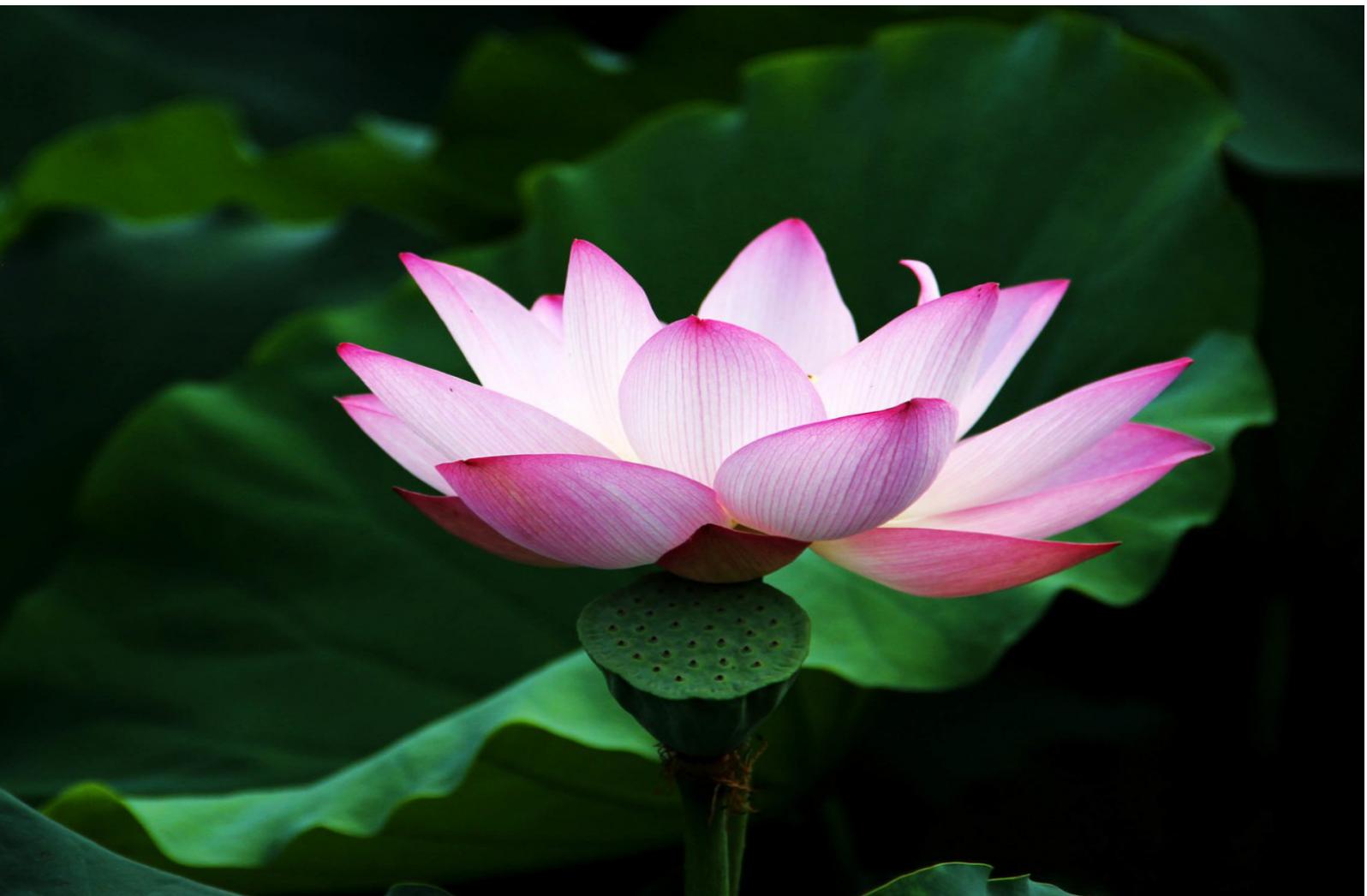


内部资料 免费交流

# 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 征文系列之四)



四川省保险学会 主办

# 目 录

<b>【保险行业核心价值理念专题征文】</b> .....	- 3 -
弘扬时代精神 践行核心价值.....	- 3 -
从沙砾到珍珠——浅谈如何践行保险行业核心价值观.....	- 7 -
践行保险核心价值观.....	- 12 -
践行保险行业核心价值理念之我见.....	- 16 -
紧紧围绕核心价值 追求百年基业梦想.....	- 17 -
践行核心价值理念 提升保险行业形象.....	- 21 -
教育培训机构参与保险行业培育和践行核心价值理念的实践探索.....	- 26 -
践行保险行业核心价值理念浅析.....	- 30 -
基于核心价值理念保险行业企业文化的建设.....	- 32 -
浅谈保险业企业文化建设.....	- 37 -
浅谈以服务为精髓的保险行业核心价值理念及其贯彻措施.....	- 41 -
提升服务质量，促进保险业健康发展.....	- 53 -
学保险行业核心价值理念有感.....	- 61 -
筑牢保险诚信之基 构建生命发展之魂.....	- 64 -
建设保险行业价值体系，践行保险核心价值理念.....	- 65 -
核心价值观·保险核心价值理念·共圆中国梦.....	- 69 -
核心价值观是行业生存之本 发展之源.....	- 75 -

# 【保险行业核心价值理念专题征文】

## 征文系列之四：



### 弘扬时代精神 践行核心价值

（太平人寿四川分公司 王美鉴）

**[引言]：**“守信用、担风险、重服务、合规范”作为保险行业的核心价值理念，是保险业生存之本，发展之道，是保险企业文化建设的核心内容。保险行业核心价值理念对于提升行业形象、增强行业软实力具有重要意义，而良好的品牌形象是企业健康发展的保障，是培育和践行保险行业核心价值理念的重要目标。核心价值理念，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。理念的真正生命力不仅在于对其进行学习、宣传和认知，更在于全体保险人的弘扬和践行。

#### 一、若有人今天一方，忠为衣兮信为裳

古有谚语：“一言既出，驷马难追”，以诚感人者，人亦诚而应。诚召天下客，誉从信中来。守信用，乃保险经营的基本原则。作为一种基于信用的契约行为，保险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。为了树立良好的社会形象，赢得社会的信赖支持，求得不断发展壮大，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。

以诚取信，以信取胜，一切有成效的工作都是以某种诚信为先决条件。一个企业要永续经营，首先要得到社会的承认、用户的承认，企业对用户真诚到永远，才会得到用户、社会对企业的回报，企业的永续发展才能得到有力保证。太平人寿邛崃支公司的理赔人员就很好地信守了对客户的承诺。

2011年3月22日，太平人寿邛崃支公司老客户简先生，因生活不顺且未能得到及时开导，用服毒自杀这种极端的方式结束了自己宝贵的生命。突来的噩耗，让原本其乐融融的家庭，陷入了极度悲痛中。随着简先生的去世，家庭主要经济来源也被迫中断，这对其家人来说无疑雪上加霜！值得欣慰的是，简先生从04年开始便购买了太平一世终身寿险5万。这一讯息，让处于悲痛与绝望的家人在黑暗中看到了一丝光明。运营人员接到报案后，立即赶赴客户家里及时向客户带去公司的慰问，并告知客户准备好办理理赔所需的几项资料，便可以申请理赔。在接到客户申请理赔的材料后，运营人员快捷受理和理赔核实，确认事故属于保险责任范围。当运营人员将结案通知书亲自送到简先生家人手中时，其家人表示没有想到会这么顺利获得理赔金，这笔理赔金对于这个已经



满目疮痍的家庭来讲真是雪中送炭啊!6月15日,简先生的妻子将一面印有“理赔快捷,服务热情”的鲜红锦旗送到了邛崃支公司以表感激,并称赞太平人寿“服务热情、明礼诚信”。

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。诚信要从我做起,从现在做起,树立高尚的职业操守。孟子曰:“诚者,天之道也;思诚者,人之道也。”诚信犹如一颗青涩的果,你咬一口,虽然很苦,却也回味无穷,倘若你将它丢弃,便会终身遗憾。诚信是做人之根本,立业之基;诚信是道路,所谓,“精诚所至,金石为开”;诚信是智慧,随着博学者们的求索积累;诚信是成功,随着奋进者的拼搏临近;诚信是财富的种子,只要诚信种下,就能找到打开金库的钥匙。

## 二、铁肩担道义,防患于未然

“天下兴亡,匹夫有责”,业精于勤,荒于嬉;行成于思,毁于随。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。

2013年4月20日8:02分,四川雅安芦山县发生里氏7.0级地震,一时间,地动山摇,山河呜咽,美丽四川再一次经历震痛与磨难。此时此刻,正在18楼家中为家人准备早餐的雅安中支银保分管总卫霞随着剧烈的颤动险些摔倒在地,惊魂未定的她叫醒熟睡的家人,一起朝着应急楼梯跑到底楼空地上,稍事镇定后,通过手机网络得知震中位于芦山县时,顾不得身处震中附近宝兴县的哥哥姐姐,卫霞总首先想到的是芦山的员工和客户,作为保险人,她明白在大灾大难面前最应该承担的责任是什么。她安顿好家人后,即刻着手准备赶往震中芦山县。在通讯不畅的情况下,当下只能依靠聊天软件微信和其他同事取得联系,于是她立即通过微信群号召员工驱车前往芦山,大家齐心协力,应急所需的水、食品、药品等物资很快筹集齐备。尽管余震不断,交通堵塞,信息不畅,大家仍旧以飞湍瀑流之势向情况不明的震中芦山县挺进。

经过四五个小时的颠簸,一行人终抵芦山营销服务部,成为太平人寿四川分公司第一拨抵达震中的队伍。卫总带领大家迅速抢救出单证等重要资料,拍下受灾现场照片,并将照片通过微信、彩信等方式发送给相关领导,为抗震救灾提供第一手资料。14:30左右,大伙利用现有物品在营销服务部下面的空地成立了临时接待处,并及时展开赔付工作,在震后7小时完成第一笔震区保险理赔。

作为太平人寿四川分公司运营服务部的总舵手,作为一名优秀的共产党员,涂鸿娟一直走在队伍的最前方。震后,涂总第一时间组织成立了运营服务部抗震救灾小组,并全面部署小组工作。在涂总的指挥下,分公司理赔小分队于地震当天奔赴受灾点,展开现场勘查和理赔工作。在涂总的指挥下,雷敬一经理率领的理赔小分队作为震后第一家走访灾区的保险公司穿梭于各个受灾点。在现场排查中,小分队先后在震中龙门乡,重灾区宝盛、太平、双石、清仁、灵



关等乡镇现场走访，用喇叭喊话的方式在安置点、物资发放点、医疗急诊中心及居民点进行排查、慰问、答疑、登记。此次勘查不仅为公司排查客户起到积极作用，也为灾区人民送去了太平的温暖和关爱。在涂总的指挥下，后台将排查的客户第一时间通知给前线的勘查和理赔人员，前线和后方通力配合，确保了救灾工作的顺利进行。

当巨灾来临，太平人毫不畏惧，做到了“送保障要在下一个灾难来临之前”。面对挫折、困难与挑战，太平人如水破势而出，象潮涌一样击破灾难。急客户之所急，想客户之所想，对客户负责、令客户满意，为公司把控风险，是太平人一直追求的目标。

### 三、鞠躬尽瘁 恪尽职守

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。

奋战在太平运营一线的员工始终恪尽职守，勇于担当、敢于创新、善于突破，不断寻找服务契机，主动服务、用心服务，以实际行动彰显着服务价值。每遇节点冲刺，柜面和后台员工经常毫无怨言地坚持延时工作，以满足客户和代理人的需求。每每遇到冲单节点，运营团队总是与一线战士共同战斗到凌晨，有多少次只是简单洗下脸，随便吃点东西又开始第二天的征程。

2011年12月，一个寒冷的早晨，一位客户来到太平人寿客服柜面办理保全业务，柜面伙伴热情接待了她。在等待过程中，客户百无聊赖地玩起了厚外套上面的扣子。由于用力过猛，外套上的纽扣“噗嗤”一下被扯了下来，掉在了地上，客户尴尬地捡起了掉在地上的纽扣。柜面伙伴见状，立马走过去，面带微笑，轻声说：“请您稍等，我们这里有针线包，马上可以给您缝上。”客户连连道谢，柜面伙伴捧出一个精致的针线包小盒子时，惊喜说：“没想到太平的服务这么周到。”在拒绝了柜面伙伴的帮助后，她自己亲手缝上了衣扣。在办理完保全准备起身离开时，客户深情地对柜面伙伴说：“能在太平上班，是你们的幸运！能在太平购买保险是我们的福气。”柜面伙伴正是在每一天的工作中，用一点一滴的付出和诚心优质的服务给客户带去温暖，也让客户感受到太平人地专业。

某工作日，时钟指向了20:30，银保柜面郭林华伙伴再次拨通了一位客户经理的电话，响了很久终于听见他倦怠的声音：“我还在陪客户，你催的投保单现在我交不回来，我不管品质了，让它扣钱吧，你不要等我先回家吧。”一股倔强的坚持回荡在这位伙伴的心头：不能因为一张单子而影响整个银保柜面的回收率。她激动地对客户经理说：你先陪客户，完了再赶回来交单，再晚我也等。。。这张投保单终于在当天的23:05传进了系统！是的，这就是郭林华伙伴的坚持和执着，别人看到的是她们指标的卓越，可是很少人看到她们为此的倾情付出。翻开银保柜面的指标：银保通回收率、回执回收率持续达到100%。优秀成绩的背后，这支小团队付出了非同寻常的努力，她们用执着的工作态度，诠释着追求卓越，坚持优秀的



工作品质。

“服务直到绝望为止”是所有保险人一直以来践行的核心价值观。保险行业竞争激烈，唯有创新的服务才能拥有市场，赢得客户，树立良好的企业品牌形象。卓越的服务，是一种大爱的服务，需要坚持一个太平，一个客户，一种服务，让服务创造价值，是每一个保险从业者不懈的追求！

#### 四、规行矩步 依法合规

孟子曰：“离娄之明，公输子之巧，不以规矩，不能成方圆”，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。

所有的企业都希望基业常青，随着经济全球化、市场国际化的步伐不断加快，世界范围内大规模经济结构调整正在兴起，经济资源跨国流动的势头更加强劲。中国企业在机遇与挑战并存、优胜劣汰的激烈竞争环境下迅速成长。但是，今天，中国的市场环境已经今非昔比，企业要永续发展并非易事！数以万计的企业，由于缺乏战略意识，常常像一艘无舵之船，随风飘摇、无家可归，难以驾驭外部世界的风风雨雨的潮起潮落。只有合规经营，才能让企业在纷繁的竞争中立于不败之地。

某天，一位女士来到太平人寿客服大厅咨询是否能代办退保，她的丈夫李先生（化名）于几年前在银行购买了公司的保险产品，后来投保人李先生由于某种原因，所有资金、银行账户均被冻结，人身自由也受到了限制，银行账户冻结后，恰逢家里急需用钱，他们决定把这份保险退了。

经接待柜员试算，李先生这份保单的退保金超过5万元，根据保全规则：“银险退费金额大于5万元的，必须由客户亲办。”考虑到这位客户的特殊性，工作人员与总公司进行了多次沟通，力求找到一个既能满足客户需求又可以避免风险的办法。有两个问题摆在面前：1. 此次退保申请是否是投保人真实意愿的表达？2. 此次退保操作是否符合相关规定？

经咨询、确认，退保是可行的，那么如何退费才能很好地为客户、为公司把控风险呢？李先生的爱人表示，可以将退款金打回原交费账户，可是由于投保人的特殊情况，无法通过打录音电话的方式核实他是否是要退保，而仅靠签名核实，风险把控又无法保证。经研究决定，由运营服务部工作人员一起去监狱为李先生办理退保业务。

在两位狱警的陪同下，运营工作人员见到客户，核实了客户的身份，详细为客户讲解了产品责任以及退保的损益。投保人李先生表示，自从“出事”后，家里的经济情况很差，全靠妻子一个人的工资维持家用，因家里现确实需要用钱，所以才想到退保。两位服务人员请他放心，并当场为他办理了退保手续。李先生夫妇很感激地告



诉她们“太平是一家对客户负责的保险公司！幸亏当时买了这份保险！”

对客户负责、令客户满意，为公司把控风险，是我们一直追求的目标。这次保全服务看似只是发生的地点很特殊，其实我们做的更多的是前期的多种准备，考虑到各种风险发生的可能性，反复和客户、总公司沟通，最终才能得到这样令人满意的结果。

企业的核心价值观就是代表企业方向、起主导作用的价值观，是处于最高层次的精神、信念、信条、原则、宗旨，是支配企业行为的价值准则，对企业发展起决定性作用。“守信用、担风险、重服务、合规范，”保险行业的核心价值观为自身企业日常工作的作风、态度和战略发展目标等规定了基点。作为保险企业的使命、宗旨、经营原则、管理原则和伦理道德准则等从根本上反映的是保险业的核心价值观。保险从业者也必将以自己的实际行动完美地践行这一核心价值。

## 从沙砾到珍珠——浅谈如何践行保险行业核心价值观

(太平人寿保险四川分公司 严萍)

### 第一部分 正确认识核心价值观

曾经看过一则关于教育的小故事，我认为它也可以用来比喻保险：有一个人去旅行，晚上当他行走到戈壁时，听到一个声音对他说，抓一些地上和沙砾放到包里，到第二天早晨时，他会感到又惊喜又遗憾的。这个人将信将疑地在地上抓了一把沙砾放进自己的包里，然后继续旅行。第二天清晨的时候，他想了昨晚神秘声音对他说的话，他摸出那一把沙砾，果然正如那个声音所说的，他真的是又惊喜又遗憾。惊喜的是那把沙砾变成了一把五彩夺目的宝石，遗憾的是为什么不多抓一点？其实保险也是如此，当出现事故，需要得到帮助的时候，保险就如变成宝石的沙砾，欣慰的是幸好当初买了这份保险，遗憾的是，为什么不多买一点？

可是一直以来，人们对保险行业误会频深，甚至有人说保险就是骗人的。但是保险的本质特征却是互济互助，一人为大家，大家为一人，同舟共济。为什么会出现会这样截然不同的认识？我认为原因有二：

保险合同是一份契约，条款复杂晦涩难懂，非从业人员要读懂并深入了解，确实存在一定的困难；

从业人员素质参差不齐，部分人员诚信度低，规范性差，在推销保险时，存在一定的误导情况。

如何才能改变这一现状，让保险行业成为人人信赖，口碑



良好的待业呢？

中国保监会 3 月 21 日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。行业核心价值理念是一种保险文化，此次是第一次系统性提了出来。即“守信用、担风险、重服务、合规范”。

核心价值观是指企业在经营过程中坚持不懈、努力使全体员工都必需信奉的信条，是解决企业在发展中如何处理内外矛盾的一系列准则。

核心价值观往往是从道德层面、能力层面和结果层面科学、精辟地概括经营企业的核心理念，对于保险公司有很强的指导意义。建设核心价值观，也有助于总结保险公司多年来经营成功的经验、失败的教训，决定什么行为可以接受、什么行为不可以接受。

目前，保险行业核心价值观建设当中存在的各种问题要得到有效解决，就必须实施“软件层面”的文化重塑，培育新型企业文化。在现有企业文化的基础上，注入新的元素和内涵，在继承的基础上进一步发展。

中国保监会主席项俊波提出，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、推动行业力量的有效途径，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。建设核心价值观，就要从公司自己的实践、从企业家群体的实践中提炼出具有时代的特色、行业的特色的核心价值观体系。

优秀的公司不是在于提出了一个怎么样的理念，而在于是不是提出的核心价值观得到了统一的认识和贯彻。一家公司在企业文化建设上奠定良好的理论基础是重要的，但更重要的是在实践中确保落实执行。

太平保险集团公司的核心价值观是“诚信、专业、价值”。

诚信，诚，即真诚、诚实；信，即守承诺、讲信用。诚信的基本含义是守诺、践约、无欺。通俗地表述，就是说老实话、办老实事、做老实人。诚信是集团企业文化建设的基础；

专业，即有专长和特长的意思。对于个人来说，专业意味着专业的精神、专业的技能和专业的操守；对于企业来说，专业意味着专业的管理、专业的流程和专业的服务。是实现集团新时期战略目标的途径和手段；

价值，在社会生活中，人们与价值息息相关，联系密切。那么，什么是价值呢？马克思指出：“价值”这个普遍的概念是从人们对待满足他们需要的外界物的关系中产生的。由此可见，价值是属于结果范畴的，同时是有丰富内涵的词，企业的价值表现为具有强大的品牌竞争、忠实的客户群、持续盈利的能力。

可见，太平保险集团的核心价值观与保险行业的核心价值观是相契合的，一致的。其关注点和落脚点都是“诚信”二字。



## 第二部分 如何践行核心价值观？

### 诚信是基础，制度是保证

内诚于心，外信于行。诚信是保险业存在的基础，是保险业健康发展的前提。在保险活动中，诚实守信是对保险交易对方合法权益的维护和尊重，也是对自身合法权益的维护和尊重，诚信的缺失最终也会使失信者的利益遭到损失。可以说，不诚信就没有信誉，就没有保险业的长期持续发展。诚信是保险公司生存与发展的内在要求，是保险机构的核心竞争力。保险产品是一种典型的无形产品，是以保险公司的信用向客户所做出的对未来可能发生的保险事故承担赔付保险金责任的承诺。因而，保险公司是否诚实、守信用，在保险消费者的购买决策中起着很大的作用，消费者只会向其认为有信用的保险公司投保。保险公司只有诚信，才能为持续发展创造良好的外部环境，才能增强竞争实力，为更广泛地进入市场、扩大交易创造条件。

诚信是保险业存在的基础，也是集团几十年经营的立司之本，因此也成为集团核心价值观的首位。那么在实际工作中，我们应该如何实践“诚信”呢？

首先在观念层面，要大力宣导诚信文化，树立诚信为王的观念。人无信不利，也无信难兴，中国自古就有诚信守信，从古至今，我们已经深深地看到，走的远飞得高的企业，没有一项不是建立在无诚不信的沙滩上，诚信体现了最基本的道德理论和法律意识是整个行业维系的基础。做为一名从事客服工作的内勤员工，在实际工作中，首先要做到为人正直，处事公正。所有的工作都应以维护公司和客户权益为出发点，以公司的规章制度为准绳，不偏不倚，公正处事；其次要做到真诚待人，信守承诺。在工作中，在学会用同理心面对各种类型的客户，充分沟通，充分解释。同时要重信践诺，力所不能及的事，不轻易作出承诺，一旦承诺，就要坚决兑现。

