AXIS MAX LIFE INSURANCE'S

FOR KALEIDO AWARDS 2026

AWARD ENTRY

Practice Area Awards - BEST USE OF PR INSIGHTS AND ANALYTICS

Bharosa Talks: Bridging India's Financial Awareness-Action Gap

A unified platform synthesizing India's largest financial barometers to drive the nation's journey towards financial security by 2047.



with GAMMA

The Challenge: A Nation's Financial Blind Spot



India's Vision

Insurance for All by 2047 represents an ambitious national commitment to financial security.

The Critical Hurdle

A significant awareness-action gap persists in financial planning across the nation.

The Reality

Millions understand the need for protection and retirement savings but struggle to translate awareness into meaningful action.



ith GAMMA

Objective and Insight

From Episodic Messaging to Sustained Momentum

Transforming life insurance from a reactive, transactional topic into a movement-based conversation by moving beyond intermittent awareness to a persistent, research-led engine.

Data-Driven Credibility (IPQ & IRIS)

Establishing a credible evidence base through the India Protection Quotient and the India Retirement Index Survey, translating complex data into national headlines that bridge the gap between consumer intent and adoption.

The "Bharosa Talks" Ecosystem

Unified multiple initiatives under a single anchor to align with the IRDAI vision of "Insurance for All by 2047," positioning the brand as a key industry contributor and India's longest-running, research-backed awareness platform.





The Foundation: Unveiling the Nation's Pulse

India Protection Quotient 7.0

Comprehensive deep dive into India's protection needs and awareness levels across demographics.

India Retirement Index Study 5.0

Measuring retirement preparedness across financial, health, and emotional dimensions nationwide.

These landmark studies reveal the current state of financial readiness and identify specific gaps requiring immediate attention and targeted solutions.

Made with GAMMA

Bharosa Talks: The Conversation Catalyst

Unified Platform

Synthesizing insights from IPQ 7.0 and IRIS 5.0

Prime Conversation Driver

Igniting national dialogue on financial planning

Bridging the Gap

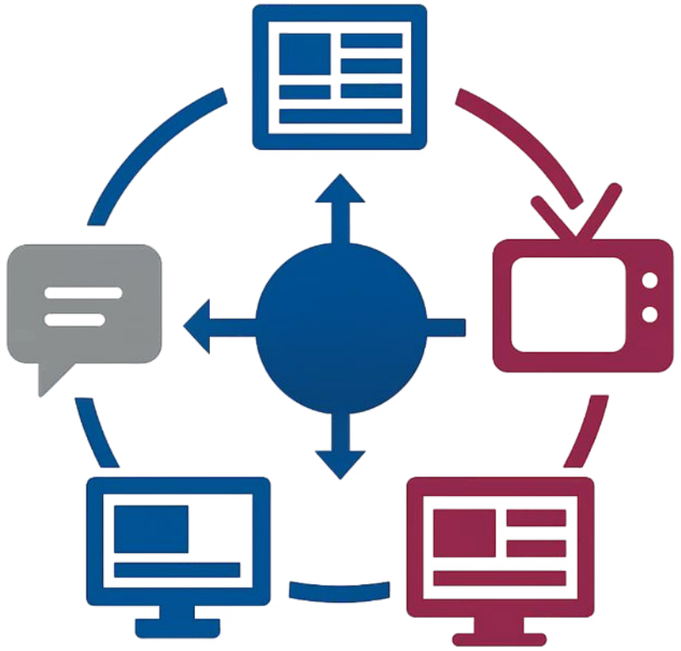
Translating awareness into tangible action



Made with GAMMA

The Scale: A Nation on the Path to Security

- **Print Media:** Extensive outreach across **600+ publications**, encompassing top-tier national financial and general interest dailies, Category A & B regional newspapers, business and periodical magazines, and localized vernacular press across 20 cities.
- **Television (Broadcast):** Large-format televised summits and industry panel discussions executed in partnership with **major national news networks** (ET Now and NDTV).
- **Digital News & Portals:** High-visibility placements on **online news syndicates**, specialized **financial websites**, and **demographic-specific platforms**.
- **Social Media:** A **360-degree digital activation** featuring **20+ nationwide influencer and "finfluencer" campaigns** tailored for Gen-Z and digital-first audiences across major social platforms.
- **Owned Digital Media (Websites):** Dedicated IPQ and IRIS microsites functioning as inbound traffic hubs, featuring interactive, custom-built **"Life-Stage Calculators"** to drive direct consumer engagement.





The road to financial awareness

01

Continuous Evolution

Evolving with new data, insights, and emerging financial trends

02

Cultural Transformation

Transforming practices of financial planning across all demographics

03

National Legacy

Building a secure, prosperous future for all Indians





Made with GAMMA



Impact of Activities

Unrivaled Media Dominance & Reach

2.7K+
Media Clips
Across 600 publications nationwide

80M
Readers Reached
Translating analytics to mainstream conversations

30L+
Viewers Captivated
Through televised events nationwide

52%
Industry SOV
Commanding media resonance

Quality & Sentiment Excellence

8.4L
QIS Points
Cumulative quality index score confirming message pull-through

40+
Consecutive Weeks
Daily media coverage across the Indian hinterland

500K+
Website Visits
Inbound traffic to IPQ and IRIS portals

Pioneering Thought Leadership & Policy Influence

10+
Executive Interviews
Exclusive leadership features

30+
Industry Stories
Targeted placements establishing authority

100%
Policy Impact
Metrics quoted by FICCI, IRDAI, PFRDA

Industry Stewardship Achieved: 'Bharosa Talks' established Axis Max Life as the most authoritative voice in financial preparedness, bridging the divide between consumer knowledge and meaningful financial action.

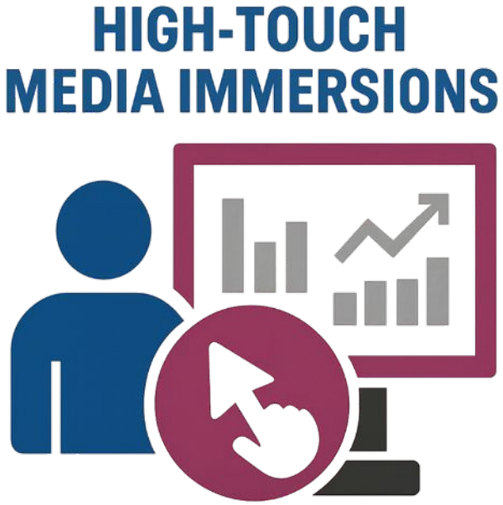
Made with GAMMA

Strategic Execution: Precision Outreach & Multi-Tiered Engagement



AGILE REGIONAL LOCALIZATION

Utilized **real-time Quality Index Scores** to pivot outreach via local influencers and deep-dive briefings for regional newsrooms.



