

教育储蓄 基金定投 少儿保险

儿童理财兼顾三种方式



理财策略之银行篇

儿童理财培育潜在客户

在金融机构中,银行在儿童理财领域扮演了重要角色。那些兼顾健康管理和投资功能的理财产品最受家长们欢迎。

据了解,之前不少银行都有专门针对儿童发行的借记卡、理财卡等,像光大银行的“生肖卡”、工商银行的“灵通卡”等,但是因为客户群体偏少、用卡安全等问题,很多银行渐渐停止了那些包括储蓄功能、理财管理功能甚至投资功能于一体的银行卡。

不过,也有一些银行针对儿童专门推出了“教育储蓄”业务。据工商银行河南省分行营业部财富管理中心理财经理李文杰介绍,工商银行“教育储蓄”存折专门针对享受九年义务教育期限中的孩子们,也就是小学至初中的孩子们,最大的特点就是拥有免收利息税的优惠。

“它类似零存整取,办理的时候需要家长带着孩子的身份证或者户口本证明。根据孩子的年龄,决定该存折的期限。假如孩子今年上六年级,还有3年的义务教育期限,那么就可以办理3年期的‘教育储蓄’。以此类推。”李文杰说,“‘教育储蓄’在办理的时候基本上没有什么门槛,但是支取资金的时候需要学校开一份‘接受义务教育证明’,避免了资金支取风险等问题。”

如今,很多银行还会联合基金公司为小朋友开展理财教育服务,比如持续每年寄送资产报告和“投资经理写给小朋友的信”,让小朋友直观地了解自己的资金收益情况,及早理解财富的积累及增值过程,学会控制收支和进行财务规划。

理财策略之基金篇

基金定投准备教育金

从2006年开始,基民刘先生每个月都会拿出800元给孩子做基金定投,虽然这两年市场行情不太好,收益并不是很可观,但是他会坚持下去,秉承“长期持有的投资理念”。“基金定投讲究的是长期持有,每个月800元的投资数目,只占家庭资产中的很小一部分,就算收益没有想象中那么高,我也只当是强制存款了。”

随着这几年基金市场的红火,基金定投是广大投资者最为熟悉的投资渠道之一。对于儿童理财来说,基金定投也是不错的投资渠道。一般来讲,基金定投由父母和子女共同参与,以达到对孩子进行最直接财商教育的目的。在目前的基金市场中,不少基金公司也将盈利点落在了儿童理财上。例如,泰达宏利推出了“定投未来富小孩计划”,易方达“我爱宝贝”基金定投计划等。

在基金定投中,除了为孩子带来了财商教育,家长的一个重要心愿在于储备教育金。据某基金公司的测算显示,假定父母从子女1岁开始,每月节约500元进行基金定投,一直坚持到子女18岁。以美国标准普尔指数1948年12月31日至1966年12月30日,历时18年的实际收益率测算,到孩子18岁时,合计投入10.8万元,由于指数上涨,基金定投可为子女积累23.67万元的资产。

也就是说,每月只需支出500元,18年后就能得到23万余元的收益。不少基金公司有关人士表示,基金定投是较为普遍的儿童理财品种之一,在经济长期向好、短期波动性较强的市场环境下,普通投资者可从基金定投中分享市场收益。

理财策略之保险篇

给孩子周全的保障

少儿体质较弱,身体健康问题应是家长首要考虑的。保险专家提醒家长,了解孩子在成长过程中的风险所在,才能有的放矢地买保险。

一般而言,0-6岁儿童疾病医疗费用花费较多,补偿类理赔最高。根据某保险公司出具的理赔数据显示,在0-18岁孩子的理赔案件中,意外医疗费用补偿和疾病医疗费用补偿类型的理赔案占比超过70%。0-6岁儿童因疾病发生理赔的比例最高,占比超过80%,其中将近一半的理赔原因是支气管炎和肺炎,平均每次的理赔金额在900元左右。

“孩子小的时候,‘大病不犯,小病不断’是很多家长的共同感受。因此建议年轻的家长,在考虑为婴幼儿购买保险时,要多考虑健康风险,多侧重医疗保障功能。”人保人寿河南省分公司保险规划师秦桂荣说,新生儿宝宝出生7天后即可以进行投保。目前市场上的意外伤害医疗保险和住院费用医疗保险往往是以附加险的形式销售的,年轻的父母在为小宝宝投保时,可以选择一份物美价廉的意外伤害医疗保险作为主险,同时附加意外伤害医疗保险和住院费用医疗保险,这样的保险组合不但保障比较全面,而且更经济实惠。

7-18岁的理赔比例有所降低,而且多为外伤所致。“在0-18岁的理赔案件中,7-18岁的小朋友发生理赔的总体比例显著降低,仅占比13%。从理赔原因看,这一阶段的小朋友发生疾病理赔的比例较低,而因意外造成外伤显著上升,比如‘被狗咬伤或抓伤’、‘热水烫伤’、‘从高处跌落、跳下或被推下造成的损伤’,以及小臂、小腿和肩部等身体部位的骨折等,总占比超过60%。”秦桂荣说,这一阶段的家长可以侧重考虑用少儿险为孩子开始储备教育基金。

