

保险 不是 套

梁泓漪◎著

别拿保险当钱赚
末日银行
九条生命和一百万
人生七张保单



baoxian bushi tao



新世界出版社
NEW WORLD PRESS



保险 不是 套



梁泓漪◎著

图书在版编目 (C I P) 数据

保险不是套/梁泓漪编著.—北京:新世界出版社,
2007.12

ISBN 978-7-80228-535-4

I. 保… II. 梁… III. 保险学-普及读物 IV. F840-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第199267号

保险不是套

梁泓漪 著

责任编辑:陈晓云

出版发行:新世界出版社

社 址:北京市西城区百万庄大街24号(100037)

总编室电话:(010)68995424 (010)68326679(传真)

发行部电话:(010)68995968 (010)68998733(传真)

本社中文网址:www.nwp.com.cn

本社英文网址:www.newworld-press.com

本社电子邮箱:nwpcn@public.bta.cn

版权部电子邮箱:rights@nwp.com.cn

版权部电话:+86(10)6899 6306

印 刷:北京盛兰兄弟印刷装订有限公司

经 销:新华书店

开 本:145x210 1/32

字 数:95千字

印 张:5.5

版 次:2008年1月第1版 2008年1月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-80228-535-4

定 价:20.00元

新世界版图书 版权所有 侵权必究

新世界版图书 印装错误可随时退换

这 50 篇小文写完了。从某种角度说，或许会多少推动一点中国的保险事业。甚欣慰。不论销售保险的代理人，还是保险消费者，或者保险企业，都能从这本图文并茂的小书里，看见一些道理，受到一些启发。

我在保险公司干了 20 年，可惜只卖了 3 个月不到的保险。大概我不属于销售人才，所以我的职业生涯一直跟“管理”有关。因为“管理”而涉猎了五花八门的东西，所以这个集子看上去就比较“杂”，似乎东一头西一头，就为那么些事。

里里外外，最有用的，可能还是对那些正在卖保险，或者准备买保险的人有用。卖与买，供需双方都需要认识、沟通、交流这么一个过程。因为保险本是无形产品，仅凭条款而没有讲解很多人都不易明白，况且如今保险业的个人销售模式，使“诚信”成为巨大隐忧。不了解和保险相关的里里外外，就不能对保险产生全面的认识。

所以这本书就成了桥梁——为买、卖者之间腾出一块清晰、独立的思考空间。

20年，足够把保险公司读个遍。因此这本集子不但“杂”，还曝出点“内幕”，对了解保险行业、保险企业、保险经营者、保险从业者都有点用处。

不妨一读。

梁泓漪

2007年6月21日深圳终稿

目 录

写在前面	001
保险在传递什么	002
保险在传递关爱。保险的最高宗旨，是通过社会互助之爱，把人类对于生命的敬畏和理应得到的保障传递给每个人。	
人寿保单何时柜台成交	004
银行的柜台都能销售保险了，自家的柜台却不能卖自家的产品，保险公司有些亏。	
“增员”与“招聘”	006
“增员”与“招聘”，都在给人机会。不同的是，一个给的是管子，一个给的是水桶。如何解决吃水问题，就看接受者如何思考了。	
杀鸡用了宰牛刀	008
“原则”不是铁的死的，它该有灵性，换句话说企业该有“软肋”，企业的软肋是什么？当然不是利润，该是人性。或许这是企业的惻隐之心，值得好好琢磨。	
“热门”的简单道理	010
但问题在于看似简单的事情却不容易做好，换句话说，没有坚持便没有结果。	
保险业“流水”塑人	012
保险业采用了工业革命的成功典范，从而使“流水线”在完成了对商品生产的贡献后，又完成了对人再造的贡献。	
给生命的尊严买保险	014
“花开”必有“花落”，这是规律，但“没有钱”肯定“泪汪汪”也绝不是唱着玩的。生命的尊严在死神面前都一样，无论穷人富人。	

人生不能没有“稻草”

018

意外是无法预见的：被砸，被刮，被撞……一不留神就步入险滩。人生需要思考的东西很多，记着加一样，就是“预见风险”。趁自己还行，早早留心“稻草”，别让生命需要输血时，遭遇尴尬。

