



2018
中國人壽
企業社會責任報告書
China Life CSR Report

目錄

Content

經營者的話	03
關於報告書	04
認識中國人壽	07
2018 榮耀事蹟	08
2018 年重點績效	09
中國人壽永續實踐	11
數位創新，服務加溫	13



CHAPTER 1 領航力 · 永續藍圖

相信永續力量	18
創造永續價值	20
深耕永續管理	26



CHAPTER 2 發展力 · 誠信治理

穩健公司營運	40
嚴謹風險管理	53



CHAPTER 3 影響力 · 創新世代

推動人才轉型	71
營造幸福職場	84



CHAPTER 4 數位力 · 關懷無界

打造普惠金融	101
公平待客原則	107
促進社會共融	113



CHAPTER 5 永續力 · 綠色行動

推動綠色經濟	131
--------	-----



附錄

GRI Standards 揭露項目對照表	141
我國永續發展目標對照表	145
聯合國全球盟約 (UN Global Compact) 對照表	146
上市上櫃公司企業社會責任實務守則對照表	146
社會責任指引 (ISO 26000) 對照表	147
獨立保證意見聲明書	149

經營者的話



中國人壽 董事長 **王銘陽**

2018 年以來，全球政經局勢發展的變動劇烈，對企業永續經營帶來了挑戰。雖然是充滿轉折的一年，在全體同仁的努力下，中國人壽仍然在公司治理、風險管理、資產規模、經營績效及永續發展等各面向繳出了漂亮的成績單，獲得多項殊榮，同時，在穩健經營步伐下，也積極尋求開創與突破，持續永續經營之路。

嚴謹的公司治理與風險管理一直是中國人壽的核心競爭力之一，已連續五年榮獲台灣證券交易所「上市上櫃公司治理評鑑」最高級距排名 Top 5%，為評鑑開辦以來唯一連續五年皆獲此殊榮之保險公司。除了公司治理屢獲肯定，中國人壽堅持永續發展的作為，連續三年獲台灣企業永續學院頒發「TOP50 企業永續報告獎」最高榮譽獎項，三年內共獲得十項大獎肯定。

氣候變遷是全球不容忽視的重要議題，且與壽險價值鏈具有高度關聯，中國人壽掌握國際趨勢，採用氣候相關財務揭露架構 (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD)，鑑別氣候變遷對營運所造成之衝擊，從治理、策略、風險管理，以及指標與標的等四大氣候變遷管理重點著手，以系統性管理機制，持續加強面對氣候變遷之因應能力，並以適當之方式對外透明揭露具體績效作為，展現中國人壽身為地球公民之使命。

壽險的本質是「愛與關懷」，中國人壽秉持著這樣的核心精神，不斷創新帶給保戶嶄新優質的服務體驗。世界經濟論壇 (WEF) 發布「The future of financial services」預測，當消費型態從實體金融位移到數位金融，會對保險業帶來很大的衝擊，但中國人壽認為這同時也創造了新的機會。2018 年是中國人壽的「數位金融科技應用元年」，啟動各項大型專案，以顧客需求出發的服務為前提，透過數位創新整合跨領域部門，優化服務流程，以前瞻性思維導入 i-Agent 數位行動助理、理賠防詐模型、行動照會、行動理賠、保單流程數位系統、流程管理平台 (RPA) 及生物辨識等多項專案，全面性提升數位化及行動化，用「愛與關懷」的服務思維驅動轉型及數位創新，讓保險是有溫度且有感的服務。

中國人壽與社會共融、共享、共好的初心不變，持續為台灣社會挹注正面能量，帶來安定的力量，創造多贏局面，結合聯合國永續發展目標 (SDGs)，在環境、社會及公司治理 (Environment, Social, and Governance) 各面向發展，以優異的風控經驗和穩健的財務體質永續經營，與金控成員攜手合作，聚焦服務並推動數位轉型及人才培育，為保戶、股東、員工及社會創造最大利益及價值，以成為最值得信賴的保險公司。

關於報告書

本報告書為中國人壽保險股份有限公司（以下簡稱中國人壽）2018 企業社會責任報告書（以下簡稱本報告書）。

報告書揭露期間

本報告書揭露中國人壽自 2018 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日於企業社會責任及企業永續發展相關資訊，報告書部分揭露內容因資料整合及透明度考量並不侷限於 2018 年度期間。前一版報告書發行日期為 2018 年 6 月，下一版本預計發行時間為 2020 年 6 月。各年度企業社會責任報告書版本均可在中國人壽企業網站企業社會責任專區下載。



中國人壽企業社會責任報告書下載
<http://www.chinalife.com.tw/wps/portal/chinalife/CSR/home/reports/>

報告範圍與邊界

報告內文所描述之資訊範圍涵蓋中國人壽總公司、全國各地共 9 間分公司，以及 147 個通訊處之企業社會責任與企業永續發展相關實踐成果及未來策略目標規劃。

中國人壽服務據點 ▶▶▶



地點分佈
詳見中國人壽
企業網站

參考標準

本報告書採全球永續性報告協會 (Global Reporting Initiative, GRI) 發行之 GRI Standards 編製，並以核心揭露 (Core) 選項之方式進行相關分析、資料彙整及撰擬。此外，亦參考國際整合性報導委員會 (IIRC) 之國際整合性報導架構 (Integrated Reporting, IR)、聯合國永續發展目標 (Sustainable Development Goals, SDGs)、我國永續發展目標、全球盟約 (United Nations Global Compact) 十項原則、社會責任指引 (ISO 26000)、上市 (櫃) 公司企業社會責任實務守則，及臺灣證券交易所上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法等國際及國內規範或標準，加強本報告書於永續實踐上之揭露。

報告書查證

本報告書已由獨立第三者驗證機構－英國標準協會 (British Standards Institution, BSI) 依據 AA 1000 國際標準，並使用 Type 1 中度保證等級進行相關審查。所揭露之資訊均依據 AA 1000 當責性原則所要求之「重大性」、「包容性」、「回應性」及「衝擊性」，且符合 GRI Standards 核心選項，由英國標準協會保證，報告聲明書詳如附錄。

鑒於利害關係人有效溝通與回應，若對於本報告書及中國人壽企業社會責任與企業永續規劃與實踐有任何指教或建議，請不吝利用以下聯繫方式，中國人壽將即時回應與說明：

中國人壽保險股份有限公司
公關部

地址：105 臺北市松山區敦化北路 122 號 14 樓
電話：+886-2-2719-6678#1053 / 傳真：+886-2-8770-7375
電子信箱：pr@chinalife.com.tw



■ 五大資本與本報告書章節對應



認識中國人壽

中國人壽成立 50 餘年來，致力於以「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」為願景，一直以來持續精進公司治理與內控機制。並透過謹慎的風險管理及穩健經營，從公司治理、社會、環境各面向發展永續目標。本公司秉持著「We Share We Link」的核心精神，以前瞻的經營思維、強健的財務清償能力、嚴謹的公司治理及風險管理機制，與利害關係人攜手合作，創造共同價值，實踐企業永續經營的願景，成為壽險業之標竿品牌。

- 2018 — 完成交割德國安聯集團在台子公司安聯人壽分割之部分傳統型保單
- 2017 — 開發金控投資中國人壽34.99%股權，未來將進行全方位合作
- 2016 — 推動金融科技應用，內部核心系統及電子商務平台均正式通過由檢驗科技股份有限公司 (SGS) 認證符合的ISO 27001:2013的資訊安全管理系統 (ISMS)，全面與國際接軌
- 2015 — 設置「誠信經營委員會」，負責誠信經營政策與防範方案之制訂及監督執行
- 2014 — 2014年第一季，總資產突破新臺幣兆元，成為國內壽險業兆元俱樂部之成員
- 2013 — 取得台北學苑地上權，為中國人壽下一個五十年奠定基石
- 2010 — 與中國建設銀行策略合作共同投資「建信人壽」，為兩岸首宗銀行保險跨業合作案
- 2009 — 併購英國保誠人壽臺灣主要資產與營運業務
- 2008 — 全球金融海嘯，中國人壽為臺灣唯一避開次貸風暴的大型保險公司
- 2007 — 概括承受瑞士商環球瑞泰人壽保險公司臺灣分公司
- 1995 — 正式於臺灣證券交易所掛牌上市 (股票代號2823)
- 1963 — 四月二十五日奉准成立，原名「華僑人壽股份有限公司」

中國人壽基本資料

公司正式名稱	中國人壽保險股份有限公司	
總部位置	台北市松山區敦化北路 122 號 5 樓	
成立時間	1963 年	
上市時間	1995 年正式掛牌 (股票代號：2823)	
轉投資之大陸保險公司	「建信人壽保險股份有限公司」已於中國大陸設立 23 家分公司，2018 年底分支機構達 192 家	
主要產品類型	個人壽險、年金險、萬能保險、醫療險、長期照顧險、意外傷害險、團體保險、旅行平安險、微型保險及投資型商品等	
主要市場	臺灣地區	
員工數量	內勤員工共 2,136 人，外勤人員 10,733 人	
淨銷售額	338,495,113 仟元 (營業收入)；301,831,959 仟元 (保費收入)	
資產總額	權益 73,094,384 仟元	資產總額 1,711,355,336 仟元
	負債 1,638,260,952 仟元	



詳細資訊請參酌本公司 2018 年股東年報
<https://www.chinalife.com.tw/wps/portal/chinalife/investor-relations/shareholder-service/shareholder-meeting>

2018 榮耀事蹟

- 🏆 連續五年獲「上市上櫃企業公司治理評鑑」Top 5%
- 🏆 連續三年獲「TCSA TOP50企業永續報告獎」最高榮耀肯定
2018年共獲四獎，壽險業唯一獲此殊榮肯定
- 🏆 獲臺北市政府頒發「民間企業與團體綠色採購獎」
- 🏆 首度入選「臺灣永續指數」成分股 (FTSE4Good TIP Taiwan ESG Index)
- 🏆 入選「臺灣永續價值指數」(TWNSI)成分股
為ESG綜合績效表現最好的前40檔上市成分股
- 🏆 連續28年榮登中華徵信所臺灣地區大型企業排名TOP 5000
- 🏆 獲國際機構「英國標準協會(BSI)」，頒發「永續傑出獎」
- 🏆 榮獲「微型保險業務績優獎」，連續五年受肯定
- 🏆 連續二年獲「Buying Power-社會創新產品及服務採購獎」
- 🏆 榮獲機構投資人雜誌(Institutional Investor) 2018「最佳投資人關係專業人士」臺灣區中小型市值公司第一名
- 🏆 獲財訊金融獎「消費者金融品牌獎 - 最佳壽險產品優質獎」
- 🏆 第五屆Smart智富保單評選，中國人壽「鑫利人生變額壽險」獲得全方位強者保單肯定
- 🏆 連續四年取得ISO 14064-1溫室氣體盤查之BSI查證



2018 永續重點績效

Social 社會



人才發展安心職場

- 啟動「轉型專案」，從「業務通路數位轉型」、「後勤團隊智能轉型」，到「整體企業思維轉型」，提升整體社會共享價值
- 開辦「精英專案」培育計畫，透過大數據模型分析，培育青年優秀人才
- 內勤同仁平均持有證照數為2.14張，較前一年度**成長8.63%**
- 舉辦小小保險營活動，實際了解父母工作環境，**活動滿意度達4.98分**(5分制)



多元商品貼心服務

- 積極推動微型保險，服務**超過2萬名保戶**，獲主管機關授獎肯定
- 推廣普惠金融，開辦「中國人壽揪醫波專案」之保障型商品，**首月熱銷超過2,500張**
- 開辦「中國人壽e國民小額終身壽險」，透過網路推廣，協助建構社會基本防護網
- 網路投保會員人數較前一年度**成長45%**
- 「一般服務櫃台」及「愛心服務櫃台」滿意度調查4分以上(5分制)**達99.9%**
- 舉辦第一屆服務大使選拔賽，共票選出**6名Top服務大使**，**提昇保戶服務品質**



核心職能社會參與

- 採用倫敦標竿集團 (London Benchmarking Group, LBG) 模式¹管理與量化社會影響力
- 志工服務時數創新高，**超過4.5萬小時**
- 自2013年起舉辦「愛就GO 319行動學堂」，六年來總計**近4,700人次參與**
- 「愛就GO玩美力計畫」榮獲「TCSA台灣企業永續獎—社會共融獎」，鼓勵學童發揮想像力及創造力
- **連續11年舉辦愛心展售會**，持續支持友善環境小農、弱勢團體，將「展銷」轉化為「愛與夢想的舞台」
- 運用保險業定期定額的特色，邀請同仁一同愛心團GO，**超過5成**同仁主動捐出團購商品，創造共享價值

¹ LBG模式為倫敦標竿集團(London Benchmarking Group)所創，透過將社會參與專案之投入、產出及影響予以量化，用以管理專案並展現企業對於社會之貢獻。

Governance 公司治理



誠信經營完善架構

- **唯一連續五屆**榮獲「上市上櫃企業公司治理評鑑」Top5%之保險公司
- 主動響應**永續保險原則(PSI)**及**責任投資原則(PRI)**，永續作為接軌國際
- 董事會**女性占比達44%**，落實性別平等原則
- 防制洗錢及打擊資恐專責單位人員通過考試取得CAMS資格**達100%**，且全公司取得相關認證人數達57人，健全防制洗錢及打擊資恐文化
- 成立**專責資訊安全部**，監督及評量各部門資訊安全控制作業



營運績效穩健成長

- 全年總保費收入新臺幣3,018億元再創歷史新高，稅後淨利為101.78億元，**每股稅後盈餘為2.54元**
- 積極支持政府政策，直接或間接投資於「五加二」新創產業，合計金額達新臺幣**11.8億元**
- 簽署「機構投資人盡職治理守則」，被投資公司(上市櫃公司)之股東會參加比例**達100%**、股東會議案投票率**達100%**

Environment 環境



綠色服務低碳經濟

- 採用**氣候相關財務揭露架構(TCFD)**，加強氣候變遷管理機制
- 綠色採購金額達**2,710萬元**，較前一年度**成長84%**
- 全面推動綠色服務流程，節省用紙**近435萬張**，成長近25%
- 溫室氣體盤查**增納範疇三範圍**，排放量共852,086公噸
- 供應商簽署企業社會責任承諾書，財物採購類及營繕工程類合格廠商**簽署達成率100%**
- 要求涉及個人資料蒐集、處理及利用之案件受託廠商簽署「廠商個資保護能力評估表」，**簽署率達100%**



中國人壽永續實踐

中國人壽長期重視企業永續發展，致力於回應全球永續趨勢，追求利害關係人的永續價值，並前瞻性的響應聯合國永續保險原則 (Principles for Sustainable Insurance, PSI) 及責任投資原則 (Principles for Responsible Investment, PRI)，將公司策略規劃及管理納入考量環境、社會及公司治理 (ESG) 等議題，以強化掌握永續機會及風險，落實於商品設計、銷售核保、投資管理、售後服務等各面向，作為公司決策的依據，以達成「最值得信賴的保險公司」之願景。



商品設計

- » 開發創新多元且符合民眾需求的商品，並定期檢視各項精算假設，包含投資報酬率、死亡率、罹病率、脫退率、費用率、匯率及稅率等，且依「保險商品銷售前程序作業準則」每半年至少召開一次保險商品管理小組會議進行各項檢視，確保公司之永續經營及消費者權益。
- » 研擬符合客戶所需商品設計策略，至今開辦包含微型保險、小額終身壽險、健康外溢商品、高保障壽險等具有社會價值之保險商品，以提供弱勢族群及一般民眾基本的保障，並促進國人的身心健康，建立社會安全網。

銷售核保

- » 核保依照「核保處理制度及程序」、「國際保險業務分公司 (OIU) 核保處理制度及程序」辦理；核保員本諸核保專業，考量公司自身之風險承擔能力，就要保人及被保險人的基本資料、投保動

機、保險利益、需求程度、適合度事項、財務及健康狀況等各項核保因素加以評估，不得僅因被保險人為身心障礙者而有不公平待遇。

- » 建議書系統加入投保條件的檢核，如可接受的投保年齡、可投保的保額上下限，提高投保規劃的準確度，除了便捷業務通路對準保戶的投保規劃及說明之外更可加速核保作業之進行。
- » 定期查核相關之銷售文件（如建議書、商品 DM），提供保戶完整且正確之資訊，符合作業程序及相關法令規定，落實告知與揭露原則。
- » 進行保戶核保流程關於洗錢及資恐風險評估作業，並依據保戶風險程度建立不同風險等級所適用之管控措施。以風險基礎方法辨識各項疑似洗錢或資恐交易表徵，且將相關資訊透過系統輔助監控，以利可疑交易案件可快速辨識並採取相對應風險管控措施。
- » 依據保單生命週期辦理保險業務時，將蒐集、處理及利用大量的客戶個資，依 BS 10012 最新版標準，將個人資料保護管理最佳實務導入本公司所有單位及各地分公司，以建立全面性的個人資料保護管理機制，並持續不斷諮詢及吸取外部專家對 GDPR 及個資保護之意見，提升本公司個資防護能力並接軌國際標準，維護客戶權利。

投資管理

- » 本公司運用資金進行投資，皆考量產業發展、環境、社會責任、公司治理等企業永續經營因素，並主動簽署「機構投資人盡職治理守則」遵循聲明，以提升投資資產的價值，增進本身、客戶、股東及其他利害關係人之長期利益。
- » 將企業社會責任納入投資政策，並定期檢視投資對象的 CSR 績效表現；除法規限制之外，積極參與被投資對象之股東會及投票，表達本公司對於被投資對象 ESG 議題的高度重視。

售後服務

- » 維繫客戶關係是提升既有客戶信賴度及吸引潛在客戶的關鍵，秉持即時回應並滿足保戶多元化的需求，持續提供客戶滿意及貼心的服務。
- » 訂定「金融服務業公平待客原則」政策與策略作為遵循依據，並配合該法令的實施、增修，適時進行維護更新。透過持續的內部宣導和教育訓練，提升同仁對於金融消費者保護之認知，並定期檢視執行成果提交董事會，確保相關政策落實執行。
- » 秉持著專業、溫馨及效率提供各項服務，並透過理賠實現對保戶的承諾。提出理賠申請後，業務人員及被保險人均可於線上查詢理賠紀錄，被保險人更可收到受理及結案簡訊。給付通知書除列明給付項目及金額外，並貼心提醒應注意事項（如檢附 X 光片及收據）。2019 年更進一步推出「櫃台快速理賠服務」，讓保戶能早一刻獲得理賠，順利度過難關。

數位創新 服務加溫

國際知名顧問公司麥肯錫 (McKinsey) 發布《保險 2030：人工智慧對保險業的衝擊 (Insurance 2030—The impact of AI on the future of insurance)》報告指出，由於新興科技的日新月異，保險產業將面臨重大變革。為了滿足客戶的需求，以及提升組織核心競爭力，中國人壽於本年度啟動「轉型專案」，從「業務通路數位轉型」、「後勤團隊智能轉型」，到「整體企業思維轉型」，透過人員思維建構、專業技能提升，以及金融科技導入，成功發揮數位轉型最大效益，進而創造更好的客戶體驗，提升整體社會共享價值。



業務通路數位轉型

本公司投入大量資源進行業務通路轉型專案，包括委託外部顧問公司透過訪談、問卷與深度面談業務同仁後，診斷與確定業務通路轉型方向，並設計轉型方案，規劃於試行後全面推廣。同時，為強化數據化管理，在轉型計畫進行 i-Agent 系統開發，透過系統工具協助業務員做客戶分群管理，對既有客戶能提供更周到的服務，此外，業務主管能透過系統工具提供之數據指標對轄下人員輔導，進行案件輔導及指標追蹤，亦能透過大數據系統進行選才，以達到質量俱進的目的。

後勤團隊智能轉型

持續規劃辦理數位金融課程，透過自辦訓練、國內派訓、海外參訪、產學合作等管道，協助同仁於所屬各專業領域積極提升，跟上產業變化，包含金融科技趨勢、程式設計、數據與行銷等。參與該主題

實體訓練共計 532 人次、訓練時數近 4,000 小時，其中非管理職同仁相較管理職同仁在受訓人次、費用、時數之比例約為 6:4。

為促進產學交流，掌握國際金融科技新知，持續贊助政大金融科技國際產學聯盟，成為會員企業，並多次派員出席 IBM、SAS、Gartner 等國際科技大廠辦理的全球研討會，充實最新科技知識及應用，並藉此機會與海內外同業進行交流，與時俱進。

有感於數位轉型過程中，公司整體運營在流程、服務、系統等方面勢必需因應調整，面對不同類型的專案挑戰，特規劃辦理為期 7 個月的專案管理系列課程，調訓各專案成員，培養建立同仁在專案管理理論、實務、技巧、文件管理等能力，以建立符合中國人壽的專屬典範。

整體企業思維轉型

為配合轉型專案之需要，中國人壽以「愛與關懷、數位創新」為重點，推動七心級的進化，朝一致的企業核心目標攜手躍進，塑造「關懷型的企業文化」，打造注重互動關係和互信工作環境，溫馨互助合作、友善接納、同仁成員彼此幫助與支援，將員工凝聚在一起營造向心力，強調真誠團隊合作和正向關係。

內部溝通訊息

安排高階長官拍攝影片以拉近距離，傳遞中國人壽轉型之理念；影片採用多媒體與字卡，吸引同仁目光，幫助同仁快速了解相關訊息。另外，以創新、新穎的視覺為趣味宣傳策略主軸，結合當下流行之影集及趣味化圖像視覺搭配運用，吸引同仁討論、點擊觀看影片，有效傳遞企業文化。總計推出 8 支影片、舉辦 4 波段互動性活動，運用自有平台宣傳多管齊下，溝通近 6 萬人次。



STRATEGY



CHAPTER 1

領航力 · 永續藍圖

中國人壽成立企業社會責任委員會以來，結合聯合國永續發展目標 (SDGs) 擘劃企業永續發展藍圖、訂定永續發展策略及目標。透過年度ESG目標的設定、執行與追蹤，落實永續發展作為，並於每年出版企業社會責任報告書，向利害關係人溝通年度永續績效與成果。

12 責任消費
與生產



相信永續力量

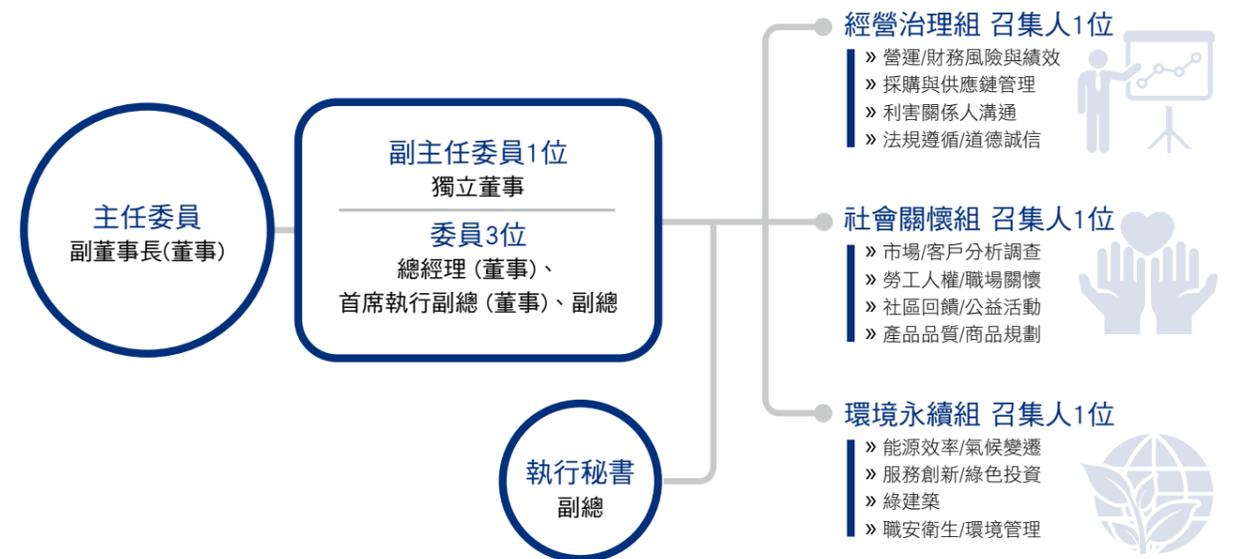
邁進永續

中國人壽自 2014 年成立「中國人壽企業社會責任委員會」，推動並實踐企業社會責任，因應國內外永續趨勢，考量重大性議題可能帶來的衝擊，以前瞻性的策略推動環境、社會及公司治理（Environment, Social, and Governance）相關作為，達成目標，落實企業永續發展。

根據中國人壽企業社會責任委員會規程，由副董事長擔任主任委員，設有主任委員 1 人、副主任委員 1 人、委員 3 人及執行秘書 1 人，董事比例高達 8 成，組織編制與中國人壽的經營與公司治理策略緊密結合，並定期向董事會報告相關作為，確保所委任的功能得以充分發揮。

2018 年召開二次委員會，會議內容包含追蹤 CSR 執行進度並檢視過往目標成效、擬定中國人壽 2018 年企業社會責任報告書架構、重大性議題矩陣圖，以及訂定 2019 年度 ESG 目標等。

■ 企業社會責任委員會的組織架構與職責



落實企業社會責任 深植企業永續理念

2018 ESG 目標及達成情形

透過多元管道提供永續觀念訓練，強化同仁 ESG 觀念，完成永續觀念訓練教材線上課程，共 409 人完訓

2019 ESG 目標

開辦永續觀念線上課程教育訓練，各部門主要負責 CSR 相關作業之執行窗口及其部門主管完訓率 100%

管理方針

重大主題

永續策略

承諾

落實永續發展理念與專業經營，善盡企業社會責任，為利害關係人創造最大利益與價值，成為保戶心中之首選，達成「最值得信賴的保險公司」之願景。

政策 / 管理系統

- ◆ 制定「企業社會責任政策」，作為推動企業永續之指標方針。
- ◆ 成立「企業社會責任委員會」，結合聯合國永續發展目標 (SDGs) 制定「誠信治理、專業培育、價值共創及綠色服務」四大發展主軸、推動策略及中長期目標。
- ◆ 每年主動設定具體 ESG 目標，持續提升企業永續績效。

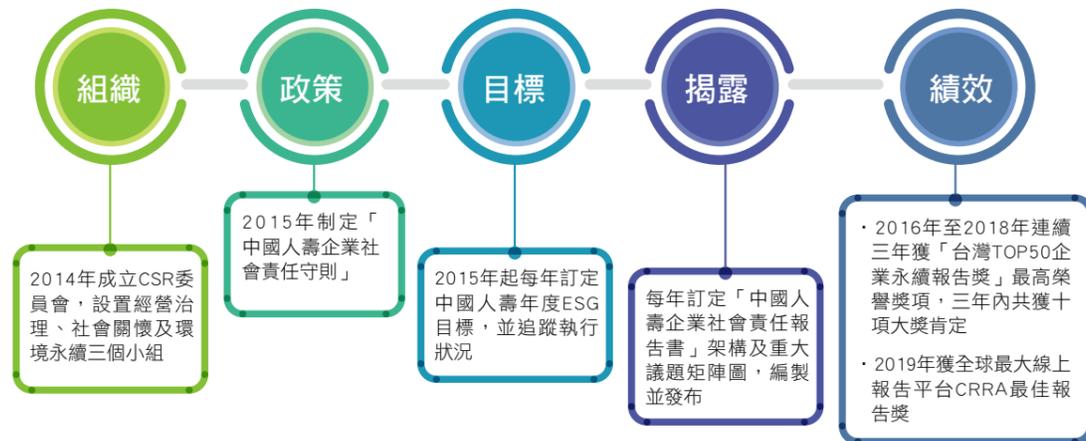
申訴機制

- ◆ 定期執行利害關係人議合調查，以了解內外部利害關係人對公司關注之議題。
- ◆ 建立透明且暢通之利害關係人溝通管道，並每年揭露溝通績效。

評量機制

- ◆ 每年進行兩次 ESG 目標進度追蹤及檢討，確保各項永續方案落實成效，本年度 ESG 目標達成率為 97.5%。
- ◆ 定期召開企業社會責任委員會，檢視企業永續目標、作為及追蹤執行進度，並向董事會報告。

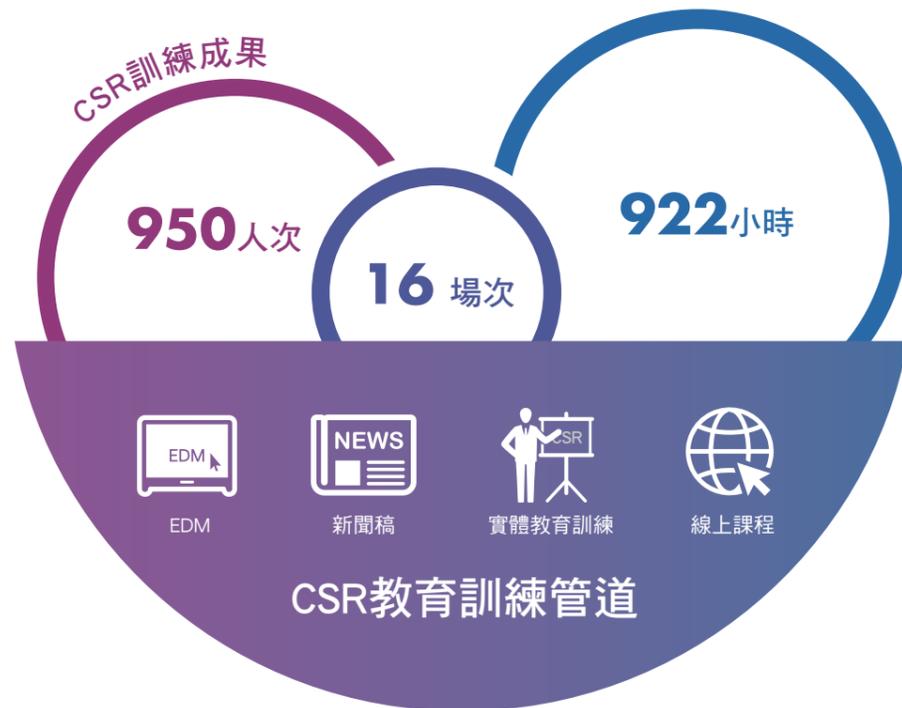
■ 企業社會責任委員會推動重點



為達資訊揭露之透明性及完整性，企業社會責任委員會每年制定「中國人壽企業社會責任報告書」內容架構，由公共關係部專責統整編撰，並由各部門主管覆核相關資訊，經董事長確認後，完成檢核與申報。連續三年獲台灣企業永續學院十項大獎，2018年更獲頒「台灣 Top 50 企業永續報告獎—金融與保險業」白金獎、「綜合績效類-TOP50 台灣企業永續獎」、「社會共融獎」及「創新成長獎」，是唯一獲得四座大獎殊榮的壽險業。

企業社會責任教育訓練

為內化同仁企業永續的思維，除不定期以電子報 (EDM) 方式傳遞新知之外，更透過實體課程強化企業社會責任相關知識及趨勢，包含新人教育訓練及其他與外部顧問合作舉辦相關教育訓練，讓同仁了解國內外企業社會責任及永續發展趨勢，與國際接軌。



創造永續價值

機會挑戰

隨著國內外法規與趨勢的快速更新、科技技術日新月異的發展、社會人口結構改變、氣候變遷日益顯著，中國人壽隨時檢視外部環境，鑑別風險與機會，以事先管理風險、掌握先機，累積永續發展的動能，提供利害關係人更完整的資訊與服務。

Governance

[商品政策法規變動議題]

外部環境機會與挑戰

- 監管機關法令要求及政策
- 政府政策推動「外溢保單」
- 保險商品費用應符合適足性、合理性及公平性

中國人壽因應作為

- 積極推動保險業辦理網路投保業務，於電商通路推出「e 國民小額終身壽險」搭配「全民小額終身壽險」，提供一般大眾更多元化投保管道，並配合主管機關各項法令要求及政策，確保商品開發及公司營運符合法令規範。
- 依保戶需求、市場狀況及政府政策規劃及推動保障型商品，符合政府放寬保障型商品之新契約責任準備金利率，鼓勵壽險業推行保障型商品，提高國人保障。
- 開發具外溢效果之健康險商品，除了損害賠償外，更加入預防機制，藉由提供保費折減或回饋的誘因，鼓勵保戶培養良好運動習慣，降低保險業者損失率，並將持續規劃、開發其他健康促進保險商品，以強化保戶健康觀念，達到多贏的目的。
- 定期檢視銷售保單的各項實際經驗，落實商品定價及銷售後管理，確保商品的費用率合理適足，避免費差損問題。

[洗錢防制及打擊資恐議題]

外部環境機會與挑戰

- 防制洗錢及打擊資恐相關辦法增修，主管機關加強監管力道
- 國際間重視防制洗錢及打擊資恐相關議題

中國人壽因應作為

- 持續強化法令變動相關實務作業之落實程度，並配合主管機關就保險業所投資標的企業之防制洗錢及打擊資恐執行情形之監控力道，增加對於投資標的企業於投資前、後之管控措施。
- 為提升可疑交易申報之品質及強化阻斷犯罪之效能，持續檢討監控型態及金額、頻率門檻。
- 委託會計師辦理防制洗錢及打擊資恐機制專案查核，並取得無保留意見之確信報告。
- 實施客製化及多元化防制洗錢及打擊資恐教育訓練，自董事會成員、高階管理層、重點部門及一般內、外勤同仁進行法令及相關實務作業之訓練及宣導，由上而下推動本公司防制洗錢及打擊資恐之文化及風險意識，並持續關注國內外最新動態，以精進相關管理制度。
- 鼓勵同仁取得相關專業證照，如國際公認反洗錢師 (CAMS)、國內機構舉辦之防制洗錢及打擊資恐專業人員認證，落實並持續提升防制洗錢及打擊資恐之效。

Governance

[保險詐欺議題]

外部環境機會與挑戰

- ◆ 近年來，由於保險詐欺層出不窮，組織與集團式犯罪比例增加，在理賠的案件上，以人力判斷案件風險，耗力費時，同時在培養理賠分析人員上亦相當困難。

中國人壽因應作為

- ◆ 正式啟動理賠防詐模型建置專案，透過運用大數據分析的方法，期望能提升調查破案率，有效識別風險異常理賠案件及提高調查命中率。

[資訊安全議題]

外部環境機會與挑戰

- ◆ 為提升保險業對資訊安全的重視，金管會於公告「保險業內部控制及稽核制度實施辦法」修正條文，要求保險業建置資訊安全專責單位。
- ◆ 行政院通過「金融發展行動方案」，其中為因應資安風險上升，將推動資安保險，以強化投保資安保險資訊揭露。

中國人壽因應作為

- ◆ 增設獨立專責之資安單位「資訊安全部」及資安專責主管，負責全公司資訊安全治理並規劃未來之資訊安全發展藍圖。
- ◆ 面臨複雜的資訊安全風險環境，完成投保電子商務及資訊安全保障責任保險，以降低重大資安事件發生後所遭受到的損失與公司承擔的風險。

Society

[數位金融發展議題]

外部環境機會與挑戰

- ◆ 金融產業數位化的演進及行動裝置普及化，廣泛的數位科技應用將改變保險業的生態，有效發揮數位科技優勢可提供更符合保戶需求的服務。
- ◆ 面對金融科技發展及未來生物識別運用日益廣泛，主管機關及社會大眾期待可應用生物辨識等技術增加投保便利性。

中國人壽因應作為

- ◆ 迎接新數位時代來臨，推動「轉型專案」，透過業務員通路數位轉型、後勤團隊智能轉型及整體企業思維轉型，期待提供保戶更加優質之服務。
- ◆ 完成導入「視訊生調」，運用行動裝置中通訊軟體執行生調作業。除了打破空間限制，大幅節省交通時間外，更提升人員作業效率並加速新契約核保時效，以強化公司競爭力及提升數位化能力。
- ◆ 積極參與壽險公會「研商身分驗證機制」會議，協助擬訂相關辦法，並評估規畫將「生物辨識」運用於「行動投保」之可行性方案，將配合主管機關法規修改進度評估導入，讓保戶能享有更為便捷的服務。
- ◆ 開辦行動投保功能，加強投保流程之便利性，並持續推動至各合作通路；另外開發指紋辨識、臉部辨識之登入功能，大幅增進使用者體驗。
- ◆ 持續推動網路投保，並擴增 3 項新商品，提供便捷數位化投保服務，落實普惠金融精神。

Society

[人口結構改變議題]

外部環境機會與挑戰

- ◆ 根據內政部統計，台灣人口結構型態正式進入高齡社會，且老年人口已於超過幼年人口，內政部推斷至 2026 年我國即可能從 14% 老年人口進入 20% 老化人口的超高齡社會，人口老化現象將導致健康照護、社會福利增加支出，而老年人常因病而無工作能力，生活陷入困境。
- ◆ 台灣社會面臨少子化、人口老化、高齡社會、年長者照護需求增加、健康意識提升等相關議題，且對於相關保險商品及服務產生需求。

中國人壽因應作為

- ◆ 推出新型態的健康保險及失能扶助保險，避免保戶因疾病身體不健康而陷入經濟困境，影響原有的生活品質。
- ◆ 針對年輕族群在收入有限卻又需要保障的情況下，推出多種個性化、客製化的保單，讓年輕世代的族群能夠自由搭配，打造出適合自己的專屬保單。
- ◆ 導入創新思維，推出外溢保單，從協助保戶管理自身健康的角度出發，延伸保險商品的功能及價值，藉由鼓勵規律運動、時常走路的方式，提醒保戶注意健康，建立健康的生活方式。
- ◆ 為服務年長者或身心不便之保戶，於台北、桃竹、台中、嘉義、台南、高雄服務中心設置愛心服務櫃台，縮短保戶等待時間，並由專人提供各項保險服務。
- ◆ 本公司企業網站提供金融友善服務無障礙網頁專區，並取得 NCC 認可之無障礙標章，以協助對滑鼠操作有障礙之人士可快速瀏覽網站之任何資訊。

