

与平安相伴 与健康同行 ——平安人寿第21届客服节盛大启航

家庭健康新生活，相约平安客服节！中国平安自筹建至今已28载，平安从无到有、从小到大，从大到强，从一家单一的产险公司发展成为如今国际领先的综合金融服务集团。平安在不断书写历史的同时，也为广大家庭和社会创造了价值。而作为业界首创的平安“客户服务节”，至今已坚持了整整21年。21年间，多少客户见证了平安的一路发展，平安又为多少客户带去了欢乐与保障。秉承着“传播爱与责任”的企业文化理念，平安人寿河南分公司南部部第21届客户服务节将于2016年4月~10月在南阳、许昌、平顶山、周口、漯河、驻马店、信阳、商丘等8个地市盛大举行。

本届客服节以“送健康 送快乐 送服务 送爱心”为主题，依托“健康管理服务”核心功能，陆续开展开幕式趣味运动会、健步跑、爱心书屋、亲子主题活动、少儿安全知识大比拼等一系列丰富多彩的现场活动和APP线上活动，与广大客户及家人携手共创家庭健康新生活！平安人寿积极投身于“互联网+服务”的浪潮，为客户带来“线上+线下”全方位的快乐体验。

免费家庭医生24小时在线问诊，为家庭健康保驾护航！

趣味运动会、亲子活动，为家庭送去温



国华人寿增资及股权变更获得批准

截止3月31日，国华人寿关于股权收购及变更注册资本的请示获得中国保险监督管理委员会的正式批准，国华人寿注册资本金从28亿增至38亿元人民币，天茂集团成为国华人寿的控股股东，持有国华人寿51%的股权。

据了解，此次增资国华人寿股东共新增投入50亿元。经过股权变更，天茂实业集团股份有限公司合计持有国华人寿1428000000股股份，占总股本的51%，从而控股国华人寿。

本次增资及股权变更完成后，国华人寿的资本实力大幅增强，偿付能力得以充

为何他们用保险给孩子存教育金

现在越来越多的父母都选择，将银行里的存款换成保险给孩子存教育金，这是为什么呢？

1. 强制 非常强制 到了时间必须存

其实很多80后的父母喜欢银行，很正常，银行灵活，但你想过没，灵活是优点，但也是缺点，今天要淘宝、明天要旅游、后天换辆车，所以宝贝的教育金计划迟迟都存不下来。

2. 比银行多了一重保障

存入银行的钱和风险是1:1的，如：存入银行10000元，当风险来临时，银行也只能给你10000元，最多一些利息。而保险公司是以小博大，用小钱解决大钱的问题。

3. 独有的豁免功能 解决后顾之忧

保险公司的豁免功能是谁都没有办法替代的，唯独保险公司才有。豁免即投保人



保险知识讲解

馨和快乐！

服务升级汇报会，检视家庭保障，让您对家人的爱没有缺口！

爱心图书捐赠，让您和孩子一起关爱他人，传递爱心！

客服节报名活动已经开始，请扫描下方二维码，下载平安人寿E服务APP进行客服节报名吧！了解更多客服节活动详情，请关注平安人寿E服务“活动”专区，或联系您身边的平安保险代理人咨询。(张凉草)

平安人寿E服务



此次在入围“BRANDZ最具价值中国品牌100强”的6家保险企业中，新华保险是成立时间最短、发展速度最快的一家。今年是新华保险成立20周年。经过20年的奋斗，新华保险已经成为中国保险业领先力量，也是中国金融体制改革的缩影和样本。近年来新华保险坚持“以客户为中心”的价值转型，2015年实现原保险保费收入1118.59亿元，总保费收入创历史新高，连续6年稳居寿险行业三甲地位，公司的经营业绩和发展态势都达到了历史

新华保险跻身中国“品牌价值增长20强”

近日，全球最大传播服务集团WPP及全球领先调研机构华通明略共同发布了第六届“BRANDZ最具价值中国品牌100强”年度排名，新华保险再次入围前100强，排名第42位，品牌价值年增长率高达42%，升至18.25亿美元，同时跻身“品牌价值增长20强”榜单。

根据榜单报告显示，保险行业总体价值提升了44%，是2016年“BRANDZ最具价值中国品牌100强”中表现最佳行业类别之一。报告认为推动品牌价值提升的最大因素是中国不断扩大的中产群体的需求，人们希望保护自己增长的财富，他们也开始寻求其他产品，如健康保险或养老保险。同时政策法规也使消费者对自己的保险投资有了安全感。

此次在入围“BRANDZ最具价值中国品牌100强”的6家保险企业中，新华保险是成立时间最短、发展速度最快的一家。今年是新华保险成立20周年。经过20年的奋斗，新华保险已经成为中国保险业领先力量，也是中国金融体制改革的缩影和样本。近年来新华保险坚持“以客户为中心”的价值转型，2015年实现原保险保费收入1118.59亿元，总保费收入创历史新高，连续6年稳居寿险行业三甲地位，公司的经营业绩和发展态势都达到了历史

最佳水平。新华保险的价值成长带动了公司品牌价值的提升，公司已连续两年入围“福布斯全球500强”，并进入“2015胡润品牌榜”前百强。此次新华保险还以42%的品牌价值增速在BRANDZ“品牌价值增长20强”榜单中占据了宝贵的一席。

2016年，新华保险鲜明确立了“加快发展，强化自主经营”的工作主题。面对错综复杂的外部形势，公司将坚持寿险经营的“本原”，坚持以客户为中心，重点在养老保险、医疗保险、健康保险、一般寿险和意外伤害保险领域向客户提供丰富的产品，致力于提高社会大众保险保障水平。同时，致力于发展长期性(十年期及以上)期交业务，通过续期业务的稳定增长，形成整体业务的持续稳定健康发展。

