

2019 CSR Report 企業社會責任報告書

○

W E L L I N G

經營者的話	03
關於報告書	04
認識中國人壽	05
2019重點績效	07
2019榮耀事蹟	09
中國人壽永續實踐	10
數位轉型躍進	12



1 初心 · 永續領航

建立永續基石	18
堅守永續價值	20
深耕永續關係	26



2 革新 · 誠信治理

穩健公司營運	40
嚴謹風險管理	52



3 創新 · 數位培力

多元人才發展	65
安心幸福職場	74



4 暖心 · 普惠社會

創新數位體驗	87
深化公平待客	92
關懷社會需求	99



5 關心 · 綠色環境

發展綠色經濟	115
--------	-----

6 附錄

GRI Standards揭露項目對照表	125
我國永續發展目標對照表	129
聯合國全球盟約 (UN Global Compact) 對照表	130
上市上櫃公司企業社會責任實務守則對照表	130
社會責任指引 (ISO 26000) 對照表	131
獨立保證意見聲明書	133

經營者的話

2019 年全球經濟發展充滿轉折，對企業永續經營帶來了挑戰。中國人壽在全體同仁努力下，繳出亮麗成績單，不僅稅後淨利 135.98 億元創下歷史新高、資產規模突破 2 兆元，連續五年獲「上市上櫃公司治理評鑑」最高級距排名 Top 5%、連續四年獲臺灣企業永續學院「TOP50 企業永續報告獎」金融與保險業最高殊榮肯定，更贏得國際最大線上報告平台 Corporate Register「全球年度最佳報告獎」Top 3 及亞洲知名永續諮詢顧問公司 CSR Works International「亞洲最佳永續報告獎」金獎，於全球金融業與臺灣各大企業中嶄露頭角。中國人壽接軌國際，不斷以更高標準要求自己，優化公司治理、誠信經營及落實風險控管，積極尋求開創與突破，在永續經營之路穩健前行。

2020 年全球面臨新冠肺炎 (COVID-19) 疫情衝擊，喚起民眾對公共衛生議題的關注；中國人壽秉持著「愛與關懷」的核心精神，第一時間啟動保戶關懷措施、也針對醫事人員及公司同仁提供加倍關懷加倍保障，並取消特定商品疾病等待期，陪伴民眾共度難關。面對疫情，中國人壽已啟動異地備援等風險因應機制，讓營運、服務不中斷，更積極發揮專業核心影響力，透過各項商品及服務，鼓勵民眾進一步做好自主健康管理，成為打贏這場抗疫作戰最堅實後盾。

根據聯合國貿易暨發展組織 (United Nations Conference on Trade and Development; UNCTAD) 發布的《2019 冠狀病毒疫情對全球貿易的影響》報告，疫情對全球產業及經濟帶來連鎖反應，未來將邁入以消費者需求為驅動力的新經濟時代。中國人壽深知大數據、人工智慧、演算法是未來的重要利基，因此積極推動「數位中壽」轉型，2019 年也達成多項重要里程碑，包括成為壽險業試辦行動投保人臉辨識身分認證的領頭羊，獲得金融科技新型專利，並藉由 IFRS 17 導入契機，建構可支援大數據分析之管理決策平台，不斷創新推升企業競爭力，透過科技的承載，傳遞有溫度的關懷，帶給保戶嶄新的服務體驗。

臺灣進入高齡化、少子化社會，中國人壽持續推動友善的普惠金融，除了微型保險、小額終老保險，2019 年底也推出國內首張、業界首創的特定身障者綜合險，讓高齡長者、身心障礙朋友及經濟弱勢族群都能享有基本保險保障；此外，亦積極投入「失智友善組織」，各地客服中心、電話服務中心踴躍參與「失智友善」線上學習課程並通過認證，提供有需要的客戶和家屬最適切的服務，並推出失智外溢保單，藉由主動倡議及作為，共同打造失智友善環境，善盡中國人壽企業社會責任。

嚴謹的公司治理與風險管理是中國人壽的核心競爭力之一，中國人壽秉持「創造保戶、股東、員工與社會最大的利益與價值，成為最值得信賴的保險公司」的長期願景目標，始終做好準備，為臺灣社會創造多贏局面，成為推動永續發展的前進力量。

董事長 Chairman

郭瑜玲 Yu Ling Kuo



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）2019 年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 2019 年 1 月 1 日至 2019 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 2019 年度期間。前一版報告書發行日期為 2019 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。



企業社會責任專區
<https://www.chinalife.com.tw/wps/portal/chinalife/CSR/home>

» 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 144 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。

Operation of Points 中國人壽服務據點



» 參考標準

本報告書依循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 (International Integrated Reporting Council, 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)、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 當責性原則標準所要求之重大性、包容性、回應性及衝擊性，且符合 GRI Standards 準則核心選項，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 分機 1050

傳真：+886-2-8770-7375

電子信箱：pr@chinalife.com.tw



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、環境各面向發展中國人壽的永續目標。中國人壽將秉持著「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。



▼ 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

臺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24 家分公司，2019 年底分支機構達210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 2,233 人
外勤人員 11,381 人

淨銷售額

339,115,451 仟元(營業收入)；
279,910,113 仟元(保費收入)

權益 142,669,561 仟元

負債 1,857,568,359 仟元

資產總額 2,000,237,920 仟元



詳細資訊請參酌本公司 2019 年年報
<https://www.chinalife.com.tw/wps/portal/chinalife/investor-relations/shareholder-service/shareholder-meeting>

