



王冉 易凯资本 CEO

真正应该思考的是,引领全球的为什么是苹果、谷歌、Facebook?除了一流的产品,最重要的是它们无一例外都拥抱普世的价值观,那就是自由信息,公民权利,让个体更自由更强大。一个社会,一个国家,如果没有这样的价值观,就不可能诞生世界级的互联网公司。

胡润发布“少壮派富豪榜” 商晓波夫妇成我省唯一上榜富豪



商晓波(资料图)

星报讯(星级记者 宛月琴)昨日,胡润研究院在上海发布《2012胡润少壮派富豪榜》,上榜

门槛为10亿元。共有33位年龄小于40岁的少壮派富豪上榜。31岁的杨惠妍以财富360亿元首次成为少壮派首富,并蝉联最富有的富二代,是继承财富的八位之一。39岁的方威以财富150亿元成为白手起家的少壮派首富。38岁的安徽鸿路钢构商晓波、邓焯芳夫妇以48亿元的财富位列少壮派富豪第九位。

记者注意到,33位少壮派十亿富豪上榜,其中25位是白手起家的。前十名中,白手起家的有6位。值得一提的是,体育明星姚明也以10亿元的身家成为少

壮派富豪,尽管处于“垫底”位置。而我省商晓波夫妇,经营的鸿路钢构是安徽合肥乃至全国知名的钢结构上市公司。

此外,从地区分布来看,广东仍然是少壮派富豪最多的地区,有6位;上海仍然排名第二,有5位;北京今年超过浙江位列第三,有4位。

胡润表示:“40岁以下的少壮派创业最成功的是在娱乐和IT行业。大多数人认为十亿以上的年轻富豪应该都是继承的,但其实错了,大多数实际上是白手起家的。”

财经资讯

院生产性服务业获5000万支持

星报讯(记者 宛月琴)昨日,记者从省发改委贸服处了解到,国家发展改革委安排我省5000万元国家服务业发展引导资金,支持了水溶性高分子聚合物技术研发中心建设项目、国家高分子材料质量监督检验中心等18个生产性服务平台项目建设。记者了解到,这批项目总投资近10亿元,主要包括技术研发、检验检测、公共服务、生产力促进中心等项目,重点是为我省主导产业提供配套服务。

南通景区喊合肥人“同吃一锅鲜”

星报讯(记者 董艳芬)美食纪录片《舌尖上的中国》刚刚热播完,各类“美食旅游”忙着“吆喝”。昨日上午,江苏南通旅游局一行来到合肥,邀请省城市民品尝“千人同吃一锅鲜”的美味。而为了招揽合肥人赴南通旅游,当地政府还给组团社最高100元/人的奖励。

据介绍,南通南滨长江、东临黄海,独特的地理位置,赋予了南通富饶的美食资源,其中江河海鲜成为其最大的美食特色,而为了将美食与美景相结合,当地旅游部门推出了“千人同吃一锅鲜”、“与渔民一起去看海”等特色旅游线路,并邀请合肥市民去尝鲜。

社科院:今年房价大幅降价可能性很小

昨日,中国社科院2012《房地产蓝皮书》发布。《房地产蓝皮书》的副研究员李恩平谈及房地产交易时表示,2012年房地产市场继续维持盘整态势,房产交易量将相对萎缩,房价可能略有回落,但大幅降价可

能性也很小。李恩平表示,房价将延续上年末的盘整态势,预期房价将有所回落,但总体降幅不会很大。多数开发企业将选择观望态势,不情愿轻易降价。对于各地已经出台的限购

政策,李恩平表示,预期2012年部分城市具体限购措施可能有所变化,如对首套住房定义放宽、对二套住房限购放开、对非户籍人口常住人口限购放宽,限购手段也可能从硬性的交易限制转向信贷限制。 宗和

保险就是阳光——“闪赔升级”、“直赔到家”亮相 阳光保险第三届客户服务节

又到了一年一度的5·19,阳光保险的客户服务节进行到了第三届,主题为“诚信、关爱、服务”的客服节上,一个崭新的品牌理念也新鲜出炉——“保险就是阳光”——保险业大服务时代的轮廓正在变得清晰。以阳光保险为代表的保险企业正用他们的保险实践诠释着这一企业精神。5月19日,阳光保险集团旗下阳光财产保险、阳光人寿保险宣布,将以“闪赔升级,畅行无忧”、“阳光直赔,服务到家”等创新举措在为期三个月的客户服务节中,为客户奉献一场回馈盛宴。而这些举措也是在治理车险理赔难、寿险销售误导等问题上向消费者靠得更近。

产业升级,意义不只在发展

不只阳光保险,保险公司的竞争已由原来单纯以产品为导向转向以服务为导向,服务已经成为消费者评判和选择保险公司的重要标准。而客户服务节也正在成为保险公司显示经营理念和品牌内涵的新窗口。因为相对于其它产品来说,保险产品的保障功能决定了它首先是一种服务产品,其营销过程中的服务属性也便成为公司发展的一条必由之路。

