



更多精彩内容
请登录本报新媒体平台
或拨打热线互动 爆料
0551-65179666

保险周刊

广而告之 15

三大保险巨头今年累计投入逾10.2万亿元支持实体经济及服务国家战略

本报讯 截至10月17日，中国人寿(601628) (SH601628, 股价31.72元, 总市值8892亿元)、中国人保(601319) (SH601319, 股价5.21元, 总市值2308亿元)、中国平安(601318) (SH601318, 股价42.10元, 总市值

7674亿元)先后发布了关于服务实体经济与民生保障的公告。据统计,2022年,三家上市险企累计投入逾10.2万亿元支持实体经济发展和服务国家战略。

在提供风险保障方面,截至9月30日,中国人寿在全

国承办200多个大病保险项目,覆盖近3.5亿人。中国人保累计保额超1400万亿元,今年前三季度赔付支出2570亿元,日均赔付约9.4亿元。中国平安十年间理赔金额达15068亿元。

■行业来风

新华前三季度原保费收入约1378亿

本报讯(夏盛)10月19日,新华人寿保险股份有限公司公告称,公司于2022年1月1日至2022年9月30日期间累计原保险保费收入为1377.92亿元,上述原保险保费收入数据未经审计。

泰康人寿推出财富“全家福”

本报讯(戴瑞芳)在2023年即将来临之际,泰康人寿推出财富管理“全家福”系列保险产品计划,为国民提供保障,且兼具安全性、灵活性、收益性的家庭财富管理工具。

在充满不确定的当下,确定性是人们对保障和财富管理最重要的需求。作为今年开门红的主力产品,泰康惠赢人生(爱家版)年金保险产品计划可为客户提供一生确定的现金流,0~70岁均可投保,投保后第6年至被保险人64岁,每年给付生存金,65岁开始每年给付养老金,直至105岁,有效帮助客户完成全生命周期的财富规划。(注:分红取决于公司的实际经营情况,是不确定的)

中荷安徽开展“新市民”金融宣传

本报讯(王鹏)随着我国工业化、城镇化和农业现代化进程的深入推进,新市民群体逐渐走进大众视野,成为了我国经济社会发展的重要力量。新市民群体是同样具有强烈金融服务需求的群体,做好新市民金融服务已经成为发展普惠金融、满足人民对美好生活向往、促进全体人民共同富裕的必要举措。

为提高新市民金融服务可得性和便利性,做好“新市民群体金融服务”,深入推进服务新市民工作开展。近期,中荷人寿安徽省分公司在全辖范围内开展新市民金融服务系列宣传活动。

工银安盛进社区普宣诈骗防范

本报讯(张书敏)你下载防范电信网络诈骗APP了吗?工银安盛人寿响应监管部门号召,在2022走进社区为更多的民众宣传金融知识普及教育,增强消费者风险防范意识防止更多的人上当受骗。

工银安盛人寿除在官网、官微等平台推送“以案说险”“消费风险提示”等金融知识普及推文外还联合股东中国工商银行宣传普及金融知识。知识点包括:金融消费者权益、银行、保险、反洗钱、防范非法集资、防范电信网络诈骗个人信息安全等金融基础知识。这次的活动获得了6万多人的关注参加。

平安人寿安徽发数字藏品投资风险提示

本报讯(张月)“对数字资产的研究十分重要,需要对市场运作和行情有一定的深入了解,有效避免被收割。”近日,平安人寿安徽分公司提醒广大消费者:关于数字资产的投资要谨慎,避免陷阱。

近期,发现存在不法分子称其公司将翡翠做成了“区块链数字货币”形式,在平台上购买一块翡翠,即可获赠等额的“数字翡翠货币”,该“货币”将来可以在他们的平台上自由交换获利。翡翠的价格不仅比该品牌官方店的价格更低,而且三年后可以原价退还。除此之外,购买翡翠者通过推荐朋友购买,还可以获得相应的“数字翡翠货币”作为返佣奖励,每月获得稳定的收益。同时,不法分子还结合了“公司即将IPO”“已通过正品鉴定”等话术欺骗投资人。等投资者购买产品后,不法分子吸收了一定资金便立刻卷款跑路、人去楼空。平安人寿安徽分公司提醒:在繁荣迷人的数字资产的交易背后,野蛮生长催生了行业乱象。



江淮小保保



安徽
保险

主办 安徽省保险行业协会 安徽商报

加油站卖保险 露营活动搞增员 我省寿险业增员进行“场景突围”

本报讯(蔡圣发 王青青)近日,中石化易捷的特色保险服务“易起保”在易捷加油APP上线,该线上保险商城提供私家车险、营运车险、健康险、家财险等多种保险产品。与线上保险同步铺开的是,中石化易捷将遍布全国的线下加油站便利店和员工转化为保险产品营销力量,对原有员工进行专业保险知识培训,已有近1万员工成为了保险代理人。

