

不忘初心，履行责任

中国保险报向我约稿，我写了十谈建设保险责任文化的一组文章，五谈建设保险责任文化的题目是“将心比心——五谈建设保险责任文化”。

保险业想消费者所想，急消费者所急，帮消费者所需，首先需要立场转变、换位思维，也就是站在消费者立场思考，将心比心地为消费者考虑问题。假如我是保险消费者，我的汽车受损了，保险公司究竟应该怎样做我才会满意？我本人或者我的家属遭遇意外伤害，保险公司究竟应该怎样做才算履行保险人的责任、补偿相应的损失？这样设身处地，把保险消费者的事当成自己的事，把保险消费者当成自己的亲人，我们才能真正做到想其所想，急其所急，帮其所需，才能真正实现把保护消费者利益作为我们全部工作的出发点和落脚点。

保监会领导要求，“跳出保险看保险、跳出监管看监管”。如果我们跳出保险业之外，站在整个社会的角度看保险，那么，不难发现，随着经济快速发展，私家车的普及，仅车险就已经成为深入千家万户、与广大消费者联系最频繁、认知最直接、感受最实在、利益最明显的“准公共产品”，因此，车险的承保、理赔

以及整个管理，早已不是行业内部一个单纯的业务问题，而是事关广大人民群众切身利益、优化保险生态环境、提高行业信誉度的社会问题。充分认识这一点，对于我们完全按照“准公共产品”的属性和要求，彻底解决“车险理赔难”问题不能不具有十分重要的意义。

如果你对保险消费者真正做到将心比心、设身处地，把他们当作自己的亲人，感同身受，急帮所需，那么，保险消费者一定会用续保的消费热情和品牌的忠诚坚定加倍回报你。著名诗人臧克家有一脍炙人口的传世诗句说的特别好：“他活着别人就不能活的人，他的下场可以看到；他活着为了多数人更好地活着的人，群众把他抬举得很高、很高……”

中国保险报配发了一幅投保时求人，理赔是躲人的对比漫画。

我为这幅画写了一首诗：“绵绵保险情，悠悠心比心。行行责任曲，时时为君吟。”