

保险游戏化营销加速

微信“摇出”万能险收益,专家对此褒贬不一

继泰康人寿在微信推出“求关爱”的保险产品之后,近期各家保险公司开始在微信上推出一些创新型的保险产品,更加娱乐化。业内人士认为,游戏化的方式有利于让保险产品更容易为人接受,改变老百姓对保险产品条款的传统认识,不过,目前市场上不少互联网保险产品虽然有一定的创新性,但并未触及保险产品的本身,也并没有从本质上激发用户的需求,或许互联网保险产品的创新还有很长的路要走。

A 手机“摇出”产品收益

5月7日,阳光保险集团的微信公众号推出了一款新产品“摇钱术”。即通过摇动手机,获得理财高收益,截至5月11日16点22分,已有11044人参与了该计划。

据介绍,这款产品特别之处在于,每个人购买该产品能获得的产品收益是不相同的,具体的收益是多少,需要客户通过手机“摇”出来。如5月11日下午,记者第一次摇手机获得收益6.4%,第二次摇手机获得5.03%。阳光保险打出的口号是“不满意,可以再摇,每15分钟限摇3次。满意为止!”点击摇到的收益(如6.4%)即可以进入投保页面,页面显示“阳光人寿恭喜您已获得6.4%的年化收益率,若投10000元,90天后预期收益为155元,请于05月11日16点49分前购买,还

有……”

(最低100元起购,限额10000元)姓名、身份证号等信息,进行下一步投保环节……据介绍,阳光保险这次推出的“摇钱术”产品的基础产品为《阳光人寿“理财一号”两全保险(万能型)》,预期年化收益率为4.6%。客户摇出的收益率为90天的预期年化收益率(超出4.6%部分将通过一次性赠送保费的方式兑现)。

例如,小明摇出90天预期年化收益6.6%,并成功购买1000元,获得赠送保费4.93元;赠送保费计算公式:1000(6.6%~4.6%)×90/365=4.93元。

购买成功后,小明的账户价值立即变为1004.93元,购买90天后继续持有,依旧享有4.6%的预期年化收益。

B 意外险是网销主打产品

来自中国保险行业协会的信息显示,2014年第一季度已有47家人身险公司通过互联网渠道销售(以下简称网销)经营业务,网销年化规模保费共计27.12亿元,占一季度人身险行业保费总收入的千分之五.三。其中,行业自建官网的保费收入为11.84亿元,网站流量共7969.4万人,投保客户59.9万人,承保件数56.5万件;行业通过第三方渠道实现的保费略高于官网销售,为15.28亿元,承保件数1647万件。

据介绍,中保协今年一季度首次增加了对网销产品的数据统计,目前人身险行业网销产品主要为意外险、寿险和健康险,保费分别为15.99亿元、10.86亿元和0.27亿元。其中,意外险是网销的主打产品,保费收入占到近60%,且9成以上是第三方合作渠道销售的一年期以内的短期意外险。网销的寿险产品(主要通过公司官网销售)以万能保险为主,共销售10.6亿元,分红险、投连险和非分红险仅销售0.3亿元;健康险产品在网销渠道的占比仍很低,一季度仅有1%。

意外险仍是网销的主打产品,不少保险公司在网销渠道仍喜欢主推意外险产品。



漫画 俞晓翔

C 能否激发客户需求?

4月底,永安保险公司推出了防讹保障,打出了“我要做雷锋扶起正能量”的口号,只需要2元,就可以轻松获得1万元防讹保障。

据了解,永安保险此次在微信上推出的“雷锋无忧”保险产品使用的是永安保险公司的《个人索赔风险责任保险条款》,其实是一个普通的责任险产品。

事实上,阳光保险在最初推出“摇钱术”的时候,宣传的是对于摇出来的收益高于4.6%的情况进行现金奖励,后来才改为奖励保费的形式。对此,某险企的周先生认为,这种方式有一定争议。

据了解,4月份保监会发布的《关于规范人身保险公司经营互联网保险有关问题的通知(征求意见稿)》中并未对保险公司进行保费奖励(或者现金奖励)的促销行为明确表示不允许。谈及互联网保险产品的创新,周先生认为,有些红线是不能去碰的,比如虚假宣传、违反反洗钱规定等。

不过,也有业内人士对类似营销持支持态度,认为游戏化的方式有利于让保险产品更容易为人接受,改变老百姓对保险产品条款晦涩难懂的认识。

据《每日经济新闻》



坚持购彩25年 淮安彩民终获双色球头奖

4月20日,双色球第2014043期全国共中出一等奖16注,单注奖金为558万元。江苏中出其中的1注一等奖,为淮安盱眙彩民获得,中奖福地为盱眙县龙泉雅苑对面的福彩站点。

秉承做好事的心态购彩

中奖彩民邱先生是一位名副其实的老彩民。福彩自1987年第一次发行中国社会福利有奖募捐券开始,距今已有27年。而这位忠实的福彩彩民购彩年龄已长达25年。当问到邱先生是什么动力让他坚持了25年之久时,邱先生只说了一句话:第一印象太深刻了。

邱先生回忆说,在一开始的时候,他们当地过年过节,会在体育场举行大型的抽奖活动。记得当时

抽到的无非是些洗衣粉、肥皂等生活用品,而当时的一等奖是一辆小轿车。当时带着全家去抽奖,是每年的保留节目,也是增进他们家庭感情的一种方式。

说到这里,邱先生说还不足以让他对福彩印象深刻。原来,邱先生从小就受父亲教育,要做到日行一善。当时邱先生在抽奖的时候,听到广播里讲到中国福利彩票是为广大需要帮助的人筹集善款,为社会福利事业作贡献。为福利事业作贡献的第一印象深入邱先生内心,邱先生就秉承着做好事的心态,坚持购买福利彩票。