[社會資源分配不均議題]

外部環境機會與挑戰

- ◆ 城鄉發展差距，偏遠地區許多經濟弱勢、資源弱勢兒童，面臨較多隔代教養、家庭機能失調、文化弱勢、生活物資較不足等問題。

中國人壽因應作為

- ◆ 「愛就 GO 319 行動學堂」深入偏鄉，將企業資源帶入校園，為年輕學子注入更多關懷與能量，增加偏鄉孩童自信及偏鄉小學的資源，提升教育水準，縮短城鄉發展差距。
- ◆ 推動「愛就 GO 玩美力計畫」，從「美學」角度出發，課程設計融合在地元素與特色，鼓勵偏鄉學童發揮想像力，發掘在地美好。
- ◆ 秉持著與社會共榮共好的理念，舉辦「食安綠學堂」，定期提供友善小農當季水果給偏鄉小學及育幼院、深入偏鄉學校推廣食農教育，讓最親近土地的偏鄉孩子能夠飲食均衡，扎根珍惜食物觀念，進而懂得尊重土地。
- ◆ 透過「愛就 GO 志工團」的力量落實「公益在地化」，包括每月進行志工活動、並持續進行「俠客 CEO」計畫，贊助大專院校學生進行公益活動等，以發展在地公益，協助弱勢團體，用善的力量點亮社會各角落。

Environment

[全球氣候變遷議題]

外部環境機會與挑戰

- ◆ 全球氣候日漸異常，在 2018 年全球氣候風險指數排名中，台灣名列第七，即代表極端氣候將頻繁發生，近年來台灣高溫日數增加，降雨日數減少，但強降雨次數增多，將更容易致災。除了需培養社會大眾的環保意識，民眾面對重大災難時，亦有相關的需要。
- ◆ 受到全球暖化的影響，氣候變遷加劇，將造成颱風、乾旱、強降雨等極端氣候，嚴重影響農作物生長、農漁業和人身財產損失等。

中國人壽因應作為

- ◆ 本公司以「售服風災各項保戶服務關懷措施作業規範」作為重大災害時處理規範，以期在重大災害發生時，能對保戶傳達更快速、貼心及便利之關懷，協助受災保戶順利度過難關。
- ◆ 對內部同仁進行環境議題認知宣導，提倡節能減碳之觀念，並積極響應政府綠色採購政策，持續採購環保標章產品，建立低碳營運環境，降低對環境之衝擊。
- ◆ 每年舉辦「愛心展售會」、「食安綠學堂」及「愛心團 GO」等活動，發揮企業價值鏈影響力，推廣友善環境理念；另關注氣候變遷對環境造成影響，導致農產品產銷失衡之際，體現保險救急扶危精神，主動認購小農作物，與保戶及同仁分享。
- ◆ 推動「食安綠學堂」攜手社會企業，深入偏鄉推廣食農教育，讓孩子了解不同種植方式對作物及環境造成的影響、體會食材取之不易，懂得珍惜進而尊重土地、愛護環境。「食安綠學堂」除了定期贊助水果讓孩子們能均衡飲食，也以實際行動給予這群堅持採用友善農法的農友們最大的支持。



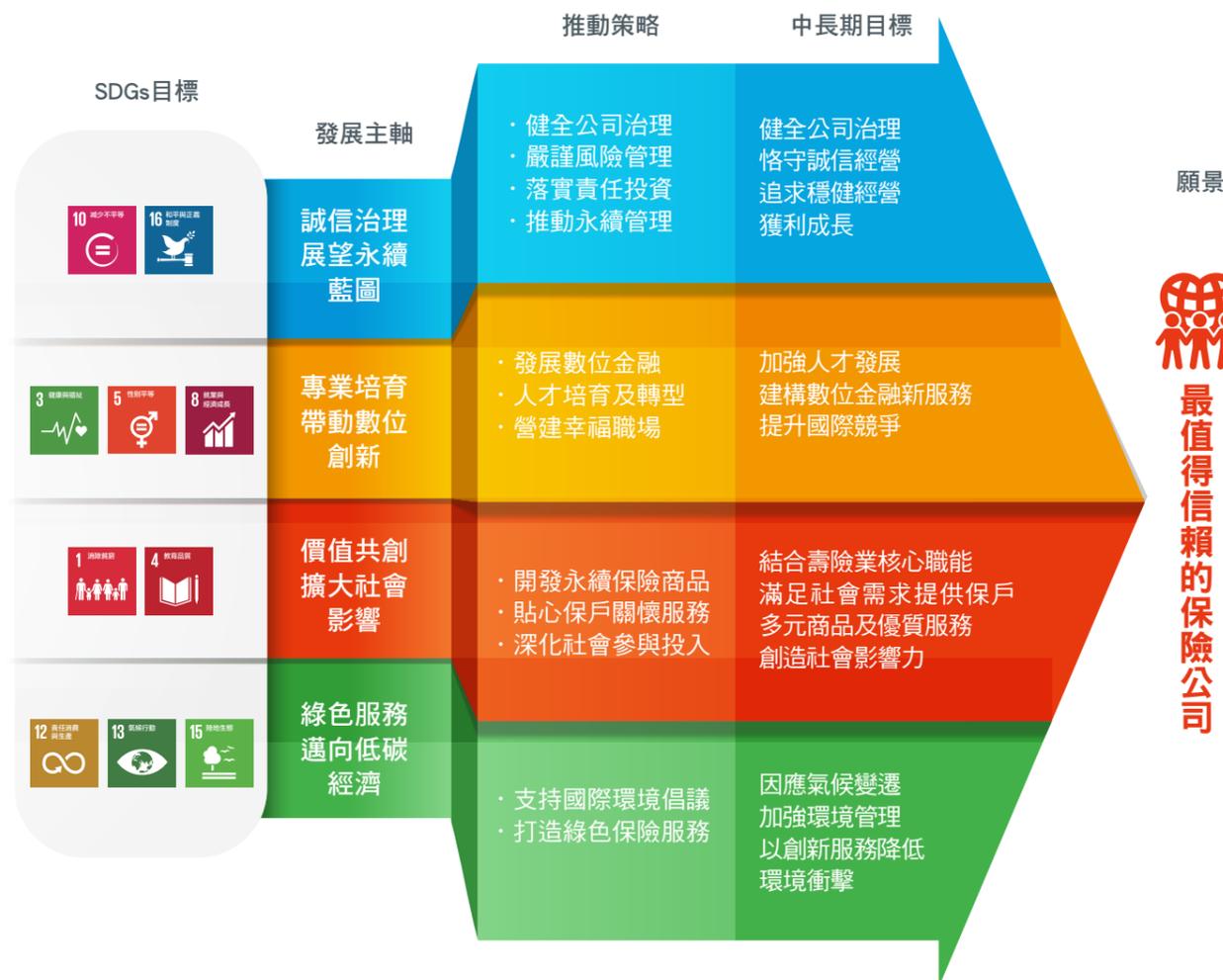
永續策略

「We Share We Link」是中國人壽的核心價值，也是永續經營的精神。中國人壽始終認為實踐企業社會責任須與本業結合，運用專業職能的優勢和資源發揮社會的正面影響力。以「為保戶、股東、員工及社會創造最大利益與價值，成為最值得信賴的保險公司」為願景，實踐企業永續經營的承諾。

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，以及氣候變遷等相關議題，對於環境、社會、民眾的生活及健康產生衝擊，都可能對營運造成影響。因此，除了積極回應利害關係人的需求及利益外，面對諸多的社會與環境問題，中國人壽也有責任透過企業的影響力，回饋並且創造價值。

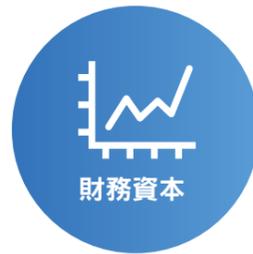
因應數位科技時代來臨，中國人壽啟動「轉型專案」，透過「業務通路數位轉型、後勤團隊智能轉型、整體企業思維轉型」，累積企業轉型能量，顛覆傳統技術、流程及作法，採用多元創新科技應用，從保戶需求為出發，發揮數位科技的優勢為服務加值。

因此，結合聯合國 17 項永續發展目標 (Sustainable Development Goals, SDGs) 及我國永續發展目標，擘劃中國人壽四大永續發展主軸「誠信治理」、「專業培育」、「價值共創」及「綠色服務」，並各自建立其推動策略，俾使發展主軸得以執行，並每年設定年度 ESG 目標，徹底落實中國人壽永續發展策略，同時回應全球永續發展的需求，讓世界更為美好。



2018年資本投入

2018年資本產出



資本額：**401**億元
資產總額：**1.7**兆元

稅後淨利：**101.78**億元
保費收入：**3,018**億元
每股稅後盈餘：**2.54**元



校園徵才場次：**7**場次
儲備幹部招募人數：**5**人
非主管職平均福利費用：**950,648**元

內勤員工人數：**2,136**人
外勤員工人數：**10,733**人
內勤員工留存率：**86%**
外勤員工留存率：**79%**



內勤教育訓練總時數：**64,600**小時
外勤教育訓練總時數：**580,360**小時
教育訓練費用：**31,233,343**元
專業證照考試費補助費用：**4,802,323**元
Fintech投入成本：**32,684,950**元
i-Agent投入成本：**3,000**萬元

平均每人持有證照數：**2.14**張
網路會員人數：**15**萬人
行動投保使用率：**90.2%**
視訊生調執行次數：**15**次
i-Agent使用率：**85%**



客服中心來客數：**90,268**人次
愛心服務櫃台來客數：**548**人次
電話服務接通率：**96%**
公益投入金額：逾**1,500**萬元
企業志工投入時數：逾**4.5**萬小時
公益活動場次數：**562**場次

服務櫃台滿意度調查4分以上(5分制)：**99.9%**
愛心服務櫃台滿意度調查4分以上(5分制)：**100%**
080客戶滿意度調查4.5分以上(5分制)：**100%**
微型保單服務人數：**21,505**人
公益合作單位數：**67**個
公益活動助人人次：逾**2.9**萬人次



綠色採購：**2,710**萬元
ISO 14064-1溫室氣體盤查職場數：**6**處
綠色機房建置成本：**7,500**萬元
綠色機房建置坪數：**139.5**坪

總用電量：**12,929,329**度
總排放量：**4,480.035**噸CO₂e
總用水量：**37,764**度
廢棄物回收量：**86,000**公斤
推動綠色服務減少用紙量：近**435**萬張
機房節能成效：PUE ≤ **1.7**

深耕永續管理

利害關係人議合

中國人壽採用系統化利害關係人鑑別流程方法，參考 AA 1000 利害關係人議合標準進行利害關係人關係程度鑑別，以責任、影響力、張力、多元觀點及依賴性等五大重要因子進行評估。經過彙整 46 位部門長官意見及分析作業，篩選中國人壽重要利害關係人共 10 類，包括：主管機關、合作通路、公協會、股東/投資人、保戶、員工、媒體、供應商/承攬商、投資對象，以及公益團體/NGO。

中國人壽透過多樣管道與不同利害關係人溝通，即時了解各類利害關係人之回饋，並據此調整相關管理做法，或提供相應之所需資訊，以達到良好議合之效益。



主管機關 / 誠信經營金融保險業務，響應政府政策並遵守主管機關之規範

關切議題 ▶ 資訊安全及個資保護 / 法規遵循 / 洗錢防制與打擊資恐 / 公司治理與誠信經營 / 永續策略

- 溝通管道 ▶
- ◆ 主動至主管機關處進行業務相關說明或報告
 - ◆ 參與政府相關會議，並提供建言
 - ◆ 參與座談會、研討會
 - ◆ 參與主管機關評鑑
 - ◆ 提供主管機關相關監理及檢查資料，或函文說明案件處理情形
 - ◆ 透過電話、電子郵件、公文(函)或會議進行日常聯繫

- 2018 年溝通績效 ▶
- ◆ 至金融監督管理委員會保險局報告公司防制洗錢及打擊資恐之執行狀況共 2 次
 - ◆ 參與行政院洗錢防制辦公室、金融監督管理委員會主辦私部門模擬評鑑會議
 - ◆ 透過金融資安資訊分享與分析中心定期接收資訊安全相關情資報告，並不定期接收資訊安全相關公告及警訊通知
 - ◆ CRS 台版 FATCA 資料上線
 - ◆ 至金管會保險局簡報中國大陸地區參股公司之經營狀況共參與 1 次
 - ◆ 向主管機關申報稽核計畫及執行情形等監理資料



合作通路 / 加強各個通路夥伴關係，提供優質商品打造雙贏合作模式

關切議題 ▶ 永續策略 / 洗錢防制與打擊資恐 / 公司治理與誠信經營 / 法規遵循 / 風險管理

- 溝通管道 ▶
- ◆ i-Agent 等數位諮詢專線
 - ◆ 新增經代業務員諮詢專線
 - ◆ 以電子郵件、電話或面對面溝通、會議、教育訓練等方式，積極與合作通路互動

- 2018 年溝通績效 ▶
- ◆ i-Agent 等數位諮詢專線共計接受 9,753 筆諮詢服務
 - ◆ 合作通路共有 164 家，包括經紀代理、銀行及證券
 - ◆ 銀行保險通路全年總報繳業績達新臺幣 1,100 億元，創下本通路成立以來最佳績效，年度保費收入 1,082.9 億元，名列業界第一
 - ◆ 透過合約方式要求遵循洗錢防制及打擊資恐相關法令規範外，亦隨時因應法令之要求透過聯繫單、人員傳遞等方式進行宣導



媒體 / 維護媒體關係，主動提供新聞稿件，以強化品牌形象

關切議題 ▶ 經營績效 / 員工薪資與福利 / 公司治理與誠信經營 / 資訊安全及個資保護 / 緊急災難救助

- 溝通管道 ▶
- ◆ 設置專責單位
 - ◆ 每月固定發布公司新聞稿，並不定期製作新聞專題
 - ◆ 舉辦記者會
 - ◆ 新聞稿發布加註時事及新聞重點提示，以利媒體引用
 - ◆ 社群平台：Facebook、Instagram
 - ◆ 企業網站「最新消息」資訊揭露

- 2018 年 溝通績效 ▶
- ◆ 以公共關係部做為專責單位，透過電子郵件、電話及通訊軟體等進行日常溝通
 - ◆ 舉辦公開媒體活動 1 場
 - ◆ 新聞稿發布 101 篇，主動發稿創造之媒體聲量達 2,392 則，正面報導 100%
 - ◆ 主動提供稿件、資料或安排發言主管受訪創造之媒體聲量達 585 則，獲媒體對中國人壽之專業度、細膩度與發稿質量等正面評價
 - ◆ Facebook 及 Instagram 發布貼文 481 篇，主動創造社群媒體曝光，強化品牌聲量，觸及 6,159,272 人次
 - ◆ 企網發布新聞稿訊息，以壽險顧問角色，提供醫療、長期照護及退休規劃保障相關知識，促進社會風險管理意識，以及得獎榮耀、永續作為等訊息，提升企業品牌形象



股東或投資人 / 經營績效穩健成長，並建立嚴謹風險管理文化，創造股東最佳價值

關切議題 ▶ 公司治理與誠信經營 / 風險管理 / 經營績效 / 企業形象與聲譽 / 法規遵循

- 溝通管道 ▶
- ◆ 設置投資人關係部為專責溝通單位，透過電話與電郵回覆投資人與分析師提問
 - ◆ 舉辦年度股東會 / 股東臨時會
 - ◆ 舉辦法人說明會
 - ◆ 參與券商舉辦之海內外法人說明會及路演 (Roadshow)
 - ◆ 企網設置中英文版投資人關係專區，即時公告重要資訊
 - ◆ 配合金控母公司業務查核，提供相關資料

- 2018 年 溝通績效 ▶
- ◆ 舉辦股東會 1 場，外資股東的出席率與多數議案投票贊成率近 7 成
 - ◆ 舉辦年度法人說明會 1 場
 - ◆ 參與外辦法人說明會 5 場，並參與海外路演 3 場，共計與 108 位機構投資人會面
 - ◆ 以中英文方式同步發布重大訊息
 - ◆ 企網公告各季英文財務報告
 - ◆ 半年度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。年度財務報告亦於會計年度結束後 2 個月內公布，較法定期限提前 1 個月，有效協助投資人即時取得充分資訊，已達全球先進國家的標準
 - ◆ 股東常會之議事手冊及會議補充資料與年報，均較法令規定時限提前 7-9 天公告；亦同步編製完整版英文股東常會議事手冊與年報，以符合國際潮流，使外資機構能獲得資訊揭露的完整性



保戶 / 為滿足不同保戶之需求，提供多元且優質的保險商品與貼心的售後服務

關切議題 ▶ 客戶服務與關懷 / 企業形象與聲譽 / 經營績效 / 永續策略 / 資訊安全及個資保護

- 溝通管道 ▶
- ◆ 業務服務專員
 - ◆ 各地客戶服務櫃檯
 - ◆ 免費客服專線：0800-098-889
 - ◆ 海外諮詢專線：國際冠碼 +886-4-36083600
 - ◆ 海外急難專線：國際冠碼 +886-2-25360077
 - ◆ 卡安心電話投保服務專線：0809-001-005
 - ◆ 書面郵寄或傳真等客服及客訴管道
 - ◆ 主動寄發保戶服務通知單
 - ◆ 企業網站：諮詢留言、保戶專區、網路投保專區、利害關係人專區、免費電子報訂閱
 - ◆ 社群平台：Facebook、Instagram
 - ◆ 新聞報導

- 2018 年 溝通績效 ▶
- ◆ 一般服務櫃台滿意度 4 分以上達 99.9% (5 分制)
 - ◆ 愛心服務櫃台服務滿意度 4 分以上達 100% (5 分制)
 - ◆ 企業網站訪客人數達 159 萬人，總瀏覽量逾 331 萬；網路投保專區訪客人數達 76 萬人，總瀏覽量逾 290 萬
 - ◆ 企網留言數 1,473 則
 - ◆ 發送會員 eDM 共 122 次
 - ◆ 保戶電子報發行 12 次，共觸及 30 萬人次
 - ◆ Facebook 超過 2.1 萬人次追蹤、Instagram 超過 1,000 人次追蹤
 - ◆ 為推動商品上線並結合社會時事，提供 44 篇新聞稿或採訪稿，平面報導 133 次、網路報導 594 次
 - ◆ 共計受理 1,053 件申訴案件



公協會 / 積極參與產業公協會研究各項保險議題，並遵守公會相關規範

關切議題 ▶ 法規遵循 / 風險管理 / 資訊安全及個資保護 / 洗錢防制與打擊資恐 / 客戶服務與關懷 / 普惠金融

- 溝通管道 ▶
- ◆ 與壽險公會洗錢防制政令宣導及教育訓練
 - ◆ 參與 GDPR 適用性評估
 - ◆ 參與研討會及實體討論會議
 - ◆ 透過電話、電子郵件、公文 (函) 或會議進行日常聯繫

- 2018 年 溝通績效 ▶
- ◆ 協助監理機關監理政策的研究，為協助保險產業創新與進步，不定期提供公司經驗率資料予監理機關，並以業者角度建議監理或會計制度的改善方向
 - ◆ 提供壽險公會公司各年度辦理防制洗錢及打擊資恐教育訓練情形列表
 - ◆ 參與壽險公會「研商身分驗證機制」會議，並協助擬訂「保險業辦理要保人、被保險人身分認證與交易及服務確認程序應注意事項 (草案)」等相關事宜



供應商或承攬商 / 落實供應商管理，並與供應商共同承諾推動企業永續價值

關切議題 ▶ 公司治理與誠信經營 / 法規遵循 / 風險管理 / 企業形象與聲譽 / 資訊安全及個資保護

- 溝通管道** ▶
- ◆ 企網「供應商企業社會責任專區」資訊揭露
 - ◆ 供應商簽署「供應商企業社會責任承諾書」
 - ◆ 經由廠商遴選、議價會議、合約簽訂等管道，與供應商共同遵循致力於環保等議題，持續採購綠色標章產品
 - ◆ 每年經由評選會議更新營繕工程合格廠商

- 2018 年 溝通績效** ▶
- ◆ 綠色採購金額 2,710 萬元，並連續三年獲臺北市環保局頒發推動綠色採購績優企業表揚
 - ◆ 持續宣導推動企網「供應商企業社會責任專區」，並與供應商共同遵循實踐企業社會責任承諾
 - ◆ 一般採購合約及營繕工程合約之供應商 100% 簽署企業社會責任承諾書



投資對象 / 落實機構投資人盡職治理，對投資對象持續關注與溝通，以提高長期的投資效益

關切議題 ▶ 公司治理與誠信經營 / 企業形象與聲譽 / 風險管理 / 經營績效 / 永續策略

- 溝通管道** ▶ 持續參訪與追蹤被投資公司包括參與股東會、追蹤財務報表及關注社會議題，並出具研究報告予管理階層

- 2018 年 溝通績效** ▶
- ◆ 每月出具投資月報，檢討被投資公司績效並追蹤營運狀況，並呈核高階主管審閱。被投資公司每月關注率為 100%
 - ◆ 於法規範圍內積極參與國內上市櫃被投資公司股東會，參與率達 100%，以盡保戶資金運用與管理之責，持續關注及約訪被投資公司之財務狀況與企業社會責任，並記錄於研究報告呈核高階主管。研究報告評估被投資公司 CSR 績效



公益團體或 NGO / 投入企業資源與公益團體合作舉辦各項社會參與活動，結合企業核心職能回饋社會

關切議題 ▶ 風險管理 / 人才培育 / 職場健康與安全 / 員工薪資與福利 / 永續策略 / 企業形象與聲譽 / 社會參與

- 溝通管道** ▶
- ◆ 與基金會合作辦理微型保險業務
 - ◆ 各通訊處對外窗口
 - ◆ 舉辦相關社會參與活動
 - ◆ 贊助或捐贈扶持弱勢團體

- 2018 年 溝通績效** ▶
- ◆ 與聯合勸募旗下 3 家基金會、財團法人勵馨社會福利事業基金會及財團法人慶興社會福利基金會合作，提供符合微型保險資格的民眾基本意外險保障
 - ◆ 與 67 個公益單位合作、共舉辦 562 場次公益活動，受助人次達 2,450 人次
 - ◆ 公益投入金額逾 1,500 萬元、志工服務時數逾 4.5 萬小時



員工 / 員工為公司最重要的資產，建立完整培訓地圖、提供優渥薪酬福利、建構安心職場環境、保持暢通溝通管道，維持勞資和諧關係

關切議題 ▶ 員工薪資與福利 / 經營績效 / 公司治理與誠信經營 / 永續策略 / 法規遵循

- 溝通管道** ▶
- ◆ 多元化教育訓練及課程
 - ◆ 企網「員工學習網」專區
 - ◆ 發行員工園地內部刊物
 - ◆ 舉辦勞資會議
 - ◆ E 化溝通頻道：i-Agent 數位諮詢專線、菁英行動網數位互動平台、i-Link APP、hiBox 電子郵件信箱、內外勤 LINE@ 生活圈、電子布告欄
 - ◆ 內部網站提供員工申訴管道，申訴者可取得該資訊進行申訴，並依勞動檢查法相關規定辦理
 - ◆ EDM 搶鮮報

- 2018 年 溝通績效** ▶
- ◆ 發行 12 次員工園地內部刊物
 - ◆ 舉辦 4 次勞資會議，針對調整延長工時上限相關規定、推選職業安全衛生管理委員會之勞工代表、員工工作規則修訂等議題進行充分溝通與討論，並達成協議
 - ◆ 內勤勞動檢查案件共 4 件，受檢事由包含工時及薪資給付情形、出勤管理檢查等，均通過勞工主管機關之檢查，無違反法令之情事
 - ◆ 因應數位金融趨勢，安排客服人員接受數位工具相關在職訓，並提供 i-Agent 等數位諮詢專線，以利於業務員使用
 - ◆ 業務員於菁英行動網「溝通橋樑」詢問訓練相關辦法及其問題共計 54 件，全數皆獲圓滿處理
 - ◆ LINE@ 生活圈提供內、外勤同仁最即時的公司資訊及主題內容，共發布 521 則
 - ◆ 共寄送 192 篇搶鮮報，提供內勤同仁公司最新資訊，以圖文並茂呈現更為吸睛



永續議題鑑別

為確保揭露資訊符合利害關係人期待，中國人壽定期採用系統化分析方式鑑別重大性永續議題。依照重大議題分析流程執行利害關係人議合作業，參考利害關係人及公司高階主管意見，並經董事長最終確認，分析鑑別出 13 項重大議題，分別為：公司治理與誠信經營、經營績效、風險管理、洗錢防制及打擊資恐、資訊安全與個資保護、公平待客原則、人才培育、數位金融與創新、企業形象與聲譽、永續策略、責任投資、法規遵循，以及員工薪資與福利；同時考量資訊完整性，其他議題部分相關資訊亦一併於本報告書各章節進行揭露。

重大議題分析流程



» 中國人壽參考過去重大議題分析結果、國際指標標準、金融保險產業特性以及國際永續趨勢，定期更新年度永續議題列表，中完整包含公司治理、環境與社會三大面向



» 依照利害關係人鑑別結果，中國人壽各位對內外部利害關係人發放及回收 110 份問卷，以瞭解利害關係人對各項永續議題之關注程度
 » 中國人壽高階主管根據營運與經濟、環境和社會衝擊進行評估，以瞭解各項永續議題之衝擊程度

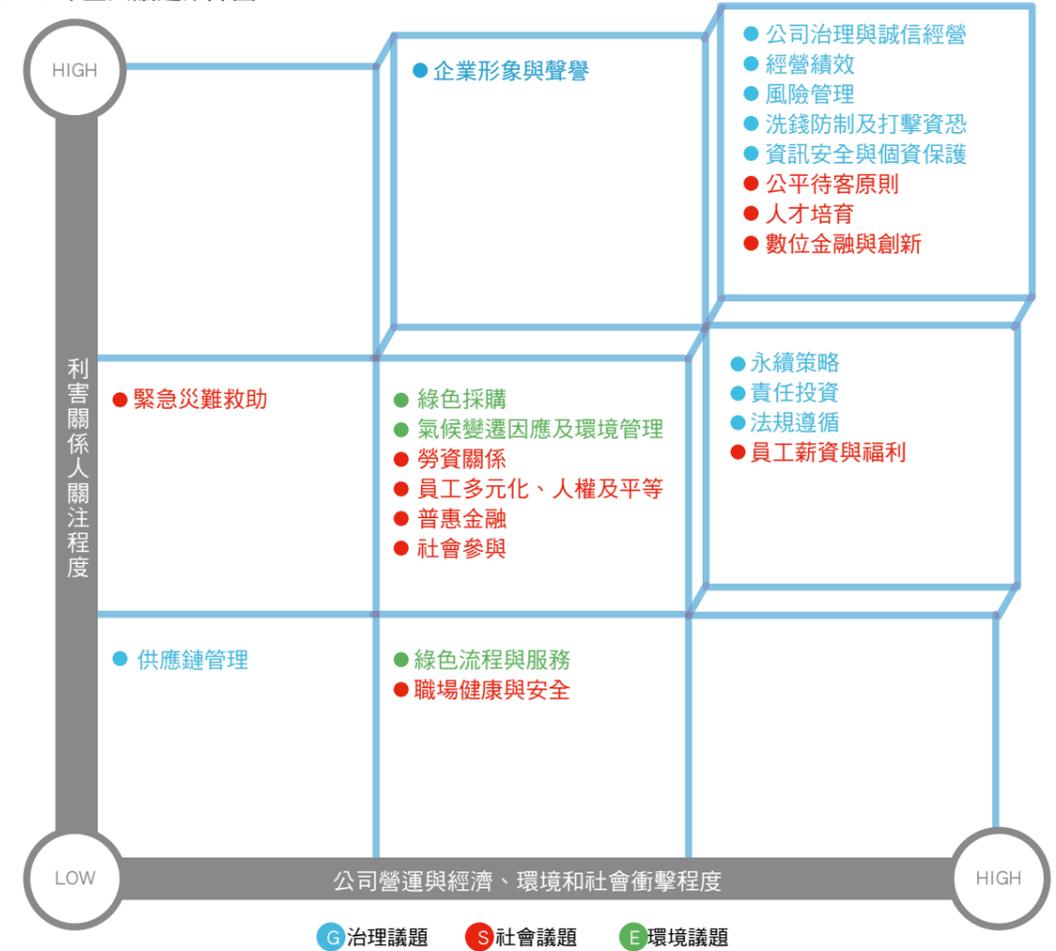


» 依照「利害關係人對議題關注程度」及「中國人壽營運與經濟、環境和社會衝擊程度」結果，並經企業社會責任委員會及董事長最終確認，完成 2018 年重大議題矩陣圖之繪制，並篩選出 13 項重大性議題



» 中國人壽針對所鑑別出之重大議題，對應 GRI Standards 重大主題，並針對各項重大議題建立管理方針，以確保相關作為得以有效落實

2018 年重大議題矩陣圖



重大議題差異及調整原因說明

重大議題	洗錢防制及打擊資恐	公平待客原則	數位金融與創新
差異說明	議題新增	議題名稱調整	議題新增
調整原因說明	因應洗錢防制法修訂及面對國際評鑑的關注，中國人壽加強洗錢防制及打擊資恐相關管控，除符合法規或查核作業要求外，更提升了防制洗錢及打擊資恐之效能。	為提昇利害關係人金融權益保障，中國人壽建立「公平待客」的企業文化，推動相關策略及具體作為，致力於維護金融消費者權益，以增進社會大眾信心。	因應 FinTech/InsurTech 之新興趨勢，結合轉型專案之推動，中國人壽投入數位金融與創新相關作為，接軌數位金融時代並滿足客戶需求。

註：因應永續趨勢及公司作為成熟度，每年定期檢視重大議題矩陣，2018 年永續議題中「產品社會責任」議題名稱調整為「普惠金融」且重大性調整為中度程度、「重大詐欺及金融犯罪協防」亦調整刪除。

重大主題與衝擊邊界

重大議題	GRI 特定主題 / 自訂主題	重大議題對中國人壽的意義	中國人壽	保戶	供應商 / 承攬商	合作通路	投資對象	回應章節	回應頁碼
治理面向			價值鏈						
永續策略	永續策略	中國人壽追求企業永續，從環境、社會與公司治理面向發展出具前瞻性之策略規劃，並設定短、中長期目標，以具體作為落實企業社會責任	●	●	▲	▲	○	CH1	20-25
公司治理與誠信經營	反貪腐	中國人壽始終堅守誠信經營價值，致力健全公司治理制度及資訊揭露透明，向內外部各利害關係人負責	●	○	▲	▲	○	CH2	43-50
經營績效	經濟績效	穩健經營與成長是中國人壽對股東、保戶最基本的承諾，透過提供多元的商品、審慎的投資與嚴謹的風險管理，每年皆創造豐碩的盈餘，帶動公司持續創新前進	●	○	▲	▲	○	CH2	41-42
風險管理	風險管理	為保障資產安全、提升服務品質及增進股東價值，中國人壽全面建立嚴謹的風險管理制度，從風險辨識、衡量、監控、回應至報告，全方位掌控相關風險	●	○			○	CH2	57-60
資訊安全與個資保護	客戶隱私	中國人壽建立資訊安全管理系統，並依主管機關要求進行個人資料保護作業，以最嚴謹的態度面對資訊安全與個資保護，確保個人隱私不外洩讓保戶安心	●	●		▲		CH2	64-65
法規遵循	有關環境保護的法規遵循	中國人壽配合主管機關政策及法令要求，各部門皆遵循相關法規進行日常作業，並且誠信揭露環境、經濟與社會法規之裁處情事	●					CH2 CH5	65-66 130
	社會經濟法規遵循		●	○		▲		CH2 CH3	65-66 88
洗錢防制及打擊資恐	洗錢防制及打擊資恐	為保障保戶權益，並維持金融秩序，中國人壽落實洗錢防制及打擊資恐，加強金融犯罪之防範	●	○		▲	○	CH2	53-56
企業形象與聲譽	行銷與標示	在對內經營運作、對外銷售商品與提供服務的過程中，中國人壽皆充分展現「We Share We Link」之品牌精神，維持良好市場形象	●	●		▲		CH2	43-50
責任投資	產品組合	中國人壽對於投資之評估，以治理、環境、社會面向作為投資決策考量，持續關注投資對象的 CSR 績效，並積極與其溝通議合	●	○			●	CH2	51-52
社會面向									
人才培育	訓練與教育	人才是中國人壽最重要的資產，為培育具有創新思維及專業技能之人才，提供員工完善的教育訓練與考核制度，讓員工能與企業一同成長	●	○				CH3	71-83
員工薪資與福利	市場地位	中國人壽提供對內公平、對外具競爭力的薪酬福利，期待員工皆能在友善的職場環境中發揮所長	●					CH3	92-93
	勞雇關係		●					CH3	84-93
	員工多元化與平等機會		●					CH3	84-86 92-93
公平待客原則	行銷與標示	中國人壽致力提供保戶最優質的服務、最貼心的關懷，從商品銷售、售後服務到申訴處理，無微不至的替所有保戶著想，透過服務與關懷守護保戶的權益	●	●		▲		CH4	107-112
數位金融與創新	數位金融與創新	中國人壽迎接數位時代來臨，從保戶需求出發，導入創新數位科技應用，提升服務品質並帶給保戶嶄新體驗	●	●	▲	▲		CH4	101-104

註：●代表直接衝擊，○代表促成衝擊，▲代表商業關係



LAW

REGULATIONS

POLICIES

COMPLIANCE

CHAPTER 2

發展力 · 誠信治理

中國人壽始終堅持誠信經營之價值與理念，設置專責誠信經營委員會，並建立反貪腐賄賂、防止相關利益輸送情事之政策；為回應近年來洗錢防制及打擊資恐之議題，落實專責組織，完成獨立第三人查核。在整體公司治理運作方面，強調各階層的課責性與透明度，同時建立完善風險控管機制以及嚴謹的資安防護體系。在投資決策方面，響應責任投資原則(PRI)，將ESG議題納入投資決策流程，並響應政府政策，藉由資金引導國內相關產業成長。



響應責任投資原則 投資決策納入 ESG 作為

2018 ESG 目標 及達成情形

- ◆ 以企業社會責任為準則評估投資標的，出具之個股研究報告皆將 CSR 納入評估內容
- ◆ 上市櫃被投資公司股東會之參與率為 100%，並於法規內對議案明確表示意見
- ◆ 修訂「投資政策及作業規範手冊」、「投資管理流程」、「衍生性金融商品交易與風險管理程序」、「大陸地區有價證券處理程序暨風險管理制度」等內部投資政策及決策規範

2019 ESG 目標

- ◆ 持續積極參與上市櫃被投資公司股東會，參與率達 95% 以上，以盡保戶資金運用與管理之責
- ◆ 納入 CSR 評估之投資研究報告比例達 100%，作為投資決策之重要評估標準之一

健全公司治理與誠信經營 履行利害關係人承諾

2018 ESG 目標 及達成情形

- ◆ 完成董事會、誠信經營委員會績效評估工作，並將執行結果向董事會報告

2019 ESG 目標

- ◆ 持續配合主管機關辦理上市（櫃）公司治理評鑑
- ◆ 為強化公司治理及誠信經營，誠信經營委員會每年辦理績效考核

完善防制洗錢及打擊資恐作業 有效風險控管

2018 ESG 目標 及達成情形

- ◆ 對各階層舉辦多元化之防制洗錢及打擊資恐教育訓練，共舉辦或參與 84 場教育訓練、內外勤同仁受訓比達 100%

2019 ESG 目標

- ◆ 持續舉辦多元化之防制洗錢及打擊資恐教育訓練
- ◆ 為遵循「金融機構執行共同申報及盡職審查作業辦法」進行新保戶及既有高資產戶盡職審查

建立部分內部模型 落實風險管理機制

2018 ESG 目標 及達成情形

- ◆ 完成外匯內部模型診斷、測試及相關文件建立

強化資訊安全及個資保護 落實對保戶的承諾

2018 ESG 目標 及達成情形

- ◆ 完成個人資料保護管理系統 (PIMS) BS 10012 第三方複審作業，持續以 PDCA 運作模式強化個資保護管理能力
- ◆ 舉辦 14 場個人資料保護教育訓練課程，其中 E-learning 完訓率達 100%

2019 ESG 目標

- ◆ 加強新興科技上線前之程式驗證、架構審查，並建立資訊安全事故應變程序，執行 3 次資安應變模擬演練
- ◆ 委請外部資安專家進行資訊安全評估作業、發布經第三方認證資安聲明書，並自主建置各類型的資安防禦系統
- ◆ 訂定軟體安全開發作業規範，落實 SSDLC 安全開發流程，對外服務行動 App 100% 通過資訊安全檢測並取得 MAS 標章
- ◆ 定期進行教育訓練加強同仁之資安認知，完訓率達 100%
- ◆ 透過 PDCA 循環維運本公司 PIMS，並每年委由第三方驗證單位審查管理制度運作情形

管理方針

重大主題

經濟績效、產品組合、行銷與標示

承諾

- ◆ 結合未來社會趨勢及配合政府推動政策，提供各族群完善的風險保障規劃，並擴大通路經營規模，開展數位經營模式深耕客群，以持續推升業務成長動能。
- ◆ 確保公司及保戶權益之下，善盡機構投資人社會責任，考量 ESG 原則進行責任投資。
- ◆ 秉持「愉悅、準確、熱忱、及時、獲得客戶認同」五大服務理念，提供有溫度的服務，滿足保戶需求。

政策 / 管理系統

- ◆ 制定「投資手冊」將企業社會責任納入投資相關內部規範，除依 ESG 三大面向篩選投資標的，亦定期對投資標的進行防制洗錢及打擊資恐相關評估。
- ◆ 自主簽署證券交易所「機構投資人盡職治理守則」聲明書，表達本公司盡職治理之投資承諾。
- ◆ 為落實客戶資訊安全維護，提升服務品質，訂有「來電諮詢暨個資控管遵循手冊」、「服務大使選拔活動辦法」。
- ◆ 為展現本公司「We Share We Link」企業品牌形象，制定「企業標誌手冊」、「發言人制度暨發言程序」、「廣告、業務招攬及營業促銷活動宣傳資料製作管理規範」。

