



电话买车险——价格很公道

案例回顾：

“车险涨价了！”最近，不少车主都发现，车险的价格有明显上浮的动向。“同样一辆车，以不同的方式投保，价格越来越混乱，价差越来越大！”不少车主很纳闷，市场上为何会出现五花八门、参差不齐的报价呢？那么，追求实惠的车主又该如何选择？

专家点评：

平安产险河南分公司相关负责人表示，案例中“车价又涨又跌的现象”是购买渠道不同所致。

涨价情况多出现在代理渠道。第一个原因是各地逐步开始了对手续费的监管。一些小保险公司为了抢占市场份额，违规支付高额手续费给中介，中介又将手续费作为降价空间，以拉取更多客户。以往，这种操纵手续费降价的中介给出的报价甚至低于保监会的七折限令。手续费监管后，靠把手续费返还车主的代理行为越来越没有空间，因此，代理渠道的车险价格才出现了价格上涨的现象。

所谓的降价现象，主要体现在那些投保电话车险的车主身上。因为电话车险是保险公司和车主直接交易，不存在手续费，保险公司也没有渠道佣金成本，所以价格空间自然就大。多数感到车险降价的车主，主要是因为之前都是投保代理渠道，转投电话车险之后，自然会感到价格便宜。

建议车主选择保险公司直销的渠道购买车险，价格则完全透明。首先，中介如何使用和分配保险公司的佣金，各个代理、各级代理会有差别；其次，一些小保险公司会突破保监会规定超额给代理发放手续费。这样，增加了车主和代理人的谈判难度。而电话直销车险的情况是：集中管理，统一运营。通过电话直销的模式实行统一报价，在价格比传统渠道优惠15%的基础上，也不存在报价的随意性。

倪子

选定险种→填写订单→支付宝付款→投保成功

网上买保险渐成投保新宠

晚报提醒您：网购虽然便宜，也要看清保险条款

时尚白领晓菲是典型的“网购狂”。最近，她在淘宝网中发现了一项新产品服务——保险。“没想到在网上也能买保险，这可比接受保险业务员的电话‘骚扰’要好得多。”不过，保险专家提醒，网上保险价格优势明显，但市民购买时仍应注意看清条款和明晰保险责任，避免保险公司因责任免除条款，从而导致不赔付的情况。

本报记者 倪子

网上投保费用低廉

网上投保凭借省时省力又省钱的优势吸引了不少消费者的眼球。据了解，包括中国平安在内，目前已有阳光人寿、华泰保险、泰康人寿、阳光产险、安邦保险等多家保险公司入驻淘宝网。现在，在淘宝上卖保险已成为近期新的“潮流”。

据不完全统计，目前淘宝上销售的保险产品价格基本集中在300元以内，其中又以100~200元的意外险产品销量最好。淘宝销售数据显示，目前最便宜的网络投保产品为阳光人寿安心旅行综合意外伤害保险，最低仅需5元，最贵只要15元，这也成为该网络平台销售数量最多的产品。

产品个性化受青睐

记者以消费者身份进入淘宝保险网页后，

发现网络保险的保障比较简单，其中有些保险产品专门针对网络销售而设计的。比如淘宝网保险平台显示有四类选项：“我爱旅游、关爱家人、空中飞人、我是白领”，目标客户的指向非常明确。

除了有针对性的产品，“个性化定制”更是体现出网络保险的优势。在泰康人寿的在线购买网站上，消费者除了可以选择设计好的套餐产品，还可以选择“我要DIY保障”。比如“e顺综合意外保障计划”，消费者可以对保险的生效日期、保障范围和保障额度“随心所欲”，网络系统会自动计算出最终的优惠价格。

不过，目前网络保险的品种还不十分完备。条款相对简单的意外险是网络保险的主体，包括旅游意外险、综合意外险、交通工具意外险，其他险种如车险和家财险则相对较少。

■给您提醒

记住要看清保险条款

虽然网络投保可以享受不少优惠，但通过网络购买保险时一定要读清条款，对于自己不理解的条款，要电话咨询保险公司，不要轻易投保。

业内人士提醒广大投保人，在网上投保之前应致电保险公司客户服务电话，确认是否真的在其网站上有该险种销售。拿到保单时还要注意确认是否就是自己需要的那款保险。旅行者可选择投保保险期限与出行天数相当的保单。监管部门规定未成年人的身故保险金额不能超过5万元，所以保障金额的选择不是越高越好。同时，还要注意鉴别保单的真伪。

电话行销：寿险向车险看齐



今后，市民在购买保险时将会有更多一种选择。上周末，泰康人寿河南分公司高调宣布在全省首家推出寿险电话行销业务。这也是继财险公司争相推出电话行销业务之后，寿险公司首次开始布局电话直销市场。此举也为我省保险业在探索、创新保险行销方式的道路上迈出了实质性的一步。

泰康人寿副总裁、首席信息官兼创新事业部总经理王道南介绍，电话行销是欧美保险业率先兴起的创新行销方式，民众认同度和参与度都非常高，后经香港、台湾等地区的快速发展引进到内地。目前，国内的上海、北京、辽宁等保险较发达地区，已有不少保险公司的电话行销中心布局，并取得了市场的好评。

