

2013年第4期

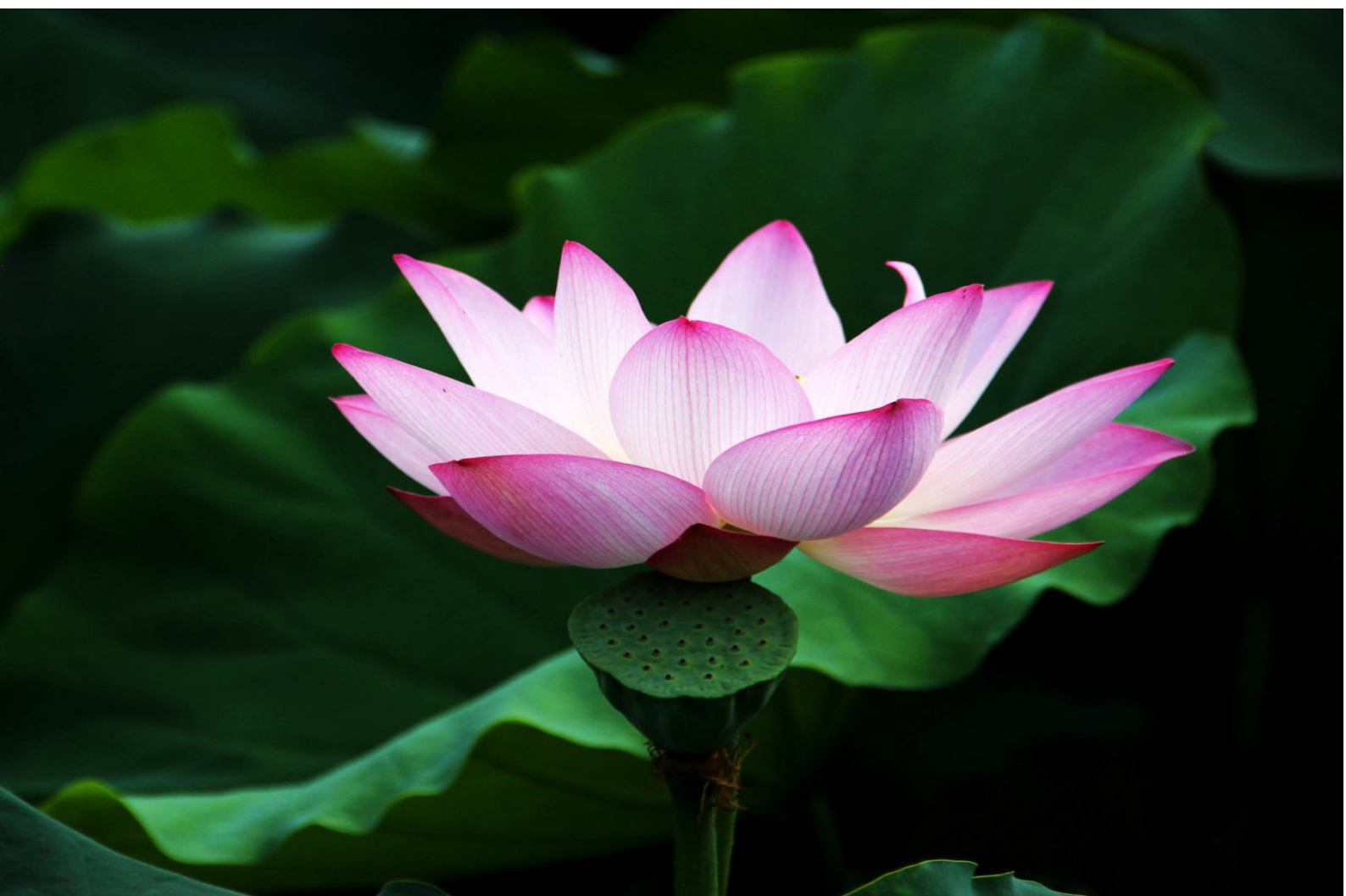
四川保险视野

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 征文系列之三)



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
浅谈提升服务是保险公司发展的必然之路	3
浅谈我国保险业文化建设	5
保险业需要核心价值理念	9
谈新时代条件下保险行业信用评价体系的构建	14
保险梦 幸福梦 “我”的梦	19
关于践行保险行业核心价值观的浅谈	22
践行保险行业核心理念对实现“中国梦”的积极推动作用研究	29
浅谈保险行业的现状与保险业核心理念发展	34
浅谈保险行业核心价值理念的解读及其可行性	38
浅谈保险行业核心价值理念	43
践行保险行业核心价值理念，推动保险行业文化建设	48
践行保险行业核心价值理念	54
规矩绘就方圆，保险伴我成长	60
打造职业精英队伍，践行保险行业的核心价值理念	65
优化服务平台，深化服务水平	70
用心缔造服务——保险行业的核心价值	75

【保险行业核心价值理念专题征文】

征文系列之三：

浅谈提升服务是保险公司发展的必然之路

（永安保险四川分公司 谢崇维）

随着保险业的高速发展和市场竞争的日趋激烈，转变发展方式已经迫在眉睫，原有的粗放型经营管理模式，已经不能适应现阶段经济的发展，代之以可持续性发展，成为整个行业的共识。那么怎样提升可持续发展能力呢？产品的创新、管理的升级、技术上的提升固然重要，但是构建科学的服务理念才是保险企业发展之道。服务理念决定险企可持续发展能力构建正确的服务理念，是保险公司可持续发展能力的重要和直接因素。具体表现在以下几个方面。

一、服务理念是保险公司生存之本、发展之道

服务理念是做好各项服务工作的基础，是一种现代的经营理念，它直接关系到保险公司的品牌形象和社会评价。

首先，服务理念能够有效避免价格和费率的恶性竞争。一家没有服务理念或服务理念差的保险公司，无论其产品多么优质，价格多么低廉，也不可能赢得客户的接受。相反，强烈服务理念支持下的优质服务，能够最大程度降低客户的价格敏感度，从而避免行业内的“价格战”，增加保险公司的市场竞争能力。其次，服务理念是实现保险公司经营效益的动力。服务也是生产力，通过高品质的服务，能够大批量吸引优质业务，增强优质业务选择能力，抛弃低费率、高成本的粗放式发展模式，从而降低赔付成本，实现有效益发展。服务模式和理念的提升，对于保险公司转变发展方式，实现可持续发展也将起到重要的促进作用。

二、服务理念是保险公司维系客户关系的纽带、竞争制胜的法宝

保险公司要想在激烈的市场竞争中占据有利地位，就必须在服务上下功夫。以优质服务使客户感受到温馨与便捷，赢得客户的认可和好评，从而有效提高客户满意度和美誉度，维系良好的客户关系，提高业务续保率。其次，通过强烈的服务理念可以吸引客户，服务质量的高低已成为客户非常关注的问题。最近，一份调查显示，转保客户中有70%以上是因为服务质量问题，而重新选择保险公司。通过在向客户提供优质服务的过程中，能够扩大保险公司的社会影响力，最大程度地发挥保险社会管理职能，从而得到政府部门的认可和支持。构建服务理念的有效途径在当前市场竞争的情况下，服务理念对提升保险公司核心竞争力具有举



足轻重的作用和意义。那么如何增强保险公司的服务理念就成为摆在我们面前亟待解决的课题，我认为主要从以下三个方面入手。

（一）让服务成为一种全员的信念。保险公司的服务理念不应该只是一线服务人员的意识，应该成为全体员工的一种信念、一种责任、一种心态。一是加强员工服务理念的宣传，注重服务能力教育、培养，将员工服务理念与员工爱岗敬业、以司为家，拼搏进取、无私奉献的精神结合起来，形成人人将服务、人人会服务、人人服好务的良好局面。二是要按照上级为下级、后台为前台、全员为客户的思路，统筹抓好内外服务，管理者与员工之间，员工相互之间都要建立良好的服务关系，将服务看做立司的根本、行为的准则。三是加强考核激励措施，定期开展服务质量大检查、服务质量竞赛活动，评选服务标兵发挥模范带头作用，鼓励先进，鞭策后进，将服务理念、服务质量与员工薪酬挂钩。

（二）使服务成为一种企业文化。在企业文化建设中充分融入服务因素，倡导服务文化，使服务理念成为企业文化建设的一部分。树立“以市场为导向、以客户为中心”的经营理念，导入CS战略，即“顾客满意”战略。一是牢固树立以客户为中心，视客户为上帝的观念，真正做到从思想上、行动上把客户当作“上帝”，做到眼里有客户，心中有客户，全心全意为客户服务，最大限度让客户满意。二是掌握需求的动态，了解客户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，搞清楚“上帝”需要什么。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客户着想，通过客户的满意度提高顾客的忠诚度。三是维护客户的合法利益。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。为此，必须构筑一个“从客户利益出发”的企业服务文化体系。

（三）使服务成为一种自觉行动。要想使服务真正转化为生产力，推动保险公司经营管理升级和业务持续发展，只停留在意识层面是远远不够的，必须将其变为具体的服务行动，使企业的服务理念成为广大员工的一种自觉行为，从而推动保险公司整体服务品质的提升。一是抓好承保理赔等关键环节的服务，推进服务标准化建设，按照“快、简、优”的方针，加快承保理赔的业务办理速度，实行各环节、各岗位限时服务，落实快速理赔承诺；简化手续，优化流程，推广电话投保、网上投保、一张纸理赔，方便客户；推行服务人员统一着装，挂牌上岗，微笑服务，优化营业场所环境，增设便民设施，最大限度达到客户满意。二是拓展服务领域，开展增值服务。除了开展承保理赔等业务领域的传统服务以外，大力开展防灾、救援、维修保养、导航、灾害预警的增值服务，使客户感觉到购买的不单单是保险产品，而是一整套服务，以提高客户满意度。三是创新服务形式，开发个性化、人性化服务。现代社会遵循“以人为本”，强调个性发展，保险公司在提供服务时，也要突出这一点，根据客户的不同特点，提供差异化服务，增加公司买点。





浅谈我国保险业文化建设

——行业核心价值理念的思考

(恒安标准人寿 黄李硕)

摘要：我国保险业经过 20 多年的发展，保险公司在保费收入、投资渠道、保险监管等方面取得了巨大的成就。但是，在从业人员素质、业务服务品质、行业凝聚力等方面与发达国家相比还有较大差距。核心价值理念的提出，是保监会引领行业走出当前暂时经营困境的一个战略考虑，是从全局上引领中国保险走上健康发展道路的一个关键举措，体现了保险业职能定位和价值取向，是全行业的精神文化追求。

关键词： 保险公司； 保险文化建设； 我国保险核心价值理念

引言：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，即守信用、担风险、重服务、合规范。近年来，保险业取得了举世瞩目的发展成就，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，当前保险业文化缺失现象严重。究其原因，是企业将经营效益置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。

1 我国保险行业文化建设现状

尽管我国保险业发展取得了一定成绩，但与发达国家相比，与经济社会发展的要求相比，还存在较大差距，保险业仍处于发展的初级阶段。在这个阶段，从经济增长的要素看，保险业的发展更多地依靠增加资本、劳动力等要素的投入推动。虽然各保险公司逐渐重视企业文化建设，前辈们也在扭转保险行业在人民群众心中形象的工作上进行了许多努力，但是到目前为止保险行业应该呈现的光辉形象与群众心里印象的仍然有一定差距，主要体现在销售违规（霸王条款、销售误导），理赔难（拖赔、惜赔、理赔手续不便捷、理赔尺度不一），营销制度滞后（管理水平不高、内控制度不严、经营较为粗放），这些现象投射出的是保险业文化建设方面的不足：

1.1 文化建设未提升到一定高度

很多保险公司普遍存在重展业、轻理赔、重保费、轻服务、重规模、轻管理的现象。究其原因是保险公司还没有把文化建设提升到战略的高度予以认识和重视，保险公司文化建设与业务关联度不高，未能渗透到企业的日常运作各个环节中，使得部分保险公司只顾及扩大保费规模，轻视保险品质，国内保险公司的营销员管理体制基本上属于粗放式经营，文化缺失现象严重，营销人员和所服务的公司之间只是简单的代理合同，报酬是佣金制，这种边缘人的处境地位，使得营销人员归属感不强，营销队伍流动性极大，恶性竞争频繁。有些保险营销员甚至为争取保费不惜向客户虚假宣传、销售误导，这样的结果直接导致公众对保险行

业信任度下降,飞速增长的保费收入并不能和保险业务品质相匹配,这也违背了保险为公众提供保障、抵御风险的本质功能。

1.2 文化建设内容缺失

很多保险公司文化建设重形式轻内容,重理念轻行为,许多保险公司在文化建设上没有自身的核心价值理念,随意性很大,保险公司文化手册可以变来变去,本该与保险公司同生死的核心价值观居然也变来变去。但是一些保险公司之间的文化建设出现了雷同情况,这一现象甚至导致很多保险公司保险产品类似、销售手段趋同等现象,这些情况使得民众对保险销售产生了巨大的反感。所以,保险公司文化建设不仅仅要提高到战略高度,更需要的是要融合自己的管理特色。

1.3 未引导公众回归正确的保险核心本质

在保险营销中,营销员不但未引导客户正确合理的保险观念有些营销员甚至出现误导客户、蓄意承诺客户过高的保险理财收益率,使得很多客户抱着“一夜暴富”的想法,有的客户片面追求高收益,这使得他们对于很多保险产品保障本质漠不关心。客户片面追求高投资收益一旦发现对某些保险理财产品低于购买承诺预期就会出现投诉、退保现象。一般来说,高收益意味着高风险,而低风险意味着低收益。如果客户想要找到一款收益非常高、风险非常低的金融产品,通常情况下,是不大可能的。在保险营销中,营销员应积极引导客户进行理财观念探讨,纠正客户错误的理财观念,使得保险回归其真正的核心作用,从根本上逐渐赢得客户的信任,最终达到营销的目的。

2 构建我国保险行业核心价值理念体系

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”。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影响。

2.1 构建保险核心价值理念的意义

一个高效率的行业离不开自己的核心价值理念,核心价值理念是一种发展的内驱动力,是行业保持持续、健康、快速发展势头的重要因素。此次,保监会首次对保险行业提出“守信用、担风险、重服务、合规范”十二字核心价值理念,这是以发布行业核心价值理念的形式引导行业文化建设的具体体现,是推动行业科学发展的内在要求,也是加强行业文化建设的关键所在。

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。在充分认识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重要意义的基础上,更应当准确把握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。

保险行业的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。培育和践行保险行业核心价值理念是提升行业形象,增强行业软实力的迫切需



要。

党的十八大明确提出,要提高保险业的竞争力,先进的保险文化是保持行业竞争力的重要因素,是行业持续健康发展的重要支撑。行业文化的力量,归根到底来自于凝结其中的核心价值理念的影响力和感召力,有利于弘扬行业精神,扩大行业影响,树立良好的形象,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和优势,不断提高保险业在经济社会发展中的地位和作用。因此,保险行业文化应该是行业在改革发展和经营管理实践中形成的、能够为行业内部所认同并共同遵守、体现行业特点的发展使命、发展愿景、发展宗旨、发展精神和价值观的总和。

2.2 保险核心价值理念的解读

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。

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。

2.3 保险核心价值理念的实践

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。

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。从现在开始,从我做起,把理念变成实际行动,通过不懈的努力,为实现终极目标而努力奋斗。

3 我国保险业未来发展展望

我国保险市场发展正处在关键时期,需要发展方式的根本转变。未来我国保险业发展也存在变数与不稳定性,我国保险业发展或将是充满忧患的。事实上,在人均GDP达到3000美元时并非所有的国家保险业发展就此迈上新台阶。从国际经验看,3000美元是个分叉,有些国家发展非常快,也有些国家保险业发展就此停滞不前。保险业发展要实现质的突破,需要密切关注经济发展的变化,适时转变发展方式。

中国保险业的供给水平和社会客观需要仍有一定的距离,市场仍一定程度地存在着供求结构性矛盾,一般意义上的再保险市场尚未见雏型;行业的市场化深度



远远不够,国内的保险人无论是在技术上,还是在观念上,对于如何应对中国保险市场全面开放后所带来的残酷竞争普遍准备不足。虽然中国实行了较严格的产业约束政策,但因市场保护所应带来的收益效应并未能在保险业的经营成果中显现出来,不要说按国际上通用的行业效率考评方法,即使按国内的现行财务制度来评定,中国保险业现在是否可维持一定的收益仍是一个问题。这些问题的出现,有体制上的原因,也有经营管理上的原因,还有监管方面的原因。归根结底,不外乎是由于市场发育不足及市场化深度较低导致了保险业的低效率的增长。

保险业在我国社会保障体系建设过程中,将发挥出重要的补充作用。我国经济和社会发展未来一个时期内的一个重要任务就是要建立健全覆盖全民的社会保障体系,社会保险是其中最重要的组成部分。但在我国社会保险仍不可能为所有居民提供较为充分的经济保障,且进一步扩大融资来源十分有限的情况下,商业保险可以发挥重要的补充作用。首先,商业养老保险可以作为职工退休后经济收入的重要补充来源。

从我国目前情况看,一般中等收入的职工退休后,可以从社会基本养老保险获得的收入大体相当于其退休前收入的50%左右,如果再能从企业年金或商业等其他养老保险(储蓄)计划中得到相当于其退休前收入30%左右的补充收入的话,将可以基本保持退休职工退休前后生活水准的一致性。其次,针对我国社会医疗保险体系面临的保障程度低、覆盖面窄、成本增加快、效率不高等问题,商业医疗保险或有商业医疗保险机构参与的各类医疗保险计划的发展,对解决社会医疗保险存在的问题,建立较为完善的全民健康保障体系具有不可或缺的作用。

保险业自身的改革、发展和创新,将步入一个新的历史阶段。如果说改革开放后恢复新生的中国保险业经过近30年的艰苦奋斗,从无到有,从弱到强,实现了一个以建成初步完整的保险市场体系的历史性跨越的话,那么我们完全可以期待,在未来的30年里,中国保险业将会实现新的更大跨越。

我国在保险市场规模、保险产品体系、保险服务水平、保险经营管理水平、保险监管能力、保险业创新和可持续发展能力等方面,都将会站上新的台阶,将会成为全球最重要、最大的保险市场之一,保险业也必将成为我国国民经济中最重要的支柱性行业之一。



保险业需要核心价值理念

(安诚保险四川分公司 李显煜)

[摘要] 中国保监会发布保险监管核心价值理念和保险行业核心价值理念,

其理念是“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,对促进保险业持续健康发展具有十分重要的意义。本文就保险行业是否需要核心价值理念的重要性,分别从整个行业市场及公司的文化建设进行探讨。

【关键词】 行业核心价值理念 文化建设 核心价值观建设

核心价值理念是一个公司各项工作的行动指南。一个公司拥有核心价值理念,表明这家公司的经营理念成熟,经营思路明确。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。我们可以看出核心价值观是每家保险公司各项工作的行动指南。保险文化的核心,应是保险行业的核心价值观。保险业从无到有、从羸弱到壮大的成长过程,也是其核心价值观不断被发现、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。如果保险业不能贡献出为社会所认同、所尊重的核心价值观,其发展将注定充满荆棘和弯路。

此次,保险行业提出核心价值理念是“守信用、担风险、重服务、合规范”。这里的“守信用”是指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。因为只有这样,才能树立好企业在客户面前的形象。也就是说,保险行业的“守信用”,须臾都不能离开“合规范”这一准则。“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。否则不仅会大大增加经营风险,而且将离保险行业的核心价值理念、离保险行业的诚信文化越来越远。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。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。建设适应中国社会主义核心价值体系的保险行业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。只要保险业坚守核心价值理念,主动服务民生需求,保障经济社会发展,就必然为社会所认同、所尊重。

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。

这种行业文化指导下的行业发展精神，是推动行业科学发展的不竭动力。从行业科学发展着眼来看，必须要有一种主流的，积极、健康、向上的文化来引领，形成一种行业主流文化，使之成为行业内部奋发向上、开拓进取的精神纽带，从而引领行业走上发展科学、效益显著、整体素质不断提高、与经济社会协调发展的道路。而这种文化的核心组成部分，就是核心价值理念的体现。

行业核心价值理念被提出，即“守信用、担风险、重服务、合规范”。是要让我们从实际工作中把存在的相关问题提出来得到有效解决。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。

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。所以在实际工作中践行核心价值理念有以下几点建议：

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什么样的理念，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。

三、核心价值理念要通过具体的载体来实现。核心价值理念是一种经营理念、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，核心价值理念才不会空洞无物。

核心价值理念往往是从道德层面、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。建设核心价值理念，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。在保险市场上往往存在这些误区，有的保险公司认为没必要花费精力构建核心价值观体系。特别是自2003年国内保险市场开放以来成立的保险公司，由于企业规模小，成立时间短，人员少，公司管理水平普遍较低，经常处于不规范经营状态。管理者一般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。所以核心价值观及理念的建设上产生了目前以下误区：

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、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。

四、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。

以上这些存在的误区都不利于企业在整个保险行业中的生存，目前，保险行业核心价值理念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。

那到底正确的企业文化是什么？它是通过什么方式来表示的？特雷斯·迪尔和阿伦·肯尼迪认为，企业文化是价值观、英雄人物、习俗仪式、文化网络、企业环境。在保险行业中，安诚保险公司则提出了：“安全放心”、“诚信忠心”、“仁爱关心”、“和谐用心”的核心价值理念。

何为“安全放心”，古书《易系辞下》曰是故君子安而不忘危”；社会需要安全，安诚保险公司的经营和管理需要安全。审时度势、审慎决策、操作精细、稳中求进、科学发展，唯此，才能确保社会的安全，才能确保客户利益、员工利益和股东利益的安全。安全是安诚保险的基石，是实现对客户的庄严承诺。天有不测风云，人有旦夕祸福，通过经济补偿发挥着重要的“补缺”作用，最终通过风险识别和灾害预警系统确保客户乃至整个社会的无危、无缺，才能充分实现防灾



减灾、推动经济、维护稳定的辅助社会管理功能。

“诚信忠心”，古语说的好：诚，五常之本，百行之源也。在保险市场中，诚信是一家公司的立足之本，而安诚保险公司则将“诚信”立为生命之本。在中国古代，哲学家认为诚信是人的修身之本，也是一切事业得以成功的保证。《河南程氏遗书》卷二十五云：“学者不可以不诚，不诚无以为善，不诚无以为君子。修学不以诚，则学杂；为事不以诚，则事败；自谋不以诚，则是欺其心而自弄其忠；与人不以诚，则是丧其德而增人之怨。”说明“诚”对于“做人”、“做事”是何等的重要！

人无诚不立，企无信不强。诚信就是本着一颗赤诚之心，一言九鼎，信守承诺，言必信，行必果。在工作中对同事坦诚相见，以诚相待；对客户信守诺言，诚实无欺；对社会和国家以诚取信。以诚信体现公司形象的品质，以诚信赢得公司的不断发展。

“仁爱关心”，儒家文化作为我国的基本文化信仰，是中华文化的重要根基和支柱。所谓：仁者爱人、仁者治国、仁者无敌。保险作为人类社会抵御自然风险和意外事故的历史产物，在几百年的发展与实践过程中，逐渐形成了人们所公认的独特的基本准则和行业价值观。安诚保险公司作为中国保险业的新军，需要不断得发展、壮大。而这正需要在人际关系上倡导仁慈忠厚，相互关爱；对家人、朋友、同事、客户和社会充满真诚之爱，用爱的真情对人做事，将爱心奉献给社会。

“和谐用心”，和谐，中华五千年文明的普世理想，天人之际的伟大法则。安诚保险公司立足用合作共赢的思维，尽量化解公司经营和管理中以及发展中的各种矛盾和冲突，协调和平衡各方利益，尽最大努力营造一个安诚和社会发展的良好环境，为安诚自身的发展和构建中国社会主义和谐社会发挥应有的作用。

