

分红险再现对接养老社区服务

老龄化时代到来，社区养老成为一大热点话题。继今年6月泰康人寿之后，寿险市场又一款与养老社区对接的养老型分红产品上市。记者近日获悉，合众人寿推出一款分红型两全保险，投保这一产品的客户在养老时可享受增值入住养老社区的服务。

据了解，合众人寿发布的合众优年养老定投两全保险（分红型），具有高额多重生存返还功能，客户投保之后，在第三个保单周年日一次性生存领取年缴保费15%的持续保险金和基本保额15%的生存保险金，以后每年再生存领取年缴保费5%的持续保险金和基本保额5%的生存保险金，直至被保险人64岁；在64周岁之后，投保客户将在不同的年龄段获得不

同的养老金、高龄养老津贴、身故保障、满期祝寿金等。优年养老定投适合于28天至60周岁的人群投保，有3年缴、5年缴、10年缴、15年缴和20年缴五种缴费期间可供选择。

值得一提的是，满足约定条件的优年养老定投客户在未来符合申请条件并入住合众优年生活养老社区时，可享受增值入住的优惠服务。据介绍，根据合众人寿与合众健康产业（武汉）投资有限公司（以下简称“合众健康产业”）合作，凡是在今年11月20日至明年11月19日期间投保并最终承保合众人寿优年养老定投两全保险（分红型）且保费达到约定标准的保险客户，在未来可以享受由合众健康产业武汉合众优年生活养老社区提供的增值服务。

惠入住养老社区的服务。

事实上，今年6月泰康人寿曾推出挂钩养老社区的保险产品——幸福有约终身养老计划，该计划由“乐享新生活养老年金保险（分红型）”保险和泰康之家的“入住养老社区确认函”共同组成，为客户提供涵盖养老财务规划和养老生活安排的一揽子解决方案。与“幸福有约”所不同的是，投保“合众优年养老定投”的客户则是获得优惠办理入住合众优年生活养老社区的增值服务。

具体而言，投保人在规定期内投保“优年养老定投”，合众人寿获准承保且签发保单，被保险人年满65周岁至75周岁，可在入住前18个月向合众健康产业申请入住合众优年生活养老社区，经评

估符合入住优年生活养老社区所有相关条件，合同被保险人可以享受增值入住合众优年生活养老社区的权利。被保险人入住时，“合众优年养老定投”账户内的累积金额（累积生存金+累积红利）将全部划付给合众健康产业，合众健康产业将按照累积金额×增值系数后的总金额冲抵入门费和房屋租金，冲抵顺序为先入门费后房屋租金。冲抵后金额不足的，需要另外补足。增值系数按照被保险人所投保“优年养老定投”的年缴保费与缴费期限的不同水平确定。增值金额可按一定比例冲抵入门费和房屋租金。不过，如日后退住合众优年生活社区，被保险人所投保险的增值金额将不予返还。

本报记者 宋娅

保险服务

险企增值服务强化健康生活理念

肥胖、高血压、冠心病等疾病已逐渐成为人们生活的隐形杀手，如何预防疾病、科学膳食并在发病前获得保障已成为越来越多人关注的话题。目前，保险公司在提供各类大病险、防癌险等的同时，也在联合多方创新产品，并不断为客户提供健康知识讲座。

记者近日从太平洋保险了解到，上月末，公司与罗氏制药、瑞士再保险公司签署三方合作协议，即将推出新一代的防癌保险产品，为社会提供更加完备的新一代健康保障产品与健康服务，更好地满足客户多样化的健康保障需求。与此同时，泰康人寿也推出祥云康乐保险组合计划，将有助于为客户提供大病风险保障。



瑞士再保险发布最新研究报告显示，“2020年亚太区的医疗保障缺口可能升至1970亿美元，中国是缺口最大的国家之一”。另有数据显示，北京肺癌发病率十年增长了56%，恶性肿瘤（俗称“癌症”）已经成为我国城市居民的第一杀手，死亡率达到了26%。

在提供风险保障的同时，保险公司也在积极进

行健康知识宣传，为客户提供预防服务。12月6日，太平洋寿险与中国健康教育中心签署战略合作协议，旨在通过普及客户健康知识，提高客户健康素养。这被视为保险行业与医学领域之间实现“跨界合作”的一次有益尝试。

据了解，太平洋寿险将借助中国健康教育中心的专业与权威，充分发挥遍布全国的机构网点优

势，在各级机构开设“市民健康教育课堂”，并在公司内部选拔“健康素养志愿者”，经过专业化培训后，协助各级健康教育机构开展利民惠民的健康教育活动。

与此同时，太平洋寿险“健康在你身边”全国巡讲也拉开序幕，继11月25日在上海之后，12月8日又走进北京。中国医师协会营养医师专业委员会主任委员、北京协和医院营养科主任马方向现场300多名听众推广健康膳食理念，普及营养学知识。今后，太平洋保险将以“健康”为主线，在全国范围内长期开展健康公益讲座，年底前将安排30余场健康公益讲座，普及健康知识，帮助更多人提高健康素养。 **本报记者 宋娅**