2019 永續重點績效

公司治理
Governance

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(Principles for Sustainable Insurance, PSI)及責任投資原則(Principles for Responsible Investment, PRI)，永續作為接軌國際

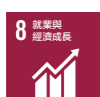


- 董事會女性占比達44%，落實性別平等原則



- 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286人，健全防制洗錢及打擊資恐文化

營運績效穩健成長



- 全年稅後淨利135.98億元、每股稅後盈餘3.20元創歷史新高，總保費收入為新臺幣2,799億元
- 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335億元
- 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%

綠色服務低碳經濟



- 主動響應支持氣候相關財務揭露(TCFD)，簽署加入TCFD Supporters，加強氣候變遷管理機制



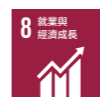
- 綠色採購金額達7,173萬元，較前一年度大幅成長265%
- 全面推動綠色服務流程，包含E-notice、E-service、電子保單及行動投保，共計節省用紙餘430萬張
- 內外勤職場能源密集度為36.16度/百萬元，較前一年度降低5.3%
- 供應商簽署企業社會責任承諾書，財物採購類及營繕工程類合格廠商簽署達成率100%
- 要求涉及個人資料蒐集、處理及利用之案件受託廠商簽署「廠商個資保護能力評估表」，簽署率達100%

環境
Environment

人才發展安心職場



- 推動60堂業務同仁三大系列職能銜接培育，並舉辦員工微學習活動，共組成25組讀書會



- 配合業務轉型專案，提升業務人員行動數位工具使用率達92%，提供業務同仁行銷、增員及處理行政事務的數位化支持，並提升業務主管輔導與經營管理能力
- 內勤同仁平均持有證照數為2.35張，較前一年度成長9.81%，持續成長
- 鼓勵員工平時多運動，以保持身心健康，舉辦員工「KEEP GOING」健走競賽，參加人次較前一年度增加20%

多元商品貼心服務



- 舉辦公平待客內部提案大賽，跨45部門共291人參與，總提案數379則



- 持續推動微型保險的安全守護網，服務投保人次超過2.2萬人
- 持續推動小額終老保單，累計投保人數逾23,000人
- 網路投保會員人數較前一年度成長26%
- 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%（滿分5分）

核心職能社會參與



- 採用國際標準量化公益落實價值，以倫敦標竿集團（London Benchmarking Group, LBG）模式^①管理與量化社會影響力
- 公益投入金額達1,916萬元，較前一年度成長27%以上，志工人次近3千人、服務時數逾1.8萬小時
- 公益創新化，多公益概念結合社會企業，獲得「TCSA臺灣企業永續獎—社會共融獎」，與經濟部中小企業處「Buying Power - 社會創新產品及服務採購獎」肯定；並推出偏鄉小學主題式懶人包，創造偏鄉小學話題關注度
- 讓行善力量持續傳散，與同仁攜手創造共同價值，連續11年舉辦愛心展售會，2019首度發行愛心公益點券，全臺超過7成同仁踴躍認購，並定期定額參與「愛心團GO」，全年同仁愛心認購金額超過200萬元
- 與同仁攜手創造共同價值，鼓勵同仁定期定額參與「愛心團GO」，總業績超過100萬元，並有超過5成同仁主動捐出團購商品，提供社福機構近60萬元之物資，讓近400位受照護者受惠

^① LBG模式為倫敦標竿集團(London Benchmarking Group)所創，透過量化社會參與專案之投入、產出及影響，以管理專案並展現企業對社會之貢獻。

社會
Social

2019 榮耀事蹟

- ★ 獲國際最大線上報告平台 Corporate Register 「**全球年度報告獎—最佳報告 (CRRA 2019 Best Report)**」，為全球唯一金融業，也是臺灣首家獲此獎項的企業。
- ★ 獲新加坡知名永續諮詢顧問公司 CSR Works International 亞洲永續報告獎 (Asia Sustainability Reporting Award, ASRA) 「**亞洲最佳永續報告獎 (Asia's Best Sustainability Report (Stand-alone))**」金獎，為臺灣金融業首家獲此獎項。
- ★ 2015 至 2019 年獲 「**上市上櫃企業公司治理評鑑**」TOP 5%。
- ★ 獲財團法人保險事業發展中心「**臺灣保險卓越獎**」、「**資訊安全推展卓越獎**」金質獎、「**人才培訓專案企畫卓越獎**」銀質獎。
- ★ 獲台灣企業永續學院頒發「**台灣 TOP 50 企業永續報告白金獎**」、「**台灣 TOP 50 企業永續獎**」、「**社會共融獎**」及「**透明誠信獎**」，共四項大獎肯定。
- ★ 入選「**臺灣永續指數**」成分股 (FTSE4Good TIP Taiwan ESG Index)。
- ★ 榮獲金管會頒發2019年度「**微型保險績效卓越獎**」。
- ★ 獲國際機構「英國標準協會(BSI)」肯定，頒發「**永續卓越獎**」。
- ★ 獲金融監督管理委員會「**金融服務業公平待客原則評核機制**」首次評比，壽險業第二名。
- ★ 獲《亞洲銀行及財金雜誌》(Asian Banking & Finance, ABF) 2019保險業亞洲獎(Insurance Asia Awards 2019)之年度最佳理賠創新獎(Claims Initiative of the Year)。
- ★ 入選彭博性別平等指數 (Bloomberg Gender-Equality Index, GEI)，為唯三入選的台灣企業之一。
- ★ 獲《現代保險雜誌》保險品質獎「**知名度最高**」及「**業務員最優**」雙項優等肯定。
- ★ 「超康泰自負額住院醫療健康保險附約A型」榮獲「**第6屆Smart保單評選**」之「**Smart推薦優質保單**」殊榮。
- ★ 連續四年獲臺北市政府頒發「**民間企業與團體綠色採購獎**」。
- ★ 獲選《**富比士雜誌**》全球兩千大企業(Forbes Global 2000)。
- ★ 獲《**天下雜誌**》2000大企業調查金融業第6名。
- ★ 榮登中華徵信所 2019年版臺灣地區大型企業排名TOP 5000，人壽保險業第6名。



