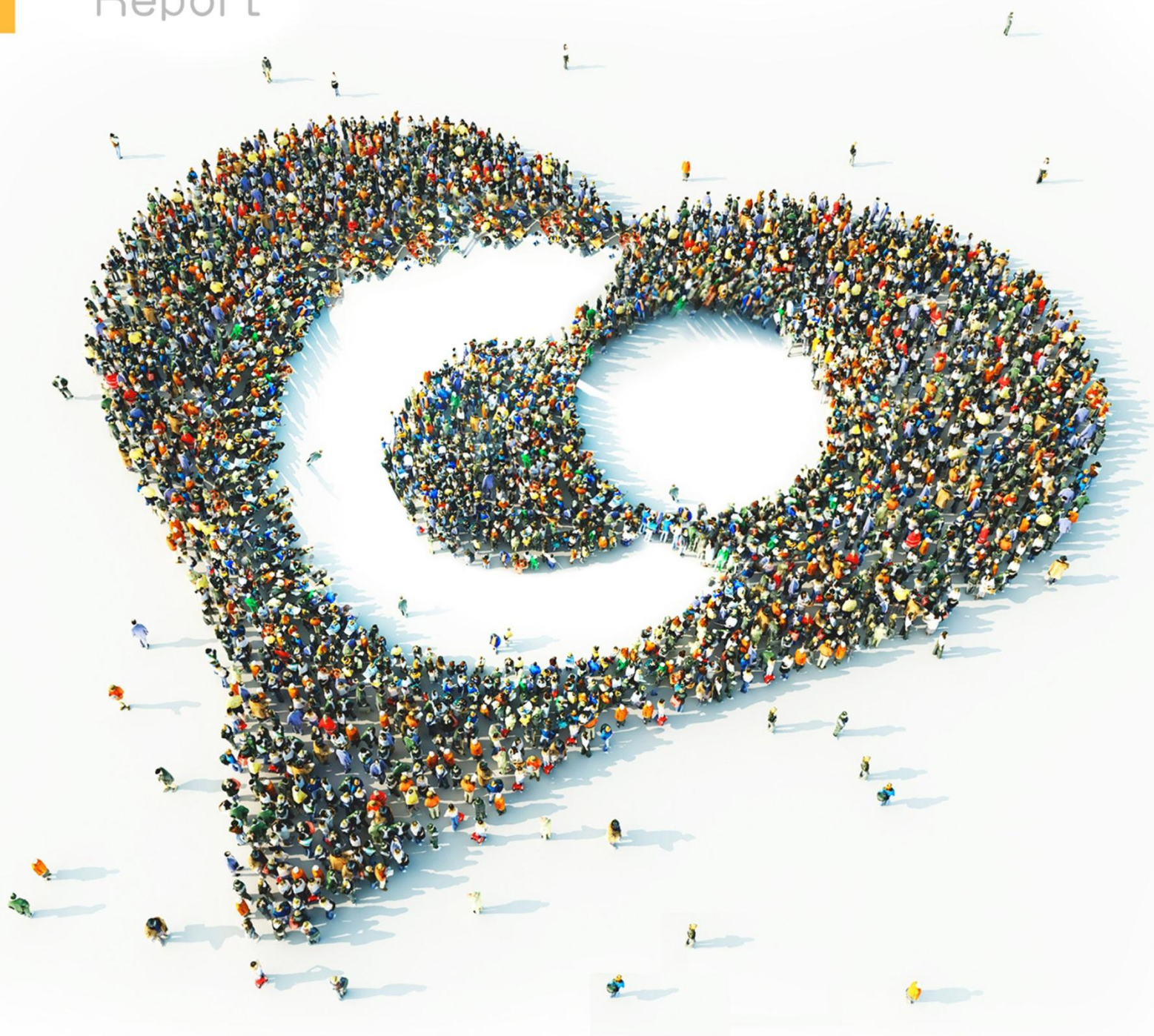


2015 社会责任报告

Corporate Social Responsibility Report



报告说明

本公司董事会及全体董事保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

报告时间范围：2015 年 1 月至 2015 年 12 月，部分资料更新至本报告发布前的最后实际可行日期。

报告组织范围：中国人寿保险股份有限公司及其分支机构。

报告周期：每年一次，与公司年报同时发布。前一次报告的发布日期为 2015 年 3 月。

确定本报告内容的依据：遵循上海证券交易所《公司履行社会责任的报告》编制指引，以及中国保监会《关于保险业履行社会责任的指导意见》，并参考了全球报告倡议组织（GRI）可持续发展报告指南 G3.1 版等确定本报告内容。

相关内容：见同期发布的公司年报及内部控制评价报告。

信息来源：公司内部统计及公开报道。

报告获取：上海证券交易所 www.sse.com.cn

中国人寿保险股份有限公司 www.e-chinalife.com

目录

董事长致辞	5
公司概况	8
社会责任战略与管理	10
第一部分 股东责任	11
一、实现资产增值和稳定回报	11
二、持续提升公司治理水平	12
三、不断强化内控及风险管理	14
（一）推进风险管理体系建设	14
（二）加强合规经营管理	14
（三）树立全员内控意识	15
（四）做好反洗钱工作	15
（五）抓好反腐倡廉工作	15
（六）实施有效内部审计监督	16
第二部分 客户责任	16
一、提高服务品质和效率	16
（一）丰富增值服务，提升保单价值	16
（二）理赔和给付	17
（三）消费者权益保护	20
（四）优化高端服务，提升客户体验	21
（五）服务能力建设	22
二、诚信展业	25
三、围绕客户需求进行产品创新	26
四、电子化服务	28
五、客户责任重点绩效指标	29
第三部分 员工责任	29
一、保障员工权益	29
（一）薪酬与福利	29
（二）健康与安全	30
（三）员工权益保护	31
二、关心员工成长	32
（一）培训	32
（二）轮岗与交流	35
（三）晋升渠道多样化	36
三、营造和谐的工作氛围	37
（一）完善员工活动场所，开展丰富多彩的文化体育活动	37
（二）丰富公司帮扶活动，传递集体的温暖	39
四、员工责任重点指标	39
第四部分 合作伙伴与行业责任	40
一、拓展保险业务，服务民生需要	40
（一）政策性医疗经办业务	40
（二）城乡居民大病保险业务	41

(三) 小额保险	42
(四) 计划生育家庭意外伤害保险业务	42
(五) 老年人意外伤害保险	43
二、为大学生村官提供保险保障和职业发展机会	43
三、负责任的投资	44
四、供应商	45
五、营销员和中介机构	46
六、共赢的战略合作伙伴关系	46
七、支持行业研究与合作	47
第五部分 环境与社会	47
一、环境保护	47
二、服务社区	49
三、公益捐赠	50
(一) 全方位的孤儿助养	51
(二) 支持教育事业	52
(三) 帮扶贫困地区和弱势群体	54
(四) 关爱失独家庭	55
四、志愿者活动	56
GRI 索引	58
意见反馈	61

董事长致辞



“成己为人，成人达己”。2015 年，中国人寿在“双成”企业文化和价值观引领下，认真贯彻落实“抢抓机遇、主动作为、稳中求进、创新发展”的方针，积极进取，实现了速度效益、规模结构的协调平衡发展，携手我们的利益相关方共同为中国人寿的“十二五”画上了圆满的句号。

“十二五”是我们公司系统上下众志成城、奋发图强，成功应对复杂局面的时期；“十二五”也是我们总结遵循寿险经营规律，用“五个聚焦”的思想凝聚共识，推进公司调整转型的时期；“十二五”又是公司综合实力、社会影响持续提升的时期，实施创新驱动发展战略，积聚了强大动能，为建设国际一流寿险公司奠

定了坚实基础；“十二五”更是公司与利益相关方和衷共济，不断完善兼具自身成长与社会贡献的可持续发展模式，赢得越来越广泛的尊重与认可的时期。

这五年，我们攻坚克难、奋力拓展，公司综合实力显著增强，为投资者带来良好的回报。公司的个险渠道销售队伍达到 97.9 万人，是 2010 年的 1.4 倍。公司总资产不断增加，是我国唯一一家总资产过 2 万亿元的保险公司。五年来，累计实现净利润超千亿元，股东权益年复合增速超过两位数。偿付能力始终保持在保监会规定的偿付能力充足 II 类以上，公司信用评级与中国主权评级处于同一水平。公司市值稳居全球上市寿险公司首位，经营管理受到了资本市场的高度认可。2015 年公司荣获了“中国最受投资者尊重的上市公司”、“香港公司管治卓越奖”。

这五年，我们勇于开拓、锐意进取，创新驱动发展成效显著，为客户奉上不断提升的消费体验。我们探索建立创新的管理机制和客户服务机制，产品创新成效显著，新开发或升级改造 270 余款产品，共有 22 个产品或产品组合计划在行业评比中获奖 28 次，防癌险、“鑫如意”、“鑫福年年”等产品引领了市场。我们积极推进“科技国寿”建设，具有国际最高标准（T4 标准）的上海数据中心投产启用，全国网络扁平化和保全、理赔、收付费三大作业平台建设全面完成，以 e 投保、e 宝账、e 门店、云助理、云桌面、云标牌为代表的移动互联应用取得突破。2015 年，公司与国际 SOS 合作全面启动全球紧急救援服务，服务效率和服务品质进一步提高，客户调查显示公司总体客户满意度和忠诚度同比分别提高 1.2 和 4.8 个百分点。

这五年，我们以人为本、重视基层，不断完善人力资源体系，为员工创造了优良的成长环境。我们建立了具有中国人寿特色的教育培训体系，上海、成都研修院全面建成使用，全系统每年组织各类培训班近 5 万期，培训 450 多万人次，公司教育培训实现了“从零散到系统”的跨越，推进了队伍素质提升。我们给员工创造轮岗交流机会和多样化的晋升通道，开展丰富多彩的文化体育活动和帮扶困难员工的活动，建设温暖和谐的团队氛围。我们不断加强基层建设，实施简政

放权、倾斜基层的政策，累计为地市及以下公司引入大学生及村官 10447 人，新建基层营业办公用房项目 360 个，装修改良建设职场 2881 个，创建 290 个达标职工之家。2015 年，公司在北京召开了第二届职工代表大会第一次会议，鼓励员工参与民主管理，切实维护员工合法权益，风清气正、队伍昂扬向上的局面基本形成。

这五年，我们胸怀大局、敢于担当，主动服务经济社会发展大局，为改善民生贡献了一份爱心和力量。开展大病保险业务三年来，公司服务城乡居民近 4 亿人，同时，累计开展 300 多项经办业务，服务人数达到 5000 多万人。小额保险等普惠业务实现了广覆盖，军人、武警、公安民警保险填补了我国保险史上的空白，老年人、计生家庭等特定人群保险惠及超过千万人。我们全力做好玉树、舟曲、天津空港等重大自然灾害和突发事件理赔及善后服务，积极主动地履行保险责任和人道责任。我们积极参与公益活动，通过中国人寿慈善基金会累计捐助超过 1.8 亿元，助养孤儿千余名，援建学校、卫生院（站）等 129 所。2015 年，公司通过中国人寿慈善基金会继续向有关机构捐款 3600 多万元，用于多个扶贫项目，并持续开展助养汶川地震、玉树地震等重大灾害致孤儿童项目，受到了社会各界的一致好评。

“十三五”是中国人寿加快发展的重要机遇期，在经济新常态下，保险业发展面临着难得的机遇。我们将把握正确的战略方向，全面加强党的建设，坚持以转型升级为主线，以创新驱动发展为总战略，遵循“重价值、强队伍、优结构、稳增长、防风险”的经营思路，致力于让人人享受国寿优质服务，努力建成让股东受益、客户满意、员工幸福、与合作伙伴等利益相关方共生共赢的国际一流寿险公司！

董事长 杨明生

公司概况

中国人寿保险股份有限公司是中国最大的人寿保险公司，总部位于北京，注册资本 282.65 亿元人民币。公司于 2003 年 12 月 17 和 18 日分别在纽约和香港上市，并于 2007 年 1 月 9 日在国内 A 股上市。截至 2015 年 12 月 31 日，中国人寿保险股份有限公司及其子公司总资产达人民币 24,483.15 亿元，位居国内寿险行业榜首。公司以悠久的历史、雄厚的实力、专业领先的竞争优势及世界知名的品牌赢得了社会最广泛客户的信赖，始终占据国内寿险市场领导者的地位。

我公司向个人及团体提供人寿、意外和健康保险产品，涵盖生存、养老、疾病、医疗、身故、残疾等多种保障范围，全面满足客户在人身保险领域的保险保障和投资理财需求。截至本报告期末，我公司拥有覆盖全国的 20,963 个分支机构、97,607 名员工和 97.9 万营销员，拥有约 2.16 亿份有效的长期个人和团体人寿保险单、年金合同及长期健康险保单，同时亦提供个人、团体意外险和短期健康险保单和服务。



总部办公大楼

2015 年，我们获得的主要荣誉包括：

评选活动	所获认可和荣誉	颁奖机构
2015 年《福布斯》“全球上市公司 2000 强”排行榜	中国人寿排名第 37 位	《福布斯》杂志
《财富》中文版“2015 年中国 500 强排行榜”	中国人寿排名第 13 位	《财富》中文版
2015 年度“香港公司管治卓越奖”评选	香港公司管治卓越奖	香港上市公司商会、香港浸会大学公司管治与金融政策研究中心
2015 年度第十三届财经风云榜	2015 年度值得信赖寿险公司	和讯网、中国证券市场研究设计中心（SEEC）
2015 中国金融机构金牌榜	2015 年金龙奖年度最佳上市保险公司	《金融时报》
2015 年第二届中国上市公司价值排行榜	2015 年中国最佳上市公司	新浪网、新华网、中国经济网、中国改革报社、《价值线》杂志
《每日经济新闻》第六届“金鼎奖”评选	2015 年金鼎奖年度综合实力最佳保险公司	《每日经济新闻》
2015 年 BrandZ 全球最具价值品牌百强榜	中国人寿排名第 62 位	Millward Brown（华通明略）
2015 年亚洲保险业竞争力排行榜	2015 年度亚洲最佳寿险公司	21 世纪经济报道、21 世纪研究院金融研究中心
“2015 中国最受投资者尊重的上市公司”评选	2015 中国最受投资者尊重的百家上市公司	中国上市公司协会、中国证券投资基金业协会、上海证券交易所、深圳证券交易所、中国证券业协会、中国基金业协会、证券时报
“2015 年度全球最佳呼叫中心”评选	2015 年度全球最佳呼叫中心	ICMI 国际客户管理学院

社会责任战略与管理

“成己为人，成人达己”，我们的社会责任理念和“双成”企业文化一脉相承，核心理念包含了以下六种基本关系：

企业与客户“双成”关系：相互信任和共同成就。

企业与员工、销售人员的“双成”关系：相互依赖和共同成长。

企业与股东的“双成”关系：相互依存和共同发展。

企业与行业的“双成”关系：相互依托和共同繁荣。

企业与社会“双成”关系：相互支持和共同进步。

企业与国家“双成”关系：相互支撑和共同圆梦。

为了将我们的社会责任理念和战略真正纳入经营管理体系，2015 年，我们继续完善“中国人寿社会责任指标管理体系”，将部分核心管理类指标纳入公司绩效考核体系。

案例：中国人寿社会责任指标管理体系

为了切实将社会责任融于公司经营管理，公司 2014 年与专业社会责任研究咨询机构合作，完成了“社会责任管理改进”项目，构建了中国人寿社会责任指标管理体系，包括 9 个一级指标、35 个二级指标和 119 个三级指标，明确了归口管理部门和管理责任，对表现较弱的指标提出了改进计划。

