

安联人寿保险有限公司

2022 年度企业社会责任及绿色金融工作报告

一、 关于安联人寿保险有限公司

安联人寿保险有限公司（简称：安联人寿）总部位于上海，1999 年正式开业，是中国首家由合资转外资独资的人寿保险公司，现由安联（中国）保险控股有限公司 100% 全资控股。

凭借德国安联集团超过 130 年的保险和风险管理经验，以及全球领先的 brand 影响力，安联人寿深耕中国中高端寿险市场多年，通过营销员团队、合作银行、多元和数字化渠道等全方位的营销网络，为中国消费者提供专业全面的人寿保险解决方案，涵盖生存、养老、疾病、医疗、身故、残疾、教育金等多种保障范围。

本公司已在上海、广东、浙江、四川、江苏、深圳、北京、山东、青岛、湖北设立了 10 家省级分公司和 1 家由总公司直接管理的宁波中心支公司。

二、 2022 年公司经营概况

安联人寿以“成为中国中高端寿险市场的引领者”为发展愿景，致力于为中国广大中高端消费群体提供全面的保险产品和服务。2022 年，公司聚焦以价值为核心的经营转型，进一步明确战略定位：锁定活力城市的富裕、新兴、时尚群体，打造“有爱、有趣、有才、有为”的营销菁英团队，为客户提供差异化、特色化、

精细化的保险产品和增值服务。

在正确的战略方向指引下，安联人寿在 2022 年坚持稳健经营、合规经营、价值经营，有效推进结构调整，夯实发展基础，取得了良好的经营成绩。2022 年，公司原保费收入达到 63.02 亿元，同比增长 12%；新业务价值 2.26 亿元，同比增长 55%；营业利润达到 6.73 亿元。2022 年四季度公司风险综合评级为 AAA，处于行业领先水平；多项客户服务指标表现优异，年度客户净推荐值 NPS 再创历史新高，稳居市场领导者地位。

三、 可持续发展战略与 ESG 治理理念

作为全球最大的保险和资产管理集团之一，安联集团致力于推动绿色低碳可持续发展，贯彻落实以环境保护、社会责任与公司治理为支柱的 ESG 发展理念，积极参与和支持联合国倡导的净零资产所有者联盟。

作为安联集团在华唯一寿险公司，安联人寿始终把“承担社会责任”和“可持续发展”作为企业经营的核心价值观之一，坚持不懈地履行身为“企业公民”的职责。2022 年，安联人寿积极响应中国银行保险业十四五期间推动绿色金融发展，服务“3060”碳达峰碳中和战略；安联人寿积极贯彻落实创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念，提出“绿色安联 数字安联 文化安联”的发展理念，采取有效行动加大对绿色、低碳、循环经济的支持，提升自身 ESG 可持续发展表现，积极承担作为金融企业的社会责

任。

四、 2022 年企业社会责任及可持续发展举措落实情况

2022 年，安联人寿将可持续发展战略定位从社会责任向 ESG 战略全面升级，高度重视绿色金融工作开展。公司持续加强董事会对公司日常经营中 ESG 相关议题和工作的关注和监督，将 ESG 纳入公司重大决策与日常管理事项中，为公司业务发展和风险管理提供战略支持。

公司正式成立 ESG 可持续发展项目组，并明确本地的 ESG 治理框架和年度工作 KPI。从作为企业组织和金融机构维度出发，将环境、社会 and 治理可持续发展主题融入企业战略、政策管理和关键职能部门的具体工作，坚持负责任的产品和服务、负责任的消费者权益保护、负责任的绿色投资、负责任的绿色运营，做负责任的企业公民，积极为利益相关方创造更大价值，推动公司高质量绿色可持续发展。