以上的核心价值理念体现了安诚人为保险行业构筑风险预警体系，提供专业安全保障的专业使命。也同时大力推进了安诚保险对安全生产政策、技术等方面的咨询和指导，充分发挥保险业在安全生产事前风险防范、事中风险控制、事后危机处理工作中的作用，实现安全生产和保险保障的良性互动和共同发展。

在保险行业中，公司核心价值观认识和建设当中存在的各种问题要得到有效解决，就必须实施培育新型企业文化。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。要以社会主义核心价值体系为指导，传承优秀的行业理念，利用各种机会，大力培育保险机构和从业人员的依法经营意识、诚信服务意识和奉献意识；要以科学发展观为指导，始终坚持以人为本，积极培育合作共赢的发展文化，统筹兼顾各方面利益群体，实现各方面的和谐发展；要以党建工作和精神文明建设为载体，充分发挥国有控股保险企业的政治优势，注重发挥先进典型在培育核心价值观过程中的示范作用；要以机制建设为根本，发挥监管机构、保险公司和广大从业人员的主体作用，将人作为培育核心价值观的核心，将文化建设作为保险公司管理的重要内容和提升竞争力的重要环节，积极树立正确的价值观念和哲学思想；要以舆论宣传为重要手段，传播先进的保险文



化理念,在保险业与社会各界之间架起沟通理解的桥梁,营造良好的社会舆论环境,努力实现新闻宣传与建立保险核心价值观的相互促进。

目前,保险行业核心价值理念建设当中存在的各种问题要得到行之有效的解决。首先就是要强化合规问责,引导各分支机构主动合规经营、诚信守法。因为公司的核心价值理念是公司一切经营活动必须遵守的最高准则;在专业化建设方面,确立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,持续推进结合数据的管理模式;四是在落实公司核心价值观是一项持续性的工作,不是一蹴而就的,必须持之以恒地长期推进,沉淀在长久的工作习惯中。

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,积极落实公司核心价值观,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,从而真正打造和实现“把保险公司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”的战略目标。

参考文献

- [1]项俊波.培育践行核心价值理念 促进保险业持续健康发展[N].北京:金融时报,2013,(3)
- [2]罗宇星主编.中国保监会发布保险监管核心价值理念和保险行业核心价值理念[J].安诚之声,2013.01
- [3]曹德云.深刻内化保险监管核心价值理念要义[N].中国保险报,2013.(3190)
- [4]吴定富.保险职业道德教育读本[M].人民出版社.2004版



谈新时代条件下保险行业信用评价体系的构建

(中国人寿成都保险研修院 宋莹莹)

摘要:守信用是保险经营的基本原则,诚信是保险业的生存之本。建立行业认可的专业保险信用评价机制对保险公司维护信用、投保人获取公司信息、监管部分履行职能有重大意义。本文将探讨我国保险行业面临的信用危机并分析其原因,结合国外保险信用评价的经验和国内相关研究,提出新时代条件下我国保险

行业信用评价体系的构建。

关键词： 保险行业 信用评价 文献综述

一、问题的提出

自保险业恢复营业以来，由于保险代理人制度的不完善、代理人受教育程度普遍偏低、保险公司自身管理漏洞、投保人专业知识缺乏等种种原因，保险市场上存在着营销误导、理赔纠纷等各种现象，严重影响了保险公司乃至整个行业的公共形象，为今后保险企业和行业的发展带来不利因素。随着市场的进一步开放，外资保险公司涌入中国，开始迅速抢占市场份额，我国保险企业同时面临着外资公司的市场抢夺战和行业形象的危机战。打破外界对国内保险企业的旧观念，树立新形象，为国内保险企业正声势在必行。

2013年3月21日，中国保监会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指“守信用、担风险、重服务、合规范”，其中守信用排在了首位。该篇新闻报道中更强调，“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。”¹

二、现状研究

近年来，我国保险业迅速发展，从1991年1月人身保险保费收入的543,240万元到2009年1月人身保险保费收入8503138.84万元，再到2013年1月人身保险保费收入达到14003599.22万元²。保费规模的不断增大带动了行业内外对保险信用的需求，本小节将对我国保险信用体系的发展概况、国外保险信用体系的发展和经验进行研究。

（一）我国保险信用体系发展概况研究

第一，我国保险市场的迅速发展反映保险信用水平的不断提升。如前所述，自1980年恢复保险业务以外，我国的保险市场一直保持着较高的增长速度。截至2009年底，保险公司总资产突破4万亿元，达到4.1万亿元，净资产3904.6亿元³。中国人寿、中国人保、中国平安三家公司海外上市，中国太平洋保险集团在香港发行H股。同时，保险公司专业化发展也取得了新的成效，平安养老保险股份有限公司、中国人民健康保险股份有限公司等专业保险公司纷纷出现。保险市场主体的经营结构发生了根本性变化，各种指标呈上升趋势。从保险业务看，首先是财产保险获得迅速发展，其次是人身保险业务在上世纪九十年代以后进入黄金发展时期，与此同时保险公司资产和保费收入等指标逐年增加。

第二，保险法屡次修改，保险信用的法律地位不断提升。自1995年公布《中华人民共和国保险法》以来，伴随着我国保险业快速发展，保险业的内部结构和外部环境都发生了很大变化，保险实践中出现了一些新情况、新问题，为保证保险法适应当前保险业改革发展的需要，保险法经历了一系列的修改。如2002年为履行加入世贸组织做出的部分修改，2008年8月国务院向全国人大常委会提交了《中华人民共和国保险法（修订草案）》，经常委会三次审议，2009年2月28日，十一届全国人大常委会第七次会议审议通

¹ 中国保监会发布保险监管核心价值理念和保险行业核心价值理念。

<http://www.circ.gov.cn/web/site0/tab40/i239331.htm>

² 数据来自中国保险监督管理委员会网站。

³ 数据来自中国保险监督管理委员会网站。

过了《中华人民共和国保险法（修订案）》。修订后的保险法进一步明确了保险活动当事人双方的权利、义务，加强对投保人、被保险人利益的保护，加强了对保险公司的监督管理，保障保险公司稳健运营，完善了保险业监督管理规定，促进保险业健康发展。

第三，全国保险信用建立已经展开。2004年12月，山东省保险行业协会出台了我国保险行业的第一个服务质量标准——《山东省保险行业服务质量标准》和与之配套的认证办法。该标准对保险公司的整个服务流程，如营业场所、展业承保、售后服务、保险理赔以及员工服务行为等，都提出了明确的要求，并规定了量化考核指标，如针对确定立案须前往查勘现场的情况，应做到第一时间赶赴现场；辖内案件要在2小时内赶到，省内异地案件委托协作公司查勘的，应在3小时内赶到现场；索赔资料齐备、达成协议的案件，应在10个工作日内给予赔付。

2005年7月12日，中国的保险行业第一个全国性、全行业的内部服务标准类文件——由中国保险行业牵头制定的《机动车辆保险服务承诺》和《个人意外伤害保险、健康保险服务承诺》出台。至此，我国车险、意外险和健康险承保理赔服务首次有了全国统一的基本标准。中国人保、中国人寿、平安、太平洋等国内市场上经营这三类保险业务的45家保险公司签署了承诺协议。该承诺书针对消费者的关注焦点，尤其是承保理赔的程序和时限做出了明确规定。同时，鼓励各公司以诚信为基础，根据不同地区的实际情况以及本公司经营特点，制定更高层次的服务标准，为消费者提供更有特色的服务内容。

2007年10月，上海23家财产保险公司、25家寿险公司共同签约《上海市财产保险公司车险理赔服务承诺》、《上海市寿险同业窗口服务标准》，针对投保人对车险理赔中反映较为集中的问题以及寿险服务指示、场所环境、热线咨询、投诉接待、乃至工作人员仪容仪表等均作了规定。值得一提的是，该《标准》强调了寿险公司客户服务部门要健全“首问责任制”服务模式并保证其有力实施，在具体的业务处理过程中不推诿、不扯皮，始终以客户利益为重。

2012年3月，贵州保监局、贵州省保险行业协会召开“行业服务标准发布会”，正式向社会发布《贵州省人身保险公司服务标准》和《贵州省机动车辆保险理赔服务标准》，针对销售误导、车险理赔难两大行业顽疾，提出了保险公司经营行为和保险从业人员从业行为的基本要求，规定在展业承保、保全服务、查勘理赔等环节必须遵守的标准流程、工作时限、职业行为规范等内容。

（二）国外保险信用体系发展和经验研究

1909年，美国穆迪公司的创始人 John Moody 在其出版的铁路证券手册里首次对200条铁路及其证券进行了评级，使评级首次进入证券市场。标准公司（Standard Co.）于1916年开始进行债券评级，普尔和惠誉于1920年随后跟进，标准普尔公司则在1914年诞生。保险信用评级制度是指评级机构利用保险市场公开和部分内部信息，借助专业技术手段加工信息产品，为市场参与者提供服务的一种机制⁴。世界范围内的保险信用评级是在债券、股票等信用评级的基础上发展起来的。1899年第一家保险专业评级机构 A.M.Best 成立。并于1900年出版了保险业的第一份评级报告。通过评级报告向专业人士提供美国保险公司的财

⁴ 陶存文、戴东红. 论保险信用评级制度建设[J]. 保险研究, 2005(6): 49-50

务信息，逐渐成为了美国保险界的重要信息来源⁵。

美国作为全世界保险业最发达、保险信用评级制度最为完备的国家，其保险信用评级运作过程、评级机构和评级方法的发展和完善程度都值得研究、借鉴。首先是其评级机构的高度专业性。美国保险评级机构多拥有一支庞大的专业人士和保险分析专家，他们依据世界各地保险市场现状和发展的第一手资料，从事高质量的信用评级工作并负责监督评级工作的整个过程。另外，他们还与公司资源管理专家进行讨论，以便使评级结果更能符合保险人的实际水平。其次是保险评级机构的独立性，为保证评级结果的准确性和权威性，美国保险信用评级机构严格遵守独立公正的职业准则，一直保持着“独立第三方”的角色，不从属于政府、企业或者其他利益集团。从评级机构的存在意义上看，这一定位是保证评级结果专业、公正，传达信息准确可靠的必要方式。再次，美国国内已存的良好信用环境为保险信用评级的客观性奠定基础。众所周知，美国国内的信用交易十分频繁，企业和个人都拥有较强的信用意识，在日常活动中自觉避免信用危机。而不代表任何利益集团的保险评级机构，其做出的信用评级判断只是一种社会监督的手段，不带有强制性。最后，美国已经形成了较为完整的信用管理法律法规，对保险信用评级行为受到直接和明确的法律约束，成为美国保险信用评级制度健康、有序的重要法制保障。

三、体系构建与创新

信用是无形资产，是市场经济发展是否成熟的重要标志。对于市场经济条件下的企业来说，信用就是无形的核心价值，是企业求生存、谋发展的重要手段，保险行业是经营风险的特殊行业，同其他行业相比，信用更为重要。保险行业核心价值理念中，排在首位的是“守信用”，并且补充“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。”本小节将从我国保险信用评价体系构建的必要性、新的时代条件对我国保险信用评价体系的构建要求两方面进行讨论。

（一）我国保险信用评价体系构建的必要性

从宏观层面上看，第一是保险信用体系的构建能防范和化解保险经营风险。金融安全是国家安全的核心，保险作为现代金融的重要组成部分，对国民经济的发展和稳定具有举足轻重高的影响。不难推测如果保险企业出现风险，将会引起的多种社会问题。在众多的风险中，信用风险应该是保险企业面临的危害最大的风险。鉴于此，加强信用体系建设，提高整个行业的信用度，有利于防范和化解经营危机，对国家金融环境的安全保障具有重要意义。第二是加强信用体系建设是促进保险业可持续发展的重要措施。加强整个保险行业的信用体系建设，将为行业今后的发展扫除障碍，消除保险发展中留存的失信行为，进一步改善行业在外界的整体形象，刺激保险的社会需求，规范保险业的无序竞争，提高保险业的经营管理水平。

⁵ 武建强. 国外保险信用评级制度评介及借鉴[J]. 广西金融研究, 2007(8):30-31

从微观层面上看,构建保险信用评价体系对保险企业、监管部门和消费者都有益。于保险企业而言,有效的信用评价体系可以完善保险公司的管理、激励和约束机制,从而直接降低保险企业内部的交易成本;另外,有效的保险信用评价体系能为保险企业传递其经营稳健、财务安全等信息,在资本市场上更易于被投资者接受,融资相对容易、渠道相对稳定。于监管部门而言,保险信用评价体系的构建能间接的降低保险监管的成本,为监管工作提供便利和辅助信息。于投保人而言,保险信用评价体系的构建可以弥补现存的较为普遍的信息不对称的缺陷,使投保人对选择购买哪家企业的保险产品有更为明确的依据和更有价值的参考。

(二) 新的时代条件对我国保险信用评价体系的构建要求

一是要利用现代信息技术,开放国内保险企业的信用数据,完善保险业信息披露制度。准确客观的保险信息数据,为保险信用评价体系的构建提供充分的数据支持,对于体系的成功构建意义巨大。因而,必须加强保险行业的信用信息沟通、交流和分享。网络时代的到来大大方便了信息的交流,降低了获取信息资源的成本,为一体化的企业信用市场的形成提供了载体。通过网络及时追踪企业信用,对失信的企业进行惩罚,守信的企业提供更广阔的发展空间。我国当前的保险行业发展条件下,保险信用评价体系网络化的成型还需要政府和企业的共同努力,将各保险企业的信用状况记录在案并及时公布,以避免违规、误导行为的出现,最大程度的减少保险产品交易过程中不诚信的现象发生。

二是要加大投保人监督力度,建立沟通平台、鼓励来自投保人或社会大众的直接监督。目前保险行业面临的信用危机,部分原因是来自于投保人在保险交易过程中处于更为弱势的地位。保险交易过程中的信息不对称、投保人本身的保险专业知识缺乏、面对违规操作时投保人维权意识的薄弱和难度、代理人诚信等问题都可能为保险企业带来信用危机。加大投保人或者公众的直接监督力度,搭建保险企业与保险产品消费者之间的交流平台,促进双方之间的沟通,为保险企业信用评价奠定基础。而平台的搭建,不妨参考国内著名的电子商务网站对信用评价的方式,或者直接通过 APP 与消费者实现互动。

三是要建立和健全信用法律制度。市场经济条件下,企业的终极目标都是获取更多的利润,保险企业也不例外。因而依靠市场机制和道德约束难以确保保险双方的诚信行为,必须借助于制度外的强制力量,即建立健全的法律制度。只有通过完善与信用相关的法律制度,使得任何企业在遵守诚信的前提下能获得大于不守诚信时的收益,即诚信的成本小于不诚信的成本,才能真正促进保险行业信用积累的良性循环。

四是要客观、公正的看待保险信用评价体系。信用评价体系得以存在的根本原因,是在于市场参与者之间的信息严重不对称。然而在全球信用评级体系最为发达的美国,出现了由一流评级机构引发的 2007 年的次贷危机。这一危机的出现向公众警示了即使是最专业的信用评价机构也存在着诸多问题与缺陷,但是作对信用评价还处于初级发展阶段的我国而言,并不可因此对信用评价体系持全盘否定的态度,不承认信用评价体系在调节市场信息不对称和降低交易成本方面的作用。而是应该客观、公正地看待信用评价体系,充分借鉴本次金融危机中国际社会对信用评价体系的总结和教训,为我国今后完善相关制度,更好的设计信用评价体系和发挥作用奠定基础。

保险梦 幸福梦 “我”的梦

(幸福人寿四川分公司 龚漩)

“仁”者乐山，“智”者乐水。乐山不乏仁智之人，更不缺有梦想的人。有梦的人，才能拥有成功的机遇；会做梦的人，才能找到成功的踏脚石。保险梦，幸福梦，“我”的梦如何实现，在学习了保监会关于“践行保险行业核心价值理念”后，保险人有了坚定的信心，有了属于保险人的中国梦。“守信用、担风险、重服务、合规范”这12字箴言，已成为保险人今后乃至较长时期内，合规经营，用心服务的方向标。

国家主席习近平同志在阐述中国梦时说：中国梦是每个中国人的梦，就是让人民有梦想、有机会、有奋斗。面对“中国人的中国梦”，保险业发展数年来一直坚持为了可以拥有更加幸福美好的生活，为了家人的幸福，为了孩子的未来，共同享有梦想成真的机会，而实现中国梦，实现保险人的中国梦，这些与保监会倡导的“守信用、担风险、重服务、合规范”保险行业核心价值理念是息息相关的，这一行业核心价值理念，高度凝练、概括全面，是一个有机整体：守信用，是保险经营的基本原则；担风险，是保险的本质属性；重服务，是保险价值的实现途径；合规范，是保险市场健康运行的前提条件。

保监会主席项俊波提出：“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。”

实现保险梦，我们要把贯彻执行保险行业的核心的价值理念作为我们工作方向的指南，保险文化的核心，行业群体判断是非的标准，遵循的行为准则。核心价值理念将解决我们在发展中如何处理内部矛盾的一系列问题，帮助我们理清工作中遇到实际问题的看法和态度，所以充分理解和掌握核心价值理念并将其转化和落实执行，将是我们企业和个人发展成败的关键工作之一。

“守信用”，是实现梦的基石。所谓诚信乃立业之本，人无信而不立，“诚信规范”，幸福人寿作为一家寿险公司，将诚信从业、规范经营作为企业经营之道的根本，体现了企业的道德价值观。这是我们企业经营的基本原则，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。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。“以人为本”是指重视人的发展，满足人的需要。将促进人的发展视为公司生存与发展的目的，视为对公司最有意义、最有价值的事。

“担风险”，是实现梦的本质需求。这是保险的本质属性，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。“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，同时需要与时俱进，不能一味地抄袭模仿，要在学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，更好地履行企业的责任。

“重服务”，是使梦想成真的风向标。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。保险是无形产品，服务是基本手段，企业提供优质服务的能力对建立和保持积极、持久和紧密有力的保险客户关系是十分重要的，通过优质服务实现客户满意最大化、维系并培养忠诚保险客户、实现客户价值与保险公司价值的共同增长为长远的目标，最终传达保险的关爱，体现保险价值。幸福人寿的服务理念：专业，规范，贴心，超值。通过“专业”提升我们服务的层次，通过“规范”保证我们服务的质量，通过“贴心”体现我们的服务满足客户的需求，通过“超值”证明我们服务的价值。我们希望用真诚付出，换得客户幸福相伴。“以客户为中心”是公司开拓市场的基础。为了更好地服务客户，公司总部承担全系统业务的管理和大客户的开发，分、支公司实行客户经理制，直接向客户提供“一揽子”服务，强化业务系统的经营管理力度，使业务部门和客户经理更贴近市场，更贴近客户，以客户为中心开展各类营销活动，使管理和经营、总公司和分支机构实现相互配合、相互促进。

“合规范”，是实现梦想的指南针。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。在实际工作中，我们必须严格遵守国家法律法规、行业规则规范、职业道德准则，并要体现在具体的工作中。只有遵循知法守法、合规经营的道德风尚，才会拥有良好的市场秩序，行业、企业、我们自身才能得到更大的可持续发展。幸福人寿的经营理念是诚信，稳健，专业，创新。“诚信”是指诚实守信，肩负责任，取信于客户、取信于员工、取信于社会。“稳健”是指幸福人寿坚持以科学发展观为指导，秉持稳健经营的原则，重视公司的长远发展和内涵价值的提升，不以眼前利益牺牲长远发展，科学合理规避和控制风险，

实现公司的持续健康发展。“专业”是指幸福人寿致力于为客户提供专业化的保险服务，为客户提供优秀的保险方案和产品，通过专业、优质的产品和服务赢得客户的信任，培育客户的忠诚度。“创新”是指通过产品开发、服务模式、管理体制和运行机制的创新，提高公司核心竞争力。

保险梦很伟大，“守信用、担风险、重服务、合规范”十二字箴言，就是我们的保险让 13 亿中国人生活得更有尊严，更加精彩！这就是每个保险人心中的中国梦。

幸福人寿保险股份有限公司是由中国信达资产管理股份有限公司等十五家企业发起组建的国有企业控股的股份制人寿保险公司。幸福人寿于 2007 年 11 月 5 日正式成立，现有注册资本 33.3 亿元。主要经营各类人寿保险、健康保险、人身意外伤害保险以及与人身保险相关的再保险业务。幸福人寿成立以来，凭借优质的产品和专业的服务推动着公司的业务规模和综合实力不断提升。截至 2012 年底，幸福人寿已累计实现保费 236.87 亿元，总资产 263.3 亿元，投资收益率连续多年位居行业前列。目前，幸福人寿已在北京、上海、陕西等 22 个省市开设分支机构，基本形成了覆盖全国的销售服务网络。幸福人寿开业第一年就开通了 95560 和 4006688688 两条服务热线，为客户提供 7 天 24 小时不间断服务，确保及时、准确的向客户兑现各项承诺。

企业文化是公司管理的重要组成部分，具有聚合功能、导向功能、激励功能和规范功能。加强企业文化建设是公司发展的需要，是提升公司员工整体素质的需要，也是提升公司整体形象，塑造公司品牌的需要。幸福人寿开展了多次感恩公益活动，树保险行业形象。如：“4.20 地震 幸福有爱，幸福在行动”捐赠活动，并及时启动抗震应急预案，开启绿色理赔通道，受理 6 例灾区客户理赔报案。乐山中支实行 24 小时值班制，积极为灾区群众提供服务。在幸福人寿成立的六年里，公司推出多款产品，荣获“年度杰出品牌建设奖”、“最具幸福感金融企业”等，这些都是幸福在实际行动中做到了“践行保险行业核心价值”十二字箴言的行动体现。

通过学习，我们深深认识到，核心价值理念不应该只停留在学习的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。从现在开始，从我做起，把理念变成实际行动，通过不懈的努力，为实现终极目标而努力奋斗。而幸福人寿正在这样做着，坚定不移的相信着。

幸福梦很务实，那就是：“国际水准的经营管理”：我们在所从事的领域处于领先者的地位——我们的经营理念、业务发展模式、管理方式、管理技术和系统都将长期在行业内和市场上处于领先地位；“优质高效的客户服务”：是幸福人寿的服务目标。我们的服务在市场上深受信赖和欢迎——我们的服务极具竞争优势，客户因为享有我们的产品和服务而感到高度满意；“世界知名的企业品牌”：是幸福人寿的发展目标。我们致力于缔造一家世界知名的寿险企业——我们要成为行业内的优秀典范和市场上的杰出品牌，这是我们永无止境的追求目标。

我的梦很简单，作为一个保险人，作为幸福大家族的一员，作为后援岗位的一分子，也是每一位保险人的共同梦想，那就是拥有优秀平台，不断成长与发展，打造自己的一片天地。

随着我国寿险市场消费需求的持续快速增长，国内大多数保险企业纷纷研究并着手建立集中运营的“大后援”模式，以应对业务快速发展所必须应对的统一、规范、高效运营管理与服务要求。作为后援工作成员中的一人，要实现后援保险人的中国梦，就要大大的提高我们的服务质量，完善集中运营模式，可以有效地控制风险，降低经营成本，提高服务品质。2009年，幸福人寿成为国内首家全系统导入ISO9001质量管理体系认证标准的寿险公司，切实增强了公司抵御和化解各类风险的能力。

凝聚力量，发挥自我最大潜力。保险企业考验的是管理智慧、管理文化，管理文化是主线是内生核心因素，培育以人为本干实创业攻坚克难激情燃烧的管理文化，后援建设决定寿险公司未来长远发展，放眼全局，立足公司整体规划去思考和定位后援运营管理体系的主要目标。保险行业后援工作复杂且重复，需要我们用理念实现价值，用感情凝聚人，用事业凝聚人，用激情创造奇迹。激情是保险人不可或缺的成功因素，有激情才有更佳的工作状态，只有怀抱激情长保斗志才能不断克服困难提升实力超越自我。我们坚信只要能够牢牢抓住保险行业核心价值理念培育这条主线就能够锤炼保险人的亮剑精神，就能够凝聚力量，实现我们自身的“价值梦”。

