

# 热烈祝贺泰康人寿成立十五周年 十五载耕耘梦想 百年路基业长青

## ——泰康人寿十五年发展巡礼

### 引言

翻开历史长卷,我们可以将一个世纪以来风起云涌、可歌可泣的民族史归结为三个追逐梦想的阶段:1911—1949年的民族独立梦,1949—1978年的强国梦,1978至今的富国梦。1992年,伴随着中国新一轮改革开放的高潮,众多心怀梦想的创业者投身于时代洪流,开始了一段属于他们、更是属于中国的传奇历程。在令世界惊叹的“中国奇迹”中,92派企业家以及他们所创立的企业,为中国的经济腾飞、社会的繁荣稳定做出了巨大的贡献。回首这些在时代留下印记的企业家和企业,陈东升和他所创建的泰康人寿尤其让人印象深刻。

时间回溯到1988年,成功主办了中国“百家最大工业企业”评比的陈东升,正把自己的目光聚焦在《财富》全球500强企业排行榜。他发现一个国家拥有全球500强企业的数量与其国家的整体实力成正比。国家的强盛会带来企业的强盛,而中华民族要屹立于世界之林,也必须要世界级企业……“打造中国自己的全球500强企业”这一宏伟梦想就此成型,一个心怀产业报国理想的企业家就此诞生,而其所孕育的500强企业梦想,在改革开放的时代大潮中蓄势待发,终于在1996年8月22日生根发芽。由此,陈东升和泰康人寿,开始了梦想的辛勤耕耘。



### 结语

十五载耕耘梦想,百年路基业长青。从筹备时一间不到20平米的办公室,到今天拥有北京长安街和CBD的地标性宏伟大厦;从开业时不足百人的队伍,到今天拥有35家分公司、4500多家各级服务机构、30万员工;从开业时6亿注册资本,到今天拥有近3300亿总资产……通往梦想与成功的道路上,有风雨,更有阳光。泰康人寿从一个孕育于时代中的梦想,走向大型保险企业,走向“业务好、财务好、服务好”的发展里程碑,走向“最具亲和力、最受市场青睐、全球领先的大型保险金融服务集团”。走过十五载慨然岁月,秉承“让保险、让泰康,成为人们生活的一部分”这一宏伟理想,泰康人寿将搏击于更广阔的天地,走向百年基业的辉煌。

撰稿人:王延一

### 资产管理成就投资神话

充足的偿付能力,是评价保险公司经营状况的基本指标,而兼顾安全性与收益性的资产管理,则是保险公司具备充足偿付能力的重要保证。在中国保险行业的投资“江湖”,泰康的资产管理一直是一个让人仰慕的“传说”。

截至2011年6月,泰康资产管理的资产总规模超过3500亿元,是国内资本市场最大的机构投资者之一。自2005年成立以来,泰康资产长期保持在传统投资领域的核心竞争力,投资业绩连续多年保持保险行业的领先水平,其所管理的投连进取型账户更是取得八年十二倍的回报,令人瞩目。华宝证券在《中国投连险2010年度排名报告》中指出,在激进型投连险账户中,泰康进取型五年、三年、二年累计回报率始终名列榜首,出色的回

报率成绩和收益的稳定性体现了该产品的管理团队卓越的投资能力。泰康资产在2007年发行的“泰康—开泰稳健增值”理财产品,是业内唯一一只投资二级市场股票的保险资产管理产品。自设立日至2010年底,产品每年均实现了正收益,产品净值累计增长4925%,大幅跑赢同期业绩比较基准、上证指数等。泰康通过积极履行社会责任,支持国家基础设施建设、推动国内资本市场发展,加快全民理财意识转变,在业内起到了较好的示范效应与带动作用。作为业内首批获得保险资金投资基础设施项目业务试点资格的机构之一,泰康资产充分发挥保险资金长期性和稳定性的优势,为国民经济建设提供资金支持。2010年以来,先后发起设立“泰康—华能伊敏债权投资计划”、“泰康—重庆轨道交通

