

稳中求进业绩良好 太保全力打造服务生态圈

近日,中国太平洋保险(集团)股份有限公司公布 2019 年中期业绩。截至 2019 年上半年,集团实现营业收入 2203.86 亿元,其中保险业务收入 2078.09 亿元,同比增长 7.9%;集团净利润为 161.83 亿元,同比增长 96.1%。

中国太保立足客户对“保险产品+服务”的多元化需求,持续夯实协同发展基础,以满足消费者全方位保险保障需求为动力,持续提升基础服务和增值服务体验,打造保险服务生态圈,树立智慧、责任、有温度的“太保服务”品牌。

上半年业绩表现良好

今年上半年,在国内外风险挑战明显增多的复杂形势下,中国太保一手抓新周期下的稳健发展,紧盯当期主要业绩指标达成,总体经营业绩表现良好;一手抓补齐短板的转型突破,建立并优化转型作战机制,推动转型项目落地实施,为提升公司长远发展能力攻坚克难。

具体来看,中国太保寿险进一步推动业务向均衡发展转变,剩余边际余额持续增加。上半年,太保寿险实现新业务价值 149.27 亿元,同比下降 8.4%,与去年同期相比,业务进一步向均衡发展转变;寿险业务剩余边际余额 3154.60 亿元,较上年末增长 10.5%;太保寿险续期业务增速 9.9%,推动上半年保险业务收入同比增长 5.6%,达到 1384.28 亿元。

中国太保产险业务综合成本率保持稳定,非车险占比持续提升。产险业务加强费用成本管控,上半年综合成本率 98.6%,同比持平;产险业务收入同比增长 12.6%,达 691.58 亿元,其中非车险业务收入同比增长 31.1%,



占比提升 4.7 个百分点,达 33.3%。车险通过加强续保管理实现增长动能转换,直接掌握客户资源的能力提升;农险、责任险、保证险等新兴领域快速发展,其中农险实现原保费收入 43.08 亿元,市场份额快速提升。

今年上半年,中国太保实现年化净值增长率 5.9%,同比上升 1.1 个百分点;年化总投资收益率 4.8%,同比上升 0.3 个百分点;年化净投资收益率 4.6%,同比上升 0.1 个百分点;集团管理资产达到 18730.28 亿元,较上年末增长 12.5%;其中,第三方管理资产规模达到 5167.46 亿元,较上年末增长19.5%。

大灾面前服务不打折

中国太保产险通过 95500 区域集中作业、集约化运营的业务模式,肩负全司 42 家

分公司的报案受理、案件调度、业务咨询、增值服务以及客户投诉等相关电话服务和在线服务工作,为客户提供 7*24 小时 *365 天不间断的一站式保险服务。截至 2019 年 6 月底,中国太保产险 95500 总人力 1185 人,电话呼入人工接通率达到 99.14%,客服代表服务满意率达到 99.97%。

大灾面前更能体现服务的成色。在超强台风“利奇马”期间,为第一时间响应客户需求,中国太保产险呼叫中心员工克服上海地区部分地铁等公共交通停止运营、出行地段严重积水等种种困难,提前投入到工作中,确保客户来电的及时响应。

同时,因台风登陆当天波及范围广、受灾地区灾情严重,8 月 10 日台风登陆当天上午,话务量增幅近 100%,营运中心及时调集华南

分中心 95500 团队进线支援,确保客户来电及时响应。

8 月 11 日 20 时 50 分前后,台风“利奇马”经过江苏,台风中心在山东青岛市黄岛区沿海再次登陆。受台风影响,中国太保产险呼叫中心山东分中心所在地淄博多条道路进行交通管制,部分公交线路停运,为保障客户进线顺畅、急他人之所急,95500 山东分中心无一人请假,山东分中心全员待命 24 小时守候,部分员工连续坚守岗位超 12 小时。

打造进博服务“2.0 模式”

近年来,中国太保以提升服务贸易领域的保险供给能力为使命,积极探索对外贸易产业的综合保险保障机制,不断提升服务社会经济发展的综合风险管控能力,建立与国际惯例接轨的服务贸易保险保障体系。

