

快公司转型样本： 阳光保险的顺势与坚持

□ 杨轩

连续三年上榜中国企业 500 强的阳光保险,2013 年继续保持稳步成长——截至 11 月底,集团当年保费收入突破 334 亿元,预计全年保费收入 360 亿元,总资产将突破千亿元。

2013 年,十八届三中全会开启改革新征程,互联网和大数据带来的思维和技术变革,深刻地改变着社会,金融融合趋势更加明显,正如阳光保险集团董事长张维功所说:“经济改革进入深水区,大金融、大资管、大财富时代全面来临,互联网、移动互联网正在形成另外一个全新的世界。”为此,阳光保险在变与不变的尺度中寻求自己的发展之道,明确提出了互联网、大金融、终极客户三大战略方向。

互联网保险 变革传统模式

为推动互联网战略的实施,阳光保险将以互联网视角开发互联网保险金融产品;以互联网思维方式对传统模式下的产品、流程、服务进行变革再造。

这家早在 2011 年以最具想象力创新理念开发出全球首款虚拟财产保险的公司,在互联网和数据热潮来势汹汹的 2013 年,在科技、服务、产品等方面着力改革创新,在移动展业、移动理赔上都取得了一定突破,成为业务发展的重要支撑。阳光产险推出了具有一键报案、现场拍照、索赔处理、保单查询等多种功能的“阳光闪赔通”手机软件。而随着“阳光保险”微信公众平台的上线,客户出险

“

阳光保险,2013 年继续保持稳步成长,预计全年保费收入 360 亿元,总资产将突破千亿元。阳光保险集团董事长张维功所说:“经济改革进入深水区,大金融、大资管、大财富时代全面来临,互联网、移动互联网正在形成另外一个全新的世界。”

世安康”,将疾病保障种类从原来的 35 类扩大到 42 类,集轻症、重疾、身价保障和养老于一身,回归保障本源。

QDII 资格 助力大金融战略

随着大金融时代的到来,保险业也在变革中迎来更多的发展机遇。阳光的大金融战略将以全新视角的金融理念创新传统保险与资管模式,满足客户多层次保障和综合财富管理需求。

2013 年阳光保险在深化大金融战略的道路上屡获新突破。10 月 28 日,阳光人寿获批取得开展保险资金境外投资业务的资格。根据保监会批复,寿险聘请阳光资产管理公司为境内受托人、瑞银集团为境外受托人,渣打银行为托管人。国家外汇管理局批准阳光 12 亿美元的外汇额度,这是阳光保险资金“走出去”迈出的重要一步。

阳光保险大金融规划提出将打通产、寿与资管的界限与隔阂,建立规范的联席会制度,树立资产管理的终极客户思想,变被动的管理资产模式为资产驱动型业务资产发展模式。同时,运用互联网的创新及线上线下 (o2o) 结合模式,尝试营销员销售金融、财富管理产品。

“一个客户、多个产品 与全客户生命周期”

阳光保险成立以来,始终将打造卓越的客户服务能力作为公司重要的战略追求之一,2012 年该公司就提出了终极客户的思想,并将终极客

户战略作为公司存在理由的根本体现,作为公司战略发展的主线和集团所有战略的基石。2013 年,阳光保险继续展示着一贯重视客户服务的传统。一是深耕保险服务。截至 11 月 30 日,阳光产险“闪赔”案件平均处理周期仅 0.94 天,最快实现报案后 3.45 小时赔款到账。自“闪赔”实施以来,共有 270 余万客户享受到了这一服务。2013 年初,阳光人寿在保监会举办的首次全国性人身险公司客户满意度测评中,理赔满意度和投诉处理满意度两项指标均排名行业第一。二是阳光保险积极为客户提供资产管理、理财、小贷等综合财富管理服务。2013 年 9 月阳光保险推出了淘宝平台首款理财产品“理财一号”,“双 11”期间,启动“2013 造富网民 阳光行动”大型在线营销,推出了高收益理财产品“阳光理财王”。随着保险金融集团化的不断推进,阳光努力寻求为客户打造一站式的保险金融服务。

2014 年,阳光保险将强力推进“一个客户、一个账户,一个阳光、多个产品,全客户生命周期”的客户拓展管理模式,切实以客户需求为导向进行产品开发,建立统一的客户服务标准体系,有效解决客户体验方面存在的突出问题等工作,以真正提升客户服务水平,改善客户体验。