（一） 负责任的产品和服务

安联集团是联合国净零碳资产所有者联盟的创始会员之一，也是最早一批 UNPRI 联合国责任投资的签署者，一直致力于秉承并落实 ESG 理念，在各个业务线中制定了详细的 ESG 方案。在保险业务方面，对 ESG 的考量贯穿于承保流程，通过 ESG 评估识别相关风险，并且通过设计专业的保险解决方案，有效预测风险进而支持低碳经济的转型，开发创新性的气候风险保险产品等。

秉承安联集团的 ESG 体系和承保方针，安联人寿在承保政策上坚持绿色金融理念，以实际行动助力绿色经济发展。2022 年起，公司制定了 ESG 产品和服务策略，将“绿色保险”理念融入产品和服务的开发，为更多有需要的受众提供安联人寿的保障，这其中包括产品投资组合侧低碳排放、产品和服务的普惠功能以及加强产品目标保障群体的公益属性。尤其在产品供给保障企业风险方面，公司通过团险业务部开展业务为 29 家涉及能源、电力、环保企业提供风险保障。

在提供“绿色医疗服务”方面，公司借助安联集团的全球资源和经验优势，依托“享·健康”全链式健康管理服务平台，将产品、健康管理服务及客户体验真正融合，借助互联网大数据为客户提供电话、图文、视频等多种便捷的绿色医疗服务。2022 年，公司健康管理服务累计覆盖 21.2 万保单客户，为客户提供服务近 2 万次，同比增长 33%。

（二） 负责任的消费者权益保护

1. 体制建设情况

安联人寿将消费者权益保护纳入企业文化建设和发展战略规划，包括：围绕以人民为中心的战略，将建立诚实守信的企业文化作为消费者权益保护企业文化建设的重要部分；将夯实消费者权益保护主体责任、提升分支机构消费者权益保护工作能力，并将消费者权益保护工作融入与消费者相关的各业务环节作为企业

发展战略规划的重点事项。

公司董事会、高级管理层定期主持消费者权益保护相关议题会议，听取消费者权益保护工作情况的报告，并提出指导意见。同时，公司充分调配资源，加大消费者权益保护工作的资源投入，使消费者权益保护工作成为公司治理的重要环节之一。

2. 机制与运行

公司认真执行政府、监管机关颁布的各项法律法规。2022年，公司对消费者权益保护工作的内控管理机制进行了全面回顾，包括消费投诉考核评价、信息披露、个人信息保护等一系列工作机制进一步得到优化。同时，公司强化消费者权益保护在各业务流程环节的执行，切实保障消费者合法权益。

员工培训方面，公司消费者权益保护部门定期开展对消费者权益保护内部培训的评估，旨在提升培训成效和全员对消费者权益保护的重视，使员工了解熟知消费者权益保护相关知识和法规政策。2022年，公司消费者权益保护全员培训课程参训率达100%，员工保护消费者权益的意识得到进一步加强。

监督执行环节，公司内部审计部严格履行消费者权益保护监督职责。2022年，内部审计重点关注公司在公司治理环节、消费者权益保护部门、消费者权益保护决策执行和监督机制、消费者权益保护审查机制、消费者权益保护内部考核机制、消费者权益保护信息披露机制等领域的体制建设情况与机制执行情况。公司

内部审计部严格督促消费者权益保护相关审计发现问题的整改执行。

3. 操作与服务

营销宣传行为管理方面，公司完善营销宣传行为的内控管理制度，通过完善公司各类对外宣传资料的设计、审核、制作等工作流程，规范对自媒体平台信息发布的管理要求，进一步强化对营销宣传行为的常态化管理。

源头治理方面，公司通过强化日常合规培训、组织对违规行为的追根溯源治理等一系列旨在遏制销售违规行为的举措，加强对前端销售行为的管理，杜绝违规问题的发生。2022 年，公司自主组织开展消费者权益保护“强基减诉 追根溯源”专项行动，通过对消费者投诉、信访等环节的自查自纠，深挖根源，推动溯源治理，促进销售行为的规范，切实保障消费者权益，减少消费者纠纷的发生。

