

中国平安荣膺 Brand Finance 全球保险第一品牌

日前，英国品牌咨询公司 Brand Finance 发布了“2017 年度全球最具价值品牌 500 强排行榜”，中国平安凭借 163.24 亿美元的品牌价值位列榜单第 79 名，荣膺全球保险品牌第一位，名次较上一年提升了 13 位，品牌价值较上一年提升了 29%。榜单显示，在前 100 强企业中，仅有两家保险企业——中国平安和德国安联保险跻身其中，德国安联保险位列榜单的第 85 名。

榜单显示，在过去一年，科技类企业的品牌价值上升幅度较大，前 10 强大多为科技企业。除了谷歌、苹果及亚马逊等前三甲之外，还有微软、三星、Facebook 等企业位居前 10。Brand Finance 是世界知名的品牌价值及战略咨询公司，每年都会评估全球数千个知名品牌，并在年度“Brand Finance 全球 500 强”报告中列出最具价值的品牌。在今年的评选中，Brand Finance 公司是以“一家公司愿意就像未曾拥有其品牌一样为之付出”为计算值量，评

(张凉草)



四项大奖见证泰康品牌实力

近日，第十一届亚洲品牌盛典传来佳讯：泰康保险集团董事长兼 CEO 陈东升作为唯一一位中国获奖者，荣获“亚洲品牌年度创新人物”称号，泰康保险集团入围“2016 中国品牌 500 强”，并摘得“亚洲最具投资价值品牌”，泰康保险集团品牌传播部总经理郑燕获评“亚洲品牌管理优秀人物”。亚洲品牌盛典被称为亚洲品牌的“奥斯卡”，此次摘得四项大奖，凸显了泰康 20 年品牌价值厚积薄发的成就，也意味着中国保险品牌在亚洲地区的崛起。

亚洲品牌盛典由中国亚洲经济发展协会等单位主办，已成功举办十届，是诠释亚洲品牌价值、交流亚洲品牌理念、塑造亚洲品牌形象的最佳平台，也是亚洲品牌走向世界的重要桥梁。亚洲品牌盛典不以常规的资产评价方法对品牌经济价值进行评价，而是创造性地采用收益法和市场法相结合的方法进行评价，其研发的“大牌价——品牌价值评价体系”获取 6 项知识产权。在该体系下，品牌价值是品牌收益价值和品牌发展潜力的总和。品牌强度是品牌价值评价中的评价指数，由企业信誉度、创新引领性、品牌领导力等 8 个一级指标、22 个二级指标构成。

经亚洲品牌数据中心采集，组委会推荐，亚洲品牌研究院、ABAS 专家委员会审定，陈东升凭借率领泰康保险集团倡导和践行“活力养老、高端医疗、卓越理财、终极关怀”四位一体商业模式，引领保险行业发展，创新中国老龄问题解决方案，改变中国老人价值观和生活方式，获得“亚洲品牌年度创新人物”荣誉称号，成为获得该荣誉的唯一中国区得主。近年来，

(泰康)

新华保险启动
马来西亚旅游船只失联事故应急响应

据中国驻马来西亚哥打基纳巴卢总领事馆 1 月 29 日证实，一艘从该市驶往沙巴环滩岛的船只 28 日在途中失联。

事故发生后，新华保险高度重视，并启动应急响应。第一时间成立以公司领导为主的应急小组，指导部署相关工作的开展。新华保险积极保持对事态的高度关注，确保为客户提供第一时间的服务。

同时，紧急启动五大应急服务举措，为现场保险理赔、紧急救援提供便利：

1. 开通理赔快速服务通道

及时启动理赔应急机制，各环节优先进行重大突发事件理赔服务，同时 24 小时开通客

展示实力和形象的舞台
联系群众和客户的纽带 第 185 期

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



富德生命推出“在家理赔”微信支付服务

在互联网金融浪潮席卷之下，互联网保险近年也获得迅猛发展。互联网技术的蓬勃发展，也给用户带来了更好的服务体验。

近日，富德生命针对一款少儿手足口病保险提供“在家理赔”微信支付服务，用户登陆富德生命人寿官方微信，就能在线实时进行理赔申请，无需提供银行卡号，理赔款直接到用户微信零钱账户，足不出户享受“在家理赔”体验，改观理赔难的现状。

富德生命一直致力于开发、设计满足用户需求的保险产品，本次在微信平台推出的少儿手足口病保险，应用互联网技术将产品宣传、投保、支付、理赔的用户体验都做到极致，力求给用户带来“更实用、更便捷、更实惠、更安心”的互联网保险体验。

一提到理赔，人们大多都会想到麻烦，填写各种申请单、携带各种资料单据、工作日亲自到保险公司柜面办理等等遭到无数用户的吐槽。长久以来，理赔难也成为了很多人“需要保险却不买保险”的一个重要原

新华保险董事长兼 CEO 万峰：
坚持稳中求进

新华保险董事长兼 CEO 万峰在日前召开的 2017 年度工作会议上，基于对新形势的认识，确定了新华保险“坚持稳中求进、深化转型发展”为“十三五”时期公司发展的总体基调。在全面部署 2017 年重点工作时，万峰强调，一是要努力超额完成业务计划；二是要深入推进建立管理体系；三是要大力夯实队伍基础；四是要完善自主经营；五是要加强子公司管理；六是要提高风险防范能力；七是要稳步推进企业文化建设。

万峰在发表题为《坚持稳中求进 深化转型发展 为实现十三五规划目标打好攻坚战》讲话中表示，稳中求进是公司“十三五”时期的总体基调，着眼于“稳”，实现总规模正增长，保持政策导向稳定，保持现金流稳定，确保不出现系统性风险；发力于“进”，继续优化保费结构、年期结构、产品结构、费用结构和利润结构，加速价值成长，实现业务增长。他表示，转型发展是公司“十三五”时期的总体战略，2017 年要坚持问题导向，发现问题、剖析问题、解决问题，将转型发展推向纵深；发扬“钉子”精神，把每一颗钉子钉实钉牢，一点一点地把美好蓝图变为现实。