HIGH-TOUCH MEDIA IMMERSIONS

Hosted **20+ CEO-led sessions** and interactive data "double-clicks" for top editors to provide hyper-local insights into financial behaviors.



MULTI-TIERED STORYTELLING & DIGITAL ENGAGEMENT

Blended "**lived experience**" debates on national TV with digital life-stage calculators on website to make protection gaps personal for all generations.



ith GAMMA

INDIA: Where action speaks louder than words







Made with GAMMA

Print Media Coverage

सभी तक बीमा पहुंचाने के लिए अड़चनें दूर करें कंपनियां

इरडा चेयरमैन ने कहा...बीमा क्षेत्र को अलग नजरिये से देखने और डिजाइन करने की जरूरत

मुंबई। सभी देशवासियों को 2047 तक बीमा सुविधा कराने के लिए कंपनियों को इसमें आ रही अड़चनों को दूर करने की जरूरत है। भारतीय बीमा विनियामक एवं विकास प्राधिकरण (इरडा) के चेयरमैन देबाशीष पांडा ने कहा कि उद्योग में आमूल-चूल तकनीकी परिवर्तनों के कारण सभी के लिए एक ही जैसा बीमा अब अतीत हो गया है। ऐसे में कंपनियों को नए सिरे से इस पर विचार करना चाहिए। एक कार्यक्रम में पांडा ने मंगलवार को कहा, हमें सामूहिक रूप से बीमा क्षेत्र में व्यवधानों को कम करने के लिए दृढ़ संकल्प होना होगा। साथ ही, इस क्षेत्र को अलग नजरिये से देखने की जरूरत है। बीमा उत्पादों को डिजाइन करने और इसे आगे बढ़ाने पर जोर देना होगा। एजेंसी

लगातार बढ़ रहा है डिजिटल दायरा


देवाशीष पांडा

पांडा ने कहा, देश में 85 करोड़ से अधिक इंटरनेट ग्राहक और 75 करोड़ से अधिक स्मार्टफोन ग्राहक हैं। डिजिटल दायरा लगातार बढ़ रहा है।

इरडा चेयरमैन ने कहा, सबसे महत्वपूर्ण यह है कि आज के ग्राहक व्यक्तिगत अनुभवों के बदले जानकारी साझा करने से नहीं कतराते हैं। ऐसे में केवल पारंपरिक आधार पर काम करने वाली बीमा कंपनी को ग्राहकों की जरूरतों का पूर्वानुमान लगाने वाली कंपनियों के खिलाफ टिके रहना मुश्किल है।

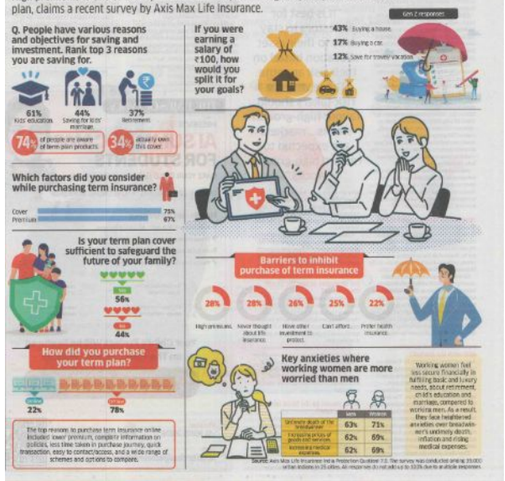
- **पांडा ने कहा, सही ग्राहक को सही चैनल के जरिये सही उत्पाद पेश करना कंपनियों के लिए मुश्किल होगा।**

तेजी से बढ़ता मेडिकल खर्च चिंताजनक : सर्वे

तेजी से बढ़ता मेडिकल खर्च लोगों के लिए सबसे बड़ी चिंता है। मैक्स लाइफ इंश्योरेंस और कांतार के सर्वे में दावा किया गया है कि मेडिकल खर्च अब लोगों की पहली प्राथमिकता है, जो कुछ समय पहले 9वें स्थान पर था। मैक्स लाइफ के एमडी प्रशांत त्रिपाठी ने कहा, बीमा के प्रति लोगों में जागरूकता बढ़ रही है। हालांकि, टर्म प्लान अब भी लोग कम ले रहे हैं, क्योंकि प्रीमियम ज्यादा है।

Despite low cost, only 34% have bought term insurance

High premiums is one of the top reasons for not purchasing the pure protection term plan, claims a recent survey by Axis Max Life Insurance.



Survey: 7 in 10 respondents feel Rs 1 cr sufficient for 'comfortable retirement'

50% of respondents say retirement planning must begin before age of 35 and as soon as earning starts

NEW DELHI: Awareness about the required retirement corpus continues to be low, but 7 in 10 respondents feel that Rs 1 crore would be sufficient for a comfortable retirement, a survey said.

The 2025 edition shows steady progress, with the Index score rising from 44 in 2022 to 48 in 2025, driven by stronger fitness habits, regular health check-ups, and higher insurance adoption, according to the annual India Retirement Index Study - IRIS 5.0.

"While financial confidence remains stable, awareness about the required retirement corpus continues to be low, with 7 in 10 respondents believing that Rs 1 crore would be sufficient for a comfortable retirement. Health preparedness records the sharpest gain, highlighting India's growing focus on wellness as a pillar of secure retirement," it said.

The survey had a sample size of 2,242 respondents in the age group of 25-65 years across 28 cities. Of this, 50 per cent of respondents are salaried, and the remaining self-employed with an annual salary of Rs 5 lakh and above.


REPRESENTATIVE PIC

TAKEAWAYS

- The 2025 edition shows steady progress, with the Index score rising from 44 in 2022 to 48 in 2025
- The progress is driven by stronger fitness habits, regular health check-ups, and higher insurance adoption

IRIS Index, an indication of retirement preparedness, has moderated to 48 compared to 49 recorded last year.

As many as 50 per cent of respondents believe retirement planning must begin before the age of 35 and as soon as earning starts.

"IRIS 5.0 signals a clear shift towards smarter and more holistic retirement planning. Today's consumers are showing greater health consciousness, higher product awareness, and sustained financial confidence," Axis Max Life Insurance's newly appointed MD and CEO Sumit Madan said.

As health preparedness improves, the next frontier is building an adequate retirement corpus and emotional resilience, Madan, who took charge earlier this month, said. The study also highlighted a growing segment of individuals uncertain about how to begin their planning, reinforcing the need for trusted advisory support.