其次在制度层面保证诚信文化的建设和坚持。当道德观念发生碰撞的时候，道德不可能解决一切问题的时候，必须用制度来规范，因此制度建设是诚信文化建设的核心。在市场经济条件下，当一个人不诚信的收益大于他付出成本的时候，他就可能放弃诚信；可能遭到舆论的谴责和良心的谴责，但是不会受到任何的惩治和惩罚的话，这样就可能背离道德底线，抛开诚信的准则，追求自身利益最大化。诚信只有制度化，让其具有评判的标准，就可以让诚信文化得以长久实践。

这里讲一个“收银机的故事”，来说明为什么说制度建设是诚信建设的核心。在世界上，历史最悠久的商业活动之一，大概就是现金交易的大大小的店铺了。但是在很长的时间里，世界各地的店主们却始终无法解决两件事：一是统计和计划，就是繁杂量大的库存无法经常清查盘点，结果也就无法有一个合理的进货计划；二是现金收入的记载。略具规模的店铺都雇有店员，他们天天和现金打交道。几乎每一个店铺都经常遇到这样的情况，就是钱箱里的零钱不够了，雇员掏出自己的钱包，先垫出一些零钱，然后再从钱箱里取回来。当一个雇员从钱箱向自己的钱包取回钱的时候，谁也无法否认，他面对的一个巨大的诱惑。



这可真是一个“世界性”的难题。当然偷窃被捉拿后一定会受到法律制裁，但是，如果偷窃者没有被捉拿到呢？那么应该如何如何预防呢？在加强法律制裁的同时，更要加强思想工作，加强教育和学习，毫无疑问，这是需要的。可是当面对的诱惑大于付出的成本时，仍然还是会有人铤而走险的。那么，要怎么样才能既保证店主现金的安全，又让人远离诱惑呢？

大概在南北战争结束以后不久，俄亥俄州一位杂货店老板的儿子在自己开咖啡馆时，深为上述困扰所苦，在轮船上记录螺旋浆转动的机器的启发下，设计了一架能够把每一笔交易结果都显示出来的机器，店员和顾客都能看到显示结果，这样一显示，店员原有的小偷小摸的冲动就给打消不少。所以这种机器叫做“廉洁的出纳员”。经过改进，这种机构功能迅速加强，不仅能够计算出每笔交易的总额，计算找头，还能把每天的每一笔账都记录下来，同时还在收银机上设计了一个附有自动锁的放现金的抽屉，还有一个铃。当店员把每样东西的价格和数量打进去，机器自动相加得出总数，再把顾客递上的现金金额打入，机器自动计算找头，整个过程都显示出来。双方无异，一按键，随着一声脆铃，现金抽屉自动弹出来，完成交易。如果没有按规矩做，那么现金抽屉是打不开的。机器把每笔交易的全过程都记录在纸带上，在收银机的机制、顾客监督以及店主复查的三重管理下，任谁也没有办法再打这些现金的主义了。

这样，我们可以再进一步看看收银机的意义。在这里，一切都在“收银机”这个机制的监督控制之下。逻辑非常清楚，雇员做出交易记录，才能打开现金抽屉；必须按交易的实际情况做记录，才能通过以自己切身利益为原则的顾客的监督；一天下来，店主核对一遍。这样，无论是由于人的素质问题造成的差错，还是由于人的品质问题造成的差错，都可以马上发现。也就是说，是一种机制保障了雇员的工作质量。

回到我们的实际工作中来，新《保险法》即将实施，新的保险法弃权 and 禁止反言原则的引入，对保险人的合同解除权行使在时间上进行了限制。这条规定，进一步保护了被保险人利益，同时，也对保险公司的经营管理提出了前所未有的挑战。如何在实际工作中，建立起“收银机”机制，规范展业，合规经营，取得“阳光收入”呢？

个人认为首先应该建立明确的考核制度，设立品质考核指标，如继续率、代签名占比、保单未送达率、新契约回访成功率、新契约回访工单 10 日结案率等都纳入品质考核，从制度上规范和约束代理人的展业品质的质量；

其次，设立签名对比制度，无论是回执回销、保全作业均要进行签名对比，凡是签名不符的，回执不予回销，保全申请不能操作，从制度上保证每张保单、每次申请都是投保人真实意愿的表达。

### 优质服务，提升价值

在过去很长一段时间里人们认为企业的利润及其价值，是由业务规模 and 市场份额决定的。但是现在，企业依靠业务规模 and 市场份额的增长这种经营方式，已让位于利润 and 价值的增长，经营规模已



不再是决定企业赢利的关键因素，而客户的忠诚对利润的影响远比市场份额重要。有资料显示，在银行、保险等金融服务行业，客户的忠诚度每上升 5 个百分点，企业的利润可上升 25%—85%，并且这些行业 80% 的利润是由占比 20% 的忠诚客户创造的。在保险等金融服务行业，吸收一个新顾客的成本要比保留一个老客户高出 5 倍以上。寿险公司的投保人续保期限越长，对公司就越有价值，因而提高保单的持续率尤其重要。除了老顾客的留存成本低以外，客户忠诚对保险企业利润的贡献，还来源于现存客户对于潜在顾客投保行为的影响。有统计数字表明，一个对保险公司服务满意的忠诚客户，可以帮助介绍 3—5 个人投保，相反，一个对保险公司服务不满的顾客的负面影响则多达 10 人以上。而我们公司是一个以赢利和实现企业价值增长为目标的保险公司，就必须认识顾客的长期价值，满足顾客需求的产品和服务，建立客户忠诚和管理客户的忠诚度，达到获取利润和公司价值增长的目的。

客户的忠诚度在很大程度上是由客户的满意度决定的，但在竞争激烈的保险业，客户的满意度与忠诚度之间并不只是简单的线性关系，更受到市场竞争环境的影响。如果保险公司能够提供令客户满意的专业化和个性化服务，就可以极大地提高客户的忠诚度，特别是令人满意的客户服务，可使客户忠诚度达到最高。因此，我们应当将客户完全满意作为其客户服务的目标和基准。

要为客户提供完全满意的服务，结合本职工作，个人认为应从以下几个方面来提高我们的客户服务质量，加强我们的竞争力：

#### 1、有强烈的服务意愿，重视客户

市场没有贵贱差别，顾客也没有等级之分。有眼光的经营者总是将每一位顾客看作“重要顾客”，并提供细致周到的服务。不是论是作为客户服务或是作为其它的行业，重视客户是非常重要的。拥有忠实的客户群，是一间公司成功的必要因素。重视并让客户感受到满意的服务。这样，不但可以留住原有的客户，也可以发展潜在的客户。

#### 2、用心尽力满足客户的需求

现实的服务和顾客潜在的需求，就像汽车的两个轮子，缺一不可。客户可能不会自己想到“我需要什么东西”，只有我们提供了新产品、新服务，掌握更多新的信息，并及时传达给客户，不仅要满足客户现实服务需求，还要用心发现和满足客户潜在的需求。如招行推出的信用卡账分期付款，现在信用卡服务很多，分期付款通常使用在消费时，还消费后还能再选择分期还款，这样的需求，或许我们自己都没能意识到，但是当招行推出这样的服务后，带来的不仅是客户的满意度，还带动了客户更多的信用卡消费，这就是满足了客户潜在需求的巨大威力

#### 注重细节。

“泰山不拒细壤，故能成其高；江海不择细流，故能就其深。”所以，大礼不辞小让，细节决定成败。什么是注重细节？那就是把小事做细，对规章条款不折不扣的执行。细节体现在每一个电话、每一次客户接待、每一封邮件的回复、每一次审单、每一笔保全操作中，关注每一个细节，用十足的力量做好每一处细节，这就是专业的精神、专业的技能和专业的操守。所谓绝招，是用细节的功夫堆砌出来的。



有强烈的服务意愿，是“我要为客户服务”而非“要我为客户服务”，重视每一位客户，用心满足客户需求、注重每一个细节、随时保持新鲜感，以创新的思维和方式提供服务，达到与客户共好。

保险业建立核心价值观，不是一朝一夕的事情，需要经过实践到理论，再从理论到实践的多个反复过程，而且要充分考虑经济社会发展特点和行业实际。保险企业在竞争中合作，实现有序竞争、共同发展；保险行业凝聚力、创造力、核心竞争力得以增强，服务能力和水平明显提升；消费者对保险的认知度和满意度得以提高，保险行业形象明显改善；党和政府关心、信任、支持保险业发展，法律环境、政策环境和社会环境不断得到优化；保险业与密切相连的经济社会实现共同繁荣，成为推动社会和谐进步的重要力量。

虽然这个过程是漫长而艰辛的，但是只要方向正确，就不怕路遥远。相信通过良好的制度规范，通过所有保险从业者坚持不懈的努力，就一定能将保险行业核心价值观发扬光大，使保险行业成为一个受尊重的行业，保险业真正成为慈善行业。如同蚌，在经历了包裹了沙砾的尴尬与痛苦之后，终于成为浑圆光滑的珍珠。



## 践行保险核心价值观

(太平人寿保险四川分公司 朱甦)

自改革开放以来，随着社会的发展，保险行业已逐步深入老百姓的生活，老百姓从对保险的无知到初步认识，从对保险的初步认识到了解，从对保险的了解到加入及拥有保险，老百姓的观念在不断升级。但是一些对行业的误解还普遍存在。目前保险业不仅是老百姓关注的一个行业，更是国家极其关注、支持与倡导的一个行业，国家出台了相关法律法规扶持行业的迅猛发展，如“国十条”、“新保险法”“新农合”等等。所有保险公司都应该积极响应政府号召，致力为中国的保险事业尽自己一份绵薄之力，为千家万户的美好生活奋斗不息，做出了自己应有的贡献。

近日，保监会主席项俊波提出了保险行业核心价值理念——“守信用、担风险、重服务、合规范”。

项主席在核心价值理念发布会讲话中提出，“保险监管核心价值理念和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。”四川是保险大省、文化大省，我们要把地域文化融入保险文化核心价值理念之中，努力打造受人敬重的行业文化。我们要树立文化自信，增强文化自觉性。一是系列活动形成特色，如党政领导谈保险、专家学者谈保险、媒体记者谈保险、院校

师生谈保险等。二是建设丰富多样的载体，如保险文化征文、保险知识竞赛、保险知识宣讲团、保险知识普及丛书面向社会大众等，探索创设保险手机报、保险官方微博等渠道，让大众走近保险。

核心价值观是指企业在经营过程中坚持不懈、努力使全体员工都必需信奉的信条，是解决企业在发展中如何处理内外矛盾的一系列准则。

核心价值观是从道德层面、能力层面和结果层面科学、精辟地概括经营企业的核心理念，对于保险公司有很强的指导意义。建设核心价值观，也有助于总结保险公司两百多年来经营成功的经验、失败的教训，决定什么行为可以接受、什么行为不可以接受。

正如项俊波主席所说那样：“首先，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。先进的行业文化具有强大的导向功能。培育和践行核心价值理念，能够从精神层面回答保险业的本质追求，为保险业发展提供根本的价值遵循，为保险经营和保险监管提供最终价值依托，确保保险业始终沿着正确的发展方向前进。当前，保险业正处在转型升级的关键时期，培育和践行核心价值理念，有利于引导行业树立科学的发展理念，加快结构调整和转变发展方式，不断提高发展质量和效益。其次，培育和践行核心价值理念是加强行业文化建设、凝聚行业力量的有效途径。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的精髓，蕴含着我们对保险业生存和发展的根本价值取向，深刻影响着保险从业人员的思想观念、思维方式和行为规范。培育和践行核心价值理念，有利于广大从业人员增强对保险业的认同感，树立职业荣誉感，主动规范自身行为，激发干事创业的热情，汇聚形成全行业朝气蓬勃加快发展的旺盛生命力、不竭创造力和强大凝聚力。”

我们要对构建核心价值观体系树立正确认识，避免出现认为公司的生存问题最为关键，谈不上企业文化建设的问题，更不必建立什么核心价值观体系。核心价值观建设上产生了容易误区：

（一）建立核心价值观的公司用一成不变的价值观以及以此为指导的战略与策略指导公司的发展，显然无法适应发展变化了的保险竞争环境。

（二）建立空洞的价值观，不能成为指导员工行动的明确纲领，缺乏管理诚信。

（三）报喜不报忧，管理诚信不足；爱讲空话套话，搞形式主义，缺乏实干精神等等。

（四）核心价值观无法形成体系，缺乏经过整合的推进系统，进而导致企业文化不能转化为企业的管理行为。

（五）利润作为公司唯一的、终极的目标，失去最基本的社会责任感。

（六）在核心价值观建设上缺乏整体意识，对保险公司整体战略和以客户为中心的综合运营模式缺乏足够的认识；不能客观正视自身的不足，取得成绩时强调内部主观因素，遇到困难时强调外部客观因素。

（七）行为偏离核心价值观，忽略了公司核心价值观无形的存在和作用。

以上为认识上可能产生的误区，我们应该认识到“守信用、担风险、重服务、合规范”是与公司的发展相吻合的发展指引，是高屋建瓴的统一思想，只要坚持这样的文化建设，必然能够让公司的发展更加快速高效。

实际上，企业价值观才能指引企业前进的方向，并提供评价工作好坏的标准。紧紧围绕核心价值观制定战略，这样才会有战略的认可和战略的顺利执行。核心价值观是所有企业的目标的先驱，是一切企业为之奋斗的基础目标。核心价值观既是保险企业的灵魂，也是其健康可持续发展的精神支柱，核心价值观是一种经营理念，一个有远见或有长远发展目标的企业都会自觉设定自己的价值取向，并随着保险实践的丰富，不断充实其内涵，拓展其外延。



在实际工作中践行核心价值观的几点思考，监管核心价值理念是“为民监管、依法监管、科学审慎、务实高效”十六字方针。为民监管，是保险监管的根本宗旨，而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”。

目前，保险行业核心价值观建设当中存在的各种问题要得到有效解决，就必须实施“软件层面”的文化重塑，培育新型企业文化。在现有企业文化的基础上，注入新的元素和内涵，在继承的基础上进一步发展。

#### 一、要善于总结提炼核心价值观。

中国保监会主席项俊波提出，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、推动行业力量的有效途径，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。建设核心价值观，就要从公司自己的实践、从企业家群体的实践中提炼出具有时代的特色、行业的特色的核心价值观体系。

#### 二、要遵守和践行核心价值观。

优秀的公司不是在于提出了一个怎么样的理念，而在于是不是提出的核心价值观得到了统一的认识和贯彻。一家公司在企业文化建设上奠定良好的理论基础是重要的，但更重要的是在实践中确保落实执行。因此，一是要强化核心价值观的执行和考核。公司核心价值观能否得到有效的贯彻落实，关键还在于考核执行的力度。围绕落实核心价值观，进一步完善公司的管理模式和内控制度，确保核心价值观在公司经营管理各方面得到全面的贯彻落实。二是对执行核心价值观措施有力、成效显著的公司和人员，在资源配置、考核等方面加大支持奖励的力度。只有在公司范围内形成良好的执行落实氛围，公司核心价值观就能落地生根，发挥真正的作用。三是公司与员工是一个整体，员工应提倡奉献精神，敬业爱岗。四是落实公司核心价值观是一项持续性的工作，推行企业文化永远不会一蹴而就，必须持之以恒地长期推进，沉淀在长久的工作习惯中。

#### 三、要积极宣导核心价值观。

统一思想认识，达成文化共识、促进管理升级，要拟定公司企业文化建设的具体方案，运用公司的各种媒介宣导核心价值观。通过宣导讨论，使员工在互动中凝聚共识，在坦诚交流中提高认识，在对照检查中寻找差距，在分析整改中追求突破，让每位员工熟悉、理解核心价值观，用核心价值观统一员工的思想，并在工作中主动践行核心价值观，从而形成浓厚的企业

文化氛围。

四、核心价值观要通过具体的载体来实现。核心价值观是一种经营理念、一种思想，它必然要通过具体的载体来实现。只有具备了适合的载体，核心价值观才不会空洞无物。



关于当前保险公司核心价值观在实践中的建设和运用我们应注意以下几点：

一、保险公司核心价值观的总结和倡导。

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。

二、保险公司核心价值观的实践。

首先，公司的核心价值观是公司一切经营活动必须遵守的最高准则；其次，公司的核心价值观是制定工作方针的依据；第三，要强化合规问责，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；三是以月度或季度经营分析会议为载体，持续推进三维的管理模式。

当前，保险业的发展已经迎来了科学发展、专业经营和差异化共存的时期，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，积极落实全行业的核心价值观，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，都将会推进全行业进一步实践科学发展观，努力追求价值持续增长，从而打造保险企业国内领先、服务一流的长远奋斗目标。

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与支持，才能不断发展壮大。

保险公司的社会形象是一个非常大的命题，也是一个历史遗留问题。这个社会形象问题带来的不仅是群众与公司之间的矛盾，还带给公司各方面的问题，比如人才的引进。保险业也是金融业的大鳄，但是为什么许多高材生为了一个银行的职位挤破头，也没有考虑三驾马车之一的保险业？诸如此类的问题我们还可以列举很多……这也许都是因为保险业的社会评价不高导致的，而社会评价这一命题最终会归结到诚信这一问题。

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。

保险公司天然的职责就是承担风险，正确及时的理赔——特别是在大灾大难面前——可以达到稳定社会、推动经济的目的，这也是保险公司最重大的作用之一。



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。

保险行业不但隶属于金融行业，也隶属于服务业，高效优质的售后服务是开拓新客户，留存老客户的重要方法。

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。

服务的重要性不言而喻，而与服务一向并驾齐驱的品质也是公司不能放松的关键点。只有服务与品质齐头并进，践行保险核心价值观，才能让保险公司的发展走上康庄大道。

保险公司应该高度重视企业文化建设，把企业文化建设有机融入到公司的发展改革进程中，与时俱进地推进企业文化建设，不断赋予企业文化以新的时代内涵。特别是近几年来，保险公司迎来了发展的契机，更应该在经营管理上遵循规律、回归本原，不断改善经营模式，持续深化改革转型，服务经济社会发展能力持续提升；在文化建设上，明确新时期奋斗目标，树立更高的事业追求，确立了公司所有员工的共同愿景，形成核心价值观，建立以客户为中心的价值理念体系，树立了全系统共同的价值取向和行为准则，使得企业文化体系建设思路与方略更加成熟。应该将“勇担责任、客户至上、崇尚专业、合规经营、以人为本等富有保险特色的企业文化”融入到公司经营管理实践中，融入到广大干部员工的血液里，成为公司科学发展的精神支柱。

保险公司应始终坚持“以客户为中心”的经营理念不动摇，树立外向思维，着力在解决从业人员价值取向和强化职业道德培育方面下功夫，努力构建以客户为导向、关注客户需求、尊重客户利益的企业文化，不断提升了公司软实力。所有保险公司应紧紧抓住保险行业核心价值理念的学习宣传这一有利契机，扎实推进培育和践行核心价值理念的各项工作，把保障人民高品质生活作为我们的事业追求，进一步完善公司价值理念体系，持续营造良好发展氛围，以实际行动为提升保险服务质量和水平、改善保险行业形象、营造良好的发展环境作出自己应有的贡献。



# 践行保险行业核心价值理念之我见

(永安保险四川分公司 赵毅)

3月21日，中国保监会正式发布了保险监管核心价值理念和保险行业核心价值理念。这是保险业的一件大事，标志着保险文化的建设进入到新的阶段，对今后保险业的健康、持续、科学发展具有重要意义。

践行保险行业核心价值理念是保险企业增强核心竞争力、实现健康发展的重要保证。“守信用”是保险企业健康发展的道德保证；“担风险”是保险企业健康发展的责任保证；“重服务”是保险企业健康发展的行为保证；“合规范”是保险企业健康发展的法律保证。

我认为，践行保险行业核心价值理念要做好“三个结合”：首先，践行保险行业核心价值理念要与企业发展战略相结合。保险行业核心价值理念也是保险企业发展的指导原则，应该融入企业发展战略之中，成为企业发展战略的指导思想和有机组成部分。近年来，中华保险实施了“二次创业三步走”的发展战略，在实施过程中将进一步贯彻落实保险行业核心价值理念，努力把中华保险建设成为一个“业外有影响、业内受尊重的创新型、多元化的保险集团公司”。

其次，践行保险行业核心价值理念要与企业经营管理相结合。这是践行保险行业核心价值理念最重要的一个方面。在企业经营管理中，要从细节着手、从点滴做起、从现在做起，建立并完善践行保险行业核心价值理念的长效机制，把保险行业核心价值理念体现在企业日常经营管理的各个方面、各个环节：一是要加强制度建设，将保险行业核心价值理念贯彻到企业综合管理、业务经营、风险管控、承保理赔、财务审计、客户服务、绩效考核等规章制度之中，并强化制度的执行和监督。二是加强企业社会责任的履行。通过保险企业社会责任的履行，可以进一步在全社会宣传、倡导保险行业核心价值理念。三是加强先进技术的推广和应用。保险企业可以通过信息技术、移动互联技术、防灾防损技术、精算技术等技术的推广和应用，更好地提升服务客户、风险管控等能力，为践行核心价值理念提供保障。

## 紧紧围绕核心价值 追求百年基业梦想

(恒安标准人寿四川分公司 潘霞)

**摘要：**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，分别针对保险行业最为重要的

诚信经营、风险管控、良好服务及经营规范四个方面进行了阐述。守信用，是保险经营的基本原则，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。担风险，是保险的本质属性，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，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。恒安标准人寿保险公司坚持围绕核心价值，面向未来，确立五年战略发展规划的新航标，为创造百年寿险基业而努力奋斗。

**关键词：**核心价值 战略发展

### 1 保险行业价值理念的提出

2013年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。保监会党委书记、主席项俊波出席会议并讲话。保监会党委副书记、副主席李克穆，党委委员、纪委书记陈新权出席会议。

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”。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”。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。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。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。

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。

发布会以视频形式召开，保监会机关副处级以上干部，中国保险行业协会、中国保险学会、保险保障基金公司负责人，总部在京的保险公司主要负责人及新闻媒体代表参加了主会场会议；各保监局、保监分局的局领导及各处室负责人，总部在当地的保险公司和保险公司省级分公司的主要负责人，地方保险行业协会、学会负责人参加了分会场会议。

## 2 恒安标准努力打造百年老店

### 2.1 坚持贯彻执行保监要求

恒安标准人寿保险公坚持贯彻中国保监会的要求的同时，以保险行业核心价值理念为指引，全面提升服务质量和水平，通过真诚专业的销售、全面高效的服务，为广大客户的美好生活提供坚强保障。

