

热点聚焦

“二胎险”应运而生 宜提前做好保险计划

“二孩时代”保险市场前景看好

“二孩政策”放开后,当人们还在讨论要不要生第二个孩子的时候,某保险公司已经火速推出“二胎险”,生育一胎后备孕二胎身体健康的女性均可投保,投保年龄最高可至45岁。

对于如此应景的“二胎险”,我们了解到,其实,现有的不少意外险、健康险产品对产妇与婴儿均有保障,所谓的“二胎险”是噱头大于实际意义。

“二胎险”噱头大于实际

“二胎险”目前只能通过网络渠道购买,线下没有销售。该产品在网上共有A、B、C、D四种投保方案,对应的保费分为200元、450元、600元和1000元四档。以600元的险种为例,保障内容包括妊娠并发症住院医疗、新生儿重症住院及手术医疗、婴儿严重先天畸形、妊娠身故保障。其中,妊娠并发症住院医疗可理赔1万元,新生儿重症住院及手术医疗10万元,妊娠身故理赔额为20万元。

这个意外险主要针对生育一孩后备孕二胎的女性,特别关注高龄产妇健康,投保年龄最高可至45岁。不过,该产品上市后并未出现热销,几日销售下来,每天平均也就卖出几十份。

“比如说市面上比较常见的生育保险,只需要花二三十元购买,就可以保障产妇与婴儿一周时间,但是保额也不高,一般是几万元。另有一些高端的生育保险,由于各方面限制要求比较多,还处于比较小众的状态,未能得到普及。”太平洋人寿工作人员介绍道。

二孩家庭宜提前做好保险计划

虽然“二胎险”面世后并没有热销,这业内人士



士认为,这从侧面反映了在互联网金融背景下,保险公司对市场的反应更加敏锐和迅速。

保险公司一致认为,从长远看,二胎放开会让更多保险、教育保险、养老保险等渐渐加大销售力度。

南京大学保险学教授孙武军表示:“这一政策对整个保险业将是利好,养娃成本的提高,会刺激父母加保,未来会有很多保险公司加大对教育保险、意外保险以及孩子健康险等险种销售。不过,目前整个保险市场反应比较理性,但这个将是一个慢慢过渡的情况,需要两三年的时间来加以调整。”

太平洋人寿工作人员也是如此认为:“新政策将长期促进保险市场的发展,未来二孩家庭将更注重保障。”该工作人员提醒大家,“多生一个孩子,家庭就需要多一份保障,作为家庭的主要经济支柱,需要准备两个孩子的教育经费、赡养老人等,因此最好提前做好家庭保险计划,才能全面增强家庭对抗意外风险的能力。”

方薇

一家之言

互联网不是保险业的捷径

互联网为保险带来了新气象,借助移动设备,保险服务便捷了不少,很多服务客户可以自助办理,不必跑很远路去门店排队办理。代理人可以带着Pad上门,直接完成交易。甚至以前觉得不可能的保险,如癌症保险、好人险、碎屏险等,都借着互联网这个新平台登堂入室,赚足了眼球。

场景化的产品,场景化的应用,如同在平静的湖面上投下了一颗石子,让保险市场热闹了许多,也让保险这张严肃的面孔生动了很多。对于保险来说,这样的变化还是需要的,从艰深晦涩到平易近人,保险与消费者的距离一下子拉近了许多。

拥抱互联网是保险业发展的趋势,这毋庸置疑。可是,互联网并不是保险业发展的终南捷径。虽然有统计数据说网销保险的保费规模已达到800多亿元,让人看到了星星之火可以燎原的态势,可是这里面有多少保费是线下转线上,还有多少是把保险当做理财产品卖,还有多少为了营造概念在资本市场上借鸡生蛋,在这个行业摸爬滚打的人心知肚明。

与保费规模和保障作用相比,目前互联网这个渠道还仅是保险的点缀而已。

偏偏有些保险机构把互联网当成了救世主,以为现有的产品跟移动互联网搭上,就可以让保费滚滚而来,所以不遗余力投入,并且当做发展的方向。一段时间后,我们看到了这样的保险互联网应用场景:花了大把的银子打造了销售平台,却是剃头挑子一头热。这边招募了开发技术人员、后台运营人员,配备了高端的服务器和设备,有的甚至成立了公司,那边客户根本不买账,不愿意登录网站或者APP,更谈不上在线购买保险了。没有保费进账,作为先进的销售渠道反而成了尴尬的存在,且已有不少保险公司的互联网公司或者部门在谋求转型。

其实国内保险业与互联网联姻的时间并不短,最早可以追溯到2000年左右,太保成立了国内首家保险电子商务网站。这么多年过去,互联网保险并没有实质性突破。因此,对互联网别期太高。

无论怎样发展,不管叫互联网保险还是保险互联网,都得尊重保险的规律。所谓规律就是,保险是无形商品,服务贯穿了从投保到给付(理赔)的整个过程。在这个过程中,很多内容要靠面对面解释说明,寄希望于通过一个冷冷的手机界面就可完成大部分的保险服务,并不太现实。这也是为什么互联网在各个行业如火如荼发展时,保险营销员今年同比却增加116万人的原因。

