

2013年第4期

四川保险视野

内部资料 免费交流

四川保险视野

第4期 总第22期

2013年



(保险行业核心价值理念专题征文活动专刊 征文系列之二)



四川省保险学会 主办

目 录

【保险行业核心价值理念专题征文】	3
学习、创新、执行、组织和谐统一，历史蕴含价值，光荣成就未来.....	3
保险行业核心价值理念.....	6
承担风险 竭诚服务.....	13
诚信提供服务，合规经营风险.....	18
心系“三农” 诚信负责 努力践行保险行业核心价值理念.....	23
核心价值理念对企业文化的意义.....	26
践行核心价值理念 推动生命科学发展.....	30
开展践行保险行业核心价值理念的研究.....	32
跳出保险看保险.....	37
畅谈如何在企业中实现个人价值.....	39
谈谈保险行业“守信用、担风险、重服务、合规范”	40
践行核心价值理念 推动银保转型发展.....	45
践行行业核心价值 促进企业稳步发展.....	51
用心服务感动客户，诚实守信赢得市场.....	60
这是我们的责任---浅谈践行保险行业核心价值理念.....	64
守信用、担风险、重服务、合规范.....	70
读保险行业核心价值理念有感.....	75
【学会动态】	79
参加“海峡两岸保险与风险管理夏令营活动”的师生与四川省保险行业协会、学会召开座谈会.....	79

【保险行业核心价值理念专题征文】



征文系列之二：

学习、创新、执行、组织和谐统一

历史蕴含价值 光荣成就未来

——论文化建设在学习和践行核心价值理念方面的重要性

（中国人民财产保险股份有限公司四川省分公司 黄庆旭）

文化是一个民族发展的血脉灵魂，是一个企业赖以生存的精神家园。保险行业是伟大而神圣的行业，既履行经济补偿、资金融通、社会管理三大职能作用，又肩负维护社会和谐、推动社会进步、分担国家忧愁之重责。如果一个保险行业没有文化建设，就等于鱼离开水、鸟失去双翼一样，绝对不能在繁杂的社会中生存与立足，如果文化建设死板硬套，从不开拓创新、与时俱进的话，绝对影响企业发展与进步。如何才能搞好保险行业文化建设呢？如何更好地学习和践行核心价值理念呢？笔者认为，学习、创新、执行、组织和谐统一、相辅相成、相得益彰，共同促进公司实现科学发展、健康可持续发展、又好又快发展。

一、学习——内在的财富

毫无疑问，个人获取知识和处理信息的本领对于自己进入保险业和融入社会及文化环境将是个决定性的因素。与共和国同生共长的人保财险60多年光辉历程，已经造就了“人民保险，服务人民”、“做人民满意的保险公司”等优秀企业文化，有效推动了公司改革、发展、稳定格局。

只有整体素质的提高，才能有跨越发展的动力；只有不断获取新的知识，才能有企业焕发青春的活力。人是知识的创造者和使用者、占有者，也是知识的运作载体和客体，人对知识起着决定性的选择作用和创造作用，知识对人起着关键的定位作用和工具作用。

完善知识结构离不开学习。“知识就是力量”。企业的发展与壮大，离不开学习；制定“短期有效，长期有利”奋斗目标，离不开学习。我们争取成功的道路上，既要努力学习科学文化知识和党的理论知识，又要勤学苦练和实践应用专业知识，形成独特的复合型知识结构，为早日实现目标打下雄厚的知识基础。

工作生活无时无刻离不开学习。“书到用时方恨少”。面对越来越快的知识更

新,面对日趋激烈的市场竞争,如果不保持清醒的头脑和冷静的心态就会陷入难以自拔的心理困境中。我们在任何时候,无一刻不在用头脑、不在用知识,而且很多时候反而让对方僵局。因此,知识应当不断地充实、更新,才不会被别人牵着鼻子走。

获取知识的有效途径。读书看报、博览群书——书中自有黄金屋。作为一名国企工作者,就必须养成一个爱读书看报的良好习惯,把死知识变成活知识,然后物化在自己的头脑中,变成自己的知识。网络浏览、“充电补氧”——“网”中自有喜相逢。随着社会的不断进步,网络进入千万家。我们要广泛吸收有用信息,取其精华、弃其糟粕。特别是利用工作空余时间多学习我们内网所刊登的知识,用他山之石为我所用。记忆犹新、学以致用——我们无论是学习任何有益知识,一定要与自己的生活、工作相结合,变成一个全面的知识。保险文化博大精深,浩瀚无边。我们务必强调学习要与实际相联系,充分运用到实践工作当中去,提升展业技能、提高服务水平,转变工作方法、提高工作效率。

二、创新——思维的升华

积极的思维是成功的开始。在学有所获的基础上,我们就要不断提炼——总结——运用,充分有自信把保险的各项做好、做扎实。

服务客户是我们保险业的天职。仍然要将“客户至上”、视客户为上帝的服务理念不动摇,全面兑现服务承诺,全方位为客户提供更加优质、高效、便捷、温情、满意的保险服务。同时创新服务举措,多提供增值服务。譬如,上门收取承保、理赔资料等便捷服务;至始至终提供微笑服务——微笑服务是企业生存发展的唯一途径。

创新是一种精神。在这个瞬息万变的世界中,在这个竞争残酷的市场中,一定要有创新精神,充分发挥保险业的“经济助推器”和“社会稳定器”作用,全力为社会服务、为人民服务、为地方经济建设服务。思路决定出路。首先找准定位,制定适合自身发展的短中期、长远目标。譬如,以我们公司为例。四川省达州市开江县是一个人口少、经济欠发达的边陲小县,如何才能走出一条适合开江县域经济发展之路呢?自2007年新的领导班子上任后,重新拟定思路,确定了“稳规模,调结构,增效益,打造一流精品小县支公司”的战略目标。通过业务发展的不断挖掘和工作举措的不断创新,通过全司员工的艰辛努力和坚持不懈的执着追求,全面实现了市场份额占居当地首席,业务规模节节攀升,人均产能位居全市前茅的理想目标。

发展才是硬道理。没有发展,就会吃亏,就会被挨打。没有创新,就会停滞不前,就会被淘汰。因此,我们要通过大力培育和发展先进的保险行业文化,提升行业发展“软实力”,不断升华保险行业文化的内涵、要素、功能作用、实践途径、核心价值体系建设等内容。只有公司发展壮大了,才有员工的价值体现;只有形成浓厚的企业文化氛围,才能有推进和谐奋进动力;只有坚持“以人为本”,才能有“人心齐、泰山移”之功效。譬如,以我司为例。多年来,公司高度重视企业文化建设。一贯坚持交心谈心交朋友制度,进一步融洽领导与领导之间、领导与员工之间、员工与员工之间的关系;一贯坚持以人为本、和谐奋进的团结友善制度,进一步营造良好的凝聚力和向心力;一贯坚持劳逸结合的工会活动制度,

进一步陶冶员工情操，激发员工以司为家、爱岗敬业的责任感和主人翁意识；一贯坚持有了公司发展就有员工的更多收获制度，进一步增加员工的经济收入和提高员工福利待遇；一贯坚持关爱员工制度，进一步增强执行力度，充分体现员工核心价值体系建设。通过一系列的举措实施和贯彻到位，公司取得了保费规模突飞猛进、利润连年创新高的优异成绩。公司也因此多年获得了省市公司表彰的“青年文明号”、“双文明建设先进单位”、“先进基层党组织”等荣誉称号。

三、执行——文化的超越

执行能力的好坏直接影响一个公司的对外形象。人保财险凭着良好的社会声誉赢得了市场主动权和话语权，这是上级管理者的功劳，也是大家共同遵守信诺的结果。

在有知识和能力的基础上做某一件事情，关键就是执行的问题了。因此，要想取得成功，使保险行业文化建设大快人心，就务必将上级公司制定的文件精神 and 行业规定贯彻落实到位，决不能麻痹大意、敷衍塞责、拖拉推诿、漫不经心。譬如，以我司为例。在上级公司的正确领导下，以“三个代表”重要思想和邓小平理论为指导，深入贯彻落实科学发展观，坚持依法合规经营，自觉遵守党纪国法和保险法律法规，全面执行依法合规经营承诺书和理赔纪律八条禁令。在思想上与分公司党委、总经理室保持高度一致，决无二心和杂念；在行动上与分公司党委、总经理室保持步调一致，决无超前和拖后；在改革上与分公司党委、总经理室保持政策一致，决无偏离航线和自作主张；在承诺上与分公司党委、总经理室保持执行一致，决无暗箱操作和乱许诺言；在财务上与分公司党委、总经理室保持廉洁一致，决无弄虚作假和违规操作。正因为如此，我司常常作为贯彻落实分公司政策规定的最佳公司，得到了分公司党委、总经理室的高度评价和赞赏。

四、组织——成功的关键

保险行业文化建设离不开一个优秀的组织者，也离不开大家的众志成城、群策群力。小到家庭，大到人类整体，都有一个有机的体系，内部应秩序井然、层次分明、规则明确，每一个生活其中的人都能得到最大的需求满足。有组织能力的优秀分子，即为实现这种效果的中坚力量。

多年实践证明，我司诠释了保险行业文化建设，取得了丰硕成果——保费规模稳健发展、队伍素质全面提升、执行力度日趋凸显。当今时代，是机遇和挑战同在的时代，也是竞争和合作并存的年月。今天，没有人能够独自成功，独角戏唱不久，独行侠行不远。俗话说得好：“双拳难敌四手”。“三个臭皮匠，顶个诸葛亮”。只有通力合作，有效组织，步伐保持协调一致，才能把蛋糕做大，才能把事业干成。譬如，以我司为例。公司在构筑企业文化时，都把“团队精神”放在重要位置。团结就是力量，团结出战斗力，团结出凝聚力，团结出效益。

组织协调，利益均沾。这是合作的纽带，是基于利益基础之上的联合，没有利益，就谈不上合作不合作了，实现互惠双赢是友好合作的前提和基础。在合作时，尤其是在出现裂痕时，一定要把握住利益这个枢纽，树立了“共利”、“双赢”的合作新理念，提高了自己的修养，以诚信待人，适当让利，增强自身的人格魅力，何愁合作不牢固、不长久、不快乐？譬如，以我司开展政策性农业保险工作

为例。在政府和相关职能部门的大力支持和鼎力配合下，自2007年以来将政策性农业保险这一千载难逢的惠民政策落到了实处，实现了“政府得民心、群众得实惠、公司得发展”的宏伟目标。

说一千，道一万，不如做给大家看。“做事先做人”。因此，我们务必坚守“十不要做、十要做”的工作基本原则和做人基本准则。一是不要做不负责任、当好好先生的人，要做善管理懂管理的人。作为基层公司就应该负起全部责任，科学合理安排工作，妥善处理内务事情，保证接受任务、完成任务。二是不要做贪图小便宜的人，要做勤俭节约典范的人。无论是公司的一张纸、一度电、一升油，还是办公电话及其他办公用品，都要做到厉行节约，人走灯灭——节约电，少用办公电话聊与工作无关的事情——节约电话费，能走路去办的事情最好不用公家车——节约油。三是不要做只顾个人利益，不顾集体利益的人，要做顾全大局的人。不能说对自己有利的客户就跟进服务，没有利益的客户就仍在一边，我们一定要站在讲政治、讲全局的高度，一心一意为公司发展添砖加瓦、奉献毕生精力。四是不要做“青蛙”夺一下跳一下的人，要做“热锅上的蚂蚁团团转”的人。特别是我们作为一线员工，更要有积极向上、开拓创新精神，要有钉子一般精神，要有办不成誓不罢休精神。五是不要做事不关己高高挂起的人，要做以人为本，和谐奋进的人。要树立良好的人保社会形象，无论自己做什么事情一定对得起自己的良心，对得起自己在公司领取的薪酬，对得起领导把你放在那个位置的信任。六是不要做“做一天和尚撞一天钟”的人，要做持之以恒、坚持不懈的人。每一天都要做既要有利于公司发展的事情，又要不断提升自身素质而努力学习。七是不要做鼠目寸光、眼光短浅的人，要做胸怀大志、高瞻远瞩的人。我们要在平时工作中，一定要根据自身实际目标，确定目标方向以后，就要不停地向既定目标前进，决不能只顾眼前利益，而忽略前面就是绝路，决不能只想到今天做什么，而不计划明天该干什么。八是不要做贪污腐败，同流合污的人，要做正大光明，坦率做事的人。我们做人的原则就是要正直，思想上不能有半点杂念和虚伪，做任何事情都要依法合规，按章办事，不能因得到个人好处而让公司经济受损。九是不要做背后小人，会后乱说的人，要做正人君子，说一不二的人。我们一定要以身作则，率先垂范，要有高尚的道德品质和良好的品行修养，决不能冒天下之大不韪，做出既影响团结，又影响公司形象的事情。十是不要做斤斤计较，小肚鸡肠的人，要做宽宏豁达，敢为人先的人。公司无论安排什么事情，只要能办到的，我们就决不能拉稀摆怠，推诿慢拖。我们不要计较个人得与失，要创新开展各项工作，保证多干事，干好事，善干事，敢干事，干成事。

保险行业核心价值理念

（鼎和保险四川分公司 陈晶文）

一、我国保险行业发展中存在的问题

新中国成立以来，我国保险事业几经起伏，历尽挫折困难。改革开放使保险

业重获新生,风驰电掣的发展速度使保险业迅速成长为中国的朝阳行业。中国在其特殊的历史环境和政治环境下,逐渐形成了自己的一套市场及行业特征体系。

(一)、中国保险市场现状

1、中国保险市场潜在需求巨大

目前,国际上在分析保险市场的发展潜力时,普遍采用两个指标,即保险深度和保险密度。据统计,一般发展中国家的保险深度为4%,人均保费一般超过200美元,发达国家如美国为9%,而中国目前的保险深度仅为1.486%,人均保费为1.08美元,这些数据一方面说明了中国保险业落后的现状,另一方面说明该产业在中国仍有着巨大的发展力。

2、市场发展趋势

从世界保险业的发展看,其正在实施保险业发展的战略转移,即由非寿险业向寿险业拓展,从某种意义上讲,非寿险的保源是有限的,而寿险的保源是无限的。中国是一个拥有13亿人口的大国,如此庞大的群体的生老病死,都需要保险来提供保障服务。可想而知,中国保险市场发展潜力的巨大。同时,国民经济的持续稳定增长和发展的良好态势,为保险业提供了良好的发展环境。居民财富的积累与购买力的增强,为商业保险积累了潜在的市场资源。

通过以上分析我们清楚地了解到,中国保险市场的潜在价值是难以估量的。在整个国家,行业要发展的强烈呼唤下,保险市场的开发动力十足,而任务却艰巨,富有挑战。

(二)、中国保险市场若干具体分析

中国保险市场虽经历了多年的发展,但从本质上讲仍然处于起步阶段。换句话说讲,我国目前的保险市场是不成熟的保险市场,发育不良的保险市场。如果我们就当前保险市场的发展进行认真地分析,就不难看出尚存在许多问题,这些问题如不加以分析并及时得到解决,势必会给中国保险业的发展带来阻碍,影响中国保险市场的健康发展。

市场问题

1、发展不良的中国保险市场

(1)从保险市场体系结构看,我国目前的保险市场体系结构还很不完善,离多元化的保险市场体系结构还有很大差距。

首先,保险市场组织结构不完善。一方面,我国再保险市场发展滞后。另一方面,我国保险中介市场尚未真正形成。我国的保险中介起源于保险代理人制度,构成我国保险中介市场且代表保险市场发展方向的保险经纪人制度还处于起步阶段。

其次,保险市场功能没有充分发挥。目前保险市场功能主要体现在转移风险、消化损失的补偿功能上,这也是指保险最原始、本质的功能。而在事前,对投保单位(投保人)提供风险管理服务,减少社会损失的服务功能上体现还很不够。

价格机制方面

在市场经济条件下,价格机制是市场机制的重要内容,价格的上下波动是价格机制的作用形式。在保险市场上,保险商品的价格即费率,是影响保险供求的重要杠杆,也是保险市场竞争的重要手。例如,在人身保险方面,因为我国各公司计算依据比较统一,所以在国内寿险产品费率竞争不很明显,但随着外国保险公司的进入,由于其技术的先进,和管理经验的丰富,其设计的寿险产品,在费率上较国内寿险产品具有一定的竞争优势

竞争机制方面

保险竞争是保险市场的基本特征。如果将保险业的竞争分为三个阶段,则第一阶段是费率的竞争;第二个阶段是险种和服务的竞争;第三阶段要以险种的多样性、文化品位、高素质的人才和服务的周全性来争取客户。目前我国保险市场上的竞争还处在由“费率战”向“险种战”、“服务战”转化的阶段。存在的主要问题有:市场仍处于相对垄断竞争状态,不利于保险市场的健康发展;手续费标准执行混乱;保险专利、知识产权的保护总是尚未解决,服务手段滞后。

2、险种的设计问题

随着我国社会主义市场经济体制的逐步建立和法制建设的不断完善,市场对保险业提出了更高的要求。而保险产品作为一种特殊的商品,是为社会提供高质量服务的基础。因此,产品的设计已成为保险业乃至社会关注的热点问题。

(1) 保险产品价格即费率厘定,难以科学、准确把握,潜在风险大

在我国现阶段,要掌握某一种承保责任的纯费率的参考统计数据还比较困难,因为经验数据、统计资料缺乏,尤其是意外伤害和重大疾病的统计数据。即使有这些数据,其可靠性也有待证实,因为过去乃至现在,我们的统计手段和方法都较为落后,数据统计的准确性较差。

(2) 保险产品雷同,针对性不强,组合性能差

目前保险市场上,各家保险公司主力险种多为类似,一般都是哪家保险公司推出的险种销售状况较好,其他保险公司马上加以模仿,换一个名称,并在保险责任方面略作修改后推出。因此,造成了保险市场上,许多产品似曾相识,雷同的多,虽然险种有不少,但真正能供不同层次消费者选择的不多。而且大多主力险种为综合型险种,无法进行自由组合,不能满足不同群体的个性需求。

(3) 产品开发能力弱

产品开发是保险公司综合实力的体现,虽然各保险公司都意识到产品开发的重要性,但由于自身能力不足,在保险产品开发上显而易见得力不从心。

3、从业人员素质偏低

(1) 从业队伍整体素质偏低

随着保险业的迅猛发展,从业队伍不断壮大,一方面促进了保险业的发展,另一方面,也带来了队伍建设的困难和压力。就目前这支保险从业队伍来看,人员学历结构参差不齐;风险防范意识淡薄,业务只重规模不讲效益;对兼业代理人监管不力等等,都构成了从业队伍整体素质偏低的主要因素。

（2）高级管理人才缺乏

中国保险业已成为金融体系的重要组成部分，在国民经济和社会发展中发挥着越来越重要的作用。而从目前的现状看，我国高级管理人才普遍缺乏，许多分公司一级特别是支公司一级高级管理人员，不具备任职资格条件。

（3）保险专业技术人才奇缺

保险专业技术人才是保险企业经营管理的支柱，主要包括如下几类：风险管理人才，精算人才，电子化人才，核保核赔人才，资金运用人才。从我国保险行业的现状看，以上几类专业技术人才都非常奇缺，不能适应保险业发展的要求。

（二）中国保险消费者对保险的偏见和误区

实践证明保险是应付风险的一种有效手段，但由于以下原因的存在，导致中国的许多消费者对保险“疏而远之”、“恐而远之”、甚至“恨而远之”。

1、消费者对于保险的消费误区

中国自1959年停办保险业务以后，在长达20年的时间里没有商业保险的实践。由存在决定意识的规律所决定，中国人的风险保险意识必然滞后。其次，一些保险公司的营销员在展业中误导和欺骗消费者，有的保险公司在理赔中对于应当赔偿的保险事故也是能拖就拖，能不赔就不赔，导致被保险人对保险“恨而远之”。

2、许多客户对保险的责任认识不够

许多客户对保险的责任认识不够，法律意识不足，表现在两方面：一是他们不能用法律来维护自己的保险利益；另一方面正相反，个别客户不尊重条款，盲目争取保险利益。

3、对保险公司、保险业的认识偏见

一些市民对于保险公司、保险业认识还存在偏见和认识上的误区。例如以为哪家保险公司赔得越多，这家保险公司的服务越好。其实不然，保险公司不是一个简单的收取客户保险费，然后支付赔款的“出纳员”，它必须遵守保险的“游戏规则”。又比如，有人把个别营销员的问题当成整个公司、行业的问题，认为整个保险公司、整个保险行业“一团漆黑”，这些都是认识上的误区。

（三）中国保险业面临的新问题

加入WTO，对于我国保险业的长期发展起着举足轻重的推动作用，但从短期看，外资保险公司越来越多参与竞争，将对我国保险业带来一些负面影响，我国保险业将不可避免地受到冲击，主要表现在以下几个方面：

1、保险市场客体结构面临挑战，市场结构上的缺陷也将进一步暴露，面临再保险市场被别人垄断，被动经营的局面在我国迅猛增长的保险市场中，作为转移保险风险、稳定保险企业自身经营的再保险市场发展严重滞后，缺乏相匹配的转移风险的再保险市场。即中国有发育较快的直接保险业务市场，而与之相适应的转移风险的再保险市场却很不完善和健全。一旦再保险被人垄断，国内业务就

只好让外国公司牵着鼻子走。

2、人才流失将趋于频繁

在人才竞争方面，国外保险公司凭借自己的优势，选挖国内各种优秀的保险人才，势必带来挖掘人才大战。从整个保险市场看，专业人才的流动属于人才资源的合理配置，对市场的培育不无益处，但客观上对本来就人才不足的民族保险公司造成影响。外资保险公司先进的机制和优厚的待遇，会使民族保险公司的人才大量流失。

二、保险行业核心价值理念应运而生

保险行业核心价值理念是“守信用、担风险、重服务、合规范”。守信用，是保险经营的基本原则。保险是一种基于信用的契约行为，是对未来不确定性的承诺。诚信是保险业的生存之本，是行业发展的生命线，也是保险业最基本的道德规范和行为准则。保险业必须以最高的诚信标准要求自己，信守承诺、讲求信誉，向客户提供诚信服务，才能树立良好的社会形象，才能赢得社会的信赖支持，才能不断发展壮大。担风险，是保险的本质属性。保险业是经营风险的特殊行业，要通过科学专业的制度安排，为经济社会分担风险损失，提供风险保障，参与社会管理，支持经济发展，充分发挥保险的“社会稳定器”和“经济助推器”功能作用。要坚持改革创新，加快转变发展方式，不断提升风险管理能力和核心竞争力，增强行业发展活力，夯实科学发展基础，更好地履行保险责任。重服务，是保险价值的实现途径。

保险业属于金融服务业，保险是无形产品，服务是基本手段。保险业要积极服务经济社会发展和人民群众多层次的保险需求，加大产品和服务的创新力度，着力提升服务质量和水平，通过真诚文明、专业精细、优质高效的保险服务，传达保险关爱，体现保险价值。合规范，是保险市场健康运行的前提条件。保险机构和从业人员必须严格遵守国家法律法规、行业规则规范、职业道德准则，并在具体工作中时时、处处规范行事。要在全行业大力倡导知法守法、合规经营的道德风尚，培育良好的市场秩序，保障保险业健康可持续发展。

项俊波主席在讲话中指出，加强保险文化建设，是保险业贯彻落实党的十八大精神推进社会主义文化强国建设的重要举措。培育和践行保险监管核心价值理念、保险行业核心价值理念是保险文化建设的关键环节，是转变发展方式、推动行业科学发展的内在要求，是加强行业文化建设、凝聚行业力量的有效途径，是加强改进保险监管、提高监管效能的重要手段，也是提升行业形象、增强行业软实力的迫切需要，对促进保险业持续健康发展具有十分重要的意义。

项俊波主席强调，培育和践行保险监管核心价值理念、保险行业核心价值理念，既是当前一项紧迫工作，也是一项长期的战略任务。全行业必须站在全局的高度，加强领导、统筹协调、突出重点、常抓不懈，扎实推进培育和践行核心价值理念的各项任务。一是要加强学习宣传，使保险监管核心价值理念和保险行业核心价值理念成为全行业共同遵循的价值取向。要通过多种方式广泛开展核心价值理念宣导活动，把核心价值理念的教育纳入各级党委中心组学习计划，作为干部员工入职培训、高管培训、在岗培训等的必修课程，教育引导广大监管干部和

从业人员准确理解和领会核心价值理念的内涵与要求;要大力开展保险“进社区、进机关、进农村、进学校、进企业”,普及保险知识,宣传核心价值理念;要强化整体形象建设,扎实做好文化形象导入工作,使核心价值理念真正成为机关文化、企业文化的核心内容。二是要健全制度机制,使保险监管核心价值理念和保险行业核心价值理念成为全行业一以贯之的行为准则。

三、保险行业核心价值理念解读

保险行业核心价值理念是保险业持续发展的思想基础,既是对保险发展实践的高度概括和凝练,也是对未来发展的期待和要求,体现了全行业的精神文化追求,是全行业的共同意志和行动指南,具有推动行业改革发展、规范约束行为、提供精神动力的作用。其核心内容及简要诠释如下:

(一)守信用。守信用,是保险经营的基本原则。保险是一种基于信用的契约行为,是对未来不确定性的承诺。诚信是保险业的生存之本,是行业发展的生命线,也是保险业最基本的道德规范和行为准则。保险业必须以最高的诚信标准要求自己,信守承诺、讲求信誉,向客户提供诚信服务,才能树立良好的社会形象,才能赢得社会的信赖支持,才能不断发展壮大。

(二)担风险。担风险,是保险的本质属性。保险业是经营风险的特殊行业,要通过科学专业的制度安排,为经济社会分担风险损失,提供风险保障,参与社会管理,支持经济发展,充分发挥保险的“社会稳定器”和“经济助推器”功能作用。要坚持改革创新,加快转变发展方式,不断提升风险管理能力和核心竞争力,增强行业发展活力,夯实科学发展基础,更好地履行保险责任。

(三)重服务。重服务,是保险价值的实现途径。保险业属于金融服务业,保险是无形产品,服务是基本手段。保险业要积极服务经济社会发展和人民群众多层次的保险需求,加大产品和服务的创新力度,着力提升服务质量和水平,通过真诚文明、专业精细、优质高效的保险服务,传达保险关爱,体现保险价值。

(四)合规范。合规范,是保险市场健康运行的前提条件。保险机构和从业人员必须严格遵守国家法律法规、行业规则规范、职业道德准则,并在具体工作中时时、处处规范行事。要在全行业大力倡导知法守法、合规经营的道德风尚,培育良好的市场秩序,保障保险业健康可持续发展。

五、我们应作出的努力

保险行业核心价值理念体系建设是一个艰巨且长久的工程,需要一代又一代的保险人用自己的辛勤汗水去实践和总结。结合我公司的实际,我们觉得应从以下几点加以努力:

一是必须加强保险行业文化建设,塑造与现代保险业相适应的先进文化。

必须坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,这是保险文化改革发展的根本指导思想;必须坚持社会主义先进文化前进方向,是保险文化改革发展的根本性质;必须坚持以人为本,这是保险文化改革发展的根本目的;必须坚持把社会效益放在首位,这是保险文化改革发展的根本要求;必须坚持改革开放,这是保险文化改革发展

的根本动力。

保险文化是保险业整体的内在本质特征。稳定的文化形态对保险业组成的个体产生强制性影响，并通过个体相同或近似的外在表现形式体现。认知方式、评判标准、精神状态、外在形象、言谈举止等行为，都是内在本质的载体，或说是内在本质的外在表现。只有建设出先进的保险行业文化，保险从业人员才能在先进文化的指引下努力奋斗，才能构建出与之相适应的核心价值体系。

二是必须坚持诚实守信原则，用良好的道德风尚进一步改善行业形象。

最大诚信原则是保险经营的基本原则之一。诚信可谓是保险的生命线，是行业发展之基。相较于其他行业，保险业对诚信有着更高的要求，诚信理应成为保险职业操守的核心要求，成为保险文化的重要特质。一是加强道德建设。在全行业开展社会公德、职业道德、家庭美德、个人品德“四德”教育。开展形式多样的诚信教育，倡导从我做起、从现在做起，树立高尚的职业操守。二是完善信用体系。完善诚信激励约束机制，加大失信惩戒力度，增加失信成本。加大信息披露力度，扩大承保理赔信息网上查询的险种范围，完善保险产品说明会、投保提示、客户回访等制度机制，加大对不诚信行为的约束。委托第三方开展保险诚信服务测评，加强社会监督。建立和完善营销员信用管理、高管人员不良记录档案等制度。三是净化行业风气。严厉打击弄虚作假、商业贿赂等行为，营造诚信为荣、失信为耻的浓厚氛围，坚决破除有损行业形象的所谓“潜规则”等。

三是必须从保险的本质特征入手，紧紧抓住保险的本质特征进行思考和实践。

保险的本质，是为社会风险管理当好参谋顾问，提供切实的经济补偿保障和防灾减损服务。保险的本质特征决定了保险文化的精髓，即风险分摊、互帮互助、同舟共济。

近年来，保险业取得了举世瞩目的发展成就，行业为社会做出了不可忽略的贡献，全体从业人员也付出了辛勤劳动。但毋庸置疑的是，当前保险行业的声誉还不太好，并没有得到足够的社会尊严。究其原因，是企业将经营效益至于行业核心价值观之上，在这样一种文化的熏陶下，一些从业人员忽略了保险的本质特征，片面追求利益，对保险社会声誉起到了负面作用。

