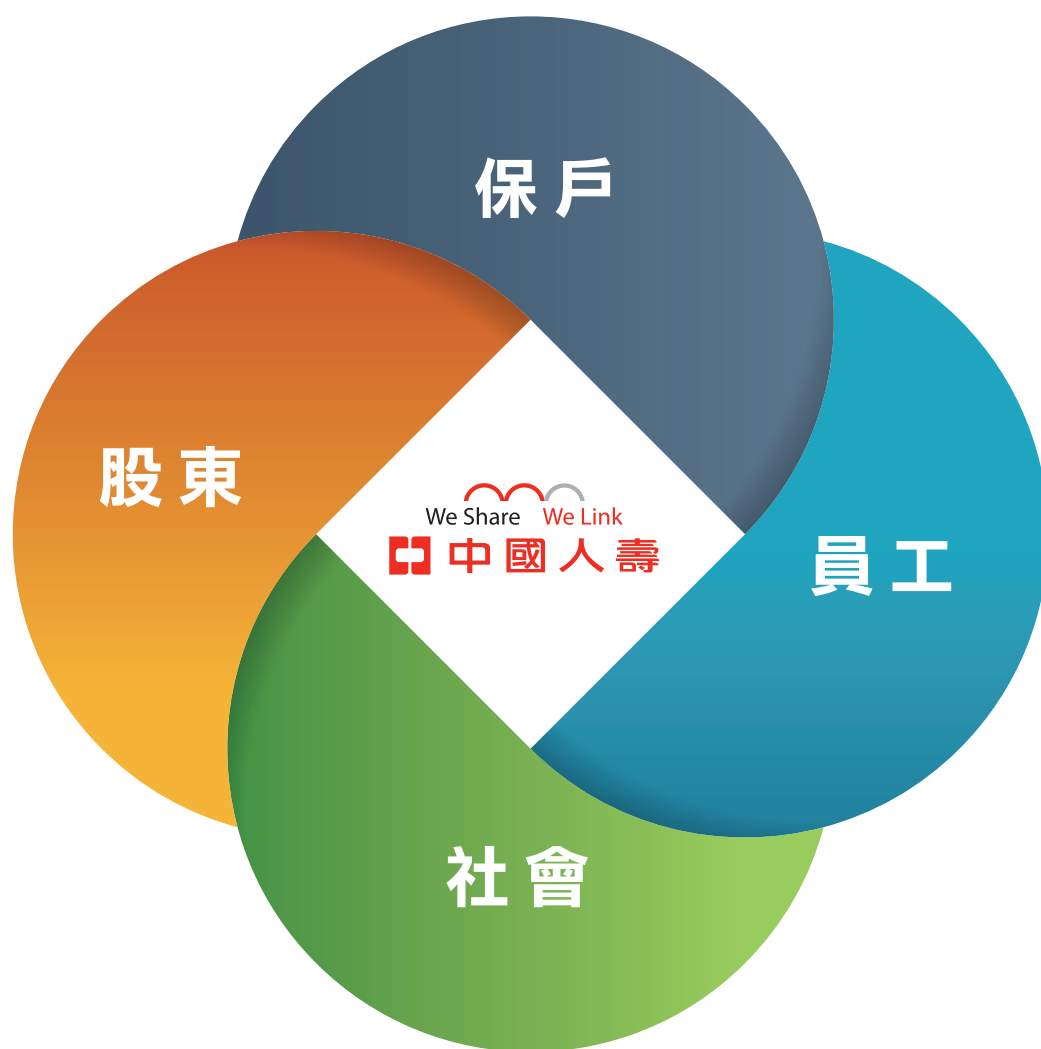


2014

企業社會責任 報告書





2014 企業社會責任 報告書



目錄 Content

- 3 關於此報告
- 4 2014 年獲獎紀錄
- 5 重大性分析
- 9 董事長的話
- 10 總經理的話

Chapter1

經營治理—創造股東價值

- 13 經營願景與績效
 - 14 企業願景
 - 15 財務績效
- 17 責任治理
 - 17 公司治理架構
 - 19 企業永續發展
 - 20 誠信經營
 - 21 洗錢防制
 - 22 法令遵循
- 23 風險管理
 - 23 風險管理架構及運作機制
 - 26 人口結構改變及氣候變遷風險因應
- 29 價值鏈管理
 - 29 企業的價值鏈
 - 30 責任投資
 - 32 供應鏈管理
- 34 利害關係人議合

Chapter2

產品社會責任—創造保戶價值

39 產品組合

- 41 溝通與行銷
- 43 創新與開發
- 43 推動微型保險

45 客戶關係

- 45 客戶服務及滿意度
- 46 客訴處理
- 49 緊急災難救助

50 個人資料保護

52 詐欺及金融犯罪協防

Chapter3

人才培育—創造員工價值

55 人力資源政策

- 55 薪資及雇用
- 60 福利與職場環境
- 63 勞資溝通

65 教育訓練

Chapter4

社會共融—創造社會與環境價值

73 建立壽險專家形象

75 公益投入計劃

- 76 偏鄉社區關懷
- 78 弱勢團體培力

80 環境管理

- 81 節能減碳
- 82 綠建築
- 82 廢棄物與水資源管理

85 GRI G4 索引表

聯合國全球盟約對照表

上市上櫃公司企業社會責任
實務守則對照表

社會責任指引（ISO26000）
對照表

關於此報告

報告書主軸：創造共同價值

企業社會責任是中國人壽長期以來不斷精進的目標，2014 年我們有幾項重大突破，包括：成立企業社會責任委員會，整合各部門推動與落實企業永續發展策略；在非財務資訊揭露上，亦因應國際趨勢，首次採用最新 GRI G4 指南，將重大性精神納入企業社會責任實踐。

為呼應中國人壽以「創造保戶、股東、員工及社會最大的利益與價值，成為最值得信賴的保險公司」的經營願景，及「Share」&「Link」的核心價值，我們選擇以「創造共同價值」作為本年度報告書主軸，於第 1 至 3 章分別闡述中國人壽在維護、分享與創造股東、保戶、員工價值上的努力。此外，我們深知壽險業的日常營運與社會脈動息息相關，除以上 3 大類利害關係人的價值創造之外，本年度報告書也於第 4 章闡述中國人壽對外部社會及環境的投入，說明我們如何致力於以我們的核心專業與能力善盡企業責任，創造更大的社會價值。

價值創造是不斷循環向上的過程，秉持著這個精神，我們未來將在永續發展的道路上持續耕耘，對社會與環境負責，同時滿足利害關係人的期待。

報告期間

本報告書揭露 2014 年度（1 月 1 日至 12 月 31 日）中國人壽保險股份有限公司（以下簡稱中國人壽）之永續發展績效，部分資訊則溯及 2013 年度以前的相關績效。

報告週期

中國人壽自 2007 年起，每年定期出版企業社會責任報告書，本報告書為中國人壽的第 8 本企業社會責任報告書，下份報告書預計發行時間為 2016 年 6 月。

報告邊界

本報告書之揭露邊界原則上以中國人壽為主，重

要營運據點包括台北總公司及全台灣 8 間分公司（如下表）。報告書中的資訊揭露涵蓋前述中國人壽營運據點之各項經濟、環境和社會面的管理方針與績效，倘部分績效兼及其他轉投資事業或全台灣各地的通訊處，則將於報告書中特別註明。

營運據點	
總公司	高雄分公司
桃竹分公司	屏東分公司
台中分公司	花東分公司
嘉義分公司	澎湖分公司
台南分公司	通訊處

2014年中國人壽卓越獲獎紀錄 2014 Awards record



依循標準與第三方保證

本報告書根據全球報告倡議組織(Global Reporting Initiative, GRI) 第四代(G4) 永續報告指南之核心選項(Core) 編制而成, 並通過第三方確信, 確認報告書內容符合 GRI G4 指南之核心選項及金融業揭露指南(Financial Services Sector Disclosures) 的所有要求, 以及 AA1000 (AccountAbility) 第一類中度保證等級 (Type I Moderate Level)。

聯繫窗口

如您對於報告書內容有任何問題, 請洽以下聯繫窗口。

聯繫部門: 中國人壽保險股份有限公司 - 公共關係部

地址: 臺北市松山區敦化北路 122 號 14 樓

電話: +886-2-2719-6678

E-mail: pr@chinalife.com.tw



重大性分析

為確認本報告書之內容涵蓋中國人壽對應之內、外部重大永續發展挑戰，同時符合公司經營策略及利害關係人期待，我們參考 GRI 有關報告書內容揭露及重大考量面的判斷原則，進行重大性議題的鑑別，找出對中國人壽最關鍵之永續發展議題，並通盤檢視相關管理方針及績效。

在議題清單的選擇上，由中國人壽各部門列舉日常工作中攸關的永續發展議題，我們亦參考了 GRI G4 指南重大考量面及金融服務業揭露指南、國內外金融同業之重大性議題，以及全球永續發展趨勢，以確保議題完整性。

確認重大性議題清單後，我們再依據每個議題「對中國人壽營運衝擊的影響程度」及「對利害關係人評價中國人壽的影響程度」兩個面向進行優先順序的判斷，亦參考高階主管意見調整議題排序，由企業社會責任委員會確認議題順位，最後由董事長決議後確認本年度報告書的重大性議題。

▼ 中國人壽重大性議題鑑別流程

鑑別



從以下來源建立重大性議題清單，共包含26個議題

1. 各部門同仁日常工作經驗
2. GRIG4指南重大考量面及金融服務業揭露指南
3. 國內外同業標準
4. 重大永續發展趨勢

排序



1. 首先根據「對中國人壽營運衝擊的影響程度」及「對利害關係人評價中國人壽的影響程度」兩個面向，由各部門同仁進行鑑別，繪製出矩陣
2. 中國人壽高階主管依照其經營策略進行調整

確認



將排序結果送交中國人壽CSR委員會進行討論，由董事長決議後確認本年度重大性議題矩陣

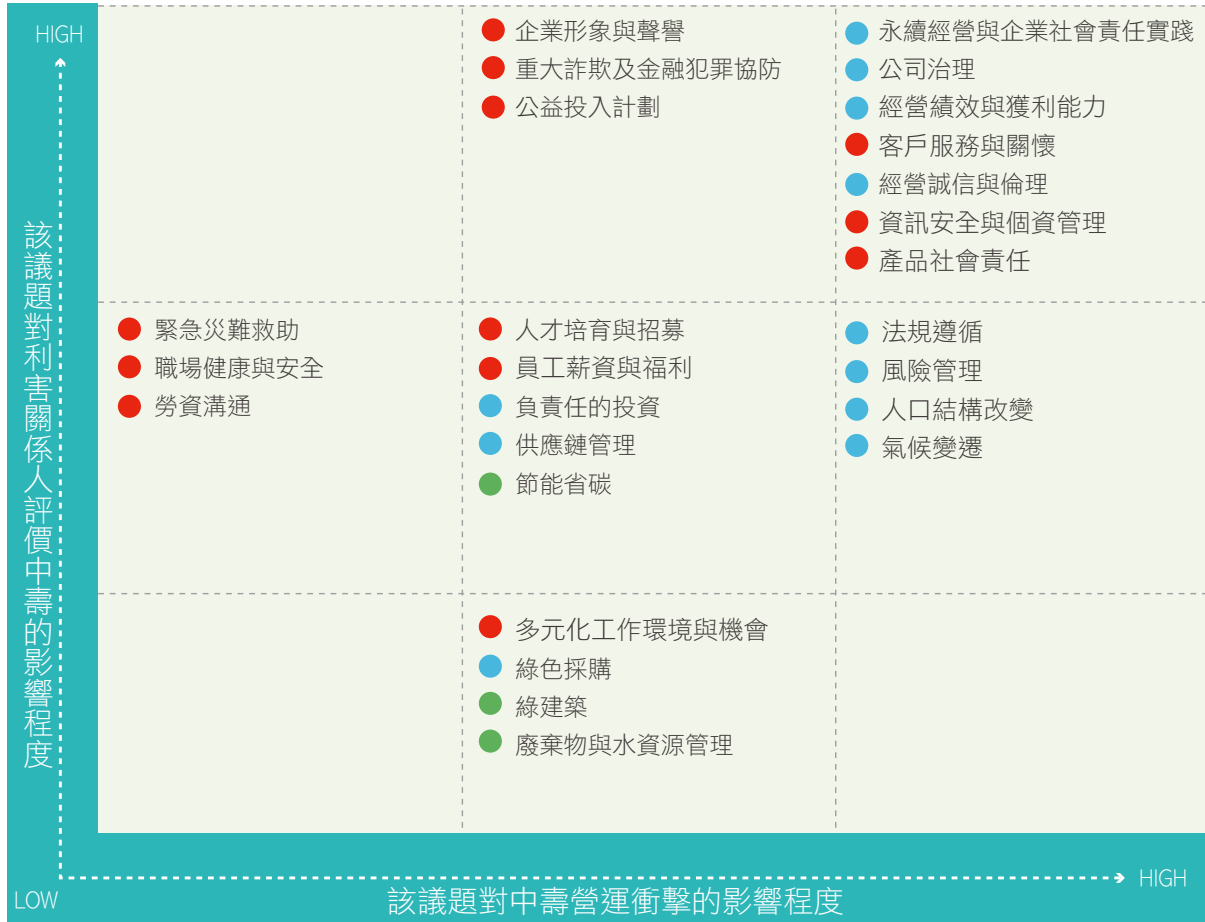
檢視



報告書出版後，於下一年度報告書編製啟動時重新檢視重大性議題矩陣，確認是否需要進行調整

我們在 2014 年總共針對 26 項重大性議題進行鑑別與排序工作，重大性分析的結果及其意涵說明如下。

● G 公司治理議題 ● S 社會議題 ● E 環境議題



重大性分析的意涵

重大性分析結果顯示，「對中國人壽的營運衝擊」及「對利害關係人評價中國人壽的影響程度」皆為重大的議題^①，以治理層面的議題居多，其中又以「永續經營與企業社會責任實踐」、「公司治理」、「經營績效與獲利能力」、「經營誠信與倫理」最為重要。我們相信，客戶及股東對公司的信心是支持壽險業永續發展的基礎，更是中國人壽 50 年來能夠持續獲利與成長的關鍵，中國人壽未來也會繼續耕耘治理層面的各項重大性議題，落實永續經營理念。

其他同樣具重大性的議題則以社會面為主，尤其是與中國人壽核心產品與服務密切相關的議題，如：「客戶服務與關懷」、「資訊安全與個資管理」及「產品社會責任」等。這些議題不僅反映出企業社會責任的實踐必須與企業核心營運整合，更讓我們不斷思考如何回應外部社會及環境風險與趨勢對中國人壽的衝擊，如：「人口結構改變」、「公益投入計畫」與「氣候變遷」等。重大性分析結果顯示，經營治理及社會面相關永續發展議題皆是與中國人壽最攸關的議題，未來我們將持續投入資源，並擬定策略進行有效管理。

其餘之重大性議題則多屬於公司內部基礎的員工及環境管理議題，我們也已於報告書中進行揭露，如：「人才培育與招募」、「員工薪資與福利」、「供應鏈管理」及「節能省碳」等。針對這些議題，我們已建立了內部管理方針，並會於未來持續追蹤、強化相關績效。

①指分佈在上圖「高/高」、「高/中」、「中/高」區域的議題

重大性議題表 ● 公司治理 ● 社會 ● 環境

重大性議題	對應的 G4 重大考量面與	本報告書對應位置	外部邊界			
			總公司	供應商	客戶	社區與環境
永續經營與企業社會責任實踐	一般標準揭露：公司治理	經營治理：責任治理	●			
公司治理	一般標準揭露：公司治理	經營治理：責任治理	●			
經營績效與獲利能力	經濟：經濟績效	經營治理：經營願景與績效	●			
客戶服務與關懷		產品社會責任：客戶關係	●		●	
經營誠信與倫理	一般標準揭露：道德和誠信	經營治理：責任治理	●			
資訊安全與個資管理	產品責任：客戶隱私	產品社會責任：個人資料保護	●		●	
產品社會責任	產品責任：行銷溝通 產品責任：產品與服務標示 產品責任：產品組合	產品社會責任：產品組合	●		●	●
法規遵循	環境：法規遵循 社會：法規遵循 產品責任：法規遵循	經營治理：責任治理	●			
風險管理	一般標準揭露：公司治理	經營治理：風險管理	●			
人口結構改變		經營治理：風險管理	●		●	●
氣候變遷		經營治理：風險管理	●			●
企業形象與聲譽		社會共融：建立壽險專家形象	●			
重大詐欺及金融犯罪協防	一般標準揭露：道德和誠信 社會：公共政策	產品社會責任：詐欺及金融犯罪協防	●		●	
公益投入計劃	經濟：間接經濟衝擊 社會：當地社區	社會共融：公益投入計劃	●			●
人才培育與招募	勞動實務與尊嚴勞動：訓練與教育	人才培育：教育訓練	●			
員工薪資與福利	經濟：市場形象 勞動實務與尊嚴勞動：勞雇關係	人才培育：人力資源政策	●			

重大性議題	對應的 G4 重大考量面與	本書章節對應位置	內部邊界		外部邊界	
			總公司	供應商	客戶	社區與環境
負責任的投資	產品責任：稽核 產品責任：積極所有權 環境：產品與服務 人權：投資	經營治理：價值鏈管理	●			
供應鏈管理	經濟：採購實務 環境：供應鏈環境評估 勞動實務與尊嚴勞動：供應鏈勞動實務評估 人權：供應鏈人權評估 社會：供應鏈社會衝擊評估	經營治理：價值鏈管理	●	●		
節能省碳	環境：排放 環境：產品及服務	社會共融：環境管理	●		●	
多元化工作環境與機會	勞動實務與尊嚴勞動：員工多元化與平等機會 勞動實務與尊嚴勞動：男女同酬 人權：不歧視	人才培育：人力資源政策	●			
綠色採購		經營治理：價值鏈管理	●	●		
綠建築		社會共融：環境管理	●			
廢棄物與水資源管理	環境：水資源 環境：廢污水與廢棄物 環境：整體情況	社會共融：環境管理	●			
緊急災難救助	產品責任：產品組合	產品社會責任：客戶關係	●		●	
職場健康與安全	勞動實務與尊嚴勞動：職業健康與安全	人才培育：人力資源政策	●			
勞資溝通	勞動實務與尊嚴勞動：勞資關係 勞動實務與尊嚴勞動：勞工實務問題申訴機制 人權：結社自由與集體協商 人權：強迫與強制勞動	人才培育：人力資源政策	●			

註：未對應到 GRI 重大考量面的議題屬中國人壽獨特的重大性議題，將於相對應章節揭露其管理方針
各重大考量面對應之揭露指標，詳見本報告書索引表

董事長的話

企業社會責任的推動不僅只是提升企業的永續性，也是支持社會整體邁向永續發展的關鍵。國際諸多標竿企業的案例已證明了對企業社會責任的重視，能夠增加企業優勢及商譽等無形資產，更有助於開拓新的商業機會。聯合國世界永續發展大會已揭櫫追求永續是企業未來是否具競爭力的關鍵，更顯示企業永續已是國際潮流。

中國人壽認為，企業永續發展的實踐必須與核心本業結合，連結產品特性與企業資源，整合商品、服務、員工等面向，並融入日常營運的每一個環節予以落實，而這也是企業要長久經營必須採行的模式。對壽險業而言，企業社會責任的最佳體現就是重視長期責任，而這必須建構在落實風險管理及穩健財務能力的基礎上。

中國人壽近十年的各項財務表現屢創新高，目前已是兆元企業且持續成長中。穩健的經營不僅讓股東放心、保戶安心，也照顧了上萬的同仁及其家庭，形成社會一股穩定的力量，為經濟發展帶來向上的能量。以此理念為基礎，中國人壽的永續發展願景，就是要為保戶、股東、員工及其所在的社會與環境創造共同價值，並透過公司治理（Governance）、社會（Society）及環境（Environment）三大面向，與利害關係人積極溝通、回應他們的需求與期待，實踐承諾以創造極大化的共同價值。

共同價值的創造，最重要的實踐莫過於下列兩者。其一是由上而下的治理，因此中國人壽透過企業社會責任委員會的成立及運作，期望發揮 Top Down 的執行力；其二則是將企業社會責任內化為企業 DNA，透過企業社會責任治理高度的提升及同仁內化的工作習慣，上下各司其職，成為一個為了永續發展而不斷自我提升的企業。

未來，中壽將透過「We Share We Link」的核心精神，實踐企業長期經營的願景，與利害關係人攜手合作，創造共同價值，邁向永續發展，成為壽險業的標竿品牌。



中國人壽 董事長 **王銘陽**

總經理的話

此報告書是中國人壽第 8 本企業社會責任報告書，詳實揭露我們在經營治理、產品責任、人才培育、社會及環境共融等各方面作為，展現我們履行企業社會責任的決心及努力。

壽險本質是保障人的一生，而中國人壽永續經營的關鍵，即在於兌現對客戶的承諾，透過保單照顧客戶一輩子。我們的企業社會責任策略以「人」為中心，透過與利害關係人積極溝通合作，以及嚴謹的風險管理、提升企業信譽與競爭優勢。除持續追求績效成長外，中國人壽也期望從人出發，去影響和創造環境及社會的安定，與利害關係人創造共同價值，形成一個共好循環。2014 年，我們在企業社會責任各個面向皆有顯著成就：

在經營層面，中國人壽持續成長，2014 年第一季總資產突破新台幣兆元，成為國內壽險業兆元俱樂部成員，財務績效表現持續亮眼。我們不僅堅持向來嚴謹的風險管理政策，更進一步修訂投資手冊，納入責任投資理念，並檢視上游供應商的環境表現，期望落實價值鏈企業社會責任管理。

在保戶層面，除針對人口及氣候變遷趨勢持續推出創新保險產品外，我們更與外部通路合作推廣微型保險，滿足經濟弱勢族群的基本保險需求。我們致力提升客戶服務品質，提供多元服務方案，例如 2015 年推動關懷弱勢長者專案及優化服務流程等，將使保戶享有更貼心、更便利的保險服務。

在員工層面，包括身心障礙人士在內，我們致力於提供每位員工平等的待遇、教育訓練及機會，創造良好工作環境。為倡議公益服務精神，呼應壽險業與社會之聯繫，2014 年開始推動志工假制度，預計 2015 年志工服務時數可達 2,000 小時。

在社會層面，我們積極分享、建構社會大眾的保險知識，並透過多元的公益計劃回應社會變遷所帶來的問題，如環保及健康飲食觀念、協助弱勢團體自力更生、提升偏鄉小學閱讀力等。面對日益惡化的環境，我們成立環境保護委員會，致力於減少日常營運對環境產生的衝擊，以追求綠色營運為目標。

展望未來，我們 2015 年將會持續深化各面向的永續發展作為，持續加強人才培育及對同仁的照顧，強化服務層面、建立供應鏈管理制度及永續投資準則，引領合作伙伴共同履行企業社會責任，實踐永續經營的決心及承諾。



中國人壽 總經理 郭瑜玲





Chapter1

經營治理 -- 創造股東價值

Operation and Management

2015 年目標

- 訂定**企業社會責任實務守則**
- **供應鏈管理**
 - 完成新版採購合約增訂「企業社會責任及誠信經營條款」以符合公司治理原則
 - 推動 20% 的合約廠商簽署「供應商企業社會責任承諾書」
- 持續**強化公司治理**，俾與國際組織 OECD 提出之六大優先推動事項接軌、提升國際形象，並實踐金融監督管理委員會公佈之「2013 強化我國公司治理藍圖」
- 建立關鍵風險指標 (Key Risk Indicator), **KRI**
- 完成自我風險與清償能力評估機制 (Own Risk and Solvency Assessment) , **ORSA**
- **責任投資**

在投資決策上，以企業社會責任 (CSR) 為準則評估投資標的之上市櫃公司，並且揭露於研究報告之中，作為投資決策之重要評估標準之一

股東的支持是中國人壽持續成長的關鍵，我們秉持長期經營理念，以風險管理作為公司治理基本原則，希望每年回饋給股東合理的利潤，讓股東認為投資中國人壽是值得的。

體認到企業社會責任的重要性，我們於 2014 年成立企業社會責任委員會，確立委員會組成、運作及報告機制，以及各部門權責和績效，並安排內、外部董事實際參與運作，確保其效度。另一方面，我們也積極整合通路、供應商及投資對象，落實價值鏈企業社會責任管理。2014 年，我們已將責任投資原則正式納入《投資政策及作業規範手冊》。針對供應商，我們則訂有綠色採購原則，並於 2014 年度進行供應商環境作為調查，未來我們將於供應商合約中加入企業社會責任及誠信經營條款，持續強化供應鏈管理。

經營願景與績效

中國人壽成立於 1963 年，於 1995 年在台灣證券交易所掛牌上市（股票代號：2823），成立至今已逾 50 年，總部位於台北市。除台北總公司外，我們在全台灣各地另外設有 7 個客服中心、7 個壽險營業部、8 家分公司，以及 167 個通訊處，以提供保戶更即時、便利與貼心的服務。

中國人壽公司基本資料

公司正式名稱	中國人壽保險股份有限公司	
總部位置	臺北市松山區敦化北路 122 號 5 樓	
主要產品類型	個人壽險、年金險、醫療照顧險、意外傷害險、團體保險、旅行平安險及投資型商品等	
主要市場	台灣地區	
營運據點數量與分佈	7 個客服中心、7 個壽險營業部、8 家分公司，以及 167 個通訊處，地點分佈詳見中國人壽官方網站	
員工數量	截至 2014 年 12 月 31 日，內勤員工共 1,673 人，外勤人員 10,003 人 內勤員工：擔任主管職務 298 人，非擔任主管職務 1,375 人，合計 1,673 人	
淨銷售額	193,631,190 仟元（營業收入）；154,454,879 仟元（保費收入）	
資產總額	權益：74,324,493 仟元	1,107,267,895 仟元
	負債：1,032,943,402 仟元	

2007 年及 2009 年，中國人壽分別完成瑞士商環球瑞泰人壽台灣分公司及英國保誠人壽台灣主要資產與營運業務之購併，強化我們傳統型及投資型商品於市場之雙核心競爭力，並擴展業務銷售通路。2010 年，中國人壽與中國建設銀行及其他財務性投資人共同承受太平洋安泰人壽保險有限公司 100% 股權，成立「建信人壽」；截至 2014 年底，建信人壽已在中國大陸設立了 14 家分公司，並獲核准籌建陝西分公司，且分支機構達 84 家；中國人壽目前持有建信人壽 19.9% 股權。

我們積極拓展各行銷通路平台以觸及不同族群客戶，統合業務、銀行保險、經紀代理、理財服務，以及團體保險五大通路，建置完整商品平台。承保對象涵蓋個人及企業、商品型態包括多元幣別的分期繳及躉繳傳統壽險、退休規劃的年金商品、提升醫療品質的健康險或提供意外保障的傷害險，以及滿足投資、財務管理之各種類型商品，以滿足保戶不同生命週期的多元化需求。

2014 年重大績效

- 臺灣證券交易所第一屆上市上櫃公司治理評鑑結果，中國人壽獲排名 **TOP 5%**
- 成立**企業社會責任委員會**，確立各部門權責和績效
- 榮獲臺灣證券交易所「第十二屆上市上櫃公司資訊揭露評鑑（評鑑期間為 2014 年度）」最優等級 **A++** 之評價
- 2014 年第一季總資產突破新台幣**兆元**，成為國內壽險業兆元俱樂部之成員
- 2003 年起至 2014 年，中國人壽的總資產已成長 10 倍，市值成長 **15 倍**，首年度保費成長近 6 倍，稅後純益成長率近 10 倍，財務績效表現亮眼
- 壽險業中**唯一**發放現金股利的壽險公司
- 綠色採購總金額較前一年度提升 **57%**
- **責任投資**原則正式納入《投資政策及作業規範手冊》

企業願景

成立 50 餘年來，我們始終秉持「創造保戶、股東、員工與社會最大的利益與價值，成為最值得信賴的保險公司」的公司願景，透過謹慎的風險管理精神及穩健的經營與成長腳步，為關鍵利害關係人，乃至於社會及環境創造共同價值，達到企業長期經營的永續發展目標。

正因為我們極力於內部推廣此企業願景與文化，要求每位員工在日常工作中予以落實，中國人壽一直保有腳踏實地、專業穩健的特質，並以健全的財務結構與嚴謹的風險管理深得投資人信賴。未來，我們將持續貫徹此企業願景，發揮高度的執行力及團隊合作、互助的精神，與股東、保戶、中壽員工與整體社會一同邁向下一個 50 年。