相较传统的寿险代理人销售渠道，电话行销人员通过呼叫中心平台向客户介绍保险产品

和服务。电话行销方式具有简便、快捷、高效的特点。从电话投保、递送保单、签收到付款，客户足不出户就可以办理适合自己的保险，而且无须体检。

据了解，与传统的保险渠道相比，电话行销业务提供的是专属的保险产品。此次泰康电话行销中心推出的4款产品，均以医疗险和意外险为主打。这些保险产品收费相对较低，比普通险种的条款简单得多，使客户在极短时间内就能清楚保险范围和保障。

省会一家保险专业人士表示，目前河南市场上十几家财险公司争相推出电话行销，竞争程度异常激烈。而此次寿险公司也“杀进”电话行销大战，表明越来越多的保险机构已经开始盯上了这种全新的保险模式。可以预见，未来的保险公司在电销领域的竞争将更加激烈，但最终受益的将会是广大投保人。

晚报记者 来从严 通讯员 王若谷 文/图

光大银行十年创新成就“领头羊”

不知不觉间，光大银行郑州分行已迈进了其入驻河南市场的第十个年头。今年上半年，光大银行郑州分行资产总额高达453亿元，经营业绩和银行信誉卓著，成为本地极具影响力的股份制商业银行。该行经营业绩领先的“秘诀”是什么？近日，记者走进该行进行了采访。

晚报记者 倪子 通讯员 王振



光大银行已经树立了良好的品牌形象

理财创新，成就理财“领头羊”

光大银行郑州分行以追求卓越为立行之本，不断创新金融产品，提升服务品质，彰显服务特色，倾力打造中原地区的精品银行。该行理财业务的发展历程正是一个很好的证明。

当其他银行对理财产品还没有多少概念时，光大银行郑州分行已在全国金融系统率先举起“理财银行”大旗。2002年，该行推出阳光金典理财产品，涵盖私人业务资产、负债、中间业务等共九大理财产品。之后，该行在中原地区推出第一款获监管部门认可的人民币理财产品——阳光理财B计划，市场反响强烈，购买者络绎不绝。之后，A+计划、E计划、周计划、信贷资产转让、炎黄信用卡、阳光理财商务卡、固定利率房贷、工程机械贷款、出国金融服务等接连推出，形成了独具特色的“阳光理财”产品体系，引领市场最新潮流。

与此同时，光大银行郑州分行已在河南连续6年举办阳光理财节，不断为全省居民贡献理财“大餐”。由于该行以创新引领河南金融市场的最新潮流，连续多年荣获河南地区最佳理财银行、河南地区最佳理财团队等荣誉。截至目前，该行已累计销售理财产品200多亿元，客

户总数突破100万人，平均每7个郑州人里就有一人购买光大银行的理财产品。

此外，光大银行郑州分行为给全省居民提供优质金融服务，先后在洛阳、许昌开设了二级分行，目前正筹建焦作二级分行。截至今年上半年，该行对私存款余额49.62亿元，个贷余额58.44亿元，销售各类理财产品93亿元，新增信用卡客户3万余户，任务完成率在系统内名列第一。

对公创新，闯出一片新天地

2009年，在宇通集团举办的与河南各金融机构合作需求推介会上，光大银行郑州分行与宇通集团的合作模式被重点推荐，成为金融产品创新的典范。

在宇通集团看来，光大银行为其量身定制的链式融资业务，解决了其上下游客户贷款难问题，促进了企业销售和现金回笼。同时，这种合作模式也给光大银行带来了较客观的收益。目前，全国各地光大银行已有20多家分、支行开展了宇通客车、宇通重工对总按揭业务。

如今，光大银行凭借在链式融资方面的创新，成功搭建了涵盖客车、面包车、工程机械、农

机等全程通业务平台，增强了该行的核心优势，“全程通”业务也成为该行特色业务。

此外，光大银行郑州分行还推出了现金管理、融资租赁、贸易融资等一系列独具特色的对公业务新产品，不断以产品创新完善金融市场要素建设，推动对公业务转型。

服务创新，打响服务品牌战

光大银行郑州分行一向以业务产品创新引领风骚，近期却将创新用在服务上，2009年被该行确定为“阳光服务年”。

据介绍，该行以“阳光在心，服务在行”为品牌理念，以“对外服务提升品牌，对内服务提高效率”为主题，以“阳光服务，天天进步”为具体

要求，通过优化业务流程、客户倾听计划、客户满意度调查等活动，以服务创造价值，以服务打造品牌，以服务促进发展。一系列精心策划的活动，一连串势大力沉的动作，给业界带来一抹亮色。

进入2010年，光大银行郑州分行在服务工作上更进一步，成立“阳光服务”办公室，配备阳光服务工作专职人员，定期抽检各网点等。另外，该行还在省会银行中首推“星级网点”，让客户一眼就能看到该营业网点服务的优秀。

“领先就是竞争力”，在银行业高度同质化的今天，光大银行郑州分行每一次用创新取得的领先都殊为不易。不过，可以预期的是，正在驶入发展快车道的光大银行郑州分行，必将迎来第二个10年的腾飞。