坚持保险的本质特征，是弘扬保险文化的基础。应当在先进保险文化的指引下，构筑保险行业的核心价值理念体系，并按照知行合一的要求，重在实践，以此追求社会公众对保险业的认可度和满意度，维护行业的尊严。

四是将继续继承和发扬中国传统优秀文化，作为构建保险核心价值理念体系方案的重点来抓。

保险行业作为一个管控风险、分担风险的一个较为特殊的行业，这样的行业更应汲取优秀传统文化的养分，来不断充实和丰富保险文化的内涵。这样一个行业的核心简直理念，应当在充分吸取保险相关知识与技能的同时，深度融合中国传统文化，不仅在形式上，更要在内容上体现出中国特色。

作为保险从业人员，如果不了解中国传统文化、民俗和习惯，就很难了解客户的内心，如果不了解客户的内心，就很难做成以人为本的行业。对于保险公司管理者而言，如果不能很好地摸清保险从业人员的心理状况和行为特征，很难实现科学经营和有效管理。因此，对保险行业的每一位从业人员来说，学习和运用中国传统优秀文化十分重要。

保险业经过30多年的发展，取得了一定的成绩，但同时也积累了一些问题，突出的就是声誉风险问题，表现为从业人员不诚信、不规范，职业道德水准不高，根源就在于行业没有树立起正确的核心价值体系。当代中国保险业如果要重塑灵魂、核心价值观和伦理规则，就必须求助于对中国传统优秀文化的认知、学习和践行。

承担风险 竭诚服务

——服务特殊投保人，贯彻保险行业核心价值理念

(中邮人寿四川分公司 兰青)



【摘要】 本文通过列举文盲、无通讯工具、经常外出务工人员等情况的特殊投保人在现行公司市场营运条件下投保以及保全中遭遇的尴尬处境，以保险行业核心价值中“担风险、重服务”为指导思想，提出了一些建设性意见，解决和缓解特殊投保人在投保、保全事务中遇到的障碍和不便，塑造企业承担风险，推动公司优质服务，建言献策中邮人寿保险股份有限公司企业文化建设，同时以实际行动来践行保险行业核心价值理念，带头学习贯彻以投保人服务对象的保险行业应该秉持的思想观念和行动指南。

南。

【关键词】 担风险；重服务；特殊投保人；核心价值理念

根据中国《保险法》规定，投保人是指与保险人订立保险合同，并按照保险合同负有支付保险费义务的人。投保人应具有以下条件：1、具有相应的权利能力和行为能力¹；2、投保人对保险标的具有保险利益；3、投保人履行交付保险

¹ 根据《民法通则》的规定，18周岁以上的成年人及16周岁，但以自己的劳动收入为主要生活来源的人，是完全民事行为能力人，可以成为保险合同的投保人，16周岁以上不满18周岁的未成年人及不能辨认自己行为和不能完全辨认自己行为的精神病人是限制民事行为能力或无民事行为能力的人，不能成为投保人。

费的义务。但在保险公司实际操作过程中,有部分特殊投保人因为自身学历文化不高,或者所处电讯公共基础设施建设不够发达,或者经常外出务工,异地办理保全业务不便等因素限制了这些特殊投保人在投保时享受普通客户同等享有的投保权利,中邮人寿保险股份有限公司针对这部分客户,出于营运安全和规避经营风险的考虑,大多采取不承保的传统对策来规避特殊投保人在后续保全服务中可能带来的经营风险和诸多不便。

为进一步推动保险行业文化建设,中国保监会发布了“守信用、担风险、重服务、合规范”的保险行业核心价值理念。其中,“担风险”是保险的本质属性。保险业是经营风险的特殊行业,要通过科学专业的制度安排,为经济社会分担风险损失,提供风险保障,参与社会管理,支持经济发展,充分发挥保险的“社会稳定器”和“经济助推器”功能作用。“重服务”是保险价值的实现途径。保险业属于金融服务业,保险是无形产品,服务是基本手段。保险业要积极服务经济社会发展和人民群众多层次的保险需求,加大产品和服务的创新力度,着力提升服务质量和水平,通过真诚文明、专业精细、优质高效的保险服务,传达保险关爱,体现保险价值。

在这两点核心价值理念的指导下,笔者以承担保险公司应有风险、竭诚服务特殊投保人为目的,创造和设计了几种可操作的实施方案应用到特殊投保人的新契约签订与保全业务领域中,从细节上关心服务顾客、提升企业形象、践行科学发展保险行业出谋划策,抛砖引玉,希望带动整个保险行业创新服务方式、提升服务效率的企业文化建设新高潮。

一、特殊投保人在我公司投保现状

1、文盲在投保时出于营运安全考虑不予承保

本文文盲指具有完全民事行为能力,但由于受教育条件落后,不具备读书识字能力的自然人。

根据保监会的规定,购买保险公司人身保险产品的投保人,会被要求在阅读相关提示书后,在投保单上抄录“本人已阅读保险条款、产品说明书和投保提示书,了解本产品的特点和保单利益的不确定性”以上38个字语句并且签名。同时保监会对于保险公司营运管理资料要求做到4个100%,即新单客户资料真实完整率100%,新单回访成功率100%,销售网点投保提示张贴率100%,客户亲笔签名及抄录率100%。

这项规定从2010年10月1日起实施,之前的投保单新契约填写中,投保人只需要在新契约最末尾投保人处签名处签名即可,如果是文盲,需要用右手拇指按指印代替签名。但新规定出台之后,文盲无法完成38个字的抄录工作,即便从语义学角度客户了解了38个字中说阐述的保单利益不确定性的字面含义,由于不能确认投保人是否了解保单收益的不确定性,对后期保全工作造成无法评估的影响,出于营运安全的考虑,保险公司普遍实行不予承保的执行方案。

2、无通讯工具保持联系的顾客出于营运安全考虑不予承保

新契约操作中投保人填写投保单需要记录个人电子通讯工具的具体联系号码,手机和座机均要记录,正确的电话号码,及时联系上投保人,这对保单投保

成功后总公司服务热线进行电话回访以及期交客户在每年缴费期限临近时进行电话提醒至关重要。

中邮人寿是以“服务基层、服务三农”为己任的保险公司，客户群体中农村客户占据一定比例，部分农村网点接待的客户由于所在地区经济发展相对落后，个人住所未能安装固定电话，自己也未有配备私人手机。因此填写新契约联系方式一栏时，个人电话无法填写完整，面对这样的情况，为了避免电话回访不成功与期交顾客无法及时通知续交保费，和其他保险公司普遍实行的方案一样，出于营运安全的考虑，我们公司也不予承保。

3、外地务工人员保全手续繁琐不便服务工作有很大改进和提升空间

中邮人寿保险股份有限公司服务的客户中还有一部分顾客，户籍所在地为农村，但长期外出打工，逢年过节才返回办理投保网点所在地域。在外地通过存缴续期保费进入投保时所用当地银行卡账号，会收取一定手续费，这让外地务工人员进行续保过程中遭受一定的经济损失，让本来就保障为主要目的的保险产品的到期收益更加微乎其微。

如果外出务工人员出险，对于异地报案，异地结案取证在现行公司运行体制下也无法实行可行性操作，给外地务工人员购买保险造成很大顾虑，限制了中邮人寿保险股份有限公司竭尽全力为客户服务的条件和能力。对于这样的尴尬处境，我们的服务工作还有很大的改进和提升空间。

上述三种特殊投保人所遭遇的境况束缚了我们履行保险公司承担风险、竭诚服务的天职和本能，阻碍了我们全力以赴得贯彻落实保险行业核心价值理念中“担风险、重服务”的要义和重点，挑战了我们在推行科学发展、提升行业形象、增强行业软实力的坚定信念和顽强决心。我们保险人应该发扬我们的勤劳和智慧，通过创新服务方式、转变服务观念，来解决好这三种特殊投保人说代表的保险行业服务盲区，在保险行业核心价值理念的指导下，科学设计、系统策划，切实可行的提出解决方案，承担我们义不容辞的责任，提升我们的服务品质。

二、担风险，创造性解决营运安全问题，为客户顺利承保

在本文第一章中提到的前两种特殊投保人，都是由于资料不完备或者无法完成新契约填写程序，而影响到保险公司营业后勤支撑体系的有效服务，从而无法成功承保的例子。因此转变发展方式，创新服务手段，通过科学合理的设计新型承保方式，规避营运风险，提升服务水平，笔者有以下设想和建议：

1、用录音电子文件作为文盲顾客确认 38 字内涵的风险提示确认认证

对于文盲投保人无法抄录 38 字风险提示语的情况，从法理上讲，并不成立投保人无法理解 38 字风险提示语的语义学含义，而只是由于先天教育水平落后造成了具有完全民事行为能力的文盲投保人，无法通过文笔抄录这一手段来证明自己已经明确知晓 38 字风险提示语所要告知的提示要点。

因此，只要通过其他文献载体来记录投保人获悉并了解了 38 字说阐述的风险要点和提示重心，便达到了保监会监督保险公司合规承保，投保人理性投保的

监察初衷和填写本意。

根据刑事诉讼法第四十二条的解释：证明案件真实情况的一切事实，都是证据。同时列举了其中证据中的第二种便是证人证言，这从法理上确立了电子录音与亲笔签名具有同样的法律效力。同时根据 2008 年的高校图书馆电子文献购置与经费比例研究，在学术前沿的高校图书馆已经将最高达 28.13% 的购置经费投入到 20%-30% 的电子文献购置中[1]，这足见电子文献资料在实践和运作的过程中为电子录音作为商业文本作证来发挥作用提供了足够的参考和借鉴。

纸质资源	50%以下	50% - 60%	60% - 70%	70% - 80%	80% - 90%	90%以上
所占比例	1.04%	7.29%	18.75%	28.13%	32.29%	12.50%
电子资源	0 - 10%	10% - 20%	20% - 30%	30% - 40%	40% - 50%	50%以上
所占比例	12.50%	32.29%	28.13%	18.75%	7.29%	1.04%

于是，笔者建议可以通过电子录音或者视频录像的新型文献载体来记录文盲投保人朗诵 38 字风险提示语的语音资料或者视频资料，通过电子文档管理文件名以相同投保单号命名，存入客户投保资料库，在保监会核查和公司电话回访时，通过调取录音资料或者视频资料，来证实文盲投保人已经明晰 38 字风险提示语所要表达的提醒要点，也体现了保险行业服务客户，照顾特殊客户的体贴关怀。

2、通过公共电话与行政协助通知到户确保无通讯工具客户续保成功

根据第二种情况，仅仅由于个人没有电子通讯工具，而涉及营运后勤的传统运行安全，就放弃对一个有保险需求和保障期盼的客户进行承保，是对保险行业智慧的挑衅，保险业作为爱心大使，可以发挥自己的机制创新能力，为客户排忧解难，通过行政协助的渠道获得与客户的通讯联系，并保持电话回访和期交业务的长期稳定运行。

电讯行业最早发源于中邮人寿保险股份有限公司所在的中国邮政集团的前身一邮电机构，早期的邮电通讯依然需要话务员和机器协调配合，人机搭配，通过甲方呼话、话务员转接、乙方接听的方式来实现通讯连接[3]，如果乙方是公用电话设备，还需要在整个流程中增加乙方现场呼叫丙方接听的环节。

总之在科技条件和经济水平相对落后的过去，我们能实现电子通讯。在 2011 年初，随着西藏最后一批行政村开通电话，标志着我国全面实现了“村村通电话、乡乡能上网”的“十一五”农村通信发展规划目标。目前全国范围通电话的自然村比例达到 94%，全国范围通电话的行政村比例达到 100%[2]。这样幅员辽阔的电讯覆盖设施建设为实地联系进行电讯通话提供了物质基础，并且客户在网点出单，只要网点人员能确定在次年能联系上投保客户，确保续期缴费按时到位，那么电话联系方式这一栏所要求的实质就达到了。

通过人工与基础设施协调配合，为投保人提供电讯协助，是贯彻保险行业核心价值理念，坚持改革创新，加快转变发展方式，不断提升风险管理能力和核心竞争力的有力举措，是增强行业发展活力，夯实科学发展基础，更好地履行保险责任的担当和作为。

三、重服务，升级操作系统，实现保全工作全国范围统一处理

本文第一章中提到的第三种客户，在签订保险合同后，由于地缘差异和跨地域金融业务操作给客户造成了不必要的手续费支出，变相降低了保险费收益，作为保险公司应该切实考虑到客户的利益，创新服务方式，提升服务水平，为客户创造全国范围内的保全业务服务环境。

1、现有全国范围内异地金融业务为异地保全业务提供了有效参考和借鉴

目前，成都银行实现了全国范围内的异地存取款无手续费交易，同时，中国银行网上银行，也能实现个人账户关联账号转账无手续费交易，这为我们实现客户的异地续交保费不受损失提供了可能。中邮人寿保险股份有限公司大多数客户使用的中国邮政储蓄银行的借记卡，邮储银行于2010年开通了农民工银行卡特色服务，异地跨行取款手续费率千分之八，单笔取款手续费20元封顶，很大程度地实现了既省钱又方便的功能。

在此基础上，中邮人寿股份有限公司，可以通过操作系统升级，将客户的缴费账号记录在案，和邮储银行签订相关协议，客户每年存入等额期交保费的资金不支付手续费，多余资金照常支取手续费，用户需要缴纳的续期保费的异地存款手续费，由中邮人寿保险股份有限公司通过年终份额进行总对总交易，减轻异地务工特殊投保人的经济负担，也迎合了银保联动的合作契机，稳定了银保市场的健康发展。

同时，人保财险在2012年5月已经实现全国范围内异地理赔[4]，即理赔无忧四海通行、电话车险“零距离”服务、网上人保24小时不打烊，作为一家与新中国同年成立的国有企业，人保财险公司拥有全国最多的网点理赔服务中心。财险公司的做法值得我们寿险公司借鉴和学习，我们要取人所长，提升自己，为更好得服务客户创造条件。

2、中邮人寿具备开展全国性异地保全工作的资质和实力

中邮人寿保险股份有限公司依托的中国邮政集团在全国范围内拥有5.7万个业务网点，3.6万个金融网点，截止2013年1月中邮人寿自身在全国14个省195个地市940个县区覆盖有1.97万个机构网点[5]，为实现全国范围内的异地保全工作打下了坚实的物质基础，我们具有得天独厚得开展人身保险异地保全业务的优势和资源，为客户提供更大范围，更高层级，更深力度的优质服务，对于提升企业形象，加快转变发展方式有极大的帮助，同时展示了中邮人寿深化结构调整的自觉性和主动性，为推动行业发展质量和效益的不断提升作出了积极贡献。

实现系统升级，实现异地保全业务统筹开展，是保险业积极服务经济社会发展和满足人民群众多层次保险需求的积极探索和有益创新，是加大产品和服务的创新力，提升服务质量和水平的务实之举，是通过真诚文明、专业精细、优质高效的保险服务，传达保险关爱，体现保险价值的良好典范。

四、深入贯彻保险行业核心价值理念，不断推动中邮保险发展

使用电子录音确认投保风险提示，人机协调通知客户确保续期保费成功续交，跨行异地存款手续费减免，只是深入贯彻落实科学发展观，进一步解放思想、转变观念，践行保险行业核心价值理念的冰山一角，在以后的工作中，我们要提高宏观意识和战略思维，将保险业发展融入到加强民生建设、促进经济发展和社

会和谐稳定的大局中，积极推动保险业在关系全局的现代金融、社会保障、农业保障、防灾减灾、社会管理等“五大体系”建设中发挥更大的作用，让保险业发展成果惠及更广大人民群众。

保险行业作为服务客户、提供保障的爱心行业，应该更大程度得考虑到客户利益，承担应有风险，信守郑重承诺，严守合规发展。我们要不断创新、不断自省、不断思考，利用现有资源环境，创造更好地保险行业发展环境，我们要注重基础建设，使保险行业核心价值理念成为全行业追求进步的力量源泉！

【参考文献】

[1] 《图书馆纸质资源与电子资源经费比例研究》魏豫州[M]《图书馆论坛》2008年6月第28卷第3期 P106-P107.

[2] 《我国全面实现“村村通电话、乡乡能上网”》工业与信息化部电信管理局官方网站资料.

[OL]<http://www.miit.gov.cn/n11293472/n11293877/n11302021/n13735246/13735591.html>

[3] 《电话的发展史》电话百科官方网站

[OL]<http://dianhua.baike.com/article-114157.html>.

[4] 《人保财险力拓三农保险 网点覆盖全国 80%以上乡镇》新华网 2012年3月4日.

[OL]http://news.xinhuanet.com/fortune/2013-03/04/c_124413114.htm

[5]中邮人寿保险股份有限公司官方网站.

[OL]<http://www.chinapost-life.com/>.

诚信提供服务，合规经营风险

——中邮保险践行行业核心价值理念

(中邮人寿四川分公司 张钦)

【摘要】中国保监会发布了“守信用、担风险、重服务、合规范”的保险行业核心价值理念，该核心价值理念将成为保险业改善社会形象和未来发展的指导思想。本文主要对保监会最近发布的行业核心价值理念进行分析，结合中邮保险实际，从诚信为本、勇担风险、全心服务、契合规范四个角度来阐释中邮保险如何践行该核心价值理念。

[关键词] 保险业核心价值理念；中邮保险；销售误导；理赔难

客户对销售误导和理赔难不断抱怨；保险行业在社会管理中的地位不够凸显；接受保险服务时客户并非心满意足；保险公司因不合规遭受许多无谓罚款。这些现象表明保险行业发展过程中存在着许多难点。十七大以来，保险逐步进入普通民众生活，进入社会方方面面，与此同时保险行业存在许多问题，让社会中许多人甚至谈保险色变。解决这些问题，让保险赢得社会尊重，需要依靠一个核心价值理念改善行业形象，指导行业发展。3月21日，中国保监会发布了“守信用、担风险、重服务、合规范”的保险行业核心价值理念。²核心价值理念的明确，只是解决问题的第一步，更重要更关键、需要长期努力抓的工作还在后面，核心价值理念的贯彻落实显得尤为重要。

核心价值理念要贯彻下去，关键是把理念和实际的利益导向紧密地联系在一起。要使核心价值理念真正成为监管人员和从业人员的信念信条、价值追求，就必须把核心价值理念贯彻到发展战略、工作目标当中，贯彻到制度机制当中，贯彻到行为准则当中，贯彻到评价标准包括奖惩依据当中，使提倡的理念与实际的利益机制相协调。价值理念的学习目的就是推动在这个方向上取得实际的、显著的进展，从而促进核心价值理念的贯彻落实。核心价值理念就不仅仅停留在口头上，而要践行在实实在在的价值取向、评价标准、道德规范、行为准则。

作为行业中的一家新兴保险公司，中邮保险践行“守信用、担风险、重服务、合规范”的保险行业核心价值理念，是中邮保险当前一项紧迫工作，也是一项长期的战略任务。

诚信为本

言必行，行必果。保险作为一种基于信用的契约行为，坚守信用是保险经营的基本原则。保险是一种对未来不确定性的承诺，因此诚信是保险业的生存之本，是行业发展的生命线，也是保险业最基本的道德规范和行为准则。之所以保险业要诚信为本，这是由于保险合同的射幸性和信息不对称性决定的。射幸性即当事人全体或其中的一人取决于不确定的事件，对财产取得利益或遭受损失的一种相互的协议。保险合同标的是被保险人的标的或者人身将来可能发生的危险，属于不确定的状态，保险人之所以能够承保处于不确定的危险，是基于其对危险发生程度的估计和计算。投保人对保险合同的格式规范内容具有信息不对称性，因此要以诚信为前提，保险才能正常运行。

从保险的行业特性来看，保险也离不开最大诚信原则。保险在国民经济中占有十分重要的作用，被誉为社会的稳定器。保险经营的特征表现为：其一，保险费收取的分散性，保险运作的原理就是各个投保人通过向保险人缴纳一定的保险费从而形成一定的保险基金，由保险人来承担被保险人可能出现的风险；投保人越多，收取的保险费越多，保险基金越大，保险经营越安全，保险分摊也就越合理，从而保险人盈利的可能性就越大。这些要求保险人坚持最大诚信原则，以吸引更多的投保人投保；其二，保险经营的安全性。稳健经营是对保险行业的特别

² 中国保监会官方网站 <http://www.circ.gov.cn/tabid/106/InfoID/239331/frtid/3871/Default.aspx>

要求, 中国对保险资金的投资渠道也有明确的限制, 这也符合投保人的利益; 其三保险资金的负债性。保险资金属于保险人对被保险人的负债, 保险人不得将保险资金作为盈利分配, 也不得作为利润上缴, 只能充分利用确保增值, 因此保险业的健康发展离不开最大诚信原则。³保险业必须以最高的诚信标准要求自己, 信守承诺、讲求信誉, 向客户提供诚信服务, 才能树立良好的社会形象, 才能赢得社会的信赖支持, 才能不断发展壮大。

作为一家“服务基层、服务三农”的新兴保险公司, 中邮保险传承百年邮政的信誉, 更是要把信用作为开展保险经营的前提, 必须对客户诚信, 对合作的代理机构诚信, 对员工诚信。对待客户, 中邮保险要切实履行保险合同下的保险责任, 同时通过加强业务员素质在销售时不夸张收益, 不随意承诺, 解决销售误导问题, 及时对应当赔付的客户进行理赔。对代理机构中邮保险必须诚信, 履行协议合约相关的义务, 实现合作双赢。对员工要诚信, 要重视人力资源, 爱护员工, 加强诚信教育。中邮保险要致力于成为一家基层和广大农民值得依靠, 值得托付的保险公司, 在基层和三农中拥有较高信誉。

勇担风险

担风险, 是保险的本质属性。保险理念和意识在全社会悄然提升, 保险功能和价值被更广泛的认知认同, 越来越多的人认识到创新社会管理需要保险的有力支撑, 人民幸福生活需要保险的有效保障, 维护和谐秩序需要保险的坚强保证。勇担社会风险, 保险业责无旁贷。

保险业是经营风险的特殊行业, 除了不断探索风险的内在规律, 积极组织风险分散和经济补偿之外, 保险业还造成了一大批熟悉各类风险发生变化特点的风险管理技术队伍。他们为了提高保险公司的经济效益, 在直接保险业务之外, 还从事有效的防灾防损工作, 使大量的社会财富免遭损失。保险公司还通过自身的经营活动和多种形式的宣传, 培养国民的风险意识, 提高社会的防灾水平。保险公司的风险管理职能, 更多的是通过承保其他风险管理手段所无法处置的巨大风险, 来为社会提供风险管理服务的。所以, 保险是风险管理的一支主力军。保险业要通过科学专业的制度安排, 为经济社会分担风险损失, 提供风险保障, 参与社会管理, 支持经济发展, 充分发挥保险的“社会稳定器”和“经济助推器”功能作用。要坚持改革创新, 加快转变发展方式, 不断提升风险管理能力和核心竞争力, 增强行业发展活力, 夯实科学发展基础, 更好地履行保险责任。

作为一家国有保险公司, 中邮保险勇担社会风险是回馈社会、良好大局观的体现。“4.20 芦山地震”中邮保险的抗震救灾工作, 第一时间四川分公司赶赴现场投入抗震救灾工作慰问客户, 积极理赔, 在关键时刻勇于承担社会责任。中邮保险是一家深入广大农民群众的保险公司, 为三农提供保险保障, 为农村社会保障筑起一层防护网, 维护农村社会稳定。中邮保险不仅目前要参与社会事件分担社会风险, 而且今后将更多的参与社会事件, 勇挑社会风险。

³ 百度百科

<http://www.baidu.com/s?wd=%E4%BF%9D%E9%99%A9%E7%A6%BB%E4%B8%8D%E5%BC%80%E8%AF%9A%E4%BF%A1%E5%8E%9F%E5%88%99&ie=utf-8>

全心服务

重视服务，是保险价值的实现途径。保险业属于金融服务业，保险是无形产品，服务是基本手段。保险价值的实现途径依赖于服务。在服务方面保险业前期做了大量工作，也取得了一定成效，现阶段构建服务文化仍然必须坚持把消费者满意作为首要标准，以保险业转型发展为根本前提，在努力实现基于销售遭受困境的渠道转型、基于产品缺乏竞争力的负债转型、基于投资收益偏低的资产转型中，着力强化基础性服务、规范创新性服务、拓展个性化服务，不断提高服务经济社会发展和人民群众多层次保险需求的质量水平。通过真诚文明、专业精细、优质高效的保险服务，传达保险关爱，体现保险价值。

保险服务的内容包括提供保险保障、咨询与申诉、防灾防损、契约保全、附加价值服务等等，保险保障可称之为核心性服务，其他各项可称之为扩散性服务。保险的服务类型包括售前的购买咨询服务、风险规划与管理服务；售中的迎宾服务、承保服务、技术性服务、建立保户档案；售后应当把握一切机会与保户保持密切的联系，或送小礼品、或打电话问候、定期拜访等；应该提供防灾防损服务；保险公司还应当提供附加价值服务，例如保险赞助活动、联谊活动、全球救助、贵宾卡等等；提供契约保全服务，即维护已生效的保单，及时作保单相应的变更；咨询与申诉制度服务，即要及时提供咨询答复与申诉回复。⁴

保险业要积极服务经济社会发展和人民群众多层次的保险需求，加大产品和服务的创新力度，着力提升服务质量和水平，通过真诚文明、专业精细、优质高效的保险服务，传达保险关爱，体现保险价值。

中邮保险的服务的宗旨在于服务三农、服务基层。服务文化主要由邮政服务文化和保险服务文化组成。一方面，悠久历史的邮政优质服务提供给广大的群众便利，中邮保险业传承了邮政服务的气质精神，中邮保险尽力全心将客户服务做到关怀备至。另一方面，中邮保险服务文化又有金融保险服务文化性质，因此专业知识的服务和保险意识普及的服务是又一特色，中邮保险将客户服务做到精益求精。中邮保险致力于农村基层地区的客户服务，不仅送去保险产品，还送去专业知识以及保险意识，积极帮助农村保险意识普及甚至农民文化素质提高。中邮保险四川分公司开展许多活动意在宣传保险知识，服务群众，连续三年“3.15客户服务活动”以及一场场“现场理赔活动”都是中邮保险服务的一次次生动的体现。

契合规范

所谓合规，就是指符合一定的规范，符合一定的标准的做法。合规文化就是为了保证一个单位、一个团队里的所有成员都能够自觉做到依法合规，而在单位内、团队里确立合规的理念、倡导合规的风气、加强合规的管理、营造合规的氛围，形成一种良好的软环境。保险机构和从业人员必须严格遵守国家法律法规、行业规则规范、职业道德准则，并在具体工作中时时、处处规范行事。合规是保险市场健康运行的前提条件。

⁴ MBA 智库 <http://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%BF%9D%E9%99%A9%E6%9C%8D%E5%8A%A1>

要在全保险行业大力倡导知法守法、合规经营的道德风尚，培育良好的市场秩序，保障保险业健康可持续发展。每一家保险公司的活动与所适用的法律、监管规定、规则、保险业协会制定的有关部门准则，以及适用于保险公司自身业务活动的行为准则必须相一致。而合规风险是指，保险公司未能遵循合规法律、规则和准则，而可能遭受法律制裁或监管处罚、重大财务损失的风险。合规风险是保险公司其他风险产生或形成的一个重要诱因。合规是保险公司内部一项风险管理活动。合规风险管理的过程是保险公司构建有效内部控制机制的基础和核心，保险公司只有以有效的合规风险管理为基础，操作风险、市场风险、信用风险等其他相关风险的管理才会更加有效，而合规风险管理的最高境界应是建立合规文化。保险公司应倡导和培育自身的合规文化，并将合规文化作为保险公司企业文化的一个重要组成部分。近年来，全行业在事关发展的重大问题上初步达成共识坚持科学发展。但要实现行业基础永固、企业基业常青，必须解决好以客户利益为中心还是以公司利益为中心这一根本性问题，端正价值追求，自觉合规经营，只有这样，发展才能长盛不衰。同时，文化是长久积累沉淀的过程和结果，需要慢慢孕育，慢慢滋养，合规文化建设也是一个循序渐进的长期系统工程，既要有“一年做成几件事”的狠劲，也要有“几年做成一件事”的韧劲，其中，以企业内控和行业自我约束为主要内容的自律是内因，以金融监管和社会监督为主要内容的他律是外因，只有处理好两者的关系，调动内因，善用外因，合规文化才能富有生命力，产生影响力。

中邮保险作为一家新兴银邮渠道为主的保险公司，合规应当摆在很重要的位置。新成立的保险公司可能面临着更多的风险，把风险控制下来就必须遵照监管机构的规定进行运作。以银邮渠道为主的中邮保险，经营风险更是巨大，监管机构监管力度加大。面对严格的监管和巨大的经营风险，中邮保险要严格按照监管机构的法律法规合规经营，有序经营，将风险控制可控范围内。中邮保险要建立起合规风险管理机制，在公司逐步建立合规制度，对可能存在合规风险进行良好的管理，形成良好的合规文化氛围。

