互联网金融推动保险细分化新趋势

保险流行“拆零” 快速组合“菜单”

在互联网金融的冲击影响下，保险行业也在悄然发生变化：原来保障“大而全”的产品，根据客户不同的需求，被细分切割成一个个新的保险产品，同时由于保障范围的大幅缩小，价格也变得非常亲民。“碎片化”“通俗化”趋势带来“小快灵”保险新品种的不断问世，保障内容浅显易懂，便于快速选择。

乳腺癌单列有的放矢

最近，上海市疾病预防控制中心发布了2013年上海市癌情监测数据，乳腺癌已成为上海女性“第一杀手”。按照惯例，乳腺癌属于重大疾病险保障的几十种疾病之一。重疾险对疾病品种的规定和描述精确而详细，保单从头看到底，那么多的医学名词顿时让你感觉上了一堂科普课。打包销售的重疾险保障完全，一般来说，每年的投保费用需要数千元。

所谓“碎片化”，就是把比较昂贵的保险通过分解，大大降低保费。防一种病，不必花大价钱去买很多保险。本月，一款女性乳腺癌专项公益保险引起消费者关注。客户支付50元，可获得1年期10万元保额的乳腺癌保险（超过40岁保费为150元），最高可购买30万元保额，投保免体检，确诊即赔。

女性乳腺癌专项公益保险在网上推出后，结果出人意料，很多男士也积极购买这种产品，作为像玫瑰一样的礼物送给妻子或女朋友。两家外资银行主动前来联系，希望为近2000名女性员工投保。

保障简化投保更方便

保障变得简单，条款通俗易懂，保险“拆零”卖大大降低了单价，消费者按需在“菜单”上自行组合，让保险尽显平民化本色。这样的保险产品在网上有不少：自驾游保险，3个月保险期间的20万元保额售价2.3元；无限次酒后代驾加上免费轮胎保障，最低665元；航空意外保障，1年保额100万元，标价35元，只是一杯咖啡的价格；境外旅游保险，7天以内一份20元，时间更长的可以根据天数自己勾选保障时间……

当车牌变成“最贵铁皮”，人们为爱车以及旅游等不断花钱时，很多人没有意识到，人的生命保障才是最重要的。网上的简单保险虽然只是一些入门级的产品，但是投保方便，让更多人接受和习惯使用保险。

服务从后端移到前端

“健康管理”也是从健康险中细分出来的，倡导“早知道、早预防、早治疗”理念。它能帮助人们预防健康风险，提升生活品质。比如，保险公司与“全球名医”机构合作，为保险客户及其家人提供“专家咨询”与“二次诊疗”服务。

复星保德信人寿总经理孙建军本周表示：“一直以来，保险被定位为终极体验，买保险一般都是死亡或残疾才能获得保险利益，这样对客户太残酷了。可以把终极体验打造成过程体验，通过‘健康管家’等服务，购买保险得到即期服务。”

本报记者 **谈璎**

上海农商银行金融便利店

居民喜欢“有空来坐坐”

城 走近社区银行

夜幕下的控江路车水马龙，熙熙攘攘。为了满足周边社区居民日益增长的晚间金融服务需求，上海农商银行控江金融便利店四年如一日，坚持为客户提供延时的晚间人工金融服务。如今，常来这里坐坐成为了许多社区居民茶余饭后的首选。

控江金融便利店有着一支年轻的工作团队，成员平均年龄不到三十岁，现在的负责人是个“90后”的胖小伙。每当有客户前来咨询问题时，他总是耐心地解答；遇到熟悉的客户，还会拉拉家常，谈谈股票和基金，探讨人生财务规划等。“先成为客户，再成为朋友，最后变成家人”，这是胖小伙的经营理念。

店员们的工作时间是下午2时到晚上8时，那业余时间都在做什么呢？他们忙着深入社区，为社区居民宣传国家金融政策、法规，普及金融知识。同时，员工们还积极将金融便利店与社区服务中心相结合，力争把金融便利店打造成为社区的金融学校。附近社区的居委会、老年活动室、社区文化艺术活动中心是员工们每周必到的地方。今年一月，员工们在控江路1200弄的居委会举办了社区新春茶话会，对居民们购买的各类互联网金融产品进行了详细的介绍，用幽默风趣的语言向客户揭示了部分理财产品潜在的风险。

经过控江金融便利店几年的不断宣传，附近的中老年客户已经了解了最基本的金融知识，并逐步愿意接受一些新型的金融产品。他们从以前只接受定期存款、国债等保本保收益产品，慢慢向基金、保险、贵金属等理财方式转变，这也是金融便利店不断普及金融知识的成果。

此外，控江金融便利店还根据最新的资本市场走势，向附近的中青年居民推荐优质的股票型基金和债券型基金，帮助许多进取型的客户获得较好的投资回报。

据了解，上海农商银行金融便利店本着“您下班，我营业”的服务理念，对社区银行进行了有益的探索和创新：网点舒适度优于普通银行网点，柜面办理业务等候时间短，金融产品更贴近社区居民需求，营业时间能兼顾上班族和退休老人，业务范围基本涵盖了社区居民的需求，为社区尽职做好金融知识的普及等。它们扎根于居民密集的社区周边，深受社区居民的欢迎。**尚依**

