

生命人寿淮阳支公司——

鲜花献给可敬的父亲



周口英大财险全体党员 党旗下“迎七一重温入党誓词”

“我志愿加入中国共产党，拥护党的纲领，遵守党的章程……”铿锵的声音穿越漫漫时空，铮铮誓言展示无限忠诚。为迎接中国共产党成立92周年，7月1日下午，英大财险周口中支党支部书



天安人寿开展防范和打击非法集资宣教活动

为贯彻落实《中国保监会办公厅关于深入开展防范和打击非法集资宣传教育活动的通知》的要求，天安人寿在全系统内开展了“防范和打击非法集资宣传教育月”活动。总公司法律合规部组织全系统对本次宣传教育互动的开展，制定实施方案。公司通过统一部署、总分联动的形式，有效安排和推动了本次宣传教育活动的开展。

本次宣传教育月活动旨在践行公司“以客户为中心”的服务理念，加强消费者权益保护和客户教育；践行公司“合规经营”的经营理念，提高公司管理人员、销售人员的风险防范意识和风险识别能力，推进公司合规管理工作建设。



周口新华保险：真诚服务传递保险真谛

新华保险周口中心支公司以近15%的增长速度领跑市场，市场地位稳居当地市场前三甲。2013年上半年，周口新华更是凭借规模保费3.3亿的优异成绩名列前茅。

荣誉的背后是周口新华人几年如一日围绕“以客户为中心”的拳拳之心，是周口新华人“务实、提升、合规”的精耕细作。

周口新华的队伍建设也不断扩大、夯实。近年来，队伍人力已达到2650人，平均有效人力增长近40%，团队结构的不断优化也吸引了更多的高端人才加盟周口新华。周口新华的团险、个险、续期、银行代理渠道各项指标均比往年大幅提升，多项核心指标领跑系统。

周口新华高度重视员工服务意识的培养及服务模式的创新。规范职场日常管理，将总公司五大文化体系和分公司“绅士”“淑女”的服务标准融入日常经营工作中，大大提升了员工服务水平。

对于服务，周口中支总经理唐卫红有着更深刻的理解：“把保单卖给客户仅仅是服务的开始，

记白璟带领公司全体党员在党旗下，坚定地举起右手，庄严宣誓。

白璟要求公司全体党员坚定信念，锤炼党性，时刻注重自省、自警、自励，老老实实做人，干干净净做事，把生命、精力和激情融入到日常工作，充分发挥党员的先进性。工作中，要勇于创新，敢于担当，砥砺品质，提高本领，起到模范带头作用。

通过此次活动，英大财险周口中支党员纷纷表示，要在公司发展的道路上，走在服务群众的最前沿，敢于做到“党员面前无困难，困难面前有党员”，以好的形象、好的思想、好的作风和好的工作业绩展示共产党员风采。 (通讯员：韩栋)

(通讯员：金娅琼)

通过本次活动开展，公司认识到防范和打击非法集资工作是一项复杂的系统性、长期性工作。非法集资手段新形势的出现，对国家经济、金融秩序造成了严重干扰。鉴于此，必须不断研究和探索宣传教育的新形式和新方法，重视工作创新，不断提高工作效率，推出更多简单实用的宣传产品，使宣传教育活动贴近客户，贴近队伍，贴近生活，同时，注重宣传与培训相结合，教育与监督并举，建立全公司广泛参与，各系统统筹行动的防范和打击非法集资活动的长效机制。

6月16日父亲节，生命人寿淮阳支公司程经理偕全体员工，不惧炎热，手捧鲜花，到每位业务伙伴家中，为他们的老父亲献上一束鲜花，为所有可亲可敬的父亲们祈福，愿他们节日快乐，健康长寿。

比星星温暖的是那灯火，比灯火温暖的是父亲的眼神；比海洋宽阔的是那天空，比天空宽阔的是父亲的心胸。父爱，它没有温度，却能引燃我们信念；它没有承诺，却能守护我们一生。程经理表示，淮阳的营销伙伴们很辛苦，他们的父亲更加辛苦更加

伟大，感谢父亲们对儿女们的养育之恩，感谢父亲们对儿女们无私的奉献，更加感谢父亲们对儿女们工作无私的支持。一束鲜花虽小，但它代表着儿女们千言万语的感谢与祝福。

收到鲜花的父亲们，脸上洋溢着幸福的微笑。鲜花不仅仅是一份礼物，也是爱的传达，是对周口淮阳营销伙伴们辛勤付出的认同，是伙伴们努力工作的荣耀。

通过这次送花活动，淮阳的营销伙伴们非常感动。有了父亲无私的奉献与支持，有了领导专业的指导与帮助，他们动力十

足，凝聚力、战斗力更强了，相信今后淮阳的业务一定会突飞猛进、步步升高！

(通讯员：张峰)

