

一险供“四金” 国寿福禄鑫尊“保小”更“保老”

成为市场追捧热点可期。
保险理财被激发

在通胀压力激增之下,居民的保险理财需求被不断激发,去年前十个月,我国寿险公司录得规模保费9538亿元,同比增长5.5%。分红险是近年来各保险公司着力打造,用以满足这一需求的“重头戏”,而分红型两全保险更是“重中之重”。

所谓“两全保险”,顾名思义,即同时包含身故给付和生存给付双重保障,并兼具保障和储蓄功能。

作为分红险的积极拥趸者和领跑

者——中国人寿,近十年来分红险保费收入的年均增幅达到126.57%,10年间,累计实现分红险保费收入达到10591.38亿元,有效承保人次达到4860多万人次。

当年,国寿福禄鑫尊开创了分红险“返本+收益”的先河,约定年龄返本后,每年还可领取生存金、红利金直至终身;同时又具有传统分红险“分红”、“累积生息”等畅销元素。

日前,由于保监会出台了涉及未成年人身故保险金和两全保险生存保险金首次返还时间的监管新要求,为积极应对监管要求的变化,满足销售队伍的需求,中国人寿在保持“福禄鑫尊”原有产品特色的基础上对产品责任配置进行适当的升级并研发了“福禄鑫尊”分红型两全产品。

“保小”更“保老”

如今,作为升级版的福禄鑫尊已

经面市,其与福禄鑫尊最大的不同之处在于,对生存类保险金添加增额领取和增额领取,提高生存利益,更加体现生存关怀。

此外,根据保险条款,福禄鑫尊的投保范围为28日以上至60周岁以下的居民,保险期间为终身,即被保险人可以一直领取生存利益至身故。福禄鑫尊的交费期间也较为灵活,分为三年、五年和十年交。

福禄鑫尊的客户还可以自由选择55岁、60岁、65岁、70岁、75岁作为约定祝寿金的领取年龄,该年龄一经确定,通常在保险期间内不得变更。

作为一大特色,福禄鑫尊为被保险人提供“四金”,即红利金、祝寿金、生存金和身故保险金。其中,红利金是指被保险人每年可以享受该产品的红利分配权;祝寿金,按照保险合同约定,若被保险人选择60岁领取祝寿金,就可以在60岁时,领回自己所交的全部保

险费,实现保本返还。

生存金,首先在祝寿金领取日前,被保险人每满三年,可按基本保险金额的一定比例领取生存保险金,首次领取比例为15%,以后每次增加3%,比例最高为30%,更好地体现了抵御通货膨胀的理念。

此外,保险公司还将在给付生存保险金的同时,按期交保费的2%进行增款返还。而对应的祝寿金领取日起,被保险人生存时,还可以每年按基本保险金额的10%领取到生存保险金至身故。

第四金为“身故保险金”,按照合同约定,客户祝寿金领取日前,未满足十八周岁即身故的,返还所交保费(不计利息);十八周岁起至祝寿金领取日前身故的,返还所交保费(不计利息)的105%;祝寿金领取日后身故时,返还基本保险金额与身故时现金价值的较大者。

(刘元元)

浙江宏磊铜业公司科技兴企增强核心竞争力

浙江宏磊铜业股份有限公司是国内规模较大、技术领先的综合性漆包线产品生产厂商之一,主营从事漆包线、高精度铜管材和其他铜材的研发、生产和销售。

该公司秉承科技兴企的发展理念,坚持应用一代、研制一代、研究一代、规划一代的自主创新战略,不仅在业内率先建立了省级高新技术研究开发中心、省级企业技术中心和博士后科研工作站,而且与江西理工大学、中南大学、上海电缆研究所等省内外多家重点高校、科研院所建立了长期产学研深度合作关系,通过自主研发和引进吸收等方式不断提升产品技术水平,增强核心竞争力。

该公司现为中国制造业500强企业、中国自主创新能力强行业十强、中国电器工业最具竞争力企业。宏磊铜业漆包线产品为中国名牌产品、宏磊商标为中国驰名商标。宏磊商标自1998年成立以来,一直秉承以科技创造市场,以质量赢得市场,以诚信稳固市场的经营理念,树立了良好品牌形象,赢得了客户美誉。