“守信用、担风险、重服务、合规范”的保险行业核心价值理念，从精神层面回答了保险业的本质追求，为保险业发展提供了根本价值遵循。习近平总书记提出，“中国梦归根到底是人民的梦，必须紧紧依靠人民来实现，必须不断为人民造福。”保险源于民生、归于民生的价值内涵正好与这一思想契合。2013年3月，新晋十二届全国政协常务委员李克穆在“两会”期间如此诠释保险业的“中国梦”：“提供更符合消费者需求的产品，不断提高服务水平，将风险降低到最小程度，最终实现保护好消费者的目标。”⁵对于实现保险业的“中国梦”，我们完全有理由充满自信，因为受人尊敬源自保险内在价值的彰显。真正的尊敬，需要用真挚和诚信赢得，需要用一切美好的、向善的品性获取，保险文化建设正是给我们这个行业增加美好的元素，增添向善的力量，形成行业发展不可缺少的精神纽带和道德纽带，并充分调动和合理配置有助于行业发展的积极因素。因此，以践行核心价值理念为重点，深入推进文化建设是保险业赢得尊敬的关键所在。

保险业核心价值理念提出目的是推动建设有中国特色的现代的高度文明的

⁵ 和讯网 <http://insurance.hexun.com/2013-03-05/151717427.html>

保险业，通过加强文化建设促进这个目标的实现。在保险文化建设过程中，认真学习其他领域和其他行业的经验，最终实现保险行业核心价值理念的深刻贯彻，真正将保险业的核心价值理念落实到每一家保险公司，每一个从业人员，同时也让保险行业核心价值理念的践行结果真正反映的客户的满意度和良好口碑中。

中邮保险践行保险业核心价值理念，就必须通过宣传教育培养员工契合核心价值理念的信念信条和价值追求；要以核心价值理念为基准制定公司的发展战略、工作目标；要在制度机制、行为准则、评价标准的制定过程中贯彻核心价值理念。中邮保险在诚信、服务、风险及合规四个方面践行核心价值理念，通过自己的努力为保险业良好发展做出一份贡献，以期保险业真正铸就“中国梦”。

【参考文献】

[1] 蒋伟杰：《以人为本，诚信服务》
<http://www.doc88.com/p-1925954727243.html>，2013

[2] 项俊波：《培育和践行核心价值理念 促进保险业持续健康发展》[J].
金融时报，2013年3月
http://www.chngc.net/Main/D_Information/ShowDetail_15760.shtml

[3] 江苏保监局：《坚守价值追求，建设受人尊敬的江苏保险业》新华日报，
2013年5月7日。<http://insurance.hexun.com/2013-05-07/153837645.html>

心系“三农” 诚信负责 努力践行



保险行业核心价值理念

(中航安盟财产保险有限公司 张汝冰)

中国保监会提出了“守信用、担风险、重服务、合规范”的保险行业核心价值理念。培育和践行核心价值理念，有利于弘扬行业精神，扩大行业影响，树立良好形象，增进全社会对保险业的了解和支持，促进行业更好地发挥自身的特色与优势，不断提高保险业在经济社会发展中的地位和作用。

中航安盟财产保险有限公司是一家中法合资保险企业，公司自成立之始，就把“心系‘三农’，诚信负责”作为自身的经营理念，这与保监督提出的保险行业核心价值理念在内涵上是完全一致的，也体现了中航安盟公司的不懈追求。在经营过程中，公司全面贯彻“心系‘三农’，诚信负责”这一经营理念，业绩实现了快速增长。2012年是公司合资后开业的第一年，仅在四川省就实现保费收入3.749亿元，同比增长298%。其中：农险业务实现保费收入3.417亿元，同

比增长 5.57 倍；开办水稻、油菜、玉米、马铃薯、能繁母猪、育肥猪、奶牛、水产、森林、柠檬、食用菌等 11 个险种，为农户提供风险保障 551 亿元。

一、把“心系‘三农’，诚信负责”的经营理念融入公司的发展战略之中，确立正确的经营方向

中航安盟公司由中航工业集团和法国安盟保险集团合资组建。法国安盟集团是法国最大的农业保险、个人健康保险和住房保险公司，是一家拥有上百年的农业保险经营历史，集互助保险、银行及金融服务于一体的综合性金融保险集团，是全球农业保险公司的典范，是世界上唯一能实现全产业链、全品种农产品保险开发的保险公司。早在 2001 年，法国安盟集团就开始筹划进入中国保险市场；当年 11 月，安盟集团与中国保监会签署了《合作备忘录》；2002 年，先后前往江苏、吉林、四川等省，对中国保险市场进行调研。2002 年 5 月份，向保监会递交了《关于建立中国农业巨灾风险体系的建议书》。这个建议书在中国农业保险市场上第一次提出农业巨灾风险体系建设和巨灾风险的分散管理概念，受到中国保监会的赞赏。2002 年 11 月，安盟集团又向中国保监会递交了《中国农村保险市场的调查报告》，这个报告对中国农业保险存在的问题和今后引进国外新产品的建议做了全面阐述，得到了保监会的认可。2003 年初，安盟集团向中国保监会正式提出了建立成都分公司的申请。2004 年 10 月，法国安盟保险成都分公司正式成立，成为当时金融行业唯一一家把中国区总部设在成都的外商独资保险企业。

安盟集团深知，虽然传统种植险和养殖险是对农业生产者最有吸引力的险种，但同时也是资源成本耗费最高、利润率最低的保险种类，却依然坚持将之作为主要的业务内容，在百年时间内为法国，乃至世界范围内的许多国家构建起了完善的农业风险管理体系。这种明知不可为而为之的做法正是源于安盟集团以信誉树品牌、以服务拓市场、以价值求发展的企业发展战略，这在全球保险企业中也是极为罕见的，对中国的保险业发展，尤其是农业保险体系建设是具有突出意义的，这一切成绩都离不开诚信品牌和优质服务作为保证。经过近 8 年的探索，安盟集团在付出巨大的代价之后，仍然以坚定的信念开拓中国市场，义无反顾地与中国农业保险市场共成长。为此，他们积极寻求战略合作伙伴，并与同为“世界 500 强”的中航工业集团达成组建合资保险公司协议，并在法国总统府爱丽舍宫，国家主席胡锦涛和法国总统萨科齐见证下，于 2010 年 11 月 4 日在法国总统府举行了签字仪式。

基于法国安盟集团对中国农业保险的深刻认识和在四川省近八年经营所取得的经验，合资公司在筹建之初就确立了“在地域上以四川省为核心，逐步向全国辐射；在业务上坚持以农业保险为切入点，充分吸收法国农业保险的先进经营管理技术，做大做强农业保险业务，更好地服务‘三农’、服务社会”这一符合国内保险市场需要的发展战略。

二、把“心系‘三农’，诚信负责”的经营理念落实在真诚为农户服务过程之中，充分发挥农业保险支农惠农的作用

诚信是保险企业发展的生命线，也是行业最基本的道德规范和行为准则。中航安盟公司始终坚持以最高的诚信标准，为“三农”提供真诚文明、专业精细、

优质高效的保险服务,从而体现出行业的价值。为提升服务水平,公司不仅制定了一套完善的服务规范,也在加快分支机构建设的同时,提高了硬件设备配置标准。仅四川地区,今年就新购业务用车20辆,电脑140台,打印机66台,相机35部,多易拍32个。在经营过程中,公司始终坚持经济效益与社会效益的统一,做到公司得到发展,群众得到实惠,政府得到民心。在重大自然灾害面前,公司从未忘记自身肩负的社会责任,积极配合政府参与到救灾当中。去年8月17日,彭州市遭遇特大暴雨及泥石流灾害,当地一水产养殖保户鱼塘被泥石流淹没,公司接到报案后当即与市财政局一起赶赴受灾现场;21日,公司领导就将25万元预赔款交到受灾保户手中,并向龙门山镇政府捐款5万元;24日,70万元赔款已全部赔付到位;进入10月份,邛崃地区生猪出现大面积死亡,日报案量一般在250起左右,最多时达千余起,为解农户燃眉之急,我们迅速调集周边查勘人员前往支援,做好查勘工作,安慰农户,协助他们做好抗病防病工作,在持续一个多月时间里未发生一起投诉事件,四川保监局财险处领导予以高度评价。今年,邛崃、蒲江等地受到“4.20”芦山地震波及,部分农户遭受严重损失,公司于地震次日就将第一笔赔款送到农户手中,其它农户也得到了快速赔付。

三、把“心系‘三农’,诚信负责”的经营理念体现在推动农业保险的创新之中,保持农险领域的领先优势

保险企业要适应经济社会发展需要,满足人民群众多层次的保险需求,就必须加大产品和服务的创新力度。我们认为,在政府高度重视“三农”和财政补贴政策刺激下,农业保险正在发生五个方面的转变:一是农业保险产品由保成本向保产量、保收益转变;二是由保部分农产品向保全部农产品及食品安全转变;三是由种植业、养殖业向“三农”领域直至涉农保险领域转变;四是由保生产向保生活转变;五是由单一农业保险向农村金融服务、农村社会经济发展服务转变。作为专业化的农险公司,我们将通过产品创新、渠道创新、服务创新推动这一转变,走出自己的蓝海战略。为此,公司2012年先后在三亚市、长春市举办“农业保险国际论坛”,邀请国际国内知名农业保险专家就国内外农业保险的销售渠道、保险产品和业务流程等的最新研究成果进行广泛交流,探索农业保险的可持续发展之路。为及时掌握农业保险发展动态,引进国际先进经验,公司不仅与中央财经大学、西南财经大学建立了战略合作关系,还组织农业保险考察团赴法国参观学习。

在产品创新上,公司继在西部地区率先成功开发水产、食用菌产品之后,2012年又在安岳县开办了柠檬保险业务;2013年,小家禽保险将在成都市全面推广,国内领先的生猪价格指数保险产品已完成条款和开办方案设计,并得到有关政府部门的支持。按照公司计划,还将针对各地的特色农作物进行新产品研发。在服务创新的上,公司将围绕“防,简,快,警”四个字上做文章,“防”就是把事后保障改为到事前预防,由被动应变为主动出击,如采取人工影响天气等措施。“简”就是简化程序,条款要让老百姓一看就懂,为农户投保理赔提供方便。“快”就是快速处理,查勘快,理赔快。“警”就是对突发性自然灾害有预案,一旦发生情况,各级按预案可以立即做出反应。今年,公司联合其他保险主体发起的中国农业风险管理协会已于四月份正式成立,协会吸收涉农事业单位、保险公司、高等院校、科研院所和社会团体参加,通过整合社会资源,凝聚市场智慧,使产学研相融合,真正把农业保险工作与中国农业风险管理结合为一体,为“三农”

风险保障提供系统服务，实现“稳农，富农，强农，惠农”的目标。

四、把“心系‘三农’，诚信负责”的经营理念贯彻到公司的基础建设之中，不断提升做好农业保险的能力

人才是企业兴旺之本。在农险业务管理团队建设上，坚持本土化发展战略，以熟悉农村工作、长期在农业战线工作的退休干部、农业专家和从业经验丰富的人员为主组成分支机构员工队伍。2012年，公司针对四川地区农险业务发展需要，在人才招聘、培训、考核、完善激励约束机制上采取了一系列行之有效的措施，引进了一批学历高、能力强、素质好的人才，使员工队伍日趋稳定，综合素质稳步提升，整体规模迅速扩大。目前，仅四川地区员工总数就达351人，农险系列员工211人，占公司总数的60%；其中：中级以上管理人员30人，农、林、牧、渔专业人员30人，专职查勘人员75人。同时，公司正按照每200万元保费配置1名专职查勘人员的标准开展招聘工作，以保证在业务迅速发展情况下服务质量得到稳步提升。针对在凉山、甘孜、阿坝“三州”地区发展业务的需要，公司还注意聘用少数民族员工充实到当地机构中去。目前，公司已经拥有藏族、彝族、羌族等少数民族员工19人。

在基层服务网络建设上，公司根据《农业保险条例》和监管部门有关要求出台了具体的实施方案，紧密依靠各级政府和农业部门开展业务，与财政、农发、林业、农投等部门保持密切合作，在开办农险业务的乡镇全部建立服务站，并配备电脑、照相机等设备；在村社一级设立代办员，做到“县区有机构，乡镇有服务站，村社有服务点”，形成立体化的服务网络。

保险企业是经营风险的特殊企业，必须通过科学专业的制度安排，为保户提供风险保障，才能更好地发挥保险的“社会稳定器”和“经济助推器”功能作用。公司高度重视建立综合风险管理体系建设，计划利用三到五年的时间，通过足额提取政策性农险巨灾风险准备金，与国际知名的再保险公司合作，提升巨灾风险防范能力，做好巨灾赔付工作，建立起完善的巨灾风险管理体系。2012年，公司计提2604.13万元作为农业保险巨灾风险准备金。同时，公司积极投入资金配合政府和百姓做好防灾工作，将单纯的事后赔付向事前防范延伸。公司还有步骤、有计划向偏远山区捐助援建用于森林防火的瞭望塔、观测站以及各类消防设施，并利用中航股东优势，采用无人机航拍开展承保信息查验及查勘定损工作。

核心价值理念对企业文化的意义

（单位：国华人寿四川分公司 丁楠）

在激烈市场竞争的环境下，企业要实现发展，除了密切关注市场动态、实时调整战略规划、销售满足市场需求的产品、提升员工技能外，企业文化建设更是

非常重要的一环。

具体到保险业,保险文化的建设对于任何一家保险公司的竞争战略的实施都是至关重要的。国内保险业在市场化运行之初,就在企业文化建设方面进行了诸多有益的探索。比如“优秀的企业文化是促进企业形成核心竞争力、建立强势品牌的有效手段,是推动企业不断变革和发展的内在动力”、“文化是企业的核心竞争力”。

中国保监会于2013年3月21日发布保险监管核心价值理念和保险行业核心价值理念。此次发布的保险监管核心价值理念是“为民监督、依法公正、科学审慎、务实高效”。保险行业核心价值理念为“守信用、担风险、重服务、合规范”。这对企业文化的建设具有重要意义。

一、对核心价值理念的解析

(一) 守信用

守信用,是保险经营的基本原则。保险是一种基于信用的契约行为,是对未来不确定性的承诺。诚信是保险业的生存之本,是行业发展的生命线,也是保险业最基本的道德规范和行为准则。保险业必须以最高的诚信标准要求自己,信守承诺、讲求信誉,向客户提供诚信服务,才能树立良好的社会形象,才能赢得社会的信赖支持,才能不断发展壮大。

(二) 担风险

担风险,是保险的本质属性。保险业是经营风险的特殊行业,要通过科学专业的制度安排,为经济社会分担风险损失,提供风险保障,参与社会管理,支持经济发展,充分发挥保险的“社会稳定器”和“经济助推器”功能作用。要坚持改革创新,加快转变发展方式,不断提升风险管理能力和核心竞争力,增强行业发展活力,夯实科学发展基础,更好地履行保险责任。

(三) 重服务

重服务,是保险价值的实现途径。保险业属于金融服务业,保险是无形产品,服务是基本手段。保险业要积极服务经济社会发展和人民群众多层次的保险需求,加大产品和服务的创新力度,着力提升服务质量和水平,通过真诚文明、专业精细、优质高效的保险服务,传达保险关爱,体现保险价值。

(四) 合规范

合规范,是保险市场健康运行的前提条件。保险机构和从业人员必须严格遵守国家法律法规、行业规则规范、职业道德准则,并在具体工作中时时、处处规范行事。要在全行业大力倡导知法守法、合规经营的道德风尚,培育良好的市场秩序,保障保险业健康可持续发展。

二、国华自身的企业文化现状

自国华人寿成立以来,始终坚持科学发展,科学掌握寿险经营规律、合规经营、稳健发展,探索符合自身特色的健康发展之路。国华人寿秉承信任、责任、精益、价值四个核心价值观,以让每个家庭拥有保障和幸福为使命,致力于成为最能为客户、员工、股东、社会创造价值的保险公司。

(一) 信任

《论语》里讲:言必出,行必果。信任,是文本契约的重要补充、企业生存的基础。既要取信于人,也要信任于人。被客户信任,客户才能相信并购买产品;

被员工信任，员工才能与公司患难与共、共同成长；信任于人，企业才能充分授权，提升效率；员工才能通力协作，发挥潜能，积极工作，实现目标。

（二）责任

责任，是企业经营的必需。既要有所作为的勇于担当精神，又要具备恪守职责的责有攸归态度。如同雨果在《笑面人》的一句话：“我们的地位向上升，我们的责任心就逐步加重。升得愈高，责任愈重。权力的扩大使责任加重。”必须具备责任意识，勇于担当，有效执行；坚守本职岗位，用责任与专业推动工作，才能担负客户的信任。必须坚守责任精神，及时发现客户需求，为员工创造事业平台，为股东创造持续价值回报，为社会践行社会管理职责，使社会幸福、繁荣。

（三）精益

精益，是国华人寿做事的态度。以不断改善的态度精益求精，以创新进取的精神追求卓越。倡导精益文化，算账经营，务实高效，创新进取，挑战自我。我们在做事的过程中，坚持精益思想，迅速响应需求，不断改善流程，提升资源效率，将每件事情做得更好。真正做到“业，精于勤”。

（四）价值

“若要喜爱你自己的价值，你就得给世界创造价值”。价值，是企业经营的要求。持续创造价值，是企业经营的核心；乐于分享价值，是企业良性运行的基础。国华人寿的价值在于为客户提供优质的产品、便捷的服务、幸福的一生；为员工创造生活的乐园、事业的田园、精神的家园；为股东创造持续的稳定回报；为社会丰富公众保障服务，使社会幸福、繁荣。坚持创造价值，分享价值的理念。

三、两者的联系与对企业的意义

由此可以看出，保监会提出的核心价值理念与国华人寿的企业文化价值理念是共通共融的，目标追求是一致的。在我们企业文化建设的过程中，践行核心价值理念，对于我们企业的发展有重大的意义。

（一）以合规范为企业文化内容，培养员工自觉自愿的合规行为

将核心价值理念融入企业管理过程中，将理念中“以人为本”的管理思想得到充分体现和落实；牢固树立企业文化建设就是加强企业管理的意识，使企业文化与加强企业管理融会贯通，密不可分；进一步改革和完善企业的劳动制度、人事制度、分配制度、绩效考核等各项管理制度，使企业管理制度符合现代企业制度要求，并且日益与国际管理接轨；进行专业化扁平化管理流程再造，使管理工作走上制度化、程序化、规范化运作轨道；干部员工自我管理意识和能力进一步增强；按照国际通用及认证标准，修改和完善公司的各种管理制度和工作程序，并认真抓好落实；建立有效的企业文化建设考评机制；结合公司改革实际，继续完善；形成在“以人为本”原则指导下，以法治企、特色鲜明的“管理文化”。

（二）以重服务为核心，树立“以人为本”的管理思想

人是生产力中最活跃的因素，企业发展，员工为本，企业活力的强弱、效益的高低均与员工有着直接的关系。而员工的需要能否得到满足，是影响员工积极性发挥和企业经营绩效的关键。要调动员工的积极性、主动性与创造性，需最大限度地满足员工的合理需要，提高全体员工的工作能力，从而推动企业的发展。

第一，企业必须坚持以人为中心的管理思想，时刻关注员工心理，把握员工需要并努力创造条件满足员工的合理需求，提高员工的满意度。第二，为员工营

造良好的工作环境。工作环境的好坏、企业凝聚力的高低,在很大程度上影响着员工的满意度。工作环境包括硬环境和软环境两个方面:硬环境主要包括工作环境、休息环境、娱乐环境等;软环境主要是指特定的企业文化、为员工所共同遵守的价值准则,它是企业凝聚力的核心。企业应该在环境建设,尤其是企业文化建设方面切实采取有效措施,以提高企业的凝聚力。第三,实行科学的用工制度及工作制度,充分调动员工的积极性。公司应结合人力资源的实际及企业现状,建立科学的用工制度,打破论资排辈思想,在职称评定、干部任免、业务进修等方面,努力创造条件,为员工寻求能充分发挥自身聪明才智的最佳位置机会。第四,建立完善的激励机制,运用利益激励手段,来激发员工的工作热情,发挥其工作潜能,实现员工的自我价值。

(三) 以守信用为企业文化建设出发点, 树立科学经营理念

企业的整体经营活动都应以顾客满意为核心,用顾客的观点而非企业自身的利益和观点分析考虑消费者的需求,通过产品满足顾客需求来实现企业的经营目标。一要牢固树立以顾客为中心,真正做到从思想上、行动上将顾客的利益至上,做到眼里有客户,心中有客户,全心全意为客户服务,最大限度地让顾客满意。二要掌握顾客需求的动态,了解顾客的显性和隐性的需求。必须主动而不是被动地了解保户的需求动态。同时,在产品功能、价格设定等环节上,在完善售后服务系统等方面竭力为顾客着想,通过顾客的满意度提高顾客的忠诚度。三要维护顾客的合法利益。在以企业本身利益最大化为唯一目的的企业文化下,在许多方面会自觉不自觉地损害了客户的利益。四要面对“感情消费”与顾客建立“伙伴”关系。随着人们的消费观念从理性消费时代过渡到感情消费时代,消费者更多地在追求一种心灵的满足,这就要求我们只有了解顾客面临的问题与困扰,倾听顾客的心声,与顾客建立长期的伙伴关系,才能达到顾客满意。比如“诚信为本、稳健经营”理念,没有诚信就没有一切,诚信是公司的灵魂。诚信不是一蹴而就的,诚信的形象需要每个员工共同塑造,需要大家严格按照公司的规章制度行事,对自己做的每一件事负责,言必信,行必果。就是要提高信誉,对客户负责,对社会负责;对全体员工而言,就是要诚实守信,对自己负责,对企业负责。有实现稳健经营,公司才能有实力、有信誉,从而才有生命力。“稳健”不是保守和停滞不前,“稳健”是一种求实的工作态度和科学的工作方法。“稳健”的最终结果是获得长足的进步和更坚实有力的发展。

(四) 担风险, 勇于承担责任, 塑造良好的企业形象

企业形象是社会大众和企业职工对企业的整体评价,是企业产品、服务、人员素质、公共关系等各方面在社会和企业职工中所产生的总的印象,是得到社会承认的企业价值观、企业精神、企业风尚等的综合反映和外部表现。美好的企业形象和品牌是企业的财富,是企业参与市场竞争并取得胜利的重要手段。

国华人寿一直秉承的风险理念是以企业文化为背景,贯穿以人为本的经营理念,通过在员工中培育、灌输风险意识和在风险管理活动中提炼,把风险管理的责任扩散到每个业务部门和业务环节,并内化为员工的职业态度和工作习惯,力求最大限度发挥地员工在风险管理方面的主动性、积极性和创造性。此种应对公司经营中遇到的风险的态度,在某种程度上都为企业良好品牌形象的树立,发挥了积极的作用。

结语：“守信用、担风险、重服务、合规范”的提出，对于我们建设保险行业企业文化，发挥着至关重要的作用。在此基础上，我们应当充分理解和掌握核心价值理念并将其转化和落实执行，从而推动企业持续、健康、有序的发展。

践行核心价值理念 推动生命科学发展

（生命人寿四川分公司 谢永忠）

生命人寿巴中中心支公司自筹建开业以来，寿险业务一直保持高速增长的趋势，特别是个险业务始终稳居四川分公司第一名，银保业务、团险业务齐头并进，在巴中市保险市场上占据到重要的市场位置。但是受金融危机大环境的影响，2012年度业务发展有所放慢，逐步显现一些高速发展之后保险业所共同面临的困难，主要是：保费增长低迷，甚至出现回落情况；同业拼费用、冲规模、抢市场，不规范的竞争较为常见，营销人员脱落；存在个别投诉、非正常退保情况，甚至存在极为个别的疑似误导行为。因此，公司要实现什么样的发展、该怎么样发展，如何把握发展规律、创新发展理念、破解发展的难题，实现健康、协调的可持续发展，是必须思索的重大课题。

针对发展中出现的各种情况，巴中中心支公司依据科学发展观的根本要求，努力探索公司发展的新思路，适时开展了防范销售误导行为自我检查与整改，在四川分公司统一领导下积极开展客户服务活动，取得了非常良好的社会效益，并且逐步把提升业务品质水平提到战略的高度上来。

党的十八大召开以后，保监会根据党的十八大会议精神，结合行业发展情况发布了“守信用、担风险、重服务、合规范”的保险行业核心价值理念。保监会主席项俊波指出，加强保险文化建设，是保险业贯彻落实党的十八大精神，推进社会主义文化强国的重要举措。培育和践行保险行业核心价值理念是保险文化建设的关键环节，是转变发展方式、推动行业科学发展的内在要求，是加强行业文化建设、凝聚行业力量的有效途径，是提升行业形象、增强行业软实力的迫切需要，对促进保险业务持续健康发展具有十分重要的意义。

巴中中支积极响应保监会号召，总经理昂春华明确提出了巴中中支必须要走内涵式发展道路，要紧紧围绕张峻董事长要求的在保障业务稳中求进的基础上，逐步改变重视规模速度轻质量效益、重短期利益轻长远发展的传统状态，从外延式发展向内涵式发展转变，从销售导向型向管理服务型转变，切实提升公司价值和竞争力，增强公司可持续发展能力。公司组织全体员工认真学习理解“守信用、担风险、重服务、合规范”的保险行业核心价值理念，把践行保险行业核心价值理念与巴中中支经营管理有机结合在一起。

守信用，是保险经营的基本原则。巴中中支长期以来一直秉承“内诚于心、

外信于行”的生命文化理念，始终把守信用作为公司最根本的生命之本，作为公司最基本的道德规范和行为准则，经常性开展诚信宣传教育，积极引导全体员工时刻牢记“诚实守信、真情服务”的生命信条，以提供风险保险、促进社会和谐为使命，同心同德、同心同向、同心同行，追求自我与公司、公司与社会的良性协调发展。

担风险，是保险的本质属性，是保险存在与发展的根本目的。巴中中支积极参与社会风险管理，认真找准自身的价值与定位，为广大人民群众分担风险损失、提供风险保障。在实际的经营过程中，以客户为中心，及时履行理赔职责，不拖赔、不惜赔、不拒赔；在风险损失发生的时候，第一时间快速反应。在2012年8月2日南江县城突发天然气爆炸事故后，巴中中支立即启动紧急预案，组织员工迅速奔赴指挥中心、医院、社区、受灾单位登记死伤人员，并在公司系统中查询，确认为公司客户后立刻走理赔绿色通道，迅速进行理赔，获得了社会的高度赞扬，并获得了《金融投资报》等报纸、网络新闻高度的评价；在2013年4月20日雅安市突发地震灾害之后，巴中中支积极响应，立即派遣工作人员深入地震现场寻找客户、提供理赔服务，组织中支全体员工积极捐款抗震救灾。

重服务，是保险价值的实现途径。重服务就是一切要以客户为中心，把保险无形的产品，做到客户实实在在感受到的满意和认同。巴中中支在真诚服务、真情服务、真心服务上，在专业服务、精细服务、高效服务上狠下功夫，着力提升服务质量和水平，在2012年客户服务节评比中，取得了四川分公司第一名的优异成绩。公司不定期组织员工参与无偿献血、参加文明劝导志愿者服务，以全面优质的服务广泛传播生命保险的关爱。

合规范，是保险市场健康运行的前提条件。巴中中支在生命人寿四川分公司内率先设立了合规专岗、率先成立了业务品质管理委员会，每周定期召开品管合规会议，全面推动合规管理，着力提升业务品质。通过国家与行业的法律规范、公司的制度建设，形成了健全有效的合规管理制度；通过现场稽核、客户回访进行合规检查；通过合规培训、员工激励，引导公司合规文化。在公司各个条线、各个层面的员工与营销人员中，逐步形成了强烈的合规意识，形成了知法守法、合规经营的道德风尚。

践行“守信用、担风险、重服务、合规范”的保险行业核心价值理念，不仅仅在于理念的认同，更在于行动的高度自主与自觉。践行，其真正的内涵就在于一个庄严的承诺，并贯穿到每一个实实在在的行动。全面推行核心理念，以核心理念打造生命文化，以生命文化打造公司的核心竞争力和生存力，携手提升生命价值将是巴中生命人永远不懈的追求。



开展践行保险行业核心价值理念的研究

(生命人寿四川分公司 杨茜麟)

摘 要



保险行业核心价值即“守信用、担风险、重服务、合规范”。加强保险文化建设，是保险业贯彻落实党的十八大精神，推进社会主义文化强国建设的重要举措，培养和践行保险行业核心价值理念是保险文化建设的关键环节，是转变发展方式，推动行业科学发展的内在要求，是加强行业文化建设、凝聚行业力量的有效途径，是提升行业形象、

增强行业软实力的迫切要求，对促进保险行业持续健康发展具有重要的意义。

本文研究的是从保险行业核心价值观，行业使命及共同愿景，行业精神和行业职业道德几方面进行深入的探讨。剖析现在保险行业存在的问题及怎么规范化实施、保障保险行业，从而使得保险生活化，生活保险化。

