

# 开学了 选对保险家长无忧

新学年开始，孩子上学了，家长的担心却没少，孩子吃饭的食品安全，上学路上的交通安全，突如其来的意外伤害……专家建议，除了要教导基本的安全防护知识外，家长也可以通过购买保险为孩子搭建一道防护墙，保障孩子学习、生活无忧。

## 首选医药补偿意外险

根据某保险公司2010年理赔数据报告显示：在意外医药补偿理赔案件中，年龄小于10岁的理赔件数占总体理赔的12.4%；其中，10岁以下男孩的赔付件数比女孩的高出将近一倍。

为此，保险理财专家建议，父母在自身保障已经较为充分的情况下，也应该为孩子选购合适的保险产品。其中，涵盖医药补偿的意外险可应对孩子活泼好动的个性。一般来说，年龄越小，保费越便宜，有条件的家庭还可为子女增加两全类终身保险保障，呵护孩子的一生。此外，医疗保障产品有补偿型和给付型之分，给付型产品与客户已有的例如社保、其它商业医疗保障之间不会冲突，更具优势。

## 教育金受青睐

日前，官方机构公布的一项调研显示，教育费用是孩子每月最大的支出。据保险理财专家介绍，在以孩子为中心的中国家庭，教育金由于其返还的生存现金涵盖孩子各个成长关键阶段，让父母较为省心，因而受到青睐。此外，年金类产品由于其具有返还的特点也适合用作规划教育金。

目前少儿保险市场上比例较大的“教育储备金”保险，主要针对孩子的教育和成家立业所设立，只要交纳相应的保费，就可以保证在孩子成长的不同阶段领取小学教育金、中学教育金、大学教育金和婚嫁教育金等。这笔钱可以缓解爸爸妈妈未来一次性支付的压力。

据专家介绍，教育金保险在险种形式上，有传统的纯储蓄型产品，有分红型产品，还有万能、投连等形式。

一般分红型、万能型和投连型的产品都能获得一定的额外收益。据悉，目前市面上的教育金产品绝大多数都是分红型产品。教育金的



投资年限较长，分红型产品由于可以取得一部分浮动收益，可以帮助投资者应对通货膨胀的压力，而相对于其他投资机构保险资金的运作风格更加稳健，本身也更适合较长时间的投资。专家强调，如果想用两三年去准备教育金，那么就不太适合购买分红型教育金保险。

## 家长勿忘为自己加保障

中国4-2-1的家庭结构，无疑

造就了孩子成为家庭的关注焦点，无数父母不惜把时间、精力及金钱投入到孩子身上，可是伟大的父母却往往忘了为自己多作考虑。保险理财专家强调，保险是一种转移风险，对风险作经济补偿的金融工具，一个家庭中最优先建立保障的应为家庭经济支柱。因此，家长在为小孩购买保障前，应先为自己构筑保障。一份周全的保障，不仅是为个人，更是为家庭建立的强大后盾。

(东方)

## 车险费率市场化改革 消费者或将受益

沿用了4年之久的2007版商业车险有望划上句号。记者日前获悉，保监会已向各地保监局及财险公司下发了《关于加强机动车商业保险条款费率管理的通知(征求意见稿)》。

征求意见稿中提出，目前国内采用的ABC三款车险条款将被合并，并制定一个行业参考条款和纯损失率，符合条件的财险公司还有望自主制定车险条款和费率。据悉，9月底或将出台具体细则，新方案有望于2012年起正式

实施。

保险行业专家表示，费率改革推动车险价格市场化进程，有望推动车险价格下调，保障消费者利益，一直受世人诟病的保险业尤其是车险公司的“服务”问题也有可能得到更好的解决。

以作为车险费率改革先行试点的深圳为例，根据其3-5月经营情况来看，个人车辆单均保费4554.87元，与去年同期相比下降6%，车主的确可节省一笔保费支出。

(东方)

## 寿险半年成绩单出炉 中德安联等10公司负增长

一份上半年标准保费和规模保费的统计数据，让保险公司暗自较劲的排名情况一目了然。

这份数据显示，在计入统计的57家保险公司中，标准保费和规模保费都出现负增长的公司有10家，此外，还有8家寿险公司保费收入大增，同比增速超过了100%。

### 8家标保增速超过100%

根据保监会8月29日发布的《关于2011年上半年寿险业标准保费和规模保费数据的通报》，对于险企来说，确实是有的欢喜有的忧。

记者梳理数据后发现，有8家保险公司的标准保费和规模保费同比增速都超过了100%。其中，中邮人寿由于基数小，标准保费和规模保费同比增速都高达665.45%和641.49%，是增幅最大的一家。此外，百年人寿、生命人寿、天安人寿等增速都超过了100%。

如果按照规模保费同比增速进行排名，百年人寿次之，规模保费增速为240.65%，此外，天安人寿为、生命人寿等规模保费同比增速也都超过100%。

### 中德安联等公司负增长

有喜就有忧。记者梳理后发现，标准保费和规模保费都出现负增长的公司有10家，其中，中法人寿标准保费和规模保费的负增长都最为严重，分别为38.22%和69.95%。此外，中德安联、英大泰和人寿等公司标准保费和规模保费也都出现了负增长。

