



泰康人寿再次摘得亚洲品牌界年度“奥斯卡”三项大奖

9 月 8 日~9 日，第十届亚洲品牌盛典在澳门隆重举行。作为亚洲品牌界的年度“奥斯卡”，在与来自中日韩印等亚洲著名企业的品牌角逐中，泰康人寿荣登“2015 亚洲品牌 500 强第 236 位”，排名上升 12 位，并获评“中国（行业）品牌十大创新企业”。泰康人寿董事长兼 CEO 陈东升与中国华融资产管理股份有限公司董事长赖小民、中国华信能源有限公司董事局主席叶简明、香港恒基兆业地产有限公司主席李兆基、远东控股集团有限公司董事局主席蒋锡培等 9 位优秀企业家并列“亚洲品牌十大杰出领袖”。

本届盛典由亚洲品牌协会、亚洲电视、人民日报《环球时报》社、国家发展改革委中国经济导报社、经济日报中国经济信息杂志社和澳门文化传媒联合会共同主办，

CCTV《品牌故事》、亚太卫视、澳门商报、香港中小企业发展促进会、印度工业协会、澳门有线电视联合主办。美通社、新华社、中国网等百余家权威媒体将全程跟踪报道。

据悉，2015 年的“亚洲品牌 500 强”测评工作由亚洲品牌研究院院长周君，协会副主席、国家发改委综合改革司原司长孔泾源，国务院国资委研究中心原主任李保民博士，中国人民大学商学院教授、博士生导师王亚星带领的测评小组负责实施，从市场表现、发展潜力、质量水平和效益水平四个方面对亚洲的强势企业进行全面性评测打分，泰康人寿连续入选亚洲品牌 500 强，并荣获企业和个人两项大奖，源于成立 19 年来，在陈东升董事长的带领下，泰康人寿在公司经营、创新实践以及品牌发展上所做出的不懈努力。（张岩）



平安产险周口中支开展客户体验活动

近日，平安产险周口中支为了提升客户服务体验，携手威佳大众 4S 店共邀客户赴商城金刚台峡谷参加漂流活动。

活动前一天，工作人员就为客户准备好了面包和毛巾等用品，一切为客户考虑得十分周到。漂流现场，大家热情洋溢，通过惊险刺激的漂流，尽情释放自我。此次活动，不仅促进了公司与威佳 4S 店进一步的合作，而

且也拉近了公司与客户之间的关系，进一步提升了平安产险的品牌影响力和客户满意度。

专业的引导、贴心的服务，获得客户一致好评，更使平安的服务深入人心。提升客户服务体验，创造良好业绩，周口中支在行动。

（洪涛）



“太平洋保险在线商城”平台访问总量突破 1.7 亿次

日前，“太平洋保险在线商城”平台访问总量突破 1.7 亿次。在“互联网+”发展背景下，保险业竞争已扩展到保险+互联网领域。太平洋保险以客户需求为导向，于 2012 年 8 月上线“太平洋保险在线商城”网站。三年来，太平洋在线公司专注于建设全面覆盖主流接触点的集团互联网保险服务平台，集成各子公司互联网保险成果，形成互联网保险服务再创新的平台，实现平台全覆盖、多功能。

截至 8 月底，“太平洋保险在线商城”在线服务人次近 1400 万，会员注册总量 640 万。其中，PC 端已开通 103 项用户使用需求较大的保险在线服务功能，提供近 50 个广受用户喜爱的保险产品在线上全流程销售。移动端（包括触屏网站、微信端、

手机 APP）已开通 21 项服务功能，提供线上销售产品近 20 个。目前，“太平洋保险在线商城”在 alexa 国内站点排名 1126 位，较 2014 年同期提升 768 名，全站月浏览人数近千万。

在成立三周年之际，在线商城围绕客户多元化的保险和生活需求，针对线上客户推出“3 生有幸抽到你”主题活动。本次活动全面覆盖 PC、触屏、微信、E 保通等主流接触点，内容包括产品销售、在线服务和会员管理。活动进一步扩大了在线商城作为太平洋保险集团互联网保险服务平台的影响力，实现互联网保险服务的再创新。

（王允）

警惕观察期内出险

案例回放

客户孟某于 2014 年 10 月 14 日新增新华人寿附加险：医疗保险（2007），10 月 20 日其因支气管炎入院治疗，并申请理赔。由于出险时间在保单生效 60 天内，为观察期患病，此案拒付。

患病所发生的费用，保险公司不予赔付。一般为 30 天、60 天及 120 天。

亲爱的业务伙伴们：在投保时，请一定要提醒投保人和被保险人，若在观察期内出险，我司不予赔付。

（新华 E 保通）

条款规定

据条款 717 规定：被保险人因意外伤害或于本合同生效之日起 60 日后发生疾病并因住院治疗所发生的合理医疗费用，我公司承担保险责任。

小贴士

观察期：指在医疗保险等健康险中，被保险人在首次投保时，从合同生效日算起的一段时间内，被保险人



保险业连续十年保持两位数增长

日前，在“十三五时期保险业发展与改革研讨会暨北京保险研究院成立一周年纪念会”上，国务院发展研究中心金融研究所所长张承惠发言时表示，我国保险业连续十年增速超过两位数，“保险业的黄金时代正在到来”。