关键词：核心价值 内在要求 重要意义

第一章 保险行业核心价值观

1.1 保险监管的核心价值观

保险监管核心价值理念是“为民监管、依法公正、科学审慎、务实高效”。

1.1.1 为民监管

为民监管，是保险监管的根本宗旨。保险监管要牢固树立政治意识、大局意识、责任意识和服务意识，始终把保护好保险消费者利益作为监管工作的出发点和落脚点，积极履行监管职能，认真解决保险领域群众反映集中的突出问题，切实推动保险业更好地服务人民群众和经济社会发展，努力实现“保险让生活更美好”。

1.1.2 依法公正

依法公正，是保险监管的基本原则。保险监管要建立健全监管法律法规体系，严格依照法定的权限和程序实施监管，真正做到有法可依、有法必依、执法必严、违法必究。要坚持公开、公平、公正的原则，维护公平竞争的市场环境。要积极推进政务公开，自觉接受社会监督。

1.1.3 科学审慎

科学审慎，是保险监管的精神要义。保险监管必须以科学发展观为指导，遵循监管客观规律，创新监管方式，改进监管手段，提升专业化监管能力，确保监管的科学性和有效性。要准确把握和研判宏观经济金融形势及其发展趋势，加强宏观审慎监管与微观审慎监管，建立完善风险监测和控制体系，不断提升预警和处置风险的能力，从而有效防范保险风险，维护金融稳定，促进保险业稳健运行。

1.1.4 务实高效

务实高效，是保险监管的时代要求。要大力加强监管队伍自身建设，改进

工作作风,发扬团结协作、奉献进取的精神,坚持求真务实、真抓实干,坚持严谨细致、讲求实效。要完善监管工作机制,优化监管资源配置,勤勉敬业尽责,文明高效行政,提高办事效率,提升监管效能。要清正廉洁,厉行节约,严格执行各项廉洁从政规定,切实树立良好的监管形象。

1.2 保险经营的基本原则

保险行业经营的基本原则是“守信用、担风险、重服务、合规范”。

1.2.1 守信用

守信用,是保险经营的基本原则。保险是一种基于信用的契约行为,是对未来不确定性的承诺。诚信是保险业的生存之本,是行业发展的生命线,也是保险业最基本的道德规范和行为准则。保险业必须以最高的诚信标准要求自己,信守承诺、讲求信誉,向客户提供诚信服务,才能树立良好的社会形象,才能赢得社会的信赖支持,才能不断发展壮大。

1.2.2 担风险

担风险,是保险的本质属性。保险业是经营风险的特殊行业,要通过科学专业的制度安排,为经济社会分担风险损失,提供风险保障,参与社会管理,支持经济发展,充分发挥保险的“社会稳定器”和“经济助推器”功能作用。要坚持改革创新,加快转变发展方式,不断提升风险管理能力和核心竞争力,增强行业发展活力,夯实科学发展基础,更好地履行保险责任。

1.2.3 重服务

重服务,是保险价值的实现途径。保险业属于金融服务业,保险是无形产品,服务是基本手段。保险业要积极服务经济社会发展和人民群众多层次的保险需求,加大产品和服务的创新力度,着力提升服务质量和水平,通过真诚文明、专业精细、优质高效的保险服务,传达保险关爱,体现保险价值。

1.2.4 合规范

合规范,是保险市场健康运行的前提条件。保险机构和从业人员必须严格遵守国家法律法规、行业规则规范、职业道德准则,并在具体工作中时时、处处规范行事。要在全行业大力倡导知法守法、合规经营的道德风尚,培育良好的市场秩序,保障保险业健康可持续发展。

1.3 保险文化建设重要举措

加强保险文化建设,是保险业贯彻落实党的十八大精神推进社会主义文化强国建设的重要举措。培育和践行保险监管核心价值理念、保险行业核心价值理念是保险文化建设的关键环节,是转变发展方式、推动行业科学发展的内在要求,是加强行业文化建设、凝聚行业力量的有效途径,是加强改进保险监管、提高监管效能的重要手段,也是提升行业形象、增强行业软实力的迫切需要,对促进保险业持续健康发展具有十分重要的意义。

1.4 保险行业的战略任务

培育和践行保险监管核心价值理念、保险行业核心价值理念,既是当前一项紧迫工作,也是一项长期的战略任务。全行业必须站在全局的高度,加强领导、统筹协调、突出重点、常抓不懈,扎实推进培育和践行核心价值理念的各项工作。

1.4.1 价值取向

要加强学习宣传,使保险监管核心价值理念和保险行业核心价值理念成为全行业共同遵循的价值取向。要通过多种方式广泛开展核心价值理念宣导活动,把核心价值理念的教育纳入各级管理中心组学习计划,作为干部员工入职培训、高管培训、在岗培训等的必修课程,教育引导广大监管干部和从业人员准确理解

和领会核心价值理念的内涵与要求；要大力开展保险“进社区、进机关、进农村、进学校、进企业”，普及保险知识，宣传核心价值理念；要强化整体形象建设，扎实做好文化形象导入工作，使核心价值理念真正成为团队文化、企业文化的核心内容

1.4.2 行为准则

要健全制度机制，使保险监管核心价值理念和保险行业核心价值理念成为全行业一以贯之的行为准则。各单位要建立完善文化建设的领导机构和工作机制，领导班子和领导干部要带头学习、带头宣讲、带头践行；要把核心价值理念的要求贯彻到发展战略、制度机制、行为准则和评价标准当中，全面梳理和完善规章制度、服务标准、从业规范和绩效考核体系等，并强化制度执行，使其真正成为全体员工共同遵守的行为规范和工作准则；要建立完善宣导、运行、督查、考核评价等长效机制，逐步将文化建设制度化、规范化和常态化。

1.4.3 内生动力

要勇于探索实践，使保险监管核心价值理念和保险行业核心价值理念成为全行业创新发展的内生动力。要通过培育和践行核心价值理念，强化监管为民、保险为民的宗旨意识，加大保险消费者利益的保护力度；要引导全体员工深入贯彻落实科学发展观，进一步解放思想、转变观念，增强加快转变发展方式、深化结构调整的自觉性和主动性，推动行业发展质量和效益的不断提升；要切实提高宏观意识和战略思维，将保险业发展融入到加强民生建设、促进经济发展和社会和谐稳定的大局中，积极推动保险业在关系全局的现代金融、社会保障、农业保障、防灾减灾、社会管理等“五大体系”建设中发挥更大的作用，切实让保险业发展成果惠及更广大人民群众。

1.4.4 力量源泉

要注重基础建设，使保险监管核心价值理念和保险行业核心价值理念成为全行业追求进步的力量源泉。要大力加强保险人才队伍建设，把核心价值理念融入到理想信念教育中，着力提高广大干部职工的思想境界、道德修养和能力素质，打造出一支适应现代保险业要求的高素质保险人才队伍；要大力加强诚信和法制建设，弘扬法治精神，建立健全诚信体系，真正使最大诚信成为保险业的价值基础，促进广大从业人员养成良好职业习惯，向社会展示出行业的文明风范；要大力加强社会主义精神文明建设，广泛开展学雷锋、文明单位创建、先进典型选树、“讲文明、树新风”、志愿服务、行风建设等活动，显著提升行业服务质量和水平，努力建设先进、发达、健康、文明的保险业。

第二章 保险行业的精神使命和存在的问题

2.1 保险公司的精神使命

保险行业核心价值理念体系建设是一个艰巨且长久的工程，需要一代又一代的保险人用自己的辛勤汗水去实践和总结。

一是必须加强保险行业文化建设，塑造与现代保险业相适应的先进文化。必须坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，这是保险文化改革发展的根本指导思想；必须坚持社会主义先进文化前进方向，是保险文化改革发展的根本性质；必须坚持以人为本，这是保险文化改革发展的根本目的；必须坚持把社会效益放在首位，这是保险文化改革发展的根本要求，必须坚持改革开放，这是保险文化改革发展的根



本动力。保险文化是保险业整体的内在本质特征。稳定的文化形态对保险业组成的个体产生强制性影响,并通过个体相同或近似的外在表现形式体现。认知方式、评判标准、精神状态、外在形象、言谈举止等行为,都是内在本质的载体,或说是内在本质的外在表现。只有建设出先进的保险行业文化,保险从业人员才能在先进文化的指引下努力奋斗,才能构建出与之相适应的核心价值体系。

二是必须坚持诚实守信原则,用良好的道德风尚进一步改善行业形象。最大诚信原则是保险经营的基本原则之一。诚信可谓是保险的生命线,是行业发展之基。相较于其他行业,保险业对诚信有着更高的要求,诚信理应成为保险职业操守的核心要求,成为保险文化的重要特质。

1. 加强道德建设。在全行业开展社会公德、职业道德、家庭美德、个人品德“四德”教育。开展形式多样的诚信教育,倡导从我做起、从现在做起,树立高尚的职业操守。
2. 完善信用体系。完善诚信激励约束机制,加大失信惩戒力度,增加失信成本。加大信息披露力度,扩大承保理赔信息网上查询的险种范围,完善保险产品说明会、投保提示、客户回访等制度机制,加大对不诚信行为的约束。委托第三方开展保险诚信服务测评,加强社会监督。建立和完善营销员信用管理、高管人员不良记录档案等制度。
3. 净化行业风气。严厉打击弄虚作假、商业贿赂等行为,营造诚信为荣、失信为耻的浓厚氛围,坚决破除有损行业形象的所谓“潜规则”等。

三是必须从保险的本质特征入手,紧紧抓住保险的本质特征进行思考和实践。保险的本质,是为社会风险管理当好参谋顾问,提供切实的经济补偿保障和防灾减损服务。保险的本质特征决定了保险文化的精髓,即风险分摊、互帮互助、同舟共济。近年来,保险业取得了举世瞩目的发展成就,行业为社会做出了不可忽略的贡献,全体从业人员也付出了辛勤劳动。但毋庸置疑的是,当前保险行业的声誉还不太好,并没有得到足够的社会尊严。究其原因,是企业将经营效益至于行业核心价值观之上,在这样一种文化的熏陶下,一些从业人员忽略了保险的本质特征,片面追求利益,对保险社会声誉起到了负面作用。坚持保险的本质特征,是弘扬保险文化的基础。应当在先进保险文化的指引下,构筑保险行业的核心价值理念体系,并按照知行合一的要求,重在实践,以此追求社会公众对保险业的认可度和满意度,维护行业的尊严。

四是将继承和发扬中国传统优秀文化,作为构建保险核心价值理念体系方案的重点来抓。保险行业作为一个管控风险、分担风险的一个较为特殊的行业,这样的行业更应汲取优秀传统文化的养分,来不断充实和丰富保险文化的内涵。这样一个行业的核心筒直理念,应当在充分吸取保险相关知识与技能的同时,深入融合中国传统文化,不仅在形式上,更要在内容上体现出中国特色。

2.2 保险行业存在的问题

保险企业如此重要,但是我国目前保险业的服务意识、服务水平却远远不能令人满意,突出表现为以下三个方面:

一是不诚信。由于风险发生的不确定性,保险服务的长期性,保险产品的无形性等原因,诚信对于保险品牌获得消费者认可至关重要。尽管近年来保险监管部门监管力度有所加强,保险企业风险管控有所改善,保险营销中不诚信的行

为仍然时有发生,如有的业务人员向客户介绍条款时不客观不全面;有的保险公司在推介投资型产品时以可能获得的最高收益为诱饵吸引投保人,这些行为都将导致客户对保险产品的误解。不诚信行为的发生不仅仅损害保险品牌,而且伤害整个保险行业。

二是不主动。由于行业发展历史较短,市场准入条件苛刻,市场管理机制严格,市场竞争不够充分,我国保险企业目前还存在不同程度的“官商”作风,工作效率较低,理赔速度较慢,服务项目设置重自身管理便利而轻投保客户需求,服务工作以处理消费者投诉、转接业务咨询电话等被动方式为主,服务更多的还是停留在口头上,而没有成为全体员工的切实行动。

三是不系统。目前我国保险企业整体服务水平较低,体现为服务理念较为滞后,管理手段相对零散,服务体系比较缺乏,现代化服务方式应用不足等。还有一个突出的问题就是内外部服务的割裂,即保险公司对保险代理人(保险营销员)的服务与对客户的服务相互独立。这种管理上的划分方式在我国保险企业中非常普遍,但其实保险代理人在某种意义上也是保险公司的客户,同时也是保险公司向投保客户提供服务的重要载体,而且很多服务内容很难界定到底属于内部还是外部服务,因此,这种内外服务切割的形式,既会导致很多服务工作的重复又会导致一些服务内容的缺失,并且不利于形成一个由后台到前台再到客户的系统性服务链条。

可见,服务对于保险品牌未来竞争的重要性和当前保险行业服务状态的落后性之间的矛盾非常明显。那么,我们就应该从新颁布的保险监管核心价值理念中找到方法并为此做出努力和改变。

第三章 保险行业核心价值观的实施

坚持一个中心,做到四个原则,找准五个切入点。将核心价值嵌入公司经营管理各项活动之中,融入全体员工行为规范中,以学习宣导带动主题活动,以主题实践促进文化提升,使文化成为我们绵阳生命人寿保险公司核心竞争力。一个中心即:围绕公司战略发展这个中心,以提高公司核心竞争力为目标,将文化建设与业务有机地结合起来,坚持两手抓,以文化建设的成果促进业务绩效的提升;坚持四个原则即:1. 坚持文化建设与业务发展相结合;2. 坚持文化传承与文化创新相结合;3. 坚持形式多样与群众喜闻乐见相结合;4. 坚持领导带头与全员参加相结合。五个切入点即:1. 从形象视角入手,统一公司形象。按照公司新的核心价值理念重新设计我公司系统和延展应用标准,统一公司标志、徽章、色彩等多种标识。2. 从制度流程入手,检视现行制度。各服务部应对照核心价值理念体系提倡和反对的内容,对有关制度进行全面梳理和完善,使核心价值观寓于操作流程、业务管理办法和规章制度之中。3. 从业务发展入手,开展比、学、赶、帮竞赛。各服务部推广方案中要突出争先创优,结合中支实际开展比学习、比能力、找差距、赛服务、做贡献的竞赛、鼓励大家争当技术能手、业务标兵。4. 从工作效率入手,改进服务质量。从客服角度出发,开展形式多样的提升服务内涵和服务效能的主题活动,牢固树立为客户服务,总部为基层服务、后台为一线服务的理念,让服务赢得客户的理念深入人心。5. 从凝聚人心入手,丰富文化生活。坚持以人开展文化建设,各服务部组织开展丰富多彩的文化生活,形成以活

动聚凝人心，增强员工对公司的认同感和归属感。

跳出保险看保险

——浅谈文化建设与保险行业核心价值的践行

(紫金保险四川分公司 詹国军)

项俊波主席明确提出保险行业核心价值理念是“守信用，担风险，重服务，合规范”，并对保险行业核心价值进行了规范性论述。

此前对于保险行业的规范性很多都是一种局部的，口号性的东西。没有将保险的核心价值理论作出一个全面的，规范性的阐述，在保监会的这次会议上明确了保险的发展方向和价值取向，这对保险业的发展具有跨时代的意义。成为了保险业蓬勃发展中的航灯，也为保险业文化建设奠定了基础。

身于保险业的众多同仁，有多少人有着对保险文化的信仰，这恐怕不得而知。然文化是人民的精神家园，中华名族生生不息，延绵至今，一个重要的原因就在于我的文化信仰。同样在保险行业也应有自己的文化信仰，这对于保险行业核心价值的践行至关重要。

守信用是保险经营的基本原则，诚实守信本是一个人应有之本，但是在某些利益的驱使下让很多人丧失了做人的基本准则，人情，情感，心情取代了道德规范和行为准则，一文不值的诚信口号和低廉的不诚信成本导致了很多人法制意识的浅薄。因此诚信文化的建设对诚信行为的建设提供了源泉和动力，这是一个庞大而复杂的工程，包括保险活动参与者及外部法制环境。因而系统内的诚信文化和系统外的诚信文化建设都相当重要，基本可以说包括了每个保险活动参与者的信用都将进入诚信文化建设的内涵。当然我们的自身的诚信文化建设更加重要，首先从自己做起，从基层做起。我们每一个基层工作人员都是一个诚信的细胞，有了这些大量的细胞诚信文化建设才有生存和发展的土壤，因而每个从业人员个人行为规范的学习理解和执行尤为重要，同时加大不诚信的处罚，坚决打击一些不诚信的行为为诚信文化建设保驾护航，重新深入理解保险经营禁止行为，高悬法制之剑，建立不诚信登记系统，倡导和发扬诚信典型，是保险行业诚信建设的基本准范。

担风险是保险行业的本质属性，表现在需要是为社会生产的发展和社会经济建设分担风险损失，提供风险保障，参与社会管理，充分发挥“社会和谐”和“经济助推”的功能作用，在现实生活中保险企业是保险产品开发者和条款的制定者，还是发生事故后的裁定者，因而毫不讳言的说，保险企业作为一个商业运行机构是以盈利为目的，缺乏有效的第三方参与，其自己肯定需要制定有利于自己的各种保障条款及有利于自己的一些处置措施。相反一些第三方保险活动参与者漠视

法制，投机取巧也给保险行业带来发一些不必要的损失，保险行业也束手无策。因而引入监督文化体系建设及互相监督文化体系建设成尤为重要，有法可依，有法必依，违法必究，公平、公正、合理。及时真正成为保险理赔的一个准绳。促进保险业健康发展，提升保险的可信度和社会形象是当前保险业面临的重要问题。

重服务是保险价值实现的途径，保险业本是一个产品及其复杂，涉及多方面知识的金融产品，因而如何深入浅出地向人民群众解说及让人民群众深刻理解保险，这是一个艰巨的工程，需要方参与，因而充分利用村组、街道、物业管理等基础组织单位以及各类提供保险服务的机构都将是我们的宣传窗口。因而一种声势浩大的保险知识普及和宣讲决不是仅凭保险行业自身就能完成，需要一个完整的保险形象塑造和保险文化以及各渠道及行业组织的整体联动，以及提供源源不断的动力支持才能是保险业的发展之源，因而实现保险业优质的服务，打破现在约束，真正让保险能进基层、进社区才是提供保险优质服务的实在举措。

合规范是保险市场健康运行的前提条件，遵守国家法律法规、行业规则规范、职业道德准则是一保险从业人员的基本准则，然而在现实中几个数据却成了最后的考核结果，致使基层公司为了几个数据不惜铤而走险。这一方面是其法制意识浅薄，也和一些公司急功近利的趋使是分不开的。在产险行业同质化竞争最为明显的今天，价格成为相互之间竞争的最有利的法码，为了最大程度满足客户需求，无底限地作出让步，市场竞争不仅是体现于公司与公司之间的竞争，公司内部的竞争，公司与从业人员之间的竞争，保险资源单位与从业人员之间竞争。这本是市场正常的竞争，但是很多竞争都失去了基本准绳，最后的结果就是一种恶性竞争，大大的削弱了保险行业健康可持续发展。因而规范性文化建设是保障保险行业健康可持续发展的利器，建立规范性职业操守，加大处罚力度，建立淘汰机制，从基础抓起，上朔追责机制，使人人心中牢记规范经营的红线，这是保障保险行业健康可持续发展的重要途径。

因而，我们从另一个角度看保险文化建设与保险行业核心价值的践行：现在保险行业的信任危机正在一步步加深，保险行业竞争仅限于同质化价格竞争，基层机构迫于数据压力不惜采取一切手段，营销环境唯利是图，中介环境不规范，法制环境不健全，诈保骗保时有发生，保险理赔操作缺乏具体操作准绳等等这些都是现在保险业经营中遇到的困难。相信在项俊波主席提出的保险监管核心价值理念和保险行业核心价值理念的指导下保险行业将迎来一系列文化建设的春天。

因而保险行业核心价值的践行在于保险文化建设，保险文化的核心在于保险文化信仰的建立。有了信仰就有了孜孜不倦的奉献，保险业就有了无穷发展的源动力。



畅谈如何在企业中实现个人价值

——树立正确的企业价值观作为引导将促进个人价值目标的实现

(华夏人寿 刘力)

山的那边是什么？还是山。

人的一生就像翻山越岭，一座接着一座，一山又是一山。有的人拖着疲惫不堪的身躯，等着生命的结束而结束这无望的开始；有的人背着点点满载的行囊，期待生命中每一个结束后的新开始。理想与现实的残酷撞击，拉扯着我们懵懂而年轻，炙热而滚烫的心，随着时间的打磨，所有的激情就像翻涌的浪潮，此一时彼一时。太多的人被城市五彩霓虹的夜迷惑了双眼，太多的梦在钢筋混泥土的喧嚣中折断了羽翼，让我们胆怯，让我们质疑，让我们不愿再感受太阳升起的温热，不肯再张开双臂去承担起希望的重量。

不知道什么时候开始，人生慢慢变得避重就轻，哪怕去捡拾别人剩下的，也不敢握紧自己真正想要的。要用辩证观点接纳世界，我们没有忘记；要用发展的眼光看待事物，我们没有忘记，但面对自己的情感、事业、生活，我们的选择显得随波逐流。其实，真正能够把握自己未来，掌握自己命运的是我们的心，一颗鲜活跳动的心，一颗完整无缺的心。只要有心，无论我们选择怎样的感情，身在怎样的行业，处于怎样的生活，纵使平凡也绝不平庸。然而，如何让自己在企业中感觉自己存在、价值？这是致使许多人困惑的人生课题之一。在生活中，我们找得到属于自己的角色，承担着相应的责任义务；在情感中，我们找得到属于自己的空间，存放着对应的喜怒哀乐。事业，却常常让我们无的放矢。

事业不是人一生之中的全部，却是人一生不可或缺的一部分，因为我们需要被自己认可，被家庭认可，被社会认可，这种需要是与生俱来的，是潜在的，并不为人的意识而消失。而认可大致来源于人的感情、事业和生活三个方面，伴随人被认可的层面不断延伸、提升，人在事业方面需要被认可的比重就占得越多。所以，人更多的在事业中感觉到负面情绪，比如焦虑、烦躁甚至倦怠、萎靡。也因为经济基础决定上层建筑，事业决定了我们所讲的经济基础的质量，故，事业成为人实现自我价值目标的高度、深度、广度。

那么如何才能满足人本能的对认可的需要呢？得以实现自己的价值追求呢？

了解自身所从事的行业性质，清楚企业具有的共性与特性，明确自己在企业中的目标定位，审时度势，适可而止。我们需要做这些吗？这么难！非也，这些固然重要，但绝非核心。在事业中人所需的存在感，在企业中人所要实现的价值，有一条捷径，也是不二法门，“树立正确的企业价值观作为引导将促进个人价值目标的实现”。就是这样简单！

树立正确的企业价值观，从根本上认识企业，从根本上植入观念，简而言之

就是员工对企业的认同并且在企业价值与个人价值实现过程中从磨合到融合。企业环境是固有环境，是不随人意志而改变的客观存在，当自己作为企业一员所怀抱的角色定位是主人，还是客人，甚至是奴仆时，就决定了他对企业价值理解的广度，对企业价值认同的深度，导致了他在企业中个人价值实现的可能、步伐和高度。

都说各行如隔山，但员工与企业之间的关系却是不变的。不管你是在行政事业单位、教育机构、上市公司、私人企业或者其他盈利性组织，不一样的是工作性质、技术专业、操作流程，而关于如何做好一个员工，如何与企业共同发展，取得双赢的方法是通用的。一家企业为何谈文化，讲精神，就是人力资源的整合，由下而上形成一股合力。而员工在看待企业时，要明白企业不仅仅是追求可持续发展的利益，它也是资源整合的大平台，并不是一味索取、甚至压榨的资本家。也只有当你意识到企业提供的资源时，你才会发现自己在企业中担任的职位并不是单纯地劳务报酬关系，还有资源的交换。员工是企业的重要资源，而众多的资源集中起来后，是一加一大于二的哲理。假如员工一味忽视企业的价值导向，那么你只能够被淘汰出局，这不是残酷，只是你不适合这家企业。因为你并不认同自己所在的企业核心精神，那你如何做好企业员工，还怎么去谈自己在企业中实现个人价值？爱一行干一行的人，是幸运，而干一行爱一行的人，是幸福。后者的幸福源于自己或许与爱好擦肩而过，却可以让自己在工作中拥有话语权。因为干一行爱一行的本质在于一个人认同企业价值观，并且能够敞开心怀去接纳，适应甚至找到同向性的追求，与企业共成长。这种能够认同企业的观念就是一个优秀员工要具备的基本素质，也是人在企业中默默耕耘后能够收获多少的重要影响因素。整天抱怨企业不好的人，只因自己没有在企业中得到存在感，找到自己的价值。而对企业充满希望的人，是因自己将希望寄托给了企业，让自身的发展与企业发展并行。认同企业价值，你会从工作中赚取令人愉快的报酬，你会在企业中找到自己的位置，你会把工作变成事业，让事业成就人生，实现价值追求。

生命的大河川流不息，选择什么样的人生就将成就什么样的自己，选择什么样的思维将实现什么样的价值目标。无论情感、事业、生活，别忽略一种习惯的培养，别忽略一种观念的培养，这足以影响你的一生。



谈谈保险行业“守信用、担风险、重服务、合规范”

（人保财险成都市分公司 石志佳）

2013年中国保监会发布了“守信用、担风险、重服务、合规范”的保险行业核心价值理念，我作为保险行业的一员，对这个核心价值理念是这样理解的。

首先谈谈“守信用”。

信用是能够履行诺言而取得的信任，信用是长时间积累的信任和诚信度，是我们过去的履行承诺的正面记录，是难得易失的。以我的理解，在保险行业中，个人守信用就是诚实守信，企业则是守承诺重合同。

诚实守信是中华民族的传统美德。孔子说：“人而无信，不知其可也”；李白说：“三杯吐然诺，五岳倒为轻”，都极言诚信的重要。几千年来，“一诺千金”的佳话不绝于史，广为流传。诚实守信是一个人立足社会的基础，也是每个人应有的基本道德品质。作为保险从业人员讲诚信就要做到内诚于心，外信于人。所谓“内诚于心”是指人的内在品质；“外信于人”是指在与他人交往时所表现出来的具体行为。“诚实”和“守信”是相互统一的，守信是以诚实为基础的，离开了诚实就无所谓守信。

就个人而言，诚实守信是高尚的人格力量，是个人必备的道德素质和品格，是个人的立身之本；就企业而言，守承诺重合同是塑造企业形象和赢得企业信誉的基石，是竞争中克敌制胜的重要砝码，是宝贵的无形资产。如果每个企业都不讲诚信，那就不可能出现百年企业。据美国《财富》杂志报道，美国中小企业平均寿命不到7年，大企业平均寿命不足40年。而中国，中小企业的平均寿命仅2.5年，集团企业的平均寿命仅7-8年。美国每年倒闭的企业约10万家，而中国有100万家，是美国的10倍。不仅企业的生命周期短，能做强做大的企业更是寥寥无几。企业做不长、做不大的根源当然很多，但是有很重要的一条就是企业缺乏诚信。

李嘉诚说过：“有时你看似是一件很吃亏的事往往会变成非常有利的事。建立个人和企业的良好信誉，这是资产负债表之中见不到、但却是价值无限的资产”。中国人民财产保险公司作为与新中国同龄的保险公司，一直坚持“信用至上”的经营观念，人保财险精神包含诚信，经营理念包含诚信服务。我们充分认识到“守合同、重信用”是企业经营和生存的重要保障，是公司依法经营、减少失误、维护客户的基础。

树立诚信意识要从个人做起。我们作为人保财险的员工如果缺少诚信，就会影响公司的形象，降低公司的竞争力。诚信不是个人的事情，我们不仅要“内诚于心”，还要“诚于公司”。对公司的诚信，表现在忠于职守、爱岗敬业，以企业利益为重，不做有损公司利益的事情。员工对公司的诚信以及对客户的诚信，才能铸就公司对客户的诚信，才能使公司在市场的大海中披波斩浪，勇往直前。

其次谈谈“担风险”。

风险是人类生存过程中不可避免的现象。我们生活在一个充满风险的世界之中，无论是从空间上讲还是从时间上讲风险都是不以人们的意志为转移的，是始终存在的。它是发生不幸事件的可能性，是损失发生的不确定性和可能性。我们可以根据性质的不同把风险分为自然灾害、意外事故及疾病。

在漫长的历史中，人类不断与各种各样的风险作斗争，以确保财产安全和生活稳定。保险可以集合大量面临相同危险的人，通过每个人交纳少量的保险费，形成巨额的保险基金。当参加保险的某个人发生事故时，可以从保险基金中领取

丰厚的保险金作为补偿,从而确保财产安全和生活稳定。因此,保险作为一种有效的处理风险的方法已经得到广泛运用,在许多领域发挥着重要的作用。

保险合同既给保险公司创造了盈利的机会又给保险公司的经营带来了极大的风险。保险公司按照保险合同收取保费,就要承担相应的风险。大数法则,风险和收益趋于同步,即风险越大收益也越大。但在市场经济中,“零风险”“100%安全”只在理论上有可能,在实际中行不通。过分地追求稳妥会导致我们缩手缩脚,顾虑重重,结果贻误时机。现在往往不是“大鱼吃小鱼”,而是“快鱼吃慢鱼”,在经营中要用于承担风险,抢先抓住机遇,赢得先发优势。但这不意味着盲目冒险,因此,我们要有敢于冒险的精神,更要有预见风险和防范风险的能力。把敢于承担风险的胆量和科学审慎的态度结合起来,通过科学地分析和论证风险,敏锐而果断地做出决策。

