

## 持续加强警保合作机制建设

## 市保协召开反保险欺诈座谈会

本报讯 为提高我市涉保纠纷处理效率,强化各公司对保险欺诈行为的识别能力,防范化解保险欺诈风险,4月9日,市保险行业协会联合市公安局经侦大队召开反保险欺诈专题座谈会。市保险行业协会秘书长何强、市经侦大队党组成员张新杰等参加会议。

会上,各公司代表结合当前常见的、具有代表性的涉保纠纷和保险欺诈案件,就保险机构如何认定欺诈和诈骗、如何正确应对欺诈风险、保险欺诈的共性和个性问题等进行了交流,并对信息平台建设、数据库的完善、具体工作的对接、欺诈行为的手段以及典型案例的难

点进行了沟通。

人保财险平顶山市分公司负责人说,该公司从舆情监测到核查报案都有较为完整的工作流程,如果能完善实时报案和信息平台建设,让警方能提前介入,就能很好地把握案件处理的时效性和有效性;对及时发现有规律性的案件也有较大的帮助。同时,警保合作机制建立后,能够根据经济形势的变化,掌握保险诈骗的趋势,在诈骗初期予以制止和警告,不法分子在想要诈骗时也会更多地考虑犯罪成本,从而从源头上扼制诈骗案件的发生。

中国人寿平顶山分公司负责人说,如何把反欺诈工作和主体部门推进下去是有效

解决保险欺诈的重要环节,在常见的保险欺诈案件中,一类是标准欺诈,业务员与客户私下联合,编造事故,与诈骗具有同样的性质,只是手段有所不同;另一类是第三方代理退保,假借消费者权益保护的名义,恶意投诉、扰乱市场秩序;还有一类是银行卡诈骗,常见的有保单借款等手段,该类案件隐蔽性较强,目前的预防和处置措施效果不太明显,对接工作机制也未完善,需要建立专门的沟通平台,成立一个专项工作组,可以利用该协会的金融调解中心,借助警方的力量,制定完备的解决方案,从而做好预防和处置工作。

据张新杰介绍,2018年,市反保险欺诈中心挂牌

成立,在前期工作运行中发现了一些问题,但受市公安局系统体制改革的影响,沟通中存在一些障碍。希望能以此座谈会为契机,持续加强警保合作机制建设,不断优化工作流程。

何强表示,市反保险欺诈中心是推动警保合作和社会协同共治、提升便民服务的重要成果,是该协会贯彻落实“十个一工程”规划部署的具体实践。下一步,该协会将继续推进中心建设,逐步建立共享平台,不断强化数据支撑,确定导向、形成建议,落实好、维护好、实践好警保合作各项工作举措,打通为行业服务的“最后一公里”。(韩亚奇 张秀玲)

中信保诚人寿  
表彰一季度先进

本报讯 为推动公司业务健康稳健发展,积极营造争先创优的良好氛围,增强员工归属感和凝聚力,4月8日,中信保诚人寿平顶山中心支公司银保渠道召开一季度表彰会议。

会上,一季度获得奖励的团队和个人受到了表彰,并分享了工作心得。

该公司总经理张震霞勉励大家永葆初心、努力奋斗,时刻保持清晰的经营思路,坚定信心、抓住机遇,争做不悔青春的赢家。

参会人员纷纷表示,将以此次表彰会为契机,携手共进、再接再厉,以必胜的信心和勇气,全力以赴谱写该公司新的辉煌篇章。

(刘东杰)

大家保险总经理  
徐敬惠莅平调研

本报讯 4月9日,大家保险集团总经理徐敬惠莅临平顶山中心支公司调研指导。

大家保险平顶山中心支公司总经理谷贝贝详细汇报了该公司的基本情况、人员配置、2020年经营数据、指标达成情况、2021年度目标及下一步举措等内容。

徐敬惠对平顶山中心支公司取得的成绩给予充分肯定,并指出,要着重把控综合成本率,做好渠道的清分,将每个渠道的综合成本率单独分开来计算,运用“1+3”模式,通过电销、个代及农险三个战略渠道改善业务结构,优化综合成本率;不仅要“管得好”“做得好”,还要有创新,做出知名度;要强化合规经营基础,做好各个端口的风险管控,严格执行监管部门的合规工作要求。(应霄坤)

## 富德生命人寿平顶山中心支公司开展总经理接待日活动

本报讯 4月8日,富德生命人寿平顶山中心支公司开展总经理接待日活动,旨在拓宽保险消费者投诉渠道,完善保险消费者权益保护长效机制。

当天,该公司总经理彭真伟到柜面接待来访客户。一位客户咨询保单退保事宜,彭真伟热情接待并耐心询问退保事由(如图)。通过交谈得知,该客户持有的保单都已失效,也曾考虑过等经济宽裕了再办理复效,但因个人经济问题一直未办理,且无力负担后期保费,故