公司为了适应市场发展所需,提高产能,提升竞争力。积极募集资金用于年产15万吨高性能铜及铜合金杆材项目、年产3万吨节能环保型特种漆包线项目、年产5000吨热交换器用高效节能高翅片铜管建设项目。

“信阳红精神”目前已成为激励全区广大干部群众干事创业的精神旗帜,我们把弘扬“信阳红精神”落实到了具体工作中,体现在工作成效上。师河区是信阳市的中心城区和首善之区,也是信阳市发展的一个缩影。

目前,笔者欣喜地看到,在“信阳红精神”风暴的洗礼下,全市上下干部群众,团结一心,热情饱满,斗志昂扬,扎实工作,务实进取,古老而崭新的申城大地焕发出勃勃生机。我们有理由相信,“信阳红精神”必将在建设中原经济区的征程中熠熠生辉。(李应)

影响体内酒精消化的众多因素,到不同性别、不同体质的人群对酒精的反应尺度亦有所不同。帝亚吉欧的十个科学饮酒小贴士帮助大家饮酒方面张弛有度,度过一个浪漫温馨的欢乐季。

1. 间隔饮酒:品尝美酒的间隔,搭配饮用一些软饮料,更紧张弛有度。
2. 随时留意:如果有可能的话,应该时刻关注饮料中的酒精含量。
3. 补充清水:品尝美酒的间隙,补充清水保持神清气爽。
4. 浅尝小食:品尝美酒之前或之中,配一点食品可以减缓酒精的吸收。
5. 避免续杯:可以帮助你把握饮酒量。
6. 选择“长饮”:饮用烈性酒时,最好调制一大杯酒精饮料,有效冲淡酒精浓度。
7. 绝不贪杯:不要养成平日“省着”喝酒,周末开怀痛饮的不良习惯。
8. 不喝群酒:这能帮助你更好地监测自己的饮用量。
9. 适度款待:为客人提供食物,非酒精饮料或用标准酒量事先开场的鸡尾酒。
10. 经酒勿驾:赴宴前请计划好怎样回家,乘坐出租车还是在一同赴宴的几位朋友中,指定一位当晚不饮酒的人担任回程司机。(记者 赵荣军)

让“信阳红精神”熠熠生辉

省政府主要领导广泛认同和充分肯定,必将成为支撑信阳市今后发展的强大精神动力。

目前,中原经济区建设已经上升到国家层面,河南省委、省政府提出,建设中原经济区关键在做,建设信阳在中原经济区建设中的主题——在“做”上下真功夫。信阳市委书记王铁表示,信阳要把“信阳红精神”和领导方式转变很好地结合,更好地贯彻省第九次党代会和卢卢书记的讲话精神,更好地明确职责,更好地实现“四个重在”,更好地体现善做善成,以经济社会工作的大推进开创魅力信阳建设的新局面,勇当中原经济区建设先锋,为加快中原经济区建设做出更大贡献。信阳市市长郭瑞民说,“信阳红”红茶从无到有,体现了抢抓机遇,体

现了结构调整,体现了开放合作,体现了科技创新,归根结底体现了善做善成的“信阳红精神”。下一步要以“信阳红”精神为支撑,凝聚建设魅力信阳的强大精神动力。信阳将立足打造中原经济区域增长极,战略支撑点和改革试验区,将重点在特色集聚区、生态枢纽城、绿色农业谷“三个建设”上积极作为。

信阳市师河区是“信阳红”的诞生地和主产区,也是“信阳红”精神的主要发源地。对此,师河区区委书记霍勇谈到,卢书记在信阳师河区调研时对信阳茶的科学点题,不仅仅催生了“信阳红”茶产业,给老百姓带来的可观的收入,还给师河人民留下了宝贵的精神财富,“信阳红精神”点燃了师河人民的创业激情。师河区区长邵春杰自豪地说,“信

帝亚吉欧在全球范围内掀起“理性饮酒”风潮

本报讯(2011年12月28日,上海)年终岁末,全球进入欢庆的季节。酒精饮品作为欢庆场合的必需品,是人们生活中不可或缺的快乐元素。不过饮酒亦藏智慧,自2004年开始,全球领先的洋酒集团帝亚吉欧就把“理性饮酒”这一概念引入到中国,倡导消费者理性地享用美酒。多年来,帝亚吉欧一直坚持在节假日和新年期间举办形式多样的理性饮酒推广活动,并引导行业一起打击酒后驾车和未成年人饮酒行为。