中國人壽永續實踐

中國人壽長期重視企業永續發展，致力回應全球永續趨勢，追求利害關係人永續價值，前瞻性響應聯合國永續保險原則 (PSI) 及責任投資原則 (PRI)，將公司策略規劃及管理納入考量環境、社會及公司治理 (Environmental, Social and Governance, 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」等壽險價值鏈各環節，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

開發創新且符合民眾需求的商品，並定期檢視各項精算假設，包含考量投資報酬率、死亡率、罹病率、脫退率、費用率、匯率及稅率等 ESG 議題，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。

商品設計策略落實普惠金融，提供微型保險、小額終身壽險、失智預防等健康外溢商品、身障者專屬終身綜合保險等具有 ESG 價值之保險商品，以滿足不同人生階段、不同族群的多元需求，照顧弱勢並促進民眾身心健康，強化社會安全網。

» 銷售核保

依照「核保處理制度及程序」、「國際保險業務分公司 (Offshore Insurance Unit, OIU) 核保處理制度及程序」辦理核保作業，考量公司自身風險承擔能力，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，謹守公平待客原則。

主動提供消費者完整且正確之資訊，並定期查核相關銷售文件，如建議書、商品 DM，落實告知與揭露原則。

於核保流程加入洗錢及資恐風險評估作業，依據風險程度建立管控措施，以風險基礎方法辨識各項疑似洗錢表徵或資恐交易表徵，並透過系統比對輔助監控相關資訊，以利快速辨識可疑交易案件、採取相對應風險管控措施。

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 個人資料管理系統最新版標準，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，建立全面性的個人資料保護管理機制。

建立「預防挪保模型」，運用數據分析建立預防控管名單予以適當控管，並持續強化業務員遵循誠信、公平待客原則，力行相關培訓，依循一般道德、誠實信用及金融消費者保護之精神。

» 投資管理

資金投資運用除考量產業發展，更重視環境、社會責任、公司治理等企業永續經營因素，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，增進公司、客戶、股東及其他利害關係人之長期利益。

高度關注並定期檢視被投資對象的企業社會責任 (Corporate Social Responsibility, CSR) 績效與 ESG 議題表現，並納入投資政策，積極參與被投資對象之股東會及投票。

因應國際趨勢，建立投資往來對象評估政策，以落實防制洗錢及打擊資恐作業，強化投資安全性。

» 售後服務

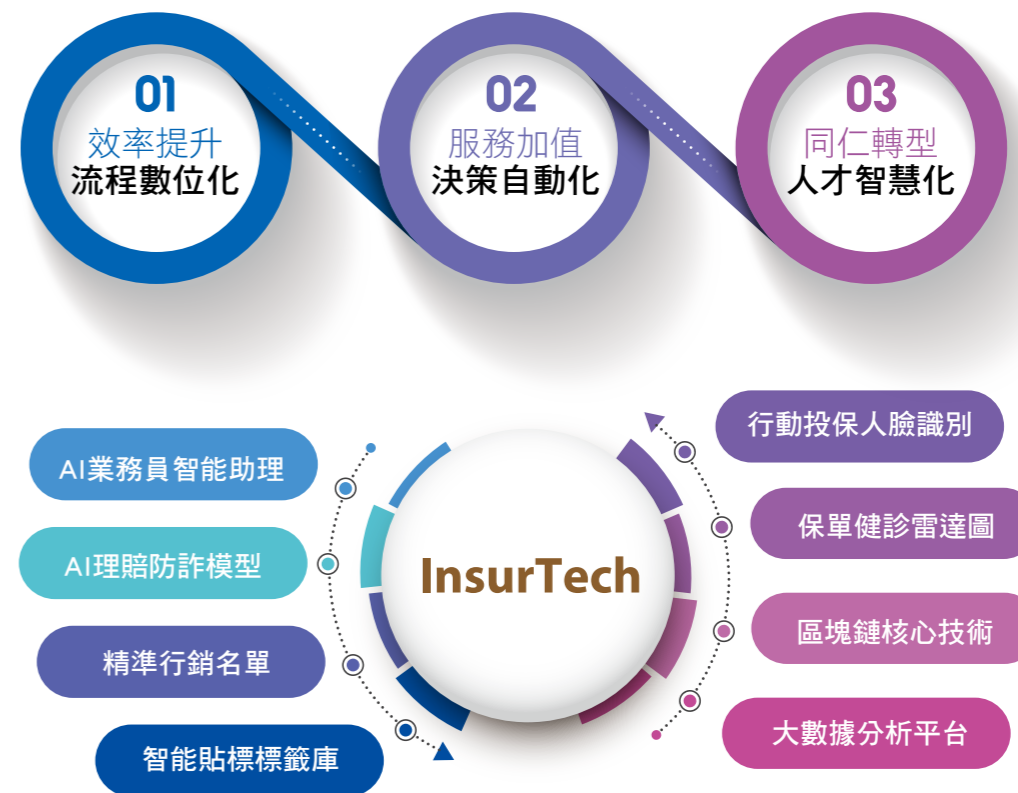
穩定、長期性地維繫客戶關係，提升客戶信賴度，即時回應並滿足保戶多元化的需求，持續提供客戶專業、貼心、有效率的服務。

