

“乘风破浪”的同方全球人寿： 服务、营销创新双管齐下 数字化“方舟”突破疫情迷局

21世纪的今天，狂飙突进的科学技术驱动着各领域的裂变与革新。作为市场经济浪潮中的“定海神针”，保险行业也与时俱进。其中，将科技与保险业务深度融合，进而改进服务与交互方式的“数字化转型”，更是推动着整个商业模式的变革，把握着整个行业的脉搏，牵引着全社会的眼光。

上半年突如其来的疫情为保险行业带来了巨大的冲击，在威胁中小险企生存的同时，也倒逼着险企线上化差异化发展，可谓风险与机遇并存。作为中小险企代表者之一，卓有远见的同方全球人寿早在疫情开始之前便已于“数字化”领域提前布局，在战略、文化、组织、能力四大关键领域提升自身数字化成熟度，推进数字化建设与创新布局。“同方全球人寿经验”，值得全行业的瞩目与借鉴。

战略地图把控全局 “数字化保险日”根植文化基因

自2017年明确提出数字化保险战略地图以来，同方全球人寿一直沿着清晰的“数字化”路径坚定前行：达成四个目标——实时化、场景化、智能化、定制化；打造三个平台——数字营销平台、数字服务平台、数字作业平台；满足五类受众需求——合作方、渠道、管理层、员工、客户。

数字化的血液流动于同方全球人寿遍布全身的“血管”之中，从资源配置到部门

设置：从资源配置上，同方全球人寿投入了大量的费用和人力进行核心系统改造；从流程变革上，大力推进营销、服务、运营各环节的数字化转型升级；该公司明确数字化建设的团队设置以及责任归属，重视数字化人才建设，从部门设置上，专设了创新业务事业部主要负责营销，还建立了支持数据的IT构架，加强数字化渠道的搭建与完善。

回顾数字化建设历程，为了进一步植入数字化基因，同方全球人寿选择10月10日作为公司数字化保险日，并已经连续三年在每年10月10日的“数字化保险日”面向公众发布年度最重要的数字化产品，践行对客户提供更优质、便利服务的承诺。

2017年10月，同方全球人寿推出了“宙斯”智能个险系统，代理人通过宙斯系统签发一张保单，最快只需要5分钟，大大提高个险渠道的效率。

2018年10月，同方全球人寿正式发布了新核心系统，具备互联网化、模块化、云化的架构，支持未来互联网+、多渠道融合等新型业务的开展。

2019年10月，同方全球人寿发布了全新的智能服务客户端——“全球e家”App，涵盖新单、保全、理赔、健康管理、增值服务80%以上业务场景的综合服务平台，客户可以足不出户享受保单服务。

为何设置公司数字化保险日？干部团队不管处于什么年龄段，都要有数字化思

维。”公司总经理朱勇表示：“要以开放融合的心态迎接变革，主动拥抱新兴IT技术和开源工具。”

“全球e家” 数字化服务联结全球为一家

2020年，同方全球人寿的数字化创新举措将往数字化服务和数字化营销两个方向齐头并进。其中，“全球e家”便是同方全球人寿数字化服务的主要载体。

“全球e家”是同方全球人寿聚力科技创新为客户打造的智能服务客户端App，是同方全球人寿致力数字战略，为全面铺设数字化保险服务生态圈而自主研发的数字保险平台。

2019年，同方全球人寿贯彻“以客户为中心”的战略，完成了以“全球e家”为重要载体的智能客服体系的全新升级，实现了从App、官微、官网、支付宝生活号等在线服务平台入口的统一，即在线业务办理或服务通过一个平台获取，全面提升了客户体验、服务效率和公司品牌影响力。该智能客服平台实现了客户可通过手机随时随地、方便快捷地查询个人和家庭保单信息，在线沟通、了解保单状况、保险利益和保障缺口，在线完成回执签署、保单回访、查看保单、业务办理、办理进度查询、理赔和获取增值服务等。

