

# 划“红线”施压? 美以高调唱“双簧”!

## 拜登政府表面上就以色列进攻拉法发出警告,私下里却支持“定点清除”哈马斯高层

### 选情需要 拜登政府态度发生戏剧性转变

以色列总理内塔尼亚胡3月12日重申,以军将继续推进在加沙地带最南端城市拉法的军事行动。美国总统拜登上周曾公开警告以方,攻入拉法将是踩踏“红线”,随即遭到内塔尼亚胡反驳,并表示他和拜登之间存在“分歧”。

拜登对以设“红线”代表政策改变吗?这背后美国到底在算什么账?美以关系会被撼动吗?

### 高调施压 如果以军攻入拉法,将是踩踏“红线”

内塔尼亚胡12日在美国-以色列公共事务委员会会议上发表视频讲话时说,以色列将继续推进在拉法的军事行动,没有任何压力能阻止以军的行动。

针对以方向拉法发动地面进攻的计划,拜登9日批评内塔尼亚胡的军事策略“不是在帮以色列,而是在害以色列”,如果以军攻入拉法,将是踩踏“红线”。

针对“红线”的说法,内塔尼亚胡接受美国《政治报》采访时表示,他的“红线”是“去年10月7日事件(哈马斯向以色列发射数千枚火箭弹等冲突)不再发生”。

内塔尼亚胡11日接受美国福克斯新闻台采访时承认与拜登存在分歧。他说:“我对以色列的未来负责,大多数公民支持我的立场。”

美国白宫11日再次强调,以方在未拿出保护平民方案前,不能进攻拉法。“截至目前,我们未收到可实施的方案”。

事实上,公开施压并不意味着政策转变,例如,向以色列施压最有效的手段——切断或减少美国对以军援,拜登政府从未触碰。

今年是美国大选年。有分析认为,目前拜登政府出于国内选情的需要,开始转变态度,表现出公开施压以色列的一面。

美国“铁锈带”上的密歇根州是大选“摇摆州”,其选情向来备受关注。在2月27日晚结束的密歇根州初选投票中,拜登虽击败党内竞争对手,但该州超过10万民主党选民在选票上勾选“不作承诺”选项,只表达党派倾向,但不支持某个具体候选人,被称为“抗议票”。密歇根州有大量阿拉伯裔美国人,他们不满新一轮巴以冲突爆发以来拜登政府“拉偏架”。活动人士发起投“抗议票”活动,以此向拜登抗议。

很快,拜登政府态度发生戏剧性改变。副总统哈里斯3月3日罕见呼吁以色列和哈马斯“立即停火”,拜登则多次公开施压以色列。

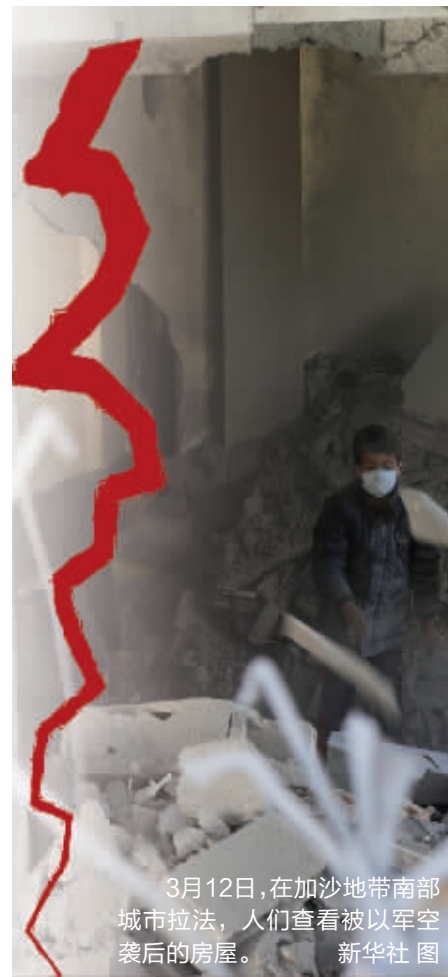
### 分析

### “施小压帮大忙” 美以盟友关系难撼动

美以关系一直亲密,美国在关键时刻从不忘记帮助以色列,最近的高调施压,仅仅是“施小压帮大忙”,不会改变美以坚定的盟友关系。

本轮冲突爆发5个月来,美方毫不掩饰“拉偏架”,独家滥用否决权,四次强行阻挠安理会要求停火的行动;2月13日,美国参议院通过总额达953亿美元的紧急预算法案,其中约140亿美元用于援助以色列。