透過理賠實現對保戶的承諾，持續提升理賠申請作業進度之透明度，被保險人可收到受理、結案簡訊，以及列明項目、金額、注意事項的給付通知書。更進一步推出「櫃台快速理賠服務」，結合 30 秒即時付款作業，陪伴保戶即時度過難關。



數位轉型躍進

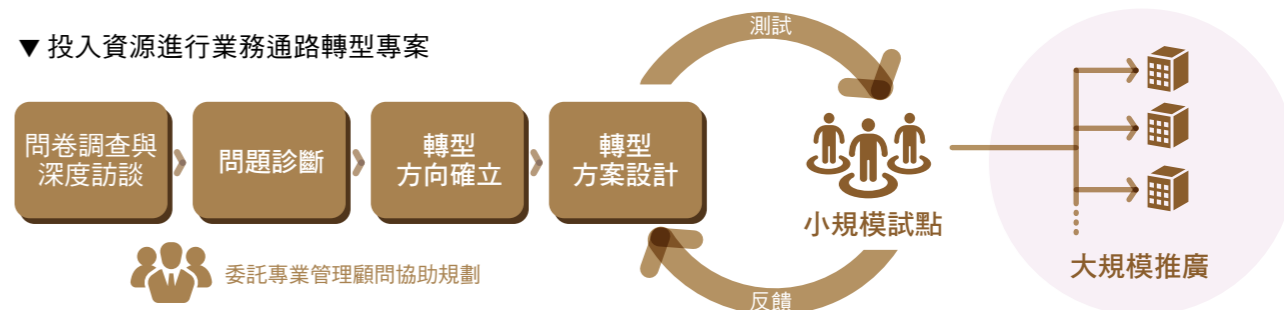
面對金融科技的衝擊，中國人壽推動數位轉型，結合既有業務與創新智能科技，強化業務效率與服務品質，並透過深度布局數位與數據基礎建設，採用「流程數位化」、「決策自動化」、「人才智慧化」三階段轉型經營策略。2019 年間，奠基於大數據分析平台、智能貼標標籤庫等技術建置，中國人壽開始轉彎超車，持續發展各項數位轉型核心技術，強化數位競爭力，打造以客戶為中心之數位體驗。



» 業務通路數位轉型

中國人壽自 2018 年開啟業務通路轉型專案，除規劃提升全體增員動能外，更著重強化新進業務同仁的選才及育才，以期達到組織質量俱進的目標；與此同時，為了進一步強化業務人員的行銷及增員競爭力，投入大量資源進行業務通路轉型專案，委託知名管理顧問公司設計相關轉型方案。

▼ 投入資源進行業務通路轉型專案



為達到「數位轉型」與「人才培育」的轉型目標，中國人壽開發 i-Agent 數位行動助理系統。2019 年 i-Agent 新登錄人數較去年度同期成長近 4 成，同步帶動轉型年輕化，新進業務同仁平均年齡下降 2-3 歲。



» 內勤團隊智能轉型

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、在職進修補助等管道，鼓勵並支持同仁在所屬專業領域積極升級，接軌數位化。轉型實體訓練總費用近 155 萬，訓練人次達 506 人次、共計約 5,140 小時，其中非管理職同仁相較管理職同仁在受訓費用、人次、時數之比例皆為 1:1。

面對金融科技浪潮，中國人壽在總經理的帶領下，偕同高階主管及技術專家完成為期 6 個月的 AI 人工智慧「經理人週末研修班」及「技術領袖培訓班」，由上而下引領積極新思維與數位轉型，2019 年共培養 11 名 AI 人工智慧專家，總受訓時數逾 1,664 小時。

為促進產學及跨界交流，隨時掌握國際金融科技新知，2019 年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 DELL、Gartner、SAS、IBM 等國際科技大廠的全球研討會，充實新知並借鏡他國實例應用，與時俱進。

另針對同仁在職期間研習特定科技領域的學程或碩士課程，更提供學費及學雜費補助，以實質方式鼓勵個人提升科技創新能量，帶動企業科技創新氛圍。



» 整體企業思維轉型

除了創新技術與業務執行上的轉型，中國人壽首要重視企業的本體——「人」——尤其壽險業為「以人為本」的事業，唯有實踐整體企業「人」的轉型、帶動上下思維與文化的變革，技術與業務系統的轉型始有意義，而非淪為形式。中國人壽形塑「愛與關懷」的企業文化，讓同仁樂於分享技術與業務轉型的心得，提升同仁向心力及部門凝聚力，強化各單位轉型方針，帶領同仁在轉型的浪潮下不畏改變、提升技能。



內部溝通訊息

因應數位時代視覺化資訊傳遞趨勢，中國人壽打造獨特的「影音圖像溝通」模式，安排 80 名主管參與拍攝，結合多媒體運用與輔助字卡及時下流行元素「梗圖」為宣傳主視覺，製作約上百則的影音圖像宣傳素材，搭配趣味性文字，吸引同仁眼球且有助快速了解影片訊息。影音圖像訊息發布於企業各社群管道，讓同仁對轉型留下深刻印象成功傳遞職場溫馨氛圍。