中国保监会正式发布的保险行业核心价值理念，为保险人求索心中的中国梦提供了思想指导和实现路径。我相信：保险梦，幸福梦，我的梦，所有梦的实现，都会在我们践行保险核心价值理念的路途中一一实现。

展望保险的未来，我们充满信心！



关于践行保险行业核心价值观的浅谈

（中国人民财产保险股份有限公司 丁奕）

摘要：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。

关键字：保险行业，核心价值理念，企业文化
核心价值观

核心价值观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须拥有的终极信念，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。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。

企业核心价值观

企业核心价值观把握的内涵应包含以下一些方面：一是人性化；二是高品位的道德标准；三是基于事实与可持续发展的科学精神；四是营造效率、公平与和谐的环境；五是按绩效导向与合作精神评判个人与团队；六是保持学习、进取、双赢之态；七是激励为主，惩罚为辅；八是分享与创造力。

企业核心价值观的表现应包含以下特点：一是以人为本；二是顾客第一；三是追求卓越；四是社会责任；五是个性化、人文化的展示；六是具有时代性与抽象性。

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。企业的核心价值观为企业日常工作的作风、态度和战略发展目标等规定了基点。体现为企业最高原则，是必须坚守、不可违背的，是最高利益之所在。当其他价值观与其发生矛盾时必须严格服从。企业的使命、企业的宗旨、企业的经营原则与管理原则、企业的伦理道德准则等从根本上反映的是企业的核心价值观。企业核心价值观就是阐明什么是重要的，什么是不重要的。核心价值观有助于企业保持其特色，使战略与其一致，并使遵守这个共同价值的人们相互团结和协同。

当前，加强保险文化建设，最重要的是要研究建立保险业的核心价值体系，也就是保险业的精神、灵魂。要构建保险业的核心价值体系，就要将一些重要的理念融入保险业的核心价值体系中：一是扶危济困。为人民群众提供风险保障，提供经济补偿，造福人民，这是保险业存在的根据，是其价值所在；二是诚信为本。让人们相信保险，诚信是保险业处理各种关系的基点和准则；三是规范服务。保险的价值是通过规范的服务来具体体现的，就是要求为保险消费者提供规范的服务，而且还要在这个基础上努力提高水平；四是合规经营。要遵守规则，用产品、服务、品牌、形象等来竞争，不能不择手段违反规则，那对公司健康发展的损害将是致命的；五是稳健经营。按照经济发展规律稳步发展业务，注重协调发展；六是有效益原则。

保险行业核心价值观

（一）保险行业在经济社会发展中有举足轻重的作用

一是为经济建设保驾护航，夯实改善民生的物质基础。围绕国家和地方的重大经济部署以及市场需求，积极开展财产保险、工程保险、农业保险、信用和保



证保险等各类保险业务,为经济建设主体提供全面的保险保障;针对特定行业和群体,如科技、环保、文化、外贸等行业和小微企业、农民等群体,开发专门的保险产品和服务,切实发挥保险的政策扶持效应;积极参与金融体系建设,尤其是发挥保险资金长期性和稳定性的优势,努力满足国家和地方重点工程、国计民生项目的融资需求。

二是参与社会保障体系建设,提高民生保障水平。商业保险不仅是医疗、养老、工伤等社会基本保险的有效补充,而且是未来大幅度提高人民群众保障水平的主要途径。一方面,保险业积极介入政府主导的、普惠型的基本保障体系建设,切实发挥保险的风险管理优势,为各类社会保险领域提供制度设计、精算管理、资金管理、风险管控等专业化服务;另一方面,大力发展商业健康保险和养老保险,满足人民群众多层次、差异化的保障需求,推动提高社会保障水平。

三是参与社会管理,为改善民生创造更加和谐稳定的社会环境。大力发展各类责任保险,由保险公司作为第三方独立承担相关责任风险,有效保护事故受害者利益,快速化解各类矛盾纠纷,促进社会和谐稳定;参加交通事故和医患纠纷调解、社会治安综合治理、突发事件应急等机制,充分发挥保险的风险顾问作用,预防影响社会稳定事件的发生。

(二) 保险业核心价值观的形成过程

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。

一是在保险业改革发展的实践中不断提炼。建立保险业核心价值观,必须不断从保险业服务和谐社会建设的实践中吸取丰富的理论成果,注重总结对于行业深化改革与科学发展相协调统一的宝贵经验,准确把握保险业所处历史阶段的发展定位,将行业内部达成共识的理念、富有特色的精神财富进行提炼,形成行业发展文化之“道”。

二是在保险企业文化建设中获得升华。需要大力树立文化兴业、文化兴司观念,讲究文化治业、文化治司,以规章制度和文化管理企业,走现代保险业发展之路。以企业文化建设为载体,结合行业发展中积累形成的优秀文化,不断进行提炼升华,在思想意识形态领域下工夫,逐渐形成保险从业人员的共同价值追求,以此提高行业内部的凝聚力和向心力,提高与外部的核心竞争能力,提高对于经济社会发展和人民群众的服务能力。要从根本上推进保险文化建设,改变简单的广告、宣传等传统手段,注重对行业发展灵魂的塑造,注重文化的激励作用。通过实践丰富保险文化理念内涵,通过保险文化熏陶从业人员,形成良性互动。

三是在日常经营管理中进行培育。培育核心价值观,必须融入保险业日常经营管理的具体实践。要以社会主义核心价值体系为指导,传承优秀的行业理念,利用各种机会,大力培育保险机构和从业人员的依法经营意识、诚信服务意识和奉献意识;要以科学发展观为指导,始终坚持以人为本,积极培育合作共赢的发展文化,统筹兼顾各方面利益群体,实现各方面的和谐发展;要以党建工作和精神文明建设为载体,充分发挥国有控股保险企业的政治优势,注重发挥先进典型在培育核心价值观过程中的示范作用;要以机制建设为根本,发挥监管机构、保险公司和广大从业人员的主体作用,将人作为培育核心价值观的核心,将文化建设作为保险公司管理的重要内容和提升竞争力的重要环节,积极树立正确的价值观念和哲学思想;要以舆论宣传为重要手段,传播先进的保险文化理念,



在保险业与社会各界之间架起沟通理解的桥梁,营造良好的社会舆论环境,努力实现新闻宣传与建立保险核心价值观的相互促进。

从保险业自身科学发展和履行社会责任角度出发,应该以建立核心价值观为着眼点,切实提高科学发展能力和服务能力,更好地适应经济社会发展和人民生活对保险业提出的新要求,真正做到以人为本,发展成果由人民共享。

(三) 保险业核心价值观是保险业发展过程的必然产物

保险是人类社会发展到一定阶段,为应对各种灾害事故而形成的一种社会化制度安排。保险产生和发展的根本目的在于实施风险管理,最大限度地补偿经济社会发展中不确定因素带来的有关损失,“守信用、担风险、重服务、合规范”是保险行业的核心价值观。

所谓守信用、担风险,就是指帮助、扶持被保险对象度过因遭受自然灾害或人为事故而发生的相关危难与危机。在现代社会中,天灾人祸带来的损失越来越大,往往超出人们自身的承受能力,一旦发生便处于危机之中,通过传统的政府补助、社会捐赠、家庭互助等方式也常常不能得到及时有效弥补。而保险最基本的作用是经济补偿,通过运用其独特的风险补偿机制,把损失的不确定性变为补偿的确定性,从而成为效率最高、效果最好的担风险方式。由于被保险人发生保险事故后能够较快得到确定、足额的补偿,生产生活可以得以及时恢复,保险的扶危作用由此体现。

所谓重服务、合规范,保障和改善民生是我国当前和今后较长时期的一项重要任务。保险在金融领域中与民生联系最为密切、最为广泛,是保障和改善民生不可或缺、不可替代的重要手段。民生问题涵盖人民群众生产生活的各个方面,保险业保障和改善民生就是既要转移化解生产领域的财产损失、生产事故、环境污染、责任纠纷等各种风险和损失,又要为生活领域的衣食住行、生老病死、子女教育、投资理财等提供安全可靠的保障。

保险业核心价值观的基本原则

保险业建立核心价值观,其出发点和落脚点应该基于服务经济社会发展大局,基于服务人民群众多元化的保险保障需求,基于不断提升自身的核心竞争力,基于行业科学发展的需要。为此,保险业建立核心价值观应考虑坚持以下基本原则。

一是履行社会责任使命,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。

二是坚持以人为本,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。

三是坚持继承与创新，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。

践行保险业核心价值观的重大意义

保险业核心价值观就是行业的发展志向，要能够体现保险业的发展主张，要能够使其从业人员信奉并坚守，要能够有效处理好业内与业外、业内之间的矛盾关系，要能够清晰地表达对社会、对客户、对员工、对股东等各相关群体的看法或态度，能够表明企业生存发展的志向和价值取向。因此，保险业核心价值观就是保险业的发展志向；要具有统领行业科学发展的作用；要具有引领行业文化思潮的作用。

1. 保险业核心价值观就是保险业的发展志向

核心价值观，简单地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。保险业确立核心价值观，既要反映保险业对于自身经营管理、服务社会、履行责任时所持的态度和坚持的标准，也要符合现阶段社会主义核心价值观的内涵。保险业的核心价值观念，从某种意义上讲，可以理解为保险业的发展志向，要能够体现保险业的发展主张，要能够使其从业人员信奉并坚守，要能够有效处理好业内与业外、业内之间的矛盾关系，要能够清晰地表达对社会、对客户、对员工、对股东等各相关群体的看法或态度，能够表明企业生存发展的志向和价值取向。

2. 保险业的核心价值观念要具有统领行业科学发展的作用

从保险业自身来讲，要实现又好又快发展，就必须始终坚持以科学发展观为统领，将自身的发展融入到服务经济社会发展与和谐社会建设的全局，加快结构调整和发展方式转变，着力保护保险消费者利益，积极探索建立自身成长与社会贡献兼具的商业模式，实现行业与社会的和谐发展。这其中，核心价值观的建立至关重要。价值观决定着发展方向，价值取向的不同，发展的路径和处理问题的方式方法也不会相同。

3. 保险业的核心价值观念要具有引领行业文化思潮的作用

文化是一种软实力。从狭义上讲，保险行业文化，应该是行业在改革发展和经营管理实践中形成的能够为行业内部所认同的并共同遵守的、体现行业特点的发展使命、发展愿景、发展宗旨、发展精神和价值观等各方面的总和。这种行业文化指导下的行业发展精神，是推动行业科学发展的不竭动力。从行业科学发展着眼，必须要有一种主流的，积极、健康、向上的文化来引领，形成一种行业主



流文化,使之成为行业内部奋发向上、开拓进取的精神纽带,从而引领行业走上发展科学、效益显著、整体素质不断提高、与经济社会协调发展的道路。这种文化的核心组成部分,就是核心价值观的体现。

践行核心价值观方面存在的误区

核心价值观认识上产生的误区

主要是认为战略先于价值观的观念。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,是一切企业目标为之奋斗的基础。

核心价值观建设上产生的误区

保险公司在经营发展的过程中,特别是自2003年国内保险市场开放以来成立的保险公司,由于企业规模小,成立时间短,人员少,公司管理水平普遍较低,经常处于不规范经营状态。管理者一般认为公司的生存问题是最为关键的,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目前以下误区:一是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。二是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。三是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。四是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。五是建立空洞的价值观,不能成为指导员工行动的明确纲领,缺乏管理诚信。六是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。七是管理诚信不足,报喜不报忧;爱讲空话套话,搞形式主义,缺乏实干精神等等。以上问题的具体表现形式,主要是思想观念和价值观上的问题,即企业文化的问题。

践行保险业核心价值观的方法

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。

总结提炼核心价值观

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。因此,要运用公司理念传达组织的价值观,动员并鼓励员工为实现组织的目标而努力。核心价值观是企业生存与发展的基本准则,建设核心价值观,还应努力把核心价值观转化为企业的战略、组织、文化、制度、流程、领导风格、责权体系等,确保核心价值观的“落地”。同时要结合公司实际,创新活动形式,丰富活动内容,创造性地开展企业文化建设工作。

积极宣导核心价值观



要落实公司核心价值观,统一思想认识,达成文化共识、促进管理升级,首先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。其次要深入剖析员工在贯彻落实核心价值观方面可能存在的误区,怀着“空杯”心态来认真学习和深入贯彻核心价值观。三是贯彻落实核心价值观,必须杜绝空谈,狠抓落实,真正将公司核心价值观贯穿于工作的方方面面,对照于工作的各个环节。以核心价值观作为判断和评估的标准,衡量工作是否到位,从而不断完善工作。

遵守和践行核心价值

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。一个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。二是对执行公司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;对措施不力、执行不到位的,及时采取措施加以纠正,直至采取组织措施。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;公司应与员工分享经营成果,给予员工回报,不仅是物质上的回报,还包括以表扬鼓励等精神方面来肯定员工成绩和贡献,使员工有满足感,自觉把个人的努力目标和人生价值与公司的发展联系起来。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。在经营管理过程中要杜绝“打摆子”、“过山车”、“波浪式”的公司成长路线,通过长期的积累沉淀,把公司核心价值观落到实处。

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。例如中国太平保险集团“诚信、专业、价值”的核心价值观。“诚信”通过保险合同的履行来实现。“专业”通过保险从业人员业务的熟练水平来实现,业务水平越高,专业性越强。“价值”则通过公司是否盈利来进行甄别,盈利水平越高,其价值越大。只有具备了适合的载体,核心价值观才不会空洞无物。



践行保险行业核心理念对实现“中国梦”的

积极推动作用研究

(中邮人寿四川分公司 李辰)



[摘要] 作为金融业三大支柱的保险业，严格遵循中国保险监督管理委员会提出的保险行业核心理念，为实现中华民族伟大复兴这一中华民族近代以来最伟大的梦想而奋斗。本文阐述了保险行业核心理念对实现中国梦必要支撑和重要性，以及怎样理解保险行业核心理念，并分析和解释践行保险行业核心理念的关键着力点。

[关键词] 保险行业核心理念；中国梦；践行

2012年11月29日，中共中央总书记习近平带领新一届中央领导集体参观中国国家博物馆“复兴之路”展览现场时指出：“实现中华民族伟大复兴，就是中华民族近代以来最伟大的梦想！”⁶这一时代解读，既饱含着对近代以来中国历史的深刻洞悉，又彰显了全国各族人民的共同愿望和宏伟愿景，为党带领人民开创未来指明了前进方向。“中国梦”深刻道出了中国近代以来历史发展的主题主线，深情地描绘了近代以来中华民族生生不息、不断求索、不懈奋斗的历史。

一、保险行业的“中国梦”

中共中央总书记习近平说：“实现中国梦必须凝聚中国力量，这就是中国各族人民大团结的力量。中国梦是民族的梦，也是每个中国人的梦。”

(一) 明确保险行业的“中国梦”

作为金融业三大支柱的保险业，业内各机构，各公司，各部门，各个人，也将在中华民族伟大复兴的道路上成长和进步，在中国梦实现的过程中共同实现梦想。不同的行业，有实现中国梦的不同道路，“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。”2013年3月，新晋十二届全国政协常务委员、中国保险监督管理委员会副主席李克穆，如此诠释保险业的“中国梦”。

(二) 保险行业核心理念的重要意义

明确了行业的“中国梦”，一套完整的价值理念成为践行“中国梦”的方法论，是今后保险业健康、持续、科学发展的理论支持。2013年3月21日，中国保监会正式发布了保险监管核心理念和保险行业核心理念：“守信用、担风险、重服务、合规范”。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。该理念贯彻了科学发展观“坚持以人为本，树立全面、协调、可

⁶ 李捷. 光明专论：百年追梦与民族自强[J]. 人民网, 2013, 01

持续的发展观,促进经济社会和人的全面发展”的核心内容,对今后保险业的健康、持续、科学发展具有重要意义。保险行业核心理念加强了保险文化建设,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,以及确保保险行业为”中国梦“作出有力的贡献有十分重要的意义。

二、理解保险行业核心价值理念

朱子说:“世上只有两件事:理会,践行”。理会,就是理解、领会,就是行动要有正确的思想理论及理念的指导。践行就是把正确的理念付诸行动。保险行业核心价值理念的内容已经明确。现在的 key 问题,一是全面准确地理解保险行业核心价值理念,二是真正践行保险行业核心价值理念。

理解保险行业理念是践行该理念的着力点,是在全局层面上确保践行过程的准确性、践行结果的可靠性,也是坚持科学发展观的有力依靠。保监会党委书记、主席项俊波提出:保险行业核心价值理念是“守信用、担风险、重服务、合规范”。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。

三、践行保险行业核心价值理念

践行,强调了实践和行动的重要性,出自唐·韩愈《唐故秘书少监赠绛州刺史独孤府君墓志铭》:“宪公躬孝践行,笃实而辨於文。”宋·曾巩《拟代廷试进士策问》之三:“故小大之事……侧身践行,兢兢业业,不敢自逸,为天下先,而俗未加厚。”

(一) 理解和践行的关系

千里之行始于足下,不积跬步,无以至千里;不积小流,无以成江海。虽然



锲而不舍，可镂金石，但是积跬步至千里，却走偏了；积小流成江海，却洪涝了。中国保险行业，由于缺乏保险行业核心价值理念的存在以及对理念的理解，付出的代价太多，太沉重。早在1911年（宣统三年），上海有华商保险公司33家，但其中大豆因缺乏专业技术或不善经营，又受外伤保险抑制等原因先后宣告歇业。⁷由此可见，践行保险行业核心价值理念首先要理解保险行业理念是践行该理念，理解之后，更要真正做到践行。

（二）“守信用”的深入理解和践行方法

1. 保险行业核心价值理念中包罗了四个面以指引保险行业在“中国梦”的达成途中的发力方向。第一个方面就是“守信用”，更能体现出其重要性。“守信用”反映的是现代保险法的四大基本原则之一的最大诚信原则。最大诚信原则就是诚实、守信，诚信是保险的生命线。

2. 保险业的顺利发展，需要加强保险活动当事人的诚信教育与体系建设。现实中，人们感到社会缺少诚信，并不是诚信内容和法律规定不存在，而是缺少对诚信行为的激励和保护。尽管国家在加强法制保障、加大诚信宣传、加大失信惩戒、考核保险诚信建设等方面做了大量的工作，但并没有对诚信行为起到有效的保护和推动作用。

为此，必须加强诚信体系建设。第一，把握社会信用体系建设契机，为保险业诚信体系建设奠定基础。保险业的发展离不开经济的发展，更离不开社会的进步。建设保险业诚信体系，必须结合现代化社会信用意识，改善社会信用环境。我国信用体系建设已经展开。第二，加强保险诚信法制建设，为保险业诚信体系建设提供法律保障。我国保险法律法规建设在诚信方面已经加强，对失信惩戒的力度也在加大，已经出台《保险营销员管理办法》，行业自律对保险公司的约束力度也在加大。但在如何站在维护行业的整体诚信形象方面、政府机关职能部门如何配合保险监管部门加大惩戒方面的具体措施尚未出台，应尽快完善法律法规建设并加大惩戒尺度。第三，建立保险诚信管理制度，为保险业诚信体系建设创造条件。一是要建立刚性的诚信管理制度。对经营管理过程的各个环节都要有制约制衡机制，用制度保证诚信得以实现。二是要建立信息采集及披露制度。由于目前我国尚未建立个人诚信数据的管理制度，信息不对称而带来的道德风险无法规避。对保险人的信息披露已取得初步成效，尤其是营销员持证上岗规定的出台，建立保险营销员专用网络，强化了营销员的诚信行为，但各保险公司之间还应建立与社会公众沟通交流平台，如公众网站，现场常设咨询台等。第四，结合贯彻十六届六中全会精神加大诚信宣传教育。保险行业应按照中央提出的构建社会主义和谐社会“诚信友爱”的要求，联系客户最关心、最直接、最现实的利益问题，对员工进行诚信有为教育。第五，改革保险公司营销体制，为保险业诚信体系的建设注入活力。目前，各保险竞争主体的营销体制普遍采用保险代理人制。保险营销员处于“城市边缘人”的尴尬地位，无法在社会中树立诚信形象。同时由于首期高佣回报的利益冲击，使一些营销员没有将诚信植根于保险职业的生命之中，见利忘义。如果采取职员制营销，改变营销员身份，将会大大提高诚信水平。

⁷ 陈恳：《迷失的盛宴》[M]. 浙江大学出版社，2009.10



第六,加强对保险公司的诚信考评工作。目前保监部门还没有建立一套完整的针对保险公司的诚信行为考评体系,也没有建立一套科学的与之相对应的考评指标,更没有形成一套常规的考评考核工作程序。保险监管部门和保险行业协会应建立一系列严格的考评体系与科学的考评指标。

(三) 保险行业核心价值理念践行案例

在4.20雅安地震后,中邮人寿四川分公司践行了“守信用、担风险、重服务、合规范”的十二字保险行业核心价值理念,并依靠保险行业核心价值理念,在灾后为震区客户提供了优质的服务。

中邮保险救灾慰问小组在地震灾害过去仅仅30多个小时,而且余震不断发生的情况下,出现在四川雅安市芦山县芦阳镇客户的家门口。快速响应的机制背后是中邮保险独特的四级架构、五级运作发展模式的支撑。从中国保监会下发的促进中邮人寿保险公司规范发展的通知中不难找到这样的表述:中邮人寿设立省级分公司后,可委托当地省邮政公司通过所辖的市、县(区)邮政局辅助履行中邮人寿当地业务的非核心相关管理职责。

雅安市邮政局中邮保险管理员袁君,自家房屋在这次地震中损毁严重,除身上的一件衣服外,没有抢出任何东西。她舍小家,顾大家,迅速赶到灾区,一直坚持在抗震救灾的一线,协助芦山县邮政局设立服务点,忙上忙下,张贴中邮保险服务指引,给客户打电话,现场解释业务,全然忘了自己。就地取材,用掉落的天花板手工做成的“中邮保险理赔点”醒目的挂在那里,字不那么工整,字不那么漂亮,但它却成为寿险行业出现在灾民面前的第一个理赔点,成为一个温暖的符号。“所有邮政网点均可受理中邮人寿保险客户理赔服务”这样亲切的话语在灾区随处可见,真正为灾区老百姓分忧,中邮保险在大灾大难面前勇担责任的精神体现的一览无余。

不长的时间内,中邮人寿对灾区1956名客户进行了电话联系、慰问,深入灾区现场慰问7人,有344名客户房屋受损,有6名客户受伤。在确认的6名受伤客户中,其中1人因腰部粉碎性骨折,病情较为严重,已于21日上午9时许转院至四川省骨科医院,中邮保险工作人员已到院对其进行慰问。

这个简单的案例,仅仅是四川雅安地震灾后,各个保险公司迅速反应的一个小片段。在这样的一个小片段中,反映的是保险行业内的个人、分支机构、总公司各级单位,依赖保险行业核心价值理念作为支持,高效、迅速的在灾后的工作中,坚守信用,面对未知的保险职责,积极主动的联系客户,获取第一手潜在的理赔信息;勇于担风险,为震区客户送去温暖和关怀;重视服务,对没有达到理赔要求,但是受伤的客户进行慰问;符合规范,并没有因为突发性的事件,而降低合规性,而是一如既往的严守规范。

四、尽早实现“中国梦”的组织路线

在践行保险行业核心价值理念的道路上,实现中华民族伟大复兴梦想关键在党,关键在人,关键在执政骨干队伍。怎样加强执政骨干队伍组织建设才能保证



“中国梦”尽早实现? 实现“中国梦”是当代中国的最大政治目标。⁸用什么样的组织路线来保证“中国梦”尽早实现, 应该从以下三个方面着力:

第一, 要解决好通过在我国政治领域加速培养“中国梦之队”, 让有梦的人尽快地成长起来, 发展起来, 成为实现“中国梦”中坚力量的问题。因为, 有梦想才能有有向往, 有向往才能有追求, 有追求才能有奋斗, 有奋斗才能有成功。实施这一点的关键基础在于发现有梦的人。中国共产党代表着先进的生产力, 应当首先在党员的队伍中发现这样的苗子, 加重培养这些人的, 形成“中国梦之队”。在有了培养目标之后, 更应该关注的是培养的方式和形式。培养的形式和方式是多样的。集体学习确保了全体的提升, 相互经验交流更是给大家借鉴的机会, 单独的学习给每个个体最合理的进步和思考的节奏。应当恰当、合理的运用各种培养的形式、方式, 促进

第二, 要解决好通过组织保证让有梦想的人带领人们去实现梦想的问题。一个没有梦想的人, 是不可能带领人们去实现梦想的。梦想是什么? 是灵魂, 是信仰, 是力量。党的执政骨干队伍是实现“中国梦”的中流砥柱。因此, 必须通过用人机制创, 让有梦想的人才充分显出来、尽快多起来、赶紧用起来, 切实发挥“领头雁”的示范、带动和辐射作用, 推动“复兴之梦”梦想成真。

第三, 要解决好通过建立长效机制使“认同中国梦、践行中国梦、实现中国梦”成为一种价值取向和自觉追求的问题。“中国梦”已经深入人心, 但实现梦想任重道远。作为近代以来中华民族最崇高、最伟大的事业, 需要一代又一代人持续奋斗。所以, 要通过建立一种长效机制, 使为这个梦想奋斗成为整个社会的主流价值取向和正能量; 要通过制度保证, 使认同、践行这个梦想的人, 受到社会的尊重、组织的器重, 群众的倚重; 要通过宣传导向, 让为实现这个梦想作出杰出贡献的人, 成为新时代的标杆、人民心中的榜样、中华民族的脊梁。有了保险行业核心价值理念, 有了这这些着力点, 有了心中燃烧着的“中国梦”, 通过一代又一代渐行着的践行者, 终究, 离心中的“中国梦”越来越近。

[参考文献]

- [1] 李捷.光明专论: 百年追梦与民族自强[J].人民网,2013,01.
- [2] 陈恳.《迷失的盛宴》[M].浙江大学出版社, 2009.10.
- [3] 周新民.实现“中国梦”是当代中国的最大政治[J].人民网, 2012.12.