我公司高度关注利益相关方期望，不断完善沟通机制，提高相关方的参与程度，对相关方的期望给予积极的回应和改进。

利益相关方	相关方的期望	与相关方的沟通方式	对相关方期望的回应措施
国家	遵守各项法律法规及相关政策；解决就业；依法纳税；稳健发展。	参加相关会议和论坛；学习相关政策和法律法规；汇报文件。	响应国家经济金融政策；支持公益慈善活动；依法纳税；积极提供就业机会。
监管机构	合规经营；防范风险；维护公平竞争环境；为行业整体发展做出积极贡献。	参与监管机构各种会议和课题研究；汇报文件；专题报告；配合监管机构调研、开展相关方调查。	依法诚信经营；及时、准确的信息报送；支持和配合监管；主动参与制订行业标准和规范。
股东	不断提高公司价值；合理的收益回报；及时准确全面的信息披露。	股东大会、定期公告、路演、接待投资者来访、新闻发布会、分析师会、媒体报道、“全球开放日”活动、安排投资者和分析师到分支机构调研、开展相关方调查。	严格的风险控制；不断完善公司治理结构，提升治理水平；不断改进投资者关系管理；不断提高信息披露的透明度。

客户	诚信优质服务；丰富的保险产品；客户权益维护。	客户回访；“国寿资讯通”短信；特色客服活动；客户满意度调查；产品说明会；客户投诉处理。	不断提高服务品质和效率；持续的产品创新；提高客户满意度。
员工	稳定就业；良好的待遇和福利；积极的沟通机制；良好的成长空间。	职工代表大会；工会组织；员工座谈会；总裁信箱；员工满意度调查。	关注员工健康安全；举办各类文体体育活动；保障工会民主管理的权益；提供岗位和技能培训；建立轮岗和岗位双向选择机制；建立公平的升迁制度和激励机制。
社区	有效利用社区资源；推动地区经济发展；参与社区公益活动；扶助弱势群体。	开办“国寿大讲堂”讲座；金融知识宣传；公司志愿者的社区服务；探访中国人寿捐建学校。	关注并支持地方经济及社区发展；与地方政府和社区开展互惠互利的合作；开展金融教育；参与志愿者活动；通过中国人寿慈善基金会开展慈善捐助。
合作伙伴	诚信互惠、合作共赢。	日常非正式沟通；签订合作协议；营销员晨会、座谈会、专题调研、讲座、相关方调查。	资源共享、优势互补；创新合作领域和方式；良好的合作关系；关心营销员的身心健康与成长。

第一部分 股东责任

一、实现资产增值和稳定回报

我公司秉持“成己为人，成人达己”的企业文化理念，积极探索中国人寿特色的科学发展道路，大力实施创新驱动发展战略，努力实现国有资产保值增值和股东利益最大化。

2015 年，面对复杂的经营环境和金融保险市场的激烈竞争，在集团公司“抢抓机遇、主动作为、稳中求进、创新发展”的战略方向指引下，我公司大力实施“五个聚焦”的发展策略，遵循“重价值、强队伍、优结构、稳增长、防风险”的经营思路，业务发展稳中有进，业务结构显著优化，新业务价值明显提升，继续占据寿险市场主导地位。

本报告期内，我公司营业收入 5113.67 亿元，同比增长 14.7%；截至本报告期末，我公司总资产达人民币 24483.15 亿元，较 2014 年底增长 9.0%。本报告期内，归属于母公司股东的净利润为人民币 346.99 亿元，同比增长 7.7%；每股收益（基

本与稀释)为人民币 1.22 元,同比增长 7.1%。

2015 年,我公司已赚保费为人民币 3623.01 亿元,同比增长 9.8%,市场份额为 23%。

我公司 2015 年共派发 2014 年度股息 118.71 亿元,为投资者提供持续的投资回报。

2015 年,面对复杂多变的国内外经济形势和资本市场环境,公司积极主动应对,着力加强资产配置能力,持续推动投资品种和渠道多样化。投资管理方面,逐步形成以体现寿险核心价值 and 经营特征的资产配置为基础,以多元化、市场化投资为手段,委托人主动配置、统筹调配、投资管理人组织实施的投资管理架构。投资组合方面,适度增加权益类资产风险敞口,加大对其他金融产品、非上市股权等另类资产的配置力度。同时,积极推进海外全品种投资,在公开市场及另类投资领域均取得突破。截至本报告期末,我公司投资资产达人民币 22878.00 亿元,较 2014 年底增长 8.9%。本报告期内,净投资收益率为 4.3%,总投资收益率为 6.24%。

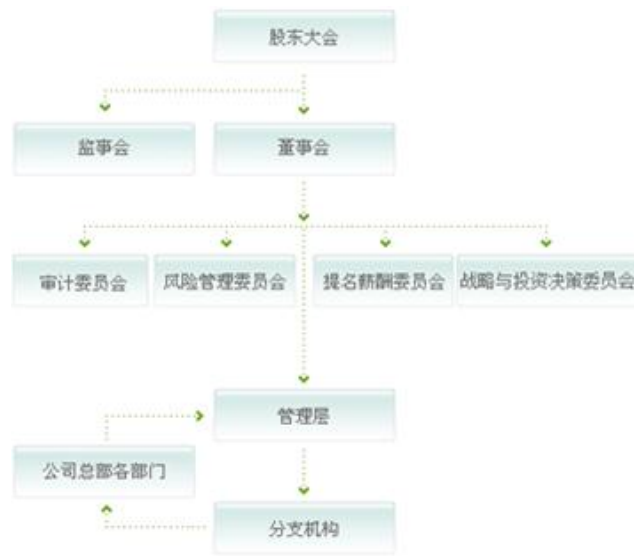
2013-2015 年主要财务数据表

单位:人民币百万元

	2013 年	2014 年	2015 年
营业收入	423,613	445,773	511,367
总资产	1,972,941	2,246,567	2,448,315
投资资产	1,848,744	2,100,954	2,287,800
归属于母公司股东的净利润	24,765	32,211	34,699
每股收益(基本与稀释)(元)	0.88	1.14	1.22

二、持续提升公司治理水平

作为一家在纽约、香港和上海三地上市的公司,我公司以建立结构合理、机制健全、制度严密、运转高效的公司治理体系为核心目标,不断推进公司治理建设,严格履行信息披露,持续提高公司透明度,积极服务广大投资者,形成了具有自身鲜明特色的公司治理体系。公司治理结构图如下:



2015 年，我公司严格按照有关法律、法规、监管规定及公司章程和各议事规则的要求，认真履行各项公司治理程序。股东大会审议董事会、监事会报告、利润分配方案等议案，安排网络投票，为中小股东参与表决提供了便利条件，有效地保障了股东尤其是中小股东的权益；董事会运作高效，科学决策，董事会专门委员会履行重要职责，分别在公司财务、内控审计、提名薪酬、战略与投资、风险管理等重要方面有效发挥专业作用；监事会积极履行职责，监事会成员出席股东大会和监事会会议，列席董事会会议，并根据分工列席董事会各专门委员会的会议，认真履行监督职能。

我公司严格遵循各上市地监管规定，不断完善信息披露制度体系建设，针对监管规则特别是监管规则的不时修订与更新开展培训与学习，确保信息披露的合法合规；持续提升信息披露质量和透明度，推进定期报告创新，充分考虑股东和投资者的信息需求，积极研究改善核心信息的披露方式，丰富和深化披露内容，增强定期报告可读性；持续加强与资本市场的沟通，主动、审慎地发布业绩预告及其他重要事项相关公告等，保证股东和投资者能够及时、准确、完整地获取公司信息。

我公司在持续推进公司治理建设、提升信息披露透明度、不断改善投资者关系工作方面的努力得到了社会的认可，荣获中国上市公司协会主办的“2015 年中国最受投资者尊重的百家上市公司”奖项。在由香港上市公司商会和香港浸会大学公司治理与金融政策研究中心共同主办的“2015 年度香港公司治理卓越奖”评选活动中，荣获恒生指数成份股主板公司类别“公司治理卓越奖”，成为 H 股唯一

一家获得此奖的保险公司。

三、不断强化内控及风险管理

作为一家大型金融企业，稳健发展的重要性已经超越了企业自身，成为关乎行业和经济全局的大问题。2015 年，公司继续遵循各项监管要求，严守风险底线，努力实现资本、规模、风险、收益之间的平衡。我们对各主要业务流程进行深入梳理，全面排查公司日常经营管理环节中存在的风险隐患，针对存在的突出问题积极追踪整改，保持公司持续健康发展。

（一）推进风险管理体系建设

根据中国保监会偿二代偿付能力监管准则的相关要求，公司修订《全面风险管理规定》和《风险偏好体系管理办法》，进一步加强公司风险管控，规范公司全面风险管理和风险偏好体系工作的开展；我们制定了《投资风险管理办法》，确保公司资产的安全性、收益性和流动性，规范公司投资行为，防范和化解投资风险。

公司按照美国虚假财务报告委员会下属的发起组织委员会，即美国科索委员会（COSO 委员会）发布的《内部控制——整合框架（2013）》，对公司内部控制体系进行了对标转换，通过学习准备、拟定方案、对标转换等步骤使公司内部控制体系与国际内部控制框架同步，以满足上市地监管要求。

（二）加强合规经营管理

2015 年，公司积极落实中国保监会的要求，组织开展了“两个加强、两个遏制”专项检查工作。专项检查工作主要涵盖公司治理、业务经营、资金运用、财务管理及偿付能力管理、消费者权益保护、信息系统安全、案件管控等工作环节。公司分别制定了自查方案和底稿，组织总、省、市、县四级公司开展全面自查工作。我们制定方案对下级公司开展现场督导和抽查，并按时报送检查报告和接受保监会的现场检查。各级公司通过开展此项检查工作，对各业务流程进行了彻底梳理，较为全面地核查了公司在经营管理中存在的各类风险。各级公司通过对存在问题的积极整改，使得制度执行情况得到了进一步完善。

另外，我们密切监测外部监管机构不断颁行的法律法规并予以评估，为公司依法合规经营和管理提供支持；结合公司实际，开展多层次、多维度的合规宣传

和培训工作，帮助并推动广大员工和营销员从思想上筑牢依法合规的经营理念；组织分公司法律人员法律合规实务和诉讼应对能力培训班，重点讲授了《保险公司合规风险管理及稽查审计要点解析》和《公司诉讼管理实务及相关问题探讨》等课程，有效提高了分公司法律合规岗位人员对相关法律法规、条线制度的理解和案件应对技巧。

（三）树立全员内控意识

公司修订形成《2015 版内部控制执行手册》，制订《2015 年内控标准执行工作方案》，持续开展公司内控标准执行的工作。我们下发《内控标准执行手册》手册，达到“一岗位一手册”；开展内控标准执行方案宣导，深入各职能部门和基层单位，召开各种宣导培训会议；组织内控知识培训考试，并将内控知识的培训考试纳入到员工制式培训体系中，作为全体员工的必修必考项目，使公司全员自觉参与到内控管理工作中，加强全员内控意识。此外，公司根据近三年来公司内控管理实践的情况对《内部控制管理办法》进行修订，以进一步满足外部监管要求，并加强了制度的内部适用性。

（四）做好反洗钱工作

2015 年，公司积极履行反洗钱义务，贯彻落实监管要求，修订下发了《反洗钱工作管理办法》、《洗钱和恐怖融资风险评估及客户分类管理办法》和《客户身份识别和客户身份资料及交易记录保存反洗钱工作管理规定》，结合监管要求及公司实际进一步完善公司反洗钱内控制度；我们努力做好客户身份识别、客户身份资料和交易记录保存、客户洗钱风险等级划分、大额和可疑交易报告等工作，并借助微信等网络新型方式积极开展反洗钱宣传工作。

（五）抓好反腐倡廉工作

2015 年，公司持续开展反腐倡廉教育，严格监督中央八项规定执行，坚决纠正“四风”，按照上级部署的“为民务实清廉”的主题，积极开展反腐倡廉宣传教育。我们利用公司网站、职场展板等宣传正面典型、通报反面案例，采取聘请专家授课、参观廉政示范点等方式，进一步强化党员干部的宗旨意识、纪律观念；深入开展监督检查工作，对办公用房、公务用车、挥霍浪费、公款消费、“三重一大”等执行中央八项规定情况开展全面自查自纠，坚持无禁区、全覆盖。我们以

执行中央八项规定为内容开展廉政检查和巡视，围绕党风廉政建设这个中心，坚持“四个着力”要求，将干部任免、干预插手集中采购、公款消费和群众反映强烈的问题作为监督检查的必查内容，拓宽发现问题的渠道和途径，深入到基层和一线去发现问题，重视向退居二线的人员、一般员工和营销员了解问题，对“四风”和违反中央八项规定精神的问题坚持一查到底，对查实的问题全部点名通报，运用任前谈话和提醒谈话进行督促提示，保持警钟长鸣。

公司纪委加强对系统内重大案件和重要信访件的直查力度，对分公司负责核查的案件和信访加强指导，规范系统案件和信访管理；坚持典型案件及时通报，发挥警示教育作用，坚持“一案一总结”和案件定期分析；利用监察建议书的方式，向相关部门提出完善制度规定建议，堵塞经营管理漏洞；在系统内通报公司查办的案件和处理情况，提示各级公司关注类似风险，促进对风险点的常态化监控。

（六）实施有效内部审计监督

2015 年，公司内部审计部门坚持以风险为导向，以价值为目标，创新方式方法，拓展审计内容，扎实开展各项审计工作，全年共组织完成审计项目 11 项。为充分利用审计成果，探索完善公司审计发现问题整改工作机制，我们在全系统开展了审计风险排查工作，持续加强了公司“查、改、防”一体化的风险防控机制，切实提高了公司的风险防范水平。在做好审计项目的同时，我们积极做好国家审计署审计配合工作，主动沟通、及时响应，确保了审计署审计组对公司审计工作的顺利开展。

第二部分 客户责任

一、提高服务品质和效率

我公司秉持专业和真诚的客户服务理念，依托覆盖全国城乡的服务网络，致力于让客户享受到高品质、全方位、深层次的贴心服务。

（一）丰富增值服务，提升保单价值

我公司于2007年开始推出“国寿1+N”服务，即一位客户、多种服务，包括多

种保单服务以及不断推出的丰富多彩的增值服务。2015年，我公司正式与国际SOS合作启动全球紧急救援服务，服务范围有效覆盖7000万长险投保人，为各级别客户提供不同内容、层次的紧急救援、健康咨询和贵宾关怀等增值服务。同时，继续围绕“健康好帮手”、“国寿大讲堂”、“国寿特惠超值”、“国寿资讯通”和“特色客服活动”五大板块内容开展“国寿1+N”各项增值服务。

1. 健康好帮手：为高端客户提供健康体验，导医、导诊以及预约挂号服务。

2. 国寿大讲堂：为客户提供了涵盖健康养生、投资理财、生活常识、子女教育、安全教育等方面的“国寿大讲堂”系列讲座。

3. 国寿特惠超值：我们拥有7000余家遍布全国的特约服务商家，涵盖“医”、“食”、“住”、“行”、“玩”、“用”等与生活密切相关的各个方面，为客户提供多种折扣、优惠和各种全面贴心的特惠超值服务。

4. 国寿资讯通：面向广大客户发送各类健康关怀、节日祝福、理财资讯类短信，以及各类保单服务短信，让客户时时刻刻掌握保单动态。

5. 特色客服活动：面向广大客户提供各类特色服务活动，包括“6·16”国寿客户节活动、2015年“牵手国寿 孝善为先”系列客户服务活动、第五届少年儿童绘画活动等。

（二）理赔和给付

我公司以客户为中心，以专业理赔为基础，坚持“主动、及时、准确、合理”的理赔宗旨，关注客户体验，丰富服务内容，努力做到“便捷理赔、快速理赔、透明理赔”。

1. 进一步推进系统和机制建设，持续提升理赔服务品质

2015年，我公司严格履行服务承诺，不断优化理赔流程，加强机制建设，在服务举措、理赔承诺和应急赔付方面进行了完善与创新。我们依托信息技术，应用新型的理赔作业平台，全面支持智能理赔机制建设，试点理赔直付，进一步优化理赔效率，提高服务透明度，切实提升保单服务水平。2015年全系统理赔五日结案率达到98.48%，同比增长4.48%。经第三方调查机构开展的客户满意度调查显示，理赔服务持续受到好评，2015年度客户对中国人寿理赔服务满意度达8.7分。