"Diverse segments such as gig workers, women, and return migrants require tailored and inclusive solutions. The findings underline how the next phase of growth for the industry will hinge on delivering more innovative, advisory-led, and inclusive retirement solutions," he added.

The latest edition also focused on segments such as return migrants and gig workers, capturing the diverse emotional and financial realities shaping India's retirement landscape.

For the first time, he said, return migrants have been studied separately as a cohort, offering insights into how this group balances financial confidence with renewed focus on health and well-being after relocation. AGENCIES

Made with GAMMA

Print Media Coverage



Life Insurance Awareness, Adoption Rise Among Urban Indians, says Report

PTI

New Delhi: Urban India witnessed remarkable progress in financial readiness, with 3 out of 4 urban Indians now owning life insurance products, according to a report.

The Protection Index is at an all-time high of 45 in India Protection Quotient (IPQ) 6.0, up from 43 in IPQ 5.0, reflecting a positive trajectory in the nation's evolving protection awareness and adoption.



Max Life Insurance released IPQ 6.0 on Tuesday — tapping 4,700 respondents across 25 Indian cities — which also pointed out that life insurance sales through digital mode have increased compared to the last survey.

At the same time, life insurance ownership levels increased to 75 compared to 73 (IPQ 5.0). Over a five-year period, the India Protection Quotient has witnessed an impressive 10-point increase, from 35 in IPQ 1.0 to 45 in IPQ 6.0, that reiterates Urban India's constant journey towards building financial resilience, the report said.

In line with previous findings, South India retained its position as the most financially protected zone with a Protection Quotient of 49 points, the report said, adding this was followed by West India, showcasing a marked improvement in financial preparedness from 42 points in IPQ 5.0 to 46 points in IPQ 6.0. North and East zones lagged in financial protection at 41 and 40 points in this edition, respectively.

Max Life MD and CEO Prashant Tripathy said over the past five editions, the IPQ has become a true barometer for measuring urban India's financial protection levels.

"By including incremental cohorts year-on-year, IPQ has become stronger, bigger, and more inclusive. Today, we are witnessing a remarkable shift in the financial consciousness of this diverse group, with 3 out of 4 urban Indians now owning life insurance," he said.

India's Retirement Index Score Rises to 48 as Early Planning Gains Momentum;

Half of Urban Indians believe in prioritizing early retirement savings : Axis Max Life IRIS 5.0

New Delhi, Axis Max Life Insurance Limited ("Axis Max Life" / "Company"), formerly known as Max Life Insurance Company Limited, today unveiled the findings of the fifth edition of its annual India Retirement Index Study - IRIS 5.0, conducted in partnership with Kantar, a leading global marketing data and analytics company.

Now in its fifth consecutive year, the India Retirement Index Study (IRIS) continues to serve as India's most comprehensive benchmark on retirement preparedness—assessing financial, health, and emotional readiness. The 2025 edition shows steady progress, with the Index score rising from 44 in 2022 to 48 in 2025, driven by stronger fitness habits, regular health check-ups, and higher insurance adoption. While financial confidence remains stable, awareness about the required retirement corpus continues to be low, with 7 in 10 respondents believing that ?1 crore would be sufficient for a comfortable retirement. Health preparedness records the sharpest gain, highlighting India's growing focus on wellness as a pillar of secure retirement.

This year's edition sharpens focus on segments such as Return Migrants and Gig Workers, capturing the diverse emotional and financial realities shaping India's retirement landscape. For the first time, Return Migrants have been studied separately as a cohort, offering insights into how this group balances financial confidence with renewed focus on health and well-being after relocation. With rising awareness, better product understanding, and growing health consciousness, IRIS 5.0 reflects a more retirement-ready India preparing for a secure and balanced future.

Sumit Madan, MD and CEO, Axis Max Life said, "IRIS 5.0 signals a clear shift towards smarter and more holistic retirement planning. Today's consumers are showing greater health consciousness, higher product awareness, and sustained financial confidence. As health preparedness improves, the next frontier is building adequate retirement corpus and emotional resilience.

The study also highlights a growing segment of individuals uncertain about how to begin their planning, reinforcing the need for a trusted advisory support. Diverse segments such as gig workers, women, and return migrants require tailored and inclusive solutions. The findings underline how the next phase of growth for the industry will hinge on delivering more innovative, advisory-led, and inclusive retirement solutions."

Soumya Mohanty, MD and Chief Client Officer, South Asia, Kantar said "IRIS 5.0 highlights evolving retirement behaviors across India. The rise in product awareness and health-first behaviour is notable. The study's richer segmental analysis provides actionable cues for policymakers, employers and financial service providers to move from awareness to measurable preparedness."

Retirement readiness rises across the country

IRIS 5.0 reflects a positive trend in retirement preparedness, with the national score rising to 48 — a 4-point increase from IRIS 2.0. Health readiness has improved to 46, up from 41 in 2022, driven by increased physical activity, more frequent preventive health checks, and a rise in health insurance ownership (now at 50%, +7%). Emotional preparedness remains the next priority, with 71% reporting loneliness concerns in certain cohorts. Emotional confidence has slightly declined, with 72% of Indians expressing concern about potential dependence on family



Life insurance awareness, adoption rise among urban Indians: Report

PTI ■ NEW DELHI

Urban India witnessed remarkable progress in financial readiness, with 3 out of 4 urban Indians now owning life insurance products, according to a report.

The Protection Index is at an all-time high of 45 in India Protection Quotient (IPQ) 6.0, up from 43 in IPQ 5.0, reflecting a positive trajectory in the nation's evolving protection awareness and adoption.

Max Life Insurance released IPQ 6.0 on Tuesday -- tapping 4,700 respondents across 25 Indian cities -- which also pointed out that life insurance sales through digital mode have increased compared to the last survey.

At the same time, life insurance ownership levels increased to 75 compared to 73 (IPQ 5.0).

Over a five-year period, the India Protection Quotient has witnessed an impressive 10-point increase, from 35 in IPQ 1.0 to 45 in IPQ 6.0, that reiterates Urban India's constant journey towards building financial resilience, the report said.

In line with previous findings, South India retained its position as the most financially protected zone with a Protection Quotient of 49 points, the report said, adding this was followed by West India, showcasing a marked improvement in financial preparedness from 42 points in IPQ 5.0 to 46 points in IPQ 6.0.

North and East zones lagged in financial protection at 41 and 40 points in this edition, respectively.

Max Life MD and CEO Prashant Tripathy said over the past five editions, the IPQ has become a true barometer for measuring urban India's financial protection levels.

