

十年风雨,分红险再领风骚

客户满意是最高准则

——专访太平洋寿险湖南分公司
总经理程宜



美国著名将军巴顿曾说：“接受挑战,就可以享受胜利的喜悦。”自2007年以来,湖南保险业市场加速洗牌,迎来群雄并起的“战国时代”。太平洋寿险虽入湘较早,但前有强劲对手,后有新锐追兵,竞争异常激烈。

“市场瞬息万变,唯有奋力加速,突围前进。”太平洋寿险湖南分公司总经理程宜告诉记者,目前该公司已为100多万名个人客户提供了优质保险服务,总保额达500多亿元。完成A股、H股发行上市的中国太平洋保险,资本充足,视野愈益宽广,更具备了为客户提供优质服务的能力。

站在新的发展平台上,太平洋寿险湖南分公司围绕客户服务筹谋方略,坚持“以客户需求为导向”的战略转型,针对客户不同的需求提供不同的保险服务方案。

2010年1月26日,湖南省临湘市桃林镇长春鞭炮厂发生爆炸,3名武警战士牺牲。太平洋寿险湖南分公司迅速开辟理赔绿色通道,不到2小时就将90万元赔款准备到位。

“理赔是当下保险业竞争的焦点所在,我们必须全力占领制高点。”程宜说,通过一系列的理赔服务措施的落实,目前公司理赔平均时效不到4天。

■记者 刘永涛 通讯员 严柏洪



B07

2011年9月2日 星期五
编辑/贺齐 图编/言琼
美编/陈懋 校对/汤吉

十年前,分红险首次登陆中国,随着2000年9月,首张分红险保单在上海售出,国内大大小小的保险公司也纷纷推出了具有自身特色的分红保险。由于分红险将保障、分红等几大特色积聚一身,一经推出便获得了市场的认可,十年来,一直都是保险公司的宠儿。

即将迈入第二个十年的分红险能守住它们在保险公司的位置吗?

顺应市场需求能抗通胀

目前,我国寿险市场处于从低利率市场环境,向中等利率市场回归的大背景下,整个市场以理财投资为主,因此,寿险产品成为越来越多的消费者理财规划的重要基础工具,“分红险能够更好的满足客户长期理财规划需求,使得客户和保险公司从长期分红保险业务中都能获得价值。这是在目前市场环境下,分红险唱主角的主要原因。”泰康人寿个险产品管理负责人潘满虹分析。

此外,阳光人寿湖南分公司理

财专家梁衡还认为,新会计准则实施的影响,使得多数保险公司调整了产品销售策略,更加倾向于销售分红险产品。

梁衡说:“今年央行先后多次上调存款准备金率,市场对于加息和通胀的预期强烈,既能提供长期保障、又能享有分红收益以抵消通胀影响的分红险成为满足消费者稳健理财需求的最佳选择之一。”

未来发展前景持续看好

“相比发达国家,亚洲居民的理财组合更依赖于寿险,这与亚洲居民的民族性、消费习惯等有关。”保险业内人士告诉记者,国内消费者,他们更青睐有一定保障,又有较高收益的保险产品,同时,随着国家逐步针对保险的优惠政策,无论哪个阶层的消费者都能通过分红险获得价值。低收入者可通过分红险获得保险保障及退休金保障,高收入者的身故理赔金可免税而获得资产保全。从需求角度看,分红险的前景

会越来越广阔。

随着国家监管机构拓宽保险公司的投资渠道,尤其是适合长期寿险资金的投资渠道,保险公司的长期投资收益也会得到进一步提升。这对分红险的销售也会有很大的促进作用。

消费者切忌只盯分红水平

保监会主席吴定富在上半年保险监管工作会议上曾透露,上半年分红险保费收入占寿险保费收入比重达91.6%,分红险依旧抢眼。目前,众多寿险公司都形成了以分红产品为主体的业务结构,特别是注重保障程度高、保险期限长的分红年金产品。

业内人士提醒投保人,保障功能是保险最本质的特性,包括风险保障及长期理财规划及退休保障。因此消费者在选择分红险时,不能将短期分红水平高与低作为选择分红险的唯一标准。应该考虑自己的保障需求,选择实力较强、信誉较好的,经营稳健,资金运作较好的保险公司。

■记者 杨斯涵 实习生 陈洁

锁住财富

湖南首份保险特辑

我的保险我做主

——太平洋寿险产品设计意见征集活动

用你的智慧设计你想要的保险

为了丰富完善太平洋寿险“人生四季”保险产品体系,充分了解客户的产品需求,吸收客户的意见和建议,太平洋寿险特举办“我的产品我做主”活动,面向广大客户公开征集产品设计的建议...

一、活动时间:

2011年9月1日-10月10日

二、活动内容:

(一)、客户填写《太平洋产品设计意见征求问卷调查表》,填写本人对产品的需求建议。

(二)、参加活动的客户可以参与抽奖,有机会赢得精美礼物一份。

(活动详细内容敬请垂询当地机构营销员)

太平洋保险
CPIC