第三谈谈“重服务”。

保险公司有一句名言:“成于价格,败于服务”。客户服务是一个涉及公司员工素质、企业文化、工作流程等多方位的工作。客户服务质量的好坏、服务水平的高低决定着保险公司的兴衰存亡。

保险客户服务是指保险人在与现有客户及潜在客户接触的阶段,通过畅通有效的服务渠道,为客户提供产品信息、品质保证、合同义务履行、客户保全、纠纷处理等项目的服务及基于客户的特殊要求和客户的特别关注而提供的附加服务内容,包括售前、售中和售后服务。售前服务是为潜在的消费者提供各种有关保险行业、保险产品的信息、资讯及咨询,举办讲座,协助客户进行风险规划、为客户量身设计保险等服务。售中服务即保险买卖过程中为客户提供的服务,包括协助填投保单、保险条款的准确解释、送达保单、办理自动交费手续等。售后服务即客户签单后为客户提供的一系列服务,包括免费咨询热线、客户回访、保险赔付、投诉处理等。保险属特殊服务行业,它较一般的商品其服务性更强。保险表面上买卖的是一纸合同,其实质交易的却是一种保障,客户首先感受和看重的是服务。保险人与被保险人之间的主要关系,就是服务与被服务的关系,服务贯穿于整个保险活动中,是保险的生命。服务质量的好坏、服务水平的高低决定着保险公司的兴衰存亡。客户购买保险首先要信任保险公司,建立信任,并感受到全面贴心的专业服务,才可能形成忠诚客户。目前,广大消费者对保险的理解还处在初级阶段,保险知识的普及也还远远不够,大多数人对保险还在抱观望态度,再加上各保险公司提供的产品大同小异,服务就成为客户投保时的首选,因而保险公司对客户的服务就显得更加重要。据统计,投保客户从一个公司转向另一个公司的原因,70%是各环节服务质量问题;对客户服务不好,会造成94%的客户离去;没有解决客户的问题,会造成89%的客户离去;每个不满意的客户,平均会向9个亲友叙述其不愉快的经验,其亲友会向别的人谈起,因而怠慢一位顾客,至少会影响40位潜在客户;而一个满意客户则会带来8笔潜在生意,其中至少会有一笔成交,且其成本是吸引一个新客户的1/6。可见,优质的服务有利于增加客户对保险的了解和认识,缩短保险公司与客户的距离,增强客户的信任感,提高客户的忠诚度,树立保险公司的良好企业形象,提高公司的市场竞争力。同时,好的客户服务使保险公司更好地了解客户需求,满足客户需要,从而提高保险公司续保率、增加新保单,降低公司经营成本,为保险公司带来销售,

创造利润。所以，优质的服务，是一种“双赢”策略，即顾客满意、企业获利。相反，低劣的服务将严重损害保险公司的形象，流失原有客户群，导致保户退保、断交保费、拒绝续保以及失去客户源等一系列不良后果。要想从根本上改变落后的服务，就必须从人事、制度、管理、文化、体制等这些根源抓起。

我作为出单中心的一名员工，“重服务”是和我本质工作息息相关的。出单中心集中运行已经一年多，对于一个分部管理岗，日常工作就像吃辣椒，从刚开始的无法下口到现在的津津有味，感受颇深。

首先树立服务至上的意识，热情工作。窗口服务工作是人保财险的前沿阵地，是服务客户的第一线，也是真正具体落实为客户服务的重要岗位。对前来办事的客户，我们都应礼貌接待，耐心解释，热情服务，让他们真真切切感受到宾至如归。即便遇到困难或出现误会，我们都应礼让有加，站在对方的立场和角度，和言细语地帮助客户解决问题。出单中心之所以全称叫“客户服务管理部/出单中心”，客户服务在我们的工作中占有举足轻重的地位。我们是公司的窗口，直接面对客户，我们的一言一行代表着公司的文化、制度。我们实施的“客户一站式”的出单服务，采取录单、收费与打单一体的柜员制服务，既方便了客户，也让我们能充分的与客户交流，了解客户的意愿，更好的做好服务；中心执行总公司的《服务界面标准化手册》内容，分部人员从刚集中时的全员抵触到现在的认真执行，虽然过程曲折，但效果显著。分部人员从仪容仪表、着装规范、形体仪态到服务规范都有了长足进步。不以规范、不成方圆，这是我对成立出单中心后对客户服务管理最大的体会。

其次是认真审核，严格把关，积极学习，提高进步。我们所负责的岗位每天都有不少客户来办理签单、批改、理赔资料收集等业务，对每位客户而言，这类手续事关重大，甚至可以说是涉及到重要财产，因此，不可怠慢，也容不得半点马虎，所以专业知识非常重要。出单工作是我们工作的基础，出单中心成立前，支公司的签单工作一直在以老员工带新员工、出问题解决问题的循环中，缺少正确的、长期的指导和培训。中心集中后严格的质量考核，每年的培训考试，让爱学习的员工更多更好的掌握理论知识，让懒惰的员工主动的学习业务知识，整个分部的专业水平逐步的提高，从以前的言听计从到现在主动的为业务人员提供专业的业务指导，我们团队已经成为一个专业化的团队。

第三是任劳任怨，加班加点。窗口工作是直接服务客户的工作，这就决定了这类工作的性质，是相对灵活而非固定的，因此加班的次数也不少。有时候一个客户处理时间相对较长，手续较为繁琐，就应该耐心向其解释并最终妥善办理好，遇到加班加点的情况，我们也要积极调整心态，发扬精神，以高度的责任感和使命感，激励自己在八小时之外，仍然百分百地做好工作。经过一年的磨合，我们的团队从最初的各做各事到现在的互相帮助，签单人员遇到业务或者系统问题都是自己组织讨论解决，无法确定解决方案的疑难问题都是统一上报中心寻求正确解决方案。各个岗位均能独立自主完成每月工作任务，并逐渐开始了岗位工作的交叉，主动帮助队友完成无法按时完成的任務。对临时安排的工作任务不再有怨言，这些都是好的开始，我们的团队一定会在长期的磨练中成为优秀的人保窗口服务团队。

第四谈谈“合规范”

保险行业的合规是指保险公司及其员工和营销员的保险经营管理行为应当符合法律法规、监管机构规定、行业自律规则、公司内部管理制度以及诚实守信的道德准则。合规人人有责。保险公司应当倡导和培育良好的合规文化，努力培育全体员工和营销员的合规意识，并将合规文化建设作为公司文化建设的一个重要组成部分。

近年来人保财险各条销售渠道相互打通、界限正在变得模糊，团险、个险、银保部门的产品相互渗透，这种打破界限的销售方式对于合规提出了更高的要求。

保险业务中，诚信和良好声誉是公司的重要资产。诚信和良好声誉是公司企业核心价值观的重要内容，是公司的重要资产。保险诚信一直是保险行业监管的重点关注对象，保险诚信是一个特殊的概念，保险业进入门槛低，人员学历低，精通保险、擅长管理的中高端人才，以及管理、营销、培训等经验型人才严重不足。营销员队伍中很大一部分只有高中学历，很多是下岗再就业人员，能力和素质不能适应现代保险业发展的要求，与银行、证券等其他金融行业相比更是有较大差距。保险公司片面追求眼前利益，习惯于“挖角”，对人才使用有余、培育不足。保险公司在人员管理上忽视制度约束和品德考察，在人员任用上片面追求业绩。在高薪高职的诱惑下，部分高管人员与业务骨干缺乏长远职业规划，在保险公司之间频繁跳槽，拉高了经营成本，使保险行业失去了诚信招牌。另外保险销售人员为了完成销售任务，产生急躁情绪，容易产生销售误导，因此合规就要求保险销售人员严格遵守诚信原则，不以销售任务为目标而失去自身原则，严格遵守公司的各项规定，行业道德，另外要求合规部门也要加强监管，严格防范销售人员只为数量不为质量的销售方式，防止出现消费者不满意的情况。

总的来说“守信用、担风险、重服务、合规范”是保险行业的行为准则。作为出单中心的一员，深知我们的部门是人保财险的前沿阵地，我们更应把该行为准则作为我们的日常行为规范。

第一、我们应诚实守信，不隐瞒、不说谎、不作假，不损害投保人、被保险人和受益人权益。在实际工作中，客户在我们这里了解我们的保险产品，我们据实、详细、专业的解释保险条款，让客户充分理解了保险合同对他们权益的保障。在出险时，客户得到的赔偿、保障和我们出单时描述的一致，我们就会得到客户的认可和信任，反之就会引起客户反感，公司就有可能流失客户。

第二、我们应爱岗敬业，尽职尽责，努力提高服务质量，我们应专业胜任，热爱学习，钻研业务，不断提高专业素养；要做好一份工作必须要热爱这份工作。俗话说：做一行，爱一行，我们必须要热爱自己的工作才会有动力去学习进步。出单分部的工作无论签单岗、综合岗和管理岗，都不是单一的技术工作，岗位有交叉有互补，在新增加了客户服务岗后，我们又多了理赔资料收集的人员，所以日常学习非常重要，我们不仅要做好本质工作，还要不断学习，了解其他岗位的工作职责及流程，为以后的分部通岗做好理论和实战的准备。

第三、作为人保财险的一员，树立合规从我做起的观念，依法合规，自觉遵守法律法规、规章制度，接受中国保监会及其派出机构的监督与管理，遵守中国保险行业协会的自律规则，执行所在机构的规章制度；我们应保守秘密，不泄露公司的商业秘密，在未验证客户身份前不得随意提供客户资料；我们应公平竞争，自觉抵制不正当竞争。

总之“守信用、担风险、重服务、合规范”，力争成为一名优秀的保险从业人员。

践行核心价值理念 推动银保转型发展

（太平洋寿险四川分公司 曾宇 杜可）

【摘要】 保险行业文化是贯穿于保险业发展过程中的思维模式、行为准则、道德观念和价值取向的总和，是保险行业综合实力的重要组成部分。培育和践行保险行业核心价值理念是保险文化建设的关键环节，对促进保险业持续健康发展具有十分重要的意义。本文将保险行业核心价值理念的培育和践行作为基点，分析了保险核心价值理念的背景、框架和内涵；通过从核心价值里面的规范研究，再落实到银保转型发展的实证研究，提出践行核心价值理念，推动银保转型发展的实践措施，浅析目前银保发展面临的问题和瓶颈，探讨今后我国银保发展的方向，并提出一些创新性的建议。

【关键词】 保险核心价值理念 银保 转型发展

一、保险核心价值理念的作用和意义

2013年3月22日，保监会在北京召开发布会，正式对外发布了保险监管核心价值理念和保险行业核心价值理念。其中行业核心价值理念首次被提出，即“守信用、担风险、重服务、合规范”。保险行业核心价值理念十二字方针是保险行业文化的精确提炼。培育和践行保险行业核心价值理念是保险文化建设的关键环节，对促进保险业持续健康发展具有十分重要的意义。

（一）加强保险文化建设是保险业贯彻落实党的十八大推进社会主义文化强国建设的重要举措。保险行业核心价值理念的培育和践行，是加强行业文化建设、凝聚行业力量的有效途径。行业核心价值理念是行业文化的统领，在整个行业文化体系中居于核心的地位，是行业文化能否对保险业发挥正面作用的关键，核心价值观的确立与落实也是行业文化塑造的核心内容，关系到行业文化建设的成败。

(二) 保险核心价值理念的是保险业当前面临形势的现实要求。当前国际经济形势依然错综复杂,世界经济低速增长态势还将延续。我国虽然保持了经济增长企稳回升、金融运行总体平稳的良好态势,但是经济发展中不平衡、不协调、不可持续的问题依然突出。2013年国内寿险业特别是银行保险面临满期给付、退保高涨等双重压力,现金流短缺问题日益严峻;国内财险业竞争加剧,承保亏损扩大,行业下行趋势已定。销售误导、理赔难等突出问题深受社会诟病目前,保险行业当前存在的各种问题要得到有效解决,离不开行业核心价值的培育和践行。

(三) 保险行业核心价值理念的十二字体现了保险本质特性、功能作用和发展要求,为保险行业的健康发展提供了思想指导和实现路径,深切反映了中国保险行业的共同期盼与美好愿景,为保险业进一步科学发展提供了文化内核和精神动力。本次核心价值发布前,广泛征求了保险业界代表、专家学者代表、广大客户的意见建议;同时在保险业内多次展开保险行业文化、核心价值理念的大讨论,最终凝聚成本次发布的核心价值理念十二字方针。可以说,核心价值理念凝聚了监管机关、保险主体、从业人员和客户的集体智慧和心血,反映了大家的共同意愿,鲜明体现了保险业的目标和路径。

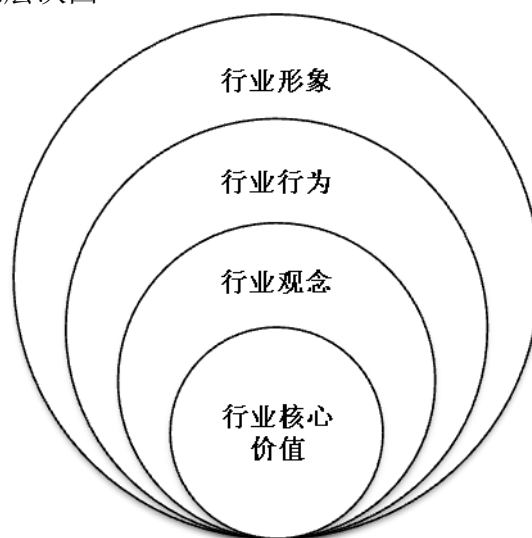
二、保险核心价值理念的架构和内涵分析

保险行业核心价值理念是“守信用、担风险、重服务、合规范”。这个核心价值理念是保险行业文化的集中体现。我们尝试从保险行业文化层次与保险核心价值理念的架构和内涵进行分析。

(一) 保险核心价值理念的行业文化层次分析

保险行业文化是贯穿于保险业发展过程中的思维模式、行为准则、道德观念和价值取向的总和,是保险行业综合实力的重要组成部分。行业文化作为一种管理哲学,其所有内容都是在行业价值理念的基础上产生和发展的,可以用一个“四层同心圆”来表示:

图 1: 保险行业文化层次图



最外面的一层是行业形象。这包括行业的名称、标志、产品、建筑、知名度、美誉度，等等，也就是一切能为人们直接感知的东西。第二层是行业行为。这包括保险主体、行业管理以及销售、服务等各个方面的运作，也就是行业和行业主体所实施的各种行为。第三层是行业观念。这包括服务观、效益观、客户观、经营观等等。最里面的一层是行业核心价值。这就是保险行业最根本的目的（或称“终极价值目标”）。

从保险行业文化同心圆层次的分析可以得出，行业核心价值是行业文化的核心，保险行业核心价值理念，既是对保险发展实践的高度概括和凝炼，也是对未来发展的期待和要求，体现了全行业的精神文化追求，是全行业的共同意志和行动指南。

（二）保险核心价值理念的要素和内涵分析

“守信用、担风险、重服务、合规范”十二字是一个整体，缺一不可。他们互相联系，互相影响，互相促进，共同组合了一个完整的核心价值理念体系。下图详解了保险核心价值理念的要素和内涵。

表 1：保险核心价值理念要素和内涵图

核心价值理念要素	要素关系	解决问题	架构内涵
守信用	基本原则	我们为何做？	战略、宗旨
担风险	本质属性	我们做什么？	使命、存在价值
重服务	实现途径	我们如何做？	经营哲学、路线方针
合规范	前提条件	我们行动的范围？	行动规范

守信用，是保险经营的基本原则，解决保险业为何做的问题。保险是一种基于信用的契约行为，是对未来不确定性的承诺。诚信是保险业的生存之本，是保险业的战略要素和宗旨。

担风险，是保险的本质属性，解决保险业是做什么的问题。保险业是经营风险的特殊行业，要通过科学专业的制度安排，为经济社会分担风险损失，提供风险保障，参与社会管理，支持经济发展，充分发挥保险的“社会稳定器”和“经济助推器”功能作用，这是保险行业的存在价值，如果无法承担这个使命，保险业就没有存在的必要。

重服务，是保险价值的实现途径，解决保险业如何实现“守信用”和“担风险”的宗旨和使命问题。保险业只有通过服务，才能把保险这个无形产品的作用发挥。

合规范，是保险市场健康运行的前提条件。保险机构和从业人员必须严格遵守国家法律法规、行业规则规范、职业道德准则，并在具体工作中时时、处处规范行事。

保险核心价值理念的四个要素作为有机整体,回答了保险业“为什么做”“做什么”“如何做”以及“行动范围”等多个命题,包含着丰富的内容和诸多要素。保险核心价值理念是我国保险业多年积累逐渐形成和建立起来的,但一旦形成之后,它又具有相对稳定性。它将作为统领,建立和形成保险业文化体系。

三、践行核心价值理念,推动银保转型发展

准确把握保险行业核心价值理念的深刻内涵,才能够深入推进践行保险行业核心价值理念的各项工作。同时,只有通过实务中深入落实,在能真正体现保险核心价值理念的内涵,才能发挥保险核心价值理念的指导作用。

银行保险作目前作为寿险公司仅次于个人代理渠道的第二大销售渠道,在高速发展以后存在的问题也进一步凸显,销售误导、恶性竞争、大规模退保、舆论评价低等等负面因素开始影响银保业务发展的进程,也为整体寿险行业的发展埋下了隐患。在这个严峻的形势背后,保险核心价值理念的发布无疑是重要的发展春风,推动银保转型发展。

(一) 加强顶层设计,把握银行保险发展路径

银保转型以核心价值理念作为银保转型的指导思想,银保转型树立“以客户为中心”的理念,通过“守信用”的宗旨指引,以诚信沟通客户,以诚信坚守岗位,以诚信捍卫企业和行业的整体形象。通过提供更加“担风险”的回归保险保障本质的产品,提升服务水平,通过“重服务”经营方式转变,以客户服务为推动点,并着力稳定发展高效益的客户群,建立长期稳定、科学管理的客户关系,用“合规范”作为行为准则,在全行业大力倡导知法守法、合规经营的道德风尚,培育良好的市场秩序,保障银保业务健康可持续发展。

(二) 做好银保改革和服务社会的制度安排

重新定位银行保险在保险业的位置,做好银保改革和服务社会的制度安排,从政策上对银保进行支持。

政府推动、政策支持是保险业发展的强大动力。目前,政府有关部门对保险的功能认识不够全面,国家政策扶持方面还需加强,一方面,政府可以适当出台一些鼓励性、强制性措施,或给予一些费用补贴,鼓励国民参保投保。另一方面,对一些公益性的保险产品,政府应当继续加大税收优惠力度,可以适当给予一些保险产品税收优惠。

在银保发展的制度建设上建立和健全银保退出机制和产品审核机制,加强银保市场行为监管,通过规范的制度自上而下牵引行业转型,为核心价值理念在银保转型的践行提供“合规范”的载体。

(三) 营造内外氛围,保证良好的行业发展环境

银保保险自发展以来,前期只注重保费规模增长和市场份额抢占,而忽视了公众保险意识培养和提高;而在保险业务推动中,业务队伍为了获得高绩效、通过考核,在销售时急功近利,未真正按照客户需求销售产品,损害消费者利益。因此在前期的粗放发展中,保险行业在群众中的口碑不佳,影响了保险行业的持

续发展。银保前期发展未充分重视保险诚信文化建设，银保转型应以“守信用”为指引，强调信用文化对行业的感召，营造内外氛围，保证良好的银保发展环境。

1、充分沟通，争取政府支持

各家保险公司也应该拓宽思路，对自身的优势服务、拳头产品加大宣传力度，尤其是要向地方政府多汇报，与主管部门多沟通，尽可能多地赢得有关部门和机构的支持和认同。

2、扩大宣传，营造发展环境

外部层面，保险公司应运用各种媒体进行保险功用的宣传报道，积极向公众宣传教育，普及保险知识，提升保险意识，增强他们对保险的认知，让公众学保险、用保险，避免公众对保险业产生误解和歧义，了解保险对于个人和家庭所发挥的重要作用。

内部层面，第一，挖掘保险行业的先进典型进行广泛宣传，将核心价值理念植入每一个业务人员心中，并化作实际行动，通过行动感染客户、带动客户，建立客户对保险业的信任感。第二，在银保队伍中，重新学习、理解《寿险的意义与功用》，了解保险行业在个人及家庭、风险管控、社会管理中的重要作用，增强从业人员责任感和职业自豪感，并提高业务人员诚实守信、依法合规意识。

（四）建立和加强银保诚信评估体系

保险业作为金融服务性行业，必须把“守信用”和“重服务”放在重要地位。银行保险作为一个比较特殊的销售渠道，是整合了银行和保险两种金融形式的复合体，对于从事银行保险的人员专业性要求更高，对银保诚信评估体系建设也就日益迫切。

第一，为了给客户提供更好的服务，根据银行未来分销渠道和客户分类的不同，银行保险从业人员也将区隔为几支销售队伍进行针对性更强的服务式营销。第二，在银保渠道建立业务人员诚信品质档案。保险公司都开始加强了银保业务品质管理。例如太平洋人寿下发了《银邮渠道业务品质管理办法（试行）》，该办法要求必须为每个进入银邮条线的客户经理建立品质积分档案，将客户经理日常的展业过程和销售行为纳入到日常的管理、追踪和考核中，通过对客户经理进行加减分的操作模式对全辖银保销售人员进行信用及业务品质指导、评估。几年来，根据实行的效果和监管重心的变化不断地进行完善，并将考核结果挂钩业务人员年终奖励，对业务队伍诚信销售起到了一定的牵引作用。

（五）坚持“客户导向”，通过服务带动业务发展

客户的需求是最终推动银行保险持续、健康发展的主要原因，因此必须实现银保业务从“产品本位”向“客户本位”转变，从“被动销售”向“主动销售”转变，通过“重服务”推动银保转型。

1、转变经营方式，以客户服务为推动点

银保业务经过几年的高速发展，已经沉淀了大量的存量客户资源。而由于银保客户银行和保险的双重属性，保险公司对于银保存量客户的服务仅限于寄送分

红报告和给付通知书等，与客户并没有过多的直接联系，客户并不认同自己为保险公司的客户。在如今银保转型发展的大趋势下，银保存量客户二次开发已经是未来银保业务新的增长点和必然走向，通过加强对客户服务增加保险公司与客户的粘稠度，增强客户对保险公司的信任和依赖，帮助银保业务推动从“销售导向”向“服务导向”转变。

2、使用新技术，提升客户服务体验

太平洋人寿正在推广的神行太保项目，是通过基于3G网络和平板电脑为基础的综合销售服务平台，通过“神行太保”平台，展示代理人从业资格证书信息与验真途径，有利于监督销售人员资格真实性、保障客户权益；展现统一的产品介绍演示页面，防范销售人员扩大保障范围等不真实宣传；现场录入客户真实信息，投保单即时校验并生效，避免签名和联系方式等作假。该平台还能够充分匹配被保险人个性化的保障需求，以“优选保障方案”，支持客户根据自己的偏好，选择和调整保障类型，实现智能化的保障方案双向互动，满足客户的真实需求。通过新技术的运用，银保能够转变销售模式，在介绍保险功能和公司情况上创新治理的办法，既改变了传统上销售人员素质低下的形象，又通过统一的宣传介绍在很大程度上减少甚至杜绝了销售误导行为，保证客户权益。

（六）持续转型推动，充分发挥保险社会职能

保险业是经营风险的特殊行业，只有转型发展，才能充分发挥保险业特有的经济补偿和社会管理职能，真正做到“担风险”，为经济社会分担风险损失，提供风险保障，参与社会管理，支持经济发展。

从未来发展来看，银保销售模式也将从“单一销售模式”向“综合销售模式”转变。配合银行多层次客户群体，银保也应建立多种销售模式与之对应。1、银行高柜针对流量客户仍以简单产品销售为主，争取银行客户，获取客户资源。2、在银行理财中心以保险公司员工、银行理财经理或大堂经理为主进行顾问式销售，为高端客户量身定做保险方案，销售复杂性保险产品，提升双方的服务质量水平。3、在银行卡业务、网上银行等新型业务，以与银行产品嵌合式方式销售保险产品，争取这部分越来越巨大的客户群体。4、由于银保业务积累了大量的存量客户，这部分客户也是银保业务拓展的宝贵资源，通过在银保条线建立客户经营队伍，专门从事存量业务开发，通过客户筛选梳理，销售个险类高保障保险产品。同时丰富银保产品线，从多个角度提供保险产品，与银行合作开展特色产品，比如：配合“三农”的小额信贷保险等，帮助个人客户、企业客户分担并转移风险，减轻政府社会管理压力。

保险核心价值理念是保险行业文化的集中体现。作为保险行业从业人员的一员，更要将保险核心价值理念作为未来业务推动和持续健康发展的驱动力和源动力。因此本文仅是就银保业务践行保险核心价值理念做出的一些初步思考，期待通过保险核心价值理念的推广和落地，能够引领我国银行保险迈入下一个增长高峰。

参考文献：

1. 陈文辉、李扬、魏华林主编：《银行保险：国际经验及中国发展研究》，北京，经济管理出版社，2007年3月第一版；
2. 唐德权：《(深度精耕)企业经营理念架构与内涵架构解读》，清华大学出版社，2004年7月第1版
3. 梁涛主编：《中国人身保险监管与发展报告2011》，北京，人民日报出版社，2012年10月第一版
4. 罗淑芬：《对我国银行保险发展现状的思考》，北京，首都经济贸易大学
5. 董影：《我国银行保险合作可持续发展研究》，《边疆经济与文化》，2008年第6期；
6. 刘光明：《企业文化》，经济管理出版社，2006年7月第五版；
7. 何平平：《对我国银行保险发展的思考》，《山西高等学校社会科学报》2007年第3期；
8. 宋明岷：《我国银行保险发展特点及其SWOT分析》，《金融研究》，2005年第4期；
9. 中国保险学会和四川保险学会出版各类期刊

践行行业核心价值 促进企业稳步发展

(太平人寿四川分公司 陈雪娇)



保险经历了几十年的发展，虽然到现在已经取得了比较好的成绩，但是在社会上依然存在许多保险乱象，社会大众对保险行业的认同仍然值得担忧。回顾保险文化，还存在不完善，因此保监提出的保险行业核心价值里面充分补充了这一空缺，使保险行业在行业文化建设上向前迈进了一大步，使每一个保险主体和保险从业人员都有了经营活动中遵循了核心价值原则，更有益于保险行业更好更快的发展与进步。

一、中国保险业发展历程

中国是具有五千年文明史的泱泱大国，保险思想和救济后备制度有着悠久的历史。保险业研究报告指出，早在2500年前，孔子就主张“老有所终，壮有所用，幼有所长；鳏寡孤独废疾者皆有所养”。可谓最古老的社会保险思想。并且我国古代一直施行各种赈济制度。战国以后，逐步形成一套较完善的仓储制度，这可以说是原始形态的人身救济后备制度。

尽管我国保险思想和后备救济制度产生很早，但因中央集权的封建制度和重农抑商的传统观念，商品经济发展缓慢。从而保险业赖以产生的经济基础和物质基础都不具备。所以，始终没有产生商业保险。

中国资本主义形式的保险业是随着帝国主义对中国通商贸易和经济侵略而来的。1805年,英、印商人在广州成立“谏当保安行”,这是外商在中国开设最早的保险公司。继英国之后,美国、法国、德国、瑞士、日本等国的保险公司也相继来华设立分公司或代理机构,经营保险业务。鸦片战争后,逐步渗透以致完全垄断了我国保险市场。

1865年5月25日,上海义和公司保险行成立,这是我国第一家民族保险企业,打破了外国保险公司对中国保险市场的垄断局面。1865至1912年的40多年间,成立的各类华商保险公司约有35家。1912年到1925年,陆续成立的保险公司有39家。1926年到1936年,全国有保险公司40家,分支机构126家。

随着中国保险业的发展,有关保险立法亦为政府和社会人士所重视。清光绪三十三年(1907年)至宣统三年(1911年),先后拟订了《保险业章程草案》、《海船法草案》和《商律草案》。北洋政府时期,曾聘请法国顾问爱斯嘉拟订了《保险契约法草案》。

新中国建立后,1949年10月20日,中国人民保险公司在北京成立,宣告了新中国统一的国家保险机构的诞生。

二、中国保险业现状分析

自1980年中国恢复国内保险业务以来,保险行业以前所未有的速度发展,取得了令人瞩目的成就。1月22日,中国保监会发布2012年中国保险业相关经营数据,显示2012年全年中国保险业实现原保险保费收入约1.549万亿元,相比2011年全年原保险保费约1.434万亿,同比增长了8.01%。其中,2012年财产险原保费收入约为5330亿元,人身险原保费收入约1.016万亿元,较2011年分别增长15.44%、4.48%。保险行业在优化资产配置,化解投资运作风险,保障社会稳定,促进经济发展等方面发挥着越来越重要的作用。