⁸ 周新民.实现“中国梦”是当代中国的最大政治[J].人民网, 2012.12



浅谈保险行业的现状与保险业核心理念发展

(中邮人寿四川分公司 龚锡寒)

摘要：本文通过阐述当代中国保险的发展现状与主要问题，从中国现代保险行业提出“守信用、担风险、重服务、合规范”的核心理念中的四个方面发展贯彻情况进行分析，最后对提出的保险行业核心理念在中国保险未来发展方向中的关键作用。

关键词：保险；核心理念；现状；发展方向

一、中国保险发展现状

保险行业最早从海上保险发展开始，至今已经有几百年的历史了，在16世纪末期，英国已经批准成立了合法的保险商会，到17世纪已经出现了合法的保险公司。

中国的保险行业起步时间比起欧洲国家晚了很多，最早把保险一词引入中国的是清末著名思想家魏源，他率先把英国近代保险历史向中国读者进行介绍，让中国人第一次接触到“保险”这个新鲜事物。但是一直到新中国成立初期，政府通过接管改造各地官僚保险公司，于1949年10月20日成立了中国第一家保险公司——中国人民保险公司。

从80年代开始，中国保险行业开始走上快速稳定发展的道路，自1980年至1999年，保费收入从4.6亿元增加到1393.2亿元，年平均增长35.1%，远远高于同期国内生产总值9.7%的增长速度；2000年保费收入为1595.9亿元，增长率为14.5%，高于国内生产总值的8%，一直到2010年，光中国寿险的收入就达到了8692亿元这样的高水平，2011年全国实现人身险保费收入9699.8亿元，同比增长6.8%，较2010年31%的同比增速出现了大幅下降。阻碍中国保险发展主要就是几个方面，一是消费者认同度不够。理赔难、销售误导、推销扰民等损害保险消费者利益的问题反映强烈，导致消费者对行业的信任度不够高。二是社会认同度不够高。行业总体上仍停留在争抢业务规模和市场份额的低层次竞争水平，为了揽到业务不惜弄虚作假、违法违规，在社会上造成了非常不好的影响。这些问题正在不断地侵蚀保险业发展的诚信基础，严重损害保险行业形象。三是保险产品的单一，不能适应各类不同用户的需求，各家公司的产品形态类似。四是从业人员基本素质不高，保险行业门槛低，学历专业要求不高，导致销售市场上人员比较混杂，人员更换率也很高，致使售后服务不能及时。这些都促成了近几年中国民众对保险业的不满意度逐年上升，保险是国家金融体系的一环，保险业的发展关系的国家的发展建设。

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”，正是规范现代中国保险市场，重拾保险行业信心，担当起保险业为民服务的社会责任。

二、守信用



“诚信”自古是中华民族的传统美德，不管在哪个时代背景，诚信都是人们沟通的基本桥梁，而这个桥梁的良好搭建也能推动社会美德发展。“诚信”对于保险行业来说就是销售的基础，但是在行业发展的进程里，并没有太好的体现。近些年来，中国保险行业发展中主要存在的弊病就是“销售误导”，这块弊病已经俨然发展成为阻碍中国保险业发展的“顽疾”。保险销售过程中的“诚信”的销售模式没有把好关，销售人员的整体素质不高，以个人利益为重，再以不切实际的高分红高收益的说法作为最主要的一个销售手段误导消费者，有的甚至在用户不知情的情况下擅自把用户的存款变保单等。虽然保险的销售误导形式大同小异，但是这些情况总是不断发生。购买保险产品的客户往往都是因为对银行或者保险业务员产品介绍基本信任才进行的产品购买，对保险的认知度不高，对产品把握力有限。由于在买了保险后很难拿出有力证据证明是误导销售，消费者维权困难，只能选择吃哑巴亏。而最终实际预期的保费收益远低于销售人员的保证收益导致近些年频繁的发生群体退保事件，让如今中国保险业的形象逐年的下降，已经使不少民众丧失了对保险业的信心。面对这种境况，中国保监会吴定富主席提出了多项改革治理改善方案，逐步规范中国保险销售市场，方案里包括：责任上挂、内部治理、技术控制、外部协同、严厉查处，以坚决改善的态度重拾中国保险业的形象，势必让中国保险业回归到健康环境成长。治理方案如今已经初见成效，而中国保险的后起之秀更是秉承观念致力于推动中国保险的革新，09年才成立的中邮人寿公司三年多来，始终秉承“视客户为亲人”的服务理念，内强素质、外塑形象，出色完成了各类理赔案件的处理，专业、高效、快捷的理赔服务，五日结案率高于96%，赢得了市场的广泛认可。开业至今，中邮保险理赔工作得到新闻媒体的宣传报道39次，锦旗31面，树立起良好的理赔服务形象，而其他保险公司也同样改善着行业形象，快速理赔，高效服务，把好“信用”关，到现在“误导销售”的情况已经大大减少，通过保险业的不断改善也在不断提升保险业的社会影响力以及公信力。

三、担风险

“担风险”是保险业的基本社会责任，更好承担保险责任，分担用户的困难是保险业的基本工作。当2008年5.12汶川特大地震发生的时候，全国人民都在积极给予灾区人民最大化的援助，而此时的中国保险业在灾难前的社会责任也体现出来，据统计当时的中国人保寿险在成都(含都江堰)、德阳、绵阳等三个地震受灾地区共承担累计风险保额132.6亿元人民币，承保10.2万件。成都(含都江堰)累计风险保额122.85亿，累计承保客户人数4.4万人，承保8.66万件。德阳累计风险保额2.3亿元，累计承保客户人数1360人，承保3371万件。绵阳累计风险保额7.46亿元，累计承保客户人数6882人，承保1.21万件。于此同时中国人寿也称在此次四川强地震灾害中的赔付金额将远高于年初雪灾中的赔付金额。保险公司承担着每一个被保险人的个人安危，分担着每一个被保险人的风险压力，而2008年在汶川地震中遇难、失踪以及受伤人员就有46万多人。事后一周年，保监会统计赔付金额共计16.6亿元。而今年4.20雅安地震后，各保险公司都及时赶到重灾区，指导救灾，现场理赔，捐助物资，广发证券首席分析师李聪认为，根据汶川地震的赔付汇总，对比芦山地震的伤亡情况，估计保险行业的实际赔付金额为4000万元~9000万元，截至4月21日凌晨，保险业共接到地震相关保险报案295件，涉及28家保险公司，被保险人死亡11人，伤残32人，已经赔付1002万元。从这些数据中可以看到在大灾大难的面前保险业始终充当着为投保人群排



忧解难担起、责任的角色。而每一次灾害各家保险公司都第一时间响应启动应急预案,420芦山地震发生后中邮人寿以最早成立的临时理赔点起了一个良好的带头作用,相继各大保险公司的人员也抵达现场组织救灾组织理赔,同时中邮人寿四川分公司也做好了后台营运支撑,让人们感受到保险总是在人们最需要他的时候陪伴在每个人身边,在最短的时间内联系到每个投保客户,确认客户安全,对于受伤客户,第一时间赶往现场慰问,简化管理流程,缩短理赔时间与理赔门槛,真正为民服务。所以保险一张保单不单单只是“担风险”,更多的是在任何时候都会真正担起保险业的社会责任。

四、重服务

保险业的服务分为两种,“售前服务”与“售后服务”,纵观中国现在的保险市场,服务质量的好坏也是企业的核心竞争力关键,而如今保险行业的竞争已基本走出了商品战和价格战,而是逐渐把目光聚焦于服务品质的竞争,不断出现的客户联谊会,客户反馈活动都是不同公司竞争的砝码。而“售前服务”是产品销售的第一环节,也是基础,现在在哪个销售点购买任何保险公司产品都会享受到比较优质的服务,得益于2012年初保险监管部门的要求与经营举措,不仅规范了督促保险公司完善内部治理,还能为市民更加客观地认识、选择寿险和产险公司提供权威借鉴,自2012年以来四川的保险投诉率也是逐年下降,同比下降都在50%左右,从数据中也可以看出当今的保险市场开始逐步都树立起更好的品质形象。“售后服务”也在不断的发展规范中,趋于一个快速及时响应,处理高效得当的一个情况,而主要的投诉来自的车险的投诉,2012年的车险售后不满意度相对其他类型保险的较高,但是经过保险公司的不断改善售后服务环节,达到了良好的一个结果,而寿险公司的售后一向比较优质,有针对性的建设售后服务团队,简化管理手续,保证了售后服务的跟进速度,虽然近几年保险市场并不是太乐观,退保率也在不断增加,中国人寿2012年前三季度退保率从中报时的1.38%上升至2.08%,太保2012年前三季度退保金额几乎达到该公司前三季度净利润的3倍。中小型寿险公司中,国华人寿退保率高达90%。但是通过不断的转型保险产品,提升服务形象,退保率也有一定的下降,随着核心理念的重视,不断提升的服务品质,中国保险市场又会有新的曙光。

五、合规规范

随着保险产品的日新月异,销售人员素质的不断提升,保险市场又是一片新篇章,逐渐告别曾经的“误导销售”,以合法合规销售为主要原则进行规范销售,中邮人寿就要求销售有八大原则首先是必须规范营销话术,多方面客观的介绍产品。在产品的销售过程中,本着以客户需求为准则推广适合于用户的保险产品,并且详细介绍产品特点,投保单相关注意事项,多次解释相关规则,保险责任,现金价值,缴费期限以及犹豫期等一系列事项。

然后就是保单填写的规范性,协助开展电话回访。正确引导投保人填写投保单内容,多次提示投保人在人身保险新型产品投保书上抄录有关声明作用,详细在系统中保留客户的相关信息,并且配合保险公司及时开展电话回访,严明禁止销售人员代客户签名或抄录相关声明,并且禁止擅自更改投保人联系方式。于此同时,相关管理人员以及后台支撑人员切实担负起管理责任,日终审核营业网点当天保险业务相关单证,重点检查客户联系方式真实性和抄录及签字笔迹,防止



出现销售人员填写不实联系电话或代客户签字及抄录有关声明等违规情况。

再是规范宣传材料,加强产品信息披露。该行使用由保险公司总公司或其授权的分公司统一印发的保险宣传材料,宣传材料全面、准确描述保险产品,没有夸大或变相夸大保险合同利益,没有虚假、欺瞒或不正当竞争的表述,没有邮储银行名称的中英文字样或形象标示,没有“存款”“储蓄”等字样。同时,根据监管部门要求公示代销第三方产品清单,加强信息披露。最后就是规范培训行为,严格销售资质管理。严格按照监管部门要求,定期组织销售人员进行培训,并对培训内容、培训课件、培训话术等方面进行把关,确保培训的合规性。同时,不断加强人员资质管理,组织销售人员考取《保险代理从业人员资格证书》,提升销售人员专业水平。未取得《保险兼业代理许可证》的营业机构不得开办代理保险业务,未取得《保险代理从业人员资格证书》的销售人员不得开展代理保险业务销售工作。

不仅仅是中邮人寿保险,各家保险公司也开始逐步的规范自己的一个销售过程,良好的销售过程使售后投诉率退保率都会大大降低,而“合规范”就是这一切的基石。

六、行业发展分析

纵观几十年的中国保险发展历史,人均投保率远低于欧洲国家以及日本、韩国,中国保险的市场尤其是人身保险市场还很广阔,潜力无限,前景看好,主要有以下五个方面支撑论点。

一是人身保险市场的规范发展。过去在销售误导、推销扰民等损害保险消费者利益的问题比较突出,且一直未得到很好解决。经2010年开始的保监会综合运用多项措施对人身险公司的产品条款和费率、销售管理、客户服务管理等多个方面进行了规范整顿。经整顿,银行保险和电话销售中的不规范现象有所好转,意外险市场违规竞争问题也得到了较好的控制。改善了保险行业在保险消费者心中的形象,提高消费者对保险行业的认可度和满意度,为行业的健康可持续发展提供了有力支撑。

二是行业结构进一步优化。一方面,近年来频频发生的自然灾害和人为灾害提高了人们对人身意外伤害保险产品的需求,而网卡和电话销售渠道的发展也为人身意外伤害保险的发展提供了有利条件;另一方面,随着国民健康意识的提高、国家医疗改革的不断深入和老龄化问题的加剧,人们对商业健康保险产品的需求也在增加。预计未来人身意外伤害与健康险将保持快速的发展势头,两者的保费收入之和占人身险保费收入的比重也会持续增加。

三是寿险公司治理结构进一步优化。随着各项法律法规的颁布实施,寿险公司的治理机构框架已经逐步建立,公司内部的各项制度规则也逐渐完备。而在监管的推动下,寿险公司通过境内外IPO上市、吸引民营资本参股、引入国际战略投资者等方式逐步实现了股权结构的多元化。在未来的监管工作中,监管机构将继续深化寿险公司治理机构的改革,强化股东对公司的责任,规范董事会运作,健全保险公司监督问责机制,强化监督职能。治理结构的进一步优化将有助于规范寿险公司的运作,推动寿险公司服务、管理创新,从而提高公司的运营管理水



平。

四是市场化改革推动寿险产品的创新。长期以来,首先产品同质化一直是困扰我国寿险市场发展的一个重大问题,而这一问题的产生很大程度上是因为寿险市场竞争不充分,寿险公司缺乏创新的动力。推动保险市场化改革是大势所趋。近年来的监管工作已经出现了监管部门推动保险市场化改革的信号,一系列市场化的改革措施将有助于改变寿险市场的竞争各局,推动寿险公司加快创新发展步伐,增强寿险市场发展活力。

五是商业养老保险发展面临新机遇。近年来出现人口老龄化趋势、人均收入不断上升、居民养老保障意识不断普及等因素为商业养老保险业务的发展提供了良好的市场环境,但由于我国养老保险市场发展起步晚,现有产品种类较为缺乏,且投资收益表现不佳,难以满足人们希望通过购买养老保险来实现投资、养老等多种需求的愿望。因此,我国的商业养老保险要取得关键性突破还需要政策外力的进一步推动。

参考文献

- [1]. <http://cn.reuters.com/>路透中文网.
- [2]. <http://www.xinhuanet.com/>新华网.
- [3]. <http://www.china-insurance.com/>中国保险网.
- [4]. 保险中国 200 年.王安. 中国言实出版社. 2008-01-01.
- [5]. 中国保险业发展研究. 郑伟. 经济科学出版社. 2011-02-01 .



浅谈保险行业核心价值理念的解读及其可行性

(中邮人寿四川分公司 曾珏)

【摘要】保险行业核心价值理念是社会主义核心价值理念在保险行业的生动体现,是落实“为人民服务”这一社会主义职业道德的必然要求。对 12 字核心价值理念的解读是践行核心理念的前提,通过对核心理念正确的把握才能为实际运用树立标准。在落实核心理念的实际操作中,通过自上而下、上下联动的方式展开,对核心理念在行业中的可行性做出了具体而微的规划。而将保险文化建设与核心价值理念结合,则是一种有益的尝试,对进一步深化保险行业文化建设意义非凡。

【关键词】核心价值理念; 解读; 可行性

今年 3 月 21 日中国保监会正式公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”。此次核心价值理念的提出,诚如保监会主席项俊波

所说,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。这样既能从局部上带动保险文化的建设,又在全局上有利于推进社会主义文化建设发展。

当前,我国保险业陷入十分严重的形象危机之中,这当然是与我国整体经济环境和社会改革影响不可分离,而另一方面,保险行业整体的文化建设缺失已然成为不容忽视的重要原因。因此,12字核心价值理念的适时提出,无疑为当前保险行业的困局开出了一道良方。12个字的核心理念体现了全行业的一种精神文化追求,是全行业的共同意志,是保险行业文化建设从自发向自觉的重大转变,对提升保险业的发展品质、推动行业转型,必将产生积极的引领作用。

一、对核心价值理念的解读

著名保险经理人丁晓燕表示:“所谓核心价值理念,是核心价值体系中基本层次的重要组成,是体现一个行业或一个系统价值体系的内核和精髓的观念。有什么样的价值理念,就有什么样的行为规范。”所以对12字核心价值理念的深度理解,是我们在现实工作中践行的首要前提,通过对核心价值理念的总结提炼,能更好的为我们行业今后工作的展开提供理论支持。

(一) 对守信用的解读与当前我国保险行业存在的信用缺失的现状。

“守信用”,是保险经营的基本原则。诚信不仅是人们应该遵循道德准则,同时也是各行各业的立业基石。俗话说:“人无信不立,店无信难开”“诚招天下客,誉从信中来”,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。从保险行业的内涵出发,我们知道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。所以,诚信是构成保险业的存在的重要内核,是保险行业发展的生命线,也是保险业最基本的道德规范和行为准则。对保险业从业人员而言,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,才能为保险业树立良好的社会形象,赢得广泛的社会认可与支持,为保险业的持续发展奠定良好的外部环境。

当前,伴随着保险行业的快速发展,误导宣传、欺骗客户的现象越来越严重,“诚信行业不诚信”已经严重影响到行业的形象,如不加以解决,将会带来行业诚信危机,从而威胁到行业的健康发展。诚信问题的缺失主要有三方面的原因:一是社会公众信仰缺失、道德沦丧,贪污腐败盛行,贫富差距拉大,社会矛盾尖锐化等大环境的直接影响;二是保险公司片面强调业务规模和发展速度的发展思路,放松了对业务品质的要求;三是从业保险人员的良莠不齐,进入行业门槛低,进入门槛后的培训敷衍潦草。



(二) 对担风险的解读与保险行业风险的正确认知。

“担风险”,是保险的本质属性。保险业是经营风险的特殊行业,从保险的最本质职能上来说保险是一种对你因风险造成的损失的一种赔偿,它是一种风险

转移机制。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。当前我国将保险已经放在了经济推动器和社会稳定器的战略地位，所以充分发挥保险的“经济助推器”和“社会稳定器”功能作用，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，能更好的履行保险责任。

中国保险行业协会秘书长王治超曾经说过：“风险是保险行业的永恒的主题”。保险行业自身的风险，代理风险，波及的风险，传递的风险都是我们要承担的，而这些风险的形成既是受到人的因素，制度的因素，监管的因素的外因，也是我们行业的知识、经验，包括行业的思想，行业理论的水平，我们行业反思的能力等内因两相作用下形成的。所以，如何理性的看待保险行业的风险，对我们真正意义上对“担风险”的解读，具有很好的注释作用。

（三）重服务的解读与我国保险行业服务中存在的几个问题。

“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。加强保险行业服务改进与创新是促进保险业纵深发展的重要手段是发挥保险保障职能的关键要素更是保险企业增强市场核心竞争力的根本所在。当前，我国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创造新的保险需求保险市场才能进一步得到开拓。

我国保险行业服务存在的主要问题主要表现在四个方面：一是各地区间、城乡间发展不平衡。现阶段我国保险服务的发展程度在各区域间差别很大经济发达的东部及沿海开放城市的保险服务质量较中、西部部地区高中、西部地区保险服务的发展明显滞后；二是未能建立起有效的保险服务长效机制很多保险公司没有综合考虑和衡量短期服务效果和长期服务效果的关系保险服务的长效机制还未能有效建立。保险期间是一个涉及时间很长的过程往往要持续10年以上甚至50年以上这些长期的服务很多保险公司都还做不到；三是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；四是只以承保为中心轻视整个业务过程其他环节的服务在我国保险业发展的现阶段保险服务的理念还只是停留在“以展业为中心”的阶段不少保险公司仅仅把保险服务视为“敲门砖”用优质的服务把客户的门敲开展业成功之后就不进行更多的服务了。



（四）合规范的解读与保险行业合规经营的重要意义。

“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在现实工作中，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。

合规经营是保险行业持续健康发展的内在要求。首先保险行业作为市场主

体,具有依法合规经营的义务,建立合规机制应该是保险行业的内在要求,守法经营是保险行业的法定义务;二是合规经营是贯彻落实科学发展观、实现可持续发展的要求,保险行业不同于普通企业,其承担着向社会公众提供保障,有效管理社会风险的责任,具有吸收社会公众资金、维护社会稳定的功能,合规经营,是保险行业健康运转的基石,在这个坚实的基础上,才能实现永续经营,可持续发展;三是合规是防范风险的必然要求,保险行业以经营各种风险为业,防范风险是保险公司永恒的主题和生命线,违规经营将招致监管的处罚,影响企业声誉,同时也必然加大风险发生的概率,最终损害广大被保险人利益。

(五) 核心价值理念的相互联系与内在逻辑

“守信用,担风险,重服务,合规范”没有轻重的问题,缺一不可,互为关联。12字的核心价值理念站位高,立意深,着眼长远,内在统一,有着严谨的内在逻辑和前后次序。首先,只有坚守住信用,才能有担当风险的勇气,只有有担当风险的勇气才能促进行业不断改进服务重视服务提升,只有重视服务提升才能为符合规范营造良好氛围,而拥有良好的合规氛围又加强了企业守信形象。所以核心价值理念是一个环环相扣、首尾相连、不可分离的体系,具有很强的时代感与生命力。