在服务举措上,中国太保通过队伍升级、工具升级、风控升级、理赔升级和通道升级五个方面全面打造进博服务 2.0 模式,实现从“不一般”的保险服务向更高质量的“太保服务”迭代升级。

作为进口博览会核心支持企业,中国太保充分发挥上海主场优势,从单一的保险服务支持转向全方位合作支持。前期,中国太保已成功协助招展法国欧葆庭养老公司和三井住友集团,前者填补了第二届进口博览会养老服务板块参展商的空白。后续,中国太保将以会员身份积极参与和建言虹桥国际经贸论坛,并携手国际知名保险集团,围绕“保险+养老”,保险服务城市群一体化建设等新课題开展现场配套活动,助力进口博览会智力支撑平台建设。(仲鑫)



可以被“沙画” 但不能被“沙化” 良品铺子携手艺术家 守护敦煌文化

8 月 16 日,甘肃敦煌,一幅 64 平方米的巨幅“浮雕彩色沙画”出现在鸣沙山,和周边沙漠形成鲜明对比。这幅巨型沙画方方正正,从空中俯瞰,飞天、九色鹿等敦煌元素格外显眼。日出日落,时光逐渐流逝,沙画随着风沙“消散”。中秋前夕这一幕,由良品铺子携手中国“固彩沙画创始人”吕杰等 10 位年轻艺术家团队历时半年策划,耗费十天十夜现场创作,只为助力敦煌文化保护。

土地沙化造成的积沙、风蚀等自然危害是敦煌文化遗产最大的威胁。中秋前夕,良品铺子发起了这次社会公益事件,通过独特的艺术形式,提醒人们:敦煌可以被“沙画”,但不能被“沙化”,呼吁社会公众关注千年敦煌文化,保护敦煌文化。

逐渐“消逝”的沙画 10 个昼夜的创作, 一天就“消失”的奇观

8 月 15 日,敦煌鸣沙山,月色皎洁。夜色中的沙漠,一个巨大的帐篷内透出灯光和低语交谈声。在这片沙漠,中国“固彩沙画创始人”吕杰和其他人已连续“奋战”一个多星期。这是良品铺子携手国内年轻艺术家团队发起的一次线下公益事件:敦煌,可以被“沙画”,不能被“沙化”。

近年来,风沙、气候、观光人数增加等综合因素,一些珍贵壁画遭遇侵蚀、损害着,跨越千年艺术作品如何保护和传承,迫在眉睫。敦煌莫高窟壁画是敦煌艺术的重要组成部分,规模巨大、技艺精湛,经历了上千年的岁月洗礼,亟需更多关注。

作为创作牵头人,吕杰介绍,能参与这次线下公益创作,觉得特别有意义。8 月 16 日,帐篷拆除,这幅“巨型沙画”逐渐被风沙吹散,“全程记录了沙画‘消逝’过程,美好的东西消逝,让大家由此及彼,珍惜敦煌文化”。

这次“巨幅”沙画,全部采用环保彩沙,通过点、洒、堆、描、铺、抹各种技法,主题为“中秋团圆”。巨幅壁画中,青山绿水、耕种的农夫、游子回归、小孩嬉戏以及一家人围坐团聚的美好场景,寄托传统中秋佳节团圆美满。除此之外,壁画四周,是环绕的飞天、九色鹿、三角图、反弹琵琶等壁画的敦煌元素,展示敦煌文化瑰宝。

良品铺子官方微博连续发布“沙画”预热海报后,引来了众多网友关注,“一天就消失的大地艺术”形式引起了大家各种猜想。20 日,良品铺子官博“揭秘”,发布了这次“沙画”公益事件的照片和视频。“这么美的艺术作品,在风沙里居然只存在一天,太可惜了”、“挺有警示意义,如果不注重保护,也许千年敦煌文化也会这样慢慢消失”,不少网友感叹:敦煌石窟很美,需要做的更多,才能让子子孙孙都能欣赏这一千年文化。