一等奖巧解燃眉之急

2003年,双色球上市。邱先生

当时就被这种大奖大、小奖多、双区选号组合多的特点所吸引。本来购买福利彩票的目的就是为福利事业作贡献,对于号码的选择,邱先生并没有像很多技术型彩民一样研究走势、分析球路。邱先生在心中一直有一组他认为一定可以中奖的号码,这是一张7+2复式票。就这样,这一守,就守了11年。

邱先生回忆说,在中奖的两个月前,自己所守的号码是可以中二等奖的,可自己却因为一些事情耽搁了,就这样与二等奖擦肩而过,可邱先生一点也不觉得遗憾。用邱先生的话说就是,本来就是冲着做好事去的,不中奖也没关系。

正是因为邱先生这种日行一善的爱心与坚持,让当时最需要用钱

的邱先生守得云开见月明,获得了双色球第2014043期的一等奖。用“否极泰来”形容当时的邱先生恰到好处。邱先生是做生意的,生意一直做得风生水起,但由于邱先生与人为善的性格,被合作伙伴欺骗了一次,险些破产。祸不单行,弟弟生病又需要很多医疗费用;孩子还在念书,学费也让邱先生着实着急。

然而,山穷水复疑无路,柳暗花明又一村。这喜从天降的一注双色球一等奖,顺利解决了邱先生所有的难题。

邱先生表示:“以后,我会继续坚持购买福利彩票,支持福利彩票,为福利事业作贡献。”

王威

彩市公告牌

双色球规则 将有调整

根据财政部批准,中国福彩中心决定从2014年5月16日(双色球第2014055期)起对双色球彩票的高奖级奖金分配比例做出调整,调整后,双色球奖池资金积累速度将会更快,在高额奖池的促进下一等奖的单注奖金成色将会更足。

根据财政部《关于变更中国福利彩票双色球游戏规则的通知》(财办综[2014]17号),此次双色球游戏规则调整内容是将原规则中高奖级的奖金分配比例调整为:“当奖池资金低于1亿元时,一等奖奖金总额为当期高奖级奖金的75%与奖池中累积的资金之和,单注奖金按均分,单注最高限额封顶500万元。当奖池资金高于1亿元(含)时,一等奖奖金总额包括两部分,一部分为当期高奖级奖金的55%与奖池中累积的资金之和,单注奖金按均分,单注最高限额封顶500万元;另一部分为当期高奖级奖金的20%,单注奖金按均分,单注最高限额封顶500万元。二等奖奖金总额为当期高奖级奖金的25%,单注奖金按均分,单注最高限额封顶500万元。”

调整后的游戏规则有助于奖池资金更快、更高地积累,奖池资金在亿元以上的时候将会更多,彩民将有更多机会获取千万大奖。据介绍,本次双色球游戏规则调整是自双色球上市以来的第六次调整,是在充分考虑市场变化、进一步满足彩民需求的基础上进行的,对进一步促进双色球健康、稳定发展将会起到积极的推动作用。

彩市万花筒

刮刮乐新票“赛马”飞奔而来

福彩刮刮乐新票“赛马”上市啦!“赛马”是一款以竞技性运动赛马比赛作为票面和玩法元素设计的彩票,旨在丰富体育运动题材的彩票品种。票面展现了赛马场上骑手云集、骏马嘶鸣、彩旗飞扬、观众振臂欢呼的欢乐场景,给彩民一种身临其境的感觉。这款彩票采用“数字比对”玩法,玩法结合赛马比赛规则猜获胜马匹,“我猜的马匹”与“获胜马匹”进行比对,号码相同即中所对应的奖金。共12场比赛,高达12次中奖机会。

福彩刮刮乐“赛马”每张彩票面值10元,11个奖级,12次中奖机会,奖金返还率65%,最高奖金30万元。具体游戏规则为:刮开覆盖膜,在任意一场比赛中,如果“我猜的马匹”与“获胜马匹”相同,即可获得该场比赛右侧所对应的奖金。共有十二场比赛,中奖奖金兼中兼得。

近期,江苏福彩刮刮乐新玩法一个接一个,首先是“俏佳人”、“5倍惊喜”、“幸运抽奖”、“步步高”、“七星瓢虫”新票陆续上市,近日上市的新票还有“宝石奇缘”、“熊出没”和“空战赢家”。“宝石奇缘”紫色背景高贵典雅,金色山景渲染出华丽贵气的

意境,42枚晶莹剔透,颜色、形态各异的宝石,都仿佛幻化为风情万种、婀娜多姿的少女。刮刮乐“宝石奇缘”面值10元,最高奖金25万元。“熊出没”票面是清新的翠绿,图案卡通味十足。票面的上半部分,远山近林,花草树木,翠翠的绿裹着大自然的气息扑面而来,让人有“身临其境”之感,一只憨厚的熊和一只勤劳的小蜜蜂演绎着森林里的故事。每张彩票面值5元,最高奖金15万元。“空战赢家”以蓝色天空为背景,一架红色的战机很是夺人眼球。每张彩票面值5元,最高奖金15万元。苏彩



新票样