中國人壽的品牌精神強調「Share」&「Link」兩大核心價值，象徵「堅持分享精神、連結美好未來的承諾」。企業標誌上的三道弧線象徵中國人壽最重視的保戶、股東與員工彼此緊密連結、共同與社會及環境邁向永續，並以開創與熱忱的紅色、沉穩專業的灰色展現不斷躍進的企業特質。



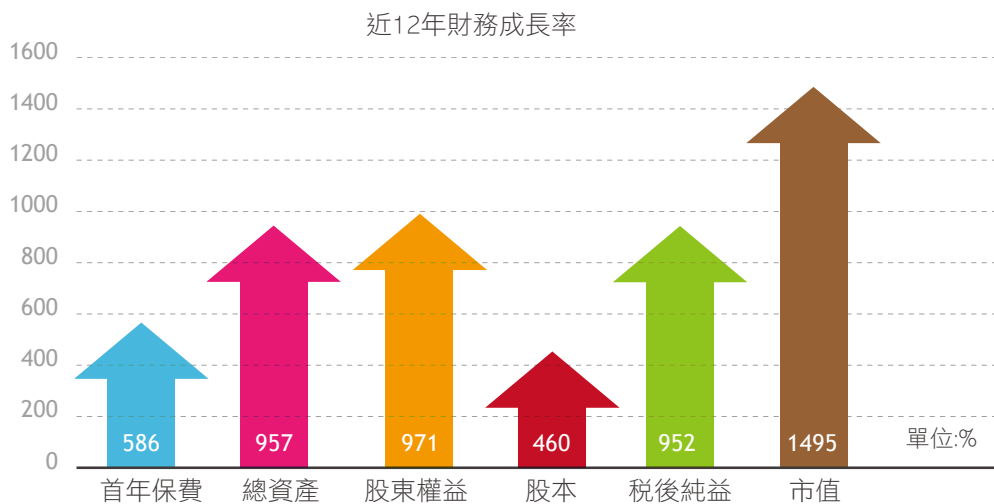
財務績效

中國人壽近幾年財務表現持續亮眼。我們落實嚴謹的風險管理政策，在 2008 年是台灣中大型保險公司中唯一未投資任何次級房貸及不良資產，故無任何資產減損，成功避開次貸風暴的保險公司。

2014 年第一季，中國人壽總資產突破新台幣兆元，成為國內壽險業兆元俱樂部之成員。2003 年起至 2014 年，中國人壽的總資產已成長 10 倍，市值成長 15 倍，首年度保費成長近 6 倍，稅後純益成長率近 10 倍，財務績效表現亮眼。

在 2013 年 6 月，中國人壽因多項評等表現亮眼，並為同業中唯一發放現金股利的壽險公司，中華信評結果我們被調升為「twAA」評等展望「穩定」；在國際經濟呈現相對艱難情況下，2014 年我們除仍舊維持前述「twAA」評等及展望「穩定」外，亦同樣受主管機關核准，穩定發放現金股利。

財務業務重要指標成長倍數



產生與分配的經濟價值

產生項目	2012	2013	2014
營業收入	152,296,970	207,696,267	193,631,190
營業成本	144,213,492	198,307,742	183,271,556
營業費用	3,358,094	3,085,533	3,522,055
營業外收入及支出	26,234	40,544	185,507
稅前損益	4,751,618	6,343,536	7,023,086
稅後損益	4,579,272	5,999,242	6,511,959
其他綜合損益	23,658,910	(13,435,027)	6,427,202
每股盈餘	1.70	2.00	2.15

註：2014 年度投資性不動產後續衡量會計政策由成本模式改為公允價值模式，並追溯調整 2013 年度之財務資料

分配給利害關係人的經濟價值			
員工薪資與福利 ①	1,948,824	1,779,487	2,117,483
股息			
發放之股票股息 (盈餘年度) ②	3,342,995	2,760,455	3,036,497 ③
發放之現金股息 (盈餘年度)	477,570	1,104,181	1,214,599 ③
每股現金股利 (單位：元)	0.20	0.40	0.40 ③
支付之所得稅	435,372	92,680	386,275

單位：新台幣仟元④

註①依據財報員工福利費用 (屬於營業費用性質) 的金額填列

註②包含資本公積轉增資配股

註③ 2014 年度盈餘分配案經 2015 年 3 月 26 日董事會擬議通過，惟尚須經過股東常會通過

註④詳細財務績效請參酌本公司 2014 年度財務報告

重要財務績效指標

產生項目	2012.12.31	2013.12.31	2014.12.31
總資產	846,210	977,602	1,107,268
年度盈餘	4,579	5,999	6,512
總市值	62,562	82,209	79,860
總保費	125,319	177,246	154,455
初年度保費	68,992	114,385	83,888

單位：新臺幣百萬元

註：2014 年度投資性不動產後續衡量會計政策由成本模式改為公允價值模式，並追溯調整 2013 年度之財務資料

各險別之保費收入

	2012	2013	2014
人壽保險	83,803,952	79,342,461	99,344,916
傷害保險	2,591,094	2,642,177	2,719,889
健康保險	15,841,173	17,280,856	18,178,551
年金保險	23,083,058	77,980,417	34,211,523
總計	125,319,277	177,245,911	154,454,879

單位：新臺幣仟元

註：投資型保單歸類於人壽保險與年金保險中



責任治理

中國人壽的公司治理以保障股東及其他利害關係人權益、創造價值為主。有關公司股權結構、財務業務營運概況、關係人交易、重大訊息等資訊，我們除依相關法令規定及時揭露，並主動自願公開額外資訊供股東及其他利害關係人參考。

為提升財務資訊揭露時效性，自 2014 年半年報開始，我們的各季財務報告於法令規定申報期限 15 天前完成公告，為壽險業與金控公司唯一提前公告者。2014 年度財務報告亦較法定期限提前 1 個月，於會計年度結束後 2 個月內公布，有效協助投資人及時取得充分資訊，已達全球先進國家的標準。

另為落實公司治理及實踐企業社會責任，多年來致力提升資訊揭露品質及時效性，以提供保戶及投資人多元透明企業資訊。中國人壽於 2014 年度受評期間，獲臺灣證券交易所舉辦之「第一屆上市上櫃公司治理評鑑」排名 Top 5% 及「第十二屆上市上櫃公司資訊揭露評鑑」最優等級 A++ 之評價。正因為中國人壽始終保持高度透明的財務訊息揭露、嚴謹的公司治理及優異的經營績效，近年來我們深獲外資法人認同，2014 年年底外資持股比例已近 50%，至 2015 年第 1 季已超過 50%，是台灣上市金融類股中外資持股比例最高者之一，顯示本公司長期穩定發展動向備受矚目。

中國人壽股東結構

股東結構	政府機構	金融機構	其他法人	外國機構及外國人	個人	庫藏股	合計
人數	2	34	240	580	98,580	0	99,436
持有股數 (股)	557	111,775,123	658,183,595	1,542,088,246	724,449,479	0	3,036,497,000
持有比率 (%)	0.00%	3.68%	21.68%	50.78%	23.86%	0.00%	100.00%

註：依 2014/8/27 停止過戶日之資料統計

我們非常重視外資股東對中國人壽的支持。自 2011 年起即於企業網站提供外資英文重要訊息通知；2014 年，除在企業網站增設了投資人關係專屬之英文網頁，有助於外資股東更容易取得我們的財務及公司治理資訊外，在發布重大訊息時，亦同步公告英文重大訊息，讓外資股東能更及時了解公司重要營運資訊。此外，為符合國際潮流保障股東平等，我們除採用股東會電子投票外，自 2014 年起亦同步提供股東會英文開會訊息及重要議事資訊給外資股東，使外資股東亦能獲得平等管道及資訊參與股東會，在此努力之下，2014 年我們的股東會議案全數順利通過，且外資股東投票率亦提升至 65% 以上，其中 6 成以上的外資股東對各議案投贊成票。

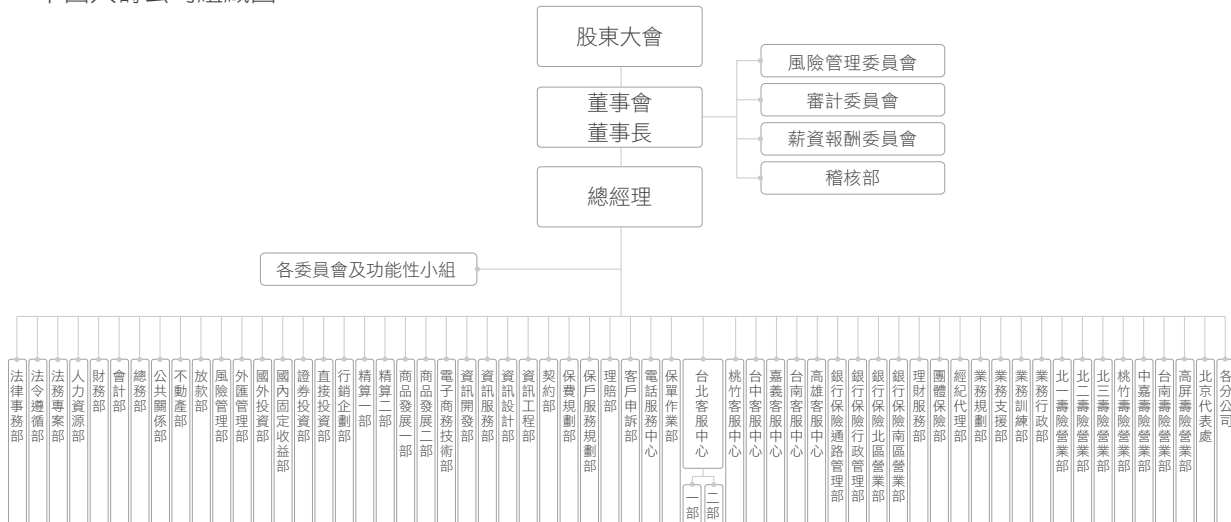
另為維護股東權益，2014 年度股東常會議事手冊及會議補充資料與年報，均較法令規定時限提前 7-10 天公告；並於年報揭露股權比例前 10 名之股東名稱、持股數額及比例，使股東充分了解公司股權結構，亦且於股東常會召開後當日，將每項議案股東表決結果公告於公開資訊觀測站；另為支持股東行動主義，股東會採用電子投票平台，提升資訊時效性及資訊透明。

公司治理架構

中國人壽董事會下設有審計委員會、薪資報酬委員會及風險管理委員會三大功能性委員會。審計委員會及薪資報酬委員會由全體獨立董事組成；風險管理委員會則直接隸屬於董事會，由獨立董事擔任召集人，定期向董事會提出報告，管控各項營運風險。

總經理下則設有各類型的委員會及功能性小組，包括企業社會責任委員會及環境保護管理委員會，以整合各部門有效制定、監督並落實公司各項政策及目標。

• 中國人壽公司組織圖



• 董事會及各功能性委員會運作概況

	組成及職掌概述	2014 年運作情形
董事會	董事會共包含9位成員，董事長為王銘陽先生，另包含3位為獨立董事。董事會職權包括經營方針核定、預算決算審查、盈餘分派擬定、資本增減擬定、章則審定等	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 共召開14次會議 ◆ 通過訂定本公司「企業社會責任政策」 ◆ 改選第19屆董事會成員並聘任審計委員會、薪資報酬委員會與風險管理委員會召集人與委員 ◆ 通過訂定本公司「公司治理守則」 ◆ 通過修定本公司「董事薪酬給付辦法」與「獨立董事之職責範疇規則」
審計委員會	由全體獨立董事組成，監督並確保公司內部控制有效實施、遵循相關法令規範及公司存在或潛在風險之管控等	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 共召開9次會議，於組織規程或法令規定應經審計委員會同意之事項發生時不定期召開會議
薪資報酬委員會	由全體獨立董事組成，負責評估、訂定、檢討公司董事及高階經理人的薪資報酬與績效	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 共召開6次會議 ◆ 針對公司董事及高階經理人薪資報酬與績效各項議題制訂規範及進行日常檢視、討論、決議
風險管理委員會	直接隸屬於董事會，設置委員5至15人，由獨立董事擔任召集人。委員會職掌包括公司風險管理政策的制訂與監督，確保風險管理機制之一致性、妥適性、穩定性與透明度，以建立風險管理文化	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 共召開5次會議 ◆ 委員會成員於6月再新延聘1位外部董事擔任委員

②本公司為健全誠信經營之管理，於2015年3月設置隸屬於董事會之專責單位「誠信經營委員會」，負責誠信經營政策與防範方案之制定及監督執行，並定期向董事會報告。

在薪酬及獎金分配上，我們依董事及高階經營管理階層的工作職責、角色及績效表現給予薪酬，並經由薪酬委員會及董事會決議。績效與薪酬的連結，結合「平衡計分卡（BSC）」與「目標管理（MBO）」機制，每年進行績效考核，並依考核結果發放獎金。另一方面，董事薪酬給付亦訂有相關辦法，明訂其薪酬給付與考核，考量市場行情、同業水準與風險管理，並鼓勵董事及高階經營管理階層創造員工、股東及公司長期價值。

2014年6月，我們在股東常會上依法改選第19屆董事會成員，並依公司章程規定選舉9席董事，其中包括3席獨立董事。9席董事中共有2席為女性；在年齡分布上，則有1席介於30歲至50歲之年齡層，其餘均為50歲以上者。

在董事會專業度及多元性方面，我們的董事會成員具備財務金融、企業管理、風險管理及保險、統計、精算、法學等領域之學術及實務經驗，並定期進修以因應國內外經濟與產業變化與發展趨勢。

• 中國人壽董事一覽

姓名	職稱	性別
王銘陽	董事長	男
郭瑜玲	董事	女
許東敏	董事	男
黃淑芬	董事	女
黃光揚	董事	男
彭金隆	董事	男
龔天益	獨立董事	男
潘維大	獨立董事	男
許文彥	獨立董事	男

註：此表係截至2014年12月31日之狀況

董事會於2014年共計召開14次會議。董事會成員除了藉由與經營團隊即時溝通，處理各項公司治理議題以因應保險市場及金融、經濟環境的快速變化外，並主動回應環境及社會趨勢與新興議題，展現積極參與公司營運的決心，並發揮監督的功能。有關董事會及相關功能性委員會運作的實際情形、持股狀況、利益迴避、會議重大結論、進修狀況等，詳見中國人壽保險股份有限公司2014年度年報。

為持續強化公司治理並進一步提升效能，我們自2014年起開始針對董事會成員進行績效評估，評估方式係採取董事會成員於年度結束後進行自我評量方式進行，評估面向包括董事本身對其職責認知、對法令之遵循及提升公司治理之貢獻、對公司及產業瞭解情形、與經營團隊之互動與溝通、個人持續進修等議題進行檢

視。定期且正式評估董事績效可使每位董事明瞭其責任，進而督促並提高董事會運作效率。此外，績效評估之結果，除了作為董事持續改進之回饋機制外，並可作為決定董事薪酬之依據。

中國人壽於2014年度受評期間，獲臺灣證券交易所舉辦之「第一屆上市上櫃公司治理評鑑」排名Top 5%，以及「第十二屆上市上櫃公司資訊揭露評鑑」最優等級A++之評價。

企業永續發展

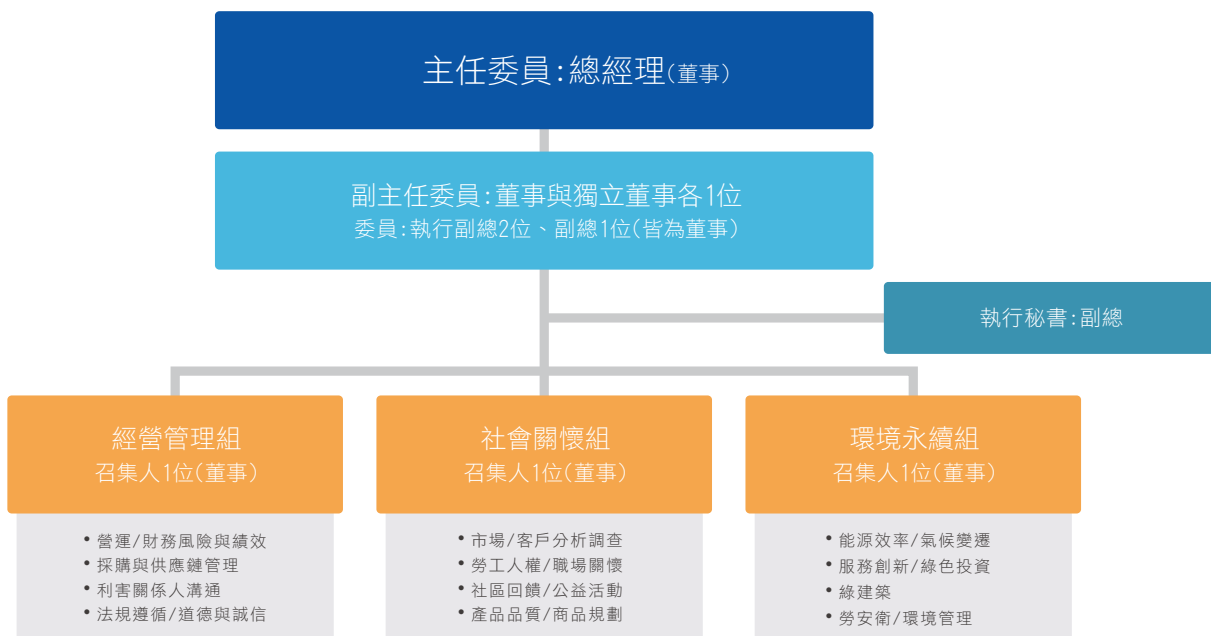
為更有效回應中國人壽面臨的經營治理、環境與社會風險，以及國內外重大趨勢變化，我們於2014年11月正式宣布成立「中國人壽企業社會責任委員會」，並召開首次成立大會，於委員會上確認委員名單、組織架構，並通過委員會規程。未來我們將定期召開會議，以評估並檢討我們的企業社會責任策略的發展、推動與執行情形等。

根據規程，我們的企業社會責任委員會設置主任委員 1 人、副主任委員 2 人、委員 3 至 8 人，委員會下分別設立「經營治理組」、「社會關懷組」及「環境永續組」三大組，由主任委員遴派委員擔任各組召集人，以整合各部門參與企業社會責任相關事務，並訂定每年度的發展目標。

企業社會責任委員會職責

執行目標	依循本公司企業社會責任政策擬定執行目標
推動治理	推動公司治理、發展永續環境、維護社會公益，並強化企業社會責任資訊揭露
社會責任報告書	編製及申報符合主管機關規定或國際通用準則之年度企業社會責任報告書

中國人壽企業社會責任委員會組織圖



為確保企業社會責任委員會的運作具有效度，並能與公司經營策略及治理架構高度整合，在委員會的組織制度設計上，董事比例高達 100%，其中包含獨立董事，足見我們將企業社會責任與公司治理高度落實的決心。

誠信經營

中國人壽相信，誠信不僅是取得股東及客戶信賴，驅動公司不斷成長的關鍵，更是每位同仁在日常工作中必須謹守的基本價值。為呼應國際透明組織 2007 年以來，要求各國企業反貪腐的訴求，並使我們上至董事會與經營管理階層，下至基層員工的行為操守皆能有所依循，中國人壽訂有《誠信經營守則》及《誠信經營行為指南》，並經董事會通過，作為我們反貪腐準則及誠信經營最高指導原則。^③

^③本公司為健全誠信經營之管理，於 2015 年 3 月設置隸屬於董事會之專責單位「誠信經營委員會」，負責誠信經營政策與防範方案之制定及監督執行，並定期向董事會報告。

《誠信經營守則》及《誠信經營行為指南》載明董事、經理人、受僱人、受任人及具有實質控制能力者應防止利益衝突的相關規定，以及禁止非法治獻金、提供或接受不正當利益、慈善捐贈或贊助等行為規範。此外，公司亦訂定《捐贈管理辦法》，載明捐贈之適用範圍、簽核授權等程序，確保對其他組織的慈善捐款和贊助符合規定，而不被用來掩飾賄賂。

若同仁有發現操守不良、舞弊情事或違反公司誠信經營守則規範及政府法規者，均有向管理階層檢舉的義務，我們提供完善的保護措施，以確保調查品質，並避免檢舉者遭受不公平報復或對待。公司在發現相關情事或接獲檢舉後，會即刻查明相關事實，若確認屬實，則立即要求行為人停止相關行為，並依公司獎懲申訴規定進行適當處置，必要時將相關事實通知司法、檢察機關。此外，中國人壽也會在事後針對已發生之不誠信行為，責成相關單位通盤檢討內部控制制度及作業程序，並提出改善措施。

為確保每位同仁清楚理解公司及政府的誠信經營政策，我們每年定期在學習平台上開設相關數位課程，進行全體員工之宣導，並透過線上測驗確保同仁瞭解程度達一定水平。截至 2014 年底，內勤同仁完訓率達 97.4%，為落實訓練計畫，並計劃於 2015 年初針對尚未完訓之內勤同仁再次進行調訓。此外，各部門主管亦有責任於部門內進行反貪腐宣導，以灌輸員工正確觀念。有效宣導的結果，我們 2014 年並未發生任何違反誠信經營守則之事件。

• 誠信經營相關教育訓練及績效

課程	課程規定	2014 年開設梯次	完訓率
誠信經營守則及行為指南	安排全體內勤員工進行宣導，並透過線上測驗確保同仁之瞭解程度達一定水平	2	97.40%

洗錢防制

中國人壽自 2007 年起即由法令遵循單位依據主管機關訂定之《洗錢防制法》、《金融機構對達一定金額以上通貨交易及疑似洗錢交易申報辦法》及《人壽保險業洗錢防制注意事項範本》等規範，制訂《中國人壽保險股份有限公司洗錢防制注意事項》及細部規則，並於 2014 年底配合法令修正為《中國人壽保險股份有限公司防制洗錢及打擊資助恐怖主義注意事項》及細部規則，以達防制洗錢並協助追查重大犯罪的目的。

我們配合法務部調查局，建立「恐怖份子或團體名單」資料庫提供查詢，以落實洗錢防制相關作業。針對金額較大的通貨交易或疑似洗錢之交易，我們均透過嚴密的作業流程加以管控。此外，若保戶來自未採取有效洗錢防制措施或資助恐怖主義的高風險地區，或公司掌握足夠證據認為其涉及洗錢或資助恐怖主義時，我們也會採取嚴格的監控；若客戶為國內外高知名度的政治人物，我們也採取適當的監控及管理措施，一旦發現疑似洗錢徵兆，將留存交易紀錄、憑證，並儘速於法定期限內向法務部調查局申報。另一方面，針對鉅額保費之保件，如保戶欲行使契約撤銷權，要求退還所繳保費時，我們也會透過專案處理方式，確認保戶身分及動機，防制其藉投保為洗錢之行為。

在內部宣導及稽核部分，2014 年我們也針對內、外勤人員舉辦洗錢防制教育訓練，確保其於日常工作中落實主管機關及中國人壽的洗錢防制規範，每次課程長度為 2 小時，各場次參加率均達 100%。另外，我們的內部稽核單位及法令遵循單位定期也會針對相關部門，抽查其洗錢防制作業是否符合公司內部控制及遵循法令規範。2014 年並未發生有關違規事件。



註：內勤人員開設梯次統計為 2014 年 1 月至 12 月，對象包括內部稽核主管、保險業務主管、行政主管等
外勤人員開課梯次統計自 2014 年 1 月至 12 月，對象包括各職級外勤員工

法令遵循

我們透過直接隸屬總經理的法令遵循單位，進行法令遵循制度的規劃、管理及執行，並於每季向董事會及審計委員會報告，確保我們能夠即時因應最新法令變動狀況。法令遵循單位除擬訂公司法令遵循制度外，每年年底亦須訂定下一年度之有關計畫，並報經董事會通過後實施。

各營業部門、資金運用部門、資訊部門、資產保管部門及其他管理部門均有責任辦法令遵循業務，本公司各單位每季修訂所屬單位之法令遵循手冊，俾日常作業遵循，並於每半年就相關法令遵循事項進行自評。法令遵循單位每半年將定期檢測各部門經辦人員執行業務狀況，以確保相關作業程序合乎法令及內部有關規範。總機構法令遵循主管依「保險業內部控制及稽核制度實施辦法」規定，應至少每半年向董事會報告，為強化法令遵循制度，我們提高頻率以每季提報董事會，有效管控法令遵循風險。

2014 年，我們共針對 94 件法令變動進行管理與通知作業，確保有關部門知悉並有效因應最新法令規範。此外，我們也針對 47 件同業裁罰案件的 167 個違規行為通知檢視作業，確保類似情事在中國人壽不會發生。我們積極因應法令變動趨勢，並且定期對同仁進行法治及法遵教育訓練，以確保同仁在日常工作中確實遵守法令規範。2014 年全年度壽險業共有 47 件裁罰案，167 個違規行為，但中國人壽在當年度卻未有任何遭主管機關裁罰之案件，誠屬不易且難能可貴。

• 法令遵循相關教育訓練及績效

課程	對象	2014 年開設梯次	參訓人數
法治教育訓練	總公司及各分公司	10 場	641 人
法遵人員教育訓練	各單位法遵人員	2 場	166 人

2014 年中國人壽因有員工扣款調整等問題，致臺南市政府勞工局裁罰 10 萬元以上共計 1 案。未來我們持續配合保險及其他有關法令修訂，適時檢討、修訂相關內部作業及規範，並隨時確認招攬、商品、售後服務及員工權益保障等各環節符合最新之法令規範。

風險管理

風險管理架構及運作機制

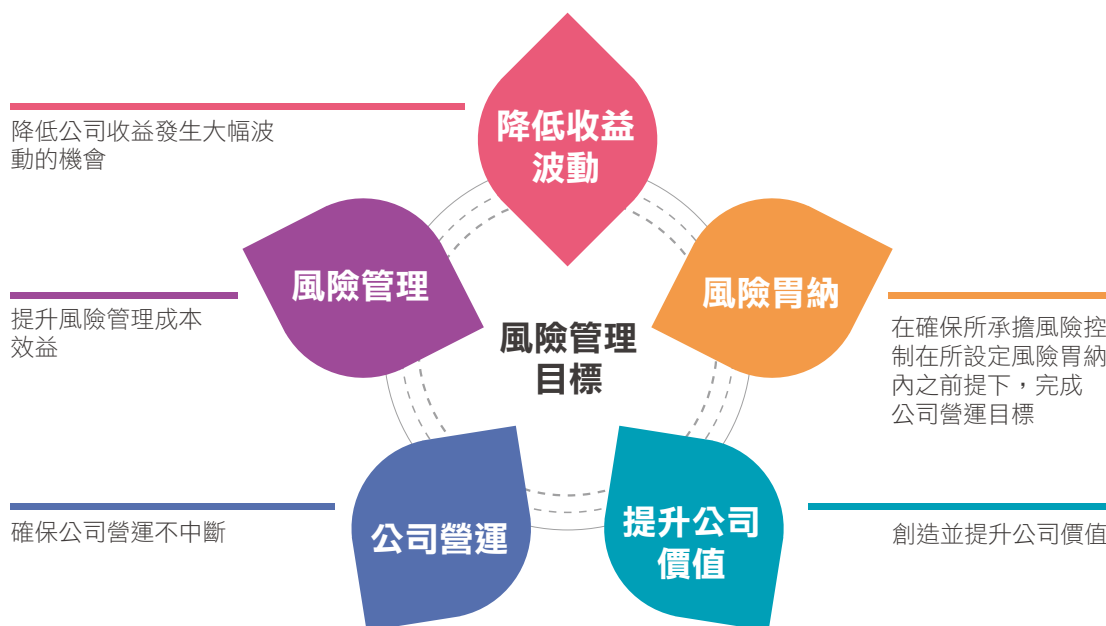
中國人壽不僅瞭解風險管理是金融保險產業的本質，更為了確保自身對所有保戶的承諾，積極投入大量的人、物力資源發展公司整體的風險管理架構、機制及專業技術，建立全體員工都能深刻體認及遵循的風險管理文化，並落實於每日公司的營運活動中。此外，中國人壽亦將藉由發展自我風險及清償能力評估機制（ORSA, Own Risk and Solvency Assessment），進一步建置企業風險管理（Enterprise Risk Management），擔負協助重大決策擬定、創造公司價值的積極功能。

