

# 咋给孩子买保险？攻略告诉您要点

六一儿童节即将到来，很多父母想买一份合适的保险当作节日礼物送给孩子。而随着全民保险意识的不断增强，各位家长既想给孩子最好的保障，又怕多花冤枉钱，那么，儿童一般买什么保险比较好？买保险怎样才能避免“踩坑”？近日，记者走访了业内专家，为大家购买少儿险支招。



## 投保重“保障” 少儿重疾、意外险应配齐

“我女儿还没出生的时候，我就筹划着给她买一份保险了，今年是孩子的第一个儿童节，我想买份合适的保险送给她。”市民李女士告诉记者。

其实，像李女士这样的父母不在少数。随着人们保险意识的增强，很多年轻家长在孩子出生之前就有了给孩子投保的意识。平安人寿河南分公司保险代理人彭凯表示，“现在流行疾病较多，孩子相较于成年人抵抗力较弱，很多家长除给孩子购买基础的居民医保外，应该选择购买重疾险和医疗险作为必要补充。”

记者在采访中发现，平安人寿2023年度理赔年报中显示，少儿的高发重疾由高至低依次为白血病、良性脑肿瘤、淋巴瘤、严重癫痫、神经母细胞瘤。2023年新华保险理赔年报显示，该公司在全年440万人次的理赔服务中，出险年龄最小的被保险

人仅66天。由此可见，儿童健康险可以在一定程度上缓解孩子罹患重疾后对家庭经济造成的影响。

另外，目前国内保险市场上的少儿险种中常见的还有意外伤害险，例如学平险，在孩子发生意外伤害时，保险公司可以提供一定的经济赔偿。“建议孩子在入学之初就考虑购买学生保险，为在校期间的安全与健康提供保障，可以让家长更放心。家长在购买保险时，要充分了解保险产品的特点和保障范围，选择真正适合孩子的保险产品。”中国人寿郑州市分公司相关负责人表示。

此外，教育金保险作为一种专门为孩子教育设立的保险产品，可以提供教育资金保障，具有强制储蓄功能，从而受到很多家长的关注。但需要注意的是，该类保险保费较高、保障范围有限、属于短期保障，且需要到一定年限后才能取出使用。

## 买贵不等于买对，投保“避坑”要注意

呵护子女成长是父母的天职，父母希望给孩子最全面的保护，却往往忽略了保险之本是“保障”。

彭凯告诉记者：“现在的年轻父母非常舍得为孩子投保，但并不是保费越贵，理赔数额就会越高，家长们一定不要走入这种误区。”

那么少儿保险如何购买才能“避坑”？保险专家建议，首先要遵循“先大人后小孩”的原则，尤其要确保“家庭经济支柱”的保险保障，合理安排保费支出。因此，在给孩子配置保险时，一定要先考虑到整个家庭的保障规划。

其次，投保年龄宜早不宜晚。孩子出生满28天并且身体健康，家长就可以为其购买少儿险了。假如孩子在投保前生病住院，即使健康出院，也必须经过半年的观察期才可以投保，还有可能会被要求体检，万一保险公司因此做出责任除外或加费处理，就得不偿失了。

最后，缴费期限不要设置的过长。如果家庭经济条件比较

好，可以选择缴费期较长的终身重疾险，毕竟此类险种核保一次可保终身，无论未来身体发生怎样的变化，保险都是有效的。但如果家庭经济条件稍差一些，且考虑到保险产品的迭代更新以及医疗通胀，也许孩子成年后会有更优的保险规划。因此，在预算有限的情况下，可优先给孩子购买定期重疾险，比如保费低、保额高的消费型重疾险。但需要提醒大家的是，万一中途生病，定期重疾险到期后，也可能会因为身体原因而面临投保困难的情况。

“有的父母花费大量资金为孩子购买教育金险，却不购买或疏于购买意外保险和医疗保险，这是将保险的功能本末倒置了。由于年龄较小，孩子遭受意外伤害的概率相对较高，头疼脑热、生病住院的概率也要比成人高很多。”彭凯建议，广大家长还是要在充分了解过各类儿童险的保障范围、保障期限和保费高低等情况后，再做出理性的选择。

记者 谢宽 宋聪颖

# 新华保险连续12年进入中国品牌价值100强

近期，英国知名品牌价值咨询公司Brand Finance发布《2024年中国品牌价值500强》报告。新华保险连续12年进入前100强，排名第84位，较去年上升6位，品牌价值同比上升5.5%，在激烈的市场竞争中逆势上扬，彰显了公司品牌韧性和活力。

作为中投公司直管的国有金融企业，新华保险以建设金融强国为己任，锚定高质量发展的首要任务，以扎实的经营成效展现实力担当。2023年，新华保险原保险保费收入1,659亿元，同比增长1.7%，归属于母公司股东的净利润约87亿元，总资产达1.4万亿