张承惠也坦言，保险的产品和服务还不尽如人意，保险深度和保险的密度和保险的广度需进一步提升。她说：“我曾经在有一些会上问到会懂金融的专家，包括

保险业的同志，你们自己买不买保险？当时很多人没有回答说我买保险，未来的保险业目标就是让像我们保险业内人士和金融专家等专业人士都能买保险。”只有保险业的信用程度提高，保险业产品更加多样化，更加符合消费者的需求，保险的服务要更优，保险的风险管控能力更强，才能更有吸引力。

（蒯丽爽）

保险观察

农业保险保费返还乱象待治理

为了吸引农户投保，某些保险公司使出了“保费返还”的招数，答应给投保农户 1 倍甚至 2 倍的保费返还。有灾害发生，“返还”能以灾损赔偿甚至通融赔付的方式来“兑现”；如果没有灾害发生，就只能编造假赔案来给投保农户返还了。“保费返还”，返的是自交保费，看似给了农民好处，其实保险公司还是有利可图。因为各级财政给农民的保险费补贴落到了保险公司手里。

分散农户的保费难收是一个不可回避的事实。但保费难收只是表面现象，“保费返还”问题的蔓延，并不完全是因为“保费难收”的必然后果，究其原因，主要是：

第一，小农户经营农业生产的决策目标与国家农业发展的决策目标不一致。对于大部分小农户而言，特别是东部地区的农户而言，其家庭主要收入是来自非农产业，经营

农业的收成对其家庭收入的影响不大。因此，他们对农业经营的兴趣不高，有的甚至放弃耕作。从自身经济利益的角度来衡量，农业保险对他们可有可无，自然也就对农业风险管理不那么重视。而国家需要通过农业现代化带来农业的可持续发展，作为必不可少的风险管理手段，农业保险能为国家的农业发展战略提供风险保障。

第二，部分保险公司经营农业保险的决策目标与政府在农业保险发展上采取“市场运作”的原则和愿望不一致。政府意愿通过

财政补贴保费的方式减轻农民保费负担，增加对农业保险的有效需求，支持农业保险的发展，而保险公司主要是冲着保费规模和利润目标的来，为了能淘到这桶金，甚至不惜违法违规操作。

第三，对于分散而又缺乏投保愿望的农户来说，说服他们支付部分保费，需要做大量的工作，花费较多成本。财政补贴部分农业保险费，目的是鼓励农户投保，但这种政策如果产生了错误的激励方向，违背了制定这项政策的本意，就需要重新审视和评估政策的效应。

其实，“保费返还”的乱象不是无药可治。据笔者调查，至少可从以下方面来着手：

首先，经营农险的保险公司，需要有正确的指导思想。政府支持项目虽然不会让参与经营的保险公司承担过高的经营风险，不会轻易让保险公司破产，但不可能给其巨大的利润空间。

政府财政可以调整农业补贴的结构，适当增加中央和省级财政对农业保险费的补贴力度，还可以在农业补贴范围内，允许从农业其他补贴款（如“三项补贴”）中扣缴应该由农民承担的那部分农业保险费，简化缴费

程序。

其次，通过创新来解决小农户投保积极性不高的问题。就笔者了解，有的公司通过创新产品或者创新保险服务的方式，为农民提供了“附加值”较高的产品和服务，调动了农民的投保积极性。可以开发其他帮助农户缴纳保险费的渠道，例如有的农业龙头企业或者涉农企业，愿意为农民支付保险费，可尝试在征得农民同意的条件下，实现农民零缴费投保。当然，在这种情况下，发生灾害损失，赔款只能由被保险农户请求和享有，就是说赔款与代缴保费的企业无关。

在有条件的地区，可以借鉴美国的有益经验，发展类似美国“CAT”（农业巨灾风险保险）险种，对于规模很小又缺乏投保积极性的农户，提供较低保障的农险产品，绝大部分保费或者全部由政府负担，农民只交小部分或者不交保险费。

最后、经营农业保险的公司要加强自律，监管部门也要加大追究责任力度，严格对农业保险中的“保费返还”乱象进行治理和惩处。只要发现搞“保费返还”或者通过假保险合同套取财政补贴的保险机构，不仅要按照法律法规严惩当事公司的省地县级负责人和为人，甚至追究总公司的责任，对于一再严重违规的公司，不妨考虑停办该县以至该省的业务，若干年内不许进入该地农业保险市场。

（虞国柱）

展示实力和形象的舞台
联系群众和客户的纽带 第 119 期

金融
保险

周口晚报
13903947963
周口保险协会
0394—6171223