数据显示，目前“全球e家”App注册客户近50万，90%以上的保单服务可线上自

助办理，保单服务自助办理率约为90%，理赔数据中70%以上的客户通过“全球e家”自助办理。小额理赔无需提交纸质单证，符合一定条件的可极速获得赔付，最快5秒完成。目前同方全球人寿的理赔“出险支付时效”和“申请支付时效”均处行业先进水平，客户体验得到了极大的提升。在线智能客服7x24小时提供服务，回答准确率99%。

今年以来，同方全球人寿数字化服务平台力求做到全场景覆盖，主要侧重保单服务及理赔功能e化建设，保单服务全新上线了保单回访、保单借款、复效、客户资料变更、电子信函等14项新功能；理赔申请除了支持申请人亲办外，还支持亲属或业务员代办，线上理赔申请类型也覆盖到了医疗、重疾、轻症、残疾、身故等所有业务场景，同时上线了“指定医院快赔”服务，一定额度且就诊医院符合指定医院的，客户可免交病例资料和医疗费发票而申请理赔，极大地简化了客户办理手续。

“宙斯”系统3.0上线 “诸神”引领数字化营销革新

在个人业务条线数字化营销平台的“宙斯”系统，2020年也迎来了全面升级。“宙斯”3.0将打造寿险业一流的数字生态，以引领未来和营销需求为导向，利用新技术打造“销售”“团队”“客户”“学习”和“成就”五大数字体系，助力公司

个人业务实现突破式发展。

在“销售”方向，“宙斯”推出业内第一款智能销售支持系统Athena2.0智能家庭风险管理平台，营销员利用大数据风险模型为客户识别风险，利用推荐模型为客户提供风险数据、风险案例和智能工具进行深度风险分析，最终为客户提供科学的风险管理方案。

在“团队”方向，“宙斯”今年将发布Apollo人力发展系统和Apollo计划，让更多更好的同行者加入营销员团队，借助科技的力量科学发展团队。

在“客户”方向，“宙斯”推出Demeter智能微店，营销员借助社交力量挖掘更多线上客户需求，提供客户优质的社交选择同时完善客户标签体系。

在“学习”方向，“宙斯”推出Olympus在线学习管理系统，让营销员在日常学习中就能享受到全国最优培训力量的支持，从而打破机构壁垒，提高学习兴趣和效率。

在“成就”方向，“宙斯”推出Muse智能数据专家，构建营销员成长模型，实时就团队和个人发展中的各项“异常”及“关键点”进行提醒、报告和分析建议。

“宙斯系统将助力营销员实现品质跨越，加强客户黏性并改善客户体验。”对此，同方全球人寿总经理助理兼首席代理人事业执行官王朝逢认为，数字化战略的实质是围绕客户行为和需求变化进行的从营销理念到服务行为的深刻转变。

邮储北京分行： “板栗贷”助力板栗飘香，扶贫路上倾尽全力

每到秋冬，几乎每个北方人的味蕾里，除了酸甜的冰糖葫芦、冒着热气的烤白薯外，记忆最深的莫过于软糯香甜的糖炒栗子。

而每年的9月初到10月初，正是栗子采收的季节。“怀柔板栗”闻名京城，在这个拥有“中国板栗之乡”美誉的地方，每年大概会有1.2万吨左右的板栗生长成熟。在这个我国重要的板栗主产区里，不仅很多农户主要的经济来源是栗子，而且已经衍生出了包括板栗购销行业在内的完整产业链。

“做我们这个行业需要有大量的现金流。”鲍显有是怀柔本地的一位板栗收购大户，每年9、10月他都会收购800吨左右的板栗，而每年这个时候，也是他资金周转“忙”的时候。

然而鲍显有并非个例。据了解，目前北京怀柔区有栗农5000多户，稳定的板栗收购商三四十户，其中70%收购商的经营年限超过十年且上下游稳定，名下均有合作社法人执照和经营实体，其中不乏北京市示范社和国家级示范社。为支持怀柔区板栗行业，邮储银行北京分行于2018年5月创新推出重磅产品“板栗贷”，具体帮扶的对象正是为资金周转忙的“鲍显有们”。

