

# 奋进的安徽国寿

## 编者按:

安徽国寿作为我省业务规模最大、承保客户最多、网络机构最全的国有大型寿险企业,秉持“和谐共融、责任共担、成长共赢”的企业文化理念,肩负“造福社会大众,振兴民族寿险”的历史使命,一直是安徽寿险市场的领头羊,多年来始终保持着持续、健康、稳定的发展势头,为安徽寿险事业和建设平安社会做出了贡献。

安徽国寿以科学发展为要义、以做强做优为目标、以优质服务为重点,不断激活发展动力,努力实现绿色争先,在公司经营和服务社会等方面皆取得不菲成绩,体现了一个大企业公民的良好风范。

银行保险业务发端于保险业发达的欧洲,2005后开始在我省呈现“井喷式”发展态势,并成为各家保险公司的主营业务之一,也是我省寿险市场竞争的聚焦点。安徽国寿从2001年正式进军银行保险,至今已走过了10个不平凡的春秋。以优质产品奉献大众,以优质服务回报客户是安徽国寿银保业务10年发展的真实写照。从2001年推出“国寿鸿泰两全保险(分红型)”到2011年推出“国寿新鸿泰两全保险(分红型)”,两款产品虽仅一字之差,但蕴含其中的是真诚与责任,是共进与超越。我们可以清晰地发现,“新鸿泰”在保障功能及范围上更加全面和完善,不仅较大幅度提高了保户的固定收益率,实现资金的价值增值,而且客户还可以按各自保障需求搭配不同的保障型附加产品;通过红利分派,让客户分享到保险公司的经营成果,享受超值的回报与服务。

讲诚信、负责任是企业经营的基本出发点,可以相信,随着我省保险事业的快速发展,尤其是银保业务的健康发展,保险事业的明天一定会更加美好,而广大保险消费者必将成为最大的受益者,我们热切地期待着!

(何爽)



▲中国人寿安徽省分公司获得由安徽省消费者协会颁发的2011年3·15“消费与民生”年主题宣传活动“优秀企业”荣誉证书。



▲2011年3月19日上午,在合肥市杏花村,安徽保监局保监局局长(右一)在中国人寿安徽省分公司总经理姜宏伟(右二)陪同下,来到中国人寿“3·15”咨询服务台视察和指导。



▲2011年3月19日上午,安徽保监局、安徽省保险行业协会在合肥市杏花村区内举办全省保险消费精英颁奖仪式,图为安徽省保险行业协会会长、中国人寿安徽省分公司总经理姜宏伟为精英颁奖。

中国人寿保险股份有限公司是国内最大的寿险公司,成立于1949年,是全球第一家在纽约、香港、上海三地上市的保险公司,已连续8年入选《财富》世界500强。

安徽省分公司是中国人寿设在安徽的分支机构,已设立县以上分支机构115个,建立城乡网点700多个,另有兼业代理机构860多个,员工及代理人4.5万人。经营普通寿险、分红寿险、健康保

险、意外险等200多款各类人身保险。每年新承保保单200多万件,总保额近1.6万亿元,各类赔偿给付28亿元,单位年缴纳各类税款1亿多元,提供就业岗位4万多个。

2008年代表总公司向安徽省民政厅捐赠100万元,用于抗击雪灾;汶川地震后,公司员工踊跃向灾区捐款134万元;2009年向省政府确定的安徽国寿新农村帮扶点捐赠30万元用于校舍建设、

生活用品、课桌,书籍等;2010年认真履行中国人寿关于“两个18岁的服务”。向安徽老年基金会和安徽少儿基金会捐款15万元。

安徽国寿今后将进一步明确企业使命,更好地承担起促进地方经济发展、保障经济稳定、促进平安和谐和提高社会保障水平的责任,在老有所养、病有所医、残有所助、幼有所教等方面充分发挥保险保障的作用。

## 鸿泰相伴 经典奉献 中国人寿银行保险走过十年

2001年后,中国人寿等国内各大保险公司开始全面进入银行保险领域,首先在各大商业银行及邮政推出了国寿银行保险产品的开山之作——《国寿鸿泰两全保险(分红型)》。此款分红型保险产品的上市,不仅丰富了银行柜面理财产品的类型,也为广大客户提供了方便快捷的保险保障服务,随后鸿瑞、鸿丰、鸿盈等先后加入了中国人寿银保“鸿”字产品大家庭。

2011年,中国人寿全新推出“国寿新鸿泰两全保险(分红型)”银保产品,升级具体表现为四个方面:一是满期收益升级,保险期满即可获得满期保险金,使客户的固定收益有了较大提高。此外,还可通过红利分派,让客户分享到保险公司的经营成果,实现资金的价值增值;二是保险保障升级,消费者同时只需增加一份小投入即可获得二十种重大疾病的高额保障;三是理财功能升级,保险期

间,投保人可以申请借款,最高借款金额可达保单现金价值的百分之八十;四是投保范围升级,凡出生三十日以上、七十五周岁以下的投保人同样都可以享受到资金安全、收益稳定、保障有力的益处。