風險管理政策

中國人壽風險管理政策為公司整體風險管理之最高指導原則，除了遵循主管機關相關法規及保險業風險管理實務守則以外，更配合中國人壽本身的業務發展策略及穩健經營的特質而訂定，其內容主要包含風險管理目標、組織架構及風險管理流程等。此外，風險管理政策本身、及其衍生的風險管理制度與內部規章更呈報至董事會或風險管理委員會核准施行，以期落實我們嚴謹且全面的風險管理文化。

風險管理目標

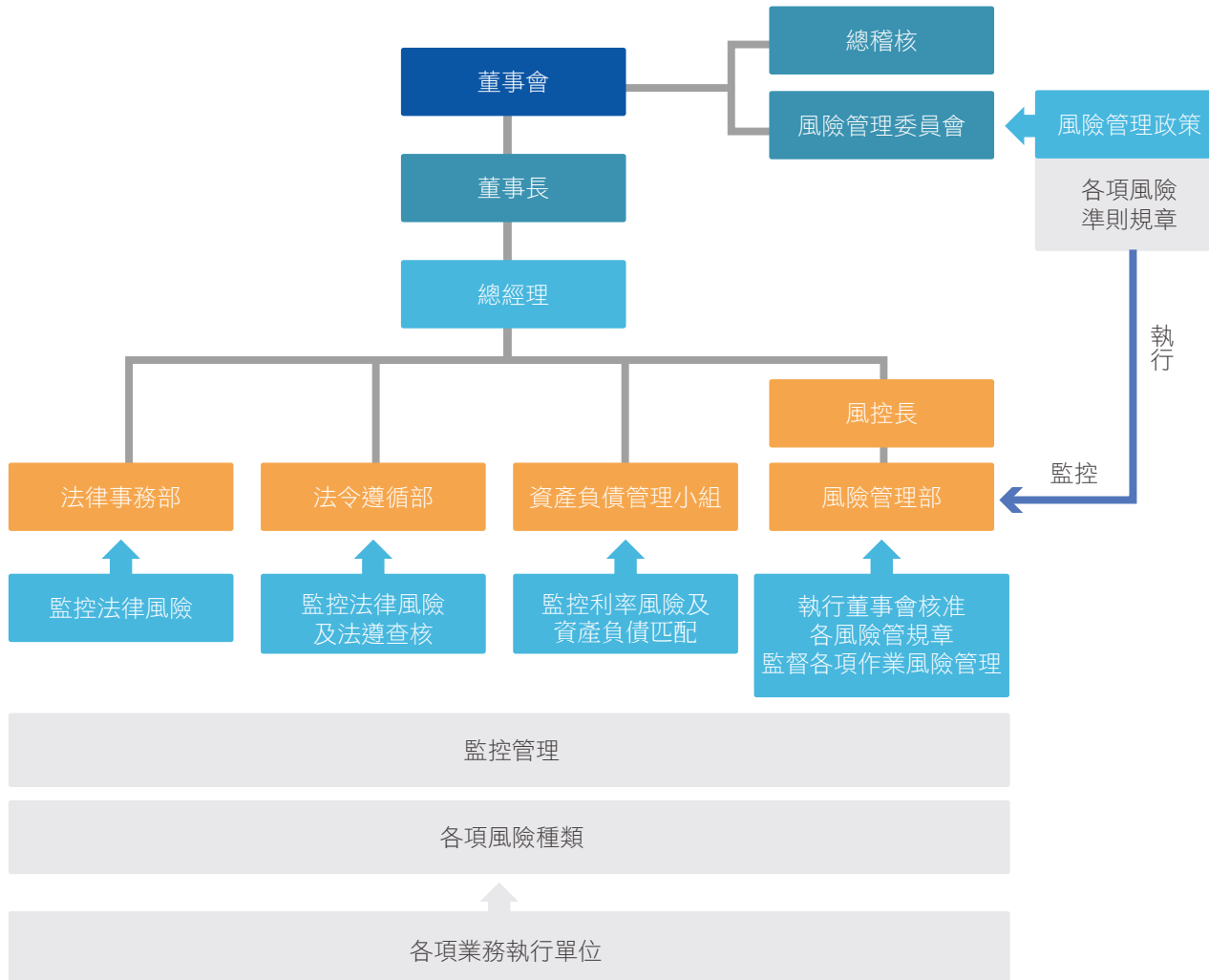
我們基於穩健成長及善盡企業社會責任的經營理念，設定中國人壽風險管理目標如下：



並在努力達成此一風險管理目標的驅動下，積極投入資源於組織架構的建立及風險管理機制的強化與設計。

風險管理組織架構

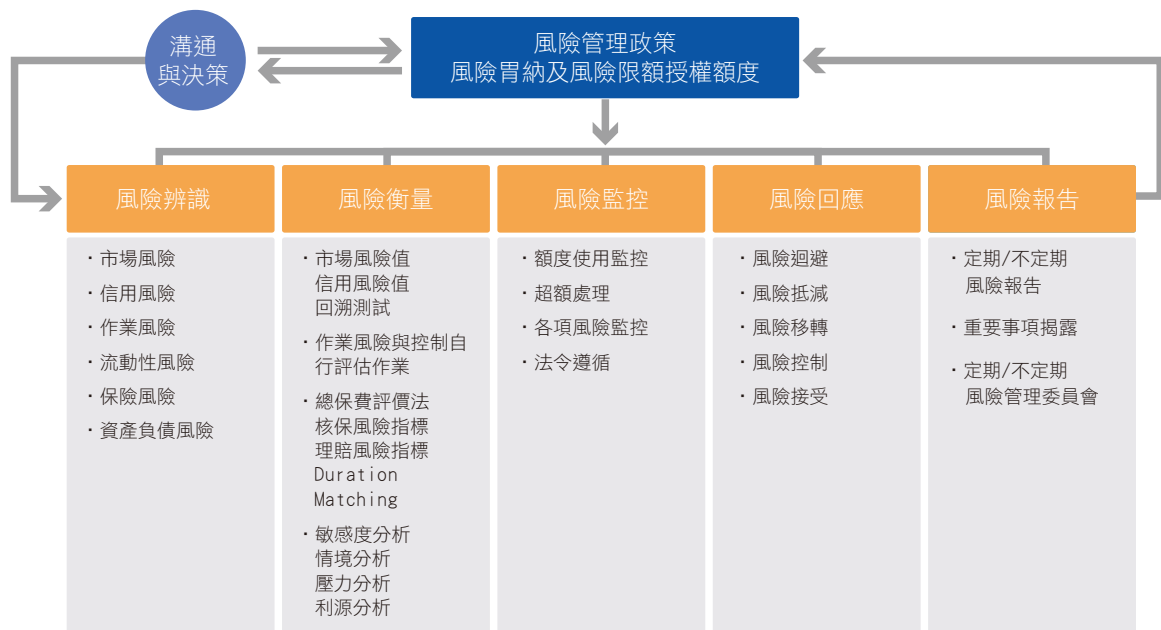
董事會於 2006 年即通過設立專責的風險管理部與風控長，以有效規劃與執行風險管理事務。由於風險管理部係區隔於各業務單位與交易活動之外的部門，因此可獨立完整地執行風險管理制度的各項規範，定期與不定期的向風控長、總經理、董事長、風險管理委員會與董事會進行報告公司的重要風險事項。此外，我們亦整合法令遵循部及法律事務部、資產負債管理小組等相關單位，以全面掌控各種營運潛在風險。現行相關組織架構如下：



於落實全面管理的呈報流程上，風險管理委員會授權風控長及風險管理部負責日常風險之評估、衡量與監控，並於每週及每月將評估及監控結果呈報至高階主管；此外風險管理部亦每季提報風險報告至風險管理委員會中討論，最後併其委員會紀錄呈報至董事會。另如遇有市場或經濟環境異常或重大改變時，風險管理部得即時呈報高階主管及董事會，以達即時有效之風險監控與回應。

風險管理流程

我們已針對各主要風險建立相應的管理組織架構與職責，以及各自的風險辨識、衡量、回應、監控與溝通傳遞機制，確保風險管理政策在日常工作的每一個環節能予以落實，並受到有效控制。管理架構與流程如下圖：



目前透過中國人壽的風險管理架構涵蓋且能有效控管的風險包括「市場風險」、「信用風險」、「作業風險」、「流動性風險」、「保險風險」及「資產負債風險」等主要風險項目，而近期重要發展摘要如下：

- ◆我們依據公司營運目標及風險承擔狀況，在平衡風險與報酬的情況之下，由風險管理部設定風險胃納，並提交風險管理委員會討論後，經董事會核定通過。
- ◆在風險的計算與評估方面，我們透過量化模型，從市場風險值（VaR）、信用風險值（CaR）、資產負債管理等面向衡量各項風險，並以預警系統及定期評估報表進行風險監控。
- ◆風險管理部門或業務單位必須定期檢視並落實執行各風險限額規定，監控風險曝露之狀況，必要時發佈警示通知，或進行超限報告，包括業務單位對超限採取的措施。
- ◆在內部資本管理上，我們建置了多種模型以衡量個別風險資本，並透過定期檢視、比較各項主要風險變動情形，深入了解其增減原因，進而掌握公司整體風險的變動情形，作為風險管理、通路及商品發展等公司策略擬定的重要資訊。
- ◆為因應未來主管機關推行自我風險及清償能力評估制度，我們從 2014 年起即積極參與外部機構所舉辦 ORSA 相關的研討會，並與顧問公司討論執行 ORSA 可行之方案及其過往協助國外保險公司之經驗。更甚者我們計劃於 2015 年成立「自我風險及清償能力評估（ORSA）小組」，預期整合公司目前既有風險管理及清償能力評估的相關機制、發展更適於中國人壽風險屬性的執行架構和評估方法，並協調內嵌於公司的決策與實務流程中，以再次強化保險業企業風險管理之深度及有效應用。
- ◆在作業流程風險的控管上，當新業務推展、從事新投資項目、法令或內部規範變更影響作業流程時，風險管理部即參與所涉及作業流程與資訊系統的規畫，進行事前的風險評估與控制點的設計，以達到風險控制與防阻的積極功能。此外，風險管理部門也與相關部門合作執行各項作業風險管理活動，於平時建置作業風險事件資料庫，並在每季定期進行風險與控制自行評估作業（RCSA），追蹤各項潛在作業風險。2015 年，風險管理部亦將開始建置關鍵風險指標，以利有效管控包括金融犯罪及詐欺、流程、人員、法令遵循、客戶、商品及營業行為、系統與營運中斷等關鍵作業風險。

人口結構改變及氣候變遷風險因應

除了有效管理內部營運風險外，我們也密切關注外在社會及環境變化對公司可能產生的衝擊與機會。台灣的人口結構老化趨勢明顯，根據國家發展委員會 2014 年 12 月發佈之訊息推估，台灣自 2016 年開始，65 歲以上的老年人口將會超過 14 歲以下的幼年人口，老化指數突破 100%。而內政部的老人狀況調查顯示，台灣 65 歲以上老人經濟來源近五成靠「子女奉養」。衛生福利部預估 2016 年台灣失能人口中有 64% 是 65 歲以上老人，許多的調查數據均指向高齡化社會下有諸多議題急待解決。

未來影響台灣社會經濟的，將是人口年齡結構的變化，而非人口數量的變化，人口老化將導致健康照護、社會保險及福利支出的增加，造成下一代的經濟負擔，為更嚴謹的衡量並回應此社會趨勢對中國人壽造成的衝擊，我們將持續研究與開發更符合社會大眾需求及利益的商品，同時為公司創造新的商業機會。

針對人口日益老化的趨勢，為使保戶在老年時不因疾病陷入經濟困境並能獲得妥善照護，我們在 2014 年推出安心系列的特定傷病商品，再於 2015 年推出殘廢扶助與長期照顧保險，除了持續經營住院、手術、防癌險種外，更強化了因特定傷病、失能、失智及身心障礙的長期照護商品，用最齊全而多元化的商品，為保戶建構完整的醫療與照護保障。

未來我們仍持續關注社會人口結構轉變，重視老年生活經濟負擔、家庭養老與社會養老課題。此外，2014 年我們也協助中高齡客戶進行保單活化，得以將過去投保的壽險保障在設定規範下轉換為退休生活所需的退休金，提前享用。為持續擴大個人財富管理市場，提供多種台外幣保險商品等各類型商品，透過多元化通路，協助保戶更有效地完成退休生活準備以提升老年生活品質，並聚焦銀髮族保險關懷，提供保戶完善保障及服務。

另一方面，有鑑於氣候變遷造成的極端氣候已對全球經濟活動及金融市場造成顯著負面衝擊，我們的投資與風險管理部門已密切注意全球各地較大型之氣候災難對總體經濟的影響，並藉由投資多角化（Diversification）與集中度控管來調整公司投資組合，將極端氣候對公司投資及財務造成的不利影響降到最低。

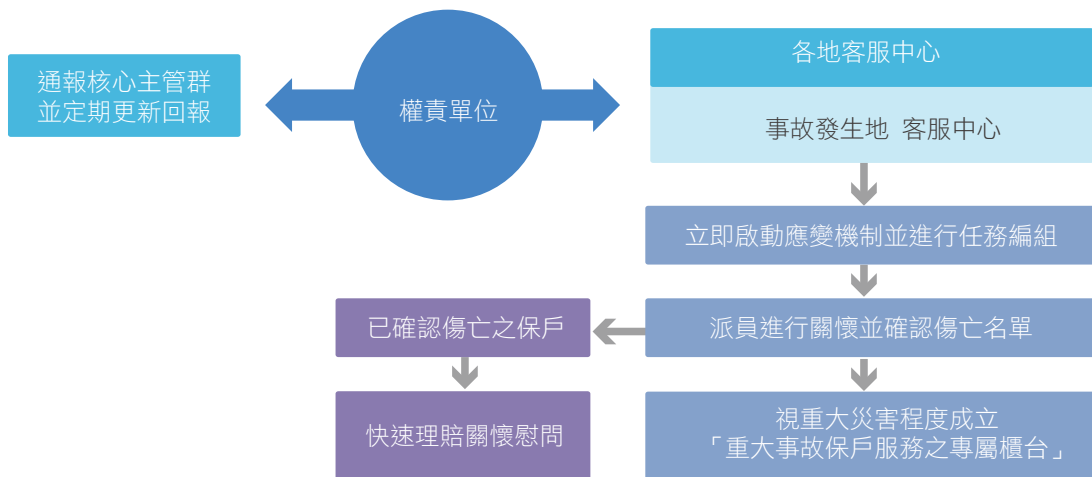
此外，我們也注意到極端氣候造成溫度持續上升，將可能導致登革熱、恙蟲病、日本腦炎、腸病毒重症、痢疾等傳染性疾病之發生機率提高；相反的，溫度持續嚴寒將可能增加心血管疾病、呼吸道疾病的風險。換言之，氣候變遷很可能間接造成保戶理賠金額高於預期。我們將氣候風險因子對保戶生命健康的衝擊納入考量，並監測檢視銷售中保險商品的費率結構，足以反映氣候變遷趨勢所承擔之風險，確保公司具備足夠給付能力，



氣候變遷之因應措施

隨著氣候變遷，天然災害發生的頻率及強度也正在改變。依國際災害資料庫 (EM-DAT) 統計，1900~2009 年全球天然災害事件，災害次數、受影響人口及經濟損失在 1970 年代開始急遽攀升。而台灣在過去 40 年中，排名前 10% 的極端強降雨颱風，在 1970~1999 年間，平均 3~4 年發生一次，而在 2000 年以後的 10 年間，平均每年就發生一次，如莫拉克、賀伯和納莉等，往往帶來嚴重的災害。

臺灣的地形與地理位置處於天災頻繁的地區，為了因應氣候變遷所引起的重大災害對企業營運造成的風險，並在遇有上述災害發生時，能夠主動關懷且協助保戶快速處理理賠，並即時提供服務措施，本公司自 2014 年起制定「重大災害案件處理作業暨快速理賠應變規範」，做為包含氣候變遷所造成之重大災害時之處理規範。該規範明訂重大災害之定義是以壽險公會所定義之重大災害為準，其流程如下：



此外，為預防因氣候所引起之重大災害導致電話服務中心或資訊設備作業中止服務，本公司設有資訊系統災害復原計劃，於災害發生後依計劃於原地或異地復原作業，以確保若因上述情事發生時，仍能提供保戶不中斷的服務，同時持續進行傷亡保戶確認及快速理賠作業，並即時提供保戶相關服務。

因應重大災害之發生，秉持關懷保戶提供全方位保障之服務精神，啟動各項保戶服務措施之應變機制，已於 2009 年八八風災開始適用各因天然或人為災害引起之重大災害，以傳達對保戶更快速、貼心及便利之關懷，協助受災保戶順利渡過難關，2012 年訂定「售服保戶服務辦法」，並於 2012-2014 年颱風侵襲期間多次啟動該機制，關懷服務內容如下：



為使保戶於重大風災時能第一時間取得相關保戶服務關懷措施，將颱風侵襲所造成之災害進行內外部溝通通報及因應作法，訂定下列機制：

判定標準	因應做法
氣象局發佈海上熱帶低氣壓生成	密切留意動態並收集相關資訊
氣象局發佈海上颱風警報 2 小時內	啟動通報系統及作業程序
氣象局發佈陸上颱風警報 2 小時內	針對風災研議保戶服務措施
災情追蹤及監測	針對災情發展評估保服關懷措施是否需新增或修正

註：非上班時間：次一工作日上午 8:30 啟動；週末、假日：視情況提前啟動作業

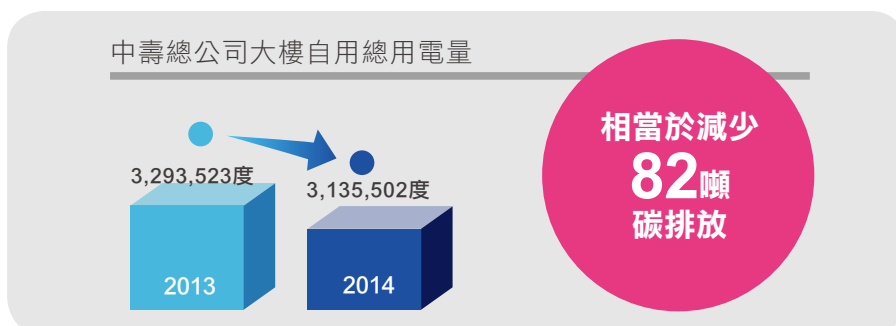
針對氣候變遷對保戶造成的健康影響，中國人壽預計於 2015 年規劃於企業網站由專業醫師提供預防疾病之方法及相關健康新知，以提升保戶健康意識。

氣候變遷所導致之重大災害，除了對環境及民眾財產造成損害外，往往因當地衛生條件下降，伴隨而來傳染疾病疫情的發生。中國人壽除提供重大災害保戶服務措施之外，亦配合政府防疫宣導即製作防疫宣導 EDM 進行衛教宣導，協助各地同仁了解登革熱預防相關資訊。



◆營運能源、資源管理

企業營運過程中所需之能源、資源，必須有所認知其對於環境及氣候變遷中所造成的直接及間接衝擊及影響，故本公司推動各項節能政策，如對新建築開發案訂定綠建築標章取得計畫，以達省能源、省資源、低污染之環保訴求外，亦依保養與修繕狀況更新老舊耗能設備，並持續於各工作場所推行節能措施（如：電梯依時段減台運作、外招牌燈閉時間調整、飲水機加裝定時器、公共走道及照度檢討等），並達成如下之成績：



另外，本公司也針對氣候變遷之於不動產物業可能面臨的風險施行控管，除對各自有自用建物投保火險、裝修險以及公共意外險外，並定期執行消防與防洪設備（防水閘門）等設施維護與災害演練。另為因應氣候異常（如颱風、洪水、土石流等）對建物硬體造成之損害，本公司訂有「災害緊急應變措施標準作業程序」對各房產設有緊急聯絡與回報機制，當遇災害發生時，能於最短期間掌握資訊展開應變措施，用以降低企業營運之風險。⁴

⁴有關本公司其他因應氣候變遷的節能減碳相關措施，請詳見本報告「社會共融」章節中之環境保護單元

價值鏈管理

身為金融保險業者，我們深刻瞭解到，除善盡公司內部有效治理及風險管理的責任外，企業社會責任也必須同步在產業價值鏈的各個環節中予以落實。中國人壽的企業價值鏈主要由供應商、投資對象及通路所組成。我們始終相當支持責任投資精神，並於 2014 年開始強化對供應商及投資對象的企業社會責任管理；另一方面，我們也積極與通路合作，結合我們的商品與服務，共同倡議、推動中國人壽的永續發展理念。透過上游供應商、企業的投資對象，到下游五大通路的企業價值鏈整合及合作，中國人壽期望帶動整體壽險產業之發展，乃至於對社會及環境產生實質之貢獻與價值。

企業的價值鏈

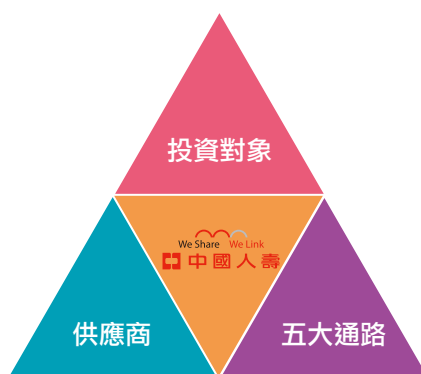
投資對象

嚴格遵循公司「投資政策及作業規範手冊」規範及風險管理原則，嚴謹掌控風險，積極創造盈餘

- 國外投資
- 國內債券
- 存款及短投
- 國內股票
- 放款-保單
- 不動產
- 放款-房貸

供應商

以工程承攬與修繕以及辦公用品與設備採購等為主，為中國人壽提供各種日常營運不可或缺的產品及服務



五大通路

依據通路特性及客戶屬性，推出差異化的商品，全面覆蓋及滿足客戶需求

- 業務員通路
- 銀行保險
- 經紀代理
- 理財服務
- 團體保險



▼ 2014 年投資對象分佈

	不動產	放款 - 保單	放款 - 房貸	國內股票	國外投資	國內債券	存款及短投
投資比例	3%	3%	0%	9%	53%	29%	3%

▼ 五大通路發展策略

通路	發展策略
業務員通路	<ul style="list-style-type: none"> ◆持續增員，擴大組織基盤：由近萬名業務同仁組成，並將持續規劃增員相關配套措施、計畫與獎勵方案，擴大業務基盤，以推動整體業務產能提升 ◆建立高質量、高產能的業務團隊，為客戶「量身訂做」保險保障規劃，並推動多幣別資產配置的保障規劃，期望透過落實在地服務，長期耕耘客戶關係
銀行保險	<ul style="list-style-type: none"> ◆主力商品類型為利變年金及利變壽險等以退休與累積資產為主的商品
經紀代理	<ul style="list-style-type: none"> ◆持續著力於推動分期繳商品，並提供多樣化商品服務，以增加公司長期業績與利潤來源 ◆積極深耕經代公司，確保業績來源的穩定性
理財服務	<ul style="list-style-type: none"> ◆直營拓展公司主力商品，全方位的售後服務，執行專業銷售以創造公司、客戶互利共益雙贏局面 ◆長期培訓優秀推展同仁，穩健擴增建立精銳的銷售部隊
團體保險	<ul style="list-style-type: none"> ◆主要針對企業客戶提供完善的團體保險規劃，以持續鞏固並擴大中國人壽在團體保險市場的領先地位為目標 ◆加強職域市場開拓及職場服務，提升客戶滿意度

責任投資

投資標的篩選

為確保我們的資產投資及運用符合股東期待並能保障保戶權益，投資部門皆必須嚴格遵循公司《投資政策及作業規範手冊》之規範及風險管理原則，期望在嚴謹掌控風險的前提下，積極創造盈餘並善盡企業社會責任。投資部門皆依循此原則進行投資，並定期出具報告，以掌握、追蹤投資標的之營運狀況。

近年來，面對日趨嚴重的環境污染、氣候變遷、能源供需等環境問題，以及惡質產業造成社會風波不斷，我們認為有必要在投資上採取更加謹慎的做法，透過更負責任的投資管理，善盡金融業的企業社會責任。

有鑑於此，我們在 2014 年修訂了現行投資政策，將責任投資原則正式納入《投資政策及作業規範手冊》中，除考量投資標的之財務表現與經營績效外，也必須依照公司治理、環境與社會三大面向，評估該投資標的產品、營業項目或其積極行為，選擇符合企業社會責任及永續經營之投資標的。

中國人壽支持超國際組織債券的投資^⑤，儘管投資此類債券收益遠低於其他銀行或公司發行之債券，但基於企業社會責任之考量，我們仍全力支持投資此類債券。中國人壽過去 5 年持有超國際組織債券比例為國外投資 11.8%；此外，我們也積極參加此類組織之法說會，展現最大熱誠與投資對象共同討論組織業務及財務狀況，並表達我們的支持。透過對這些超國際組織的投資，我們等於間接協助開發中國家的基礎建設及人民生活，其中涵蓋包括水資源、交通、能源、人權等領域。

面向	責任投資考量原則
公司治理	考量企業法規遵循、資訊透明、董監事獨立、企業社會責任報告書制定等項目；並搭配國內外具知名度或公信力之法人機構，或政府機關遴選之企業社會責任傑出名單和指數
環境	考量企業在環境保護上的落實狀況，包括：產品、材料、製程與廢棄物處理等
社會	考量企業社會服務投入與社會貢獻等項目，或產品攸關社會安全、效率提升與各產業之領導企業

2015 年，中國人壽各投資部門也將參考國內外金融業責任投資之趨勢，檢視《投資政策及作業規範手冊》中的責任投資條款是否需要修訂，以落實投資相關應盡之企業社會責任。

不動產投資與管理

針對不動產的投資與管理，為確保我們所投資的資產是對環境友善的，我們在進行不動產投資時，會考量投資標的是否具有相關節能標章或認證。在不動產租賃方面，除考量交易對象是否具有履約能力外，我們也會對承租對象進行篩選，避免八大行業或是高污染、高耗能產業。

面向	考量原則
投資	考量投資標的是否具有相關節能標章或認證
租賃	除履約能力外，避免八大行業或高污染、高耗能產業

2014 年共有兩件重要不動產交易案。中國人壽在 2014 年 9 月新購入高雄明誠大樓房產，預計做為分公司及通訊處使用。此外，我們於 2013 年得標取得台北學苑 70 年地上權後，也於 2014 年展開中國人壽金融大樓相關規劃作業，本新建工程將採黃金級綠建築標章規格進行相關規劃設計，預估落成使用時，本新建工程不僅係「省能源、省資源、低污染」之建築物，更為兼具「生態、節能、減廢、健康」的企業總部大樓。

^⑤ 超國際組織係由多個國家共同成立的非營利性組織，宗旨為協助開發中國家基礎建設、改善人民生活等。這些超國際組織因為擁有多個國家資本金支持，信評良好，大多為 AAA 信評，因此籌資成本也較低，然而投資該組織發行債券的收益遠低於其他銀行或公司發行的債券。

供應鏈管理

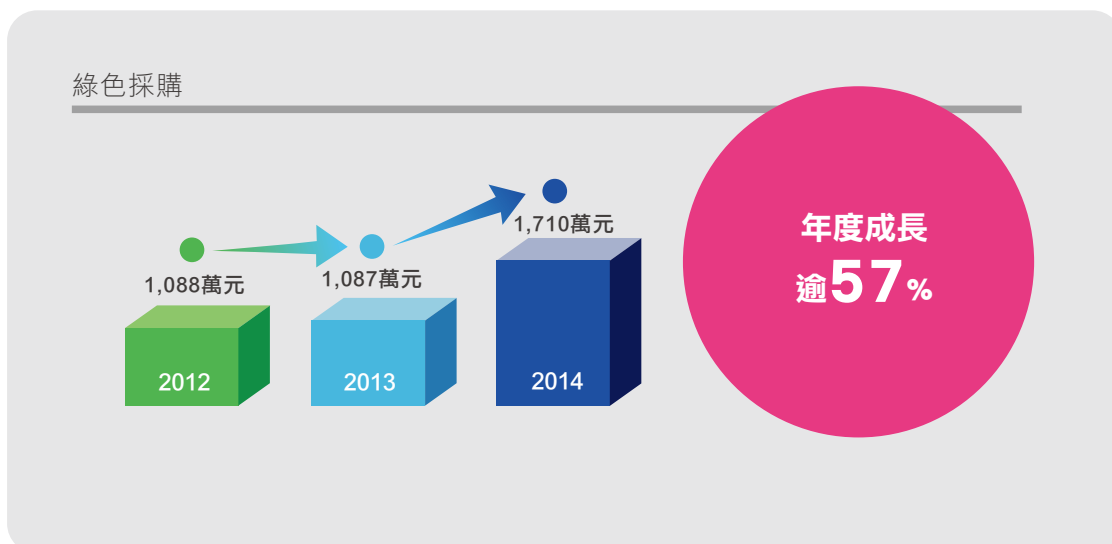
目前主要供應商體系來自於辦公用品與設備、勞務類以及營繕工程等三大類；依循本公司訂定的供應商及相關採購規範，落實供應鏈管理，以公平、公正、公開的方式遴選廠商，並經由公開議價、簽約、進度討論、驗收作業與履約管理等程序及方式，積極管理供應商的供貨品質、交期與價格。倘有涉及勞工安全衛生法規等相關法律之規定，應無條件遵守本公司所制訂相關之承攬商安全衛生及環境管理辦法。我們亦在投標須知與承攬合約中，明訂要求供應商不得使用含有環保署公告之毒性化學物質與危害人體之危險因子的材料，且必須符合環保標章規格標準及無毒害等特性，確保承攬商遵循相關環境與健康規範。另外，我們一直將供應商視為合作夥伴，為確保供應鏈穩定性、長期經營與生產在地化，在地供應商達 99%，未來亦將持續強化在地採購的比例。