保险不是万能的

020

但是，无论是男方退保，还是发生假设中的保险事故，这张保单原本所承载的那点夫妻恩情都荡然无存，在这场乱哄哄的纠纷中，爱情早已消失殆尽，原本两个相爱之人，在分手时竟连一张保单都不放过，那句“一日夫妻百日恩”的流传，岂不是句鬼话。

别拿保险当钱赚

022

谁不想赚钱，但赚钱得有道。通过保险来赚钱，等于养猪为赛马，套路不对。

为什么“推销保险”

024

“造福别人”是神圣的，“成就自己”是幸福的。这是保险业带给推销保险者的座右铭。如果说一张保单可以保障一个家庭，那么无数保单就可以保障一个民族——有什么事业能比“推销保险”更高尚？

别让保险背黑锅

026

保单是个法律契约，不带任何感情色彩，它只依据法律生效。但是保单拥有人呢？难道也是个契约文件，也不带感情色彩吗？

一张 USD50 的说服力

028

尽管中国与世界接轨已有二十多年，但新航的服务举动还是让中国人感到新鲜。

谁来给残缺的生命买单

030

生命，在保险这里被分了等级。保险，把生命的价值金钱化了。赔付既然是铁打的一分都不能少，那么被保险的“生命”就该完整无缺，否则就要付出代价。

给自个的本钱投个资

032

要想做到万事不求人，忒难。人与人之间什么都可求，就是不能去求钱，一求钱，关系就变硬了，变僵化了，变陌生了，甚至会变死了。

节约是谁的圣经

034

节约，是个很难受的事情。对暴富而言，无疑有斩断手指和舌头的痛苦。或许节约只是那些饿过肚子的人的圣经。对今天一生下来就有大“M”吃的人，节约不是那么好懂。

保险啊，你在哪里

036

保险啊，不能不呼喊你，你在哪里？当悲剧惨剧发生的时候，你在哪里啊？遗憾地是，当保险公司的工作人员连日奔波现场与医院寻找保险客户时，无论死者还是伤者，竟无一人拥有保险的庇护。

什么时候想养老

038

一个人到老年时穷困潦倒，不是因为他年轻时做错什么，而是他年轻的时候许多事情没有做。今天，人类的智慧还无法抗拒自然灾害，但尚可以抵御灾难，分流风险。中年的时候，适当地给自己存一笔颐养天年的钱，总归在夕阳无限好的日子里，心情坦然平安。

给忠诚留点敬仰之心

040

今天的忠诚并不复杂，只需彼此保持一种联系就足够。不管谁对谁，能始终惦记，已算是一种忠诚。

做保险容易产生幸福感

042

每个人都期待幸福能瞬间实现，这种美好的期待在做寿险事业的这群人里算是最旺盛的。他们把对幸福的认识转变成对生活的态度，这种转变包含着热爱和激情，令他们做事执着，凡事尽心尽力，敢于挑战未知。在销售保险的路上坚定自信，把失败当教训，把教训当经验，高唱着从头再来，心情豁然轻松。永不服输也不言败，不论遭遇多少困难，笑容总能在失落和泪水中欣然绽开，欣慰永远伴随。

都是汽车惹的祸

044

车潮涌涌时，常看条条大道变钢铁之河，一个个铁壳虫子般爬行，所有肉身憋挤在铁壳内木呐发傻，突然就想这样的保护实是更加的危险。

狗也需要买保险

046

不知从何时开始，狗过上了人的日子，有了狗爹狗娘，成了狗儿子，与人平起平坐：一起看电视，一起钻被窝，一起吃食，一起逛街。人反而因狗腰板直，口气硬，肚子挺，说话牛。

生命需要直销方式

048

大家不妨回忆一下，当中国的三尺柜台被自选商场替代时，我们都曾惊讶过商品原来还可以那样销售！如今自选商场司空见惯了，直销方式又成了一只新“螃蟹”。

保险成为“三大件”之一

050

房子、汽车成为现代结婚两大件，说明它们是检验生活质量的一个重要标准；保险跟着成为一大件，说明保险是为生活质量保驾护航的哨兵和卫士。现代人将房子、汽车和保险捆绑在一起，说明现代人终于懂得了自救和自我保护，有了生存的危机意识，这实在是一种文明和进步。