二、核心价值理念的落实与贯彻

核心价值理念的提出,是保监会引领保险行业走出当前暂时经营困境的一个战略考虑,是从全局上引领中国保险走上健康发展道路的一个关键举措。核心价值理念的发布,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。保险行业上下不仅要重视对核心价值理念的总结提炼,更要重视核心价值理念的推广落实。践行保险行业核心价值理念,使之成为全体行业人员认同和共同遵守的基本信念、价值标准、行为规范和精神风貌,是一项复杂的系统工程,必须与各项工作有机融合、协调推进。

(一) 通过上级引导,强化保险行业核心价值理念。

保险行业核心价值理念从本质上来说是一种精神文化,是保险行业改革发展的精神动力。在社会思想和社会价值多元的环境下,精神文化的缺失会导致保险行业管理观念的落后,服务效能落实的低下,间接影响行业发展;反之,落后的行业发展基础同样承载不了体现社会主义核心价值观的保险行业理念。要将保险行业核心价值理念落到实处,必须加强学习和引导,通过宣传教育、示范引导、实践养成与制度建设相结合的方式,大力弘扬具有时代精神的核心价值理念;在凝聚共识的基础上,积极培育和践行,使之成为全系统的共同价值追求,成为影响行业发展的有力精神支柱。

(二) 通过上下凝聚,带动保险行业核心价值理念。

践行保险行业核心价值理念其功能在于培育精神、凝聚力量,其作用在于引领工作、造福社会。首先要将切实保护保险消费者利益作为“为民保险”的具体实践。通过培育和践行核心价值理念,切实维护保险消费者的利益,解决消费者反映强烈的问题。其次要坚持“依法公正”的保险原则,为保险业健康持续发展提供公



平竞争的市场环境，发挥核心价值理念凝心聚力的作用。再次要以“科学审慎”的方式不断促进保险业的改革创新，充分发挥市场机制在资源配置中的基础性作用，努力建设市场秩序规范、风险有效防范，富于效率、充满活力的保险市场运行机制。第四要积极倡导“务实高效”的工作作风，把求真务实、真抓实干、严谨细致、讲求实效作为衡量保险工作优劣的重要内容，鼓励勤勉敬业行为，弘扬奉献进取精神，以实际行动树立良好的保险从业者形象。

(三) 通过基层推进，践行保险行业核心价值理念。

一是加大基层制度建设力度，推进保险行业基层规章制度的进一步完善，使核心价值理念成为行为准则。二是提升基层保险业服务经济社会大局的能力。研究建立基层保险风险管理评价制度，培育基层保险风险管理技术人才，使保险业在关系国民经济发展全局的现代金融、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，让保险业的发展成果切实惠及更广大人民群众。三是进一步解放思想、转变观念，加快转变发展方式、深化结构调整的步伐，更好的发挥保险的“社会稳定器”和“经济助推器”作用，为经济社会发展提供保障。四是通过提升行业基层形象，释放保险需求潜力。强化保险诚信建设，将守信用作为保险业最基本的道德规范和行为准则。在践行核心价值理念的过程中实现文化软实力向行业发展硬实力转化；使“保险让生活更美好”的口号成为社会重新认识保险的真实体验。

三、核心价值理念与保险文化建设的结合

推行保险文化建设战略的实施，需要切实找好保险文化建设与核心价值理念的结合点，通过保险文化建设与核心价值理念的结合，促进保险行业管理，理顺保险行业内外各要素之间的关系，营造行业上下休戚与共、齐心奋斗的文化氛围，使行业保持强大的向心力，使行业文化与企业管理协调发展，全面提高行业整体竞争能力。

(一) 通过“守信用”文化的建设，树立保险行业企业形象。

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。中共中央关于深化文化体制改革的决定中明确要求“把诚信建设摆在突出位置，大力推进政务诚信、商务诚信、社会诚信和司法公信建设，抓紧建立健全覆盖全社会的征信系统，加大对失信行为惩戒力度，在全社会广泛形成守信光荣、失信可耻的氛围。”通过对企业上下“守信用”文化的建设，既是改变社会对保险行业“诚信行业不诚信”的就有认知，也是保险行业今后能否有序健康发展的重中之重。



(二) 通过“担风险”文化的建设，提升保险行业社会影响力。

近年来，随着人们保险意识的不断增强，选择用保险的方式来规避风险，被越来越广泛的采纳。保险业是社会的“稳定器”，从保险的基本属性来看，它为社会提供了一种事前进行风险转移和管理的制度安排，这对于减少事故带来的不利影响，保障企业生产继续，维护人民生活稳定，具有重要意义。没有风险就不

会有保险,而保险的目的就是分散风险、转移风险。从社会学角度看,保险体现出了一种互助精神,把原来无法预料的风险,转变为相对稳定的保障,以确保社会的稳定及健康发展。所以,对“担风险”文化的建设,既是构建社会主义和谐社会的内在要求,同时对推进公共服务创新发展,减少社会矛盾和纠纷,完善社会经济补偿机制,也具有重要的重要意义。

(三)通过“重服务”文化的建设,增强保险行业市场竞争力。

加强保险行业“重服务”文化建设是促进保险业纵深发展的重要手段,是发挥保险保障职能的关键要素,更是保险企业增强市场核心竞争力的根本所在。优质服务如今已成为交易和盈利的关键成为保险行业参与市场竞争的重要战略。我国保险行业服务发展的原则是必须遵循以客户为中心、以客户为导向,这是由保险行业的特点所决定的。通过对“重服务”文化的建设,既符合保险行业的发展定位,又能起到保证保险行业生存与发展的作用。“重服务”文化建设的最终结果是使得行业获得更长足的进步与更坚实有力的发展。

(四)通过“合规范”文化的建设,保证保险行业健康发展。

改革开放以来,我国保险活动日趋活跃,机构数量、从业人员大幅增加,业务范围逐渐拓宽,保费收入迅猛增长,各项工作取得长足发展。另一方面,保险市场不完善,恶性竞争激烈,行业内部管理薄弱、数据不真实、误导严重、投保容易理赔难等问题多年不得解决,使保险业潜伏着较大的风险。合规经营,是保险行业健康运转的基石,在这个坚实的基础上,才能实现永续经营,可持续发展。通过“合规范”文化的建设,有利于行业从自身加强合规管理,建立自我监督、自我控制的有效机制,从根本上保证行业能够持续健康发展。

【参考文献】

- [1]陈晓斌、宋晓春.《论保险经济发展与保险职业道德建设》,保险职业学报,2006年5月.
- [2]吴定富.《保险职业道德教育读本》,人民出版社,2004年.
- [3]宋福兴.《保险职业道德概论》,中国金融出版社,2002年.
- [4]陆峰、刘军伟.《我国保险行业服务问题研究》,时代金融与实践报,2010年12月.
- [5]姚向东.《浅谈如何提升保险服务品质》,福建质量管理报,2010年4月.
- [6]孙珥.《保险行业的风险管理研究》.

浅谈保险行业核心价值理念



(生命人寿四川分公司 刘晓芹)

摘要: 本文首先从概念上认识保险业核心价值观念,在此基础上依据公司相关实例对保险业务核心价值理念一一进行分析,得出结论:保险核心价值理念

与保险业务健康持续发展息息相关，且保险核心价值理念几大要素相辅相成、缺一不可。

关键词：保险行业 核心价值理念 生命人寿

保险行业核心价值理念是“守信用、担风险、重服务、合规范”。2013年3月21日中国保监会在京召开发布会中正式提出保险行业核心价值理念，此理念的提出预示着将进一步加强保险文化建设，是保险行业从草根金融行业迈向专业金融行业的新起点，也必将对保险公司提出更高的要求，对树立标杆、建立品牌形象起到关键性作用。

一、对保险行业核心价值理念的认识

保险行业核心价值理念是指保险公司在经营过程中必须坚持、信奉的忠实信条，是保险文化建设的关键环节，也是提升保险行业形象、促进保险业持续健康发展的原动力。

保险行业核心价值理念是从社会责任、社会发展、社会道德等方面在保险发展历程中总结提炼的精华所在，对保险公司的健康有序发展具有指导性意义。此前各家保险公司在经过长期的经营过程中总结概括形成了属于自身发展特色的公司核心价值理念，如太平洋人寿保险公司的核心价值理念是“诚信天下、稳健为主、追求卓越”，新华人寿保险股份有限公司的核心价值理念是“诚信、责任、公平、进取”，均属于核心价值理念的一部分。



二、浅析生命人寿与保险行业核心价值理念的微妙之处

（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。”^①诚信是保险公司发展之本，各家保险公司在设定自身核心价值观时均提出诚信二字。例如，生命人寿保险股份有限公司核心价值观是“内诚于心，外信于行”，是内外兼修的诚信，是对自己诚实、对客户诚信的诠释。

生命人寿保险股份有限公司坚持诚信经营，自2002年成立以来，荣获了多项体现诚信经营的殊荣。例如，总公司层面，分别荣获由中国保护消费者基金会颁发的2010年、2012年度重质守信3.15放心单位荣誉称号，由《中国质量万里行》市场调查中心颁发的2012年度全国产品质量服务质量用户满意承诺单位的殊荣等，而分公司层面获取了较多的荣誉，生命人寿江西分公司荣获由新浪评选出的“2012网民最信任保险公司”。此外，生命人寿保险股份有限公司在每年3.15消费者权益日期间开展各类以诚信展业为主题的活动，为千家万户带去保险知识和福音。如辽宁分公司为纪念3.15消费者权益日，在辽宁全省范围内开展了“诚信保险优质服务”活动，以形式多样的诚信宣传活动，宣讲保险维权知识，宣传保险行业的重要性，展示生命人寿的风采。

保险基本原则所包含的最大诚信原则与此理念也是相辅相成的。“最大诚信原则的含义是保险合同当事人订立合同及在合同有效期内,应依法向对方提供足以影响对方作出订约与履约决定的全部实质性重要事实,同时信守合同订立的约定与承诺。”②在最大诚信原则中提到的重点是双方均需清楚提供自身情况,不得隐瞒,因此,消费者在购买产品时,也不得向保险公司隐瞒自身情况以从中谋取保险利益,也就是出现骗保现象。诚信是双方的,一旦违反规则,将会受到法律的追究,对当事人双方所造成的影响也是无法弥补的。

(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能力,增强行业发展活力,夯实科学发展基础,更好的履行保险责任。”③保险公司一方面承担客户转嫁的风险,一方面需要承担经营风险,因此,合理的产品结构,优质的产品服务,多元的产品理念,以及保险公司的有效管理与稳定投资都是保险公司成长、壮大不可或缺的组成要素。

“树立风险意识,以风险管理创造行业价值。保险业的核心优势是风险管理,虽然在行业发展的不同阶段,保险企业的业务中心有所不同,但始终服从于投资和承保双轮驱动的商业模式,有效连接两者的就是风险管理能力。一方面要有效运行偿付能力管理体系,将经营活动与资本占用挂钩,保持足够的风险准备金,确保资本充足;另一方面要确立精确地资产负债匹配机制,通过资产负债的有效配置,达到企业利润和风险控制目标。随着行业发展,对于投资或承保业务的过于侧重未来将不合时宜,风险管理将渗透到企业经营管理的方方面面,通过科学的计量手段和有效的管理工具,有效匹配资产和负债业务,实现企业的价值经营。”④生命人寿杨智呈总经理在“保险文化论坛”中讲话时精确地阐述了保险公司树立风险意识的重要性,有高度的风险意识,才能承担起社会赋予保险公司所必须承担的运营风险。

(三)重服务,是保险价值的实现途径。“保险业属于金融服务业,保险是五行产品,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。”⑤服务的好坏是公司对客户的一种态度,“狗眼看人低”、“以衣着下定论”都是服务行业的大忌。保险行业作为服务性行业与实体性服务行业有所不同,客户买的是看不见的商品,买的是对公司的信任,因此保险行业应该大力加强服务性建设,为客户打造一个健康、放心的消费网络。

保险行业在经营理念中都包涵着“服务”,生命人寿所遵从的“爱心、服务、创新、价值”经营理念恰巧说明了这一点。在这四个词语中,因为保险是有爱心的人做的事业,所以放在第一位,而以爱心作为基础进行服务,因此服务放在第二位。今年年初,生命人寿凭借优质的客户服务体系和健全的风险保障计划,蝉联由中国保护消费者基金会授予的“全国质量优秀、服务满意、



诚信示范单位”称号。

保险行业服务的质量是以理赔的时效、售后服务满意度来定论的。实例：“2012年被保险人崔某150元在生命人寿河南新乡中支购买了一张生命幸福家庭卡单。2013年2月12日被保险人不慎发生车祸，当场身故。新乡中支理赔员在接到电话报案后快速赶往出险地点。与交警部门、医院核实案情，调查取证，并积极与其家属联系，帮助准备理赔材料。2月27日，崔某的家属向生命人寿新乡中支递交了理赔材料，经理赔人员核实后，按照保险条款，给付客户3万元理赔款，并于当天接案。此次事件获得当地老百姓的高度肯定，并获得快速理赔一诺千金的盛赞。”^⑥

此外在产品结构上来讲，生命人寿产品多元化，为不同的人群设计不同的保险、提供不同的保障内容。以“生命富贵花年金理财保险计划”为例，它是一款兼具理财及护理功能的多功能年金保险计划，能做到“双返还、双增额、双豁免”，兼顾了客户投资理财、保障等多方面。此款保险计划从另外一方面来讲是说明保险公司的产品在向全面变化，综合各方面为客户带来利益，也解决了客户选择产品难的问题。

2013年4月20日四川省芦山县发生里氏7级大地震，为当地百姓带来了巨大的灾难。生命人寿快速成立理赔小组赶赴灾区，后援队伍积极梳理客户信息档案。生命人寿四川分公司在雅安地区共计承保客户832名，涉及保单1071件。自地震发生后，截止4月26日，共计成功联系客户756名，接收客户报案10件，其中有效报案客户5位，涉及保单5件。截止5月14日，四川分公司为寻找剩余客户，随后又分2次进入灾区寻找客户。此外，德阳中心支公司接到报案，周某在地震发生时为进行紧急避险，不慎摔到，造成左腿骨折。中支接到报案后紧急组织理赔人员第一时间赶往医院送去公司的关怀与后续理赔相关知识。由此可以看到生命人寿以实际行动证明了作为服务型行业的标杆。

（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。”^⑦随着金融业务的日趋多元化、复杂化与国际化，保险监管单位与保险公司自身都充分认识到合规管理的重要性。各家保险公司在发展历程中纷纷成立合规管理部门，制定内控制度。当然合规究竟有什么重要意义呢？首先，合规经营可以使保险公司在国家保险监管立构所允许的范围内合法的经营业务，避免保险投诉、行政处罚、保险诉讼等案件的发生，避免导致因此类事件而导致保险公司、保险业在社会中出现的信用危机等。其次，合规有利于保险公司提高自身文化建设。合规也是一种文化的体现，无规矩不成方圆。最后，合规有助于保险公司可持续发展。只出于短期经营业绩的发展，对监管部门政策采取抵触和规避的态度，必将使公司处于风险之中。



保险公司合规经营首要关注的是销售误导。如何避免出现销售误导是关键，

有些公司对业务员销售公司产品追求短期业绩达成率往往带有“不管你是白猫、黑猫，能抓住老鼠就是好猫”的想法，不能对外勤员工在思想品德上进行筛选，往往在遇到满期给付，或者客户访问时，销售人员与公司的答复出现落差，导致客户从根本上觉得保险就是骗人的。销售误导还有一方面是因为公司故意引导销售人员在销售的过程中去误导客户，让客户在听见产品有什么高收益、高回报等等，在抵御不了诱惑时，购买产品。规范商业交易行为，促进行业优胜劣汰，才能从根本上筛选出一批优质的服务团队。“保险业偏重于组织发展和物质激励的销售模式，在过去曾促进行业发展，但同时也使得保险也存在过度商业化的倾向，扭曲了销售队伍的心理，也伤害了客户群体的利益。对于代理人队伍的管理，需要及时矫正市场缺陷，防止劣币驱逐良币，要面向全行业完善诚信机制，建立信息披露和档案制度，推广信息共享平台，出台具体的奖惩措施，大力推行黑名单制度等等。在行业治理过程中也凸显行业协会的作用，更多发挥其自主管理的力量，做到既能清楚行业弊端，又能尊重企业选择，保护企业权益。”^⑧此段讲话全面概述了现阶段作为保险行业与监管单位必须要做的事情，就是在创造价值的同时，选择优秀的业务人员；建立完善的透明机构，保护客户利益的同时保护好企业自身的利益，创造双赢或者三赢局面。

生命人寿在发展历程中，难免也出现这样那样的弊端，但是就近几年而言，还是在合规方面取得了相当的进步，如反洗钱工作方面，“河南分公司反洗钱工作被评为A类机构。2013年3月5日，中国人民银行海口中心支行召开2013年金融机构工作会议，在此次会议上，海口中心支行通报了2012年海南省保险业金融机构反洗钱工作评估情况，海南分公司认真贯彻落实人民银行的相关政策法规，积极履行金融机构反洗钱义务，确保分公司的各项经营管理依法合规，在继2010年、2011年被评为反洗钱工作A类机构，在2012年度分类评估中再次被评为A类机构，位列保险行业首位。”^⑨

三、核心价值理念要素的关系

什么是保险，保险是指投保人根据合同的约定，向保险人支付保险费，保险人对于合同约定的可能发生的事故因其发生所造成的财产损失承担赔偿责任，或者当被保险人死亡、伤残、疾病或者达到合同约定的年龄、期限时承担给付保险金责任的保险行为。从经济角度而言是一种风险分摊行为，从法律角度而言是一种合同行为；从社会角度而言是稳定社会经济秩序的重要手段；从风险管理角度看是风险管理的一种方法。由此可以看出，保险自身的定义中从不同的角度所扮演的角色决定了其核心价值理念。

守信用、担风险、重服务、合规范，其中缺失一条，保险事业的发展都将受到冲击。首先，合同的签订需要规范，当事人双方都需要按照合同约定来承担相应的义务，此外合同的签订与保险的内涵都显示了保险是建立在风险意义之上的，且保险公司又属于服务型企业，重服务是理所应当。因此可以看出，几大要素相辅相成，缺一不可。同时，保险业核心价值理念对保险业的发展息息相关，能否走出草莽期而踏入保险业发展的黄金期，就看能否做到核心价值理念中的几大点。保险业健康可持续发展不仅仅体现的是社会经济稳定器的作用，从道德方面而言，不可否认的是以爱心承担社会责任的一份公共事业。



参考文献:

- ① 保监会发布保险行业核心价值理念.中国新闻网.2013年3月21日.
- ② 保险代理从业人员资格考试.第85页.
- ③ 保监会发布保险行业核心价值理念.中国新闻网.2013年3月21日.
- ④ 杨智呈.探源保险文件 完善保险文化建设的制度保障.生命人寿, 2013.1.
- ⑤ 保监会发布保险行业核心价值理念.中国新闻网.2013年3月21日.
- ⑥ 宋秩丹.河南新乡中支“理赔快速 一诺千金”获客户盛赞.生命之爱, 2013.3.
- ⑦ 保监会发布保险行业核心价值理念.中国新闻网.2013年3月21日.
- ⑧ 杨智呈.探源保险文件 完善保险文化建设的制度保障.生命人寿, 2013.1.
- ⑨ 黄虹.海南分公司反洗钱工作被评为A类机构.生命之爱, 2013.3.



践行保险行业核心价值理念，推动保险行业文化建设

(生命人寿四川分公司 李勇)

摘要: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，对促进保险业持续健康发展具有十分重要的意义。生命人寿攀枝花中心支公司个险条线全体员工认真学习和领会保险行业核心价值理念，并认真探讨如何在实际工作中践行保险行业核心价值理念；结合我司实际，从多个方面认真践行保险核心价值理念，推动攀枝花保险行业文化建设。我们愿做行业先锋，彻底改变保险行业现状，认真践行保险行业核心价值理念，为攀枝花保险行业文化的建设贡献力量。

关键字: 核心价值理念、行业文化建设

一、认真学习和领会保险行业核心价值理念

项俊波主席多次指出，“当前保险业发展方式已经跟不上经济社会发展的要求，跟不上外部环境的变化，迫切需要加以转变。”因此，在当前环境下，监管核心价值理念和保险行业核心价值理念的提出具有划时代的意义。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。而保险行业核心价值理念“守信用、担风险、重服务、合规范”，是保险行业的核心文化，更是保险行业践行保费消费者权益的誓言

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。

保险行业要实现“健康、稳步”的可持续发展，就必须认真践行保险行业核心价值理念，强力推进保险行业文化建设，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。核心价值理念更是保险业的本质追求，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。

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。

培育和践行核心价值理念，有利于加强改进保险监管、提高监管效能。监管是促进行业提升服务水平、增强可持续发展能力。建设公司内部现代保险要“高标准、严要求”以践行核心价值理念。

培育和践行核心价值理念，有利于明确在目前条件下，公司内部目标、基本要求和评价标准。监管工作的制度设计、政策提供正确的价值导向，促进我司在保险监管工作中创新监管思路，健全监管制度，改进监管方式，不断提高我司自身的保险监管的科学性和有效性。



核心价值理念是加强改进的重要保障。在监管体系进程中，百分之百的执行力

价值理念，有利于明确内部监管工作的宗旨，为公司内部监管部署、法规制定提

培育和践行核心价值理念是提升行业形象、提升公司形象，增强行业软实力的迫切需要。党的十八大报告明确提出，要提高保险业的竞争力。先进的保险文化是保持行业竞争力的重要因素，是行业持续健康发展的重要支撑。行业文化的力量，归根到底来自于凝结其中的核心价值理念的影响力和感召力。因此，公司各层级都应该引起高度的重视，并从自身出发，认真学习、领会，培育和践行保险行业核心价值理念。从不同方面严格要求自己，并认真践行

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。

在充分认识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重要意义的基础上,更应当准确把握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。提炼出简明易懂、特色鲜明、便于传播的核心价值理念,这是广大保险监管干部和从业人员的强烈愿望,是加强保险文化建设的重要一环。

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”。而生命的司训及治司方针则是:“诚实守信,专业高效;令行禁止,友爱尊重;务实创新,真情服务;生命价值,携手提升”,这与保险监管的核心价值理念及保险行业核心价值理念不谋而合。我们正在以务实的态度和行动践行保险行业核心价值理念。

公司遵从“爱心、服务、创新、价值”经营理念,秉持“内诚于心,外信于行”的核心价值观,结合保险行业核心价值理念,不断求新、求变、求发展。

我们以行动践行保险行业核心价值理念,生命人寿秉承“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,生命人寿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,生命人寿赢得了良好的社会口碑与极佳的客户赞同。“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,”使保险向着更人性化、更诚信的方向发展。生命人寿攀枝花中心支公司,在实际工作中,严格按照公司相关要求,履行承诺,诚信经营,将“1234”特色理赔服务落到实处,始终秉持“内诚于心,外信于行”的核心价值观,一切从客户利益出发,始终坚持“不输才会赢,你有我才有,你多我才多”的“三才”理论,为客户提供更好、更加优质的保险服务,为保险行业核心价值理念的建立,为社会创造最大的价值,为攀枝花保险行业的健康发展贡献力量。

保险行业核心价值理念是“守信用、担风险、重服务、合规范”。结合生命人寿的司训,在新的时期,有了更好地诠释。

守信用,是保险经营的基本原则,而“诚实守信”则是生命人寿立司之本。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。也才能更好地诠释保险核心价值理念,才能更好的将生命人寿的立司之本落到实处。



担风险,是保险的本质属性,一个好的寿险公司,必须担当起它的公司价值,行业价值,社会价值。必须有所担当才能得到行业和社会,以及保险消费者的认可,才有生存和发展的根基。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。在追求“诚实守信”地对待客户的同时, 谋求企业的发展和壮大, 同时更要担当起为社会和个人承担风险的社会价值, 为经济的快速发展, 全中国人民乃至全世界人民的“中国梦”保驾护航。