然而本是为大众带来社会保障,雪中送炭的保险业却一直不被大众所认同,甚至在去年10月份,著名经济学家郎咸平在一档电视节目中提出“我们的保险就是搞传销”一说,引发不少保险消费者纷纷吐槽,痛陈自己“被坑”经历。另据中金在线统计,中国保监会及其派出机构从2013年1月01日至2013年1月31日,在中国保监会网站公布包括对保险公司、个人以及保险代理机构等单位 and 个人的罚单共计96张,总罚金465.2万元。其中对保险公司和个人的罚单共63张,处罚罚金330.3万元;对保险代理机构的罚单共33张,处罚罚金134.9万元。从中国保监会1月份公布的处罚信息来看,保险公司总共领到32张罚单,总罚款金额为319.2万元,它们违规行为是虚列各种费用和虚挂中介代理业务非法套取费用、聘用无任职资格的销售人员从事保险销售、违规支付佣金、误导销售、违规设立分支机构、产品宣传资料不合规、编制虚假报告、未在犹豫期内完成客户回访、未如实提供投保人联系方式、回访不合规、未经批准设立分支机构和未经批准变更营业场所等方面。

对个人的处罚方面:1月各保监局对个人开出罚单总共31张,总罚金达41.1万。个人主要因销售误导、虚假列支佣金及招待费、虚列费用方式套取资金;向客户支付额外利益、违规支付佣金、违规给予代理机构人员利益、未经批准开设或变更营业场所等行为,虚假理赔、虚假宣传、未在犹豫期内完成回访工作、回

访不合规规定、编制或者提供虚假的报告、报表、文件、资料等行为也占有一定的比例；此外还有委托未取得合法资格的人员、少计车险保费等原因被罚。

从以上可以看出，保险从业人员社会地位不高、保险乱象、消费者谈“保”色变等问题随着行业发展日益明显。当前由保险文化缺乏导致的行业社会形象缺失，已经成为制约行业发展的瓶颈。建设适应中国特色的保险文化及其核心价值体系，是保险行业当前及其今后的重要战略任务之一。

三、保险行业核心价值观的重要战略意义

3月21日，中国保监会在京召开发布会，正式发布保险监管核心价值理念和保险行业核心价值理念。保险行业核心价值理念是“守信用、担风险、重服务、合规范”

保险业发展靠管理，管理成功靠文化。当前，我国保险业正处于结构调整和加速发展的关键时期，面对新的竞争，保险业的首要任务就是加强自身发展能力建设，而要改善和增强保险业发展能力，就必须搞好保险文化建设，促进保险文化的发展与升级。培育和践行保险行业核心价值理念正是我们搞好保险文化建设的关键环节，对促进保险业持续健康发展具有十分重要的意义：

培育和践行核心价值理念是转变发展方式，推动行业科学发展的内在要求；是加强行业文化建设，凝聚行业力量的有效途径；是加强改进保险监管，提高监管效能的重要手段；是提升行业形象，增强行业软实力的迫切需要。

四、积极践行保险行业核心价值观

（一）守信用

在保险行业核心价值理念“守信用、担风险、重服务、合规范”中，守信用列为保险行业核心价值理念之首。

诚实信用原则作为市场经济实践活动基本运行准则，其基本含义是指，当事人在市场活动中应讲信用，恪守诺言，诚实不欺，在追求自己利益的同时不损害他人和社会利益，并要求民事主体在民事活动中维持双方的利益以及当事人利益与社会利益的平衡。

我国民事商事的相关法律也对诚实信用原则进行规定。《民法通则》第4条规定：民事活动应当遵循自愿、公平、等价有偿、诚实信用的原则。《合同法》对诚实信用原则则提到更高的高度，而且对合同签订前、中和后分别进行规定。

保险活动更强调诚实信用原则，并将其列为核心价值理念之首，其是基于保险行业本身的特性。其一，保险行业与其它行业天生特质不同。保险行业发展没有捷径可循，在严格监管环境下，保险产品本身也谈不上能有什么革命性的创新，保险公司唯有稳健经营，诚信服务，逐步博取客户的信赖，方能壮大成长；其二，保险产品本身是一纸协议，而非有形、可触摸的实体产品。保险本身实质是一种基于信用的契约行为，是对未来不确定性的承诺。因而，信用实际上伴随着保险合同的始终；其三，在保险实践中，保险人和客户常通过中介人介绍而订立合同的。因此，保险合同双方当事人往往在空间上是游离的，订立合同的时间是错位，合同双方诚信度对合同有效订立和履行十分关键；其四，保险合同特别人身保险合同周期往往比较长，有的甚至几十年，上百年，而非一锤子买卖。同时，一旦

保险事故发生,对被保险人而言,充足、及时的保险理赔金往往是救命钱。由此看出,保险公司诚信守约对客户重要性就不言而喻了。那我们保险行业怎么做到守信用呢

今年以来,保险行业在央视播出了行业宣传片,其中关爱篇的主题是“保险,让生活更美好”。这是我们保险从业人员的一个梦想。保险行业需要这样有一个梦想,一个愿景和一个目标,让保险行业能真正成为受人尊敬的行业。我们认为,保监会在这个时点上提出了保险行业的两个核心价值理念非常好。保险行业需要这么一个凝聚人心的文化来改变大家原来的错误行为,树立正确的观念,体现保险的社会责任。

在十二字的保险行业核心价值理念中,“守信用”被放在了首位。这一点也是我公司贯穿于企业文化建设中的、一直坚持的理念。我公司在去年的企业文化实施方案、企业文化建设方案问卷调查及高管座谈中,都把“诚信”放在了第一位。而我公司所要做的是老老实实做人、本本分分做事、踏踏实实挣钱。在我司,不管是培训、竞聘、考核还是招聘,诚实守信都是重要的行为考量标准。而在我司,更是将践行两个核心价值理念的工作将由人力资源部和办公室品牌宣传部合作开展,公司的品牌宣传,以及公司人员规章制度的制定等工作都会融入其中。接下来,随着保监会和中国保险协会具体措施实施之后,我们希望能结合我司保险的实际情况,把践行两个核心价值理念真正落实下去。

在4.20的雅安庐山地震发生后,我公司也是以最高的诚信要求自己,信守承诺,讲求信誉,向客户提供诚信服务。在第一时间启动应急预案,并在地震后公布五项地震理赔承诺:一是进行无保单理赔:我们向客户宣布,对受灾客户经当地公安机关或派出所确认身份后即可办理无保单理赔;二是放宽身份证明要求,对于被保险人或受益人的身份证明灭失或损毁的,可依据由乡或乡以上政府机关出具的相关证明进行给付,或根据实际情况灵活掌握;三是暂时取消理赔定点医院限制;四是主动勘查,尽早给付;五是当场通知客户理赔决定:自即日起太平人寿四川分公司遇有灾区理赔,可先行告知客户理赔决定,待灾情稳定后再支付赔款。

(二) 担风险

风险是人类生存过程中不可避免的现象,我们生活在一个充满风险的世界之中,无论是从空间上讲,还是从时间上讲,风险都是不以人们的意志为转移的,是始终存在的,它是发生不幸事件的可能性,是损失发生的不确定性。风险是无处不在,无时不有的。我们必须与各种各样的风险作斗争,以确保生命财产安全和生活稳定。许多风险是无法避免的,但有了保险才能在风险损失一旦发生时,及时给予经济补偿,将风险损失的影响减小到可能的最低限度。

保险业正是这样一个经营风险的特殊行业。保险的触角渗透到经济社会领域的各个方面,深入到人民生产生活的各个环节,是稳定的“晴雨表”、安全的“稳定器”、发展的“助推器”。保险的本质属性,决定了它为经济社会分担风险损失,提供风险保障,参与社会管理,支持经济发展等功能。首先,通过保险制度的安排,应用大数法则和概率原理,集合多数经济单位,建立雄厚的保险基金,对约定的灾害事故或意外损失给予经济补偿,从而起到稳定社会经济生活的积极

作用，特别是近几年来普及的投连、分红型寿险产品，有很好的“积谷防饥”功效；其次，通过其资金融通功能，一方面为国家经济建设筹措大量可用资金，另一方面，通过资金运用手段，达到升值增值的目的，从而强化保险社会保障功能；第三，是应用起责无旁贷的社会管理功能，参与到社会安全管理、社会救助活动和社会公共事务的各个环节，为国家经济建设，为构建和谐社会，为全面建设小康服务。

我国是世界上受自然灾害影响最大的国家之一，除了火山爆发之外，几乎面临所有的自然灾害风险，灾害发生的频率相当高。就拿地震来说，2008年中国大陆地区有17次地震灾害。其中2008年5月12日14时28分四川汶川发生里氏8.0级地震造成近69227人死亡，17923人失踪，373643人受伤，此次地震造成直接经济损失8451亿元。我国自然灾害发生频繁，损失逐年加重，而现有的保障体系对灾区的经济补偿和人民生活的恢复只是低层次和小范围的。以2008年度为例，我国商业保险赔付在灾害直接损失的分摊比例仅仅为0.59%，远远低于国际上的平均水平36%。

随着我国经济社会的持续稳定发展，财政及居民收入的快速提高，为实施巨灾保险制度奠定了坚实的经济基础；市场化改革不断深化，居民的风险及风险防范意识逐渐提高，对保险也有了越来越客观的认识；保险业在巨灾风险管理方面多年的研究与探索，在技术经验方面有了良好的积累，加上国际上有比较好的经验和模式可供借鉴，我国巨灾保险制度最终将会建立并一步一步走向完善。在充分吸收国外自然灾害保险发展经验的基础上，结合我国当前社会经济发展实际，我们认为，我国应建立以商业化运作为基础，完善的法律法规体系为保障的强制性自然灾害保险制度。在这一过程中，以下三方面的工作刻不容缓：

1、加快自然灾害保险的立法工作，切实推进相关制度建设根据我国自然灾害保险的市场需求、自然灾害的分布和发生情况以及自然灾害保险发展的历史经验，同时考虑宏观的经济实力和各地区的经济发展状况，加快自然灾害保险的立法步伐，建立有中国特色的自然灾害保险法律制度。

2、应建立巨灾保险的再保险体系，利用再保险扩大巨灾保险计划的承保能力。再保险的基本功能是保险公司出于控制损失、稳定业务经营、扩大承保能力、增加业务量、有利于改善经营的需要而形成的一种保险机制。

3、开展国际交流合作，增强保险技术支撑，合理地制定自然灾害保险的费率。一方面需要相关机构调查、搜集全国各地各种自然灾害的发生频率、密度、历年财产损失及分布情况，建立各种自然灾害的自然灾害数据库；另一方面需要开展国际交流合作，学习国外先进的产品开发技术和管理经验，引入专业的保险公司参与到我国自然灾害保险体系建设中来，如地震模型管理公司、农业保险公司等。

在2013年4月20日雅安芦山里氏7.0级地震发生后，我司第一时间组成抗震救灾小组深入灾区开展抗震救援活动。4月21日晚9点30分，太平人寿“芦山地震”首例身故理赔案结案，从接到报案到支付理赔款，用时仅两个小时。震后经过昼夜紧张排查，至4月28日，太平人寿已完成雅安26706位客户的排查工作，成功联系上12895名客户，截至5月1日，公司通过主动排查和客户报案方式，共获悉客户伤亡情况77起，其中涉及保险理赔9起。地震无情，太平有爱，相信通过所有员工的努力，四川分公司、雅安中心支公司一定能够战胜灾难，并彰显出作为太平保险人的圣神使命，为客户送去更多的祥和与安宁。

（三）重服务

保险属特殊服务行业，它较一般的商品其服务性更强。保险表面上买卖的是一纸合同，其实质交易的却是一种服务。保险人与被保险人之间的主要关系，就是服务与被服务的关系，服务贯穿于整个保险活动中，是保险的生命。服务质量的好坏、服务水平的高低决定着保险公司的兴衰存亡。要客户购买保险就必须让他信任保险公司，要他信任公司就必须让他先感受到公司全面贴心的专业服务。

目前，随着经济全球化和金融一体化的不断发展，保险业的产品、经营方式等都发生了很大变化，服务已逐步取代价格，成为市场竞争的重要砝码。当前，外资保险公司纷纷进入中国市场，他们拥有雄厚的资本实力，先进的管理经验，综合的保险服务和良好的商业信誉，而我国保险业的服务水平和质量还相对落后，以服务赢得竞争的意识淡薄。

优质的服务有利于增加客户对保险的了解和认识，缩短保险公司与客户的距离，增强客户的信任感，提高客户的忠诚度，树立保险公司的良好企业形象，提高公司的市场竞争力。同时，好的客户服务使保险公司更好地了解客户需求，满足客户需要，从而提高保险公司续保率、增加新保单，降低公司经营成本，为保险公司带来销售，创造利润。所以，优质的服务，是一种“双赢”策略，即顾客满意、企业获利：

1、增强产品创新能力。应定制新险种开发奖励办法，要求不断实时推出具有市场占有率、盈利率的新险种，占领新的服务领域和制高点。

2、稳固和发展重点客户。建立和完善以重点客户为核心的新型竞争机制，建立大企业、大项目联系走访制度，尽量满足客户的合理需求，提高保险公司的服务质量，将重点客户逐步转变为“忠实客户”“永久客户”。

3、打造高效、富有活力的营销机制，多渠道发展业务。合理布局营业网点，巩固发展兼职代理业务，通过银行、邮政等行业的代理扩展业务，降低销售成本。逐步拓展网络销售、电话销售和门店销售等。

4、加强服务创新，以服务创造市场。树立“一切从客户利益出发”的服务宗旨，站在客户的角度制定服务措施。将服务贯穿于售前、售中、售后的全过程，实现“零投诉”。以尽职尽责的服务建立起忠诚客户群，并通过其介绍争取更多的新客户。

4.20地震发生后，我公司第一时间启动应急预案，目前各项抗震救灾工作及保险服务正在有序、突击进行。

我公司下午公布五项地震理赔服务承诺：一是进行无保单理赔；二是放宽身份证明要求，对于被保险人或受益人的身份证明灭失或损毁的，可依据由乡或乡以上政府机关出具的相关证明进行给付，或根据实际情况灵活掌握；三是暂时取消理赔定点医院限制；四是主动勘查，尽早给付；五是当场通知客户理赔决定：自即日起我公司四川分公司遇有灾区理赔，可先行告知客户理赔决定，待灾情稳定后再支付赔款。

为做好对灾区的保险服务，我公司推出多项服务应急举措。95589全国统一服务热线第一时间为4.20灾区升级。电话中心排班安排重新调整，增加人力，保

证线路畅通。电话语音指导增加“地震报案快速通道”，与后台服务人员无缝链接，确保快速反应。另外，我公司还增加一门报案电话（028）86528517，以便更好为灾区服务。

理赔服务已为灾区进行应急升级。我公司总公司已调整理赔系统规则，将优先处理灾区理赔案件。我公司今天已在雅安市区摆设紧急理赔点，理赔人员全部到位，积极为太平客户提供及时的理赔需求和其他帮助。我公司总部也已安排今明两天理赔作业备班人员，由总部派驻相关人员赴四川支援。

我公司已在积极开展灾区客户排查工作。主要方式为通过电话回访客户，了解情况并表达慰问。我公司目前另已完成客户及保险代理人关怀短信发送（共发出客户短信 28704 条，代理人短信 651 条）对灾区客户及代理人进行慰问，并告知服务热线电话。

在地震发生7个小时后，我公司已完成第一例理赔结案。客户刘女士家住新都地区，地震发生时，在下楼避震过程中不慎摔倒，导致左下肢骨折。我公司接报案两个小时内，即根据条款责任，全额赔付了客户意外伤害医疗保险金。

（四）合规范

风险管理是整个保险公司经营管理的核心需求之一，面对整个金融市场，提升风险管控水平可以大大降低保险公司的经营风险，稳定保险公司的发展。合规经营机制滞后，违法违规现象的出现，一方面导致保险公司经营风险的增加，另一方面导致行业形象受损，甚至使公众丧失对保险行业的信心，这显然不利于公司的长远发展。

保险行业越发展，保险公司的合规管理应该越完善，经营机制也应该越规范。因此加强合规经营机制建设，有利于防范化解经营风险，树立行业的良好形象，促进公司的可持续健康发展。加强合规经营机制建设，还有利于准确理解和把握监管要求，落实监管政策，提供合规经营建议。同时，及时向监管机构进行咨询和反馈，为监管政策的改进提供相关的参考信息。

合规管理是落实科学发展观、有效防范化解风险，强化内部控制，维护企业品牌和声誉，提升竞争力及企业价值的必然要求和重要保障。有效推进合规管理，才能确保公司又好又快发展。但我们怎么做到依法合规经营呢？

1、将合规文化融入到企业文化中，成为企业文化建设过程中不可或缺的部分。

合规文化并非孤岛，是整个企业文化建设的重要组成部分。良好的合规文化对整个公司的企业文化建设能起到积极的促进作用。从公司的长远发展来看，保险公司必须从企业文化建设的高度强化合规文化培育。

2、从高层做起，普及人人合规的合规理念。

领导合规是构成公司合规文化的基因，是实现人人合规的首要前提。保险公司管理层应该充分承担合规责任，在全司积极倡导合规文化和合规理念，包括诚信、尽职等，同时率先垂范。合规并不仅仅是法律合规部门或合规员的职责，更是保险公司所有员工的责任。只有合规成为每一个公司员工的行为准则，成为各

级各岗位员工每日的自觉行动,渗透到工作流程的每个细节,才能保证有关法律、规则和标准及其精神得到遵循和贯彻落实。

3、形成合规成就价值的文化氛围。

在一些人观念中,合规只投入不产出,是公司经营活动可有可无部分,甚至有些人认为合规对公司业务发展有阻碍作用。因此,保险公司要利用各类媒介和舞台,大力宣传合规成就价值的观念,将之灌输到每位员工的内心,以期形成浓厚的合规文化氛围。

4、构建完备合规制度体系

健全制度有利于合规文化的内涵固化、形式统一和时效延伸。因此保险公司必须要制定一系列的制度来构建完备的合规体系。公司首先需要在董事会层面制定“合规政策”,规定公司合规的基本原则和核心价值,并要求全体董事共同遵守;在管理层部分,则制定了“合规管理办法”,以规范经营管理层的经营行为;在普通员工层面,公司制定岗位合规手册,每个员工人手一册,每个岗位都很清楚认知本岗位的合规规则;同时,公司还要出台“合规经营一票否决制度”,对核心经营者特别是机构负责人行为,在合规层面进行严格的把控;此外,公司还应出台“规章制度管理办法”、“合同管理办法”、“反洗钱管理办法”等,将容易出现违规现象的领域,通过严密的流程设计,保证合规经营。

我司早在2010年12月8日就已经印发了《中国太平保险集团合规经营红线制度》的通知,对合规经营红线的主要内容一一列明,并做了详细介绍。更在2013年4月对全司人员安排了“严守底线,合规经营”为主题的培训和考试。通过学习,大家都更了解合规的意义,并更知道合规对保险市场健康运行的起着前提作用。

五、重塑保险文化,促进行业稳步发展

中国保险道路还处于萌芽阶段,未来还有很长的路要走,除了继续努力巩固和完善上述核心问题外,保险行业文化建设是业是重中之重。我们知道,“大文化”主要包括人类社会的三个精神财富:知识、文化、智慧。文化是指人类后天习得,为特定社会群体所共有并认同的一切观念和行为。保险行业文化是指保险业发展过程中所形成的相对稳固并为保险行业共有和认同的观念、制度及行为,核心是贯穿于保险业发展过程中的,长期形成的较稳定的思维模式、行为准则、道德观念和价值取向的总和。“服务社会、造福人民、积极向上、艰苦奋斗、诚信规范、合规经营、和谐发展、合作共赢”的行业文化。这是保险业领军人站在全行业发展的高度上提出先进的保险行业文化概念,并详细阐述了行业文化的内涵,回答了应建设什么样的保险行业文化,以及怎样建设先进的保险行业文化的问题,对于中国特色保险业今后发展具有十分重要的意义。

我认为,要建设先进的保险行业文化,不仅要发挥监管机构的正确引导作用,关键是要看如何发挥保险机构的主体作用,要使各保险企业能够切实结合自身特点,将行业文化的实质真正融入到企业文化建设中。只有各保险企业的文化建设好了,自然而然会形成良好的行业文化氛围,并形成整个行业的文化合力,才能根本改善保险行业的社会形象,否则“建设先进的保险行业文化”也不过是一句空话。我们都承认,企业文化是企业 and 员工思维和行为的规范,是企业赖以生存和发展的根基,是企业经营理念、方略和价值观的集中体现;优秀的企业文化

是企业之魂，具有导向、激励和凝聚作用。从保险业的现状来看，保险企业文化建设却处于一种非常落后的状态，中国保险业相对而言形象欠佳、口碑不好，商业贿赂现象严重，各种形式主义、急功近利以及服务不到位等诚信缺失事件时有发生，这些严重影响了中国保险业的健康发展。究其原因有：一是从社会宏观环境来讲，由于受长期计划经济体制的影响，中国企业信用和个人信用意识不强，社会信用制度没有建立起来，缺少有力的失信惩罚措施，相关保险法律和监管制度还需不断完善；二是保险企业许多高级管理人员对企业文化建设的重要性认识不够，缺乏战略性眼光，企业文化建设只是简单做秀，形式主义泛滥。他们没能真正认识到企业文化对于经营与管理、打造核心竞争力的重要意义，只做一些表面文章，贴贴标语，喊喊口号，以至于把企业文化等同于员工的娱乐文化，完全没把企业文化建设融入到经营管理中；三是一些保险企业的文化建设缺乏系统性，没有长期规划和短期目标，“三天打鱼、两天晒网”，“说一套、做一套”，结果全体员工对企业文化的内涵掌握不准、理解不深，参与度不高，不能形成全员认同的企业价值观；四是各企业文化建设缺乏特色，大相径庭，相互抄袭、模仿，没有独创性。许多保险企业提出的公司远景使命、企业精神、经营理念和行为规范都大同小异，缺乏自身个性和创意，同质、重复情况普遍。

在保险行业文化建设中，企业文化建设是关键，保险企业应作为保险文化建设的“第一责任人”。所以，各保险企业要以全保会提出“建设先进保险行业文化”为重要契机，上下高度重视，站在企业发展战略的高度上，着眼未来，以行业文化的最新诠释及标准重新审视、检讨和改进自身企业文化建设，分门别类、对症下药，加强文化教育与宣导，从资金、人员两方面保证企业文化建设投入，建设高标准、高质量、高品位的企业文化，形成自己独特的企业文化理论和价值观。具体来讲，我认为针对目前较落后的保险企业文化现象，可以相应采取以下措施实施和加强企业文化建设。

第一、对失信事件时有发生，公众形象不佳的。一是要做好公关和广告宣传工作，建立应对突发事件的公共关系处理机制，努力缓解或化解不利因素，减少、弱化负面影响，加强对公司的正面报道，通过策划运作，制造新闻点，吸引媒体和公众注意，提高保险企业的知名度和在社会上的影响力。二要建立客户关系管理系统和客户投诉机制，提高客户的忠诚度，塑造良好的客户服务形象。以客户为中心，整合客户服务资源，建立对客户要求的快速反应机制，为客户提供贴心的服务，拉近客户与公司之间的距离，消除客户对公司的不信任，树立公司在客户心中的诚信形象。各分支机构应在总体目标理念的引导下，结合经营状况、人员构成和地区特点，创造性地开展企业文化建设。

第二、对文化建设认识肤浅，上下意识不强的。一是要通过各种讨论、研讨、宣导和舆论，自上而下统一公司员工对企业文化和价值观的认同。通过各种途径和方式让员工认知企业文化，知道公司的文化语言、符号、方式和过程，熟悉公司的理念和行为规范后，达到自觉认同企业文化结果，使文化成为全员自我的一部分。二是保险企业实施文化战略导入要坚持“以人为本”，营造良好的企业文化建设氛围。企业为员工着想，使员工树立主人翁意识，尊重和理解员工，重视员工的职业生涯设计和规划，最大限度地调动员工的积极性。三是重视企业文化教育和推导。可以采取以下方式加强企业文化教育和推导工作：（1）征集理念口号和形象标语，制定岗位座右铭，创作司歌，将企业文化的精神、理念和行为规范编制成宣传册、员工手册，发给全体员工学习；（2）根据不同部门或不同工作岗位，组织若干次文化讲座，使员工对企业文化形成透彻的理解；（3）通过文化总动员、

环境宣传、文化故事等形式在企业内塑造强烈的文化氛围；(4) 通过团队建设训练，进行文化教育和宣导；(5) 通过领导信箱、与领导面对面沟通；(6) 选择图书室、联谊会、司服、展览厅、表彰大会、演讲比赛、庆典活动、新产品展示会等载体进行企业文化建设；(7) 建设家园文化等。第三、对文化建设创新不足，缺乏个性创意的。(1) 形象创新。提升企业品牌，强化服务社会意识，参与社会公益活动，增强行业对全社会的影响力。通过加强战略创新、观念创新、产品创新、服务创新、管理创新、手段创新等，着力塑造保险企业的管理文化、信贷文化、产品文化、营销文化、服务文化、形象文化等企业文化体系，实施企业名牌战略。(2) 理念创新。坚持与时俱进，信守诚信规范、合规经营理念的同时，以凝炼的语言、生动的形象准确表达出有个性的经营理念，打造新形势下保险公司的理念特色。(3) 企业精神创新。企业精神是企业文化建设的关键，应把政治性、实践性、时代性和保险个性有机地结合起来，应培养五种精神：主人翁精神、团队精神、竞争精神、开创精神和艰苦创业精神，树立诚信、稳健、创新、效益的观念。第四、对文化建设不够系统，组织保障不力的。一是加强领导，由一把手主抓，将企业文化建设与年终考核管理以及干部的晋级、提升等有机联系起来，使企业文化建设真正落到实处；二是成立专门机构或协调组织，对企业文化建设作统一领导和协调，实施战略长远规划。包括：确定企业文化建设的中、长期规划和年度工作计划；研究解决企业文化建设中的重大问题；协调部门之间企业文化建设工作；对企业文化建设的某些重要活动作出总体部署等；三是建立荣誉室，树立典型和模范。建立荣誉室，集中展示历年授予荣誉称号的集体和个人图片，发挥先进典型的引领作用，将服务明星和业务能手奉为员工楷模。总之，要建设先进的保险行业文化，建设好积极向上、多姿多彩、百花齐放、百家争鸣的保险企业文化是关键。

用心服务感动客户，诚实守信赢得市场

(太平人寿四川分公司 陈韞伊)

一、诚实守信赢得市场

诚实守信是我们中华民族的传统美德，也是做人的基本要求和原则。诚实，既是人与人之间坦诚相待，不撒谎，不做假；守信，既是言而有信。而如今面对激烈的市场竞争，各领域、各行业都绞尽脑汁，想尽办法拉近与消费者之间的距离，赢得消费者的肯定与信任！

我，是一名保险基层从业者，随着这样激情澎湃的行业不断前行已有5年时间。在这说长不算长，说短也不短的5年时间里，我看着它飞速发展，不断变迁的，感受着它带给无数家庭的欢乐与幸福，心中不免让我感到骄傲和自豪！

回顾5年前,大多数老百姓都会觉得保险都是骗人的,钱只有存在银行或放在自己的口袋里才是最安全的。亦或者投资证券股票交易、期货交易、基金交易、黄金交易等这些回报率更高更快的投资渠道!而当金融海啸突然爆发时,存款利率不断下降时,人民币不断贬值时,人们都慌了神,不知所措。此时,人们才发现鸡蛋不能同时放在同一个篮子里,应该学会分散投资。越来越多的人也从对保险的误区中走了出来,重新对保险行业有了新的认识与认知。

由其是身在四川的我们,当“5.12地震”、“4.20地震”发生时,更体现出天地无情,人有情,保险带给我们的物质补偿与精神补偿。而今,更多人正在进一步了解保险,认识保险,明白了保险的含义及核心价值理念。作为保险从业者,我自己对保险的核心价值理念的四点认识是:一是守信用,是指保险经营的基本原则。保险是一种基于信用的契约行为,是对未来不确定性的承诺。保险是一种无形产品,它看不见,摸不着,故诚实守信是保险业的生存之本,是行业发展的生命线,也是保险业最基本的道德规范和行为准则,唯有这样保险才能长足发展。二是担当风险,即是保险的本质特性。保险行业是经营风险的一种特殊行业,需要通过科学专业的制度安排,为经济社会分担风险损失,提供风险保障,并参与社会管理,支持经济发展,充分发挥保险的“社会稳定器”和“经济助推器”功能作用。三是重服务,即是保险价值的实现途径。保险业规属于金融服务行业,保险是一种无形产品,服务是一种基本手段。保险业要积极服务经济社会发展和人民群众多层次的保险需求,加大产品和服务的创新力度,着力提升服务质量和水平,通过真诚、专业、优质、高效的保险服务,传递保险关爱,体现保险价值。四是合规范,即是保险市场健康运行的前提必要条件。保险机构和从业人员必须严格遵守相关法律法规、行业规则规范、职业道德准则,并在具体工作中规范行事。要在全行业大力倡导知法守法、合规经营的道德风尚,培育良好的市场秩序,保障保险业健康可持续发展。