恒安标准人寿诞生于中国加入 WTO 之初，作为一家中英合资、全国性的寿险公司，中方股东为天津泰达国际集团，英方股东为世界 500 强企业英国标准人寿。2013 年是公司成立十周年，传承了标准人寿在英国及其他国家的市场经验，秉承“诚信、稳健、创新”的价值观，企业经营以客户需求为导向开发产品，以客户满意为宗旨提升服务。这些经营思路，都与保监会提出的核心价值不谋而合。十年耕耘，恒安标准人寿已为全国超过 150 万客户提供保险保障服务，业务遍布全国 10 个省市、68 个地区。十年寒暑，恒安标准人寿始终坚持将客户利益放在第一位，将每一份保单视为对客户服务关心的建立，珍惜长久合作。十年积累，从寿险市场获得了宝贵的业务经验，也建立了强大的团队力量。十年感恩，客户的信任与坚守，股东的支持与期待，员工的忠诚于努力。未来十年，中国建成小康社会的宏伟目标中，人民生活水平稳步提高，社会保障体系完善是重要的衡量指标，同时也是保险业发展面临的战略机遇期。恒安标准人寿面向未来，已确立了五年战略发展规划的新航标，创造百年寿险基业的梦想已经起航。

### 2.2 “重服务”积极践行

核心价值中的“重服务”，要求保险行业从客户出发，为客户提供各类服务。恒安标准人寿积极践行，不论是日常客户的投保、体检、保全，还是理赔，都不断完善和丰富，举办各类客户服务主题活动，例如：客户体检月活动、少儿填图大赛、题材丰富的教育讲座、寿险指数沙龙、保单检视等等，还开展“五心级”零障碍理赔服务，让客户真真正正享受到投保容易、理赔也简单的服务。

2013 年 4 月 20 日，四川雅安发生 7.0 级地震。地震发生后，恒安标准立即

启动重大突发事件应急元，公司总经理刘振宇亲自部署安排，副总经理贾孝林挂帅，成立重大紧急理赔事件应急领导小组，设立了八项服务原则及六项服务标准，快速应对雅安地震。4月23日，公司第一笔遇难赔付在报案当天即作出了赔付，四川分公司总经理王重阳带领客服人员将赔付款送达了地震遇难者家属手中，并表示了真诚的慰问。

2012年11月26日，恒安标准人寿临沂机构客户史先生在“11.26”京台告诉泰安段特大交通事故中身故，公司启动快速理赔通道，向保单受益人给付意外身故保险金30万元，并每年向被保险人的儿子支付养育金1万元至21周岁，累计需给付保险金47万元，从接到报案到理赔仅用了3天时间。

践行服务理念，是恒安标准人寿坚持执行保监会核心价值的实际表现。为了打造百年老店，恒安标准全体员工必将继续坚持贯彻“守信用、担风险、重服务、合规范”的保险行业核心价值理念，努力奋斗。



## 践行核心价值理念 提升保险行业形象

(安诚保险四川分公司 王玥)

**摘要：**当前，我国保险业正处于一个蓬勃发展的新时期，随着保险市场的进一步开放，保险市场竞争也将越来越激烈，随着时代的发展，保险文化已经成为推动行业前进的原动力，成为保险行业发展的核心竞争力。加强保险文化建设，增强保险行业软实力，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，也是改善保险行业形象的重要手段之一。因此，正如保监会的项俊波主席所强调的，保险行业应该加强保险文化建设，健全制度机制，真正使最大诚信成为保险业的价值基础，显著提升行业服务质量和水平。

**关键词：**核心价值理念 保险 行业文化建设

2013年3月21日，中国保监会正式发布“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。这是保险业的一件大事，标志着保险文化的建设进入到新的阶段，对今后保险业的健康、持续、科学发展具有重要意义。

### 一、保险行业文化建设的现状

保险业作为金融行业的一部分，是有一定的文化积淀的，在文化建设方面也是有成绩的，应该予以肯定。但同时行业还存在明显的欠缺，如发展方式比较粗放，竞争不够规范，保险服务比较差，尤其是销售误导、理赔难等损害保险消费者的利益，这些都反映了保险业在文化方面存在的问题。针对这种情况，保监会今年以来进一步加大了抓文化建设的力度。

其实，在党的十七届六中全会上，就已经对深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣作出了全面部署。中国保监会主席项俊波2012年9月17日在

大连召开的中国保险文化建设推进会上指出，要从宏观战略高度认识保险文化建设的重要性，以文化的力量助推行业科学发展，用扎实有力的举措推进保险文化建设。

项俊波主席认为，文化是育人之本、立信之本、立业之本。保险文化能提升保险从业人员的思想境界、道德修养和能力素质，规范自身行为，还能凝聚人心，增强从业人员的归属感和认同感，激发主动性和创造性；保险文化能培育、形成诚信经营的文化氛围和市场环境，赢得社会公众的信赖；保险文化更有利于全行业树立起正确的发展观，极大地释放我国的保险需求潜力，进而实现文化软实力向行业发展硬实力的转化。



## 二、对保险行业核心价值理念的理解

### （一）守信用

这是保险经营的基本原则，是保险企业健康发展的道德保证。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。守信用是中国文化核心价值观的重要理念，是保险公司维护信誉的基本要求，是保险公司行为规范的核心，也是保险业的生存之本，是行业发展的生命线，是保险业最基本的道德规范和行为准则。因此，诚信文化是保险企业文化的基础。

“诚信”就是本着一颗赤诚之心，言必信，行必果。人无诚不立，企无信不强。清清白白做人，实实在在做事，以诚信体现公司形象的品质，以诚信赢得公司的不断发展。

由于保险公司是经营风险的特殊企业，保险产品是具有不确定性的无形产品。在过去的日子里，诚信体系不健全加深了社会对保险的理解，因此保险行业比其他行业更需要诚信体系的建立，必须将诚信文化贯穿于保险活动的每一环节中，将诚信意识深入每一从业人员心中。各家保险公司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，这样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

这是保险的本质属性，是保险企业健康发展的道德保证。保险业是经营风险的特殊行业，需要承担一定的风险，因此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

这是保险价值的实现途径，是保险企业健康发展的行为保证，这也体现出以人为本的精神。保险业属于金融服务业，保险是无形产品，因此服务是基本手段。由于保险公司向客户提供服务的质量高低、工作效率的快慢、种类的多样化就成为体现行业竞争力的重要内容。保险企业必须注重服务文化的建立，使售前、售中、售后环节都具有保险企业的特有服务文化。为客户提供无微不至、主动、便

利的服务，将服务作为产品质量的重要组成部分。

保险的从业人员，要有很强的服务意识，构建服务文化，提升服务品质及顾客满意度。保险的营销已经不单单是产品的营销，更是服务的营销，只有企业将服务质量不断提升，才能有助于行业形象的提升。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

这是保险市场健康运行的前提条件，是保险企业健康发展的法律保证。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。

### 三、积极践行保险行业核心价值理念的重要性

保险业改革发展近年来取得了显著成绩，在服务经济社会大局上取得了明显成效，但随着行业的快速发展，一些长期以来积累的深层次矛盾和问题逐步显现。当今的保险行业正处于大发展大变革大调整的时期，一直以来，保险行业在人们心中都或多或少存在的各种问题，行业的整体形象有待提升。要想改变这样的局面，树立保险行业良好的社会形象，就应该加快推动保险行业核心价值理念的贯彻执行。

我们既要通过改革发展和制度规范去有效化解矛盾，同时也必须借助先进的保险文化来深入破解难题：要以保险文化建设改善行业的社会形象；要以保险文化建设促进行业转变发展方式；要以保险文化建设提升行业人才队伍素质；要以保险文化建设增强行业服务经济社会大局的能力。

保险文化是保险业的灵魂和精神。加强文化建设，有利于推动保险业转变发展方式、实现科学发展，有利于保险业提高满足经济社会发展要求、满足人民群众保险需求的能力，有利于体现保险扶危济困、为民造福的本质，有利于促进解决保险业存在的人民群众反映强烈的销售误导、理赔难等突出问题，有利于保险业树立良好风气、改善行业形象，有利于提高队伍素质，对提高保险业的文明水平具有十分重要的意义。

保险文化的核心，应是保险行业的核心价值理念。保险业从无到有、从弱到壮大的成长过程，也是其核心价值理念不断被发现、不断得到修正和发展的过程，贯穿于保险业服务民生需求和保障经济社会发展的始终。项俊波主席提出的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提炼，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。积极践行保险行业核心价值理念，是保险企业增强核心竞争力、实现健康发展的重要保证。

### 四、践行保险行业核心价值理念的具体措施

中华民族拥有着五千年的悠久文明历史，这也为我国文化的发展奠定了坚实的基础。而保险行业作为一个朝阳行业，其文化内涵是拥有自身特色的，它是历史文化在保险业成长和发展过程中的浓缩。一代又一代的保险人，在他们所从事的保险业务岗位上，布满了保险文化的印记。可以说，文化记录了保险人创业的历史过程，保险人谱写着保险文化的历史韵律，保险人与保险文化相伴而生、相依而存、紧密联系，生成了保险业不断发展进步的思想动力和精神支撑。

项俊波主席曾强调，培育和践行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。因此，需要通过具体的措施来深入推进践行保险行业核心价值理念。



### （一）凝聚共识，加强宣传

作为保险行业的核心价值理念，首先要在行业内达成共识，统一思想，再逐步开展宣传工作，将此核心价值理念传播到行业外，树立保险行业“守信用、担风险、重服务、合规范”的形象。

行业可以通过多种方式进行宣传，例如将行业核心价值理念纳入到各类的学习培训当中，在宣传教育的过程中开展讨论、深入调研、不断总结提高。各级领导干部带头学习、推广，认真抓好宣传教育工作。把核心价值理念切实渗透到监管人员和从业人员的理想信念当中，成为信条，成为价值追求，成为道德规范；要使文化建设的成果通过保险监管的具体工作和成效，通过保险经营管理，通过保险产品和服务、品牌和形象等实实在在地体现出来，尤其要使人民群众更加真切地感受到保险的诚信和专业，更加真切地感受到保险的可信和可靠。

同时，要大力开展保险“进社区、进机关、进农村、进学校、进企业”相关活动，普及保险知识，将行业的核心价值理念宣传出去。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）强调诚信文化

市场经济是契约经济，而诚信是保险业生存和发展的根本。现阶段，强调加强诚信建设，表面看是解决销售误导、理赔难等问题，维护保险消费者利益，实质是解决行业社会信任危机，扩展行业生存和发展的空间。诚信需要每名从业人员合力构建和维护。但现状是，一名从业人员的不诚信会映射成整个行业的不诚信，对一个赔案的变通处理会引发社会对整个行业的质疑。所以，文化建设在注重顶层架构、宏观运作的同时，更应关注基层建设、微观践行，特别是要突出对每名从业人员诚信行为的规范要求和惩戒措施，提高不诚信行为的违规成本。

### （三）把有形之手与无形之手相结合，构建服务文化

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。过去，我们在抓服务方面下了很大决心，做了大量工作，也取得了一定成效，现阶段，构建服务文化必须坚持把消费者是否满意作为首要标准，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

#### （四）建立长效机制，培育合规文化

行业内及个保险公司要建立完善文化建设的领导机构和工作机制，把核心价值理念贯彻到发展战略、企业文化中，贯彻到制度机制当中，贯彻到行为准则当中。

深入挖掘保险文化的内涵、不断拓展保险文化建设的视野、积极创新保险文化建设的载体，并有效完善保险文化建设的机制，通过长效机制的建设将行业全体人的共同意志逐渐内化为共同遵守的规范和共同实践的标准。



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。

#### （五）勇于实践，不断创新

创新文化是保险企业文化的动力，保险文化只有不断追求并实现创新，才是保险文化的魅力之源。保险公司是为客户保险需求服务的企业，针对不同客户日益不同的需求，必须具备创新文化，不断创新观念、创新产品、创新服务、创新技术，更好地为客户服务。因此，在践行行业核心价值理念的过程中，行业不能停留在传统的方式和惯性思维中，只是进行简单引进和模仿，而应该拓宽创新思路，解放思想，转变挂念，不断发现行业的创新点，以新的方式建立行业文化，提升行业的各项实力。

此外，还应该通过实践的方式推动行业发展质量和效益的不断提升。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。

中国保险行业的发展一定要与文化相对接，行业的文化也要与企业的文化相结合。此外，还应在对西方保险行业学习的基础上，走出中国特色的社会主义市场经济道路的必要性和正确性，在不断增加对中华民族传统文化理解的同时，推进保险行业的文化建设，积极践行保险行业核心价值理念。保险文化建设是一个长远的过程，不能急功近利，相信只要坚持目标，真心实意保护保险消费者的利益，本着服务的态度，就能使我们的行业赢得更多的掌声，实现保险行业的中国梦。

#### 参考文献：

[1] 刘智蕊. 试述金融企业文化建设的意义、现状、问题与加强之策略[J]. 企业家天地半月刊(理论版). 2007(04)

- [2] 项俊波, 2013年在“保险监管核心价值理念和保险行业核心价值理念”发布会上的重要讲话
- [3] 汪艳. 对当前我国企业文化建设问题的探讨[J]. 经济与社会发展. 2005(09)
- [4] 周海. 加强保险企业文化建设 构建和谐保险企业[J]. 保险研究. 2008(08)
- [5] 陈淑妮. 走出我国企业文化建设的误区[J]. 甘肃社会科学. 2003(01)
- [6] 中国保监会主席项俊波在中国保险文化建设推进会上的讲话



## 教育培训机构参与保险行业培育和践行核心价值理念的实践探索

(中国人寿成都保险研修院 杨章银)

**摘要:** 培育和践行保险行业核心价值理念, 要充分认识其重要意义及深刻的内涵, 把握精髓; 全行业都要发力于培育和践行行业核心价值理念的实践, 重在加强紧迫感和责任感, 强化组织领导, 核心在扩大学习宣传, 在全行业深植价值理念, 贵在持之以恒, 形成长效机制; 保险教育培训机构要积极投身于培育和践行核心价值理念的实践中, 发挥教育引领和导向作用, 参与扩大学习和宣传活动, 助推行业转型发展, 重塑和提升行业社会形象。

**关键词:** 核心价值理念 文化建设 践行 教育培训

### 一、前言

2013年3月21日, 中国保监会向全行业、全社会正式发布了“守信用、担风险、重服务、合规范”的保险行业核心价值理念, 在国家金融体系中提出行业核心价值理念尚属首次, 标志着保险文化建设迈出了新的步伐, 是我国保险业改革发展史上具有里程碑意义的大事。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, 培育和践行保险行业核心价值理念是保险文化建设的重要环节, 对促进保险业持续健康发展有着十分重要的意义。

行业核心价值理念发布后, 保险业立即掀起了学习宣传、贯彻实践的热潮。作为一名保险行业教育培训机构的工作者, 对行业核心价值理念的发布深受鼓舞, 也倍感责任重大, 教育培训工作任重道远。保险教育培训要紧跟行业步伐, 找准切入点, 在推进保险文化建设和行业转型发展, 加强学习宣传、推广传承行业核心价值理念, 有效提升行业社会形象的实践中, 发挥教育引领和导向作用。

### 二、正确认识保险行业核心价值理念的重要意义

1. 保险行业核心价值理念是保险业文化的重要组成部分, 是加强行业文化建设的有效途径

先进的文化，是一个民族国家的血脉和灵魂，是一个行业健康发展的力量源泉。文化是一面旗帜，具有强大的感召力和凝聚力。党的十八大提出了要推进社会主义文化强国建设，把文化建设提高到国家战略的高度。保险业审时度势、放眼未来，在贯彻落实党的十八大推进社会主义文化强国建设的伟大实践中，郑重地向全社会宣布了行业核心价值理念。“守信用、担风险、重服务、合规范”十二个字掷地有声，简练而完整的阐释了保险业对社会经济的作用和意义，把全行业以前零散的、不完整的个别价值理念统一到十二个字的旗帜下。可以说，行业核心价值理念是保险业文化的核心和精髓，理解了保险业核心价值理念，就理解了保险业文化的要义；培育和践行核心价值理念，就是推动了保险业文化建设。

2. 保险行业核心价值理念是保险业走出当前困境、引领未来长远发展的关键

一个行业的先进文化是行业持续健康发展的不竭动力。当前，保险行业长期矛盾和短期问题交织，受国际国内经济周期性波动影响加大，保险业保费收入明显放缓，行业内竞争日益激烈，恶性竞争不时存在，保险业的转型发展势在必行。因此，保险业在改革发展的关键时期，明确提出行业核心价值理念，旨在为行业科学发展引领正确的方向。行业核心价值理念是指引行业走出当前经营困境的一个战略考虑，是从全局上引领中国保险业走上健康发展道路的一个关键，关乎整个行业的健康和持续发展，对提升行业从业人员素质、增强行业凝聚力、规范行业经营行为、改善和提升行业形象具有重要的现实意义和战略意义。

3. 保险行业核心价值理念是提升保行业形象、增强行业软实力的客观需要  
具有先进文化价值理念的行业，才有良好的社会形象，才能取得长足的发展。当前，由于保险文化缺乏导致的行业社会形象缺失，已经成为制约保险行业发展的瓶颈。保监会项俊波主席在2013年初监管工作会议上指出保险业的社会形象有“三个不认同”——消费者不认同、从业人员不认同、社会不认同。“三个不认同”，本质上是对保险业的核心价值认识不到位。保险业核心价值理念的发布，向社会宣布了保险业的社会责任和行业义务，是对社会和消费者做出了“诚信经营、勇担风险、用心服务、依法合规”的庄严承诺，同时也为行业自身提出了标准和要求，将会进一步重塑和极大提升保险业的社会形象，也会增强保险从业人员的自信心和行业归属感，从而进一步增强保险行业的软实力。

### 三、对培育和践行行业核心价值理念重要问题的初步思考

按照党的十八大精神的安排部署，中国保监会发布保险业核心价值理念为全行业提出了依循的核心价值理念，是全行业必须践行的标准和指南。如何让行业核心价值理念凝聚从业人员力量、规范保险业经营行为、提升行业社会形象、提高消费者满意度，引领保险业健康可持续发展，是整个行业必须认真思考的问题。

#### 1. 加强紧迫感和责任感，为培育和践行行业核心价值理念提供强大动力

保险业经过改革开放30多年的发展，取得了辉煌瞩目的成就，但也积累了不少矛盾和问题，目前已经到了必须重视文化建设、培育核心价值理念的关键时期。保险行业核心价值理念，是保险业健康可持续发展的及时雨。保监会项俊波主席在行业核心价值理念发布仪式上发表重要讲话，为全行业培育和践行行业核心价

价值理念明确了方向，提出了要求。保险从业人员要立即行动起来，加强紧迫感和责任感，顺应行业发展之需，在“及时雨”的沐浴下强身健体，内强素质、外塑形象，提升保险业的社会形象，迎来保险行业崭新的发展。

## 2. 加强组织领导，为培育和践行行业核心价值理念提供组织保证

加强组织领导，是我们做好各项工作的优良传统。保险业培育和践行行业核心价值理念，要在学习贯彻党的十八大精神背景下，切实加强组织领导这个根本保证。保险业包括保险公司、行业协会、学会、保险高等教育机构、教育培训机构等相关单位各级机构要把培育和践行行业核心价值理念摆在当前和今后很长一段时期工作的突出位置，提高培育和践行行业核心价值理念重要性的认识和理解，高度重视，成立组织领导机构，统筹协调、科学部署、明确责任，强化政策保障，形成全行业领导带头、全员参与、人人落实的工作格局。



## 3. 扩大学习宣传，为培育和践行行业核心价值理念营造浓厚的行业和社会氛围

学习和宣传行业核心价值理念不能停留在各级传达的文件和口号上，学习宣传方式要丰富多样，方法举措要落地、务实。一是要加强各层级从业人员的教育培训，结合各层级人员的工作实践，赋予不同的形式和内容。通过教育培训，使核心价值理念成为保险从业人员的行为规范和工作守则。二是在行业内树立核心价值理念的旗帜，运用各种宣传平台，组织宣讲团、召开行业研讨会、开展演讲比赛等多种形式，尽快营造浓厚的学习氛围，将核心价值理念内化为保险业的经营管理理念。三是要向全社会广泛宣传保险行业核心价值理念，通过保险知识教育，通过开展保险进学校、进机关、进企业、进社区，通过文化下乡活动，将保险核心价值理念宣传到社会的每一个角落，重塑保险业良好的社会形象。

扩大保险行业核心价值理念的学习和宣传，要做到三个面向：面向从业人员，使核心价值理念增强从业人员的信心，转化为从业人员的行为规范和价值取向；面向行业，使核心价值理念成为全行业共同遵循的标准和要求，贯穿到经营管理和销售服务的每个环节；面向社会，使核心价值理念渗透到每个社会单元，增强社会及消费者保险意识，改善和扩大保险业发展的社会基础。

## 4. 持之以恒，为培育和践行行业核心价值理念要深植行业和社会建立机制

行业核心价值理念的推出，不仅是应对当前行业发展困境，更是立足行业未来发展，实现可持续发展的需要。培育和践行行业核心价值理念，要避免流于形式、浮于表面；也不是为一时之需，为符合行政命令需要“运动式”地开展实践活动，要由政府监管部门主导转化为全行业自觉、自发、自主的实践活动，贵在持之以恒。培育和践行行业核心价值理念，要和当前推进贯彻党的十八大提出的创新驱动发展战略相结合，明确创新思路、推出创新举措、取得创新成果。培育和践行行业核心价值理念，要在思想上、行动上、制度安排上坚持不懈，要建立长效机制，要长期抓、抓长期，制定长期落实计划，跟踪督促、保证落实，不能一时狠抓、忘记时就不抓。

## 四、教育培训在培育和践行行业核心价值理念实践中发挥积极作用

文化是教育的事业，文化建设与是教育事业密不可分，保险行业核心价值理

念作为保险业文化的重要组成部分，教育培训机构要在培育和践行行业核心理念的实践中，要发挥积极作用。保险教育培训机构必须紧跟行业步伐，找准参与培育和践行行业核心理念的切入点，发挥自身优势，在推进保险文化建设，加强学习宣传、推广传承行业核心理念，有效提升行业社会形象的实践中，发挥积极作用。