2015年提升理赔服务品质举措

推进智能理赔机制建设	完成智能理赔全辖推广。将现有理赔人工简单作业进行提炼、归纳，形成理赔作业规则体系，建立智能理赔机制，通过简单作业外包等举措，实现案件受理后的全流程自动处理。通过推广运行，缩短理赔时效，规范作业标准，提升理赔透明度，为客户提供理算明细的查询及打印功能，使客户能够详细了解赔付过程。
实施全流程智能理算和统一区域理算标准	广泛收集团险特约责任，大幅优化系统契约设定功能，完成全系统 2329 种卡折组合和 197 万件团单责任设定，实现百万数量级医疗险赔案智能理算和风险判断。通过标准化的智能理算规则，达成理算标准统一，提升客户服务体验。
建立理赔外包模式	全系统 24 家分公司开展了理赔录入外包，全年外包录入赔案 63.64 万件。采用“智能理赔+外包”模式，有效缩短理赔时效。
成功试点理赔直付	在智能理赔基础上，试点打通内外部数据，客户出院即获赔款，实现“免申请、免临柜、免资料、免等待”“四免”理赔服务。
完成微信理赔开发	构建个人报案、批量报案、理赔查询、服务咨询、操作演示和理赔须知六大功能。客户或销售人员通过手持智能设备，登录微信自助理赔报案、资料拍照上传、理赔进度查询。通过微信理赔，公司可以快速响应客户报案和申请，快速赔付低风险小额赔案。

2. 推广移动理赔，满足农村消费者理赔需求

为了解决农村网点理赔服务难、时效慢的问题，2015年，公司以互联网应用为抓手，深入推行四川、广东等六省试点移动理赔服务。一是流程实现去中介化，所有赔案从农网通过4G网络和全流程影像，直接流转后台处理，与智能理赔无缝衔接，低风险赔案实时办结；二是时效有效提升，以四川公司为例，网点受理到赔付仅须2天，服务时效加快15天；三是提升客户体验，除时效加快，农村客户无需再到各个柜面递交申请资料，服务更为便捷。四川公司在试点期间，随机对20%的客户进行回访，认可度达100%，极大地方便了客户。

3. 及时响应重大突发事件，不断完善应急管理机制

2015年，面对上海踩踏事故、台湾复兴航空坠机事故、东方之星沉船事故、天津爆炸事故等18件一级重大突发事件，公司坚持统一领导、分级负责、反应及时、措施到位、加强合作的原则，均在第一时间启动应急机制，总分联动，积极配合政府开展抢险救灾工作，开通快速理赔绿色通道，深入一线及时提供优质高效的理赔服务，为保障出险、受灾群众的生产和生活做出了积极贡献。我们在此过程中也积累了丰富的重大突发事件处理经验，不断完善重大突发事件应急处理

机制和流程，充实应急预案内容，持续提高应急预案的科学性和可操作性，强化理赔的快速反应能力、灵活处理及信息共享能力。

案例 1：“6·1” 东方之星号沉船理赔

2015 年 6 月 1 日，湖北境内发生“东方之星”号客轮翻沉事故后，我公司于事发当日即启动重大突发事件一类灾情应急预案，第一时间开展理赔服务工作。在事件处理过程中，我公司积极响应，贯彻落实党中央国务院、保监会的工作要求，成立由公司林岱仁总裁为组长，许恒平副总裁为副组长的理赔专项工作组，全面部署开展客户排查、家属慰问和理赔给付工作。



一、有效组织，总分联动

6 月 1 日上午，获悉事故发生后，我公司第一时间成立以总部为指挥中心，湖北省分公司为现场服务中心，其他各省级分公司为理赔服务网点的专项工作组，建立多省联动工作机制，实施 24 小时值班机制，全面开展客户排查工作。根据总公司安排，湖北省分公司凌晨即组成专项工作组，抵达现场，配合当地政府做好现场救援和理赔服务工作。

二、快速响应，及时核查

6 月 2 日下发《关于开展“东方之星”号沉船事故理赔服务工作的通知》，明确理赔工作要求，制定并公开发布 17 项理赔服务承诺，全面部署客户核查工作。各级公司紧密联动，迎难而上、同心戮力，通过媒体等多种渠道全面汇集乘客信息，及时开展承保信息核查工作，2 号下午就快速查明 72 名乘客为我公司客户并及时上报保监会。

三、依靠政府，主动服务

6 月 2 日凌晨，我公司理赔服务工作组即赶赴事故现场开展理赔工作。事故处理中，我公司主动接洽当地政府，服从当地政府安排部署，积极参与灾后救援和客户安抚工作。根据政府安排，我公司承担 4 名江苏镇江籍乘客家属接待工作。我公司及时成立客户安抚工作组，认真做好乘客家属接待、心理抚慰、现场陪同、协助确认遇难者身份等工作，客户家属临别之际，特意向我公司湖北监利分公司送来锦旗和感谢信。

四、拟定方案，优化举措

根据保监会会议要求，我公司于 6 月 15 日下发了《关于进一步做好“东方之星”游轮翻沉事故理赔服务工作的指导意见》，拟定工作方案，对后续理赔处理工作进行统一部署。《意见》要求各分公司根据保监会提供名单，再次全面核查客户信息；进一步优化服务举措，拟定四类十五项理赔服务项目，要求相关公司认真执行，持续做好本次事故理赔服务工作。

我公司严格遵守保监会黄洪副主席“坚持人文关怀、坚持企业精神、坚持大局为重、坚持职业操作”的理赔服务工作要求，本着在合同责任范围内应赔尽赔、通融赔付的理赔服务宗旨，认真完成理赔服务工作。

案例 2：“8·12” 天津爆炸事故理赔

2015 年 8 月 12 日晚，天津滨海新区瑞海公司危险品仓库发生爆炸。事故发生后，我们总公司与天津分公司有效联动，迅速开展理赔服务。

一、果断决策，快速启动理赔应急预案。

面对突如其来的灾害，我们快速反应，公司林岱仁总裁、许恒平副总裁第一时间指示，要求快速理赔，充分发挥保险保障作用。公司爆炸次日凌晨即启动应急预案，成立理赔工作组抵达灾区，全面开展救灾和理赔服务工作。

二、迅速行动，凸显国寿理赔服务品牌。

公司上下联动、迅速行动、攻坚克难，创造了行业内诸多领先，赢得了当地政府部门、社会各界、新闻媒体和群众的高度认可。一是建立总、分联动工作机制，成立理赔工作小组，第一时间全面指导分公司开展客户排查、家属慰问和理赔给付工作。灾后次日便派出16名查勘人员和9辆查勘车，全力投入到本次事故查勘工作中，深入一线实地排查12家医院并获取伤员信息600余条，为理赔服务奠定坚实基础；二是最先开通绿色通道，对外公布《8.12天津爆炸10项理赔服务承诺》，特事特办，推出24小时理赔服务、减免身故资料、取消伤残观察期、延长保险责任期间等服务举措，及时构建理赔快速通道，确保系统内每个机构及时为客户提供优质服务；三是第一家兑现对牺牲的救灾公安民警及消防员身故保障金承诺。

三、急难救助，彰显国寿社会责任。

灾后，我公司在积极承担保险责任的同时，主动肩负起社会责任，迅速与受灾企业取得联系、了解需求、提供支援。并根据部分受灾企业实际需求，积极筹备物资。滨海新区范围内我司员工和销售队伍积极行动，以志愿者身份迅速投入到事故现场服务工作中。在救灾的关键时期，100余名志愿者分别在医院、安置点等地连续奋战，并有多名员工和销售伙伴自发捐款、捐物、献血，向安置点提供水、药品、衣物及凉席等，充分体现了寿险从业者播撒爱心的精神和大灾面前的责任与担当。

不足之处和改进计划

理赔服务时效虽位居同业前列，但依托先进信息技术，时效仍有进一步提升空间。2016年，我公司将从专业化、个性化、移动化三个层面着眼，以高科技手段和新思维模式塑造新服务，稳步推进理赔直付、移动服务，不断优化智能理赔，提升理赔服务科技化水平，为客户提供更为便捷、快速、透明的理赔服务，进一步提升客户满意度。

（三）消费者权益保护

我们建立了消费者权益保护工作机制，不断完善各项管理举措，强化考核监督，积极维护保险消费者的合法权益。

1. 主动维护消费者合法权益，组织开展各类活动

2015年“3·15”期间，我们组织全系统通过保险知识有奖竞赛、开展总经理接待日活动、客户服务问题咨询等多种形式，共开展各类宣传咨询活动1,707场，总经理接待日活动950次，接待客户3,346人次。并借助日常各类增值服务活动、客户座谈会、国寿大讲堂、微信微博新媒体广泛宣传保险知识，加强保险消费者教育。

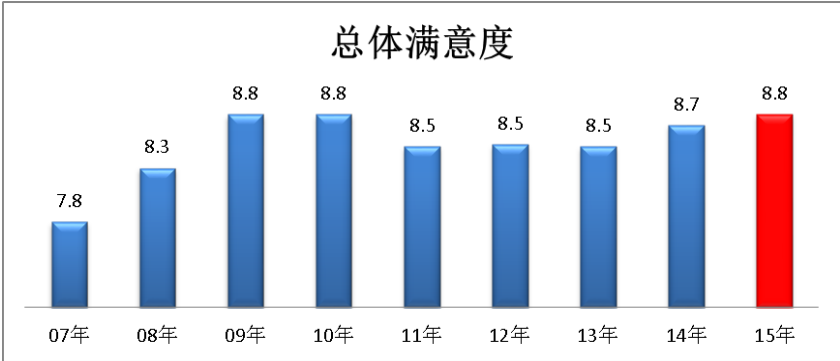
2. 加强队伍建设，完善投诉处理机制和规范

2015年，为进一步提高客户投诉管理工作质量，强化公司服务窗口的投诉接待处理能力和专业技能，加强队伍建设，公司修订了《投诉管理办法》，制定了《客户投诉重大突发事件应急处理工作管理暂行办法》，并编写了《客户投诉处理工作

手册》，为全系统一线服务人员提供了业务操作和服务规范指引。我们还在全系统就保险消费投诉处理制度建设情况、投诉处理工作管控情况、依规开展投诉处理工作情况等内容开展自查并召开专题视频会，强化对各级机构整改的督导。2015年全系统共受理客户投诉7000件次，同比下降14%，未发生系统性风险。

3. 持续提升公司服务品质，开展客户满意度调查

2015年，我们继续与第三方专业调查机构合作开展客户服务满意度调查工作。调查内容侧重于客户在公司各服务触点的服务体验或感受，包括通用服务、理赔服务、保单服务、客户服务管理中心服务、VIP增值服务、投诉服务等六套问卷。2015年总体满意度8.8分，同比提升1.15%，实现连续四年的持续提升。



不足之处和改进计划

投诉管控能力需进一步加强，系统投诉处理质量和效率仍需进一步提升。

（四）优化高端服务，提升客户体验

为VIP客户提供高品质、全方位、深层次的服务是我公司不懈努力的目标，我们建立了差异化的服务体系并不断创新服务内容、提升服务品质，力求为客户提供便捷、尊贵的服务体验。

2015年，公司向VIP客户提供保单基础服务和增值服务两大类服务内容。保单基础服务包括VIP客户柜面优先（含VIP客户接待室和VIP客户业务办理绿色通道）、电话优先接入；增值服务包括：国际旅行援助、全球医疗援助、12小时健康专线、全球私人礼宾礼遇、免费高端体检、特约商家优惠、生日（节日）祝福、VIP客户专场活动、VIP专刊赠送等。此外，部分分公司还



向VIP客户提供了银行保险箱、意外险赠送、预约挂号和导医导诊等尊享服务。

案例：中国人寿全球紧急救援及贵宾关怀服务

2015 年，我公司秉承“诚实守信、客户至上”的服务理念，为全体客户打造了全球紧急救援及贵宾关怀服务平台。该平台自 6 月起，面向国寿客户提供环球旅行医疗援助、健康管理及私人礼宾礼遇等一些列贴心服务。

对于频繁出差的国寿客户而言，专业的健康关怀和及时的紧急援助尤为重要。当他们在异乡遭遇意外或是疾病时，中国人寿贵宾关怀服务团队提供的环球旅行医疗援助服务，能够跨越地域、时间和心灵的界限，在危难时刻撑起生命的保护伞，提供及时有力的帮助，可谓是客户如影随形的旅行医生。

中国人寿贵宾关怀服务团队拥有最全面的生活照料经验、最贴近民心的居家服务资源，也拥有全球高端的丰富体验资源。遍及全球的专业团队，倾心为客户营造独一无二的精致体验，例如定制旅行、酒店、美食、奢侈品代购、留学及娱乐演出等，全方位满足客户的个性化需求，满足客户对品质生活的不懈追求。

除此以外，我公司为客户提供国内 12 小时健康专线服务，经验丰富的专业医师为客户及其家人解答关于健康方面的任何疑问，给予最贴心的呵护。



不足之处和改进计划

全国VIP客户服务标准有待统一、资源有待进一步整合。2016年，我公司将通过加强全国统筹管控，进一步统一高端客户服务标准，突出保单基础服务的快捷与便利，优化增值服务的价值与吸引力。

（五）服务能力建设

我公司遍布全国的客户服务中心和95519呼叫中心是服务客户的最前端窗口，而后援体系和信息系统是服务能力的支持和保障。为了让客户享受到最优的服务体验，我们坚持不懈地提升两中心的服务能力，提高后援体系和信息系统等后台服务支持能力。

1. 提升客户服务中心管理

我公司在全国拥有2,700多家客户服务中心、2万7千余名柜员。2015年，我们秉承“以客户为中心”的服务理念，努力解决柜面内部及跨省际服务“痛点”。一是推广“柜面通”系统，实现跨省服务“四通”，打破地域限制，完成跨省全国通服务工作流程、业务规则，支持异地业务通受理，便捷实现多项服务和多保单同时办理，实现了全国任意线下网点“四通”服务（个人长险保单跨省异地业务的“通查询、通受理、通处理、通收付”），截至12月11日，全国通过柜面通服务系

统受理业务达76930件，系统运行情况平稳，用户体验良好。二是综合柜员制圆满收官，全面实现“一站式”服务。我们打通岗位流程局限，历时三年完成柜面综合柜员制服务模式全面推广，全国2578个柜面全部实现“一站式”服务（年内完成1074个柜面），有效整合了柜面前台人力，临柜客户体验明显改善。第三方调查显示柜面客户满意度达9.2分，同比提升5.7%。

2. 持续做好95519呼叫中心服务

在95519电话服务中心的建设之初，我公司就确定了“高起点、高标准、高效率”的建设原则。2015年，我公司致力于打造全新一代的全媒体客户联络中心，努力实现支持全渠道接入远程智慧型服务运营，满足数字化时代客户的期望和需求。为实现向“睿运营”管理模式的转变，我们完成了95519统一查询平台的全面推广，实施分空间分时间调配95519资源，提升资源利用率和服务水平；我们积极探索利用互联网创新服务，逐步开始使用新单“微回访”系统，截至2015年底，共有8个分公司已经或正在准备开展新单“微回访”服务。其中，山西、深圳个险新单微回访占比已达到90.46%和72.1%，新单犹豫期电话回访成功率分别达99.99%和99.18%。微回访荣获全国金融青联十大创新“金点子”。2015年，中国人寿95519连续第十二次荣获“中国最佳客户联络中心奖”，第三次荣获全球最佳呼叫中心奖，成为中国人寿卓越的服务品牌。