申訴機制

- ◆ 網站設置利害關係人專區，並設立投資人關係專責部門，作為與投資人溝通管道。
- ◆ 提供臨櫃服務、0800-098-889 免費客服專線、企網諮詢留言、FB 諮詢留言、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。

評量機制

- ◆ 2018 年資產規模達 1.7 兆元、市值 1,118 億元，總保費收入達 3,018 億元、稅後淨利達 101.78 億元，每股稅後盈餘則為 2.54 元。
- ◆ 善盡投資人盡職治理原則，上市櫃被投資公司股東會參與率為 100%、法令規範內股東會議案投票率達 100%。
- ◆ 為鼓勵同仁展現熱忱，創造優質的「感動服務」，舉辦「服務大使選拔活動」，建立服務典範以落實服務文化的推動，提升企業形象及客戶滿意度，2018 年共票選 6 名 Top 服務大使。

重大主題

風險管理、反貪腐、洗錢防制及打擊資恐、客戶隱私、社會經濟法規遵循

承諾

- 以嚴謹自律的風險管理及追求企業永續之努力，成為深植企業文化及推動永續成長的前進力量。
- 董事會及管理階層定期簽署「誠信經營聲明書」，明示積極落實誠信經營政策之承諾。
- 為維持交易安全、穩定金融秩序，積極落實洗錢防制及打擊資恐相關作業，善盡金融業社會責任。
- 秉持維護客戶交易作業環境之資訊安全理念，對資訊系統暨所儲存、處理、傳遞或揭露之資料作周全保護與防範，另就所有資訊系統之開發、修改及維護，皆須符合相關資訊安全之規範。

政策 / 管理系統

- 制定完整風險管理機制，包含自我風險及清償能力評估機制 (ORSA)、各主要風險管理機制、個人資料保護管理制度、洗錢及資恐風險評估制度、作業風險之風險辨識、衡量三大管理工具等。
- 為貫徹誠信經營政策，積極防範不誠信行為之發生，制定「誠信經營守則」、「誠信經營行為指南」、「檢舉非法與不道德或不誠信行為案件處理辦法」。
- 為增加投資人對本公司誠信經營政策的了解，將於投資人關係網頁及法說會簡報新增相關資訊連結
- 積極落實防制洗錢及打擊資恐之成效，制定「防制洗錢及打擊資恐注意事項」、「評估洗錢及資恐風險防制政策」、「防制洗錢及打擊資恐注意事項細部規則」、「國際保險業務分公司防制洗錢及打擊資恐注意事項細部規則」、「評估洗錢及資恐風險防制處理程序」。
- 與本公司有業務往來之業務員、廠商及其員工、臨時雇員，需遵循本公司「資訊安全政策」及相關資訊安全規範，對於因工作需要所取得或使用本公司之資訊資產皆負有保護之責任，以防止遭未經授權之存取、竄改、破壞或不當揭露；並需配合公司所訂定之資訊作業持續營運計畫定期測試演練，以維持其可用性。

申訴機制

- 為落實誠信之企業文化並健全公司發展，針對內部非法與不道德或不誠信行為，設立多元檢舉管道，包含親身舉報、書面舉報及電子信箱舉報 (whistleblower@chinalife.com.tw)，並制定完善之處理程序及檢舉人保障措施。
- 建立「資訊安全利害關係人列表」，並每年定期檢視，以識別與資訊安全管理體系相關之資訊安全利害關係人，並確認對內外部團體之聯繫，包含聯繫之事宜、聯繫之時機、被聯繫之角色、聯繫之人員及決定受影響聯繫管道之流程等。

評量機制

- 每年呈報主管機關自我風險及清償能力評估 (ORSA) 報告。
- 誠信經營委員會每年透過法遵自行評估確認誠信經營相關防範措施是否有效運作，並評估相關業務流程之遵循情形，定期向董事會報告。此外，每年執行誠信經營委員會之績效評估，以了解其運作情形。
- 委託會計師辦理「防制洗錢及打擊資恐機制」專案查核，針對防制洗錢及打擊資恐內部控制制度之設計及執行有效之聲明書執行確信程序，依會計師獨立評估結果，認定標的資訊在所有重大方面係允當表達，即查無發現重大缺失或顯著缺失事項，出具無保留意見之確信報告。
- 洗錢及資恐風險評估制度每年出具全面性洗錢及資恐風險評估報告暨防制計畫，並呈報風險管理委員會及董事會，以利高階管理階層了解本公司曝險情形。
- 為確保資訊安全管理之持續有效運作，每年召開二次資訊安全委員會進行資訊安全工作管理審查、每半年進行資訊安全內部查核、每個月進行資訊安全指標量測，且 2018 年末發生資訊安全重大事件。
- 每半年召開個人資料保護管理委員會，呈報本公司個人資料保護管理制度執行情形；每年辦理 BS 10012 第三方審查作業，以持續提升本公司個資保護管理能力，2018 年以無缺失通過第三方複審。

穩健公司營運

卓越經營

本公司以誠信經營為企業核心價值，為建立良好之公司治理制度，並有效落實公司治理的各項工作，參照「上市上櫃公司治理實務守則」及「保險業公司治理實務守則」，訂定本公司「公司治理守則」，以資遵循。為了達成「最有價值與最值得信賴的保險公司」之願景，邀請不同領域的專業人士擔任獨立董事以及各個功能性委員會之委員，除了藉由其專長協助進一步強化公司治理，同時也提高獨立董事對本公司重要業務之參與度。

另外，在風險管理政策的基礎及架構下，本公司強化各主要風險的量化管理機制，及公司決策層面上的深度應用。在公司治理、風險管理及持續穩健成長的營運績效下，中國人壽以成為壽險業之典範為目標。

秉持六大通路平衡發展策略，配合各通路獨有之特性，推出符合需求之差異化商品，並進行行動數位化轉型提升競爭力，以滿足客戶對於投資、儲蓄、保障與醫療之多元需求，冀望締造公司、保戶雙贏的局面。

■ 六大通路發展策略

01 團體保險

團體保險建構周全的員工福利及團體成員完善的保障計劃協助，配合企業各項需求提供彈性的服務流程，提供全方位的服務品質與保障內容；透過職域與自動化作業提供多元化的服務平台，積極進行市場開拓及職場服務，與保戶建立良好的互動信賴關係，提升滿意度。

02 業務員通路

業務員通路擁有超過1萬名業務同仁，為持續擴大營運規模，吸引高潛力人才，本公司推出「精英專案」，為業務通路引進新血。商品策略方面，以外幣保單及保障型商品為推動重點，同時導入數位化工具 i-Agent 系統，使得業務運作上數位化及行動化，資料管理便捷與客戶快速溝通有效率，提升整體競爭力。

03 電子商務

電商通路發揮普惠金融精神，以「讓更多人享受安心穩健」、「為更多人帶來便捷體驗」、「助更多人實現自主投保」為目標，除持續提供全天候網路投保服務外，並推出包括小額終身壽險在內的3項新商品，期望能在較低的保費預算門檻下，讓更多客戶能透過網路投保專區享受自主投保的安心感。另外，推出網路投保專區「保險生活+」單元專區，透過各種生活議題，讓客戶體驗保險不是艱澀難懂的金知識，而是與生活息息相關的日常所需。

04 銀行保險

本著豐富的商品開發經驗，為依照銀行保險通路市場特性進行發展，力推退休儲蓄與累積資產類型商品，以滿足銀行客戶包括人身保障、退休養老、儲蓄準備等各種保險需求。同時因應數位時代的來臨，將積極與銀行共同研商如何因應數位浪潮可能帶來的各項變革。

05 經紀代理

以擴大市占目標，持續強化分期繳費的保險商品推展，並提供多樣化的商品服務，以增加本公司長期業績與利潤來源，同時積極深耕經紀公司，強化策略經營及夥伴關係。

06 理財服務

持續深耕高資產客戶，提供多元化、多幣別之商品選擇，滿足客戶之需求，並以數位化輔銷及服務工具，提供先進、貼心的即時服務。另為提倡友善環境，愛護大自然，在伴手禮方面以支持友善小農及弱勢團體所製造、生產的禮品為大宗，期望能為社會盡一份心力。

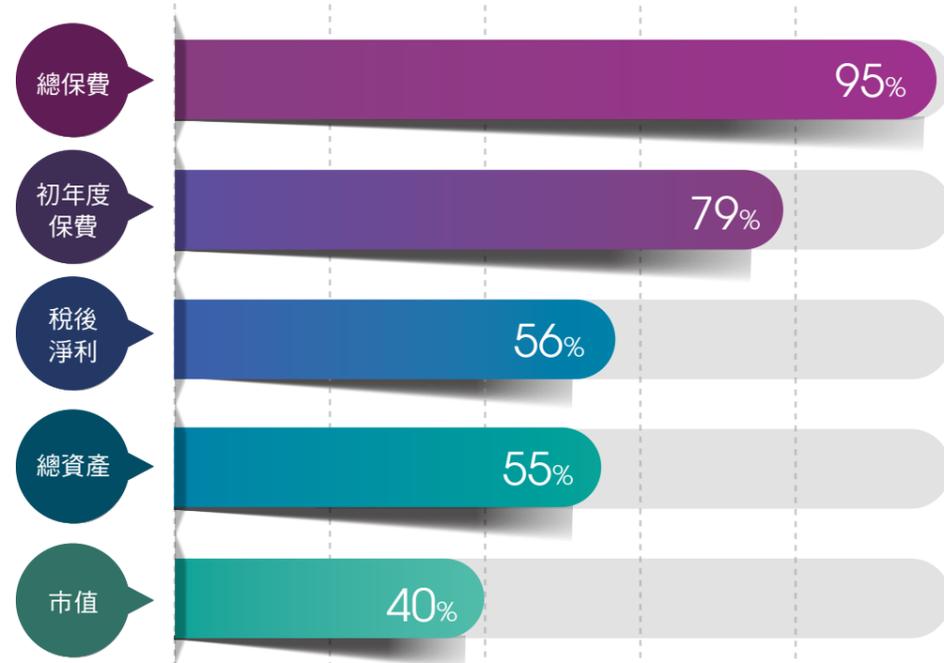


經營績效及財務表現

中國人壽 2018 年經營績效再創新高，新契約保費收入為新台幣 1,503 億元，總保費收入 3,018 億元，分別較前一年成長 87% 及 46%，稅後淨利達 101.78 億元，成長 12%，每股稅後盈餘為 2.54 元，市值 1,118 億元，至 2018 年底總資產達 1.7 兆元。近五年期間，新契約保費收入、總資產及稅後淨利成長逾五成，總保費收入成長更近 1 倍，在全球金融市場動盪的環境下，中國人壽仍在業務推展、獲利能力及資產品質上維持亮麗的表現。

中國人壽秉持穩健經營原則，開發各類型商品滿足不同族群需求，整體業務不斷成長；財務穩健並兼顧保戶與股東之權益，其妥適之資產負債管理及良好之資本適足能力，均獲得主管機關的肯定。

近五年財務成長率



註：以2014年為基期，統計至2018年

重要財務績效指標

	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
總資產	1,711,355	1,465,734	1,323,711
稅後淨利	10,178	9,084	9,468
總市值	111,778	113,403	111,334
總保費	301,832	206,440	191,139
初年度保費	150,339	80,225	90,627

單位：新臺幣佰萬元

產生與分配的經濟價值	2018	2017	2016
營業收入	338,495,113	255,328,334	237,222,260
稅後淨利	10,177,987	9,083,972	9,468,357
每股盈餘 (單位：新臺幣元)	2.54	2.26	2.36
分配給利害關係人的經濟價值			
員工薪資與福利	2,827,230	2,811,924	2,600,650
股息			
發放之股票股息 (盈餘年度)	0	2,271,839	3,126,384
發放之現金股息 (盈餘年度)	0	3,029,119	2,779,008
每股現金股利 (單位：新臺幣元)	0	0.8	0.8
支付 (退還) 之所得稅	5,534,662	(61,294)	(39,334)

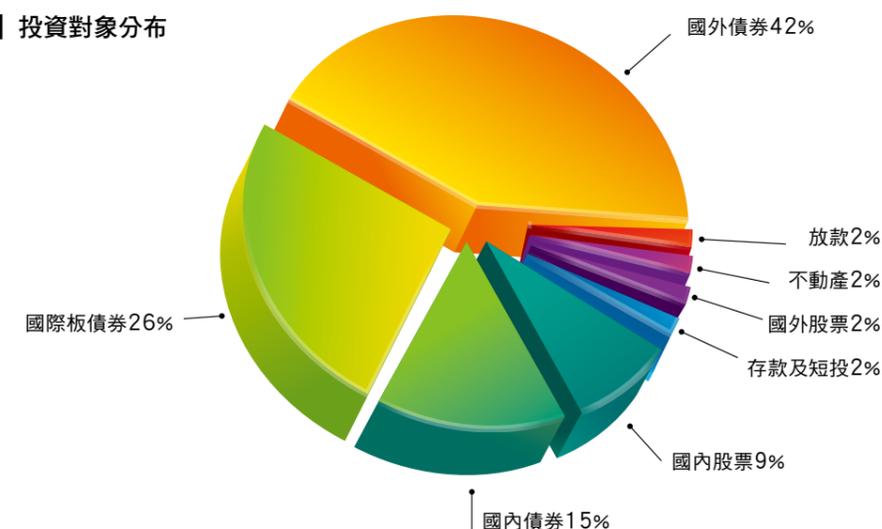
單位：新臺幣仟元

各險別之保費收入



單位：新臺幣仟元

投資對象分布



公司治理

董事會結構

本公司董事會為企業最高決策執行組織，並以實踐廉潔治理之精神，審慎決議經營策略與方向，為落實並推動我國性別平等政策綱領，提高女性參與公司決策以健全董事會結構，9 位董事成員中（含獨立董事），女性董事人數已達 4 位，比例高達 44%。再者，為確保公司整體利益和健全的治理文化，本公司設置獨立董事制度，審計委員會及薪資報酬委員會，並將風險管理委員會及誠信經營委員會提升為法定以外之功能性委員會，強化董事會的監督與管理功能，各功能性委員會並就所提議案對董事會負責。除前述四個隸屬於董事會下之功能性委員會外，中國人壽另設有隸屬於總經理下之各類型委員會，讓中國人壽公司治理架構更加完善。

中國人壽組織圖



- 各分公司
- 北京代表處
- 高屏壽險營業部
- 台南壽險營業部
- 中嘉壽險營業部
- 桃竹壽險營業部
- 北B壽險營業部
- 北A壽險營業部
- 業務行政部
- 業務訓練部
- 業務規劃部
- 經紀代理部
- 團體保險部
- 理財服務部
- 銀行保險南區營業部
- 銀行保險中區營業部
- 銀行保險北區營業部
- 銀行保險行政管理部
- 銀行保險通路管理部
- 高雄客服中心
- 台南客服中心
- 嘉義客服中心
- 台中客服中心
- 桃竹客服中心
- 台北客服中心 一、二部
- 保單作業部
- 電話服務中心
- 客戶申訴部
- 保費規劃部
- 保費規劃部
- 理賠部
- 契約部
- 資訊工程部
- 資訊管理部
- 數位暨投資系統部
- 數位行銷技術部
- 數位流程技術部
- 核心系統服務部
- 數位應用發展部
- 商品發展 一、二部
- 精算 一、二部
- 保單流程管理部
- 電子商務部
- 行銷企劃部
- 外匯管理部
- 另類投資部
- 直接投資部
- 證券投資部
- 國外投資部
- 國內固定收益部
- 風險管理部
- 法令遵循部
- 資訊安全部
- 職場服務部
- 不動產管理部
- 不動產投資部
- 公共關係部
- 總務部
- 會計部
- 財務部
- 人力資源部
- 法務專案部
- 法律事務部

董事會組成

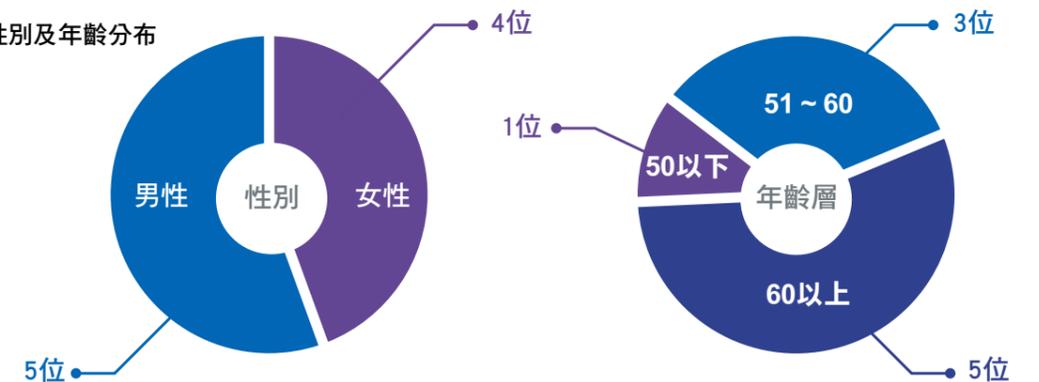
中國人壽之董事及獨立董事的選舉均採候選人提名制度，符合主管機關期待及法令規範之要求。「中國人壽公司治理守則」第 22 條第 3 項揭示董事會成員組成應考量「多元化」，並就本身運作、營運型態及發展需求，以擬訂適當之多元化方針，包含考量「基本條件與價值」（包含性別、年齡、國籍及文化等）、「專業知識與技能」（包含專業背景、專業技能及產業經歷等）等多元面向；董事會成員應普遍具備執行職務所必須之知識、技能及素養，為達到公司治理之理想目標，董事會整體應具備營運判斷能力、會計及財務分析能力、經營管理能力、風險管理知識與能力、危機處理能力、金融保險專業知識、國際市場觀、領導能力及決策能力。

董事會 9 名陣容堅強的董事成員（含獨立董事）在經營管理、財會金融、法律、統計精算、保險等領域中，均各有擅長之專業與實務經驗；中國人壽注重董事會成員組成之性別平等，女性董事有 4 位，占比為 44%，董事年齡分布在 60 歲以上有 5 位，51 歲至 60 歲有 3 位，50 歲以下有 1 位，衡諸本公司第 20 屆董事會成員，已達成落實董事會多元化政策及性別平等之具體管理目標。

中國人壽第 20 屆董事一覽表

姓名	職稱	性別	董事會多元化背景與核心能力					
			經營管理	領導決策	財務金融	法律	統計精算	保險
王銘陽	董事長	男	√	√	√			√
郭瑜玲	董事	女	√	√	√			√
施惠琪	董事	女	√	√	√			
黃淑芬	董事	女	√	√	√		√	√
許東敏	董事	男	√	√		√		√
謝欣欣	董事	女	√	√	√			√
龔天益	獨立董事	男	√	√	√			√
潘維大	獨立董事	男	√	√		√		√
許文彥	獨立董事	男	√	√	√		√	√

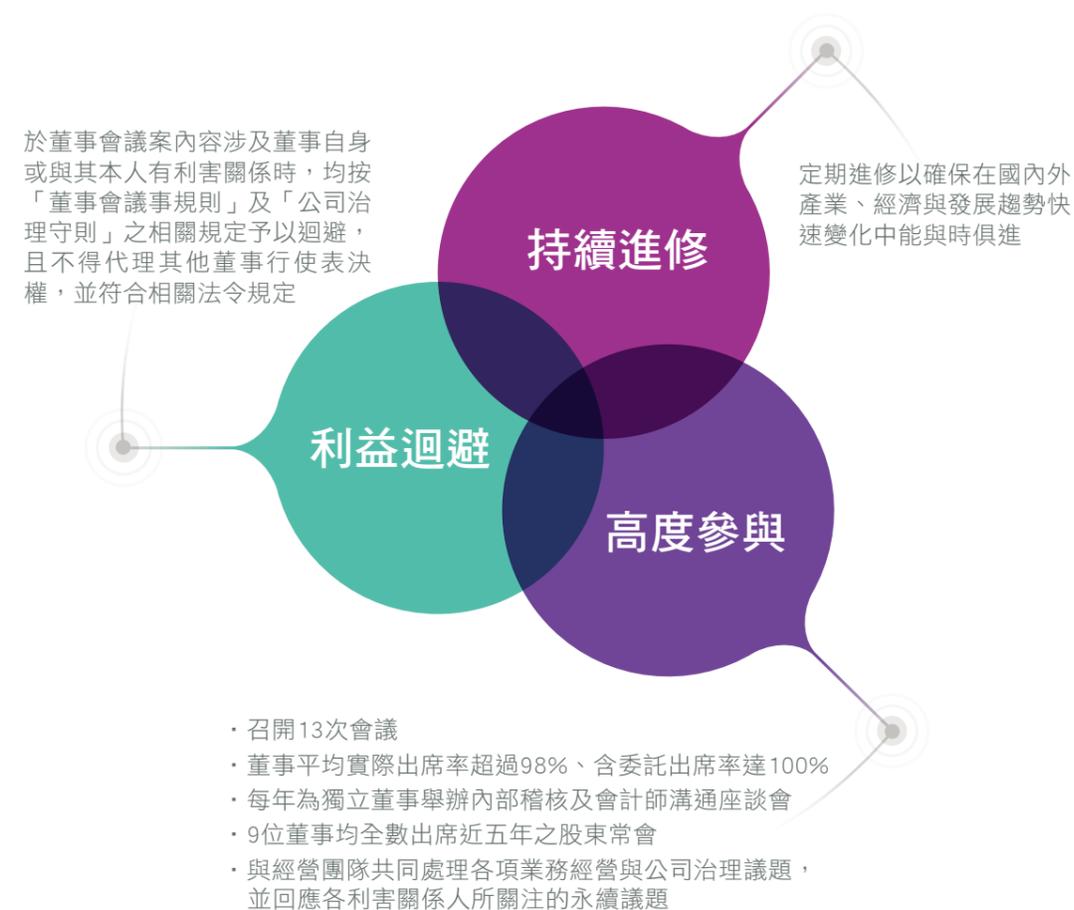
董事性別及年齡分布



董事會名單詳情請見 2018 年股東年報
<https://www.chinalife.com.tw/wps/portal/chinalife/investor-relations/shareholder-service/shareholder-meeting>

董事會運作

中國人壽全體董事高度參與董事會運作，對公司經營情形充分討論，並持續進修以掌握國際最新趨勢，如議案內容涉及董事本人或與本人有利害關係時，則依法進行利益迴避。因此，董事會公司治理績效良好，符合主管機關之期待及法令規範之要求，**中國人壽於第五屆「上市上櫃企業公司治理評鑑」獲得前 5% 排名之殊榮，為唯一連續五屆獲此殊榮的保險公司。**



董事會及功能性委員會

中國人壽董事會下設置審計委員會、薪資報酬委員會、風險管理委員會及誠信經營委員會，各功能性委員會並就所提議案對董事會負責。

■ 董事會、各功能性委員會運作概況及獨立董事比例

<p>董事會</p> <p>獨立董事：3 總人數：9</p>	<p>組成及職掌概述</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 由 9 位成員組成，董事長為王銘陽先生，其中包含 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、章程審定等 <p>2018 年運作情形</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 共召開 13 次會議 ◆ 通過修訂本公司「公司治理守則」 ◆ 通過「董事及重要職員責任保險」
<p>審計委員會</p> <p>獨立董事：3 總人數：3</p>	<p>組成及職掌概述</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 由全體獨立董事組成 ◆ 監督並確保本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 <p>2018 年運作情形</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 共召開 13 次會議 ◆ 中國人壽所委任之會計師於半年報及年報時向審計委員會說明財務報告查核情形，並就內部控制測試執行、發現及近期法令更新等事項，與獨立董事進行雙向溝通
<p>薪資報酬委員會</p> <p>獨立董事：3 總人數：3</p>	<p>組成及職掌概述</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 由全體獨立董事組成 ◆ 負責評估、訂定、檢討本公司董事及高階經理人的薪資報酬與績效 <p>2018 年運作情形</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 共召開 4 次會議 ◆ 評估及檢討董事及高階經理人年度工作績效與薪資報酬，並審核年度董事酬勞與員工酬勞提撥金額
<p>風險管理委員會</p> <p>獨立董事：1 總人數：13</p>	<p>組成及職掌概述</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 由 5 至 15 位委員組成，且由具金融保險及財務專業背景的獨立董事擔任召集人 ◆ 主要負責本公司風險管理政策之擬訂，建立質化與量化的管理標準，並確保各項風險管理機制之一致性、妥適性、穩定性與透明度，以將風險管理落實至日常營運中 <p>2018 年運作情形</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 共召開 6 次會議 ◆ 增修風險管理相關政策辦法
<p>誠信經營委員會</p> <p>獨立董事：3 總人數：6</p>	<p>組成及職掌概述</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 由 3 位獨立董事及 3 位董事組成 ◆ 負責誠信經營政策與防範方案之制定、監督執行，另定期就相關業務流程評估遵循情形，並向董事會報告 <p>2018 年運作情形</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 共召開 2 次會議 ◆ 修訂「檢舉非法與不道德或不誠信行為案件處理辦法」，檢視並調整檢舉制度之處理程序，並強化檢舉人之保護

註：有關董事會及各功能性委員會運作的實際情況、會議決議情形、董事持股狀況及進修情形等，請詳見中國人壽保險股份有限公司 2018 年度股東會年報。

董事會績效評估

為加強董事會的監督與管理功能，中國人壽訂定「董事會績效評估辦法」，每年執行董事會、各功能性委員會及個別董事之績效評估，俾使董事會及功能性委員會之運作得以相輔相成，並有助於公司治理更具成效。

中國人壽董事會績效評估採問卷方式進行，於每年年初由董事會秘書室收集董事會及各委員會就前一年度之執行情形填寫之績效考核自評問卷，個別董事則自行填寫績效考核自評及同儕評鑑問卷，彙整並記錄績效評估結果後，向董事會報告。

董事會績效評估面向



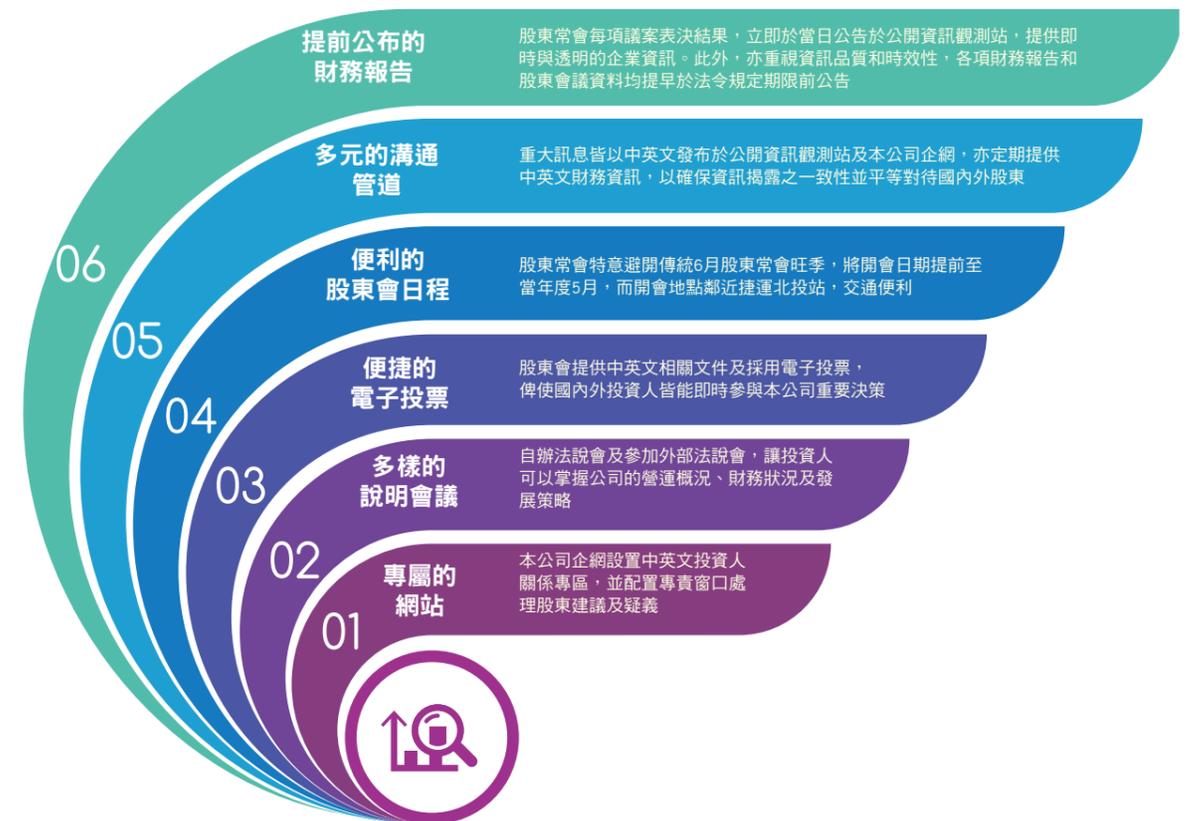
中國人壽為使公司治理機制更為完備，於 2017 年修訂「董事會績效評估辦法」，納入每三年委託外部專業獨立機構或外部學者團隊執行董事會效能評估，以協助本公司定期藉由外部專業人士的評估，客觀檢視公司治理機制的運作成效及調整的方向，俾利適時引進新的公司治理模式或可執行之方案，與時俱進。

2018 年董事會績效評估結果，個別董事績效考核自評平均分數為 95.88 分（滿分 100 分）、同儕評鑑平均分數為 96.22 分（滿分 100 分），董事會績效評估均符合考評項目，整體考核等級為「優」，功能性委員會之績效評估亦同步進行，相關績效評估結果已於隔年 1 月提報董事會，上述績效評估結果，可使各董事重新檢視與認知自我表現是否仍有調整或精進之處，亦將作為下一年度執行作業規劃的參考，以及未來執行的建議，進而精進董事會與各委員會的運作效能及持續改進之機制；評估結果亦將作為未來遴選或提名董事、以及訂定董事與功能性委員會成員個別薪資報酬之參考依據。

股東權益保障

中國人壽對於投資人關係之管理，是以保障股東權益為目標，確保投資人可以充分知悉本公司重要資訊以及參與重大決策，秉持維護股東權益、平等對待股東的原則，建立與投資人溝通的多元管道及六大行動方案。

投資人關係六大行動方案



長期以來，除財務及業務表現深受投資人肯定，外資對於股東會的參與率與投票率均有良好的表現之外，中國人壽對外溝通的專業度亦獲得投資人的認同，並於 2018 年機構投資人雜誌 (Institutional Investor) 票選活動中榮獲「台灣最佳投資人關係專業人士 (small & mid cap)」第一名。



半年度財務報告

連續五年皆為壽險業與金控公司唯一提前於法令規定申報期限 15 天前完成公告



年度財務報告

連續五年皆於會計年度結束後 2 個月內公布，較法定定期限提前 1 個月



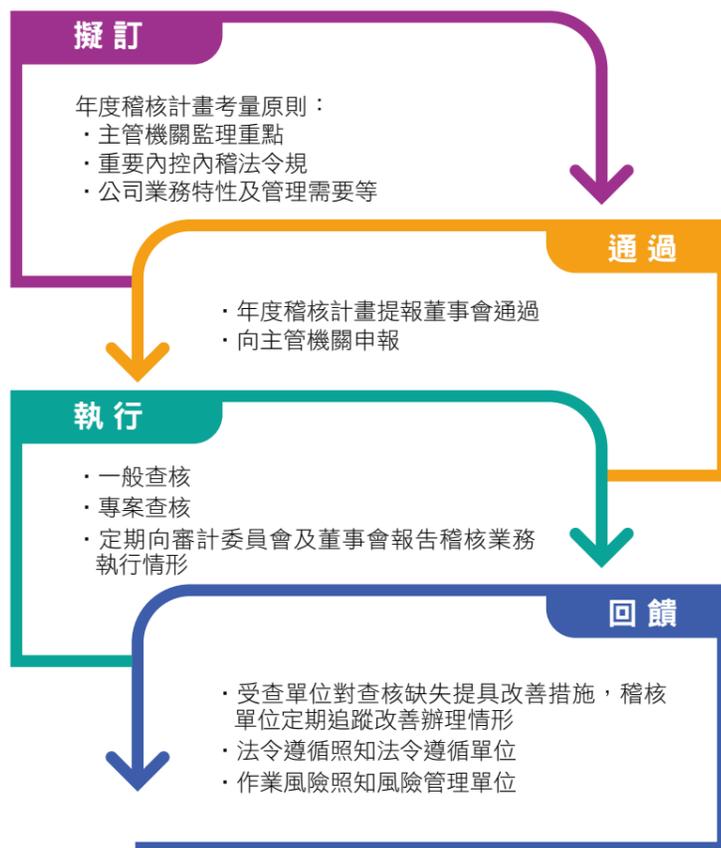
股東常會議事手冊及會議補充資料與年報

連續三年較法令規定申報期限提前 7-9 天公告

內部稽核

內部稽核單位隸屬於董事會，依董事會通過之年度稽核計畫、「保險業內部控制及稽核制度實施辦法」及相關法令規定，對財務、業務、資訊及其他管理單位每年至少辦理一次一般查核，並依實際需要辦理專案查核。內部稽核單位對主管機關、會計師、內部稽核（含金融控股公司內部稽核單位）與自行查核所提列的檢查意見或查核缺失事項，持續追蹤改善辦理情形。總稽核至少每季定期向審計委員會及董事會報告稽核業務執行情形，公司董事亦就內部控制缺失檢討與內部稽核人員座談。此外，獨立董事與內部稽核主管之溝通情形（含溝通之方式、事項及結果等）並於本公司網站揭露，以落實保險業公司治理。

內部稽核單位運作情形



公協會參與

中國人壽積極響應重要永續發展倡議，並參與外部公協會，除了加入保險金融業相關的產業公會、研究各項新興議題，也與同業、學術界及主管機關保持良好的交流及互動。中國人壽參與之公協會包含中華民國精算學會、中華民國人壽保險商業同業公會、財團法人保險事業發展中心、財團法人保險犯罪防制中心、中華民國人壽保險管理學會、國際壽險管理協會、臺灣理財顧問認證協會、臺灣保險法學會。

誠信經營

中國人壽堅信，企業的價值及永續經營，應奠定於誠信經營之基礎之上。為建立誠信經營之企業文化及健全公司發展，本公司制訂「誠信經營守則」、「誠信經營行為指南」及「檢舉非法與不道德或不誠信行為案件處理辦法」，作為誠信經營最高指導原則；並設置誠信經營之專責單位「誠信經營委員會」，為隸屬於董事會之功能性委員會，強化董事會之監督及管理機能，健全誠信經營之管理。

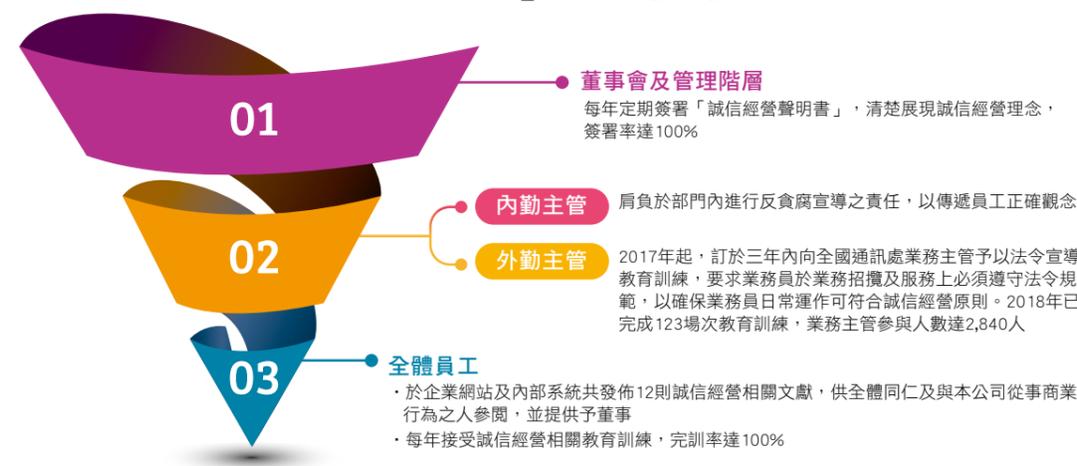
誠信經營委員會

中國人壽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。查核及評估前一年度本公司相關防範措施是否有效運作，就相關業務流程評估遵循情形，並向董事會報告；2018 年修訂「檢舉非法與不道德或不誠信行為案件處理辦法」，重新檢視檢舉制度之處理程序以及檢舉人權益之保障，使檢舉制度更臻完善，進而促進公司健全經營。

誠信經營措施及訓練

中國人壽透過公開承諾、資訊宣達及教育訓練等方式，深化誠信經營之經營理念，由上而下建構形塑誠信經營之企業文化。

誠信經營推動措施



2018 年中國人壽全體內、外勤同仁均 100% 接受誠信經營教育訓練，並通過訓練考核，對誠信經營有相當之認識。從董事會及管理階層，至部門主管、全體員工皆遵守誠信經營與反貪腐相關規定，透過全面且有效宣導的結果，2018 年並未發生任何違反誠信經營守則之事件。



責任投資

面對日趨嚴重的環境污染、氣候變遷、能源供需等生態危機、以及社會產業經濟等問題，中國人壽為善盡企業社會責任，並得永續經營，特將社會責任導入投資政策中，做為投資標的選擇之基本評估項目。

另依據「保險業資產管理自律規範」，中國人壽每年皆完善檢討投資政策，並因應投資授權依據進行變動。配合主管機關發文修正之法令規範以及 IFRS 9 會計制度，本公司皆於三個月內完成修訂內部規範及作業程序以落實法令遵循。

