

循序渐进 量力而行

购买一份保险 给青春一份保障

本报记者 李玉亮



买保险，是人生必做的10件事之一，但问题是：该在什么时候做？怎样开始买保险？最先该买的，又该是什么样的保险？如此多的保险种类到底该买哪种？其实，这本身就是一种多样性的选择，因人而异。

消费型保险门槛低 适合年轻人

保险专家认为，对于刚工作不久、经济并不宽裕的年轻人来说，消费型的定期寿险和定期重疾险是较为经济和实用的两类险种。

消费型的定期寿险具有“低保费、高保障”的特点，通常几百块钱的保费就可以购买到较高保额的定期寿险。而且，定期寿险不但涵盖了意外险中意外身故的保障功能，同时又兼具了疾病身故的功能。所以，对于经济能力有限的年轻人来说，定期寿险是你的第一选择。

为人子女者，刚踏入社会不久，还没来得及赡养二老，如果不幸发生，留给父母只有无尽的痛苦，但是如果有一笔保险赔偿，至少能够在经济上减轻父母的负担。

配备重疾险，应对疾病威胁

除了定期寿险，你还需要一份定期重疾险。

重大疾病正在逐步演变成摧毁幸福家庭的隐形杀手，全球癌症领域顶级杂志《CA:临床医师癌症杂志》公布的2015年癌症统计数据显示，2015年中国癌症总发病429.16万例，总死亡281.42万例，肺癌和胃癌位居全国癌症发病及死亡的前两位。另外一个可怕的消息就是，重大疾病的发病率越来越年轻化。

高额治疗费用导致无数的患病家庭倾家荡产，这种不幸几乎每个人的身边都曾发生过或者正在发生。所以，不妨选择一款保费适中的定期重疾险及早做好基础的大病保障。

当你确定了所需保险种类后，是否又在纠结该买多少额度？

保额应根据个人收入确定

保险专家建议，定期重疾险的保额需要兼顾三方面的损失：一是治疗费用，二是后期的休养费用，三是因病而造成的收入损失。简单地说，假如不幸发生大病或者不幸身故，自己和家人需要多少数额的补偿来维持今后的生活？那么，你和你的家人所需要的补偿数额就是你需购买的保额。

如果计算出的保额以现在的收入交不起又怎么办呢？

建议是，不要勉强，从你能够支付得起的保额开始买，不要因为一开始把目标定得太高，导致手头钱紧。毕竟，保险这东西，有总是比没有好，就是保障低一点，也比完全没有保障来得好。待到未来收入增加了，自然可以给自己添加保额或者添置新的保险品种。

右脚诗人左岸 做客太平人寿东营中支



4月5日，太平人寿东营中支三月份月度例会邀请到了用生命谱写乐章的史口镇范家村“右脚诗人左岸”。左岸为太平员工讲述了他与先天脑瘫顽强抗争、克服自身困难的人生经历。分享他对生命真谛的认知，对生活的热爱，对知识的渴望和痴迷。

通过自学，左岸学完了从小学到大学的文史课本，凭借右脚踏时两年创作出版17万余字的诗集《左岸之贝—回到耳朵的诗意》。左岸的励志事迹引起了现场员工的强烈共鸣，会场中不时响起热烈的掌声。

在互动环节，左岸用右脚踏时回答员工们的问题，虽然是简单的几个字，却需要几分钟的时间；临别之时，左岸还请主持人将自己精心准备的文章《快乐地做人、认真地做事》分享给大家，使大家深受鼓舞和感动。

一位员工表示：“左岸的人生经历启迪我们，要怀着一份感恩的心，团结协作，珍惜工作岗位，不制造负能量，传播正能量，做一个追求卓越的人。”

会后，太平员工对左岸的诗集《左岸之贝—回到耳朵的诗意》进行了认购；截至发稿，太平员工目前已认购1300余册。同时，太平人寿也倡议更多喜欢左岸的朋友积极拥护左岸，分享《左岸之贝》。

