

中国保险营销峰会在宁波召开 保险创新将惠及更多百姓民生

保险能提供哪些民生服务？未来又将创造哪些价值？昨天，中国保险行业协会和宁波市政府联合主办的2017中国保险营销峰会在宁波召开，800多名中国保险业精英齐聚宁波，共同探讨保险的“民生保障与价值创造”。

宁波保险创新 将惠及更多百姓民生

中国保险行业协会会长朱进元昨天在峰会上表示，从2011年至2016年，全国保费收入从1.4万亿元增长到3.1万亿元，年均增长16.8%。

在宁波，保险业更是成为我市推动社会治理和经济转型发展的有效工具之一。宁波市副市长褚银良说，过去10年间，宁波推出了近110项保险创新项目，医责险、小额贷款保证保险、巨灾险等一大批民生保险形成或提升了“宁波经验”、“宁波模式”、“宁波解法”、“宁波样板”，保险日益成为宁波一张闪亮的城市名片。而未来，保险创新还将惠及更多百姓民生。宁波作为国家首个保险创新综合试验区，享有保险税收优惠试点的优先权，在商业保险与社会保险合作机制方面的研究获得了大力支持，在长期护理保险、健康险、养老保险等民生领域也获得了先行先试的资格。

在国家保险综合试验区的顶层设计上，宁波将积极践行“全域保险”理念，将保险应用于社会治理的全领域、经济建设的全过程、民生福祉改善的全方位。同时打造保险全产业链，加快保险业与养老、汽车、健康、互联网、制造业等相关产业的融合发展，以保险为核心，打通前后两端服务环节，形成保险业与相关产业的集群发展。

峰会上，中国保险行业协会和宁波市政府签订战略合作备忘录，全面推动国家保险创新综合试验区建设。中国保险行

业协会会长朱进元表示，将通过更多合作项目，让宁波这个国家保险试验区真正为全国保险业发展创造经验，创造典型。

移动互联时代 保险业面临更多机会

移动互联网时代，保险营销渠道是否会被颠覆也是此次峰会关注的一个话题。在昨天的峰会CEO论坛上，多位重量级领军人物表示，随着移动互联网广泛的运用，寿险行业反而有更多的成长空间。

友邦保险有限公司中国区首席执行官蔡强说，目前保险公司至少80%、90%的创造都是来自营销员渠道，从消费者的行为调查看，将来的趋势不是互联网替代营销员，而是彼此的融合。

“近几年实践已经证明颠覆不了。”新华人寿保险股份有限公司董事长万峰认为，但寿险的营销员要改变职责，定位为保险风险管理师。

中国人寿保险股份有限公司总裁林岱仁赞同这一说法，他认为，个人营销这个渠道会永远存在，但营销员需走专业化道路。

面对当前消费结构、消费需求的变化，中国太平洋人寿保险股份有限公司董事长徐敬惠说，移动互联网的运用改善了保险客户的体验，老百姓对健康养老保险的需求这几年在逐渐释放，目前35岁以下的年轻客户现在对保险的需求往往超过50岁以上的客户，说明寿险行业正面临更多或更快的成长空间。 记者 徐文燕



为期两天的2017中国保险营销峰会在宁波召开。记者 徐文燕 摄

第六届中国创新创业大赛 (宁波赛区)全面启动

本报讯(记者 王元卓 通讯员 庄园 刘汀 王虎羽) 昨日，第六届中国创新创业大赛(宁波赛区)赛事全面启动。

中国创新创业大赛目前是国内规格最高、规模最大、影响最广的国家级创新创业赛事。第六届大赛将继续采用先地方赛，再行业总决赛的方式进行。地方赛分初赛、复赛、决赛等三个阶段开展，全国总决赛按照电子信息、互联网和移动互联网、生物医药、先进制造、新能源及节能环保、新材料6个领域进行比赛。而经科技部确认，第六届中国创新创业大赛新材料行业总决赛将在宁波举行。

作为“东道主”，我市非常重视此次全国性赛事，并将借此机会充分展示我市新材料产业特色、产业研究水平和创新能力，推进我市新材料行业创新创业。第六届大赛由宁波市天使投资俱乐部、宁波市科技金融服务中心承办。今年大赛将不再设置团队组，而是以2016年1月1日为界，分为初创企业组和成长企业组。

为了鼓励和支持优秀创业企业，今年大赛组委会专设奖金池200万元，并提供贷款授信额度5000万元、天使投资资本2亿元。宁波赛区将

决出20家获奖企业，包括特等奖1名、一等奖3名、二等奖6名、三等奖10名，每家企业都将获得3至50万元不等的现金奖励，并将收到全国行业总决赛的直通券。此外，大赛间隙将穿插开展导师一对一辅导、大型路演、天使头脑风暴、天使对接、天使培训、大咖站台等一系列活动，为有志创业、努力创新的时代英雄提供交流、分享、共赢的广阔空间。

宁波作为省级分赛区已经在宁波市科技局牵头下成功举办了五届。今年大赛将继续全程提供对接资本的机会。专家评委来自于IDG、达晨创投等国内顶级创投机构，创业者将有机会获得创投大咖一对一的辅导培训。今年宁波赛区增加了深圳证券信息有限公司和宁波股权交易中心有限公司作为协办单位，拓展了创业者的融资渠道，打通了与金融市场的通路，为创业者打造了一站式、全链条的融资环境。

