

(上接E1版)

一位精算师在接受北京商报记者采访时指出,一款保险功能较弱的万能险对资本的消耗将更为严重,若最终有10万元进入万能险账户,保险公司要提取与保单账户价值等额的账户保证金,还要按照4%的比例提取责任准备金,此外,还要按0.3%提取风险保额,所以公司大约要提取10.43万元,由此可见,这类高现金价值的保险产品对资本的要求可见一斑。

不难发现,保险公司要想持续发行高现金价值保险产品,必须长期使偿付能力保持在150%以上,这就需要保险公司加强自身盈利能力或者通过不断增资来完成。

业内人士表示,伴随着去年不少公司保险规模的扩大,其偿付能力将进一步下降,而部分公司去年在发展这类业务时步子迈得过大,保费占比过高,预计《通知》下发后可能会有三成保险公司的业务受到影响,凭借网销和银保销售高现金价值的理财型保险公司受到的冲击会更大一些。

· 短讯 ·

北京保监局新年首个接待日开启

为切实保护保险消费者的合法权益,进一步畅通保险消费者投诉渠道,北京保监局于2月26日安排局长接待来访的保险消费者。这是今年第一个局长接待日。

负责接待的是北京保监局副局长冷煜,接待事项主要包括,涉嫌侵害保险消费者合法权益的违法违规事项,辖区内保险公司、保险中介机构及其从业人员的保险违法违规行为,对辖区内保险社会团体及其工作人员的职务行为提出异议、或者反映其有关情况,提出意见、建议的,辖区内擅自设立保险公司、保险中介机构和保险社会团体,或者非法经营保险业务和保险中介业务等内容。

北京商报记者 苏长春

责任险加速融入住建工程

京城工程质量责任险试点有望扩大

“楼倒倒”、“楼脆脆”、“楼敲敲”甚至是“楼薄薄”等不合格违法建筑引发的事故在各地曾接连发生,而引工程质量责任保险机制,加强保险在事前和施工全过程的监控,受到了各方的重视。北京商报记者昨日从相关人士处获悉,今年内北京地区有望全面推广工程质量责任险试点。

“今年1月,北京市住房和城乡建设委员会印发了《2014年工程质量管理要点》,提出继续推进《北京市建设工程质量管理条例》实施工作。基于此,今年内工程质量责任险在首都的试点有望大力推广。”昨日,一位知情人士向北京商报记者透露。

据悉,工程质量责任保险是国际通行的建筑工程风险管理方式,由保险公司介入,为建筑工程出现的主体结构开裂或渗漏等质量问题提供风险保障。

由于是责任保险,此险种的投保人一般为开发商,业主在购买住房同



在上海闵行区“楼倒倒”事件中,一在建楼盘楼体倒塌。

时,可以获得一张证明开发商已投保质量保险的凭证。今后一旦房屋质量出现问题,保险公司会先行支付赔付金,再向设计、勘察、施工、质量检查控制机构等相关责任人进行追偿。

事实上,早在2007年,北京地区就已经在常营经济适用房项目进行工程质量责任险试点。由人保财险北京分公司为首开集团、住总开发、建工集团、金隅嘉业四家开发企业提供工程质量保险保障。

对此,北京市金融局相关负责人曾解释,此次

推行的工程质量责任险借鉴国外和北京试点的成功经验,结合北京建筑市场实际情况制定相关方案。保险公司将作为第三方参与工程风险管理,全程强化质量监控,使保障房的质量更有保障。

而相关人士也向北京商报记者分析表示,首先,工程质量责任险的公益性强,保障的是处于弱势的广大业主的利益;且可以消除建筑商财务保障低而带来的风险。与此同时,还可以大力提升开发商的品牌形象,提高消费者的购买信心。

此外,该人士还补充道,通过这一责任保险最重要的是可以对建筑质量全程管理,保险公司和工程质量检查机构将参与建筑施工全过程,建筑工程质量保险根据开发商、施工单位的资质、历史记录等实行浮动费率,促进开发商、施工单位提高施工工艺和水平,实现优胜劣汰。

值得一提的是,工程质量责任险的探索还得到了开发商的支持。因为商品房质量问题及由此引发的与业主的纠纷,一直不能得到很好的解决,这令开发商非常头疼。

在风险防范问题上,目前推出了工程质量责任险的长安责任险相关负责人表示,房屋建筑工程质量责任险的保险金额相对较高,加上是新险种,在行业内缺少承保数据。为了能更好地履行保险责任、服务好客户,保险公司应依托国际再保市场的力量,将风险分摊。

北京商报记者 陈婷婷

友邦保险连续六年被评为北京市纳税信用A级企业

公司连续三年累计纳税1.4亿 营销员集体纳税申报活动启动

年收入12万元以上的营销员近400人,平均年收入32.18万元,其中收入30万元以上占比达1/3,达到申报标准人数较2010年增长了60%,平均收入增长28%,公司连续三年累计纳税额达到1.4亿元,连续六年被评为“北京市纳税信用A级企业”,友邦保险北京分公司在2月25日举行的“营销员集体纳税申报活动”上公布了这一连串醒目且值得骄傲的数据。