辦公用品與設備採購：落實綠色採購

在供應商選擇上，我們積極落實綠色採購原則，並盡量採用在地的供應商，以減少日常採購對環境與社會造成的衝擊。採取階段性實施供應商的綠色採購，2014 年以辦公用品與設備採購為範疇，指定項目包含個人電腦、螢幕、Notebook、家電及車輛等，並依據行政院環保署核定之環保標章品項進行指定項目採購，以符合低污染、可回收、省資源之環保實質意義。2014 年辦公用品與設備採購類中上述指定項目的綠色採購實施結果，綠色採購金額為 1,710 萬元，較 2013 年度成長逾 57%，指定項目的綠色採購達成率為 94%。2015 年將持續增加綠色採購指定項目，並整體檢視與擬定中國人壽供應商管理與採購的政策，除了考量設備的綠色採購外，也考量擴及工程與勞務等綠色採購。



此外，我們於 2014 年共針對 44 家主要供應商進行環境與社會績效調查，已舉辦各項節能減碳活動的供應商共計有 34 家（達 77%），而已採用環境管理或各項相關 ISO 認證者共計有 5 家（達 11%）；未來我們將會持續追蹤供應商的環境及社會績效表現。



中國人壽綠色採購原則	
	<p>在採購時依循以下原則選擇供應商：</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆採購前考慮產品是否需要
1	<ul style="list-style-type: none"> ◆採購時考慮產品生命週期對環境的各種衝擊，並注意產品使用後是否妥善廢棄處理 ◆選擇用心照顧環境的供應商 ◆收集產品及供應商的環境資訊
2	優先採購環保署認定的環保、節能、省水等標章產品或服務，減少使用對環境有毒、有害之材料
3	汰換電源耗能效率差的資訊設備以增加能源使用效率
4	提倡設備有效使用、報廢處理與再利用等三大策略
5	於採購合約中，明訂要求供應商提供符合環保、安全或衛生等議題的產品或服務，以符合公司治理評鑑指標之認定

營繕工程採購：確保品質與安全性

在營繕工程供應商的選擇上，為確保工程品質及安全性，我們規範每年至少應更新 10% 合格廠商。2014 年我們在原合計 64 家的合格廠商中，共篩選、剔除 16 家，並另提報新增核可的 36 家廠商。所有核可廠商皆須簽署「承攬商安全衛生契約」、「承攬商遵守安全衛生及環境管理承諾書」、「承攬商施工安全衛生通知單」及「承攬商違反安全衛生契約罰則」等文件，確保其服務品質，未簽署者將列為拒絕往來廠商。

未來目標

為更有系統地落實供應鏈的企業社會責任管理，並在供應商選擇上建立法規遵循、環境評估、勞工實務、人權評估及社會衝擊等篩選標準，我們計劃於 2015 年在採購合約中正式增訂《企業社會責任及誠信經營條款》，只要與我們交易且訂有採購合約的廠商，皆必須遵循企業社會責任及誠信經營原則，包括確實遵守環境保護、各項勞動條件、勞工安全衛生與勞動人權等相關法規。

此外，我們也計劃在於 2015 年制訂並公告《供應商企業社會責任辦法》，並據此要求供應商承諾，從第一年度至少要求 20% 合約廠商達成，每年透過文件或召開供應商企業社會責任宣導會議等方式，逐步提高比例。

利害關係人議合

中國人壽的企業社會責任委員會參照 AA1000 之利害關係人議合標準（AA1000 Stakeholder Engagement Standard），鑑別對我們而言最關鍵的利害關係人。

鑑別過程係根據「依賴程度」、「影響力」、「關注程度」、「責任」及「多元觀點」五個面向作為判斷標準，由委員會轄下各相關部門進行內部評估，最後再依照評分、權重多寡經過整合後，篩選出九大類主要利害關係人。各利害關係人的溝通管道和本年度的溝通績效彙整如下表。

我們未來將會持續針對不同對象及其所關切的永續發展議題，落實實質利害關係人溝通，確實聆聽利害關係人對中國人壽永續發展策略及方向的寶貴意見，以利我們積極回應並透明揭露公司的企業社會責任表現。

利害關係人溝通管道與績效

利害關係人	溝通管道	2014 年重要溝通績效	對應章節
股東投資人	<ul style="list-style-type: none"> ◆舉辦法人說明會 1 場，並參與 12 場公開說明會，包括 2 場國內與 10 場海外說明會 ◆每年 1 次股東會 ◆共進行逾 150 場 1 對 1 會面或團體會議 ◆以投資人關係處做為專責溝通單位 ◆官網設置中英文版投資人關係專區 ◆不定期參加海內外說明會及路演（roadshow） 	<ul style="list-style-type: none"> ◆外資持股比例超過 5 成 ◆2014 年度與逾 200 位投資人會面 ◆股東會超過 65% 以上外資股東參與投票，其中 6 成以上對各個議案投贊成票 ◆主動寄發共 12 篇英文版新聞稿給外資股東，其他股東會訊息也同步提供英文版 ◆自 2014 年半年報開始，各季財務報告於法令規定申報期限 15 天前完成公告，為壽險業與金控公司首例。另 2014 年度財務報告亦較法定期限提前 1 個月，於會計年度結束後 2 個月內公布，可有效協助投資人及時取得充分資訊，已達全球先進國家的標準。 	經營治理
保戶	<ul style="list-style-type: none"> ◆提供 0800-098-889 免費客服專線、企網服務信箱、書面郵寄或傳真等客服及客訴管道，由專責單位進行日常溝通 ◆透過各地服務櫃檯與保戶面對面溝通 ◆每月發佈 1 次保戶電子報 ◆其他外部溝通管道包括：主管機關、財團法人金融消費評議中心、各地縣市政府消保官、民意代表等 	<ul style="list-style-type: none"> ◆2014 年開始進行客戶滿意度電話調查 ◆保險局公布申訴綜合評分之非理賠申訴率、理賠申訴率及申訴平均處理天數逐年降低，總排名業界第 8，為近年最佳成績 ◆向財團法人金融消費評議中心申請評議的案件數量逐年減少，自 2012 年 264 件降至 2014 年 171 件 	產品責任

利害關係人	溝通管道	2014 年重要溝通績效	對應章節
員工	<ul style="list-style-type: none"> ◆每季定期舉辦勞資會議 ◆規劃多元化教育訓練及課程 ◆建置員工意見反應信箱 ◆每月發行 1 次「員工園地」內部刊物 ◆線上溝通管道包括：「菁英行動網」數位互動平台、「i-Link APP」與「hiBox 電子郵件信箱」 ◆以人力資源部及業務單位（如業務行政、業務訓練等）做為專責溝通單位 	<ul style="list-style-type: none"> ◆共舉辦 4 次勞資會議，針對延長工時、女性夜間工作保護、性騷擾申訴與防範、勞工健康檢查、重大營運變化預告、勞工安全衛生委員會勞方代表指派等議題進行討論 ◆接獲內勤員工的申訴案件僅 1 件，外勤員工 1 件，皆於溝通後解決 	人才培育
主管機關	<ul style="list-style-type: none"> ◆專責單位透過電子郵件、公函或會議進行日常聯繫 ◆依規範主動、按時揭露或申報公司治理及企業社會責任等相關資訊 ◆主動至金管會保險局報告公司重大事項之申請案 ◆每年 2 次至金管會保險局簡報大陸地區參股公司之經營狀況 	<ul style="list-style-type: none"> ◆參與壽險公會組成之法制研究小組，將現行商品面、業務面及資金運用面之法令有不合宜或存廢情形，彙報予主管機關，並提出建議 ◆針對公司之重大事項（如股利之發放）在進行正式審查前，至主管機關進行報告，以讓主管機關更清楚了解中壽的業務與財務狀況以加速案件核准 ◆透過簡報參股公司之經營狀況，向主管機關說明國內保險業在大陸地區之現況、大陸地區的相關法令及保險業務發展情形，並提出相關建議 	經營治理
供應商 / 承攬商	<ul style="list-style-type: none"> ◆由總務及不動產部門做為專責單位，進行日常溝通 ◆要求供應商簽署環安衛相關合約 	<ul style="list-style-type: none"> ◆針對 44 家財物類供應商進行環境面管理方針調查 ◆汰換 16 家、新增 36 家營繕工程類供應商，下一年度合格廠商增至 84 家 	經營治理
媒體	<ul style="list-style-type: none"> ◆不定期舉辦記者會、發佈公司新聞稿 ◆以公共關係部做為專責單位，透過電子郵件、電話、媒體餐敘等進行日常溝通 	<ul style="list-style-type: none"> ◆2014 年共舉辦 3 場公開媒體活動 ◆發新聞稿 93 篇，截至 12/31 主動發稿創造之媒體聲量已達 1,230 則，正面報導佔比 98% ◆以壽險顧問角色，提供民眾保險保障相關知識，促進社會風險管理意識 ◆媒體對中壽公關部之專業度、細膩度、周到與發稿量普遍給予正面評價 	社會共融
公益團體 NGO	<ul style="list-style-type: none"> ◆公益計劃合作 ◆全體同仁參與志工活動 	<ul style="list-style-type: none"> ◆主動舉辦公益活動共計 24 場 ◆積極參與公部門相關公益活動 	社會共融
合作通路	<ul style="list-style-type: none"> ◆各專責單位以電子郵件、電話或會議保持日常聯繫 	<ul style="list-style-type: none"> ◆廣邀各合作通路響應中壽微型保險方案，發揮價值鏈影響力 	產品責任
投資對象	<ul style="list-style-type: none"> ◆積極參加投資對象股東會或臨時會 ◆以電話、親訪等方式保持日常聯繫 	<ul style="list-style-type: none"> ◆2014 年以電子投票或親自出席股東會之投資對象共 68 家 	經營治理

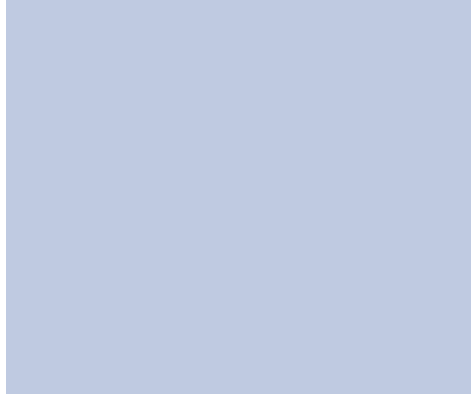
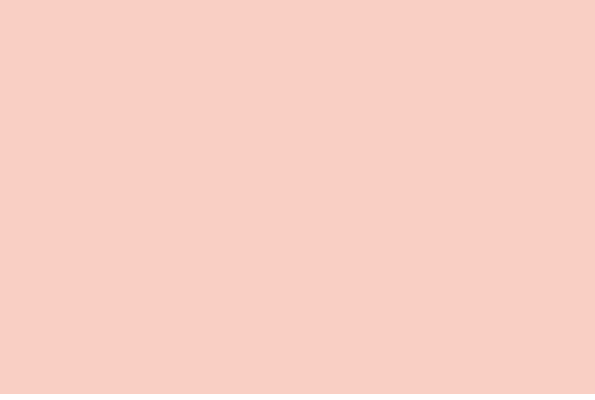
在外部公協會及重大永續發展倡議的參與及響應上，除了積極參與保險與金融業相關的產業公會，與同業、學術界及主管機關保持良好的交流及互動外，我們也主動響應政府各項政策，包括有關金融犯罪防治之政策，以及環境面的節能減碳政策等。在國際倡議響應上，我們也密切了解並關注聯合國責任投資原則（Principles for Responsible Investment, PRI）的最新發展，以做為公司投資政策修訂上的參考。

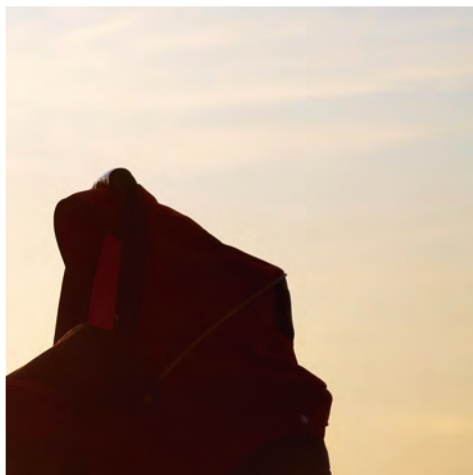
此外，我們於 2011 年贊助國立政治大學商學院成立「風險與保險研究中心」，並於每年持續捐助。除了促進學術界與實務界的交流之外，此中心的運作亦對保險商品的創新研發，乃至於國內保險業的整體發展有所助益。中國人壽王銘陽董事長、許東敏執行副總、黃之寧副總目前也擔任該中心的專業諮詢委員。

• 公協會參與狀況

公協會名稱	扮演角色
中華民國精算學會	會員
中華民國人壽保險商業同業公會	會員
財團法人保險事業發展中心	會員
財團法人保險犯罪防制中心	會員
中華民國人壽保險管理學會	會員
國際壽險管理協會	會員
中美經濟合作策進會	會員
國際商會中華民國總會	會員
台灣理財顧問認證協會	會員
財團法人金融聯合徵信中心	會員
政治大學風險與保險研究中心	贊助單位、專業諮詢委員







Chapter2

產品社會責任 -- 創造保戶價值

Products Social Responsibility

2015 年目標

- 規劃支持**社會企業**發展的團保產品
- 全力推動**微型保險**，提供超過 500 人獲得保障
- 導入 **ISO27001** 國際認證，強化資訊安全
- 推動**關懷弱勢長者**，提供保戶服務相關申請到府送件、到府協助辦理理賠等貼心服務
- **擴大各服務管道客戶滿意度調查**，做為提供優質服務之重要參考資料



保險是長期承諾的商品，但由於風險發生的不確定性，保戶購買我們的產品及服務，其價值經常在未來才能顯現，因此我們必須對產品負責，藉此培養保戶對公司的長期信任，讓中國人壽成為廣為人知且受人信賴的保險品牌。

為滿足保戶人生不同階段的需求，我們除了提供多元產品供保戶選擇外，也因應人口、社會及經濟結構的變化，開發醫療、長期照顧等產品，以及多樣貼心的售後服務；我們於 2014 年正式推出微型保險，且為發揮價值鏈影響力，開創壽險業風氣之先，邀請行銷合作伙伴、客戶及非營利組織攜手共同推廣。在業務員行銷溝通、個人資料處理、保戶申訴處理及詐欺防制等環節，我們也建立標準流程及規範，確保保戶權益不受侵害。

產品組合

從出生到老年，提供保戶生、老、病、死等各類型的保障需求，一直是我們努力的經營方向。台灣已逐漸步入高齡化社會，生活品質與醫療照護持續進步，使得國人平均壽命增加，個人退休準備與人口老化面臨的長期照護及醫療需求因此更加受到社會大眾重視。另一方面，國際金融平台的開放與合作也使多元資產配置成為趨勢。

有鑑於此，我們擬以下列多元化的商品滿足保戶不同需求：

- ◆ 推動多幣別保單配置，符合全方位保險與退休理財規劃。
- ◆ 以定期定額、長期持有、時間複利累積財富概念，提供保戶長期的壽險保障，同時滿足保戶保險理財需求。
- ◆ 針對人口老化趨勢，提供保單活化服務，可將過去特定壽險保單轉換為年金險，協助國人經營退休規劃，亦持續關注醫療保障、長期照護等市場。
- ◆ 關注社會弱勢族群，邀請行銷通路合作伙伴、保戶及非營利組織等攜手推動微型保單，整合產品、通路及服務三個面向，提供弱勢民眾及特定身分族群完整保障。



2014 年重大績效

- 正式推出微型保險，並**領先同業**偕同各通路共同推廣
- **滿意度調查**結果**平均分數達 4.76 分**（滿分 5 分）
- 財團法人金融消費評議中心申請評議的案件處理天數下降 6 天，平均可於 **1 日內**完成處理
- 領先業界，與政昇藥局**獨家**合作推出「**藥師到府健康照護服務**」獨家服務

▼ 中國人壽商品與服務一覽

保戶類型	需求	中國人壽提供的商品與服務
 兒童／學生（24 歲以下）	<ul style="list-style-type: none"> · 人身基本保險 · 基本壽險保障 	<ul style="list-style-type: none"> · 投資型保險 · 意外險 · 醫療保險
 社會新鮮人（25-34 歲）	<ul style="list-style-type: none"> · 保障規劃 · 小額資產規劃 	<ul style="list-style-type: none"> · 低費率、高保障定期壽險 · 增額型終身壽險 · 投資型保險 · 意外險 · 醫療保險
 父母（35-44 歲）	<ul style="list-style-type: none"> · 保障規劃／投資規劃／貸款 · 資產規劃／子女教育基金 	<ul style="list-style-type: none"> · 利率變動型終身壽險 · 增額型終身壽險 · 投資型保險 · 醫療保險
 中高齡／中壯年／子女結婚（45-64 歲）	<ul style="list-style-type: none"> · 退休規劃／財富規劃／財富移轉 · 資產規劃／子女創業基金 	<ul style="list-style-type: none"> · 利率變動型終身壽險 · 增額型終身壽險 · 投資型保險 · 醫療險 · 年金保險
 退休（65 歲以上）	<ul style="list-style-type: none"> · 財富移轉／醫療／長期看顧 · 即期年金／資產規劃／投資 	<ul style="list-style-type: none"> · 年金保險 · 醫療險、長期照顧保險 · 保單活化
 海外旅遊遊客	<ul style="list-style-type: none"> · 旅遊風險避險 	<ul style="list-style-type: none"> · 旅遊平安險
 經濟弱勢族群	<ul style="list-style-type: none"> · 人身基本保險 	<ul style="list-style-type: none"> · 微型傷害保險

溝通與行銷

中國人壽於商品設計、審查及準備銷售程序，均依『保險商品銷售前程序作業準則』及相關規定辦理。且各項銷售商品均需檢送相關文件至主管機關或其指定機構完成審查程序。

我們所提供的商品與服務皆針對目標客戶族群之需求規劃，再交由專業精算人員依相關法令規範及公平性原則，進行商品設計開發，並充分考量合理性且兼顧公司各項經營成本，期待以「誠信、專業、穩健」的經營態度，提供保戶最適切安心的保險商品，確實保障保戶權益。



除此之外，我們也向保戶與主管機關充分揭露商品的各項資訊，包括在公司網站的商品專區公告，及提供相關文件及其電子檔予主管機關或其指定機構建置於公開的網路保險資料庫，以利大眾皆能清楚了解公司的商品內容。

在資訊呈現上，我們力求淺顯易懂，使商品資訊易於理解，提升保戶對商品的掌握度。我們的商品簡介中，皆會以顯著字體及鮮明顏色標示警語及注意事項，提醒消費者務必詳加閱讀保單條款內各項權利義務。

行銷溝通相關教育訓練與績效

課程:業務招攬處理
制度及程序
開設梯次:73

100%
各職級業務人員
完訓率

課程:金融消費者保
護法訓練
開設梯次:59

課程:個人資料保護
法訓練
開設梯次:59

在業務人員行銷規範上，我們配合主管機關法令規範及風險控管原則的最新要求即時修訂《業務招攬處理制度及程序》，並透過網站公告、會議宣達、教育訓練等方式傳達給業務同仁，以強化正確行銷觀念，確保服務品質及適法性。我們也要求每位業務人員於執行業務時，嚴格遵守保險業及消費者保護相關法令規範，業務人員每年皆必須完成業務品質與法令遵循課程，以提升銷售品質。

為落實公司及主管機關業務行銷相關規範，我們每年固定針對各地區業務主管同仁安排「業務招攬處理制度及程序」之必修教育訓練課程。此外，我們每季也會定期至通訊處實地查核，以確保業務人員行銷行為符合規範。有效宣導的結果，使我們在 2014 年的保險業務上，未有遭主管機關裁罰之案件。

除了銷售簡介、商品說明書及保險條款等傳統銷售媒介之外，我們也研發專門提供予業務員使用的數位平台，包括推出 iLink APP 及 iShare APP，用於公司訊息推播、客戶及保單資料即時查詢、線上學習（e-learning）、商品文宣及手冊行銷展示等。藉由 iLink APP，業務員得以在第一時間掌握公司內部推播訊息，以手機即時查詢客戶及保單資訊，並能參與內部線上課程，透過 iShare APP，使業務員毋需印製及攜厚重文件進行行銷推廣，可以採互動性較高及更加活潑視覺化的媒體運用向客戶說明保障內容，不僅減輕業務員負擔、加強環境保護亦提升整體行銷溝通服務。

另一方面，為替全體保戶權益把關，我們於 2013 年 5 月起針對業務人員整體招攬及售後服務品質進行檢視，並進行差異化分級管理，同時透過定期稽核及表揚優質人員等方式，提升業務人員銷售及服務品質。2014 年第 3 季追蹤結果，應受特別輔導的業務人員中，有近 8 成業務人員已有具體改善。



創新與開發

台灣人口結構正逐漸改變，為滿足社會新興的保險需求，我們密切關注市場最新動態，持續開發不同類型的商品，以滿足保戶多元需求。我們認為未來保險商品創新開發的市場，在於如何因應人口結構老化及少子化的趨勢，及前述趨勢對保戶乃至於整體社會所帶來的潛在衝擊，如：退休生活準備及老年醫療照護等。

針對此高齡社會的需求缺口，我們已推出終身醫療、長期照顧、人身保障及退休等涵蓋不同面向的保險商品，協助保戶因應高齡化社會產生的保險缺口，滿足諸如住院、手術、防癌、特定傷病、長期照顧、退休安養等多元化需求。同時我們也積極響應主管機關政策，提供「功能性契約轉換」（即保單活化）的服務，協助保戶優化退休生活。

傳統型商品

我們觀察到保戶對外幣資產的需求持續增強，因此積極開發多幣別資產配置工具，除持續推出美元、澳幣等保險商品外，也於2014年推出以人民幣計價的保險商品。

投資型商品

為使保戶能執行有效率的投資，中國人壽於投資型商品中增加母子標的自動機制，提供如自動轉換、自動停利、自動停損及自動加碼之四大自動功能，由保戶自行選擇設定，克服人性弱點，執行有紀律的投資，減低投資波動的影響，讓保戶能夠穩健地累積資產。

此外，我們也積極思考，關注未來高齡化社會型態議題，協助保戶規劃退休安養，提供完整醫療照護商品，滿足老年生活保障需求等服務，並規劃注入健康生活元素，面對人口結構改變帶來的衝擊，以期保戶能樂活終老。未來中國人壽的商品開發策略，將維持既有腳步，在風險管理的基礎下，持續關注市場最新趨勢及動態，開發符合消費者期待、滿足保戶保障的商品。

推動微型保險

除人口結構改變外，我們也觀察到日益擴大的貧富差距對經濟弱勢族群造成的衝擊。僅依靠政府社會保險補助的經濟弱勢族群，享有的人身保障明顯不足，為使這些族群或具特定身份的民眾能享有基本保險，中國人壽積極配合政府政策，於2014年針對經濟資源稀缺的弱勢族群，推出低保費、低保額、簡單易懂的微型保險商品—「中國人壽微型傷害保險」及「中國人壽集體微型傷害保險」，以經濟弱勢族群可負擔之保費，提供基本的意外身故及意外殘廢保障，避免突發事故對家庭經濟造成的嚴重衝擊。

為確實幫助有需求缺口的族群，擴大微型保險綜效，我們也已邀請銀行、證券、經紀代理等通路合作伙伴，以及社福團體等參與推廣，共同推動中國人壽的微型保險商品。此外，我們亦規劃投入新台幣 150 萬元透過捐贈予非營利組織，由其為符合條件的弱勢家庭或個案代理投保微型保險商品，2014 年與財團法人勵馨社會福利基金會展開首波合作，2015 年我們已計劃與中華社會福利聯合勸募協會合作，預計超過 500 人可獲得保障。預計未來 5 年將與更多社福機構合作，讓更多弱勢民眾、家庭因此受惠。

2014 年 12 月 13 日，中國人壽與勵馨基金會合作舉辦集體投保說明會，提供派員駐點服務。當天我們協助 24 位該基金會輔導的個案投保集體微型保險商品，現已均核保通過並完成發單作業。我們未來將根據與個案的互動情況及新契約、保服等相關作業流程進行討論與改善，期使後續服務場次更加順利。



客戶關係

客戶關係維繫是提升既有保戶信賴度及吸引潛在客戶的關鍵。有鑑於此，我們不僅透過持續強化售後服務，提升客戶忠誠及滿意度，更重視保戶的意見回饋，定期進行客戶滿意度調查，並積極回應客戶申訴，據此優化及改善服務流程與內容。此外，在緊急災難發生時，我們也提供應變方案，藉由各種融通及救助服務，協助保戶度過難關。



客戶服務及滿意度

為盡可能照顧到每一位保戶的需求，除提供多元化的保險商品供保戶選擇外，我們也積極提升售後服務，使保戶在承保、續約、理賠等環節上更加便利。

特約醫療機構合作

- 簽約醫療機構1,174家，為同業中最多者
- 享有服務資格保戶數量1,911,836人

藥師到府服務

服務宗旨在提升保戶服務品質，協助弱勢及偏遠地區保戶減少交通及行動不便帶來的醫療問題及困擾，藉由滿足行動不便及弱勢保戶的就醫需求，填補社會醫療資源缺口，進而維繫客戶關係、提升保戶對中國人壽的忠誠度

癌症諮詢服務

- 享有尊榮卡服務資格保戶共計250人
- 申請車馬費補助者11人

因應高齡化人口趨勢，我們與全國各地具有優良信譽的醫療機構合作，提供保戶專屬醫療服務，並結合當地之社區診所，引導保戶就近診療，以「小病小醫」減少醫療資源浪費。我們也已推出特約機構APP查詢及行動GPS導航功能，方便業務人員為保戶查詢醫療據點並就近利用。

2015年，我們規劃針對65歲以上的弱勢保戶提供關懷服務措施，包含「保戶服務相關申請到府收件及送件」、「到府協助辦理理賠」及「專人派送理賠金」等貼心理賠服務，申請理賠的同時，保戶可選擇匯款，亦得選擇由專屬服務人員親送理賠支票至家中轉交保戶。

此外，中國人壽更於2014年領先業界，與政昇藥局獨家合作推出「藥師到府健康照護服務」，針對保戶及其家屬中有領取連續處方箋藥品需求者，由藥師親送至指定地點，毋需再至醫院排隊；並提供24小時用藥諮詢、健檢報告分析、家庭用藥及保健食品使用建議，以及即時數位用藥資訊提供、出院關懷及長照諮詢服務等。2015年，我們計劃於保戶電子報內增加長照資訊，提供保戶長期照顧相關指引。

癌症的第二醫療意見（Second Opinion）在癌症治療過程對病患有極大幫助，且為減輕疑似罹癌病患的憂慮，我們也與癌症專門醫療機構—和信醫院合作，針對疑似罹患癌症的長年期個人險保戶提供再次病因確認及治療方式的諮詢建議，依保戶居住地提供金額不等的車馬費補助，以及日後診療所需自付金額優惠，為保戶節省醫療負擔。該項服務時間已超過十年，為業界提供癌症第二醫療意見諮詢服務的先行者之一。