服务是寿险的生命,是寿险企业诚信的最佳体现。客户出险后能否及时、顺利地得到理赔,是保险公司专业化服务的本质体现。“投保”和“理赔”是消费者最为关心的服务问题。从业内首推“100%电话回访”到“康乃馨”特色理赔;从时尚温馨的泰康新生活广场到业内领先的电子化客户服务,泰康人寿服务创新的步伐从未停止,逐渐形成人性化、“e”化和快捷化的服务特色。目前,泰康已形成由泰康在线、95522电话中心、泰康新生活广场和专业的员工队伍构成的“四位一体”全方位服务体系。

“作为经营长期业务的寿险公司,首先要讲信誉,用良好的资产和偿付能力对客户负责;同时更要守信誉,履行对客户的承诺。”泰康人寿坚守的这一信念,使客户真切体会了朋友“爱与责任”的真谛。1996年11月,一位小朋友保护划破了手指,陈东升亲自将254元理赔金送到他手中。它透露出泰康人心底的愿望:

如果只能用一个词来概括泰康人寿给大众留下的品牌形象,相信绝大多数人的答案都是——“时尚”。相比一向以厚重形象示人的其他金融企业,泰康一直坚持塑造精彩、时尚而又又不失稳健诚信的品牌形象,拉近了企业和客户之间的距离,为金融行业增添了一抹鲜活的亮色。十五年来,泰康品牌精彩纷呈,开创了让人津津乐道的五大创举:

创举一,在保险行业首创路演形式作为整合营销传播手段。2002年“泰康爱家行动启动暨新生活广场揭牌仪式”路演在北京隆重启动,这是行业第一次以“路演”的形式进行产品、服务和品牌的整合营销传播。陈东升作为泰康“首席形象大使”和总裁刘经纶兵分两路,带队在全国23个省市展开新理念、新产品、新服务的巡讲,在全国范围内掀起了一轮泰康的“爱家”旋风。2005年,泰康再次以巡演的形式深度阐释“买房、买车、买保险,现代生活新三件”的家庭保险理念,陆续在上海、深圳、北京开展了“品质生活——中产人群在中国”巡演沙龙。巡演第一次将中产话题与扩大内需、产业发展、建立和谐社会等国策紧密联系,“保险是中产人群品质生活的标志”这一理念也得到了广泛认同,提升了保险行业在中产人群中的认同感,提升了行业的地位。

创举二,率先开发首都机场廊桥广告资源。2004年,泰康通过和首都机场的协商,创造性地在36座原本空无一物的机场廊桥上开

报率成绩和收益的稳定性体现了该产品的管理团队卓越的投资能力。泰康资产在2007年发行的“泰康—开泰稳健增值”理财产品,是业内唯一一只投资二级市场股票的保险资产管理产品。自设立日至2010年底,产品每年均实现了正收益,产品净值累计增长4925%,大幅跑赢同期业绩比较基准、上证指数等。泰康通过积极履行社会责任,支持国家基础设施建设、推动国内资本市场发展,加快全民理财意识转变,在业内起到了较好的示范效应与带动作用。作为业内首批获得保险资金投资基础设施项目业务试点资格的机构之一,泰康资产充分发挥保险资金长期性和稳定性的优势,为国民经济建设提供资金支持。2010年以来,先后发起设立“泰康—华能伊敏债权投资计划”、“泰康—重庆轨道交通

债权投资计划”计划,参与投资“太平洋—河北建设新能源风电场项目债权投资计划”,有力支持了华能伊敏煤电联营工程、河北沽源东辛营风电场工程、河北承德围场御道口牧场风电场工程等重大基础设施项目的建设。泰康资产还曾有力支持京沪高铁、上海青草沙水源地、赤峰至锦州运煤铁路等一系列关系到国计民生的基础设施项目建设。