### 1. 教育培训机构要成为培育和践行行业核心理念的阵地和窗口

保险公司内部直属的保险教育培训机构，其最重要的职责和使命就是为保险业改革发展提供人才保障和智力支持，为保险业文化繁荣发挥主阵地作用，成为行业先进文化宣传的阵地和窗口。首先，教育培训机构作为行业专职的教育部门，要发力于培育和践行行业核心理念的前沿，不断研究、不断创新，突出教育的导向和引领作用。其次，教育培训机构作为保险业服务部门，自身也要在践行核心理念上下功夫，在实践中树立“学为人师、行为世范”的标杆和榜样，把培育和践行核心理念贯穿于教学科研和后勤保障服务活动中。其中，“重服务”也是教育培训机构的核心价值所在：为培训学员提供衣食住行优质服务，为培训学员知识技能和综合素质提升服务，为保险业健康发展服务。



### 2. 教育培训机构要深入钻研培育和践行核心理念的教育工作

根据“要把核心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理念的内涵与要求”的要求，在当前和今后很长一段时期，教育培训机构要将教育和传承行业核心理念作为培训工作的重要内容，发挥自身在师资力量、教学科研能力等方面的优势，科学制定教学计划，合理安排教学内容，全方位推进行业核心理念的学习和教育。

一是要在把握十二个字核心理念要义的基础上，创新课程设置。在课程体系的规划、设计方面勇于创新、善于创新，根据价值理念的深刻内涵，研发出既适用于行业各类别、各层级人员学习又具有务实精神的时代领先、市场实用的培训课程体系，安排各有侧重的教学内容；教育核心理念，既不能脱离十二个字的要义，又不能拘泥于十二个字谈理论，要把教育行业核心理念与解决当前行业中不符合价值理念标准和规范的现象结合起来，使培训课程兼具针对性、实效性、趣味性，能接地气，让从业人员听得懂、学得会、用得上。

二是创新教学方式，探索体验式、互动式、研讨式等多样化的教学方式，在从业人员思想认识中根植核心理念。对保险从业人员进行核心理念的教育，要根据教育培训的发展趋势与成人培训的特点，教学要突破以讲师课堂讲授，学员被动接受的“一对多”的传统教学模式，在教育活动中增加小组研讨、角色扮演、情景体验、教学互动、模拟推演、现场观摩、市场实做等多种教学方式与教学环节，开展知识竞赛、演讲比赛等多种课外活动，把教学场所拓宽到培训教室以外，延伸到保险业基层和市场一线，以激发学员的感悟和体会为核心，重视学习者的主动性，使学员通过实务来理解核心理念的要义和精髓。

三是要丰富学习检验方法，巩固教育培训效果。教育培训的作用在于指导实践、促进工作、提高效率，检验学习成果主要是通过培训前后的变化和提升来体

现。要取得良好的教育培训效果，把握好训前、训中、训后三个培训环节是关键。训前，针对保险从业人员的不同类别和层级，制定学习需求调查，提出相应问题让学员撰写学习材料，掌握学员情况，以便实施有针对性的培训。训中，要严格学习纪律，保证学习氛围，根据教学计划采取多种方式组织实施培训，让学员带着问题学、带着兴趣学，在学习中思考、在思考中形成体会，并升华为自觉的思想认识。训后，加强评估考核，制定出针对性强、与实际工作问题紧密关联的考评提纲；或让学员提交学习心得体会，自我强化思想认识。总之，对行业核心价值理念的教育，要坚持以实际效果为检验标准，坚持以从业人员素质提升、思想理念升华为检验核心，建立一套完善的以实际效果为标准的考核评估体系是促进行业核心价值理念教育的有效手段。

3. 教育培训机构要发挥优势投身培育和践行行业核心价值理念的宣传活动中

“传行业正声”是保险教育机构的使命，扩大学习宣传行业核心理念是教育培训机构义不容辞的责任。教育培训机构要发挥自身师资优势，组建行业核心价值理念宣讲团，配合监管部门、行业协会、学会以及上级公司的文化教育活动，深入行业内外，深入基层一线、市场前沿，开展大力宣传。同时，教育培训机构还要发挥科研和专业优势，积极投身培育和践行行业核心价值理念的理论研究活动中，参与行业文化学术交流和研讨，传递专业声音、多出专业成果，为推动保险行业文化建设、促进行业文化繁荣做出贡献。

综上所述，保险行业核心价值理念的发布，是保险业划时代的大事，是全行业广大干部职工、营销伙伴期待已久的喜事，必将进一步增强我们从业人员的信心和归属感，重塑和提升行业社会形象，提高社会地位，促进行业长远发展。保险业的每条战线、各个单位、全体成员，都要发力于培育和践行行业核心价值理念的实践中，为行业的稳定健康发展做出应有的贡献。教育培训机构要从搭建阵地和宣传平台，发挥专业优势等方面出发，积极投身于培育和践行行业核心价值理念的实践中。

## 践行保险行业核心价值理念浅析

（幸福人寿四川分公司 郭菁）

面对目前社会大众对保险行业的不认同和不理解，我们迫切需要一种文化和理念从思想上去影响大众，同时也迫切需要运用这种理念在实际行动中改变大众对保险行业的负面看法。

在这种情况下，今年3月中国保监会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”。“守信用”是保险经营的生命线和基本前提，大众购买保险买的就是对保险公司或保险业务人员的信任，一切决策和行动都必须以诚信为先；“担风险”是保险产品最基本的功能，因为它就是为满足人类生命风险、财产风险等风险保障需求而产生的；“重服务”应该是我们践行

“守信用”、“担风险”的主要途径，而“合规范”则保证了保险经营和服务能长期稳健地进行下去，可以说核心价值理念的四项内容紧密相连、环环相扣，给保险公司的经营运作、保险业务人员的展业过程以及保险行业的价值评估都做出了明确有效的指引。

我国保险发展还处于初级阶段，行业运作机制不成熟，市场法规不健全，导致出现销售误导、理赔困难等负面问题。保险行业一直奉行最大诚信原则，从保险公司的经营运作来看，在售前、售中和售后都必须贯彻好“守信用”这个理念。保险公司必须在售前培训学习中以最务实的态度去培养保险业务人员和合作伙伴（银行、中介公司等），而业务人员在售中客户需求分析和产品功能讲解时也必须以最大诚信去面对客户，还有在售后回访、理赔等客户服务环节中保险公司和业务人员都必须遵守自己的承诺；在这个过程中，保险公司和业务人员均有义务引导客户遵循最大诚信原则，最大程度的真实反映自身的客观情况，只有在双方都以诚信为先的前提下，才能在保险公司的经营运作中贯彻好“守信用”原则。除了这种自律的管理方式外，保险监管机构也需要强有力的措施去引导保险行业中的每一个成员真正做到“守信用”经营，比如目前的“信访制度”、未来即将建立的“保险从业人员黑名单制度”等都是有效措施。如果这些监管制度能坚持执行并执行到位，相信对整个行业真正践行“守信用”原则有举足轻重的作用。

天有不测风云、人有旦夕祸福，在我们的工作和生活中时时刻刻都充斥着各种风险，正是这些风险的客观存在和“担风险”的基本功能才体现出了保险在社会生活中的价值和意义。5·12汶川大地震中，大家在为失去的亲人和家园痛哭流涕时，一张张保单成为灾民生命中的一线希望、一丝温暖。此次灾害中，保险业共处理有效赔案 23.9 万件，共赔付保险金约 16.6 亿元，理赔结案率 99.94%，同时保险业还向地震灾区捐款 4.53 亿元；今年 4 月 20 日芦山地震的发生再次考验着保险业，各家保险公司积极开展客户慰问和理赔工作，目前共有 48 家保险公司接到报案，本次地震保险业预计赔付金额 1.43 亿元，各保险公司还向灾区捐款共计 7800 万元。这些数据都有力地证明了保险企业强烈的社会责任感和强大的风险保障功能，在社会大众的风险管理中发挥着积极主动的作用。同时也让社会大众深刻认识到风险无处不在，灾难无法避免，从而在客观上提高了保险意识，促使自己不得不去做好风险转移工作。

从社会功能层面上看，保险行业其实也是一个服务行业。对中国市场来说，消费者已逐渐意识到保险产品的重要性，已渐入到理性消费阶段。因此，在社会大众选择购买保险的评判因素中，服务水平的高低已可以和保险产品的优劣并驾齐驱。目前，因对保险服务不满意引发的退保时间也频频发生，包括夸大承诺、理赔困难等方面，这些都直接损害着吧保险企业的利益以及行业的公众形象。因此，保险公司应把“重服务”作为行动指南，在各个环节中提高服务水平。那么首当其冲就是要重视人才队伍建设，尤其需要提高保险业务人员、客服人员 and 理赔人员的服务水平，要做到招聘环节严格把关，挑选综合素质较好的应聘人员，还要对新进人员进行服务意识和技能的专业培训和训练，以确保他们的服务能让公司放心、让客户满意。另外，在当今激烈的市场竞争中，附加值服务更能体现保险公司对客户的关注和关爱。中国人寿推出的“住院代表制”，将鲜花送进客

户病房；平安一张“急难救助卡”，可让客户在异地出险时，受到贵宾般的待遇；还有国外市场上的“代步车服务”，当投保车主的车辆由于事故无法使用时，保险公司为他免费提供代步车以解燃眉之急。这些都属于服务创新，是增加保险公司竞争力的有力武器，在保险行业内应该大力推广，以获得消费者更多的认可和良好的口碑。

在市场瞬息万变、纷繁复杂的今天，合规已成为各行各业的经营主题之一。对于以财产和生命作为保险标的的保险行业更要树立合规意识、合法经营才能维持保险企业的稳定经营、保障社会大众的利益和维护社会的安定。只要做到“合规规范”，那么在践行“守信用”、“担风险”和“重服务”过程中的一切困难和问题都会迎刃而解。同时，从另一个角度来看“合规规范”经营也能为保险企业创造价值。试想若企业不合规经营，不仅会出现财务损失，还会有声誉损失、丧失业务开展资格等等，会对保险公司的中长期业务造成严重影响。因此，遵守合规是保险公司减少经济损失的必要条件。不仅如此，通过合规管理，公司制度的推动得到充分落实、员工素质提升得以逐步实现，从而使公司实现高效运作和快速发展，使公司和员工双赢。

践行保险行业核心价值理念是保险企业增强核心竞争力、实现健康发展的重要保证，也是保险行业稳定运作、树立良好公众形象的必要途径。作为保险从业人员，我么必须结合实际工作、自觉践行保险行业核心价值理念，也要面向全系统和社会大众加强对核心价值理念的宣传，让每个从业人员都能自觉遵守核心价值理念，并在广大客户中深入人心。

## 基于核心价值理念保险行业企业文化的建设

（中国人民财产保险股份有限公司 邢晓霏）

### 摘 要

在科技日新月异、市场环境瞬息万变的知识经济时代，人的因素已经成为决定企业成功与失败的关键因素之一。保险行业对核心员工的重视也上升到前所未有的高度，然而企业文化又是决定核心员工素质的重要因素。本论文以保险行业企业文化为研究对象，基于保险行业核心价值理念，研究保险行业的现状，完善组织管理策略，提高核心员工素养，进一步改善企业员工队伍的基本素质，提升满意度、组织文化和价值观，促进保险行业的飞跃发展。

**关键字：** 保险行业，核心价值理念，企业文化

### 1 前 言

在经济全球化的经济背景下，人们除了基础物质上的追求外，也在追求更高层次的物质满足，以及精神层面的满足，从而在客观上刺激了保险行业的发展。在现代环境中，人的发展是保险行业得以发展的重要因素。因此，企业在发展的同时，更加重视企业核心员工的发展。因为核心员工的文化素养和价值观与其满意度、忠诚度、凝聚力呈正相关，并且在很大程度上决定了员工的行为，在客观上直接决定企业绩效的提升，促进企业经济效益的发展。

同时，企业文化与组织绩效是互为因果的。企业文化可以决定一个企业员工的行为，从而影响组织绩效；组织绩效同样会造就一个企业的文化氛围和文化气息。

## 2 核心价值理念

依据中国保监会在京召开的发布会，这里的核心价值理念主要是指保险监管核心价值理念和保险行业核心价值理念。

### 2.1 保险监管核心价值理念

#### 2.1.1 内涵

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”。

#### 2.1.2 意义

第一、为民监管是保险监管的根本宗旨。保险监管要求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，树立政治意识、大局意识、责任意识和服务意识。

第二、依法公正是保险监管的基本原则。保险监管要求建立健全监管体系，切实做到有法可依、有法必依、执法必严、违法必究，推进政务公开，维护公平竞争的市场环境。

第三、科学审慎是保险监管的精神要义。保险监管要求以科学发展观为指导，遵循客观规律，创新监管方式，改进监管手段，确保监管的科学性和有效性。同时完善风险监测和控制体系，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。

第四、务实高效是保险监管的时代要求。保险监管要求加强监管队伍自身建设，坚持求真务实、真抓实干、清正廉洁，树立良好的监管形象。

### 2.2 保险行业核心价值理论

#### 2.2.1 内涵

保险行业核心价值理念是“守信用、担风险、重服务、合规范”。

## 2.2.2 意义

第一、守信用是保险经营的基本原则。保险是一种契约行为，是对未来不确定性的承诺。

第二、担风险是保险的本质属性。保险是经营风险的特殊行业，要通过专业的制度安排和不断的改革创新，提升风险管理能力和核心竞争力，增强行业发展活力，从而更好的履行保险责任。

第三、重服务是保险价值的实现途径。保险行业属于服务业，商品是无形产品，服务是基本手段。只有满足大部分消费者的需求，做好售前、售中和售后服务才能实现保险的真正价值。

第四、合规范是保险市场健康运行的前提条件。只有保险机构和从业人员都符合国家法律法规的要求，才能培养良好的市场秩序，保证保险行业健康可持续发展。

因此，践行保险监管核心价值理念和保险行业核心价值理念是保险文化建设的关键，是保险行业健康发展的前提和保证，同时也为公司企业文化和价值体系的建立提供了方向。



## 3 企业文化

### 3.1 企业文化的内涵

企业文化是企业员工在经营管理活动中共有的理想信念、价值观念和行为规范，包括精神文化、制度文化、行为文化和物质文化。

然而针对于保险行业的特殊性，保险行业追求的文化是一种过程文化，注重过程和细节，强调谨慎周到、稳定安全、服务到位等，尤其要注重售前售中售后的一体化服务。

### 3.2 企业文化与保险行业核心价值理念的关系

企业文化和核心价值理念既是统一的，又是相辅相成的。企业文化和核心价值理念都是企业或者行业精神层面的依托，都属于文化软实力范畴。核心价值理念是企业文化的源泉和基础，指导企业文化工作的开展；企业文化的落实与塑造是核心价值理念的深化和发展。

## 4 基于满意度保险行业企业文化建设的建议

### 4.1 保险行业企业文化发展现状

顺应时代发展的趋势，保险行业的企业在文化建设方面都进行了广泛的探索，提出了各自企业文化建设纲要，如人保财险以“人民保险，造福于民”为使命，并将企业核心价值观确定为“风雨同行，至爱至诚”；中国人寿保险有限公司提出了“成己为人，成人达己”的文化理念等。

虽然保险行业在文化建设方面小有成就，但仍存在一些误区：

第一、员工对公司企业文化的理念缺乏深层次的了解，这主要归因于企业对

企业文化宣传力度的缺失，缺乏专职的企业文化部门，从而导致企业文化无法形成体系，直接导致企业文化的“虚化”，无法真正发挥企业文化的强大作用。

第二、企业对企业文化的重视程度的欠缺。由于保险行业部分企业单方面的追求企业绩效的短期发展，而忽视了企业文化对企业业务发展的长远客观影响。

第三、企业文化的落实存在滞后性。企业文化的建设在某种程度上只注重形式，未注重内容的创新及与时俱进。同时，这些企业文化的“条条款款”，在员工身上根本没得到落实。

第四、企业文化的内容，缺乏针对性。根据保险行业性质的特殊性，围绕“守信用、担风险、重服务、合规范”这四个层面，有针对性地进行企业文化建设。

## 4.2 保险行业企业文化建设的建议

### 4.2.1 为员工提供一个稳定发展的工作环境，促使员工整体素养的升华

#### (1) 优化硬件环境

员工的工作环境是属于物质文化的范畴，然而这里的工作环境主要是组织为员工提供的硬件设施，主要包括办公室、办公条件、办公设施等。只有组织为企业提供一个完善和条件优越的办公环境，才能调动员工工作的积极性和主动性。比如，组织为员工提供一个独立的办公条件，改善员工的办公环境，增强员工工作的舒适度，进而促使员工满意度的改善和提升。硬件环境的优化，即物质文化的优化，为精神文化、行为文化及制度文化的建设奠定了平台基础。

#### (2) 改善人际环境

人际环境属于行为文化的范畴，这里所说的人际环境主要是两方面的，主要是领导和员工之间的人际和同事之间的人际关系。

首先，领导与员工：在组织中，如果要使得上级与员工的关系融洽，上级和员工都必须采取行动。对上级而言，上级要主动了解和调查员工的真实想法，经常与下属进行交流，听从下属的建议，切记独断专行；注意在领导程度和风格上的把握，在重视组织绩效的同时，要多关心群众员工的呼声，多关心员工，可以给予员工适当的激励，比如在加班补贴、慰问金、物质补助以外，经常给与员工生活上的关心，精神上的鼓励等。

其次，同事之间：同事之间的人际交往，主要是要互帮互助，相互关心，相互学习，在正常竞争中为组织创造财富，切记出现同事之间的恶性竞争。比如，为了达到成功的目的，采取不当手段遏制同事行为或者扭曲事实向上级打小报告等。组织要经常性的鼓动员工之间互帮互助、利他行为、团队精神等组织公民行为的展现，同时，发现同事之间有不和谐因素出现，要及时进行调节或鼓动其他员工进行调节，构建宽松愉悦的人际环境。

总之，稳定的工作环境是企业文化建设的前提和基础。只有组织为员工提供了一个稳定的工作环境，促成一个和谐发展氛围，增强员工的稳定性，才能使员工在心理和生理上得到满足，才能使员工在文化氛围中得到熏陶，促使文化建设的进一步落实。



#### 4.2.2 打造“双赢”的新型企业文化，提升满意度

(1) 系统把握保险行业人力资源管理的整体衔接，促进各部门的整体沟通协调

保险行业强调的是售前、售中到售后服务的过程，组织要着重把握着这个流程中人员的衔接，要经常性的组织各部门核心人员的交流，加强保险行业人力资源管理的整体衔接，促进各部门的整体沟通协调，促进各部门之间信息的流通，以在各个环节经常进行员工行为的调节和改善，同时，注重各部门在各岗位上员工的知识提升，从而促使一种和谐的文化氛围的形成。

(2) 重视招聘环节：在注入新鲜血液时，重视应聘者的综合素养。

员工行为的发生在本质上还是取决于员工本身，员工综合素质的高低直接决定员工思想和行为。虽然组织无法快速的从本质上去决定员工的行为，但是组织在人员选择这一方面可以采取相应的措施。

组织在人员素质的选择上，主要环节就是招聘环节。招聘环节是决定人员整体素质高低的首要环节，所以组织在组织企业招聘活动时要慎重进行选择。年轻的应聘人员会为企业带来了新知识和新文化，然而这些新东西是不是能够被企业和组织所认可，能不能被老员工所接受都是组织需要考虑的隐形条件，这直接关系到新员工以后在组织中的影响力，关系到保险行业“守信用、担风险、重服务、合规范”核心价值理念的宣传以及企业文化的推广。

(3) 合理安排培训内容：重视文化软实力

对于一部分老员工无法从招聘环节直接进行选择，那就由组织安排培训以提高员工素养。员工的培训主要是企业文化、价值观的培训和保险行业核心价值理念和保险监管核心价值理念的宣传工作。培训可以采取讲授法和案例研究法，在理论知识进行灌输的同时，进行案例的实战演练，进一步加深员工对基于核心价值理念的企业文化的认识。

盲目缺乏考核的培训是达不到培训目的的。培训的考核主要包括培训前期的考核、培训中的考核以及培训后期的考核。培训前期的考核结果主要是为了与培训后期的结果进行比较，以考量这次培训的信度和效度；然而在培训中的考核主要是达到一个监督的目的，督促员工重视培训。最后根据培训结果，对不同表现的受训人员给予一定的奖惩，以起到激励的作用。因此，在进行培训的同时不能忽略行为文化变量影响因素，在各个阶段的考核中都应该体现对行为文化的重视。

(4) 重视和拓展对周边绩效的考核

企业文化要引起员工的重视，最主要最有效的方式就是尽量把员工的行为文化融入到组织考核体系中，重视周边绩效的考核，并制定一定的奖惩制度。完善企业的各种基本制度，并严格、公平地执行。并优化企业的工作流程，简化沟通环节。同时保持企业内部信息渠道的通畅，使得高层管理人员有机会了解普通员工的观点态度，而普通员工也能够得到高层管理人员的反馈。企业还需要将政策变化、人员变动等内部信息及时传递给公司每一个员工，保证员工的知情权，使信息对称。

俗话说“无规矩不成方圆”，说明任何事情要处理的妥当还是要以规章制度作为其执行的前提。只有文化行为尽可能多的罗列出来，以明文规定呈现在员工面前，员工的文化行为就会表现的更主动和积极，只是不能违背自愿的原则。

组织可以在企业考核体系中增加周边绩效考核的标准和内容，在考核体系中



把一部分琐碎但又是员工经常性发生的行为作为考核指标，并在每次员工考核时一并进行考核。同时，把周边绩效考核作为企业考核体系的附加体系，并把这一附加体系的考核分值以权重的形式进行折合再增减到主要绩效考核体系的考核分值中。

### 4.3 员工角度

#### 4.3.1 员工观念

##### (1) 培养主人翁精神

企业文化建设强调的是一种内在精神的培养和激励，主要在于培养员工的主人翁精神，激发员工的使命感、责任感和荣誉感。

作为企业员工的一员，要树立正确的人生观和价值观，真正做到以人为本、诚信待人。在业务的开展过程中，切实把握核心价值理念的精髓，始终把客户的利益摆在首位，想客户之所想，将员工的主人翁精神在业务开展中落到实处。



#### 4.3.2 行为落实

在保险行业的运转过程中，切实以保险行业核心价值理念为根本出发点，做好售前、售中和售后服务。

售前环节：结合竞争日益激烈的市场环境，以及消费者的需求，适时开发保险新险种，切实把“服务”落到实处。

售中环节：在产品的推广过程中，员工必须以诚信为前提，以法律规范为保障，合规范的介绍保险产品，保证保险业务正常有序进行开展。

售后服务：这是真正体现“守信用、担风险、重服务”核心价值理念的重要环节，这都要求我们在事故发生后，根据条款承诺快捷高效的进行理赔，做真正让客户满意的服务。



总之，不管是售前售中，还是售后环节，都体现了企业文化之所在。要将企业文化真正融入到员工身上，因为员工是企业 and 外界接触的纽带。

## 5 结束语

通过从组织和员工角度出发，进一步完善保险行业企业文化，深化员工行为，形成“以守信用为原则，担风险为前提，重服务为标准”的服务模式，将服务落实到位，提升客户满意度，促进了保险行业良好循环和健康发展。

