

“平安福”升级打造 100 种疾病保障计划

日前，平安人寿宣布保障旗舰产品“平安福”迎来重磅升级，平安福(2016)健康保障计划揭开面纱，打造涵盖 100 种疾病种类的综合健康保障计划。同时，平安健康险推出“健康行·平安RUN·健行天下”(以下简称“平安RUN”)计划。据悉，持有平安福(2016)有效保单的被保险人，通过平安管家 APP 健康活动版块，即可参与平安 RUN 活动。达成约定的运动目标，平安福(2016)从第三个保单年度开始实现主险及重疾险保障额度增长 10%，同时根据运动目标的达成情况获得丰富奖励。

9月12日，“平安福升级客户体验日”在深圳盛大举办，中国平安大使胡歌亲临活动。平安集团品牌总监盛瑞生为胡歌颁发“平安福升级体验官”证书。胡歌表示，希望能借“平安RUN”活动呼吁更多公众积极运动起来，养成运动的良好习惯，“跑出”健康新生活。

一份保障 更是一份“健康契约”

此前，中国保监会主席项俊波在“十三五”保险业发展与监管专题培训班上强调，保险行业要服务国家供给侧结构性改革重大战略。保险业供给侧结构性改革要依靠创新驱动，而保险产品创新与保险服务创新则成为着力点。

平安人寿董事长兼 CEO 丁当表示，“平安福+平安 RUN”不仅是提供一份保障，更是一份健康运动的契约。此次“平安福+平安



“一路陪伴 关爱始终”

富德生命人寿第十届客服节完美收官

“一路陪伴 关爱始终”富德生命人寿第十届客服节历时两个月，于 8 月底圆满落下帷幕。

富德生命各机构根据业务发展及客户需求，围绕“健康、亲子、少儿”三大主题，开展系列的线上及线下活动，通过活动的举办让客户更加了解公司，信任公司。成为公司的忠诚客户，同时，活动还得到了当地监管、重要媒

展示实力和形象的舞台
联系群众和客户的纽带 第 168 期

**金融
保险** 周口晚报 13903947963
周口保险协会 0394-6171223

人才凝聚

经过 20 年的沉淀和发展，新华拥有了稳定的后援团队和强大的销售队伍。截至 2015 年，新华拥有约 5.6 万名内勤管理团队和约 25 万名代理人队伍，共计为 2700 万个人寿险客户和约 6.5 万名机构客户提供各类人寿保险、健康保险、人身意外伤害保险及养老保险服务。

北京分公司金爱丽团队以人力平台过 5000 人、年度新契约保费过 7.81 亿元的两项抢眼的指标，被业内誉为亚洲乃至世界“超大规模寿险营销团队”。

资产积淀

以 5 亿元注册资本起家的新华保险，开业当年资产规模达到 7.7 亿元。

4 年后，2000 年达到 100 亿元，之后以年增百亿的速度持续增长，截至 2015 年底，新华总资产达到 6600 亿元，向股东和社会交上了一份优异的答卷。

同时，新华在北京、上海、天津、山东、广东等全国各地，先后购置了 50 处自有办公职场，总面积近 20 万平方米。

品牌提升

品牌文化是推动和支持企业发展的灵魂。开业一年后的 1997 年年底，新华宣布正式实施 CI 战略，并最终选定“碧海红日”徽标作为公司的 VI(视觉识别)。

2000 年 8 月实现资本国际化后，新华搭上了国际快车，为了契合公司新战略，2002 年 9 月 6 日，公司隆重推出了“智圆行方”VI 新标志。

值得一提的是，2014 年新华首次入围福布斯世界 500 强企业，标志着公司整体实力、业务规模、市场地位、品牌影响力都迈上了一个新台阶。2016 年，新华保险同时入围福布斯和财富世界 500 强。

2015 年 6 月，世界品牌实验室《中国 500 强最具价值品牌》排行榜上显示，新华品牌价

值高达 268 亿元，位居排行榜第 88 位，公司品牌价值涨幅居金融业前列。三、改革篇

追溯新华过往的足迹，改革基因和创新灵魂早已被深深地植入，公司创造出的五个极富时代烙印的“中国第一”，经过岁月沉淀后依然熠熠生辉：

中国第一批股份制寿险公司

在国内保险市场不断开放的过程中，一批新华先行者适时把握了机会。面对金融改革与开放、市场竞争与合作的风口，新华在不到半年的时间迅速牵手 15 家大型国企和股份制企业，融资 5 个亿，于 1996 年 9 月正式成立了新华保险股份有限公司，成为改革开放后中国第一批真正意义上的股份制、专业化寿险公司。