陈东升曾说,“金融的本质在于,资金一定流向效益最高的地方。制约保险业发展的最大障碍是资金运用,推动保险业发展的核心命题也是资金运用,资本战略是头等大事。”基于这样的认识,泰康人寿通过实施基于稳健思想的资本战略,既创造了投连进取型账户八年十二倍的传说,又缔造了开业十五年没有一笔呆坏账的神奇业绩。

### 客户服务用心承诺未来

以服务和信用为核心,成为专业、规范,重信誉、讲信用的企业。2002年,为配合“新生活理念”和家庭保障计划的推广,体现全新服务理念,泰康新生活广场在全国分公司全面推出。四位一体的“新生活广场”将门店、95522、泰康在线、专业技术的员工服务有机结合,实现了现实与虚拟相结合互动式的综合服务。2002年,泰康正式启用全国统一客服电话95522,集业务咨询、投诉受理、理赔报案、投保预约、100%新契约回访、理赔回访等重要职能于一体。“512汶川大地震”期间,正是95522建立起的一条生命救援线,成功救助了20名在废墟中被困了2天的受灾客户。2007年,泰康在行业内率先完成核保、理赔业务处理全国集中,通过集约化运作和网络技术的运用,统一标准、提高效率,将调查、受理前置到最基层,为理赔速度提升打下了坚实的运营基础。2009年,泰康在全国掀起“让理赔快起来”行动,陆续推出“小额理赔立等可取”、

“康乃馨理赔升级计划”、“肿瘤绿色通道”等创新举措,理赔时效迅速提升,荣获当年“理赔最迅速的保险公司”奖。2011年,泰康开始在部分省市试行“健保通”服务,与定点医院的系统实时对接,让客户在出院的同时就能得到理赔,真正实现“免申请、零等待”。

针对近年来频繁发生的各类突发灾害事件,泰康人寿专门建立了“重大突发灾害事件理赔应急机制”,力求在最短时间内做好理赔服务,甚至会打破常规,特事特办预付理赔金,向国家、社会和客户践行着企业社会责任。上海教师楼失火事件,3小时之内完成理赔;玉树地震,13小时完成理赔;舟曲泥石流,三地联动20小时结案;伊春空难,24小时内泰康人寿董事长陈东升亲送赔款……

15年来,泰康人寿经历的重大突发、灾害事件中共涉及出险客户380余名,累计赔付金额2054万余元,目前已累计服务客户超6100万,理赔超773万人次,理赔金额近72亿元。

### 精彩品牌融入大众生活

开辟了1052块廊桥广告。泰康是中国第一家想到并做到在首都机场发布廊桥广告的企业,这是中国保险行业的一大创举,也是中国广告业的一大创举。“买房买车买保险”的新生活理念,随着川流不息的旅客传遍了各地,甚至走出了国门,提升了整个保险行业的形象。创举三,“F1赛车上的第一个方块字”,“驶向泰康新生活”的F1整合营销活动。2004年,F1赛事首次登陆中国。作为中国第一家赞助F1车队的企业,泰康开始在全国范围内开展“驶向泰康新生活”的整合品牌营销活动。比赛当天,700多名来自全国各地泰康客户组成的方阵,高举“驶向泰康新生活”的300平米橙黄色旗帜,成为全场最亮丽的风景。当承载着泰康LOGO的F1赛车驰骋在上海赛道的那一刻,中国乃至世界的目光关注到了泰康,关注到了中国的保险行业。这一品牌事件被《金融时报》评为“中国保险业十大营销事件之首”,还荣获“第三届中国杰出营销奖”的“最佳创新奖”。

创举四,祖国六十华诞,泰康保护护航。2009年,出于回报祖国的爱国之心,泰康独家向首都国庆游行的20万爱国队伍捐赠了总保额达200多亿元的保险,为这一盛世庆典贡献了力量,更展现了保险行业喜迎国庆、奉献社会的良好形象。在20万来自祖国各地游行的群众的良好赞誉中,泰康的品牌传遍了神州大地的每一个角落。