改变观念最重要

052

呵呵，跑街也好，扫楼也好，反正幸福的生活跑来了，扫来了。时代就是这么变迁的——“变”，成为永恒的不变。

做保险的方向

054

做保险是有身份的事。赚钱也得有档次，不能像捡破烂的。卖保险不简单，方式方法方向都得掌握。否则无章无法就会乱套。乱套事小，失去热情和兴趣将彻底完蛋。

有一种成功很简单

056

改变很简单，学会服从就可以了。有人轻视服从，但我告诉你，军队之所以打胜仗，服从是一个根本原因。你要想变成“牛罐头”，就得在诸多环节上，跟随牛的步伐，学习牛的意志，体会牛的干劲，坚守牛的脾气，哪怕不能脱胎换骨，也要试着凤凰涅槃，总之要成功，就得历练。历练是什么？历练就是排除个体杂念，一切行动听指挥，入乡随俗，立地成佛，按“牛罐头流水线”的标准，老实地走一趟。

保险荣誉里的价值

058

荣誉，像糖果和巧克力，来得甜美、优雅又漂亮！可是即便这样整日甜丝丝地经营着，为什么还是有人拒绝保险，害怕保险，担心保险，甚至诽谤侮辱做保险的人。他们对保险不信任，对做保险的人不屑，甚至还说做保险的人有几个能真正成功。

保险不是套

060

我不敢说中国人轻视保险，也不敢说中国人不懂保险，从老祖宗那儿大家就都会用“保险套”了，只是套用在一个小物件上大家都懂，而

套用在对整体生命的保护，就缺乏了一点远大的联想。

地震发生的时候

062

世上的事情就这么简单。像我这个已经不会轻易去为什么事情而感动的人，眼睛那时候有点湿。嗯，保险！站在那个窄小的地方我在想，做保险的人还真挺有人情味的，都地震了，说不准都自身难保，可他还惦记着发这样一条手机短信。

感恩的心

064

直到有一天参加了一个朋友的婚礼，再次看见婚礼上的手语舞《感恩的心》的时候，我才发现：原来只有将销售人寿保险当作终身职业来从事的人，才会把许多人都司空见惯不以为然的手语舞《感恩的心》，放到自己隆重庄严的婚礼仪式上。

善待并照顾金钱

066

学会照顾金钱是美德，一如懂得节约。所以对金钱的储蓄，投资，实在是件快乐的事。金钱能成长，就是大家振振有辞的年年有余，学会积累财富，金钱就变成了一只会下蛋的鸡。

末日银行

068

这句话的言外之意是不是在说，保险，它不仅承担整个世界的责任，还要承担人类的希望。就像这个“末日银行”，在天下太平的时候，就充满了危机意识——把生命的种子储藏起来，等于给人类的未来购买了保险。

九条生命和一百万

070

人，总是要死的，所以生命要有价值。最简单的一种价值是：给匮乏的肉身买一份保险，为承诺、责任和爱做个交换，以保证活着的人能正常生活下去。否则就是白死了。

人生七张保单

072

人，是这个世界上最精密的生物，要区别一般性动物，人的生活就得有质量。人的质量不在于一辈子挣了多少钱，而在于一辈子用了多少钱，如何花得钱。

干什么都得培养热情

074

丧失能力只是半残，丧失热情就是全残。热情是什么？热情是血，是气，是七情六欲，是本能，是生命源，是活着的动力，是人生追求幸福，产生渴望，创造价值的资本。没有热情，无疑死人一个。

不能挽救的忏悔

076

不论卖保险的人，还是买保险的人，我们都是普通人。而“保险”也是我们生活中很普通的一件事。但是这件事却能衡量人生的价值，衡量生活的品质，衡量我们的责任感，以及我们对自己亲人的爱心。