# 浅谈保险业企业文化建设

(中邮人寿四川分公司 唐涛)

**【摘要】**企业文化对于企业竞争力的提升，经营目标的实现具有重要意义，保险业企业文化的建设有利于保险公司内部管理的规范，团队凝聚力的提升，客户关系的巩固、品牌形象的塑造。然而，由于历史原因以及企业文化本身的复杂性和综合性，企业文化并没有很好的贯彻到公司日常经营中去，导致对于竞争力的拉动作用有限，需要在工作中进一步加强建设、逐步完善。

**【关键词】**企业文化；保险；提升能力

企业是树，文化是根。进入世纪以来，企业竞争越来越表现为企业文化之间的较量。企业文化的强弱优劣，是公司综合实力的基本标志，关系到企业的凝聚力、创造力和生命力。大凡成功的企业不仅会看重自己的资本实力、市场规模和产品质量等“硬指标”，更会积极建设企业文化，提升企业的“软实力”。

过去的十年，在中国经济高速增长，国民收入不断提高，居民保险消费稳步增长的背景下，我国的保险行业迅速成长，并且取得了骄人的业绩。据中国保险监督管理委员会（下称“保监会”）数据统计，中国保险业保费收入由2000年的1,596亿元提高到2010年的14,528亿元，十年增幅高达810%，平均年复合增长率达24%，并且成为全球第6大保险市场。保险行业飞速发展的同时，行业竞争力也愈发激烈，可以说，当前保险行业的竞争已经不仅仅是经济实力和管理水平的竞争，更是企业文化的竞争。另一方面，在保险业取得令人瞩目的同时，但保险行业销售方面存在的问题也日益严重，经常成为社会公众和媒体关注的焦点，严重损害了保险消费者的权益和行业社会信誉，这对保险行业的企业文化建设提出更高的要求。

## 一、企业文化对企业的重要意义

### （一）企业文化建设有利于企业竞争力提升

企业文化，是在社会环境影响下，在企业内部长期培育起来的为全体员工自觉奉行的价值观念、意识准则、行为规范的总和。文化对于企业竞争力的影响是显而易见的，比如保险公司中，一个保险产品推出来了，很快有其他保险公司模仿；一项服务措施推出来，社会反响比较好，马上也有人跟进。但产生的效果不同，因为企业的内在素质是不一样的，价值观念是不一样的，是企业文化差异造成了这种差距，先进文化和落后文化的区别造就了竞争力的不同。因此，从竞争战略角度讲，企业文化又是企业对市场经济的特殊反应而形成的竞争文化，尤其在当前社会主义市场经济体制激烈的市场竞争的大环境下，企业文化建设的目的很大程度上在于提高企业的竞争力，而不是追时尚、赶时髦的“装饰品”。

### （二）企业文化建设有利于人性化管理

传统的管理模式强化了领导者的权威，有助于建立理性上的规范，但是也增加了管理者与员工的距离，不利于建立快捷高效的沟通方式。而文化管理作为企业管理的最高层次，它通过企业文化的培育、管理文化模式的推进，使员工形成

共同的价值观和行为方式，能弥合这种不足，主要体现在以下方面：第一，对员工的情感进行有效管理。对情感进行管理就是要注重人的内心世界，根据情感的可塑性、倾向性和稳定性等特征进行管理，其核心是激发员工的积极性，消除其消极情感。第二，鼓励员工进行自我学习，自我管理。自我管理是鼓励员工根据企业的战略和目标，自主制订计划、实施控制、实现目标。在企业发展过程中，在员工中存在“对公司总体发展目标不清楚”、“对公司的实力认识不清”、“对竞争对手不了解”和“公司上下沟通不畅”等问题。

### （三）企业文化建设有利于提升团队凝聚力

在二元制的营销模式里，保险公司与保险营销员之间是“委托——代理”关系。营销员每天都要面对不同的客户，承受着多方面的压力，挑战、挫折与之相伴。企业文化的建设、群体式的学习与鼓励可以帮助业务员化解压力、完成归零心态，保持激情与斗志。保险公司有必要建立相对完善的企业文化用以凝聚人、教化人、激励人。与此同时，在公司内部，企业文化也是化解员工之间矛盾的有效手段，以共同的愿景激励人、以相通的文化协调人与人之间的关系，倡导公平竞争、广泛合作、共同发展的观念，把竞争与合作结合起来，使个人在竞争中不断提升素质，充分发挥自身潜能，齐心协力完成公司的宏图伟业。

### （四）企业文化建设有利于提升公司品牌形象，密切与客户的联系

保险作为无形的商品，寄托着客户对公司的信任。但是客户往往是通过保险公司的员工及营销员的举止来衡量一个公司的。而与企业品牌形象有关的实力、信誉、服务等也都是细微之处体现出来的。因此员工和业务员的专业知识、着装、礼仪、诚信、素养显得尤为重要，这些都必然的需要企业文化来培育，比如太平人寿的“成己为人、成人达己”文化理念的提出。“成己为人”即完善和壮大自己的目的，是为了更好地为客户和社会服务；另一方面，只有不断完善和发展壮大自己，才能更好地为客户和社会服务。“成人达己”是说，只有成就和帮助他人，才能发展和完善自己，实现自己的理想，达到自己的目标。

## 二、保险企业文化核心内容

（一）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，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，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，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。

### 三、当前保险企业文化建设现状及存在不足

(一) 对保险企业文化建设的认识不够。部分企业还没有把企业文化建设提升到战略的高度予以认识和重视，保险企业文化建设与业务拓展关联度不高，企业文化未能渗透到企业的日常运作各个环节中，良好的企业文化对企业的作用未能充分体现。

(二) 对企业文化建设的认识不清。由于部分企业对企业文化的建设存在着各种各样的错误认识，使得企业文化无法真正发挥作用。对企业文化的错误认识会导致企业的文化建设存在着短期性、趋同性、表面性，无法体现企业的特色深层次文化。

(三) 对企业文化建设的管理不善。随着融入 WTO 进程的加快，寿险市场已进入实质性开放阶段，公司既要应对实力强大的外资保险公司的强烈冲击，又要抗衡国内其他崛起的新兴保险公司的挑战。为了实现公司的可持续发展，必须进行观念创新、文化创新。但是，许多公司在企业文化建设中还存在着内部协作沟通不充分、企业形象塑造缺乏统一规划、管理运作专业化不够、创新能力不足、用人机制效率不高等问题，在一定程度上削弱了公司的竞争优势。为此，保险公司需要导入新型文化，以提升竞争力。

### 四、保险企业文化建设的几点建议

(一) 明确企业文化内容，培养员工自觉自愿的依规行为

规范制度文化即在加强企业管理过程中，主动导入企业文化概念，“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；按照贯标及认证标准，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、推行《岗位规范》；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) 以员工满意为核心，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）以客户满意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，视顾客为上帝的观念，真正做到从思想上、行动上把顾客当作“上帝”，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客户的需求动态。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。比如太平人寿的“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）实施品牌战略，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。制定符合实际的CI手册，统一企业标志、旗帜、歌曲、徽章、色彩等多种企业标识；规范企业建筑风格、建筑色调，规范公司及各部门简称，规范公司车体外表，规范办公设备、办公器具，设计并规范员工着装款式及色调，统一企业宣传标牌、广告牌的装置规格和设置区位；崇尚工作环境、生产环境和生活环境的美化、净化和现代化，建立和推行《公司环境建设标准》；在公司办公楼、会议室等处制作大量企业理念的牌匾、图板、灯箱，使企业理念深入人心，增强企业文化的感染力；作好企业和产品的广告宣传，打造企业品牌，扩大企业的知名度和美誉度；进一步抓好广场、公园、俱乐部、报纸、电视、图书 活动室等文化载体和阵地建设，形成浓厚的企业文化建设氛围，都有助于品牌形象的提升。



当然，保险企业文化必须要想有所发展，必须随着环境的变化、经营的变化，有必要吸收新的理念、淘汰旧的内容，使企业文化始终成为具有蓬勃生机的、与时代紧密相联的、内容丰富饱满的，从而推动企业持续、健康、有序的发展。

## 浅谈以服务为精髓的保险行业核心价值理念及其贯彻措施

(中邮人寿四川分公司 王勤凤)

**【摘要】**2013年一季度的中国保监会发布了“守信用、担风险、重服务、合规范”的保险行业核心价值理念。本文通过阐述保险行业文化、核心价值理念内涵及其与保险行业服务功能的紧密联系，从不同角度诠释以服务为精髓，以提供诚信服务、保障服务、优质服务和规范服务为内容的保险行业核心价值理念内涵，并针对监管、企业和公众多角度提出了转变观念、狠抓落实、完善机制等贯彻保险业服务核心理念的具体措施。

**【关键词】**服务；核心价值；贯彻措施

中国保险行业近年来发展迅速，成效显著，在金融危机中继续保持了稳健的发展势头，但社会上对保险行业的误解依旧存在，尤其是2012年，在全国人身保险业综合治理销售误导工作深入开展取得阶段性成果、保险业正面宣传和消费者权益保护工作有效开展的同时，业界越来越多地开始关注保险行业存在的隐忧，于是保险行业文化建设匮乏这个制约我国保险行业发展的瓶颈问题被提上了监管及整个行业的议事日程。与国外先进保险文化更注重服务、更注重创新相比，如何树立以服务为精髓的行业核心价值理念，打造保险行业发展“软实力”，实现“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”的保险业“中国梦”，是让保险真正发挥保障、避险功能，关乎保险未来发展的紧迫问题。

### 一、保险行业文化概述

#### (一) 基本概念



保险行业文化是指保险业在长期经营过程中逐步发展起来的,以企业文化为基础,并为保险行业成员所共有的行业独特的价值观行业精神以及以此为核心而形成的行业规范、道德准则、生活习惯和行业的风俗习惯等。<sup>1</sup>保险物质文化、保险精神文化和保险行为文化三个系统是构成保险行业文化的主要部分。其中,保险物质文化是保险文化体系的基础,它包括保险文化载体、保险文化识别、保险文化体现和保险文化环境,如保险广告宣传、保险形象、保险客观要素和保险外部环境等;保险精神文化在保险文化体系中处于主导地位,它包含的几个主要内容分别是保险价值观念体系、保险经营哲学、保险心理预期、保险理论和保险精神,如保险服务观念体系、保险经营的辩证法和保险家精神等。另外,在保险文化体系中具有重要的地位的是保险行为文化,它包括保险责任、保险职业道德、保险民主管理、保险规章制度和保险组织领导等。<sup>2</sup>

## (二) 中国现代保险行业核心价值观

保险行业的核心价值观就是保险业的发展志向且能够体现保险业的发展主张,能够使从业人员信守并坚守,能够清晰地表达对社会,对客户、对员工等各相关群体的看法和态度,能够表明各企业生存和发展的志向和价值取向。自正式开办保险业务以来,我国保险业核心价值观念主要涵盖以下内容:热爱祖国、奉献社会;自主创新、开拓进取;合规经营、公平竞争;诚实守信、客户至上;爱岗敬业、恪尽职守等等。<sup>3</sup>与此相关,业界纷纷提出了具有本公司特色的价值观念:如“责任”、“求实创新、专业规范、稳健进取”、“成己为人、成人达己、与客户同忧乐”、“追求卓越、创新发展、构建和谐”等等,这些价值观念都是广大保险业员工经过不断发展实践提炼出来的有益经验和思想精华。

2013年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。其中,保险行业核心价值理念是“守信用、担风险、重服务、合规范”。具体而言,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。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

<sup>1</sup>袁林.我国保险文化的现状及发展策略[J].产业与科技论坛,2012,(11),17.

<sup>2</sup>李少芳.浅论保险行业文化体系功能与建设[J].河北金融,2008,(3).

<sup>3</sup>徐丰铭.加强保险业核心价值观体系建设探究[J].保险职业学院学报,2008,(10),5.

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。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。<sup>4</sup>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、以服务为精髓的核心价值理念内涵

### (一) 保险服务内容

#### 1. 保险服务内涵

狭义的保险服务是指保险人在与现有客户及潜在接触的阶段,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以及基于客户的特殊需求和对客户的特别关注而提供的附加服务内容。广义的保险服务是指保险公司为社会公众提供的一切有价值的活动,这是一种现代化服务观念,它与传统性服务的最大区别在于它呈现出明显的外延扩张。现代化服务观念则认为,凡围绕经济赔偿与给付这一核心所进行的各种扩散性服务,均在保险公司的服务范畴之内。

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,其中的第一项可称之为核心性服务,其他各项可称之为扩散性服务。核心性服务与扩散性服务的关系是:核心性服务是根本,扩散性服务围绕核心性服务展开。

#### 2. 保险服务内容

##### (1) 售前服务

是指推销保险商品之前为顾客提供的涉及保险方面的服务,这是在精心研究人们保险需求心理基础上,在他们未接触到保险商品之前,用一系列激励方法来激发顾客购买欲望而提供的各项服务。保险售前服务内容十分丰富,其核心是

<sup>4</sup>中国保险监督管理委员会.<http://www.circ.gov.cn/web/site0/tab456/i239331.htm>.

为顾客提供方便,具体有以下几项内容:一是购买咨询服务。人们在投保之前需要了解有关保险信息,保险公司应竭诚为顾客服务,千方百计地把顾客期望得到的信息传递给他们。方式主要体现为保险公司通过广告、公关活动等传递保险资讯和保险营销员的直接对口提供。二是风险规划与管理服务。主要内容为帮助企业 and 顾客识别风险;帮助企业 and 顾客选择风险防范措施,制定财务计划,同时适当转移自身风险。

### (2) 售中服务

是指在保险商品买卖过程中,直接为销售活动提供的各种服务,它是销售实现的关键环节。主要内容有:一是主动热情、耐心周到的迎宾服务,它是售前与售中服务的中间环节,既指纯服务性的迎宾服务,也指销售操作的第一程序。二是涉及业务接洽、协商、投保、审核、验险、接受业务、制单、收取保费等工作的承保服务。三是对投保的客户进行保险业务指导的技术性服务。四是建立保户档案。

### (3) 售后服务

售后服务最能体现保险公司或营销员的特色,保户购买的就是服务而不仅仅是保险商品,售后服务的质量往往左右客户的选择,可以发掘客户的其他需求;可以塑造专业形象;可以随时掌握客户信息。主要内容为营销员的持续密切联系与拜访,保险公司采取各种措施,减少保险事故的发生、提供附加价值服务以及提供保全、理赔服务等。

## (二) 以服务为精髓的核心价值理念内容

### 1. 就守信用而言,要提供诚信服务。

最大诚信原则是我国保险经营活动的基本原则,保险,从法律关系上看,其实质是投保人和被保险人员之间的民事法律关系,而从诚信角度看,则是投保人与保险人之间一种信用活动。新修订的《保险法》在“总则”第五条中专条规定了诚信原则,即“保险活动当事人行使权力、履行义务应该遵循诚实信用原则”。就保险行业而言就应不规避法律,不损人利己,诚实守信,不诈不欺,忠实履行法定义务,提供诚信服务。具体而言,在订立合同时,保险企业要履行说明义务,不能承保无民事行为能力人投保以死亡为给付保险金条件的人身保险;承保后,应及时向投保人出具保险凭证,不得随意解除保险合同;出险时要及时向被保险

人或者受益人赔偿或者给付保险金，不能对投保人、被保险人或者受益人实施欺诈行为等。总之，保险业必须坚持生存之本，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，只有这样，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。

## 2. 就担风险而言，要提供保障服务。

在风险管理理论中，保险是损失融资的重要手段，是一种风险转移机制，其基本运作机制在于：投保人与保险人共同签订保险合同，投保人向保险人缴纳保费，换取保险人对投保方的经济损失给予补偿，或在约定事件发生时给予一定的保险金的承诺，保险人利用大数法则，通过大量的相互独立的风险将个别风险的不确定性损失转化为可以预测的稳定支出，实现风险的消化。所以，担风险，提供保障服务是保险行业的核心职能。具体而言，提供保障服务主要为财产保险的补偿功能和人身保险的给付功能。通过财产的补偿功能，使得已经存在的社会财富因灾害事故所致的实际损失在价值上得到补偿，在使用价值上得以恢复，从而使社会再生产过程得以连续进行。保险的这种补偿既包括对被保险人因自然灾害或意外事故造成的经济损失的补偿，也包括对被保险人依法应对第三者承担的经济赔偿责任的经济补偿，还包括对商业信用中违约行为造成的经济损失的补偿。通过人身保险的保险金给付功能，在法律允许的范围与条件下，在保险合同约定的保险事故发生或者约定的年龄到达或者约定的期限届满时，投保人从保险人方得到给付的保险金，用来解决燃眉之急或福享人生。所以，整体而言，保险行业要坚持改革创新，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，从而更好地提供保险保障服务。

## 3. 就重服务而言，要提供优质服务。

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企业，要他信任企业就必须让他先感受到企业全面贴心的专业服务。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，再加上各保险企业提供的产品大同小异，服务

也就成为客户投保时的首选。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。同时,好的客户服务使保险企业更好地了解客户需求,满足客户需要,从而提高保险企业续保率、增加新保单,降低企业经营成本,实现整个保险行业健康平稳发展。所以,优质的服务,是一种“三赢”策略,即顾客满意、企业获利、行业进步。因此,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。

#### 4 就合规范而言, 要提供规范服务。

2013年,银保渠道分红险经历了2002年、2007年两次销售高峰,今年恰逢当时销售的10年期、5年期分红险同时到期,满期给付压力较大,前期不规范销售后遗症突显,由此引发的非正常退保事件让中国保险业步入了一个较为困难的阶段。所以,我们要深刻的认识到,随着对外开放程度的不断提高、监管机制和制度的逐步完善,一方面中国保险行业服务社会的能力日益增强,另一方面也必须清楚地意识到:中国的保险市场依然是一个不成熟的市场。无论是历史遗留下的问题,还是为了争夺市场而引致的新问题,各种问题的充斥、碰撞、交织,亟需改善和解决,而规范经营,为消费者提供规范服务是根本。保险成功承保基于保险企业的正确引导,消费者量入为出的理性思考,只有保险机构和从业人员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,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,才能保障保险业健康可持续发展。

### 三、贯彻以服务为精髓的核心价值理念举措

#### (一) 转变观念, 坚持以服务为核心

##### 1. 监管部门要加强引导

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,始终把保护保险消费者合法权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”。同时,针对目前保险客户直接评价的反馈机制尚不健全的情况,监管部门要着力于保险服务评价体系的建立与完善,来引导保险企业记录客户评价结果、重视客户需求、改进服务质量,以进一步促使保险企业了解自身不足、消费者选择保险企业、推动全行业服务水平的提升。

## 2. 保险企业要转变重心

保险企业的重心要由销售向服务转变,首先要改革代理人薪酬制度。只有没有业绩指标和收入压力,销售人员才可能改变产品推销观念,才能迈出从以业务为中心转向服务客户为中心的营销发展战略的第一步。同时要保证完整、高效的销售服务过程,制定相关服务的标准化作业流程并给予公示,从而有效指导内部员工开展服务工作,方便客户清楚每项操作过程,避免双方误解,做到有序、有步骤地完成整个保险销售服务。其次要关注销售服务过程中的细节。针对售前服务,保险企业应做好基本准备工作,确保信息对称。针对售中服务,要简化流程,重点为顾客提供快捷、有效的服务。针对售后服务,要满足客户所需,增强客户信心,避免客户流失。<sup>5</sup>第三要营造主动开展服务工作的氛围。要在提高产品针对性、改善销售渠道、提升服务水平、丰富服务内涵等多方面工作上下功夫,打造以服务客户为导向的企业目标体系,提升客户群体的保险购买总价值。总之,以客户为中心,从客户实际需求出发,不断提升客户服务质量与水平,才是保险业长期健康发展的必由之路。

## 3. 从业人员要提升素质

作为向客户提供服务的直接主体,保险从业人员的素质在其必要性上表现了保险从业人员的角色地位和职能作用的客观要求;在其现实性上是保险从业人员个人从业实践及素质提升所达到的结果。所以作为一名能够有效承担客户服务工作的保险从业人员和骨干力量,首先必须具备良好的道德素质,敢于为自己选择的事业而奋斗;其次要有更合理的学识组成,更渊博的科学知识,更执着的求索、进取精神,既要具备坚实的保险专业知识,又要具备广博的社科人文方面的知识,所以要持续学习,不断提升自我;再次要有健康的心里承受力,要有正常的思维活动能力,积极乐观的生活态度,良好的人格情操,成熟稳定的心理行为。最后

<sup>5</sup>蒋荣江.浅谈我国保险公司的服务营销策略转变[J].现代商业, 2013.

要有适合自身的能力素质，即要有一技之长。所以，保险从业人员要努力从以上四项要求出发，不断加强学习和实践，将知识素质和思想道德素质提升到一个新高度，以有效开展客户服务工作。

## （二）狠抓落实，坚持以专业为导向

### 1. 树立以服务为精髓的核心价值理念要以提供诚信服务为基础。

坚持诚信服务是保险企业的立足之本，保险企业是经营风险，经营信用的特殊服务行业，它本身经营的是一种承诺，推销的是一种无形商品，但其服务却是有形的，满意服务的核心就是诚信服务，可以说，诚信服务是保险企业的命根子，良好的诚信服务是保险企业的生命线。保险企业的经营行为，是以保险合同为契约，通过双方订立格式合同来实现的，在合同履行期间，保险企业必须遵循《保险法》、《合同法》等法律法规，信奉最大诚信原则，即诚实、真诚、信诺、信任。同时，保险企业要加强自身企业文化建设，树立人人讲诚信，事事讲信用的经营理念和职业操守，形成“诚信光荣 失信可耻”的文化氛围，从而推动保险行业的又好又快发展。<sup>6</sup>

### 2. 树立以服务为精髓的核心价值理念要以提供保障服务为核心。

作为提供社会风险保障的关键行业，保险业与保障和服务民生具有天然的联系。所以，保险业要坚持以提供保障服务为核心，一是要拓宽领域，扩大保险保障的覆盖范围。其一是主动“扫盲”，保险企业要主动在一些偏远的农村地区或者经济欠发达地区、一些业务“盲点”地区开设保险分支机构或服务网点，普及保险知识，推动保险业务，增强理财抗险的能力。其二是关注“三农”，健全适应“三农”特点的多层次、广覆盖的农村保险体系更是关键所在，是保险企业义不容辞的责任。其三是服务低收入群体，探索主要针对低收入人群的小额保险以及多种形式的涉农保险。其四是大力发展责任保险，可采取“市场运作、政策引导、政府推动、立法强制”等多种方式，在试点的基础上扩大覆盖范围，条件成熟的逐步在全国推广。二是练好内功，提高保障服务品质。保险企业只有自觉关注民生，主动关注民生，积极保障民生，努力改善民生，深入到广大人民群众中去，不断满足人民群众日益增长的保险需求，向人民群众提供最优质的保险服务，才能得到广大人民群众的认可，进而树立“金字招牌”，因此要不断创新保险产品，满足

<sup>6</sup>兰小平.合规经营诚信服务确保保险企业稳健运行[J].经济观察, 2009, (9).

