

中国人寿临沂分公司:

# 用沂蒙精神做强保险事业

记者 (魏玉娜 化强 通讯员 孟德雷)

最近,国务院和省政府出台了加快发展现代保险服务业的意见,从经济社会工作整体布局出发,提出了新常态下现代保险服务业发展的思路目标和工作重点,为保险业加快发展带来了难得机遇和政策红利。中国人寿临沂分公司认真落实文件精神,根据山东省重点展开针对“三农”各类保险的要求,为全市6万余农村居民提供了惠民小额保险保障12亿元,每年为20万余名建筑人员提供总保额超过220亿元的安全保障,累计为全市大学生村官承保1000余人次,在临沂“三农保险”工作中发挥了重要作用。

提及中国人寿临沂分公司所取得的成绩,该公司总经理李瑞华认为成功源于好的文化、好的班子和好的队伍。“我们的营销队伍既是全市,也是全省最大的,目前保险销售人员超过1万人,在全市设立了17个经营单位,有174个农村营销服务部,278个兼职代理网点,除了经营人寿、健康和人身意外伤害保险,还代理财产和年金保险业务,有能力为全市百姓提供最全面的服务。”

队伍持续扩张是一方面,保费收入和市场占有率更说明了实力。据了解,2014年该公司实现保费总收入28.88亿元,市场占有率达到40%,领先第二名近

30%。

李瑞华说:“自1996年分业经营以来,公司保费总量连续18年居全市保险业之首,同时也是国寿全省第一,占比超过1/7,业绩从未出现过负增长。”

李瑞华表示,临沂是革命老区,长期的革命和建设实践中形成了沂蒙精神这一宝贵的精神财富。从第一任负责人开始,中国人寿临沂分公司就有了“不言败不服输”的企业文化,一直坚持了近20年。“好的企业文化一直传承下来,是最关键的。”李瑞华说。

在好的团队文化下,就会有好的队伍传承。据介绍,该公司一直注重人才储备,不仅为集团和省级公司输送了大批干部,还

有一批优秀的80后现在已经成长为县级支公司领导,实现了后备力量源源不断地积聚。

中国人寿临沂分公司作为全国国寿系统的标杆,尽管成绩斐然,李瑞华仍感到竞争压力很大。对于未来的发展,他认为在人才队伍方面,应当培养更多的优秀营销员,形成梯队效应,而不是仅仅树立一两位营销“大家”。

李瑞华说,保险属于普惠金融产品,是面向普通大众的服务,每位营销员的精力有限,而寿险行业更依赖人与人之间的沟通,过高的保费收入必然有很大一部分来自高端投保群体,这不利于公司业务的持续性发展,也不符合新“国十条”关于保险

成为改善民生保障的有力支撑的要求。

另一方面,实行优秀人才战略也是更好地履行社会责任的体现。临沂近年来经济增长很快,但是人口众多,人均GDP在全省还在后列,解决社会就业压力较大。按照新“国十条”提出的保险密度和深度,临沂的人口优势将给保险业带来更大的发展机遇,届时保险行业也将会给更多的年轻人提供就业创业的机会。



保险大世界

## 太保安联首款互联网少儿重疾产品上线 “加倍爱”少儿重疾保障“30+2”种重大疾病

本报讯 (记者 魏玉娜 化强 通讯员 黄伟伟)近日,太平洋保险集团旗下的太保安联健康保险股份有限公司(简称“太保安联”)推出首款互联网少儿重疾产品“加倍爱”少儿重大疾病保障计划,并于日前在太平洋保险在线商城平台正式上线。

据了解,作为太保安联首款互联网产品,“加倍爱”主打“广覆盖,低投入、高保障”的三大特色卖点,涵盖少儿常见的“30+2”种重大疾病。

其中,两种少儿发病率较高的特定疾病——“白血病”和“重症手足口病”更可享受高达150%的保额,较市

场上的同类产品有较大的竞争优势。“该产品借助在线商城等平台进行销售,为客户提供更为流畅、便捷、快速的在线购买体验。”相关负责人介绍道。在产品营销上,太保安联创新尝试植入时下热播电视剧概念,以“虎妈猫爸”漫画形象营造话题传播,引起了广泛的网络关注。



## “绿色大使齐鲁行”走进临沂 大地保险启动“绿色”客户节

本报讯 (记者 魏玉娜 化强 通讯员 田原)6月9日,由省林业厅与中国大地保险公司共同组织的“绿色大使齐鲁行·寻找最美森林”活动临沂站在平邑蒙山拉开序幕,这是双方积极探索生态文明建设政企合作新模式的一次有益尝试。