重服务, 是保险价值的实现途径, 没有良好服务的企业, 如同即将枯死的大树, 虽然有规范的框架, 但没有枝繁叶茂的盛景, 不能抵挡黄沙, 更不能抵挡风雨, 更谈不上为“中国梦”保驾护航了, 企业的发展也将成为纸上谈兵, 无所用处。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。重服务, 体现在企业能否在业务提升当中, 体现在每日工作的点点滴滴中, 始终坚持一切从客户利益出发, 关爱每一个客户, 关爱身边的每一人, 做到“心中有客户”才能“日日有客户”, “年年创新高”, 才能真正实现企业的最大社会价值, 才能实现企业的健康发展, 与所有的“中国梦”一起, 实现公司的宏伟蓝图。正如生命人寿的司训一样, “务实创新, 真情服务, 生命价值, 携手提升”, 以务实的态度进行工作, 不断地改革创新, 用真情对待每一个客户, 将服务品质的提升作为工作的“重中之重”, 与全国人民乃至全世界人民一起携手提升生命的价值, 更好地诠释生命的价值, 更好地践行保险行业核心价值理念, 建立良好的保险行业服务形象, 使保险成为真正的生活和工作必需品, 使保险的理念深入人心, 我们任重而道远。

无规矩不成方圆, 无纪律更不能规范一个公司乃至整个行业, 生命人寿在实际工作中认真践行保险行业核心价值理念。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。从点滴工作中, 从每一位营销一线人员的展业过程中, 从管理者的每日工作中, 认真践行保险行业价值理念。严格按照保险行业核心价值理念指定符合现阶段实际的相关规定和制度, 并在每一项活动中认真审视、核查, 做到进行每一项活动都符合规范, 见每一位客户的过程中都参照规定和制度进行相关工作, 让客户, 让社会来共同监督并认同生命人寿的专业和高效。

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

工作。

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。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。保险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



展和作出过突出贡献的一份子，生命人寿更有义务来站在全局的角度，稳步地推进保险行业核心价值理念，使新时期保险行业文化的塑造上更加绚丽多彩。

二、我们用行动践行

生命人寿攀枝花中心支公司个险条线从以下几个方面来用行动践行保险行业核心价值理念。

一方面，加强学习宣传，使核心价值理念成为全公司共同遵循的价值取向，强力推进保险核心价值理念在个险条线的学习和宣传。一是加强教育培训。通过在每日早会专门设立课堂讲授保险行业核心价值理念，并开展集中学习讨论、知识竞赛等多种方式，广泛开展保险监管核心价值理念、保险行业核心价值理念的宣导活动，在实际工作中，结合实际，将保险行业核心价值理念融入到各项工作中，认真体会和践行，以建立保险行业新价值，新形象为己任，努力诠释新时期保险核心价值。把核心价值理念的教育纳入员工学习计划，作为各层级营销干部和员工入职培训、在岗培训等的必修课程，教育引导广大营销管理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。二是加大宣传力度。各营销管理部门及营销团体结合自身实际，运用各类宣传平台，采取文化品牌建设、文艺作品创作、先进典型表彰等多种形式，大力宣传核心价值理念，并在营销工作的开展和展业过程中，大力进行核心价值理念的宣传，把保险价值核心价值理念带给每一个身边人，树立良好的保险形象。在实践方式上，大胆创新载体和方法实现形式，注重运用新媒体、新技术，让核心价值理念得到广泛传播，让保险行业核心价值理念深入人心。

另一方面，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。强化整体形象建设。公司根据统一设计制定的核心价值理念形象标识，在办公场所、内外网、内刊、宣传资料以及相关媒体予以展示，扎实做好保险行业文化形象导入工作，使核心价值理念真正成为企业文化的核心内容，与生命人寿的公司司训交相辉映，形成一道独特靓丽的保险风景线。认真践行保险行业核心价值理念，使保险行业文化如新时期的一朵奇葩，绚烂绽放。生命人寿攀枝花中心支公司有这样一句话：“攀枝花开，生命绽放”，我们期待在攀枝花这片热土上，保险之花、生命之花如攀枝花一样，红红火火，倾情绽放！

与此同时，我们不断地根据保险行业核心价值理念来建立和健全制度机制，使核心价值理念成为全公司一以贯之的行为准则。一是建立健全工作机制。建立完善文化建设的领导小组和工作机制，一把手亲自抓、分管领导具体抓、各部门牵头协调、相关部门各负其责、层层抓落实的工作局面。各层级营销干部带头学习、带头宣讲、带头践行，争做核心价值理念的弘扬者、践行者和传播者。在各个方面，针对保险行业价值理念的有效的可行的宣传，我们都予以有效保障，给予最大限度的支持。二是修订完善相关制度。我们把核心价值理念的要求贯彻到发展战略、制度机制当中，贯彻到行为准则、评价标准当中，使我们所提倡的理念与实际工作得到有机结合，与生命人寿攀枝花中心支公司的发展相结合，始终坚持“内诚于心，外信



于行”的经营理念，有所担当，当仁不让，担当起宣传保险行业核心价值理念的“排头兵”，用行动来践行。按照核心价值理念的要求，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，在权限允许的范围内做好中支公司力所能及的事。强化制度执行，以制度的有效执行保证核心价值理念的贯彻落实，变他律为自律，变约束为习惯，认真借鉴其他兄弟公司和合作企业的优秀经验，使其真正成为广大营销管理干部和一线营销工作人员共同遵守的行为规范和工作准则。三是建立完善长效机制。根据保监会下发的指导意见，制定加强文化建设的实施计划，确保文化建设工作持久有序开展，我们要天天抓，周周抓，月月抓，建立完善保险文化建设的宣导、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。我们应当担负起践行保险行业核心价值理念的先锋，先行先试，开拓创新，以建立和健全新时期保险行业制度机制为己任，并将认知提升到更高的高度，想国家之所想，急国家之所急，为实现“中国梦”而共同努力。

我们要勇于探索实践，使核心价值理念成为全公司乃至全行业创新发展的内生动力。一是切实保护保险消费者利益。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，加大对保险消费者利益的保护力度，规范保险从业人员的行为，切实解决消费者反映集中的问题，促进公司能提供多样化保险产品和高质量的保险服务。二是要提高保险业科学发展水平。充分发挥核心价值理念的导向、凝聚等功能，引导广大营销管理干部和一线营销工作人员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，推动公司和行业发展质量和效益的不断提升。充分发挥核心价值理念的激励、约束等作用，加强保险业的改革创新。三是增强公司保险服务经济社会大局的能力，身体力行地践行核心价值理念，牢记责任和使命，切实提高宏观意识和战略思维，做到“跳出保险看保险”，将公司保险业的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，切实让公司保险业发展成果惠及更广大人民群众，为大家的“中国梦”共同努力。

我们要注重基础建设，使核心价值理念成为全公司乃至全行业追求进步的力量源泉。大力加强保险人才队伍建设。要想更大范围地践行保险行业核心价值理念，我们就必须着力于发展，用科学发展观来看待问题，加强保险人才队伍建设刻不容缓。这样才能使保险行业核心价值理念以更快更好的速度融入到社会发展中。

生命攀中支在阶段工作中，积极与相关单位合作，优势互补，积极探索更好的合作模式，让社会、让客户、让广大的人民群众更加地接受和认同保险，认同保险行业核心价值理念。在客户积累工作中，我们与攀枝花玛利亚医院合作，以“关爱健康”为载体，大力地宣传保险行业核心价值理念，同时，我们也收获了更多的客户积累。我们还与攀枝花市澳森健身俱乐部合作，推出健身体验卡，以及聘请专家开展“关爱健康”的知识讲座，从广大人民群众的生活点滴中，关爱大家，树立保险行业的良好形象，更重要的是我们在此过程中认



真践行了保险行业价值理念,通过该方式让广大的人民群众真正认识和认同了保险行业核心价值理念。在社区,有我们的身影,当一听说攀枝花市枣子坪社区有很多的下岗待业人员亟需解决工作和生产生活问题时,中支领导心急如焚,马上联系了生命四川分公司领导,并取得了领导相关的支持和帮助,在第一时间联系枣子坪社区工作人员,对相关困难群众表示慰问,并带来了弥足珍贵的工作岗位,为相关人员提供一定时间的工作和生活补助,并提供免费的职业培训,免费发放资料和宣传单页,并成立专门小组负责该项工作的落实,认真地践行了保险行业核心价值理念。在各机关单位,企业团体,都有我们的身影,我们以实际的行动来诠释和践行保险行业核心价值理念。

通过培育和践行核心价值理念,大力弘扬法治精神,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。强化职业操守,积极倡导务实、创新、专业、奉献等精神气质,促进广大保险从业人员养成良好职业习惯,形成良好的信用文化和法制环境,向社会展示出行业的文明风范。

大力加强社会主义精神文明建设。要广泛开展学雷锋、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。在公司发展的同时,我们不忘回馈社会,我们定期组织志愿活动帮助养老院及孤儿院,为他们带去公司的慰问和做出我们力所能及的事。在今年“4.20”芦山地震来临后,生命人寿攀枝花中支积极响应,全员上下积极为灾区捐款捐物,在得知灾区缺血时,大家第一时间响应,并积极参与义务献血活动。我们正在以行动来践行保险行业核心价值理念。

面向未来,生命人寿确立了“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,致力于发展成为业务结构合理、经营管理规范、制度机制完善、拥有可持续竞争优势的新兴寿险公司典范,为客户、为员工、为股东、为社会创造最大价值,认真践行保险行业核心价值理念,显著提升行业服务质量和水平,树立公司和行业良好形象,努力建设先进、发达、健康、文明的保险业。



践行保险行业核心价值理念

(生命人寿四川分公司 黄秋悦)

摘要: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。

关键词: 保险行业 核心价值理念 文化建设

一. 保监会和保险行业的核心价值理念

2013年3月21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。

1. 保险监管核心价值理念

“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。

2. 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。

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。

二.保险行业的文化建设道路

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。

再次，培育和践行核心价值理念是加强改进保险监管、提高监管效能的重要手段。保险监管是促进行业提升服务质量、防范化解风险、增强可持续发展能力的有效保障。在建设现代保险监管体系进程中，加强保险监管文化建设，培育和践行核心价值理念，有利于明确监管工作的宗旨目标、基本要求和评价标准，为制度设计、政策部署、法规制定提供正确的价值导向，促进监管机构创新监管思路，健全监管制度，改进监管方式，不断提高保险监管的科学性和有效性。

此外，培育和践行核心价值理念是提升行业形象、增强行业软实力的迫切需要。党的十八大报告明确提出，要提高保险业的竞争力。先进的保险文化是保持行业竞争力的重要因素，是行业持续健康发展的重要支撑。行业文化的力量，归根到底来自于凝结其中的核心价值理念的影响力和感召力。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。



三. 推进培育和践行核心价值理念

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。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。保险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。

(一) 要加强学习宣传,使核心价值理念成为全行业共同遵循的价值取向。

1. 要加强教育培训。通过举办培训班、组织宣讲团、开展集中学习讨论、知识竞赛等多种方式,广泛开展保险监管核心价值理念、保险行业核心价值理念的宣导活动。要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。2. 要加大宣传力度。各单位要结合自身实际,运用各类宣传平台,采取文化品牌建设、文艺作品创作、先进典型表彰等多种形式,大力宣传核心价值理念。要大胆创新载体和方法,注重运用新媒体、新技术,让核心价值理念得到广泛传播。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。3. 要强化整体形象建设。各单位要根据统一设计制定的核心价值理念形象标识,在办公场所、内外网、内刊、重要单证、宣传资料以及相关媒体的醒目位置予以展示,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) 要健全制度机制,使核心价值理念成为全行业一以贯之的行为准则。

1. 要建立健全工作机制。各单位要建立完善文化建设的领导机构和工作机制,形成一把手亲自抓、分管领导具体抓、宣传群工部门牵头协调、相关部门各负其责、层层抓落实的工作局面。各级领导班子和领导干部要带头学习、带头宣讲、带头践行,争做核心价值理念的弘扬者、践行者和传播者。要在人、财、物等方面予以有效保障。2. 要修订完善相关制度。各单位要把核心价值理念的要求贯彻到发展战略、制度机制当中,贯彻到行为准则、评价标准当中,使我们所提倡的理念与实际工作得到有机结合。各单位要按照核心价值理念的要求,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。要强化制度执行,以制度的有效执行保证核心价值理念的贯彻落实,变他律为自律,变约束为习惯,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。3. 要建立完善长效机制。各单位要根据保监会即将下发的指导意见,制定加强文化建设的实施计划,确保文化建设工作持久有序开展。要建立完善保险文化建设的宣导、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) 要勇于探索实践,使核心价值理念成为全行业创新发展的内生动力。

1. 要切实保护保险消费者利益。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,切实解决消费者反映集中的问题,促进保险机构提供多样化保险产品和高质量的保险服务。2. 要提高保险业科学发展水平。要充分发挥核心价值理念的导向、凝聚等功能,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。要充分发挥核心价值理念的激励、约束等作用,加强保险业的改革创新,更好地发挥市场机制在资源配置中的基础性作用,努力形成市场秩序规范、风险有效防范,富于效率、充满活力的保险市场运行机制。3.要增强保险业服务经济社会大局的能力。要身体力行地践行核心价值理念,牢记责任和使命,切实提高宏观意识和战略思维,做到“跳出保险看保险”,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)要注重基础建设,使核心价值理念成为全行业追求进步的力量源泉。

1.要大力加强保险人才队伍建设。要以社会公德、职业道德和个人品德为载体,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,打造出适应现代保险业要求的管理人才队伍、技术人才队伍、营销人才队伍和监管人才队伍。2.要大力加强诚信和法制建设。要通过培育和践行核心价值理念,大力弘扬法治精神,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。要强化职业操守,积极倡导务实、创新、专业、奉献等精神气质,促进广大从业人员养成良好职业习惯,形成良好的信用文化和法制环境,向社会展示出行业的文明风范。3.要大力加强社会主义精神文明建设。要广泛开展学雷锋、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。要着力创新文化载体和形式,积极开展文化讲堂、文化品牌形象推介、文艺作品创作等文化活动,显著提升行业服务质量和水平,树立行业良好形象,努力建设先进、发达、健康、文明的保险业。

四. 保险行业核心价值理念体系方案的建议

(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。

五.立足当前,着眼未来,扎实推进保险文化

两个核心价值理念的发布,是保险行业文化建设从自发向自觉的重大转变,是中国保险业改革发展具有里程碑意义的大事,对提升保险业的发展品质,推动行业转型发展,必将产生积极的引领作用,保监会引领行业走出当前暂时经营困境的一个战略考虑,是从全局上引领中国保险走上健康发展道路的一个关键



举措。两个核心价值理念的发布，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。行业上下不仅要重视核心价值理念的总结提炼，更要重视核心价值理念的推广落实。

当前，由保险文化缺乏导致的行业社会形象缺失，依然是制约保险行业发展的瓶颈之一。践行保险行业核心价值理念，要与企业发展战略相结合。践行保险行业核心价值理念要与企业经营管理相结合。文化建设不是一朝一夕之事，更不是心血来潮，而是一项系统的、长期的、艰巨的任务，是一项价值工程。说起来容易，做到位很难。需要进一步理清思路，立足当前，着眼未来，分步和分阶段扎实推进。保险文化很重要，但是文化背后的长效工作机制更重要，只有将核心价值理念真正落实到工作流程中去，尤其是要建立监管机构、行业协会、保险企业三方日常文化交流机制和流程，才能真正推动核心价值理念深入到保险业发展方方面面，进而推进保险文化建设工作的规范化和常态化。



规矩绘就方圆，保险伴我成长

（紫金财产保险 冯贵云）

保险，伴我成长，陪我走过数载春秋，引导我的成长方向，保障了我的身体健康，心理健康。

保险到底是什么？保险，是指投保人根据合同约定，向保险人支付保险费，保险人对于合同约定的可能发生的事故因其发生所造成的财产损失承担赔偿保险金责任，或者当被保险人死亡、伤残、疾病或者达到合同约定的年龄、期限时承担给付保险金责任的商业保险行为。保险是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，进行经济补偿或给付的一种经济形式。现在，亚洲的雄狮崛起。越来越快的发展，使得祖国的人民生活水平稳步上升。作为现代化城市的一员，越来越多的家庭有了私家车。这几年，工作和学习的路上，看到了越来越多的或重或轻的车祸。每次都不忍驻足，不忍想象饱经了半生风霜的车主看到自己的心血被撞得面目全非后悲痛的心情……还有，很多家庭将苦苦积攒的家产保存在一起，却被窃贼偷去。这样的打击，付出了无数的血汗，本以为可以安详生活，却只能让阴冷的寒风冻结自己的白须，任凭泪水的流淌，孤独的站在冰冷的冬天，一遍又一遍地听着那首“从头再来”。火灾、地震、洪水……太多，太多的天灾人祸会让殷殷汗水付诸东流。这是多么残忍的事……可是，有了保险，我们，大家的财产及人身安全便有了保障。失败了，遇难了，遭灾了，我们要爬起来，勇敢地迎接风雨的再一次抨击。再一次出发，站立的高度就已经比不接受保险的

人高出很多。保险伴我成长，给我欢欣，给我快乐，而保险本身的定义——保险是一种损失分摊方法，以多数单位和个人缴纳保费建立保险基金，使少数成员的损失由全体被保险人分担。也让我了解了人们互相帮助，互惠互利的美好本性。保险，我人生的扶持者，将伴我快乐的走完，人生的旅程。

现在的我们，对于保险这个行业并不陌生，在我们生活中随处都可以看到和感觉到保险的存在。有些人只是看到，听到了保险，但有些人确实真心感受到了保险。

从一个投保人到一个保险代理人，从一名兼职营销员到一名专职财险营销员，从买保险到做保险，我觉得自己的思想和观念都发生了深刻的变化，这种变化跟我带来的是进步，是改变，是不断的进取。没有对保险理念的接受和认同，没有对保险知识和内涵的了解，我不会有今天的改变，我也许会和许多人一样，在观望中徘徊，在犹豫中拒绝。

在加入紫金财产保险股份有限公司以后，保险在我眼中不仅仅是一份保险，更是一份责任，是一份爱，是一份需要用心经营的事业。日前，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”。

（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。

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需要，对促进保险业持续健康发展具有十分重要的意义。

针对这一核心价值理念我司强力推进了“三亮，三比，三评”的活动。为全面深化创先争优工作，强华客户服务意识，提升全体员工素质，改进服务作风，认真落实和贯彻总公司下发的《关于在紫金保险全系统开展“三亮、三比、三评”的活动》树立紫金保险四川分公司良好工作作风，而特别制定的方案。

1、三亮——“亮标准、亮身份、亮承诺”

(1) 亮标准。设置独立客服区域，并区分承保、理赔功能，硬件达成以下标准：

A、制度规范上墙

B、服务设施齐全、整洁

C、信息沟通渠道畅通

(2)、亮身份。统一着装、统一身份识别。

(3) 亮承诺。公式客户服务承诺，欢迎社会各界监督。

2、三比——“比技能、比作风、比业绩”

(1) 比技能，组织技能比赛。

(2) 比作风，评价服务态度。

(3) 比业绩，开展考核评比。

3、三评——“客户评议、员工互评、领导点评”

根据川分公司的“三亮、三比、三评”的活动，我新都支公司制定了以下方案

方案一：诚信 合规 服务 责任

既概括了保险业应大力倡导、奉行和坚守诚实守信的道德要求、遵章守规的法律要求，又体现了为消费者提供优质专业的保险服务，以及保障经济、稳定社会的功能要求。

1、诚信



诚信是保险业的灵魂和命脉。保险是一个以信任作为基础的行业，保险是对未来不确定性的承诺，是一种基于信用的契约行为。“最大诚信”是保险经营最重要的原则。讲究诚信、崇尚诚信是解决当前保险业存在的突出问题、重塑保险行业形象的必然要求。保险业唯有以最高的诚信标准要求自己，向客户提供诚信服务，才能赢得社会的信赖支持，才能实现自身的发展壮大。

2、合规

合规是保险业的基本要求。“合规”既包括“合乎规则”，也包括“合乎规范”，是指所有保险市场主体、全体保险从业人员在经营管理中必须严格遵守国家法律法规、行业规则规范、企业规章制度，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、合规经营的良好风尚，既有利于更好地维护广大保险消费者的合法权益，也有利于培养良好的市场秩序，实现和谐共赢。

3、服务

服务是保险业的行业属性。保险业属于金融服务业，区别于那些具有日常使用功能的有形消费品，保险是无形产品，服务是保险业实现诸多功能的基本手段和有效途径。只有通过专业、细致、诚信的全过程服务，才能满足客户需求、提升客户体验、实现保险功能、传达保险关爱、促进经济社会发展。

4、责任

责任是保险业的内涵和价值追求。责任在保险中具有独特的含义，代表了保险是以一纸承诺承担风险责任，勇于承担责任，方能彰显行业价值。信守承诺，承担并且履行合同责任，为社会提供风险保障，是保险业最基本、最重要的功能；其次，保险经营是风险经营，是以少量的保费承担巨大的责任，具有很强的杠杆性，这就要求保险从业者必须以最高的责任感要求自己，对客户负责、对社会负责、对行业负责、对员工负责。

方案二：重德、崇信、尽责、守规

从主观和客观两个层面，道德修养、重要原则、实质内涵、行为准则四个维度，对保险行业文化的核心要素进行了高度概括，体现了行业的本质特征和群众的现实期待。

1、重德

重德是保险业的精神品质，也是社会对保险业的道德期许。道德是决定行业发展水平的重要力量，保险业的道德建设是保险文化建设的核心，它既包含社会公德培育，也包含个人品德修养，更包含职业道德提升。做人德为上，做事德为先。提升行业道德水准是发展现代保险业的题中应有之义，它体现的是保险行业对社会的道义担当，对消费者的关怀和奉献。道德上的自我完善，最终是为了实现行业的社会价值。以德治业、以德兴业是保险业发展的最高境界。

2、崇信

崇信是保险业生存和发展的基石。保险是一个以信任作为基础的行业，保险是对未来不确定性的承诺，是一种基于信用的契约行为。“最大诚信”是保险经营最重要的原则。讲究诚信、崇尚诚信是解决当前保险业存在的突出问题、重塑保险行业形象的必然要求。保险业唯有以最高的诚信标准



要求自己,向客户提供诚信服务,才能赢得社会的信赖支持,才能实现自身的发展壮大。

3、尽责

尽责是保险业的内涵和价值追求。保险经营是风险经营,是以少量的保费承担巨大的责任,具有很强的杠杆性。尽责,既代表保险业必须信守承诺,承担并且履行合同责任,为社会提供风险保障;也代表保险从业者必须以最高的责任感要求自己,对客户负责、对社会负责、对行业负责、对员工负责。

4、守规

守规是保险业的基本要求。守规既包括遵守规则,也包括遵守规范,是指所有保险市场主体、全体保险从业人员在经营管理中必须严格遵守国家法律法规、行业规则规范、企业规章制度,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、合规经营的良好风尚,既有利于更好地维护广大保险消费者的合法权益,也有利于培养良好的市场秩序,实现和谐共赢。

方案三:诚信为本 服务至上 规范专业 高度负责

既体现了保险业恪守诚信、恪尽职责的原则性要求,又体现了保险业服务大局、追求卓越、专业进取、公平竞争的实质性要求。

1、诚信为本:是保险业生存和发展的基石。保险是一个以信任作为基础的行业,保险是对未来不确定性的承诺,是一种基于信用的契约行为。“最大诚信”是保险经营最重要的原则。讲究诚信、崇尚诚信、以诚为本、以信立业,是解决当前保险业存在的突出问题、重塑保险行业形象的必然要求。保险业唯有以最高的诚信标准要求自己,向客户提供诚信服务,才能赢得社会的信赖支持,才能实现自身的发展壮大。

