体会到与客户之间是一种相知相遇的缘分,保险不仅仅是抵御风险的工具,更是一份沉甸甸的承诺。在客户签下名字的那一刻,就意味着将一份责任、一份信任、一份嘱托交给公司。公司作为新兴保险公司的代表,将致力于让客户能更多地分享企业成长的成果,享受更好更多的增值服务!

(作者单位:合众人寿保险股份有限公司新疆分公司)



# 诚信为先 健全制度 促使营销员“实实在在卖保险”

陈彦炯

诚信守信为保险立业之本，是保险行业中每一位保险人和从业人员必须首先具备的基础条件和前提。诚是人内在心灵的德性、精神和心理状态；信则是诚的外在表现。诚于中，必信于外。诚信表达的是人们诚实无妄，信守诺言，言行一致的美德，是一种保险行业的道德规范，它要求保险人及从业人员必须诚实无伪，言而有信。

在日益竞争激烈的市场环境下，任何保险人及从业人员如果不信守诚信二字，不讲求保险人的良心。一味地追求短期利益，说一套做一套，对客户采取一些不诚信的做法，早晚会失去信任，最终被市场所淘汰。

对于都邦保险新疆分公司而言，虽然进入新疆市场不到一年。但公司秉持着“打造中国服务最好的保险公司”的信念，在公司开业初期，就告诉每一个员工，诚信是都邦财险新疆分公司立业之本，是公司发展的灵魂。让每一位员工要真正体会到诚信的无形力量，无穷的财富。做保险，首先要做人，要有一颗为别人多想想的心。诚信展业，与客户心心相连，全司上下共同努力，打造服务最好的都邦财险公司。

“宁肯客户负我，我绝不负客户”，是我们都邦保险新疆分公司对员工提出的展业的基本原则。诚信为本，善待客户，用真情换得客户的信任，是我们全体都邦员工的奋斗目标。通过培训和要求，都邦保险新疆分公司的全体员工遵循诚信为先的原则，通过不到一年的共同努力，在新疆市场上赢得了客户的认可，为公司的下一步发展打下了坚实的基础。

作为公司的每一位员工，一是要讲忠贞，拒绝见异思迁；要讲奉献，拒绝沽名钓誉；要讲勤劳，拒绝虚化浮躁；要讲进取，拒绝自我满足；要讲勇气，拒绝怯懦推诿。

而最重要的是要讲诚信，拒绝投机取巧。只有建立在诚信基础上的展业，才能与客户心手相牵；只有

建立在诚信基础上的公司经营；公司才能在新疆保险市场上占有一席之地，才能打造服务最好的保险公司、才能做大做强、才能更好地为新疆各族提供服务、才能为新疆保险的发展保驾护航、才能为和谐新疆、和谐社会做出都邦的贡献。

诚信是发展的基础，制度就是规范公司和员工正确发展的保证。家有家规，国有国法。公司制度就是员工行动的指南和行为准则。公司要发展，要规范就必须依靠制度，营销员管理也必须依靠制度建设。对营销员的培训公司建立了一整套规范有效的培训计划，包括代理人培训、保险政策法规培训、行业公约培训、公司企业文化培训、核保核赔制度培训等，让每一位员工知道如何在市场中规范的展业，合规的经营。让每一位客户都能明明白白地消费，切实感受到公司营销专业展业水平和公司贴心的服务。感情是留人的，制度是用人的。制度管人是面的行为，是公平公正的基础。在公司建立销售团队的过程中，建立健全了一系列的销售管理制度，如：销售人员绩效考核办法、会议管理制度、职场作业管理办法、人员品质培训制度等，用来规范团队的发展。使每一位营销员在制度面前人人平等，体现多劳多得。在市场展业中不误导不欺诈，具备公德信心。

通过制度的不断健全，法律法规的不断学习。营销员的法律意识增强了，展业能力提高了，团队发展壮大。每一位员工在公司发展壮大的过程中感受到快乐，感受到价值的实现。

诚信和制度建设在公司的发展过程中，将会得到进一步秉持，它一定会给公司带来更大的发展，给每一位员工带来更大的效益，给公司的客户带来更好的服务，物有所值。实实在在卖保险，明明白白买保险，这是所有销售人员对公司的承诺，对公司客户的承诺。

(作者单位：都邦财产保险股份有限公司新疆分公司)