中央财经大学保险系教授郝演苏告诉记者，对于保险公司来说，保费增速放缓也未必是件坏事。

在他看来，目前大的经济环境严峻，寿险公司的产品与财产险公司不同，多具有理财功能。理财产品卖得多了，保险公司面临的风险也会加大，有中小保险公司的高管就曾向其透露，目前的经济环境下，希望放缓保费增速，维持公司的正常运转和盈利就可以了。毕竟保费规模过大，直接带给保险公司偿付能力的压力，而各家保险公司股东结构不同，有的是以民营资本为主，有的是合资保险公司，一旦偿付能力下降，就会有融资的压力。而在大经济环境严峻的情况下，现金流是多数选择。

(高和平)

## 2011年交强险私家车理赔效率指标系列报道之三

# 寻找理赔指标背后的“秘密”

自从山东省保险行业协会发布的“2011年交强险私家车理赔效率指标”在本报刊登以来，不少读者对这些数据非常感兴趣，不断有读者询问这些公司理赔“快为什么快，慢为什么慢”？

带着读者的这些问题，记者采访了部分公司，了解指标背后的“秘密”。

### 安邦保险：

#### 赔钱是为了赚钱

安邦保险在本次“交强险理赔效率指标通报”中多项指标位居前列，其中“5000元及以下案均结案周期一项”更是名列第一，他们在理赔中到底有什么绝招？带着疑问，记者采访了安邦保险山东分公司吴又红总经理。

“其实，我们赔钱快的根本目标是为了赚钱。”吴总幽默地表示，目前交强险市场的竞争非常激烈，要想树立品牌，在这么多家企业中脱颖而出必须有自己的独到之处。安邦保险认为，优质的服务，特别是快速、准确的理赔服务，是树立品牌、吸引客户的核心要素。

吴总介绍，安邦保险加强内控管理、“打假压虚”保

持高压态势，还设立了层层考核机制，建设“理赔铁军”，将理赔工作细化，提升主动性。“有时候，都是我们去找客户赔款，而不是坐等客户上门。”一手抓严控理赔中的“跑冒滴漏”，一手抓理赔中的基础管理，那么，长期来看业务发展、产品盈利是自然而然的。

### 中华保险：

#### 大投入打响理赔品牌

近年来，中华保险山东分公司不断改善理赔服务，多项理赔指标提升有目共睹，成为业界领先品牌，在本次“通报”中，公司多项指标位居前列。

中华保险山东分公司分管理赔工作的田振华副总经理介绍说，中华保险认清车险“由价格竞争转向服务竞争”的市场形势，狠抓理赔服务质量。2010年，全系统定位为“理赔质量年”，今年又是全系统的“理赔服务年”，一年一个主题，切实抓好理赔工作。

在做法上，田总介绍，首先公司加强了理赔队伍建设，完善了制度考核和流程管理。例如，在充实理赔人员队伍的基础上，目前对理赔服务人员设置了27项考核指标，并建立了与薪酬挂钩的考核机制。同时，公司还加强了科技投入，为提升理赔效率，中华保险在全省系统内推行查勘车辆安装了“车载GPS系统”，并为理赔人员提供了“3G上网本”等先进手段，这样查勘车辆实现了“就近调度”，而且有效地缩短了小额案件的理赔周期。

此外，记者还采访了在本次指标中排位相对靠后的公司。

某保险公司负责理赔工作的副总表示，这次指标落后，有主观原因，同时也有关于理赔系统对接方面的客观原因。但本次指标的落后也是个机会，已经加大力度，要求全公司理赔工作人员换位思考，进一步提升理赔服务的速度。

(财金记者 程立龙)

**百姓理财服务热线  
0531-89096315**

开通时间：每周一至周五 14:00—17:00 (热线不提供个股、基金及其他理财产品的操作建议)

# 信用卡投保 当心优惠条件是诱饵

很多信用卡持有人都接到过信用卡中心的推销保险电话，大致内容如出一辙，都是介绍该保险如何如何好，并指出是银行为优质客户专门提供的优惠活动。而很多信用卡持卡人在接到推销保险的电话时，往往会被电话中提到的优惠条件吸引，同意购买保险产品，并同意在信用卡中扣取保费。

赵小姐接到一家银行信用卡中心客服人员的电话，该客服人员热情地告诉赵小姐，银行推出了一款人

身意外险，是专门为贵宾级客户提供的项目，每个月只要存款250多元，存满10年，便可在15年内享受每年最高获赔10万元的赔款。该客服人员表示，银行会在15年后退回全部存款，相当于用存款利息买了这份保险。赵小姐被这种投保模式吸引，动了心，于是答应购买这份保险。

银行向赵小姐推销的保险是否真的如同客服人员说的那么划算呢？我们来计算一下：每月存250元，5年

后利息有1500元，平均下来，一年还是交了300元保费。而一般保险公司的意外险一年也就100多元，显然这款保险还是比较贵。

业内人士说，利用信用卡推销保险的问题，主要在于为了急于推销保险，不向消费者提供详细内容，只挑选一些似乎对消费者有利的内容告知，消费者如果无意中参与后，实际保险条款与推销不符，容易造成经济损失。

关于如何对待信用卡推销保险问题，专家指出，首

先，消费者要冷静，可以要求对方将保险合同寄给自己，进行详细了解，同时也是变相推辞。其次，由于电话都是录音的，消费者要声明：自己在电话中的任何答复不作为“认可”的依据，防止对方利用消费者的某句话作为“消费者认可”。这也是给消费者自己留下证据(录音是可以查询的)。再次，即便真的对信用卡中心推销的保险产品感兴趣，也需要看到书面内容，并以自己亲笔签署为准。

(许维伟)