服务质量管控方面，公司严格监督内部各项消费者相关服务指标的改善，通过开展运营服务满意度分析、服务质量指标监测等工作强化服务品质的管理。根据中国银行保险信息技术管理有限公司官网发布的 2022 年上半年度保险服务质量指数结果，公司服务质量指数优于行业中位值。

理赔方面，2022 年公司采取了一系列措施，进一步助力疫情防控，提升消费者理赔服务满意度。公司对因新冠病毒感染治疗

的客户，取消定点医院等级限制、取消药品及诊疗项目限制、取消免赔额、取消等待期限制，尽最大程度惠及消费者。2022 年，公司共计为 3.87 万客户提供理赔服务，赔付金额 3.31 亿元，理赔获赔率 99.27%，理赔时效 0.58 天，在线申请率 85.9%。

4. 消费者教育宣传

公司一直以来非常重视保险消费者的宣传教育工作。2022 年，在“3·15 消费者权益日”、“7.8 全国保险公众宣传日”、9 月金融知识普及集中宣传教育活动期间，累计开展线上、线下宣传活动 396 余次，触及公众达 21 万人次。公司原创宣教作品被“上海保险”公众号转载 5 次，外部媒体报道转载 26 次。同时，公司将重点人群的宣传教育纳入公司宣教工作，针对“一老一少”、“新市民”等特殊群体开展公益和宣传活动。

5. 纠纷化解

公司 2022 年总计受理消费投诉 486 件（含监管转办），同比下降 14%。其中，销售环节纠纷 360 件，理赔环节纠纷 36 件，其他为服务环节纠纷。各分公司消费投诉案件数量如下：北京（22 件）、广东（58 件）、湖北（1 件）、江苏（22 件）、青岛（23 件）、四川（39 件）、山东（176 件）、上海（73 件）、深圳（10 件）、浙江（62 件）。2022 年公司受理监管转办投诉共计 72 件，亿元保费投诉量 1.14 件/亿元保费，亿元保费投诉量变化率同比下降 38%。2022 年，公司未发生消费者权益保护方面重大声誉风险事件，消

费投诉均得到及时、有效处置。

（三） 负责任的绿色投资

安联集团在 ESG 投资领域具有悠久的历史和丰富的经验。作为全球最大的资产管理者之一，安联集团早在 2011 年即率先签署联合国负责任投资原则，并在 2021 年联合国气候大会 (COP26) 上，联合发起格拉斯哥净零金融联盟 (GFANZ)，推动金融机构绿色转型，致力于落实 ESG 理念。

在绿色投资方面，安联人寿依托中国首家签署联合国负责任投资原则的外资保险资管公司，安联保险资产管理有限公司制定了到 2024 年底达成减少碳排放 25% 的中期目标；到 2050 年达成投资组合温室气体净零排放目标。公司通过优化资产，以及主动投资低碳排放的发行人和行业，避免高碳排放的发行人和行业，达到减少投资组合中碳排放的目的。

（四） 负责任的绿色运营

1. 进一步推进运营数字化升级

在运营管理方面，安联人寿全面深化运营无纸化流程改造，和销售渠道服务数字化转型。公司致力于新技术的开发应用，不断加大智能化、移动化服务网络布局，拓展线上服务渠道。不断完善的数字化营销服务工具，持续优化用户体验，为内外部客户带来便捷的同时，也积极践行绿色经营，持续发展的理念。

2022 年，安联人寿聚焦数字化创新，持续优化销售、承保及

客户服务各环节的品质，通过悉心打造数字化战略“三驾马车”——“安联在线”、“安联E家”、“享健康”平台，为客户提供周到、贴心、优质的服务。2022年度公司理赔在线申请率85.9%，同比提高21%；理赔自动化率58%，同比提高20%。