國際接軌 響應 PRI 原則落實責任投資

為響應聯合國責任投資原則 (Principles for Responsible Investment, PRI)，中國人壽積極從投資手冊制定、與被投資對象議合互動、公協會參與等各種方式加以回應，期待透過責任投資，增進客戶、股東、及其他利害關係人之長期利益，並兼顧產業發展、ESG 等企業永續經營因素，除提升投資資產價值，更完善了壽險業的社會責任。

另外，中國人壽 2018 年簽署「機構投資人盡職治理守則」，將持續透過電話會議、面對面互動、參與法人說明會或派員參與股東常會或重大之股東臨時會等方式與被投資公司經營階層溝通。透過與被投資公司適當之對話及互動，進一步了解管理階層的经营策略及所面臨的風險，致力與被投資公司在長期價值創造上取得一定共識。

被投資公司
(上市櫃公司)
之股東會參加比例
為 100%

中國人壽響應責任投資原則 (PRI) 之績效表現

PRI 六大原則	2018 年績效表現
原則 1 將 ESG 議題納入投資分析及決策制定過程	<ul style="list-style-type: none"> 制定「投資手冊」，投資決策須考量 CSR 要素 個股投資報告納入 CSR 評估項目比例達 100% 投資未上市櫃公司前需出具投資評估報告，報告中包含環境保護、勞資關係、公司治理等層面
原則 2 積極所有權的行使，將 ESG 議題整合至所有權政策與實務	<ul style="list-style-type: none"> 被投資上市櫃公司股東會之參與率為 100%、股東會議案投票率為 100% (註 1) 被投資未上市櫃公司股東會參加比例 100%、參加投票率 100% (註 2)
原則 3 對於所投資的機構要求適當揭露 ESG	<ul style="list-style-type: none"> 投資評估報告參考投資對象之 CSR 報告書及其他相關資訊 以購買舊股方式參與未上市櫃公司投資時，皆將投資對象之誠信經營政策納入考量
原則 4 促進投資業界接受及執行 PRI 原則	<ul style="list-style-type: none"> 所持有之 100% 國外基金、ETF 公司及國外私募基金為聯合國責任投資原則簽署成員
原則 5 建立合作機制強化 PRI 執行之效能	<ul style="list-style-type: none"> 參與中華民國人壽保險商業同業公會投資研究小組，與業界共商壽險業投資實務
原則 6 個別報告執行 PRI 之活動與進度	<ul style="list-style-type: none"> 每月對被投資公司進行營運或產業鏈趨勢檢討，並報告投資績效予高階主管，其中國內報告層級至董事長、國外報告層級至董事會 於本公司 CSR 報告書揭露責任投資成果

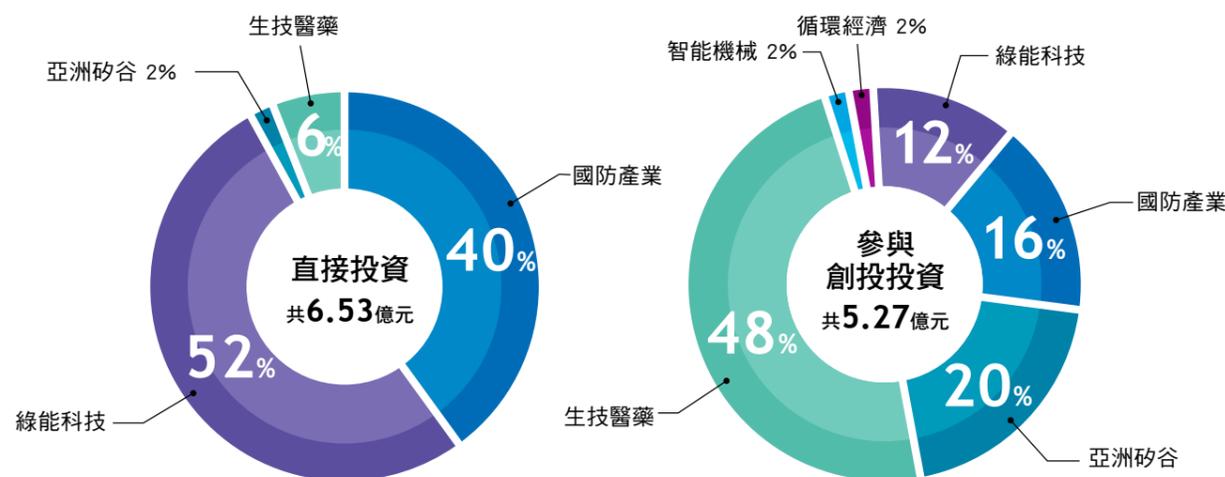
註 1: 除涉及保險法規定不得投票之議題外，股東會議案投票率為 100%

註 2: 除董監選舉事項外，參加投票率為 100%

政策響應 投資五加二新創產業促進產業轉型

中國人壽重視企業永續發展，早於政府政策之前就已積極投資，並努力扶持台灣相關企業，如天然氣發電、綠色能源、藥廠等相關企業，而在政府推廣「五加二新創產業」之後，更加積極尋求相關投資機會，2018 年中國人壽投資於五加二新創產業金額達新台幣 6.53 億元，其中包含綠能科技、亞洲矽谷、生技醫藥、國防產業等類別；更以投資國內創投參與未公開發行五加二新創產業公司，透過創投的專業尋找合適標的並協助產業成長，本公司投資之國內創投其投資於五加二新創產業金額達新台幣 5.27 億元。

投資五加二新創產業分布



展望未來，中國人壽將持續尋找及爭取相關投資機會，積極布局五加二新創產業之投資，在為股東與保戶創造穩定的報酬率之外，更是促進國內經濟轉型，善盡壽險業妥善運用資金之社會責任。

強化投資安全 落實洗錢防制及打擊資恐

中國人壽為強化投資安全性，並遵循洗錢防制法、資恐防制法及金融機構防制洗錢辦法等規定，進行投資前應對投資及交易對象執行防制洗錢及打擊資恐檢核，檢視投資標的企業是否落實執行防制洗錢及打擊資恐。而投資後若投資或交易對象有違反防制洗錢及打擊資恐之情事，本公司應就是否繼續持有或調整投資部位等相關之評估作業，善盡機構投資人投資承諾。

嚴謹風險管理

防制洗錢及打擊資恐

中國人壽善盡金融業社會責任，為建立我國良好金融體系、穩定金融秩序，積極配合主管機關推動防制洗錢及打擊資恐，透過下列措施建立完善控管機制。



快速因應法令變動 持續落實檢討相關作業

因應「洗錢防制法」、「資恐防制法」，暨其相關授權子法之修訂，為使各單位能迅速掌握法令之最新動態，即時採取適當之因應措施，以降低法律風險，除召開會議進行修訂重點摘要，有效建立清楚適當之法令傳達、諮詢、協調與溝通系統外，並同步進行法令前後差異分析，以確保相關作業得以即時因應。

為落實相關作業及提升防制成效，定期檢視相關作業是否妥適，並為提升可疑交易申報之品質及強化阻斷犯罪之效能，適時檢討相關監控態樣、申報標準，以避免有防禦性申報之情形。2018 年陸續修訂「防制洗錢及打擊資恐注意事項」、「評估洗錢及打擊資恐風險防制政策」、「防制洗錢及打擊資恐注意事項細部規則」、「國際保險業務分公司防制洗錢及打擊資恐注意事項細部規則」及「評估洗錢及打擊資恐風險防制處理程序」。

設立專責主管、專責單位及營業單位督導主管 落實防制洗錢及打擊資恐機制

為有效落實本公司防制洗錢及打擊資恐機制，中國人壽總機構法遵主管負責督導相關業務，擔任防制洗錢及打擊資恐專責主管，其於機制規劃上延續一貫政策，執行成效亦因此彰顯；專責主管依法至少每半年向董事會及審計委員會報告防制洗錢及打擊資恐相關掌理事務，以利董事會了解本公司防制洗錢及打擊資恐業務、風險評估、計畫等運作。

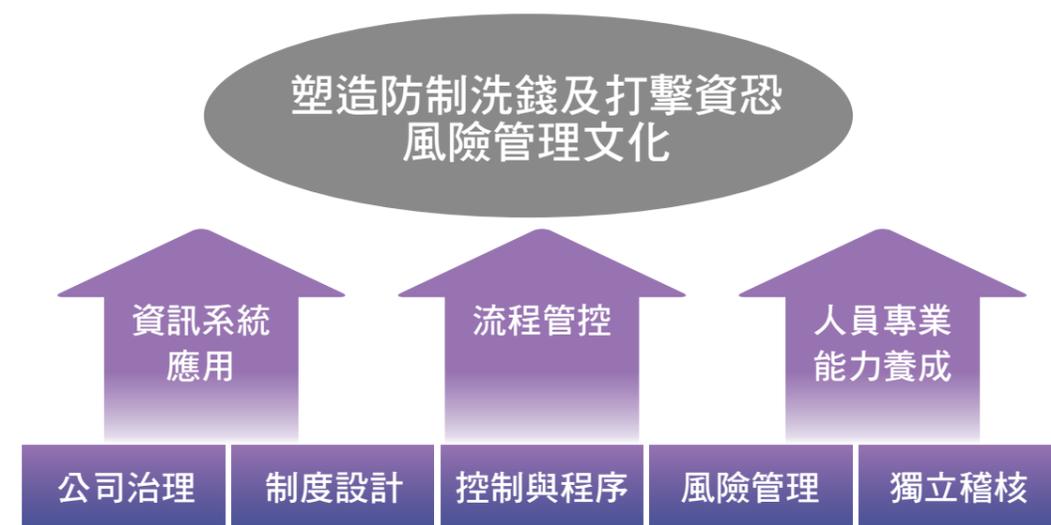
另增設防制洗錢及打擊資恐專責單位，綜理防制洗錢及打擊資恐之相關業務，並於全公司各單位設立督導主管，由科級以上主管擔任，以塑造本公司重視防制洗錢及打擊資恐之文化，確保各營業單位確實落實第一道防線之功能。

為與國際趨勢接軌，提升專業人員對於洗錢活動偵測及預防之知識，本公司鼓勵與防制洗錢及打擊資恐業務相關人員參與國內、外防制洗錢及打擊資恐專業人員認證，包含國際公認反洗錢師 (CAMS) 資格認證、國內機構舉辦之防制洗錢及打擊資恐專業人員考試，並規劃相關補助獎勵。未來亦將持續積極鼓勵單位督導主管及同仁參加國內、外防制洗錢及打擊資恐專業人員認證。



塑造防制洗錢及打擊資恐風險管理文化

本公司就公司治理與制度設計、控制與程序、風險管理、獨立稽核等五面向，建置防制洗錢及打擊資恐之風險管理架構，透過資訊系統運用、流程管控及人員專業能力養成三管齊下方式，使洗錢及資恐風險防制意識融入組織文化中。從流程中建立三道風險評估機制，以評估洗錢及資恐風險，並以風險基礎方法藉由內外部資訊、自建系統及疑似洗錢或資恐交易表徵規則系統化，強化洗錢及資恐風險的辨識能力，再搭配審慎的員工遴選程序及洗錢及資恐風險防制教育訓練以培養同仁意識。



完成會計師專案查核

本公司委請外部專業會計師，進行防制洗錢及打擊資恐機制之專案查核，透過各面向針對前一年度防制洗錢及打擊資恐內部控制制度之設計及執行為有效之聲明書，執行確信程序之獨立查核，後依會計師獨立評估結果，認定標的資訊在所有重大方面係允當表達，即查無發現重大缺失或顯著缺失事項，故出具無保留意見之確信報告。

防制洗錢及打擊資恐教育訓練

防制洗錢及打擊資恐為全球性之議題，本公司持續強化各階層主管及提升一般內、外勤同仁對於洗錢及資恐風險防制之意識，為落實相關執行內容之首要任務。

共 84 場

在職教育訓練部分，為協助第一線同仁提升與職掌相關之專業知識，除了防制洗錢及打擊資恐業務之重點部門同仁不定期參與金控、外部機構舉辦之訓練課程外，內部定期就相關法令、作業異動及實務疑義、案例進行宣導或討論，更特邀具亞太防制洗錢組織 (APG) 準評鑑員資格之主管機關官員進行教育訓練，說明 APG 評鑑後之觀察及保險業未來趨勢。

2018 年多元化防制洗錢及打擊資恐教育訓練

董事會、 高階管理人員

邀請國內防制洗錢及打擊資恐專業領域之講師進行授課，提升高階管理層對洗錢及資恐之風險意識及責任。

專責主管、 專責人員及 單位督導主管

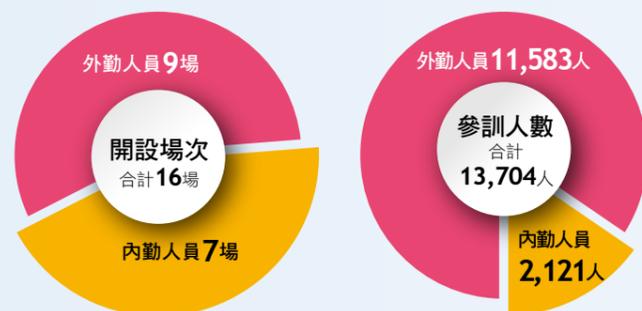
依法令要求參與「最新國內外防制洗錢及打擊資恐相關規範與標準」、「防制洗錢及打擊資恐作業客戶審查及評估」、「洗錢及資恐風險趨勢及態樣」及「防制洗錢及打擊資恐態樣暨案例分析」4 場課程，另不定期參與金控、外部機構舉辦之訓練課程，以增加防制洗錢及打擊資恐之專業領域資訊及了解未來趨勢。

法令遵循人員、 稽核人員及 重點部門同仁

除參與一般內勤同仁基礎訓練外，亦積極參與金控、外部機構舉辦之訓練課程，以提升防制洗錢及打擊資恐之專業知識及職能。

一般內、外勤同仁

每年提供適當時數之基礎訓練，傳達防制洗錢及打擊資恐相關法令及重要觀念，完訓率達 100%。



防制洗錢及打擊資恐外部宣導

中國人壽針對一般民眾、客戶進行洗錢防制認知與觀念宣導，包括：企網設置「洗錢防制宣導專區」、中壽 Facebook 貼文提供相關網站連結、文宣、主管機關函轉等資訊供民眾瀏覽，亦將實體海報張貼於客服中心、各地通訊處等。如個案審核過程中，遇客戶詢問洗錢防制作業問題，均由第一線服務人員予以宣導說明，積極落實向客戶宣導防制洗錢之認知與觀念。此外，本公司合作通路亦透過合約方式要求雙方均須遵循相關法令規範，亦隨時透過書面資料及口語溝通等方式進行宣導。

防制洗錢及打擊資恐聯合工作小組

本公司參與壽險公會組織所成立之「防制洗錢及打擊資恐聯合工作小組」，定期召開會議就壽險業於防制洗錢及打擊資恐之法令、實務作業以及提升壽險業於此之評鑑效能、施作成果進行討論，並邀請金融監督管理委員會、執法單位、稅務機關等官員進行分享，擬訂相關最佳實務指引、資恐防制法實務問答集供業者遵循及採納，並適時依據內、外部環境進行滾動式之修正。

持續優化作業

為持續精進本公司防制洗錢及打擊資恐制度，並優化作業流程，及配合金控內部對於防制洗錢及打擊資恐執行政策之方向，2018 年全面性機構風險評估方法論除精進採用與金控一致之方式外，亦參考國內、外相關風險管理報告及趨勢，以可重複量測、可比較之方式建立固有風險指標及控制成效指標，並強化評估剩餘風險之論理基礎，藉由指標量測結果作為風險趨勢變化之監控基準，以了解本公司整體曝險情形及與國家風險評估之關聯性，另參酌本公司客群、產品及交易政策擬訂風險限額及風險胃納，以持續監控本公司面臨洗錢及資恐風險之情形，建立完整之風險圖像。本公司全面性洗錢及資恐風險評估結果，符合風險限額要求及風險胃納水準。

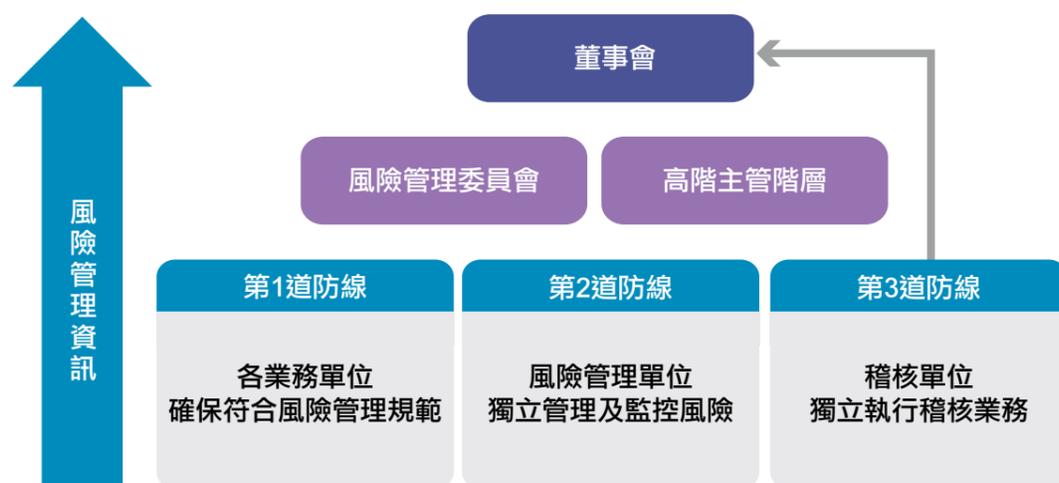
未來除將增加與金控集團內部之資訊分享機制，完整化金控集團整體之防制洗錢及打擊資恐辦理情形外，另將依本公司「全面性洗錢及資恐風險評估報告暨防制計畫」所提之優化項目：重新檢視風險因子評分表、依 2018 年 APG 評鑑之結果及建議，配合後續國家、主管機關及相關法令要求進行檢視及因應，持續優化及落實相關實務作業。

風險控管

風險管理是金融保險業營運的主要議題，而中國人壽更將嚴謹的風險管理設定為未來持續關注的經營目標。以內部規範的角度而言，中國人壽風險管理架構係由最高階的風險管理政策，往下也往外鋪展出各主要風險的管理辦法，及更細節描述與實務執行的各種施行細則與處理程序，除了達到完整文件化外，亦藉由內部規範來具體呈現中國人壽風險管理機制的普遍落實。

風險管理組織

中國人壽風險管理功能與職責涵蓋董事會、風險管理委員會、風控長、風險管理部、稽核部及所有業務執行單位，建構了一個由上而下宣導風險管理文化與理念，及由下而上傳遞風險管理資訊的全面性網絡，進而使公司整體得以體現風險管理的實質成效。



風險管理政策

本公司訂定並定期審視風險管理政策，作為全公司所有風險管理機制的最高指導準則。於風險管理政策中，明確揭示了整體風險管理的目標與策略、組織與職責、資本適足性的評估、風險胃納與限額的訂定，所辨識之主要風險類別與其管理流程等，除了符合企業風險管理 (Enterprise Risk Management, ERM) 的世界趨勢外，亦成為實務執行與建置規範機制之基礎。

專責風險管理部

以獨立專責的風險管理部，扮演著整體風險管理功能的核心，並藉由互動、溝通與職責分配，將其風險管理的需求及成效延伸落實至各業務執行單位。風險管理部致力於風險衡量模型之開發、風險監控系統之規劃與執行，並提供風險資訊以利管理階層進行風險回應相關之決策，如風險規避、移轉或避險、風

險控制、承擔與資本需求等。另一方面，風險管理部與所有風險承擔部門（業務執行單位）進行密切的互動溝通，協助與合作執行其風險辨識或控制規劃作業等，使其能夠履行第一線風險管理職責，達到事前預防與預警之功效。

經營風險儀表板

中國人壽經營風險儀表板（風險管理資訊平台）係依「偵測經營風險作業要點」訂定，並據以執行。本儀表板偵測內容包含資本適足性、資產品質、管理能力、獲利能力、流動性等層面外，並納入獲利來源、國外曝險、投資部位、表外項目、民眾陳情等相關事項。藉由各面向指標的燈號，本公司管理階層、風險管理委員會與董事會皆能即時掌握本公司整體曝險及風險管理之狀況，並於必要時研擬與執行相關的因應措施。

此儀表板自實施 3 年以來，已藉由多次內部跨部門會議，及風險管理委員會中外部委員所提總體經濟、金融市場及保險監理意見等，進行風險指標及準則之檢視與修訂。此外，亦藉由相關監控資料之累積，更能夠掌握及評估公司整體經營風險之改變。

自我風險及清償能力評估機制 (ORSA)

配合國際發展趨勢及主管機關之要求，本公司積極發展符合本身風險管理文化及資產負債風險概廓的 ORSA 架構與理念，並整合於預算目標擬訂、業務規劃、投資策略、資本管理等作業流程中，扮演近代風險管理所強調積極協助公司決策之功能。為使 ORSA 得以提供更正確之風險管理資訊，並符合現行風險管理機制之架構，本公司投入相當之人力、物力資源致力於主要風險因子內部模型之建置，如國內股票及外匯的隨機模型、債券違約的模擬系統等。

IFRS 9 金融工具

在過去 IAS 39 規定下，公司於金融資產存在減損客觀證據時，才需決定減損損失之金額，但 IFRS 9 改採預期損失模式，不論是否有減損客觀證據，皆需於每一財務報導日評估金融資產自原始認列後信用風險是否顯著增加，並評估其未來 12 個月或存續期間的預期信用損失。為符合 IFRS 9 之要求，本公司積極發展預期信用損失模型，考量歷史經驗、市場狀況及前瞻性調整，決定模型假設及輸入值。亦可藉由預期信用損失之衡量，於適當時機調整投資部位，以降低信用風險。

主要風險辨識及回應

■ 主要風險辨識

01

市場風險

依本公司市場風險管理辦法，進行利率、匯率及權益證券價格風險之管理。相關機制包含額度控管、敏感度分析、壓力測試及風險值等。

02

信用風險

依本公司信用風險管理辦法，進行債券發行人及交易對手信用風險之控管。相關機制包含合格發行人及交易對手名單、內部信用評等與交易額度之管理、信評分布及信評變動追蹤、國家地區與產業集中度、壓力測試、預期信用損失、信用風險值等。2016年起，進一步強化次順位債之監控，包含訂定最低信用評等要求、按信用評等之風險限額及次順位債券之佔率等。

03

流動性風險

依本公司流動性風險管理辦法，進行資金及市場流動性風險之管理。相關機制包含以現金流量模型評估資金流動性風險、壓力測試等。

04

作業風險

依據「保險業風險管理實務守則」並參考巴塞爾協定對作業風險事件型態，設計七大作業風險及損失事件類型，作為本公司風險辨識及提供作業風險管理資訊之基礎。藉由作業風險三大管理工具，風險控制自行評估作業(RCSA)、關鍵風險指標(KRI)及風險事件資料蒐集(LDC)之交互運用，藉由質化及量化的風險辨識及衡量機制，建置全面性作業風險管理樣貌資料庫，以持續監督、管理本公司作業風險整體運作情形。

■ 作業風險三大工具



風險控制自行評估作業 (RCSA)

有系統的協調各流程之運作並持續地執行風險與控制自行評估 (Risk and Control Self-Assessment, RCSA) 作業，透過結構性、系統化方式並考量內外部作業流程管理要求，在各作業流程中辨識出關鍵作業項目並找出特定風險事件所有可能的原因 (Causes) 及可能的後果 (Outcomes) 等，建立整體性風險管理策略，並評估內部控制有效性、作為建立風險指標及量化風險之基礎，以確保營運目標的達成。

關鍵風險指標 (KRI)

參考法令變動、科技變化、內外部威脅事件的趨勢，本公司已導入 68 項「關鍵風險指標 (Key Risk Indicator, KRI)」，透過量化的評估，定期觀察本公司各業務別之風險趨勢，以監控作業風險變化，作為反映風險變化情況的早期預警指標，加強業務單位及風險管理單位的風險認知，並藉由監控關鍵風險指標的流程中了解組織內對風險管理的目標及風險容忍度。

風險事件資料蒐集 (LDC)

有效的監控是完善風險管理之要件，本公司已建置作業風險監控與異常通報機制，藉由損失事件蒐集 (Loss Data Collection, LDC) 除可掌握作業風險實際曝險情形外，亦可及時察覺潛在風險與作業風險管理相關作業程序上之可再強化之處，以利協助進行風險辨識與評估，降低損失事件發生機率與衝擊。

資訊與個資安全

資訊安全

中國人壽資訊安全管理之運作為依照 ISO 27001 標準，採用「Plan-Do-Check-Act」(PDCA) 之循環運作模式，建立資訊安全管理制度，並維繫其有效運作與持續改進。經公正第三方之查核，本公司自 2016 年首次通過 ISO 27001:2013 資訊安全管理系統 (ISMS) 驗證，迄今持續維持著完善且有效的資訊安全管理制度。



資訊安全與管理制度

資訊安全專責單位

本公司成立「資訊安全部」負責擴展資訊安全管理制度施行範圍、建立各部門資訊安全控制作業及自行查核管理架構，以及監督、評量資訊安全內部控制之有效性。在落實維護資訊安全之責任下，規劃資訊安全藍圖，在資訊安全風險管理與公司營運效益中找到最佳平衡點。

另外，成立「資訊安全委員會」，每年召開二次進行資訊安全工作管理審查，議題包含資訊安全體系運作報告以及各小組報告。

電腦系統資安評估作業

為確保本公司所提供資訊服務系統具備系統安全防護能力，透過各項資訊安全檢測作業，發現資訊安全的威脅與弱點，藉由相關的技術面與管理面控制措施，以改善並提升資訊安全防護能力。

中國人壽依照「電腦系統資訊安全評估作業計劃」的資訊安全評估作業，辦理第一類電腦系統資訊安全評估作業之各項資訊安全檢測作業，並提交「電腦系統資訊安全評估報告」，定期追蹤發現事項的矯正及預防措施的情形。透過評估作業，將強化本公司在網路架構與整體資訊作業系統之安全強度，降低本公司內部資訊遭受不當揭露、竄改或竊取之風險。

在嚴謹的資訊安全管理之下，2018 年無發生任何資訊安全事故相關情事。

資訊安全整體執行情形聲明書

為符合「保險業內部控制及稽核制度實施辦法」之規範要求，強調本公司經營高層對資訊安全之重視，推動資訊安全整體執行情形評估服務，並出具評估報告，以利本公司經營高層了解目前其合規情形，並出具資訊安全整體執行情形聲明書。

取得國際資安標章 (MAS)

為提升中國人壽所提供之行動應用 App 的基本資訊安全防護能力，透過每年進行電腦系統資訊安全評估作業專案，依據行動應用 App 基本資安檢測基準執行檢測作業，強化本公司資訊部門開發行動應用 App 的資訊安全意識，並逐步完善所提供之行動 App 安全防護能力，2018 年 iEasy、Keep Going 行動應用程式均取得資安標章 (MAS)。



資訊安全演練及教育訓練

為降低本公司遭遇突發緊急危難或異常事故所可能造成資訊作業中斷之衝擊，並經由演練的方式來驗證所規劃相關應變策略與處理計畫的有效性，以確保資訊作業持續運作。中國人壽全體同仁依規範要求接受資訊安全教育訓練與宣導，加強資訊安全認知。

資安專責單位同仁

透過自辦教育訓練課程、國內受訓課程、研討會及國外受訓課程等方式
每年至少訓練15小時

完訓率
100%

全體同仁

經由本公司員工學習網接受的資訊安全教育訓練，且透過資安試題以驗證同仁的資安認知及觀念正確與否
每年至少訓練3小時

優化作業

資訊安全保險

本公司已投保資訊安全保險，藉由保險降低法律、財務承擔責任及受影響客戶的索賠，轉嫁可能之損失風險與減低對商譽的影響。

雲端服務資訊安全作業架構

訂定本公司在未來提供雲端服務時各項規範，強化其資訊安全的能力，降低面臨資安風險至可承受的程度，以打造出更好的雲端運算環境，提供更安全便利的雲端服務。

個人資料保護

中國人壽除提供符合客戶需求的商品與服務外，在作業流程的各個環節，以謹慎的態度處理客戶之個人資料，確保資料能受到妥善保護，且尊重客戶個人隱私。

個資管理接軌國際

為展現個人資料保護決心及再強化個人資料保護管理機制，於 2017 年已依 BS 10012:2017 標準導入個人資料管理制度 (PIMS)，依據個人資料保護最佳管理實務，並藉由 PDCA 之管理模式，將個資保護管理意識逐步融入同仁日常作業中，使其成為組織文化，以提升個人資料暨資訊安全保護管理能力並接軌國際對個資保護管理趨勢，2018 年再次以無缺失通過第三方驗證公司複審。

另外，因應歐盟一般資料保護規章 (General Data Protection Regulation, GDPR) 實施，本公司個人資料保護管理制度已參考 GDPR 最新要求完成建置，為持續銜接最新個人資料保護管理要求，亦邀請外部顧問專家、專業律師進行 GDPR 法規解析及分享，以利同仁了解個資保護之風險管理最新趨勢。

通過
BS 10012:2017
接軌 GDPR
最新要求

個人資料保護管理委員會

為強化個資安全維護機制運作效率，並整合運用個人資料管理制度所需資源，中國人壽成立個人資料保護管理委員會，由總經理擔任召集人，以持續推動、管理、督導本公司個人資料管理制度之有效運作；個人資料保護管理委員會定期每半年召開會議，會議中從個資保護之執行、技術發展、管理制度監督與審查、個資事故管理等議題，向各委員報告本公司個資保護整體運作情形。

個資保護加強措施

配合「個人資料保護法與施行細則」及「金管會指定非公務機關個人資料檔案安全維護辦法」之要求，並參酌 BS 10012 規範，中國人壽導入稽核軌跡集中化管理平台機制，逐步達成下列各項目標：

01

針對個人資料異常存取進行監控、執行日常分析與事先預警，強化個人資料管理

02

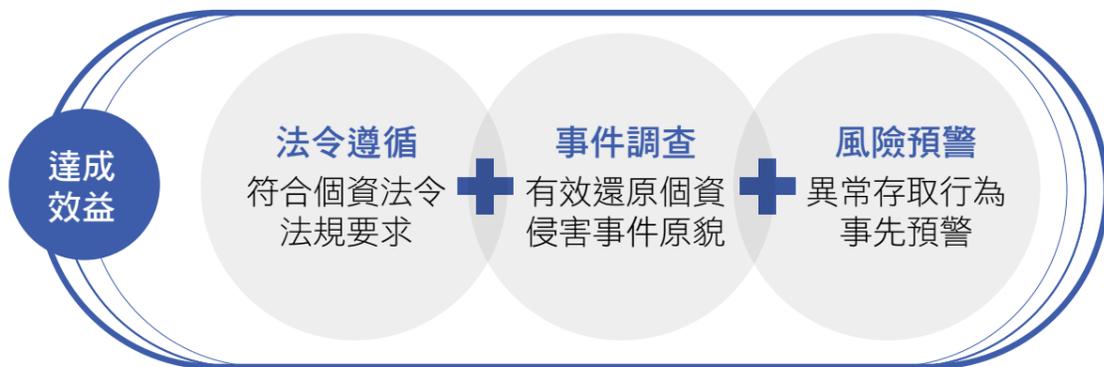
符合相關法規要求，留存應用系統個資使用紀錄，以供舉證及調查目的之所需。若發生個資事件時，可提供證據以維護本公司權益

03

配合個人資料管理制度認證之要求，建置個資軌跡Log系統，達到主管機關之要求

順利移轉保單系統 確保保戶權益不受損

中國人壽取得安聯人壽部分傳統型保單，為保障保戶權益，除出具「保戶權益聲明書」，更以精準、快速地方式進行保單系統移轉，專業團隊齊心戮力，將原先艱鉅的任務以歷時不到 350 天即順利達成，總共轉入 76,621 張傳統商品保單，解決保單移轉產生的差異狀況，完全維護條款精神履行保單相關權利與義務，亦代表中國人壽對保戶的承諾。



個資保護教育訓練

為持續使本公司同仁了解個人資料保護責任及強化其個人資料管理制度維運能力，透過教育訓練使個人資料保護管理認知融入組織文化中，以提高、強化與維持同仁對個人資料保護管理的認知。

在落實完善制度及建立正確認知之下，2018 年無發生故意侵犯顧客隱私權或遺失顧客資料相關之個資事故。

13 場次
實體課程

1 場次
數位課程

辦理 30 場次
法治教育
訓練及宣導

法規遵循

本公司法令遵循單位藉由組織提前參與新商品、新服務等規劃，提供完整且即時之法遵意見，供規劃單位適時因應；建置法令變動管理系統以來，可完整掌握重要法令變動之遵循狀況，每年定期辦理法遵檢測，追蹤改善，並據以安排相關教育訓練宣導。

2018 年共計有 71 件法令變動管理，其中以「商品」類別數量最高，「財會」類別次之，相關權責單位皆有即時回覆並完成因應，俾符合法令之要求。

法遵風險管理

配合主管機關強化大型保險業法令遵循風險管理機制，以及落實企業文化的核心價值，中國人壽建構完善的法令遵循風險評估機制，並將於 2019 年起每年定期辦理法遵風險評估，以有效提升法遵風險監控及因應日趨嚴格的金融監理趨勢。此方式採取主動辨識、評估、偵測風險，將有效監控法遵高曝險的業務項目或單位，制訂風險抵減計畫來降低剩餘風險，並將結果向董事會報告。

疑似洗錢交易申報

每年定期檢討可疑交易監控表徵、申報標準等以避免有防禦性申報之情形外，另為因應主管機關對於申報時效之要求，已逐步縮短內、外部之申報處理時效，以協助執法部門能更快速取得所提供之有用申報資訊進行後續分析，希冀能強化阻斷犯罪之效能。

落實遵循「金融機構執行共同申報及盡職審查作業辦法 (CRS)」

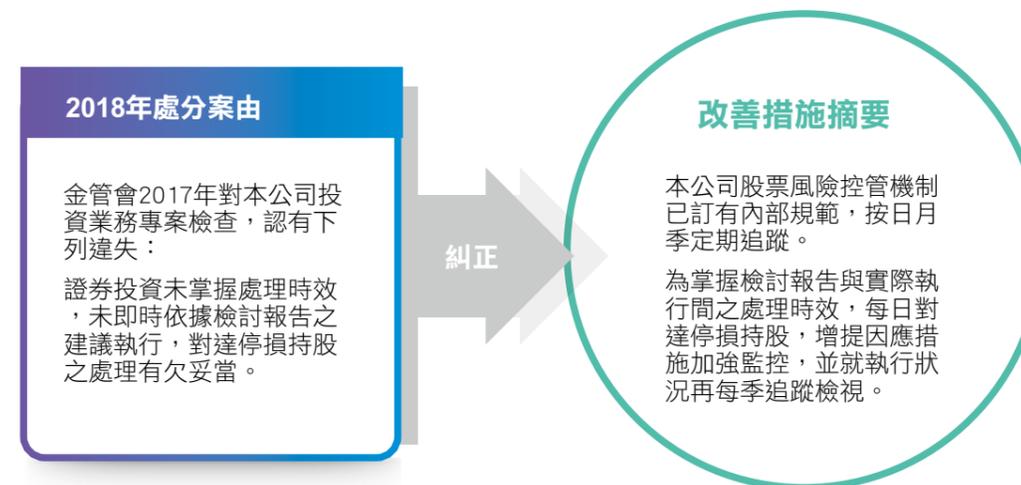
聯合國經濟合作暨發展組織 (OECD) 為增進全球稅務透明與資訊交換，發布「金融帳戶稅務資訊主動交換準則」 (Standard for Automatic Exchange of Financial Account Information in Tax Matter)，並推動其他國家或地區透過簽署多邊稅務行政互助公約，同意依照「共同申報準則」 (Common Reporting Standard, CRS)，以進行稅務資訊交換。財政部爰參酌相關規定，發布「金融機構執行共同申報及盡職審查作業辦法 (CRS)」。中國人壽為遵循相關法令，2019 年所有新進案件皆須填寫「中國人壽 FATCA 及 CRS 客戶自我聲明書暨個人資料同意書」，並進行新保戶盡職審查；且將於 2019 年底前完成既有高資產盡職審查，包含電子指標搜尋、紙本紀錄搜尋及經理客戶關係詢問。

法令遵循教育訓練

法法令遵循單位於每年年底訂定下一年度計畫，呈報並經董事會通過後實施，並針對不同對象 (董事、高階主管、單位法令遵循主管、業務人員、新進人員等) 分別就員工保密義務、公平待客原則、金融消費者保護、個人資料保護、外國帳戶稅收遵從法案 (Foreign Account Tax Compliance Act, FATCA)、金融機構執行共同申報及盡職審查作業辦法 (Common Reporting Standard, CRS)、同業裁罰案例分析、防制洗錢及打擊資恐相關法令等主題，舉辦相關教育訓練與宣導。

法令遵循績效

對主管機關檢查並處分的相關同業違規事項，中國人壽亦立即修訂與檢討相關內部作業及規範，並持續配合保險及其他有關法令修訂，確保在招攬、商品、售後服務及同仁權益保障等各環節符合政府最新之法令規範。2018 年中國人壽計有 1 件遭主管機關核處 1 項糾正，已完成檢討且提出具體改善方案，加強作業控管，並於本公司企網辦理資訊公開揭露。



2018年處分案由

金管會2017年對本公司投資業務專案檢查，認有下列違失：
證券投資未掌握處理時效，未即時依據檢討報告之建議執行，對違停損持股之處理有欠妥當。

改善措施摘要

本公司股票風險控管機制已訂有內部規範，按日/季定期追蹤。
為掌握檢討報告與實際執行間之處理時效，每日對違停損持股，增提因應措施加強監控，並就執行狀況再每季追蹤檢視。

註 1: 2018 年全國人壽保險業遭金融監督管理委員會裁罰之案件計有 40 件，罰鍰合計高達新臺幣 5,760 萬元。
註 2: 中國人壽企業揭露裁罰資訊



中國人壽企業揭露裁罰資訊
https://www.chinalife.com.tw/wps/portail/ut/p/z0/04_Sj9CPykyssy0xPLMnMz0vMAfj08zizQ18PQ0M3Q18LMwCzQ0cQ0PMLH3c3R09DU30C7IdFQHfY7_s/