据了解,为贯彻落实党中央《关于加快推进建设生态文明的意见》和国务院《关于加快发展现代保险服务业的若干意见》,山东省林业厅与中国大地保险公司建立了战略合作关系,旨在创新生态文明建设的政企合作模式,深入探索运用保险机制推进生态文明建设的新途径。

以双方签署战略合作为契机,中国大地保险公司启动了“绿色大地保险人生”2015年客户节,并推出一系列主题活动,包括与林业厅合作推广森林旅游,为高排放车主客户认养树木抵消碳排放,开展进农村、

进社区、进学校“绿色三进入”活动,推出“大地通宝”APP绿色自助平台,为客户提供便捷、低碳、绿色的保险服务,用实际行动回馈客户,与百万客户一起共建生态文明。

中国大地保险作为一家国有控股的保险企业,长期以来致力于在客户服务、社会风险管理及公益事业上践行企业社会责任。中国大地保险临沂中心支公司成立于2004年10月,成立11年来,累计保费收入超10亿元,承担保险责任超3千亿元,先后荣获“山东省消费者满意单位”“临沂市民最满意金融机构”“百佳诚信单位”等荣誉称号。



## 平安人寿客服节20年 重拳力推“互联网+”服务

5月29日,伴随“心行者”与“绿行家”系列健康主题活动在平安人寿APP上线,平安人寿正式宣布启动第20届客户服务节。本届客服节以“与平安相伴、与健康同行”为主题,不仅将聚焦“拥有健康体魄也要有阳光心态”的健康话题,还将依托今年首推的“健康管理服务”核心功能以及一系列丰富精彩的网上与线下活动,倡导广大客户及家人为健康一起乐起来。

同时,自1996年平安人寿在业内首创客户专属节日,今年迎来了第20年,在这个特别的周年庆里,寿险还将通过一系列夯实服务基础、创新服务手段的举措,感恩每位客户“有你真好”,用互联网思维持续打造“至佳客户服务体验”核心目标的实现。

据了解,平安人寿今天已拥有70余万名保险代理人,并获得了6400余万客户的信赖与选择。多年来,平安人寿一直位于国内寿险行业服务的前列,始终坚持对服务品质的高标准追求,用20余年持之以恒的专业态度

不断升级服务、超越自己,致力于带给客户每次体验的“简单便捷、友善安心”感受。从率先建立全国电话中心到创设一站式服务移动终端平安人寿APP,从建设后援集中作业中心到八大服务渠道铺设及推出新三代柜面门店,从提出3A服务理念到“为您寻找理赔的理由”、“标准案件资料齐全两天赔付”,今年更再度创新推出全民健康管理服务体系、重疾先赔及特案预赔、柜面预约服务等多项新举措。

平安人寿1996年在业内率先创立“客服节”,百万客户当年第一次接到平安人寿的回访服务电话。风雨不改走过20载,该节日已发展成广大客户耳熟能详的服务活动,利用“互联网+”的东风,可以为客户带来“线上+线下”全方位的快乐体验。

据悉,2014年客服节总报名参与人次已突破1000万级别,实现了里程碑跨越,今年恰逢20周年,将有望创造一系列新的服务记录,在行业内树立寿险客户服务新标杆。

贵金属展区

## 纯手工结合银瓷材质,打造品茗珍品 交行“天目瓷”茶具,温情献礼父亲节

本报讯 (记者 魏玉娜 邵明习 通讯员 张志军)中国的陶瓷茶具流芳古今,自宋朝起诞生了五大名窑,而制作技艺繁杂、釉彩自然天成的“天目瓷”更成为品茗珍品。交通银行携手深圳翠绿,集大师之力、融现代技法,历经三年半的时间、上千次实验,倾力呈现“天目瓷”系列茶具珍品。

外观上,“天目瓷”器形古朴厚重,釉彩黑色中透出银光,釉彩似凝雪冰花发出银色的光芒。藏品均为手工制作,由工艺美术大师、陶艺艺术家、非

物质文化遗产传人操刀,经过二十八道工序,用匠心之出至臻上品。

“天目瓷”藏品最大的亮点是在茶盏中嵌入纯银吉祥物,纯手工结合银瓷材质属行业首创并荣获国家发明专利,不但能充分发挥白银的保健功能,更为茶盏增加了独特的工艺与艺术价值。在保健功能上,“天目瓷”藏品富含大量铁、银元素,不仅可补充人体每日所需的铁质、净化水质,长期使用还可起到加速新陈代谢、增强抵抗力的作用。