自成立以来,阳光保险始终把培育卓越的客户服务能力作为重要的战略追求之一,不断探索以客户为中心的服务模式,持续提高服务品质。近七年来,阳光保险以高效、专业的客户服务赢得了广大客户的高度认同,大踏步迈入中国企业500强,位列307位,同时跻身“中国服务企业500强”百强行列。截止2012年4月底,阳光保险集团已累计承担社会风险超过38万亿元,共支付各类赔款近200亿元,累计为5600多万个客户提供保险保障。每年历时三个月的客服节,不仅是阳光客户每年一度的盛会,更是阳光客户导向经营管理模式的集中体现。

中国经济正在启动一个大消费时代,世界经济也希望在消费引领下走出低靡。著名经济学家斯蒂芬·罗奇指出:大消费时代将使服务业焕发新的气象并使更多行业的服务属性增强甚至使某些行业向服务业转型,这些现象往往出现在大转折时代。这个时代的到来正变得越来越让人看得清清楚楚。

阳光人寿安徽分公司

服务升级,创新不只是承诺

阳光保险一直致力于通过服务创新,强力提升客户体验与感受。本届客户服务节,阳光人寿重磅推出国内首创的“直赔服务”,将客户最为关注的理赔服务进行了一次全面革新。享受“直赔服务”的客户,将由公司派遣理赔专员上门服务,通过3G移动通信技术和阳光人寿特有的“直赔”数据处理平台进行现场理赔业务操作,最短可在30分钟内完成。通过在线申请、系统自动审核之后,可当场结案,随即系统自动完成转账,让客户第一时间收到赔款。“直赔服务”的推出,极大提高了理赔效率,将最贴心、最便捷的服

务送给广大客户,同时也标志着寿险理赔正式进入“3G”时代。致力于探索服务“更快捷、更方便、更多样”的阳光财产保险,在本届客服节推出了“闪赔”升级和“救援服务承诺”。升级版的车险“闪赔”服务即“闪赔3.0”服务承诺是指:1、车商渠道,客户10000元以下非人伤案件报案24小时内、免单证赔付,超时百倍罚息;2、车商以外渠道,客户5000元以下非人伤案件报案24小时内、免单证赔付,超时百倍罚息;3、损失金额1000元以下人伤案件协商赔付,报案72小时内赔付。“闪赔”升级

显而易见。无论是享受“闪赔”服务标准服务人群的变化,承诺24小时倒计时赔付金额的变化,还是案件类型的变化,都体现了阳光产险在客户服务的追求上为客户想得更细,做的更多。此外,本届客服节推出的“救援服务承诺”,主要包括为车辆提供现场快修、更换备胎、应急拖车、紧急泵电、应急送油、应急加水、困境救援(VIP客户专享)等非事故道路救援服务。客户在行驶途中遇到车辆机械故障(不包括交通事故导致的车辆故障),只需拨打阳光保险全国统一客服专线95510,即可在已开通服

务的区域,享受365天*24小时不限次数、不限里程的救援服务。除了推出国内首创的“直赔服务”,阳光人寿保险还发布了销售、承保、保全、理赔、咨询、回访等六类服务承诺,包括“诚信销售,明明白白卖保险”、“个人寿险新契约100%电话回访”、“个人渠道理赔业务标准件5个工作日内做出理赔决定”、“95510客服专线全年不间断服务”、“保单信息年度披露”等一系列客户服务承诺举措,将各环节业务操作进一步规范合理化,让保险消费者消费得明白,消费得放心,体现了阳光人寿坚决杜绝销售误导的决心。

关爱升级 温情不只为销售

除了各项升级的服务承诺和举措,本届客服节阳光保险为客户精心打造了一场“回馈盛宴”,融入了阳光一如既往的“关爱”元素,策划组织了多项亮点活动,增强与客户互动,让客户切实感受到阳光般的温暖。

为进一步倡导安全驾驶理念,阳光产险力推“安全驾驶阳光行”。客服节期间,客户可以登陆

阳光保险官方网站“安全驾驶阳光行”活动专区报名,在本届客服节期间未发生保险事故或无出险报案的客户,将有机会赢得加油卡。为最大限度发挥公司专业服务能力,帮助承保企业及个人了解目前风险状况、做好风险控制,阳光产险将在全系统开展“诚信、关爱——阳光客户零距离活动”。此外,阳光产险还将在公司官方网站

中开通亲子乐园栏目,于客服节期间推出主题为《阳光下茁壮成长》的“阳光杯·儿女有才”儿童书画大赛,对客户子女上传的书画作品,将评选“最具人气奖”和“最具成长力奖”。阳光人寿则精心策划了“关爱生命,呵护成长”全国专家巡讲、“诚信服务,满意100”诚信服务明星评选、“阳光待客之道”全面客户

服务工程、“爱在阳光,清凉一夏”乐之旅官网活动、“倾情回馈 乐享阳光”银保客户特别关爱计划等一系列丰富多彩的活动。为增强与客户的互动,本届客服节阳光保险还将通过新浪微博“阳光保险-爱在阳光”开展“加点阳光,分享阳光随手拍”、“加点阳光,分享阳光微语录”等互动性强的趣味“微活动”。