创举五,“娜样绽放,娜样泰康”,泰康人

外界眼中的泰康人寿,是一个非常独特的公司;既有青年的冲劲与活力,更有中年人的稳重与睿智。在短短十五年内,陈东升带领的泰康人寿,牢牢把握住了每一个战略机遇,实现了“快速发展不失稳健,稳健经营不乏创新”的超常规跨越式发展,目前已成为中国寿险市场排名前列的大型保险金融服务企业,连续两年入围“中国企业500

### 稳健经营奠定百年基础

强”百强企业。截至2011年6月30日,泰康的总资产已近3300亿元,净资产超140亿元,偿付能力充足率超173%,累计上缴税收近79亿。泰康在全国拥有3家子公司,35家分公司,270家中心支公司,4500多家各级服务机构,近30万员工,形成了完整的服务网络,累计服务过的个人和机构客户超6100万,累计赔付客户近773万人次、累计赔付金

### 稳健经营奠定百年基础

立董事,这是中国保险业产生的首位独立董事。泰康的公司治理结构由股东大会、董事会、监事会和管理委员会构成;其中董事会包括战略与投资决策委员会、提名薪酬委员会、审计与风险管理委员会,管理委员会则由预算委员会、投资委员会、两核委员会和风险管理专业委员会构成。泰康专业化、国际化的公司治理结构,对提高董事会决策质量和决策效率、推进公司经营的规范和完善加强经营管理、健全公司投资决策机制、深化公司风险控制体系建设起到了积极作用,促进了公司的可持续健康发展。

泰康稳健经营,还得益于对企业信用、标准化的高度重视。早在1998年,泰康人寿就在寿险行业率先采用国际惯例进行信用评级,并在2001年获得AAA-的高信用等级。2004年泰康成为国内首家全系统全面通过ISO9001:2000认证的金融企业。在历时近一年的流程再造和管理评审过程中,泰康重新制定和完善了400多个流程,量化确立了300多个质量目标。

行业评价泰康十五年来表现,其中最重要的特质之一就是“快速发展不失稳健”。陈东升说:“我们只要坚持不犯大的错误,别人犯错误就是我们的机会。稳健经营,小步慢跑,不犯错误就是胜利。”

### 自主创新成就跨越发展

定的扎实基础,开始结合市场特点及自身战略,逐步开始“自主创新”的积极探索。在泰康十五年的发展史上,有三次令全行业瞩目的创新之举。

2002年,创新推出“一张保单保全家”。这一年,经过信息、产品、业务、客服等系统的充分准备,泰康人寿推出了中国第一种可以实现“一张保单保全家”的综合家庭保障计划“爱家之约”。“一张保单保全家”是泰康家庭保障计划系列产品的简称,指一张保单下可有多个被保险人,一个被保险人还可以投保多个险种,一张保单之上,客户可为其家庭成员很方便地添加意外、医疗等附加险,为广大城市人群提供了省钱省事更省心的家庭一站式保险服务。这种以“家庭”为中心提供的综合性产品和服务,是泰康在国内的首家创新。

2003年,提出“买房、买车、买保险,现代生活新三件”。这一年,通过对宏观经济、社会结构、人民生活长期的观察与分析,泰康提出“买房、买车、买保险”,是现代生活新的“三大件”这一前瞻理念。这是中国保险行业恢复经营24年来,第一次有企业站在全行业的高度提出——保险是现代家庭实现幸福生活的必需品和消费品。在中国,三大件在六、七十年代是自行车、缝纫机和手表,改革开放后是彩电、冰箱和洗衣机,到今天是“买房、买车、买保险”。从老三件的解决衣食住行,到新三件的满足精神需求,三大件的变迁源自于中国经济工业化、城市化和经济结构服务化的三大趋势,而包括保险在内的金融业将在这个以服务业为主体的经济结构中日益处于核心地位。

2009年,探索建设养老社区,深耕寿险,提供“从摇篮到天堂,呵护一生的关爱”。经过长期的研究与论证,泰康在保险行业首家提出“建设保险养老社区”的构想,并成为业内第一家获得养老社区投资试点资格的保险公司。养老社区概念的提出,是对寿险产业全价值链的一次重大理论创新和有益探索。泰康的养老社区理念,符合

