

我们销售的是诚信 ——访中国人保深圳分公司总经理王银成

前不久召开的全国保险工作会议，提出“坚持诚信原则”是加快保险业发展的重要先决条件。保险业作为经营信用的行业，“诚信原则”的重要性不言而喻。在发展过程中始终贯穿诚信原则，在社会上树立起自身的诚信形象，是当前面临市场竞争日趋激烈的保险企业都备感紧迫的任务。对一个保险公司来说，诚信原则要通过哪些经营活动体现出来？能够做到不造假、不误导欺诈客户，是否就是尽到了最大诚信责任？带着这些问题，笔者专门采访了中国人保深圳分公司总经理王银成。

王银成说，深圳是我国保险业最发达的地区，也是竞争最激烈的地区。近年来，中国人保深圳分公司发展势头越来越好，核心竞争力不断加强，在当地市场占有率有主要地位，这与公司坚持诚信原则，强化信用自律，推动信用立市是分不开的。

诚实信用，公平竞争，是市场竞争中的基本原则。王银成说：保险是什么？就是一种信用。保险成败靠什么？要靠信誉。诚信是保险业立业之本。保险经营的原则之一是最大诚信原则。保险公司销售的是一纸承诺，如果我们不在信誉上做文章，只求一时的业绩、市场份额，业务的发展就不会有坚实基础，品牌也就打不出来。那样，不论是现在还是将来，面对竞争对手都很难取胜。

王银成说，“保险公司的产品就是服务，我们销售的就是诚信。”客户购买保险公司的产品，买的是对未来可能发生的风险的保障，买的是对一家保险公司未来具有良好保障能力和偿付能力的信心，这就使得保险公司的产品和服务都建立在最大的诚信原则之上。保险公司的一举一动，无不是其诚信形象的一部分。它的每一个产品、每一项服务，都是在增强客户的信任，树立自己的信用。不误导、欺诈客户，不造假，是每一个企业都应当遵守的基本商业道德，作为一个靠诚信树立社会形象的保险企业，不应该仅仅满足于这些最基本的要求。

王银成认为，要以诚信赢得客户，就要以优质的服务占领市场制高点。外国保险公司进入中国后，中外保险公司在中国市场上的竞争手段既不会是产品战，也不可能是价格战，而是服务战。真正良好的服务是基于客户的需要而提供的全方位的服务，并将这种服务理念融于产品设计、业务经营和企业管理的全过程。在这方面深圳分公司近年来做了积极的探索。近三年来，公司改造旧险种 10 多个，开发新险种 10 个；开通了“95518”服务专线，并对硬件平台不断进行升级改造。理赔速度是客户最关心的问题，直接影响着保险公司的声誉，是体现保险公司诚信原则最直接的问题。两年来，人保深圳分公司先后多次改革理赔流程，简化手续，用实际行动实现了“理赔速度第一”的承诺。

保险公司的信誉，需要有雄厚实力和稳健经营作保障。据王银成介绍，人保深圳分公司的市场行为，对外表现为公司的经营活动以价值实现为原则，体现商业企业行为准则；靠建立在品牌形象、技术手段、产品价格、超值服务等方面的优势赢得客户；对内表现为内部的高度竞争及资源优化配置。人保深圳分公司的绩效考核体系、干部成长机制、分配方式、产品开发、品牌宣传等将实现高度的集约化，形成最强大的合力。这种苦练内功、厚积薄发的方式，在同业中建立了良好的信用和信誉优势，也为维护公司在客户中的信誉打下了深厚基础。

王银成认为，诚实守信，向来是国人的传统美德。“君子所守者道义，所行者忠信”、“民无信不立”。中国的商业文化中并不缺少诚信传统，所谓“童叟无欺”即是。分公司在鼓励员工接受先进思想文化的同时，还鼓励他们不断学习和继承中国传统文化中的诚信精神。在人保深圳分公司，诚信观念的落脚点是树立每个员工的规则意识，建立一种以诚信为核心的企业文化。他最后说：“现代企业的竞争最终是企业文化的竞争，拥有了笃守诚信的企

业文化，也就拥有了强大的生产力。”

《金融时报》