创作完成的沙画 与敦煌结缘, 良品铺子助力敦煌文化遗产保护

良品铺子和敦煌博物馆跨界合作,不仅通过推出敦煌 IP 系列中秋礼盒,引领中秋时尚新潮流,更以实际行动参与敦煌文化保护。作为双方合作内容之一,此次公益活动对于年轻人群了解敦煌艺术,提升敦煌文化传承和保护意识具有重要意义。

8 月 13 日,良品铺子和敦煌博物馆跨界合作打造的联名礼盒正式发布。在敦煌莫高窟前,良品铺子向中国敦煌石窟保护研究基金会捐赠首笔爱心基金,并且承诺今年中秋“敦煌潮礼”系列礼盒“每卖出一盒,捐助一块钱”,捐赠金额将用于敦煌文化的保护和传承。

从上世纪开始,武汉大学专家就与敦煌结缘,多年来致力于对敦煌莫高窟进行数字复原再造。“这次加入敦煌公益保护,是被敦煌莫高窟博大精深所震撼,被专家们为保护文化遗产所作的努力而感动”,良品铺子董事长杨红春表示,一次偶然机会,听说了被誉为“敦煌的女儿”敦煌研究院名誉院长、50 余年潜心敦煌文物研究和保护的樊锦诗教授的故事,被深深地感动,良品铺子作为武汉本土成长起来的全国休闲零食领导品牌,希望能助力敦煌文化遗产保护。

此次良品铺子携手敦煌博物馆,用年轻方式和年轻人沟通敦煌艺术之美,联名中秋礼盒以商品为载体,传递敦煌文化魅力。“一天消失的大地艺术”创意公益活动引发年轻人对敦煌文化的思考和重视,爱心基金捐赠用实际行动保护敦煌文化,把文化的传承和保护融入到“国潮”创新中,为敦煌 IP 的打造和千年敦煌文化的弘扬提供了新的方向和思路。(肖盾)

党旗引领勘探探路 ——中石油东方物探西南分公司 213 队开展“1345”党建活动侧记

■ 周静 熊取取 /文 江杨 /图

野外油气勘探作业单位施工任务繁重,队伍高度流动分散,党建活动怎样开展?中石油东方物探西南分公司 213 队结合正在开展的“不忘初心、牢记使命”主题教育活动,创新性地探索“1345”党建活动,推进勘探施工作业的顺利进行。

“今年以来,我们围绕‘亮(亮组织,亮身份,亮承诺)、严(严要求,严责任;)、实(学习有实质、活动有实效)、聚(聚人才、聚人气、汇聚正能量)’四字标准推进标准化党支部建设,充分发挥基层党组织的战斗堡垒作用,党建引领作用和党员的先锋模范作用,全面推进物探队党建工作高质量发展,为安全、优质、高效地完成永探 1 井区三维项目提供坚强的思想组织保障。”

物探 213 队党支部书记熊取取说,为切实做到学以致用,迅速将学习成果转化生产实效,推进生产,支部探索并推行“1345”党建活动开展办法。“1”即围绕安全、优质、高效完成永探 1 井区三维项目一个中心目标;“3”即“党员先锋岗”、“党员责任区”、“党员突击队”三个活动载体;“4”即通过活动形成矢量化、精细化、信息化、模块化“四化”技术措施;“5”即形成安全、质量、进度、人才、思想“五项保障”体系。

永探 1 井区三维勘探工程项目正式敲定后,针对项目施工面临的地方协调难、各种障碍多、干扰控制难、施工组织难等四大困难,担负项目施工组织的物探 213 队及参与项目施工的第二测量、钻井、民爆、排列工程队、第



二运输队党支部,组织带领近百名共产党员,紧密围绕安全、优质、高效完成勘探工程这一中心任务,建立起“党员先锋岗”、“党员责任区”、“党员突击队”三个活动载体,高标准的发挥共产党员的先锋模范作用,创新地开展地方协调、生产技术攻关各项工作。