在回顾 2016 年的工作时，万峰总结了“五个方面”的成绩。一是转型发展迈出关键步伐；二是自主经营体系初步建立；三是创新发展取得良好成效；四是司庆活动效果超出预期；五是风险防范守住了安全底线。

同时，万峰还着重谈了三点体会。一是方向正确，才能赢得主动。2016 年，公司主打

平安财富宝跨界合作电影《西游·伏妖篇》
创新“金融+娱乐”新玩法

日前，平安集团旗下高端财富管理平台平安财富宝正式牵手 2017 年新春贺岁电影《西游·伏妖篇》，以“寻财富真金”为主题，平安财富宝将推出新手专享产品，用户申请新手专享产品就可以免费抽取《西游·伏妖篇》的电影券。针对新老客户，平安财富宝还额外推出了“春节加赏 3%”的活动，加赏后活期理财服务计划“活期盈”的预期年化收益率超过 7%，这是平安财富宝在“金融+娱乐”上的新尝试。

在为用户提供更多赚钱新玩法、提升资产财富的同时，平安财富宝特意为粉丝设置了征集粉丝心语、西游漫画创作、制作视频致敬心中西游经典等丰富多彩的线上活动，让金融消费变得更有趣。接下来，平安财富宝将在 22 个城市邀请粉丝免费观影，年后还将在深圳带给粉丝们与《西游·伏妖篇》众主创面对面交流的机会。

平安财富宝此次选择与《西游·伏妖篇》合作，一是看好“西游”IP 的价值，《西游·伏妖篇》是《西游·降魔篇》的续集，后者在 2013 年曾创下超过 12 亿的高票房纪录，“西游”IP 深受大众喜爱，影片极具市场影响力；另一方面，影片的受众与平安财富宝的活跃用户高度匹配，70、80 后伴随着周星驰与徐克的

因。富德生命此次针对少儿手足口病保险推出“在家理赔”微信支付服务直指理赔“痛点”，强化理赔申请的方便、快捷和良好体验。

用户进入富德生命人寿官方微信后，点击“我要理赔”，仅需要拍照上传疾病资料并接收手机验证码，即可申请理赔，审核通过后，理赔款通过微信支付到用户的微信零钱账户，大大缩小了办理理赔的时间和花费的精力，切身感受到“在家理赔”的便利。同时，可通过微信随时可以查询理赔进度。最终的理赔结果通过微信、短信和邮件三种方式推送，真正实现理赔“心中有数”。

“在家理赔”微信支付服务目前在少儿手足口病保险进行试点，得到了客户的高度认可。富德生命将结合先进的互联网技术不断进行流程优化，未来让更多的产品实现线上理赔，在给用户提供创新实用产品的同时提供更优质的服务。

(生命)

深化转型发展

保障型产品，大力推动健康保险和医疗保险，积极拓展政策性民生保障业务，努力践行“保险姓保”理念，发挥保险的独特优势，对下一步发展拥有了更大的主动权，应对更为从容。二是思想统一，才能行动一致。在新一届领导班子带领下，全系统上下坚决落实总公司的决策部署，扎实推进各项工作，取得了超出预期的转型成效。三是坚持不懈，才有丰厚回报。随着转型成绩单的陆续发布，多项行业领先优势引发了市场关注，即健康产品领先市场、业务结构领先市场、销售能力高于同业、新政压力小于同业。目前，凭借领先行业转型发展优势，新华保险正在收获越来越多的来自社会各界的认可和赞誉。

在谈及公司未来 5 年的基本战略时，万峰表示，“主要任务是实现‘做强’”。为实现这一任务目标，新华保险在“十三五”时期将分为两步走：2016 年至 2017 年为转型期，这一时期的主要任务是调整业务结构，改善发展基础；2018 年至 2020 年为发展期，这一时期的主要任务是形成新的发展态势。他还强调：“2016 年公司以转型发展和自主经营体系建设为突破口，实现了良好开端。2017 年，公司要继续深化转型发展，全面实现第一阶段的任务目标，这是历史赋予我们这一届班子和整个新华团队的使命。如果 2017 年不能全面实现既定转型目标，那么 2018 年进入战略发展期就是一纸空谈。我们别无选择，必须迎难而上。”

(新华)

电影而成长，这两类群体在平安财富宝的用户构成占比超过六成。

值得一提的是，平安财富宝已与《魔兽》、《微微一笑很倾城》、《长城》等多部热门电影合作，曝光量过亿，在提升品牌知名度及拉动获客上效果显著。平安财富宝此次牵手《西游·伏妖篇》开展跨界合作，将带来更多元的跨界合作模式和营销新玩法。

平安财富宝总经理贾敏表示，“平安财富宝愿意选择品牌相当、业务有差异化的平台或渠道进行跨界合作，做一些优势互补的联合营销。除了为用户提供好的理财产品以外，也致力于给用户创造新鲜有趣的客户体验。未来，平安财富宝会继续在跨界合作上做更多创新尝试。”

平安财富宝是平安集团旗下定位为高端用户的私人财富管理平台，平台围绕“有钱、有品、有安全”的品牌理念，满足高端客户对互联网金融和私人财富管理的综合需求，该平台也是平安集团布局移动端、专攻高端人群的重要切入点。

截至 2016 年 12 月底，平安财富宝的注册用户数已突破 600 万，交易用户数近 100 万，通过平台达成的人均投资资产在 35 万左右。

(平安)

(新华)