参赛企业应为成立10年内、具有创新能力和高成长潜力、2016年销售额不超过2亿元的科技型中小企业。符合条件的企业即日起至5月31日可登录中国创新创业大赛官网www.cxcyds.com注册报名。

宁波地产大棚枇杷上市量少价高

本报讯(记者 鲁威 通讯员 周如韵) 每年5月是本地白枇杷上市的时间。不过，在宁海越溪乡南庄村锡安山水果专业合作社的大棚里，首批白枇杷已经开始成熟，比露天种植的白枇杷成熟期提前了一个月。这也是今年我市成熟最早的一批白枇杷。

昨天，记者走进锡安山水果专业合作社大棚，枇杷树上一个个黄色的套袋将枇杷果包裹得严严实实。轻轻打开套袋，果肉洁白、个大滚圆的果实已经成熟。

经检测，大棚枇杷普遍直径达到1.5厘米以上，而且甜度也在13度以上，属于正常果子的范围。记者了解到，首批大棚枇杷的产量并不高，每公斤价格160元。

记者在旁边的露天枇杷地看到，树上的枇杷尚处于青果阶段。“去看了一市等地的枇杷种植基地，今年的枇杷个头都比较大，再过一个月，露

天枇杷才会陆续上市。”锡安山水果专业合作社大棚负责人林岳兵表示。

今年枇杷的产量如何？“今年1月份的两场冷空气，造成平原地区大部分枇杷绝收，但对山上的枇杷影响较小。就一市来说，与正常年间的产量相比，减产50%。”宁海一市镇的种植户叶卫勇告诉记者。

“物以稀为贵，去年枇杷上市后，价位一直走高。”叶卫勇回忆说，“每年枇杷价格都是和产量挂钩的，但是具体会是多少，还是要看市场行情。一般白枇杷上市时每公斤160元，后期也要每公斤40多元。预计今年后期的白枇杷价格会在60元一公斤。”

昨天下午，记者在鄞州区一家超市的水果销售区看到，摊位上摆放着一堆个头不大的早熟枇杷，这些枇杷摸起来软硬适中，成熟度较高，价格牌上标注着“福建枇杷”“云南枇杷”，价格在40元每公斤左右。

宁波银行专栏

稳健经营 持续发展

从1997年至2017年，伴随中国经济发展20年，宁波银行已成为一家总资产超过8800亿元、员工人数超过1.1万人的区域性上市银行，进入全球前200家银行之列。

自2004年完成改制后，宁波银行实施引进境外战略投资者、跨区域经营以及公开上市三大战略，至此进入发展快车道。2013年和2015年，宁波银行先后发起设立永赢基金管理有限公司及永赢金融租赁有限公司，开始探索综合化经营模式。

随着自身不断发展，宁波银行确立以长三角为主体，以珠三角、环渤海湾为两翼的“一体两翼”机构发展战略。2007年以来，宁波银行先后在上海、杭州、南京、深圳、苏州、温州、北京、无锡、金华、绍兴、台州和嘉兴设立12家分行，目前营业网点超过310家。

宁波银行始终坚持“审慎经营，稳健发展”的经营理念，以“了解的市场，熟悉的客户”为准入原则，紧跟行业发展趋势，合理摆布资源，推进业务结构向多元化转型，打造出公司银行、个人银行、零售公司、金融市场、资产管理、资产托管、投资银行、信用卡等多个利润中心，形成明确的客户目标和发展定位，在个人银行、零售公司、公司业务、资产托管等领域初步建立起自身的品牌。

多年来，宁波银行不断推进业务结构向大零售转型。2006年，宁波银行成立独立的个人银行条线，经过多年的努力，

个人业务盈利占比不断提升。2007年，宁波银行成立零售公司条线，推出“金色池塘”系列小微企业融资产品，近年又推广“税务贷”、“快审快贷”、“捷算卡”等特色产品，在区域市场中受到欢迎。

宁波银行始终坚持“控制风险就是减少成本”的经营理念，将守住风险底线作为最根本的经营目标，持续完善全面、全员、全流程的风险管理体系，在复杂经济环境中经受住考验，不良率连续多年保持在1%以下，资产质量优良。

宁波银行高度重视科技系统建设，构建面向业务、面向服务、面向客户的“三位一体”应用系统体系，已建设完成的“两地三中心”的灾备体系能有效防范科技运维风险。宁波银行紧跟市场主流动向，提高网上银行、手机银行、自助银行三大传统电子银行渠道服务水平，发力微信银行、直销银行等互联网金融服务渠道建设，为客户提供便捷高效的服务。

20年风雨兼程，宁波银行展现出优秀的成长性和经营管理能力。站在新的起点上，面对新一轮银行业发展变革，宁波银行积极探索中小银行差异化的发展道路，持续积累在各个领域的比较优势，努力打造成一家具备差异化核心竞争力、在细分市场客户服务上具备比较优势的优秀商业银行。

