

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年理赔数据分析显示: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多出将近一倍。

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,有条件的家庭还可于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、其它商业医疗保险之间不会冲突,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)

行业资讯

中国企业500强

8家保险企业上榜

9月3日,2011中国企业500强在成都发布,有8家保险企业上榜。

中国企业500强名单由中国企业联合会、中国企业家协会发布。该榜单已是连续第十次向社会发布。榜单显示,中国石化化工集团公司以1.969万亿元的营业收入继续领跑中国企业500强榜单,中国石油天然气集团公司以1.721万亿元跃居次席,国家电网公司以1.529万亿元居第三位。

今年共有8家保险企业入围2011中国企业500强,分别是中国人寿保险(集团)公司(第9位)、中国人民保险集团股份有限公司(第25位)、中国平安保险(集团)股份有限公司(第34位)、中国太平洋保险(集团)股份有限公司(第62位)、新华人寿保险股份有限公司(第90位)、泰康人寿保险股份有限公司(第107位)、太平人寿保险有限公司(第245位)和阳光保险集团股份有限公司(第307位)。(郭永刚)

投连险近八成亏

销售比例下滑近10%

保监会日前公布的上半年数据显示,投连险和万能险的销售比例已经由去年同期的10.7%下降至目前的0.8%;同时,在过去的7个月中,投连险179个账户中只有不到40个账户投资收益为正,近八成亏损。

华宝证券投连险月报则显示,投连险7月份表现并不理想,包括激进型、货币型、混合激进型、混合保守型、全债型、增强债券型和指数型在内的投连险各类账户的回报率依次为0.27%、0.20%、-0.26%、-0.51%、-1.03%、-1.04%和-1.29%。

业内人士指出,由于投资收益一跌再跌,再加上保险行业内本身的政策引导保障型保险,投连险市场份额日渐减少也就不难理解了。(和讯)

车险费率市场化改革 消费者或将获益

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《关于加强机动车辆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,当前国内采用的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喜,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,保险公司面临的風險也会加大,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,现金为王是多数选择。(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,我们赔钱快速的根本目标是为了赚钱。”吴总幽默地表示,目前交强险市场的产品同质化相当严重,要想树立品牌,在这么多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。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”等先进技术手段,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

很多信用卡持卡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。

赵小姐接到了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赠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,消费者要申明: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。(许妮玮)