

### 创新保险服务 浇灌乡村热土

# 前 9 月全市农险签单保费 1.12 亿元

“ 农业保险作为乡村振兴的保障“安全网”，在服务农业强国建设、保障粮食安全、促进农业农村现代化等方面贡献着重要力量。记者日前从国家金融监督管理总局无锡监管分局获悉，今年 1—9 月，全市累计实现农险签单保费 1.12 亿元，较上年同期增长 11.95%；农险累计承保数量 34.51 万件，累计风险保障金额 40.27 亿元。”

#### 创新产品服务 织牢“三农”保障网

农业保险的首要功能便是保障粮食生产的“稳定器”。平安财险无锡分公司因地制宜探索科技创新产品体系，首创稻麦种植收入保险，为农业稳产和农民增收保驾护航。稻麦种植收入保险可在水稻小麦产量减少或价格下跌时按照合同约定进行赔付，为水稻小麦种植户提供产量和价格双重保障，目前已在惠山区落地首单，提供风险保障 60 万元。此外，截至 7 月末，平安财险无锡分公司已完成宜兴市 4 个乡镇三大主粮作物完全成本保险承保工作，累计为 12000 多农户提供 4452 万元风险保障。

在已建的高标准农田项目中，因工程管护、自然灾害、质量问题产生的维护和修复费用，成为政府和工程使用方的一大难题。为此，惠山区农业保险推委会与人保财险探索保险机制，参与高标准农田建设管理维护的可行性，经过近半年的沟通调研和实地查勘，最终达成保险助力高标准农田建设管护新模式。这份保险将为洛社镇石塘湾片区的高标准农田提供为期 5 年、累计 2800 万元的“工程质量+灾毁损失+管护服务”风险保障。



#### 开展普惠保险 助力民生福祉保障

乡村发展的本质是人的发展，乡村振兴的根本目的是让人民过上更加美好的生活。在保障农民养老方面，人保寿险无锡中心支公司持续做好专属养老保险，充分利用数字化平台优势，增加“灵锡”APP、支付宝蚂蚁保险、公众号“人保寿险在线”商城等多渠道线上平台的自助投保通道，受益更多人民群众，更好地满足客户健康养老需求。截至今年 6 月 30 日，该公司累计销售“福寿年年”专属商业养老保险 372.3 万元，累计承保了新市民等灵活就业人群 68 人次。

同时，针对农村服务网点缺乏的实际问题，人保寿险无锡中心支公司大力推介微信公众号“人保寿险 E 服务”“中国人保 APP”“人保寿险管家 APP”等多个线上理赔服务平台，全面开启线上自助服务，开展线上办理“一站式”服务，让客户切实感受到服务温度。截至今年 6 月底，人保寿险无锡中心支公司受理赔付 884 人次，个单线上理赔率 100%，赔款金额合计 273.15 万元。

未来，农业保险将加快高质量发展步伐，持续推进扩面、增品、提标，加大对“三农”领域的保险供给力度，全面助力乡村振兴和农业农村现代化。(刘虹)

### 党建动态

#### 浦发银行江阴支行 开展廉政教育

最近，浦发银行江阴支行党委组织开展了以“吴韵清风 廉润初心”为主题的廉政教育活动，把“清廉守正 善作善成”的廉洁警句根植于党员血脉、武装于头脑、付诸于行动，努力塑造风清气正的社会环境。

该支行党委高度重视此次廉政教育活动，由党委办公室、法律合规部具体实施推动，形成了各党支部、各单位参与的良好局面。在宣教环节，支行党委书记、纪委书记分别讲授了廉洁合规教育课，党委办公室组织员工设计策划了廉洁海报。此外，支行法律合规部与营业部、周庄小微支行、零售业务部联合制作了《知行合一、不忘初心》的廉政教育宣传片，展示了浦发银行“清廉守正 善作善成”的企业文化，并在无锡银协举办的“合规廉洁微视频制作大赛”中荣获三等奖。

#### 交行无锡分行 以金融服务促消费惠民生



今年以来，交通银行无锡分行深刻把握金融工作的政治性、人民性，在消费信贷、养老、医疗、教育等民生服务的土壤中精耕细作，不断满足人民群众的金融新需求。该分行将金融场景延伸到居民生活的方方面面，从吃喝玩乐的小额支出到汽车、装修等大额消费均配置了“惠民贷”“享享贷”“汽车场景金融贷”等专业产品和服务，不断提高百姓生活品质，促进消费复苏。截至目前，该分行“惠民贷”“非房消费贷”分别较年初新增超 4 亿元，今年创新的汽车场景消费贷已投放超 200 笔、金额超 2000 万元。(纪虹丞)

# 大家人寿江苏分公司：将社会责任融入发展的每一步

“我们，生而不同，以国家之名，肩负使命，重归初心；我们，因责任而生，总是选择漫长坚实的路，只因听懂了你最真实的心声。”大家保险集团首支宣传片中的开篇言真意切，铿锵有力，听后让人倍感温暖，充满力量。