来咨询保单退保事宜。

得知情况后,彭真伟向该客户详细讲解了保险的意义和功用,让客户进一步认识到保险保障的重要性,并告知保单失效及退保对自身权益带来的影响,建议客户考虑复效。客户经过考虑,决定继续保留为孩子购买的保单。

该公司秉承“以人为本,以客为尊”的服务理念,持续为客户提供便捷、高效的保障服务,用真诚和守信服务每一位客户。

(张孟丹 文/图)

## 新重疾险短期销售承压 长期市场需求依然巨大

今年一季度,重疾险的销售前高后低。出现这一情况的原因,一部分来自重疾险新规切换。由于重疾险自2月份已经切换为新产品,3月份销售并不太乐观。不过,保险业界对此有冷静认识,这是受特殊事件影响的特殊情况,长期看重重疾险仍有巨大市场需求。与此同时,业界将二季度视作打开新重疾市场的关键时期。

## 一季度销售前高后低

回顾一季度的“开门红”时段,虽然目前官方数据尚未公布,业内人士透露的总体感受还是整体比较好,但整个一季度,重疾险销量呈现前高后低的态势。

从监管公布的前两个月数据看,人身险公司实现原保费收入万亿元大关的突破,达到1.08万亿元,同比增长13.9%,继续保持两位数以上较高增速。此前的1月份,人身险公司保费收入同比增长13.5%。

对于开年“整体市场比较

好”,多位业内人士分析,这与1月31日重疾险新规切换有关,该事件极大触发了市场的需求。而2月份的增速维持较高水平,与去年同期受到疫情冲击致基数较低有关。

进入3月份后,随着“开门红”步入尾声,叠加重疾险切换的影响,保险销售出现低量,重疾险销售面临压力。

招商证券非银一季报前瞻研报认为,市场对于保险板块二季度负债端的表现过度悲观。尽管3月以来保险销售遇冷,但可以理解为“开门红”自然脱力现象,皆为短期原因所致。展望二季度,销售环比将会显著改善,且预计销售队伍的以新换旧将持续助力销售改善,再考虑到下半年基数非常低,新单销售将有望实现U形反转。

对于重疾险接下来的二季度,保险公司给予了足够重视。比如,新华保险4月9日举行的2021年一季度业务工作会议提出,二季度是打开新

重疾市场的关键时期,打好二季度是实现年度目标的唯一路径。据悉,该公司一季度业务目标已全面达成。

## 重疾险有巨大市场需求

对于3月份重疾险销售面临的压力,保险业界有着理性的分析。比如,太保寿险拟任董事长潘艳红在中国太保2020年业绩发布会上表示,这是由重疾险新规切换的特殊事件所激发的一种特殊现象。从长期来看,整个社会客户端对重疾保障的需求,还有非常大的空间。

潘艳红认为,面对市场需求,最重要的是,保险公司要加快自身供给能力的全面升级,跟上客户重疾需求的步伐。

值得注意的是,近日银保监会向保险公司发函,就进一步丰富人身保险产品供给征求意见。本次意见稿提及多个领域丰富人身保险产品的方向,包括推进普惠保险快速发展、提高重大疾病保险保障水平、提高老年人与儿童保障水平、

加大特定人群保障力度等。

## 新重疾险有三大特点

的确,重疾险的变化是今年保险市场最主要的变化之一,也将为未来若干年重疾险产品的形态奠定基础。自2月1日起,重疾险产品全部为依据新的重疾定义和新的重疾发生率表而研发的新产品。

新重疾定义的主要变化包括,保障范围方面,扩展了法定保障病种,主要为重疾保障扩展至28种,新增3种轻症赔付比例不超过30%,同时规范了疾病定义;理赔标准方面,心脑血管疾病友好、恶性肿瘤则变严格,整体赔付标准更清晰。

“过去老定义的重疾产品,其实已经百花齐放、百家争鸣,但是新定义下的重疾,一个最大的特点是,同质性比较严重,基本上都是‘很全’的标配,责任多样化、产品复杂化。”中再寿险总经理田美攀3月底在中再集团2020年业绩发布会上介绍。这种复杂性有多重体

现,比如,过去产品上的中症是比较少的,而现在几乎所有的产品责任都包含轻症、中症、重症,“轻中重”成了标配。

田美攀还表示,新的重疾险第二个特点是功能多样化。现在的重疾险不仅仅保障重疾,有的加入了长期护理保障,有的加了一系列的服务;第三个特点是产品模块化。一些公司开发了极简产品,以附加险作为模块插入产品中,满足不同客户群的需要。

他表示,总体上重疾产品的价格出现个位数百分比的小幅上涨,但保障责任跟过去相比增加了不少,所以对于消费者来说,新的重疾险产品还是有一定吸引力的。

长江证券3月份发布的调研报告显示,新旧定义切换后,大公司和中小公司产品性价比差异缩小,特色化逐步显现,产品竞争力上升。展望后续的行业,产品创新是颇受重视的发展变量,将成为需求激发和竞争格局改善的重要推动力。(刘敬元)