案例：中国人寿成功举办“国寿好声音”服务竞赛

2015年，公司开展了以“新理念、星服务、心体验、新形象”为主题的95519“国寿好声音”客户服务代表服务技能提升活动。活动采用“以赛代训”的创新模式开展，全系统共有2100余名岗位人员参与，覆盖的知识点包括核保、理赔、承保、公司新政、监管规定等全方位的内容。通过本次活动，95519团队提高了岗位技能，填补了知识空白，增强了客服代表的荣誉感和凝聚力。

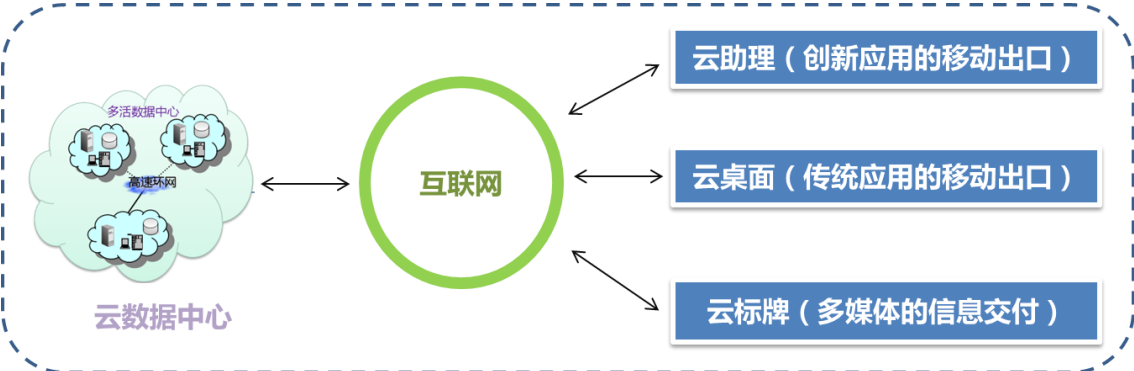


3. 推进信息系统和后台体系建设

前台优质和高效的服务需要强大的信息系统的支持，我们2015年信息系统的

建设瞄准实现“一个中心、一个网络、一网打尽、一网无前”的总目标，从面向客户的销售服务入手，借助移动互联元素整合已有应用成果，并围绕用户便捷、快速和透明的体验、由外及内进一步带动后台运营向互联网的转型。

基于“大后台+小前端”IT布局，统筹设计信息处理、传递及交付模式，加快面向移动互联的建设步伐。在基础层面，以互联网服务为突破口，进一步推广“三朵云一张网”（云助理、云桌面和云标牌以及全网互联），推动公司在互联网条件下的生态圈建设工作；在应用层面，以公司业务发展为根本，以客户体验为检验标准，进一步完善“e系列”建设（包括e投宝、e宝账、e门店、e柜面、e课堂等），推广全国线上线下通服务和家庭医生等项目，实现全流程电子化的销售服务模式。



实现集约运营模式创新。一是确立省级集中运营模式，不断丰富处理手段，全系统实现省级集中作业达70.1%，大幅提高集中处理能力。二是推进跨省区域集中，完成西藏、宁夏、宁波、海南等四家分公司两核相关业务集中跨省处理。充分发挥了规模效应，运营效能明显提升，作业规范度较集中前平均改善58.62%，作业时效较集中前平均提升12.85%。三是大力推进作业自动化，全系统业务自动化审批率达73.1%。

4. 提高通知服务能力

我公司每年向客户提供各类及时、贴心的通知服务，项目覆盖承保、保全、收付费、理赔等保险服务全流程，使客户随时随地获知业务办理进展情况，轻松掌握保单状态。2015年我们持续完善客户联络系统，增加客户通知服务项目，优化通知服务工作流程，加强通知服务队伍建设，持续推进一体化客户通知服务体系不断完善，提高通知服务渠道服务能力。通知服务已经成为公司主动提供服务的、继柜面和95519之后的第三个客户接触窗口，为全国客户提供上百个短信和电

子邮件服务项目，全年成功发送服务短信将近8亿条，发送服务电子邮件5111余万封。

5. 推进全景客户洞察，不断改善客户投保体验

2015年，我们出台了《客户信息管理办法》，全面管理公司客户信息，推进360度客户统一视图建设，帮助服务人员更加了解客户，为公司开展个性化客户服务提供支持，从而提升客户体验。同时，我们开发的新一代银保通系统一期正式上线，功能将以从产品、保单为基础的老系统向客户账户、保险资金管理、多类产品组合转化为基础的新系统转化，新系统将为改善客户投保体验提供支持。

不足之处和改进计划

2016年，我们的后台支持将实施新一代应用系统建设，进一步提高信息系统的便捷性和互动性；我们还要进一步扩展通知服务渠道，利用网站、微信等新型e化服务平台为客户提供环保高效的通知服务；95519呼叫中心要加快新一代全媒体联络中心建设，提升服务效能，改善客户体验。

二、诚信展业

我公司一直注重销售人员诚信合规文化建设，自2008年启动了以“诚信我为



先”为主题的销售人员职业道德与诚信合规教育工作以来，构建了以一首诚信歌、一次诚信宣誓、一本《行为规范》、一面诚信墙、一天五分钟、一年一考试、一年一峰会等为核心的“七个一”长效机制。

1. 加强制度建设，规范信用管理

2015年，公司修订完善了《中国人寿保险股份有限公司个险营销员信用品质管理办法》，进一步扩大信用品质管理工作覆盖范围，加强公司个险营销员队伍信用品质建设，规范信用品质分级管理工作，充分发挥分级管理的激励约束作用，保障营销员队伍持续健康发展。

2. 发挥标杆作用，鼓励诚信展业

2015 年，公司在全系统组织开展“诚信服务标兵”和“最美营销员”评选活动，调动广大销售人员和销售团队诚信合规展业的主动性和积极性。全国 36 家分公司通过公司内网销售支持专区、省公司官方微信平台和国寿生活圈推送寻找中国最美保险营销员活动信息，积极开展寻找中国最美保险营销员主题活动，通过广泛发动，层层推荐，掀起“人人寻找最美人物，人人学习最美事迹，人人践行最美精神”的热潮，树立了一批“诚信、敬业、崇德、向善”的“中国最美保险营销员”。

3. 合规展业，杜绝销售误导

我公司按照保监会安排深入开展“两个加强、两个遏制”专项检查，其中检查营销员销售误导类自查自纠通过检查宣传资料 29 万份、销售行为 6 万件、承保资料 38 万份。各级机构针对检查发现问题及时整改，积极建立销售风险防控长效机制，努力从源头上杜绝同类问题的再次发生。

4. 引导银保渠道销售队伍合规展业

为配合监管部门“放开前端，管住后端”的管理思维，公司加强对从业人员的甄选、完善专业培训，有效防控销售误导，维护客户利益。2015 年公司逐步推广《银保保险规划师管理办法》、《银保客户经理管理办法》，明确“品行端正”是销售人员签约的基本条件，将“诚信展业”情况纳入银保销售人员招募、解约的必要条件，规定不得与“从业期间有不良记录、不道德从业行为”的人员签约，针对违反诚信展业执业纪律的销售人员，采取降级或解约处理。

不足之处和改进计划

诚信合规是保险销售人员的立身之本。2016 年，公司将针对个险销售人员继续扩大诚信激励覆盖面，完善合规经营监督检查机制，加强诚信合规文化宣导，增强其责任感和荣誉感；针对兼业代理机构销售人员，我公司将进一步加强诚信教育和业务培训，使兼业代理业务在规范的前提下健康发展。

三、围绕客户需求进行产品创新

我公司坚持以市场为导向，以客户需求为中心，探索多种形式的产品创新，包括产品经营模式创新、产品组合创新、产品渠道创新，以及产品在销售队伍建设、客户资源获取等方面的创新，获得了广大客户的认可。

在移动互联网的时代背景下，为满足客户更多元化、个性化的保险需求，公司 2015 年对原有产品开发方式进行了转型，从渠道驱动型向客户需求驱动型转变。同时，依托公司服务资源优势，更多地将客户有需求的增值服务与保险产品相融合，全方位开展产品创新。

为推进公司产品开发模式的转型升级，建立以客户需求为中心的创新产品研发机制，我公司在江苏、广东、上海和深圳分别建立了产品联络点，通过基层的产品联络点对市场需求进行分析汇总，更高效地获得客户的新需求点，简化产品联络点与总部的对接机制，提高了公司对市场需求的纵向反应速度，做到更高效地围绕客户需求进行产品创新，契合了移动互联网时代快节奏的特点，也为公司更好地为客户提供优质的产品和服务提供了信息平台。

除此以外，我公司各个渠道的产品开发工作也都在围绕客户需求方面进行了诸多的产品创新。

案例：针对客户特定需求开发的产品：特定疾病保险

为更好地满足客户个性化的需求，我公司在重疾产品开发方面，围绕客户特定重疾保障需求，进行了一系列的产品创新。在原有产品保障病种大而全的背景下，针对不同细分市场客户小而精的特定重大疾病进行产品开发。

2015 年，我公司面向男、女、老、少等特定人群分别开发一款特定疾病保险（国寿关爱男性特定疾病保险、国寿关爱女性特定疾病保险、国寿关爱老年人特定疾病保险和国寿关爱少儿特定疾病保险），这四款特定疾病保险主要针对不同细分市场的客户群体所特有的重疾种类，每款产品所保障的特定疾病均属于细分市场客户所特有的保障需求，满足了不同性别、不同年龄层面客户的不同保险需求，覆盖了原有产品没有满足的长尾需求，产品的个性化有所增强，为各个群体的客户都提供了更全面的重疾保障，得到了客户的广泛认可。

除此以外，考虑到重疾险客户经济保障需求外的其它需求，公司依托服务资源的平台优势，将针对女性细分市场的《国寿关爱女性特定疾病保险（A 款）》和深圳华大基因的基因筛查、专项体检等多项健康管理服务进行打包，以保障计划的形式向客户推广，将客户需求的服务项目融入产品，在为客户提供经济补偿的同时，也为客户提供了优质的健康管理服务，协助客户进行疾病预防管理，为客户的健康保驾护航。

不足之处和改进计划

各分公司的产品联络点尚处在建立初期，创新产品研发机制还有待通过实践进一步完善。虽然公司目前针对细分市场的客户需求进行了产品开发与创新的工作，但由于服务资源有限，尚不能针对每个细分市场都进行深度的产品创新和服务创新，产品开发有待于进一步提高技术，更多地与国际化、高水平的服务资源提供机构合作。

四、电子化服务

近年来，我公司通过综合利用互联网等各种电子化方式，为满足社会公众的保险需求提供便捷的服务，同时持续改善在线服务品质，力求使客户获得最佳的电子化服务体验。

2015 年，公司通过发展网销、微信等新兴销售及服务方式，将电子商务的线上与传统销售队伍的线下有机结合起来，加快发展网上普惠保险业务，同时持续改善在线服务品质，力求使客户获得最佳的电子化服务体验。

着眼未来引领，打造移动互联应用和平台化服务能力。公司首款互联网产品 e 宝账于 6 月 26 日正式发布上线，依托系

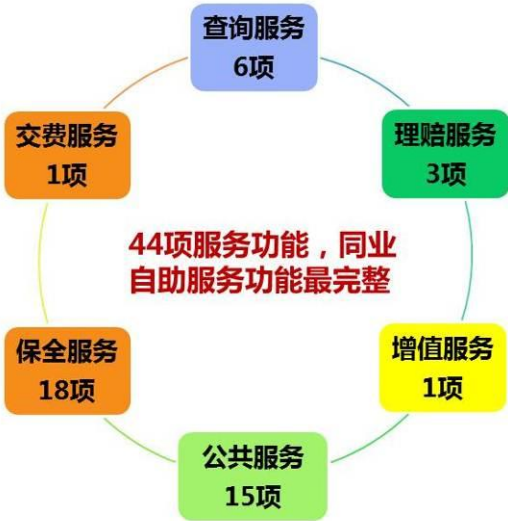
统实现了保单借还款、理赔报案等 5 个关键业务场景的线上线下互通，累计完成借款 30 余万笔。我们简化了用户操作、增加免登录功能，使用户体验更流畅，系统注册用户数量突破 413 万，绑定保单 1560 万件。另外，实施了集群扩展等架构优化举措，使系统运行更稳定，系统 7×24 小时可用时间占比达到 99%。

优化公司官网销售平台，丰富互联网保险产品。公司开发并推出了适应互联网销售的国寿鑫 E 两全保险（万能型）和国寿关爱女性特定疾病保险（A 款），网销产品体系进一步丰富。与此同时，我们积极推进与第三方网销平台的合作，提升客户网购保险的渠道便利性。

拓展移动互联业务平台，丰富客户服务内容。公司官方微信公众号的粉丝已超过 50 万，2015 年我们在这一平台上开展了“为爱投篮”、“五元普惠”意外险春节营销及“双十一”网购狂欢节等惠民活动，丰富了红利查询、保单变更、服务网点预约等客户服务，收到客户良好评价。我们还鼓励销售人员通过微信向客户提供产品信息、实现线上销售，为客户提供便利。

不足之处和改进计划

与客户日益多样化和个性化的电子化服务需求相比，我公司尚需做出更为快



捷和全面的响应。2016 年，我们计划继续推出新的符合客户需求的保险产品，对现有网销规模型产品进行快速迭代升级，并以持续提升客户购买体验为目标，进一步优化网销流程，提高平台处理效率。

五、客户责任重点绩效指标

指标名称	2015年	2014年	2013年	指标定义
人工接通率	90.05%	87.56%	92.33%	95519电话服务中心寿险技能组人工接听的话务量与申请人工量的百分比率。
新单回访率	100%	99.98%	100%	95519电话服务中心对新单回访项目的执行覆盖率。
新单电话回访成功率	99.98%	99.83%	99.20%	95519电话服务中心对新单回访项目的电话回访执行效率。
9天投诉结案率	100%	96.05%	98.92%	投诉案件在监测期内实际结案天数小于等于9个自然日的投诉件数占监测期内所有投诉案件数的比例。
理赔5日结案率	98.48%	96.72%	95.53%	在监测期内从受理申请到审批完成小于等于5个自然日的理赔案件占比。
客户服务满意度	8.8	8.7	8.5	客户对公司总体服务的满意程度，包括客户对公司销售服务和运营服务两大方面的评价情况。

第三部分 员工责任

员工的进步和成长是公司不断发展的基础和保障，也是我们最为重视的关切点。公司将员工的成长、发展作为公司的主要责任之一，坚持以人为本，努力为员工营造心情舒畅、有发展空间、有市场地位、有专业价值的良好工作机会。公司建立了一套完善的引进、培养、使用、激励的人才管理机制，搭建了良好的职业发展通道及展现个人价值的舞台，营造了包容、和谐的工作氛围，努力保障员工权益、促进员工成长、激发员工归属感和幸福感。

一、保障员工权益

（一）薪酬与福利

我公司实施以岗位为基础，以绩效为导向，以市场为参考的绩效激励体系，建立了具有内部公平性和外部竞争力的薪酬激励制度，充分发挥薪酬的激励与约

束作用。同时我们注重不断完善员工的福利计划，保证员工除享有国家规定的基本养老保险、基本医疗保险、生育保险、失业保险、工伤保险、住房公积金等各项法定福利外，在公司《福利管理指引》范围内，还将享有包括企业年金、补充医疗保险和定期体检在内的丰富福利套餐。

2015 年，我公司按照优化后的总部及直属机构薪酬体系，为符合条件的员工实现了薪酬晋档，并综合市场薪酬水平和内外部环境变化等因素，适当提高了部分低职级员工的薪酬水平。我们还明确措施，加大了总部直属机构研发、数据中心校园招聘员工的薪酬激励力度，为大学生员工的成长、发展提供了较为有利的薪酬保障。同时公司继续大力推动《关于全面落实薪酬向基层倾斜的指导意见》的全面贯彻实施，并加大薪酬资源向基层一线的倾斜，在提高基层员工收入水平、缩小上下级公司收入差距、建立高管人员和员工的收入联动机制、优化员工工资决定方式和解决基层员工同工同酬等方面取得了一定的效果。