并不是说,互联网对保险没有用处。说到底,互联网提供了新平台、新工具。把互联网当做工具,而不是捷径,是拥抱互联网的正确心态。既然是工具,那就有工具的玩法,在提升运营效率,提高服务的便捷性等方面,互联网可以发挥作用。不过,这根本上取决于保险公司的实力和能力,如果有的保险公司依靠互联网提供的服务,效率还不如人工,那就干脆调整。前台一根针,后台万根线,好的互联网应用,反映的是公司后台资源的综合实力。没有必要跟风,也没有必要硬着头皮上,反倒会弄巧成拙。 辛生

特别报道

蚂蚁金服联手保险公司 推四大“双十一”险种

今年双十一,蚂蚁金服将联手多家保险公司,推出退货运费险、物流破损险、正品保证险、品质保证险四大险种来为双十一护航,通过保险的方式来保障用户的网购体验。而且,这当中大部分保险都无需用户承担保费,而是由天猫平台或卖家来为用户投保,购物送险正在逐渐成为电商标配。

两大险种首度亮相双十一

相比往年双十一“退货运费险”的一枝独秀,今年,为双十一护航的保险种类明显增加,正品保证险和品质保证险这两大和商品品质相关的险种都是首度亮相双十一,前者由中国人保承保,后者则由平安产险负责。

蚂蚁金服保险事业部负责人表示,“是否是品牌正品,品质是否符合卖家描述,这是消费者最为关心的两类商品问题,为此,我们分别联合保险公司推出针对性的创新险种,以提升消费者的网购体验。”

据了解,“正品保证险”可帮助消费者获得“退一赔四”的保障,假若消费者在天猫平台购买到假冒商品,不仅将无条件获得退货退款支持,并且能够得到来自人保的赔偿,赔偿金额是用户实际支付商品价格的4倍,消费者可通过在线页面直接提交维权申请,品牌方出具检测报告后,人保即会跟进相应理赔工作,不少与天猫合作的品牌已支持快速品牌鉴定流程。

类似地,如果用户对商品的材质有疑惑,可以在商家发货后的30天内直接在线申请材质鉴定,平安产险所对接的中检集团和国家纺织服装产品质量中心会提供专业的材质鉴定,检测费用

由保险公司承担。如果实际材质不符合商家描述,淘宝和天猫平台就会按照平台交易规则要求商家承担退赔责任,淘宝卖家最高退一赔二,天猫卖家最高退一赔四,按照平台交易规则,整个过程在一周内即可完成。

购物送险渐成电商标配

和以往用户需要自己花钱投保的方式不同,现在的电商保险有很大一部分已经转变为由商家买单为买家投保。以品质保证险为例,卖家会拿出商品货款的千分之一来作为保费为买家投保,买家无需再支付其他的额外费用;而天猫正品险将会由天猫平台率先为用户投保,年投保预算逾百万。

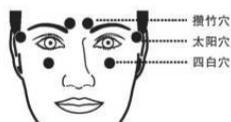
蚂蚁金服保险事业部负责人表示,“卖家愿意投保最主要的动因是两层,一方面是免去因为

材质问题导致的买卖纠纷,交由专业的鉴定公司和保险公司来处理;另一方面,这也是一种低成本的营销方式,为买家投保,是一种新型的营销方式,也是向买家表示自己对于商品品质的信心。”

目前,品质保证险已经涉及鞋类、服装、箱包配饰、居家日用、轮胎及汽车用品等几大类目,该保险上线仅9个月,投保量就已经超过3000万单,在双十一,为用户投保品质保证险的商户将超过6万家。

搜狐

三大穴治眼病 来电免费送



特大喜

讯:最新出版的《神针贴穴根治眼病》一书告诉您一种无需手术、吃药、滴眼药水,“睡着觉就能把眼病治好”的全新治疗方法。你只要按书中指定的方法,20分钟就能见证奇迹!这是铁的事实,绝无半点虚假。

如果您或您的家人正在遭受着黄斑变性、白内障、青光眼、玻璃体混浊、视网膜病变、近视、弱视、眼干、眼涩等眼病带来的痛苦和不便,或者用尽了各种方法还没有得到很好的治疗,您只需拨打我们的免费申领热线

400-1166-709,一本《神针贴穴根治眼病》免费送到您手中!一个电话,就有可能改变您后半生的命运!

本书详细介绍了传统针灸与美国科技完美结合治疗眼病,为广大疑难眼病患者的康复找到了一条全新的、高效的、安全的治疗方法。现在,已有数十万眼病患者朋友通过该书科学指导获得了康复。

目前,1000本《神针贴穴根治眼病》开始面向全国中老年眼病患者进行免费发放。您只需一个电话,不花一分钱,立即掌握一种自己动手战胜眼病的新方法。

免费领取电话:400-1166-709