美国表面上作出“外交努力”但实际偏袒以色列的行为不胜枚举。美国《政治报》13日援引美以官员的话报道,拜登政府私下里已同意支持以色列在拉法“定点清除”哈马斯高层人员。 ■据新华社



# 湖南人保寿险:守护消费者权益,传递保险温度

人民保险,服务人民!人保寿险湖南省分公司牢固树立以人民为中心的价值取向,切实履行金融央企职责,守护消费者金融权益,为构建和谐、有序的金融消费环境贡献力量。

### 2023年服务客户8.3万人

人保寿险湖南省分公司充分发挥保险的经济补偿、资金融通和社会管理功能,秉承“保险+服务+科技”的理念,为客户提供全方位重疾、医疗、意外等保障。2023年,公司全年服务客户数8.3万人,理赔赔付20余万件,理赔总金额3.32亿元。客户申请到理赔款项到账平均时效12天,客户获赔率99.62%,客户通过线上申请理赔率为99.48%。通过线上理赔、快速理赔,持续提升了客户满意度。

公司将大灾救援理赔作为首要政治任务,积极践行“保险+风险减量服务+科技”,主动协助政府和客户开展防灾救灾,坚决执行快处快赔,畅通理赔绿色通道,做到应赔尽赔、赔快赔好、合理预赔,得到社会和政府的高度认可。2023年,公司启动理赔应急服务23次,给付保险金255万余元。

### 全面完善和规范消保机制

人保寿险湖南省分公司严格执行《消费者权益保护信息披露管理办法》等制度,建立产品和服务信息披露机制,并及时披露消保重大信息和投诉信息。遇到重大事故,第一时间通过公众号等平台发布理赔应急预案。

公司全面执行个人信息保护制度和要求,对个人信息的收集、存储、使用、委托、共享、转让、公开、删除等均有明确要求,并进一步健全客户信息保护工作体系和问责机制。

2023年,公司配齐配优消保专职人员,对消保和投诉工作进行统一管理,进一步强化消费者权益保护工作



职能。同时,公司扎实开展内部培训教育,员工培训覆盖率达到100%,全面提高了员工的消保意识。

### 持续优化适老化服务

公司持续对全省90家客户服务中心开展适老化改造,在柜面设立“特殊人群服务区”,优化爱心座椅,保障老花镜、急救药箱等服务设施,设立老年客户绿色通道,并为老年客户、残障人士等特殊群体提供上门服务。

针对60周岁以上的保险消费者,设立“尊老专线”电话热线,简化智能交互给老年人造成的不便。

“人保寿险E服务”微信公众号简爱版实现界面简洁、字体放大、语音朗诵、语音交互等功能设计,完成适老化改造。

除保单服务等基础服务外,公司还推出健康评估、养老养生等推送内容和线上活动,从更深层次关

爱老年用户。

### 客服中心全面设置教育专区

人保寿险在湖南的90家客户服务中心,柜面均设有公益性金融消保知识宣传教育专区,设置率达到100%,并配备充足的教育宣传资源,定期更新。

除了柜面网点会开展常态化消费提示外,公司还发力集中宣传,积极参加“金融消费者权益保护教育宣传月”等金融知识宣传活动,持续开展“人保客户节”活动,获得客户一致好评。

为进一步强化重大保险消费投诉应急管理,公司组织开展了2023年重大保险消费投诉应急演练活动,提升全省系统投诉联动和应急处置能力。

### 消保宣传融入业务全流程

2024年,人保寿险湖南省分公司将践行“人民保险,服务人民”的企业宗旨,继续强化消费者权益保护工作,推进公司高质量发展。

根据制定的2024年度消保工作计划,公司将细化消保工作要点和任务清单,推进消保工作落实落细。有针对性地制定培训计划,进一步巩固全员学消保、懂消保、重消保、会消保的工作氛围。公司还计划将消保宣传教育融入业务全流程,持续深入开展各类消保主题教育活动。

人保寿险湖南省分公司将始终坚持以人民为中心,围绕服务积极应对人口老龄化战略,围绕新市民灵活就业人员、次标体等特定群体的就业教育、健康、养老等场景,围绕绿色发展科技创新等重点领域,运用“保险+养老健康服务+科技”新商业模式,在服务人民群众日益增长的保险保障需求方面进一步扩面提质,切实保护消费者合法权益。

■三湘都市报全媒体记者  
潘显璇 通讯员 刘晓敏 胡腾宇