"By including incremental cohorts year-on-year, IPQ has become stronger, bigger, and more inclusive. Today, we are witnessing a remarkable shift in the financial consciousness of this diverse group, with 3 out of 4 urban Indians now owning life insurance," he said.

e with GAMMA

Regional Media Coverage



लाइफ इंश्योरेंस पर शहरी भारत के लोग क्या सोच रहे?

प्रीमियम की चिंता के बजाय बड़ा इंश्योरेंस कवर पसंद

Akhilesh.Singh1
@timesofindia.com

■ **नई दिल्ली :** देश के शहरी इलाकों में 78% लोगों ने 1 से ज्यादा लाइफ इंश्योरेंस प्रोडक्ट खरीद रखे हैं। युवाओं सहित Gen Z एज ग्रुप में औसतन हर 3 में से 2 ने लाइफ इंश्योरेंस कराया है। जहां टर्म इंश्योरेंस की कॉस्ट का सवाल काफी लोगों के लिए अहम बना हुआ है, वहीं करीब तीन चौथाई लोग अब प्रीमियम की चिंता में पड़ने के बजाय बड़ा इंश्योरेंस कवर लेना पसंद कर रहे हैं। एक्सिस मैक्स लाइफ इंश्योरेंस के लेटेस्ट इंडिया प्रोटेक्शन कोशेंट (IPQ) सर्वे से ये ट्रेंड सामने आए हैं।

एक्सिस मैक्स लाइफ इंश्योरेंस के CEO और MD प्रशांत त्रिपाठी ने सर्वे के इस सातवें एडिशन के नतीजे NBT से साझा करते हुए बताया, 'लोग बच्चों के फ्यूचर के लिए पहले से ज्यादा सोचने लगे हैं। बच्चों की पढ़ाई, उनकी शादी, रिटायरमेंट प्लानिंग और घर खरीदना, ये लोगों की 4 प्रमुख चिंताएं हैं।'

कितना कवर काफी? त्रिपाठी ने बताया, 'पिछली बार टर्म प्लान की ओनरशिप 31% थी। इस बार 34% हो गई। जिन 34% लोगों के पास टर्म प्लान हैं, उनमें से भी 56% के पास ही पर्याप्त कवर है। कितना कवर पर्याप्त होगा, इसका एक अच्छा फॉर्मूला यह है कि जितनी सालाना कमाई हो, उसका कम से कम 10 गुना कवर होना चाहिए। काफी लोगों के पास बमुश्किल दोगुना कवर ही है।' उन्होंने बताया, 'इस सर्वे में पहली बार ज्यादा लोगों ने कहा कि टर्म इंश्योरेंस खरीदते समय प्रीमियम कितना देना है, इसके बजाय यह देखना ज्यादा महत्वपूर्ण है कि कवरेज कितना है यानी उन्हें कुछ हो गया तो परिवार को कितने पैसे मिलेंगे।

Gen Z में कैसा ट्रेंड? सर्वे के मुताबिक, Gen Z में दो तिहाई लोगों के पास लाइफ इंश्योरेंस प्रोडक्ट हैं। 73% Gen Z का कहना है कि वे फाइनैंशल प्लानिंग को लेकर प्रोएक्टिव हैं। सर्वे में 25 शहरों के 6360 परिवारों से बात की गई। इसमें ऐसे लोग शामिल थे, जिनकी सालाना आमदनी 2 लाख से अधिक थी।



कामकाजी महिलाओं ने जीवन बीमा खरीदने में पुरुषों को पछाड़ा

नई दिल्ली, आइएएनएस: पहली बार जीवन बीमा खरीदने में कामकाजी महिलाओं ने पुरुषों को पीछे छोड़ दिया है। 79 प्रतिशत कामकाजी महिलाओं के पास जहां जीवन बीमा पालिसी है वहीं 76 प्रतिशत कामकाजी पुरुषों के पास इस तरह की पालिसी हैं। मैक्स लाइफ द्वारा दिए गए एक सर्वे में कहा गया है कि यह बदलाव महिलाओं में वित्तीय तैयारियों और जिम्मेदारियों को दर्शाता है। जीवन बीमा खरीदने में कामकाजी महिलाएं भले ही पुरुषों से आगे हों, लेकिन वित्तीय सुरक्षा को लेकर अभी पुरुषों की स्थिति महिलाओं से अच्छी है।

शहरी इलाकों में पुरुष 46 अंकों के साथ वित्तीय सुरक्षा में अग्रणी हैं और यह शहरी भारत के 45 अंकों के समग्र औसत से अधिक है। सर्वे में इस बात का भी पता लगा कि शहरी भारत में पुरुषों और महिलाओं के बीच वित्तीय सुरक्षा का अंतर मुख्य रूप से जीवन बीमा जागरूकता के स्तर में भारी असमानता की वजह से है। सर्वे में शहरी भारत की महिलाएं अपने परिवार को किसी भी परेशानी से बचाने के लिए ज्यादा प्रतिबद्ध दिखाई देती हैं और यही वजह है कि जीवन बीमा पालिसी खरीदने में वे पुरुषों की तुलना में बहुत ज्यादा पीछे नहीं दिखाई देती हैं। वहीं, पालिसी बाजार के एक सर्वे के मुताबिक चालू वित्त वर्ष में 25 लाख रुपये से अधिक कवरेज वाली हेल्थ पालिसी को खरीदने वाली महिलाओं की संख्या बढ़कर 24 प्रतिशत हो गई है। जो वित्त वर्ष 2022-23 में 15 प्रतिशत थी। 25 लाख रुपये से कम कवरेज वाली हेल्थ पालिसी लेनी वाली महिलाओं की संख्या सात प्रतिशत घटी है।

79 प्रतिशत कामकाजी महिलाओं के पास जीवन बीमा पालिसी, यह बदलाव उनमें वित्तीय तैयारियों और जिम्मेदारियों को दर्शाता है

25 लाख रुपये से अधिक कवरेज वाली हेल्थ पालिसी को खरीदने वाली महिलाओं की संख्या चालू वित्त वर्ष में 24 प्रतिशत हुई