凡投保個人有效保單且年繳總保費新臺幣 12,000 元（含）以上或投保旅行平安保險的保戶在海外發生急需救助情況，可電話聯絡海外緊急救援組織在全世界的分支機構，請求緊急醫療轉送、緊急轉送回國或代墊醫療費用及住院保證金等服務。

為提升並確保客服人員線上服務品質，我們的電話服務中心自 2014 年起，開始以電話回撥方式進行客戶滿意度調查，訪問對象包括要保人、被保人、業務員及銀行理專四類，調查對於客服人員「服務熱忱」及「線上整體表現」之滿意度，全年度完成 908 份有效問卷，電話調查結果之平均成績為 4.76 分（滿分為 5 分）。此外，電話服務中心也於 2014 年舉辦「蘋果光活動」來蒐集保戶讚美聲音及服務楷模票選等活動，表揚優質服務同仁及其事蹟，創造為客戶著想的企業文化。2015 年電話服務中心將持續擴大滿意度調查規模，以完成 1,500 份有效問卷為目標。

客訴處理

為妥善處理客戶申訴案件，我們訂有完善的客訴處理程序，並提供多元申訴管道，由專人負責處理客訴案件，以瞭解並回應客戶的問題。

一旦接獲客戶申訴案件，我們會即刻指派專人處理，處理時間自受理申訴案件日起算 30 日內，若須延長處理時間，則將以電話、手機簡訊或書面通知申訴人。申訴處理完畢後，我們也將以專函、電話或其他方式將處理結果通知申訴人。

我們的申訴處理標準作業流程如下：

客戶申訴管道



各地客戶服務中心



0800客戶服務專線 0800-098-889



電子郵件服務信箱 services@chinalife.com.tw



官方網站留言



書面郵寄:105台北市松山區敦化北路122號11樓
客戶申訴部



傳真 02-87121097



外部申訴管道：如主管機關、財團法人金融消費評議中心、各地縣市政府消保官、民意代表等



受理申訴



專人服務



案件處理



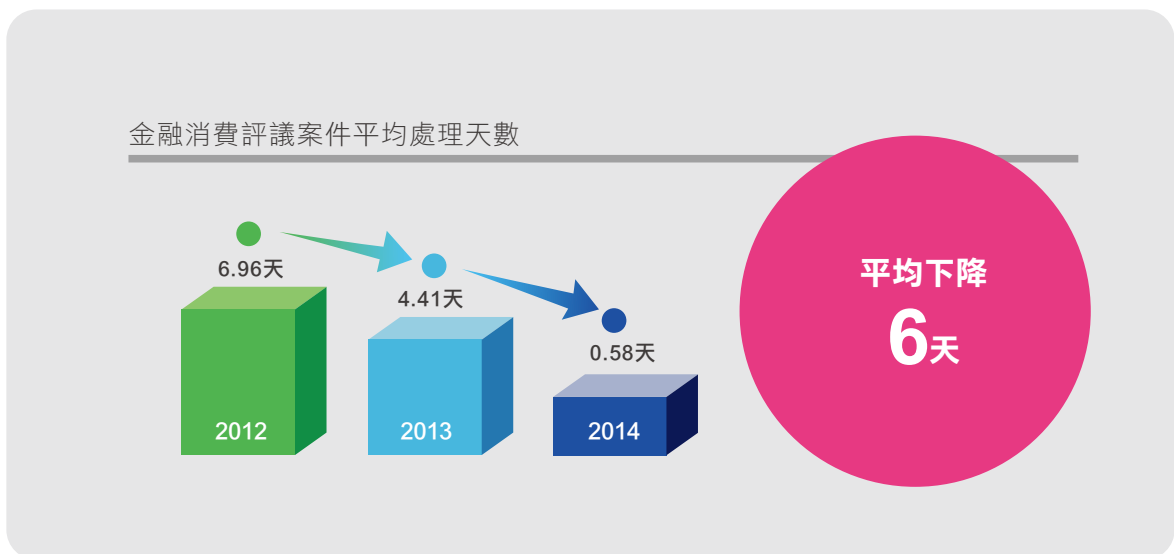
回覆申訴人

中國人壽於 2013 年起每週定期召開跨部門申訴案件會議，由客訴單位副總級主管親自主持會議，參加部門包括售後服務、客服中心、法務、商品發展、業務品質控管及作業管理等相關單位主管，藉由討論客訴案件處理方式，檢視各項服務品質及作業流程，同時將處理客訴案件所發現的問題以及金融消費評議中心之案件見解回饋給相關單位參考、宣導或改善。為促使業務主管單位就業務員之教育訓練及規範更趨嚴謹、促進售後服務單位就保戶服務、理賠等各項業務之規劃與執行，在遵守保險契約約定及維護全體保戶權益之前提下，持續朝有利保戶之方向處理，如隨醫療技術之進步適度調整理賠尺度、延長信用卡有效期限以增加保費扣款之成功率等，各客服單位加強同仁有關保險專業及保戶服務各項專業訓練以提升服務品質，減少爭議案件發生。

2013 年已回饋各相關單位共 50 個案件類型，2014 年更回饋逾 100 個類型，前三大類別為理賠類、業務品質控管類及保戶服務類。為降低同類型申訴再次發生機率，相關單位並將各類型爭議案件製作成宣導教案，以加強業務同仁招攬品質、調整繳費通知單內容，以及於送金單上增列警語等方式保障客戶權益，進而減少爭議，並推動疑似保險詐欺犯罪之異常理賠案件管理，藉此降低公司風險，維護保險制度公平。

為進一步提升各單位對客戶申訴案件之重視，各申訴相關單位自 2013 年起已將申訴案件件數或處理時效列入部門關鍵績效考核指標，於每季定期追蹤達成狀況。若有績效未符合目標者，必須向客訴單位提出說明及改善方案，並應定期回報執行進度直至改善完成；自推動本案以來，達成部門比率已由實施初期之近 6 成，提高至逾 90% 之部門可達成設定目標，同時為落實金管會要求加強保護消費者政策，我們每年仍持續調高相關單位之申訴考核指標以確保保戶權益。

妥善處理客戶申訴的結果，2014 年我們整體申訴案件數量與向財團法人金融消費評議中心申請評議的案件數量及比率較過去 2 年顯著降低，而平均處理天數也大幅下降，自 2012 的平均處理天數 6.96 天，下降至 2014 年的 0.58 天。2014 年僅有 171 件申請評議案件產生，其中理賠客訴案件共 137 件，非理賠申訴案件共計 34 件。



▼財團法人金融消費評議中心評議案件相關統計

年度	件數	簽單契約總件數	評議比率	平均處理天數
2012	264	12,342,909	0.21388799	6.96
2013	253	14,910,713	0.16967666	4.41
2014	171	15,184,904	0.11261184	0.58

註：評議比率 = (評議件數 / 簽單契約總件數) * 10,000

根據保險局申訴綜合評分相關數據，我們近 3 年在申訴處理與回應效率上也有大幅度進步，2014 年業界排名達第 8 名，為近年最佳。

▼保險局申訴綜合評分績效統計

年度	非理賠申訴率	理賠申訴率	平均處理天數	業界排名
2012	0.0559	1.5222	7.08	19
2013	0.0131	0.6746	4.40	15
2014	0.0049	0.3913	0.75	8

註：非理賠申訴率 = (當期非理賠評議件數權值 / 當期期末有效契約件數) * 10,000

理賠申訴率 = (當期理賠評議件數權值 / 當期理賠總件數) * 10,000

我們未來將持續於每週召開跨部門申訴案件會議，透過會議協助檢視作業風險及改善整體服務水準，並加強案例研討、宣導及教育訓練，避免類似案件重複發生。我們也參考過去評議案件的處理經驗，於保戶申訴初期即儘速和解妥處，以避免後續爭議。

此外，電話服務中心也定期蒐集、分類並回饋客戶建議事項，提供給相關部門做為日後改善及規劃之參考，2014 年共如實紀錄 1,085 個客戶意見。



緊急災難救助

天然災害或意外事故可能對保險業的營運造成直接衝擊，對保戶生活及其周遭社區與環境而言，也可能產生工作中斷、傷殘及家園破壞等嚴重影響。2014 年，台灣經歷了麥德姆及鳳凰颱風等天然災害侵襲；同年 7 月的澎湖復興空難，以及高雄市前鎮區與苓雅區多起石化管線氣爆事件，更造成周遭社區程度不等的災情。

中國人壽並未在這些災難事故中缺席，我們於第一時間即成立「重大事故保戶服務專屬櫃檯」，提出多項災區保戶救助方案，協助災民渡過財務困境並重建家園。我們的緊急救助方案包括「快速理賠」、「保費緩收」、「保單貸款優惠措施」、「災區保戶免費補發保單」及「房貸紓困措施」等，透過貼心、快速且便利的服務，協助保戶度過難關。

緊急救助方案	說明	2014 年救助案例
快速理賠	保險事故一經確認，得不經受益人提出理賠申請，即主動優先處理給付相關事宜	<p>高雄氣爆及復興空難二件重大事故，均開設單一服務櫃檯並提供專責聯絡窗口，主動拜訪慰問受難者及家屬，啟動快速理賠服務機制，確認受難者及受益人身分後，立即給付保險金，待事故處理告一段落後再聯絡受益人處理相關文書作業。</p> <p>◆高雄氣爆 確認罹難者有 4 位為中國人壽保戶，於確認身分後的次 1 個工作天內且不待備齊申請文件，我們即給付理賠金，此事故整體理賠金額合計約新臺幣 470 萬元</p> <p>◆復興空難 確認共 10 位罹難者為中國人壽保戶，於確認身分後的次 1 個工作天內且不待備齊申請文件，我們即給付理賠金，此事故整體理賠金額合計約新臺幣 3,100 萬元</p>
保費緩收	可透過業務員或至各地客服中心提出申請，或向 0800 客戶服務專線諮詢申請方式，即可將保費緩收期限延長至應繳日起算之 3~6 個月內	<p>◆高雄氣爆 申請保費緩收延長為 6 個月之保單，共計 16 件，緩收保費共計新臺幣 185,279 元</p>
確保單貸款優惠措施	受災期間保單貸款免息優惠	<p>◆高雄氣爆 共計 6 件申請，優惠金額合計新臺幣 1,297,000 元</p>
災區保戶免費補發保單	免費申請補發保險單	無保戶提出申請
房貸紓困措施	受災房貸客戶，檢附證明文件可申請本金緩繳	無保戶提出申請

個人資料保護

除提供符合保戶需求的商品與服務外，我們在作業流程的每個環節，也以謹慎的態度處理保戶之個人資料，確保客戶的個人資料能受到妥善保護，且尊重客戶個人隱私。

因應主管機關《個人資料保護法》及《金融監督管理委員會指定非公務機關個人資料檔案安全維護辦法》，中國人壽亦特別訂定本公司《個人資料檔案安全維護計畫及業務終止後個人資料處理方法》，並要求各個資料管理部門訂定《個人資料檔案安全維護計畫及業務終止後個人資料處理方法細部規則》，要求每位同仁遵循公司及主管機關的個人資料保護目標，依法蒐集、處理及利用個人資料，並做為業務及內勤人員日常操作的依據，為保戶的隱私及公司的資產把關。

另中國人壽訂有《個資事故應變、通報及預防管理辦法》、《可攜式資訊設備與儲存媒體管理辦法》等個人資料保護管理辦法，並於日常工作中不定期透過電子郵件及數位學習平台 e-learning，向同仁宣導資訊安全的重要性。2014 年度並無侵犯客戶隱私權或個資外洩之案件。

我們的保戶個人資料管理機制包括資料安全、軌跡保存、設備安全及權限管理四個面向，詳細的管理方針如下：



除規範相關同仁在個人資料處理的有關行為外，我們的資訊部門也設有《資訊系統建置風險評估作業施行細則》以及《電子商務網站管理辦法》等作業規範，透過「資訊系統建置風險評估表」協助重要專案在執行時發掘可能發生的風險及因應方案，以降低個人資料外洩風險。

除持續加強資訊安全防護與偵測外，2015年起資訊相關部門也計劃陸續導入 ISO27001 及 BS10012 國際標準，取得資訊安全管理制度（ISMS）國際認證，提升資訊安全管理層級，讓保戶更加安心。

為彰顯公司高度重視個人資料之保護，並恪遵「個人資料保護法」等規範，法令遵循單位自 2000 年至 2014 年，曾邀請法務部法律事務司李科長世德等專業講師蒞臨授課，平均一年舉辦 18 場（含總、分公司）個人資料保護法相關法治教育宣導，外勤部分，則由業務訓練單位定期對全體業務員進行法令（包括且不限個資法令）培訓相關教育訓練課程，以確保公司全體同仁對個人資料保護之落實。



詐欺及金融犯罪協防

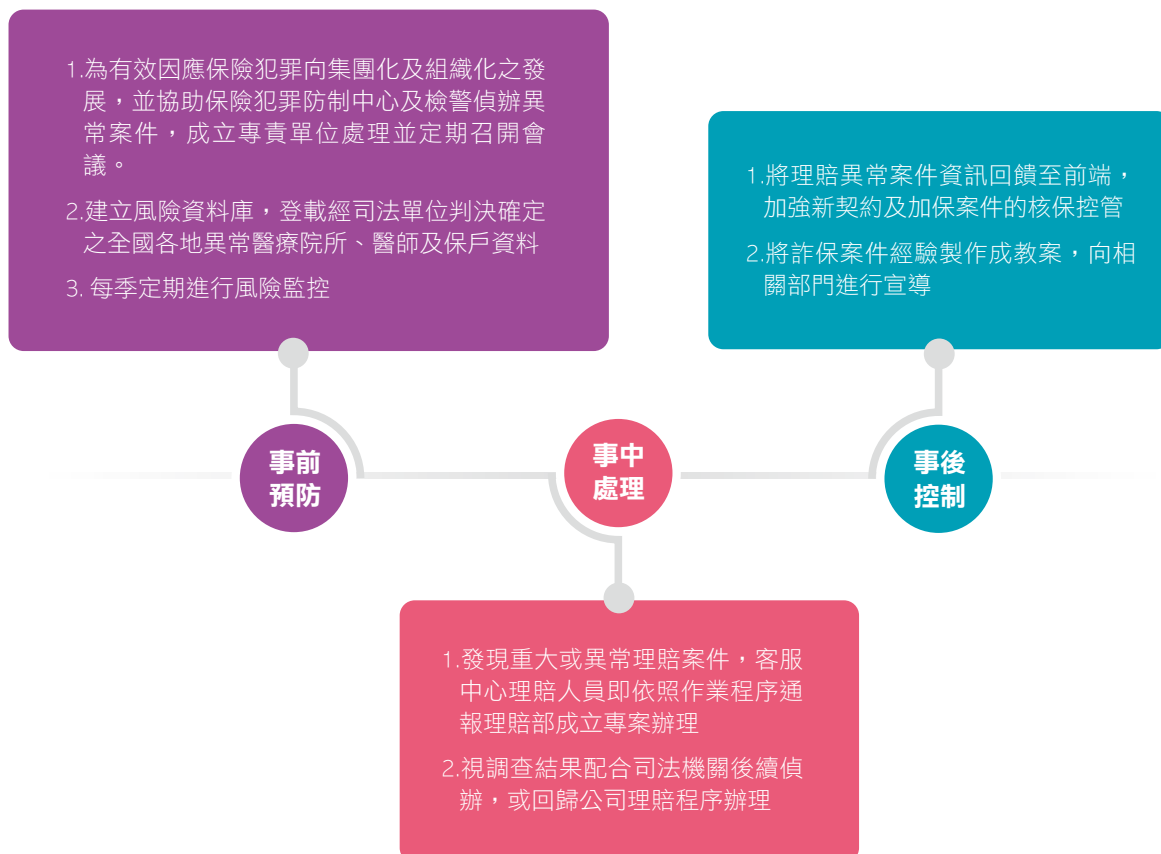
保險詐欺防制

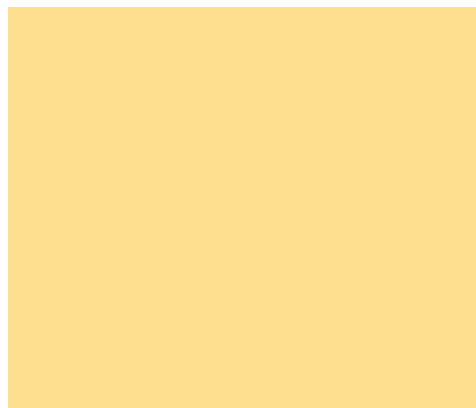
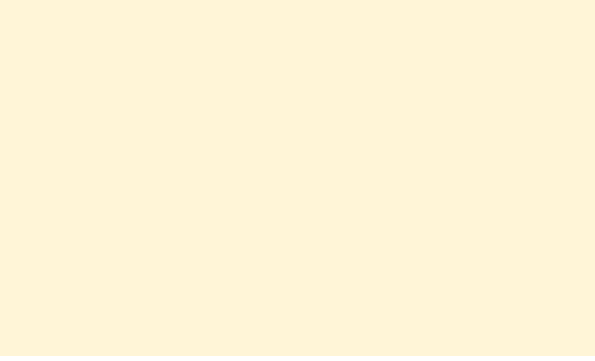
保險詐欺案件一直是金融保險業者必須積極處理與回應的重要課題。若主管機關及業者無法有效防制假住院、假殘廢，甚至謀財害命等詐保案件，保險制度將逐漸遭受侵蝕甚至崩解，進而影響到其他保戶的權益。

為盡可能防止詐保情事發生，我們自 2004 年起加入「保險犯罪防制中心」，2012 年並簽署概括同意書授權該中心協助疑似保險犯罪案件，另公司內部業已於 2010 年設置專責單位，主動協處保險犯罪防制中心及檢警偵辦異常案件。我們也於針對經司法單位判決確定之全國各地異常醫療院所、醫師及保戶等資料於公司內部建立風險資料庫，隨時監控相關風險，以利即時防制。

針對重大理賠案件或由系統控管的異常案件，我們規定各客中心理賠人員必須依循《中國人壽法令遵循重大事件通報》及《重大理賠案件處理規範》程序通報理賠部，並成立專案處理。可疑之案件經過完整調查後，將再視調查結果判斷是否移送司法機關偵辦，或回歸公司理賠程序辦理。

事後，我們也會將理賠異常案件相關資訊回饋至前端商品契約及保戶服務規劃部門，以加強商品、新契約及加保案件之核保控管，必要時則透過業務部門進行了解業務人員招攬經過是否符合相關規定辦理並向業務人員宣導正確觀念。此外，我們也會將經檢警偵破之詐保案件製作成教案，向理賠及核保人員宣導防制保險詐欺經驗。







Chapter3

人才培育 -- 創造員工價值

Personnel training

2015 年目標

- **企業志工**時數達 2,000 小時
- **人才培育與招募**
 - 建立重點人才發展計畫
 - 響應政府之青年就業計畫，招募青年學子就業及發展專業
- 取得「**AED 安心場所認證**」



員工是中國人壽最重要的資產，我們的目標是讓每位員工都樂於在中國人壽工作，以身為中國人壽一份子為榮，並在未來職涯取得良好發展。

我們致力於營造平等、不歧視的職場環境，提供具競爭力的薪資，以及包括健康檢查、團體保險等多項優於法令規定的福利；2014年，中國人壽連續3年因超額雇用身心障礙員工獲得台北市勞動局肯定。此外，無論內、外勤員工，皆規劃了完整的教育訓練及職涯發展途徑，培養同仁專業能力，在員工為公司付出的同時，也持續提升自身的競爭力。

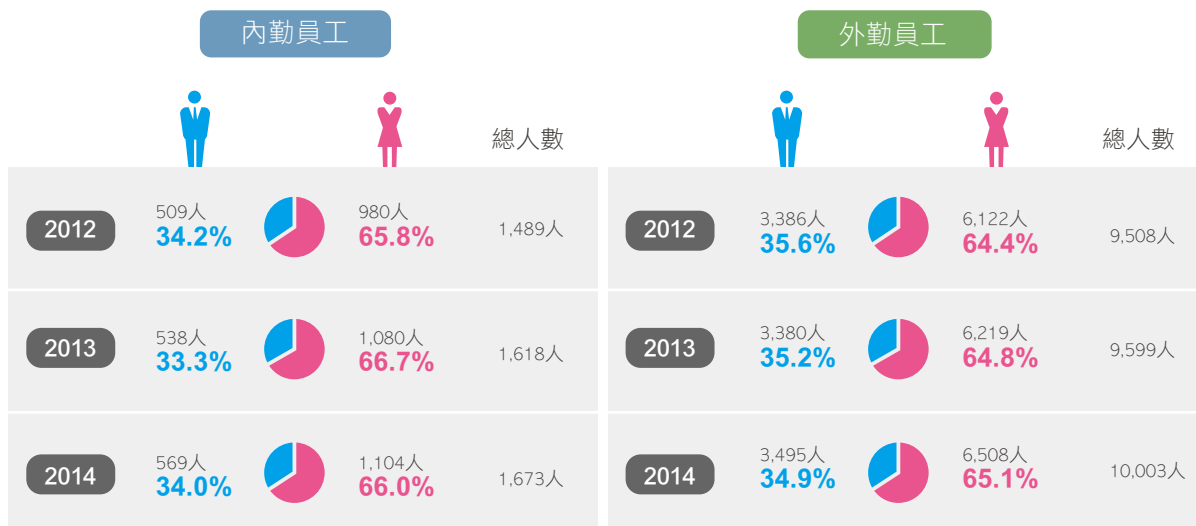
人力資源政策

人力資源管理制度依照員工職能的不同，區分為內勤與外勤兩大類型，其中內勤員工由人力資源部統籌管理，外勤員工則由業務相關部門進行管理。在任用、核薪、訓練培育、調薪、升遷及福利等面向上，始終秉持平等、不歧視的原則對待所有內、外勤同仁，並提供暢通的勞資溝通與申訴管道，努力營造多元、和諧的職場環境。

薪資及雇用狀況

中國人壽的員工總數量隨公司規模擴大逐漸成長，截至2014年底，內勤員工已達1,673人，外勤員工達10,003人。無論是內、外勤同仁，員工性別比例係維持在男性約35%及女性約65%。目前我們的員工皆以本國籍為主，未僱用童工及任何外籍員工。

員工總數量及性別分佈



註：統計時間為當年度12月31日

2014 年重大績效

- 連續 3 年獲得台北市勞動局頒發之「企業足超額**進用身心障礙者**優等認證標章」
- 過去三年來，內、外勤員工的**總體流動率**皆呈現**逐年下降**的趨勢
- 2014 年度全體員工之平均**調薪率**達 **2.99%**，較過去兩年高
- 員工訓練總時數達 539,077 小時，總費用達新臺幣 **97,200,000 元**
- 數位學習平台 e-learning 上線，啟動「**Anywhere anytime**」的教育訓練模式

內勤員工

內勤員工是支持中國人壽持續營運的核心成員，負責產品開發行銷、核保理賠、客戶服務，以及各項後勤支援與管理。自 2013 年 3 月起，所有派遣人員已全數轉任為正式人員，享有與正式人員相同的薪酬及福利制度。

內勤員工的年齡分佈以 30 至 50 歲的族群為主，佔比超過 80%，男性平均年齡為 40.15 歲，女性平均年齡為 37.22 歲，總平均年齡為 38.22 歲；男性平均年資為 7.43 年，女性平均年資為 6.36 年，員工總平均年資約 6.73 年。

在管理階層的性別分佈上，男性主管與女性主管比例約為 57：43，其中副總級以上主管之女性人數則多於男性，顯示員工升遷機會不因性別而異。在員工學歷的分佈方面，以大學／專科學歷為主，佔比超過 75%，另具備碩、博士學歷的員工則佔比接近 15%。

外勤員工

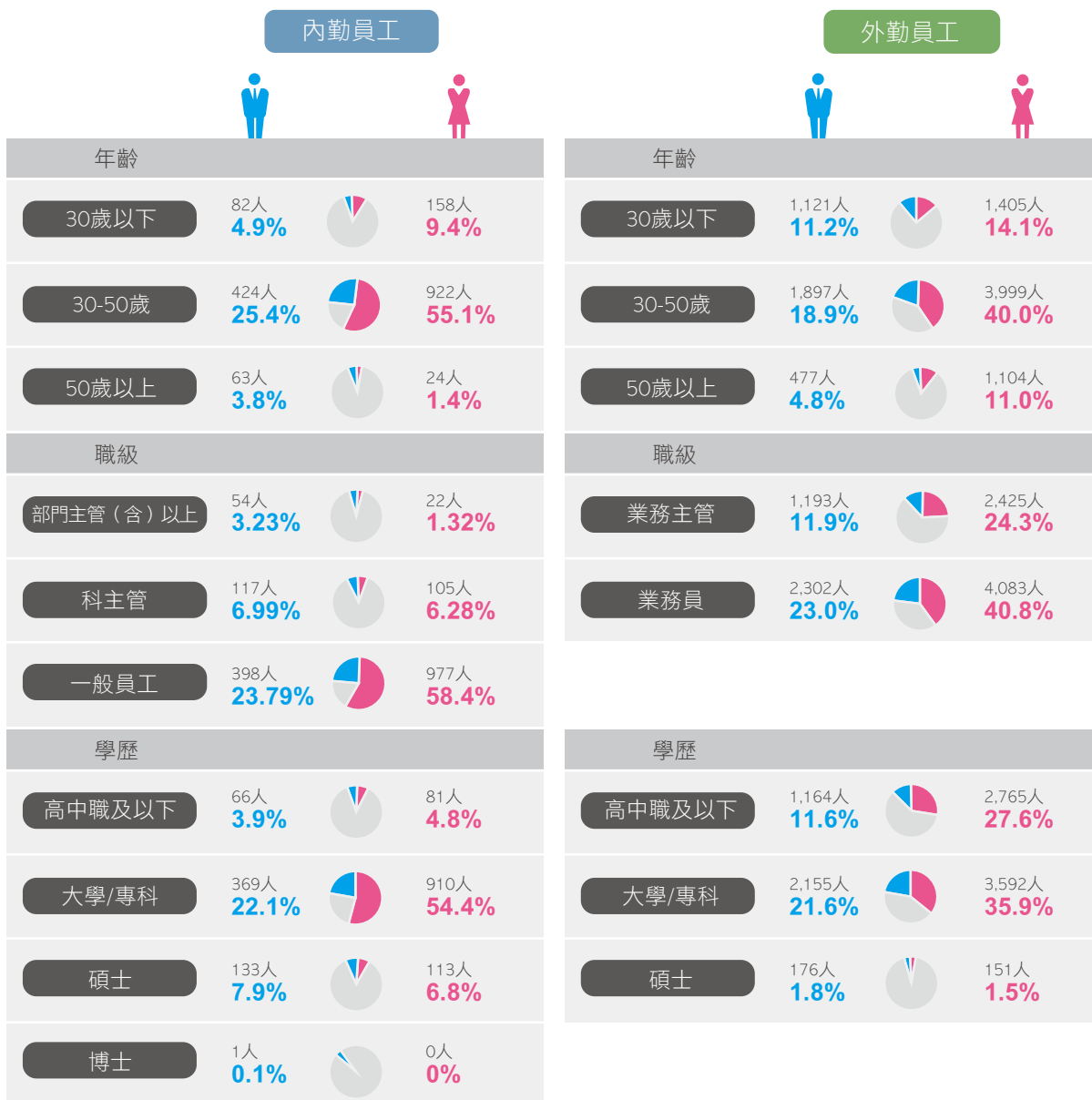
外勤員工是與保戶及社會大眾接觸的第一線業務人員，依照契約與職級不同區分為業務主管及業務員兩大類。

外勤員工的年齡分佈以 30 至 50 歲的族群為主，佔所有業務人員近 60%，30 歲以下的外勤人員則佔約 25%。外勤人員，男性平均年齡為 35.56 歲，女性為 39.27 歲；總平均年齡為 38.32 歲；男性平均年資為 3.9 年，女性為 4.47 年，總平均年資為 4.27 年。



在管理階層的性別分佈上，我們女性業務主管的比例普遍高於男性。另外因外勤人員業務工作的內容及特性，學歷分佈則以大學／專科及高中職為主。有關之詳細數據詳如下表。

員工分佈情況



註：以上表格統計時間為 2014 年 12 月 31 日；業務員簽訂為承攬契約，與本公司無從屬關係，不適用勞動基準法；業務主管身份則為雙合約，加簽聘僱契約適用勞基法且為部份工時制

