



跳广场舞受伤、骨质疏松、老人走失均可投保 每年20元 就能给家里的老人买份意外险

见习记者 刘礼文

俗话说,“家有一老,如有一宝”,让老年人颐养天年是每个家庭的心愿。近日,又有一则关于为老年人健康提供保障的好消息传来。

据全国老龄办官网公布,全国老龄办、民政部、财政部、中国保监会四部门联合印发的《关于开展老年人意外伤害保险工作的指导意见》(以下简称“《意见》”)指出,60周岁及以上老年人均可成为老年人意外伤害保险的被保险人,原则上不设年龄上限。

实际上,作为一项惠民工程,杭州市老龄工办早在去年就联合中国人寿杭州市分公司、人民财产保险杭州市分公司、太平洋人寿杭州中心支公司三家商业保险公司已开展老年人意外保险工作。

近日,记者调查发现,经过近一年时间的摸索,目前杭州市场上已有不少老年人意外保险险种陆续面市,哪怕是跳广场舞受伤,或是老人走失,均能获得保险赔偿。

杭州早在一年前就出台相关惠民政策 部分条件困难群体还可享受保险补贴

“过去,保险公司常常将寿险的年龄上限设置为60—65周岁。”中国人寿浙江省分公司团体业务部副经理吕明告诉记者,而现在,“政府主导+商业保险公司运营”的模式,能更好地实现老年人意外险业务的公正和普惠。据记者了解,早在2013年,我国已印发《关于加快发展养老服务业的若干意见》,明确提出“鼓励老年人投保健康保险、长期护理保险、意外伤害保险等人身保险产品”。而此次发布的《意见》,则是从全国层面鼓励商业保险公司开展老年人意外伤害险业务。《意见》称,开展老年人意外伤害保险工作要坚持政府引

导、市场运作、体现公益、投保自愿的。2015年,杭州市老龄工办主导的“杭州市老年人意外险统筹保险”正式上线,保险覆盖意外身故保险金、意外残疾保险金、意外烧伤保险、意外伤害医疗保险金、意外伤害住院津贴,也就是说,即便是出门摔跤、小区家里发生意外等情况也能获赔,而且投保的年龄也没有上限。据记者了解,该保险所涵盖的人群包括这三类:杭州市户籍60周岁以上老年人;杭州市户籍50—59周岁已办理退休手续的个人;不具有杭州市户籍在杭居住生活的60周岁以上老年人。

惠民政策已有近百万老人受益 各种相关老年人保险陆续上线

家住体育场路的王奶奶今年70岁了,前段时间,因在跳广场舞时不慎扭伤,花去医疗费1000多元,多亏了她此前购买了一份老年人意外险,保险公司将她自负的部分全额赔付了。据了解,截至2015年10月底,该意外险的投保人数已达83.3万人,理赔方面已赔付221.19万元。“该险种价格低,每人20元即可获得一份一年期限的老年人意外险,因此项目开展近一年,总体运营情况良好。”吕明告诉记者,现在,像王奶奶这样享受老年人意外险保障的约有近百万人。吕明透露说,该项目总共保费已达3750万元,其中自主投保的约2300万元。记者注意到,针对老年人不同的意外情况,除了三家该项目的合作保险机构外,目前杭州还有不少商业保险公司也上线了各类老年人意外险。

例如,太平人寿推出的“孝心宝”,投保年龄拓展至80周岁,涵盖老年人日常意外、残疾、意外医疗、交通意外等多项保障;平安人寿推出的“金色夕阳老人意外险”,60—80周岁均可参加本保险,保障项目包括老人易发意外骨折住院、老人骨密度检测津贴、老人走失费用补偿等。“老年意外伤害保险卖得好,说明老年群体面临该类风险较为突出,产品迎合了社会需求。”一名业内人士分析说,老年意外险有利于发挥商业保险的补充作用,拓展金融保险业新领域,也有利于缓解社会保障压力,提高老年人及其家庭抗风险的能力,减少因老年人意外伤害引发的矛盾和纠纷。

除了自愿参保的老龄人群之外,杭州市的政策还特别针对部分条件困难的老龄群体给予了优惠补贴,这部分群体包括:60周岁以上享受城乡最低生活保障的待遇人员、城镇“三无”人员、农村“五保对象”、重点优抚对象,60周岁以上失去独生子女的老人,80周岁以上高龄老人。“老年人意外险是现有保险体系的一大补充,解决了老年人投保难的问题。”作为该项目的一线业务人员,吕明认为,在推广“老年人意外险”的工作上,杭州走在了前面,随着新政出台,这块业务后续将再上一个台阶,还将有更多老年人获得保障。