एमएसएमई ने ज्यादा महिलाओं को काम पर रखा

महिला स्वामित्व वाले एमएसएमई ने पुरुष स्वामित्व वाले एमएसएमई की तुलना में 11 प्रतिशत अधिक महिला कर्मचारियों को काम पर रखा। किनारा कैपिटल के विश्लेषण से यह पता चलता है कि महिला स्वामित्व वाले एमएसएमई द्वारा पैदा की गई नौकरियों में से एक तिहाई महिला कर्मचारियों के लिए थीं। किनारा कैपिटल की संस्थापक और सीईओ हार्दिका शाह ने कहा, "महिला उद्यमियों ने अपने व्यावसायिक ऋणों की ना केवल बेहतर तरीके से अदायगी की बल्कि अपनी आय में भी बढ़ोतरी की।" महिला स्वामित्व वाले एमएसएमई ने अपनी कंपनी के मासिक राजस्व में 12 प्रतिशत की बढ़ोतरी की है। महिलाओं के स्वामित्व वाले एमएसएमई ने जहां मासिक शुद्ध आय में 19 प्रतिशत की वृद्धि दर्ज की है वहीं पुरुषों के स्वामित्व वाले एमएसएमई ने 18 प्रतिशत की बढ़ोतरी दर्ज की है। कर्ज अदायगी की बात करें तो जहां केवल 3.4 प्रतिशत महिला उद्यमियों ने ऋण चुकाने में चूक की, वहीं पुरुषों के बीच यह दर 4.6 प्रतिशत से अधिक थी। अध्ययन में छह राज्यों आंध्र प्रदेश, गुजरात, कर्नाटक, महाराष्ट्र, तमिलनाडु और तेलंगाना और केंद्र शासित प्रदेश पुडुचेरी के 44,821 एमएसएमई के डाटा का विश्लेषण किया गया।

महिलाओं के स्टार्टअप्स ने जुटाए 23 अरब डालर

देश में 8,000 से अधिक स्टार्टप ऐसे हैं, जिनकी संस्थापक महिलाएं और ये अब तक 23 अरब डालर की फंडिंग जुटा चुके हैं। मार्केट इंटेलिजेंस प्लेटफार्म ट्रैक्सन की रिपोर्ट के मुताबिक, तकनीक से जुड़े स्टार्टअप को शुरू करने वाली महिला उद्यमियों की हिस्सेदारी 18 प्रतिशत से अधिक है जबकि वित्त पोषित कंपनियों के स्टार्टअप में महिला उद्यमियों की हिस्सेदारी 14 प्रतिशत से अधिक है। महिलाओं द्वारा शुरू किए गए स्टार्टअप की संख्या के मामले में दिल्ली-एनसीआर अग्रणी है जबकि उसके बेंगलुरु और मुंबई का नंबर आता है। महिलाओं द्वारा शुरू किए गए 2,000 से अधिक स्टार्टअप को अब तक फंडिंग मिली है और लगभग 6,000 ऐसे स्टार्टअप हैं, जिन्हें अभी फंडिंग नहीं मिली है। इनमें से 590 स्टार्टअप का राजस्व 30,000 डालर से अधिक है। देश में महिलाओं द्वारा शुरू किए गए स्टार्टअप द्वारा जुटाई गई फंडिंग की हिस्सेदारी पिछले एक दशक में बढ़ी है।



बीमा को लेकर जागरूकता बढ़ी, 4 में 3 शहरी भारतीयों के पास पॉलिसी है : सर्वे

Ramesh.Tiwari
@timesgroup.com

AI IMAGE

■ **नई दिल्ली:** शहरी भारतीयों के बीच जीवन बीमा को लेकर जागरूकता बढ़ी है। एक सर्वे के मुताबिक, अब 4 में 3 शहरी भारतीयों के पास जीवन बीमा है। इस मामले में दक्षिण भारत सबसे ज्यादा तैयार है, लेकिन पश्चिम भारत में पिछले साल की तुलना में जागरूकता में सबसे ज्यादा बढ़ोतरी देखने को मिली है। इंश्योरेंस के मामले में अब कामकाजी पुरुषों की बराबरी पर महिलाएं आ गई हैं।

मैक्स लाइफ इंश्योरेंस कंपनी लिमिटेड ने डेटा एवं एनालिटिक्स कंपनी कांतार के साथ मंगलवार को इस बारे में अपना सर्वे जारी किया। 25 शहरों में हुए इस सर्वे 4,700 लोगों ने हिस्सा लिया। नियमित तौर पर होने वाले इस सर्वे में फाइनैंशल प्रोटेक्शन को लेकर इंडेक्स तैयार किया जाता रहा है। पिछली बार प्रोटेक्शन इंडेक्स 43 था, जो अब छठे एडिशन में बढ़कर 45 पर पहुंच गया है। ये अब तक का सबसे ऊंचा स्तर है। यह दिखाता है कि प्रोटेक्शन को लेकर देश में जागरूकता बढ़ी है। इसमें देखने को मिला है कि मिलेनियल्स भी वित्तीय तैयारियों के मामले में बड़ी उम्र के लोगों के नजदीक ही हैं। दोनों के अंक 45 और 46 हैं। इस मामले में कामकाजी महिलाओं ने काफी प्रगति की है। उनको कामकाजी पुरुषों के बराबर पाया गया। इस समय 10 में से 8 कामकाजी महिलाएं लाइफ इंश्योरेंस में इन्वेस्ट कर रही हैं।

मैक्स लाइफ इंश्योरेंस के सीईओ एवं मैनेजिंग डायरेक्टर प्रशांत त्रिपाठी ने कहा, समाज के अलग-अलग वर्गों की वित्तीय समझ में उल्लेखनीय सुधार देखने को मिल रहा है। इससे 2047 तक प्रत्येक व्यक्ति तक इंश्योरेंस पहुंचाने के लक्ष्य को सपोर्ट मिलेगा।

Made with GAMMA

Regional Media Coverage

एक्सिस मैक्स लाइफ इंश्योरेंस लि. ने आइरिस 5.0 से मिले नारी किए निष्कर्ष

अमृतसर, 29 अक्तूबर (बी.एन. 2910): एक्सिस मैक्स लाइफ इंश्योरेंस लिमिटेड ने अपनी वार्षिक इंडिया रिटायरमेंट इंडैक्स स्टडी के 5वें संस्करण (आइरिस 5.0) से मिले निष्कर्ष जारी किए हैं। यह अध्ययन अग्रणी ग्लोबल मार्केटिंग डाटा एवं एनालिटिक्स कंपनी कांतार के साथ साझेदारी में किया गया।

इंडिया रिटायरमेंट इंडैक्स स्टडी (आइरिस) अपने 5वें वर्ष में पहुंच गई है। यह रिटायरमेंट की तैयारियों को परखने का भारत का सबसे व्यापक मानक है, जिसमें वित्तीय, स्वास्थ्य एवं भावनात्मक तैयारियों का मूल्यांकन किया जाता है।

2025 के संस्करण से मिले निष्कर्षों से लगातार प्रगति की तस्वीर दिख रही है। इंडैक्स स्कोर 2022 में 44 था, जो 2025 में 48 पर पहुंच गया है। फिटनेस की बेहतर आदतों, नियमित स्वास्थ्य जांच और बड़े पैमाने पर इंश्योरेंस लेने से यह संभव हुआ है।