农稳社稷，粮安天下。在这一颗小小的板栗背后，折射出我国作为农业大国“三农”问题是关系国计民生的根本性问题。党的十九大明确把精准脱贫作为决胜全面建成小康社会必须打好的三大攻坚战之一，确保到2020年贫困地区和贫困人口同全国一道进入全面小康社会。秉承“普惠之城乡，惠之于民”的普惠金融发展理念，邮储银行北京分行从结构优化、产品创新、团队培养等方面一直在进行着不懈的探索，坚持做到真扶贫、扶真贫、真脱贫。

把更多金融资源 配置到农村发展的薄弱环节

“虽然贷款后期都能收回，但因为我们收购也得短时间内分批分次，所以资金还是挺紧张的。”鲍显有坦言。通过邮储怀柔支行业务员，鲍显有与手续少、利息低的邮储银行“板栗贷”“面对面”。

在当年8月中旬，鲍显有递交了贷款申请，9月初，他拿到了板栗贷款200万元，为这一年的收购工作做好了充分的资金准备。当年，鲍显有的收入有

了明显增加，销售收入达到了800余万元。

“板栗贷”真正做到了有效补充资金链条，及时解决燃眉之急。截至目前，邮储银行北京分行已成功发放“板栗贷”3430万元，惠及怀柔区渤海镇、九渡河镇两个板栗购销行业重点地区。“我们将在金融服务模式和产品上不断推陈出新，把更多金融资源配置到农村经济社会发展的重点领域和薄弱环节，全力满足首都乡村振兴多样化的金融需求。”邮储银行北京分行相关负责人介绍。

把“三农”金融服务工作 放在首要位置

在打赢脱贫攻坚战的征程中，北京市面临的情况相对特殊。目前，全市已经消灭了国家标准贫困线下的贫困户，农户基本实现“温饱”，不存在“绝对贫困”的人群。从实际出发，邮储银行北京分行对扶贫工作做了整合与创新，依照“服务三农、服务中小企业、服务城乡居民”的定位，对扶贫工作倾尽全力。

邮储银行北京分行积极探索用科技实现助农，以新的技术手段，实现精准扶贫。2017年底，我们和北京大北农集团全资子公司农信互联建立了全面合作。这项工作主要围绕大北农集团全国养猪的客户，25分钟就可以实现线上放款。”邮储银行北京分行相关负责人介绍。

此外，邮储银行北京分行正在大力发展农民专业合作社贷款。截至9月，对专业合作社发放的农担担保的合作社法人贷款累计达到了7000万元，在北京地区的银行中，累计发放规模排名第二。

据邮储银行北京分行相关负责人介绍，邮储银行北京分行积极响应党中央和国务院的号召，把“三农”金融服务工作放在改革发展的首要位置。在组织架构上，强化统一领导，由行长作为金融扶贫工作的第一责任人。在政策指导下，制定了《中国邮政储蓄银行北京分行三农金融和扶贫工作实施方案》，连续下发金融助力脱贫攻坚指导意见。据悉，下一阶段，邮储银行北京分行将继续充分发挥深入县域的网点布局优势，持续做好农村地区基础金融服务和涉农贷款投放，扶贫路上切实做好金融产品创新与服务支持。

中信银行发布普惠金融品牌“中信易贷”

2020年9月22日，中信银行在北京中信大厦召开“信梦想·易成长”暨“中信易贷”品牌发布会，正式发布普惠金融全新品牌“中信易贷”。

会上，中信银行副行长杨毓表示，中信银行作为国有股份制商业银行，服务实体经济、支持小微企业、发展普惠金融是义不容辞的责任，也是顺势而为的战略选择。近年来，中信银行坚决贯彻党中央、国务院决策部署，将支持小微企业和发展普惠金融上升为“一把手工程”，提出了“有情怀、有使命、有温度、有仁爱”的发展理念，举全行之力支持小微企业发展，确立了普惠金融“敢贷、愿贷、能贷、会贷、好贷”的良好机制，形成了中信银行特色，取得了积极成效，得到监管机构、小微客户和社会各界的高度认可。