面对互联网和大金融时代带来的机遇和挑战,阳光保险提出互联网、大金融、终极客户三大战略,这其中改变的是紧跟时代发展和满足客户需求的思维及工具,不变的是以客户为中心的思想。有财经观察人士分析,三大战略将成为这家公司寻求发展机遇的战略基石,助推其实现综合金融集团全方位发展目标。

资讯



2013 品牌中国年度人物颁奖盛典举行

12 月 18 日,2013 品牌中国年度人物电视颁奖盛典在北京国际饭店隆重举行。2013 品牌中国十大年度人物逐一揭晓,郭川、邓兴旺、毛继鸿、许景南、王林祥、徐和谊、陈伟鸿、王健林、张小龙、姚劲波荣膺“2013 品牌中国十大年度人物”,韩海行获得“2013 品牌中国年度人物新锐奖”,林颖伟获得“2013 品牌中国鞋行业领军人物”。颁奖盛典在品牌中国产业联盟“老、中、青”三代登台致辞中拉开序幕。联盟秘书长王永表示,这十位年度品牌人物是为中国赢得尊敬的代表,要向他们致敬,并一齐为“品牌,让中国更受尊敬”的伟大梦想而努力奋斗。

中国青年女科学家颁奖仪式举行

12 月 17 日,中华全国妇女联合会、中国科学技术协会、中国联合国教科文组织全国委员会、欧莱雅(中国)和中国科技界的代表们齐聚北京,共同庆贺“中国青年女科学家奖”走过了十年并为第十届中国青年女科学家奖获得者颁奖。为在全球范围内彰显女性在科学领域发挥的重要作用,1998 年,欧莱雅与联合国教科文组织共同创立“为投身于科学的女性”计划。10 年间,共有 86 位优秀女科学家获此殊荣。这一奖项表彰和鼓舞了一大批在基础科学和生命科学领域取得重大科研成果的青年女科学家,为提高女性科研人员的社会地位、推动中国女性投身科研事业做出了突出贡献。

2013(第 11 届)中国营销盛典落幕

近日,由《销售与市场》杂志社主办的 2013(第 11 届)中国营销盛典暨中国营销创新奖颁奖典礼在北京盛大召开。本次中国营销盛典的主题为“变局点——中国市场再五年”,营销专家们和企业家们一同探讨与展望了未来五年中国企业的新机遇。这是中国营销盛典走过的第十一个年头,在过去的十一年里,中国企业赢取过机遇,也迎接过挑战。作为中国发行量最大的营销专业媒体,《销售与市场》无疑见证了中国企业的成长与市场的变革。而如今中国的企业又将面临一场前所未有的考验。

首份孕婴童品牌口碑研究报告发布

近日,中国统计信息服务中心发布《2012—2013 年度中国孕婴童行业品牌口碑研究报告》,据悉这是国内首份基于大数据研究的孕婴童行业消费者信息数据报告。发布会由国内权威的行业刊物《妈妈宝宝》杂志社作为独家报告授权发布单位共同主办,新华网参与协办。报告公布了 2012—2013 年度中国好口碑相关品牌,飞利浦新安怡电动吸乳器、妈咪爱、雅滋美特等品牌分别被收录 2012—2013 年度“人气单品”、“品牌认可”、“消费者好评”等中国好口碑序列。国家相关部门和行业的领导、专家、主流新闻媒体及品牌企业代表等百余人参加了报告会。



中信信托
CITIC Trust



信托文化中国行
Trust Culture China Tour



21世纪传媒
21st CENTURY MEDIA

21世纪网
21cbh.com
财经新闻源点

新金融 信动力 美丽中国的信托推动力 (上海)

2013年12月20日 中国·上海
主办单位:中信信托 21世纪传媒21世纪网

会议议程:(拟)

- > 主题一:中国金融改革如何进行更利于行业发展
- > 主题二:从三中全会改革决定看企业与个人的投资机遇
- > 主题三:明年国际金融形势展望及对中国的影
- > 主题四:信托价值与信托制度的优势发现
- > 圆桌论坛:长三角地区经济转型中如何分享产业机遇

活动咨询:熊女士 010-88091692-861 余女士 020-83003544

媒体支持:21世纪经济报道、理财周报、新浪财经、腾讯财经、和讯信托、网易财经、金融界、东方财富网、南都网、1财网、每日经济新闻、凤凰网等