中国第一批民营控股寿险公司

1998 年受东南亚金融危机和国内需求不足的影响，让很多企业陷入艰难困境。新华彼时也经受着资金和业务的双重压力，股本改革势在必行。作为中国证监会批准上市的第一批民营企业——东方集团，适时注资助推新华发展，新华保险也成为中国第一批民营资本控股的保险公司。

中国第一批引入外资寿险公司

2000 年，壮大资本实力、提高经营管理水平的迫切感，促使新华加快股本结构的改革步伐。

同年 2 月，新华将盈余公积 1.008 亿元转增股本，转增后公司总股本增至 6.008 亿元。同年 12 月，苏黎世保险公司、国际金融公司(IFS)、日本明治生命保险公司和荷兰金融发展公司(FMO)四家外资机构参与增资扩股，公司总股本增至 12 亿元，实现资本国际化，新华

1998 年，受东南亚金融危机和国内需求不足的影响，公司决策层及时调整经营理念，创新销售模式，启动“蓝色 98”新产品开发工程，先后推出 20 余个新险种，首度拉开新华特有的产品创新帷幕。

1999 年 6 月 10 日，中国人民银行宣布第七次降息；同时，保监会将寿险产品预定利率调整到年复利 2.5% 的水平。



将客户利益置于首位 吉祥人寿理赔更快一步

2016 年 9 月 2 日上午，在周口中心支公司的早会上，代理人朱女士现场送上一面写有“理赔快捷、服务一流”的锦旗，感谢公司人性化的关怀，也感谢理赔人员的热情服务。

2016 年初，周口中心支公司处在筹备期，朱女士作为一非同业人员，带着对寿险的热爱，加盟了吉祥人寿，被聘任为营业部经理。2016 年 4 月下旬，朱女士突感身体不适，于是前往医院检查，被诊断为左乳乳腺癌，需进行手术治疗。接到朱女士的报案后，河南分公司理赔人员积极主动帮助办理索赔手续，将理赔工作前置处理，在总、分公司密切配合下，

朱女士在提交完理赔资料的第二天，公司便将 1.96 万元理赔款转入朱女士指定的账户。

“没想到公司为代理人提供这么好的保险保障，有这么好的服务和资源保障支持，更让自己坚定了做好业务的信心，在吉祥成就梦想！”朱女士感动地说。

自开业以来，河南分公司理赔工作始终坚持以客户需求为导向，将客户利益置于首位，不仅为客户提供主动、贴心、快捷、真诚的保险服务，赢得了客户的信赖和赞誉。

(吉祥)



好车主·好声音 紧急遇险，“自助理赔”解决客户大麻烦

作为一名车主，

“急上加急”的事，

莫过于紧急时刻遇车险，

这个时候，

平安好车主 APP 的“会自拍就会理赔”，

就能解决大麻烦，

自助+快速，安心迎接新生命。

安徽产险的一位客户凌晨驾车送突然临产的妻子去医院时，不慎碰到小区内另一停放车辆。安徽产险查勘员了解案情紧急后果断决定代为处理，让客户先拍照后，立即送妻子去医院。数小时后客户妻子生产，母子平安。

随后，查勘员去医院探视客户，并告知客户使用平安好车主 APP 可以无需现场等待、轻松自助理赔。于是客户上传了之前的拍照图片至平安好车主 APP，赔付款随即支付到账！

客户夫妇连声感叹平安的好服务和快捷理赔，查勘员还与刚出生的宝宝合影，祝福平安！

自助功能，让出差族方便放心。

8 月 18 日晚，山东省德州市区暴雨后，路上大量积水。清晨 5 点半左右，车主杜先生急着出差，开车行驶至湖滨大道与天衢西

路交汇处时，由于积水过深，杜先生熄火后报案并等待救援。查勘员推荐客户下载平安好车主 APP，并尽快赶到现场，协助客户进行施救。

杜先生使用自助理赔功能，赔付款快速到账，并表示自己经常出差，保单不能随身携带，有了好车主可以时刻关注自己的车辆保险情况、理赔进度，还可以随时查违章，非常方便。

杜先生对查勘员的服务态度提出表扬，同时为平安好车主 APP 的贴心功能频频点赞！

自助理赔一天结案，进度可查！

近日频降大暴雨的广东番禺南沙，不少车主的车辆也遭了殃，多台车辆水淹或被倒塌物压坏。

客服人员和查勘人员接到报案后指导客户下载平安好车主 APP，通过“自助理赔”功能拍照上传报案，线上办理理赔事宜，并可查询理赔进度，后续还可以跟进更换配件定价等内容，理赔流程公开、透明。