我公司为员工建立了较为完善的福利体系，除国家规定的法定福利，公司还为员工设立了工作支持类、住房保障类、就医及风险保障类、生活类、子女保障类和养老保障类等六大类福利项目。上述福利项目中，除现金福利外，还包括了带薪休假、定期体检等非货币性福利项目，充分体现了公司对员工的人文关怀。此外，公司为员工建立了作为长期激励形式的企业年金，这构成了员工养老保障体系的第二支柱。

（二）健康与安全

公司十分注重促进员工工作与生活平衡，在充分发挥员工个人才能的同时，精心为员工的健康和安全创造良好的工作环境。公司重视对员工休息、休假的权益保障，积极贯彻执行国家有关劳动时间、年休假、劳动保护、计划生育等方面的法律法规。

积极创造条件，鼓励员工科学安排休息休假。除国家法定节假日和公休日外，员工还可请休带薪年假、病假、工伤假、事假、婚假、丧假、孕假、产假、哺乳假、计划生育假、探亲假、路程假、公假等。

采取鼓励休年假措施，保证员工请休年假。包括优先请休年假、不限制分次请休、从严控制因公不休年假等措施。

保护女员工的休假权利，维护女职工身心健康。公司女员工依法享有孕假、

产假（含流产假）、哺乳假。2015 年，公司工会将各级公司落实女职工“四期”保护、安排女职工定期体检、增设哺乳室等项列为重点推动与跟进内容。我们按照中国金融工会“健康工作 快乐生活”的主题，结合职场女性的特点，在全系统推动开展女职工健康讲座、运动健身、团康休闲、心理辅导等活动，促进女职工身心健康。公司工会女工委组织举办了全系统女职工“呵护女性健康”专题视频讲座，特邀首都医科大学附属北京朝阳医院妇产科生殖医学中心主任张莉嘉教授，为全系统女职工讲解女性常见疾病的预防与治疗。



（三）员工权益保护

鼓励员工参与民主管理。2015 年，公司召开了第二届职工代表大会第一次会议，来自公司各级机构、各条线、各岗位的 157 名职工代表参加了会议，提出提案 86 件，涉及公司发展战略规划、业务发展、经营管理、企业文化建设、加强员工队伍建设、维护职工权益等。全系统职代会制度建设也取得明显成效，2015 年省级公司召开职代会的家数为 31 家，召开率 79%，地市级公司 93%。

案例：公司第二届职工代表大会第一次会议

2015 年 4 月 9 日—10 日，公司第二届职工代表大会第一次会议在北京隆重召开。大会认真听取并审议通过了林岱仁总裁《关于公司经营管理和发展情况的报告》、杨征副总裁《关于公司财务和预算管理情况的报告》、工会工作委员会《关于公司第五届监事会职工代表监事人选的报告》，表决通过了《中国人寿保险股份有限公司第二届职工代表大会第一次会议决议》，听取了教育培训部《关于系统员工教育培训情况的报告》和《员工教育培训管理办法修订情况的说明》，职代会民主管理小组关于《公司第一届职代会第三次会议提案落实情况的报告》、《公司第二届职代会第一次会议提案征集处理情况的报告》等一系列事关公司经营和发展的议案。会议期间，代表们认真履行职责，提出了许多关于公司管理、改革、发



展的提案、意见和建议，充分反映了公司系统广大员工的智慧、积极参与公司建设的热情和责任感。

强化合同履行，维护女工合法权益。为切实维护女职工合法权益，保障女职工在工作中的安全与健康，我公司于 2012 年 11 月，在全辖范围内实现了女职工权益保护专项集体合同的全覆盖。截至 2015 年 11 月底，公司系统女职工权益保护专项集体合同续签工作已全部结束，各级工会定期检查女职工专项合同的履约情况，确保专项合同的各项保障落实到位。

积极维护女职工参与公司民主管理的权利。公司工会要求各级公司职代会上女职工代表须占据适当的比例，并将涉及女职工权益保护的各项措施和活动纳入职代会规划，对涉及女职工权益保护的提案进行跟踪巡视，确保 100%落实。

二、关心员工成长

我公司高度关注并始终致力于为广大员工创造良好的工作环境和平等多样的职业发展机会，坚持按照“以人为本、德才兼备”的人才理念呵护员工职业生涯发展全程，在培训中着力满足公司创新发展与员工成长成才的双重需要，为员工素质提升提供全面系统和有针对性的支持。

（一）培训

1. 进一步完善员工日常培训体系

教育培训基础建设不断夯实。公司配备教育培训管理人员 4446 人，在岗专职讲师 3247 名，兼职讲师 45180 余人。2015 年，成都保险研修院正式投入使用，北京保险研修院、省级培训中心和城区培训职场建设在有序推进，多项课件荣获外部奖项，教学资源保障更加充足。

员工培训持续深入。2015 年公司举办各类集中面授培训 1734 期，累计培训 116837 人次，举办各类网络培训 2770 期，在线学习逾 883199 人次。同时结



合工作需要，选送各级各类专业骨干和管理干部参加外部专题培训百余期。在培训导向上，更加侧重员工岗位技能的提升和公司经营绩效改善的有效融合。另外，在推进各级员工分层分类培训的同时，初步搭建起适应各级员工基础知识技能需要的品牌课程体系，强化对基层员工和业务一线的培训力度，以市场竞争和发展需要调整培训导向。

网络培训平台进一步完善。国寿e学网络培训系统功能得到持续完善，运行效率和稳定性进一步提高。2015 年在线学习课程点击量达到 1650361 余人次、在线考试



508499 人次，培训实施的全过程实现信息化管理，真正实现培训资源的集成与共享，为培训和管理提供了有力的技术支撑。

移动学习系统建设顺利启动。2015 年度已开发完成了云课堂，启动了移动学习应用推广工作。随着移动学习系统的逐渐完善，我们将进一步丰富员工培训形式，提高培训效果。



案例 1：重点城市公司中青年干部培训

2015 年，为加快提升重点城市分公司市场开拓和持续发展能力，公司有侧重地优化培训资源投入结构，着力加强重点城市公司创新经营管理模式、破解发展难题的能力，对 88 家重点城市分公司主要负责人进行了系统性的培训。

案例 2：国寿大讲堂

公司积极探索员工培训转型创新，2015 年在总部全新启动“国寿大讲堂”系列讲座，并赋予大讲堂新的内涵，充分利



用公司系统内外部资源，精心安排一系列涉及宏观经济、行业政策、政情司情、热点时事、专业分析等方面的课题，兼顾员工知识面拓展和公司培训文化建设，使大讲堂焕发出旺盛的生命力。全年累计举办大讲堂二十期，合计培

训 5156 人次，多期培训数百培训名额在开启报名半小时内一抢而空，成为员工培训品牌的展示窗口，深受广大员工好评。

不足之处和改进计划

培训对于员工素质技能提升的支撑作用需进一步加强，培训的手段和方式需进一步创新。2016 年，公司将继续关注员工绩效改善，改进培训方式，推广应用新的培训技术，强化培训效果，为公司人才队伍成长提供有力的支持。

2. 加强各类专业化人才队伍培养

推动实施“专业领域后备领军人才培养计划”。为加快培养公司各专业领域具有典范作用和领军功能的核心人才，2015 年，公司制定了涉及人力资源、财务管理、信息技术、风险管理等 10 个专业条线的“专业领域后备领军人才培养计划”，按照“区分专业选拔、强化专业培训、提升专业能力、打造专业人才”的思路，力争用 10 年时间，通过区分专业选拔、强化专业培训、提升专业能力等举措培养 1,000 名左右中青年专家型领导干部和高级专业技术人才。2015 年领军人才工程完成 261 名候选人教育培训工作。

案例：专业领域后备领军人才培养

培养目标

为适应公司管理专业化、精细化对人才开发的迫切要求，加快培养公司各专业领域具有典范作用和领军功能的核心人才，按照每 3 年 300 人左右的培养规模，面向分支机构培养一批在各专业领域中精通业务、善于管理、具有战略思维的高素质、复合型专业人才，发挥领军人才在各专业领域的引领和辐射作用，促进公司专业技术队伍整体素质的全面快速提升。

培养举措

每届领军（后备）人才的培养周期为 3 年，日常培养锻炼以总部各专业条线为主，分 10 个条线按知识拓展、能力提升到使用提高三个阶段展开。培养期间根据因材施教、学用结合的原则，实行集中培训与在职学习实践相结合、课堂教学与应用研究相结合的培养方式，通过建立学习、研究、实践、交流平台，全面培养和提升领军（后备）人才培养对象的综合素质。



推广县支公司“一把手”基地培养模式。2015年，公司共选派2批100名县区支公司经理到基地进行培养锻炼，并在江苏江都召开了基地平台培养总结座谈会。



大力推进“青年英才”培养实施计划。根据《中国人寿青年英才培养实施计划》，2015年公司继续通过强化精选人才、集中培训、双导师制、交流轮岗、优进绌退等措施，集中优质资源培养优秀人才。2015年全年共选拔青年英才363名，成功举办了6期青年英才培训班。

（二）轮岗与交流

我们认为，轮岗与交流机制可以帮助员工拥有不同的工作经历、积累更多的工作经验，员工可以轮换到自己更感兴趣或者更具有竞争力的岗位上工作，并获得工作的新鲜感和挑战性，这是激励员工、激发员工队伍活力的有效手段之一。

总部员工的轮岗与交流

2015年，公司继续通过多种方式为总部员工提供跨部门轮岗机会，本年度总部通过内部招聘、自由选岗等方式轮岗到新岗位工作的人员近40人。我们还加大了总部干部内外部交流力度，先后选派干部赴北京、广西、天津、贵州等地方政府挂职，对缺乏基层工作经验的管理人员，通过分期分批赴基层分公司交流锻炼的方式帮助他们了解基层实际，丰富管理经验。本年度共选派交流干部近30人。

高级管理人员的轮岗与交流

根据干部成长和实际工作需要，2015 年公司积极推动高管的轮岗与交流，全年共有 2 名省级分公司“一把手”及 27 名班子副职交流任职。交流任职进一步增加了管理人员的阅历和经验，有利于拓宽视野、提升能力，增强应对复杂市场竞争的能力。

新员工的轮岗与交流

公司先后研究下发了《新员工管理办法》、《大学生员工培养指引》，统筹全国新员工轮岗与交流工作。新员工定岗后，原则上在 3 年内进行至少 1 次岗位轮换。轮岗周期原则上一般分为 3 个月、6 个月和 1 年三种，岗位轮换按照岗位先依专业条线深入，后依行政流程推开的指导原则进行。对管理、销售储备人才基于其本人入职的第一个岗位，不断增加岗位涉及广度和难度，在更广泛的岗位条线上轮岗。对专业技术储备人才基于其本人已具备的专业技术技能，在相对一致的专业条线内或者涉及流程环节岗位轮岗。对于选调到省公司和市公司的部分优秀大学生员工，建立制度化的到基层交流任职制度，形成大学生员工分配到基层锻炼成才——择优选拔到地市以上本部和县支公司班子——地市以上本部优秀员工交流到基层任职的良性人才培育循环体系。

案例：总部交流干部轮换暨赴基层交流锻炼行前集体谈话会

2015 年 11 月 5 日，公司召开了总部交流干部轮换暨赴基层交流锻炼行前集体谈话会，对首批总部交流干部到基层交流工作进行总结，对即将赴基层交流的同志需要了解的各项交流政策、交流目的等进行了宣贯。林岱仁总裁出席谈话会并代表总裁室做了重要讲话。自 2014 年以来，公司总部明确了充实干部基层工作经验的人才培养方针，制定了定期选派干部赴基层分公司交流的政策，通过基层工作锤炼干部队伍，为员工个人成长奠定深厚的基础。截至 2015 年 12 月，总部经理级以上干部已有超过 60% 具有基层工作经验，交流工作取得了卓越成效。

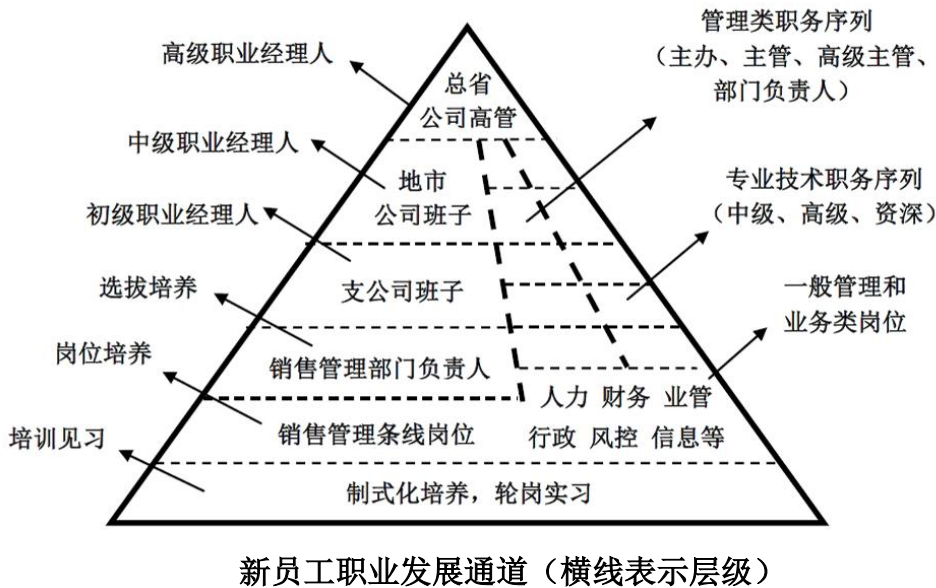


（三）晋升渠道多样化

作为专业的寿险公司，我们需要大量拥有丰富管理经验的一线人才，以及具

备专业精神，善于分析、懂管理、能创新的专业人才。公司十分重视一线管理人才和专业人才在公司的发展，并为其建立了多渠道的职业发展通道，鼓励其在公司的各专业条线不断积累、有所创造。

明确新员工职业发展规划。公司建立了职业经理人、管理序列和专业技术序列三条职业发展通道。其中销售管理条线员工的职业发展目标为中、高级职业经理人；综合行政类、业务管理类条线的职业发展可根据工作业绩和管理能力选择管理类职务序列发展通道，也可根据专业技术能力选择专业技术职务序列发展通道。三个通道之间可根据培养对象的综合素质，在相近层级之间进行转换，实现“职业发展无障碍，通道转换多元化”。



拓宽分公司高管人员职业发展通道。为激励在一线长期工作并具有突出贡献的经营管理人员在经营管理的过程中更加关注长远规划和长期价值提升。公司2014年启动业务总监队伍建设，进一步拓宽了分公司高管人员成长通道，进一步树立了向基层一线、向销售倾斜的选人用人导向。2015年新晋升7名业务总监。

三、营造和谐的工作氛围

（一）完善员工活动场所，开展丰富多彩的文化体育活动

深入开展职工之家建设。自2013年总公司工会制定《2013年-2015年职工之家创建达标活动方案》以来，全系统的创建达标工作开展的有声有色，省级公司

本级职工之家已有 25 家达标，达标率 69.4%；地市公司职工之家已有 203 家达标，达标率 66%；二级架构省级公司所属县支公司已有 132 家达标，达标率 48.4%。