从2011年开始,帝亚吉欧携手《南方周末》展开了为期一年的“天使守护,关爱无限”理性饮酒公益传播计划,在每一个重要节日都邀请各界名人化身守护天使,通过公益广告传播“理性饮酒”的理念。同时,帝亚吉欧在年底推出了国内首部宣传“理性饮酒”理念的话剧《人间一壶酒》,通过生动形象的戏剧方式和新颖的舞台呈现,全方位的介绍酒及饮酒知识,完美诠释“理性饮酒”的理念。在台湾地区,帝亚吉欧通过全新电视广告,推广“酒后不开车 指定驾驶”观念。

在国外,帝亚吉欧也在积极开展理

性饮酒公益活动。近期,帝亚吉欧和伦敦交通局联手推出了“跨年夜免费公共交通服务”,还特别邀请到达达丰-迈凯轮-梅赛德斯车队著名车手刘易斯·汉密尔顿来宣布本次为期三年的活动,以保证节日期间人们在饮酒之后能够享受免费公共交通服务,安全回家。在美国,帝亚吉欧旗下品牌尊尼获加携手纽约市运输部门,开展了“安全回家”活动,为纽约市民提供交通卡确保他们能在节日饮酒后能够安全回家。除此之外,帝亚吉欧还积极响应联邦政府的“拒绝向未成年人销售酒精饮品”项目。帝亚吉欧一直为SBI技术医疗人员培训项目提供资金支持,SBI技术旨在减少危险性饮酒,已被全球健康机构(包括世界卫生组织)所采用。

在过去的几年中,帝亚吉欧不断通过各种渠道推广“理性饮酒”。早在2005年,帝亚吉欧旗下苏格兰威士忌品牌尊尼获加(Johnnie Walker)就成为F1迈凯轮车队全球合作伙伴,帝亚吉欧充分利用了这个平台推广其“理性饮酒”理念,这也使它成为迈凯轮车队最特别的赞助商之一。2006年,帝亚吉欧同商

部开创了“酒与社会”论坛,目的在于建立自由开放的行业交流平台,从而为酒类产业和市场的健康持续发展创造有利的环境。2008年,帝亚吉欧在中国推出独具时尚创意的“守护天使”活动,提醒消费者“天使守护,经酒勿驾”。为便于消费者更加深刻的理解“理性饮酒”理念,2009年,帝亚吉欧推出了DRINKiQ.com简体中文版网站。该网站为广大消费者提供了一个开放的互动平台,鼓励人们积极讨论“理性饮酒”。去年,帝亚吉欧为上海、广州和成都三地约120名调酒师学校学员进行了DRINKiQ“饮酒的智慧”培训,鼓励他们在今后的工作岗位上将“理性饮酒”理念带给消费者。

帝亚吉欧大中华区公共事务及传播总监傅凌霄表示:“帝亚吉欧始终致力于为中国消费者带来卓越而丰富的产品,我们在不断加强对中国市场投入的同时,仍将进一步加强‘理性饮酒’理念在中国的推广活动。”

十个饮酒小贴士,安全享受欢庆时光

饮酒是可以更加科学和智慧的。从

顶级清洁科技服务顶级酒店

万豪集团代表接受德国凯驰专业清洁培训

2011年12月27日及29日,德国凯驰在凯驰中心上海为万豪国际酒店集团来自大中华地区近30位房务、保洁、康体、行政管家等酒店工作人员举办了两场酒店卫生清洁专题培训。凯驰中心上海隶属德国凯驰中国管理中心,展示着代表全球最新科技的全系列清洁设备,是国内最大的清洁体验中心。

作为万豪国际酒店集团全球战略合作伙伴,此次培训是凯驰为万豪量身设计的系列化培训重要组成部分。这次培训的内容包括:酒店行业最新清洁科技应用,专业清洁设备的正确使用和保养,以及真空清洗、地毯清洗、高压清洗等室内外清洁项目。以完善万豪国际酒店集团对现代化清洁设备的应用能力