从 2019 年 6 月 25 日更名至今，带着化解金融风险使命而生，伴随责任而来的大家保险已迈入第四周年。四年来，坚守保险初心，将践行社会责任融入发展的每一步。大家保险，凭借“善心、公心、匠心”的企业文化，不断将温暖传递给大家。

“夫事成必合于数，故曰道数与时相偶者也。”

自 2019 年开启价值转型起，大家人寿江苏分公司坚持保险“向善、性保”的初心，从零起步持续打造价值增长体系，在发展上一年一台阶，一步一脚印，实现“转型化险”。今年以来江苏分公司已实现新单期交保费及续期实收保费累计突破 100 亿元，存量客户数为 77.93 万户，存量保单达 87.63 万件，服务作业范围囊括江苏省内所有市区及二十多个县域，新单客户群体的年龄范围涵盖出生 28 天至 75 周岁。

四年风雨兼程、四年奋勇向前。创新经营模式、升级服务体验、深化科技赋能、践行社会责任……在大家人寿江苏分公司总经理杨晨光的战略蓝图中，一项项“含金量”高、“含新量”多、“含情量”深的创新举措，厚植了一个可验证、可落地的经营样本，阐释了公司“百亿”之道，更用行动诠释了大家保险“一人为大家，众为一”的初心和使命。

大家人寿江苏分公司结合老龄化现状，依托现有资源，积极宣传养老理念，2022 年完成养老理念宣导 2589 场，参与客户 25371 人次。其中进驻社区进行适老化改造公益宣讲 13 场，服务社区居民 531 人。今年公司着力于社区适老化公益宣讲，进驻社区 354 个，宣讲场次 438 场，服务客户 12625 人。

大家人寿江苏分公司通过为客户提供长期规划建议，构建风险隔离防火墙，向广大客群提供家庭财富保障和人身保障。从 2019 年价值转型起，至 2023 年 10 月底，我们累计服务客户 195 万人次，其中高龄客户（60 岁以上）占比 35.9%。为进一步健全和丰富多层次养老保险体系，我们将以提高个人养老金融投资和养老保障储备水平为目标，在产品匹配、资源适配上下功夫，持续为建立个人养老金制度作出自身贡献，促进养老保障的高质量发展。

大家人寿江苏分公司通过为客户提供长期规划建议，构建风险隔离防火墙，向广大客群提供家庭财富保障和人身保障。从 2019 年价值转型起，至 2023 年 10 月底，我们累计服务客户 195 万人次，其中高龄客户（60 岁以上）占比 35.9%。为进一步健全和丰富多层次养老保险体系，我们将以提高个人养老金融投资和养老保障储备水平为目标，在产品匹配、资源适配上下功夫，持续为建立个人养老金制度作出自身贡献，促进养老保障的高质量发展。

所谓“城心养老”，就是所有“城心”系列社区都在一二线城市最核心的区域选址，离家近、离医院近、离公园近，老人和熟悉的居住环境只有“一碗汤的距离”，既有独立的生活空间、享受高品质护理和服务，也方便子女和老朋友探望，与家庭保持着非常紧密的联系。社区周边生活配套非常完备，可以感受城市生活的烟火气，不会因为脱离原有的生活圈感到失落、苦闷。社区和三甲医院都是一街之隔，解决了老人挂号难、就医难问题，方便老年病和

慢性病的日常治疗和复诊。如遇突发情况，更能保证救治的及时性。

在服务方面，我们把养老服务能力作为核心的竞争力，从护理、运营、医疗、康复、康养、信息化等方面着重进行建设。融合加拿大 RC 五维康乐服务体系与东方本土智慧，通过对长者身心状态、兴趣爱好、社会联结等方面的科学评估，围绕“身体、认知、情绪、社交、精神”五个维度，为长者构建起大家五维康乐服务体系，让长者保持独立性并能掌控自己的生活，实现人生的整合与圆满。

集团高度重视养老产业在江苏的布局，将承接养老产业建设与运营的“大家健康养老产业投资管理有限责任公司”总部设立在苏州。目前大家健康正在江苏的南京、苏州、无锡等地进行广泛选址。

【关键词】服务地方  
问：请介绍一下江苏分公司在服务江苏经济发展、特别是在振兴促进县域经济发展方面采取了哪些创新举措？  
答：截至 2023 年 9 月末，公司寿险资金在江苏省内累计投资项目 228 个，项目类别包括债券类、基础设施类、不动产类、未上市股权类、上市股权类和其他金融资产类，累计投资余额达上百亿元。  
在过去的几年里，大家人寿江苏分公司积极响应国家政策，加大在下沉市场的业务布局，为农村地区的经济发展注入了新的活力。在我们目前存量客户数和存量保单中，下沉市场客户占比 47.8%。  
具体做法一是通过加强与网络体系健全、符合二元结构的金融机构合作，为农村客户提供了更加便捷的投保渠道。二是注重提升下沉市场客户的保障水平，以终身寿险为基础，不断推动重疾、医疗、意外等险种的覆盖，为下沉市场客户提供了全方位的风险保障。这些举措不仅有助于提高下沉市场客户的幸福感和安全感，还为当地的经济发发展提供了有力的支持。  
【关键词】科技加持  
问：在数字化转型的行业大背景下，大家保险如何着力增强数字化水平，打造智能化服务体系，探索“保险+科技”的创新发展模式？  
答：集团积极开展数字化转型，利用新科