案例：分公司“职工之家”活动场所和设施日益完善

根据总公司《职工之家创建达标方案》中提出的文体设施要求，全系统各级工会把公司办公楼内建设活动场所、职工书屋作为职工之家建设实体化、常态化，提升建家水平的重要途径，硬件设施均符合达标条件。浙江衢州公司工会在办公大楼腾出场地，设立阅览室、多功能活动室和健身场所，购置了乒乓球桌、跑步机、动感单车和综合健身器材；福州公司创建培训与娱乐兼合的“多功能厅”，设有娱乐舞台，并设有 50 平方米的健身房，配备了健身机、跑步机、仰卧起坐、乒乓球桌等健身设施器材；上海市分公司与市图书馆合作，市图书馆定期更新公司图书室图书，并在各楼层设立流动图书车方便员工阅读。



2015 年，总部组织开展了“快乐在我心、健康在我行”长走活动，公司总裁林岱仁、工会主任缪平等领导，以及来自总部机关的 19 支代表队近 180 名运动员分别参加了 10 公里和 5 公里的比赛。此外，足球、篮球、网



球、羽毛球、乒乓球、台球、摄影、舞蹈、音乐、瑜伽、太极拳、健身操、桥牌、合唱 14 个俱乐部和书法学会定期组织活动，全年参加人次超过 1 万人。

各地分公司工会根据总公司工会的总体要求，组织开展了新颖多样的各类文体活动。呈现出的特点一是常态化，省公司和主要地市公司均通过创建文体俱乐部的形式，每周定期、定点组织员工开展体育锻炼；二是形式多样，除日常俱乐部外还包括综合运动会、专项比赛、节日活动、团康活动等。福建省分公司工会在全省开展“道德讲坛”专题教育活动；莆田等分公司开展了以“助人为乐”、“永葆精气神，传递正能量”、“铭记历史 不忘英雄”等为主题



的道德讲堂活动；山西省晋中分公司工会每年举办迎新联欢晚会，所有节目都是员工自编自演，丰富了职工生活；内蒙古鄂尔多斯分公司工会举办东胜地区公司篮球比赛，各支公司、营销服务部、机关各部门分别选派 8 支代表队参加了比赛，为公司员工创造平台，让大家在活动中锻炼自己。

（二）丰富公司帮扶活动，传递集体的温暖

分层级进行困难职工帮扶。总公司工会自 2014 年建立分层级救助体系，充分利用了各级工会的救助资金，有针对性地救助了不同困难情况的职工。2015 年总公司工会继续完善对困难职工进行分层次管理和救助，一是年初组织公司领导结合日常工作赴基层送温暖，并在两节期间继续开展“国寿温暖送到家”活动；二是补充和完善总公司级困难职工档案，并向总公司级困难职工和单亲特困女职工帮扶对象拨付补助资金；三是在集团工会的统一部署下探索建立职工互助计划。

贴心温暖关爱，落实女工救助帮扶。公司建立健全困难女职工日常帮扶机制。自 2014 年起，建立了分层级救助体系，完善集团、总、省公司三级困难职工帮扶档案，有针对性地救助疾病、单亲、特困女职工，在节日和日常定期组织慰问，总公司工会于 2015 年元旦春节期间，向总公司级单亲特困女职工帮扶对象发放了慰问补贴。

案例：“贴心国寿 姐妹牵手”困难女职工结对子帮扶活动

公司系统各级工会女工委贴近一线、服务基层，安排困难女职工所在公司的女领导或女劳模与困难女职工结对子，前者作为困难女职工的心理援助志愿者，以“贴心姐妹”身份，及时了解困难女职工的所思、所想、所求，对困难女职工持续给予精神上的关心抚慰，协助其解决生活、工作中的实际困难，与困难女职工携手共度难关。

四、员工责任重点指标

指标名称	2015 年	2014 年	2013 年	指标定义
员工总数	97,607	101,972	99,230	内勤员工规模
员工年龄构成	35 岁及以下比例 43.09%	35 岁及以下比例 46.6%	35 岁及以下比例 46.5%	员工年龄结构
员工性别构成	女性比例 57.34%	女性比例 57.5%	女性比例 56.9%	衡量用工相关的人权政策
新员工入职培训覆盖率	95.23%	94.19%	97.85%	新入司员工岗前培训覆盖情况

员工培训覆盖率	87.97%	87.88%	85.45%	员工培训覆盖情况
高级管理人员培训覆盖率	97.28%	97.17%	97.33%	高级管理人员培训覆盖情况
员工培训平均时长	30.01 小时	24.46 小时	34.33 小时	各职级员工各类培训时长平均数
系统专、兼职讲师数量	专职讲师 3,247人； 兼职讲师 45,180人	专职讲师 2,485人； 兼职讲师 35,956人	专职讲师 1,700 人， 兼职讲师 35,000 人	系统专、兼职讲师数量
教材课件研发数量	教材：21 课件：264 网络课件：712	教材：20 课件：264 网络课件：34	教材：18 课件：167 网络课件：56	截止统计期教材课件研发累计数
在线学习人次	1,650,361	1,432,192	3,931,146	年度内登录国寿 e 学系统参加在线学习的人次合计
在线考试人次	508,499	160,633	255,594	年度内登录国寿 e 学系统参加在线考试的人次合计

注：“员工培训平均时长”计算口径以往按照累计实际学时进行计算，即按照员工学习面授和网络课程的全部学时来计算。

第四部分 合作伙伴与行业责任

我公司在实现自身发展的同时，持续拓展保险业务，服务民生需要，不断改善采购、投资环节的履责情况，追求与合作伙伴共同成长，积极参与重大承保，逐步扩大保险服务覆盖面，努力为行业发展做出更大的贡献。

一、拓展保险业务，服务民生需要

作为国内机构网点最多的寿险公司，利用自身经验和专业优势持续拓展保险业务，服务民生需要责无旁贷。我公司在国内率先开展了新农合、新农保、大病保险等政策性业务，创造了新农合新乡、洛阳、番禺、郑州模式，新农保德阳、宜兴模式等成功经验，首创的小额保险业务模式，被国际保险业誉为“中国样本”，成为哈佛商学院首个中国保险业教学案例。

（一）政策性医疗经办业务

自 2003 年以来，我公司积极参与国家深化医药卫生体制改革和健全社会医疗

保障体系建设，开展新型农村合作医疗、城镇居民基本医疗保险、城镇职工基本医疗保险、城乡医疗救助等政策性医疗经办业务，相继探索出“新乡模式”、“洛阳模式”和“郑州模式”等一批具有行业影响力的典型经验，是商业保险进入医疗服务经办领域的先行者和倡导者，为促进政府职能转变，助推民生和谐发挥了积极作用。2015年，我公司在17个省级分公司新增70多个医疗经办项目，覆盖2400多万人。目前在全国累计开展300多项医疗经办业务，年度委托管理基金60多亿元，服务人数5000多万人，居于行业领先地位。

案例：河南分公司打造“15分钟保险服务圈”

河南分公司积极实施“一村一室一员”项目，加快政策性保险服务专员队伍建设步伐，着力打造“15分钟保险服务圈”，让城乡居民足不出户就能享受更加优质、快捷的保险服务。

（二）城乡居民大病保险业务

为完善多层次医保体系建设，国家在实现“病有所医”向解决“因病致贫、因病返贫”迈进的过程中，引入“大病保险”作为“新农合”和城镇居民医保的补充医疗保险，进一步完善社会保障公共服务，是一项重大的民生工程 and 民心工程。我公司依靠在政策性医疗经办业务和商业健康险业务中积累的管理经验，积极参与大



病保险业务，把大病保险列入整体发展规划。凭借自身的专业能力与经验，依托遍布全国城乡的网点，为参保群众提供服务，让政府满意，让群众受益。

2015年，我公司积极参与各地大病保险招投标。当年在21个省级分公司新增承办新项目60多个，新增中标人数6000多万人。截至2015年底，我公司累计在31个省级分公司与200多个城市政府合作，开展200多个大病保险项目，服务城乡居民近4亿人，在近1.8万家医院实现大病保险一站式结算服务。自2012年大病保险制度实施三年来，



我公司累计为400多万人次支付大病保险赔款，报销比例在基本医保基础上提高了10多个百分点。

案例1：江苏模式

江苏省分公司在承办大病保险和医疗经办业务基础上，配合当地卫计委大力推进参保人转诊服务。目前已在10家市级以上医院派驻健康管理服务团队，提供驻点、导医，协助办理入院、住院探访、协助结算等服务，形成了驻点服务网络，实现了大病患者转外就医服务一体化，已服务患者3万人次，转诊住院患者近3,000人次。

案例2：江门模式

广东分公司借助承办江门大病保险项目平台，开展社区家庭医生服务，提供10项健康预防保障服务和7项自助式健康体检，实现事前治未病。集团公司缪建民总裁在江门调研时评价：“江门模式树立了政府、社保、卫生、医院和商业保险公司互信合作模式的典范”。（图为缪建民总裁在江门调研，指导大病保险业务的开展。）



（三）小额保险

我公司积极响应中央服务“三农”的号召，推进人身保险行业服务最广大人民群众普惠性目标，帮助贫困群体摆脱“因病、因灾致贫、返贫”的恶性循环，积极开展小额人身保险工作，不断深化小额保险创新实践，扩大小额保险覆盖面，缓解意外事故和疾病等风险对低收入家庭造成的冲击。2015年，我公司继续稳步推进小额保险业务发展。小额保险承保人数达到8967.7万人，同比增长7.8%。

案例：积极参与金融扶贫试点，开展金融扶贫创新工作

为创新金融扶贫机制，提高贫困地区贫困人口的风险保障水平，促进贫困人口脱贫致富，2015年开始，我公司积极响应国务院扶贫办工作要求，就扶贫小额保险合作项目在四川、湖南、广西、安徽和贵州五省选择试点县规划金融整体扶贫开展各项工作，包括配合国家扶贫办选择试点单位、积极主动参与试点方案设计等。目前试点各项工作正在开展中。

（四）计划生育家庭意外伤害保险业务

为提高计生家庭尤其是困难计生家庭抵御风险的能力，促进和谐家庭建设，我公司于2008年与中国计划生育协会合作推出了计划生育家庭意外伤害保险系列产品，7年来承保家庭已超过1300万户，覆盖人群不断扩展。2015年，为更好地服务于广大计生家庭，我公司努力创新服务手段，大力推广“计生保险服务卡”，探索引入了互联网出单等新型出单模式，大力提升计生保险的服务效率。随着计生保险不断推广，对计生家庭的保险保障作用不断增强，也让更多的计生家庭受

益。另外，我公司 2015 年继续捐资 1000 万元用于困难计生家庭的帮扶项目，其中失独家庭帮扶项目工作覆盖人群 13 万，全国帮扶试点地区共 63 个。

（五）老年人意外伤害保险

针对当前我国人口老龄化日趋严重，老年人社会保险保障明显缺位的现状，我公司自 2010 年以来，立足发挥商业保险的风险保障和经济补偿机制，积极与各地老龄委合作，推广开展老年意外伤害保险项目，为老年人群建立人身风险保障机制进行了多种尝试。2015 年，我公司老龄险在全国惠及超过 2000 万人。

二、为大学生村官提供保险保障和职业发展机会

为了充分利用自身优势支持党和政府鼓励高校毕业生到农村任职的政策，我公司大力推进大学生村官保险工作，为大学生村官提供重大疾病和人身意外伤害综合保险。截至 2015 年底，我公司共承保大学生村官 120,106 人，占全部需承保人员的 70.13%，全年共受理赔案 36 件，涉及意外身故、意外医疗、重大疾病和疾病身故等，预计赔款支出 744.775 万。

我们认为，引进培养期满大学生村官，是企业积极履行社会责任的份内之责。我公司在中组部、集团公司的大力支持和指导下，于 2010 年启动了专项招聘培养工作，在基层单位引进培养期满大学生村官，目前累计引进超过千名大学生村官，并通过专项培养计划致力于把他们培养成基层管理骨干，对他们在生涯设计上以经营管理为主，在岗位安排上给予高起点任职，采用进阶式的选拔任用，表现突出的鼓励破格提拔，相关工作得到了中组部、保监会和相关地方组织部门的充分肯定。

2015 年，我们针对期满大学生村官的招聘和培养继续完善相关政策，让大学生村官入职后的发展前景看得见，够得着，做得到，切实做到事业留人。

拓宽招聘渠道。2015 年我们除开展专项大学生村官招聘外，在今年的全系统校园招聘中，专门开辟了大学生村官通道，在简历投递选项中对大学生村官进行特殊标识，对于应聘的大学生村官在资格条件上给予了特别的照顾。江苏、河北、广东等 5 家分公司开展了专项大学生村官招聘，预计招录 39 人。

推行薪酬保护。对于应聘到基层公司的大学生村官，我们实行初期待遇保护

机制，在入司两年内，从总公司层面给予每人 500 元/月的基层津贴，同时要求省级分公司配套专项政策，制定专门的补贴方案。

强化培养成才。为了加快大学生村官员工培养成才，公司为他们建立了多层次、广覆盖的培训模式，从入司培训、轮岗锻炼、导师制、青年英才等多维度培养，促进大学生村官员工尽快实现角色转换、融入公司环境、实现人岗匹配。

案例 1：河北省分公司对大学生村官的薪酬保护政策

对新招聘的大学生村官，在两年保护期内，除总公司发放的每人每月 500 元津贴，其目标薪酬原则上高出本人上年度担任村官薪酬的 30%。对年度考核优秀的大学生村官，每年绩效工资按照 120%的比例计发、良好按照 110%计发、合格按照 100%计发。



案例 2：河南省公司对大学生村官的培养成才政策

河南省每年对大学生村官及导师至少举办两期“新员工导师培训班”和“大学生村官挂职锻炼人员‘1+1’培训班”，对大学生村官员工明确“国寿人—组训—讲师—团队管理者”的职业生涯规划，先后有 60 名大学生村官成为基层团队管理者，有近 20 名大学生村官成长为县支公司班子成员或市公司部门副职。



三、负责任的投资

我公司围绕国家战略，积极发挥保险资金长期投资优势，支持重大基础设施、棚户区改造、城镇化建设等民生工程和国家重大工程，参与国有企业的混合所有制改革，努力构建中国人寿“大健康大养老”产业价值链。2015 年，我公司继续加强各项社会责任投资工作，尤其是进一步拓宽在关系国计民生领域的投资范围，已投资项目覆盖水利建设、交通运输、能源电力、保障房建设、金融保险等国家重点领域，对支持国家重点工程建设、保障民生等起到了重要作用。

参与民生领域投资

2015 年，公司坚定支持重大基础设施和新兴产业建设的国家战略，积极参与投资铁路发展基金和集成电路基金，基金资金分别投向国家批准的中西部铁路建设项目和集成电路相关产业。同时，公司贯彻中央落实金融服务实体经济的要求，

全力支持地方政府的棚户区改造，已在北京地区成功实现项目落地。

参与国有企业的混合所有制改革

2015 年，公司成功投资邮储银行，成为其在中国境内最大的战略投资者和唯一一家保险机构股东。同时，我们继续把握国有企业改革投资价值，关注互联网及互联网+等新型经济领域的潜在投资机会，切实以保险资金投资推动经济结构转型升级。

逐步构建中国人寿“大健康大养老”产业价值链

2015 年，我公司加快布局大健康产业链，中国人寿大健康基金成功获得保监会批准，标志着公司实质性进入健康医疗、基因检测等专业领域。同时，我们积极探索“保险+医疗”业务模式，在品牌、资源、平台建设上优势互补，促成医疗优势资源与保险主业在多个领域的对接。

2015 年 12 月 31 日，我公司在三亚海棠湾拍得用地，成功在国家海岸落户，形成“三点一线，四季常青”的养老社区战略布局，致力于未来为客户提供高品质的医疗健康休闲养生服务。

四、供应商

我公司一向将履行社会责任作为对采购工作的基本要求，在采购实施中，严格遵守国家招投标法规和公司集中采购制度，确保工作流程合法、合规，采购信息公开透明。

我公司相继制订了《集中采购评审人员管理办法》、《集中采购管理办法》、《供应商管理办法（试行）》等制度，严格供应商准入，要求产品环保节能、企业具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度、不存在未依法纳税和社会保障资金的不良记录等。