市场多元化需求,把需求当作产品开发最好的指引,把市场当作业务发展最好的老师。同时要不断壮大公司实力,提升风险管控和承担能力,有效化解群众生产、生活中的各类风险,迅速补偿经济损失,提高抗击灾害的能力。三是政企协作,探索合作共赢的发展模式。其一是利用自身资源优势,在政策范围内创新险种,从而有针对性地解决政府不好解决的难题。其二是与政府共同建立灾害应急机制,积极参与灾害救援。其三是将保险业自身的防灾防损机制融入到政府防灾减灾体系,有效利用政府资源和渠道,加强保险标的防灾工作,为民众提供灾害预报、知识普及、防灾检查以及隐患整改等增值服务。其四是做好各类强制险的承保理赔服务工作,将政府的惠民政策落到实处,实现民众、政府、企业三方和谐共赢。

### 3. 树立以服务为精髓的核心价值理念要以提供优质服务为目标。

保险应该重视服务客户,加强教育宣导,增强服务意识。保险企业也要把保护广大保险消费者利益作为出发点和落脚点,切实加强员工的教育引导,细化服务内容,明确服务标准,加强服务基础建设和资源配置,在接报案、咨询、投诉等客户接触端口实现标准化服务,建立服务质量检测考评机制,推进保险公司形象标准化、服务标准化、流程标准化和操作标准化建设。当前,随着我国市场化程度提高,社会保障体制改革,家庭结构改变,人口趋向老龄化,必然产生新的风险和新的保险需求。所以要不断完善产品体系,努力适应客户需求与偏好。同时要努力提升服务的便捷度,尤其要高度重视理赔服务,要改进理赔程序,优化理赔流程,简化理赔手续,推行服务承诺、服务公约和服务规范,不断提升服务效率,努力实现从方便内部管理向方便客户转变。<sup>7</sup>

### 4. 树立以服务为精髓的核心价值理念要以提供规范服务为保障。

近年来,针对保险行业存在的诸多问题,监管部门下发了一系列制度文件,确保保险企业提供的各项服务工作有效规范开展。具体而言,保险业要提供规范服务,需要抓住违规的源头,形成制度化、常态化的约束机制,做到标本兼治,措施长效。一是以机构人员“严格准入”为核心,夯实发展基础。要求保险企业坚持有计划、循序渐进的原则铺设机构,重视市场调研,摸清市场状况,结合公司实际做好发展战略和规划,做好人才、培训、制度的有效跟进,实现管理、队伍与发展相匹配,步步为营、稳扎稳打。二是以高管“持续监管”为手段,保障

<sup>7</sup>阮凯丰.浅论新形势下的保险客户服务[J].时代金融,2012,(4).

稳健经营。通过做好高管的选拔、培养与储备,强化培训与考核,加大持续监管力度等方式,加强对保险机构高管人员的责任追究。三是以健全“公司内控”为主线,促进主体自我规范与纠错。要加强对制度健全性、有效性和执行力的监督管理,引导公司健全内控组织体系,增强自我规范能力。要做到制度建设高起点、高标准,持续改进内控机制和提升制度执行力,并要有效完善内审、合规管控等部门的运作机制,增强自我纠错能力,从而有效促进合规经营,规范开展客户服务工作。

### (三) 完善机制,坚持以监督为保证

#### 1. 监管监督

监管部门除应建立偿付能力监测体系,以完善早期预警机制,确保保险企业偿付能力充足外,还应首先借助市场主体竞争承受度等指标,衡量各地市场竞争情况,把握各企业筹建分支机构的数量和节奏,防止市场主体过快发展引致的恶性竞争。对从业人员适当提高准入门槛,细化学历、履历等方面的要求,建立从业人员履历的核查制度,避免信用状况不佳、综合素质较低的人员进入行业。同时,以提升保险专业素质为核心,实行从业资格证书制度和岗位执业资格证书制度,保证队伍的基本素质和专业技能。另,要建立机构和人员的市场退出机制,完善机构吊销关闭和人员行业禁入操作程序,净化市场环境。此外,监管部门要完善行政执法、行业自律、舆论监督、群众参与相结合的市场监管体系,按照市场化、规范化原则,在法律法规和政策允许的范围内,以有利于促进保险业持续快速协调健康发展、有利于维护保险行业利益和市场秩序、有利于协会自身发展为目标,积极进行体制改革和制度创新,真正成为加强行业自律、维护公平竞争的监督体系,保险同业间交流、合作的平台,保险经营者与政府沟通的桥梁纽带,加强宣传、联结社会的窗口。

#### 2. 内部监督

保险企业内部要以“高压严打”为常态,分析总结违法违规行为特征和非理性竞争“症结”,突出检查重点,完善检查机制,增强现场检查的针对性和有效性,促进市场秩序进一步好转。一是完善检查工作机制,提高检查实效。综合运用现场检查、市场调研、数据稽核和非现场分析手段,改进检查方式,完善检查流程。总结分析违法违规的行为特征、产生原因,制定有针对性的检查方案,做

到切中要害,有的放矢。整合监管资源,统筹各专业、各领域监管力量,提高检查效能。二是抓突出矛盾和问题,严查重处。选择对市场秩序影响恶劣、对行业形象和被保险人利益有严重危害的案例,深入挖掘问题产生的根源,力争将问题查深查透,依法严肃追究涉案机构、人员责任。对鸳鸯单、假赔案、违规批退、虚挂应收等涉及体外循环的行为,根据违规性质依照处罚的最高标准从重处罚,实现恶性违法违规行为的成本最大化。同时,保险企业要以“警示教育”为保障,培育依法合规意识。坚持以“普法”为核心,完善动态的从业人员教育考核机制,保证企业的高管人员、管理人员和营销人员接受常规的教育,及时更新从业人员应掌握的基本知识。有针对性地实施行业集中培训制度。分批、分层次对保险机构基层管理人员和重要岗位业务人员进行法律法规培训与考核。通过以上多种手段,有效开展企业内部监督工作,确保以服务为精髓的核心价值观落到实处。

### 3. 群众监督

2012年4月26日,保监会开通了国内金融监管机构首个全国统一维权投诉专线——12378。该热线的开通,畅通了保险消费者投诉维权渠道,切实保护了保险消费者的合法权益,保险消费者利益保护机制也得到进一步完善。保护保险消费者权益,不仅是保险监管的重要职责,也是保险业可持续发展的内在要求,更是改善保险业社会形象、打造行业声誉、重新赢得消费者信任的有效途径。而要做到保护消费者权益,除通过广泛宣传提升广大群众维权意识外,还需要监管机构和保险行业主动耐心倾听民意,真诚面对消费者的诉求,切实解决他们的难题。所以,保险行业要持续搭建与保险消费者沟通的桥梁,畅通投诉渠道,配套严格的问责制度,真真正正接受群众监督,及时整改问题,提升服务水平。

### 【参考文献】

- [1] 袁林. 我国保险文化的现状及发展策略[J]. 产业与科技论坛, 2012, (11), 17.
- [2] 李少芳. 浅论保险行业文化体系功能与建设[J]. 河北金融, 2008, (3).
- [3] 徐丰铭. 加强保险业核心价值观体系建设探究[J]. 保险职业学院学报, 2008, (10), 5.
- [4] 蒋荣江. 浅谈我国保险公司的服务营销策略转变[J]. 现代商业, 2013.

- [5] 兰小平. 合规经营诚信服务确保保险企业稳健运行[J]. 经济观察, 2009, (9).
- [6] 阮凯丰. 浅论新形势下的保险客户服务[J]. 时代金融, 2012, (4).
- [7] 中国保险监督管理委员会. <http://www.circ.gov.cn/web/site0/tab456/i239331.htm>.



## 提升服务质量，促进保险业健康发展

(中邮人寿四川分公司 樊阳)

**【摘要】**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。本文正是基于对这一核心价值理念的理解，结合自身工作中的体会和认识以及对于相关理论知识的学习，对“重服务”这一方面进行了简要的分析。保险服务对于增强保险行业核心竞争力等方面有着重大意义，但目前我国保险业中还存在如“投保易，理赔难”等诸多服务方面的问题，而这些问题的有效改善则需要保险企业、保险行业和监管机构多方面的努力。

**【关键词】** 保险服务 服务质量 核心价值理念

### 一、研究意义

保险业是金融服务行业，由于保险产品具有专业性、无形性及长期性等特性，使得保险产品的服务属性远强于一般商品。优质的客户服务能提高客户满意度，增加客户忠诚度，从而提升企业效益，实现企业的长远发展。因此，能否提供优质的服务，不断满足广大人民群众日益增长的保险需求，对保险企业的发展至关重要。而随着国民经济的不断发展、城镇化建设步伐不断加快、人民群众生活水平不断改善，风险保障需求不断增加，保险业发展的空间更加广阔，也就对保险

服务提出了新的更高的要求。因此,全面提升服务质量,对于保护保险消费者合法权益,服务经济社会发展,实现保险业健康发展具有重要意义。

## (一) 提高保险服务质量是增强保险行业的核心竞争力的重要因素

随着保险业的迅猛发展,保险市场的竞争日趋激烈。这种竞争,是核心竞争力的竞争,而服务正是构成核心竞争力的重要因素。保险服务已成为保险业务发展及新的利润增长点形成的重要因素,是业内竞争的重要内容,也是市场竞争的焦点所在。只有保险服务内容进一步充实,保险服务质量得到提升,才能确保原有的市场地位,才能进一步创造新的保险需求,才能进一步开拓新的保险市场。

## (二) 优质的保险服务是实现保险社会管理功能的重要手段

保险的社会管理功能渗透在人们生活的方方面面,在优化经济运行环境、政府宏观调控和社会公共管理、促进人民生活质量的提高等方面都发挥着保驾护航的作用。这些功能的完善都需要保险服务的细化并通过保险服务的“渠道”得以实现。因此,优质的保险服务是实现其社会管理功能的重要手段和保障。

## (三) 提升保险服务质量是应对国外竞争压力、提高行业整体水平的需要

如今中国保险市场的开放程度已经很高,一直以来,服务水平是我国保险公司和国外先进同业的主要差距之一。优质服务已成为业务发展的关键因素之一,已然成为了保险公司参与市场竞争的重要战略。因此,我国保险业也必须努力提升服务品质,将服务理念纳入企业的使命和价值体系,使其上升到一个战略高度,让保险行业的服务质量整体走上一个新台阶,才能积极应对国外企业竞争的压力,才能在激励的竞争中取得长足的生存和发展。



## （四）提升保险服务质量也是满足多层次、差异化保险需求的必然要求

随着社会经济的发展，人们的生活发生了翻天覆地的变化，保险业只有建立起健全、完善的保险服务体系，才能适应人们日益增长的需要，才能满足不同消费层次的保障需求：首先，保险服务有利于完善社会保障体系。保险服务可以在养老、医疗、意外等多方面提供多层次、多类别的保障，甚至可以扩大其服务范围的覆盖面；其次，优质的保险服务可以提高社会保障水平。凭借其灵活多样、涵盖范围宽广等服务特点，可以满足整个社会不同区域、不同人群的保障服务需求，进而丰富并提高整个社会的保障水平。<sup>8</sup>

## 二、目前保险服务中存在的问题

一段时间以来，部份保险公司片面追求规模的快速扩张，却忽略了服务水平的同步提升，集中出现了“销售误导”和“理赔难”等问题，既侵害了保险消费者的合法权益，也影响了保险业的社会形象，严重阻碍了保险业的健康发展。目前保险服务方面存在的主要问题有：

### （一）销售环节误导问题时有发生

我国保险业起步较晚，广大消费者的保险知识相对缺乏，对保险产品选择主要依赖于销售人员的推介。而目前市面上销售的保险产品专业性较强，条款也相对复杂，甚至晦涩难懂，这在客观上就要求销售人员在展业时必须担负起客观、全面、准确介绍保险产品的责任，确保客户能根据自身的保险需求做出合理、自愿的抉择。但在实际销售过程中，部分销售人员由于受自身专业知识限制或出于个人利益考虑，在一定程度上存在着销售误导问题，如“存单”变“保单”、夸大产品收益率、回避或弱化分红不确定性的风险等现象，当客户发生保险事故、退保或领取投资收益时，才发现实际情况与销售人员介绍得不一致，遂产生上当受骗的感觉，这在很大程度挫伤了客户对



<sup>8</sup> 陆峰,刘军伟.我国保险行业服务问题研究[J].时代金融,2010(12)

保险行业的信心。

## （二）理赔环节“理赔难”问题比较突出

保险业具有投保在前、赔付在后的特殊性，相对于投保而言，理赔本身具有一定的复杂性。现阶段，广大社会公众的保险知识还相对薄弱，对保险本身就存在一些认识上的误区，加上部分保险公司在诚信服务、优质服务方面还有所欠缺，加深了客户的不满，使得在整个保险服务中“理赔难”问题比较突出。主要表现在以下两个方面：

### 1. 理赔服务人性化不足

1) 一些公司的组织架构设置及承保理赔权限的划分，更多从便于企业管控着手，而不是从方便客户的角度来考虑，人为增加了理赔环节，降低了理赔效率。

2) 部分查勘定损人员在现场查勘定损过程中为客户排忧解难的服务意识有待提高。在定损过程中，对客户的一些合理、正当的要求考虑得不够，常因估值偏低等问题与客户产生分歧，加重了客户的不满情绪。

3) 少数公司在理赔过程中，不是在保险事故发生时主动参与，事先告知客户索赔相关事项，而是在事后搬出种种规定，最典型的就是医疗费用索赔案件，一些公司不是在保险事故当事人治疗期间提前介入，而是在客户索赔时，才要求客户陆续补充相关资料，理赔中又以责任免除等理由剔除索赔项目、费用等，这些行为都会令客户感到不满。<sup>9</sup>

### 2. 理赔效率较低

1) 理赔服务专线接通率较低。尽管大多数保险公司都开通了接报案理赔服务专线，但一些公司的服务专线接通情况不尽如人意，尤其是人工服务、高峰期接通率偏低。

2) 事故现场到达时效性较差。尽管各保险公司，尤其是对车险事故现场到达时限都作了原则性规定，但在保险事故发生后，仍有部分公司的查勘人员不能在规定时间内到达事故现场，影响施救及善后处理。

3) 理赔流转时效性较差。现阶段，部分保险公司的理



<sup>9</sup> 谭论,蒋玮.析改善和提高保险服务水平[J].保险研究,2008年第4期

赔手续和内部程序还比较繁琐,影响了理赔流转的时效性。另外个别基层公司在理赔过程中还存在不一次性告知客户索赔程序、所需资料及相关要求等问题,造成客户为案件手续反复奔走,不仅大大降低了理赔时效,而且也降低了客户满意度。

### (三) 售后服务环节的质量和效率不尽如人意

#### 1. 售后服务的质量和效率低下

现阶段部分保险公司为强化管控、防范风险,对基层经营单位进行了组织架构改造和管理职能剥离,上收部分核保、理赔权限,客观上造成了部分服务链条脱节,降低了基层公司售后服务的质量和效率。

#### 2. 售后跟踪服务不到位

部分公司的续期收费,尤其是因销售人员变动后造成的“孤儿保单”的续期收费和服务问题没有进行很好的解决。还有少数公司在撤并部分服务网点时的善后工作考虑不周全,也造成部分客户无法按期缴费,从而引发各种纠纷。

#### 3. 保险服务的长效机制还未能有效建立

保险具有长期性的特征,尤其是寿险,保险期间是一个涉及时间很长的过程,往往要持续10年以上,在实际中,各种保险长期基础服务不到位的现象屡见不鲜:每年的保险费从银行直接划账到保险公司,但数年后可能都见不到保险公司交回的发票;业务员上门回访或电话回访坚持几年后就不见踪影等等。

### (四) 保险服务水平专业化程度不高,同质化严重

在服务技术手段、业务链整合、服务资源优化等方面,保险行业的专业化程度仍不高。保险产品的核心服务差别还并不大,并且受到服务传递系统、客户关系、企业声誉等因素影响,因此保险服务目前都只是“就事论事”式的短期服务,还达不到增强保险企业核心竞争力的作用。

## 三、多管齐下促进保险服务质量提升

要解决保险服务中存在的上述问题,笔者认为应该从内部制度、人员、技术乃至外部的政策支持、监督管理着手,多管



齐下、内外兼修，最终实现保险服务质量的提升。

## （一）改进业务流程，强化内控约束

好的售后服务应具备顺畅高效的运作流程和与服务相一致的内部制度保证。为此，保险公司一方面要针对客户需求不断改进业务流程，并对人员分工，岗位、部门设置等进行重新组合，精简环节和程序。同时，要适当下放核保、核赔权限，努力为客户提供优质高效的保险服务；另一方面要制定和完善售前、售中和售后服务的内部保证制度，如针对销售环节要制定明确的销售程序，针对承保、保全、理赔服务要制定规范的操作程序，并对出单、客户服务电话接听、事故现场到达、查勘定损、赔案缮制及审核、赔款领取等各个服务环节做出明确的时限要求。此外，为保证各项服务措施落到实处，还必须明确相应的内部处罚措施及规定，增强制度约束力。<sup>10</sup>

## （二）加大人才建设力度，提升员工满意度

保险企业员工在保险服务创新过程中具有独特关键的作用。笔者认为，应该视员工为内部顾客，提高他们的工作满意度，通过创新激励机制调动他们开展保险服务创新的积极性，通过培训提升其服务意识和服务能力。

1. 员工忠诚度推动员工生产力提高。忠诚度是指员工对其所属社会团体的目标、象征和宗旨等方面的坚信不疑的品质。忠诚是效率，是竞争力，是企业发展的基石，忠诚管理可以带来可观的回报。相反，对企业缺乏忠诚的员工将直接导致企业生产力的下降和顾客满意度的降低。经验表明，员工不忠将会影响20%-50%的公司业绩。

2. 员工满意度推动员工忠诚度。企业如何对待员工，员工就如何对待顾客。正如顾客忠诚度取决于顾客满意度一样，员工满意度提高的同时也会使他们对企业的忠诚度提高。保险企业应当视自己的员工为顾客，提高员工满意度，驱动员工积极工作。<sup>11</sup>

## （三）充分挖掘传统服务方式的创新潜力

### 1. 发挥柜面服务优势

<sup>10</sup> 谭论,蒋玮.析改善和提高保险服务水平[J].保险研究,2008年第4期

<sup>11</sup> 万晴瑶.保险服务创新的内外部驱动力研究[J].上海保险,2011年第8期



柜面服务是保险公司最基本、最直接的服务方式，是直接展示公司形象的窗口，其定位不仅限于向客户提供就近、面对面的服务，更在于向客户传递高品质的服务享受。柜面服务方式的创新可以以一柜式服务为切入点，使客户无论到任何一个窗口都可以实现全方位服务需求。

## 2. 拓展代理服务渠道的服务范围和处理能力

随着市场的发展和经营观念的进步，不同企业间的合作机会增加，合作方式也越来越多样化。保险企业一是可以拓展新的代理服务渠道，与更多的企业建立合作伙伴关系，延伸服务触角，为客户创造更为便利的服务享受；二是可以拓展原有代理服务机构的处理能力，在总结既往合作经验的基础上加入新的功能，利用新的技术，发挥新的作用，稳定与代理机构的长期合作关系。创新的代理服务方式可以充分利用不同企业各自的优势，更好地发挥资源的效力并形成合力，以创新的方式实现合作共赢。

## 3. 丰富电话服务、信函服务、营销员服务等服务方式

随着通讯工具的发展，手机短信、彩信、3G 等都可以成为服务方式创新的关注点；对于诸如理赔通知、账户权益表等可以使用信函、邮件等服务方式；无线POS 终端销售系统也是成功的案例；再如创新上门即时出单服务，给予高端营销员出单权限，对于标准件业务由销售人员直接通过远程登录或无线网络的形式为客户现场出具保单等。这些都能充分体现服务的创新意识和高效成果。

## 4. 依托高新技术创造新的服务方式

### 1) 积极建设并优化电子化、网络化服务

近年来，保险公司纷纷建立自己的网上服务平台，部分公司已取得较好的阶段性成果，通过创新将实现网上投保、变更、理赔、咨询、查询等功能，提供足不出户、随时随地的保险服务，发挥电子商务的先进作用。同时，保险企业也要不断优化自身的网络服务平台，确保网络服务的准确、安全与便捷性。

### 2) 深入开发和推广自助服务

在保险服务中，向客户提供自助式的服务，满足客户对于自助餐的需求，不仅实现客户差异化服务需求，且可以降低保险公司服务的人力成本。如开发触摸屏自助服务、自动传真收发、自动语音查询、网上的自助服务等，客户可以根据其需要自己查找



所需要的项目并获取服务。<sup>12</sup>

#### （四）适当的外部政策支持推动保险服务质量的提升

首先，政府与保监会也应对保险服务水平相对落后的地区给予以适当的政策倾斜，鼓励和扶植该地保险服务的发展。同时，借鉴发达地区的经验和教训，以更高效率的促进落后地区保险行业服务的发展，实施赶超战略。

其次，政府也应大力推动保险服务人才队伍的建设。一方面要努力培养人才。充分发挥监管局、行业协会、高等院校等职能，积极教育培养辖区内保险经营主体、专兼业保险中介的服务水平，形成一支稳定的、专业化的保险服务人才队伍，提升保险行业整体服务水平；另一方面要大力引进人才。制定优惠政策，鼓励保险行业从发达地区引进保险专业的保险服务人才，吸引高校毕业生加入到保险行业中来。通过提升行业服务质量和形象，使更多的优秀人才主动投身到保险行业的服务建设队伍中。

最后，监管机构要通过加强和改善监管，推动行业整体服务水平迈上新台阶：  
1) 切实推进行业标准化建设工作。监管机构要高度重视标准化建设工作，指导和督促行业协会加快推进保险服务标准化建设；2) 切实从保护被保险人利益角度出发加强监管。一方面要不断完善关于保险服务方面的监管法律法规，使监管有法可依，将保险服务作为监管重点，加大对欺诈误导、损害消费者合法权益的违规行为的查处力度；另一方面要进一步完善信息披露制度，对服务方面典型案例进行曝光，充分发挥社会舆论监督作用，强化社会监督的作用；3) 要督促和指导行业协会充分发挥自律、沟通、协调功能，进一步加强营销员持证管理，建立营销员管理系统，增强营销员诚信经营意识，不断完善行业自律公约，并加大对违约行为的自律处罚。通过发挥行业自律的作用逐步提高服务质量。

#### 参考文献

- 【1】万晴瑶. 保险服务创新的内外部驱动力研究[J]. 上海保险, 2011年第8期.
- 【2】刘洪波. 试论保险服务方式创新[J]. 上海保险, 2011年第3期.
- 【3】陆峰, 刘军伟. 我国保险行业服务问题研究[J]. 时代金融, 2010(12).
- 【4】谭论, 蒋玮. 析改善和提高保险服务水平[J]. 保险研究, 2008年第4期.