1

初心 永續領航

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。

落實企業社會責任，深植企業永續理念

2019 ESG 目標及達成情形

- 進行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%

2020 ESG 目標

- 持續進行永續觀念線上課程教育訓練，內勤同仁完訓率 100%。

管理方針

重大主題 永續策略

承諾	<ul style="list-style-type: none"> · 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「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」之願景。
政策／管理系統	<ul style="list-style-type: none"> · 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	<ul style="list-style-type: none"> · 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	<ul style="list-style-type: none"> · 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，2019 年 ESG 目標達成率為 100%。 · 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。

建立永續基石

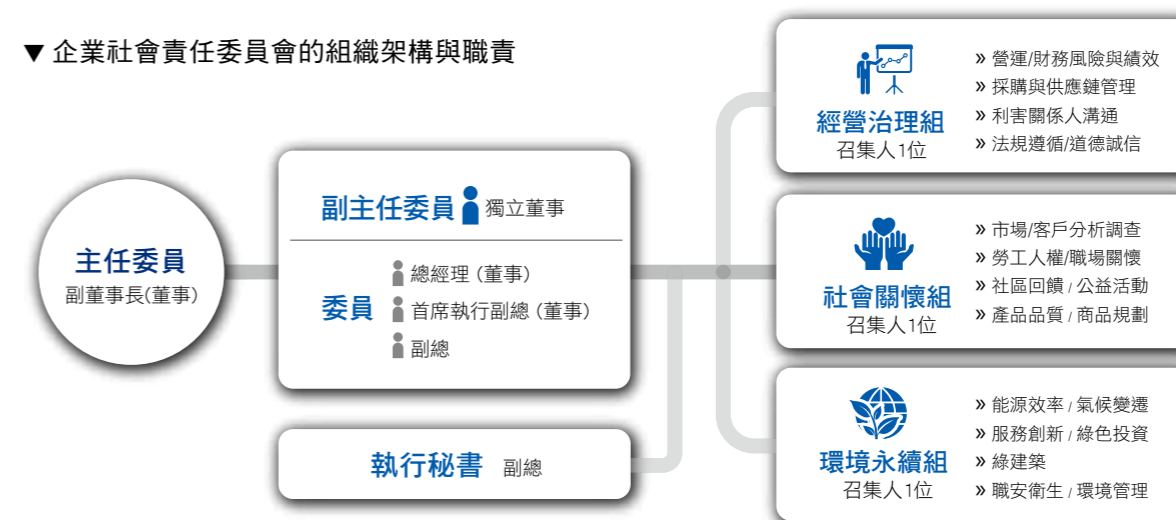
邁向永續

「中國人壽企業社會責任委員會」成立於 2014 年，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衝擊，以前瞻策略推動環境、社會及公司治理 (Environmental, Social and Governance, ESG) 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^①，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，確保所委任功能得以充分發揮。

2019 年召開 2 次委員會，會議內容包含追蹤並檢視各項 ESG 目標執行進度及成效、擬定中國人壽 2019 年企業社會責任報告書架構與重大性議題矩陣圖、訂定 2020 年度 ESG 目標等。

▼ 企業社會責任委員會的組織架構與職責



▼ 企業社會責任委員會推動重點



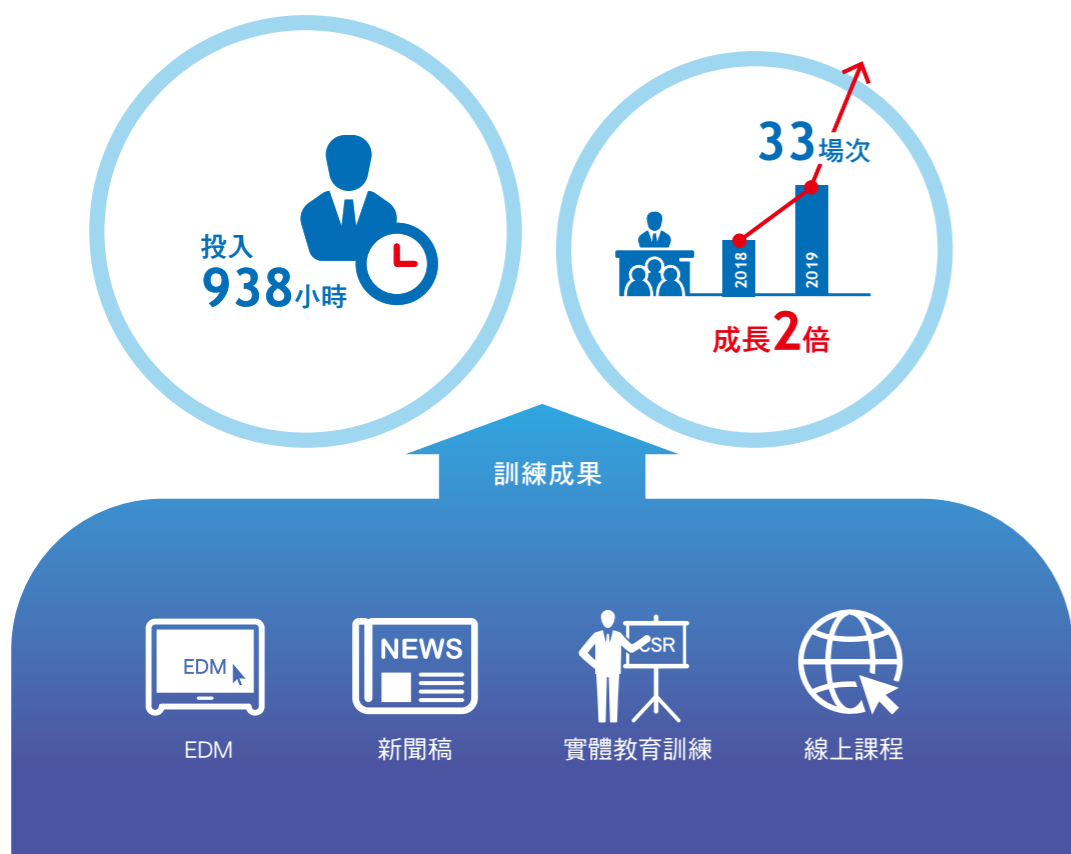
^① 郭瑜玲前副董事長於 2020 年 3 月 4 日董事會獲全體董事推舉為本公司董事長，並續任中國人壽企業社會責任委員會主任委員。