新华保险公布2015年度业绩

净利润达86亿 总投资收益率创新高

3月29日晚间，新华人寿保险股份有限公司公布了截至2015年度的业绩。

2015年，由于投资收益增长和保险业务累积增加带来的收益，公司实现归属于母公司股东的净利润86.01亿元，同比大幅增长34.3%。

截至2015年末，公司总资产规模达到6,605.6亿元，同比增长2.6%；归属于母公司股东权益为578.35亿元，同比增长19.6%。

公司内含价值达1032.8亿元，同比增长21.1%。一年新业务价值实现66.21亿元，创近年新高，同比增长34.8%。偿付能力充足率达到227.43%，同比上升0.9%；偿二代体系下，综合偿付能力充足率为280.96%。

2015年度，新华保险的整体业务保持平稳增长，实现保险业务收入1,118.59亿元，继续保持市场第三的地位。其中，新单保费收入523.39亿元，同比增长18.7%。保险营销渠道方面，全年保险业务收入为513.54亿元，同比增长8.6%。其中，新单保费收入为125.41亿元，同比增长36.7%；续期保费收入为388.13亿元，同比增长1.8%。营销渠道总人力达到25.9万人，同比增长47.6%。

投资表现方面，截至2015年末，公司投资资产规模达6356.88亿元，同比增长1.6%；全年实现总投资收益率7.5%，较上年提升1.7个百分点。

2016年是新华保险成立二十周年，公司上市五周年，面临复杂的外部环境，新华保险将继续秉承“以客户为中心”的战略，坚持回归保险本原，坚持变革创新。业务发展上，在保持业务持续稳定增长的基础上进一步优化业务结构，着力推动期交业务的增长，持续提升保障型产品的占比和加强成本管理。队伍建设上，以提高举绩率和产能为核心，提升队伍的销售能力。服务体系上，以提升服务效率为核心，充分运用移动互联网、社交媒体等数字化技术和平台，改善客户体验。管理体系上，进一步完善业务计划、财务预算以及考核激励机制的有机结合，提升分支机构自主经营能力；强化制度建设，建立统一、专业、标准、高效的管理体系。风险管控上，以确保不发生系统性风险为底线，高度重视现金流风险和非常态退保风险，强化内部管控。

“BrandZTM最具价值中国品牌100强”

中国平安跻身前十

近日，全球最大传播服务集团WPP及全球领先调研机构华通明略共同发布了第六届“BrandZTM最具价值中国品牌100强”年度排名。中国平安凭借156.24亿美元的品牌价值，跃升至榜单第九位，较2015年提升两位，跻身十强之列，并一举摘得中国保险行业第一的头衔。凭借品牌价值同比上升41%的高增长率，中国平安入选上榜“品牌价值增长20强”，反映集团的发展策略满足中国新兴中产阶级的金融需求。

该榜单指出，受惠于中国中产阶级对财富增值需求不断扩大，去年保险行业总体价值提升了44%，是2016年“BrandZTM最具价值中国品牌100强”中表现最佳行业类别之一。报告解释称，中国保险行业总体价值提升受惠于中国中产阶级的需求增长：随着中国中产阶级的崛起，他们开始寻求更多元化的保障类产品，包括健康保险或养老保险。此外，政府法规的不断完善使客户对自己的保险投资拥有更强的安全感。报告提到“特别是中国平安，已经发展成为多元化全业务金融公司，同时提供投资理财产品，这些产品的风险可能比震荡市场环境下的股票投资的风险更小一些。”

中国平安表示，集团品牌能够在“BrandZTM最具价值中国品牌100强”榜单上摘得中国保险行业第一的殊荣，是对平安长期致力提升品牌价值工作的认可。以“国际领先的个人金融生活服务提供商”为目标，中国平安将持续以个人客户为中心，不断探索和升级“一个客户、一个账户、多项服务、多个产品”的客户经营模式，加大力度推进开放式互联网金融服务平台的建设，提升客户服务和体验，为客户提供专业化、标准化、全方位的一站式金融理财服务。

“BrandZTM最具价值中国品牌100强”自2008年起发布，由世界高端品牌传播服务集团WPP旗下权威调研公司华通明略对品牌进行估值，是目前最权威和最全面的中国品牌排行榜。该项调查不仅采用了彭博社和Kantar Worldpanel的财务数据，同时结合了通过访谈收集而来的40多万名中国消费者的观点。据悉，除中国平安外，进入本年度榜单的其他多家知名中国企业还有：腾讯、中国移动、阿里巴巴集团、中国工商银行、百度、中国建设银行、华为、中国农业银行及中国人寿等。