2、服务至上:是实现保险功能的必然选择。保险业属于金融服务业,区别于那些具有日常使用功能的有形消费品,保险是无形产品,服务是保险业实现诸多功能的基本手段和有效途径。只有通过专业、细致、诚信的全过程服务,才能满足客户需求、提升客户体验、实现保险功能、传达保险关爱、促进经济社会发展。

3、规范专业:是保险业的基本要求。保险的价值通过规范的服务来具体体现。所有保险市场主体、全体保险从业人员在具体工作中必须时时、处处规范行事,在规范服务的基础上努力提高专业化程度。专业是保险的品质。保险是一个资金密集型、智力密集型行业,无论保险经营管理还是保险服务,都必须具有专业品质,以专业的人才、专业的知识、专业的精神,提供专业的风险管理服务。

4、高度负责:是保险业的内涵和价值追求。责任在保险中具有独特的含义,代表了保险是以一纸承诺承担风险责任,勇于承担责任,方能彰显行业价值。信守承诺,承担并且履行合同责任,为社会提供风险保障,是保险业最基本、最重要的功能;其次,保险经营是风险经营,是以少量的保费承担巨大的责任,具有很强的杠杆性,这就要求保险从业者必须以最高的责任感要求自己,对客户负责、对社会负责、对行业负责、对员工负责。



中国保监会有关负责同志提出,加强保险文化建设,更重要的是要研究建立保险业的核心价值体系,也就是保险业

的精神、灵魂。要构建保险业的核心价值体系，就要将一些重要的理念融入保险业的核心价值体系中：一是扶危济困。为人民群众提供风险保障，提供经济补偿，造福人民，这是保险业存在的根据，是其价值所在；二是诚信为本。让人们相信保险，诚信是保险业处理各种关系的基点和准则；三是规范服务。保险的价值是通过规范的服务来具体体现的，就是要求为保险消费者提供规范的服务，而且要在這個基础上努力提高水平；四是合规经营。不能把违反规矩看成有本事的表現，那对保险事业的伤害将是很大的；五是公平竞争。要遵守规则，用产品、服务、品牌、形象等来竞争，不能违反规则，不择手段。与此同时，监管的原则、监管的标准、监管的具体规定、监管所掌握的尺度等，都要体现这些理念。

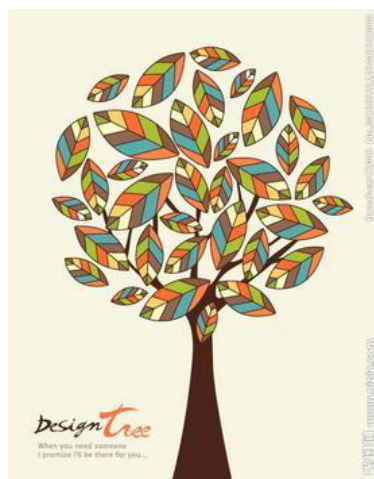
这样可以规避人生保险，能带给人新的思想和观念，它能让人变得富有爱心和责任感，有了保险心里感觉踏实，虽然我不知道人生的路有多长，我不知道人生的路上有多少风险在等待着我，我更不知道需要多少金钱来抵御这一切，但我知道我拥有了必须的保险，也许这些钱还不足以抵御人生路上的风风雨雨，因为人生路上的坎坎坷坷是无法预料的，但我会把所有的风险以保险的方式降到最低限度。

打造职业精英队伍，践行保险行业的核心价值理念

华夏人寿凉山中支 刘显彬

自1980年国内保险业务恢复正常营业到如今，已经走过了三十余年的历史，在这三十多年的发展中中国的保险业发生了翻天覆地的变化。保险市场主体不断增加，从最初的只有中国人民保险公司一家经营到如今一百三十多家保险公司共同发展的市场格局。保险业务也是得到了持续发展，保费收入更是得到了大幅度的提升，保险机构的布局也是在全国各地铺开，大到省份市州，小到县乡镇都有保险公司开设的机构。越来越多的人认识到保险的重要性，愿意了解保险购买保险。

回顾保险业在中国飞速无疑他的发展异常的迅速也但当我们在报纸、电视、网某保险公司获保监局批转正寿险保费高速增长的数据各大媒体频频爆出的保险公生了群体性突发事件，客户保；某某保险公司业务人员红利率，给客户造成销售误务人员故意隐瞒条款让客户未获得相应赔偿。等等类似



发展的这三十余年，取得了巨大的成绩，络等各个渠道看到某式挂牌开业或是看到时，我们同时也看到司丑闻。某某地方发群体出现大规模退肆意夸大保险产品分导；某某保险公司业带病投保，最后出险的新闻报道时常出现

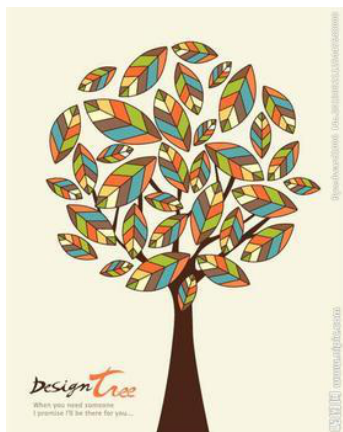
在人们的视野中,虽然更多的人知道了保险,但是也让很多人对保险产生了错误的认识。针对这些现象,国家也出台了相应的政策、颁布了相应的法律来规范寿险市场,保监局更是频频发布红头文件到各家保险公司,严格监控这些不规范的市场销售行为。如今中国保监会发布“守信用、担风险、重服务、合规范”的保险行业核心价值理念,呼吁和要求各家保险公司认真去解读和理解这一核心价值理念。虽然法律日益完善、监管力度日益加强但为何各家寿险公司依然频频发生这些不规范的销售行为,出现屡禁不止的现象,我认为这同各家寿险公司的经营情况和业务营销人员的素质有着密不可分的关系。

当保险业在中国大地上蓬勃发展,被许多专家称为是二十一世纪最有发展前景的朝阳行业之一时,作为刚刚毕业的大学生我怀揣着梦想加入了这个行业,在从事寿险工作几年来,看到了寿险行业的飞速发展,也看到了些寿险公司在发展中的一些无奈和存在的问题。

我工作的地方是四川省凉山州,一个环境优美、气候宜人但交通相对闭塞、信息流通不是很通畅的一个地方。全州拥有470万人口,但在2009年时全州只有寿险公司四家,到如今2013年也只有七家,可以说还是一个未经深度开发的寿险粗放市场。由于岗位需要,进公司不久后我便被安排到了人管岗位,管理业务营销人员的入职、离职、佣金发放及数据报表工作。由于岗位的特殊性让我接触到了各个渠道各个环节的各种数据,从这些数据当中让我发现了许多让人诧异的问题。随着工作时间的推移,我对工作岗位的认识也愈深,到后来更是换了岗位换了公司,而在不同的岗位不同的公司工作过之后,总结发现原来我之前看到的问题,并非是单独一家公司的问题,而是这个行业多家公司都存在的共性,同各家保险公司发生的不规范的销售行为也有莫大的关系。现在总结起来,这些主要共性主要表现为以下几点:

一、寿险营销业务人员文化综合素质较低。

保险公司的业务经营节奏非常的快,特别是个险营销系列,做一次营销推动,提升一次业务规模就要伴随着做一波增员,一直都是增员做业务不停的循环。而在增员时就会出现很多问题,中国的寿险市场不想美国、日本,保险公司得到公众的一致认同,业务营销人员的社会地位较高,从事保险工作的人员文化综合素质都非常的高。而在中国还有很大一部分人不认同保险,对保险存在很大的错误认识。特别是比较偏僻的山区,就比如说凉山州的部分地区,他们非常的不认同保险,对保险营销工作不支持,甚至有些轻视这个职业。在这种氛围下,即使一些知道保险了解保险的人也不愿选择保险营销员这个工作,这就导致了寿险公司增员比较困难。一些文化综合素质高、人脉资源较好的人都会选择一些稳定而又受公众普遍认同的职业。



保险公司在屡次增员中增到的人群大部分是家庭主妇、下岗职工或是部分做小本生意的商贩,而且大部分是女性,文化综合素质普遍偏低。只有很少一部分是具有稳定职业、社会人脉资源较好而又认同保险的人愿意来保险公司做兼职,赚取一定的佣金。这种情况在一线大中型城市要相对少些,因为在大城市居住的民众文化素质普遍较高,但在相对偏僻的二三线城市这种情况就会增加,在乡镇农村市场这种情况就异常严重。

保险公司为了谋求发展,提升业务规模只能想尽一

切办法增员，而面对大量的文化素质极低的新人也是倍感无奈，保险公司的岗前新人培训并不是扫盲班，大量的专业术语、销售流程、产品知识、法律法规需要一定的文化基础才能够掌握。而对这些识字不多、理解能力较差的新人无疑是一大困难，短短的几天培训很难改变他文化水平较低的现状，不能填补他对保险知识缺乏而产生的空白。

在这种情况下靠扎实的产品知识、高超的销售技能去做保险业务销售显然是很困难的，很大一部分人都是靠缘故市场亲戚朋友的支持来完成销售，不规范的销售行为便在这种情况下时有发生。还有部分业务员原本就没有固定收入生活比较窘迫，来到保险公司后经过几个月的培训掌握了一定的保险知识，但是长时间没有业绩不能产生收入，在生活的压迫和利益的引诱下便铤而走险，不惜销售误导而签单。

面对业务人员文化素质普遍偏低的情况下，保险公司也倍感无奈，无能你如何培训也无法短时间内提高这些从业人员的文化素质，培训时间稍长这些好不容易增进来的新人就很容易脱落。即使你三令五申要遵守法律法规、要遵守诚信职业道德但依然有业务员进行不规范的销售，除非你提高门槛完全杜绝这些文化素质极低的业务人员，但这样保险公司的增员将变得更加困难，发展速度就会降低。

二、人员流失情况异常严重。

保险公司业务提升，规模扩大除了公司的投入和高层正确的经营决策之外，依赖的是庞大的外勤营销队伍。优质和庞大的外勤营销队伍是一家寿险公司赖以生存和发展的基础，所以任何一家寿险公司都想大规模的增员，增到优质的业务营销人员并能够一直留存下来。但在实际操作中要将新增的新人留存下来是异常的困难，波士顿咨询公司前几年一次调查显示，中国保险业代理人总体流失率每年高于50%。保险公司第一年的营销员流失率甚至高达70%~80%，其中，平安保险达到85%，泰康保险、中宏保险达到80%，安联大众为75%；中国人寿、新华人寿、友邦保险中国分公司为70%。从这些数字可以看出中国保险业代理人的流失是何其的严重，随着保险市场的日益规范和成熟，这种流失率可能会降低一些，但依然很高，特别是一些中小城市的流失率依然是居高不下。

2009年我刚接手人管岗位时，我当时所在的公司增员还不算困难，一个中支机构每次增员都能新增三百到五百人，而这三三百到五百人经过培训上编，三个月后就会脱落一般左右，六个月后就只剩下不到30%，一年以后就只有10%左右，而且随着时间推移还在不停的脱落。真正能够经过市场的洗礼，最终留存下来的少之又少。在好奇之下我调阅了历史离职记录，这让我大吃一惊，在短短四年的时间里，一个中支机构离职人员竟然达到了四千余人，也就是平均每年都有一千余人离职。



每次增员之后大部分的业务人员都不能留存下来，有的是签了一到两张单离职，而有得甚至一张单都没有签就离职了，太多的一次性业务员造成了续期孤儿单众多，售后服务很难完美同步跟上。更有一些一次性业务员想尽一切办法签进一张单，肆意夸大产品分红利率、故意隐瞒条款内容等，签单一个月拿了佣金后离职，客户后面存在的一切困扰都只有找到公司，给公司和行业都造成了很多不好的影响。

三、从事寿险营销的业务人员日益减少。

据有关机构统计,截至2011年5月,全国寿险业营销员数量约为238万人,较2010年底的288万下降17%,减少50万人,而且这个数据还在不断增长着。在凉山市场上这个锐减的现象更为明显,在我当时所在的寿险公司,2009年我接手做人管时系统内有2300多个在编工号人力,而在2011年年底我换工作岗位时,系统内只有700余个工号人力,两年的时间锐减了三分之二,而且这个数据还是在公司不停的增员中保持的数据。

在寿险人员锐减的同时,增员也变得异常困难起来。2009年时做一次策划推动一次增员,多则能增三到五百人,少则也能增一到两百人,可随后随着市场不断变化,每次增员的数量都在减少,到2011年年底时,推动一次增员能有三五十人算是比较成功的了。

寿险营销人员的数量锐减原因是多方面的,有大的市场的变化引起的,也有寿险行业本身存在的问题造成的。在凉山的市场上各家保险公司也在做着调查,找寻增员变得异常困难的原因,试图改变这种增员困难的艰难局面。经过调查发现,增员变得异常困难的一大原因时,市场上闲置的人力减少了。几年前凉山的市场经济还不太景气,很多人都找不到工作,或是有工作的收入也较低,所以很多人在急于找工作改变现状的情况下,看到保险公司招聘,都愿意来尝试下。虽然在保险公司靠业务销售挣到稳定收入的比较少,但大部分人都愿意来尝试下,所以每次增员来的人都很多。可随着经济的发展,市场中提供的岗位越来越多,而且比较稳定收入也不错,社会上闲置的人力越来越少,保险公司增员也变得困难起来。这时一个比较尴尬的局面,作为金融行业一大支柱的保险在国外是多少人梦想的一个职业,可是在国内却是一个无人问津的职业,被逼无奈的情况下才愿意去尝试下。

四、业务员营销压力大。

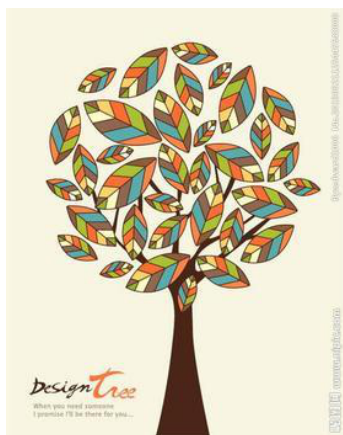
业务营销人员作为一个新人进入公司,接受公司一定的培训后就需要到市场上去做业务争取佣金,而在这段时间内是没有任何收入的。最优秀的业务员便是在进来的当月参加完培训后就能迅速出单,那么在次月他就能拿到佣金,但这种情况非常的少,大部分业务员都是在第二个月或第三个月才能签到一张单,还有部分业务员是几个月都没法签到单。

连续几个月没有收入让业务员感到压力巨大,而这段时间他要面对来自生活的压力、来自家庭的压力、来自公司追踪的压力,多重的压力让业务人员感到有些喘不过气来。部分业务员选择放弃离开了寿险公司,而部分业务员便会铤而走险,为了快速获得收入,就只好急功近利,误导或诱导消费者投保。

五、营销人员是个人代理制,与公司的归属感不强。

我国目前的保险市场是以个人代理制为特色的保险营销体制,保险代理人与保险公司之间签订代理合同,报酬采用以保费收入为计算标准的佣金制。保险公司员工不享受保险公司底薪和其他相关的福利和津贴,完全依赖业务提成来增加收入,这导致同公司的关系不密切,没有强烈的归属感,很容易便会流失。

由于没有较为强烈的归属感,稍遇到点挫折便会选



择离职，要么到同业保险公司，要么就彻底离开这个行业。在没有足够的单量，没有足够多的续期佣金吸引时，业务人员不会将其作为一份自己的事业来经营，也不会时刻将守信用、合规范这些寿险核心价值理念牢记在心中。

为避免出现误导或诱导消费者投保等不规范现象的发生，彻底改变保险公司不规范经营的负面形象，我觉得应从几个方面入手，特别应该从源头上抓起。

首先从大的宏观环境上来讲，国家应该在主流媒体上加大对保险的宣传力度。光靠保险公司自卖自夸的宣传是不够的，也很难具有较大的说服力，能让公众真正的认识和了解保险。既然保险的意义与功用是很大的，能够帮助人们规避风险，减轻灾难带来的伤痛，那为何我们不大力宣传和提倡呢。国家的宣传能让民众相信保险、愿意认识和了解保险，真正领悟到寿险的真谛，能从大的环境上改变公众对保险的错误认识，扭转对保险营销员轻视的看法，获得大众的支持。在所有国民都真正认识保险了解保险之后，保险公司及营销业务人员的地位才能得到真正的提升。目前央视一套已打有公益广告：“保险让生活更美好！”这让所有从事保险的工作人员感到异常的高兴，如果国家能持续的提倡和宣传下去，那或许在不久的将来所有的人们便能真正认识到保险的重要性而不再排斥保险。

二、保险公司应提高保险营销人员的准入门槛，提高营销队伍的文化综合素质，切实规范不合理的销售行为。长痛不如短痛，以及什么文化素质的人员都要，然后存在很多不规范的销售行为，给公司造成不良的负面影响，还不如提高准入门槛，网络寿险精英，打造高品质的职业销售队伍。

低门槛不单意味着进入的方便，也意味着出局的容易。随着如今市场的变化，增员变得越来越困难，即使你想使用粗放式的经营也不行了，做一次营销策划也不可能随意的增到足够多的人。所以随着市场的变化，经营策略也要随之改变，以前的人海战术已不适应现今的市场变化，经营和塑造好每一位新进员工，网络寿险精英高素质、高留存的职业化的员工队伍才是发展的大道。

文化素质的普遍偏低，大多的人进入保险行业挣不到收入导致营销队伍大规模流失，与其花大量人力物力去新增市场上的新人，不如花一点成本稳定一下自己的代理人队伍，让其真正成为自己的职工，这对公司长期发展有利。只有留存下来的高素质的职业营销队伍，才能懂法律、合规范，守信用，重服务。



三、加强基础文化建设，提倡家园文化，增强员工的归属感。国内目前的体制还大多是个人的代理制，保险代理人与保险公司之间签订代理合同，除了佣金收入、公司意外伤害险和部分住院医疗外保险公司营销业务员工不享受其他的福利和津贴，导致员工的归属感不强。在体制不能完全改变时，公司只有加强基础文化建设，多给员工提供一些培训，让他们感觉到我在这个企业是有很多提升自己能力的机会的，让他们明白培训才是公司最大的福利，能不断的提升自己，在这个飞速发展的社会中具有核心竞争力。现不是有人提出企业既要善政

又要善教，企业因善政，创建了制度文化，就奠定了获利之基，足可得民财；企业因善教，培育了诚信的优秀企业文化，足以得民心。二者如果能保持均衡，以达最理想的状态，企业就会万古长青。保险公司也同理，将自己公司独特的企业文化通过培训或潜移默化的方式贯彻给每一位员工，必能让其对公司认同，而愿意在公司一直做下去。

同时在日常管理中要提倡家园文化，真正去关心员工，多组织一些活动让业务人员能够放松交流，感受到公司的关怀，对其有强烈的归属感。

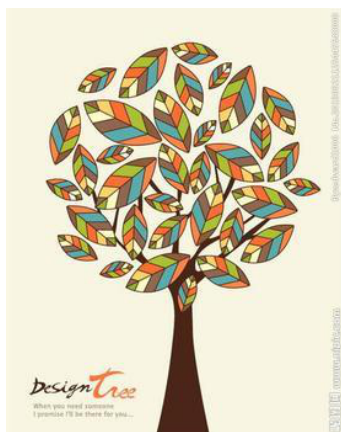
大的社会环境的改变，能让公众了解保险接纳保险，能给保险公司的经营创造一个相对宽松的销售环境，而才有更多的高文化高素质的人才加入到保险行业。而提高准入门槛，招聘文化综合素质高的营销人员通过培训能够让其迅速掌握产品知识和销售技能，经过市场的洗礼能够留存下来，形成一支懂法规、守信用的职业销售队伍。才能真正遵守和谨记“守信用、担风险、重服务、合规范”的保险行业核心价值理念。

优化服务平台，深化服务水平

——客户服务管理部/出单分部运行一年来的工作感悟

（人保财险成都市分公司 先林）

2011年9月人保成都分公司客户服务管理部/出单中心正式成立运行。各区县支公司原来的营业室经整合上收后成为中心下辖的客户服务管理部/出单分部。这是继理赔线上收后又一次转变经营模式的重大举措。如果说理赔和承保是飞机的两翼，那么在这之后推行的销售渠道改革便是推动飞机起飞的发动机建设。至此销售、承保、理赔各施其职但又相辅相成共同构建成了人保成都分公司的三方客户服务平台。全新客户服务平台的建立为成都人保夯实了业务腾飞的动力基础，同时“风雨同行，至热至诚”的人保财险传统核心价值观所体现出来的“人民保险，服务人民”的使命感、“求实、诚信、拼搏、创新”的企业精神成为公司发展、对标市场敢于竞争的核心竞争力。到2012年底，人保成都分公司共计收入保险费266810万元、市场占比21.43%、业务增速达15.59%、直接赔款148411万元，取得了改革转型后业务快速发展的突破。回望从过去的支公司营业室到现在的客户服务管理部/出单中心分部一年多来的工作历程，有许多的感悟需要去回味和总结以此来促进我们不断优化服务平台、深化服务水平。



一、建立以客户为中心，技术领先的经营模式的重要性。

作为人保财险的一名老员工，亲身经历并见证了

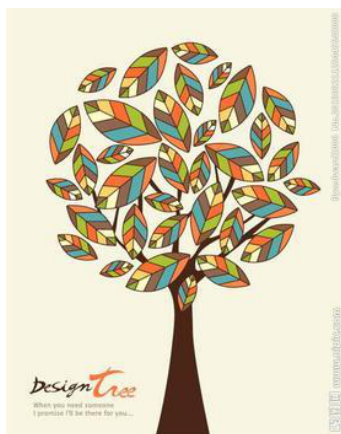
公司从小到大、由弱到强一路走来并取得辉煌业绩的发展历程。公司的历史无疑是非常悠久的、取得的成绩无疑也是非常巨大的，但是随着社会经济的发展保险市场需求规模不断扩大，市场竞争主体不断增多，沿袭了几十年的计划经济体制下的旧经营模式在这种越来越完全的竞争环境里呈现出了举步维艰的尴尬局面。据了解在一些地区人保财险曾经领先的市场占有率不得不拱手相让给别的财险公司。深陷泥潭在激烈竞争的环境里如果不能破茧成蝶振翅高飞，就终将会被市场这只无形的大手，无情的挥扫出局。

首先，建立以客户为中心，技术领先的经营模式，由此完善经营管理，集中承保和理赔运行平台，支公司向专业销售单位转型，标志着成都人保财险面向客户和市场，厘清经营管理和科学发展这个方向迈出了一大步。就目前的保险市场来看，整个保险产业结构并不平衡，许多保险公司的经营核心未放在风险控制、风险管理、资金运用和强化内控制度上，而以赔促保、以数量换质量、以高手续费比例拼市场等手段仍是很多公司在经营中采用的惯常做法。专业承保人制度没有建立，承保权下放给了展业人员、代理人，承保环节相当薄弱，这种粗放的经营方式已经严重制约了保险公司的发展。

其次，随着中国经济持续向好，保险市场日趋成熟，面对中国保险市场这块潜力巨大的蛋糕，如果我们继续墨守成规不引进新的先进经营理念和经营模式来构筑好人保财险自己的保险“防火墙”，那么在未来的竞争中，有可能败走麦城。