अवसरের জন্য এক কোটি টাকার তহবিল কি যথেষ্ট

নিজস্ব প্রতিবেদন

কাজ থেকে অবসর নেওয়ার সময় হাতে ঠিক কতটা তহবিল থাকা উচিত, সে ব্যাপারে ভারতের সাধারণ মানুষের ধারণা খুব একটা স্পষ্ট নয় বলেই জানাল সমীক্ষা। দাবি করল, সেই সঙ্কয় তৈরির পথ সম্পর্কেও ধন্দ বিস্তর। বুধবার প্রকাশিত ওই সমীক্ষায় বলা হয়েছে, তাতে অংশগ্রহণকারী অধিকাংশ মানুষই জানিয়েছেন এক কোটি টাকার তহবিল হলে সচ্ছন্দে অবসর জীবন যাপন করা যাবে। কিন্তু কোন পথে এগোলে সেই লক্ষ্যে পৌঁছনো সম্ভব, তা নিয়ে নিশ্চিত নন তাঁরা। যদিও বিশেষজ্ঞেরা বলছেন, মূল্যবৃদ্ধির হার যে জায়গায় দাঁড়িয়ে, তাতে আগামী দিনে এক কোটির বেশি তহবিল হলেও স্বচ্ছলতা বজায় রেখে সংসার চালাতে সমস্যায় পড়তে হতে পারে মানুষকে। তার উপরে দ্রুত গতিতে বাড়ছে চিকিৎসা, উচ্চশিক্ষার মতো ক্ষেত্রের খরচ। ফলে তাঁদের মতে, আগামী দিনে অবসরের তহবিল হতে হবে এক কোটির অনেকটা বেশি।

দেশে ২৮টি শহরে 'ইন্ডিয়া রিটায়ারমেন্ট ইন্ডেক্স স্টাডি (আইরিশ ৫.০)' সমীক্ষাটি চালিয়েছিল এক্সিস ম্যাক্স লাইফ ইনশিয়োরেন্স। অংশ নেন ২৫-৬৫ বছর বয়সি ২২৪২ জন। তাঁদের অর্ধেক বেতনভুক এবং বাকিরা পেশাদার। প্রত্যেকেরই আয় বছরে ৫ লক্ষ টাকার বেশি। ২০২২ সালের ৪৪-এর তুলনায় আইরিশ সূচক এ বছর ৪৮-এ পৌঁছেছে ঠিকই। কিন্তু তা গত বছরের ৪৯-এর তুলনায় কম।

সমীক্ষা জানাচ্ছে, এতে অংশ নেওয়া ব্যক্তিদের ৫০ শতাংশের মতে, ৩৫ বছর বা তার আগেই অবসরের প্রস্তুতি শুরু করা জরুরি। খুব ভাল হয় যদি রোজগার শুরুর সঙ্গে সঙ্গে সেই পথে হাঁটা যায়। অথচ প্রতি ১০ জনের ৭ জনই মনে করেন অবসরের তহবিল ১ কোটি হলেই যথেষ্ট। তবে অবসর ভাল মতো কাটাতে হলে স্বাস্থ্য যে ভাল থাকতে হবে, তা জানিয়েছেন তাঁরা।

সমীক্ষা বলছে

- প্রতি ১০ জনের ৭ জনই মনে করেন অবসরের তহবিল এক কোটি টাকা হলে সচ্ছল জীবন যাপন সম্ভব।
- ৫০ শতাংশের মতে, এ জন্য ৩৫ বছর বয়সে বা তার আগে লগ্নি শুরু জরুরি।
- তবে কোন পথে লগ্নি শুরু, তা জানেন না অধিকাংশই।
- স্বাস্থ্য সচেতনতা বেড়েছে, চাহিদা বেড়েছে স্বাস্থ্য বিমার।



বিশেষজ্ঞদের মত

- অবসরের অঙ্ক কষার সময়ে মূল্যবৃদ্ধির কথা মাথায় না রাখা সমস্যার।
- মূল্যবৃদ্ধি ধরলে এক কোটি টাকার তহবিল যথেষ্ট নয়।
- জিনিসপত্রের দাম যে হারে বাড়ছে, তাতে তহবিল হতে হবে আরও অনেক বেশি।
- বিশেষত, চিকিৎসা খরচ বৃদ্ধির পাচ্ছে মূল্যবৃদ্ধির তিনগুণ বেশি হারে। রয়েছে বাদবাকি খরচও।

অ্যাক্সিস ম্যাক্স লাইফের নবনিযুক্ত এমডি-সিইও সুমিত মদনের বক্তব্য, অবসরের সঞ্চয় নিয়ে সচেতন হচ্ছেন মানুষ। আর্থিক পরিষেবা ক্ষেত্রও জোর দিচ্ছে গিগ কর্মী (যাঁরা মূলত অনলাইন সংস্থার হয়ে পণ্য পৌঁছনো-সহ বিভিন্ন পরিষেবা দেন), মহিলা ও নিজের রাজ্যে ফেরত আসা পরিযায়ী শ্রমিকদের উপর। কিন্তু এখনও কোন পথে এগোলে ভাল থাকার মতো টাকা জমবে, তা নিয়ে ধন্দ রয়েছে। ফলে চাহিদা বাড়ছে লগ্নি পরামর্শদাতার।

তবে বিনিয়োগ বিশেষজ্ঞ শৈবাল বিশ্বাস মনে করাচ্ছেন, এক কোটি টাকা যদি ৬% সুদের কোনও সুরক্ষিত প্রকল্পে লগ্নি করা যায়, তা হলে বছরে হাতে আসবে ৬ লক্ষ, মাসে ৫০,০০০ টাকা। তাঁর বক্তব্য, "এই টাকায় সংসার চালানো, চিকিৎসার খরচ সামলানো ও সন্তানের উচ্চশিক্ষার মতো ব্যয় এখনই সম্ভব হচ্ছে না। ফলে আগামী দিনে এক কোটির তহবিল যথেষ্ট নয়"