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。

「中國人壽企業社會責任報告書」已連續 4 年獲得臺灣企業永續學院「臺灣 Top 50 企業永續報告獎 — 金融與保險業」最高榮譽獎項，累計獲得 14 項大獎肯定；更於 2019 年榮獲國際最大線上報告平台「全球年度報告書獎 (Corporate Register Reporting Awards, CRRA)」的「最佳報告 Top 3」，該獎項開辦 13 年來首度有臺灣企業獲此獎項，也是全球唯一獲獎金融業代表，另亦榮獲「亞洲永續報告獎 (Asia Sustainability Reporting Award, ASRA)」的「亞洲最佳永續報告獎」金獎，在在展現中國人壽永續經營成果，報告書已達國際水準。

» 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。



CSR教育訓練管道

堅守永續價值

機會挑戰

因應外部環境的劇烈變動，如何辨明國內外法規、科技技術、社會人口結構、氣候變遷帶來的機會與挑戰成為企業營運重點。中國人壽隨時鑑別大環境下的風險與機會，以即時控管風險、抓緊機會，甚至化危機為轉機，蓄積永續發展動能，並提供利害關係人更完整的資訊與服務。

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
- 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

- 積極響應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政策，依保戶需求、市場狀況規劃及推動保障型商品，提高國人保障。
- 掌握高齡化趨勢，響應政府提供基本保障政策，除持續推動小額終老保險外，另針對公教族群開發專屬小額終老保險，以建構公教基本安全防護網。
- 發揮壽險專業核心職能，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，進而降低損失率，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。
- 推動普惠金融政策，除積極推動微型保險外，更提倡金融友善服務，為身障族群開發專屬綜合保險商品，讓弱勢族群提供保險保障。

治理

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。
- 持續檢視監控型態及金額、頻率門檻，以提升可疑交易申報之品質及強化阻斷犯罪之效能。
- 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。
- 實施分群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等相關專業證照，落實並持續提升防制洗錢及打擊資恐之效能。

資訊安全議題

外部環境機會與挑戰

- 全球網路安全、隱私、公有雲、雲端業者管理、地緣政治、人工智慧以及氣候變遷等非金融風險的挑戰持續加劇。面對難以預測的資安威脅，如何強化資安韌性成為企業發展的重要關鍵。

中國人壽因應作為

- 規劃建置三級資安防護架構，強化資安韌性，以因應複雜的資訊安全風險環境。
- 優化資安第一級防護，提升資安防護成熟度，強化事前預防及有效防護能力。
- 建立資安第二級防護，建置資安監控及事件分析處理機制，以更即時的方式面對及處理各式各樣的資安事件。
- 強化資安第三級防護，成立資安應變團隊，透過培訓及演練加強資安事故應變能力。

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。
- 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，因應日漸成熟的保險科技技術、不同以往的消費場景與服務需求，壽險業面臨數位轉型挑戰。
- 保險詐欺組織與集團式犯罪比例增加，甚而假金融科技之名、行詐欺或網路犯罪之實。理賠案件上，以人力判斷案件風險耗力費時，隨著金融科技不斷進展，迫使保險業必須迎頭趕上。

中國人壽因應作為

- 國內唯一獲主管機關認可，率先取得核准金融試辦智能身分確認機制，兼顧技術及風險可控原則，將人臉辨識技術應用於投保流程中。
- 推動數位轉型，打造以客戶為中心之數位體驗，掌握保戶新型態服務需求並配合法規開放，以人工智慧及大數據等數位科技為核心，推動生物辨識、智能機器人等專案，優化客戶服務體驗與提升業務員服務效率。
- 投保更便捷，新增指紋辨識、臉部辨識登入使用行動投保，並持續提升使用率，與合作通路共同開發行動投保模式。
- 提升照會處理效率，分階段建構 e 化新契約作業流程，配合行動投保，讓業務員及保戶透過行動載具線上回覆照會。
- 提高風險異常理賠案件有效識別及調查命中率，啟動理賠防詐模型建置專案，運用大數據分析方法，提升調查破案率，並推出 30 秒 eACH 即時付款系統。
- 持續增加視訊生調使用率，提升保戶便利性。

人口結構改變議題

外部環境機會與挑戰

- 根據內政部統計，臺灣人口結構型態正式進入高齡社會，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。
- 臺灣社會面臨少子化、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