員工流動狀況

近 3 年來，內、外勤員工的總體流動率皆呈現逐年下降的趨勢，顯示中國人壽的工作環境品質不斷在提高。未來我們將會持續追蹤員工的流動與離職狀況，並據此檢討、提升公司的薪資福利政策及職場環境，創造更優質的工作環境。

在新進人員部分，我們 2014 年共有 293 位新進之內勤人員，佔總員工人數約 17.5%；新進外勤人員之數量則為 3,085 位，佔總員工人數約 30.84%。

近三年員工流動率

近三年新進員工人數及比例

	內勤員工		外勤員工		內勤員工		外勤員工	
	2012	2012	2012	2012	2012	2012	2012	
30歲以下	15人 1.0%	36人 2.4%	743人 7.81%	771人 8.11%	29人 2.0%	51人 3.4%	819人 8.61%	965人 10.15%
30-50歲	56人 3.8%	121人 8.1%	574人 6.04%	895人 9.41%	41人 2.8%	71人 4.8%	460人 4.84%	813人 8.55%
50歲以上	5人 0.3%	0人 0%	87人 0.92%	119人 1.25%	0人 0%	1人 0.1%	65人 0.69%	84人 0.88%
小計	233人 15.6%		3,189人 33.54%		193人 13.1%		3,206人 33.72%	
	2013		2013		2013		2013	
30歲以下	23人 1.4%	75人 4.6%	589人 6.13%	664人 6.92%	55人 3.4%	135人 8.3%	681人 7.09%	816人 8.50%
30-50歲	47人 2.9%	90人 5.6%	519人 5.41%	781人 8.14%	47人 2.9%	120人 7.4%	437人 4.55%	733人 7.64%
50歲以上	4人 0.2%	2人 0.1%	76人 0.79%	114人 1.19%	3人 0.2%	2人 0.1%	49人 0.51%	92人 0.96%
小計	241人 14.9%		2,743人 28.58%		362人 22.4%		2,808人 29.25%	
	2014		2014		2014		2014	
30歲以下	30人 1.8%	61人 3.6%	532人 5.32%	645人 6.45%	49人 2.9%	78人 4.7%	680人 6.80%	792人 7.92%
30-50歲	39人 2.3%	109人 6.5%	502人 5.01%	783人 7.83%	52人 3.1%	109人 6.5%	480人 4.80%	925人 9.24%
50歲以上	5人 0.3%	1人 0.1%	76人 0.76%	143人 1.43%	4人 0.2%	1人 0.1%	65人 0.65%	143人 1.43%
小計	245人 14.6%		2,681人 26.80%		293人 17.5%		3,085人 30.84%	

註：員工流動率=流動人數/當年底之員工總人數；
外勤人員之流動率含承攬契約之業務人員

註：新進員工比例=新進員工人數/當年底之員工總人數
外勤新進員工比例含承攬契約之業務人員

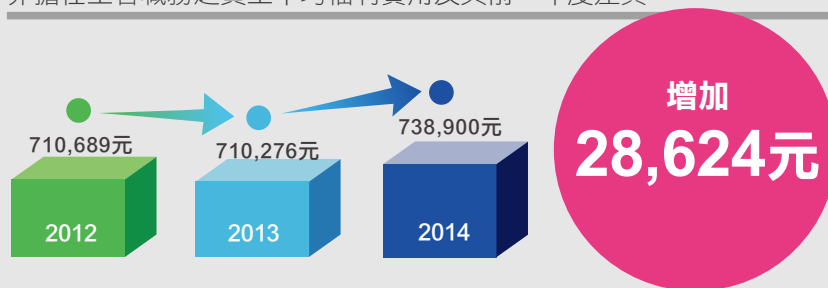
為確保員工整體獎酬水準具同業競爭優勢，中國人壽堅持以對外具競爭力、對內具公平性的理念制定員工薪酬，以吸引並留任優秀人才。無論是內、外勤員工，我們所雇用員工的薪酬皆高於主管機關規定的最低薪資標準。

新進人員 薪資範圍 與當地 基本工資	內勤 新進基層作業員工		內勤 新進大學專業行政人員		外勤 基層業務主管	
	薪資範圍	與主管機關 基本工資比	薪資範圍	與主管機關 基本工資比	薪資範圍	與主管機關 基本工資比
2012年	最低 20,000 元，另依經驗、學歷調整	1.06:1	最低 27,000 元，另依經驗、學歷調整	1.44:1	依契約所訂之勞動契約工作所得項目支給，每月基本工資之給予不低於主管機關所訂定每工時之工資	1:1
2013年	最低 20,000 元，另依經驗、學歷調整	1.05:1	最低 28,000 元，另依經驗、學歷調整	1.47:1		1:1
2014年	最低 20,300 元，另依經驗、學歷調整	1.05:1	最低 28,000 元，另依經驗、學歷調整	1.45:1		1:1

註：主管機關規定之基本工資，2012 年為 18,780 元；2013 年為 19,047 元；2014 年為 19,273 元。以上計算方式為新人薪資範圍 / 基本工資

我們的薪酬政策採績效導向，並與員工分享公司經營成果。各項薪酬的決定，包含調薪、獎金與紅利發放，將考量每位員工的個別工作職責、績效表現及貢獻度，且不因性別、族群之不同而異。本公司之女／男薪資比例大致平衡，其中女性高階主管的薪資比例更高於男性。在薪資調整方面，2014 年度全體員工之平均調薪率達 2.99%，較過去兩年高。

非擔任主管職務之員工平均福利費用及與前一年度差異



註：以上數據係依證交所頒佈之「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」之定義揭露，所謂「非擔任主管職務之員工」係指在企業監督下為企業提供勞務之未擔負管理其他員工或單位之行政責任者，尚不包含與企業僅具承攬關係者。

職位層級	部門主管 (含) 以上		科主管		一般員工	
	基本薪資率	全年報酬率	基本薪資率	全年報酬率	基本薪資率	全年報酬率
2012年	127%	127%	94%	90%	91%	92%
2013年	124%	138%	97%	99%	92%	88%
2014年	116%	143%	95%	99%	93%	93%

註：計算公式 = 女性平均薪資 / 男性平均薪資

員工調薪狀況	2012年	2013年	2014年
全體員工調薪率	2.93%	2.52%	2.99%

此外，為促進社會新鮮人就業，也規劃特定初階工作機會提供給在校學生，幫助學生提早進入職場獲取實務工作經驗。另一方面，公司內部某些適當職位也開放給二度就業婦女。

福利與職場環境

在員工福利方面，我們的福利政策以「透過全方位福利措施，實現員工工作與生活平衡」為基本原則。除了各項主管機關規定的員工福利外，也致力於提供多項優於法令要求的福利，並於辦公大樓設置哺乳室、空中花園、交誼廳、健身房、桌球室、咖啡廳、更衣室及淋浴間等員工休閒福利設施，並成立多個員工社團，如籃球社、歌詠社、多元養生社、讀書會等不同類型社團，期許減輕員工生活及工作壓力，提高工作績效表現。

提供的基本員工福利項目包括：勞健保、勞退金提撥、年假、有薪病假、員工旅遊、年節禮金、結婚補助及生育補助等。除了這些項目之外，也提供優於業界標準的團體保險，保障的範圍包括：定期壽險、意外傷害險、家庭住院醫療保險及意外傷害醫療保等內容。



在育嬰假使用方面，我們 2014 年共有 21 位內勤員工及 80 位外勤員工提出申請育嬰留職停薪的申請，其中以女性員工提出申請為主，內勤人員佔 9 成 5，外勤人員佔 8 成以上。2014 年留任率內勤人員達 80%，外勤人員達 71%，皆較前一年度提高。其中內勤員工復職率逐年遞減，經調閱相關資料，主要原因係近年來員工生育第二胎之比例較過去提高，員工願意辭職在家撫育幼兒之比例亦因而提高，導致復職率逐年下降。

育嬰假統計	內勤			外勤			總計		
	申請人數	復職率	留任率	申請人數	復職率	留任率	申請人數	復職率	留任率
2012 年	0	65%	91%	9	75%	50%	9	62%	64%
2013 年	1	54%	75%	18	62%	67%	19	50%	67%
2014 年	1	37%	80%	14	50%	76%	15	35%	71%

註：復職率 = 報告年度實際復職人數 / 報告年度應復職人數

留任率 = 報告年度之前 1 年度實際復職後滿一年人數 / 報告年度之前 1 年度實際復職總人數


在退休福利方面，主要依據《勞動基準法》及《勞工退休金條例》訂定員工退休辦法，並依照規定設立「勞工退休準備金監督委員會」，對於適用勞退舊制的員工，每月按薪資總額一定比率提撥退休準備金，存入台灣銀行退休基金專戶。另對於選擇勞退新制的員工，則按月提撥工資 6% 退休金至員工在勞工保險局的個人退休金專戶。

針對適用於《勞動基準法》前的勞工，則透過於中國信託商業銀行開立的退休金專戶規劃勞工退休準備金。截至 2014 年底，該帳戶餘額為新台幣 61 佰萬元。為確保員工退休權益，我們會定期根據退休金精算報告估算結果，對於退休金成本提撥不足部分，於帳上提列退休金準備。截至 2014 年底，帳上之退休金準備金額為新台幣 249 佰萬元。

在員工健康照護及安全方面，以「達成職場零災害、促進員工身心靈健康」為目標，不僅聘有專業醫師提供健康諮詢，也進行各項職場安全檢測，致力於提供舒適、安全的工作環境。我們也提供員工優於法令規範的健康檢查，定期追蹤、關懷員工的健康狀況。

「勞工安全衛生委員會」共計設有主任委員 1 名、委員 6 名，其中包括勞方代表 3 名，占全體委員人數的 42.9%；勞方代表係依法經由勞資會議之勞方委員推選產生。勞工安全衛生委員會負責危害預防及各項安全衛生提案等業務，亦另外設有勞工安全衛生專責單位辦理勞工安全衛生檢查、職場環境測定與改善、醫療衛生管理等業務，保障員工健康與安全。職業安全相關績效如下。

職業安全績效



	2012 年		2013 年		2014 年	
工傷率 (IR)	0.0003%	0.0005%	0.0003%	0.0015%	0%	0.0012%
	總計 0.0008%		總計 0.0018%		總計 0.0012%	
職業病率 (ODR)	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	總計 0%		總計 0%		總計 0%	
缺勤率 (AR)	0.05%	0.25%	0.04%	0.25%	0.07%	0.26%
	總計 0.30%		總計 0.29%		總計 0.33%	
誤工率 (LDR)	0.00095%	0.00054%	0.00077%	0.02437%	0%	0.01326%
	總計 0.00149%		總計 0.02514%		總計 0.01326%	
死亡數	0	0	0	0	0	0
	總計 0		總計 0		總計 0	

註：工傷率 (IR) = 工傷事件數總計 / 工作總天數

職業病率 (ODR) = 職業病事件數總計 / 工作總天數

缺勤率 (AR) = 工傷假、病假、生理假天數 / 工作總天數

誤工率 (LDR) = 工傷假天數 / 工作總天數

死亡數為因工傷死亡的員工數

依臺灣證券交易所最新修訂「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」內容說明，故外勤保險業務員不列於本表統計範圍

為貫徹平等及多元性政策，並營造和諧的職場環境，全體內勤員工皆必須接受「人權政策宣導」課程，課程內容涵蓋下列重點：

1. 公司重視員工的工作及集會結社自由權利，並極力維護所有員工的尊嚴與隱私。為維護所有員工工作權益，公司依法訂有工作規則，並經主管機關審查通過。
2. 公司重視員工工作與生活平衡，辦理各項員工福利，並宣導公司重視員工家庭生活與休閒，不強制員工勞動之政策立場，期許能減輕員工的生活壓力，提高其工作績效表現。
3. 公司提供多元及平等的就業機會，不因種族、階級、語言、思想、宗教、黨派、籍貫、出生地、性別、性傾向、年齡、婚姻、容貌、五官、身心障礙或以往工會會員身分，予以歧視。
4. 為促進勞資和諧、增加勞資溝通管道，公司設有勞資會議，員工可透過本項機制充分表達意見。
5. 公司重視性別工作平等，設有性騷擾防治委員會，如員工遭受騷擾，提供員工包含申訴受理單位、申訴專線、及懲處等規定，讓員工都能藉由了解兩性相處規範，保全自身權益並防止及杜絕性騷擾事件的發生。

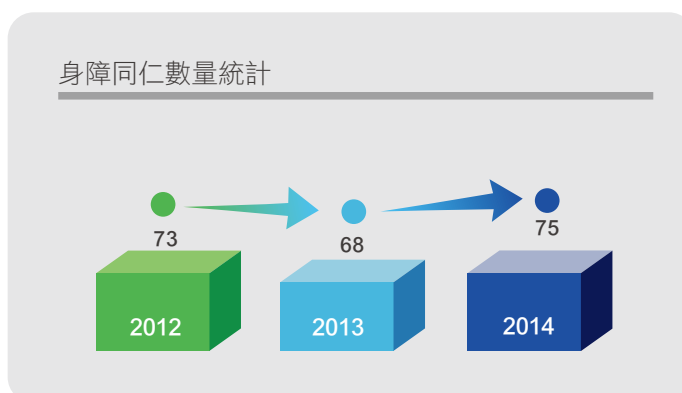
課程名稱	人權政策宣導
開課梯次	2
完訓人次	1606
調訓人次	1647
完訓率	97.51%

2014 年底完訓率已達 97.51%。而 2014 年並未發生任何歧視事件，無雇用童工，亦無強迫、強制勞工或涉及侵犯員工利益等情事發生。

近年來，中國人壽在身心障礙人員的進用上屢獲主管機關肯定，我們主動提供部份職缺保障身心障礙者優先錄用，給予身障同仁更多就職機會。此外，我們也主動參加台北就業服務站舉辦的「身障人力企業好助力」之關懷服務進用講座及勞動局身障就業科舉辦之講座，透過公、私部門的資源整合，致力提供身心障礙者更合適的就業機會。

我們瞭解到身障同仁在工作上需要特殊輔助，故亦依照員工身心障礙障別提供各類貼心工作輔具。舉例而言，我們特別提供特大螢幕與放大文字滑鼠給視障員工，減少薄弱視力在工作上的不便；為協助聽障員工清楚職務內容，在進行工作指導時，主管特別將工作流程以文字配合電腦畫面呈現；在身障措施方面，總公司入口處設有無障礙通道，電梯則設有專用電梯按鈕，並針對身心障礙者延長電梯開關時間及對視障員工提供點字按鈕。

中國人壽積極進用並培育身心障礙同仁亦獲得外部肯定，包括 2014 年在內，已連續 3 年獲得台北市勞動局頒發之「企業足超額進用身心障礙者優等認證標章」。身障同仁在中國人壽享有和其他正職同仁同樣的福利待遇、學習資源及升遷機會，其中分公司的 1 位身障同仁自 2010 年加入至今，已經取得「美國 FLMI 初級壽險管理師證書」、「人身保



險業務員資格證書」及「外幣非投資型業務員證書」等 3 種證書，未來亦將持續參與相關考試，期許成為專業壽險管理師。

我們認知到員工不僅是中國人壽同仁，更是社會的一份子。為促進員工自我成長並扶助社會弱勢，中國人壽於 2014 年起，也開始積極推動志工假制度，鼓勵同仁貢獻一己之力服務社會。

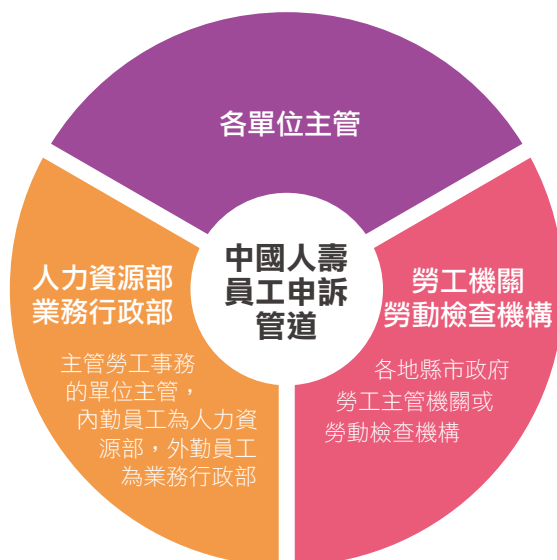
目前提供每位內勤同仁每年 1 天的志工假期，同仁無論參加公司舉辦或自行報名的志工公益活動，皆可向公司提出志工假之申請。自 2014 年 10 月 15 日實施以來，截至年底內勤同仁已有 23 人次提出申請。未來我們持續推動，鼓勵所有同仁進行志工服務，並以總時數超過 2,000 小時為 2015 年目標，培養員工公益精神，透過中國人壽志工的力量深耕全台灣，期許未來能達到有社會風險、天災及需求的地方，就有中國人壽的身影。

勞資溝通

為促進勞資和諧、增加勞資溝通的管道與機會，我們設有勞資會議，每季定期召開 1 次會議，針對勞資雙方所著重的議題進行良性的雙向溝通。2014 年共針對延長工時、女性夜間工作保護、性騷擾申訴

2014年勞資會議討論議題	事由說明	結論
延長工時	如因業務需要，有使員工在正常工作時間外工作之必要時，於徵得員工同意，且符合相關法令規範前提下，得延長員工工作時間	◆ 經全體出席代表同意通過
女性夜間工作保護	如因業務需要，於徵得女性員工同意後，且符合相關法令規範前提下，可使女性員工於午後十時至翌晨六時之時間內工作	◆ 經全體出席代表同意通過
性騷擾申訴與防範	配合主管機關修訂「工作場所性騷擾防治措施、申訴及懲戒辦法範本」，修訂本公司「職工性騷擾防治辦法」	◆ 經全體出席代表同意通過
勞工健康檢查	討論本公司2015年度勞工一般健康檢查頻率及項目	◆ 經全體出席代表同意通過
勞工安全衛生委員會 勞方代表推選	配合「職業安全衛生管理辦法」之修訂，由勞方代表推選「勞工安全衛生管理委員會」之勞工代表3席	◆ 經全體出席勞方代表同意通過，選出「勞工安全衛生管理委員會」之勞工代表
重大營運變化預告	討論本公司若發生重大營運變化的最短預告期	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 公司若發生重大營運變化，需大量解僱職工時，應於符合法令規定情形之日起六十日前，將解僱計畫書通知主管機關及勞資會議之勞方代表，並公告揭示 ◆ 公司應於提出解僱計畫書之日起十日內，召開勞資會議就解僱計畫書之內容進行協商 ◆ 經全體出席代表同意通過

與防範、勞工健康檢查、重大營運變化預告及勞工安全衛生委員會勞方代表推選等議題進行充分溝通與討論，最後達成協議。



此外，為達到員工申訴案件公正處理的目標，我們也設有暢通的申訴管道，確保下情能夠充份上達。若員工遭遇到任何工作上的問題，可透過申訴管道向各級主管、人力資源單位提出申訴，由公司積極處理與回應。

2014年，僅發生1件因加班費給付問題產生的內勤同仁申訴案件，經公司提供相關資料向勞工主管機關說明後，勞工主管機關認定公司無違法事實，該申訴案業已圓滿解決。在外勤員工部分，亦僅發生1件因同仁申請離職衍生契約性質認知之差異投訴勞工局案件，經協調已終止該同仁契約，該申訴案已圓滿解決。



教育訓練

中國人壽積極貫徹以「人」為本的人才培育制度，透過各類教育訓練達到適才適所的目標。我們的教育訓練內容不僅涵蓋工作職場基本通識，如：法令遵循、洗錢防制、風險控管、資安維護、性別平等、勞工安全衛生、誠信經營及人權政策等議題，更依照職能及工作性質不同來安排各項專業訓練，並透過專業證照考試獎勵制度，強化員工的專業職能。同時，公司也透過定期績效管理來回饋員工的績效表現，協助同仁設定未來發展目標，並引導職涯發展規劃。在管理階層的培育上，則透過工作指派、專案執行及管理訓練等，強化各級主管的管理職能，確保其具備管理下屬的能力。

近3年來，無論內、外勤人員，在員工教育訓練的投入時數及金額都有顯著的增加。未來將持續強化人才培育，確保中國人壽的員工具備產業競爭力，並能夠和公司一起成長茁壯。

近3年員工訓練時數及費用		2012	2013	2014
內勤	總時數	19,081	31,804	36,337
	平均每人受訓時數 ^①	13	20	22
外勤	總時數	456,391	475,250	502,740
	平均每人受訓時數 ^①	48	50	51
訓練費用 ^②	總時數	86,600,000	91,900,000	97,200,000
	平均每人受訓時數	7,874.87	8,192.92	8,324.77

① 2014年訓練總時數包含實體訓練及數位學習

② 訓練費用包含內、外勤人員

內勤員工

在內勤員工的培訓上，以強化同仁職場上所需的一般技能及保險業專業職能為規劃目標，並以專業證照考試獎勵制度，積極鼓勵同仁取得所屬專業領域證照，以利在公司內部及個人職涯上長期發展。

內勤員工的培訓制度主要區分為「新人培育」、「一般技巧／知識」、「專業能力」及「管理能力」四大區塊，每個區塊皆透過實體課程、數位平台、在職訓練、外派訓練，及員工園地電子月刊等管道落實培訓目的與內容。



類別	管道	說明
新人培育	通識訓練	<ul style="list-style-type: none"> 協助新進同仁掌握公司風險管理及個人資料保護等政策、商品特色、品牌精神與文化 安排全省新進人員至總公司進行訓練，並安排「團隊建立」課程，學習團隊合作精神
	專業能力培訓	為提升人員整體素質，並因應各通路、後勤各支援部門、投資團隊等所需不同的專業能力，由各部門負責規劃其新人培育訓練，透過一對一講授、實體課程、數位課程閱讀與測驗、專題研習、做中學（On-Job-Training）等多元方式，安排新人進行有系統的學習
一般技巧／知識	員工園地電子月刊	定期蒐集提供「成長」及「名人觀點」近期新文章，提供包含時間管理、溝通能力、職場人際關係、效率提升等職場各面向知識
	外派訓練	<ul style="list-style-type: none"> 各部門編列同仁外派訓練費用，適時安排外訓 包含簡報技巧、專案規劃、有效開會技巧等一般性知識
	數位學習平台	進行可行性評估中，預計於 2015 年導入
專業能力	專業能力培訓	各部門依其專業領域特性，規劃由主管或資深人員教導方式，進行階段式專業知識及經驗傳承與人才培育
	外派訓練	各部門編列預算，持續安排同仁參加國內訓練或講座，以吸取最新產業知識、法令規範、學習跨國／跨業最佳實務、同業經驗交流等
	數位學習平台	主要針對需進行即時宣導的訓練（如系統操作說明、法令介紹、表單使用說明等）提供同仁「學習 Anytime Anywhere」的便利性
	鼓勵取得證照	提供精算考試、國際內部稽核師、特許財務分析師、金融風險管理師、美國壽險管理師、美國核保管理師、美國理賠管理師等專業資格考試獎勵與考試補助，鼓勵同仁取得所屬專業領域證書
管理能力	年度管理訓練	針對新手主管、科級主管及部門主管規劃年度管理訓練，透過專業外部講師、專題講座，或由主管進行跨部門分享等方式，拓展主管思考面向深度及廣度
	員工園地電子月刊	定期蒐集提供管理性相關文章，如：Y 世代管理、領導力、危機管理、讚美與激勵員工等
	數位學習平台	進行可行性評估中，預計於 2015 年導入

其中在同仁專業能力的建構上，我們依照部門及專業職能之不同，分為商品／精算／企劃、壽營體系、多元通路、投資／放款、資訊科技、行政後勤及售後服務等類別，由各部門規劃相對應的訓練課程，建構員工在日常工作中所需的多元技能。

專業實體課程訓練							總計		
內勤員工	總受訓時數	人數	平均受訓時數	總受訓時數	人數	平均受訓時數	總受訓時數	人數	平均受訓時數
商品 / 精算 / 企劃	1,191	49	24	492	43	11	1,683	92	18
壽營體系	1,529	63	24	1,297	263	5	2,826	326	9
多元通路	1,590	86	18	2,263	149	15	3,853	235	16
投資 / 放款	141	12	12	213	15	14	354	27	13
資訊科技	313	71	4	170	55	3	483	126	4
行政後勤	523	79	7	1,201	131	9	1,724	210	8
售後服務	7,213	210	46	11,658	447	34	18,871	657	39
總計	12,500	570	22	17,294	1,103	16	29,794	1,673	18

我們持續推動專業能力培訓，並鼓勵員工積極考取專業證照的努力，使近 3 年內勤員工通過考試、取得專業證照的數量逐漸上升，截至 2014 年底平均每人持有證照數為 1.28 張，較 2012 年之平均每人持有證照數成長 2.4 倍多。

近 3 年內勤員工專業證照取得狀況	2012	2013	2014
精算考試科目	21	42	64
取得投資、風控、稽核專案證照	2	4	5
取得核保、理賠專業證照	17	35	43
壽險管理師考試科目	736	1,482	2,036
總計	776	1,563	2,148
平均每人持有證照數	0.52	0.97	1.28



在員工績效考核部分，我們內部設有完整的績效管理制度，由主管透過新人試用考核、工作指導及日後的定期績效評估，進行一對一、面對面的溝通、回饋、教導，協助同仁面對工作挑戰，並逐步發揮才能。同仁接受定期績效及職涯發展檢視的員工比例為 100%。

員工考核項目	說明
新人試用考核	新人於到職 3 個月內，進行試用考核
不定期績效溝通與回饋	主管針對員工工作表現提供即時回饋，並對不符期許的工作進度、行為、績效表現等給予指導及協助
年中績效考核	每年 6~7 月進行，針對同仁年初設定之重要績效指標（KPI）進行檢核與回饋，視情況進行適當調整
年終績效考核	每年 11~12 月進行，針對整年度績效表現進行檢核與回饋，引導同仁思考改善方向、發展個人學習計劃、設定下年度工作目標

Anytime
anywhere

數位學習平台 e-learning 建置專案

2014 年，正式完成並推動數位學習平台 e-learning 的建置與推廣，以利中國人壽同仁隨時隨地快速學習知識，跟上法規及作業環境的變化，達到「學習 anytime anywhere」的目的。

數位平台建置專案自 2014 年 1 月啟動，集結包含資訊開發部、資訊工程部、業務訓練部、總務部、法律事務部在內的多個部門協力合作，於 7 月正式上線，並於公司官方網站設置入口。2014 年我們主要導入法治訓練、通識課程，以及各領域專業課程等三大類課程，全年度數位課程共計完成 228 堂，總報名 27,526 人次，總完訓 22,526 人次，整體完訓率 82%，整體總上課時數為 6,546 小時。

2015 年度，將更進一步豐富數位課程類別，評估引進管理類、客戶服務類、專業技能／態度類等非保險專業智能課程，進一步朝提升全體人員素質前進。



外勤員工

在外勤員工培訓部分，我們透過完整的「中國人壽財富管理大學」訓練規劃，針對有意願加入中國人壽的新人及不同職級業務同仁進行系統化的人才培訓，協助建構業務工作所需的專業知識與技能。

中國人壽財富管理大學共分為「行銷」、「經營」、「管理」、「金融」及「綜合」五大領域，從最基礎的壽險知識及對中國人壽商品及服務的認識開始，協助新進業務同仁在 5 年內隨著職涯發展逐步提升自我金融保險專業及管理能力。



隨著業務同仁職級持續提升，我們針對主任、襄理到經理等不同職級，皆設定了明確的培訓重點與目標，讓同仁清楚理解各職級的角色與定位，依循中國人壽的業務職涯發展路徑不斷前進，和中國人壽共同成長。

業訓 e 學堂

為因應數位化趨勢，2014 年針對外勤員工培訓建置了專屬的「業訓 e 學堂」數位平台，並已建置基金、法規、商品等相關課程、最新訊息及測驗，藉此更快速且有效地傳遞資訊給每一位業務同仁。