编辑感言：父爱如伞，为我们遮风挡雨；父爱如雨，为我们濯洗心灵；父爱如路，伴我们走向人生旅途……

父亲是生命里永远的太阳！让我们记住每年6月的第三个星期日——父亲节。



周口中华保险 启动“中华‘行’”车险品牌服务项目

为提高客户服务水准，为客户提供更多增值服务、便捷服务、温馨服务，近日，按照总、分公司要求，中华保险周口中心支公司全面启动“中华‘行’”车险品牌服务项目。

本项目涉及“服务更便捷”“保障更可靠”“客户更安心”三大内容，具体包含电销和网销免费送单上门、异地出险全国通赔通付、车险案件“一站式”综合服务、小额案件限时赔付、“人伤绿色通道”紧急救治、温情探视等人文关怀服务以及365

天360°全方位受理投保咨询、理赔咨询、客户投诉、免费提供医疗建议、法律指导、人伤事故调解等咨询服务内容，旨在做优做强增值服务，做响做亮特色服务，使客户真正感受到“承诺不变，服务升级”。

本次项目的实施，在进一步提升公司品牌形象的同时，真正让客户尊享到中华保险快捷、专业、贴心的品牌服务，最大程度提高客户的满意度和认可度。

(通讯员：杜文涛)



太平洋保险品牌价值跃至213.98亿元

6月26日，世界品牌实验室（World Brand Lab）公布“2013年中国500强最具价值品牌排行榜”，中国太平洋保险品牌价值为213.98亿元，再创历史新高，同比增长40%；排名第79位，较2012年上升8个位次，在保险行业中名列第三；增幅和上升位次均超过主要同业。这是太平洋保险连续第九次入选此榜单。

世界品牌实验室由诺贝尔经济学奖得主罗伯特·蒙代尔（Robert Mundell）教授担任主席，被公认为全球三大品牌价值评估机构之一，从2004年起，每年开展

中国500强最具价值品牌评估，基于企业的当前营业收益、消费者行为和品牌强度，预测企业今后一段时间内的盈利趋势以及品牌贡献在未来收入中的比例，最后结合企业的市场、行业竞争环境分析，计算出品牌价值。该评选在国内具有较高的权威性，对评估企业品牌价值变化具有重要参考意义。

世界品牌实验室本次对太平洋保险213.98亿元的品牌价值评估，充分反映了公司2012年在经营发展、品牌建设等方面所取得的成就。

(通讯员：王允)



阳光人寿保险角逐2013“金贝奖” 获“最佳设计与创新保险公司”称号

6月26日，2013年21世纪资产管理年会暨第六届中国资产管理“金贝奖”颁奖典礼在上海举行，阳光人寿保险在本年度“金贝奖”的角逐中摘获“最佳设计与创新保险公司”荣誉。

据了解，阳光人寿的产品研发能力一直在同业中名列前茅，无论是研发数量还是创新性以及对市场分析和客户心理研究都非常超前。公司每年开发30多款产品，每年至少有3至4款领先市场的创新型产品问世。阳光人寿还将大金融背景下基于客户心理的研究常态化，形成一系列成果，并从中孵化出若干广受市场欢迎的产品。目前，阳光人寿管理着近200款各类保险产品，种类涵盖人寿保险、健康保险、两全保险、年金保险、意外伤害保险，渠道覆盖最完全，有营销、银保、经代、电销、职团、团险、网销等等。

阳光人寿自成立以来，在服务创新上狠下功夫。公司将理赔服务作为客户服务重点工作，从理赔便捷度、时效性等方面入手，不断升级理赔服务职能，并在国内首创“直赔服务”。

针对事故情节清晰、责任明确，且预估赔付金额在5000元以下的意外医疗理赔案件，在接到客户理赔报案后，阳光人寿理赔专员亲自上门服务，通过3G移动通信技术和阳光保险特有的“直赔”数据处理平台，进行现场在线申请、系统自动审核、当场结案后即时转账，保证客户第一时间拿到赔款。3G网络和专项系统为理赔案件审批处理带来便捷，系统操作时间最短可以在30分钟内完成。

2013年，阳光人寿对“直赔服务”进行全面升级，将支持更广险种范围、更多理赔类型、更高赔付金额，领先行业跨入“全面直赔时代”。

(通讯员：常怡康)

**保险
服务
热线** 周口晚报
18639407963
周口保险协会
0394-6171223

展示形象的舞台 《金融·保险》
联系民众的纽带 第12期

保险寓言

一个保险业务员到一位客户家推销保险，走到门口，看到死神也正准备要进去。保险业务员对死神说：让我先进去吧。保险业务员敲门进去了，过了一会儿，他又出来了，眼里全是失望和哀伤。死神说：好了，既然他们放弃拯救自己的机会，那我就该进去了。

在这个世界上，有些事情是无法阻止的，有些机会是不容错过的，我们无法预言自己生命的长短，却可以决定是否有保障。