<sup>12</sup> 刘洪波. 试论保险服务方式创新[J]. 上海保险, 2011年第3期



## 学保险行业核心价值理念有感

(生命人寿四川分公司 王莉)



根据川保协函[2013]24号文件指示精神,达州中支积极宣导学习,全面践行保险行业“守信用、担风险、重服务、合规范”的核心价值理念。掀起了一轮保险行业核心价值理念学习高潮。践行保险行业核心价值理念是保险文化建设的重要环节,是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,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。

公司自成立之初就以总公司“爱心、服务、创新、价值”的经营理念,秉持“内诚于心,外信于行”的核心价值观,培养员工的职业素养,秉承“以价值为核心,以科学发展观为统领,以寿险行业的发展规律为指导,以全面优化公司法人治理为手段,强化经营,努力建设稳健、可持续发展的和谐生命”的基本指导思想,致力于为社会创造价值。保险行业核心价值理念对今后保险业的健康、持续、科学发展具有重要意义。今天,我想结合生命保险的实际,就践行“守信用、担风险、重服务、合规范”这一保险行业核心价值理念谈一点自己的体会。

一、践行保险行业核心价值理念是保险企业增强核心竞争力、实现健康发展的重要保证。

守信用,是保险公司经营的基本原则,它要求的是保险公司要诚信经营,诚信是中华民族重要的传统美德,也是中华文化宝贵的精神财富。诚信是保险业的生存之本,企业无“信”则无立足之地,现代企业都已诚信经营为准则,不断提高公司信誉度,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,保险本质上就是一种风险处理的制度安排,也是风险管理的传统有效的措施,可以发挥“经济助推器”、“社会稳定器”和“社会润滑器”等多方面的作用。勇于承担风险、科学分担风险、善于防范风险、提供风险保障,是保险企业的基本职能,也是保险企业所应担负的社会责任。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,保险是一种特殊的无形商品,服务是基本手段。保险经营活动主要表现为服务性和劳务性。强化服务意识、打造服务能力、提升服务水平、维护消费者权益,是增强保险企业核心竞争力、实现保险价值的重要途径。保险业属于金融服务业,保险是无形产品,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。遵守保险法律法规、行业规则、道德行为准则,切实依法合规经营,是保险企业健康发展的法律保证,也是维护保险市场良好秩序的重要前提。要做到合规经营,就要实现发展方式从规模导向型向效益导向型转变。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、践行保险行业核心价值理念要注意的方面

### 1、践行保险行业核心价值理念要与企业发展战略相结合。

保险行业核心价值理念,也是保险企业发展的指导原则,应该融入到企业发展战略之中,成为企业发展战略的指导思想和有机组成部分。比如,守信用要求企业发展战略要符合实际,不作假、不冒进。担风险要求企业发展要回归本位、科学定位,防范偿付能力风险、资金运用风险,保持长期稳定的经营。重服务要求企业发展要实现以产品为中心向以客户为中心的转变、单纯追求保费规模向效益为先的转变等等。

### 2、践行保险行业核心价值理念要与企业经营管理相结合。

这是践行保险行业核心价值理念最重要的一个方面。在企业经营管理中,要从细节着手、从点滴做起、从现在做起,建立并完善践行保险行业核心价值理念的长效机制,把保险行业核心价值理念体现在企业日常经营管理的各个方面、各个环节。

加强制度建设,将保险行业核心价值理念贯彻到企业综合管理、业务经营、风险管控、承保理赔、财务审计、客户服务、绩效考核等规章制度之中,并强化制度的执行和监督。

加强企业社会责任的履行。保险行业核心价值理念既是对行业内的,也是对行业外的,是保险业区别于其他金融服务业的理念标志,也是保险业的形象和窗口。通过保险企业社会责任的履行,可以进一步在全社会宣传、倡导保险行业核心价值理念。比如在守信用方面,保险企业自身的诚信经营,可以对社会诚信体系的建设发挥潜移默化的影响作用,同时,保险企业在自身经营过程中通过对企业和个人履约行为的记录,也是社会信用体系建设的有机组成部分。

加强先进技术的推广和应用。保险企业可以通过信息技术、移动互联技术、防灾防损技术、精算技术等技术的推广和应用,更好地提升服务能力、风险管控能力等等,为践行核心价值理念提供保障。

### 3、践行保险行业核心价值理念要与企业文化建设相结合。

践行保险行业核心价值理念是保险文化建设的关键环节,



理应与企业文化建设相结合。优秀的企业文化是企业的灵魂，也是企业核心竞争力和软实力的重要内容，发挥着激励、凝聚、导向、规范、沟通、辐射等多方面的作用。将保险行业核心价值理念融会贯通到保险企业的企业文化建设之中，可以起到“随风潜入夜，润物细无声”的良好效果。

### 三、践行保险行业核心理念的基本原则

**履行社会责任使命，提升保险业发展力的原则** 随着社会主义市场经济的逐步深入，经济社会的发展将对保险业提出越来越高的要求。保险业只有顺应形势，以一种有利于社会进步的方式进行经营管理，积极承担好高于自己目标的社会义务，才能发挥更大的价值，才能在履行社会责任中不断提升自身的发展能力。为此，保险业建立核心价值观应该充分思考这一重大课题。

**坚持以人为本，易于接受与实践的原则** 以人为本，是指以保险业所联系的各方利益群体的根本利益为本，要维护好、保护好客户、股东、员工等各方面的合法权益，要体现关心、尊重、理解和信任的价值取向，从而在保险业界树立起正确的价值观念和哲学思想。同时，现阶段更要着眼于保险业存在的诸多矛盾和问题，从有利于解决矛盾、化解矛盾出发，从有利于行业全面协调可持续发展出发，从有利于满足最广大人民群众保险保障需求出发，从有利于保护好、维护好消费者根本利益出发，积极树立并大力培育内部同业之间、同一公司员工之间、不同行业之间、行业与社会各界之间的和谐共赢的发展理念。这种价值观要容易被各方面尤其是保险业界内部所接受，能够被保险从业人员所遵守，能够易于操作，具有较强的实践性，形成一种强大的向心力，推动企业发展，推动社会进步。

**坚持继承与创新，着力增强核心竞争力的原则** 核心竞争力是一种能够长期获得竞争优势的能力。因此，核心价值观的建立，必须充分考虑全球保险业市场竞争的环境变化，坚持继承国内保险业发展历程中积累下的宝贵精神财富，又要吸收经济社会发展与国外保险业发展中形成的先进理念，在行业内部积极培育共同的价值观念。经过相当长时间的核心价值观念的建立与培育，将使之不断内化为保险从业人员的自觉行为，使保险业获得保持长期稳定的竞争优势。

保险业建立核心价值理念，不是一朝一夕的事情，需要经过实践到理论，再从理论到实践的多个反复过程，而且要充分考虑经济社会发展特点和行业实际。全面践行保险行业核心价值理念是保险行业健康可持续发展的必由之路。

## 筑牢保险诚信之基 构建生命发展之魂

(生命人寿四川分公司 舒利苹)

最近,中国保监会发布保险行业核心价值理念,第一次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”。这再次表明良好的公信力是保险业的生命线,该理念与生命人寿的企业文化是共通共融,目标追求一致的。一直以来,生命人寿一方面把公信力作为公司发展的第一要务,不遗余力的面向社会普及保险知识,提升大众保险消费意识,帮助群众明明白白买保险,维护保险消费者合法权益,避免误导消费者;另一方面公司下大力气构筑保险信用体系,诚实经营,依法合规运作,将保险行业核心价值理念融会贯通到公司的企业文化建设之中,起到“随风潜入夜,润物细无声”的良好效果,促进公司乃至整个行业健康有序发展。

保险是个特殊的服务业,保险产品并非是通过有形的物质来满足消费者的需求,而是通过以信用为基础的一种保险承诺和一系列附加服务来满足消费者对保险保障的需求,这一特性决定了保险营销比其他产品销售更需要诚信。“内诚于心,外信于行”是生命人寿的核心价值观,公司除了加强领导,转变观念,加强管理,夯实基础以外,着重教导每一名员工都牢牢树立从我做起的责任意识,自觉运用诚信标准规范自己的一言一行,从而形成一个人人讲诚信、事事守约定的良好经营氛围。

保险业俗话说“无风险则无保险”。担风险是保险的本质属性。生命人寿源于深圳富德及华信投资控股等资金雄厚的企业,长期以来勇于担当,公司作为一家优秀的企业,在积极追求可持续价值增长的同时,致力于各类公益活动,履行企业的职责和义务。公司在南方冰灾、汶川地震、玉树地震、雅安地震等灾难发生后,积极主动奉献爱心,先后捐款捐物达1500万元。公司还为中国维和警察和家属捐赠保额达5亿的意外伤害保险。较好地履行了保险责任。

保险是一种特殊的无形商品,保险经营活动主要表现为服务性和劳务性。强化服务意识、打造服务能力、提升服务水平、维护消费者权益,是增强保险企业核心竞争力、实现保险价值的重要途径。生命人寿一直秉承“关爱”的服务理念,通过覆盖全国重点省市的近900个服务网点、95535客服热线24小时的全天候服务等方式与客户之间搭建起一座零距离、个性化的沟通桥梁。将客户服务贯穿于整个企业运作之中,把客户满意作为自己的全部工作和最终目标,“1234”特色关爱理赔服务,即“500元以下1天给付、住院客户2天探视、理赔客户3天内给付、预付理



赔客户4天内赔款到家”赢得了良好的社会口碑与极佳的客户赞同。公司全面提升客户服务能力，努力为客户提供专业高效的服务。

保险经营资产具有负债性，保险经营成本又具有不确定性。遵守保险法律法规、行业规则、道德行为准则，切实依法合规经营，是保险企业健康发展的法律保证，也是维护保险市场良好秩序的重要前提。近年来，生命人寿一直坚持“合规为先，理性竞争，防范风险，稳中求进”，妥善处理好质量与速度、效益与规模的关系，追求有质量的发展、有效益的规模。同时牢固树立“内控保障生存、合规创造价值”的理念，严防各类经营风险，实现稳健发展。

“好雨知时节，当春乃发生”。当社会把公信力列为检验企业信用度的核心内容时，生命人寿已通过出台有力措施，强化诚信督导，责任落实到位，有所重点，做到有所为有所不为，切实筑牢保险诚信之基，构建生命发展之魂。

## 建设保险行业价值体系，践行保险核心价值理念

(太平人寿四川分公司 张艺堃)

任何一个国家、民族、行业在长期的社会实践活动中都会形成自己的价值观念体系，并拥有居于核心地位，起主导和统领作用的核心价值体系。它决定着这个国家、民族、行业的发展方向、发展动力和影响力。

价值观不是人们在一时一事上的体现，而是在长期实践活动中形成的关于价值的观念体系，它决定着人生的追求行为。而一个行业的价值观是全体从业人员共同的价值准则，只有在共同的价值准则基础上才能产生行业正确的价值目标，有了正确的价值目标才会有奋力追求价值目标的行为，行业的发展才有希望。共同的价值观念是一个行业存在和发展的根本前提，没有共同的价值观念的维系，一个行业就有可能不团结，甚至瓦解。不断的提炼和总结保险业核心价值观念体系，必将会使全体保险从业人员更加自觉地维护全行业的共同价值观念基础。

加强保险业核心价值观念体系建设，是促进保险业健康发展的重要保证。历史唯物主义主张，社会存在决定社会意识，但同时社会意识也可以反作用于社会存在。价值观作为一种特定的社会意识形态，能够以社会舆论、内心信仰等方式作用产生它的社会经济基础，促进或阻碍社会各种制度的巩固和发展，同时对人们的道德信仰产生影响。在社会结构深刻变动、思想观念深刻变化的新形势下，当前我国不可避免地出现了价值观念错位、价值观念虚无等现象，如果任由其自由发展，就会影响和冲击正常的社会秩序。保险业核心价值观念体系包含了保险业从业人员所应遵循的主流价值观念，从一开始，便激励和鼓舞着



保险人的从业热情，对我国保险事业的健康发展，起着极大的促进作用。因此，我们应该不遗余力地加强保险业核心价值观体系的建设，只有这样，才可以保证保险业沿着正确的轨道，持续、健康、稳定的发展。

保险业核心价值体系保险行业核心价值理念是“守信用、担风险、重服务、合规范”。它蕴含四个方面的内容，它们相互贯通，相互联系，共同构成一个完整的价值体系。这个价值体系是在保险业的实践中形成的，并具有相对稳定性，长期起作用，但又不是一成不变的，因此，必须与保险事业的不断发展相适应，不断丰富和完善自己。

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与支持，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。

只有准确把握了保险监管核心价值理念、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监管核心价值理念、保险行业核心价值理念的各项工

### 一、诚实守信

注重信誉、维护顾客利益，既是优良的商业传统，也是社会主义商业道德的起码要求。只有这样，才能吸引更多的顾客，保持生意兴隆，从而提高商业经营的经济效益和社会效益。在商业活动中，诚实守信是对客户合法利益的尊重和维护，也是实现客户至上的具体体现。

作为社会主义经济的重要组成部分，我国的保险业一直以诚实守信为立业之本、客户至上为服务宗旨，并努力践行着这一价值观念。这为保险业的持续发展保持了良好的外部环境，树立了保险



业良好的社会现象。

诚实守信是保险业发展的根基，也是行业的生命线。因为保险业是典型的信息不对称行业，逆向选择和道德风险伴随保险经营活动的始终。保险行为是一种信用行为，以一纸合同连结和调整当事人利益关系，保险产品销售的好坏取决于被保险人的信任。一直以来，最大诚信原则都应是保险业秉持的基本原则，然而当前保险市场却始终存在理赔难、欺诈误导等现象。这不仅损害了消费者的合法权益，更导致了社会对整个保险行业不信任。因此，诚实守信也应成为保险职业操守的核心要求，成为保险行业文化的重要特质，成为行业外在的行为标签。

## 二、合规经营、公平竞争

合规一词，在保险业界是指保险企业及其员工遵守法律、监管规定、行业自律准则。市场经济，就是法制经济，不仅讲究竞争、赢利，更重要的是讲究合规经营、公平竞争的人文精神风貌。良好的市场环境维护，不仅仅是政府及其相关部门职责，更是保险从业者义不容辞的责任。只有努力创造合规经营和公平竞争的环境，才能营造良好的行业氛围，促进我国保险事业的稳步推进的长足发展，提高我国保险行业的整体竞争力。因此，严格守法、依法办事、维护公平、公正的竞争环境是保险人始终坚持的方针，体现了保险人高度的合规意识和公平意识。保险业应将合规自律作为各项经营活动的基本准则，强化合规经营、严格自律的自觉意识，建立自我调整、自我约束、自我控制的制衡机制，形成并保持公平竞争的文化氛围。

## 三、专业谨慎、敢担风险

保险以契约形式确立双方经济关系，以缴纳保险费建立起来的保险基金，对保险合同规定范围内的灾害事故所造成的损失，提供经济补偿或给付。本质上讲，保险的基本功能是损失补偿和风险保障。将被保险人的特定风险分散给多数人承担，体现的是“人人为我，我为人人”的互助共济思想；将投保人和被保险人存在的某种风险作为保险责任，在被保险人遭遇风险时给予较大数额的经济补偿，彰显的是扶危济困的大爱精神。因此，扶危济困是保险业区别于国民经济其他行业的显著特征，理应成为保险业的核心价值观取向。

以“大数法则”为基础，通过集中大量的同质风险，保险业能够将单一客户的特定风险分散给尽可能多的人承担，将客户某一时段承担的风险分散到尽可能长的时间，达到分散风险的目的。通过独有的精算技术，保险业能够将客户应对风险的小额财务安排转换为风险发生后高额的经济补偿，实现风险保障的特有功能。此外，保险业是一个高度负债经营的行业，业务经营中存在各种各样的风险，任何一个小的失误，都可能引发极为惨重的后果。因此，保险业应将专业谨慎作为先进行业文化的核心要素，将风险管理作为自身本业做精做专，时刻把谨慎作为行业经营的根本原则，关注风险且敢于承担。

## 四、创新开放，服务至上

创新促进繁荣，开放激发活力。保险业要做大做强，就要不断提高服务能力，创新保险产品和服务方式，扩大保险覆盖



面,大力发展与国计民生关系密切的业务,加强对国民经济和人民生活渗透,扩大行业的社会影响。此外,作为中国入世后最先开放的金融行业,保险业应进一步加大开放力度,广泛吸收西方发达国家保险业先进的经营理念与文明成果,增强行业发展活力。因此,构建先进的保险行业文化,提高客户至上的服务理念,创新与开放同样不可或缺。

当前,各行各业都在国家整个核心价值体系所倡导的整体社会价值观的指导下着力构建着具有本行业特色的核心价值观体系,我们太平人寿更是将保险业核心价值观建设作为打造国际金融保险集团的精神支柱而给予高度重视。如何响应集团号召,加强保险业核心价值观体系的建设,推动保险业实现跨越式发展,是我们每一位保险从业人员深入思考的战略性问题。结合太平人寿集团发展现状和国内保险业的实际,我们认为应当着力开展以下几项工作:

1、要大力宣传和深入研究保险业核心价值观体系正确的价值体系,只有被正确的理解,掌握和运用,转化为工作行为,形成为生活习惯,才能发挥出应有的作用和功效。要把保险业核心价值观体系的主要内容贯穿于保险人的思想体系之中,坚持用“诚实守信、客户至上”的原则打牢保险从业人员的思想基础,用“爱岗敬业、恪尽职守”的精神凝聚保险从业人员的力量;开展合规经营、公平竞争的从业精神教育,积极鼓励开拓进取、自主创新的工作作风。加强对行业文化建设的宣传教育,采取多种宣传方式,利用各种教育载体,使保险行业文化建设逐步得到从业人员和社会公众的认可。应加强行业文化理念宣导,深化从业人员尤其是高管人员对保险行业核心价值理念的认同。应加强从业人员职业道德和职业素质教育,强化从业人员行为规范。应广泛开展讲文明、树新风活动,培育和树立行业先进典型,发挥先进典型的示范引领作用。应构筑由电视、电台、报纸、网络等媒体组成的行业文化宣传阵地,着重宣传保险知识、保险行业核心价值理念、先进典型,提升群众的保险意识,树立良好的行业形象。

2、动员广大保险从业人员共同参与建设保险业核心价值观体系。建设保险业核心价值观体系,既不是某一个部门、某一个方面的事情,也不是某位领导和某位专家说了算的。它是全体保险从业人员的共同责任。需要各个层次各个领域人员的积极参与。只有得到大家同意和认可的价值观念,才能够为全体保险从业人员所自觉遵守和奉行。要调动广大保险从业人员集思广益,积极参与讨论保险业核心价值观体系的建设问题。将保险业核心价值观理念落实到各项实践活动中去,在实践中充实保险业核心价值观体系的群众基础。高度重视保险资源的培育、保护、开发和利用,珍惜人民群众不断增强的保险意识和消费需求,通过诚信、优质和高附加值的保险服务,把潜在的保险需求转化为现实的消费。应坚持转变发展方式,加快向内涵式增长转变,通过不断增强自主创新能力、提升从业人员素质、改善经营管理,提高行业整体竞争力和可持续发展能力。应坚持转变发展方式,加快向差异化竞争转变,提高产品、经营和服务的差异化水平,拓展竞争领域、提升竞争层次、丰富竞争内容,推动行业可持续发展。

3、每个行业都有各自的经营范围和行为方式,保险行业文化也要体现本行业根本特征,这不仅是保险业区别于其



他行业的标志，也是保险业安身立命、发展壮大基础。保险业是经营风险的行业，其本职工作是为社会、企业和个人分担风险、提供保障。当前，部分保险公司为笼络更多资金，重规模轻效益，重速度轻质量，重保费轻服务，严重偏离了保险的本质，使得保险业的功能弱化，行业边缘化。这种舍本逐末、揠苗助长的经营方式，也给行业可持续发展带来了诸多恶果，对保险资源的掠夺破坏了行业的发展基础，经营理念和考核机制的不科学诱发了错误的价值导向，销售误导和理赔难导致了整个社会乃至从业人员对保险业的不认可。因此，构建先进的保险行业核心价值体系，应突出体现行业的本质特征，树立正确的价值追求，回归正确的发展方向。

4、保险行业价值体系建设是一项长期性工程，需要制定明确的发展规划，规划要与行业发展战略相适应，要与从业人员共同愿景相适应，统一行业上下思想认识，明确目标任务与方法步骤。保险行业价值体系建设是一项系统性工程，需要整合行业资源，调动多方力量。监管部门、行业社团组织、保险公司作为保险行业的三大主体，在行业价值体系建设中应合理分工，协同推进。监管部门应发挥引导作用，健全行业价值体系建设的领导机制，加强对行业文化建设的规划、指导、协调和督促。行业社团组织应发挥组织、协调、督促职能，整合行业资源，调动行业力量，扎实做好行业价值体系建设各项具体工作。保险公司作为行业文化建设的主体，应提高从业人员对行业文化建设的认同，增强参与行业文化建设的责任感和自觉性，身体力行，积极参与，把保险行业核心价值理念内化到企业的经营管理活动之中，促进保险行业文化建设不断深入。

总之，保险业核心价值观体系既是建设社会主义核心价值体系建设在保险业的具体实践，又为保险业的持续发展提供了源动力。我们坚信，只要我们上下团结一心，立足于服务社会和造福人民，努力做到发展为了人民，发展依靠人民，继续以保险业核心价值观体系为指导方针，继续保持和扩大当前来之不易的大好局面，不断加强保险业核心价值观体系建设，不断优化保险行业作风，就能够创建出一流的保险企业，为我国国民经济的又好又快可持续发展保驾护航，为构建社会主义和谐社会添砖加瓦。

## 核心价值观·保险核心价值理念·共圆中国 梦

(太平人寿四川分公司 李 嘉)



**【摘要】**：核心价值观是企业发展的重要因素，核心价值观理念的提出先于企业管理更加适合企业发展，践行核心价值观需要注意有效宣导、制度体现、管理保障，保险行业核心价值理念带给企业财富，包括物质财富、精神财富。保险行业应该继续践行“守信用、担风险、重服务、和规范”的核心价值观，为实

现“中国梦”而努力!