《货币战争》一书的作者指出，从世界范围来看早在19世纪末美国人马汉最先提出了“制海权”的概念，认为“控制了海洋就控制了世界”；1921年意大利人杜黑提出了“制空权”概念，他认为“掌握制空权就是胜利”；60年后一位美国陆军中将格雷厄姆又提出了“制太空权”的“高边疆”理论，认为未来只要控制了外层空间就能称霸世界。由此引申，国家的边疆除了陆、海、空三疆外，未来还包括新的“金融高边疆”。观鸦片战争史，中国的失败与其说是军事上的失败不如说首先是金融竞争的失败，正因为当时中国的“金融高边疆”被欧洲洋行一举攻破，国家金融的命脉便掌握在了欧洲列强手中，即使外购再多的舰炮也只能是外强中干不堪一击。保险是金融业的一个重要组成部份，它的发展对于促进国家宏观经济发展和维护社会稳定具有非常重要的意义。因此，我们以科学发展观为指导、创新经营模式增强人保财险核心竞争力、带头构筑保险业的“防火墙”、建设全球领先的财产保险公司既符合行业要求更体现人保财险的责任担当。

二、新的经营模式形成的对外服务平台展现出来的活力。



建立以客户为中心，技术领先的经营模式，形成了信息、承保、理赔和财务的集中运行平台，既解除了一线销售的压力，又使销售过程向专业化、技术化管理迈进，展现了业务发展的活力。而集中运行的第一平台出单中心各分部统一管理，较为突出的体现了客户服务和业务入口的专业管理水平。

1、对人保财险公司核心价值观的传承使客户服务工作更加全面、更加深化。企业的核心价值观代表着

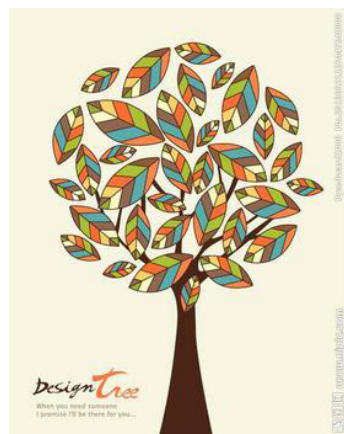
企业的发展方向、是企业内部各种价值观中起主导作用的价值观，是企业精神、信念、原则、宗旨等的最高层次，它支配着企业行为的价值准则，对企业发展起着至关重要的决定性作用。所以，作为企业文化基石的核心价值观为员工提供着强有力的精神支柱，对员工行为起着规范和导向作用。

客户服务管理部/出单中心依托其下辖的各个分部服务平台，向客户提供风险咨询、保险条款解释、保险产品组合推荐、承保出单、理赔咨询及索赔资料收集等全方位保险服务。中心同时还详细制定了分部员工的业务学习、技能提升、职业规划、共同愿景引导培养等培训学习计划，意在从精神文化、制度文化、行为文化、物质文化等方面将员工培养成为知识型、技术型、爱岗敬业、能全心全意为客户服务让客户满意的保险服务队伍。从一年多时间的运行情况看，“人民保险，造福于民”的使命感已经一点一点烙在了中心每位员工的心里；“求实、诚信、拼搏、创新”的企业精神激励着每位员工在平凡的岗位上兢兢业业脚踏实地的完成着每天的工作。这一年多里在这些平凡的岗位上涌现出了很多感人至深的先进事迹和提高工作效率的创新服务工作方式。这些无疑都是人保财险几代人传承下来的核心价值观在每个员工身上的具体再现，而由每个员工所构成的这个服务平台整体则表现出了公司强有力的核心竞争力。

客户服务管理部/出单中心经营模式较过去旧的经营模式所表现出来的优秀服务品质实际折射出了公司的经营理念，真实反应了公司的核心价值观，是公司综合竞争实力的具体体现，也展现出了公司的形象和信誉，为赢得市场赢得客户赢得公司生存空间起到了非常关键的保证作用。

回望过去的“为你服务”到现在的“用心服务”转变经历，不能不说是客户服务管理部/出单中心开展全员核心价值观学习教育的丰硕成果。目前牢固树立起来的全员服务意识、主动服务意识，认真做好对内对外服务已成为每位员工工作的价值所在。只有用心去服务、用心去观察客户、用心去理解内外客户我们才能真正地做好服务，真心的让客户放心，延伸我们的保险产品功能，增加我们的保险产品附加值，提高客户对人保财险的满意度。

2、新的管理模式以效益和效率为目标促进服务平台高效运转。客户服务管理部/出单中心模式的设立是管理上的创新。首先它是一种新的管理和经营方式方法，以提高工作效率、承保效益和提升服务品质，达到激励员工为实现“做人民满意的保险公司”为共同愿景的组织；其次，实践证明它还是一个支撑公司开展保险业务活动以及使这个活动有序化、标准化、规范化的支撑体系，为公司完成既定目标任务提供保障作用。



一是体现出服务工作更加规范化、标准化。以人保总公司《客户服务标准》为标准，从员工衣着、举止、言谈、面容等对员工行为作了全方位的规范，以标准、规范、专业的亲和力给客户以宾至如归的认同感。

二是展现出对外营业场所环境按照人保财险总公司统一标准进行配置的现代化硬件设施,让客户在舒适恬静的环境中愉快的完成保险业务活动。

三是对服务分部岗位进行合理设置,维护组织机构高效运转。服务分部设经理岗、出单岗、综合岗、客户服务岗,不同的岗位都制定了详尽的岗位职责,但不同岗位又承担了共同的客户服务职责,“首问制”让“服务”成为每个岗位的统领型职责。

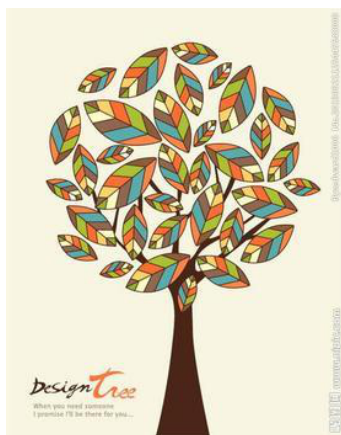
四是严格承保制度、控制承保风险。保险公司要可持续发展只追求保费规模而忽视控制承保风险是不行的,如果承保大量劣质或不可保风险,势必动摇公司偿付能力基础进而危害到公司经营甚至公司生存。客户服务管理部/出单中心在严格承保制度、控制承保风险方面基本杜绝了过去经营中常出现的一些不利公司发展的行为。比如随意放宽承保条件、营业性车辆按非营业承保等以牺牲质量换取发展速度行为,违规或支付手续费不规范或不规范不合理费用在手续费中列支,这些做法不仅会造成公司保险费流失,还加大了保险经营风险甚至扰乱保险市场,而且容易滋生贪污腐败现象发生。

五是单证实行分级管理电子监控。出单人员领用的每一份单证都受到省、市、分部综合岗三级管控,同时对单证的保管、装订、送交等都作了严格的制度规定。客服部/出单中心在摸透单证管理流程的基础上成功开发并推广使用了单证管理的电子化监控软件,该软件使各级管理人员能够随时轻松地了解到每一份单证的流向、状态,使单证管理工作更加严密、轻松和科学。过去那种旧的管理模式下单证满天飞、随意装订、随意保管存放等等现象和行为成为了历史。

三、新经营管理模式下应当注意的问题

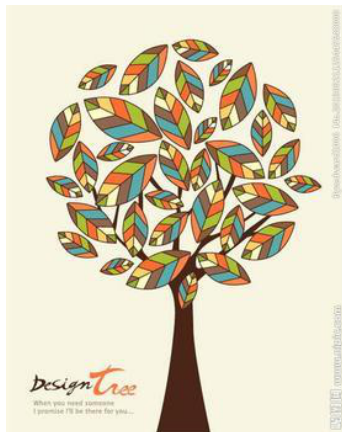
任何新的经营理念、模式或制度都不是绝对完美的,都需要在实践中得到检验、完善。通过一段时间的实践和运行,我们发现工作中存在一些需要引起注意并力争去解决的问题。

1、新经营模式下管理方面出现的问题。新的经营管理方式基本实现了由粗放经营向集约化经营方式的转变,但瑕不掩瑜也存在一些问题。其一是个别险种核保速度反而降低、客户等待时间过长、销售人员情绪低落、市场机遇瞬息变化;其二是理赔服务中同类客户会因选择的汽车修理厂与保险公司是否存在协作或这种协作关系的紧密度问题而受到服务方面的不同待遇。汽车修理厂是否与保险公司协作共享资源,保险公司视双方协作程度给予不同汽修厂以不同的理赔政策,这是理赔服务平台与承保服务平台的联动结合,有利于整合保险资源、拓宽业务渠道、提高市场占有率。但从客户的角度来看,客户是上帝是公司赖以生存的源泉,因选择了协作或非协作汽车修理厂而在从报案直至理算领取赔款全过程中受到不同的索赔规定和要求,这不但有违理赔服务规范化、标准化等规定,更会对公司的美誉度产生不好的影响。因此如何正确处理好理赔服务过程中客户、保险公司、汽修厂三方关系,让客户享受到平等的理赔服务是我们面临的一个重要课题;其三是承保政策短期化影响。应当说经过



几十年经营,对风险数据的收集是比较完整的,对某类标的发生风险的概率掌握、损失程度预测也是比较准确的。但实际工作中个别的承保政策往往呈现出短期化现象,造成销售单位或销售人员无所适从,在一定期间内可使拥有大量该类标的销售单位业绩产生跌宕起伏的变化,销售渠道与承保政策间的禁止与突破博弈由此产生。其四是内部服务满意度评价考核中值得商榷的地方。内部服务满意度考评实际上是将内部服务部门引入了市场,理赔、出单特别是出单部门与其它部门间的合作关系随之转化为客户关系。通过内部优质的服务造就内部优质的客户,从而可以达到使外部客户满意度提升的作用,其次这种评价还能对内部服务起到监督从而提高工作效率的作用。但是,作为绩效考核的一部份,我认为在对服务分部这级的绩效考核中运用是比较适合的,如果运用到对分部内的各个基层员工绩效考核则有可能对员工间的团队合作产生非常消极的影响。事实上,如何建立有效的内部考评机制以及这种机制的适用范围和使用程度一直是企业管理中一个长期值得深入研究的课题,所以我们有必要对现在的内部服务考评机制进行审视,使它能在实际工作中发挥更大的效能作用。

2、电子商务平台与客户服务管理部/出单中心服务平台共同发展、协调配合从而发挥出整体的服务优势问题。随着电子商务的在商品销售领域突飞猛进的发展,电话投保、网上投保将在保险业务中占有越来越重要的地位。从成都人保范围来看,大部分销售单位都能主动顺应时代发展不断加大电子商务投入和队伍建设,业务发展出现了良好的快速发展势头。在一些地区,由于受旧观念长期影响仍纠结于电子商务队伍属外勤展业部门还是内勤服务部门或二者兼有这些问题,对电子商务的发展在思想上定位还不是很清、认识不是很足。由于有这些原因,在办理承保、批改等业务活动时常常出现推委拖沓现象,这既影响了公司形象又阻碍了电子商务平台快捷方便作用的发挥。应当说,发展专业的电子商务队伍与客户服务管理部/出单中心服务平台建设二者并不矛盾,电子商务是贸易发展的高级阶段但它并不能完全取代传统贸易方式,如苏宁、国美等实体企业无不积极参与电子商务销售平台建设。保险作为一种特殊商品交换在承保活动中有其特殊的承保要求,因此电子商务也不可能完全取代传统的保险承保方式。且受国家政策影响,公务用车比例受到严格控制,未来势必会带来家庭自用车又一个高速增长期,能否抓好电子商务队伍及平台建设是摆在我们面前需要急待解决的问题。因此,抓好目前的电子商务队伍建设既可以为抢占业务增长制高点作好准备,又可以凭借专业贴心的承保服务与传统服务平台相得益彰,共同展现出成都人保财险强大的整体服务水平。



总之,公司要在经营竞争中立于不败之地最终靠的就是持之以恒的优质服务和先进的经营理念。本文仅是自己从客户服务管理部/出单中心平台运行一年来的一些工作感悟为出发点,意在抛砖引玉让我们人保财险每位员工能将个人价值观与公司核心价值观相统一,让核心价值观统领我们的保险服务工作,把人保财险几十年来风里来雨里去所沉淀下来的那种吃苦耐劳、急客户所急、无怨无悔、至热至诚的工作态度和作风传承下去,从思想上提高员工全员服务意识,真正将成都人保打造成一支思想过硬、技术

过硬、能用真心服务的专业销售、承保、理赔队伍。

- 参考资料:1《保险中介概论》主编 唐运祥
2《货币战争》宋鸿兵 著第三卷《金融高边疆》

用心缔造服务——保险行业的核心价值

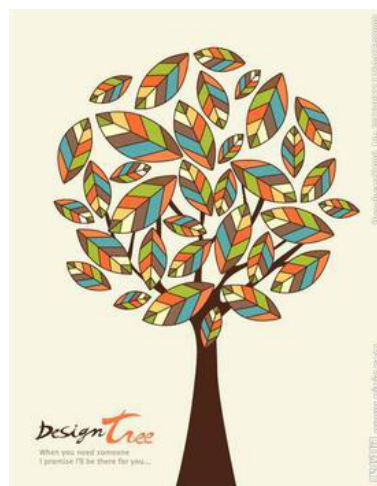
(太平人寿四川分公司 汪莉娜)

自从大学毕业到现在,我进入保险这个行业已经是第十个年头了,从毕业到现在,我一直都没有动过转行的念头,这是为什么?是一种对保险前景,对保险理念的认同!

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”。而保监会主席项俊波更加明确地指出: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。

在世界范围内,人们对保险是非常认可的一种态度,因为人人都会说一句话:为了安全起见……,为了保险起免崽子……,我应该早一点准备一下……!从这人人都会说的口头语,就可以看出,大家其实都明白,保险是一个好东西!但是在中国范围内,总有人对保险有这样那样的误解!人们讨论起保险,最爱说的就是:收钱容易,赔钱太难!有时当自己的亲朋好友在一起时,知道家中的某人从事的是保险行业,都会一副轻蔑的表情和语调,认为我们是骗子!是什么观念赞成今天国人的这种认知呢?其实就是中国人的传统!如果有人因为购买了保险,发生了意外,得到了理赔,他不会大肆张扬,这就是中国人的有财不外露的传统。但是如果在购买了保险,不在理赔范围内,而没有得到赔偿,那客户会大肆张扬,说买保险的时候多轻松,钱收得快,现在出险了就不赔,你们是骗子!而还有很大一部份人会相信这种观点!这就是一种悲哀!

我从事保险基层客服工作有八年!见过形形色色的案件与客户,在每一次接待客户的时候,都能从中得到多种多样的启示!其实这就是人性的多样性!举一个很简单的例子:您买的保险保的头部!现在脚受伤了,您觉得这能赔吗?梁希不能,如果您买的是保全身的保险,那么身体哪一部份出了意外,都是可以办理理赔的!这样一个小孩子都明白的道理,很多大人却不明白!其实也不是他们不明白,是他们不愿意去明白!若真是发生了这种情况,怎么办?只有靠保险客服人员来做工作!面对这形形色色的案件,客服人员会从基本的道理开始,一点一点向客户进行讲解,用专业进行沟通,用温情来打动客户!这就是保险公司工作



中最重要的一个环节——服务！

服务是用什么做出来的？不是用嘴说出来的，不是用身体演出来的，是用心来诠释的！其实在基层工作中，客服人员会发现，如果你用真心向客户进行解释，来说明情况，客户都不是不近人情的！但如果真的有蛮不讲理，不认可保险内容的客户，那就只有用证据来说明情况，也就是我们在客户投保时进行回访的录音！当然，这是客服人员最不愿意使用的一种方式，但往往这样的一个杀手锏出来，问题往往都会立即解决。其实，还是要从我们的核心价值理念的四大核心起步！守信用，是保险经营的基本原则，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。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。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。保险是一种无形的产品，而服务就是最基本手段。着力提升服务质量和水平，真诚、文明、专业、精细……这样的保险服务，才能传达保险关爱，体现保险价值。

合规范，是保险市场健康运行的前提条件。保险公司和工作人员，严格遵守法律法规、行业规则规范、职业道德，并在工作中时时来格要求自己，处处都按章程办事，这就是规范！在全行业大力倡导这种知法守法的行为，这样合规经营的道德标准，才能培育健康、良好的市场秩序，我们的朝阳行业才能健康、高效地发展。

做为太平人寿保险公司四川分公司的普通一员，我们川分人时时都有着“天下兴亡，匹夫有责”的愿景。“业精于勤，荒于嬉；行成于思，毁于随。”

保险这个行业是经营风险非常特殊的行业，不通过科学、专业的规划安排，是不可能达到现在这个的规模。我们在为经济主流社会分担风险损失的同时，更提供风险的保障。我们参与社会的管理、支持经济高速发展，并充分发挥保险的“社会稳定器”和“经济助推器”功能作用。我们坚持改革创新，人人都助力加快转变发展模式，不断提升了风险的管理能力、加强自身的核心竞争力，大大地增强了行业发展活力，夯实科学发展基础，才能更好地履行保险责任。

在中国保险业发展到现在，信用！是最最重要的一个组成部份！信用的缺失已经成为了一个非常迫切、需要立即解决的特大问题！如果任这种事态发展下去，保险市场的良好秩序就将被扰乱，而且势必影响到整个保险业的发展！另一方面，中国已经加入WTO，毫无疑问，必须在建立信用制度和信用体系方面与国际接轨，在这方面没有任何回旋的余地；否则，信用缺失的后果将更加严重，因此，必须把保险信用体系建设摆到重要的位置上来。



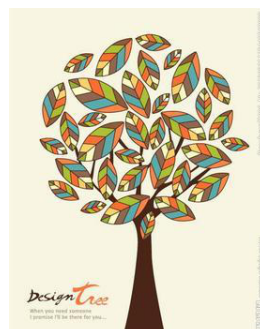
加强保险信用建设首先要有法可依。在保险法制方面，我国虽然出台了《中国保监会派驻机构监管职责暂行规定》、《中国保监会现场检查工作规程》等等，并于2009年修订颁布实

施了新的《保险法》，这些规章制度对加强我国保险监管确实起到了积极的作用。但是自从我国加入世界贸易组织，大量外资保险公司进入我国保险市场，在这种新形势下，必须建立健全相应的法律法规，除了对现有的条款进行补充、修改外，还需要立法，以尽快补充完善保险法律法规体系。抓紧制定和出台与《保险法》相配套的行政法规和规章制度，尽快出台《信用法》、《中国保险监管基本法》、《反对不正当保险业竞争条例》等。抓紧制定一批规范保险经营行为的行政法规和监管规章；抓紧制定规范监管机构及其监管人员行为的规章制度，在法律上应进一步明确以保险监督管理委员会为主，其他相关机构为辅的多重监管体系；明确各职能部门的分工和职责以及保险业行业协会、专业性保险同业协会（如代理人协会、经纪人协会、公估人协会、精算师协会等）的法律地位。只有尽快完善保险监督管理方面的法律法规体系，保险监管才能做到有法可依、有法必依、执法必严、违法必究，保险信用疲软问题才能从根本上得到解决。

保险业的资信评估，是由具有国家主管部门认定资质的资信评估中介机构，是运用定量分析和定性分析相结合的方法，参照国际通行的评估标准，通过对影响保险公司资信状况的各种因素进行调查研究和分析测算，全面考察保险公司履行各种经济承诺的综合能力和信任程度，并客观、公正地评定其信用等级的中介行为。建立保险资信评估机制，把对保险公司的监督管理纳入到动态的体系中，不断根据保险公司经营的状况，确认其资产负债能力、稳定运行能力特别是偿付能力，评定保险公司所处的地位、发展战略和资产组合情况，提供防范保险公司风险的专业意见，促进保险资源的优化配置，把保险业的竞争引入非价格领域，把保险公司的财务信息转化成为容易被社会公众理解的以等级形式反映出来的实力评定，从而对保险公司的管理进入实质性阶段。

目前世界各国高度重视资信评估，相继建立起本国的评估机构。穆迪和标准·普尔公司已成为全球性的评估机构，大多数国家都利用信用评级作为扩展其资本市场的一种途径。我国虽然先后成立了中信用国际信用评级公司、大公国际资信评估公司，但是保险信用评级业务发展不佳。为了促进、加快我国保险业的发展，必须采取高起点、高标准、国际化战略，必须按照国际惯例制定《中国保险信用评级条例》等相关制度，特别是要解决保险资信评估机构的法律地位、保险资信评估和保险监管的关系、保险资信评估的主要内容、保险资信评估的法律认定等问题，并以最大信用原则为指导，尽快以立法形式建立所有保险公司和保险中介机构和评估机构信用档案，以信用机制保护好投保人利益。

在发达国家，信用信息已经成为一种商品，只要付出一定的代价，就可以了解到交易对手的资信状况，从而形成市场信用的无形约束。为此，保险公司应重视建立规范的保险当事人信用制度，打造以保险当事人为主体的基础信用体系。对于保险公司而言，第一应从长远考虑，切实树立人才至上的观念，改革落后的用人制度，建立良好的人才选拔、培养和使用的新机制。第二营造吸引和留住优秀人才的人际氛围，形成有助于激发和释放员工创新能力的宽松环境，增强员工对公司的归属感和责任感，从而更好地为增强保险公司的信用度与发展能力服务。第三必须坚持不懈地抓好员工的信用道德教育，把信用道德教育作为日常教育工作的重点，引导、教育员工懂得自律，做一个诚实、



守信的保险营销人员。第四保险公司应加大信息披露的透明度,使客户在最短的时间内了解到保险公司和产品的经营状况,以及一些客户需要的信息,应对一些新型保险产品中可能面临的风险做出必要的风险提示,尽可能地缩小保险市场上的信息不对称程度。对于投保人而言,第一要在全社会范围内进行信用道德教育,提高公民对信用的认识,营造信用的氛围,让信用成为每个公民恪守的道德规范。第二要加深对信用是财富、是资源、是资格、是文化的认识,放大信用的增值性,使信用成为人们交往的道德准则。第三要加大对信用环境的综合治理,维护信用秩序,使守信者受到褒奖,失信者受到制裁,促进信用环境的形成,全面提高社会的信用水平。

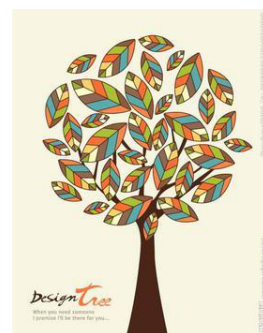
在我国社会主义的背景下,我国的商业保险行业企业也具有一定的社会主义性质。这样就造成了没有现成的或者相关的商业保险管理和运营模式作为参考,只能依靠自己在摸索中前进。在七十年代社会条件影响下造成了整个商业保险管理结构陈旧,也造成了商业保障公司管理部门设置的不合理。并且当时商业保险公司对客户的管理方式都是一直沿用的是粗放式管理以及只追求销售业绩,商业保险企业所有资源都投入在了销售方面。陈旧的管理方式和经营理念在消费者日益增长的需求下就形成了一个无法满足消费者的尴尬局面,这就导致了从一定程度上损害到了消费者的切身利益。

要改善商业保险行业的现状,使之更好的造福于民,要使所有购买到商业保险的消费者都能享受到商业保险所带来的福利待遇,这就不仅要求商业保险公司在公司管理和经营活动的运作过程中必须不断的完善管理制度和不停的创新经营理念,还必须调动一切可以调动的公司资源和社会公共资源来更好的服务我们的消费者,不断的提高消费者的满意度。

一个商业保险公司从建立之初便有它与其他企业不同的企业文化,企业文化对于一个企业的发展改革起着重要的指导作用。商业保险公司在实施对消费者的社会保障过程中,应当建立良好的企业文化,把公平对待每一位消费者和全心全意为消费者服务为企业文化的核心思想。公平对待不同地位的消费者,不能利用消费者文化低的弱点,欺骗、愚弄广大消费者,不应该用任何手段来迫使消费者放弃应该享有的商业保险保障福利,建立良好的企业文化,公平对待每一位消费者,保障最广大消费者的合法权益,使每一位消费者都享受平等的商业保险带来的保障福利待遇。

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。

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。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。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。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!

(征文待续)



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