CHAPTER 3 影響力 · 創新世代

中國人壽透過完整人力資源政策提供多元優質且具發展空間的工作機會。招聘任用與薪酬福利均秉持性別平等、同工同酬的精神，董事會中更是包含了 4 位女性董事，展現中國人壽在性別等方面的重視與落實。

在人權保障部分，除制定人權政策並落實宣導，更主動提供部分職缺保障身心障礙者優先錄用，可見中國人壽在人權保障的顯著實績。



建構完整發展地圖 培育專業金融保險人才

2018 ESG 目標及達成情形

- ◆ 招募儲備幹部 (MA)5 名、實習生 10 名、研發替代役 6 名，並持續進行培訓計畫
- ◆ 分階段完成及啟用各職級學習地圖

2019 ESG 目標

- ◆ 提升業務人員行動數位工具使用率達 90%
- ◆ 辦理 60 堂業務同仁三大系列職能銜接培育課程
- ◆ 開辦員工微學習活動，以提升員工自主學習動機及意願
- ◆ 推動思維轉型工程，舉辦 25 次內部溝通活動，傳遞對同仁的關懷與轉型的重要性

多元化員工福利 建構安心職場

2018 ESG 目標及達成情形

- ◆ 舉辦「小小親子保險營」及「小小歡樂保險營」兩場活動，小朋友活動滿意度 4.98 分、家長 4.76 分
- ◆ 辦理運動有氧課程 6 梯次、健康講座 4 場
- ◆ 辦理臨場健康服務 26 場
- ◆ 共有 5 位專責人員取得室內空氣品質維護管理合格證書

2019 ESG 目標

- ◆ 舉辦員工「KEEP GOING」健走競賽，參加人次較前一年度增加 20%，鼓勵員工平時多運動，保持身心健康
- ◆ 每月提供健康或紓壓主題電子文章，並與專業心理諮商機構合作，提供同仁心理諮商管道

管理方針

重大主題

市場地位、勞雇關係、訓練與教育、員工多元化與平等機會

承諾

- ◆ 將人才發展落實在「選、育、用、留」的人力資源管理流程，成就企業永續之目標。
- ◆ 建立妥善之薪酬政策，確保員工薪酬水準具市場競爭力。
- ◆ 重視及落實性別平等法規政策，保障就業平等及擁有公平晉升機會。

政策 / 管理系統

- ◆ 訂定「內勤職工專業考試獎勵辦法」，鼓勵員工考取美國壽險業管理師證照、跨工作領域專業證照及所屬工作領域證照，並持續因應趨勢或法規，增列新領域專業證照。
- ◆ 建置完整之 e-learning 訓練平台，提供專業且完整的訓練課程供同仁即時學習。
- ◆ 規劃業務同仁六大學習地圖，建置模組化數位培育模式，以因應金融數位化轉型。
- ◆ 訂定「內勤職工請假辦法」、「內勤職工特別休假辦法」、「內勤職工留職停薪辦法」等，依法令規定給予員工各項假別，並視法令變動情形，修訂相關辦法之規定，確保符合法令規範。

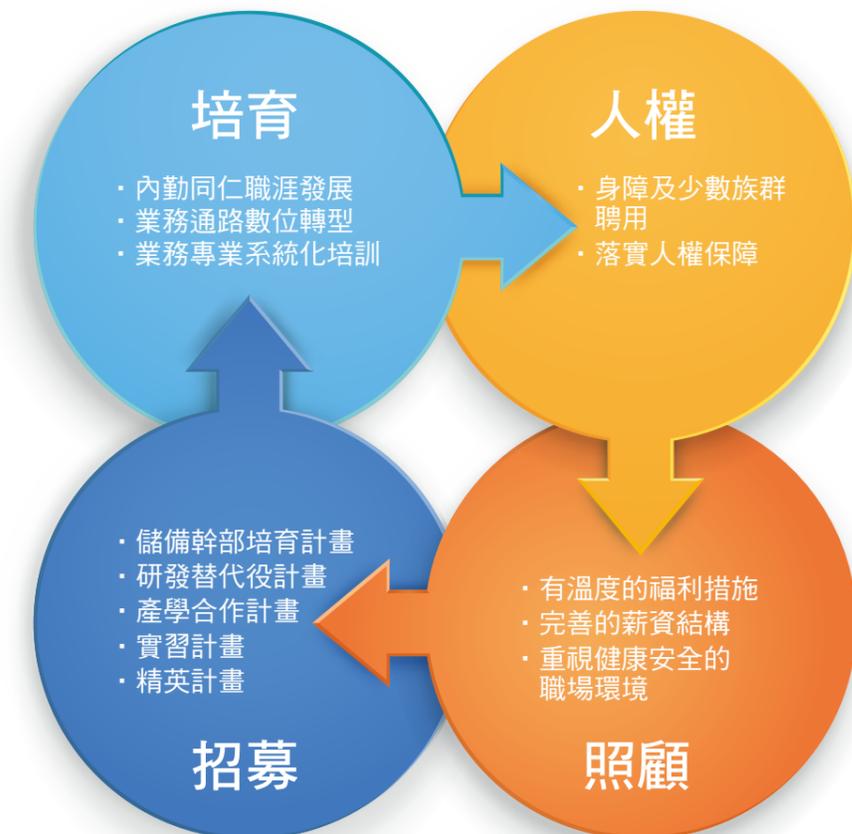
申訴機制

- ◆ 每季召開勞資會議，針對勞工權益相關議題進行雙向溝通。
- ◆ 本公司內部網站提供員工申訴管道，可透過申訴管道向各級主管、人力資源單位提出申訴。

評量機制

- ◆ 每年委由外部公司進行薪資調查，針對各職位等級，及壽險同業之市場薪資水準與福利數據進行比較，並依評估結果完成年度薪資調整作業。
- ◆ 設立年度培育檢核機制，以確保受訓同仁學習及成長的績效。
- ◆ 針對年度績效考核所鑑別出表現優異及具潛力之員工進行管理、培育，於符合組織人才需求時，賦予重要職務或提升為主管職。
- ◆ 每年為內、外勤同仁進行人權相關教育訓練，強化同仁重視人權的概念。
- ◆ 2018 年內、外勤同仁無申訴事件發生。

創新人才發展



推動人才轉型

青年投資

數位化時代的來臨引發了科技金融的新潮流，企業要能在未來的金融市場占有一席之地，關鍵在於科技金融人才的完備。為此，中國人壽現正規劃進行傳統業務及保單行政流程全面革新，希望以客戶觀點出發，結合大數據分析、生物辨識、AI 人工智能及區塊鏈等科技，達到客戶服務體驗數位化與智能化的最終目標。

要達成保險科技 (InsurTech) 的全面升級，需要大量數位人才，中國人壽持續針對數位金融規劃、AI 工程、資料科學、系統測試、通路輔導、資安、風控等數位資訊人才進行招募。除一般招募管道，中國人壽也積極爭取政府研發替代役名額，並參與台灣人工智慧學校「AI 人才媒合平台」企業聯徵，充分展現中國人壽招募數位金融菁英的企圖心。

產學合作計畫

為建立產學合作機制，擴大徵才管道，以因應企業人才需求，儲備未來保險人才，中國人壽與逢甲大學風險管理與保險學系簽訂產學合作計畫，加強深入校園與學生建立連結，宣傳本公司品牌價值，有助學生縮短學用落差，提早進行就業準備，並讓企業持續培養及儲備未來保險人才。

2018 年產學合作計畫安排實習生至客服中心實習，針對核保 / 理賠實務、企業文化、服務素養、專業領域給予指導，另定時提供學校學生實習月記、實習成果心得及企業成效評估表，有效給予學生關懷與回饋。實習期滿後，更有實習生因表現良好，於畢業後即錄用正職人員，並提供具有市場競爭力之薪資。



實習計畫

為及早發掘在校具潛力之優秀學生，並強化學生職場競爭力，中國人壽持續辦理暑期實習計畫，讓青年學子提前參與企業各項工作流程，達到儲備人才之效益。

實習計畫依各部門之實習職缺需求進行招募，鎖定大專院校三年級以上在校生或碩士班日間部之在校生，且對金融保險工作具高度興趣之青年人才。實習生依照所學科系、興趣以及未來發展方向，由自己或企業共同選擇學習領域，透過實際工作經驗更加確立職涯方向，提升未來職場競爭力。

截至 2018 年累計完成培育 34 名實習生，實習期間除了讓實習生多方接觸該部門內各項業務，並安排一對一資深輔導人員指導，除規劃之工作內容外，更讓實習生培養良好工作態度與價值觀，提前適應職場生活。

研發替代役計畫

中國人壽已連續 2 年申請研發替代役計畫，積極延攬優秀資訊菁英，並順利通過審查爭取到役男員額，2018 年除陸續甄選優秀役男外，更向役政署提出增加員額、接收役男之申請，擴大招募役男，且比照一般正職員工福利，如特別休假、生日禮金、年終獎金、員工酬勞、年資認列等，更提供循序漸進之教育訓練，促進青年畢業即與職場接軌。

儲備幹部 (MA) 培育計畫

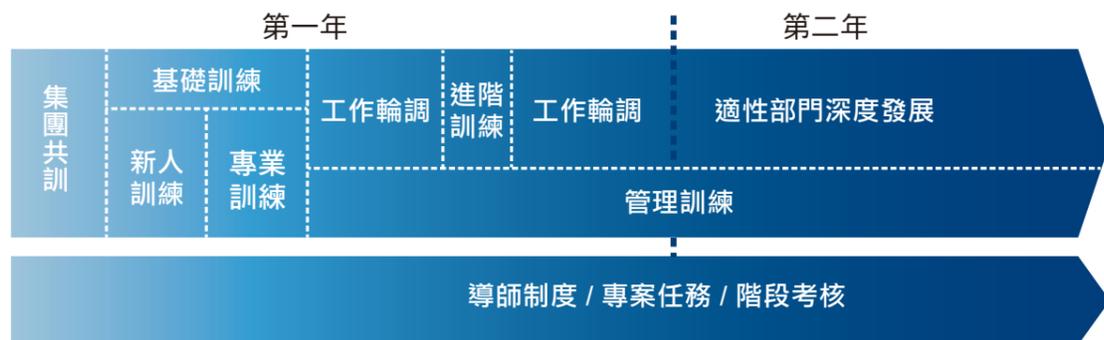
中國人壽重視幹部人才之培育，為朝全方位及跨界整合的創新金融服務事業邁進，本公司的 MA 計畫採不分科系不分組進行招募甄選。除了安排由人力資源部最高主管介紹 MA 計畫與職缺外，延攬國內、外優秀畢業生並安排前幾屆學長姊分享培育成果、獲得的能力及職涯發展建議，此外，每位儲備幹部甄選均由本公司經營團隊決選，足以顯示本公司對於儲備幹部的重視。



自加入開發金控後，增加集團共訓機會，安排金控、資本、證券及銀行等一系列課程，讓新進儲備幹部了解集團業務，培養具備跨領域視野之人才。MA 計畫為兩年的完整培育歷程，依個人所學背景適性設計，第一階段將在企業內不同專業領域進行輪調與學習，以培植保險專業之廣度與視野；第二階段進入適性部門進行深度發展與實務應用，強化管理能力，並參與經營團隊策略會議及賦予各項專案任務，讓 MA 實際參與多元業務、接觸策略核心，加快熟悉保險業的經營特性，成為未來傑出的專業或管理人才。



中國人壽提供具競爭性之薪資，於培育期間依工作表現參與薪資調整、年終獎金發放及員工酬勞分配，讓優秀人才持續深耕於中國人壽。儲備幹部完成並通過 2 年培育及各階段考核後，將依潛力及表現安排合適的職位或晉升管理職位，提供優秀菁英充分發揮的舞台，孕育優秀的企業接班人才。



精英專案

為廣邀年輕世代高潛力人才加入本公司業務團隊，特別委託國際級顧問量身打造三大培訓課程主題為「有效增員、強化培育、提升職能」，全面進行組織發展，茁壯業務團隊，除了原有的「新秀」、「TOP 1000 大」培訓計畫外，2018 年推出全新的「精英專案」培訓計畫，鎖定 20-55 歲對金融業或業務工作有興趣的精英族群，透過專屬大數據選才模型之「選才問卷」，分析出適合的業務開展模式，並提供 15 個月的新人財務補助計畫，符合條件且達標者，最高可領取 38 萬元及一台 iPad。此外，另開發「i-Agent」系統以行動化、數位化方式協助同仁快速有效率的進行業務推廣，以完善的培訓機制、優渥財務補助以及數位化系統工具支援，讓精英人才無後顧之憂，全力衝刺，讓工作與夢想同時達陣。



人才發展

員工一直是中國人壽最重要的資產。惟有員工的持續成長，才能成就企業的永續經營。為落實企業人才培育之目的，中國人壽推動嚴謹的「選、育、用、留」人力資源管理流程，致力於成為培育專業人才的搖籃。



2018 年教育訓練統計

	內勤			外勤		
	內勤	合計	外勤	合計	合計	
主管教育訓練總時數	7,726	16,527	78,289	223,780		
非主管教育訓練總時數	15,473	48,073	134,049	356,580		
合計	23,199	64,600	212,338	580,360		
主管人均教育訓練時數	37.51	42.05	64.49	61.68		
非主管人均教育訓練時數	28.71	27.56	50.26	44.82		

內勤同仁職涯發展

為了提升企業在數據時代的應變競爭力，本公司持續推動單位自主訓練的能力與意願。在硬體方面，建構了完善的數位學習平台，讓各單位能夠依循專責需求，規劃合適的訓練課程提供同仁學習；在軟體方面，持續推動微學習的概念與技巧，並舉辦微學習競賽，讓全員透過更即時、更貼近學習者需求的方式傳遞知識技能，為迎接數位化浪潮奠定成功的基礎。

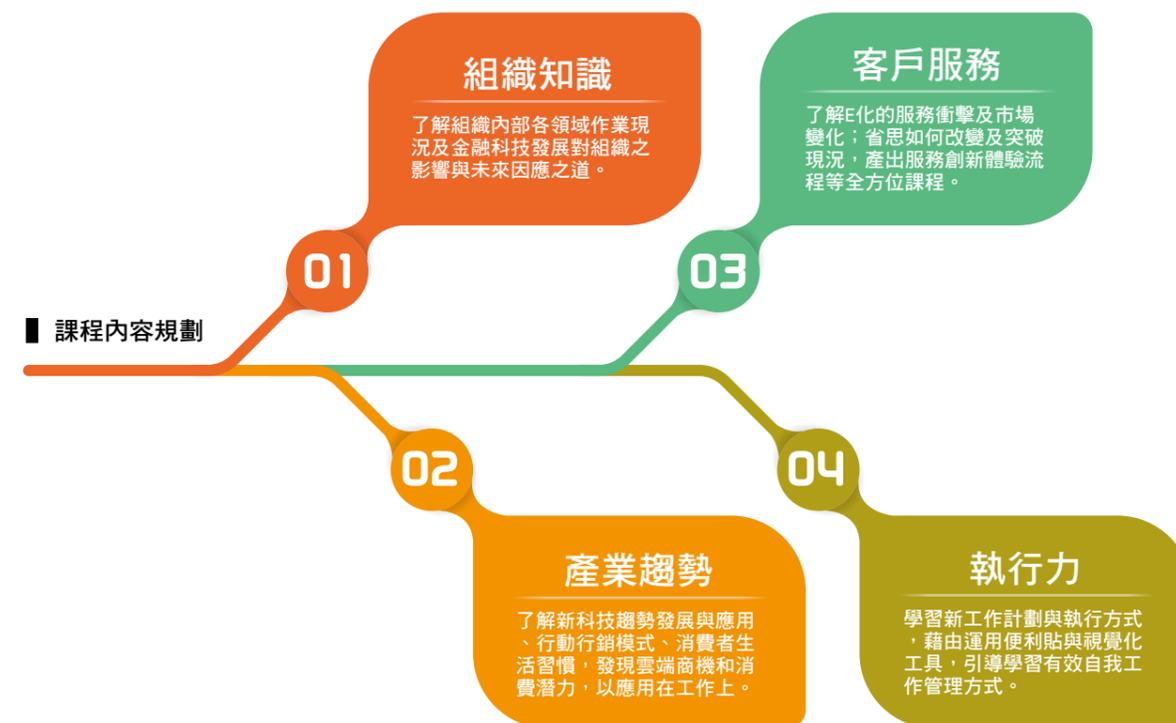
因應外部環境改變與挑戰，中國人壽持續投入多元人才發展培育方案，透過實體及跨載具之線上學習平台，規劃兼具深度與廣度之「經營管理」、「專業能力」、「新人培育」及「通識知識與技能」四大類別之課程，2018 年總受訓時數近 65,000 小時，平均每人受訓時數超過 30 小時以上。中國人壽鼓勵同仁不斷地於專業領域精進，藉此提升職場競爭力，並持續養成各職階專業與管理人才，實現永續經營之承諾。

總受訓時數
成長 20%



重點人才培育計畫建立管理梯隊

本公司重視人才的發展與知識傳承，已連續 4 年辦理重點人才培育計畫，由部門主管提名具發展潛力、組織承諾度高、工作態度及績效表現佳，經高階主管審核通過者，可參與此培訓計畫。課程內容除協助重點人才提升本身專業技能之外，亦增進其產業趨勢概念、學習跨部門組織內部知識、提升個人工作管理能力、凝聚同儕在組織內之情誼，儲備年輕世代管理梯隊，確保企業永續經營。



創新數位工具培養自主學習力

為因應數位金融科技趨勢，中國人壽透過「員工學習網」推出金融科技講堂及微學習影片製作課程，提供同仁選修，除了熟悉保險專業知識外，更增進同仁科技應用技能，強化學員使用習慣。累計開辦 562 堂課程，總受訓時數近 8.3 萬小時。

微學習影片競賽 型塑自主學習企業文化

隨著數位科技發達、行動裝置普及、網路資訊爆炸，為隨時隨地快速獲得知識，「微學習」已為目前最熱門的學習方式。中國人壽舉辦「微學習影片競賽」活動，主題分為「專業職場」及「創意生活」兩大項，各地同仁熱烈響應，共有數十部影片參賽。透過競賽獎勵活動的方式，成功引發同仁參與、製作影片動機，並炒熱學習氣氛，創造共同話題。

接軌數位科技時代提升職能

因應數位金融 (Fintech) 發展趨勢，中國人壽近年積極推動業務通路轉型、AI 模型建置等專案，其中 Python 已為大數據處理、網站開發、視窗程式設計等主要開發的語言，為持續培育員工、協助人員轉型，特邀請業界程式高手辦理「Python 語言基礎 & 網路爬蟲」課程，學習基礎的程式撰寫及數據分析的概念與技巧，提升同仁發展相關專業技能。另為培育組織內部人工智慧人才，更規劃優秀同仁參與「AI 人工智慧學苑課程」，從「技術」及「管理」雙輪軸培育出種子人力，學習將人工智慧運用於自身專業領域，培養人工智慧技術人才。

證照獎勵建立專業人才庫

本公司制定「內勤職工專業考試獎勵辦法」，提供考試假、補助考試/報名費及獎勵金，鼓勵同仁積極考取美國壽險管理師、所屬工作領域或跨領域專業證照。本年度內勤同仁平均持有證照數為 2.14 張，近 3 年內保持成長。

中國人壽重視洗錢防制及打擊資恐議題，以通過亞太防制洗錢組織評鑑為目標，新增公認反洗錢師 (CAMS) 為補助證照，設計鼓勵報考方案，透過擴大適用對象及補助次數，加速該證照通過率；另外，為推動公司治理改革之政策目標，2018 年將國際性稽核類證照納入補助，朝深化公司治理文化、提升資訊揭露品質及強化法規遵循之方向努力。

近 3 年內勤同仁專業證照取得情況

專業證照項目	2018 年	2017 年	2016 年
精算考試科目	214	170	130
取得投資、風控、稽核、反洗錢師專業證照	63	12	7
取得核保、理賠專業證照	87	74	69
壽險管理師考試科目	4,200	3,687	3,097
總計	4,564	3,943	3,303
平均每人持有證照數	2.14	1.97	1.69

業務通路數位轉型

中國人壽啟動業務通路轉型專案，強化業務人員的行銷及增員競爭力，讓組織質量俱進。隨著數位化浪潮將重塑金融科技服務價值鏈，中國人壽推動「人才培育」與「數位轉型」以達到轉型目標，打造全方位數位化的堅實團隊，挑戰卓越，共創同仁、保戶與公司三贏。

轉型方案推動主軸



轉型技能提升

強化人才轉型，融合國際知名顧問公司人才培育之精髓，設計出三大系列的通訊處銜接訓練課程，包含「主管大師」建立起主管團隊培育力及輔導管理模式；「增員高手」能熟練增員關鍵技巧，提升組織發展氛圍；「行銷尖兵」則有效強化了業務同仁於商品銷售的實戰能力。未來將持續蒐集業務同仁課後心得建議，精修課程更趨向實務，協助業務通路轉型計劃全面推廣落地，大幅鞏固業務團隊戰力。



轉型專案成功關鍵



業務專業系統化培訓

人才培育是強化組織競爭力的首要關鍵，本公司以發掘業務同仁職能需求，強化業務同仁即戰力為方向，規劃完整且系統化訓練架構，加強業務同仁核心能力。訓練藍圖依據業務同仁在事業不同階段應具備之能力規劃，協助他們培養戰鬥力。此外，本公司亦不斷研究發展創新培育模式，透過數位化管理，使業務同仁成為兼具專業行動化之全方位的專業壽險規劃人員。

2018 年起，陸續規劃與開發業務訓練系統地圖，依各職能需求開發學習課程，業務同仁可依職涯發展需求與主管研擬學習計劃，達成技能養成目標。

中壽大學

「中壽大學」完整規劃外勤員工訓練，對不同職級同仁進行系統化的人才培訓，協助建構業務工作的專業知識與技能。



中壽業務訓練系統



各職級核心職能



LIMRA 專業國際課程

中國人壽引進兩門國際壽險行銷研究協會 (LIMRA) (註) 專業培訓，包含能強化中高階業務主管管理技巧的「Pacesetter 管理技巧研習班」，以及協助增員推動的「AMTC 業務經理管理培訓班」，並於本年度舉辦「AMTC 業務經理管理培訓班」共 2 梯次，期望能厚植「規劃、增員、選才、培訓及績效管理」五大經營管理核心職能，切實推動團隊經營與組織發展。

為期 6 個月的培訓中，受訓學員通過各項檢視取得結訓資格，比較培訓前、後組織發展成效發現，組數成長 10.7%、人力成長 7.6%，成績斐然且優於本公司整體水平。未來將持續舉辦並擴大推廣至更多業務主管，創造組織發展的新高點。

組織發展核心團隊 (Core Team) 培訓專案課程

具有處理培育搖籃之稱的「組織發展核心團隊 (Core Team) 專案」，以推動增員為目標，致力於培育具有成處潛能的菁英業務經理，累積增員實力、拓展組織，其涵蓋「職能提升培訓計劃」、「增員與選才」、「訓練與輔導」、「領導與管理」的多元課程內容，短、中、長期經營績效指標的設立與每月的檢視與督促，以及每月邀請績優處理實作上的指導與經驗分享，成功培育新科通訊處處經理，專案學員更是各地區爭相邀請之組織發展講師，是所轄單位組織發展的重要推手。

2018 年學員經培訓後，全區主管組數成長 19.7%、人力增長 14.5%，均較同職級主管佳。後續規劃將以三大主軸「心態激勵：堅定成處決心及正面思考」、「領導管理：管理職能提升及領導者思維」、「組織發展技能：規劃與目標設定及管理團隊績效」展開相關培訓課程。

業務培訓品質精進

內部講師是中國人壽內部知識、技術與典範傳遞的重要關鍵人物。為培植專業的講師團隊，定期遴選新進、績優且具有授課潛力的業務主管，參加講師基礎培訓班，協助養成正確心態並克服上台的緊張情緒，增進授課技巧並建立系統化教學設計能力，進而邁向成功講師之列；針對現有講師群，定期會辦進修課程，面臨課程改版或新課程推出上線前，亦將遴選合適人選參加培訓。

為確保授課品質，當講授一門新的課程之前，同步邀請其參加講師到場旁聽，進一步由課程研發團隊進行課程說明、試講、試教及教學觀摩，以確保講師能完整傳遞課程精神與內容，課中由執課人員全程協助講師授課，確保授課內容完整；課後由學員填寫課程及講師滿意度調查問卷作為後續調整的參考。

用科技打造數位學習新環境

因應數位金融趨勢時代來臨，中國人壽持續導入數位學習，透過實體及跨載具之線上學習平台交互運用，建構各職級適用教材，讓同仁可以進行多元的學習，除藉此提升學習的效率與效果，更可降低紙本教材的印製，預估教材成本約省 18 萬元、節省 15 餘萬紙張。為強化訓練教材修改的即時性，目前訓練教材皆以線上電子書方式進行開發，如有新的內容可即時修改、即時上架，電子書型態的訓練教材兼具彈性與即時性，並能節省大量印刷成本。

同時，在教育訓練方面運用時下流行的 LINE@ 生活圈經營班級氛圍，結合實體及數位的互動模式，客製化的設計與規劃，拉近講師與學員的距離，充分提升學習效率、鞏固學習成果，不僅可打破時間與空間的限制，更可提高學員學習意願，促使學員奠定良好的學習基礎，建立正確的學習觀念，後續亦可持續追蹤學員學習成效，掌握學員學習狀態。



創新學習案例

LINE「i-Talk」LINE@ 生活圈

為強化與業務員自我學習的管道，並可即時掌握各項訊息資源，於本年度開設中國人壽「i-Talk」LINE@ 生活圈，每日進行主題報導，類型包含行銷、商品、增員、課程及新知等豐富內容，讓業務員每日透過「i-Talk」獲得學習，更有利於和客戶分享新知，目前會員數達 4,500 多人，並持續成長中。

醫卡新互動式電子書

與知名雜誌合作，製作「醫卡新互動式電子書」，提供業務同仁在銷售重大傷病保險商品上運用。藉由互動式電子書能與客戶互動並拉近和客戶間的距離，達到銷售之目的。藉由操作互動電子書增加業務同仁對該商品的熟悉度，更了解商品的特色及賣點，協助創造更高銷售業績。

銷售達人影片

拍攝優秀同仁經驗分享影片，提供同仁重複觀看及學習演練，並且運用在銷售上創造績效，透過不斷演練銷售細節強化學習的效果。

註：國際壽險行銷研究協會 (LIMRA) 為全球最具公信力的壽險研究機構，結合全球會員公司的調研分析與績優經理人的成功經驗，提供國際性、權威性、專業性的調研與培訓課程。

績效考核

人才的培育並非一蹴可幾，日常作業中系統性的推動與執行為主要關鍵，從新人試用考核、日常工作指導、年度績效考核，內外勤員工接受定期考核的比例為 100%。透過完整的績效管理循環，主管與同仁進行一對一的溝通與指導，輔佐同仁工作表現，持續迎接多元挑戰。同時，建立管理機制，將年度績效考核表現優良、具發展性的同仁進行人才管理，於符合組織人才需求時，推薦賦予重要職務或提升為主管職，持續進行培育。



營造幸福職場

成長夥伴

員工是公司持續進步的動力，也是永續發展的堅強後盾。中國人壽不僅提供多元及平等的就業機會，更制定政策保障工作人權，中國人壽用心經營，維護一個相互尊重的職場環境，讓同仁擁有正確、客觀和包容的態度。

內勤

產品開發、核保理賠、客戶服務，及各項後勤支援與管理



接觸保戶和社會廣大民眾的第一線服務人員

外勤

中國人壽對待所有同仁皆以職能為依據，任用政策重視平等及多元性。截至 2018 年底，本公司員工總人數為 12,869 位，其中內勤員工 2,136 位，外勤員工 10,733 位。

2018 年員工結構

	內勤			外勤		
	定期員工	不定期員工	總計	業務員	業務主管	總計
定期員工	3	6	9	2,425	4,677	7,102
不定期員工	742	1,385	2,127	1,215	2,416	3,631
總計	745	1,391	2,136	3,640	7,093	10,733

單位：人

註 1：內勤定期員工為簽訂有契約期間之員工；內勤不定期員工為一般正式員工。

註 2：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；業務主管則為雙合約，加簽聘僱契約，適用勞基法，且為部份工時制。

內勤同仁在人員分布上，年齡以 31 至 49 歲的族群為主，占比達 71.54%，平均年齡為 39.63 歲、平均年資約 7.17 年。性別分布上，男性約 34.88%、女性約 65.12%，在管理階層的性別分佈上，男性主管與女性主管比例約為 52：48。學歷分布上，以大學、專科學歷為主，占比達 76.26%，另具碩、博士學歷的同仁占比約 17.60%。

外勤同仁在人員分布上，年齡以 31 至 49 歲的族群為主，占比達 55.87%，平均年齡約 39.77 歲、平均年資約 7.30 年。性別分布上，男性約 33.91%、女性約 66.09%，在管理階層的性別分佈上，男性主管與女性主管比例約為 33：67。學歷分布上，以大學、專科學歷為主，占比達 59.60%。

2018 年按性別及年齡、職務、學歷區分的員工人數

內勤				外勤				
	男	女	全體	男	女	全體		
年齡	30歲(含)以下	144	233	377	30歲(含)以下	1,121	1,361	2,482
	31-49歲	463	1,065	1,528	31-49歲	1,898	4,098	5,996
	50歲(含)以上	138	93	231	50歲(含)以上	621	1,634	2,255
職務	部門主管(含)以上	53	33	86	業務主管	1,215	2,416	3,631
	科主管	153	154	307	業務員	2,425	4,677	7,102
	一般員工	539	1,204	1,743				
學歷	博士	2	0	2	碩士	224	209	433
	碩士	222	152	374	大學/專科	2,284	4,113	6,397
	大學/專科	471	1,158	1,629	高中職及以下	1,132	2,771	3,903
	高中職及以下	50	81	131				

單位：人

2018 年員工平均年齡與年資

內勤			外勤			
	男	女	全體	男	女	全體
平均年資 (單位：年)	7.39	7.05	7.17	6.69	7.62	7.30
平均年齡 (單位：歲)	40.91	38.95	39.63	37.73	40.81	39.77

身心障礙同仁及少數族群聘用

在中國人壽，身障同仁享有與正職同仁一樣的權益與機會。除了主動提供部分職缺保障身心障礙者優先錄用外，在硬體工作環境上，提供無障礙洗手間、通道、停車位、專用電梯按鈕、點字標示、電腦放大螢幕、放大鏡、識別燈號等友善設施；並鼓勵身障同仁持續於專業領域精進，報考工作所需專業證照，提升職場競爭力。本年度共有 62 位身障同仁，其中任職 6 年以上同仁比例達 88%，更不乏有任職 13、14 年以上的身障同仁。

另外，在適才適所的原則下，中國人壽亦主動提供部分職缺優先且足超額任用原住民，截至 2018 年底已僱用原住民達 60 人。

員工流動情形

近年中國人壽內勤同仁人數持續成長，新進內勤同仁共計 440 人，占全體內勤同仁比率為 20.60%，其中女性為 273 人，占新進人員 62.05%；離職人數為 297 人，占全體內勤同仁比率為 13.96%，與前一年度 12.86% 相較未有顯著上升。

外勤同仁部分，新進外勤同仁共計 1,721 人，占全體外勤同仁比率為 16.04%，其中女性為 1,040 人，占新進人員 60%；離職人數為 2,254 人，占全體外勤同仁比率為 21.00%，較前一年度離職率顯著下降。

2018 年按性別及年齡別區分之新進人員統計

	內勤		外勤	
	男	女	男	女
30歲(含)以下	78人 3.65%	122人 5.71%	367人 3.42%	415人 3.87%
31-49歲	85人 3.98%	147人 6.88%	269人 2.51%	511人 4.76%
50歲以上	4人 0.19%	4人 0.19%	45人 0.42%	114人 1.06%
總計	440人 20.60%		1,721人 16.04%	

註：外勤新進人員統計含承攬契約之業務人員

2018 年按性別及年齡別區分之離職人員統計

	內勤		外勤	
	男	女	男	女
30歲(含)以下	32人 1.5%	74人 3.48%	367人 3.42%	430人 4.01%
31-49歲	65人 3.06%	110人 5.17%	446人 4.16%	716人 6.67%
50歲以上	10人 0.47%	6人 0.28%	96人 0.89%	199人 1.85%
總計	297人 13.96%		2,254人 21.00%	

註 1：內勤離職人員統計不含定期契約人員

註 2：外勤離職人員統計含承攬契約之業務人員

落實人權保障

為貫徹平等及多元性政策，並營造和諧的職場環境，中國人壽參考國際人權公約等原則制定人權政策，並要求所有內外勤同仁必須接受「人權政策宣導」課程，以落實人權保障之理念。



人權政策宣導課程重點

1. 本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，依法訂有工作規則，並經主管機關審查通過。
2. 本公司重視員工工作與生活平衡，辦理各項員工福利，並宣導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. 本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、星座、血型或其他等歧視因素為由而有不公平對待。
4. 為促進勞資和諧、增加勞資溝通管道，設有勞資會議，員工可透過本項機制充分表達意見。
5. 本公司重視性別工作平等，設有性騷擾防治申訴委員會，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。



2018 年人權教育訓練



中國人壽人權教育訓練完訓率已達 100%，且本年度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。

暢通的溝通管道

中國人壽觀察同仁工作習性及行動、社群趨勢，以科技結合的創新思維，2018 年推出「中壽 E 家人」LINE@ 生活圈，以強化內部溝通之管道，提升內部溝通效率與本公司資訊曝光。平台內提供中國人壽企業社會責任相關資訊，除培養同仁成為中國人壽潛在自媒體，並透過其自主分享，提升外界對中國人壽品牌之觸及率及好感度。為強化互動、即時回應，打造平台溫度，另有別於一般平台制式的自動回應，面對同仁需求與訊息發問採一對一即時回應，以提升同仁對平台之黏著度，建構「中壽 E 家人」之暖心氛圍。



為促進勞資雙方良好溝通與互動，中國人壽設置勞資會議，每季定期召開，針對勞資雙方所著重之議題進行良性雙向溝通，2018 年舉辦 4 次勞資會議，針對調整延長工時上限相關規定、推選職業安全衛生管理委員會之勞工代表、員工工作規則修訂等議題進行充分溝通與討論，最後達成協議。另設置員工申訴管道，同仁若遭遇任何工作問題，可透過申訴管道向各級主管、人力資源單位提出申訴，本年度內外勤同仁無申訴事件發生。

溫暖照顧

有溫度的福利措施

中國人壽致力於建立同仁歸屬感，不論新進或資深同仁均能感受到身為中國人壽大家庭的一員，重視同仁的福利和保障，提供同仁多樣的福利和多元的活動，包含基本福利項目、退休金提撥、育嬰假、子女教育獎學金，及全國性豐富的員工社團成立等，確保每位同仁皆獲得應有的福利與照顧。

2018 年內勤正職員工福利使用概況

福利項目	福利內容	使用人次
休假	與本公司簽訂不定期契約之新進同仁，於到職第一年度即可享有特別休假	401 人次
志工假	為鼓勵同仁參與公益活動回饋社會，每年提供一日志工假	1,177 人次
員工保險	勞保、全民健保、團體保險（涵蓋壽險、意外險、家庭住院醫療險、意外醫療險等）	勞保給付 63 人次 團保理賠 635 人次
員工借貸 (購屋、購買機車)	員工購屋、機車貸款利率優惠	購屋貸款 16 人次 機車貸款 7 人次
社團福利	補助成立各項動態及靜態社團，讓同仁在工作之餘，擁有更全面的生活規劃	998 人次
節慶禮金及 年終聚餐	除了於每年端午、中秋節慶及生日發放慰勞禮金，並於每年農曆臘月舉辦員工年終聚餐摸彩活動，總計發放慰勞禮金為 38,849,000 元	開春紅包 1,981 人次 生日禮金 1,948 人次 端午禮金 1,913 人次 中秋禮金 1,948 人次
子女教育獎學金	為鼓勵員工子女努力向學，提供子女教育獎學金，補助金額總計 3,563,500 元。	1,957 人次
健康檢查	為關懷員工身體健康，提供健康檢查，讓同仁能夠擁有完善的身心照護，補助金額為 575,573 元。	75 人次
其他項目	婚喪喜慶致禮、住院慰問金、企業托育優惠、並設置現磨咖啡機、空中花園、員工交誼廳、健身房、哺（集）乳室等，讓同仁在工作之餘也能兼顧身心發展平衡。	婚喪喜慶致禮 402 人次 住院慰問金 571 人次

退休福利

中國人壽重視員工退休生活，除訂定員工退休辦法外，並設立「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，存入臺灣銀行退休基金專戶，且每年檢視該基金專戶餘額是否足以因應次一年度符合退休條件同仁之退休所需，若有不足則於次一年度三月底前補足差額；對於選擇勞退新制的員工，則按月提撥工資 6% 退休金至員工於勞工保險局的個人退休金專戶。

另外，為感謝本公司退休人員服務多年之辛勞，使同仁能感受到被重視，本年度於同仁退休時提供琉璃獎座 1 座及免費健康檢查，共有 8 人受惠。

幼兒撫育

家庭乃社會安定的核心，為體恤需照顧幼兒之同仁，中國人壽在同仁育嬰假的需求上全力予以支援。2018 年分別計有內勤同仁 23 位、外勤同仁 61 位提出育嬰留職停薪申請，其中內勤女性同仁計有 87%、外勤女性同仁計有 78%，而男性同仁申請比率也持續成長。

近年來，中國人壽申請育嬰留職停薪同仁的留任率及復職率均維持高標水平。2018 年內勤同仁復職率達 73%、留任率達 84%；外勤同仁復職率達 85%、留任率達 91%。統計近三年同仁留任率平均達 80% 以上，其中內勤男性同仁留任率更達 100%。由此可見，中國人壽持續推動工作生活平衡，體恤需照顧幼兒職工之需求，讓同仁關注自己職涯發展的同時也兼顧家庭的照顧。

