

新聞稿

凱基人壽全心出發 宣布全新企業價值主張

四大面向實踐企業願景 提供全方位金融解決方案

「凱基人壽，全心出發！」為傳遞更加鮮明、年輕活力的品牌形象，中國人壽正式更名為凱基人壽，並舉行「凱基人壽更名儀式」，由中華開發金控暨凱基人壽董事長黃思國親自主持，發表凱基人壽「致力於您的幸福人生」全新企業價值主張，介紹全新專屬吉祥物「凱基阿福」登場，並邀請長期合作，服務身心障礙者的公益團體瑪利亞基金會的「瑪利亞青年大鼓隊」擔任開場表演，在氣勢磅礴的鼓聲中為活動揭開序幕。

黃思國董事長在會中宣布 2024 年是凱基人壽元年，客戶保單的權利與義務皆維持不變。凱基人壽未來將持續深化保障提升、品牌重塑、服務昇華及社會參與等四大面向，進一步打造全方位的整合型金融解決方案，提供客戶多元且一站式的綜合金融產品與服務，積極實踐企業價值主張。

成立逾 60 年的中國人壽，目前有近 400 萬名保戶，資產近新台幣 2.5 兆元，這份亮眼成績，在全體同仁的努力及客戶的託付下，共同見證一甲子的緣分。黃思國董事長指出，壽險業陪伴客戶走過生老病死，貫穿生命各個週期，在客戶需要時，能提供保障及安全感。凱基人壽以「致力於您的幸福人生」做為企業價值主張，並透過四大面向的深化，將啟動相關變革和創新，希望陪伴客戶追求成就每一階段的幸福人生。

保障提升 滿足各階段保障需求

在保障提升面向，凱基人壽以客戶為中心，從滿足客戶的保障、增值、享退、傳承等不同階段需求出發，運用大數據、線上預約的諮詢式顧問服務，提供客戶完整保障建議，以及最適合的解決方案，未來將推出全新商品，協助客戶進行個人化的完整保障規劃。

品牌重塑 推出全新專屬吉祥物

除了鮮明一致的品牌識別外，凱基人壽更推出全新的專屬吉祥物「凱基阿福」，凱基阿福是隻柴犬，諧音「財」，名字更有福氣的含意。「凱基阿福」的誕生就是要為客戶帶來財富及福氣，阿福忠誠可靠的特質，將陪伴客戶共創幸福人生。

服務昇華 數位賦能 跨域合作 提升客戶體驗

凱基人壽長期致力數位創新，數位賦能業務部隊，推出多元創新的數位工具及服務平台，帶來一站式的便利體驗；持續優化內部服務流程，積極與各產業進行跨域合作，從客戶的生活場景、健康管理等需求佈局生態圈，提升服務價值，放大客戶的幸福人生。

社會參與 積極推動地方創生

凱基人壽秉持「公平同理，待客如己」初衷，持續推動普惠金融、弱勢關懷、高齡友善等作為，連續五年獲主管機關評選為「公平待客原則評核」績優業者。凱基人壽將持續推動多元共融，以永續概念投入地方創生，串聯全台同仁及保戶參與志工活動，並將推展偏鄉地區實習計畫，共創地方創生新風貌。

凱基人壽將帶著具有意義和光榮的過去及客戶期許的未來，創造更加年輕有活力的品牌形象，提供全方位的整合型金融解決方案，致力於成為客戶幸福人生的最佳夥伴，持續朝向最受推薦和信賴的壽險公司的目標前進。

凱基人壽深化四大面向 實踐「致力於您的幸福人生」價值主張	
保障提升	<ul style="list-style-type: none">●以諮詢式顧問滿足客戶保障、增值、享退、傳承各階段需求。●運用大數據提供客戶完整保障建議。
品牌重塑	<ul style="list-style-type: none">●全新專屬吉祥物「凱基阿福」帶來年輕活力的品牌形象。●「凱基阿福」的意涵是為客戶帶來財富及福氣。
服務昇華	<ul style="list-style-type: none">●創新、多元的數位工具及服務平台提升客戶體驗。●跨域合作，佈局生態圈，提升服務價值。
社會參與	<ul style="list-style-type: none">●秉持「公平同理，待客如己」初衷，推動普惠金融、弱勢關懷及高齡友善。●積極串聯全台內外勤同仁及保戶投入地方創生。