观龙舟竞渡成端午节旅游新主题 调查显示,“中国传统元素”成端午旅游关键词 近两成游客将为“龙舟主题”出游

本报讯(记者 张雅丽 通讯员 戴小丽)端午临近,龙舟桨急。河塘之上,鼓点已擂响,各地龙舟赛,也成为旅游一景。今年端午节当天,西溪蒋村将有100条龙舟在深潭口参与竞渡。据不完全统计,端午小长假传统味甚浓,各地举办的龙舟竞渡赛事,也将吸引近两成国内游客选择“龙舟”旅游主题。



今年端午节,蒋村100条龙舟深潭口竞渡

自古以来,每逢端午,家住西溪蒋村周边的老百姓都会聚集于深潭口一带,以赛龙舟的形式共庆节日。今年端午当天中午12时,有上百年的历史“龙舟胜会”照常开锣。作为国家级非物质文化遗产,蒋村“龙舟胜会”始于唐代,盛于南宋,到了清代,乾隆皇帝下江南,在蒋村看到划龙船像赶集一般的景象,高兴之余,欣然口头御封河渚(今西溪)“龙舟胜会”,蒋村龙舟遂得盛名。于是,每年端阳竞渡,百舸争流,深潭口河道两岸人声鼎沸,热闹非凡,水中数百条小舟来往穿梭,浪花飞溅,此情此景,唯端午独有。据了解,蒋村的龙舟比赛方式独特,它不赛速度赛表演,不赛成绩赛乐趣,颇有“花样”龙舟韵味,极具浓厚的地方特色。满天装龙舟、半天装龙舟的划法就是民间所说的“文划”,不求力度,重在装饰。舟行河上,动作整齐,优雅自得,音乐悠扬,颇有闲庭信步的兴致;赤膊龙舟的划法就是所谓的“武划”,选手们以展示其高超的水上技巧、刚强勇猛的水上功夫为美,有时也会出现你追我赶的场面。

今年,蒋村共有100条龙舟来深潭口参与竞渡。按照规定,每条来“胜漾”的龙舟要先划遍深潭口的四周。桨手在鼓声的指挥下奋力往前划,随着艄公一蹲一起,龙舟的头不断起伏,压出漂亮的水花,水从龙嘴中喷出,胜似真龙再现,极具观赏性。而船至深潭口中央时,将有360度旋转姿势,这是整个过程中最难的一部分,艄公稍有不慎就会落水,也极易和其他的龙舟相撞。除了“载泥坝”,蒋村龙舟还有“披红发饷”、“三点头”等极具观赏性的仪式。如此龙舟比赛,既需齐心协力,同舟共济的热情,又要讲求高超的表演技艺,传统文化的精彩也在此得以淋漓尽致地展现,值得到此一游。



龙舟体验游,西溪湿地只接受团队报名

如今,蒋村“龙舟胜会”,逐渐演变为一场民俗盛宴。西溪龙舟赛,已不再是一个短暂的端午节竞技活动,开始常规化和现代化。今年5月—10月,西溪龙舟体验项目,便是集传统元素与现代元素为一体。作为一项传统民俗活动与体育赛事相结合的水上旅游体验产品,龙舟体验项目更注重团队合作,目前只接受6—10人的团队预约报名。据西溪国家湿地公园品牌推广部相关人员介绍,龙舟体验游推出多年,配合西溪湿地其他游览主题项目,龙舟体验游已是西溪湿地下半年的主打旅游产品之一,也是长三角地区企业会奖旅游的重要项目。

龙舟主题游,或令观赛游客停留两三天

龙舟竞技作为端午节期间必不可少的传统项目,俨然已成为新的旅游主题。携程调查数据显示,今年端午,各地举办的龙舟竞渡赛事吸引了近两成选择国内游的人群前往观赛,并在当地停留游玩,在端午节这个特定的节日里,旅游者更关注“中国传统元素”。选择一个适合的目的地带家人去看看,是全民旅游时代的主旋律。这个端午,受各地传统民俗特色活动的影响,部分小众目的地的热度出现上浮,其中最受关注的,就是“赛龙舟”。

“龙舟体验项目主要是为平日里鲜少接触龙舟运动的游客,提供一个体验的平台,让这项传统竞技赛事平民化、常规化。”她介绍,为了让游客在划龙舟时,能够达到预期的娱乐和体验效果,“选手”正式下水之前,还有一场专业的培训。今年的端午小长假活动,除了龙舟竞技,西溪国家湿地公园还推出了一系列传统民俗活动,如船拳、越剧等蒋村当地的民间艺术表演,游客在深潭口外的三深大会堂还可以体验包粽子、做香袋等端午习俗,让端午佳节变得更加富有民俗趣味。