- 建構各族群基本保障防護網，持續推動小額終老保險，並分別開發網路投保及公教族群專屬之小額終老保險，以及外幣配置之小額保障商品，以響應政府強化高齡化與基本保障政策。
- 運用保險專業核心職能，促進保戶自主健康管理，持續規劃、開發具健康管理保險商品，藉由保額回饋的誘因，鼓勵保戶培養良好運動習慣，進而喚醒保戶事前預防，強化保戶健康觀念，達到多贏的目的。
- 推出壽險業界首創身障者專屬綜合型保險，積極落實金融友善服務措施，以減輕身障者投保負擔並彌補保障缺口。為服務年長者或身心不便之保戶，於臺北、桃竹、臺中、嘉義、臺南、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。
- 本公司企業網站金融友善服務無障礙網頁專區，取得國家通訊傳播委員會 (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

- 城鄉發展差距大，衍生經濟、資源弱勢兒童面臨隔代教養、家庭機能失調、文化弱勢、生活物資不足等問題。

中國人壽因應作為

- 增加偏鄉孩童自信及校方的資源，以期縮短城鄉發展差距，「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。發掘臺灣在地美好，激發學童創造力，積極推動「愛就 GO 玩美力計畫」，從「美學」角度出發，結合社會企業、藝術家資源，課程設計融合在地元素與特色，鼓勵學童發揮想像力。
- 讓偏鄉孩童奠定良好食育觀念，進而成就友善環境之根基，由推動食農教育以達到推廣之目的並透過定期提供友善環境的小農水果予偏鄉小學及育幼院，為食安綠學堂雙公益產生綜效。
- 擴大行善動員能量，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，並持續贊助「俠客 CEO」計畫，扶植大專院校學生至偏鄉進行食安或環保相關服務性活動，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。

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，未來極端氣候將頻繁發生；近年來臺灣高溫日數增加，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，亦可能造成部分作物盛產，造成浪費。
- 全球綠色消費潮流興起，環境保護意識抬頭，消費者與民眾更加重視購買的產品與服務是否符合永續發展原則。

中國人壽因應作為

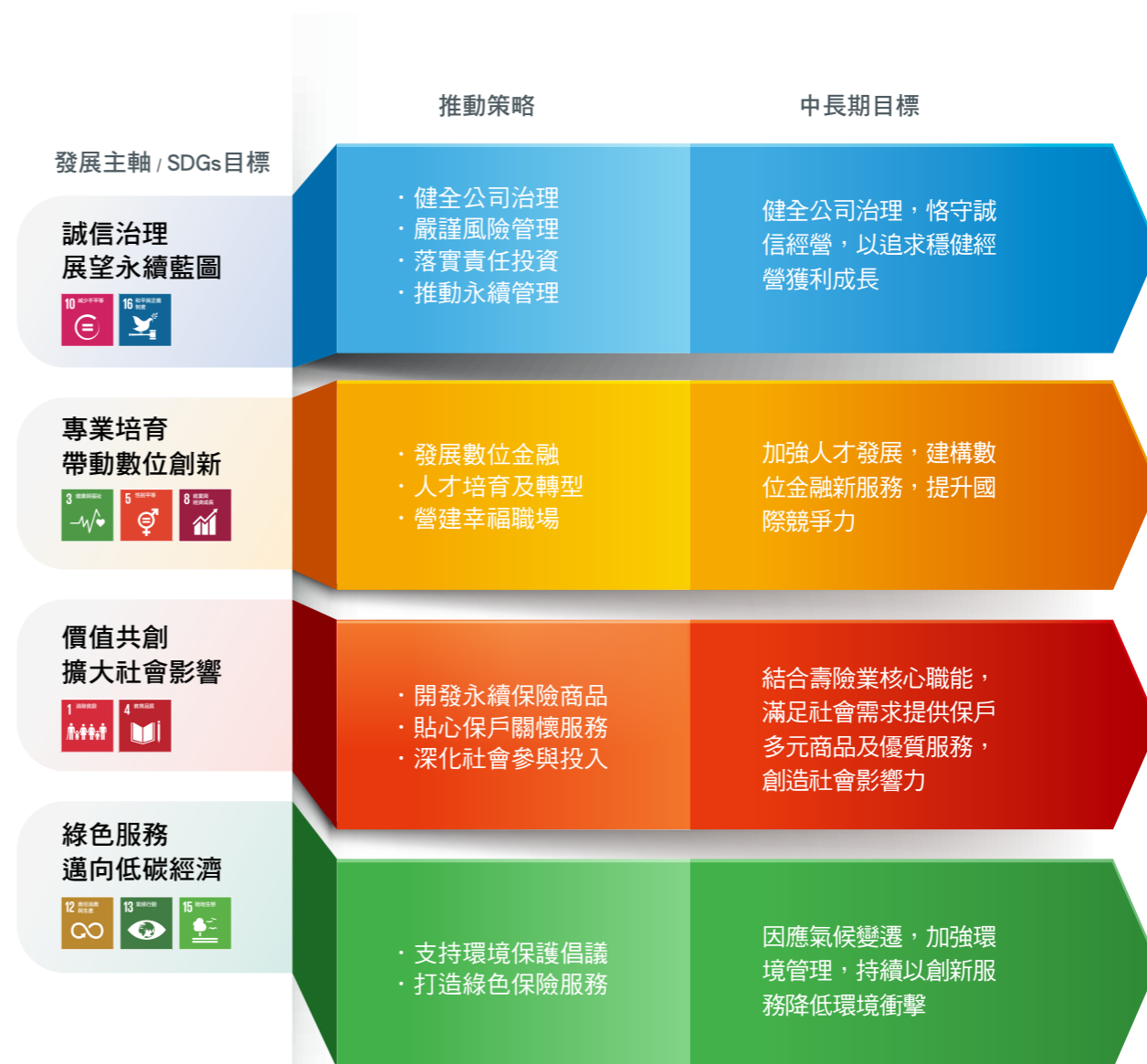
- 為期於重大災害發生時，能對保戶傳達更快速、貼心及便利之關懷，本公司擬定「重大災害事件保戶服務關懷措施處理程序」作為重大災害時處理規範，協助受災的保戶順利度過難關。
- 對同仁進行環境議題認知宣導，提倡節能減碳，並積極響應政府綠色採購政策，持續採購環保標章產品，建立低碳營運環境，降低對環境之衝擊。
- 讓食物價值升級，推動「食在好」活動，推廣「食當季」的概念，跟著節氣吃，讓食材的新鮮及營養價值能充分被利用。
- 讓友善環境理念在臺灣紮根，長年舉辦「愛心展售會」、「食安綠學堂」及「愛心團GO」等活動，進行友善環境小農產品之展銷，以實際購買行為，支持農民友善環境耕作方式，維持其收入穩定。
- 行動投保進件率已逾 9 成，大幅減少紙張使用造成的環境衝擊。