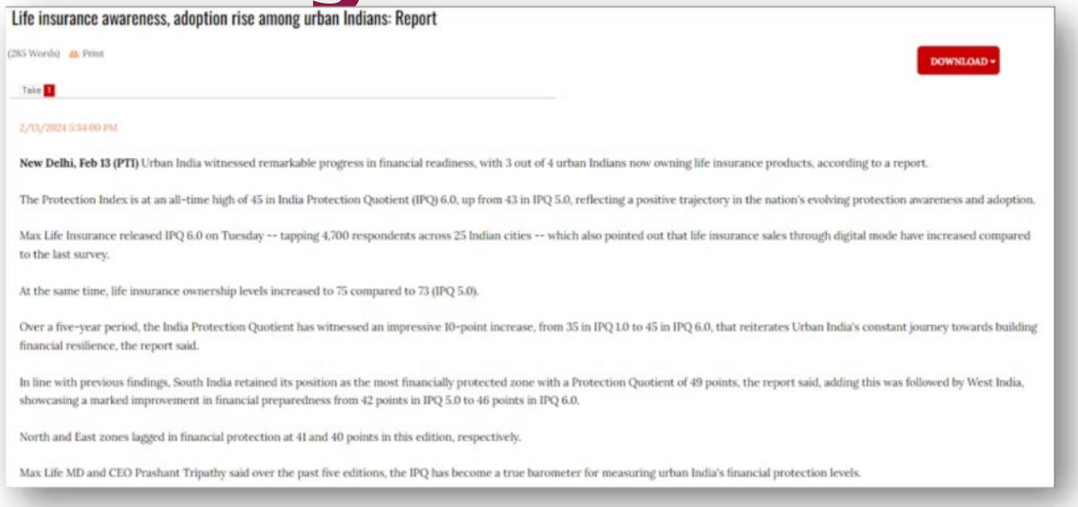
একই বক্তব্য লগ্নি বিশেষজ্ঞ নীলাঞ্জন দে-রও। তিনি বলেন, "অধিকাংশ মানুষই আর্থিক পরিকল্পনা করার সময়ে মূল্যবৃদ্ধির কথা মাথায় রাখেন না। বিশেষত মনে রাখা দরকার খুচরো মূল্যবৃদ্ধির হার যে হারে বাড়ে, চিকিৎসা তথা স্বাস্থ্য বিমার খরচ বাড়ে তার প্রায় তিনগুণ হারে। অর্থাৎ, খুচরো মূল্যবৃদ্ধি ৫% হলে দ্বিতীয়টি হয় প্রায় ১৫%। তাই এক কোটি ধরে এগোলে আখেরে সমস্যায় পড়তে হবে। যা নিশ্চিন্ত অবসরের পথে বড় বাধা।"

సిటీలో ప్రతి నలుగురిలో ముగ్గురికి లైఫ్ ఇన్సూరెన్స్



హైదరాబాద్, తెలుగు: హైదరాబాద్‌లోని ప్రతీ నలుగురిలో ముగ్గురుకి లైఫ్ ఇన్సూరెన్స్ పాలసీ ఉందని మ్యాక్స్ లైఫ్ ఇన్సూరెన్స్ కంపెనీ ఓ రిపోర్ట్‌లో పేర్కొంది. టర్మ్ ఇన్సూరెన్స్‌లపై అవగాహన కింద చేదాటో పోలిస్తే 88 శాతం పెరిగిందని తెలిపింది. సేవింగ్స్ కంటే ఖర్చు చేయడానికి సిటీ ప్రజలు ప్రాధాన్యం ఇస్తున్నారని, ట్రావెలింగ్, షాపింగ్, మూవీస్ కోసం ఎక్కువగా ఖర్చు చేస్తున్నారని ఇండియా ప్రాక్టిస్ కోషెంట్ ఆర్ ఎడిషన్ (ఐక్యూ 6.0) లో వెల్లడించింది. మొత్తం 25 సిటీల్లోని 4,700 మంది రెస్పాండెంట్ల అభిప్రాయాలను సేకరించి ఈ రిపోర్ట్‌ను తయారు చేసింది. సౌత్ ఇండియాలో ఎక్కువ మందికి ఇన్సూరెన్స్‌పై అవగాహన ఉందని వెల్లడించింది. సౌత్ ఇండియా మెట్రోల్లో హైదరాబాద్ సెకెండ్ ప్లేస్‌లో ఉందని, ఈ సిటీకి ఐక్యూ 6.0 లో 44 పాయింట్లు వచ్చాయని తెలిపింది. బెంగళూరు మొదటి ప్లేస్‌లో ఉందని పేర్కొంది. 'హైదరాబాద్ ప్రజల్లో 59 శాతం మందికి ఇన్సూరెన్స్‌పై అవగాహన ఉంది. 74 శాతం మంది లైఫ్ ఇన్సూరెన్స్ పాలసీని వివిధ మార్గాల్లో కొనుగోలు చేశారు. తాము సేఫ్‌గా ఉన్నామనే భావన 80 శాతం మందికి ఉంది' అని మ్యాక్స్ లైఫ్ ఇన్సూరెన్స్ సీఈఓ ప్రశాంత్ త్రిపాఠి అన్నారు. ఇన్సూరెన్స్‌పై నార్త్ ఇండియాతో పోలిస్తే సౌత్ ఇండియా ప్రజలకు ఎక్కువ అవగాహన ఉందని, ఆన్‌లైన్‌లో పాలసీలు కొనడంలో కూడా వీరు ముందున్నారని అన్నారు.

Online Media Coverage



Life insurance awareness, adoption rise among urban Indians: Report

(265 Words) Print

DOWNLOAD

Take 1

2/13/2024 5:34:00 PM

New Delhi, Feb 13 (PTI) Urban India witnessed remarkable progress in financial readiness, with 3 out of 4 urban Indians now owning life insurance products, according to a report.

The Protection Index is at an all-time high of 45 in India Protection Quotient (IPQ) 6.0, up from 43 in IPQ 5.0, reflecting a positive trajectory in the nation's evolving protection awareness and adoption.

Max Life Insurance released IPQ 6.0 on Tuesday -- tapping 4,700 respondents across 25 Indian cities -- which also pointed out that life insurance sales through digital mode have increased compared to the last survey.

At the same time, life insurance ownership levels increased to 75 compared to 73 (IPQ 5.0).

Over a five-year period, the India Protection Quotient has witnessed an impressive 10-point increase, from 35 in IPQ 1.0 to 45 in IPQ 6.0, that reiterates Urban India's constant journey towards building financial resilience, the report said.

In line with previous findings, South India retained its position as the most financially protected zone with a Protection Quotient of 49 points, the report said, adding this was followed by West India, showcasing a marked improvement in financial preparedness from 42 points in IPQ 5.0 to 46 points in IPQ 6.0.

North and East zones lagged in financial protection at 41 and 40 points in this edition, respectively.