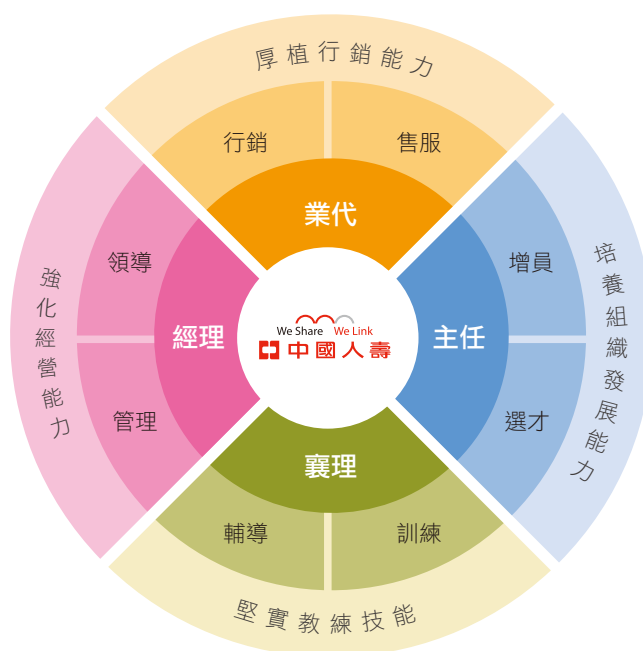
各種行動學習內容，範圍涵蓋數位課程、線上測驗、影音學習以及電子書閱讀展示等，已於 2014 年中陸續啟用，全年度數位課程共計完成 72 門系列教材，上線人次 48,226 人次，整體完訓率 81.5%，整體總上課時數為 9,312 小時。

2015年，將規劃翻轉式學習，將過去課堂授課和課後作業練習的順序倒轉過來，學員利用手機平板或iPAD電腦在業務e學堂完訓後，再於課堂與講師進行提問互動等研討，將幫助講師有更多時間對學員指導，解決實務問題。同時能激發學員批判思考、問題解決與創新等能力。

為追蹤業務同仁的學習效能，並確保其於未來執行業務的品質及專業度，我們也安排業務同仁必須通過「商品」、「法令遵循暨洗錢防制」、「業務品質」及「基金相關課程訓練」的內部測驗，我們也會協助其參加保險公會及保發中心開設的各項訓練課程與檢定測驗。

業務員教育訓練以發展人（Develop people）為方向，新進人員透過公司一系列標準且系統化的課程，建立共同文化、共同語言，形成共有的價值觀。引用成功的基石—「KASH(Knowledge、Attitude、Skill、Habit)」四大面向規劃有系統、專業、實務的學習課程。在業務主管培訓部份則以協助其發展及擴大組織為主，概分為三大核心項目，包含培養組織發展能力、堅實教練技能、強化領導能力。

外勤員工各職級培訓重點與目標



中國人壽堅強的團隊陣容，始終守護著業務同仁與客戶，我們未來將持續以完整的系統、商品及教育訓練，提供最優質的服務，協助同仁在大環境變動中，穩紮穩打、搶得先機，更以「業務通路的藍海策略」思維，定調下一個黃金5年，以專業的判斷、創新的模式，打造人才培育的概念，讓業務團隊發展更迅速，為新時代的組織戰略注入新動能。



Chapter4

社會共融 -- 創造社會與 環境價值

Social Inclusion

2015 年目標

- 舉辦 18 場兒童飲食講座，強化**食安教育**，包括全台偏鄉及都市
- 總公司、桃竹、台中、嘉義、台南、高雄分公司等共計 6 處依據 **ISO14064-1** 完成溫室氣體排放盤查與認證導入
- 總公司、桃竹、台中、嘉義、台南、高雄分公司等共計 6 處垃圾平均**回收率達 30%** 以上
- 推動服務流程綠色服務，用紙量節省超過 **150 萬張**
- 全省營運據點 2015 年平均節電率達 **2%** 以上



壽險業是最貼近社會脈動的產業之一，舉凡人口結構老化、貧富差距擴大，以及氣候變遷對環境及社會大眾的健康衝擊等，都可能影響我們的營運。因此，除了積極回應股東、保戶及員工的需求及利益外，面對諸多的社會與環境問題，我們也有責任透過企業的影響力，回饋並且創造價值。

中國人壽發揮壽險的專業與優勢，積極透過媒體報導、舉辦各式講座、產學活動等來提醒民眾保險相關議題，期望達到增進知識、降低風險的效果，同時提升中國人壽在社會大眾眼中的專家形象。在公益投入方面，我們透過教育倡議的方式，從健康、環境與公益三個面向出發，降低人口結構、氣候變遷及貧富差距不均等三大社會趨勢造成的社會衝擊。最後，面對能源稀缺及諸多環境問題，我們以落實環保節能、綠色營運的方式，提高日常營運的正向影響。

建立壽險專家形象

近幾年來，穩健的經營成果已為中國人壽建立了專業的品牌形象。壽險業是最瞭解人身風險的行業，因此在追求業績成長的同時，我們也希望經由企業的影響力，協助社會大眾建構風險意識，進而形塑重視風險管理的社會氛圍，達到企業成長及社會穩定的雙贏局面。

我們的策略為結合時事及社會重要趨勢，積極透過媒體報導、舉辦講座、活動、產學合作、及專業訓練等向主要利害關係人溝通保險議題並建立中國人壽的壽險專業地位。

專業訓練的服務

提供通路合作夥伴之壽險知識，藉由壽險專業知識系列教育訓練課程，如：「證照考試訓練」、「銀行銷售訓練」、「線上學習E-learning錄製」等傳遞正確保險知識，協助銷售

保險知識的傳遞

針對社會大眾及業務同仁，邀請多位財經界專家，從全球市場的趨勢及展望，透過與社會大眾面對面的溝通與互動，持續傳遞正確的保險觀念

重大災害及事故處理

凡是遭遇重大災害事故，如颱風、澎湖復興航空空難事件及高雄氣爆事件等重大災害事故時，皆即提供保戶服務措施等，讓受災保戶迅速獲得協助資訊

社會趨勢因應

因應少子化、高齡化的人口結構改變對人生的衝擊，及早進行退休規劃，例如以「退休準備金三角規劃」為訴求，讓退休生活過得安心又有尊嚴

特定時點 保險提醒

特定時點 保險提醒

適時提醒社會大眾於保險各個環節應注意的事項，如：在報稅時善用保險列舉扣除額，旅遊時投保旅平險保障自身安全

保單 健全診斷

保單健全診斷

依不同族群或不同人生階段提供適合的保障需求，供民眾自我診斷，並推動保單活化概念，讓之前就購買的保單，也可因應國人平均餘命增長下的個人需求，活化其保險保障之價值



2014 年重大績效

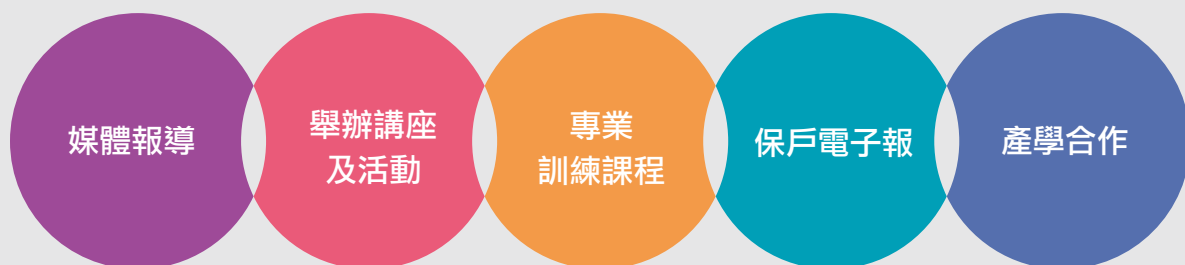
- 成立跨部門「**環境保護委員會**」，訂定《環境保護政策暨 2015 年度環境保護管理目標》
- 協助高雄氣爆災後重建，捐助新台幣 **500 萬** 元予高雄市社會局，高雄分公司及當地通訊處同仁自發性前進災區提供幫助
- 「愛就 GO 319 行動學堂」計劃，累計總志工時數 **2,460 小時**
- 總公司溫室氣體排放總量較上一年度減少 **5%**
- 共計 53 個通訊處參與 **119 項** 社會公益活動，佔總通訊處數的比重達 31.2%

5 大管道

我們致力於與大眾媒體積極互動並建立長期夥伴關係的努力下，《中國時報》、《聯合報》、《Money 錢雜誌》、《Advisers》財務顧問雜誌記者群均稱讚中國人壽公共關係部不論在專業度、細膩度及周到度上皆為同業第一；而《工商時報》、《經濟日報》及《蘋果日報》的記者則表示，中國人壽日常發稿量堪稱業界第一且量多質佳，更有利記者傳遞正確的保險觀念與訊息給予一般大眾。

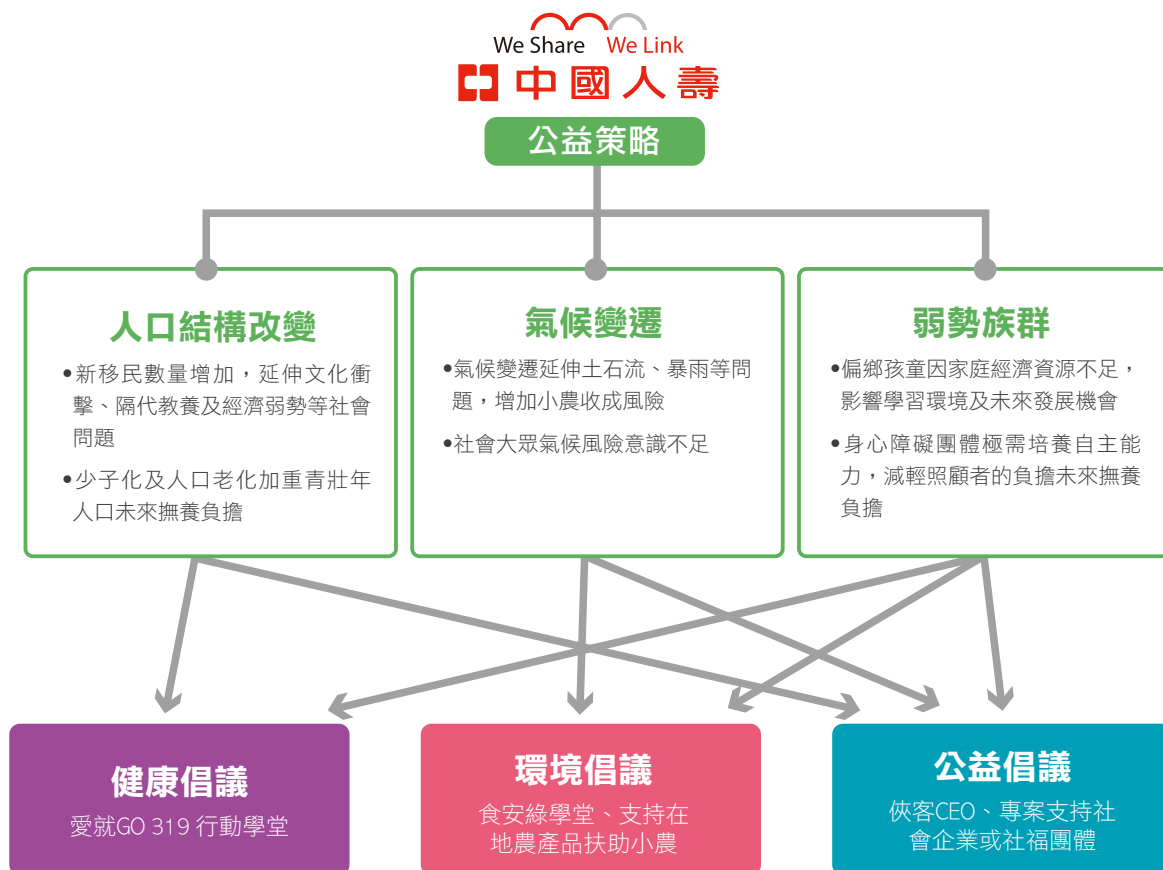
透過對社會大眾及保戶進行保險知識的傳遞，及以各項服務與活動強化通路合作夥伴之壽險專業知識，我們持續致力於將壽險業的專業與核心能力應用在企業社會責任上，透過社會價值之創造，型塑更穩定、和諧的社會。

壽險形象建立五大管道



公益投入計劃

在公益計劃的推動上，以跳脫為形象而公益的迷思，從保險業「以人為本」的精神出發，回應重大的社會及環境趨勢。我們的策略是將保險業風險管理的優勢予以延伸，教育並協助社會大眾防範風險。



中國人壽以「人口結構改變」、「氣候變遷」及「弱勢族群」三大關鍵的社會及環境議題，並據此作為公益投入計劃，以防範風險、創造更美好及永續的環境。此外，有鑑於近幾年來食品安全問題層出不窮，對社會大眾的健康造成極大的危害，在2015年我們將會加入「食安教育」議題，以提升社會的健康觀念。

在公益計劃執行上，我們以「雙公益」為設計概念，極大化每個計劃的社會效益。舉例而言，預購小農水果，送給偏鄉學童增加營養；由偏鄉孩童製作愛心發票箱，協助弱勢團體募集發票；為擴大公益層面及落實公益在地化，透過贊助大專院校舉辦公益活動將公益精神向下紮根，鼓勵更多青年學子提案以積極投入公益關懷，幫助更多有需要的弱勢者。並藉由結合各縣市外勤同仁就近扶持當地社福團體，共同把資源帶給社會中需要協助的朋友們。

我們也鼓勵內、外勤員工主動參與由中國人壽自辦，或自行參與、發起其他公益活動，由公共關係部進行統籌管理。我們已於2014年推動志工假制度，並每月公佈當月公益活動邀請同仁報名參加，同時於中國人壽員工網站上更新公益團體需扶助事項，提供完整的公益服務資訊，並不定期邀請社福機構或社會企業進行公益講座，鼓勵同仁參與公益活動。

偏鄉社區關懷 推動閱讀、環保及健康觀念

愛就 GO 319 行動學堂

我們自 2013 年開始推動「愛就 GO 319 行動學堂」計劃，前往偏鄉小學推廣閱讀、環保及健康概念，提升偏鄉學童的競爭力及自信心。

選擇偏鄉學童的原因，在於城鄉發展差距及經濟相對弱勢導致偏鄉家庭孩童較不易獲得新知。有鑑於此，我們設定 2013 及 2014 年的推廣主軸為提倡培養閱讀習慣，教育「友善環境」的觀念，讓孩童從小建立綠色友好、愛護地球的概念。2015 年則將加入「食安教育」，讓學童從活動中獲得較多飲食安全知識，並將目標對象擴及至都市小學。

自 2013 至 2014 年止，我們共走訪 28 間偏鄉學校，總志工時數 2460 小時，並安排當地的中國人壽通訊處同仁參與活動，透過實地走訪舉辦行動學堂、捐助閱讀經費予學校購買金融及環境領域相關書籍，以及後續關懷及閱讀倡議等方式，提升偏鄉學童的健康知識，並養成閱讀的習慣。

大手拉小手 翻開書本看世界 一起體會閱讀趣
中國人壽到偏鄉小學

中國人壽關注偏鄉學童城鄉差距、經濟弱勢、教育資源相對匱乏，且日益增加的新台胞之子女及收入戶，其所帶來的文化衝擊、種種新時代教育、社會適應、閱讀能力及文化差異等外在因素，亦影響偏鄉孩子學習意願及成績。

中國人壽同仁組成「愛就GO 319行動學堂」深入偏鄉，帶入都會區閱讀資源，以專業演說故事給予學童全新的閱讀感受，引領學童進入閱讀的有趣世界，並搭配環保DIY活動，由志工與學童一起利用廢棄物製作成可愛的玩具，從活動中傳遞環保概念。

我期待能一點性
最喜歡和何叔叔讀書，
把中國人壽送的書都拿來
當我的睡前故事
同學的閱讀比賽

好希望都能帶着中壽
志工哥哥分享給我的好
書，還有一些用二手的書
做成的機器人，站在真
高的101看風景。

我會幫忙能做資源
回收，也會乖乖做功
課，看中國人壽送的書，
讓我長大的腳都不會
太辛苦。

我是愛讀書的碧血兒，
因為媽媽會的國字不多，
所以我帶媽媽看中國人
壽送的繪本，一起
學國字。

放學後我與媽媽在學
校門口，等下山車的工作
媽媽會帶我到中國人壽送
給我水果，長大後我要跟
中壽志工哥哥一樣幫
助小朋友。

中國人壽保險股份有限公司 CHINA LIFE INSURANCE CO., LTD.
免稅服務電話：0800 098 889 www.chinalife.com.tw

We Share We Link
中國人壽



中國人壽2014年愛就GO 319行動學堂績效

參與總人數:1346人；志工時數:1388小時



食安綠學堂

走訪各偏鄉小學時，我們發現許多弱勢學童因為低收入、隔代教養、父母外出工作等問題，必須依賴學校提供餐點，而均衡的營養對偏鄉學童而言可說是最簡單的願望。有鑑於此，我們發起「食安綠學堂」計劃，希望能夠讓學童從小開始接觸正確的友善環境知識，進而影響家長。我們特別透過「推廣食安教育+贈送環境友善蔬果」的活動設計，期許能夠同時幫助偏鄉小學或弱勢社福團體，與鄰近在地小農合作，以減少運送的碳足跡。除贈送蔬果外，我們也安排友善環境農友至社福團體或小學進行一堂食品安全教育課程，讓孩子了解蔬果來源及安全種植方式，從小開始接受食品安全及愛護環境的概念。



2014年，我們一共扶助石角、吳厝、清水、百吉、春日、溪口、嘉誠及三侯國小共計8間偏鄉小學，及忠義育幼院與慈懷中途之家2個社福團體，合計有586位小朋友享用在地蔬果並接受環境友善食品安全課程。本計畫中協助培力之社會企業包括鄰鄉良食及綠農的家。

【公益在地化】53個通訊處 實踐119項公益活動 讓愛散播全台

2014年，中國人壽共有53個通訊處參與119項社會公益活動，佔總通訊處數的比重達31.2%，其中台中、雲林、嘉義、高雄、屏東、宜蘭及花蓮等地區的通訊處參與比例更高於平均值。我們將會持續鼓勵同仁參與公益活動，以期透過中國人壽密集的業務網絡深耕在地社區，建立良好的互動與合作關係。

活動類型	服務對象
愛就 GO 希望無限發票捐	育成基金會、創世基金會、忠義基金會、心路文教基金會、華山基金會
熱心捐血齊步走	各地捐血中心
愛心義賣幫助弱勢	育成基金會、創世基金會、家扶中心、華山基金會
幸福天使感恩慈善音樂會	天使心基金會
社區關懷送愛到每個角落	腦麻協會、婦幼關懷成長協會、施恩育幼院、家扶中心、創世基金會、育成基金會、高雄氣爆災民、屏東伯大尼之家、華山基金會、高雄市私立小天使家園收出養服務中心、甘霖基金會、衡山基金會、文山區關愛之家

弱勢團體培力

俠客 CEO

為推廣保險業「以人為本」的核心理念、「利他」的保險精神，中國人壽自2007年起即推動「俠客CEO」之國內大專院校社團活動贊助辦法，透過贊助方式讓利他精神在校園往下紮根，鼓勵大專院校學子向我們提案，運用中國人壽提供的資源幫助弱勢者。此活動已號召國內多家大專院校學生組成服務性團體並發揮創意，不只提升大專院校學生的社會參與度，更讓學子走進台灣幫助每個需要關懷的角落，在服務過程中體驗企業社會責任所發揮的實質影響力。

2014 年，我們共贊助國立台灣大學、國立台北教育大學、國立成功大學、國立清華大學、國立高雄應用科技大學及淡江大學共 6 間大專院校的公益提案。

愛心展售會

為扶助弱勢團體與社會企業的發展，我們每年定期於農曆年前及中秋節舉辦愛心展售會。2014 年邀請包括罕見疾病基金會、育成基金會、鄰鄉良食、綠農的家、台灣原味、行健村等團體，於中國人壽總公司及通訊處大樓進行展售會及試吃活動，鼓勵同仁支持購買。



高雄氣爆捐助

針對高雄氣爆事件，捐出新台幣 500 萬元予高雄市社會局做為重建經費。另認購花蓮風災倖存之文旦 500 斤，贈予高雄氣爆受災居民。此外，高雄分公司及當地通訊處同仁更自發性前進災區提供幫助，包括協助運送物資及清洗衛生間等工作。

• 中國人壽 2014 年度公益投入專案

專案／對象	績效說明
319 行動學堂	出動志工 347 位，協助共 823 位學童及 176 位老師，同仁投入時數達 1,388 小時
食安綠學堂	支持社會企業及小農，為 586 位學童及 116 位老師進行食品安全課程
育成基金會 - iCash 贊助案	贊助 1 萬元作為授權畫作著作權供中國人壽製作 iCash 之用
育成基金會 - 繪畫比賽贊助案	贊助「分享愛繪畫比賽」，使心智障礙者畫作被看見
育成基金會 - 郵政禮卷贊助案	進用身障人士獲頒獎，將獎金郵政禮卷 1 萬元捐贈基金會
兒童慈善協會	贊助「聽障兒童音樂律動課程治療」捷運燈箱廣告
東吳大學 - 「2014 IAU 東吳 24 小時世界錦標賽」	贊助超馬活動
高雄氣爆捐贈案	捐贈高雄市社會局協助救災
高雄氣爆 - 雙公益關懷案	向友善小農購買有機文旦贈與高雄氣爆災民
俠客 CEO	贊助共 6 間大專院校同學投入公益活動
展售會	提供場地舉辦弱勢團體或社會企業展售會，號召同仁購買；同仁購買產品金額逾 816,233 元
中華民國保險商業 同業公會贊助案	分攤籌設「財團法人保險文教基金會」活動款項
勵馨基金會 - 微型保險專案	合作推動微型保險
總計 (元)	8,555,002

環境管理

為加強環境治理強度，及減少公司營運造成的環境衝擊，我們於 2014 年 9 月正式成立跨部門的「環境保護委員會」，由售後服務體系相關部門、資訊部、不動產部及總務部等相關部門組成。環境保護委員會每年至少召開 2 次會議，必要時得視需要召開臨時會議，目前之主任委員及執行秘書皆由不動產部門擔任。

環境保護委員會負責制訂與統合中國人壽的環境保護政策及相關辦法，監督包括節能減碳、廢棄物管理、環境衛生及環境保護等相關措施執行結果。2014 年的會議結果，我們已訂定《環境保護政策暨 2015 年度環境保護管理目標》，並於未來定期開會確認執行進度及未來方案。

中國人壽環境保護政策

- 一、訂定環保目標，勵行管理措施
- 二、著重能源節約，提倡資源回收
- 三、遵守環保法規，落實綠色採購
- 四、透過教育訓練，提昇環保節能
- 五、協同供應廠商，善盡企業責任
- 六、劃分責任單位，定期檢討成效

廢棄物之管理

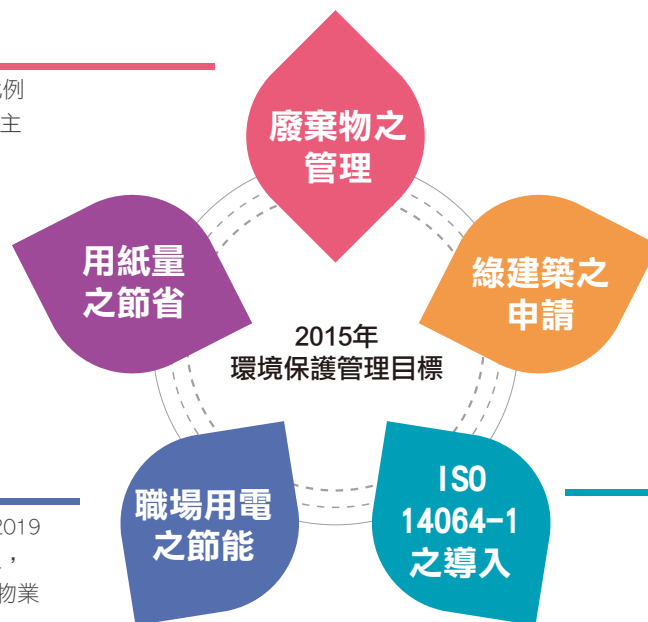
總公司大樓廢棄物回收比例 >30%，並逐步拓展至各主要自有物業

用紙量之節省

- 1.完成電子團保新契約報價與電子保單系統
- 2.複合機使用雙面列印的比率≥30%

職場用電之節能

推動總公司大樓於2015~2019年之平均節電率達1%以上，並逐步拓展至各主要自有物業



綠建築之申請

台北學苑開發案取得銀級以上之候選綠建築證書
*目前採黃金級綠建築標章規格進行相關規劃

ISO 14064-1之導入

強化溫室氣體排放盤查之正確性，相關揭露數據獲第三方認證

節能減碳

我們的節能減碳方針包括「內部流程」及「外部倡議」兩大區塊。「內部流程」旨在減少公司日常營運上的環境衝擊，包括紙張使用、設備採購與汰換、通勤及其他作業流程等面向；此外，為了提升跨區域之教育訓練及會議品質、增進工作效率及節能減碳，中國人壽在 2014 年底導入與建置視訊會議，利用視訊通訊技術，期減少員工往返產生之兩地之時間及碳排放。「外部倡議」則是從我們提供的服務著手，與保戶攜手推動，包括各項電子化的節能減碳措施，善盡企業的環境責任。

節能環保行動	績效說明
節約紙張	· 2014 年 7 月起，推展各部門紙張輸出採用雙面列印或 2 合 1 列印方式，半年內之目標達成率由 73% 提升至 81%
汰換公務車	· 自 2013 年起陸續將傳統引擎汽車汰換為油電混和車，累積已汰換 2 部，預計逐年分批汰換公務車輛
綠色採購	· 採購辦公用品時，優先考量經政府驗證通過取得具環保、節能、省水標章的產品或服務，詳見本報告書第一章「經營治理」中的「供應鏈管理」
內部 流程	· 自 2010 年至 2014 年間逐漸執行伺服器虛擬化，每年的省電比率由 26% 上升至 62% 依實際量測之伺服器用電安培數估算假設未虛擬化及虛擬化之總安培數，計算出省電比率
資訊設備汰換	· 自 2010 年至 2014 年間，委託於環保署登記立案的回收業者回收約 1,500 台的資訊設備，未來將持續推動
數位學習平台 e-learning	· 透過線上數位平台進行教育訓練，減少交通及教材印製上的能源及自然資源耗用
綠色作業流程	· 結合作業系統及影像管理系統的綠色作業流程，將實體文件數位化、雲端化，落實專業分工，減少作業過程中紙張及碳粉的使用
中壽 e 秘書 e-Service	· 電子化服務系統，保戶無需填寫書面申請書，線上即可完成保單變更服務，節省紙張耗用 · 2014 年以 e-Service 方式申請新體系保服案件共 188,445 件，佔總新體系保服申請案件之 32.32%，減少 A4 紙張 376,890 張，碳排放量約 2,563 公斤 根據行政院環保署台灣產品碳足跡資訊網 Paper Star 影印紙 (A4, 80g) 之數據，每張紙碳排放量 0.0068 公斤進行推估計算
外部 倡 議	· 以電子檔形式取代紙本通知單，目前已有 61 種通知單提供 E 化服務 · 2014 年寄發共 1,499,745 份，較上一年度成長 6.36% · 2015 年預計增加 8 種通知單可改用電子通知
保戶電子報	· 以電子化增值服務方式回饋保戶、內勤員工及其他外部讀者，取代傳統紙本 · 2014 年約寄送 300 萬份，大約減少 A4 紙張 1,500 萬張，碳排放量約 84,000 公斤 根據行政院環保署台灣產品碳足跡資訊網 Paper Star 影印紙 (A4, 80g) 之數據，每張紙碳排放量 0.0068 公斤進行推估計算

未來我們將會持續推動節能減碳政策，除積極管理辦公流程各主要面向的能源耗用外，也預計透過增加電子通知單的種類及 e 化服務應用項目、使用動態密碼（OTP）機制取代紙本密碼函補發、行動契約變更申請等方式，建立快速便捷的服務，向我們的保戶倡議節能減碳理念，共同努力達到無印製、裝訂、掃描及保單遞送零碳排放的終極目標。

綠建築

在大樓物業管理上，我們針對新建築開發案訂有綠建築標章取得計劃，以達到省能源、省資源、低污染的環保訴求，如：2015 年台北學苑開發案即採黃金級綠建築標章標格進行相關規劃設計，達到生態、節能、減廢、健康等環境保護目標。

針對既有的辦公大樓，我們則透過設備的定期保養及修繕，檢討老舊耗能設備（如空調系統），並進行更新以節約能源；我們於 2014 年度更新台中列印中心空調為變頻式空調主機，以及大同大樓、亞廣大樓的冰水主機及相關設備，以減少能源消耗。我們也積極推動並向員工倡議室內電燈照明減量、中午休息、上下班隨手關門關燈等節能方案，培養員工良好、綠色的工作習慣。