育嬰假統計

	內勤	外勤	總計
2018 年申請育嬰留停 總人數	3	20	23
2018 年度 實際復職人數	4	15	19
2017 年該年度育嬰留停 復職後持續工作一年人數	1	15	16
復職率 (註 1)	80%	71%	73%
留任率 (註 2)	100%	83%	84%

註 1：復職率 = (2018 年實際復職的人數 / 2018 年應復職的人數) × 100%

註 2：留任率 = (2017 年復職後十二個月仍在職的員工總數 / 2017 年實際復職人數) × 100%

「小小保險營」與孩子攜手共築幸福職場

認識父母工作 也讓同仁更看見工作價值 孩子慰勞辛勞 同仁好感動

「謝謝叔叔阿姨，上班辛苦了！」孩子們純真的感謝，一掃工作的辛勞，原來跟孩子一起上班是這麼溫暖的感覺！本公司連續三年在暑假舉辦「小小保險營」，這一天同仁可以帶自己的孩子來上班，孩子們可以參與一系列活動，包含金融保險知識闖關遊戲、認識父母的工作，寓教於樂讓孩子在玩樂中學習；另外，也安排孩子到辦公樓層發送餅乾感受父母工作的辛勞，創造了難忘的親子互動體驗，讓同仁們在工作、生活及家庭間取得平衡，共築幸福職場、安心企業。

育兒同仁感想

自己是雙薪家庭，和先生都在工作，但孩子對父母的職業不太了解，也難體會父母工作的辛勞，這個活動讓我的小孩更加了解我的工作，當他到我辦公室跟我說感謝時，很欣慰也很感動。

營隊小朋友感想

第一次跟媽媽上班很新奇，漂亮的辦公室有很多熱情的阿姨叔叔們，覺得上班好有趣，希望下次還能再參加！

參與同仁感想

自己還沒有小孩，但看到這麼多又萌又可愛的孩子到來，工作上的辛勞頓時一掃而空，整個辦公室洋溢著快樂又有活力的工作氛圍。

我們深信同仁的幸福是企業永續發展的動能，秉持著「We Share We Link」的精神，透過這些活動帶給同仁歸屬感，並帶動和諧友善的氛圍，創造能與同仁共同成長的幸福職場。

60名小朋友參與

同仁滿意度 **4.76**分
(滿分為5分)

小朋友滿意度 **4.98**分
(滿分為5分)



完善的薪資結構

以「對外具競爭力、對內具公平性的理念」制定員工薪酬，是中國人壽堅持的原則，為確保同仁整體獎酬水準具同業競爭優勢，中國人壽採取績效導向，提供的內外勤薪酬皆符合主管機關規定的最低薪資標準，吸引並留任優秀人才。另外，薪資敘薪主要考量為個人學經歷、工作職責及績效表現，不因性別而有所差異，女男薪資比例大致平衡，落實性別平等理念。

■ 新進同仁薪資範圍

		2018	2017	2016
內勤	基層作業員工	薪資範圍 最低 22,000 元，另依經驗、學歷調整	最低 21,100 元，另依經驗、學歷調整	最低 20,300 元，另依經驗、學歷調整
	與主管機關基本工資比	1.00 : 1		1.01 : 1
內勤	大學專業行政人員	薪資範圍 最低 28,000 元，另依經驗、學歷調整	最低 28,000 元，另依經驗、學歷調整	最低 28,000 元，另依經驗、學歷調整
	與主管機關基本工資比	1.27 : 1	1.33 : 1	1.40 : 1
外勤	基層業務主管	薪資範圍	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	
	與主管機關基本工資比	1.00 : 1		

■ 各職級性別薪酬比率

	2018		2017	
	基本薪資比率	全年報酬比率	基本薪資比率	全年報酬比率
部門主管(含)以上	1.04 : 1	1.22 : 1	1.03 : 1	1.19 : 1
科主管	0.89 : 1	0.91 : 1	0.91 : 1	0.90 : 1
一般員工	0.89 : 1	0.90 : 1	0.89 : 1	0.88 : 1

■ 非擔任主管職務之員工人數、年度員工平均福利費用及與前一年度之差異

	2018	2017
非擔任主管職務員工人數 (單位: 人)	2,051	1,925
非擔任主管職務之員工平均福利費用及與前一年度之差異		
每人平均福利費用 (單位: 元)	950,648	942,083
每人平均福利費用成長率 (單位: %)	0.91	-

註: 非擔任主管職務依規定係指非為「經理人」者, 並以當年底之職務現況進行認定。

■ 非擔任主管職務之全時員工平均薪資及與前一年度之差異

	2018	2017
非擔任主管全時員工薪資總額 (單位: 元)	1,593,504,689	1,492,220,499
非擔任主管全時員工人數 (單位: 人)	1,867	1,808
非擔任主管全時員工薪資平均數 (單位: 元)	853,511	825,343

註 1: 全時員工之定義, 係指工作時數達到本公司規定之正常上班時數或法定工作時數者 (大致為平均每周工作時數超過 35 小時者); 且對於任職給薪期間不滿 6 個月者, 依規定其人數及相關薪資金額皆不計入。

註 2: 因計算「薪資平均數」之「員工薪資總額」受各月給薪人數增減變化之影響, 故「全時員工人數」依規定採「加權平均」之統計概念計算。

重視健康安全的職場環境

為強化工作職場安全與健康, 中國人壽設有「職業安全衛生委員會」、「職業安全衛生管理單位」、「職場暴力預防及處置小組」三重組織, 由各級職業安全衛生業務主管、職業安全衛生管理員、醫師、護理人員及急救人員等組成, 針對各項安全衛生事務進行規劃、督導、執行、評估及改善。

職業安全衛生管理制度

本公司設置職業安全衛生委員, 共計主任委員 1 名、委員 6 名, 其中包括 3 位勞工代表, 占全體委員人數的 42.9%。本年度定期每季召開委員會, 以審議、建議各項安全衛生政策及提案, 並通過年度「職業安全衛生管理計畫」, 以落實員工的安全與衛生管理。

■ 職業安全衛生管理政策與計畫

	政策	尊重每個生命價值、善盡企業社會責任; 提供安全優質工作環境、追求零傷害及零災害。
	安全衛生工作守則	規範並使同仁於工作時應注意之安全衛生、設備使用與維護、教育訓練、健康管理、急救與搶救、事故通報與處理等事項有所依循。
	承攬商安全衛生及環境管理辦法	加強承攬商對安全衛生及工作環境之管理, 提供及協助承攬商相關安全衛生、工作環境管理之相關資訊, 以確保及提高各項作業之安全進行。
	母性健康保護計畫	保護妊娠中及分娩後未滿一年之本公司女性員工。
	異常工作負荷促發疾病預防計畫	針對高風險群提供勞工健康服務醫師健康指導, 以避免有異常工作負荷之情形。
	人因性危害預防計畫	避免同仁因姿勢不良、過度施力及作業頻率過高等原因, 促發肌肉骨骼疾病。
	執行職務遭受不法侵害預防計畫	避免職場遭受主管、同仁、其他第三方等之肢體暴力、心理暴力、語言暴力等不法之侵害行為, 造成身體或精神之傷害。

在職場安全與環境監測方面, 2018 年定期辦理職場消防安全設備檢修與建築物公共安全檢查之申報, 也持續對職場設備落實安全衛生之自動檢查與上下半年各一次之環境監測 (包含二氧化碳濃度與職場照度), 以確保作業環境之妥適性。另因應地震、火災、緊急救護等突發事件, 職場除成立自衛消防編組, 積極配合與參與大樓管理單位舉辦之聯合消防講習或緊急疏散演練, 用以強化同仁面對突發災害之緊急應變能力; 總公司敦北大樓另成立聯合防護團, 可於平時防災救護, 戰時有效支援軍事。

2018 年職業安全績效

			總計
工傷率 (IR)	0.0008%	0.0009%	0.0017%
缺勤率 (AR)	0.0731%	0.3154%	0.3885%
損工日數率 (LDR)	0.0059%	0.0090%	0.0149%

註 1: 2018 年無發生因公死亡事件及職業病

註 2: 2018 年工傷類別以上下班及公出之交通事故為主

註 3: 工傷率 = 工傷事故總件數 / (工作總天數 x 總人數) x 100%
 缺勤率 = (工傷假 + 病假 + 生理假天數) / (工作總天數 x 總人數) x 100%
 損工日數率 = 工傷假天數 / (工作總天數 x 總人數) x 100%

醫護人員臨場服務

為提供舒適安全健康的工作環境，全國主要服務櫃檯持續提供血壓計免費使用。為使員工能正確使用自動體外心臟電擊去顫器 (AED)，2018 年特於總公司、桃竹分公司、台中分公司、嘉義分公司、台南分公司及高雄分公司所在服務據點辦理 CPR 及 AED 訓練課程，共有 2,263 位員工完成訓練、並於前述場所設置 AED 急救設備以及持續取得「AED 安心場所認證」；另外，於各工作職場設置 139 位經外部訓練合格之急救人員，並購置急救藥品及器材發送各工作職場，以及總公司職場增購輪椅，以供不時之需，未來將持續檢視各主要職場添購輪椅之需求。

中國人壽特雇用 7 位護理師辦理同仁健康促進與衛生指導、工作相關傷病之防治、急救及緊急處置，並利用內部郵件進行傳染病預防及健康宣導。此外，亦持續特約各地區具臨場服務醫師資格之合格醫師辦理 26 場次講座及諮詢等服務。

2018 年臨場健康服務辦理狀況



註: 為擴大臨場服務範圍，台北地區總公司 (國長大樓)、桃竹分公司及嘉義分公司所屬大樓與敦北大樓同步連線辦理視訊講座。

室內空氣品質管理

同仁每天約有 80-90% 的時間處於室內環境中，室內空氣品質的良窳，直接影響工作品質及效率，為確保職場內空氣污染物對員工健康影響最小化，雖然保險業室內職場環境未適用「室內空氣品質管理法」規範，2018 年中國人壽仍派訓 5 名同仁參加外部訓練並取得室內空氣品質維護管理專責人員合格證書，用以落實檢討、執行職場室內空氣品質維護之有效管理，提供員工健康環境。

健康促進計畫

為協助同仁養成良好的飲食及運動習慣，透過一對一營養諮詢，提供同仁個人化的營養指導，並持續辦理運動有氧課程及健康講座，以增進同仁身體健康，提高工作效率。

健康促進計畫項目

- 

員工健走競賽—Keep Going
 為促進同仁健康、鼓勵同仁養成運動習慣，並善用本公司建置之步行紀錄 APP「KEEP GOING」，辦理健走競賽，由部門主管領軍，以達到促進健康及增進團隊合作之效。同仁報名踴躍，共計 32 隊報名、320 人參賽
- 

減重活動
 於總公司辦理減重活動並提供獎金，總計 60 人參與，70% 同仁成功減重，共計減重 176 公斤
- 

一對一營養諮詢
 辦理臺安醫院營養師一對一營養諮詢，共計 4 場次、總計 60 名同仁參加
- 

運動有氧課程
 於臺安醫院運動中心包班辦理有氧舞蹈、肌力訓練、飛輪等運動有氧課程，共辦理 48 堂課、總計 613 人次參加
- 

健康講座
 於桃園、台中、台南、高雄分公司各辦理健康講座，共辦理 4 場次、總計 116 人次參加
- 

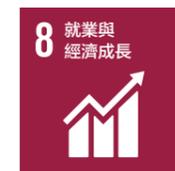
身心紓壓管道
 為了關懷員工身心的健康，特別與專業心理諮商機構 (華人心理治療研究發展基金會) 合作，提供專業、關懷的紓壓管道；只要員工有需求，都可撥打免付費專線電話，由資深專業心理諮商師提供專業的諮詢，讓員工能有紓解工作與生活中的煩惱的管道



CHAPTER 4 數位力 · 關懷無界

發揮壽險業核心價值，善盡企業社會責任，增進金融包容性，推動數位轉型，為因應社會貧富差距、高齡化等社會議題，提供符合社會所需之保險商品。

本公司投入企業資源及員工參與，以「教育培力、扶持弱勢及友善環境」三大主軸推動公益活動，提升教育品質、扶助弱勢團體及友善環境，將溫暖送往各個需要的角落，讓世界更加美好。



落實普惠金融 滿足保戶需求

2018 ESG 目標及達成情形

- ◆ 持續推動微型保險，承保人數成長 30%
- ◆ 擴大推動小額終老保單，新增電商通路銷售「e 國民小額終身壽險」

2019 ESG 目標

- ◆ 辦理金融服務業「公平待客原則評核機制」
- ◆ 積極推動微型保險，投保人次達 17,000 人
- ◆ 持續推動小額終老保單，累計投保人數達 20,000 人
- ◆ 開發健康促進外溢保單，以及符合普惠金融主題的保險商品
- ◆ 推動與 2 家第三方通路合作銷售年金險，擴大普惠金融服務對象

提供有溫度的服務 提升保戶滿意度

2018 ESG 目標及達成情形

- ◆ iHealth 服務人次成長 6%；累積服務處方籤達 9,960 張
- ◆ 保戶電子報新增「愛與分享」單元，每月主動提供利害關係人需要的公益資訊，共發送 11 次
- ◆ 滿意度調查 4 分以上，「一般服務櫃台」達 99.9%、「愛心服務櫃台」達 100% (5 分制)
- ◆ 回撥進行 080「客戶滿意度調查」，4.5 分以上達 100%(5 分制)
- ◆ 客服人員專業證照平均考取量達 3.59 張

2019 ESG 目標

- ◆ 推出新型健康促進保戶服務，建構更完善的「保、健、醫、護」防護網
- ◆ 開辦「櫃台快速理賠服務」，提升理賠服務時效，滿足客戶需求
- ◆ 為宣導及建立民眾健康意識，舉辦 2 場健康講座
- ◆ 為提升服務品質與滿意度，每季舉辦 1 次「服務大使」選拔活動、共舉辦 2 次表揚會
- ◆ 進行「客戶滿意度調查」，平均滿意度 4 分以上達 100% 以上 (5 分制)

推動數位轉型 強化數位競爭力

2018 ESG 目標及達成情形

建立理賠防詐預測系統，並擴大導入 AI 建模，建置 AI 大數據平台，完成硬體架構、軟體安裝，及業務需求訪談與資料市集設計

2019 ESG 目標

- ◆ 完成建置行銷標籤庫，並產出行銷推薦名單，以提供保戶個人化商品推薦服務
- ◆ 持續透過數據分析工具導入理賠防詐預測系統，減少保險詐欺案件的發生，並完成理賠防詐模型建置
- ◆ 完成數據整合與分析平台之建置，提供各專案使用，並建置行動照會系統功能及獨立的登打平台，以提升作業效率
- ◆ 為縮短產品開發時程，並提高系統產出之品質，完成導入新商品使用者自動化測試

結合金融保險業核心職能 參與社會關懷

2018 ESG 目標及達成情形

舉辦偏鄉小學金融保險知識教育活動 12 場，並整合其他公益專案資源，擴大推廣金融保險知識活動範疇

2019 ESG 目標

持續於偏鄉小學舉辦金融保險知識教育活動，總場次成長率達 25%，以提升孩童金融保險觀念

管理方針

重大主題

數位金融與創新、行銷與標示

承諾

- ◆ 適時導入結合數位科技的各種商業模式
- ◆ 快速而有效的處理客戶需求，提高服務品質

政策 / 管理系統

- ◆ 導入大數據分析及 AI 人工智慧技術
- ◆ 依據金管會頒布之「金融服務業公平待客原則」訂定「公平待客原則政策及策略」，守護保戶權益
- ◆ 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，並定期召開保險商品評議會、保險商品管理會議，查核與確保商品符合法規要求
- ◆ 制定「消費爭議處理制度」及「客戶申訴部工作手冊」，以確保申訴 / 評議案件處理之品質與效率

申訴機制

- ◆ 各地客戶服務中心
- ◆ 客戶服務專線 0800-098-889
- ◆ 傳真 02-87121097
- ◆ 電子郵件服務信箱 services@chinalife.com.tw
- ◆ 中國人壽企業網站留言
- ◆ 書面郵寄 105 台北市松山區敦化北路 122 號客戶申訴部
- ◆ 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等

評量機制

- ◆ 2018 年完成理賠防詐模型建置專案中風險因子資料市集的設計，預計 2020 年上線
- ◆ 2018 年完成大數據分析平台的基礎系統架設，2019 年建置行銷標籤庫，並產出行銷推薦名單
- ◆ 導入「視訊生調」作業，提升調查員作業效率及服務品質
- ◆ 定期檢視及修訂「售服保戶服務辦法」
- ◆ 櫃台滿意度調查達 4 分以上比例達 99.9%，愛心服務櫃台滿分比例達 100%
- ◆ 每半年與財團法人金融消費評議中心核對其受理及計件 / 不計件評議案件數量
- ◆ 每月進行申訴 / 評議案件彙整、檢視及討論，經檢討溝通後提出改善建議或方案

打造普惠金融

數位創新

數位應用發展

人工智慧、區塊鏈、生物辨識、行動技術、聊天機器人等數位技術應用已陸續出現於金融業中，因應快速的金融科技與保險科技浪潮，本公司成立數位金融科技人才團隊，將 2018 年作為數位金融科技應用的起始點，規劃與整合本公司數位科技運用發展，以人工智慧及大數據等數位科技為核心，推動數位轉型，強化數位競爭力。



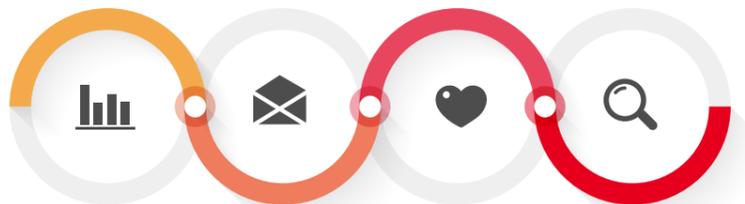
未來將擴大運用大數據分析及 AI 人工智慧技術於多元場域，建立多用途的識別標籤庫，以有效應用於精準行銷、客戶服務；導入 AI 業務員智能線上助理，協助業務員提升效率，精準提供客戶服務；導入流程管理平台，優化內部業務流程。同時，亦將持續測試與評估臉部辨識之生物辨識技術及行動身分認證等核身技術，並配合法規修正適時導入，未來可預期於保險業結合新型態科技的各種商業模式，讓保戶享有越來越便利的服務。

電子郵件整合服務

整合eVoice客服系統、企網/語音留言與電子郵件系統，提供客戶更簡便及多元化之服務管道

知識庫QA整合

提供線上QA查詢，縮短客服人員尋找答案的時間，節省保戶線上等待時間，達到回答內容的一致性與正確性



數據分析

透過數據分析了解客戶諮詢問題，協助流程改善與優化

滿意度調查

從IVR系統進行客戶滿意度訪查，提升滿意度訪查的普及化；搭配本公司活動設計問卷題目，提升樣本數量，以利定期分析

生物辨識 - 提升身分驗證精確性

中國人壽規劃將生物辨識技術導入行動投保中，透過其不易遺忘、不易偽造、不易被盜、隨時隨地可用的特點，使用行動投保的客戶僅需透過臉部掃描，即可完成身分驗證作業，未來自律規範核准後，以此方式驗證之保戶則無需簽署紙本確認書。此外，更結合電子簽名與影像錄影，運用電子影音簽名，避免偽簽與詐騙的風險，有效杜絕仿冒簽名，強化「親唔親簽」的簽署流程，展現本公司跨入數位金融科技應用的嶄新領域。



率先業界
結合人臉識別與
電子影音簽名功能

未來將逐步運用人臉識別技術於售服相關行動工具，如行動保服、理賠、照會等，搭配行動載具照相功能與資料庫中的照片模板進行比對，實現精準核對身分的自助化及風險管控的智能化，有效解決冒辦、代辦的風險，不僅充分保障客戶權益，亦讓客戶享受便捷的服務體驗。

視訊生調 - 節省保戶約訪等候時間

導入「視訊生調調查」，於行動裝置中的通訊軟體執行生調作業，保戶僅需於約定時間，以視訊的方式，即可與生調人員完成作業，大幅節省保戶約訪等候時間，降低交通往返成本；同時視訊生調亦可減少銀行或業務推廣員協助生調案件執行的案件量，提升相關人員展業時間。此外，透過視訊生調錄影存證方式，保障保戶及本公司雙方權益，提高整體服務品質。

■ 視訊生調處理流程



行銷資料庫 - 精準行銷滿足個別需求

積極建置大數據資料探索區，透過大數據分析與機器學習的技術，有效且快速地進行資料整理與關聯性定義，並運用人工智慧技術於行銷標籤庫的建置，以一致的資料架構，描述客戶的屬性、行為、意圖及興趣等多樣訊息，並進一步結合大數據技術，進行機器學習運算，產出標籤及客戶貼標，依據行銷情境、目標客戶，挑選不同標籤，組成行銷名單，達到由客群尋找商品、由商品尋找客群之精準行銷功效，最佳化需求與商品銷售的組合。

行動輔助工具 - 業務管理科學化

近年來持續優化菁英行動網，整合線上及線下的各類輔銷工具，串聯既有銷售流程，結合 AI 智能及大數據技術，以全方位的客戶視角及業務服務觀點，讓菁英行動網翻轉成為「i-Agent」。採用迭代開發的系統建置方式，積極主動推出業務同仁需要的 e 化工具，以客戶名單建立與管理及行事曆建立與提醒，提升業務員活化客戶名單及安排行程，透過業務員活動量管理及績效管理，協助業務主管管理科學化，分析業務員適合之業務開展模式，建置業務員選才模型，將數位工具轉化為數位助理，進而發展為數位教練，帶給業務同仁全新的工具體驗與感受。持續優化理財服務平台，可於理財服務網，直接進行客戶管理及個人績效追蹤，強化理財部隊行動化展業及服務能力。

理賠防詐模型 - 降低風險保障保戶權益

啟動「理賠防詐模型建置專案」，結合大數據分析及過去的理賠數據與經驗，綜合考量保戶病史、投保紀錄、理賠申請時間及理賠歷史紀錄，建置「理賠防詐模型」，以數個辨識模型區分理賠案件之風險，篩選出高風險應調查的保戶進行審查、低風險保戶則快速核賠，中國人壽將以系統化的風險評估預測，降低人工判斷誤差，預估可大幅提升理賠作業效率及保戶滿意度。



影像與流程自動化升級 有效控管影像個資保護

本公司持續兩年推動公司影像與流程自動化系統 (Imaging & Workflow System, INW) 升級專案，從新影像系統、保單登打平台及商業流程管理平台 (BPM) 等三方面進行升級。



整合影像類型個資

規劃全新的 ICF 影像系統作為未來整合影像的管理平台，可整合多套系統的影像資料，達到文檔管理的一致性；同時新的影像系統亦可留存影像存取作業的歷程紀錄，有效控管影像的個資保護。

提升建檔品質，並增加案件處理彈性度與時效性

獨立建置的保單登打平台，具備影像對位、自動派工及操作簡單的特性，可依登打需求設計畫面，搭配影像辨識與對位登打功能，提升登打效能，以及標準化一登一校作業模式與自動派工機制的建立，提升建檔品質與增加案件處理的彈性與時效。

資料模組化以利調用，提升行政效率

導入新一代商業流程管理平台，並採用服務化的設計架構，整合規則引擎、數據平台、企業服務匯流排 (Enterprise Service Bus, ESB)、AP 服務化平台等，通過模組化售服作業功能的重新設計，提供 BPM 依業務需求所需服務，並通過新影像系統，提供行政同仁完善的操作介面，以及透過新架構開發理算模組的使用，提升自動計算理賠金額的準確率，同時模組化的服務設計，亦可提供其他應用系統調用，提升行政資源最佳化與管理效能，落實「重構流程數位化平台，導入平台化、模組化設計架構」的資訊策略。

電子商務

2018 年於電子商務推出可滿足小額保險費預算客戶的年金保險商品，讓更多客戶能夠透過網路投保自主規劃家庭財務、子女教育、養老退休等多種生活目標，發揮普惠金融精神、實現安穩生活；同時亦推出小額終身壽險，協助客戶獲得基本壽險保障，實現老有所終。另與銀行通路合作銷售網路投保年金保險，透過網銀的使用者介面與情境，讓更多客戶有機會接觸中國人壽網路投保商品；並在本公司網路投保專區新增「保險生活+」單元專區，提供生活化的資訊，拉近保戶與保險服務的距離，提供親切友善的金融環境。



保險生活+
https://e-commerce.chinalife.com.tw/ECWF/F010070_SCN1.action?utm_source=ECoffice&utm_medium=F010001_Banner01&utm_campaign=2019Q1_02



網路投保
 會員人數成長 45%

安心守護

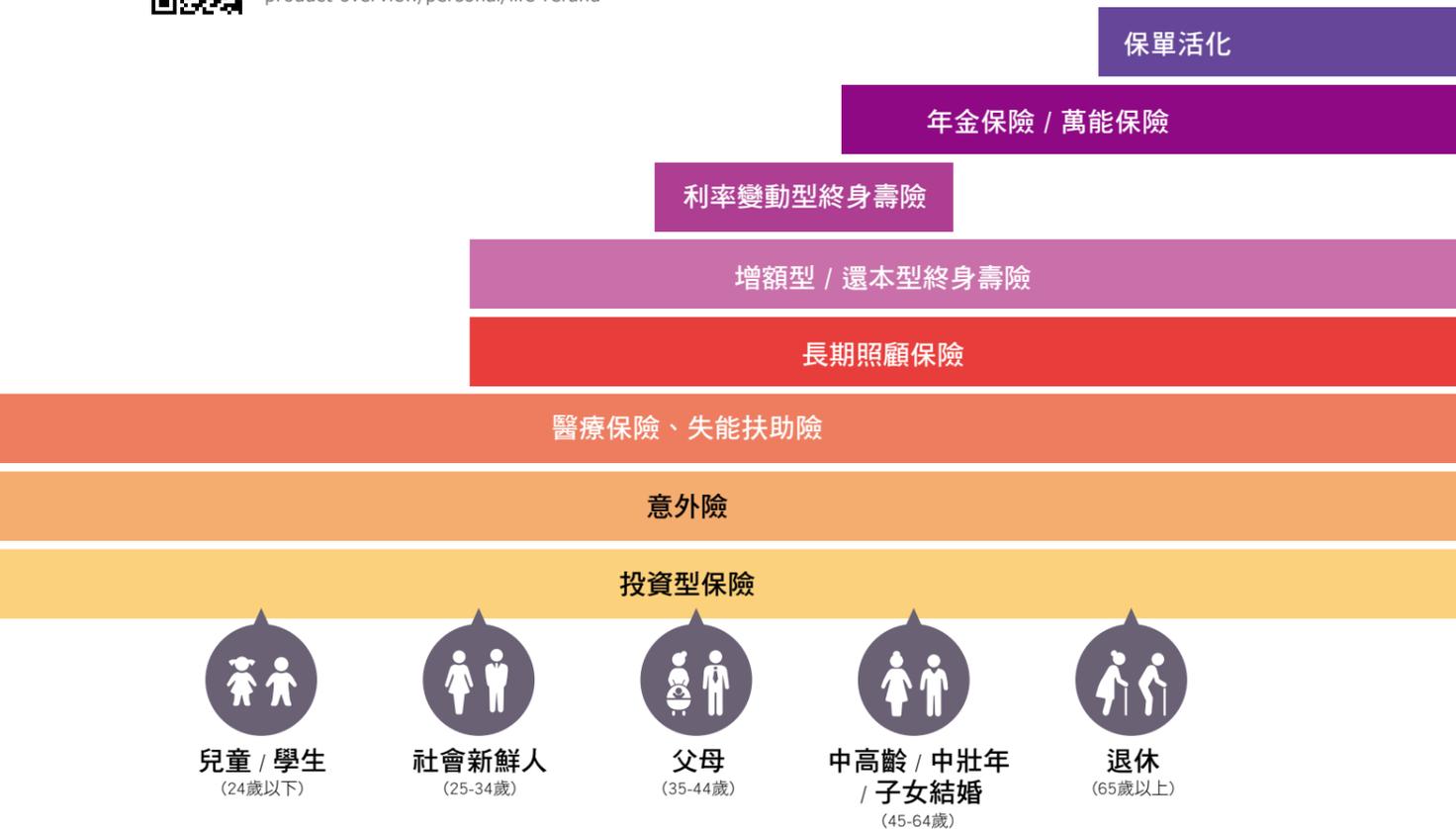
中國人壽商品發展持續秉持以客戶需求為導向，創新開發不同族群之區隔性商品，除因應市場動態及政府普惠金融政策調整商品策略，亦配合高齡少子化社會趨勢，及對於弱勢和特定族群的關懷，持續致力推廣多元幣別躉繳與分期繳納的傳統壽險、適合退休規劃的年金商品、提升醫療品質的健康險、適合長期看護需求的失能扶助保險、微型保險、小額終老保險，滿足保戶生命週期的多元需求，讓保戶可透過妥善的保險規劃來補足保障缺口，透過事前規劃在未來生活、醫療及照護各方面維持應有的品質，善盡企業社會責任。

隨著近年網路投保及數位行銷需求升溫，積極發展數位行銷管道，導入並應用大數據技術提升精準行銷，針對 OIU 國際保險業務，提供境外人士完善保障與資產配置服務，持續提升本公司於國際市場能見度與競爭力。

中國人壽商品項目



中國人壽商品簡介
<https://www.chinalife.com.tw/wps/portal/chinalife/product-overview/personal/life-refund>



微型保險

為讓弱勢族群享有基本傷害險的身故與失能保障的需求，本公司推出「低保費」、「低保額」及「商品標示簡單易懂」的微型保險商品：「微型傷害保險」、「集體微型傷害保險」、「微型團體傷害保險」，以經濟弱勢族群可負擔之保費，提供基本安全的保障，避免突發事故對家庭經濟造成嚴重衝擊。同時亦積極與銀行通路、政府機關及民間團體合作，共同推廣微型保險服務，藉此將保險保障推廣至每個需要關懷的角落，為弱勢家庭提供堅強的後盾。本公司同仁積極協助因意外身亡的微型保險保戶家屬備齊各式文件，迅速提供保險理賠金，傳遞給家屬溫暖感受，幫助並陪伴他們渡過人生難關，讓保險成為一股安定力量。

提供全國
逾 2 萬名符合
條件的經濟弱勢
民眾保障

小額終身壽險 - 小小保費終身保障 全民建構基本安全防護網

電子商務 2018 年推出「e 國民小額終身壽險」，透過網路推廣，讓更多民眾能投保小額終老保險，總件數逾 1.9 萬、保費逾 2.73 億，協助建構社會基本防護網。同時，持續於實體通路推廣，擴及保障各年齡族群，其中 55 歲以上保戶投保件數約 46%，保費超過 70%。

外溢保單 - GO 健康定期保險

醫學研究指出，適度健走運動能夠舒緩壓力，抑制或減緩慢性疾病的產生，為鼓勵保戶養成自我健康管理習慣，推出具外溢效果的健康管理商品「中國人壽 GO 健康定期保險」，並開發專屬「中國人壽 Keep Going」APP，保戶僅需透過手機下載並完成中國人壽會員註冊，即能設定每日步數目標，在久坐之餘，亦可提醒不忘起身適度運動，同時結合具計步功能的穿戴裝置，可將保戶每日步數上傳至資料庫，計算年度平均步數，再依不同級別給予費率折減。中國人壽結合創新商品與自主管理，不僅協助保戶節省荷包、享有保險保障，亦可維持健康體魄，使保險商品不再只有損害賠償的功能，更加入預防機制，提供保險費折減或回饋等誘因，使保戶培養良好生活習慣，主動降低罹病風險，達到保險業者理賠率降低，減少社會醫療資源支出的三贏局面。

榮獲 TCSA
台灣企業永續獎
創新成長獎

保障型商品 - 揪醫波專案

為推廣普惠金融，並支持金管會推動保障型商品的政策目標，本公司推出「中國人壽揪醫波專案」，專門為 20-45 歲的年輕族群設計，協助年輕世代在收入有限的情況下，仍可依個人需求，輕鬆建構涵蓋生、老、病、死、失能人生五大風險的組合式商品，以可負擔的預算，強化人生各階段保障。

更特別的是，商品開發過程有效發揮團隊創新能力，由總經理直接領導的「17 漾 (一起 young)」跨部門團隊，跳脫以往商品設計模式，針對全台年輕客戶進行市調，實際挖掘年輕人的保障需求，進一步運用於商品設計及行銷企劃，以十年定期的防癌、醫療、重大傷病、失能照護、意外傷害及壽險的保障組合設計，靈活搭配主附約，依個人需求自由組合，以可負擔的費用自己作主規劃保障，未來逐步升級、充實人生的「保護裝備」。

公平待客原則

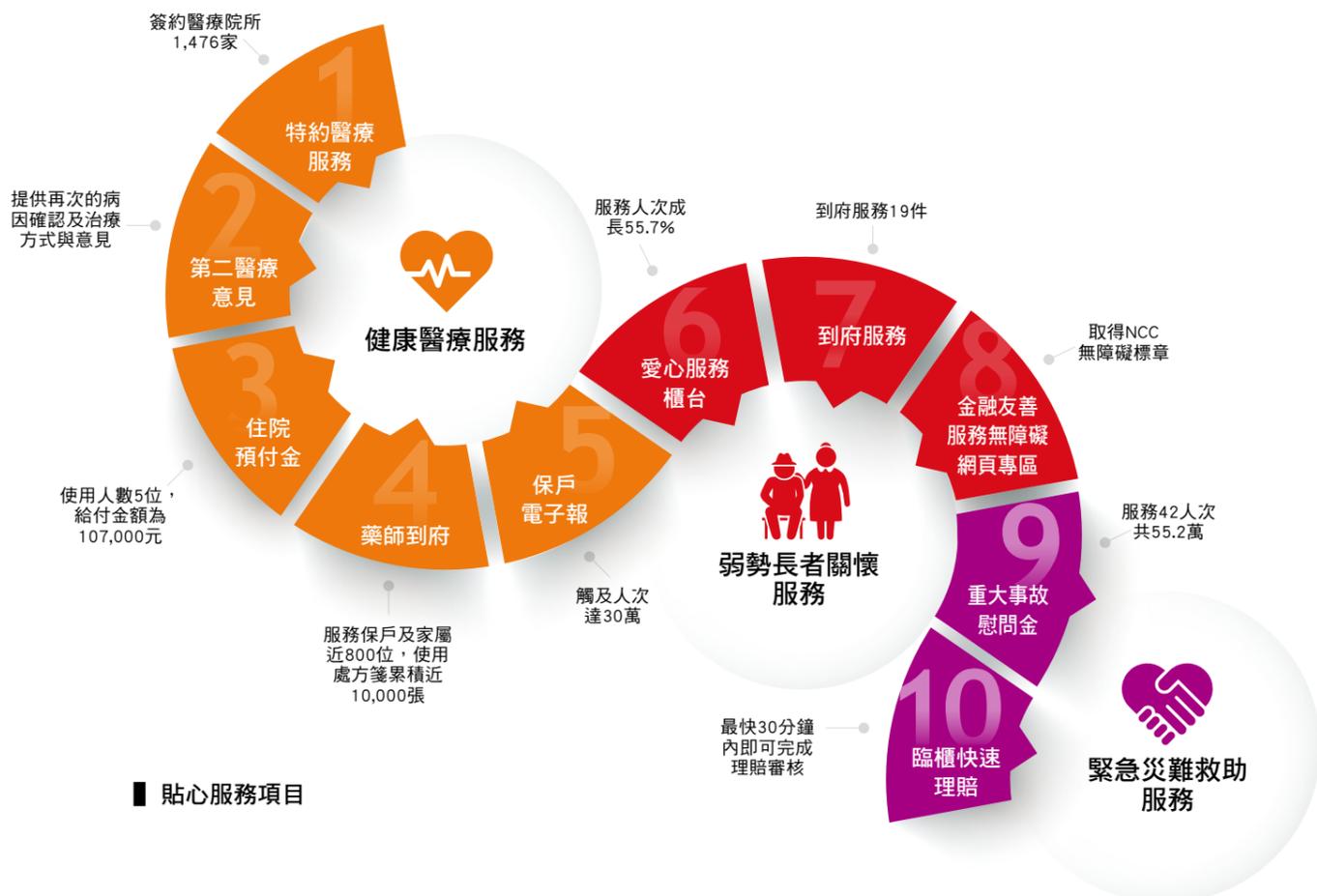
服務到位

貼心保戶服務

中國人壽自公布「公平待客原則政策及策略」以來，配合金管會頒布之「金融服務業公平待客原則」的實施、增修，適時進行維護更新，以及持續透過內部宣導與教育訓練，提升同仁對於金融消費者保護的認知及相關法規的遵循，並定期將檢視執行成果提交董事會，確保政策落實情形，增進消費者信心，助益金融服務業的永續發展。

未來亦將持續提供多樣保戶服務，包括擴增電子服務 (e-Service) 功能、舉辦預防保健講座宣導與建立民眾健康意識，持續提供便利的全國繳費網，讓保戶不受時間、地點限制，僅需上網即可隨時隨地繳交保費，符合時下網路世代講求的效率，讓繳費變得更簡單。

本公司將持續秉持「We Share We Link」的企業核心精神，提供更多優質、創新及多元的保戶服務，讓保戶不只享有保障，生活當中也能盡享便利與優惠。



健康醫療服務

1 特約醫療服務
因應高齡化趨勢，本公司持續與各地醫療院所合作，其中不乏具規模的地區醫院，引導保戶就近診療，致力於提供保戶最優質的專屬醫療資源整合服務。同時中國人壽推出特約機構 APP 查詢及行動 GPS 導航功能，提供保戶方便查詢醫療據點及就近利用，不僅提升保戶便利，更推廣「小病小醫」的觀念，減少醫療資源浪費。