而以上四点中,守信用在我心中列为保险行业核心价值理念之首。主要因诚实信用原则是市场经济实践活动的基本准则,其准则要求,当事人在市场活动中应讲信用,恪守诺言,诚实不欺,在追求自己利益的同时不损害他人和社会利益,并要求民事主体在民事活动中维持双方的利益以及当事人利益与社会利益的平衡。我国民事的相关法律也对诚实信用原则进行规定。《民法通则》第4条规定:民事活动应当遵循自愿、公平、等价有偿、诚实信用的原则。《合同法》对诚实信用原则则提到更高的高度,而且对合同签订前、中和后分别进行规定。

保险活动更强调诚实信用原则,并将其列为核心价值理念之首,是基于保险行业本身的特性。保险是一种基于信用的契约行为,是对未来不确定性的承诺。它不同于传媒公司可能因一个创意产品让消费者趋之若鹜,或像投资公司那样可能因一个投资机会把握,赚得盆满钵满。但保险行业不同,它的发展轨迹没有捷径可循,必须在严格监管环境下,稳健经营,诚信服务,逐步博取客户的信赖,方能壮大成长。所以说诚信是保险业的生存之本,是行业发展的生命线,也是保险业最基本的道德规范和行为准则。保险业必须以最高的诚信标准要求自己,信守承诺、讲求信誉,向客户提供诚信服务,才能树立良好的社会形象,才能赢得社会的信赖支持,才能不断发展壮大。

同时保险业也是金融服务业的一种,它的产品是无形产品,全靠服务这一基本手段。保险业要积极服务经济社会发展和人民群众多层次的保险需求,加大产品和服务的创新力度,着力提升服务质量和水平,通过真诚、文明、专业、精细、优质、高效的保险服务,方能传递保险对客户的关爱,体现保险的真正价值。

其次,保险业也是一种经营风险的特殊行业,要通过科学专业的制度安排,为经济社会分担风险损失,提供风险保障,参与社会管理,支持经济发展,充分发挥保险的“社会稳定器”和“经济助推器”功能作用。要坚持改革创新,加快转变发展方式,不断提升风险管理能力和核心竞争力,增强行业发展活力,夯实科学发展基础,更好地履行保险责任。而在这些市场运作的同时,保险公司必须在合规经营的前提条件下健康运行。保险机构和从业人员必须严格遵守国家法律法规、行业规则规范、职业道德准则,并在具体工作中时时、处处规范行事。要在全行业大力倡导知法守法、合规经营的道德风尚,培育良好的市场秩序,保障保险业健康可持续发展。

经历过多方考验,中国保险行业正在中国保险监督管理委员会的正确指导与监督下,越发的走向规范化、成熟化、国际化,加强保险文化建设,是保险业贯彻落实党的十八大精神推进社会主义文化强国建设的重要举措。培育和践行保险监管核心价值理念、保险行业核心价值理念是保险文化建设的关键环节,是转变发展方式、推动行业科学发展的内在要求,是加强行业文化建设、凝聚行业力量的有效途径,是加强改进保险监管、提高监管效能的重要手段,也是提升行业形象、增强行业软实力的迫切需要,对促进保险业持续健康发展具有十分重要的意义。

保监会主席项俊波通知曾强调:“培育和践行保险监管核心价值理念、保险行业核心价值理念,既是当前一项紧迫工作,也是一项长期的战略任务。全行业必须站在全局的高度,加强领导、统筹协调、突出重点、常抓不懈,扎实推进培育和践行核心价值理念的各项工作。一是要加强学习宣传,使保险监管核心价值理念和保险行业核心价值理念成为全行业共同遵循的价值取向。要通过多种方式广泛开展核心价值理念宣导活动,把核心价值理念的教育纳入各级党委中心组学习计划,作为干部员工入职培训、高管培训、在岗培训等的必修课程,教育引导广大监管干部和从业人员准确理解和领会核心价值理念的内涵与要求;要大力开展保险进社区、进机关、进农村、进学校、进企业,普及保险知识,宣传核心价值理念;要强化整体形象建设,扎实做好文化形象导入工作,使核心价值理念真正成为机关文化、企业文化的核心内容。二是要健全制度机制,使保险监管核心价值理念和保险行业核心价值理念成为全行业一以贯之的行为准则。各单位要建立完善文化建设的领导机构和工作机制,领导班子和领导干部要带头学习、带头宣讲、带头践行;要把核心价值理念的要求贯彻到发展战略、制度机制、行为准则和评价标准当中,全面梳理和完善规章制度、服务标准、从业规范和绩效考核体系等,并强化制度执行,使其真正成为广大干部职工共同遵守的行为规范和工作准则;要建立完善宣导、运行、督查、考核评价等长效机制,逐步将文化建设制度化、规范化和常态化。三是要勇于探索实践,使保险监管核心价值理念和保险行业核心价值理念成为全行业创新发展的内生动力。要通过培育和践行核心价值理念,强化监管为民、保险为民的宗旨意识,加大保险消费者利益的保护力度;要引导广大干部职工深入贯彻落实科学发展观,进一步解放思想、转变观念,增

强加快转变发展方式、深化结构调整的自觉性和主动性,推动行业发展质量和效益的不断提升;要切实提高宏观意识和战略思维,将保险业发展融入到加强民生建设、促进经济发展和社会和谐稳定的大局中,积极推动保险业在关系全局的现代金融、社会保障、农业保障、防灾减灾、社会管理等“五大体系”建设中发挥更大的作用,切实让保险业发展成果惠及更广大人民群众。四是要注重基础建设,使保险监管核心价值理念和保险行业核心价值理念成为全行业追求进步的力量源泉。要大力加强保险人才队伍建设,把核心价值理念融入到理想信念教育中,着力提高广大干部职工的思想境界、道德修养和能力素质,打造出一支适应现代保险业要求的高素质保险人才队伍;要大力加强诚信和法制建设,弘扬法治精神,建立健全诚信体系,真正使最大诚信成为保险业的价值基础,促进广大从业人员养成良好职业习惯,向社会展示出行业的文明风范;要大力加强社会主义精神文明建设,广泛开展学雷锋、文明单位创建、先进典型选树、讲文明、树新风、志愿服务、行风建设等活动,显著提升行业服务质量和水平,努力建设先进、发达、健康、文明的保险业”。

二、用心服务感动客户

现代社会是一个信息时代、技术时代,更是一个服务时代。在商品质量日趋同化的今天,服务这一概念从幕后走到台前,成为商业大戏中的主角,整个社会已经从大生产时代过渡到了大服务时代。

现代的服务行业已不是单纯意义上的服务业了,而是一个囊括了社会上90%的行业的整体,几乎所有的企业都存在服务因素。不光是银行、电信、房产、广告、家电制造等等,很多政府机关例如税务、民政等都包括在内的机构,都可以算是服务性行业。服务已经成为企事业单位的生命线。

服务是市场竞争的需要,是生存的需要,更是发展的需要。服务的核心思想是以客户为宗旨,不断为客户创造价值,并在这一过程中创造企业价值。服务的重要意义,在很大程度上比产品本身更加重要。将服务作为提升企业核心竞争力的工作来抓,用心去服务,与客户建立长期合作伙伴关系,才能达到持续进步的目的。同时服务是贯穿于企业文化的一条重要纽带,是企业文化的重要组成部分。“以客户为本”的观念要深入到每位员工的思想中,通过提供优质服务实现客户满意是每一位员工的责任。

作为一名基层的寿险员工,我深深的知道,服务就是企业的生命,我也深深的知道只有用心了才能做好服务。无论是工作在业务一线与客户直接接触的代理人伙伴,还是工作在后台支持部门的理赔调查人员,我们的每一言、每一行都关系到服务水平,关系到客户满意。这些岗位都是我们最直接的保险行业形象。那么,我们怎样才能做到真正“用心服务”呢?任何一个错误,都会给客户和各个环节的工作带来不必要的麻烦。只有时刻带着真诚感恩的心为客户服务,才能让客户放心!同时我们要设身处地地为客户着想,尽可能的去帮助客户,用自己的真心付出,证明着“保险”就是永远从心底里去关爱他人,帮助他人的工具。

随着金融业的不断发展,各家商业银行、保险公司的竞争也越来越激烈,银行的服务质量和水平日趋成熟,这给保险业造成了很大的压力,而我们保险

人永远不服输的那股劲，告诫我们服务就是保险公司的生命线。我们企业要的是市场，客户却要的是服务，而连接客户与企业的命脉就是诚信。诚信亦是服务的基本要求，只有用心服务，才能得到客户的信赖；只有用心服务，才能使客户在享受保险服务中体验到温馨；也只有用心服务，才能使服务行业在激烈的竞争中立于不败之地。

我们常说，顾客是上帝。但“上帝”也需要真真切切的感觉，而这感觉就来自我们所提供的实实在在的服务，我们对客户的一句亲切问候，一次周到的服务，远不及客户对我们的信任和支持。“用心服务感动客户”看似简单的八个字，其实包含了多少内容、多少艰辛、多少付出。所有保险从业者都是用自己的心血、汗水和智慧实践着这简单的八个字。秉承“以市场为导向，以客户为中心”的宗旨，使诚信融入我们保险服务的每一个环节。

为了提升服务质量，在工作中，我们严格要求自己，每天准时上班。在服务过程中我们坚持使用文明用语，实行微笑服务，积极、主动、热情的接待每一位客户，用自己的热忱，展示着“服务到绝望为止”就永远向客户报以浓郁的亲情。正是这种情感，使我们的精神凝为一体，使我们的境界不断升华；督促我们积极进取，不断开拓，为保险事业的发展而不懈努力。

回首过去峥嵘岁月，我们苦过、累过、笑过；我们经风雨，历坎坷，撒一路辛勤的汗水，留一路胜利的欢笑，载一路美好的希望；我们秉承“为客户提供优质的服务”的理念，以精益求精的态度不断推出新产品，以不断创新的精神拓展我们的事业，终于以良好的品质和卓越的服务，赢得了社会的广泛认可。但是，在实际工作中我们的确也存在着一些问题，部分客户对我们服务还是不够满意，对我们的保险产品还不够了解。我们必须自我反省，从各方面找问题，认真检讨工作中遇到的问题，勇于面对，敢担当，合规范！

大服务时代已经来临，在经营理念上完成从生产时代到服务时代的转变，才能在优胜劣汰的市场经济条件下持续走下去。在激烈的市场竞争中，谁的服务做得好，谁就能拥有顾客，服务赢天下。

这是我们的责任---浅谈践行保险行业核心价值理念

（太平人寿四川分公司 刘亚西）

中国保监会于3月21日正式发布了保险行业核心价值理念，即“守信用、担风险、重服务、合规范”。保监会主席项俊波指出，加强保险文化建设，是保险业贯彻落实党的十八大精神，推进社会主义文化强国建设的重要举措。培育和践行保险行业核心价值理念是保险文化建设的关键环节，是转变发展方式、推动

行业科学发展的内在要求,是加强行业文化建设、凝聚行业力量的有效途径,是提升行业形象、增强行业软实力的迫切需要,对促进保险业持续健康发展具有十分重要的意义。

核心价值观就保险行业而言来讲,就是必须拥有的终极信念,是保险在运用哲学中起主导作用的主要组成部分,它是解决保险在发展中如何处理内部矛盾的一些列准则,如保险对市场、对客户、对员工等看法和态度,它影响与表明企业如何生存的立场,是保险本质和特点的一套原则。

作为加入太平人寿四川分公司已经五年时间的一名普通内勤员工,我尝试通过太平人寿四川分公司(以下简称四川分公司)的实际工作举措方案来理解和诠释保险行业的核心价值理念。首先,先要明确这一核心价值理念的四大核心内容:

守信用,是保险经营的基本原则。保险是一种基于信用的契约行为,是对未来不确定性的承诺。诚信是保险业的生存之本,是行业发展的生命线,也是保险业最基本的道德规范和行为准则。保险业必须以最高的诚信标准要求自己,信守承诺、讲求信誉,向客户提供诚信服务,才能树立良好的社会形象,才能赢得社会的信赖支持,才能不断发展壮大。

担风险,是保险的本质属性。保险业是经营风险的特殊行业,要通过科学专业的制度安排,为经济社会分担风险损失,提供风险保障,参与社会管理,支持经济发展,充分发挥保险的“社会稳定器”和“经济助推器”功能作用。要坚持改革创新,加快转变发展方式,不断提升风险管理能力和核心竞争力,增强行业发展活力,夯实科学发展基础,更好地履行保险责任。

重服务,是保险价值的实现途径。保险业属于金融服务业,保险是无形产品,服务是基本手段。保险业要积极服务经济社会发展和人民群众多层次的保险需求,加大产品和服务的创新力度,着力提升服务质量和水平,通过真诚文明、专业精细、优质高效的保险服务,传达保险关爱,体现保险价值。

合规范,是保险市场健康运行的前提条件。保险机构和从业人员必须严格遵守国家法律法规、行业规则规范、职业道德准则,并在具体工作中时时、处处规范行事。要在全行业大力倡导知法守法、合规经营的道德风尚,培育良好的市场秩序,保障保险业健康可持续发展。

明确了四大核心内容,我们再来看四川分公司关于推动学习保险行业核心价值观的详细举措:

一、指导思想与工作目标

坚持一个中心,做到四个原则,找准五个切入点。将核心价值嵌入公司经营管理各项活动之中,融入全体员工行为规范中,以学习宣导带动主题活动,以主题实践促进文化提升,使文化成为保险核心竞争力。一个中心即:围绕公司战略发展这个中心,以提高公司核心竞争力为目标,将文化建设与业务有机地结合起来,坚持两手抓,以文化建设的成果促进业务绩效的提升;坚持四个原则即:①

坚持文化建设与业务发展相结合；②坚持文化传承与文化创新相结合；③坚持形式多样与群众喜闻乐见相结合；④坚持领导带头与全员参加相结合。五个切入点即：一是从形象视角入手，统一公司VI形象。按照公司新的核心价值理念重新设计我司VI系统和延展应用标准，统一公司标志、徽章、色彩等多种标识。二是从制度流程入手，检视现行制度。各单位应对照核心价值理念体系提倡和反对的内容，对有关制度进行全面梳理和完善，使核心价值观寓于操作流程、业务管理办法和规章制度之中。三是从业务发展入手，开展比、学、赶、帮劳动竞赛。各单位推广方案中要突出争先创优，结合本单位、本岗位实际开展比学习、比能力、找差距、赛服务、做贡献的劳动竞赛、鼓励大家争当技术能手、业务标兵。四是从工作效率入手，改进服务质量。从客服角度出发，开展形式多样的提升服务内涵和服务效能的主题活动，牢固树立为客户服务、为商业银行服务、总部为基层服务、后台为一线服务的理念，让服务赢得客户的理念深入人心。五是从凝聚人心入手，丰富文化生活。坚持以人开展文化建设，各单位应根据群众喜闻乐见的形式组织开展丰富多彩的文化生活，形成以活动凝聚人心，增强员工对公司的认同感和归属感。

二、工作目标

首先，核心价值观在员工中，要建立核心团队或者是本人发自内心的肺腑之言，是我们在经营过程中身先力行并坚守的理念。要有核心价值观“诚信”字眼，在工作中有体现出诚信的行为，要、树立创新、以人为本或追求卓越的工作信念。关键在于理念，牢记健康而富有创造力、竞争力、质量观，明确目标，责任感；以客户为本，尊重个人，发挥团队精神，有负责的公民感，认真诚实；盈利以为人类造福的工作中盈利；提高员工的整体文化素质和地位，成为行业先锋而非跟随者，创新和以客户为本；忠诚、负责、尊严、无私服从，荣誉感、认真诚实、个人精神；成就客户、创新为要，诚信负责；客户服务，员工满意，遵守纪律，质量至上；以为执着，所以专业。执着即是我们价值观也是我们保险公司的事业精神。只有以上工作目标，才能用三至五年的时间，通过公司全体员工艰苦努力，才能真正建立起符合公司发展战略、才真正能有时代特色，秉承四川分公司的特性，才能认真同行业文化，才能获得最大的社会效益。才能树立保险文化风采，才能营造公司核心竞争力，体现员工文化精神，才能使核心价值观的观念在事业中扎根结果。

三、工作任务与措施

依据指导思想和工作目标，四川分公司于2013年要做到，学习、落实、推广、见实效的措施。（一）要认真组织员工坚持学习核心价值观理念体系，真正弄懂价值观的内涵和实际意义，做核心价值观理念体系的内涵进入员工头脑，投入工作这行中，体现在保险公司的业绩上。（二）加大宣传力度，采取一切可行的宣传办法来对社会、对员工进行宣传。如办板报、写心得、谈体会，共同提高，牢固树立核心价值管理念；必要时建立海报形式的内容推广，落实价值观的纯专业交流。借用同行好的经验来宣传。（三）广泛开展比、学、帮活动，对落实好的员工采取谈体会、树典型，加大员工价值观的学习力度。（四）建立学习制度。在每周根据工作实际情况，坚持不动摇，不走过程的学习日制度。使学习日变成工作和思想进步不可缺少的主要环节。要结合学习核心价值观，解决有针对性的社会、客户和员工中存在实际问题，充分体现学有所获，问题有所解，思想有进

步，达到你学我赶得氛围。（五）要建立学习价值观的保障制度。齐倡导，要带头，各部门要配合、党组织和工会应大力支持，确保学习价值观在行业中发挥应有的作用。（六）落实文化主题活动。借助行业落实核心价值的东风，遇阻也要迎头赶，采取演讲、知识竞赛、快报等各种形式来发挥文化作用。打造文化专业知识品牌。（七）利用电视网络的学习工具。组织员工收听收看同行业的好人好事，同事也借鉴同行先进经验，直往向前。（八）坚持集中培训和分散学习的形式，促进各部门的学习的进程和效果。

通过上述的四川分公司的工作方案，我们可以看到，四川分公司做为保险行业中的基层骨干单位，对于践行保险行业核心价值理念，是有责任、有担当的。如果说，这些是暂时还停留在纸面上的方案，而且只能反映四川分公司的想法，那请随我一起来看看整个太平人寿在过去的一年里的一个重要亮点：

一是在寿险行业整体处于增速低迷调整期情况下，太平人寿取得了良好的经营业绩。主要财务指标良好，连续7年保持盈利；总资产规模再创历史新高，达到1600亿；总保费同比增长15%，明显跑赢大市，位居行业前列；个险、银保继续率指标继续保持“四九”水平，名列行业前二位，续期保费突破200亿元。

二是成功开展了“效率年服务季”活动，“贴近基层、贴近客户、贴近市场”的“三贴近”更加深入，总部能力建设迈上新台阶。

三是成功进行了薪酬体制改革，建立了以岗位价值为核心的薪酬体系，首次较大幅度提高了全员薪酬水平，拓宽了全员的职业发展通道，在全行业景气度下降的情况下极大鼓舞了全体员工的士气，对吸引和留住优秀人才起到了非常重要的作用。

四是在保险行业营销人力持续萎缩的情况下，太平人寿营销人力突破并站稳5.5万人平台，人员留存率提升，营销组织发展壮大，员工的主人翁意识、凝聚力明显增强。

五是太平人寿在国内首创了债权投资计划项目匹配的保险产品“太平盛世金享·南水一号”，取得良好的市场效果。为公司的产品创新积累了经验。

六是在中国太平集团的统一部署下，太平人寿深化与交行、建行、农行的各层次深度合作，渠道合作有新的突破。银保业务月度市场排名已由7月份的市场第八位跃升至11月份的市场第三位。

七是深入开展销售误导治理、落实问责管理与考核、推进稽核整改工作，积极应对非正常退保，风控和合规工作扎实推进。

八是文菊田同志作为保险业唯一一名基层营销员、光荣出席了党的十八大并很好地履行了代表职责，彰显了保险从业人员的尊严。这既是全国300万保险人荣誉、中国太平集团的荣誉，更是太平人寿的荣耀。

上述的亮点代表着太平人寿过去一年取得的成绩,充分说明整个公司是以践行“守信用、担风险、重服务、合规范”的保险行业核心价值理念作为工作指引的。我为我是太平人寿四川分公司的一名内勤员工而感到自豪。我希望通过深入学习这一核心价值理念,让自己在平凡的岗位上,工作的更具有价值。具体而言,我将践行以下几点:

一是契合寿险公司内勤的工作特性,积极主动的做好外勤队伍的后援保障。众所周知,保险的最大功用就是它的保障属性。而保险的保障属性一定是通过保险合同的严肃性和公正性得以保障其效力的。作为内勤员工,帮助外勤队伍更多、更顺利的与客户签订保险合同,为客户带去真实有效的保险保障,这无疑是我工作的最大意义和价值点所在。当然,这并不意味着要为了公司的业绩而放松对保险合同规范性的要求。我会在自己的岗位和职责范围内,尽最大可能保证对业务一线销售行为合规的提醒和监督。因为我深知,一份规范的保险合同才能带给客户真实的保障,对销售误导等不合规行为的纵容和忽视,必然会在未来带给客户和业务一线双重的风险。

二是要敢于在自己的岗位上勇担责任,以公司主人翁的意识要求自己,对有利于公司健康发展的事情,要主动思考,积极进取,对发现隐患的问题点及时着手排查,敢于直面风险和负面行为,让自己成为正能量的源泉之一。

三是要进一步强化自己的客户服务意识,坚决贯彻总公司提出的“一个客户、一个太平”的服务理念,对客户要细致入微的关怀,用全面的服务意识和真诚的服务态度去赢得客户的认同。同时,在日常工作中,要向服务意识出众的领导和同事加强学习,让服务意识成为自己的一种习惯,时刻保持上佳的服务状态,在关键时刻达到客户的服务需求。我相信,如果我们每一位保险行业的从业人员都能主动去强化自己的服务意识,那我们也为自己所身处的这一行业赢得了美好的明天。

核心价值观是一个公司各项工作的行动指南。一个公司拥有核心价值观,表明这家公司的经营理念成熟,经营思路明确。中国太平保险集团在创立80周年的时候,提出“诚信、专业、价值”的核心价值观,太平人寿作为其下属企业,对此做了深入的传承。我认为,这一核心价值观恰恰与此次践行保险行业核心价值理念有异曲同工之妙。

“诚信、专业、价值”是三个不同层面的导向,诚信是企业的道德基础,专业是企业的过程追求,价值是企业的结果导向。诚信,主要是集团在道德层面倡导的价值取向,指导员工如何正确做人做事;专业,主要是集团在能力层面倡导的价值取向,指导员工如何追求进步发展;价值,是集团在结果层面倡导的价值取向,指导员工如何创造绩效贡献。这三条价值观相互支撑、互为补充,是共同构成集团企业文化大厦的基石。

“诚信、专业、价值”是中国太平保险集团几十年来经营经验的总结和提炼,是解决中国太平保险集团发展存在的深层次问题,成功实现集团综合改革目标,向“国内领先、国际一流”的跨国综合金融保险集团迈进的重要措施之一。具体

来说，就是通过加强集团内部各公司之间的资源共享和业务合作，加大信息、客户资源、管理经验、服务经验等方面的共享合作，努力实现集团内部价值的最大化。

中国太平保险集团在积极倡导“诚信、专业、价值”的核心价值观的过程中，在全系统进行了核心价值观的大讨论，以此统一员工思想，以思想转型推动员工的行为转型，充分发挥集团化经营的优势，提高集团的凝聚力、执行力、竞争力和战斗力。为此，中国太平保险集团在全系统大力提倡正直坦诚守信，努力营造说真话办实事重合规的组织氛围，培育诚信文化。大力培养积极开放的心态，高度重视经验共享，努力创建学习型组织，培育专业文化。坚持价值导向，注重品质和服务，追求合作共赢，增强价值创造能力，实现价值持续增长的核心价值观，有助于培育公司的发展理念、管理水平，进而引领公司未来的发展方向，努力把集团建设成为国内领先、国际一流的跨国综合金融保险集团，锻造强大的“中国太平”百年品牌。

2、太平财产保险有限公司“诚信、专业、价值”核心价值观的实践。作为中国太平保险集团旗下的太平财险保险公司，在2009年4月启动销售体制改革以来，按照集团公司的统一部署和要求，结合中国太平保险集团公司“诚信、专业、价值”核心价值观的要求和公司实际，提出了“效益、合规、专业、执行”的工作方针并进行积极落实。

首先，集团的核心价值观是公司一切经营活动必须遵守的最高准则。太平财产保险将“诚信、专业、价值”的核心价值观贯穿于公司经营活动的全过程。其次，集团的核心价值观是制定工作方针的依据。公司“效益、合规、专业、执行”的工作方针和集团的核心价值观目标和内涵是一致的，“八字方针”是集团核心价值观在太平财险的具体落实，效益是落实价值理念的落脚点，合规是公司在经营层面落实诚信理念的着力点，执行则是落实集团核心价值观和公司“八字方针”的基本要求。第三、对太平财产保险来说，落实集团的核心价值观，就是统一思想，不断深化认识，坚定不移地落实公司的“八字方针”。在“效益、合规、专业、执行”指导方针的具体指引下，继续深化集团基本经营理念和核心价值观的宣导，推进不同条线专业化运作体系的建立。建立了以“新两率”为核心的绩效考核体系和“渠道、产品、机构”的“三维”管理模式。在这个模式之中，“新两率”即边际贡献率、边际贡献覆盖率，是具体落实“效益”理念的要求，践行集团“价值”核心价值观的措施；在合规方面，公司在强化对各项内控制度执行的基础上，制定了《合规问责“红黄蓝”处罚制度》，强化合规问责，引导各分支机构主动合规经营、诚信守法。在专业化建设方面，确立了专业化管理模式的三个核心，一是以渠道为利润中心，渠道线、运营线、后援线全面实施垂直管理；二是推行决策单元管理模式，财务、企划、渠道、运营、后援，全员参与预算；三是以月度经营分析会议为载体，持续推进三维的管理模式。

通过销售体制改革，太平财险专业化的管理模式初步建立，团队建设与人员发展稳定，具有凝聚力的文化正在形成，应该说，这也是中国太平保险集团核心价值观在太平财险贯彻落实的结果。太平财险将进一步探索符合自身的盈利模式 and 发展的道路，将集团核心价值观运用在实际工作的行动和流程中，以诚信立司，

以专业强司。集团核心价值观的确立为公司如何创造价值、健康稳定发展指明了方向。

中国保险业的发展已经迎来了科学发展、专业经营的时期，监管、市场、客户需求的变化都对保险公司专业化经营提出了更高的要求。因此，积极落实中国太平保险集团核心价值观，培养专业化运作能力、整体盈利能力、可持续发展能力；建立以客户为中心的综合运营模式和可持续盈利模式，都将会推进公司进一步实践科学发展观，努力追求价值持续增长，从而打造和实现中国太平保险集团国内领先、国际一流的跨国综合金融保险集团的目标。

保险业的发展是时代的契机，此次深入学习践行保险行业核心价值理念则是我们每一位保险行业从业人员参与保险业快速健康发展的最佳时机。我们要切实把这一理念融入贯通到我们的日常工作中去，做好本职工作，承担我们的历史责任——与中国保险业一起腾飞！

守信用、担风险、重服务、合规范

（太平人寿四川分公司 潘巧玲）



随着社会的进步，经济的发展，人们对保险的认识也越来越认同，为进一步推动保险行业文化建设，适应经营环境和实现新时期的发展战略，中国保险学会开展践行保险行业核心价值理念“守信用、担风险、重服务、合规范”，全国各地的保险公司都进行了积极的响应。太平人寿四川分公司也积极开展了学习保险行业核心价值理念的活动，并在学习中认识和体会核心价值理念的更深层次的意义。

首先，守信用，是保险经营的基本原则。保险以最大诚信原则为其经营的基本原则之一，而保险产品实质上是一种以信用为基础的承诺，对保险双方当事人而言，信用至关重要。保险合同履行的过程实际上就为社会信用体系的建立和管理提供了大量重要的信息来源，实现社会信息资源的共享。保险是一种基于信用的契约行为，是对未来不确定性的承诺。诚信是保险业的生存之本，是行业发展的生命线，也是保险业最基本的道德规范和行为准则。保险业必须以最高的诚信标准要求自己，信守承诺、讲求信誉，向客户提供诚信服务，才能树立良好的社会形象，才能赢得社会的信赖支持，才能不断发展壮大。

太平人寿保险公司复业十年来，秉承以“用心经营 诚信服务”的经营理念，以“为生活增添祥和与安宁”为公司使命，在经营理念、增长模式、经营方式和

业务领域等方面,勇于创新,追求卓越,公司的品牌形象和企业声誉已经获得客户、员工和社会的高度认同。首先就要做到守信用这个基本原则,具体来说,守信用,是一个道德范畴的概念,主要是集团在道德层面倡导的价值取向,指导员工如何正确做人做事。从集团最高层领导到最基层员工,所有人都必须严格要求自己,对同事诚信,对客户诚信,对工作诚信,共同培育公的诚信文化:一是为人正直,处事公正;二要真诚待人,信守诺言;三要面对现实,正视问题;四要敢说真话,勇担责任;五要严格守法,合规经营。建立诚信的企业文化是增强团队凝聚力的基础,所以太平人寿的每一位员工都要做到:讲诚信、不误导;讲品质,不做假;讲专业,不跟风;