客户一:70岁的王妈妈就是这样一位老顾客,十年前她在银行购买了中国人寿的“鸿泰”产品,当时也是她第一次接触银行保险这种新的理财方式,王妈妈说:“当时银行的理财经理向我推荐了有保底收益和分红的‘鸿泰’保险,我买了10万块钱的。前几年这笔保险到期了,收益的确还不错。去年我还想着再买一些这种银行销售的保险产品,但是咨询过几家银行,他们说买保险要量身选择,有些保险年纪太大是不适合的。2010年12月14日,理财经理告诉我,中国人寿又出“新鸿泰”了,不仅投保年龄最高可到75周岁,而且保底

收益还提高了!其实我们老年人也想理财,‘新鸿泰’这个产品对我们来说太合适了。”

客户二:李女士的儿子今年八岁,最近她一直在考虑选择哪种理财产品来为孩子积累教育金,听完银行柜员介绍国寿“新鸿泰”产品后说:“每年孩子的压岁钱都交给我,但是最后由于家里要办事往往都给花掉了。您说得对,如果每年都把孩子的压岁钱拿来买‘新鸿泰’产品,十年后的满期保险金就是孩子的大学教育金,稳步积累,专款专用。此外,我看中的还有一点,买了这个‘新鸿泰’后只要加很少的钱,就可以再给孩子保个重大疾病的附加险,十年间能保二十种大病呢,省心呀!”

理财专家:从专业的理财配置角度来看,国寿“新鸿泰”产品相比第一代热卖的“鸿泰”产品,拓宽了客户投保范围并附带了借款功能;同时该产品提高了固定收益率,让客户的利益更有保证;更重要的是“新鸿泰”可以让客户按照自身的保障需求搭配不同的保障型附加产品,比如搭配重大疾病保障,客户只要花费不多的钱,就能以更快捷的方法,获得二十种重大疾病保障。

## 五福临门 福满一生 中国人寿为广大客户兔年送“福”

兔年伊始,央行连续加息,快速收紧信贷“钱袋子”,房地产调控政策猛招频出,但通胀的阴影却挥之不去,广大消费者如何在通胀年代让手中有限的资产获得安全感?

全球经济危机的阴霾尚未散去,日本90级大地震又给本就脆弱的经济形势添上一抹愁云。一位投资者所应具备的素质之一,就是风险管控能力,牛市赚钱不算本事,熊市不亏钱才算本事,选择合理的投资组合,规避风险,达到财富的持续增值。月有阴晴圆缺,人有旦夕祸福,为自己、家人及财产寻求一份

保障,如何避免意外灾难来临时难以招架的窘迫,是一位投资者不可忽视的重要原则。

经济形势变化之时,人们更容易受他人言语的影响,从而丧失了理性判断力。不久前,“抢盐”风潮席卷很多地方,便是在资讯混乱状态下,人们盲目跟随所谓防风险潮流的最好例证,因此,通胀年代,更要保持清醒的头脑。中国人寿作为寿险业界最大的保险公司,又一次扛起了创新大旗,针对当前的通胀形势,于2011年4月8

日在我省隆重推出国寿“福满一生”分红险,第一,继续保持“美满一生”即交即领的特点,在领取额度上再次提升,领取的更多,返还速度更快。第二是人性设计递增领取,返还金按人生不同阶段递增领取,让客户养老无忧。第三是保障回归保险,弥补了过去分红险保障不足的缺陷,在分红险销售趋利时代,使得产品更加丰满。同时,客户还可以每年享受公司的分红,规避资金贬值风险,红利金还可以复利累积。

就没有公司,而我们只有努力赢得客户的信赖,才能不断发展壮大。

## 倾听面对面 沟通心连心 ——中国人寿合肥市分公司举办银保客户座谈会

2011年3月22日下午,中国人寿合肥市分公司在振信大厦12楼会议室举办了“我与客户面对面”座谈会。来自不同行业,不同年龄段的10位银保客户代表以及社会监督员应邀参加座谈会。

主持人在座谈会开始时说,我们举办这次座谈会的目的主要是倾听客户对公司服务最原始的心声,达到了解客户意见、更好服务客户的目的以实际行动维护消费者的权益,宣传公司服务品牌,提升公司服务

品质,为客户服务工作提供长效推进的动力。

程工程师说,很高兴参加这次座谈会,自己是通过朋友介绍,购买了中国人寿产品,切身体验到了中国人寿业务员的优质服务。他认为能经常上门为客户服务,可以加强与客户之间的沟通,让客户进一步地了解产品,提高保险意识。

金老师说,早在1995年她就是中国人寿的客户。2010年10月参加过合肥国寿在银瑞林举办的酒

会后,她对保险有了更深入的了解,不但自己购买,还在不到一个月的时间内,介绍了5个朋友购买国寿产品。

郑工程师说,自己在2001年的时候就给人家买过国寿康宁终身保险,后来看了《边红旗的故事》,对保险的认识进一步加强。同时他也指出,公司要加强对员工的培训,提高他们的综合素质,这样才能更好地与客户沟通交流,更好地把合适的产品介绍给客户。

市公司负责人在座谈时说,真诚地对各位与会代表和广大客户表示衷心感谢。对于公司而言,客户是企业的生存之本,没有广大客户的认同与热爱