“作为一个保险人,我们的使命是与风险赛跑,把保障计划带进千家万户。今年,友邦保险连续第六年获得‘北京市纳税信用A级企业’,这份荣誉镌刻了公司众多精英营销员的努力和付出。通过此次集中纳税申报活动,我们希望让营销员更加清晰自己的社会价值,我们在为千家万户送去保障和爱心的同时,也践行了作为社会公民履行纳税的义务,为社会做出自己应有的贡献。”谈及首次举行纳税集体申报活动的意义,友邦保险北京分公司总经理郑少玮也有些许激动。

郑少玮表示,“我们希望通过此次活动能够让公众更加了解保险行业以及营销员。成立12年来,友邦保险为数千位营销员提供就业岗位,通过精英人才的招募与培养使越来越多的营销员成为保险行业的翘楚。三年来,友邦保险北京分公司的精英营销员不仅在数量上有了大幅增长,他们的收入也连续每年近10%递增,公司年收入过100万

元甚至200万元的营销员数量也在逐年大幅增加,这也是这个行业能够吸引更多优秀人才,尤其是青年才俊的主要原因之一”。

友邦保险是首家进入北京市场的外资寿险公司,市场份额在北京市场57家寿险公司中名列前茅,为首都市民送去数百亿元的人身保障,每年的理赔支出达数千万元。“12年来,友邦保险始终践行监管部门‘守信用、担风险、重服务、合规范’的要求,不仅得到了客户的信任与支持,也获得了行业及媒体的一致认可,在品牌形象、产品及服务等领域均屡获殊荣。未来,希望我们能够带领更多优秀的人才为北京市民送去更周全的保障。”郑少玮说,“2013年底,友邦保险正式宣布在中国内地推出其全新品牌定位——‘真生活,真伙伴’,向公众传递一个全新的品牌承诺:尽管世事变迁,友邦保险总是以最真挚的心与客户同步体会人生,时刻尽心为客户提供最适合的解决方案。”

创新奠定标杆地位 培养最优秀营销员

友邦保险自1992年将“保险营销员制度”引入中国内地,不仅培育了中国第一代专业保险营销员,更在亚洲其他市场取得了巨大成功的营销方式,将现代商业保险的理念和制度植入中国市场,这一模式迅速为各大中外资保险公司争相采用,同时奠定了友邦保险在专业营销员队伍建立和培养上的业界标杆地位。

2011年,友邦保险率先推出“营销

员2.0(Agency 2.0)”计划,再次引领了保险行业营销员渠道的变革和发展。这一综合性的变革计划旨在造就一支职业品行好、专业素质高、可持续发展的保险营销队伍。与此同时,友邦保险鼓励并积极提拔优秀营销员参与全球认可的高端寿险组织MDRT百万圆桌会议(全球寿险精英的盛会),与全球最优秀的寿险同行进行切磋交流,为进一步打开营销员未来发展的视野提供更好的平台。营销员2.0项目以及MDRT精英营销员计划的成功推行,使“友邦保险营销员”成为市场上当之无愧的信赖品牌。

2013年,友邦保险继续打造卓越营销员队伍,革新营销员招募制度——推出以iPad为终端的一站式销售管理平台,提升业务及服务效率;通过MDRT、ChFP、SAV、SUP等实用心理学课程、引进LIMRA、GAMA等国际专业管理培训系列课程,明确每位营销员的发展目标,细分化管理营销员团队;通过推进世界公认的专业评价体系,将营销员渠道打造成一个专业强、形象佳的金融职业平台。在推进营销产能的同时,持续加强多元化保障类产品的销售,在提升业绩的同时,切实保障客户需求。

星生代人才计划 自主创业 成就未来

提及精英营销员招募,郑少玮介绍,“保险营销是一个成功吸引成功的过程,友邦保险的营销员招募是一个良性的循环过程,我们把持续提升营销员队伍的

专业化、职业化和信息化水平作为培训根本,多年来的努力已经使友邦营销员的专业水准成为保险行业的标杆”。

2014年,友邦保险投入巨大资金以及人力,全新启动了“星生代人才计划”(Generation Young),旨在为更多年轻人提供就业岗位,成就梦想。友邦保险为年轻人提供的不仅是一份工作,更是一个实现自我价值的舞台,帮助年轻人规划未来,友邦保险也成为了有梦想的年轻人最理想的栖息地。

从目前年轻一代的就业趋势来看,年轻人对工作的要求有着与众不同的价值观,还有着超乎寻常的野心。友邦保险启动的“星生代人才计划”就是要鼓励年轻人大声说出自己对事业的梦想。“何必在别人的剧情里跑龙套,我是导演,也是主角!”“她们都想加入豪门,而我要事业的豪门。”这些看似“任性”、“天真”的择业条件,在友邦保险都能找到合适的答案。

“星生代人才计划”旨在招募年龄在22—28周岁,大学专科以上学历,在北京工作一年以上(大学专科学历的工作年限需三年以上)的年轻人,公司将提供12天的体验培训以及12个月的系统培训,期间公司会提供高额特别奖金和丰厚的财务支持。针对本次人才计划,公司也会配备iPad网络互动课堂,实现跨地域实时授课,快速便捷,课程系统包括自我学习平台、卓越营销学院互动培训中心、营销员培训管理系统。在丰富培训课程的同时,公司还为“星生代”们组织了专属俱乐部,定期举办联谊活动,交流成长历程中的珍贵点滴。