**【关键词】：**核心价值观 践行 财富

什么是核心价值观，这个概念大家或许都知道一些，笔者通过搜索，看到了比较科学的解释：简单来说就是某一社会群体判断社会事务时依据的是非标准，遵循的行为准则。核心价值观通常是指企业必需拥有的终极信念，是企业哲学中起主导性作用的重要组成部分，它是解决企业在发展中如何处理内外矛盾的一系列准则，如企业对市场、对客户、对员工等的看法或态度，它影响与表明企业如何生存的立场。

各方面关于核心价值观的讨论很多，各种观点、各种思考都很有道理，可谓百花齐放，但是要说真真理解了，恐怕很难，要说真真践行了核心价值观的价值，恐怕不易，我们在这里希望通过另一个角度来看一下核心价值观，涉及到核心价值观的一些认识，核心价值观的有效运用，核心价值观带给保险行业的财富。

通过上面的概念解释，我们可以提炼出信念、主导性、准则，这给了核心价值观很高的标准。信念可以看出信仰，信仰可以决定信念，在这里，通过信仰、信念及主导性、准则，我延伸性地看到了企业管理，管理是通过协调、组织、沟通、领导、决策、控制、计划来有效发展组织，调动组织，从而实现个人几乎不能实现的目标、效益。有了科学的管理，我们知道了怎么样和谐地发展企业，那么在这里就存在企业管理与信仰的辩证关系，这实际就类似于物质与意识的辩证关系，用唯物辩证法我们解决了这一问题，和物质与意识的辩证关系类似，企业管理决定信仰，信仰反作用于企业管理，所以就有人谈到先与后的问题，他们认为物质在先，当然企业管理也在先了，企业管理很重要，它是企业发展的命脉和核心，可以说是“心脏”吧，没有管理怎么谈发展，没有发展怎样谈价值。

但我们感到应该从另一个角度来看问题，核心价值观其实可以说就是信仰，信仰是企业、个体所追逐的目标，所以在建立企业时，你应该确定你的目标，确定你的价值取向，确定你为什么而做，最终提炼出你的核心价值观，核心价值观的提出尤为重要，她就是你的意识，这里首先需要的是意识促进物质，也就是核心价值观促进企业发展，凝聚企业力量!在这里我们没有先谈管理，是因为我们虽然把管理理解为物质，把核心价值观理解为意识，只是说明他们的辩证关系是类似的，但是企业管理由人来管理，是人提出来的，是人在生产活动中发展的，所以必定是晚于意识的，有了这个理论分析，就告诉我们，这里的“物质”是晚于意识的，也就是企业管理是在我们的工作实践中逐步建立、规范、强化、控制、发展的。而核心价值观是我们为之的信念、信仰、目标，我们应该知道自己为了什么而做，应该知道我们为什么要去做，有了核心的价值观，也会指导我们建立合理、合适的企业管理体系，因此，我们感到首先建立核心价值观意义更大，值得推广。



有了方向、目标，我们就有了主导性的东西，也就会有准则，我们在企业发展的过程中会建立企业制度，建立企业准则，建立企业文化等等，我们会合

理有效地管理企业，这就涉及核心价值观的有效运用。

很多企业在核心价值观的理解趋于表面，很多企业都建立了自己的核心价值观，但他们似乎有追风的感觉，觉得这东西上档次，有品位，值得建立，在提炼自身核心价值观的时候不切实际，搞一些虚无缥缈的东西，感觉越玄乎越有深度，其实很可笑，如果建立的价值观与企业自身的实际相矛盾，甚至背道而驰，那就很严重了，这样会影响员工的心态，影响企业的发展。企业核心价值观的建立应该注意：适当原则、适量原则、合符逻辑，习近平主席最近曾经说过：鞋只有穿在自己身上才会知道合不合适，国家发展尚且如此，企业发展更是这样。

有了合理的企业核心价值观，就存在如何践行。这是需要深入思考的，可能很多同志思考过这个问题，很多企业家、很多大“家”也思考过，我们拿保险行业来举例，特别是看一下保险公司中一家企业的情况，我们将其引入到我们下面的理论分析中。

我们感到，有效践行企业核心价值观应该注意：

### 一、有效宣导、合理“灌溉”

企业有了核心价值观，应该给在职员工和新入司员工合理宣导、

及时宣导，应该有企业的宣传手册，应该积极引导员工践行，当然，我们需要深度解释核心价值观的意义，而且特别注意价值观的讲解应该深入浅出，做到有效宣传、合理开导、实效引导，做到员工思想的合理“灌溉”。

### 二、制度体现、管理保障

我们应该有完善的管理制度和其他制度，这些制度应该符合国家

有关规定，但也应该体现企业核心价值观，比如有些企业提出专业，那我们就应该考虑到我们的产品质量、人员素质、人才引进、售后服务方面是否符合专业化的要求，有些企业提出创造卓越，那么哪些方面能够体现出你的卓越，哪些方面能够体现出您的优势，作为企业应该思考。在保险行业，比如太平人寿保险有限公司，她们十分重视制度建设，她们有完善的制度体系，她们有完善的内控制度和相互监督的机制，她们定期进行内部稽核，及时发现风险及时整改，这也是践行担风险、和规范的保险行业核心价值理念的体现。

管理保障，这是核心的内容，是践行企业核心价值理念的关键，保险行业提出了“守信用、担风险、重服务、和规范”的核心价值观，这是需要通过有效管理来践行的。

说到管理保障，首先谈一下计划，计划包括事前谋划，分析把握，调查了解，汇总分析，做出判断，确定目标，做出计划这几个环节，计划是整个管理的重要步骤，有了合理的计划，我们可以有效管理，当然作为一个企业，应该着眼长远，一般应该谋划五年战略规划，当然更应该出台一年发展计划，我们看一家保险公司的情况，太平人寿是一家大型的保险公司，他们的发展有明确的目标和计划，他们做计划前需要进行周密的调查、严格的把控，需要从三、四级机构了解一线的情况，充分尊重客观事实，科学研判，最终确定自己的发展规划，太平保险提出了三年再造一个新太平的发展理



念,党员干部和普通员工都备受鼓舞,这就是做出了合理的发展计划、战略规划,而不是虚无缥缈的东西,大家感到了力量、感到了压力,但是也有信心把它完成、做好,2012年10月9日中国太平保险集团王滨董事长在“促进太平人寿各项业务加快发展”专题研讨会上,发表重要讲话,提出了围绕“一个目标”,做好“两个一”,搞好“三抓”,提升“四个能力”,摘其中的“两个一”,就是完善“一个客户、一个太平”的经营综合经营模式,另外其中的“三抓”就是,抓创新、抓服务、抓客户。这些也充分表达了太平人寿的计划目标,“一个客户、一个太平”充分体现太平人寿客户为先,客户至上的原则,也体现了其一对一服务的理念,抓创新、抓服务、抓客户是太平人寿的服务理念,这些也体现了守信用、重服务的保险行业的核心价值观。

至于管理中的协调、沟通,在管理中起到了联络、传达、组织的作用,沟通是指可理解的信息或思想在两人或两人以上的人群中的传递或交换的过程。所以沟通起到了协调作用、桥梁作用。因此应该注意有效沟通,在沟通中积极采取从下至上的沟通方式,这样利于问题的解决,谈到从下而上的沟通,这里需要分析一下,从下至上的沟通是有别于从上而下的,是基层的同志积极将问题、建议、想法向上级汇报,反映实现有效沟通的办法、方式,从群众中来,到群众中去是毛泽东思想的体现,在新的历史时期,她仍然具有重要的指导意义,我们应该践行毛泽东思想,多了解民情、民意,积极解决一线员工遇到的问题,所以从下至上的沟通方式具有重要的作用。

领导是企业的重要角色,领导如何“领导”,这关系企业发展,作为领导者,其有效性本质不是“把事做对”的能力,而是“做对的事”的能力。我们感到,领导应该注意:有效利用自己的时间、致力为组织成果作贡献,发挥自己、上级、同事、下级以及周围环境的长处,集中精力做好最重要的工作,能做出有效的决策,并且注意事前控制、现场控制、事后反馈。太平人寿提出了“诚信、专业、价值”的企业核心价值观,作为领导,应该知道诚信是本,专业是根,价值是魂,领导应该有专业的知识,应该有专业的能力和魄力,领导应该有高尚的人格素养和风尚,应该讲求诚信,应该有说服力和感召力,领导应该有价值体现,应该在实践中体现价值以及创造价值。

关于决策与控制,我们还需要指出的是,领导决策时应该注意有效判断内外部形势,有效分析存在的问题,对有效把控做出有效预判,从而做出合理的判断和决策。

综上所述,我们应该有效管理企业,有效管理企业源自我们对核心价值观的确定,而有效的企业管理助于我们践行企业核心价值观。

我们再拿保险行业来举例,核心价值观能给保险行业什么,我感到应该是财富。

保险行业有这样一家公司,他的企业核心价值观是“诚信、专业、价值”,这就是百年太平——中国太平保险提出来的。前面谈到,核心价值观由企业根据整体战略提出来,又需要在



实际中践行，那如何理解这三个词的含义，可能有多种理解，我们感到，这三个词与太平的发展密不可分。

诚信是保险行业之本，保险业最重要的就是诚信，芦山4·20大地震，太平保险集团当即表示拟捐款1000万元，体现了价值，当地中支机构、总部相关领导第一时间赶到现场，并积极响应保监会的要求，特事特办，简化理赔流程，合理疏导客户，及时理赔，体现了太平的诚信。太平保险始终坚持诚信为本，诚信为根的理念，体现了保险行业的准则！

来看一个4·20芦山地震的宣传报道：

4·20雅安地震发生7个小时后，太平人寿四川分公司首例理赔案正式结案。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。刘女士在当地人民医院治疗后，致电中国太平全国统一服务热线95589报案。太平人寿接报案两个小时内，即根据条款责任，全额赔付了客户意外伤害医疗保险金。

据了解，刘女士于2005年6月成为太平人寿客户，购买的产品为太平人寿福禄双至附加IPA保险。

本理赔案也是地震发生后，首个通过95589中国太平全国统一服务热线进行出险报案的理赔案。除服务热线接受理赔报案和服务咨询外，太平人寿四川分公司和灾区现场工作组亦根据已经启动的一级响应机制，在继续紧密进行客户和员工排查，参与当地政府组织的各项抗震救灾工作。太平人寿开通的理赔服务绿色通道运行高效有序。

通过这个报道，我们看出太平人寿客户为先、诚信为本、特事特办的原则。

专业是太平保险具备的，太平保险经历了百年的历史，在国外打拼数十年，积累了丰富的经验，国内复业以来取得了长足的发展，他们提供给客户专业的服务，专业的体验，专业的品质。

我们再来看一则关于芦山地震的报道：

4·20地震发生后，太平人寿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。

太平人寿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。

为做好对灾区的保险服务，太平人寿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，太平人寿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。太平人寿总公司已调整理赔系统规则，将优先处理灾区理赔案件。太平人寿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。太平人寿总部也已安排今明天理赔作业备班人员，由总部派驻相关人员赴四川支援。

太平人寿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。太平人寿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，太平人寿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。太平人寿接报案两个小时内，即根据条款责任，全额赔付了客户意外伤害医疗保险金。

通过这则报道，我们不但看到了太平人寿的诚信，也看到了他们的危机应对能力和专业性。

而价值是太平人所追求的，这个价值不仅是金钱的本身，还包括了物质价值，精神价值，包括了特殊的价值，比如文化“软实力”，比如“核心凝聚力”等等，太平人提出了“高品质、高素质、高绩效”的三高理念，在理念的指导下，太平人正为实现企业价值和自身价值而努力！

通过对太平保险的核心价值观的分析，我们可以看出，价值观是企业的思想生命线，能够指导、引导大家前行，价值观又是企业的价值体系，她能带给企业财富，包括物质财富和精神财富。她能够创造更大的价值。通过核心价值观的践行，带给了企业无限的动力和支持，也带给企业很大的财富，企业也通过回报社会体现其社会性和价值性，这也体现了价值观、财富、企业发展的辩证统一关系。

通过保险行业的相关分析，我们看到了企业核心价值观的重要性，也让我们深刻体验到，从核心价值观提炼出的“信念”、“主导”、“准则”，我们知道了各自的含义，其实把他们串起来，正好摆出了我们对核心价值观的认识，即“信念主导准则”。

让我们在实践中进一步认识保险企业核心价值观的深刻内涵，让我们有充分的理论基础，也让这一理论基础指导我们的实践，让我们积极获取创新的思维，让我们创造更多的财富，以致于我们自身，与之于我们的地球，于是之我们与自然和谐共荣！

保险行业是服务型行业，保险行业经历了雏形、建设、质疑、发展、变革、充实、认可的风雨历程，走到今天不容易，中国的保险行业正遇到快速发展、创新变革的好时期，具备较好的基础和潜力，有充足的发展空间，保险行业应该继续践行“守信用、担风险、重服务、和规范”的核心价值观，为实现“中国梦”而努力！

## 【参考文献】：

[1]许征帆,刘道镛,许福阔,吕庄,林惠慈,闻海(马克思主义原理编写组).马克思主义原理[M].北京.高等教育出版社.1993:79-84.

[2]王德中.管理学[M].成都.西南财经大学出版社.2005:1-437.



## 核心价值观是行业生存之本 发展之源

(华夏人寿四川分公司 李征宇)

3月21日,中国保监会正式发布了保险监管核心价值理念和保险核心价值理念。这是保险业的一件大事,标志着保险文化的建设进入到新的阶段,对今后保险业的健康、持续、科学发展具有重要的意义。

践行保险行业核心价值理念是保险企业增强核心竞争力、实现健康发展的重要保证。“守信用”是保险企业健康发展的道德保证;“担风险”是保险企业健康发展的责任保证;“重服务”是保险企业健康发展的行为保证;“合规范”是保险企业健康发展的法律保证。

我认为,践行保险行业核心价值理念要做好“三个结合”:

首先,践行保险行业核心价值理念要与企业发展战略相结合。保险行业核心价值理念也是保险企业发展的指导原则,应该融入企业发展战略之中,成为企业发展战略的指导思想和有机组成部分。近年来,中华保险实施了“二次创业三步走”的发展战略,在实施过程中将进一步贯彻落实保险行业核心价值理念,努力把保险建设成为一个“业外有影响、业内受尊重的创新型、多元化的保险集团公司”。

其次,践行保险行业核心价值理念要与企业管理相结合。这是践行保险行业核心价值理念最重要的一个方面。在企业经营管理中,要从细节着手、从点滴做起、从现在做起,建立并完善践行保险行业核心价值理念的长效机制,把保险行业核心价值理念体现在企业日常经营管理的各个方面、各个环节:一是要加强制度建设,将保险行业核心价值理念贯彻到企业综合管理、业务经营、风险管控、承保理赔、财务审计、客户服务、绩效考核等规章制度之中,并强化制度的执行和监督。二是加强企业社会责任的履行。通过保险企业社会责任的履行,可以进一步在全社会宣传、倡导保险行业核心价值理念。三是保险企业可以通过信息技术、移动互联技术、防灾防损技术、精算技术等先进技术的推广和应用,更好地提升服务客户、风险管控等能力,为践行核心价值理念提供保障。

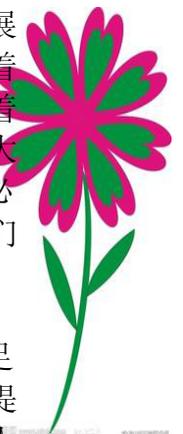
以人为本的管理,是指企业在管理过程中以人为出发点和中心,围绕着激

发和调动人的主动性、积极性、创造性展开工作，以实现人与企业共同发展的一系列管理活动。美国管理学权威彼德·杜拉克曾说：“企业或事业惟一的真正资源是人，管理就是充分开发人力资源可以做好工作”。人是生产力中最活跃的因素，任何社会财富都是由人创造的。正是基于这种认识，人们普遍认为，市场经济中的各种竞争归根到底是人才的竞争。以人为本管理的基本思想就是视人为管理中最基本的要素。人是能动的，与环境是一种交互作用，创造良好的环境可以促进人的发展和企业的发展；个人目标与企业目标是可以协调的，将企业变成一个学习型组织，可以使得员工实现自己目标，在此过程中，企业进一步了解员工使得企业目标更能体现员工利益和员工目标；以人为本的管理要以人的全面发展为核心，人的发展是企业发展和发展的前提。以人为本管理的基本原则是重视员工的需要、激励员工、培养员工。

以人为本的管理，不仅是应该的，而且是必须的，是很有效的。无数事实证明，以人为本不仅是东西方文明都推崇的、有普遍意义的正确理念，而且能够为企业带来极大的效益。因为人是一切事业的根本，无论是企业机构、政治机构还是其他社会机构。所以，以“将人作为决定事业成败的根本和关注的中心”作为基本思想的以人为本的管理，不仅是应该的，也是必需的。以人为本是指导企业做好管理工作的理念，不是独立的工作项目。在企业里面倡导和实施以人为本的管理，目的是以正确的思路、策略和措施来把企业管理好，使得企业能够赢得高效率和好效益，而不是在企业现有的日常经营管理工作的基础上增加额外的负担，即使需要投入一些资源，也都是应该投入的，而且能够为企业创造巨大的效益。不能忽视了企业的实际情况，不能简单沿袭别人的思想、模仿别人的具体策略与方法。将以人为本作为指导企业开展管理工作的战略思想，应该围绕着搞好企业的经营管理这个最高目标来认识和制定，不能只看皮毛不看实质。

目前中国保险行业正处在发展与转型的必要阶段，为全面提升行业的诚信服务，合理规范方面做大量的基础工作，而这些工作最终着眼于企业的文化建设，建设先进的保险行业文化是我国保险业科学、健康、稳定发展的基石。文化是推动行业前进的原动力，是行业发展的核心竞争力，而就目前我国保险文化建设有一定的成效，但其实还不够完善，相比一些国外的保险行业是存在很大差异。保险行业文化建设关键在于人，以人为本，一个企业文化的发展与人是相互的，几个人的公司也是存在有文化的，当一个公司发展到一定时间自然而然的就会产生文化，发展成为企业就自然的会有适合企业发展的文化。文化是根据企业的发展而发生变化的，企业文化本身就不是一个固定不变的，它具有时代性，它是随着时代和其他因素的变化而逐渐调整，就象企业战略一样。企业文化应该是一个着眼于未来，能保持在相当长的一段时间内稳定的文化，是一种具有包容性的“大文化”，它的内涵是丰富的。企业文化的建设关键在于人，企业文化的建设必须与人相结合，无论是企业自身还是对广大客户都要坚持以人为本的原则。我们要如何做好企业的文化：

(一)、以人为本、诚实守信、推动服务文化建设诚信是保险行业的立足之本，以广大客户为中心构建“规范、服务、诚信”的保险企业文化。诚信是提升服务文化的重要内容，诚信服务是取得企业与广大客户最有利的资源保障，人无信不立，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,这一特性决定了保险营销比其他产品销售更需要诚信。建立诚信服务我们大概可以分三步完成:一是承诺推动服务阶段,建立良好的企业形象。二是建立诚信阶段让客户满意,三是推进品牌建设阶段实施品牌策略。通过这三步完善企业的诚信服务。做到人人诚信,服务标准。立足于人,持续推进企业的发展。

(二)、规范企业管理制度,重合规文化建设保险企业的发展,企业制度与企业文化建设是相互的,两者之间是能相互融洽的。都是通过约束与引导员工行为达到规范企业行为的效果,最终实现企业的发展。而企业制度注重企业领导体制,经济责任制度及内部管理工作制度。细分可包括建立经营战略体系,职工培训与考核制度,现代技术改造与科研制度,集中管理与分散经营,企业的民主管理制度,文化生活制度。做到制度到位责任到人。通过相关制度使企业合规,促进合规文化的建设。

(三)、以人为本,重企业人员素质培养认真搞好教育和培训,不断提高职工的文化和业务技术素质,以科学发展为指导,解放思想,创新开拓,保险公司险种的发展由以往的柜面出单到现在的信息云平台,由以往的单一险种到现在的量身定制。这无疑是信息技术结合保险需求发展的一个重大飞跃。制定适合现代社会乃至未来的发展,更快更便捷的服务于广大客户所带来的技术性突破。这与信息化时代所需要的技术密不可分。着重宣导技术手段的使用。重视技术方面的培训力度。打造企业人员技术专业知知识。鼓励创新发展。随着工业经济社会向知识经济社会的快速转变,促使在企业管理中要把对人的关注、人的个性和能力的释放以及人的主动性、积极性、创造性的激励与调动推到了空前的中心地位。所以,把以人为本的管理目标同人的全面发展结合起来,把管理活动的终极意义同追求人的全面发展联系起来,以人为本的管理观念才是真正全面正确的以人为本的管理观念。因此,我们要努力宣传和积极树立追求人的全面发展观念,逐渐摆脱低层次的人本观念,把提高工作效率和经济效益同人的解放和发展结合起来,把个人能力的发挥同各种必要激励手段结合起来,从而真正把个人的全面发展看成是社会最大的财富,把生产力的发展建立在每个人个人能力充分发挥的基础上,使人与组织能够和谐共振,互相促进,共同发展。

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。

必须坚持以马克思主义为指导,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。

四是将继承和发扬中国传统文化，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优秀传统文化的认知、学习和践行。

总之，保险业核心价值体系既是建设社会主义核心价值体系建设在保险



业的具体实践，又为保险业的持续发展提供了源动力。我们坚信，只要我们上下团结一心，立足于服务社会和造福人民，努力做到发展为了人民，发展依靠人民，继续以保险业核心价值观体系为指导方针，继续保持和扩大当前来之不易的大好局面，不断加强保险业核心价值观体系建设，不断优化保险行业作风，就能够创建出一流的保险企业，为我国国民经济的又好又快可持续发展保驾护航，为构建社会主义和谐社会添砖加瓦。



331141.com

49000 00.0000000000000000

(征文结束)



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