上海农商银行 SRCB

■ **上海市银行同业公会提示**：根据个人还款能力，请理性申办信用卡 **绍波** 画

新华保险上海分公司四星柜面挂牌

3月19日，新华保险上海分公司举办诚信服务主题活动暨星级柜面现场揭牌仪式。经过6个大项90个具体指标的审核，新华上分于近期通过新华保险总公司星级服务柜面水平认证，成为首批获得四星级服务柜面认证的机构。

目前，新华上分共有两个客户服务中心，均参照最先进的金融服务窗口标准建立。

马娴娜

重疾险早买早保障
友邦升级“全佑一生”

近日，友邦保险升级了明星保障系列产品“全佑一生”，推出《友邦全佑一生“七合一”保障计划（加强版）》。

与普通版对比，加强版还提供针对男性女性易高发的特定癌症保障，除给付第二类重大疾病保险金和癌症保险金外，还可一次性给付50%的基本保险金额。同时，费率保持不变，缴费期相比普通版来说还可免减一年，仅需交费19年。

众所周知，一些“小毛病”的就诊费用对市民来说不是大问题，依靠社保、单位团险门急诊可以得到较好的支持。而一旦发生重大疾病，就很难想象会给家庭造成多大的经济压力。癌症近年来呈现出年轻化的趋势，处在高强度工作压力下的都市白领健康状况令人担忧。部分重大疾病在早期发现阶段立刻干预，治疗痊愈的几率还是比较高的，但患者必须马上拿出一大笔的治疗费用，这还不包括术后的药品费、后期的疗养费、误工费、丧失工作能力等损失的费用。通过购买重大疾病保险转嫁风险是明智的选择。对于消费者来说，越早购买、越年轻，投保时保费负担越低，也能够越早地享受保障。**孙彦**

城 敬老服务

让长者在银行有“家的感觉”

建行上海分行为老年客户提供人性化服务

在日渐老龄化的上海，老年金融消费者群体越来越庞大，如何为他们提供便捷、高效、人性化的服务？

爱心系列成“标配”

踏入建行闸北支行营业室的大堂，高柜上“爱心窗口”的字样格外显眼，70岁以上老年客户能享受到优先叫号服务。

专门为老年人设立的“爱心专座”，被安排在大堂适当的位置。营业室为腿脚不便的老人修建了升降式“绿色通道”。等候区和理财室摆放报刊、杂志以便阅读。便民箱中配置了老花镜、风油精、纸巾。当老年客户有如厕需求时，大堂经理热情引导老年客户至二楼贵宾理财中心卫生间。凡此种种，是建行上海分行众多网点的“标配”。

人文关怀贵在用心

在网点大堂，建行推行实施“迎、分、动、送”老年客户全流程服务。

“迎”：当老年客户进入网点内，大堂经理要礼貌问候客户。“分”：大堂经理引导客户取号，并安排客户在等候区“爱心专座”就座。“动”：大堂经理了解老年客户业务办理需求，并到“爱心窗口”了解柜员当前业务办理情况，陪同老年客户到“爱心窗口”，全程协助客户、柜员之间的交流和业务办理。“送”：业务办理完毕，大堂经理协助客户收好财物和单据，将客户送至营业厅门口礼貌道别。

同时，建行不放松对老年客户办理业务的风险防范，如警惕老年客户陪同人员是否存在误导或暴力胁迫客户等情形，将特殊原因老年客户的业务办理单据，特别是上门服务的业务办理单据进行登记和妥善保管等。

遇见急难挺身而出

一位六十多岁的男客户步履蹒跚走入建行上海青浦支行营业室。大堂经理见其面色不好，便关心地上前询问，客户摇头示意并无大碍。

过了一会，大堂经理见他面色苍白、精神状态愈来愈差，决定马上启动突发事件应急措施，拨打120、110，将客户送去青浦中山医院。营业室主任、支行综合管理部经理也随即赶往医院，为客户挂号、协助拍片。病人体温高达40℃，片子显示有轻微脑梗。医生说，幸亏送得及时。在医院陪同患病客户2个多小时后，客户的女儿终于从市区赶到了医院。建行员工将病历资料、背包等物移交其女儿，在确认客户没有生命危险的情况下，才离开医院。

扩大半径辐射社区

对于行动不便的老人，建行员工提供上门服务，亲自去老人家里或者所在医院核实情况。

2013年12月中旬，有位客户来到建行杨浦平凉路支行，为其老父亲打印一张流水账单。打印流水不能代办，建行就派出两名工作人员上门核实，证实是本人意愿后，再回到网点打印好流水账单交给客户。

无独有偶，2014年1月中旬，一位客户前来网点，说父亲卧病在床，但刚发下来的退休卡需要更改密码才能取钱使用。网点派出两名工作人员来到其家中，证实修改密码为本人意愿后，由其子回到网点办理修改密码。

点滴勾勒尊老心，倾注尽现敬老情。建行上海分行不断完善敬老服务各项制度，扩大尊老爱老的辐射半径，让长者在建行有“家的感觉”，让夕阳闪耀出灿烂的光辉。

葛玮