使用好车主 APP 报案的客户均在一天内结案，高效的结案速度，获得客户的一致好评！

(洪涛)



弹指一挥二十年 ——新华保险发展回顾

成为中国第一批引入外资的保险公司。

中国第一家中央汇金控股寿险公司

在股权转让的过程中，中央汇金公司的人主，让新华保险再次迎来经营层面的重大利好。

2009 年 11 月，新华股东大会审议通过了汇金以 40 亿的价格购入其 38.815% 的股权。至此，中央汇金正式入主新华，在国字号投资大佬的推动下，公司发展步入快车道。新华也成为中国第一家中央汇金控股的寿险公司。

中国第一批 A+H 同步上市的寿险公司

延续之前的发展态势，面对保险行业发展蕴育着第二个黄金十年的到来，新华开始酝酿境内外的上市之旅。

从“朝辞白帝彩云间”到“轻舟已过万重山”，新华紧抓关键节点，横扫一路障碍，在 2010 年 11 月增资扩股 140 亿后，2011 年 12 月 15 日和 16 日，相继在香港联合交易所和上海证券交易所同步上市，成为中国第一批 A+H 同步上市的人寿保险公司。四、创新篇 创新是引领发展的第一动力。新华保险 20 年风雨兼程，无不是在探索中前行，在创新中发展。

五大机制改革

1998 年，受东南亚金融危机和国内需求不足的影响，公司决策层及时调整经营理念，创新销售模式，启动“蓝色 98”新产品开发工程，先后推出 20 余个新险种，首度拉开新华特有的产品创新帷幕。

1999 年 6 月 10 日，中国人民银行宣布第七次降息；同时，保监会将寿险产品预定利率调整到年复利 2.5% 的水平。

面对复杂经营环境，新华保险提出了“改

革、发展、创新”的经营理念，核心内容包括决策、竞争、用人、激励、监督五个机制改革，目标就是构建更加科学的管理体系。

引入国际战略规划模型

2001 年，中国如期拿到 WTO 的入场券。随之，行业竞争更深更广，经营主体增速加快，竞争水平不断提升，综合竞争能力和可持续发展能力成为决定竞争的关键因素。

从 2000 年大连首次高层战略研讨会提出，到 2001 年 11 月昆明高层战略研讨会讨论通过，新华引进国外保险企业成熟的战略管理模型，结合中国保险业和新华自身发展实际进行本土的融合和创新，形成了具有新华特色的战略管理模型，清晰地提出了公司未来五年战略发展目标。

产品创新引领客户需求

伴随新华战略创新，产品创新如约而至：2001 年，新华在国内率先推出分红型健康产品“健乐增额终身重大疾病保险”在市场上大放异彩，“保额分红”以其独具特色的分红方式赢得广大客户信赖和欢迎。

2014 年，面对费率市场化改革的机遇，新华成为“第一个吃螃蟹的人”，在业内率先推出费改产品—惠福宝两全保险，后续在个险和银代渠道推出的各种健康险产品、年金型产品的销售成绩也非常理想，成为公司保费的重要支柱。

费率市场化产品不仅让客户得到了实惠，也使新华保险的产品结构持续优化，个险和服务经营渠道健康险保费较上年大幅度增长，拉动两渠道传统险占比达到一半以上，银代渠道五年及以上期交保费占比也增长了 7 个百分点。

以客户为中心的战略导向

奔驰在发展的快速通道，新华更需要旗帜的引领，而“以客户为中心”的新华经营理念便是引领发展的旗帜，公司在更高境界、更广领域、更深层次，创新销售展业模式和客户基础平台，精心构筑着新华“大服务”平台，与广大的衣食父母心手相印，携手同行。

(二)