为了使集中采购管理工作更加规范和高效，提高集中采购工作效率，我公司于 2012 年开发了电子化集中采购系统，率先在保险行业内实现绿色“e 采购”。电子化集中采购系统不仅有助于公司规范采购程序，最终实现无纸化操作，而且有利于全方位掌握全系统采购活动开展情况，便于监督管控采购过程中的履责情况。

2015 年，为确保采购流程的合规性，规范集中采购供应商管理，我公司对原

有的《集中采购管理办法》、《集中采购工作流程管理规定》进行了修订，并制订下发了《集中采购目录及采购权限》。

五、营销员和中介机构

截至 2015 年 12 月，我公司个险渠道营销员规模达到 97.9 万人。我们始终将营销员作为最重要的业务合作伙伴，努力保障其权益、关心其成长，培训和督导其履行社会责任。

提供产品支持。公司针对社会热点开发相应产品，加强产品研讨、包装、开发相应训练专题，提升营销员的产品认知。公司 2015 年推出新瑞鑫典藏版、健康包以及如意随行产品，旨在加强队伍自展能力，提升营销员产品解说能力。

优化训练方式。通过推行“模压训练”等训练方式，有效提升营销员销售、服务技能。

搭建交流平台。举办年度精英高峰会表彰大会，组织精英论坛，采用经验萃取的方式，提炼系统内优秀精英经验进行分享，复制技能，树立标杆。

优化保障制度。我们 2015 年对《保险营销员管理办法》和《保险销售人员保障制度》进行了修订，前者优化了营销员新人津贴发放标准，延长新人津贴发放时间；后者扩大了营销员养老保障的覆盖人群，提高了意外及医疗保障额度。

在与银邮代理机构的合作中，我公司积极督促合作伙伴履行社会责任，遵守法律制度。针对 2015 年各地监管部门对代理保险业务合作协议相关内容检查中发现的漏洞，总部银行保险部与各主要合作渠道对双方总对总的专项合作协议内容进行了完善和补充，主要增加了“客户信息真实性管理”、“反洗钱”等内容。

六、共赢的战略合作伙伴关系

在公司总体发展战略指引下，我们积极开展广泛的对外合作，从资源共享、优势互补的角度出发，重点选择具有良好社会形象、与我公司具有相近社会责任理念的大型企事业单位，通过建立长期性、战略合作伙伴关系，实现双方合作共赢、共同发展。

2015 年，我们积极通过对外合作发挥保险的社会管理职能，为消费者提供更

加多样、全面的金融保险服务，先后与湖南长沙市、顺丰速运、湖南联通等政府及公司开展合作，与邮储银行签订战略合作协议。与此同时，我们继续推动与中国邮政、中国电信、中国联通、新华网等单位的深度合作，借助合作双方在各自领域内的优势和品牌形象，共同开展社会公益事业。

七、支持行业研究与合作

2015 年，我公司积极参与了保险行业第三张生命表的编制项目，新生命表对保险行业和国民经济发展具有重大意义。我公司作为项目组组长单位牵头行业主要公司完成了项目数据方案制定、数据平台建设、数据收集、数据处理分析、生命表编制等各阶段工作，在贡献数据、人力、精算技术和分析经验等方面不遗余力，共上报 134 款产品，涵盖了公司全部主要产品报送 1.3 亿张保单数据，约占项目整体的 40%；发展并运用理赔文字死因分析技术，无私地将公司积累的宝贵经验、精算技术与行业交流分享，为第三张生命表编制工作顺利完成贡献了我们的力量。

我公司积极参与中国第二代偿付能力监管体系建设，密切跟踪国际偿付能力监管发展趋势，组织落实了过渡期报告编制工作，积极参与各相关项目的研讨、反馈及量化测试，为行业重大监管制度的改革作出了积极的贡献。

另外，我们还参与了保监会《寿险行业客户》研究项目，作为课题组核心成员，站在行业的角度首次对行业有效客户进行定义、统计、分类、特征描述，对行业现有客户容量、客户需求特点、年龄、客户地区分布特征等情况进行数据收集、分析整理，并对未来行业客户开发潜力进行预测、根据现有客户特征及需求特点引导行业产品设计方向及理念、丰富客户服务内容，相关研究结论及前瞻性建议得到了监管机构的肯定与好评。

第五部分 环境与社会

一、环境保护

我们积极响应国家节能减排号召，深入开展节能环保全员行动，努力通过节约能源、减少浪费，优化流程，使用新型环保材料，降低运营环节的能源消耗和

碳排放。

公司在 2015 年制定下发了《节能减排管理暂行办法》，进一步规范全系统的能源使用行为，并要求各分支机构每年定期向总部报送环境责任指标完成情况，建立环境责任信息收集统计机制，规范公司水、电、气、热等计量器具设备的使用、维修和报废管理。

2015 年，我们一方面深入开展节能环保全员行动，要求全系统员工从点滴做起，节约能源，减少浪费，随手关灯、节约用水，杜绝“长明灯”、“长流水”；尽量使用电子公文，倡导双面打印，节约使用纸张；随身携带水杯，减少饮用瓶装水；爱惜粮食，遏制“舌尖上的浪费”；组织会议培训时减少张贴悬挂标语横幅，减少摆放鲜花绿植，不发放办公文具，减少纸质资料，自觉践行勤俭节约的办公作风，积极营造人人节约、处处节约的企业文化。另一方面努力通过优化流程、技术革新、使用新型环保材料，降低运营环节的能源消耗和碳排放。通过减少会议和活动，压缩会议规模，精简发文数量，降低费用；全面推行办公自动化，公司董事会、监事会、专门委员会等各项会议实现电子化会议议案、远程审阅议案、处理会议事务、查询会议档案，同时尽可能压缩纸质宣传品、纸杯等耗材的使用，大幅减少纸质材料的消耗；通过设立研发中心和数据中心建立集中化运营服务体系，实现研发和运维的集中化、服务标准化，日均在线用户超过 10 万人，日均批作业处理过亿条，在提升效率的同时降低了碳排放；我们尽可能压缩纸质宣传品的使用，通过推进电子保单，拓展微信、官网、APP 等新型电子化提供方式，有效节约纸质支票、信函、保单带来的纸张耗用。2015 年我们实现短险 203 款电子保单开发，学生险电子保单应用达 3724 万人/次，占学生险总量的 50%；我们进一步拓展电子发票的应用，以北京分公司为例，2015 年开具电子发票 116 万张，开票率高达 79.4%。

对于总部机关办公大楼的管理，我们建立了相关节能管理制度，推行了照明灯具开启关闭时间管控、节能巡查管理等诸多管理措施，采取了淘汰低效照明产品、空调改造、楼控系统改造等技术措施，坚持在保障全部工作使用的前提下，严格总额控制，履行节能管理责任。

二、服务社区

在 2011-2014 年连续四年成功举办全国少年儿童绘画活动的基础上，2015 年我公司再次联合中国文联美术艺术中心举办了第五届“牵手国寿 孝善为先”全国少年儿童绘画活动，推动少



儿美术教育事业发展，促进文化发展、社会精神文明建设。活动报名人数达到 150



万人，共计 130 名小作者获评全国优秀作品奖，270 名小作者获评全国入选作品奖，31 名指导老师获评优秀少儿美术指导老师。2015 年 11 月 28 日，全国优秀作品展暨颁奖仪式在广州举办，精选了 150 余幅获奖作品公开展出。全国获奖作品还将汇编成册，由中国文联出版社出版发行。

我们鼓励和支持各级分公司员工和营销员积极参与当地社区建设，通过扶贫、助学、环保等活动，努力回馈社会。以下是部分分公司的活动情况：

福建省分公司： 2015 年母亲节期间，福建省公司捐赠 50 万元资助省妇联开展“福建省寻找‘最美家庭’活动”，评选出 100 个“最美家庭”，将孝善文化、和谐氛围传播到全省每个家庭。省公司还向龙岩市新罗区小池镇兴贵村连续两年共捐赠 21.5 万元，用于改善村民居住休闲环境、完善民生基础设施建设等。



安徽省分公司 2015 年重阳节，定远支公司经理刘晓玲带领员工到定远县仓

镇敬老院慰问孤寡老人，慰问组精心为每一位老人准备了保暖内衣、生活用品和食品等慰问品，陪老人聊天，为老人梳头，嘘寒问暖。

江苏省分公司 苏州市分公司积极参与苏州养老事业，向苏州夕阳红健康俱乐部捐赠人民币 20000 元，支持举办“我们的节日·重阳——苏州市第九届老年文化周”活动，弘扬中华民族“尊老爱老”的传统美德；泰州市分公司向泰州市福利中心捐赠电视机 48 台、电脑 2 台，用于即将投入使用的“智能特护室”，为“特护”老人的晚年幸福生活提供支持和保障。

山东省分公司 忻州分公司组织了“绿丝带”等公益活动，广大干部员工及营销伙伴积极参与，筹集捐助资金 10 万余元，先后给忻州市十多所敬老院、贫困山区学校学生及困难职工送上了中国人寿的关怀和温暖。



三、公益捐赠

我们通过中国人寿慈善基金会和各地分支机构坚持不懈地致力于救灾、助学、扶贫等公益活动，自 2003 年我公司上市以来累计捐赠资金超过 4 亿元，已在全国捐建学校 69 所，卫生院（站）97 所，并培训了 300 名来自全国各地的乡村医生，为 100 多位贫困大病患者提供了医疗救助。2015 年，我公司继续给予基金会持续性捐赠 3,000 万元，基金会全年对外捐赠 3600 多万元，主要用于多个扶贫项目以及支持贫困地区购置医疗救护车辆、为贫困地区女性提供“两癌筛查”及重大疾病保障等，并持续开展助养汶川地震、玉树地震等重大灾害致孤儿童项目，成功举办第七期中国人寿爱心夏令营等公益活动。

中国人寿慈善基金会 2015 年重要公益活动

2015 年 4 月	向中国妇女发展基金会捐款 100 万元用于为贫困女性提供针对“两癌”的重大疾病保障。
2015 年 4 月	向湖南省卫生与计划生育委员会捐款 200 万元用于为失独家庭提供重大疾病和重大意外伤害救助。
2015 年 5 月	鲁甸地震灾区援建项目及地震孤儿助养项目正式立项。拨付地震灾区援建项目捐款 1000 万元，用于鲁甸县和巧家县 23 个基层医疗机构的援建；拨付鲁甸地震灾区孤儿助养金 18.36 万元，用于 18 名地震孤儿从 2014

	年 8 月至 2015 年 12 月的助养金。
2015 年 5 月	向中国计划生育协会捐款 800 万元，用于全国 48 个试点地区失独家庭救助等生育关怀项目。
2015 年 8 月	举办第七期中国人寿爱心夏令营活动，39 名孤儿代表参加了夏令营。
2015 年 8 月	黑龙江省部分贫困地区捐赠价值 200 万元的医疗救护车辆。
2015 年 8 月	向中国人寿集团公司定点扶贫县湖北郧西县和广西天等县、龙州县捐赠扶贫资金 1010 万元。
2015 年 8 月	向“姚基金希望小学篮球季”捐款 551,340 元支持该活动。
2015 年 8 月	向中国公安民警英烈基金会捐款 200 万元设立“人寿救助基金”，用于救助帮扶伤残、大病和公安特困民警。

案例：关于中国人寿慈善基金会

为了更专业和可持续地开展公益事业，2007年6月16日，我公司发起成立了国内金融业第一个在民政部登记注册的非公募基金会——国寿慈善基金会。基金会宗旨为“支持公益慈善事业，促进社会和谐与发展”。资助范围包括：开展济困、扶贫、赈灾、助残等慈善救助活动，帮助社会弱势群体改善生存条件，提高发展能力；资助和奖励在促进医疗卫生事业发展和弘扬美好社会风尚方面做出突出贡献的个人和机构；资助环境保护和教育事业的发展。2010年3月，经民政部批准，国寿慈善基金会正式更名为中国人寿慈善基金会。

中国人寿慈善基金会成立以来，累计对外捐赠已超过1.8亿元，先后开展了健康新村工程、汶川地震孤儿、玉树地震孤儿和舟曲泥石流孤儿助养等公益项目，主办了中国人寿爱心夏令营、汶川地震孤儿摄影展、“爱心接力 梦想启航-圆梦地震孤儿”等公益活动，并及时参与对南方低温、雨雪和冰冻、汶川地震、台湾莫拉克台风、玉树地震、舟曲泥石流、雅安地震等重大灾害的捐助行动，取得了良好的社会效益和广泛的社会认同。

（一）全方位的孤儿助养

自 2008 年汶川地震发生之后，我公司通过中国人寿慈善基金会一直持续开展“重大灾害致孤儿童助养”项目，已为汶川地震、玉树地震、舟曲泥石流、鲁甸地震等灾害造成的 1,101 名孤儿提供了长期的生活支持，还通过中国人寿员工志愿者一对一帮扶、年度爱心夏令营等活动帮助灾区孤儿身心健康成长。

2015 年 8 月 11 号至 16 号，第七期中国人寿爱心夏令营在江西南昌及吉安两地成功举办，39 名来自四川、青海玉树和甘肃舟曲的灾区孤儿代表在中国人寿志愿者的陪同下，参观游览了井冈山、八一南昌起义纪念馆、滕王阁等景点，并与中国人寿志愿者交流联欢。孩子们在活动中开阔眼界、增长知识，体会到了来自全社会的关爱与温暖。



案例：关于孤儿助养项目

2008年5月12日汶川大地震发生后，为了让所有在此次地震中失去父母的孤儿能够健康成长，中国人寿慈善基金会于5月14日向社会郑重宣布：中国人寿慈善基金会将全面承担地震孤儿成长至18周岁的基本生活保障。2008年11月11日，民政部与中国人寿慈善基金会在北京正式签署了“国寿汶川地震孤儿助养项目”合作协议。之后，基金会于2010年继续助养玉树地震致孤儿童和舟曲泥石流孤儿，于2014年开始助养鲁甸地震灾区孤儿。截至2015年12月，基金会已承担1,101名前述灾害致孤儿童每人每月600元的基本生活保障。助养金委托民政系统发放，时间分别自2008年12月、2010年4月、2010年8月和2014年8月起直至每一名孤儿年满18周岁或被收养之日止。七年来，在民政部的指导和支持下，基金会秉承对孩子、对社会的承诺，认真履行助养义务，已支付助养金总计3115.74万元。

2009年5月，为了对孤儿进行长期、持续的生活和心灵关怀，基金会启动了“助养孤儿爱心行动”，包括中国人寿志愿者与孤儿一对一帮扶和每年一度的爱心夏令营活动，旨在通过对孤儿进行定期探访、慰问，开展夏令营等系列活动，跟踪、落实孤儿助养情况，使他们能够安心完成学业，感受到社会大家庭的温暖，健康快乐地成长。目前爱心夏令营已在北京、上海、西安、大连、厦门、深圳和江西成功举办七期，共计284名来自汶川、玉树和舟曲的灾区孤儿在中国人寿志愿者的陪伴下度过了拓展视野、获取知识、享受乐趣的夏令营。

（二）支持教育事业

我公司一直坚持不懈地投入人力、物力和财力，致力于助学支教活动，在全国范围内捐建的中小学校已达69所。2015年，中国人寿慈善基金会向中国青少年发展基金会“姚基金”捐款551,340元，用于为参加“2015姚基金希望小学篮球季”的学校捐赠篮球架等体育设施。

中国人寿捐建学校全国分布图



我公司各分支公司也积极参与当地支教事业，以下为部分分公司的活动情况：

安徽省分公司 2015年11月17日，滁州分公司与滁州市妇联共同开展的“同享快乐阳光 爱中健康成长”情系留守儿童结对关爱活动正式启动。滁州国寿向现场的31名留守儿童代表每人捐赠了书包、励志书、文具盒、食品等物品，并向60位留守儿童赠送了每人7.5万元、共计450万元保障的留守儿童保险，将中国人寿的关爱传递到了留守儿童的心里。