众所周知,在端午的风俗习惯中,除了吃粽子、挂艾叶、涂雄黄酒外,还有一项就是“龙舟竞渡”。每年端午,全国各地都会举办各式各样的赛龙舟活动,在吸引大批选手参赛的同时,也会有不少当地居民前往观赛。“今年龙舟赛的观赛人群中,将出现不少外地游客的身影。”携程分析师表示,有近两成国内游、周边游的旅客,将目的地选择在有龙舟比赛的地方,“像屈原故里宜昌就是非常热门的观赛城市,其他的比如广州荔枝湾、吉林松花江、苏州金鸡湖也有不少旅客选择前往并停留,游玩2—3天”。

武夷山的低碳之旅 高铁出行约2小时

本报讯(记者 张雅丽)随着5月武夷山东至上海虹桥高铁始发车的开通,杭州市民到福建出游更加便利了。日前,“清新福建·快乐武夷”高铁行旅游推介会在杭州召开,南平市旅游局把大武夷低碳旅游产品带到杭州。南平地处福建北部、闽江源头,是福建省面积最大的设区市,生态环境优越,是地球同纬度带生态环境最好的地区之一,森林覆盖率74.75%,空气中负氧离子含量最高达每立方厘米13.6万个,被誉为天然氧吧。毋庸赘言,南平历史文化积淀深厚,是闽越文化、朱子文化、武夷茶道文化、张三丰太极文化的发源地,是齐天大圣的故乡,历史上出现过19位宰相,特别是朱熹在南平“琴书五十载”,朱子理学不仅影响中国文化,还远播东南亚和欧美等国家。南平旅游资源以低碳而闻名,是华东地区不可多得的旅游资源密集区,其中武夷山是世界文化与自然双遗产地,是福建省旅游龙头、福建省重点建设的三大旅游经济协作区,其中的闽西北旅游经济协作区就是以武夷山为中心。

近年来,围绕旅游产业转型升级,南平又开发了系列旅游新产品。其中,张艺谋导演的“印象大红袍”大型山水实景演出,提升了武夷山夜生活的文化品位;“武夷山秀·梦之泉”,是以九曲溪水为创意元素、以畅游九曲溪的奇幻之旅为主线的现代化3D夜间特效表演,为一个山水之都增添了现代时尚元素。目前,南平至杭州的高铁通路已经打通。今年5月,武夷山东至上海虹桥(经停杭州东站)高铁始发车,至上海约3小时,杭州约2小时,不仅为游客出行增添了新的选择,更缩短了旅游出行时间。

财说

即便频频摆出“亲民”姿态,但无可否认,类似排上一年半载的队等一只包包这样的饥饿营销依然是奢侈品牌最为擅长的。也正因为此,当上周LV在它的2017年度假系列秀场上“试水”所谓的“即看即买”模式时立马引起了业界不小的关注。

一边看着秀场上名模们拎着下一季的新品包包走秀,一边马上就能通过官网购买或是预订看中的包款,而不再像以前那样需要坐等几个月后“新品上架”——对于素来信奉“客人们需要用等待来增加对产品的期望值”的奢侈品牌而言,这样的速度无疑是创下了新高,但如果跳出这个圈子来看,像这样“接近”消费者而不是“奔向”消费者显然还是太慢了。

同样是借助秀场、红毯,上个月化妆品品牌巴黎欧莱雅就刚刚通过一场时下大热的直播与“边看边买”植入营销的结合创下了品牌网店下单率激增近30倍的业绩。当然,这样的成功其实早已不鲜见。从几年前那档瞄准“女神新衣”的时尚真人秀节目开始,越来越多的电影、电视剧、游戏、娱乐节目等如今都正在成为某种意义上变相的“电视购物”节目,出现在眼前的每个场景、物件都可以动动手指就“据为己有”,通过一个个链接、二维码让我们得以“边看边买”、随时下单。

技术的加速迭代给商业带来了种种颠覆,也让我们的消费形态变得更加便捷、多样,这当然是好事,只不过一不小心就容易“好心办坏事”。在经典的传播学理论中有一种观点叫做“魔弹论”或是“皮下注射论”,以此来说明传播媒介具有无法抵抗的传播效力,受众只是被动地接受信息的刺激。几百年来无论是学界还是生活实践都已经不断佐证着人们其实没有那么容易“中弹”、没那么容易被牵着鼻子走,然而这种“信心”在今天这样的多屏时代似乎是在不断被动摇、被影响——我们不停地被各种需要、不需要的信息骚扰,被一个个所谓的“场景”代入进而冲动消费,一面喊着“剁手”一面却在不知不觉之中买回越来越多根本用不上、不适合的东西……

所谓的“消费升级”,我倒觉得更多选择仅仅是最基础、最容易实现的第一步,更为成熟的消费心态和健康的消费环境才是更具决定性的关键所在。现在的我们,最缺的不是“边看边买”的便捷,而是“光看不买”的理智和勇气。

涂玥 是