“天目瓷”藏品品种多

样,造型精美。其中,天目银鱼盏、天目莲花盏、天目莲心壶的银饰克重6克,发行量9999件;天目连年有余套装的银饰克重30克,发行量9999套。目前,该系列藏品在交行各网点有售,市民可以到网点咨询、购买。详情咨询交行临沂分行,咨询电话:8960092、8960027。



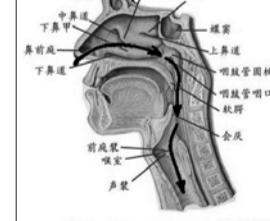
# 非遗秘方免费治疗鼻炎

[新闻回顾:>>>

2009年,一个看似普通的鼻炎古方,被收录为“省级非物质文化遗产”(鲁政字[2009]232号)。据了解,该古方是山东淄博市有名的中医世家—扈氏家族传承了400年的经典验方。扈氏依古方秘制的鼻炎膏疗效突出,令很多患者免除了鼻炎手术之苦,这也是成为“非物质文化遗产”的主要原因。(相关资料可查阅当地历史文献《淄博志》)

**小鼻炎有大讲究——在中医,鼻子是人体健康的“第一站”**

**吸气时的路径**



我们试回想,以往在空气很脏、气味刺鼻的地方,或是在寒冷、空气干燥时,呼吸却仍然顺畅,肺和气管很轻松就适应了下来。这是为什么呢?—这就是鼻子的巨大作用了。

现代解剖学发现,鼻腔的结构非常巧妙:通过鼻毛把灰尘、杂质过滤掉,让吸进的空气变得洁净;再利用鼻腔黏液,让空气变得湿润宜人。

实际上,鼻腔积聚的毒素是最多的!我们稍一留心就会发现,爱抠鼻子,或经常感冒的人,就很容易引起毒素爆发,出现鼻炎、甚至反复不愈,最后导致呼吸不畅、大脑长期缺氧,引起头晕、头痛,工作、学习成绩迅速下降等严重后果!

鼻腔的巧妙结构,使得鼻炎毒素很难排除!很多患

者忍受不了鼻炎之苦,被迫选择了手术。可往往是,虽然切除了堵塞鼻腔的淤肉,却暴力破坏了原本巧妙的鼻腔结构,让“人体第一站”保护功能遭受很大损失。

**拔鼻毒、通鼻窍,  
古方真个巧!**

扈氏古方—扈氏鼻炎药膏,经历400多年的验证、14代扈氏传人的不断改良,却传下来一手“巧拔鼻毒”的绝活儿:将秘制药膏塞进鼻腔深处,往往不到10秒钟,一个劲打喷嚏,排出大量的脓鼻涕。这一看,才知道毒素这么多。奇怪的是,鼻子通了一些!几天过后,喷嚏少了、排出的鼻涕变清稀了,鼻子更通了。

原来,跟传统的治鼻药物相比,扈氏这个古方却是讨了两个“巧”:

**一巧:让鼻子来吃药。**

400年来,扈氏这个药膏,不用吃、不用抹,直接用独创的“U”型棉棒蘸上药膏,送到鼻腔深处,让鼻子来吃药。跟传统的手段相比,药劲深入、直达病灶,来的确实巧些。

**二巧:巧打喷嚏拔鼻毒。**

鼻子结构巧妙,毒素淤积很难拔除,这也是鼻炎患者往往十几年无法治愈的

根本原因。扈氏经过400多年的不断验证,却用了一个巧法子:拔鼻毒的时候,毒素一出,就刺激鼻腔发痒难受,猛打喷嚏。靠打喷嚏的强劲力量,鼻毒随之流出,排出大量的脓鼻涕。

中医的精髓,往往就体现在这个“巧”上,不但拔鼻毒、通鼻窍,更是令无数患者免除了手术之苦,这也正是扈氏古方成为“非物质文化遗产”的重要原因。

笔者友情提醒:常年深受鼻炎困扰的读者朋友,如果您至今没有好的治疗方法,不妨尝试一下咱老祖宗留下的四百年鼻炎古方,也给自己一个免除手术的机会!

**通知:**

急慢性、萎缩性、过敏性鼻炎,鼻窦炎患者

400年古方秘制的鼻炎膏,请免费体验!

咨询电话:0539-8827797

扈氏鼻炎膏临沂体验店:兰山区沂州路原146医院北50米路东(公交路线:9路,18路,201路通车);

平邑体验店:平邑县中医院西50米路北;

沂水体验店:沂蒙山路服务楼东15米路北;

莒南体验店:县人民医院对面;苍山体验店:新华路老法院对面;