

2021年1月11日
星期一责任编辑:婉华
美术编辑:刘娟
电话:5969581
E-mail:zehmdwb@sina.com

菏泽保险



“菏泽保险”微信公众号

中国人寿荣获 “2020年度卓越竞争力精准扶贫贡献奖”

本报讯(通讯员 卢立同)

近日,在由《中国经营报》和中经未来主办的“第十二届卓越竞争力金融机构评选”颁奖典礼上,中国人寿保险股份有限公司(以下简称“中国人寿”)荣膺“2020年度卓越竞争力精准扶贫贡献奖”。

2020年,中国人寿积极推进“扶贫保”工程,立足保险主业,发挥独特优势,以党建扶贫、保险扶贫、金融扶贫、产业扶贫、教育扶贫、公益扶贫六个体系为支柱,帮助建立防止返贫长效机制,助推全系统1281个帮扶点全部脱贫摘帽,为巩固拓展脱贫

攻坚成果,有效衔接乡村振兴战略提供国寿方案。

未来,中国人寿将继续弘扬国有控股金融保险企业的担当精神,积极关注社会民生,发挥保险业经济“减震器”和社会“稳定器”功能,为人民群众美好生活“保驾护航”。

中华保险菏泽中支 荣获“市级文明单位”称号

本报讯(通讯员 许仁斌)近日,菏泽市精神文明建设委员会公示了2020年度新增市级文明单位名单,中华保险菏泽中心支公司榜上有名,荣获“市级文明单位”称号。

中华保险菏泽中支2020年以来高度重视精神文明创建工作,认真落实精神文明创建工作部署,坚持保险业务发展与精神文明建设两手抓;将文明创建纳入重点工作,制

定计划、明确措施,营造争创氛围,全面树立企业文明新形象。

中华保险菏泽中支有重点、有计划地开展了多形式的精神文明创建工作,举办了“中华保险志愿服务”“文明员工评选”“关爱困难老党员”等主题活动,开展了文明出行、文明餐桌、文明上网及社会主义核心价值观教育实践等一系列活动,不断加强公司内涵建

设,员工队伍的大局意识、责任意识、服务意识显著增强,文明素养有了很大提升。

中华保险菏泽中支将以荣获“市级文明单位”为契机,不忘初心、牢记使命,引导广大员工争做新时代人文精神的守护者、传播者、践行者,积极履行国有企业应尽的责任,持续树立良好的品牌形象,全力推动公司发展再上新台阶。



人保营口分公司员工助迷路老人返家

本报讯(通讯员 李民)近日,人保财险营口市分公司城区营销服务部大堂经理丛林,在接待客户时发现一位老人在公司外徘徊许久,衣着单薄,嘴唇已冻得发紫。丛林立即上前询问情况,由于老人言语含糊导致沟通不畅,且拒绝到室内休息,丛林一方面为老人送去棉衣和温水,在室

外陪伴老人,保障老人的人身安全,另一方面通过询问分析老人提到的信息,协助警察摸排老人行走路线,发朋友圈动员多方力量寻找老人的家属。经过近三个多小时努力,终于在天黑之前联系到了老人的家属王先生,并将老人安全带回家中。

日前,营口市民王先生专

程将一面印有“助人为乐,情暖人间”的锦旗送到人保财险营口市分公司城区营销服务部表达感激之情。王先生的母亲已62岁,去年不幸患上阿尔茨海默症,当天,王先生因工作出门,没想到母亲意外走失,幸亏人保员工出手相助。王先生动情地说:“有人保,真好!”

华夏保险菏泽中支 为菏泽市见义勇为基金会 捐赠一万元

本报讯(通讯员 李海建)

为弘扬社会正气,倡导见义勇为,华夏保险菏泽中支积极响应菏泽市人民政府的号召,为菏泽市见义勇为基金会捐款一万元,为见义勇为英雄和模范送上一份真情,为菏泽见义勇为事业发展贡献力量。

华夏保险菏泽中支始

终坚持业务与公益同步发展,始终不忘践行企业社会责任,积极服务国家脱贫攻坚战略,在捐资助教、扶危济困、精准扶贫等公益领域回馈社会,凝聚爱心力量,发挥公益热情,助力见义勇为,为“平安菏泽”建设推动菏泽市经济社会发展做出贡献。

○保险课堂 直播间里买保险 还是谨慎些好

网络营销逐渐成为保险业发展的新趋势,越来越多的企业开始“抢滩”保险直播。其中,既有行业高管亲自走进直播间代言保险产品,也有很多对保险知识一知半解的非专业人士,为了博眼球、炒噱头,在直播间里卖起了保险。

对此,不少业内专家表示,过度营销副作用明显,不但会导致风险聚积,还可能会损害消费者利益。

“保险直播与其他类型的直播带货有所不同,保险产品专业性较强,投保前消费者需认真了解保险合同中每一项条款的含义,再进行签约投保,以免后续引起理赔纠纷。”业内人士指出,正常情况下,保险销售人员通过与客户进行深度沟通,才能帮助用户做出合适的决定。但随着直播、短视频等营销宣传和销售手段日益普遍,合规风险隐患已不容忽视。

据介绍,目前在“直播间”里存在许多无资质机构,在未取得保险中介从业资格的情况下,擅自开设短视频直播平台账号进行直播营销。同时,

还有许多非专业人士滥竽充数,有些不具备专业素养的人在短视频直播平台开设账号,包装成“保险专家”“理财专家”来指导消费者购买保险。

值得注意的是,部分主播会故意曲解保险产品的政策或

条款,如宣称“过往病史不用申报”“得了病也能买”“什么都能保”等,给消费者理赔埋下隐患。同时,还有部分主播存在违规承诺收益的问题,如混淆保险产品和其他银行理财产品的区别,发布“保本保息”“保本高收益”“复利滚存”等不实信息。

为让消费者正确认识保险直播营销中存在的风险,明明白白买保险,北京银保监局发布了直播购买保险“三清楚”:

一、清楚主播是否有资质。根据相关监管规定,只有持牌保险机构的自营平台可以从事互联网保险销售活动,第三方网络平台经营开展上述保险业务,应取得保险业务经营资格。

二、清楚宣传是否有陷阱。目前,直播平台从业人员良莠不齐,夸大保险责任、隐瞒保险合同重要内容等不实宣传常常发生。消费者应擦亮双眼,不盲目轻信宣传中的那些“好”,也要用心甄别宣传中所谓的“坑”。

三、清楚自己是否有需求。购买保险的前提是自己确实需要保险,不要因为直播中宣传“打折”等而冲动消费。购买保险也可以“货比三家”,通过对比不同保险公司保险产品的保障范围、保费金额、保障期限等,选择最适合自己的保险产品。

通讯员 何宝轩