

# 端午出游 随身带上“保险伞”

## 根据不同的出游方式,选择适合的保险产品



跟团游

### 首选人身意外伤害险

相信大部分人还是喜欢省心地跟团出游,不少旅客认为,旅行社已经投保了国家旅游局明确要求的旅行社责任险,但这实际上并非针对游客的,它承保的是因旅行社自身过失而对游客造成的损失。如果是自然灾害等意外事件,旅行社和保险公司不负责赔偿。因此,小长假出行前购买一份人身意外伤害保险很有必要。

保险专家表示,如果游客不经常外出,可以选择短期保险产品。如果是短途旅行,消费者可以购买短途旅行意外伤害保险,该保险范围分旅游意外伤害和旅游救援两种,保险金额一般为15万元和5万元,而游客所需支付的保费仅为二三十元,能够保障5~10天左右。同时,专家表示,在购买保险的时候一定要看清楚保险责任,因为有的产品只保障意外身故,有的还包含意外伤残和意外医疗,建议消费者购买包含意外伤残和意外医疗的产品,这样才能得到更大的保障。

记者了解到,有的保险公司针对节假日推出的旅游险分为主险和附加险,主险保障意外身故,保额1万元,1天的保费只需几毛钱。算下来,3天小长假投保旅游险,只需几块钱。但市场上专门的旅游险并不多见,大多数保险公司主推意外保险卡,保期为1年,保费80元~120元,包括意外身故保障约5万元,意外医疗2000元~8000元不等。

专家提醒

### 高风险运动难投保

很多人以为,旅行社责任险就是人身意外险。资深保险人士提醒说,旅行社责任险是指保险公司对旅行社在从事旅游业务经营活动中,因旅行社的疏忽或过失,造成其接待的境内外旅游者遭受经济损失而应由旅行社承担的责任,转由保险公司承担赔偿责任。而当意外发生与旅行社没关系时,游客就不得不依靠其他意外险获得保障。

此外,还有不少游客认为,一般人身意外险包括所有的意外事故。事实上,各家保险公司的“除外责任”一栏中通常都会有这样的规定:“若保险事故的发生系由以下原因之一或数种导致,则本公司不负任何给付保险金的责任”,其中就有“被保险人从事潜水、跳伞、蹦极、攀岩、探险、武术、摔跤、特技、赛马、赛车等高风险运动”这一条,因此,在购买旅行保险时一定要自己准备参加的活动项目是否在保障范围内。

自驾游

### 人和车都要上保险

小长假只有3天,很多私家车主会考虑到周边自驾游,大部分车主不会考虑在出游的时候买上一份保险。事实上,自驾游不仅要买保险,而且要“双保险”,车和人都要保。据了解,目前市场上花100元左右就可以投保一个月的全车盗抢险,如果没有投保车上人员伤害责任险,也可以考虑每个座位投保两万元,一个月花费只需20多元。如果车况不是很好,可以考虑投保一个月的车辆损失险,花费约150元。除此以外,根据出游的天数以及风险状况还可以自由选择短期人身意外险。

这里要提醒车主的是,投保车险时要看清楚保险条款中有没有对行驶区域的限制,还要特别注意保险公司的服务网络及异地理赔能力,以确保车辆能及时得到保险公司的理赔服务。

端午小长假即将来临,很多人都在计划出行探亲或旅游,有的跟团、有的自驾。随着人们风险意识的增强,在愉快享受假期出游的同时,如何为自己和家人旅行安全多加一份保障,降低可能出现意外而带来的风险,成为人们出游时最为关心的话题。保险专家介绍,根据不同的出游方式,选择适合的保险产品,可为端午小长假出游解决后顾之忧。

郑州晚报记者 雷群芳

财富为您规划 人生如您所愿

交通银行

## 打造中小企业融资专业品牌

# 拓展小微信贷展业模式

## 交通银行河南省分行多策并举 助推我省小微企业快速发展

### 打造中小企业融资专业品牌

交通银行是国内最早开展小微企业信贷业务的商业银行之一,早在2006年就推出了面向小微企业的综合金融服务品牌“展业通”,该品牌在“中国中小企业协会成立大会暨首届中国中小企业融资论坛”上被评选为“最佳中小企业融资方案”。借助于本次小微企业金融服务宣传月活动,该行加大了宣传力度,通过户外大型广告牌、电视媒体、车体广告、互联网、营业网点滚动