“BRANDZ最具价值中国品牌100强”自2008年起发布，由世界高端品牌传播服务集团WPP旗下权威调研公司华通明略对品牌进行估值，是目前最权威和最全面的中国品牌排行榜。该项调查不仅采用了彭博社和Kantar Worldpanel的财务数据，同时结合了通过访谈收集而来的40多万名中国消费者的观点。

(新华)



太平洋保险发布2015年企业社会责任报告

审验方认为报告在完整性、实质性、回应性方面达到“优秀”水平

3月27日，中国太平洋保险发布2015年度企业社会责任报告(以下简称CSR报告)，这是该公司连续发布的第八份企业社会责任报告。报告紧密贴合公司2015年以“客户需求为导向”的战略转型成果，全面展示公司发挥保险保障功能、积极参与社会管理的各项有益实践。独立第三方挪威船级社(DNV)对报告进行了专业审验，审验结果显示，报告在完整性、实质性、回应性三项指标上达到“优秀”标准，包容性和中立性两项指标为“良好”。本次的审验结果为公司自2011年CSR报告接受独立第三方审验以来的最佳成绩。

2015年CSR报告首次采用全球报告倡议组织(GRI)发布的《可持续发展报告指南》(G4)标准进行编制，对股东、客户、员工、社会等主要利益相关方关注的重要议题，诸如创新驱动转型发展、关注客户需求、改善客户界面、提升客户体验、员工职业发展、参与社区建设、降低环境影响、应对气候变化等，不仅进行了逐一回应，而且对这些实质性议题的管理方法进行了重点披露。

报告全面呈现了公司在主业布局、经营发展、客户服务、员工成长、行业合作、社区共建、

绿色保险等众多重要领域的责任管理和实践创新：在为股东创造价值方面，公司持续推进战略转型，不断增强内生动力，组织健康全球对标进入前25%区间，并构建起多维度风险管理网络。在提升客户体验方面，公司多维度绘制客户脸谱，实现精准销售和精细服务；运用新技术形成中后台支持前端的强大生产力，推动线上线下融合发展，提升与客户的交流互动；积极聆听客户的保险需求，植入生活场景，驱动产品与服务创新。在与员工携手成长方面，先后有3000余人参与公司战略转型项目，大量员工在转型舞台上得以迅速成长。在助力社会发展方面，公司专注保险主业，在健康、农业、养老等领域的新布局已初显成效，让更多人病有所医、耕有所获、老有所养。在倡导绿色保险方面，公司着力提高防灾防损力度，创新气象指数保险，并发起多项环境友好型债权投资计划。

后续，太平洋保险还将针对不同利益相关方发布2015年CSR报告简版、客户沟通手册、员工沟通手册等，通过披露重点责任实践案例，与重点利益相关方更好地进行企业社会责任方面的沟通。

(太平洋)

平安产险捐105万元

开展儿童心理护理师资培训

辐射逾30万留守儿童

4月6日，平安产险宣布向幸福家庭公益基金捐赠105万元，组建了30多名国内知名心理学专家组成的公益导师团及300余人助教团队，在江西赣州市18个县分别举行留守儿童心理护理种子师资培训。该培训项目计划培养1800名乡村教师，覆盖1800所学校，辐射逾30万留守儿童。参与本次儿童护理种子培训的教师由教育局统一招募，每期学员100人，共接受7天的心理素质、团体及个人辅导技术、校园危机干预等方面课程，使其具备心理教育、心理辅导的实际操作技能。

平安产险董事长孙建平表示，“单纯物资捐赠的效应是有限的，本次携手幸福家庭公益基金，希望通过此次项目孕育一批能够呵护留守儿童心理健康的“种子”，在赣州、在江西乃至更广大的地区生根发芽，为更多孩子提供关怀，让他们拥有一个充满爱与光明的心灵世界”。

公开信息显示，幸福家庭公益基金(以下简称“幸福家庭”)专注为留守儿童的家长及教师提供家庭教育与心理教育的专业辅导支持，利用现代心理技术，针对家长、老师开发了多个儿童心理护理培训体系，希望通过简单可操作的体验式练习与活动，让更多家长、老师去改善留守儿童的亲情缺失与心灵孤单。幸福家庭负责人李保军介绍，2013年到2015年，幸福家庭已在广州、贵州、湖南等地

培养400名儿童心理护理种子师资，辐射近10万名留守儿童。

江西省赣州市赣县常务副县长申云、赣州市教育局局长余炜出席项目启动仪式。申云表示，希望参加培训的老师可以通过培训掌握更多儿童心理护理技能，引导留守儿童健康成长。在慈善捐赠方面，2015年平安产险与平安集团共同为韩红爱心慈善基金会“百人援贵”行动捐助200万元，为贵州贫困山区捐建2所复明中心；环境公益方面，持续推进“低碳100行动”，通过电子化减免单证减少碳排放量56395吨；在灾害救助方面，面对重大灾害，平安产险都能在第一时间驰援灾区，除快速完成理赔之外，还积极捐赠爱心物资。孙建平表示，未来平安产险将持续怀揣感恩之心回馈社会，践行社会公益、承担社会责任，携手行业伙伴、客户朋友、社会公众一起为社会做出更大的贡献。

(平安)

展示实力和形象的舞台
联系群众和客户的纽带 第146期

周口晚报
13903947963
周口保险协会
0394-6171223

(泰康)