创保险之业需要说明

078

有句话说，人往高处走，水往低处流，保险公司的“创业说明会”就是告诉人们：世上许多东西都高不可攀，只有保险，干了，多高都能攀。

遭了殃才想起保险

080

所以还是应了那句话：灾难是保险最好的广告！有了灾难，一句话顶上一万句使。就像遭了殃，想起保险；遭了小偷，想起警察；遭了病，想起医院一回事。可是没有灾难呢，世上最难做的，估计就是卖保险了。

灾难潜伏在身边

082

生命不因疾病而去，不因寿终正寝而归，倒是因了玩忽职守的罪恶，因了人为造成的恶果——这样的死，活人有罪。我们应该在心里铭记：粗糙工作不是不敬业，而是可耻。

生命就是脆弱

084

没发生在自己身上，就当视而不见，就当不是那么回事。换句话说，像车祸，全国每天发生的死亡，相当于一架波音飞机掉下来。天天掉飞机，那肯定恐惧，天天车祸，仿佛就该着。

一张保单保全家

086

生活就是这样提炼精华的。人们在这些精华面前被感化，被点播，受到感悟和启发。大家对保险的认识已像熟悉油纸伞一样，即便晴空万里，也知道翻出来在阳光底下晒一晒，为的就是预防伞儿发霉，雨天好用。

利用一切资源成就自己

088

选择销售个人寿险的人，是生意人。不同的生意自然经营不同。卖保险，绝对要找一个平台，然后充分利用这个平台去创业（或者叫站在巨人的肩膀上卖保险），花最少的钱，给自己办最大的事——免去了许多创业的本。

学会给客户做顾问

090

比如卖保险的人，不是时刻抓住保险不放，而是常常能推荐出客户需要的其他物品。关心客户不在保险，更在生活。很好地整理一下自己的客户资源，让其他客户分享到你的客户资源。——在客户面前，你要永远神通广大。

最难销售的商品

092

所以，销售保险的人收入高，是正常的。他们付出的劳动是别人的几何倍数。因此，一个人一旦能够销售保险三年以上，这个人基本就能成为现阶段的中产阶级。

做保险是自己的事

094

卖保险的人，只管让保险公司去“管”你，牢记经营是自己的事，这一点是关键。不依赖激励、竞赛、活动而展业，只为“选择卖保险”而经营。三年五载，天下就会多出一个老板。

保险是爱神

096

这就是现状！一边是卖保险致富，一边是卖保险被扫地出门；一边是卖保险荣耀无限，一边是卖保险就是被人瞧不起。果真，保险就是想说爱你不容易。

给自己一次机会

098

勇敢选择销售人寿保险，可谓明知山有虎，偏向虎山行。给自己一次机会，就是入了虎穴得了虎子。不要像那些挂虎头卖猫肉的，真的人生就是要来真的，搏一把，拼一把，创造至真精彩。

卖保险需要文化工具

102

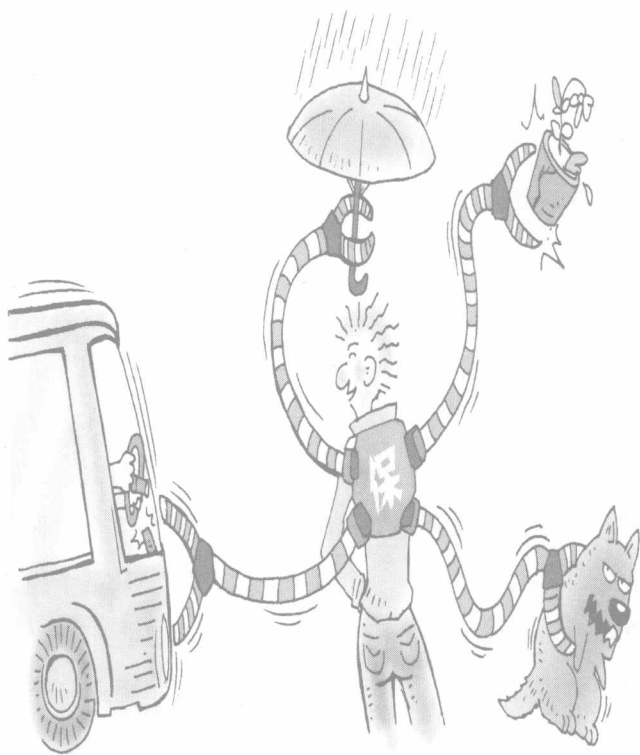
任何销售，诀窍都在于“避免唠叨”“别让客户烦”“不能庸俗”“不要纠缠”。换句话说，杰出的销售人员都懂得“避主题而言它”，更不能总出现在客户面前。可是，销售人寿保险，不这样就很难。