其次,担风险,是保险的本质属性。保险业是经营风险的特殊行业,要通过科学专业的制度安排,为经济社会分担风险损失,提供风险保障,参与社会管理,支持经济发展,充分发挥保险的“社会稳定器”和“经济助推器”功能作用。要坚持改革创新,加快转变发展方式,不断提升风险管理能力和核心竞争力,增强行业发展活力,夯实科学发展基础,更好地履行保险责任。

面对随时可至的意外,我们该怎么未雨绸缪,保障自己和家人今后的生活不致受到严重影响,而这时保险则是分担你人生的风险。如果说保险的最大功能是保障,那么意外险就是保障我们无忧无虑生活的第一道防线。在前不久的4.20四川雅安芦山7.0级大地震中,太平人寿四川分公司第一时间启动紧急预案机制,在当地设立了理赔绿色通道及业务办理点,并针对我们的客户提供了五大理赔承诺及六项惠民措施,各项抗震救灾工作迅速开展。分公司总经理及相关人员第一时间奔赴雅安灾区,实地勘察当地机构员工与客户的安全情况与灾后需求,确认雅安中支本部内外勤员工全部安全。灾情发生以后,中国太平保险集团董事长王滨、总经理宋曙光,太平人寿保险有限公司董事长彭伟、总经理张可高度关注四川灾区情况,第一时间致电四川分公司,详细了解四川分公司雅安中支的受灾情况,并慰问员工安全情况。集团、总公司领导特别就下一阶段救灾工作做出了明确指示。为做好对灾区的保险服务,分公司立即开展灾区客户的排查工作,通过“电话回访+灾区实地查访”双线并行的形式,了解受灾情况和表示慰问并在地震发生7个小时后完成第一例理赔结案,在接到客户报案后,两小时内根据条款责任,全额赔付客户意外伤害医疗保险金。

在集团、总公司大力支持下,四川分公司已通过共享中心调出雅安地区所有客户名单,并由雅安中心支公司所有内勤员工对客户进行逐一电话排查,截至4月28日,排查组共电话排查雅安安全域26594人、邛崃天台34人、高何78人、宜宾长宁40人,三地个、银险客户共计26746位。累计成功联系12933位客户,其中雅安12833人、邛崃62人、宜宾38人,电话联系成功率48.63%。最终通过电话排查,共计97位雅安地区客户(含非被保险人)反映有不同程度伤亡情况,为后续理赔工作的开展奠定了坚实的基础。

然后,重服务,是保险价值的实现途径。保险业属于金融服务业,保险是无形产品,服务是基本手段。保险业要积极服务经济社会发展和人民群众多层次的保险需求,加大产品和服务的创新力度,着力提升服务质量和水平,通过真诚文明、专业精细、优质高效的保险服务,传达保险关爱,体现保险价值。

企业经营的基本价值是最大限度地获取客户，建立忠诚客户群，保险公司属于金融服务业，经营保险公司就是经营客户，失去客户特别是忠诚客户群将会失去公司的市场价值。人与人之间本质上是相互服务的关系，一个人在企业中的价值，就是找到客户，并让客户满意，甚至感动；以比客户要求更高的标准来严格要求自己，实现常人所不可达成的目标才是真正有价值。总分公司之间、部门间应该在完善分工授权体系的基础上加强协作，认清自身存在的价值，找准自身服务的客户，员工之间形成相互包容、相互服务的和谐关系。做企业就是做服务，服务文化是金融企业文化的灵魂，服务能力是支持中国太平实现三年再造目标的重要软实力。围绕服务战略，打造并完善服务体系的过程，就是企业构建自身服务文化的过程。要深刻理解服务文化内涵，以服务文化指导服务体系建设；积极推进服务体系建设，以服务实践丰富服务文化内涵，达到理念与执行之间的相互促进。

在这方面来讲，太平人寿成功开展了“效率年服务季”的活动，“贴近基层，贴近客户，贴近市场”的“三贴近”更加深入。2013年的具体工作就是以客户为中心，加强服务管理，探索实践“一体化”服务方式。目前国内大部分全国性的保险公司一般都有全国通保通赔服务。以太平人寿“全国通”运营服务平台为例。通过“全国通”的跨地域业务受理服务，保户可以像银行的“通存通兑”一样，在全国可以“通保通赔”，即保单购买缴费地、出险地、理赔保全业务受理地没有地域限制，保户可以在任何一处享受同样高效的标准化服务，时效、流程与品质高度一致，且不用支付任何手续费。从集中契约出单，差异化核保、核赔、保全自动化规则校验到咨诉受理，太平人寿同质化的运营流程确保来自全国各地的客户获得一致的优质服务体验。运营管理部制定了部门全员轮岗值班制度，以确保不遗漏机构任何一个服务需求，承诺最大程度保障机构各项工作的开展。客户服务部制定了高端客户体验及“名家之约”等系列服务活动方案，承诺提升客户“体验度、满意度、忠诚度”。客户服务部的工作人员，利用休息时间加班加点、分步开发，全面保障了所有产品准时上市，在去年的9月份还启动了全国2012年客户服务节及VIP增值服务项目，举办历史两个月的：“2012年客户服务节”及“建百所太平爱心书屋”公益活动，搭建与客户的互动平台；扣紧新险上市，在四川、山东两地分别推出了“经济类”、“健康类”——“名家之约系列高端客户系列讲座”。自活动开展以来，全体员工以“高标准、高素质、高要求”时刻提醒自己，坚持以高效的服务效率、热情的服务态度、专业的服务水平，展现出“有激情、在状态”的高素质形象，用实际行动践行了“服务一线”的承诺，为公司服务做出了贡献。

最后，合规范，是保险市场健康运行的前提条件。保险机构和从业人员必须严格遵守国家法律法规、行业规则规范、职业道德准则，并在具体工作中时时、处处规范行事。要在全行业大力倡导知法守法、合规经营的道德风尚，培育良好的市场秩序，保障保险业健康可持续发展。

作为经营风险的保险企业，只有将严守底线的全面风险管理充分融入企业战略与业务流程中，建立并不断完善覆盖全业务、全流程的风险管理体系，才能圆满实现预期目标，最终实现可持续发展。一是要科学处理发展、创新与防范风险

的关系,强化全面风险管控,确保健康持续发展。我们要科学处理好发展、创新与防范风险的关系。行业发展实践证明,创新是加快发展的重要途径,必须要在加强风险防范的前提下创新。风险管理的本质就是“安而不忘危,治而不忘乱”。进一步强化全流程的风险管控,对保证太平人寿保持整体持续健康发展十分重要。只有将全面风险管理充分融入公司战略与业务流程中,加强对未来中长期所面临的风险的全局性、趋势性研判,准确定位风险管理的方向和重点,认真梳理经营管理活动中的薄弱环节和潜在风险点,及时消除隐患,抓住重点,健全各项规章制度。发展与风险控制不可偏废,两手都要抓,两手都要硬;要充分认识“看不到的风险是最大的风险”,管理防范风险的最好办法是变革,是创新、是发展。二是大力倡导“合规优先、主动合规、全员合规”的合规理念,建立以诚信合规为基础的责任文化。保监会年初提出了“抓服务、严监管、防风险、促发展”的监管方针,将防范系统性和区域性风险作为监管重点。保监会《人身保险公司销售误导责任追究指导意见》也将于2013年1月1日正式实施,明确表明要对与销售误导相关的公司管理人员进行逐级追责。我们要将依法合规经营作为我们事业赖以生存、赖以延续的基础,作为公司经营的生命线,要将合规经营全面贯彻到公司的各项经营管理活动中,严格按照法律法规、监管规定以及公司内部规章制度,强化问责与考核,以提升管理人员合规责任意识,完善公司奖惩机制,对司法案件、监管行政处罚、稽核发现重大违规事项实施问责,实施“一票否决”绝不手软。三是加强合规体系建设。2013年,我们要在全系统加强合规制度、合规管理架构、合规队伍等建设,强化检查力度与频率,制定一系列应急预案,逐步建立起完整的合规体系。

近年来,金融保险企业所处的风险环境越来越复杂,各种风险之间的关联程度不断提高,与此同时,同业的相关投诉及风险案件频频发生。在此方面来说,我公司深入开展销售误导治理、落实问责管理与考核、推进稽核整改工作,积极应对非正常退保,风控和合规工作扎实推进。运营服务部作为公司风险管控的要害部门,为避免产生群诉,全省运营人员全体进入战备状态,除做好服务、训练能力外,积极学习相关监管文件,深入前线进行现场应对,并做好后期的训练及应急预案的准备。防微杜渐,力保公司的平稳经营。2013年3月,分公司运营服务部联合财务部、办公室成立专项工作组,先后到眉山、绵阳了解同业群诉事件,进行现场指导,全力配合机构处理突发事件,有效处理群退案件。群诉风暴已经过去,但合规经营仍在继续,这就要求我们作好相关应急事件的准备措施,同时,提高专业的知识、技能;培养专业眼界、素养;建立良好的工作习惯、高度的敏感度,坚持依法合规,强化风险管理,牢牢守住防范风险的底线。蝴蝶在热带轻轻扇动一下翅膀,遥远的国家就可能造成一场飓风,所以在当前群诉频发、危机重重的大环境下,我们绝不能成为引发风暴的那只蝴蝶!

项俊波主席在讲话中指出,加强保险文化建设,是保险业贯彻落实党的十八大精神推进社会主义文化强国建设的重要举措。培育和践行保险监管核心价值理念、保险行业核心价值理念是保险文化建设的关键环节,是转变发展方式、推动行业科学发展的内在要求,是加强行业文化建设、凝聚行业力量的有效途径,是加强改进保险监管、提高监管效能的重要手段,也是提升行业形象、增强行业软实力的迫切需要,对促进保险业持续健康发展具有十分重要的意义。

项俊波主席强调,培育和践行保险监管核心价值理念、保险行业核心价值理念,既是当前一项紧迫工作,也是一项长期的战略任务。全行业必须站在全局的高度,加强领导、统筹协调、突出重点、常抓不懈,扎实推进培育和践行核心价值理念的各项工。一是要加强学习宣传,使保险监管核心价值理念和保险行业核心价值理念成为全行业共同遵循的价值取向。要通过多种方式广泛开展核心价值理念宣导活动,把核心价值理念的教育纳入各级党委中心组学习计划,作为干部员工入职培训、高管培训、在岗培训等的必修课程,教育引导广大监管干部和从业人员准确理解和领会核心价值理念的内涵与要求;要大力开展保险“进社区、进机关、进农村、进学校、进企业”,普及保险知识,宣传核心价值理念;要强化整体形象建设,扎实做好文化形象导入工作,使核心价值理念真正成为机关文化、企业文化的核心内容。二是要健全制度机制,使保险监管核心价值理念和保险行业核心价值理念成为全行业一以贯之的行为准则。各单位要建立完善文化建设的领导机构和工作机制,领导班子和领导干部要带头学习、带头宣讲、带头践行;要把核心价值理念的要求贯彻到发展战略、制度机制、行为准则和评价标准当中,全面梳理和完善规章制度、服务标准、从业规范和绩效考核体系等,并强化制度执行,使其真正成为广大干部职工共同遵守的行为规范和工作准则;要建立完善宣导、运行、督查、考核评价等长效机制,逐步将文化建设制度化、规范化和常态化。三是要勇于探索实践,使保险监管核心价值理念和保险行业核心价值理念成为全行业创新发展的内生动力。要通过培育和践行核心价值理念,强化监管为民、保险为民的宗旨意识,加大保险消费者利益的保护力度;要引导广大干部职工深入贯彻落实科学发展观,进一步解放思想、转变观念,增强加快转变发展方式、深化结构调整的自觉性和主动性,推动行业发展质量和效益的不断提升;要切实提高宏观意识和战略思维,将保险业发展融入到加强民生建设、促进经济发展和社会和谐稳定的大局中,积极推动保险业在关系全局的现代金融、社会保障、农业保障、防灾减灾、社会管理等“五大体系”建设中发挥更大的作用,切实让保险业发展成果惠及更广大人民群众。四是要注重基础建设,使保险监管核心价值理念和保险行业核心价值理念成为全行业追求进步的力量源泉。要大力加强保险人才队伍建设,把核心价值理念融入到理想信念教育中,着力提高广大干部职工的思想境界、道德修养和能力素质,打造出一支适应现代保险业要求的高素质保险人才队伍;要大力加强诚信和法制建设,弘扬法治精神,建立健全诚信体系,真正使最大诚信成为保险业的价值基础,促进广大从业人员养成良好职业习惯,向社会展示出行业的文明风范;要大力加强社会主义精神文明建设,广泛开展学雷锋、文明单位创建、先进典型选树、“讲文明、树新风”、志愿服务、行风建设等活动,显著提升行业服务质量和水平,努力建设先进、发达、健康、文明的保险业。

我们迎来了行业发展的的大好时机,又获得了集团如此大力的支持,最关键的是全体太平将士们都已经燃烧起了炽热的激情,面对所有机遇都会稍纵即逝、所有困难都将扑面而来的高速裂变时代,胸怀着为人们送去祥和安宁、为世界送去和谐太平的所有太平人,我们必须牢牢把握住这一前所未有的天赐良机、迎难而上,寻求挑战,重塑信心,肩负起“三年再造”的历史重任,达成三年再造一个新太平的宏伟目标,实现心中理想,我们必将会成为太平人寿新十年发展历史的创造者!

读保险行业核心价值理念有感

(永安保险四川分公司 叶领梅)



2013年3月21日,中国保监会正式确定保险行业核心价值理念是“守信用、担风险、重服务、合规范”。确定了核心价值观也就是确定了行业群体判断是非的标准,行为应遵循的准则。保险行业核心价值理念是保险文化建设的关键环节,是转变发展方式、推动行业科学发展的内在要求,是加强行业文化建设、凝聚行业力量的有效途径,是加强改进保险监管、提高监管效能的重要手段,也是提升行业形象、增强行业软实力的迫切需要,对促进保险业持续健康发展具有十分重要的意义。

守信用,是保险经营的基本原则,是保险业的生存之本,是行业发展的生命线,也是保险业最基本的道德规范和行为准则。企业无信则难长久经营维持下去,保险是个特殊的服务行业,企业承担的保险责任远远高于其所收取的保费,我们并非通过有形的物质来满足消费者的消费需求,而是以保险承诺和一系列的附加服务来满足消费者对保险保障的需求,这一特定决定了保险营销比其他产品销售更需要诚信。一提到保险,在过去很多年绝大多数民众都是或多或少会有些抵触的情绪,但通过保险公司不断的把保险内容细致化、谨慎化,把保险责任明确化,诚信的告知保险内容,守信的落实所有赔偿责任,近些年这种情绪已有明显的缓和。保险业必须以最高的诚信标准要求自已,信守承诺、讲求信誉,向客户提供诚信服务,才能树立良好的社会形象,才能赢得社会的信赖支持,才能不断发展壮大。

担风险,是保险的本质属性。保险业是经营风险的特殊行业,“在稳步健全的经营管理方针下,从企业的人员产品等方面充分运用风险管理”,在工作中发挥标准化的功能,用标准对经营的各要素、各环节进行合理约束和协调,实现现代化管理,企业不创新即死亡,面对瞬息万变的市场环境,我们要及时运用新的理念,新的方法,新的管理方式来应对市场的挑战,同时要与时俱进,不能一味的抄袭和模仿,要在学习的同时坚持改革创新,加快转变发展方式,不断提升风险管理能力和核心竞争力,增强企业发展活力,更好的履行企业的责任,要通过科学专业的制度安排,为经济社会分担风险损失,提供风险保障,参与社会管理,支持经济发展,充分发挥保险的“社会稳定器”和“经济助推器”功能作用。要坚持改革创新,加快转变发展方式,不断提升风险管理能力和核心竞争力,增强行业发展活力,夯实科学发展基础,更好地履行保险责任。要切实维护保险消费者合法权益。确立保险消费者利益为根本的行业理念,以解决销售误导、理赔难问题为切入点,建立健全统一的涵盖销售、承保、回访和理赔各个环节的服务标准。继续推进保单通俗化、条款标准化,进一步强化产品销售环节的诚信合规要求,提高销售人员职业操守,严格执行保单售后回访制度。建立欺诈误导销售责任追究机制。确立保险活动争议中保险消费者合理期待保护原则。完善赔付标准和理赔流程,健全理赔信息自主查询机制,强化理赔信息公开披露,增加理赔服务的透明度。建立保险公司理赔服务满意度测评体系,完善纠纷调解机制。建立健全失信惩戒机制。构建由保险法律制度、市场监管、信用评价和标准化体系组成的保险诚信监督体系。加强从业人员诚信教育,建立健全失信惩戒机制,完善

保险从业人员诚信档案,严格落实行业禁入和“黑名单”制度。充分利用社会征信系统、评级机构等社会资源,研究建立保险企业信用评价体系,强化对保险机构失信行为的惩戒力度。构筑诚信为本的行业价值观。弘扬“我为人人,人人为我”、“扶危济困”的互助文化,倡导“服务大局、勇担责任、团结协作、为民分忧”的行业精神,充分发挥保险机构的主体作用,监管机构引导监督,行业组织协调推动,共同构筑以诚信为核心的行业价值观。保险机构要把诚信作为企业安身立命和长远发展之基,作为企业文化建设的重要内容,贯穿到企业经营管理的各个环节,加强以服务客户为核心的保险企业品牌建设。强化企业的社会责任意识,积极参与社会公益事业,扩大保险业的社会影响力。深入推进职业道德建设,加强对从业人员在法律、职业道德等方面的教育培训,强化职业操守。以维护保险消费者合法权益为根本,牢固树立诚信理念,完善服务标准,规范服务流程,提高服务质量。大力加强保险诚信文化建设,营造和谐发展环境,切实提升保险业社会形象。

重服务,是保险价值的实现途径。保险业属于金融服务业,保险是无形产品,服务是基本手段。随着市民保险意识的日益提高以及国内投资市场的低迷,保险业要积极服务经济社会发展和人民群众多层次的保险需求,从增值服务、理赔速度、服务态度等这些基础工作抓起,精心打造具有自身特色的服务品牌,为客户提供实用的服务。加大产品和服务的创新力度,着力提升服务质量和水平,通过真诚文明、专业精细、优质高效的保险服务,传达保险关爱,体现保险价值。保险市场竞争的加剧,保险公司为了适应市场的需要,应推出各具特色的服务措施实行差异化经营。服务在保险公司的竞争中扮演着重要角色,为客户提供优质服务,令保险更便捷更实惠,为更多消费者提供贴心服务。保险公司渐渐将重心倾斜向售后服务,由于保险产品具有专业性、无形性及长期性的特性,使得保险的服务属性远强于一般商品。深入挖掘市场资源潜力,不断扩大保险覆盖面,更加注重增强自主创新能力,更加注重培育新的业务增长点,更加注重提供诚信优质保险服务,在服务国家经济发展战略调整、改善民生和公共管理体系建设等方面实现新突破。从中国保监会和有关专业机构过往针对中国寿险客户满意度调查研究资料来看,客户对保险公司服务的关注主要聚集在理赔方面,因此客户服务就显得尤为重要。显著提升行业服务质量和水平,努力建设先进、发达、健康、文明的保险业。

合规范,是保险市场健康运行的前提条件。保险机构和从业人员必须严格遵守国家法律法规、行业规则规范、职业道德准则,并要体现在具体工作中。作为商业主体,保险公司在经营过程中会面临着各式各样的经营风险。合规经营是落实科学发展观、有效防范化解风险,强化内部控制,维护企业品牌和声誉,提升竞争力及企业的必然要求和重要保障。加强合规经营机制建设,有利于防范化解经营风险,树立行业的良好形象,促进公司的可持续健康发展,加强合规经营机制建设,还有利于准确理解和把握监管要求,落实监管政策,提供合规经营建议。同时,向监管机构进行咨询和反馈,为监管政策的改进提供相关的参考信息。要在全行业大力倡导知法守法、合规经营的道德风尚,培育良好的市场秩序,保障保险业健康可持续发展。保险行业越发展,保险公司的合规管理应该越完善,经营机制也应该越规范。但前些年,由于保险主体的增加,市场竞争渐入白热化,为了扩大市场份额,一些保险公司开始进行不正当竞争,不计成本不计后果地降低费率,放松理赔的管控,造成了保险行业盈利能力的整体下降。对此,我们必须要在不断提升自身经营能力的同时,加快构建公司内部合规经营机制,努力提

高内部合规经营与风险管控的水平,建立流程清晰、信息通畅、运转高效、反应灵敏的合规风险管理机制,确保公司可持续健康发展。具体方法一是要加强思想教育,牢固树立依法合规经营意识,积极适应保险公司建设发展的新形势,采取多种方法和形式发展教育活动,引导员工转变经营管理理念,树立依法合规经营意识,着力提高风险防范能力。观念的确立不是一蹴而就,风险防控也不是一劳永逸。目前我国正处在经济社会的转型期,保险公司所面临的社会经济环境更为复杂,经营中将面对更加多变的系列风险,在日益竞争激烈的同行业中,从业人员极易淡化风险意识,盲目寻求发展:在保险事业大发展的重要阶段,提高风险防范意识和能力具有更加特殊的意义。实现长治久安、安全稳健经营,加大各类检查监督力度是非常必要的,但从员工思想上解决防范风险才是问题的关键。因此,要加强《保险法》学习宣传,切实营造保险业科学发展的良好氛围。把学习《保险法》与教育培训结合起来,把《保险法》作为干部员工和营销员培训的重要内容,全员学习、重点培训、强化宣导,在系统上下进行法律法规知识的普及教育,不断增强广大员工和营销员的法制观念,形成人人知法、人人守法的良好局面,进一步规范公司业务、管理和服务,做到依法合规、诚信经营。二是要坚持“用心经营、诚信服务”,切实保护被保险人的利益。保护被保险人利益是《保险法》的一个重要指导思想。贯彻落实好这一指导思想最根本的就是要“用心经营、诚信服务”。三是要强化内部管理,切实规范经营行为。严格遵守《保险法》的各项规定,是每一个保险市场参与者最基本的义务。要按照新《保险法》的要求,全面加强公司的经营管理,及时修改与《保险法》不适应的规章制度,抓紧做好规章制度的“废、改、立”工作,确保规章制度的不断健全。进一步完善公司治理结构,在借鉴公司以往治理结构建设成功经验的基础上,进一步加强和改进公司的治理结构建设,以治理机构的完善带动经营管理水平的不断提高,要进一步强化风险管理,始终把风险管理放在重要位置,不断探索建立风险预警的新机制,提高风险防范能力,不断探索建立处理风险事故的新方法,提高抗风险能力。进一步规范市场行为,严格按照市场经济规律参与市场竞争,严禁以非理性行为为拓展业务,扰乱市场秩序。进一步加强对代理人的培训和管理,强化代理人诚信经营的意识,加强对代理人的约束,规范代理人的销售行为,树立代理人队伍的良好形象,促进保险业健康发展。总之,合规经营对净化理赔市场、树立保险形象、提高公司盈利能力建设都有重大意义。只有大力加强合规文化建设,使合规观念深入人心,保险公司才能在规范的工作和管理中健康发展。有效识别和防范合规风险,全面提升精细化管理水平,确保保险事业合规稳健运营,为保险事业的跨越式发展提供坚实保障。合规有利于发展,合规经营促进和谐,合规经营创造价值,特别是在利益诱惑面前要牢牢树立依法合规经营的思想,要在依法合规审慎经营的前提下追求利润最大化,只有牢固树立依法合规经营理念才能消除漏洞隐患,保证经营安全稳定,只有始终坚持依法合规经营,才能保证公司的明天更美好。

据了解,中国保险业的发展前景:1. 经营主体多元化 随着我国保险市场准入机制的不断完善,新市场主体相继产生。不仅不断有新的保险公司进入市场,而且在保险公司的专业化经营和组织形式创新方面取得了新的突破。同时还增设了一批保险公司的分支机构,促进了市场的竞争。从趋势看,各种类型的市场经营主体的数量还将进一步增加。2. 运行机制市场化 保险公司、保险中介机构、投保人等市场主体通过市场机制发生联系和作用。市场经营主体依法进行公平、公正、公开竞争;所有公司,不分组织形式、不分内资外资、不分规模大小,均有

平等竞争地位；产品、费率、资金、人才主要通过市场机制调节。所有这些充分体现了竞争主体平等、竞争规则公正、竞争过程透明、竞争结构有效，市场效率逐步提高。3. 经营方式集约化，保险公司经营观念转变，树立科学发展观。在经营过程中，以效益为中心，以科学管理为手段，加大对技术、教育和信息的投入，实现公司科学决策，走内涵式发展道路，为社会提供价格合理、质量优良的保险产品和服务。4. 政府监管法制化，政府监管拥有比较完善的法律法规体系有力的监管体系，形成相对稳定的监管模式，具备有效的监管手段，从而实现保险监管的制度化 and 透明化。政府对保险业的监督管理、引导扶持作用得到更充分的发挥。5. 行业发展国际化，随着越来越多的外资保险公司进入我国保险市场，外资公司在我国保险市场扮演着越来越重要的角色，在癸未范围内分散风险，使国际再保险市场对我国保险产品和定价的影响力加大。随着保险公司境外融资和保险、外汇资金的境外运用，国际金融市场对我国保险市场的影响越来越大。随着我国保险市场对外开放的进一步扩大，国内保险业将逐步融入国际保险市场，成为国际保险市场的重要组成部分。国际化程度的不断加深，要求中国保险业的经营管理要更加符合国际惯例。

同时，应当清醒看到，由于我国保险业起步晚、基础差，保险业还存在着一些亟待解决的矛盾和问题。主要是：覆盖面不宽，功能作用发挥不充分；粗放经营状况尚未根本改变；市场秩序不规范、销售误导和理赔难等问题依然突出；自主创新能力不强，高素质专业人才匮乏等。我们必须增强机遇意识和忧患意识，加快解决发展中的这些突出矛盾和问题，下大气力推进保险业加快发展方式转变，实现全面转型升级、科学发展。

通过学习，我深深的认识到核心价值理念不应该只停留在学习中，保险行业核心价值理念体系建设是一个艰巨且长久的工程，需要我们一代又一代的保险人用自己的辛勤汗水去实践和总结。让我们积极行动起来，从我做起，从现在做起，从点滴做起，万众一心，众志成城，就一定能够做好各项工作，好好的实现保险行业的核心价值理念。只要我们热心，只要我们努力，只要我们付出，健全的保险行业就在我们眼前。

（征文待续）

【学会动态】

参加“海峡两岸保险与风险管理夏令营活动”的 师生与四川省保险行业协会、学会召开座谈会

2013 年 7 月 5 日上午,《海峡两岸保险与风险管理夏令营活动》交流座谈会在四川省保险行业协会、学会(以下简称协会)召开,来自台湾淡江大学保险学系、东吴大学财务工程与精算数学系、高雄第一科技大学风险管理与保险系和大陆西南财经大学保险学院及其他高校的师生们、协会中层以上人员,共计 40 余人参加了座谈互动,协会张欣副秘书长主持会议并代表东道主作了情况介绍和发言。



协会、学会张欣副秘书长主持座谈会

作为东道主,会议主持人首先对参加夏令营活动的师生们,特别是来自台湾部分高校的师生们,不远千里来到美丽的天府之国四川成都,并到协会交流座谈、共同交流分享两岸保险风险管理的经验,表示最诚挚的欢迎!并就四川省保险业的整体情况和协会的基本情况做了专门介绍,还重点围绕“行业自律规范”、“治理车险理赔难”和“解决寿险销售误导”等几个问题做了交流发言。



台湾东吴大学郑宏文教授发言

受到张秘书长发言的引导启示，接下来大家纷纷踊跃发言，有的谈到了如何提高保险销售人员综合素质的看法，也有从怎样激发保险消费者购买欲望出发阐述了自己的观点，还有同学与大家分享了从接到大学录取通知书时对保险销售有排斥心理到毕业后将到销售一线打拼积累的心路历程。尤其是西南财大保险学院胡秋明副院长关于打造整个保险业的美誉度、向心力，提升保险从业从教人员的职业自信发言引起了与会者的强烈共鸣。以及来自台湾高雄第一科技大学的陈青浩教授交流分享的台湾保险销售人士普遍具有高学历、高素质，并从制度上对保险销售人员的入行高门槛设计和对消费者误导后果的严管重罚规则，也给与会者留下了深刻印象。大家畅所欲言，交流心得，碰撞思想，分享观点。因时间关系，不少与会者都感到意犹未尽。



西南财大保险学院胡秋明副院长发言



中南财经政法大学学生发言



台湾东吴大学学生发言



全体合影

有朋自远方来，不亦乐乎。最后，主持人表达到了四川人的热情与七月盛夏的高温正好成正比，愿美丽的天府之国和四川保险协会人的真挚热情能给参加夏令营的师生们留下美好而久远的回忆，愿我们的友谊地久天长！

（四川保险学会：李诚 摄影：张耿）



主办：四川省保险学会秘书处
主送：各单位会员、个人会员（电子公文、电邮、四川保险网站）
抄报：四川保监局、四川省金融学会、四川省社科联、中国保险学会
抄送：外省保险学会
主编：文雄
副主编：张欣、蔡剑
编辑：何崇伦、黄艳
校对：李诚、黄艳 联系电话：028-86531012
邮箱：iisc@sia1995.net ; hecl@sia1995.net