不仅仅是加油站成为保险业的渠道,而露营基地等则成为了寿险业增员的新战场。这个双休日,在合肥蜀峰湾体育公园,草地上不少露营帐篷,而更多的保险人则参与其中,将这种活动类型与“增员”结合。寿险业增员正在尝试如短途郊区爬山、精致露营,海边家庭Party以及城市飞盘比赛等新的“场景突围”。

众所周知,最后一个季度是寿险业的收官和开门之战。一边是2022年各项业绩的收官之战,另外也是谋划2023年开门红的“增员”之战。在寿险业这两年外勤代理人员急剧下降的因素下,寿险业的个险负增长几乎成为行业之痛。

纵观近年来保险传统销售力量经历了“疯狂增长”和“泡沫破灭”的大起大落:2015年保险从业人员资格考试取消,代理人数量从2015年的471万飙升至2019年的973万。随着近两年市场保险需求减弱,监管机构

对职业规范严格的背景下,保险代理人数量迅速减少。截至2021年已回落至2016年水平,约为642万人。

怎样有效解决增员问题,也成为各家寿险公司个险的“头等大事”。

能不能在各种场景交换中将寿险业增员进行到底?事实上,这种答案已经有公司通过实践精准做了回答。如2019年,某家人寿保险就为在上海举办的WFDF2019年亚洲大洋洲飞盘锦标赛,提供了赛事保险保障服务。而今年7月,另外一家人寿公司推出了“MOVE家庭露营季”,活动内容包含KOL直播,短途郊区爬山、精致露营,海边家庭Party以及城市飞盘比赛。根据其公众号披露的信息显示,至8月初,已在上海、南京、成都、无锡、绵阳等城市完成656场活动,参与人次达6600余人,周末日均活动达70场。事实上,近两年不乏有保险公司参与飞盘、城市骑行、精致露营等大热的城市休闲运动。

安徽财经的大学保险系主任李加明教授分析,寿险业正在遭遇“人头”增员的烦恼,而通过场景切换,比如切入一些娱乐类项目,如掼蛋游戏等,将营销增员切入到一些市民的生活场景中,既宣传了保险,可能也能增加市民的保险从业认同度,当然这需要寿险公司加强“策划”能力,形成爆款点。

安徽保险业高赔付车型交强险承保服务承诺书

为督促行业严格落实《机动车交通事故责任强制保险条例》,提升高赔付车型交强险承保服务效率,切实维护消费者合法权益,安徽省保险行业协会联合在皖经营“交强险”的30家财产险公司做出如下承诺:

- 一、依据《机动车交通事故责任强制保险条例》开展交强险承保工作。
- 二、不得以任何理由拒绝、变相拒绝或拖延承保交强险。
- 三、在合理审批时限内承保交强险,不针对性设置额

外要求或繁琐程序拖延承保。

四、不得以任何形式强制搭售、变相搭售其他保险产品或提出附加其他条件的要求。

五、严格按照《机动车交通事故责任强制保险费率方案》(2008版)以及《中国银保监会关于调整交强险责任限额和费率浮动系数的公告》(2020年9月19日实施)文件要求计算交强险保费。

六、如遇客户投保咨询,一次性告知客户投保所需资料。

安徽省保险行业协会关于从未指定或授权任何单位和个人开展保险行业相关培训的声明

近期,安徽省保险行业协会接到反映称,个别社会培训机构和个人以协会名义进行保险销售从业人员相关培训宣传,造成不良影响。在此,安徽省保险行业协会严正声明:

- 一、我协会面向会员单位举办的各类培训均为免费培训,不存在收费行为。
- 二、我协会从未强制指定或授权任何机构以“安徽省保险行业协会”名义发布培训相关通知或信息。对于社会培训机构以盈利为目的举办的各类线上线下培训,各会员单位自愿参加、自主报名。
- 三、我协会举办的各类培训活动,均以正式函件形式向各会员单位印发通知。如各会员单位遇到我协会会员私自对接培训需求或私自在社会培训机构兼职相关培训讲师等情况,请及时向我协会举报,一经查实,我协会将严肃处理。

四、根据《社会团体登记管理条例》相关规定,安徽省保险中介行业协会经业务主管单位及登记管理机关审核同意,已于2022年2月23日注销,其相关职能并入安徽省保险行业协会,请各会员单位及保险从业人员提高警惕,谨防各类培训机构或个人以“安徽省保险行业协会”或“安徽省保险中介行业协会”名义开展各类商业活动。

五、对冒用我协会名义开展各类培训等商业活动,损害我协会形象和声誉的行为,请各会员单位积极举报,我协会保留追究其法律责任的权利。

六、请各会员单位及我省保险销售从业人员注意甄别,在开展培训工作过程中,如有疑问,可向我协会进行确认,防止被误导或欺骗。

特此声明。

安徽省保险行业协会
2022年10月24日