2 第二醫療意見
本公司長期與在癌症治療與預防有卓越成就的信治癌中心醫院合作，提供疑似罹患癌症的保戶專業的第二醫療意見 (Second Opinion) 醫療服務轉介，提供再次的病因確認及治療方式與建議，並依保戶戶籍地提供金額不等的車馬費補助，為保戶節省醫療負擔。

3 住院預付金服務
過去保戶需待出院後備妥醫院診斷書及收據等資料才可申請理賠金的模式，中國人壽重視保戶需求，考量民眾就醫期間可能已有醫療費用需繳交，持續提供「住院預付金」服務，因疾病或意外傷害事故住院的保戶，只要符合申請條件，即可在就醫的當下提出申請，主動派員到院關懷及收送件，經審核後最高將可獲得住院預付金新臺幣 6 萬元的實質幫助。

4 藥師到府服務
本公司 2014 年即領先業界攜手政昇藥局，推出藥師到府健康照護服務，提供全台不限地點藥師免費送藥到府、藥品交互作用評估建議、健檢報告分析建議、免費用藥及健康或長照諮詢等服務，為高齡者或行動不便者解決領藥、用藥等相關問題。2018 年更進一步將服務升級，新增「藥品分包服務」，藥師貼心地將多種藥品依食用時間分裝，降低不當用藥風險，以及提供「空白理賠保險金申請書遞送」予有理賠申請需求的保戶，減少準備文件的時間，理賠申請更便利。

未來將推出更多暖心服務，強化客戶服務與關懷，攜手社會達到民眾妥善運用醫療資源、保險發揮保障功能、藥師發揮專業功能三贏局面，完善中國人壽「保.健.醫.護.健康網」之照護網絡。



5 保戶電子報

中國人壽重視與保戶的溝通，長期透過 e 化電子報，提供保戶新訊、熱門話題、理財錦囊、健康與您及愛與分享等 5 大類型資訊，透過每月電子報的寄發，與保戶溝通，亦讓保戶在具效率及響應環保的方式下獲取資訊。

弱勢長者關懷服務

6 愛心服務櫃台

台北、桃竹、台中、嘉義、台南及高雄均設有中國人壽客服中心櫃台，並設置專為特定對象優先服務的愛心服務櫃台，針對高齡、行動不便者或需要幫助的保戶，提供專櫃或專人優先協助辦理各項保險業務的貼心服務，縮短保戶等候時間，感受更快速、人性化的服務，提升保戶信任及認同度。

7 到府服務

中國人壽關懷長者及弱勢族群，持續提供到府協助辦理理賠、客戶服務相關申請到府收件及送件給予弱勢族群及 65 歲以上長者，申請理賠的同時，保戶亦可選擇匯款，或由專屬服務同仁親送理賠支票到府。

8 「金融友善服務專區」無障礙網頁

本公司企業網站提供金融友善服務無障礙網頁專區，揭露包含環境、溝通及服務、商品、資訊、公告及統計等準則應告知的必要訊息，無障礙網頁的設計，協助對滑鼠操作有障礙之人士可快速瀏覽網站之任何資訊，而這樣的設計讓一般的使用者也能更便利地使用網站，如網站上提供「圖片替代文字說明」，協助視障者獲取圖片資訊，當網站上的圖片無法呈現時，一般民眾亦可經由替代文字說明取得相關資訊。

針對保戶權益保障方面，本公司特別注重身心障礙者之權利，特將身心障礙者權利公約、保險業承保身心障礙者處理原則及友善金融等單元加入年度法令培訓課程，2018 年共舉辦 9 場次培訓，共培訓 11,583 人、完訓率達 100%。

緊急災難救助服務

9 重大事故慰問金

本公司針對特定重大事故，除依保單條款給付各項保險金外，亦提供傷亡保戶慰問金，針對 2018 年花蓮地震及普悠瑪號事故不幸罹難的保戶，提供每人 20 萬元，以及依傷情提供受傷保戶 2 千元至 6 萬元之慰問金。

10 臨櫃快速理賠

中國人壽深知保戶在遭逢危難時的焦急，為陪伴保戶共度難關，推出櫃檯快速理賠服務，一般醫療險且保單生效或復效滿兩年，理賠給付金額在 3 萬元（含）以內的保戶，親至全台六大客服中心櫃檯申請辦理，最快 30 分鐘內即可完成理賠審核，當天即可拿到理賠匯款，效率大幅提升 4 倍，彰顯壽險救急扶危的作用及價值，讓理賠不再只有數字，而是「有溫度」的關懷與服務，讓保戶早一刻獲得理賠，多一分心安。

中國人壽緊急災難救助方案

2018 年因花蓮強震、南台灣豪雨、桃園敬鵬工廠大火、瑪莉亞颱風及普悠瑪列車出軌事件，中國人壽啟動各項應變措施，協助受災保戶順利度過難關。



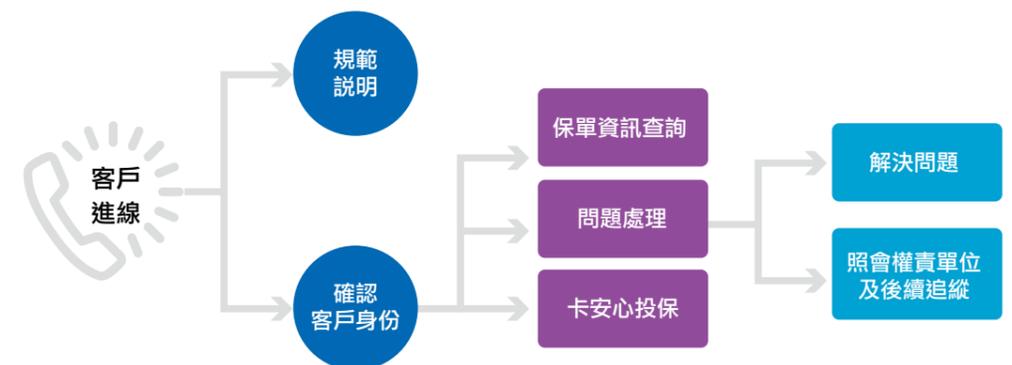
傾聽保戶聲音

臨櫃服務

為了解保戶對櫃台服務情況的滿意度情形，以及作為服務改善的參考，保戶於臨櫃辦理業務後，櫃台人員邀請保戶針對服務滿意程度進行調查，滿意度調查 4 分成績以上達 99.9%（滿分為 5 分）。中國人壽將持續推動「一般服務櫃台」及「愛心服務櫃台」滿意度調查，並維持滿意度達 4 分以上。

電話服務

為確保客戶權益，對於來電諮詢保單問題將先進行合宜的身分確認，再依客戶所需提供必要的協助，如遇無法立即回覆之案件，則透過內部照會流程後交由相關權責單位協助處理，藉由團隊合作共同解決客戶問題，080 客戶服務滿意度調查 4.5 分以上達 100%（滿分為 5 分）。



電話服務流程

電話服務中心持續進行電話外撥滿意度調查，即時了解保戶感受、線上問題解決情形及整體服務表現，以提升服務品質。2018 年滿意度調查 4.5 分以上達 100%，較前一年度提升，中國人壽將持續透過滿意度調查收集客戶意見與回饋，做為提升服務品質參考依據。

擔任電話服務中心客服人員需具備全方位的專業技能，除基本的業務員證照資格外，電話禮儀及服務態度、情緒管理亦是客服人員所需具備的能力，因此，為提供客戶專業的諮詢服務，中國人壽鼓勵在職客服人員考取外幣商品、投資型商品、LOMA 初級壽險管理師及保險業保戶服務認證等相關證照，同時推廣金融數位力測驗，以符合人才轉型需求。

舉辦
客服人員教育訓練
42 堂課，平均授課
時數 59 小時

服務大使 感動服務

為了提升第一線客戶服務人員的榮譽感，2018 年舉辦服務大使選拔賽，選拔 TOP 服務大使共 6 名，鼓勵同仁展現熱忱，創造優質的「感動服務」，建立服務典範，落實服務文化的推動，提升企業形象及客戶滿意度。未來本公司將持續於每半年舉辦一次表揚大會，肯定其對工作的貢獻，以落實服務文化推動。

客戶申訴及處理

中國人壽謹慎接納不同的意見與建言，提供多元申訴管道及完善的客訴處理程序，讓保戶可以提出最真實的想法並獲得解決，並每週定期召開跨部門申訴案件會議，由各相關單位主管共同討論預防與解決方案，並將申訴案件件數及處理時效納入客訴相關部門的考核指標，2018 年所有相關部門在降低申訴件數及縮短處理時效之設定改善目標值均已達成。

客訴處理流程



以理賠類、業務招攬品質提升控管類及客戶服務類為申訴前三大類別，持續就各類別案件提供因應方法：



本公司於財團法人金融消費評議中心申請評議的評議比率較去年略有降低，平均處理天數排名業界第一(註)。

財團法人金融消費評議中心評議案件相關統計說明

年度	件數	簽單契約總件數	評議比率	平均處理天數
2015	135	15,402,054	0.0876506	1
2016	96	16,060,558	0.0597737	1
2017	111	17,590,927	0.0613952	1
2018	117	19,279,841	0.0606851	1

註 1: 保險局已公布凡案件處理天數為 0 天，一律以 1 天計算，故中國人壽 2015~2018 年之「平均處理天數」1 天已為業界最佳時效
註 2: 評議比率 = (評議件數 / 簽單契約總件數) x 10,000

近 6 年保險局申訴綜合評分值相關數據，中國人壽在申訴處理與回應效率上也有大幅度進步，2019 年 3 月公布之最近一年業界排名達第 6 名。

保險局申訴綜合評分績效統計



註: 2018 年有 117 件申請評議案件，其中理賠客訴案件 78 件，非理賠申訴案件共計 39 件，94.9% 的案件已妥善處理。

促進社會共融

創造共好世代

為下一代努力，希望今天比昨天更好，讓台灣的美好被看見！

中國人壽秉持「共好、共創、共享」的理念，以「深耕偏鄉 創造永續價值」、「公益在地化 擴大永續價值」兩大策略投入社會參與，以「教育培力」、「扶助弱勢」及「友善環境」三大主軸推動公益活動，並投入企業資源及員工參與，運用商業的力量創造一個永續發展的公益價值鏈，發揮一加一大於二綜效，落實聯合國永續發展目標（Sustainable Development Goals, SDGs）。



■ 公益重點績效

	投入金額(元)	投入場次	志工人次	志工時數(小時)
2018 年	1,500 萬	562	3,943	45,357
2017 年	1,070 萬	544	3,587	28,675

深耕偏鄉 創造永續價值

與下一代共創偏鄉之美

在追求經濟成長的同時，台灣社會整體結構亦快速改變，無形間擴大城鄉發展的差距，造成資源分配不均。本公司長期關注社會脈動，有感於偏鄉孩童的基礎教育薄弱，6 年以來，深入偏鄉陸續展開「愛就 GO 319 行動學堂」、「食安綠學堂」及「愛就 GO 玩美力計畫」等活動，提升學童的閱讀習慣、金融知識及藝術美學能力。有感於台灣偏鄉的美，以期讓處於偏鄉的孩童，可以更加了解家鄉；再加上氣候變遷、食物浪費危機的產生，推廣友善環境理念，並結合格外品引入食農觀念等，由下一代出發，持續維護台灣這片最美的土地，同時與聯合國永續發展目標 (SDGs) 相符，包括「消除貧窮」、「健康與福祉」、「教育品質」、「責任消費與生產」等，與國際接軌。

聯結多元平台 擴大偏鄉之好

除了長期投入企業資源外，中國人壽認為偏鄉老師努力連結外部資源，陪伴孩子自我探索成長、勇於追夢的無私精神值得被肯定，於是拍攝以偏鄉教育為主題的「謝謝老師，偏鄉的希望」系列影片，亦首創壽險業紀錄：連續 2 年獲教育部選為敬師月影片，並於 2017 年國慶大典現場播放，許多中外貴賓都能藉此影片看見偏鄉老師的付出，為他們鼓勵喝采。

隨著全球 Fintech 熱潮以及台灣數位金融服務迅速普及，中國人壽創建「愛就 GO 公益平台」呈現歷年公益活動的成果及偏鄉孩童、身心障礙者繪畫作品，透過數位科技打破時間及空間的隔閡，讓更多人看到他們的作品，使其看見自己的價值，更藉其電子卡片的功能進行信息交流，連結人與人之間的情感，提升對中國人壽社會參與的印象及溫暖付出的企業形象。



謝謝老師 偏鄉的希望 III

2018 年推出「謝謝老師 偏鄉的希望 III」守護的雙手篇，以老師的雙手意象來象徵孩子身上擁有一雙翅膀，帶著孩子飛越地域及資源限制，在時間、精力上無所求的付出，讓孩子獲得悉心照顧及陪伴，守護學習的心，孕育無數希望。影片推出獲得 77 萬曝光數，以及 38 萬觀看次數。



謝謝老師 偏鄉的希望 III 影片
<https://www.youtube.com/watch?v=TP9cQ-14MLo&>



本公司持續走訪偏鄉小學推廣理財儲蓄及保險觀念，以淺顯易懂的玩中學方式，學習儲蓄理財與保障知識，並進一步帶入格外品之友善環境觀念，以動手做 DIY 培養學童日常好習慣。同時，並協助偏鄉小學拍攝學校特色短片，透過學童的視角介紹校園特色及美景，並設計偏鄉小學特色導覽懶人包，以療癒圖文刺激視覺吸引閱讀，進而傳遞家鄉魅力、活化地區生命，將人流帶入振興社會活力，並透過社群及新聞媒體增加學校曝光度，拋磚引玉吸引外界更多資源投入，更讓孩子們被大眾看見，將發生在這片土地上美好的人、事、物，經由孩子們的視角傳散。



食安綠學堂 - 友善農產支持偏鄉

中國人壽秉持著與社會共榮共好的理念，舉辦「食安綠學堂」，向在地友善小農採購當季新鮮水果，提供偏鄉學童水果補充，為孩子的健康體魄加分，也讓小農能有穩定收入持續以友善環境的方式栽種作物。2018 年深入偏鄉學校，舉辦食農教育活動、贊助校園農場耕作，讓最親近土地的偏鄉孩子能夠飲食均衡，扎根珍惜食物觀念，進而懂得尊重土地。



愛就 GO 319 行動學堂 - 共創偏鄉美好未來

展開「愛就 GO 319 行動學堂」以來累積投入約 700 萬元，累積活動參與人數 4,688 人，累積志工投入時數 4,092 小時，累積活動舉辦 68 場，深入台灣各鄉鎮的偏鄉小學深耕閱讀教育、推動偏鄉學童閱讀風氣，以培養孩童閱讀習慣為根基，結合中國人壽金融保險的專業及同仁的力量，融合時事設計教材，透過大量閱讀促進想像力與知識的累積，幫助偏鄉孩子與都會區的學童站在同一起跑點，提升競爭力。

<p>讓關懷陪伴 成為安定的力量</p> <p>偏鄉人口外移，隔代教養問題嚴重，中國人壽秉持著壽險的精神，適時給予陪伴與關懷，形成一股安定社會的力量，讓孩子的學習更穩定</p>	<p>幫助孩子建立自信</p> <p>透過多元活動激發孩子豐富的想像力及創造力，提升自信及成就感，同時亦拍攝校園特色短片，讓更多人看見偏鄉美，累積自我價值，轉化為競爭力的培養</p>	<p>給孩子們一個展現才華的舞台</p> <p>協助發掘偏鄉孩子的藝術潛能，提供一個舞台，讓他們的努力及才能被看見，進而吸引更多的贊助資源投入偏鄉，顯見中國人壽品牌影響力及拋磚引玉之效益</p>	<p>結合本業資源</p> <p>發揮壽險專業，導入風險、保障及金融知識推廣，設計互動式課程及DIY活動，在寓教於樂中幫助孩子們建立正確理財觀念</p>	<p>帶著資源走進偏鄉</p> <p>提供閱讀經費購置課外書籍，結合企業志工及專業故事團隊深入校園，以多感官及互動性故事演說，營造情境式閱讀環境，引發孩子學習興趣</p>
---	--	--	---	--



校園農場贊助

贊助彰化永樂國小土地復育與耕作經費



結合社會企業 舉辦食農講堂

攜手耕食玩伴社會企業於高雄集來國小及彰化永樂國小舉辦食農講堂，推廣食農教育



每月提供當季小農水果

整合多公益概念，定期採購友善環境小農水果贈予偏鄉孩童食用

愛就 GO 玩美力計畫 - 美學教育展現自信

為發揚偏鄉在地美好的人事物，在「愛就 GO 319 行動學堂」既有的基礎上延伸，啟動「愛就 GO 玩美力計畫」三年來，以「我愛家鄉」的理念根基，雙公益作法結合社會企業，從「美學」角度為出發，為偏鄉學校導入美學教育，誘發孩子們的潛能，課程設計融合在地元素與特色，鼓勵孩子們透過不同的素材與媒介，打破框架與限制，發揮想像力與創造力，藉由創作提升他們對家鄉及自我的認同，豐富孩子的視野進而建立自信。

本公司致力於企業永續發展，扶持弱勢是其中不可或缺的核心價值，在邁向永續發展的道路上，攜手社會企業合作共同盡一份心力，透過其所提供的產品及服務來幫助弱勢，發揮企業的社會影響力，創造更大的共享價值。攜手藝術型社會企業及新銳藝術家，將「家鄉在地文化及校園特色」融入美術創作中，展現孩子內在本質的美術潛能，提供年輕學子表現機會及舞台，從中看見自我價值，提升並展現自信，亦透過孩子的視角讓大眾更加認識偏鄉學童。

未來，本公司將進一步結合國際趨勢，導入循環經濟概念，規劃課程內容將格外提高資源利用，減少資源消耗和環境成本，同時透過弱勢共創藝術，將學童所繪相關圖像及創作商品化，製成贈送利害關係人的禮盒，扶持社會企業之餘，更建立偏鄉學童之自信及認同。本公司將持續秉持「愛的雙公益」的理念及模式，結合教育培力並扶持社會企業發展等多元作為，讓公益力量加乘發揮，讓更多孩子的才華被看見。



■ 獲得台灣企業永續學院頒發社會共融獎



■ 2018 年愛就 GO 319 行動學堂

社會影響

- 1 提供閱讀及藝術培力經費，協助學校依需求購置課外讀物，提升閱讀力
- 2 結合企業志工及專業演說故事團隊，以實用性主題搭配互動性DIY活動，引發學童學習興趣
- 3 志工陪伴一起玩遊戲、動手DIY，增加偏鄉孩童與外界接觸的機會
- 4 攜手藝術型社會企業及新銳藝術家，為偏鄉小學客製系列美學教育課程，藉由色彩與在地文化的重新連結，鼓勵孩子發揮想像力及創意力，翻轉孩子對家鄉的印象，豐富孩子的視野進而建立自信
- 5 拍攝偏鄉小學特色介紹影片，並透過社群平台分享擴散，打破距離限制，提升偏鄉孩童能見度與自信心

商業影響

- 1 媒體露出報導61篇
- 2 榮獲TCSA台灣企業永續獎-社會共融獎

槓桿

- 「食安綠學堂」贊助偏鄉小學190,520元
- 「愛就GO玩美力計畫」社會企業合作2家
- 「愛就GO玩美力計畫」合作小學3家
- 「愛就GO玩美力計畫」活動執行投入147人

社會效益

- 1 活動參與偏鄉學童334人、教師78人
- 2 與7所學校合作
- 3 舉辦8場閱讀活動
- 4 拍攝1支「謝謝老師偏鄉的希望」影片

商業效益

- 1 媒體發稿6篇

捐贈金額
30萬元

志工投入
19人次

志工時數
68小時

公益在地化 擴大永續價值

中國人壽以「We Share We Link」的品牌精神落實企業社會責任，長期投入社會參與及扶持弱勢，實際觀察弱勢團體需求，整合企業資源發展對社會有助益的活動專案，並串聯社福團體、友善環境小農、社會企業、偏鄉學童等對象，以贊助、捐贈及定期購買等方式拓展企業價值鏈影響力，協助弱勢團體自立，進而創造更大的共好價值。在實踐企業社會責任的同時，中國人壽希望透過在地化經營的方式，鼓勵同仁可以主動舉辦、參與各式公益活動，凝聚企業內、外勤同仁在地關懷的共識及向心力，由內而外發揮企業影響力，由外而內深化永續經營的理念，這種長期且持續的「在地化公益」投入方式，除了展現企業永續經營的決心與誠意，也因為同仁的認同，讓每一步公益行動，都發揮最大的功效。



愛就 GO 志工團 - 透過實際服務回饋社會

中國人壽認為「取之於社會，用之於社會」的理念應落實每位同仁心中，自成立「愛就 GO 志工團」以來，由董事長擔任志工團團長，以「公益在地化」為目標，推動志工假制度鼓勵同仁投入志工服務，並長期與近 10 家社福團體合作，每月主動提供志工需求資源，2018 年提供近 3000 場次志工資訊供同仁參與，活動類別多元，涵蓋偏鄉二手物品捐贈、近距離陪伴身心障礙者及關懷育幼院童等。

志工服務
逾 4.5 萬
小時

為了提升整體志工服務氛圍及榮耀感，中國人壽推廣志工表揚獎勵機制，從高階主管到同仁由上而下帶動為社會齊心貢獻，在共創價值的過程中凝聚向心力，並每季公開表揚績優單位主管與團隊，肯定其對社會的付出，並於表揚會中採購友善小農或弱勢團體產品，延續助人的正向循環，成功帶動超過 7 成以上的內勤同仁參與，累積志工時數達 4.5 萬小時，期能喚起每個人心中最初的善與愛，攜手同仁與台灣社會共創美好價值。



中國人壽 55 周年以「Give Me Five 讓愛傳遞」公益接力賽為主題，結合長期耕耘的三大公益主軸，以數字 55 象徵雙手的力量，由總經理率先帶領高階主管，前往育成基金會與憨兒們共同創作「夢想之翼」裝置藝術，由同仁接力至新北市牡丹國小協助偏鄉學童，讓「夢想之翼」裝置藝術串聯全台，讓象徵接力、扶持、鼓勵、帶領及相互感謝的 Give Me Five 傳遞與擴散。每一次的 Give Me Five，代表中國人壽同仁間的公益能量接力傳遞，讓善的力量持續閃耀，弱勢團體也從中獲得鼓勵與勇氣，與社會一起共好、更好。未來中國人壽亦會持續用雙手的力量，讓善的循環在社會各個角落溫暖流動。



伸手 Give Me Five 圓夢特輯
<https://www.youtube.com/watch?v=nH2tOr6Uj8>



愛心展售會 - 打造愛與夢想的舞台

近年中國人壽擴增傳統經典活動愛心展售會的意涵，將「展銷」為主的展售會，轉化為「愛與夢想的舞台」，運用企業本身資源，串聯社福團體、友善環境小農及社會企業，提供偏鄉孩童與身心障礙者表演舞台，增加他們自信心及提升被看見的機會，同時亦讓一群默默為台灣這片土地健康耕耘付出的小農們，擁有一個和大家分享他們辛苦的成果及理念倡導的平台。



提供弱勢團體與友善小農商品展銷平台，傳遞友善環境與助人自立的觀念

打造愛的夢想舞台，讓弱勢學童、身心障礙者能展現其才能，透過表演提升自信與建立人際互動

商品展銷的平台

愛與夢想的舞台

2018 年愛心展售會

社會影響

- 1 提供弱勢孩童與身心障礙者表演的機會，協助增加自信心及提升被看見的機會。
- 2 提供弱勢族群現場販售商品的機會，增加與人群互動的機會，提高社交能力
- 3 推動「食當季、用在地」之觀念，減少產品運送過程中所產生之碳足跡
- 4 受扶助校長致電感謝，並進一步透過此規劃開啟南、北兩地區校方教育理念之交流
- 5 募集二手物資，亦有6成同仁依捐贈對象的需求，主動採購贈送給需求單位，提升物品再利用的環保效益
- 6 結合內部長官及同仁，以認購弱勢團體年節禮盒，搭配轉贈有需求的社福團體，將一份愛心擴大為兩份希望

商業影響

- 1 同仁自發性對外宣導公司內部活動，獲得外部店家的支持，提升中國人壽活動曝光度
- 2 社會團體每年主動將中國人壽展售會列為年節檔期之一
- 3 高雄分公司關注活動，邀請總部同仁南下進行技術指導，增加內部同仁間的交流與溝通

槓桿

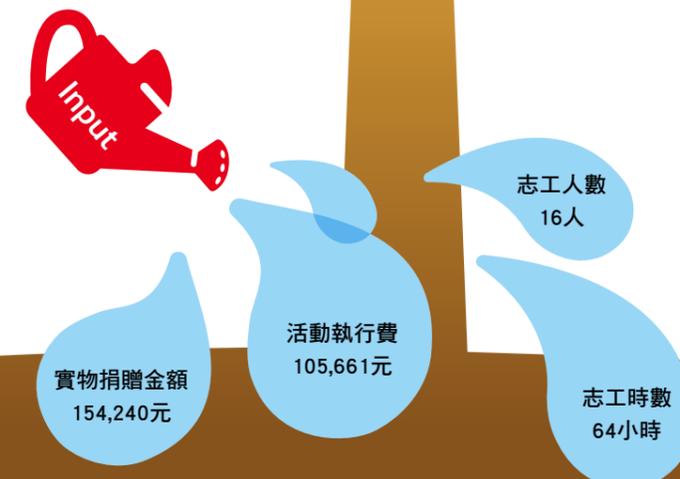
- 同仁主動捐贈二手物資，自發性向購買商家傳遞公益理念
- 商家主動響應並籌備物資給需求單位

商業效益

- 1 總銷售額近40萬元
- 2 內部宣傳EDM 23則；溝通人次達47,840人次
- 3 媒體發文1則
- 4 社群貼文11則；瀏覽人次達12,109人次

社會效益

- 1 展售會2場
- 2 禮品說明會3場
- 3 扶持社福團體及友善環境小農16家



愛心團 GO- 內化公益 DNA 擴大助人影響力

為幫助憨兒及友善小農穩定收入與工作，中國人壽以「共好（公司好、同仁好、受扶助單位好）」為活動發想主軸，以「經濟價值（商品好、又健康、價格不高還有回饋）」及「精神價值（幫助別人）」為活動設計架構，首次推動「愛心團 GO」公益活動，並結合壽險本業定期定額的精神，邀請同仁定期做愛心，以每月固定 100 元，類似契作精神的預購模式，支持友善環境小農及弱勢憨兒，同仁可選擇產品自用或轉贈予社福機構，一次消費就有 3 個單位受助，發揮一己之力，穩定庇護工場及小農之收入，讓憨兒能擁有穩定的工作機會、小農友善環境之理念能有穩定收入得以延續。此外，中國人壽亦安排志工揪團活動至育成基金會、友善小農產地參訪活動，透過採集及親身體驗，讓同仁了解食物的來源及對健康的影響，找回人與土地情感的連結。

超過 5 成
同仁主動捐出
認購商品

社福機構總是會擔心社會的愛心及資源斷斷續續，中國人壽的創新模式，讓資源挹注能夠穩定且持續，對我們的幫助很大

忠義育幼院

平時就有每年捐款幫助弱勢團體的習慣，看到公司發起這活動覺得很溫馨，能將自己的力量加上公司的力量，就可以幫助孩子更多，認購 10 個單位全數捐贈育幼院

保服規劃部 劉○○



好食力計畫 - 食農教育珍惜土地

中國人壽長期關注氣候變遷議題，重視環境永續，希望結合更多企業資源，以實際行動支持與肯定採取友善農法的農友們，並藉由觀念傳遞及實際採購，喚醒同仁及大眾對友善環境的關注。

觀念傳遞

中國人壽以人們生活最相關的「食」切入，融合友善環境及健康議題，並結合傳統 24 節氣，以深入淺出的當季飲食，提供趣味與實用的食材選擇小秘訣，對內傳遞並建立同仁對自身「食」的關注與敏感度，對外結合「食安綠學堂」專案，教育「當季」、「在地」的友善環境觀念，透過「食在好」節氣飲食推廣，以吃當季、在地對土地及健康的正面影響，呼籲人們落實友善環境的作為，達到人與環境的共好。



實際行動

響應剩食議題，體現保險救急扶危精神，中國人壽在第一時間伸出援手，在高麗菜、洋蔥及香蕉等盛產時，積極採購並與公益團體、保戶及同仁分享，幫助農民度過難關，讓台灣農民辛苦種植出來的農產品不因此浪費。未來中國人壽也會持續用雙手的力量，為社會盡一份心力。

俠客 CEO - 攜手學生回饋社會

中國人壽認為新一代的未來領袖不僅需具備卓越的經營管理能力及宏觀的國際視野，更應積極投入社會參與，號召全台大專院校的年輕學子們一起加入愛心公益的行列，至台灣各地進行愛的接力賽。2018 年特以趣味的宣傳手法，吸引年輕學子的目光，鼓勵大專院校同學申請經費贊助，讓企業資源得以發揮更大的效益。

贊助
大專院校 12 所
投入學生志工 285 人
受益偏鄉學童及居民
1,634 位



心智障礙者繪畫比賽 - 培養藝文氣息

中國人壽關懷弱勢團體，連續 11 年贊助育成基金會「心智障礙繪畫比賽」累積幫助心智障礙朋友及家庭超過 5,000 人次，從最初的企業贊助者角色，到積極協助推廣庇護工場商品，讓更多人看見心智障礙者的努力付出，進而發揮壽險業以人為本的影響力，號召同仁投入志工服務，幫助心智障礙朋友及其家庭。藉由頒獎及得獎作品的展出，陪同前來的家人、朋友分享榮耀，勉勵心智障礙者相信自己，勇敢追逐夢想，讓更多人能看見他們的內心世界與夢想，活出閃耀生命力，激發大眾更多共鳴與肯定。

蝦米視障人聲樂團 - 為夢想發聲

透過藝術贊助幫助身心障礙者超越障礙、自我突破，協助視障者發揮潛能，開創不同的謀生領域，透過歌聲展現其對生命的韌性與奮鬥精神，展現出強大的生命力。協助加深組織力度，系統性培育更多視障歌手，建立視障者按摩外之第二專長，不僅提升自我價值，進而能謀取更多求職機會，幫助視障者克服障礙、展現自信，積極融入社會。

花蓮震災救濟 - 協助災害重建

花蓮大地震造成多間小學大樓倒塌，為幫助受災學童盡快走出陰霾，中國人壽於災後第一時間即提供資金，協助受災小學購置硬體設施，及提供受災學童緊急生活救濟，並與社會企業合作進行身心療愈與藝術紓壓課程，透過藝術創作引導學童紓解災後的壓力，陪伴孩子從心出發，找回生命中的勇氣。



資助受災小學 10 家
捐贈金額逾 260 萬元

另中國人壽更進一步邀請同仁擔任孩子的筆友，用溫暖文字分享彼此心中大小事，給孩子們心靈上的支持，參與同仁共 14 名，通信時間長達一年以上。

嗨~ 暑假到了，你有什麼特別的計畫呢？每天下班後我最喜歡去運動，你也愛運動嗎？記得給我你的地址，希望我們以後保持聯繫歐



親愛的阿姨：
暑假要結束了，我都在補習班沒有出去玩，我都在看書



藝術紓壓課程
<https://www.chinalife.com.tw/wps/portal/chinalife/CSR/charity-area/hualien-disaster>

愛心捐血活動 - 為社會注入暖流

持續與台灣血液基金會合作舉辦全台捐血活動，推廣「捐血一袋，救人一命」理念，於過年期間在台北總公司舉辦捐血活動，號召同仁及民眾挽袖捐熱血，並於暑假期間串聯台北、新竹、台中、嘉義、台南及高雄等地舉辦共七場捐血活動，鼓勵民眾發揮利他精神，共同努力讓台灣醫療用血環境更穩定，其中台北場活動與人安基金會合作，提供單親媽媽精心製作的冰心地瓜予捐血民眾，以多公益方式拋磚引玉，體現企業關懷精神，此一暖舉更獲地瓜媽媽致贈親筆感謝函，感謝中國人壽協助其改善生活。

募集近
200,000c.c
熱血





CHAPTER 5 永續力 · 綠色行動

巴黎協定已於2016年正式生效，全球政府及企業皆針對氣候變遷進行相關風險辨識、適應、減緩等，中國人壽亦響應此國際趨勢，採用氣候相關財務揭露架構(TCFD)，鑑別氣候變遷對營運所造成之衝擊。同時，推動無紙化綠色服務流程及環境永續七大行動方案，為環境保護盡一己之力，展現中國人壽身為地球公民之責任與使命。

12 負責任
消費和生產



13 氣候行動



打造綠色金融 與保戶合作守護環境

2018 ESG 目標及達成情形

- ◆ 推動綠色服務流程(註)，用紙量節省近 435 萬張
- ◆ 業務通路全面推廣行動投保，核保時程較紙本進件縮短 1.9 天
- ◆ 網路投保使用電子保單比例達 80%

2019 ESG 目標

- ◆ 推動綠色服務流程，用紙量目標較前一年度節省 5 萬張
- ◆ 持續推動網路投保使用電子保單

推動永續供應鏈管理 攜手承諾社會責任

2018 ESG 目標及達成情形

- ◆ 新增營繕工程類綠色採購以擴大範疇，年度綠色採購金額達 2,710 萬元
- ◆ 新開發財物採購簽約供應商 20 家，「供應商企業社會責任承諾書」簽署率 100%
- ◆ 營繕工程合格廠商「供應商企業社會責任承諾書」簽署率 100%

2019 ESG 目標

- ◆ 落實個資保護措施，推動蒐集、處理或利用個人資料之受託供應商簽署「廠商個資保護能力評估表」，簽署率 100%
- ◆ 持續推動綠色採購，年度綠色採購金額較前一年度目標成長 20%

因應氣候變遷 落實環境管理

2018 ESG 目標及達成情形

- ◆ 持續進行全省各職場設備與空間坪效之檢討，平均節電率較基準年 2016 年減少 1.92%
- ◆ 總公司、桃竹、台中、嘉義、台南、高雄分公司內勤使用職場溫室氣體排放 4,480.035 公噸 CO₂e
- ◆ 總公司、桃竹、台中、嘉義、台南、高雄分公司等 6 處主要職場之垃圾平均回收率 51.38%
- ◆ 台北學苑施工期間進行環境監測及樹木保護作業，並經環保局及文化局每季完成審查及核備作業
- ◆ 台北學苑開發案已規劃設置太陽能光電板(建置電力設備容量 36KW)，並持續針對整棟自有大樓評估設置太陽能光電板之可能性

2019 ESG 目標

- ◆ 提升機房用電效率，降低能源使用效率 PUE (Power Usage Effectiveness) 值至 1.7(含)以下
- ◆ 持續推動全省各職場之平均年節電率達 1% 以上，五年達 5% 之長期目標(以 2016 年為基準年)
- ◆ 持續通過 ISO 14064-1 溫室氣體盤查查證
- ◆ 辦理主要職場之廢棄物回收，人均廢棄物量目標年減少 1%
- ◆ 主動參與或響應 3 場環保議題相關活動
- ◆ 台北學苑開發案施工期間，持續進行樹木保護作業，以減少對環境的衝擊

註：綠色服務流程範圍包含 E-notice、E-service、電子保單、行動投保。

管理方針

重大主題

有關環境保護的法規遵循

承諾

- ◆ 響應國際趨勢，採用氣候相關財務揭露架構 (TCFD)，加強氣候變遷管理機制
- ◆ 優先採購具環保標章產品，以符合低污染、可回收、省資源之環保實質意義，以降低對環境負荷的衝擊

政策 / 管理系統

- ◆ 成立環境保護委員會，督導與評估環保綠能措施
- ◆ 制定「中國人壽環境保護政策」、「供應商企業社會責任辦法」及「承攬商安全衛生及環境管理辦法」
- ◆ 推動財物採購簽約供應商簽署「供應商企業社會責任承諾書」，於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

申訴機制

- ◆ 為確保營繕工程供應商個人資料權利行使，依當事人權利行使管理辦法，訂立當事人權利行使辦法職場服務部流程
- ◆ 企網「利害關係人專區」，提供外部利害關係人專責連絡窗口及意見回饋問卷

評量機制

- ◆ 辦理 ISO 14064-1 溫室氣體盤查，並通過第三方查證，作為後續溫室氣體管理維護、建議改善之依據
- ◆ 綠色採購金額 2,710 萬元
- ◆ 簽訂合約含「企業社會責任及誠信經營條款」之採購案共 132 件

推動綠色經濟

氣候治理

聯合國氣候變遷政府間專家委員會 (IPCC) 指出，最快 2030 年時地球將升溫超過 1.5°C，氣候變遷成為不容忽視的議題。中國人壽有感於氣候變遷日益嚴重，且與壽險價值鏈具有高度關聯，為持續加強本公司面對氣候變遷之因應能力，並以適當之方式對外透明揭露具體績效作為，2018 年接軌國際最新趨勢，採用氣候相關財務揭露架構 (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD) 揭露氣候對公司營運之衝擊。參考 TCFD 架構，從治理、策略、風險管理，以及指標與標的等四大氣候變遷管理重點著手，納入產業特殊指引「保險」及「資產所有者」之要求，強化本公司氣候變遷治理，以系統性方式鑑別氣候變遷風險及機會，透過目標設定及定期追蹤，成功降低未來衝擊並預先掌握商機，並回應外部利害關係人對本公司氣候變遷管理之期待。



治理

中國人壽為推動環境保護、完善氣候變遷管理、建立綠色低碳的企業環境，制定「環境保護政策」，並於 2014 年即成立「環境保護委員會」，由售後服務、資訊及行政支援等各功能別之主管擔任委員，委員會成員共九位，負責制定及修訂委員會規程、環境保護政策之相關辦法及規範，以及監督節能減碳、廢棄物管理、環境衛生、環境保護等措施之執行成效。

2018 年召開 2 次環境保護委員會，評估與檢討 2018 年環保措施之執行情形，以及確立明年度環境保護管理目標與執行方向，並將持續以綠色採購、氣候變遷因應及環境管理與節能省碳為三大環境永續推動方向。