### 增设专营机构,广拓合作平台

当前,交通银行河南省分行正在努力实现向零售商业银行的转型发展,增设零售信贷业务专营行是实现这一目标的有效途径之一。2013年以来,在原来郑州本部7家零售中心支行+10家计划单列专营行+9家辖属分行的基础上,增设了13家计划单列专营行,专门从事以小微企业信贷业务为主的零售信贷业务。预计今后

### 产品创新满足市场需求

小微企业信贷业务是一片蓝海,谁能有效满足小微企业的需求,谁就能占领未来发展的制高点。交通银行河南省分行在现有“展业通”品牌多层次信贷产品的基础上,通过总分联动,开拓创新,不断完善产品体系,不断丰富供应链金融、商圈金融、科技金融等

广告牌、宣传彩页等多形式、广渠道进行集中宣传,有效增加了小微企业宣传受众,提升了该行“展业通”最佳中小企业融资品牌的市场影响力。

此外,借助本次中博会的高端平台和交通银行总行副行长钱文辉先生莅临中博会的大好契机,交通银行河南省分行在中博会专设了中小企业宣传展台,进一步提升了交银“展业通”在全国客商中的品牌影响力。

还要增设8至10家计划单列专营行,以点带面,逐步实现交通银行河南省分行全辖拓展零售信贷业务的局面。

此外,该行还广拓合作平台,密切与多种政府渠道的合作,建立了与省商务厅、省工信厅中小企业局、省青年企业家协会、省工商联等政府机构的合作渠道,有效解决了小微企业新客户的批量拓展问题。

细分产品线,先后推出小微企业经营性物业抵押贷款、订单融资、收单贷、知识产权质押贷款、政府采购项目贷款等特色产品,并探索设立“商圈金融创新实验基地”和“小微企业金融创新实验基地”,力求最大限度满足小微企业的金融服务需求。

### 拓展小微信贷展业模式

总结当前国内外各家商业银行小微企业信贷业务的实战经验,交通银行发现小微企业信贷业务的发展基本上形成了两种主要发展模式:一种是基于大数定律的发展模式,另外一种就是供应链金融模式。因此,该行由零售信贷管理部牵头成立了项目营销中心,围绕“一圈一链一园”,深入推进项目制营销模式,走出了一条专业化、批量化、集约化发展小微企业信贷业务之路。截至2013年4月,交通银行河南省分行已经审批通过了44个项目制营销方案,累计对我省小微企业授信82.53亿元。通过项目制批量营销目标客户群,该行侧重发展单户授信额度500万元以下的小微企业客户,并逐步实现该类客户数、贷款金额在小企业贷款中占比达到60%和30%以上。

### 加强客户经理队伍建设

2013年为交通银行河南省分行的“客户经理队伍建设年”。为提升全辖零售信贷客户经理的综合素质和小微企业金融服务能力,交通银行河南省分行零售信贷管理部于2013年初制定了零售信贷客户经理年度轮训方案,轮训拟分为10期,每期50人,共计培训全辖零售信贷客户经理近500人次。通过省分行多个部门资深专家对零售信贷客户经理的培训,使零售信贷客户经理熟练掌握零售、公司、国际、投资银行、个金、电子银行等多方面的业务知识,为该行打造专业技术过硬、营销经验丰富的客户经理队伍打下坚实基础。

记者从交通银行河南省分行获悉,借力“第二届小微企业金融服务宣传月”活动,该行从加大宣传力度、增加专营机构、加快产品创新、革新展业模式、强化客户经理队伍建设等方面入手,助推我省小微企业快速发展,并取得了长足进步。截至4月底,分行小企业授信客户数近1700余户,贷款余额127.54亿元,较年初新增9.95亿元。

郑州晚报记者 倪子  
通讯员 全权