中信银行此次推出的普惠金融品牌“中信易贷”，将专注为小微企业提供更优质、更贴心的融资服务。发布会上，中信银行普惠金融部负责人阐释了新品牌的内涵：甲骨文“易”像两只手托着盛满水的器皿向另一个容器倒水，形象地体现了中信银行普惠金融用金融活水滋养小微企业的初心。现代语中，“易”释义为轻松、亲近、变化，代表“中信易贷”以更加便捷的方式、更加温暖的服务、更加创新的模式，为小微企业客群提供金融服务，体现了中信银行服务小微企业的担当、温度、特色和创新。

税收宣传助力“朝阳”文化产业

“直播间的小伙伴们大家好，我们现在所在的位置就是坐落在北京CBD—定福庄传媒走廊的核心位置——东亿国际传媒产业园……”近日，北京市税务局工作人员走进4个文创园区，针对园区及文创产业从税收优惠政策、征期提醒、春风行动等几个方面开展税收政策宣讲活动。近年来文创产业快速发展，逐渐成为经济发展的重要引擎，习近平总书记在考察文创产业园时更是用“朝阳产业”“快速发展的企业”等词汇对文创产业给予了充分的肯定。

据悉，这不是北京市税务局首次针对文创产业开展的送政策服务；在个人所得税政策、减税降费政策出台时我们就走进文创园区，针对文创产业开展政策宣讲活动，为园区及园内企业梳理政策重点、难点，并以“世界咖啡馆”的形式开展税收政策主题讨论活动。此次疫情期间，文创产业遭受了一定的挫折，我们及时为园区及企业梳理涉及文创产业新出台的相关税费政策，为文创产业送去税务力量。”北京市朝阳区税务局相关负责人表示。此次北京市税务局采取“线上+线下”“主会场+分会场”“映客+钉钉双直播平台”的形式开展税收宣讲活动。不仅在符合疫情防控的条件

方式、更加温暖的服务、更加创新的模式，为小微企业客群提供金融服务，体现了中信银行服务小微企业的担当、温度、特色和创新。

杨毓副行长表示：“中信易贷”品牌推出后，中信银行必将更好地与小微企业共同发展，不仅在客户成长路上“锦上添花、携手并进”，更敢于在危难关头“雪中送炭、共克时艰”，共谱新篇章，共创新辉煌。

截至8月末，中信银行普惠金融贷款客户14万户，余额2400亿元，两年时间翻番；2020年投放的普惠金融贷款利率处于较低水平；资产质量保持总体稳定。同时，中信银行大幅简化业务流程、提升自动化操作水平、开发线上化产品，大幅缩短融资周期，有效缓解了小微企业“融资难、融资贵、融资慢”的问题。



下通过线下政策宣讲的形式在莱锦文化创意产业园、东郎电影创意产业园、东亿国际传媒产业园、竞园4个文创园区开展政策讲解、现场答疑活动，更是通过直播的形式，采取主会场讲政策、分会场谈问题的模式为文创产业纳税人、缴费人送去政策支持。在直播过程中，税务主播邀请国家文化产业创新实验区管理委员会、4个园区相关人员介绍实验区基本情况及各园区特色、亮点。“我们园区先后入驻了影视相关企业150余家，这次联合直播的形式扩大了宣传的覆盖面，让不能来到现场的企业也能通过云直播的形式享受到此次的视听盛宴。同时线下的政策宣讲形式为企业及主管税务所搭建了交流的平台，让大家在听政策的同时能够解决自己在享受税费优惠政策过程中的问题。”东郎电影创意产业园园区负责人贺北予表示。

“此次税务和国家文化产业创新实验区管委会联合的直播形式不仅为我们送来了税收优惠政策，也为我们带来了有关建设发展引导资金的政策详解，我们感受到国家不仅给我们‘省了钱’，更是为我们‘发了钱’。”观看这次直播内容的调调（北京）科技有限公司的负责人张海滨表示。