Max Life MD and CEO Prashant Tripathy said over the past five editions, the IPQ has become a true barometer for measuring urban India's financial protection levels.



businessline. Companies / Markets / Portfolio / Opinion / Budget 2024 FREE TRIAL SUBS

Home » Money & Banking

Urban Indians' insurance adoption up but financial security still below pre-Covid levels

Updated - February 14, 2024 at 07:08 PM. | Mumbai

Urban India shows progress in financial readiness, with 3 out of 4 owning life insurance

BY ANSHIKA KAYASTHA

COMMENTS SHARE READ LATER

Made with GAMMA

Online Media Coverage

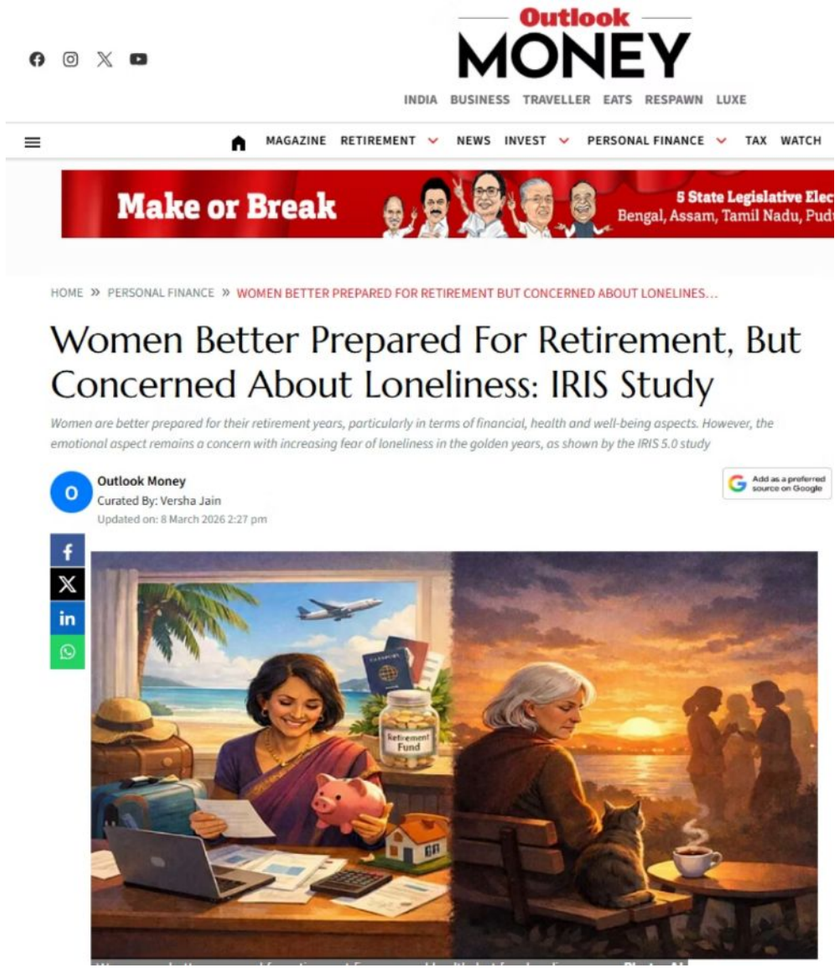
PTIPRNEWS

Axis Max Life's India Retirement Index Study 5.0 Uncovers Critical Retirement Gaps for India's Sandwich Generation and Empty Nesters

PTI
27/Jan/2026 • 5 min read

· Only 33% of Empty Nesters expect Retirement Corpus to last a decade

· 71% Sandwich Generation respondents admit to a deep-seated fear of loneliness



Digital Media



YouTube

India Retirement Insights Summit 202

Join industry leaders, policymakers, and financial experts at the India Retirement Insights Summit 2025 as they explore the evolving landscape of retirement planning

Made with GAMMA

Digital Media



YouTube

Axis Max Life x Kantar | India Retirement Index Study 5.0 Explain

Is India truly prepared for retirement? In this special episode, witness the exclusive unveiling of the India Retirement Index Study (IRIS) 5.0, a comprehensive survey

Made with GAMMA

Social Media



Instagram

Axis Max Life Insurance on Instagram: "When it comes to a Term Plan, j

209 likes, 8 comments - axis_max_life_insurance on January 27, 2026: "When it comes to a Term Plan, just numbers don’t matter — trust does. Udbhav Gupta talks about

Made with GAMMA

Social Media



YouTube

We’re thrilled to see the love for our latest Bharosa Talks IPQ PR kit!

We’re thrilled to see the love for our latest Bharosa Talks IPQ PR kit! 💙 Crafted with care and purpose, this package was more than just candles, mugs, and totes – it was

Made with GAMMA

Social Media



YouTube

This is why we need to support the LGBTQIA+ communit

"I remember coming out to mom as gay and her asking me, 'Tu Trans to nahi hai na.' Scared in that minute, I said 'No.' Deep inside she knew the truth, and she was

Made with GAMMA

Owned Website - India Protection Quotient



Axis Max Life Insurance

India Protection Quotient (IPQ) 7.0 - A Joint Survey Carried Out By Axis

IPQ 7.0 is the 7th Annual Survey Conducted by Axis Max Life Insurance and Kantar to determine the financial preparedness of Indian. This pan-India survey shows how

Made with GAMMA

Owned Website - India Retirement Index Study



Axis Max Life Insurance

IRIS – India Retirement Index Study - IRIS | Axis Max Life Insuranc

IRIS reveals the state of urban India for TOMORROW to lead a healthy, peaceful, and financially independent life conducted by Axis Max Life Insurance in partnership with

Made with GAMMA

Beyond Benchmarks: How Bharosa Talks Scaled a Campaign into a National Movement



Redefining Industry Benchmarks

Shattered industry standards by delivering a 9x scale multiplier with 2,700 media clips and a 40x reach multiplier, engaging over 8 crore viewers compared to the 20-lakh industry average.

Unrivaled Market Monopolization

Achieved absolute category domination with an unparalleled 78% Share of Voice (SOV) in Retirement and 56% SOV in Protection, effectively leaving competitors in the margins.

Strategic Precision through PR Analytics

Transformed PR from a measurement tool into a leadership driver, utilizing Quality Index Scores (QIS) to optimize targeting and dictate market-leading narratives in real-time.

Revolutionary Omni-Channel Execution

Replaced the traditional "launch-and-leave" model with a 360° ecosystem, integrating CEO-led editorial immersions, influencer campaigns, and digital calculators to sustain year-long momentum.

Transition to Industry Gold Standard

Successfully evolved from a "survey publisher" to an uncontested authority, with IPQ and IRIS data now serving as the definitive macro-economic reference for media, finfluencers, and regulatory bodies.

Made with GAMMA



THANK YOU



Made with GAMMA