



保险 让生活更美好

7·8全国保险公众宣传日“保险进社区”活动首战告捷 保险公司将保险知识主动送到居民身边

现场讲座

保险专家帮您做好保险规划

为给社区居民普及保险知识,提高市民投保意识,在上周末的“保险进社区”活动中,泰康人寿郑州本部副总经理张超和太平洋人寿河南分公司高级区域经理刘海红分别为社区居民带来两场保险知识讲座,受到大家的欢迎。 郑州晚报记者 雷群芳

一年期意外险比较实惠

特邀嘉宾:泰康人寿郑州本部副总经理张超

“意外险,即意外伤害保险。是以被保险人的身体作为保险标的,以被保险人因遭受意外伤害而造成的死亡、残疾、医疗费用支出或暂时丧失劳动能力为给付保险金条件的保险。”张超说,一般情况下,购买意外身故或残疾责任的费用是保障额度的1%左右,当然,这与商品的具体责任相关联,也不能一概而论。

意外医疗以及津贴责任的保费成本要比这个高。一般来说,100元至200元,就可以买到集成了上述基本责任的中等额度(身故或致残保额几万到十几万、医疗保额1万以内、误工津贴10-30元)的保险卡,各保险公司都有这种类型的商品销售。这是比较普遍的一种投保方式。

“意外险的保障期一般为1年,短期的也有几天的。”张超建议市民买1年期的比较实惠。单次意外险主要针对长假或者短期出远门的消费者,但是如果已经买了1年期的意外险,就没有必要再买短期单次意外险了,除非消费者觉得保额不够。

三口之家如何购买保险

特邀嘉宾:太平洋人寿河南分公司高级区域经理刘海红

一个现代城市的标准家庭,一般由夫妻俩人和一个小孩组成。

夫妇两人是家庭中的主要经济来源,房贷、小孩教育费、父母赡养费都需要夫妇两人来供给。所谓支柱不能倒,上老下小全靠支柱撑着,故第一考虑两人的人身保险,包括意外事故造成的伤残。保障额度根据两人收入比例作适当的分配,收入比例高的保障高,一般为年收入的10-15倍。

“作为家庭支柱,第二要考虑的是自身的健康问题,工作压力大,环境污染严重,中年罹患重大疾病的概率不断攀升。”刘海红说,

活动花絮

在保险种类这么多,不知道买哪种合适,正好趁这个机会咨询一下。”听说保险公司到社区宣传保险知识,石女士抱着两岁的儿子,早早地来到了展棚前。天安人寿的工作人员认真听完她的问题后,先详细介绍了少儿险的知识,并明确地告诉石女士,对于比较小的孩子,容易磕着、碰着,另外,“本来想着来看看节目,没想到还可以量血压。”已经65岁的杨大妈近来因为天气炎热,经常觉得疲惫,“测试结果显示血压有点高,赶快回家吃点降压药。”

填表就得短期意外险

“真的可以送保险吗?”省五建社区的居民王大姐很意外,“我下周准备带孩子出去旅游,想自己买份意外险。”王大姐说,马航失联事件后,看了很多报纸和电视上的报道,不少媒体都提醒大家,出门旅游最好给自己买份意外险。所以今年王大姐准备给自己和孩子单独买份旅游意外险。

“您只要填下相关资料,就能获得180天的旅游意外险,很划算的。”在华夏人寿的展棚前,工作人员详细地向王大姐解答赠送的意外险都包含哪些赔偿。

听完工作人员的介绍,王大姐高兴地填了资料,为自己和孩子免费获得一份短期意外险,“下周可以放心去旅行了。”

在家门口享受贴心服务

“我准备明年为孩子买份保险,但是现

居民

身边的保险服务最可靠

早在“保险进社区”活动开展之前,由于天气太热,组委会还曾担心活动人气不旺或不受欢迎,但随着活动的举行,组委会发现,之前的担心完全多虑。尽管当天的气温在36摄氏度上徘徊,活动现场还是聚集了很多居民。活动不仅受到众多老年人的欢迎,也受到众多年轻人的认可。

在建业城市花园小区,家住12号楼的王阿姨告诉记者,前几年老伴在世时给她买了一份健康险,每年按时交费,没有出过险,也不知道怎么理赔。如今,老伴去世了,具体买的什么险,什么样的情况下可以用,哪些可以报销,并不清楚,自己也看不懂。今天借此机会,保险公司的工作人员给她进行了详细的讲解。她觉得这样的活动非常好。“身边的保险服务,可靠。”王阿姨说。

除了老年人,很多年轻人也对此次活动表示好评。“平时工作忙,很少有时间真正静下心来研究一下自己适合或应该购买什么样的保险,通过这样的活动,给我们了一次零距离接触保险,了解保险的机会,收益多多。”一位年轻人向记者说道。

险企

开辟了解保险新渠道

“保险进社区”活动,不仅受到众多居民的欢迎和肯定,更受到保险公司的高度重视及认可。

在现场,记者看到,不少保险公司早早就来到了现场,搭建展棚、摆放宣传品、赠送小礼品等,而为参与此次活动,不少保险公司还专门组建团队,挑选业务高手前来参展。在他们看来,“保险进社区”不仅提升了保险行业对社会的服务能力,更为居民提供了一种了解保险的渠道。