案例：滁州分公司“十个一”留守儿童关爱活动

滁州分公司本着“真诚、真心、真爱、真行动”的原则，通过“一对一”的关爱，开展留守儿童“十个一”关爱活动，即：1、一份保险保安全。公司将为100名留守儿童投保意外医疗保险，让他们得到更多的保障。2、一只书包助学习。公司将统一购买100只书包，让孩子更注重学习。3、一件新衣送温暖。关爱留守儿童志愿者100名，在冬天来临之前主动为帮扶对象购买一件新衣裳，让孩子感到爱的温暖。4、一个电话伴成长。留守儿童帮扶对象一周一个电话关爱关心孩子，让孩子健康成长。5、一册图书开心智。每季度送上一册图书，让孩子在学习中得到成长。6、一个游戏享欢乐。每年组织一次集体游戏活动，让孩子感受亲情，感受快乐。7、一次聚餐送温情。每半年组织一次聚餐，让孩子感受家庭和亲情的温暖。8、一次参观长见闻。每年陪同孩子一起参观公司一次，让孩子开眼界。9、一次远足广见识。志愿者每年带孩子旅行一次，让孩子看看外面的精彩世界。10、一次联欢增友谊。公司每年春节前集中组织留守儿童开展一次联谊活动，让孩子体验到社会大家庭的和谐。

福建省分公司 2015年6月，福州分公司捐赠福州市人口福利基金会30万元，用于联合开展“金秋助学”、“困难家庭送温暖”等活动，省公司工会联合省教育厅关工委德育中心，持续五年开展捐书助学活动，被省教育系统授予“模范单

位”荣誉称号，并获颁“情系教育书香八闽”荣誉牌匾。福建分公司 2015 年向关心下一代基金会、人口福利基金会、计划生育协会、各地慈善总会等捐助共计 111.36 万元，并组织了近 2000 名员工、客户参与到爱心物资及善款的捐献活动中。

四川省分公司 2015 年四川分公司开展了“爱·有家”留守儿童成长夏令营活动，40 名家庭贫困的留守儿童在雅安市雨城区孔坪乡参加了五天夏令营活动，帮助孩子们学习建立和发展平等、团结、友爱、互助的人际关系，为孩子们打造一个愉快而有意义的暑假生活。



山西省分公司 8 月 18 日，阳泉分公司捐资 10 万元，帮助品学兼优但家境贫困的高三毕业生圆大学梦。此外，每年中考、高考期间，公司都在全市各大考场为广大学生和家長提供免费饮水等服务。

陕西省分公司 汉中分公司积极参加“2015 走进陕西秦岭助学帮困公益行”活动，为汉台区新民寺中学、洋县槐树关镇中心小学募集了 10691 余册图书、2000 余件冬衣、150 余双冬鞋。

（三）帮扶贫困地区和弱势群体

结合贫困地区实际，积极开展扶贫帮困、播撒爱心的活动是我公司的优良传统，我们通过中国人寿慈善基金会和遍布全国的服务网络对贫困地区开展了形式多样的捐助帮扶活动。

2015 年，我公司通过中国人寿慈善基金会向中国妇女发展基金会捐款 100 万元用于为贫困女性提供针对“两癌”的重大疾病保障，向黑龙江省部分贫困地区捐赠价值 200 万元的医疗救护车辆，向中国人寿集团公司定点扶贫县湖北郧西县和广西天等县、龙州县捐赠扶贫资金 1010 万元，用于当地小额保险扶贫、教育扶贫、特色产业扶贫、边境贸易支持、公益扶贫 5 个方面的 10 个重点扶贫项目。

帮扶地区	捐赠资金	资金用途
湖北郧西县	350 万元	贫困人员小额爱心保险项目；抵押贷款履约保证保险项目；店子镇中心幼儿园桥梁与道路建设项目；观音镇五顶坪小学运动场建设项目；城关镇石梯子村二组台栈子桥建设项目；马安镇石塔河村李家大院大桥建设项目；六郎乡两岔河龙安桥建设项目；安家乡有水沟村党员群众服务中

		心建设项目；土门镇中心福利院建设项目；槐树林特场中心福利院建设项目；河夹镇中心福利院改扩建项目。
广西天等县	330 万元	外出务工人员小额意外伤害保险项目；驮堪乡南岭村基础设施建设及火龙果种植产业项目；现代特色农业（核心）示范区辣椒博览园建设项目。
广西龙州县	330 万元	农村村民小额意外伤害保险项目；武德乡武德村告内屯生态农业项目；武德乡科甲村种桑养蚕项目；彬桥乡彬迎村山中峰养殖项目。

我们各地分公司也积极参与当地扶贫工作，以下为部分分公司的活动情况：

福建分公司 公司 2015 年开展了“孝善为先”公益活动，向 50 户罗源“春蕾女童”贫困家庭捐赠价值 1.9 万元食用油等生活用品。全省各级机构今年度向计生困难户、低保户、“春蕾女童”贫困家庭捐助帮扶款共计 157.76 万元。

甘肃省分公司 公司多年来针对定点扶贫村先后多次组织讨论，科学规划，真帮实扶。在前三年累计资助帮扶资金 201.30 万元的基础上，2015 年公司进一步加强“双联”帮扶工作，本年度项目投入资金 91.74 万元，用于旧村改造、产业发展、农资帮扶，以及双联户在校大中专学生助学金等。

四川省分公司 2 月 5 日春节前夕，四川省分公司修滨副总经理一行再次来到“双联”对口帮扶点高家沟走访慰问，公司通过为困难群众捐建文化广场、春节前慰问贫困户等形式，共向高家沟村捐助约 10 万元，为老百姓提供了总计 200 万元保额的风险保障。

（四）关爱失独家庭

目前，我国首批独生子女的父母正步入老年，而独生子女因疾病、自然灾害等原因死亡的父母在养老、看病、生活照料、诉求表达等方面的问题逐步显现，越来越引起社会各界的关注。为改善失独家庭的生活质量和生存环境，中国人寿慈善基金会自 2013 年开始每年向中国计划生育协会捐款 800 万元，用于全国 48 个试点地区失独家庭救助等生育关怀项目，促进了中国计生协计生特殊家庭帮扶项目的试点扩围和项目探索的深化。经过近两年的实践和探索，各地结合实际，在经济补助、生活帮扶、心理疏导、养老关怀等方面出台了一系列帮扶措施，培训了一批熟悉心理疏导和哀伤辅导等技能的社工，目标人群大部分开始从失去子女的阴霾中走出，重新走进社区、融入社会，取得了较好的社会效应。2015 年基金会继续向中国计生协“特殊家庭帮扶模式探索项目”捐款 800 万元，围绕帮助解决计划生育特殊家庭的困难，创新社会化服务模式，推动建立关怀计生特殊家庭的社会支持系统，改善计生特殊家庭的生活质量和生存环境。

我们各地分公司也积极支持当地失独家庭的救助，其中云南省公司向当地计生协捐赠 270 万元，广东省分公司捐赠 150 万元，贵州省分公司捐赠 100 万元（分 5 年拨付），山东省分公司捐赠 13.16 万元，支持“生育关怀行动”等相关公益项目。

四、志愿者活动

我公司于 2008 年 12 月成立了中国人寿志愿者协会，旨在通过组织和指导全系统的志愿服务活动，鼓励员工和营销员为社会提供志愿服务。几年来，我们持续推进中国人寿志愿者计划，取得明显成效。各地分支机构纷纷成立志愿者分会，结合当地实际，积极参与环境保护、扶弱助残、赈济贫困、社区建设和大型活动等志愿服务，志愿精神已成为公司企业文化的重要组成部分。

在第七期中国人寿爱心夏令营的组织工作中，总公司拟定了志愿者工作方案，包括志愿者选拔标准、招募流程、工作职责，以及志愿者管理及夏令营安全须知和应急预案等内容，指导分公司做好夏令营志愿者的组织工作。江西、四川、甘肃等分公司分别派出领队和志愿者参与到营员的日常管理，给予孩子们直接的照顾，认真尽职，表现出了高度的责任意识和优秀的志愿精神。

各分支机构结合当地实际，开展了丰富多彩的志愿者活动。

河北省分公司：2015 年的 6 月 7 日-8 日，河北省分公司全省系统志愿者积极行动，在高考日向莘莘学子及其家长提供爱心服务，在主要考点门口撑起遮阳伞，摆放座位，为考试期间全程在考场外急切等候的考生家长提供临时休息场所，并为考生和家长发放免费矿泉水，他们还特地为考生准备了铅笔、橡皮等考试用品和祛暑药品，以备不时之需。公司在河北省的高考志愿服务点共达 70 多个，近 600 位志愿者走进服务点，为考生和家长提供各种形式的爱心服务。

天津分公司：2015 年 8 月 13 日早上，在得知 8.12 天津爆炸事故消息后，家住滨海及附近地区的国寿志愿者们便自发组成了 100 余人的志愿队，忙碌在支援最前线。他们分批前往几家收治伤员的医院，协助医院登记受伤人员信息，安抚伤员，发放物资，帮助没有亲属陪伴的伤员得到及时妥善的安置和治疗，帮助无法自理的重伤员更换衣物，运送饮食。同时，天津分公司在泰达二小设立了爱心帮扶点，积极了解武警官兵、伤员和安置点市民的生活物资需求，与社会各界志

愿者一起调集转运口罩、衣物、水、食品、卫生纸、帐篷、防化服等紧缺物资，尽力让奋战在前线的工作人员得到充足的后援保障，为伤员和市民提供基本的生活支持。

福建省公司 2015年，公司机关工会以“创建文明单位，构建和谐社会”为主题，与鼓楼区温泉街道汤边社区结对帮扶，开展多种多样的志愿者服务工作，共建文明社区。



GRI 索引

编号	内容	披露程度	页码
战略与分析			
1.1	机构最高决策者就可持续发展与机构及其战略的相关性的说明	完整	5
1.2	主要影响、风险及机遇的描述	部分	7、14
机构概况			
2.1	机构名称	完整	1
2.2	主要品牌、产品和/或服务	完整	8
2.3	机构的运营架构，包括主要部门、运营公司、附属及合资企业	部分	8
2.4	机构总部的地点	完整	8
2.5	机构在多少个国家运营，在哪些国家有主要业务，或那些国家与报告所述的可持续发展事宜特别相关	完整	8
2.6	所有权的性质及法律形式	部分	8
2.7	机构所服务的市场（包括地区细分、所服务的行业、客户/受惠者的类型）	部分	8
2.8	报告机构的规模	完整	8
2.9	报告期内机构规模、架构或所有权方面的重大变化	部分	8
2.10	报告期内所获得的奖项	部分	9
报告参数设置			
3.1	所提供信息的报告期（如财政年度 / 日历年）	完整	2
3.2	上一份报告的日期（如有）	完整	2
3.3	报告周期（如每年、每两年一次）	完整	2
3.4	查询报告或报告内容的联络点	完整	2
3.5	界定报告内容的过程	完整	2
3.6	报告的边界（如国家、部门、附属机构、租用设施、合资企业、供应商）。详情参看 GRI《边界规章》	完整	2
3.7	指出任何有关报告范围及边界的限制	完整	2
3.8	根据什么基础，报告合资企业、附属机构、租用设施、外包业务及其他可能严重影响不同报告期和/或不同机构间可比性的实体	未披露	
3.9	数据测量方法及计算基准，包括用以编制指标及其他信息的各种估测所依据的假设及方法	未披露	
3.10	解释重订前期报告所载信息的影响及重订的原因（例如合并 / 收购、基准年份 / 期间变化、业务性质和测量方法变化）	未披露	

3.11	报告的范围、边界或所用的测量方法与此前报告期间的重大差异	未披露	
3.12	用表格确定各标准披露在报告中的位置	完整	58
3.13	机构为报告寻求外部审验的政策及现行措施	未披露	
治理、承诺和利益相关方参与			
4.1	机构的治理架构，包括最高治理机构下负责特定事务的各个委员会，例如制定战略或组织监管的委员会	完整	13
4.2	指出最高治理机构的主席是否兼任行政职位	未披露	
4.3	如机构属单一董事会架构，请指出最高治理机构中独立和/或非执行成员的人数和性别	未披露	
4.4	股东及员工向最高治理机构提出指导或建议的机制	完整	10、31
4.5	对最高治理机构成员、高层经理及行政人员的报酬（包括离职安排）与机构绩效（包括社会及环境绩效）之间的关系。	未披露	
4.6	避免最高治理机构出现利益冲突的程序	部分	14
4.7	如何决定最高治理机构及其委员会成员的组成，应具备的资格及专长，包括对性别和其他多样性指标的考虑	未披露	
4.8	机构内部制定的使命陈述或价值观，行为守则，及关乎经济、环境及社会绩效的原则，以及其实施状况	部分	9、11
4.9	最高治理机构对报告机构如何确定和管理经济、环境及社会绩效（包括相关的风险、机遇），以及对机构是否遵守国际公认的标准、行为守则及原则的监督程序。	部分	13
4.10	评估最高治理机构本身绩效的程序，特别是有关经济、环境及社会的绩效	未披露	
4.11	解释机构是否及如何按预警方针或原则行事	部分	14、16
4.12	机构参与或支持的外界发起的经济、环境及社会公约、原则或其他倡议	未披露	
4.13	机构加入的协会（如行业协会）和/或全国/国际倡议组织的会籍，及机构在此类组织的治理机构中占有席位、参与组织的项目或委员会、除定期缴纳会费外，提供大额捐赠；或视此等会籍具有战略意义，此会籍主要指以机构名义参与的	未披露	
4.14	机构的利益相关方群体列表	完整	10
4.15	识别及决定选择谁成为利益相关方的根据	部分	10
4.16	利益相关方参与的方法，包括按不同的利益相关方类型及组别的利益相关方参与频率	部分	10

4.17	利益相关方参与的过程中提出的关键主题及顾虑，以及机构回应的方式（包括以报告回应）	完整	10
经济			
EC1	机构产生及分配的直接经济价值，包括收入、运营成本、员工薪酬、捐献及其他社区投资、留存收益、向出资人及政府支付的款项	部分	11、50
EC2	机构养老金固定收益计划所需资金的覆盖范围	部分	30
EC3	不同性别的工资起薪水平与机构重要运营地点当地的最低工资水平的比例范围	未披露	
EC4	机构通过商业活动、实物捐赠或免费专业服务等形式主要为公共利益开展的基础设施投资及服务及其影响	部分	12、41、44
EC5	机构对其重大间接经济影响（包括影响的程度）的理解和说明	部分	14
环境			
EN1	减少间接能源消耗的计划，以及计划的成效	部分	48
劳工实践及体面工作			
LA1	按雇佣类型、雇佣合约及地区划分的劳动力总数，并按性别区分	部分	39
LA2	受集体协商协议保障的员工百分比	未披露	
LA3	为协助劳工及其家属或社区成员应对严重疾病而安排的教育、培训、辅导、预防与风险控制计划	部分	31、39
LA4	加强员工持续就业能力及协助员工转职的技能管理及终生学习计划	完整	32、33、35
产品责任			
PR1	有关客户满意度的措施，包括调查客户满意度的结果	完整	21
PR2	为遵守有关市场推广（包括广告、推销及赞助）的法律、标准及自愿性准则而制定的计划	部分	26

意见反馈

感谢您阅读本报告。欢迎您提出意见与建议：

- 您对本报告的总体评价？
- 您对本公司履行社会责任的评价？
- 您还希望我们提供哪方面的信息？
- 您最希望本公司参与哪方面的公益活动？
- 您对本公司履行社会责任有何建议？

联系方式：

电话：（010）63631130

传真：（010）66575112

邮箱：zhaoxiaomei@e-chinalife.com

地址：北京市西城区金融街 16 号中国人寿广场 A 座 12 层

邮编：100033