随着数字化实验室的正式落成、AI客服机器人的全面应用以及“享健康”全链式健康管理服务不断升级迭代，公司通过业内首创细分客群的增值服务体系，打造多元化服务健康生态圈，让客户获得寿险保障的同时享有更多一站式增值服务解决方案。安联人寿立足金融科技赋能保险，为品质时代保驾护航。

2. 积极采取温室气体减排策略

在日常的经营活动中，安联人寿积极践行低碳、环保、绿色办公理念，在管理上节约成本、降低能耗。2022年，公司制定了明确的节能减排目标。通过加强差旅管理、供应商管理、提高办公纸张“FSC认证”比例、采购绿色能源、远程办公等方式，全面加强节能减排工作。同时，公司还通过推行电子保单、电子发票，深化数字化服务建设优化线上客户服务平台等措施，实现节能减排，提升用户体验，取得显著成效。2022年公司员工人均产生的温室气体(tGHG)降低到0.7吨；公司可持续的再生能源使用率达到100%。

除了加强自身经营活动的低碳管理，公司同时也针对供应商采购实行ESG标准的评估和环境管理系统认证。其中包括在供应

商尽职调查环节要求完成 ESG 自评及确认，对所有家具供应商增加环境管理系统认证要求。2022 年，公司采购供应商均严格遵守环境保护和可持续发展条款，符合环境管理系统认证要求。

（五） 负责任的企业公民

2022 年，安联人寿着重以“健康”、“环保”和“年轻一代”为主题，一如既往积极投身各类社会公益活动 and 项目，并以创新公益形式、提高员工参与和扩大社会影响力为目标，进一步提升公司的凝聚力和社会责任感，增强内外部客户对公司的认可度。

1. 积极打造“绿色安联”品牌公益项目

践行绿色公益善行，助力乡村振兴，为更好地推广绿色生态文明的可持续发展理念，2022 年安联人寿积极响应社会公益倡议，支持四川遂宁蓬溪县“我为蓬溪捐棵树•共建中国书法城”绿色公益项目建设，参与捐建“安联‘未来之星’公益林”，并正式发起“缤纷未来 安联守护”绿色公益倡议。作为“绿色安联”首个公益支持项目，安联人寿通过企业捐赠、开展绿色公益推广、组织青少年植树等公益性活动，进一步呼吁社会关心生态环境建设，让绿色生态理念在孩子们的心里发芽生长，真正理解“绿水青山就是金山银山”理念的时代意义。结合“安联未来之星”富有特色的文化、艺术和体育活动，包括钢琴大赛、书画大赛、英语演讲大赛等，为青少年群体搭建起丰富的公益平台，从而提升下一代的文化自信自强，引导年轻一代传承建设美好家园的使命。

2. 扶贫助困 关注社会弱势群体

2022 年，安联人寿连续第十年支持“母亲微笑行动”，帮助贫困地区唇腭裂儿童获得公益救助。“母亲微笑行动”是专门为贫困家庭的唇腭裂及头面部畸形的患儿提供免费救助治疗的公益慈善活动，安联人寿通过为所有参与微笑行动义诊活动的志愿者们提供安联的保险保障、开展各种筹款及推广活动、组织安联志愿者团队参加爱心义诊活动等形式，积极践行企业社会责任，截至 2022 年底，公司已累计为 80 多名贫困家庭的患儿筹集手术治疗费用逾 40 万，为参与微笑行动义诊活动的志愿者们提供意外险保障，累计总保额近九千万，员工志愿者爱心足迹遍布贵州、广东、浙江等全国各地。

展望未来，安联人寿将根据安联集团战略部署和政府监管部门要求，进一步深化安联中国的 ESG 可持续发展治理，并以《银行业保险业绿色金融指引》要求为重点，健全绿色金融工作的制度建设和优化，更好地承担绿色金融主体责任，更好地树立并推行节约、低碳、环保、可持续发展等绿色发展理念，重视发挥保险机构在推进生态文明体系建设和促进经济社会发展全面绿色转型中的作用。

安联人寿保险有限公司

2023 年 4 月 28 日