環境保護政策

1. 訂定環保目標，勵行管理措施
2. 著重能源節約，提倡資源回收
3. 遵守環保法規，落實綠色採購
4. 透過教育訓練，提昇環保智能
5. 協同供應廠商，善盡企業責任

策略

	氣候相關因子	衝擊說明	因應與減緩策略
氣候相關風險	能源價格提升	因溫室氣體減量要求，面臨能源價格、設備效能提升之壓力，將影響能資源使用	<ul style="list-style-type: none"> • 推動職場場能減碳 • 持續辦理 ISO 14064-1 溫室體盤查查證 • 設定年度節電目標
	環境法規要求力道加強	各國環境法規變化，如針對石化產業課徵碳稅或總量管制、禁售燃油車等，將影響相關投資績效表現	個股投資標的研究報告皆納入 CSR 評估為報告要點之一，以掌握其風險
	極端事件造成營運中斷	極端氣候事件可能造成財物、設備損失，最嚴重可能導致營運中斷	<ul style="list-style-type: none"> • 建立重大事件通報機制 • 加強關鍵系統復原時效，快速回復營業運轉
氣候相關機會	綠能投資	政策及市場引導綠能產業投資發展	<ul style="list-style-type: none"> • 持續評估再生能源、公共建設相關投資 • 支持政府「五加二」政策，投資綠能科技相關產業
	低碳數位金融發展	市場型態改變，消費者需求朝向網路化、行動化，對數位金融有所期待	<ul style="list-style-type: none"> • 開辦網路投保、行動投保，滿足保戶需求 • 持續推廣電子保單，並以 e-notice 取代既有單據，降低資源耗用
	氣候災害緊急救助服務	氣候災害頻仍，當重大災害發生時，保戶需要適時協助	修定「售服保戶服務辦法」，做為重大災害時處理準則，提供保單貸款優惠、保費緩收、快速理賠等措施
	綠色採購	採用具有環保標章產品，符合低污染、可回收、省資源之具體效益	<ul style="list-style-type: none"> • 制定綠色採購原則 • 優先採購環保標章產品，以符合低污染、可回收、省資源之環保實質意義，以降低對環境負荷的衝擊
	綠建築	市場對於綠建築的偏好，具有提升節能效益、降低能資源使用成本等優勢	<ul style="list-style-type: none"> • 台北學苑取得黃金級候選綠建築證書 • 持續評估建築物設置太陽能裝置，發展再生能源
	環境保護意識抬頭	隨著氣候變遷影響擴大，社會大眾對環境保護意識需有所提升	<ul style="list-style-type: none"> • 發展「友善環境」之社會參與主軸，推動「愛心展售會」、「食安綠學堂」等活動

風險管理

中國人壽召集各單位，依照各自業務範圍討論及評估氣候變遷對營運之衝擊，鑑別氣候變遷相關風險與機會，針對公司營收、成本、營運持續等方面之影響，識別出風險與機會，由各單位分析可能的財務衝擊後，制定完善的因應及減緩策略，確實推動執行，並隨時檢視相關成效，確保氣候相關風險有效控制或降低，以回應利害關係人對本公司氣候變遷管理之期待。

指標與標的

中國人壽為有效落實氣候變遷管理機制，在年度 ESG 目標設定中即納入氣候變遷管理目標，並每年定期追蹤二次。2018 年目標、達成情形以及 2019 年目標，詳情可參見「P.129」。

低碳營運

E 化服務

中國人壽近年以「數位行銷工具」及「E 化表單及平台服務」兩大面向，推動各式 e 化及無紙化流程，除更加符合現代消費者習慣，更可減少紙張等能資源的使用、降低對環境的衝擊。各項活動逐步採用無紙化形式執行，包含高峰與極峰表揚會手冊、年度會議資料、主推商品條款樣張、海外旅遊活動宣傳等，鼓勵與會人員採用平板下載所需資料，減少紙本使用。2018 年更進一步透過菁英網提供業務人員查詢行銷推薦名單，改變以往由地區列印紙本的方式，不僅強化個資保護措施，亦節省紙張列印量。

同時中國人壽亦攜手保戶為環境保護共同努力，每月保戶電子報以 email 形式發送，2018 年累積寄送 3,629,728 封電子報，使保戶能在具有效率及響應環保的方式下獲取資訊。



數位行銷工具

網路投保服務

中國人壽提供 24 小時網路投保服務，其免簽名、免傳真的特色，保戶僅需透過網路即可輕鬆完成線上投保，不僅簡化親身至現場投保的作業流程，亦降低保戶交通往返所產生之溫室氣體，建立低碳金融服務模式。

團險網路平台

中國人壽推動團險網路服務平台，提供要保單位線上申請員工本人加退保服務，以及被保險人線上查詢投保內容，2018 年進一步推動團險客戶自費投保繳費資料上傳國稅局，處理筆數約 4.5 萬筆，提升電子化的服務效能。「卡安心」服務方面則透過 email 提供電子卡服務，保戶可下載至手機，提高查詢服務範圍之便利性，降低紙張列印。

行動投保 APP

中國人壽推動行動投保 APP 服務，由業務員使用行動載具設備進行保險服務，僅需 iPad 即可協助保戶輸入投保資料、線上檢核、預覽要保文件，降低填寫錯誤及照會率，提升要保書填寫內容的正確性，降低要保書紙張使用量，進而節省文件印製、遞送、掃描、建檔、倉儲等成本，達到節能減碳的效益。同時，中國人壽積極與合作夥伴洽談行動投保方式進件，預計明年銀行及保經代公司將正式加入行動投保方式進件的行列，擴大環境保護之效益。

卡安心服務
申請人數達
1,136人

行動投保進件數
12.7萬

E 化表單及平台服務

電子要保書

中國人壽積極推動電子要保書的使用，透過線上登打及初步檢核保戶基本資料，再列印文件，不僅有效降低照會率，亦減少事先印製紙本要保書的數量，進一步降低紙本要保書配送所造成的交通碳排放量。同時，亦擴大合作通路使用電子要保書，2018 年與 2 家銀行通路正式啟動合作。

電子保單

建置全通路、全商品適用的電子保單平台，提供保戶電子保單，並執行第三方認證機制，確保保戶資料保密及正確性，以及針對售後作業流程及制度進行優化。

電子通知單 (e-notice)

以 email 取代紙本保單、通知信函及單據，減少書面列印與郵寄，同時亦將電子檔置放於本公司網站，保戶可即時下載查詢，以及於新保單投保時，透過平版成立契約，並約定保單及相關通知書 / 單據以電子形式寄送，數位化的服務不僅讓保戶即時掌握保險資本，簡化填寫紙本的不便，亦大幅減少紙張列印，降低申請中郵寄或交通往返行為所產生之溫室氣體。

電子服務平台 (e-Service)

提供全天候零距離的電子服務平台，保戶能即時快速的查詢保單內容及辦理保單異動服務，有效簡化保戶填寫紙本之不便，亦降低申請中郵寄或交通往返行為所產生之溫室氣體。

電子保單
節省紙張
13.88萬張

電子通知單
申辦人數逾
20萬人

e-Service
節省紙張逾
29萬張

能資源管理

建立綠色低碳的企業環境是中國人壽的目標，透過環境保護宣導、溫室氣體管理、電力使用管理、綠能機房管理、水資源管理、廢棄物管理及綠建築等環境永續七大行動方案，展現中國人壽身為地球公民之責任。



環境保護宣導

本公司持續依據「環保節能管理規範」，落實各工作職場溫室氣體減量行動，積極參與各項環保議題活動，內部發放 EDM 宣達環保健康用餐、自備杯子、隨手關閉安全門，隔絕冷氣逸散、勿亂丟菸蒂等，以及各職場共同參與相關節能活動，對外亦透過中國人壽社群網頁，宣導節能、減碳、環保愛地球的理念。環保議題社群網頁累積瀏覽人次達 22 萬，按讚超過 5,000 次。

跨岳 60 迎向卓越

「無痕山林」已然是重要的生活概念，提醒我們應對所處的環境善盡應有的關懷與責任，儘可能減少衝擊生態環境的活動方式與行為，達成親近自然山林的體驗。中國人壽秉持著友善環境的理念，與開發金控共同通過淨山活動回饋社會，鼓勵同仁親近環境、加深對居住環境的認同，進而喚起共同維護好山好水的環保意識。

完成淨山步道
11 條

溫室氣體管理

連續四年針對總公司及主要分公司（桃竹、台中、嘉義、台南、高雄）辦理溫室氣體盤查，2018 年溫室氣體排放量為 4,480.035 公噸 CO₂e，並取得 ISO 14064-1 溫室氣體盤查查證，並更進一步將範疇三之汽油、柴油、電力、廢棄物等四類納入盤查，中國人壽每年參考溫室氣體盤查結果，監控溫室氣體排放量，進行溫室氣體減量措施。

近兩年溫室氣體排放量

單位：二氧化碳當量（公噸）

	固定排放源	範疇一		範疇二	範疇三	總計	
		移動排放源	散逸排放源				
2018	排放當量	0.523	38.0764	148.358	3,440.304	852.086	4,480.035
	範疇別占比	0.28%	20.66%	79.06%	76.79%	19.02%	100%
2017	排放當量	0	42.666	132.445	3,201.308	-	3,376.419
	範疇別占比	0%	24.37%	75.63%	94.81%	-	100.00%

註 1：採經濟部能源局 2017 年公告之電力係數，GWP 值採 2007 年版 (AR4)，盤查採用營運控制權。

註 2：範疇一溫室氣體種類包含二氧化碳、甲烷、氧化亞氮及氫氟碳化物

電力使用管理

本公司以 2016 年為基準年，訂定全省各職場平均節電率達 1% 以上、五年達 5% 的長期目標，2018 年持續針對既有辦公大樓，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，以降低能源消耗，並向員工宣導室內電燈照明減量、中午休息、上下班隨手關門關燈等節能方案，培養員工良好的綠色工作習慣。2018 年投入經費 17,480,284 元更新自有物業老舊耗能空調主機及設施。在與基準年相同範疇下，2017 年總用電量及 2018 年總用電量分別較基準年減少 183,764 度（661,550.4 百萬焦耳）與 264,650 度（952,740 百萬焦耳），另相當於分別減少 101.805 公噸與 146.616 公噸二氧化碳排放（以千度電產生 0.554 公噸二氧化碳估算）；另 2018 年較基準年減少 2.06%，達成每年減少 1% 之目標，節電成效實屬顯著。

2018 年亦針對 7 棟主要自有大樓（敦北大樓、內湖科技大樓、瑞湖大樓、新竹科技大樓、台中分公司大樓、高雄明誠大樓、高雄中華大樓）評估設置太陽能光電板之可能性，高雄明誠大樓對向空地新建之大樓商請系統業者予以模擬評估日照可能之影響，再接續評估。

■ 近兩年電力使用情形

	2018	2017
用電量 (度數)	12,929,329	12,838,021
營業額 (百萬元)	338,495	255,328
能源密集度 (度 / 百萬元)	38.20	50.28

註：中國人壽能源使用以電力為主，為非再生能源，其統計範圍為內勤職場（總/分公司）及外勤職場（通訊處）

綠能機房管理

本公司從「提升空調效率」及「降低空調用電」兩大方向推動機房管理，於機房內採用機櫃型空調作為散熱來源，運用其冷熱循環路徑短，熱交換效率佳的特點，並規劃冷熱通道且實體隔離，進一步提升迴風溫度，增進空調效率。在降低空調用電方面，頂樓新設置冰水機採用水冷變頻冰水機，依據機房內實際負載調整冰水機製冷量並降低冰水主機用電，新建機房 PUE(註 1) 可降低至 1.7(含) 以下，實際節省空調電費。

水資源管理

本公司用水主要集中於空調及民生用水量，透過老舊空調設備之汰換、使用具省水標章之節水設備，致力提升資源利用效率，以及持續宣導同仁節水等措施。2018 年總公司及主要分公司用水量為 37,764 度。

■ 近兩年水資源使用情形

	2018	2017
用水量 (度)	37,764	34,532
營業額 (百萬元)	338,495	255,328
用水密集度 (度 / 百萬元)	0.11	0.14

註：中國人壽用水以空調及民生為主，其統計範圍為內勤職場（總/主要分公司）

廢棄物管理

本公司產生之廢棄物皆為無害廢棄物，並分為一般廢棄物及可回收廢棄物兩種，一般廢棄物透過合法清運商運載至政府核可之處理機構，以焚化方式處理。中國人壽通過持續的推廣，以及執行垃圾分類、資源回收，落實資源再利用政策。2018 年總公司及主要分公司（桃竹、台中、嘉義、台南、高雄）廢棄物總重量為 167,381 公斤，回收再利用約 86,000 公斤，回收再利用比例為 51.38%，較前一年度成長 8.8%。



綠建築

本公司每季針對台北學苑施工空氣品質、噪音及振動、交通流量、放流水及施工噪音，進行環境監測，以及執行樹木保護作業，並提送「環境監測暨樹木保護」環保局備查，其監測值皆符合標準，有效減少對環境造成之衝擊。2018 年樹木保護作業原地保留 6 株、現地假植 17 株、及區外移植 39 株。同時亦規劃設置太陽能光電板（建置電力設備容量 36KW），估可為大樓帶來每年 34,344 度發電量、相對減少 19 公噸 CO₂e 之溫室氣體排放。



台北學苑開發案取得
黃金級候選
綠建築證書

■ 中國人壽新總部大樓獲黃金級候選綠建築



註 1：PUE(Power Usage Effectiveness) 資訊機房能源使用效率，計算方式為機房總用電量 / 資訊設備用電量，數值越低代表能源使用效率越佳

綠色供應

供應商是中國人壽營運的重要夥伴，為確保供應鏈的穩定性，創造本土就業機會，以及減少運輸過程中的碳排放，中國人壽長期向本土供應商採購，在地供應商比例達 99%。同時中國人壽亦重視環境保育，優先採購具環保標章產品，以符合低污染、可回收、省資源之環保實質意義，降低對環境負荷的衝擊。



**100%採購具環保
認證影印紙**

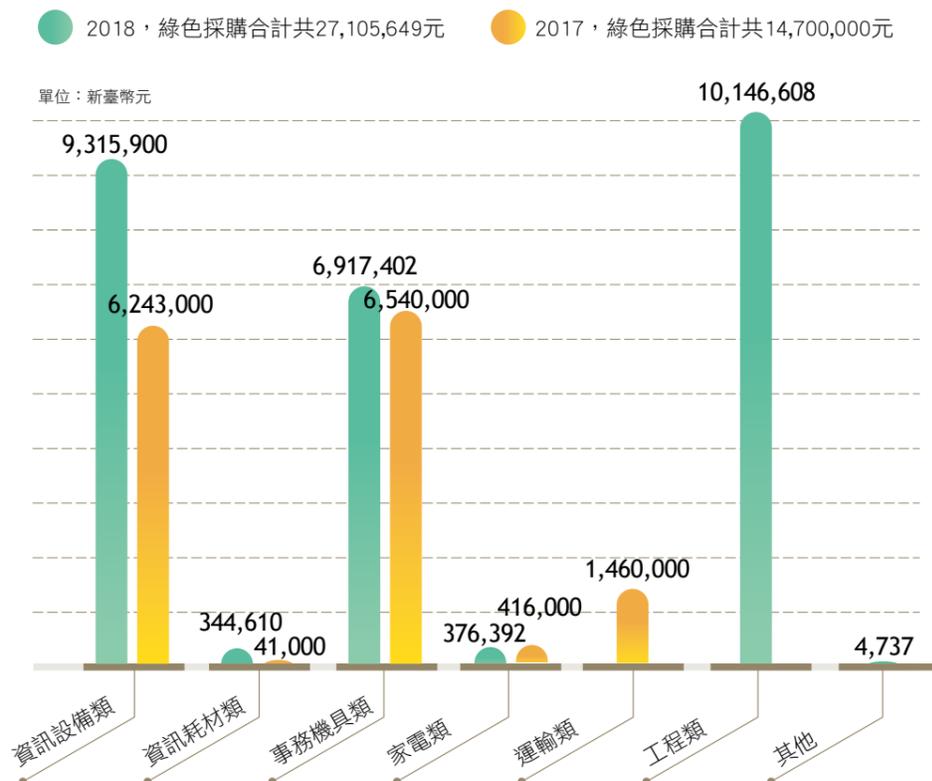


**綠色採購金額
2,710萬元**



連續三年榮獲
台北市環保局頒發推動綠色採購績優企業表揚

近兩年綠色採購類別統計



供應商管理

供應商環境保護政策

1. 本公司致力於採購行為對供應來源社區之環境與社會之保護，並敦促供應商共同致力落實企業社會責任
2. 供應商應致力於減少或消除各種形式的浪費，包括水和能源。供應商可以在設備、維修或生產過程中使用節能措施，或通過回收、再利用或替代物料的方式達到節能的目的
3. 供應商應致力於減少污染物、有毒物及廢棄物之排放，並應妥善處理廢棄物。對於廢棄物之處理應符合相關規定辦理，以降低對自然環境之衝擊

本公司供應商主要分為「辦公用品及設備」、「勞務」、「營繕工程」等三大類，中國人壽透過訂定採購規範，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，積極控管供應商的供貨品質、交期與價格。



為有效推動供應商管理，於採購合約中增訂「企業社會責任及誠信經營條款」，有交易且訂有採購合約的廠商，皆須遵循企業社會責任及誠信經營原則，內容涵蓋遵守環境保護、各項勞動條件、勞工安全衛生與勞動人權等相關法規。同時為符合職業安全衛生法承攬商危害告知及應採取之措施之規定，本公司制定「承攬商安全衛生及環境管理辦法」，加強承攬商對於安全衛生及工作環境的管理，亦協助承攬商相關安全衛生、工作環境管理之相關資訊，以確保及提高各項作業之安全進行，2018年並無承攬商工傷事件發生。

為重視個人資料保護及尊重當事人之權益，確保個人資料檔案於蒐集、處理或利用時，以誠實及信用方法為之，2018年推動涉及個人資料蒐集、處理及利用之案件受託廠商，簽署「廠商個資保護能力評估表」，確保廠商具備個人資料保護之能力，加強對本公司保戶權益之保障。

感謝各方利害關係人對於中國人壽在企業社會責任 (Corporate Social Responsibility, CSR) 作為的關注，本公司亦在 ESG 三面向不斷地積極推展與實踐，並主動將企業社會責任報告書及相關資訊揭露於中國人壽企業網站供查閱。未來，中國人壽將持續以創新的思維，為保戶、員工、股東及社會創造更多的價值；以更開闊的格局與視野、勇於任事的態度，締造出更亮麗的成績，邁向永續發展。

附錄

GRI Standards 揭露項目對照表

一般揭露

	報告書章節 (含省略說明)	頁碼
組織概況 (2016)		
102-1 組織名稱	關於報告書 認識中國人壽	04 07
102-2 活動、品牌、產品與服務	認識中國人壽 [CH4] 打造普惠金融 本年度所有產品皆經主管機關審核後上市銷售	07 105-106
102-3 總部位置	認識中國人壽	07
102-4 營運活動地點	關於報告書 認識中國人壽	04 07
102-5 所有權與法律形式	認識中國人壽	07
102-6 提供服務的市場	認識中國人壽	07
102-7 組織規模	認識中國人壽	07
102-8 員工與其他工作者的資訊	[CH3] 營造幸福職場 中國人壽勞工無兼職人員	84-85
102-9 供應鏈	[CH5] 推動綠色經濟	139-140
102-10 組織與其供應鏈的重大改變	無重大變化	
102-11 預警原則或方針	[CH2] 嚴謹風險管理	57-60
102-12 外部倡議	[CH5] 推動綠色經濟	131
102-13 公協會的會員資格	[CH2] 穩健公司營運	49
策略 (2016)		
102-14 決策者的聲明	經營者的話	03
倫理與誠信 (2016)		
102-16 價值、原則、標準及行為規範	[CH2] 穩健公司營運	50
治理 (2016)		
102-18 治理結構	[CH1] 相信永續力量 [CH2] 穩健公司營運	18 43-47
利害關係人溝通 (2016)		
102-40 利害關係人團體	[CH1] 深耕永續管理	26-30
102-41 團體協約	中國人壽無成立工會，故無集體協商協定之簽訂	
102-42 鑑別與選擇利害關係人	[CH1] 深耕永續管理	26
102-43 與利害關係人溝通的方針	[CH1] 深耕永續管理	26-30

管理方針 (2016)

經濟面向

	報告書章節 (含省略說明)	頁碼
102-44 提出之關鍵主題與關注事項	[CH1] 深耕永續管理	26-30
報導實務 (2016)		
102-45 合併財務報表中所包含的實體	除中國人壽外，無其他合併財報之個體	
102-46 界定報告書內容與主題邊界	[CH1] 深耕永續管理	33-34
102-47 重大主題表列	[CH1] 深耕永續管理	32-34
102-48 資訊重編	本年度無資訊重編之情事	
102-49 報導改變	[CH1] 深耕永續管理	32
102-50 報導期間	關於報告書	04
102-51 上一次報告書的日期	關於報告書	04
102-52 報導週期	關於報告書	04
102-53 可回答報告書相關問題的聯絡人	關於報告書	04
102-54 依循 GRI 準則報導的宣告	關於報告書	04
102-55 GRI 內容索引	附錄	141-144
102-56 外部保證 / 確信	關於報告書 附錄	04 149-150
103-1 解釋重大主題及其邊界	[CH1] 深耕永續管理	33-34
103-2 管理方針及其要素	[CH1] 領航力，永續藍圖 [CH2] 發展力，誠信治理 [CH3] 影響力，創新世代 [CH4] 數位力，關懷無界 [CH5] 永續力，綠色行動	17 38-39 69 100 130
103-3 管理方針的評估	[CH1] 領航力，永續藍圖 [CH2] 發展力，誠信治理 [CH3] 影響力，創新世代 [CH4] 數位力，關懷無界 [CH5] 永續力，綠色行動	17 38-39 69 100 130
GRI 201：經濟績效 (2016)		
201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值	[CH2] 穩健公司營運	41-42
201-3 定義福利計劃義務與其他退休計畫	[CH3] 營造幸福職場	89-91
GRI 202：市場地位 (2016)		
202-1 不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率	[CH3] 營造幸福職場	92
GRI 204：採購實務 (2016)		
204-1 來自當地供應商的採購支出比例	[CH5] 推動綠色經濟	139
GRI 205：反貪腐 (2016)		
205-2 有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	[CH2] 穩健公司營運	50
205-3 已確認的貪腐事件及採取的行動	本年度無相關違規情事	

環境
面向

社會
面向

報告書章節 (含省略說明)		頁碼
GRI 302 : 能源 (2016)		
302-1	組織內部的能源消耗量 [CH5] 推動綠色經濟	136-137
302-3	能源密集度 [CH5] 推動綠色經濟	136-137
302-4	減少能源消耗 [CH5] 推動綠色經濟	136-137
GRI 305 : 排放 (2016)		
305-1	直接 (範疇一) 溫室氣體排放 [CH5] 推動綠色經濟	136
305-2	能源間接 (範疇二) 溫室氣體排放 [CH5] 推動綠色經濟	136
305-3	其它間接 (範疇三) 溫室氣體排放 [CH5] 推動綠色經濟	136
GRI 306 : 廢汙水和廢棄物 (2016)		
306-2	按類別及處置方法劃分的廢棄物 [CH5] 推動綠色經濟	138
GRI 307 : 有關環境保護的法規遵循 (2016)		
307-1	違反環保法規 中國人壽本年度未有環境面相關違規情事	
GRI 308 : 供應商環境 (2016)		
308-2	供應鏈對環境的負面衝擊, 以及所採取的行動 [CH5] 推動綠色經濟 中國人壽供應商未有對環境明顯的負面衝擊	140
GRI 401 : 勞雇關係 (2016)		
401-1	新進員工和離職員工 [CH3] 營造幸福職場	86
401-2	提供給全職員工 (不包含臨時或兼職員工) 的福利 [CH3] 營造幸福職場	89-91
GRI 403 : 職業安全衛生 (2016)		
403-1	由勞資共同組成正式的安全衛生委員會中的工作者代表 [CH3] 營造幸福職場	94
403-2	傷害類別, 傷害、職業病、損工日數、缺勤等比率, 以及因公死亡件數 [CH3] 營造幸福職場 中國人壽本年度排除員工之工作者無發生任何工作傷害	95
403-3	與其職業有關之疾病高發生率與高風險的工作者 中國人壽無涉及疾病高發生率與高風險職務	
403-4	工會正式協定中納入健康與安全相關議題 中國人壽無成立工會, 故無相關協議	
GRI 404 : 訓練與教育 (2016)		
404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數 [CH3] 推動人才轉型	74
404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比 [CH3] 推動人才轉型	83
GRI 405 : 員工多元化與平等機會 (2016)		
405-1	治理單位與員工的多元化 [CH2] 穩健公司營運 [CH3] 營造幸福職場	44 84-85
405-2	女性對男性基本薪資加薪酬的比率 [CH3] 營造幸福職場	92

報告書章節 (含省略說明)

頁碼

GRI 406 : 不歧視 (2016)		
406-1	歧視事件以及組織採取的改善行動 中國人壽本年度無涉及任何歧視事件	
GRI 408 : 童工 (2016)		
408-1	營運據點和供應商使用童工之重大風險 中國人壽無涉及童工之營運據點或供應商	
GRI 409 : 強迫或強制勞動 (2016)		
409-1	具強迫或強制勞動事件重大風險的營運據點和供應商 中國人壽無涉及強迫或強制勞動事件風險之營運據點或供應商	
GRI 413 : 當地社區 (2016)		
413-1	經當地社區溝通、衝擊評估和發展計畫的營運活動 [CH4] 促進社會共融	113-126
413-2	對當地社區具有顯著實際或潛在負面衝擊的營運活動 中國人壽本年度之營運據點未有對當地社區造成負面衝擊之情事	
GRI 414 : 供應商社會評估 (2016)		
414-2	供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動 [CH5] 推動綠色經濟 中國人壽供應商未有對社會明顯的負面衝擊	140
GRI 415 : 公共政策 (2016)		
415-1	政治捐獻 中國人壽並未提供任何形式的政治獻金	
GRI 417 : 行銷與標示 (2016)		
417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件 [CH2] 嚴謹風險管理	65-66
417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件 [CH2] 嚴謹風險管理	65-66
GRI 418 : 客戶隱私 (2016)		
418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴 [CH2] 嚴謹風險管理	64-65
GRI 419 : 社會經濟法規遵循 (2016)		
419-1	違反社會與經濟領域之法律和規定 [CH2] 嚴謹風險管理	65-66
GRI 金融服務業補充指引: 產品組合		
FS7	各經營業務為創造社會效益所設計的產品與服務, 依目的細分其貨幣價值 [CH2] 穩健公司營運 [CH4] 打造普惠金融	41-42 51-52 106
FS8	各經營業務為創造環境效益所設計的產品與服務, 依目的細分其貨幣價值 [CH2] 穩健公司營運	51-52
永續策略	[CH1] 永續策略	20-25
風險管理	[CH2] 風險管控	57-60
洗錢防制及打擊資恐	[CH2] 洗錢防制	53-56
數位金融與創新	[CH4] 數位創新	101-104

自訂
主題

我國永續發展目標對照表

編號	具體目標	對應章節
1.4	增進全體國民，特別是弱勢群體，在創業、就業、貸款、融資、居住、土地所有權等之保障與平等權	[CH4] 打造普惠金融
1.5	降低各種災害造成之損失，特別需要保護弱勢與低所得族群	[CH4] 公平待客原則
4.5	確保弱勢族群接受各階段教育的管道與職業訓練，包括身心障礙者、原住民以及弱勢孩童	[CH4] 促進社會共融
5.5	鼓勵各級行政機關聘用女性擔任主管及首長，對政黨宣導培力女性及促進女性參政，增加女性警官及上市櫃公司女性經理人的比率，並輔導鼓勵女性擔任企業代表人	[CH2] 穩健公司營運 [CH3] 營造幸福職場
7.2	提高再生能源裝置容量	[CH5] 推動綠色經濟
8.1	以創新、就業、分配為核心價值，維持經濟適度成長	[CH4] 打造普惠金融
8.5	提升勞動生產力	[CH3] 推動人才轉型
8.6	落實學用合一、培訓措施，強化青年就業能力	[CH3] 推動人才轉型
8.7	促進工作環境安全，及保障女性勞工參與工會權益	[CH3] 營造幸福職場
8.9	鼓勵金融科技創新，提供便捷多元的金融服務	[CH4] 打造普惠金融
8.13	發展綠能科技，提升能源自主與能源多元性，鼓勵再生能源發展	[CH5] 推動綠色經濟
10.2	持續推動原住民族就業方案，增加原住民就業機會，提升經濟收入；改善身心障礙者就業，提升其經濟地位	[CH3] 營造幸福職場
10.3	強化性別平等及消除就業歧視相關法令宣導教育；建構完善性別暴力防治及兒少保護體系，提升民眾對於遭受歧視或暴力的覺察	[CH3] 營造幸福職場
11.5	降低各種災害造成的損失，特別需保護弱勢與低所得族群	[CH4] 公平待客原則
11.9	強化社會安全網，確保社會安定，加強治安維護工作，遏止暴力犯罪	[CH2] 嚴謹風險管理
11.12	提高建築物節約能源減碳效益	[CH5] 推動綠色經濟
12.6	鼓勵企業採取永續發展措施與揭露永續發展資訊，同時確保資訊正確度與品質	[CH1] 相信永續力量
12.7	推動公私部門增加綠色採購	[CH5] 推動綠色經濟
13.1	增進氣候變遷調適能力、強化韌性並降低脆弱度	[CH5] 推動綠色經濟
13.3	提升氣候變遷永續教育與民眾素養	[CH4] 促進社會共融 [CH5] 推動綠色經濟
16.1	強化社會安全網，確保社會安定，加強治安維護工作，遏止暴力犯罪	[CH2] 嚴謹風險管理

聯合國全球盟約（UN Global Compact）對照表

分類	主要議題	對應章節
人權	企業應支持並尊重國際公認的人權	[CH3] 營造幸福職場
	保證不與踐踏人權者同流合污	[CH5] 推動綠色經濟
勞工標準	企業界應支持結社自由及切實承認集體談判權	[CH3] 營造幸福職場
	消除一切形式的強迫和強制勞動	[CH3] 營造幸福職場
	切實廢除童工	[CH3] 營造幸福職場
	消除就業和職業方面的歧視	[CH3] 營造幸福職場
環境	企業界應支持採用預防性方法應付環境挑戰	[CH2] 嚴謹風險管理 [CH5] 推動綠色經濟
	採取主動行動促進在環境方面更負責任的做法	[CH5] 推動綠色經濟
	鼓勵開發和推廣環境友好型技術	[CH5] 推動綠色經濟
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	[CH2] 嚴謹風險管理

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	[CH1] 相信永續力量
第二章 落實推動公司治理	[CH2] 穩健公司營運
第三章 發展永續環境	[CH5] 推動綠色經濟
第四章 維護社會公益	[CH3] 營造幸福職場 [CH4] 促進社會共融
第五章 加強企業社會責任資訊揭露	[CH2] 穩健公司營運
第六章 附則	[CH1] 相信永續力量

社會責任指引 (ISO 26000) 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	[CH1] 相信永續力量
人權	符合法規並透過查核避免因人權問題造成的風險	[CH3] 營造幸福職場
	處理人權的風險處境	[CH3] 營造幸福職場
	避免有同謀關係 – 直接、利益及沉默等同謀關係	[CH2] 穩健公司營運
	解決委屈	[CH3] 營造幸福職場
	不可歧視弱勢族群	[CH3] 營造幸福職場
	保障公民與政治權	[CH3] 營造幸福職場
	保障經濟、社會與文化權	[CH3] 營造幸福職場
勞動實務	保障基本工作權利	[CH3] 營造幸福職場
	促進就業及聘僱關係	[CH3] 營造幸福職場
	工作條件與社會保護	[CH3] 營造幸福職場
	保持社會對話	[CH4] 促進社會共融
	維護工作的健康與安全	[CH3] 營造幸福職場
環境	人力發展與訓練	[CH3] 推動人才轉型
	污染預防	[CH5] 推動綠色經濟
	永續資源利用	[CH5] 推動綠色經濟
	氣候變遷減緩與適應	[CH5] 推動綠色經濟
環境	環境保護、生物多樣性與自然棲地修復	[CH5] 推動綠色經濟

分類	主要議題	對應章節/說明
公平運作 實務	反貪腐	[CH2] 穩健公司營運
	負責任的政治參與	[CH2] 穩健公司營運
	公平競爭	[CH2] 穩健公司營運
	促進產業價值鏈的社會責任	[CH5] 推動綠色經濟
	尊重智慧財產權	* 與壽險業關聯性較低
消費者 議題	公平的行銷、資訊與契約的實務	[CH4] 打造普惠金融
	保護消費者的健康與安全	[CH4] 打造普惠金融
	支持永續消費	[CH4] 打造普惠金融
	消費者服務、支援、抱怨與爭議解決	[CH4] 打造普惠金融
	消費者資料保護與隱私	[CH2] 嚴謹風險管理
	保障享用服務權	[CH4] 打造普惠金融
	教育及提高意識	[CH4] 促進社會共融
	社區參與	[CH4] 促進社會共融
社區參與 與發展	創造就業與技術發展	[CH3] 推動人才轉型
	發展科技	* 與壽險業關聯性較低
	幫助增加財富與收入	[CH4] 促進社會共融
	推廣教育及文化	[CH4] 促進社會共融
	推廣健康	[CH4] 促進社會共融
	社會投資	[CH4] 促進社會共融

獨立保證意見聲明書

中國人壽 2018 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 2018 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之目的，僅作為對下列中國人壽 2018 年企業社會責任報告書所界定範圍內的相關事項進行保證之結論，而不作為其他之用途。除對查證事實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有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，因此審查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. 本查證作業範疇與中國人壽 2018 年企業社會責任報告書揭露之報告範疇一致。
2. 依照 AA1000 保證標準(2008)及其 2018 年附錄的第 1 應用類型評估中國人壽遵循 AA1000 當責性原則(2018)的本質和程度，不包括對於報告書揭露的資訊/數據之可信賴度的查證。

本聲明書以英文作成並已翻譯為中文以供參考。

意見聲明

我們總結中國人壽 2018 年企業社會責任報告書內容，對於中國人壽之相關運作與績效則提供了一個公平的觀點。基於保證範圍限制事項、中國人壽所提供資訊與數據以及抽樣之測試，此報告書並無重大之不實陳述。我們相信有關中國人壽 2018 年度的經濟、社會及環境等績效資訊是被正確無誤地呈現。報告書所揭露之績效資訊展現了中國人壽對識別利害關係人的努力。

我們的工作是由一組具有依據 AA1000 保證標準(2008)及其 2018 年附錄查證能力之團隊執行，以及策劃和執行這部分的工作，以獲得必要之訊息資料及說明。我們認為就中國人壽所提供之足夠證據，表明其依循 AA1000 保證標準(2008)及其 2018 年附錄的報告方法與自我聲明符合 GRI 永續性報導準則核心選項係屬公允的。

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訪談，以確認本報告書中聲明書的合適性
- 與管理者討論有關利害關係人參與的方式，然而，我們並無直接接觸外部利害關係人
- 訪談 24 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
- 審查報告書中所作宣告的支持性證據
- 針對公司報告書及其相關 AA1000 當責性原則(2018)中有關包容性、重大性、回應性及衝擊性原則之流程管理進行審查

結論

針對 AA1000 當責性原則(2018)之包容性、重大性、回應性及衝擊性與 GRI 永續性報導準則的詳細審查結果如下：

包容性

2018 年報告書反映出中國人壽已持續尋求利害關係人的參與，並建立重大永續主題，以發展及達成對企業社會責任具有責任且策略性的回應。報告書中已公正地報告與揭露經濟、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，這份報告書涵蓋了中國人壽之包容性議題。

重大性

中國人壽公布對組織及其利害關係人之評估、決策、行動和績效會產生實質性影響與衝擊之重大主題。永續性資訊揭露使利害關係人得以對公司之管理與績效進行判斷。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之重大性議題。

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，並能對利害關係人所關切之議題作出及時性回應。以我們的專業意見而言，這份報告書涵蓋了中國人壽之回應性議題。

衝擊性

中國人壽已鑑別並以平衡和有效之量測及揭露方式公正展現其衝擊。中國人壽已經建立監督、量測、評估和管理衝擊之流程，從而在組織內實現更有效之決策和結果管理。以我們的專業意見而言，這份報告書涵蓋了中國人壽之衝擊性議題。

GRI 永續性報導準則

中國人壽提供有關依循 GRI 永續性報導準則之自我宣告，與相當於“核心選項”(每個涵蓋特定主題 GRI 準則之重大主題，至少一個特定主題的揭露項目依循其全部的報導要求)的相關資料。基於審查的結果，我們確認報告書中參照 GRI 永續性報導準則的社會責任與永續發展之相關揭露項目已被報告、部分報告或省略。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主題。

保證等級

依據 AA1000 保證標準(2008)及其 2018 年附錄我們審查本聲明書為中度保證等級，如同本聲明書中所描述之範圍與方法。

責任

這份企業社會責任報告書所屬責任，如同責任信中所宣稱，為中國人壽負責人所有。我們的責任為基於所描述之範圍與方法，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。本查證團隊係由具專業背景，且接受過如 AA1000AS、ISO 14001、ISO 45001、ISO 14064 及 ISO 9001 之一系列永續性、環境及社會等管理標準的訓練，具有主導稽核員資格之成員組成。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
2019-06-13




AA1000
Licensed Assurance Provider
000-4

Taiwan Headquarters: 5th Floor, No. 39, Ji-Hu Rd., Nei-Hu Dist., Taipei 114, Taiwan, R.O.C.

BSI Taiwan is a subsidiary of British Standards Institution.

We Share We Link
 中國人壽
www.chinalife.com.tw