# 热烈祝贺泰康人寿成立十五周年 十五载耕耘梦想 百年路基业长青

## ——泰康人寿十五年发展巡礼

外界眼中的泰康人寿,是一个非常独特的公司;既有青年的冲劲与活力,更有中年人的稳重与睿智。在短短十五年内,陈东升带领的泰康人寿,牢牢把握住了每一个战略机遇,实现了“快速发展不失稳健,稳健经营不乏创新”的超常规跨越式发展,目前已成为中国寿险市场排名前列的大型保险金融服务企业,连续两年入围“中国企业500

### 稳健经营奠定百年基础

立董事,这是中国保险业产生的首位独立董事。泰康的公司治理结构由股东大会、董事会、监事会和管理委员会构成;其中董事会包括战略与投资决策委员会、提名薪酬委员会、审计与风险管理委员会,管理委员会则由预算委员会、投资委员会、两核委员会和风险管理专业委员会构成。泰康专业化、国际化的公司治理结构,对提高董事会决策质量和决策效率、推进公司经营的规范和完善加强经营管理、健全公司投资决策机制、深化公司风险控制体系建设起到了积极作用,促进了公司的可持续健康发展。

泰康稳健经营,还得益于对企业信用、标准化的高度重视。早在1998年,泰康人寿就在寿险行业率先采用国际惯例进行信用评级,并在2001年获得AAA-的高信用等级。2004年泰康成为国内首家全系统全面通过ISO9001:2000认证的金融企业。在历时近一年的流程再造和管理评审过程中,泰康重新制定和完善了400多个流程,量化确立了300多个质量目标。

行业评价泰康十五年来表现,其中最重要的特质之一就是“快速发展不失稳健”。陈东升说:“我们只要坚持不犯大的错误,别人犯错误就是我们的机会。稳健经营,小步慢跑,不犯错误就是胜利。”

### 自主创新成就跨越发展

定的扎实基础,开始结合市场特点及自身战略,逐步开始“自主创新”的积极探索。在泰康十五年的发展史上,有三次令全行业瞩目的创新之举。

2002年,创新推出“一张保单保全家”。这一年,经过信息、产品、业务、客服等系统的充分准备,泰康人寿推出了中国第一种可以实现“一张保单保全家”的综合家庭保障计划“爱家之约”。“一张保单保全家”是泰康家庭保障计划系列产品的简称,指一张保单下可有多个被保险人,一个被保险人还可以投保多个险种,一张保单之上,客户可为其家庭成员很方便地添加意外、医疗等附加险,为广大城市人群提供了省钱省事更省心的家庭一站式保险服务。这种以“家庭”为中心提供的综合性产品和服务,是泰康在国内的首家创新。

2003年,提出“买房、买车、买保险,现代生活新三件”。这一年,通过对宏观经济、社会结构、人民生活长期的观察与分析,泰康提出“买房、买车、买保险”,是现代生活新的“三大件”这一前瞻理念。这是中国保险行业恢复经营24年来,第一次有企业站在全行业的高度提出——保险是现代家庭实现幸福生活的必需品和消费品。在中国,三大件在六、七十年代是自行车、缝纫机和手表,改革开放后是彩电、冰箱和洗衣机,到今天是“买房、买车、买保险”。从老三件的解决衣食住行,到新三件的满足精神需求,三大件的变迁源自于中国经济工业化、城市化和经济结构服务化的三大趋势,而包括保险在内的金融业将在这个以服务业为主体的经济结构中日益处于核心地位。

2009年,探索建设养老社区,深耕寿险,提供“从摇篮到天堂,呵护一生的关爱”。经过长期的研究与论证,泰康在保险行业首家提出“建设保险养老社区”的构想,并成为业内第一家获得养老社区投资试点资格的保险公司。养老社区概念的提出,是对寿险产业全价值链的一次重大理论创新和有益探索。泰康的养老社区理念,符合