打造人生安全感

106

可是世上没有绝对的安全，安全感全凭心生。活得再踏实，来了意外照样躲不过；吃得再健康，有了疾病都一样。人生之安然欲念，惟有托付后顾。所谓后顾，实则生亦安，死亦安，此乃心安。做好了，“之忧”才了无踪迹。

后记	108
附录 保险常识	110
中华人民共和国保险法	128



保险在传递什么

保险传递着什么？

最近一组数字显示，截至 2006 年末，我国共有保险机构 98 家，保险中介 2110 家。如此之多的保险企业短短几年就像雨后春笋般突飞猛长，恰似一夜春风吹绿了懵懵大地。

人们的眼睛开始关注保险业。从最初从事保险销售的业务员“扫楼”卖保险遭歧视，遭阻挠，遭驱赶，甚至遭拒绝开始，也就十多年的时间，现在的保险业里“扫楼”已经是个历史名词了。许多早年做保险一直做到今天的人，已成了行业新贵。他们开私车，用手提电脑，住高档住宅，到客户那里也不再是单纯地卖保单，而是为客户提供综合性保险计划甚至兼顾着家庭理财。一个过去在人们眼里只是个跑街卖保险的人，如今成了保险领域里的行家，自己也不再是单打独斗的一个“跑街人”，而是带领整个团队像企业一样去经营。人们经常会看见他们在酒店开说明会，搞招聘会，偶尔还进入社区搞公益，做义工，不论春夏秋冬、何时何地，只要打通这些人的电话，基本都是有求必应，恰似亲人。这个行业还有一个显著特点，就是从业者充满激情，永不言败。

现在，人们开始一点点主动接受保险理念，同时逐步接近做保险的人。这个过程真是令人欣喜，也令人感慨唏嘘。这说明中国的保险市场和保险观念在人们心里真正开始慢慢苏醒了。

我记得英国前首相邱吉尔曾说，“如果我办得到，我一定把‘保险’这两个字写在家家户户的门上，以及每一位公务人员的手册上，因为我深信：通过保险，每一个家庭只要付出微不足道的代价，就可以免除遭受永劫不复的灾难。”胡适则说，“保险的意义只是今日做明日的准备，生时做死时的准备，儿女小时做儿女长大时的准备。如此而已，今天预备明天，这是真稳健；生时预备死时，这是真旷达；父母预备儿女，这是真慈爱。能做到这三步的人，才能算做是现代。”

这就是说，保险在传递关爱。保险的最高宗旨，是通过社会互助之爱，把人类对于生命的敬畏和理应得到的保障传递给每个人。

人寿保单何时柜台成交

眼下走进深圳任何一家人寿保险公司的客户服务柜台，询问是否可以在柜台直接购买人寿保险，回答都是不行的。如果要买人寿保险，必须先找到人寿保险公司的寿险推销员，否则就是再急，也不能直接在柜台买到保单。

这个问题很有意思。一方面客户主动找上门却不能成交，另一方面大批寿险推销员人海茫茫四处寻找“准客户”，让人总有错过之感。业内人士说，这是因为寿险业推行的是“个人营销体制”，既然是个人销售，保险公司就不能再从业务员的嘴里抢饭吃；而寿险产品不同于其他商品，购买时有些保险需要体检，而柜台不具备体检条件，所以柜台销售人寿保险行不通。

实际上任何问题都有办法解决，怎么解决，要看合不合算和是否有改变的价值。角度不同，企业的价值观自然不同。眼下各行业都倡导服务创新便民，服务已进入信息化时代，走在改革前列，市场发展超前的深圳寿险，是否可以考虑满足客户主动上门买保险之心愿？

不错，寿险业推行个人营销制也并没有完全将客户推给