目前,不少保险公司推出针对子女教育储蓄的少儿教育金保险,此类保险需要长期缴费,通过定期返还的形式,满足子女不同年龄段的学费需求,且这类保险多为分红型保险,通过分红可达到抵御通胀的目的。

人保寿险 让客户服务落到实处

携手人保共创美好生活

2011年,中国人保集团确定“携手中国人保,共创美好生活”为今年的客户节主题,人保寿险围绕该主题,通过“创新服务,回馈客户”“用心沟通,温馨回访”“走进人保寿,服务零距离”“奉献爱心,关爱社会”等精彩纷呈的活动,携手中国人保相继组织开展了各类主题活动。

“以独家冠名央视CCTV-4百集大型旅游节目《远方的家——边疆行》为契机,在客户节期间,随机抽奖产生100名左右的中国人保幸运客户,跟随央视节目摄制组实地感受祖国边疆美景。”除了邀请客户饱览祖国美景,公司还格外重视客户的健康问题、投保理念。

“今年,我们重点对万能险客户以及2010年新增客户进行一对一回访,协助客户进行保单体检。在人保寿险河南省分公司,我们通过认真排查,指派专人,采用引导客户缴纳续期保费、降低保额、追加保费等方式,为客户利益最大化提供了有力保证。”

此外,公司还开展了一些公益类活动。在“更安全”的主题活动中,通过举办安全讲座、发放安全生活宣传资料、发放《安全常见问题解答手册》等,与有关单位联合,在汽车站与各类营运车上播放《安全带专项行动》短片,塑造“更安全”生活理念。

在“更健康”主题活动中,与中国控制吸烟协会联合举办“不吸烟 我时尚 我健康”万人签名活动,邀请专家网络在线畅谈吸烟的危害,发放《健康通讯》“控烟”特刊等手段,向大众介绍无烟日的由来、吸烟的危害、戒烟的难点与方法等,倡导公众“更健康”的生活态度。另外,积极举办健康下乡等公益慈善活动。例如,在社区、农村开展健康咨询、简易免费体检、关爱留守儿童等公益活动。

每年的5月18日至7月18日,是中国人保集团公司的“客户节”,2011年的主题为“携手中国人保,共创美好生活”。作为集团公司的成员之一,人保寿险围绕该主题,积极组织开展了系列主题活动。

“公司在经营风险中不断发展壮大,最根本的一条就是要用心去维护客户,为更多的客户提供更多的附加增值服务,使客户相信投保人保寿险是最中意的选择。”人保寿险河南省分公司相关负责人说,客户服务节不仅是一个时段的活动,它更多地体现了公司的经营宗旨、竞争战略,更展示了公司的品牌差异。 晚报记者 倪子



人保寿险多措并举提升服务水平(资料图片)

多措并举提升服务水平

多年来,人保寿险河南省分公司在业务快速发展的同时,对客户服务工作非常重视,并不断加大投入力度,各项基础工作更加扎实,整体服务水平不断提升,得到了当地社会的好评。

据该负责人介绍,在日常的工作经营中,该公司不断简化业务流程,明确各环节处理时长,确保各类业务服务时效。如今,经过各级客服人员的共同努力,新契约业务服务时效、保全业务、理赔业务实效得到了提高。

在保险服务工作中,各级客服人员的素质高低对客户服务工作起着决定性作用,因此,人保寿险河南省分公司十分重视加强客户服务工作的基础性建设,努力提升全省客

服人员的技能。“仅2010年,我们对全省各级客户服务人员共举办各类培训班6次,参训人员达300多人次,从而加强了公司各级客服人员的技能。”该负责人说,在总公司评选的“百名服务标兵”活动中,我省有3名人员被评为“服务标兵”,有2名被评为“全国服务模范”。

“四个百分百”服务活动是该公司的一项拳头服务项目,在去年的客户节中,公司更是将此进一步推向深入。“在对客户电话回访方面,公司增添了人力和回访录音设备,回访人员加班加点,努力提高电话回访量,仅2010年就完成新单总回访件数为383661件。”同时,公司还建立了短信服务平台,实现了客户生日问候、转账情况通知、续期交费提醒等15项服务。在理赔服务方面,各级客服人员在做好住院探视工作的同时,还积极探索“送赔款上门”等服务新举措。

“一系列服务措施的实施推广,让公司的服务口号切实落到了实处,全面提升了服务水平。”该负责人坦言,公司发展壮大的过程,其基础是客户经年累月的积累过程。每一次客户活动,不仅拉近了公司与客户的距离,更激发每个员工从内心深处树立起以情感人的工作作风,从客户角度办好每一件事。客户服务节不仅是一个时段的活动,更是展示公司经营宗旨、竞争战略、品牌差异的机会,需要公司员工身体力行的一种神圣使命。