华泰人寿去年就参加过由本报联合河南省保险行业协会主办的第一届“保险进社区”活动。今年接到通知后,第一时间就报了名。

“保险进社区无论从活动形式还是活动内容来看,都得到了居民朋友们的欢迎和肯定。我们也希望借助这种人性化、平民化的宣传载体,大力宣传保险的功能作用、发展成就和社会责任,倾听公众对行业的期望和心声,并用多种形式与公众互动,扩大行业的社会影响,提高

公众的保险意识,为行业发展和保险惠民营造良好的社会氛围。”该公司郑州市区负责人善俊霞向记者说道,只有多渠道、持续不断地对老百姓普及保险知识,逐渐让老百姓全面理解保险的作用和特性,才能从根本上保护消费者利益。也只有这样,才能让保险发挥应有的社会保障功能,服务经济社会大局。

百年人寿郑州本部负责人王彩霞对此也表示了同样的看法。其介绍,随着网络营销、电话营销的兴起,越来越多的消费群体更愿意自己先了解保险产品,待有兴趣之后再找专业保险公司进行进一步了解。而“保险进社区”活动不仅提升了保险行业对社会的服务能力,更为居民提供了一种了解保险的渠道。

“我们很愿意参与这样的活动,也希望媒体能多多举办这样的活动,让我们把更多的保险知识,保险理念第一时间送到居民的身边。”王彩霞说。

为迎接第二个“全国保险公众宣传日”的到来,同时也为了普及保险知识,提高读者投保意识,上周末,由本报联合河南省保险行业协会主办的“爱无疆、责任先行——全国保险公众日宣传日”系列宣传在建业城市花园、省五建社区拉开帷幕。来自我市的16家保险公司共同走进社区,不仅为居民带来了保险咨询、保单年检、保险讲座等服务,更带来了文艺汇演等节目,受到了小区居民的一致欢迎。 郑州晚报记者 吴幸歌/文 郑州晚报记者 周甬 实习生 代爽/图

现场

“保险进社区”活动受欢迎

上周六,郑州的气温在36摄氏度徘徊,由本报联合河南省保险行业协会主办的“爱无疆、责任先行——全国保险公众日宣传日”系列宣传在建业城市花园拉开帷幕后,活动现场已是人声鼎沸。在展篷下,分别摆放着人保财险、中国人寿、都邦保险、信达财险、泰康人寿、华泰财险、百年人寿、华泰人寿共8家保险公司设置的临时展台,展台前围满了前来咨询的居民。

保险公司卖力“赚吆喝”

在现场,记者看到,为吸引小区居民的“眼球”,各家保险公司也是使出浑身解数,通过各种各样的形式宣传他们的理念以及产品。

活动还未开始,华泰人寿的工作人员就给前来观看节目的居民送上了印有他们公司相关资料的扇子。“我们今天前来服务的都是公司的星级业务人员,大家在保险方面有什么问题,可直接和我们咨询。”华泰人寿郑州市区负责人向大家说道。

为了配合此次活动,百年人寿专门印发了关于“全国保险公众宣传日”的宣传页,在宣传页上记者看到,不仅有各种各样的保

险知识,趣味知识,还有百年人寿全程关爱理赔服务的九大举措。此外,他们还推出有扫二维码送明信片、矿泉水、小米手机、IPAD等活动。

在泰康人寿的展台前,记者看到,他们除了提供保险咨询、保单年检等各种各样的咨询服务外,还推出有“微信扫二维码送百万交通意外险”的活动。凡参与此次活动的居民,只要用微信扫二维码,就有机会获得一年期的50万元的高铁/动车意外险或100万元的航空意外险,而且7月31日前扫描都有效。这项便民优惠措施吸引不少居民前来“扫一扫”。

中国人民保险则推出一系列

请保险专业人士为她“答疑解惑”。在省五建社区,活动受欢迎的场面丝毫不亚于建业城市花园,在颜色鲜艳的展棚下,中华保险、渤海财险、安诚财险、民安财险、华夏人寿、太平洋寿险、太平洋财险、天安人寿8家保险公司一字排开,每家保险公司的展台前都围满了前来咨询的居民。由于活动当天恰逢周末,许多年轻人休息,孩子也放暑假,他们早早就来到了活动现场,一边看节目,一边参与互动。

的优惠活动吸引居民。如,居民登记车辆信息送车辆修理代金券、电影票、抽纸等,现场办理车险送价值560元的“健身卡”等。

中国人寿的工作人员更是主动请缨,为社区居民带来了歌曲《偏偏喜欢你》和舞蹈《火花》。身穿工装的工作人员在舞台上劲歌劲舞,一改往日保险从业人员给人留下的严肃印象,舞蹈活力四射,高潮迭起。

活动现场,每一家保险公司展台前都围满了有各种保险需求的消费者。通过和入驻社区的保险公司交流,不少工作人员表示,重疾险、少儿险以及车险理赔是市民咨询最多的热点。



保险进社区活动为居民送上精彩演出



扫TOP理财二维码 了解更多“保险进社区”活动内容