元。2024年以来，公司负债端、资产端两端发力，价值转型升级初见成效。一季度，公司实现原保险保费收入近572亿元，归属于母公司股东的净利润49.42亿元，新业务价值增长51%；实现年化总投资收益率为4.6%，年化综合投资收益率为6.7%。

心怀“国之大者”，心系“美好生活”。新华保险将品牌建设融入服务国家战略、服务民生福祉的进程，不断擦亮品牌底色，书写建设世界一流保险公司的新篇章。2024年一季度，公司服务国家战略各领域投资余额超2400亿元，同比增长17%；丰富覆盖居

民全生命周期的产品体系，积极开发特定人群专属产品及普惠保险，大力发展养老第二、第三支柱相关业务，管理年金规模超290亿元，商业养老保险销售收入超7亿元；积极开展政保业务，政策性医疗保险覆盖区域6个，长期护理保险项目签约4个，为845万人提供保障服务；做实做细乡村振兴工作，累计消费帮扶超800万元；加强寿险主业与康养产业协同，签署养老社区入住资格函超1200份，同比增长245%，销售对接养老社区保单超3000单。

品牌建设任重道远，高质量发

展使命在肩。立足新发展阶段，新华保险将深入贯彻落实中央金融工作会议精神，秉持服务经济社会高质量发展和守护人民美好生活的初心，发挥国有品牌的引领作用，让品牌文化在传承中创新，不断增强新华品牌的知名度、辨识度和影响力，为中国式现代化不断贡献新华力量。

Brand Finance是全球领先的品牌估值及咨询公司。《Brand Finance 2024年中国品牌价值500强报告》基于中国40多个行业品牌的年度调研成果而成。

谢宽

## 交通银行河南省分行 开通社保卡线上“同号换卡”服务

5月28日，交通银行河南省社会保障卡线上“同号换卡”服务在全省正式启动。自此，若河南省交行社保卡持卡人办理社保卡“同号换卡”后，不需要变更原卡银行账户的签约关系即可承接原卡所有的金融业务。申请人可在微信或支付宝内搜索“河南社会保障卡”，点击进入“智慧服务大厅”，选择“同号换卡”服务，根据提示完成办理，社保卡制作完成后以到付的形式邮寄至申请人，持卡人收到新卡后，持本人身份证及社保卡到交行河南省分行任一网点办理社保卡启用和银行账户激活即可。在“同号换卡”过程中，原卡的银行账户处于挂失状态，无法办理金融业务，整个业务流程从申办之日起，20个工作日内可拿到新卡。今后，河南交行将与相关部门积极配合，不断完善社会保障卡服务体系，为广大人民群众提供更加专业、便捷的服务。吕曾涛

## 工商银行郑州分行 多措并举促进县域普惠提质增效

近日，工商银行郑州分行依托新一代经营快贷、县域特色产品等重点产品，全力开拓县域普惠市场，促进县域普惠提质增效。该行结合当地农业资源特点开展重点营销，推广种植e贷、养殖e贷等涉农产品，逐类逐户落实融资需求；加大对制造业及科创客群的支持力度，不断加强县域机构对专精特新企业推介；按照“一县一场景、一镇一产品”，加快搭建经营快贷特色场景，培育新的增长极，实现规模效应。在此基础上，加快“新一代”经营快贷与一线网点的深度融合，引导县域机构人员积极参与普惠外拓和专业市场主题营销活动，发挥网点阵地优势，全面推动网点层面的业务落地。与此同时，结合乡村振兴主题活动，持续丰富县域金融产品，提供便捷优惠的金融服务，服务县域经济发展，助力县域普惠业务快速发展。李欣

## 工商银行郑州分行 持续打造清廉金融文化

一直以来，工商银行郑州分行紧密围绕企业文化建设目标，坚持党建引领、以人为本、循序渐进原则，探索廉洁金融文化建设的新途径、新方法，助力该行内树企业精神、外塑企业形象，实现企业和员工由内及外全面发展。一是强化组织领导，增强清廉金融文化引导力，通过成立工作领导小组，责任分工明确，构建起“党委统一领导、纪委协调推动、部门各司其职、全行共同参与”的清廉金融文化建设工作格局；二是强化廉洁阵地建设，增强清廉金融文化渗透力，通过开展常态化普规普纪教育，促进全行干部职工纪法意识的日常养成，同时狠抓党员干部家风建设；三是强化资源整合，形成清廉金融文化建设长效机制，深入推进体系建设，深化作风专项治理，健全岗位廉洁风险管理体系，努力把廉洁文化的“软实力”转化为该行高质量发展的“内驱力”。李欣