我們的台北總公司大樓於 2013 年參加「台北市商業大樓節能標示計畫」，經審查通過後獲得台北市政府產業發展局頒發「102 年台北市商業大樓節能標示書」（有效期限至 2015 年 11 月）。此外，台北總公司也於 2014 年取得衛生服務部國民衛生署健康職場認證，獲頒菸害防制標章（有效期限至 106 年 12 月 31 日）。未來我們將會持續推動大樓節能及綠建築，提供員工健康、綠色的職場環境。

廢棄物與水資源管理

除了積極節能外，我們也在台北總公司及全台灣各地營運據點推動資源回收，並透過安裝節水墊片及調整出水量的方式節水，致力提升資源利用效率，減少日常營運對環境的衝擊。

廢棄物管理，包含垃圾分類、回收，以及垃圾減量運動。2014 年中國人壽總公司大樓總廢棄物數量為 108,044 公斤，回收量為 43,548 公斤，依中國人壽所佔面積分算後，廢棄物總數約 68,122 公斤，回收再利用量計約 27,457 公斤，回收比例約 40%。



▾ 2014 年環境保護相關績效

2014 年度	總公司大樓 (依中國人壽所佔使用面積分算)	其他營運據點 (分公司/通訊處)
能源消耗 (千焦耳) * 以 1 度電 3600 千焦耳計算	11,287,807,200	31,896,828,000
能源密集度 * 單位用電度數/單位總人數	3,412	2,054
溫室氣體排放量 (公斤) * 以 1 度電 0.522 公斤計算	1,636,732	4,625,040
溫室氣體排放量減少比例 (較上一年度)	5%	2014 年 1 月起將各分公司與通訊處納入統計
廢棄物總量 (公斤) 一般廢棄物 (公斤) 有害廢棄物 (公斤) 回收再利用量 (公斤)	68,122 40,665 0 27,457	預計 2015 年 1 月起將主要分公司桃竹、台中、嘉義、台南、高雄 5 處納入統計
廢棄物回收比例	40%	
水消耗量 (立方公尺) * 均使用自來水	14,547	主要依面積分擔由管理費定額支出
環保支出總金額 (元)	1,900	91,200

註：其他營運據點：除廢棄物回收項目限於桃竹、台中、嘉義、台南、高雄 5 處主要分公司外，餘項目均指各分公司與轄屬通訊處廢棄物處理方式皆委託合法廢棄物清潔單位或由公家垃圾車運往焚化處理
所列環保支出總金額項目為 2014 年度環境檢測費用，檢測項目為二氧化碳濃度與照度



Appendix ▶▶▶▶▶

- GRI G4 索引表
- 聯合國全球盟約對照表
- 社會責任指引（ISO26000）對照表
- 上市上櫃公司企業社會責任實務守則對照表

GRI G4 索引表

* 以下所有指標皆經過第三方單位確信保證，詳見確信保證聲明書

一般標準揭露

指標	對應章節／說明	頁數
策略與分析		
G4-1	提供組織最高決策者的聲明	董事長的話、總經理的話 9 - 10
組織概況		
G4-3	說明組織名稱	經營治理：經營願景與績效 13
G4-4	說明主要品牌、產品與服務	經營治理：經營願景與績效 13
G4-5	說明組織總部所在位置	經營治理：經營願景與績效 13
G4-6	組織營運所在的國家數量及國家名	經營治理：經營願景與績效 13
G4-7	所有權的性質與法律形式	經營治理：經營願景與績效 13
G4-8	說明組織所提供服務的市場	經營治理：經營願景與績效 13
G4-9	說明組織規模	經營治理：經營願景與績效 13
G4-10	員工組成	人才培育：人力資源政策－薪資及雇用狀況 55
G4-11	受集體協商協訂保障的總員工數比例	* 中國人壽無工會，故無簽訂集體協商協定 -
G4-12	描述組織的供應鏈	經營治理：價值鏈管理－企業的價值鏈 29
G4-13	報告期間有關組織規模、結構、所有權及供應鏈的重大變化	經營治理：價值鏈管理－責任投資－不動產投資與管理 31
G4-14	說明組織是否具有因應相關的預警方針	經營治理：風險管理 23 - 25
G4-15	列出經組織簽署認可，而由外部所制訂的經濟、環境與社會規章或其他倡議	經營治理：利害關係人議合 34 - 36
G4-16	列出組織參與的公協會和國家 / 國際性倡議組織	經營治理：利害關係人議合 36
鑑別重大考量面與邊界		
G4-17	列出組織合併財務報表	* 除中國人壽本體外，無其他合併財報之個體 -
G4-18	界定報告內容和考量面邊界的流程及如何依循其原則	重大性分析 5
G4-19	列出所有在界定報告內容過程中所鑑別出的重大考量面	重大性分析 6

指標	對應章節／說明		頁數
G4-20	針對每個重大考量面，說明組織內部在考量面上的邊界	重大性分析	7 - 8
G4-21	針對每個重大考量面，說明組織外部在考量面上的邊界	重大性分析	7 - 8
G4-22	說明對先前報告書中所提供知任何資訊有重編的影響及原因	* 本年度報告書僅財務績效有重編，詳見「經營治理：經營願景與績效－財務績效」	15 - 16
G4-23	說明與先前報告書期間相比，在範疇與考量面邊界的顯著改變	* 無重大變化	-
利害關係人議合			
G4-24	列出組織進行議合的利害關係人群體	經營治理：利害關係人議合	34 - 35
G4-25	就所議合的利害關係人，說明鑑別與選擇的方法	經營治理：利害關係人議合	34 - 35
G4-26	說明與利害關係人議合的方式	經營治理：利害關係人議合	34 - 35
G4-27	說明關建議題與關注事項，以及組織如何回應	經營治理：利害關係人議合	34 - 35
報告書基本資料			
G4-28	所提供資訊的報告期間	關於此報告	3
G4-29	上一次報告的日期	關於此報告	3
G4-30	報告週期	關於此報告	3
G4-31	提供可回答報告的相關問題聯絡人	關於此報告	3
G4-32	說明組織所選擇的依循選項	關於此報告	3
G4-33	說明組織為報告尋求外部確信的政策與現行做法	關於此報告	3
治理			
G4-34	說明組織的治理結構	經營治理：責任治理－公司治理架構 經營治理：責任治理－企業永續發展	17 - 20
倫理與誠信			
G4-56	描述組織的行為價值、原則、標準和規範，如行為準則與道德守	經營治理：責任治理－誠信經營 產品責任：詐欺與金融犯罪協防	20 52

特定標準揭露

指標	內容	對應章節／說明	頁數
經濟			
經濟績效			
管理方針		經營治理：經營願景與績效	13 - 14
		經營治理：風險管理－人口結構改變及氣候變遷風險因應	24
		人才培育：人力資源政策－福利與職場環境	60 - 64
EC1	組織所產生及分配的直接經濟價值	經營治理：經營願景與績效－財務績效	15 - 16
EC2	氣候變遷對組織活動所產生的財務影響及其他風險與機會	經營治理：風險管理－人口結構改變及氣候變遷風險因應	26 - 28
EC3	組織確定福利計畫義務的範圍	人才培育：人力資源政策－福利與職場環境	60 - 64
市場形象			
管理方針		人才培育：人力資源政策－薪資及雇用狀況	55 - 59
EC5	在重要營運據點，不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比例	人才培育：人力資源政策－薪資及雇用狀況	55 - 59
間接經濟衝擊			
管理方針		經營治理：價值鏈管理－責任投資	30 - 31
EC8	顯著的間接經濟衝擊，包括衝擊的程度	產品責任：產品組合－創新與開發	43
		產品責任：產品組合－推動微型保險	43
		社會共融：公益投入計劃	75 - 79
採購實務			
管理方針		經營治理：價值鏈管理－供應鏈管理	32 - 33
EC9	於重要營運據點，採購支出來自當地供應商之比例	經營治理：價值鏈管理－供應鏈管理	32 - 33
環境			
能源			
管理方針		社會共融：環境管理－節能減碳	81
EN3	組織內部的能源消耗量	社會共融：環境管理－2014年環境保護相關績效	83
EN5	能源密集度	社會共融：環境管理－2014年環境保護相關績效	83
EN6	減少能源的消耗	社會共融：環境管理－節能減碳	81

指標	內容	對應章節／說明	頁數
水			
管理方針		社會共融：環境管理－廢棄物與水資源管理	82
EN8	依來源劃分的總取水量	社會共融：環境管理－2014年環境保護相關績效	83
排放			
管理方針		社會共融：環境管理－節能減碳	81
EN15	直接溫室氣體排放（範疇一）	* 中國人壽溫室氣體排放主要來自營運據點日常辦公使用之電力，範疇一之排放因重大性考量，目前並未統計	-
EN16	能源間接溫室氣體排放量（範疇二）	社會共融：環境管理－2014年環境保護相關績效	83
EN19	減少溫室氣體的排放量	社會共融：環境管理－2014年環境保護相關績效	83
廢污水與廢棄物			
管理方針		社會共融：環境管理－廢棄物與水資源管理	82
EN23	按類別及處置方法劃分的廢棄物總重量	社會共融：環境管理－2014年環境保護相關績效	83
產品及服務			
管理方針		社會共融：環境管理－節能減碳	81
EN27	降低產品和服務對環境衝擊的程度	社會共融：環境管理－節能減碳	81
法規遵循			
管理方針		經營治理：責任治理－法令遵循	22
EN29	違反環境法律和法規被處巨額罰款的金額，以及所受罰款以外之制裁的次數	* 中國人壽本年度未有環境面相關違規情事	-
整體情況			
管理方針		社會共融：環境管理	80
EN31	按類別說明總環保支出及投資	社會共融：環境管理－2014年環境保護相關績效	83
供應商環境評估			
管理方針		經營治理：價值鏈管理－供應鏈管理	32 - 33
EN33	供應鏈對環境的顯著實際或潛在負面影響，以及所採取的行動	經營治理：價值鏈管理－供應鏈管理	32 - 33

指標	內容	對應章節／說明	頁數
社會：勞動實務與尊嚴勞動			
勞雇關係			
管理方針		人才培育：人力資源政策	55 - 64
LA1	按年齡組別、性別及地區劃分新進員工和離職員工的總數及比例	人才培育：人力資源政策－薪資及雇用狀況	55 - 58
LA2	按重要營運據點劃分，只提供給全職員工（不包括臨時或兼職員工）的福利	人才培育：人力資源政策－福利與職場環境	59
LA3	按性別劃分，育嬰假後復職和留任的比例	人才培育：人力資源政策－福利與職場環境	60 - 61
勞 / 資關係			
管理方針		人才培育：人力資源政策－勞資溝通	63 - 64
LA4	是否在集體協商中具體說明有關重大營運變化的最短預告期	人才培育：人力資源政策－勞資溝通	63
職業健康與安全			
管理方針		人才培育：人力資源政策－福利與職場環境	60 - 62
LA5	在正式的勞工健康與安全管理委員會中，協助監督和建議職業健康與安全相關規劃的勞方代表比例	人才培育：人力資源政策－福利與職場環境	61
LA6	按地區和性別劃分的工傷類別、工傷頻率、職業病、損失日數比例及缺勤率，以及因公死亡事故總數	人才培育：人力資源政策－福利與職場環境	61
訓練與教育			
管理方針		人才培育：教育訓練	65 - 70
LA10	強化員工持續受僱能力以及協助其管理退休生涯的職能管理與終生學習計畫	人才培育：教育訓練	65 - 70
LA11	按性別和員工類別劃分，接受定期績效及職涯發展檢視的員工比例	人才培育：教育訓練	65 - 70

指標	內容	對應章節/說明	頁數
員工多元化與平等機會			
管理方針		人才培育：人力資源政策－薪資及雇用狀況	55 - 59
LA12	按性別、年齡層、少數族群及其他多元化指標劃分，公司治理組織成員和各類員工的組成	人才培育：人力資源政策－薪資及雇用狀況	55 - 59
女男同酬			
管理方針		人才培育：人力資源政策－薪資及雇用狀況	55 - 59
LA13	按員工類別和重要營運據點劃分，女男基本薪資和報酬的比例	人才培育：人力資源政策－薪資及雇用狀況	59
供應商勞工實務評估			
管理方針		經營治理：價值鏈管理－供應鏈管理	32 - 33
LA15	供應鏈對勞工實務有顯著實際或潛在的負面衝擊以及所採取的行動	經營治理：價值鏈管理－供應鏈管理	32 - 33
勞工實務問題申訴機制			
管理方針		人才培育：人力資源政策－勞資溝通	63 - 64
LA16	經由正式申訴機制立案、處理和解決的勞工實務申訴的數量	人才培育：人力資源政策－勞資溝通	64
社會：人權			
投資			
管理方針		經營治理：價值鏈管理－責任投資 人才培育：人力資源政策－福利與職場環境	30 - 31 60 - 62
HR1	載有人權條款或已進行人權篩選的重要投資協定及合約的總數及百分比	經營治理：價值鏈管理－責任投資	30 - 31
HR2	員工接受營運相關人權政策的訓練總時數，以及受訓練員工的百分比	人才培育：教育訓練	62
不歧視			
管理方針		人才培育：人力資源政策－福利與職場環境	60 - 62
HR3	歧視事件的總數，以及組織採取的改善行動	* 本年度無歧視相關情事發生	-

指標	內容	對應章節／說明	頁數
結社自由與集體協商			
管理方針		人才培育：人力資源政策－福利與職場環境	60 - 62
HR4	已發現可能違反或嚴重危及結社自由及集體協商的營運據點或供應商，以及保障這些權利所採取的行動	人才培育：人力資源政策－勞資溝通	63
強迫與強制勞動			
管理方針		人才培育：人力資源政策－勞資溝通	63 - 64
HR6	已鑑別為具嚴重強迫或強制勞動事件風險的營運據點和供應商，以及有助於減少任何形式的強迫或強制勞動的行動	人才培育：人力資源政策－勞資溝通	63 - 64
供應鏈人權評估			
管理方針		經營治理：價值鏈管理－供應鏈管理	32 - 33
HR11	供應鏈對人權有顯著實際或潛在的負面衝擊以及所採取的行動	經營治理：價值鏈管理－供應鏈管理	32 - 33
社會：社會			
當地社區			
管理方針		社會共融：公益投入計劃	75 - 76
S01	營運據點中，已執行當地社區議合、衝擊評估和發展計畫的據點之百分比	社會共融：公益投入計劃	75 - 79
反貪腐			
管理方針		經營治理：責任治理－誠信經營	20
S04	反貪腐政策和程序的溝通及訓練	經營治理：責任治理－誠信經營	20
S05	已確認的貪腐事件及採取的行動	* 中國人壽本年度無相關違規情事	-
公共政策			
管理方針		產品責任：詐欺及金融犯罪協防	52
S06	按國家和接受者 / 受益者分類的政治獻金總值	* 中國人壽並未提供任何形式的政治獻金	-

指標	內容	對應章節／說明	頁數
SO6	按國家和接受者 / 受益者分類的政治獻金總值	* 中國人壽並未提供任何形式的政治獻金	-
反競爭行為			
管理方針		經營治理：責任治理－誠信經營	20
SO7	涉及反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律訴訟之總數及其結果	* 中國人壽本年度無相關違規情事，過去亦無相關訴訟產生	-
法規遵循			
管理方針		經營治理：責任治理－法令遵循	22
SO8	違反法規被處巨額罰款的金額，以及所受罰款以外之制裁的次數	* 中國人壽本年度未有社會面相關違規情事	-
供應商社會衝擊評估			
管理方針		經營治理：價值鏈管理－供應鏈管理	32 - 33
SO10	供應鏈對社會的顯著實際或潛在負面衝擊以及所採取的行動	經營治理：價值鏈管理－供應鏈管理	32 - 33
社會：產品責任			
產品與服務標示			
管理方針		產品責任：產品組合－溝通與行銷 產品責任：客戶關係－客戶服務及滿意度	41 - 42 45
PR3	依組織資訊與標示程序所劃分的產品與服務資訊種類，以及需要符合此種資訊規定的重要產品及服務類別的百分比	產品責任：產品組合－溝通與行銷	41 - 42
PR4	依結果類別劃分，違反商品與服務資訊標示的法規及自願性規範之事件數量	* 中國人壽本年度無相關違規情事	-
PR5	客戶滿意度調查的結果	產品責任：客戶關係－客戶服務及滿意度	45
行銷溝通			
管理方針		產品責任：產品組合－溝通與行銷	41 - 42
PR6	禁止或有爭議產品的銷售	* 中國人壽並未銷售禁止銷售或有爭議之產品	-
PR7	按結果類別劃分，違反有關行銷推廣（包括廣告、推銷及贊助）的法規及自願性準則的事件總數	* 中國人壽本年度無相關違規情事	-

指標	內容	對應章節／說明	頁數
客戶隱私			
管理方針		產品責任：個人資料保護	50 - 51
PR8	經證實與侵犯顧客隱私權或遺失顧客資料有關的投訴次數	產品責任：個人資料保護	50
法規遵循			
管理方針		經營治理：責任治理－法令遵循	22
PR9	因產品與服務的提供與使用而違反法律和規定被處巨額罰款的金額	* 中國人壽本年度未有產品責任面相關違規情事	-
產品組合			
管理方針		經營治理：價值鏈管理－責任投資 產品責任：產品組合－推動微型保險 產品責任：客戶關係－緊急災難救助	30 - 31 43 - 44 49
FS6	依照地區／規模大小／產業等區分，說明產品或服務之種類和各項產品經濟價值及其比例	經營治理：經營願景與績效－財務績效	15 - 16
FS7	依照目的區分，說明為了社會公益推出之產品或服務的經濟價值	產品責任：產品組合－推動微型保險 產品責任：客戶關係－緊急災難救助	43 - 44 15 - 16
FS8	依照目的區分，說明為了環境保護推出之產品或服務的經濟價值	* 中國人壽屬於壽險業，產品與環境保護的關聯性較低	-
稽核			
管理方針		經營治理：價值鏈管理－責任投資	30 - 31
積極所有權			
管理方針		經營治理：價值鏈管理－責任投資 經營治理：價值鏈管理－責任投資－不動產投資與管理	30 - 31 31
FS10	公司針對環境或社會議題，與其投資對象進行溝通互動的比例和數量	* 目前以投資相關部門的評估與篩選為主，未直接與投資對象進行溝通互動	-
FS11	在資產管理業務中，符合正面或負面環境／社會篩選原則的資產的比例	經營治理：價值鏈管理－責任投資－不動產投資與管理	30 - 31

指標	內容	對應章節／說明	頁數
其他中國人壽獨特的重大性議題			
客戶服務與關懷			
管理方針		產品責任：客戶關係	45 - 49
人口結構改變			
管理方針		經營治理：風險管理－人口結構改變與氣候變遷風險因應	26
氣候變遷			
管理方針		經營治理：風險管理－人口結構改變與氣候變遷風險因應	26 - 28
企業形象與聲譽			
管理方針		社會共融：建立壽險專家形象	73 - 74
綠色採購			
管理方針		經營治理：價值鏈管理－供應鏈管理－辦公用品與設備採購	32 - 33
綠建築			
管理方針		社會共融－環境管理－綠建築	82

聯合國全球盟約（UN Global Compact）對照表

分類	主要議題	對應章節／說明
人權	企業應支持並尊重國際公認的人權	人才培育：人力資源政策
	保證不與踐踏人權者同流合污	人才培育：人力資源政策
	企業界應支持結社自由及切實承認集體談判權	人才培育：人力資源政策
勞工標準	消除一切形式的強迫和強制勞動	人才培育：人力資源政策
	切實廢除童工	人才培育：人力資源政策
	消除就業和職業方面的歧視	人才培育：人力資源政策
環境	企業界應支持採用預防性方法應付環境挑戰	社會共融：環境管理
	採取主動行動促進在環境方面更負責任的做法	社會共融：環境管理
	鼓勵開發和推廣環境友好型技術	社會共融：環境管理
反腐敗	企業界應努力反對一切形式的腐敗，包括敲詐和賄賂	經營治理：責任治理

社會責任指引（ISO26000）對照表

分類	主要議題	對應章節／說明
組織治理	執行目標時下決策與實施的系統企業社會責任理念	經營治理：責任治理
人權	符合法規並透過查核避免因人權問題造成的風險	人才培育：人力資源政策
	處理人權的風險處境	人才培育：人力資源政策
	避免有同謀關係－直接、利益及沉默等同謀關係	人才培育：人力資源政策
	解決委屈	人才培育：人力資源政策
	不可歧視弱勢族群	人才培育：人力資源政策
	保障公民與政治權	人才培育：人力資源政策
	保障經濟、社會與文化權	人才培育：人力資源政策
	保障基本工作權利	人才培育：人力資源政策
勞動實務	促進就業及聘僱關係	人才培育：人力資源政策
	工作條件與社會保護	人才培育：人力資源政策
	保持社會對話	人才培育：人力資源政策
	維護工作的健康與安全	人才培育：人力資源政策
	人力發展與訓練	人才培育：教育訓練
環境	污染預防	社會共融：環境管理
	永續資源利用	社會共融：環境管理
	氣候變遷減緩與適應	社會共融：環境管理
	環境保護、生物多樣性與自然棲地修復	社會共融：環境管理
公平運作實務	反貪腐	經營治理：責任治理
	負責任的政治參與	經營治理：責任治理
	公平競爭	經營治理：責任治理
	促進產業價值鏈的社會責任	經營治理：價值鏈管理
	尊重智慧財產權	* 與壽險業關聯性較低

分類	主要議題	對應章節／說明
消費者議題	公平的行銷、資訊與契約的實務	產品社會責任：產品組合
	保護消費者的健康與安全	產品社會責任：產品組合
	支持永續消費	產品社會責任：產品組合
	消費者服務、支援、抱怨與爭議解決	產品社會責任：客戶關係
	消費者資料保護與隱私	產品社會責任：個人資料保護
	保障享用服務權	產品社會責任：產品組合
	教育及提高意識	社會共融：建立壽險專家形象
社區參與與發展	社區參與	社會共融：公益投入計劃
	創造就業與技術發展	社會共融：公益投入計劃
	發展科技	* 與壽險業關聯性較低
	幫助增加財富與收入	產品社會責任：產品組合
	推廣教育及文化	社會共融：公益投入計劃
	推廣健康	社會共融：公益投入計劃
	社會投資	社會共融：公益投入計劃

上市上櫃公司企業社會責任實務守則對照表

章節		對應章節／說明
第一章	總則	經營治理：責任治理
第二章	落實推動公司治理	經營治理：責任治理
第三章	發展永續環境	社會共融：環境管理
第四章	維護社會公益	社會共融：公益投入計劃
第五章	加強企業社會責任資訊揭露	經營治理：責任治理
第六章	附則	經營治理：責任治理

獨立保證意見聲明書

獨立保證意見聲明書

中國人壽保險股份有限公司 2014 年企業社會責任報告書

英國標準協會與中國人壽保險股份有限公司(簡稱中國人壽)為相互獨立的公司。英國標準協會除了針對中國人壽 2014 年企業社會責任報告書進行評估和查證外,與中國人壽並無任何財務上的關係。

本獨立保證意見聲明書僅作為對下列中國人壽企業社會責任報告書中所界定範圍內的相關事項進行查證之結論,而不作為其他之用途。除對查證事項提出獨立保證意見聲明書外,對於其他目的之使用,或閱讀此獨立保證意見聲明書的任何人,英國標準協會並不負責或承擔任何有關法律或其他之責任。

本獨立保證意見聲明書係英國標準協會審查中國人壽提供之相關資訊所作成之結論,因此查證範圍乃基於並侷限在這些提供的資訊內容之內,英國標準協會認為這些資訊內容都是完整且準確的。

對於這份獨立保證意見聲明書所載內容或相關事項之任何疑問,將交由中國人壽一併回覆。

查證範圍

中國人壽與英國標準協會協議的查證範圍包括:

1. 整份報告書中有關 2014 年中國人壽總部及其目前分公司在臺灣之相關營運系統與活動。
2. 依照 AA1000 保證標準(2008)的「應用類型」評估中國人壽選擇 AA1000 當責性原則標準的真實和程度,不包括對於報告書揭露的資訊數據之可信程度的查證。

本聲明書以英文作成並已翻譯為中文以供參考。

意見聲明

我們應中國人壽企業社會責任報告書內容,對於中國人壽的相關運作與績效提供了一個公平的觀點。我們相信有關中國人壽 2014 年的經濟、社會及環境等績效指標是正確與誠實地呈現。

我們的工作是由一組具有依據 AA1000 保證標準(2008)查證能力之團隊執行,以及策劃和執行這部分的工作,以獲得必要的訊息資料及說明。我們認為中國人壽所提供的足夠證據,表明其依據 AA1000 保證標準(2008)的報告方法和自我聲明依據全球永續性報告 G4 版指南之核心選擇是公允的。

查證方法

為了收集與作成結論有關的證據,我們執行了以下工作:

- 對來自外部團體的議題相關於中國人壽政策進行高階管理層審查,以確認本報告書中聲明書的合適性。
- 與中國人壽管理層討論有關利害關係人參與的方式。然而,我們並未直接接觸外部利害關係人。
- 訪談 33 位與永續性管理、報告書編製及資訊提供有關的員工。
- 審查有關組織的關鍵性發展。
- 審查內部稽核的發現。
- 審查報告書中所作立會的支持性證據。
- 針對公司報告書及其相連有關 AA1000 保證標準(2008)之包容性、重大性及回應性原則的從管理層進行審查。

結論

針對包容性、重大性及回應性之 AA1000 當責性原則與全球永續性報告 G4 版指南的詳細審查結果如下:

包容性

2014 年度報告書反映出中國人壽持續尋求利害關係人的參與,以發展及達成對企業社會責任具有責任且策略性的回應。報告書已公正地報告與經濟、社會及環境的訊息,足以支持適當的計畫與目標設定。以我們的專業意見而言,這份報告書滿足中國人壽的包容性議題。

重大性

中國人壽已於公司層級建立程序,依據對公司永續發展的影響程度與建立的準則,對各部門所識別出來的相關事項,建立執行的優先順序。因此,重大性永續議題已完整分析並揭露永續經營相關資訊,使利害關係人得以對公司的管理與績效進行判斷。以我們的專業意見而言,這份報告書涵蓋了中國人壽的重大性議題。

回應性

中國人壽執行來自利害關係人的期待與看法之回應。中國人壽已發展相關道德政策,作為提供進一步回應利害關係人的機會。以我們的專業意見而言,這份報告書適切地涵蓋了中國人壽的回應性議題。然而,未來的報告書應考慮加強以下項目:

- 為了彰顯提供利害關係人之資訊可查度,鼓勵尋求 AA1000 保證標準(2008)的第二個型查證。

全球永續性報告指南

中國人壽提供有關依據全球永續性報告 G4 版指南的自我宣告,與相當於「核心選項」揭露每項重大考量面有關的至少一個績效指標的相關資料。基於審查的結果,我們確認報告書中依照 GRI 的社會責任與永續發展的績效指標已被報告,部分報告或有略。以我們的專業意見而言,此自我宣告涵蓋了中國人壽的社會責任與永續性議題。然而,未來的報告書應考慮加強以下項目:

- 基於透明性原則,鼓勵轉向「全面選項」揭露努力,以增進利害關係人閱讀之信心。
- 在人壽保險服務之協議或交易範圍內,鼓勵對環境和社會面之績效指標加強揭露。

保證等級

依據 AA1000 保證標準(2008)我們審查本聲明書為中級保證等級,如同本聲明書中所描述的範圍與方法。

責任

這份企業社會責任報告書所屬責任,如責任任中所空闕,為中國人壽負責人所有。我們的責任為基於所描述的範圍與方法,提供專業意見並提供利害關係人一個獨立的保證意見聲明書。

能力與獨立性

英國標準協會於 1901 年成立,為全球標準與驗證的領導者。本查證團隊係由具工程背景,且接受過如 AA1000AS、ISO14001、OHSAS18001、ISO14064 及 ISO9001 之一系列永續性、環境及社會等管理標準的訓練,具有五種種核員與驗證員資格之成員組成。本保證係依據 BSI 公平交易準則執行。

For and on behalf of BSI:



Peter Pu
Managing Director BSI Taiwan
05 June, 2015



Taiwan Headquarters: 5th Floor, No. 35, Ji-Hu Rd., Nei-Hu Dist., Taipei 114, Taiwan, R.O.C.
BSI Taiwan is a subsidiary of British Standards Institution.