技、互联网、大数据、人工智能改造自身的系统，创新提出以一个愿景、两个定位、三大能力、四项措施、五大支撑为内容的“一二三四五”数智运营蓝图，加快向数智运营的转型。

立足江苏市场，我们坚持通过优化承保流程，推进投保全流程线上化，改进承保服务质量，提升承保服务体验。2023 年以来，江苏分公司承保线上化率高达 90.2%，手工单业务时效提升 38%。

通过线上保全功能全覆盖、远程视频保全、智能保全等措施，持续优化保全功能，实现保全自助化、自动化、无纸化。2023 年 10 个月保全受理 25 万件，时效 0.003 天，线上化率 97.4%；通过探索基于移动端的理赔服务新流程，提升理赔服务时效，持续改善内外部用户的理赔服务体验；通过推动电话服务的专业化智能化转型，提升电话服务指标与电话服务质量。2023 年以来，江苏分公司理赔线上化率 72.3%，大大提升了理赔服务效率。平台建设方面，面向 C 端客户，大家人寿可线上化功能上线率达 100%。

此外，公司个险渠道启动 AIGC 数字人智慧招募官项目，为绩优伙伴采集并生成一个复刻的数字人，由数字人帮助生成视频，未来可以做私域内容传播，也可以做公域直播，让营销团队更好地服务于更广阔的客户市场。

【关键词】人才集聚  
问：寿险业的高质量发展，离不开人才的加持，大家人寿江苏分公司如何提升自身的“软实力”来打造一支高质量的团队？  
答：当前保险行业正在飞速纵深发展，监管部门更加关注寿险公司如何向高质量发展转型。我顺应行业趋势，拥抱变革，在努力寻找业务突破口和新的业务增长点的同时，更加侧重于打造一支综合素质过硬、勇于担当且有高度文化认同，拥有“大家基因”的团队。为此，我们分公司着力于以下几点：  
一是构建人才供应链、发展链，打造一支精英团队。  
银保条线，启动大学生专项招募计划，同时建立健全考核晋升机制。当前银保条线人员超千人，大专及以上学历占比 90%，入司年龄 45 周岁及以下占比 95%。  
个险条线深入探索代理模式，积极组织“独代事业”交流会。通过星河、星链等计划，吸引优秀人才，并且联合高校专业力量，

培养公司“专业化、职业化、数字化”的独立营销人员。

分公司强化干部内部培养与晋升，通过公开透明的晋升机制，确保员工对公司的信任与进取心不受动摇，最终形成公司可持续发展的经营能力。

二是创新作业模式，形成差异化竞争优势。我们紧跟行业变化趋势，适时推出适合当下的作业模式，如：“训练营”“717”“网经七部曲”“网经两重曲”“1422 业务模型”等。通过全面推进网点经营活动落地，客经活动提质增效，固化我司银、个团队特色化作业模式，让员工方向更清晰，步履更坚实，进而对公司的认可度更高。

三是坚持文化引领，激活“大家基因”。在践行“善心、公心、匠心”企业文化的同时，我们也推出了分公司的子文化：“透明、竞争、学习”。它指引我们做人做事要干净透明，竞争氛围要透明干净，同时也要互相学习，共同成长，共同进步。这一条条的企业文化，根植在我们大家的内心，形成了我们大家独有的一份忠诚与使命！

【关键词】服务提质  
问：保护消费者权益，是行业持续健康发展的根基。近年来，大家人寿江苏分公司通过哪些举措形成保护消费者权益与有序发展的正向循环，让服务不断提质？  
答：我们始终坚持以做好消费者权益保护和金融教育宣传工作，提升公众风险防范意识，通过“线上+线下+分支机构高管参与”的三轮驱动，开展了形式多样的宣教活动。  
一是线上开展“2023 我是金融宣传员”微信推广活动；开展以案说险、风险提示等线上宣教活动；二是线下充分利用职场阵地宣传；面向“一老”“一小”“一新”以及农村地区人群开展精准定位宣传教育。三是分公司总经理高度重视，拍摄宣传视频；开展总经理接待日活动，重视客户服务。  
以 2023 年“3·15”活动为例，分公司及下辖机构通过线上转发总公司官微推文 10 条，触达消费者近万人次；以案说险等宣传作品共发布 23 条，浏览量共计人次 1.95 万；线下开展对外宣传教育活动 21 场，内、外勤专题培训线上、线下 7 场。活动共计发放宣传资料 976 份，网点宣教教育覆盖率 100%。共触达消费者 2.95 万余人次。