电销保险50问

Q34 如果我不会上网，该怎么申请禁拨？

您可以在家人的指导下或帮助下网上申请，或者拨打向您致电过的保险公司客户服务电话进行说明。

Q35 作为一名保险从业人员，我担心消费者会不会“一刀切”全部拒绝，由拒绝电销变为拒绝保险？

电话营销只是保险销售的一个渠道。保险电话营销因为方便快捷的特点，能够快速满足消费者的保险需求，有很好的发展趋势。随着消费者保险意识的提升，商业保险消费也会逐渐成为人们生活的必需品。

Q36 作为一名电销人员，请问禁拨平台会不会影响电销业务的长远发展？

恰恰相反，禁拨平台的建立，无论对维护消费者、保险公司还是保险行业的利益都将起到重要的作用，应该能够促进保险电话销售的规范和发展。

Q37 怎样正确看待保险营销电话扰民问题？

电话营销是许多行业都在使用的一种正当合法的产品营销方式，也受到了消费者的欢迎。由于保险营销电话的随意拨打，让部分消费者感到受到了滋扰，这个现象应该得到遏制。我们推出禁拨平台，正是为了防止保险电话营销的过度销售和滋扰，为了让消费者更加愉快地享受保险服务。

Q38 能否介绍一下国外电话销售禁拨的做法？

据了解，美国、加拿大、澳大利亚等国建有类似的禁拨平台。比如，2003年美国联邦交易委员会推出了“谢绝来电计划”；2007年澳大利亚通讯媒体管理局建立了“谢绝来电登记处”；2008年加拿大广播电视及通讯委员会设置了“国家谢绝来电名单”。网上申请，申请生效时间为1个月，禁拨期限有5年的，也有永久禁拨的，申请用户可以随时修改禁拨期限或取消禁拨。

Q39 目前社会公众对禁拨平台的反响如何？

在当今多元化的社会，消费者会有不同的需求和声音。禁拨平台开通一个多月来，得到了社会有关各方（特别是新闻媒体和登录平台的消费者）积极、正面的评价。

Q40 目前申请禁拨的人多吗？

从9月21日平台开通以来，截至10月30日，共有4000余人次登录了平台、3500人次申请了禁拨，加上保险公司上传的对于电话营销有过投诉的消费者的禁拨号码，共计对2万余个电话号码实施了禁拨。

本报记者 刘伟

· 资讯 ·

年底人保电话车险打促销牌

时近年底，车险也开始进入投保高峰期。记者近日了解到，人保电话车险现阶段正在开展主题为“欢乐新年购”的投保抽奖活动。

据了解，“欢乐新年购”覆盖全国大部分地区，凡是在年底前成功投保人保商业险的呼入、呼出、续保客户均可以参加抽奖，人保电话车险会在每天于前一天成功投保的客户中抽出中奖客户。

人保电话车险还将在12月20日起至月底，每天从成功投保商业险的客户中抽出1名中奖客户，获得10g金人保定制纯金金币。此外，从人保处获悉，人保电话车险新浪微博已经开设活动页，介绍活动详情，获奖名单也将通过官方微博平台公布。人保电话车险电子商务事业部相关负责人表示，开展阶段性的促销活动，其目的不仅仅是为了获得短期的客户增长，更长远的目的是为了获得为消费车提供服务的机会。

点评：各家车险企业在保费连年上升的过程中，更重视客户的忠诚度。

中意人寿保费规模年均增长72%

中意人寿成立十年以来，注册资本金由最初的2亿元增至33亿元。资产规模由不足3亿元增长到如今的400多亿元，平均每年增长超过60%。其保费规模的年均增长率达到72%，远超中国保险业的年均增长率。

无论是从资产规模，还是从资本实力来看，中意人寿都已成为国内诸多合资寿险公司中的佼佼者，并得到社会各界的认可，11月23日，在“2012第一财经金融价值榜”颁奖典礼上，中意人寿荣获“年度保险公司（外资寿险）”，此外中意人寿还得到广大消费者的一致好评。11月21日，在和讯网颁发的第十届风云榜保险奖项中，中意人寿荣获“2012年度消费者最满意保险公司”；11月5日，在2012年中国百万中产家庭首选保险品牌评选中，中意人寿摘得“中国十大最佳保险公司”桂冠。

点评：十年以来，中意人寿业务迅猛发展，为30多万高端客户提供优质服务，并为2000余家企业提供团体保险。

阳光人寿淘宝旗舰店提供增值服务

“双11”的余热未了，“双12”又来临。阳光人寿推出增值服务，凡12月12日-25日，在淘宝天猫“阳光人寿旗舰店”买阳光保险，均可得话费、赢苹果电脑。

据悉，淘宝天猫“阳光人寿旗舰店”是阳光人寿保险在淘宝网设置的唯一的官方旗舰店，为客户提供阳光交通工具意外险、阳光人寿自驾车全年综合意外保险、阳光安心旅游意外险、阳光人寿全球紧急救援保险等多种意外保险保障，并可方便顾客在线购买，使保单及时生效，有效保障客户利益。

在活动期间，阳光人寿重磅推出“双12”大型线上回馈活动。凡是活动期间，客户使用同一ID累计成功购买“阳光人寿旗舰店”的产品且无退保，均有机会抽取苹果笔记本电脑。同时，凡同一ID累计成功购买“阳光人寿旗舰店”的产品且无退保的客户，还将送话费。

点评：提供保障是销售保险的根本目的。

本报记者 崔启斌/整理