并提高他们卫生清洁的效率。

作为全球清洁领军品牌,德国凯驰旗下酒店系列清洁设备及清洁解决方案能高效处理酒店复杂的清洁环境和各种清洁难点,帮助酒店为宾客营造一个安心、满意的旅居环境。本次清洁科技专题培训,凯驰资深的清洁专家对各类凯驰清洁设备的正确使用及保养进行了现场演示教学,并对学员们的各种疑问进行了解答。此外,这次培训还对BSC 43/500C地毯结晶快干清洗机、BR40/10 C全自动洗地吸干机、BDS 43/150 C 喷嘴式多功能刷地机、冷水高压清洗机 HD6/15 C、三合一大型地毯清洗机 BRC 45/45C 等明星产品进行了现场操作。(记者 赵荣军)

3.8亿 月星家居2012年投入重资兴市惠民

2012年已经到来,在新的一年里,中国家具流通业标杆月星家居将联手百家知名品牌,投入3亿8千万在全国范围内举办一系列兴市惠民的活动,全方位地为消费者打造质量过硬、价格实惠、品种齐全的购物空间,更凭借自己在家具流通业的强大影响力为行业的健康发展贡献自己的社会担当。

计划一 惠民专享采购
活动期间,月星将大量采购部分优质品牌家具库存,成本价出售,抄底市场价,让消费者得到实惠。

计划二 家居升级置换
为提升消费者家居生活品质,月星家居推出家具以旧换新,派专人上门评估,收购旧家具,给予购买家具的消费者补贴,帮助消费者实现家居升级。

计划三 家装设计服务
为在月星家居购买家具的消费者提供免费家装初始设计、资讯服务,为消费者当好家装参谋。

计划四 经销商让利
活动期间,月星家居的部分家居广



长安首款中级车逸动进入上市倒计时

新的动力提升逸动科技含量

由长安意大利设计中心的逸动,具有一种在自主品牌轿车中难得的硬朗而流畅的美感。长4620mm、宽1820mm、高1490mm、轴距2660mm,整车尺寸已接近B级车。长安宣称,逸动是集五国九地的研发资源打造的最新款长安重量级轿车。目前已在工厂小批量试生产,并做最后的生产线上测试。新车上市时间预计在明年3月。作为长安汽车在国内中高端乘用车布局的第一款重点车型,逸动国际化的研发背景及高调的“Blue Core”动力系统,使得整车一亮相就吸引了各方关注,被《新京报》、《广州日报》、《南方周末》等多家媒体授予了“2012年度最值得期待车型”、“2012年度消费者首选中级车”等多个奖项。

先期上市的逸动将搭载“Blue Core”动力系统中的1.6L发动机。朱华

荣先生非常自信的说,“虽然逸动最先推出1.6L自然吸气发动机,但最大功率达到了92kW,最大扭矩也超过160Nm,在国内目前所有在售车型的1.6L发动机中表现十分抢眼。而且该发动机应用了DVVT进排气可变正时和STT智能节油系统,使得实测油耗也令人满意”。朱华荣先生特别提到在长安英国研究院进行的动力调教中,针对中国的城市路况和驾驶习惯,突出了这款1.6L发动机在低转速下对油门的响应能力,这意味着车主在起步阶段就可以获得良好的加速感觉。

据透露,明年3月1.6L逸动上市后,还会有搭载1.5T缸内直喷及涡轮增压发动机的逸动进入市场。从目前公布的1.5T发动机参数来看,数据远远超过德国大众在国内明星级的1.4TSI发动机。对特别追求运动感的车主来说,其动力性能值得期待。高动力版本的逸动,或将搭载变速箱为5速手动或带雪地模式

的6速手自一体变速箱。

同步国际的长安“Blue Core”系列发动机

长安汽车在广州车展发布的“Blue Core”动力系列,代表着长安汽车的“芯实力”。据厂家披露,“Blue Core”动力品牌以TEI、I-GDI、TC等先进技术为支撑,旨在打造节能高效的动力表现,要使搭载这套动力的长安整车具备在同级车型中更出色的“动力强劲、高效洁净、安静舒适”的特点。目前在国际上,大众、奔驰已分别推出Blue Motion、Blue EFFICIENCY等环保型动力技术,长安汽车也同步Blue概念推出了向高品质动力进军的“Blue Core”动力品牌,不失为自主品牌向高端冲刺抢占市场先机的一种表现。作为长安汽车中率先搭载这套动力系统的逸动,其被长安赋予了更多的厚望,同时也为追求更高性价比的国内车主提供了更丰富的选择。