施工协调难,共产党员冲在前。协调组党员责任区几名党员,提前进入项目施工所涉及成都市高新区、天府新区、金堂县、简阳市、乐至县等区市县开展协调工作。深入乡镇召开协调会,把专门制作的“进场通知单”“勘

探告知卡”向工区群众散发,走村入户做宣传,取得测区内 50 多个乡镇政府的大力支持。党支部同时组织青年突击队积极开展“支持勘探、共创和谐”活动,通过广播、电视、自媒体等方式,扩大宣传影响,尽可能获得地方群众的理解和支持。

创新保采集,共产党员苦钻研。2000 多平方公里施工区域内各种障碍多、干扰难控制,拟定合理科学的采集方案至关重要。先锋岗党员谢信榔,生产技术责任区责任党员钟勇充分发扬先锋模范作用,结合项目工程

《财富》发布“改变世界的公司”榜单 施耐德电气名列第九

8 月 20 日,《财富》发布“改变世界的公司”(Change the World)榜单,列出了通过经营活动改变世界的 52 家企业。其中,施耐德电气凭借在能源管理和自动化设备制造等领域的可持续发展成果,位列第 9 名。

这一榜单由《财富》联合全球知名咨询顾问及战略合作平台“共享价值倡议”(Shared Value Initiative),以及非营利性社会影响咨询公司 FSC 共同评选,按照四个维度对各领域的企业进行评分:可衡量的社会影响、经营成果、创新程度和企业整合。今年,共有来自 18 个国家的 52 家企业上榜,覆盖通讯、能源、金融、交通、医疗、饮食、购物及互联网等行业。

据悉,今年上榜的 52 家企业中,有 18 家是因为对环境保护和全球气候变化等全人类普遍关注的问题做出卓越贡献而上榜。凭借在能源管理、自动化设备制造等领域的可持续发展表现,施耐德电气在榜单中位列第 9 名,充分肯定了整个公司为坚守可持续发展承诺、致力于推动自身和上下游企业绿色发展的努力。《财富》杂志表示,施耐德电气的能源管理和自动化设备对推进可持续发展至关重要。其设备设计的寿命越来越长,也更



容易回收利用,以适应旨在减少浪费的“循环经济”要求。例如,施耐德电气 MasterPact 断路器非常坚固耐用,而在其使用寿命结束时,其材料还可以回收再利用。

自 2005 年起,施耐德电气就创建了可持续发展评估体系,以评估自身的可持续发展水平。该体系围绕气候、循环经济、道德、健康与权益、发展五个维度,包含 21 项指标。为了实现这些目标,施耐德电气在产品的设计、生产制造、供应链、服务客户及产品报废回收等多个领域进行循环经济的创新。施耐德电气通过可持续的产品和服务以及数字化技术,带动客户和产业向循环经济、可持续发展转型。同时,打

造绿色供应链体系、推出供应商评估等举措,从而推动上下游产业链的转型。例如,施耐德电气推出 Green Premium 绿色产品认证项目,为客户提供产品的环境足迹信息、报废和回收信息、有害物质相关信息,支持客户践行循环经济,助力其实现可持续发展目标。

到 2020 年,施耐德电气计划实现 75% 的销售收入来源于 Green Premium 项目,2019 第二季度已经实现了 49.7%。通过多项循环经济举措、数字化解决方案等,施耐德电气计划到 2021 年帮助客户节约 12 万吨一次能源消耗,减少 1.2 亿吨二氧化碳排放,相当于种了 66 亿棵树。

施耐德电气全球执行副总裁、中国区总裁尹正表示:“我们非常荣幸能够获此殊荣。施耐德电气希望地球上所有人类都能获取安全、可靠、高效和可持续的能源。基于这种使命感,我们始终将可持续发展作为战略的核心,将这一理念融入到我们业务的方方面面。这项荣誉激励着我们未来继续前行,利用创新的数字化技术和循环经济等手段,带动‘朋友圈’一起提质增效,向绿色发展转型,共筑地球与人类的共同繁荣和长远发展。”(白玲玲 于丹)