永續策略

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。中國人壽秉持「We Share We Link」的核心價值，發展永續經營精神，運用本業專業職能的優勢和資源，發揮社會正面影響力，為保戶、股東、員工及社會創造長期的最大利益。

連結聯合國 17 項永續發展目標 (Sustainable Development Goals, SDGs) 及我國永續發展目標，中國人壽擘劃四大永續發展主軸「誠信治理」、「專業培育」、「價值共創」及「綠色服務」，進一步回應全球永續發展的需求，讓世界更美好。



最值得信賴的保險公司

2019年資本投入

2019年資本產出



財務資本

資本額：**44,636** 佰萬元
資產總額：**2,000,238** 佰萬元

稅後淨利：**13,598** 佰萬元
保費收入：**279,910** 佰萬元
每股稅後盈餘：**3.2** 元



人力資本

校園徵才場次：**6** 場次
儲備幹部招募人數：**3** 人
非主管職平均福利費用：**1,173,779** 元

內勤員工人數：**2,233** 人
外勤員工人數：**11,381** 人
內勤員工留任率：**86.9%**
外勤員工留任率：**83.21%**



智慧資本

內勤教育訓練總時數：**59,388** 小時
外勤教育訓練總時數：**641,859** 小時
教育訓練費用：**36,061,570** 元
專業證照考試費補助費用：**36,061,570** 元
Fintech投入(或優化)成本：**7,604** 萬元
i-Agent投入成本：**6,500** 萬元

平均每人持有證照數：**2.35** 張
網路投保保費收入：較2018年成長**36%**
網路會員人數：**19** 萬人
行動投保使用率：**93.6%**
視訊生調執行次數：**771** 次
i-Agent使用率：**%**



社會資本

客服中心來客數：**96,862** 人次
愛心服務櫃台來客數：**610** 人次
電話服務接通率：**96.06%**
公益投入金額：**1,916** 萬元
企業志工投入時數：**18,965** 小時
公益活動場次數：**100** 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分以上(5分制)：**100%**
微型保單服務人數：**21,595** 人
公益合作單位數：**68** 間
公益活動受助人次：**30,738** 萬人次



自然資本

綠色採購：**7,173** 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：**162** 坪

總用電量：**12,261,969** 度
總排碳量：**4,307** 噸CO₂e
總用水量：**40,209** 度
廢棄物回收量：**86,502** 公斤
推動綠色服務減少用紙量：逾**430** 萬張
機房節能成效：PUE **1.61**

深耕永續關係 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，遵守主管機關之規範

關注議題 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
 - 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

- 2019 年溝通績效**
- 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 2 次
 - 參與「保險業內部稽核座談會」，進行研討溝通
 - 向主管機關申報稽核計畫及執行情形等監理資料
 - 與金管會保險局召開「試辦業務討論會議」共 4 次



合作通路 | 與各個通路培養密切關係，提供優質商品打造雙贏合作模式

關注議題 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
 - 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

- 2019 年溝通績效**
- i-Agent 等數位諮詢專線共計接受 3,063 筆諮詢服務
 - 合作通路共有 124 家，包括經紀代理、銀行及證券
 - 行動投保使用率平均每月以 10% 穩定成長
 - 分別與玉山銀行及華南銀行合作網路投保業務，上架利率變動型年金保險在其電商平台
 - 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



股東或投資人 | 經營績效穩健成長，並進行嚴謹的風險管理，創造股東最佳價值

關注議題 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

- 2019 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，達外資股東權數 7 成以上
 - 舉辦年度法人說明會 1 場
 - 參與外辦法人說明會及海外路演共 5 場
 - 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
 - 參與金控母公司舉辦 2 場「金控公司及子公司稽核主管會議」及 1 場「金控母公司獨立董事與稽核人員座談會」，進行溝通檢討



員工 | 員工為公司最重要的資產，提供良好培訓計畫及具競爭力的薪酬福利

關注議題 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
 - 每季舉辦勞資會議
 - 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流程，並依勞動檢查法相關規定辦理

- 2019 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，針對勞工動態、業務概況、勞工相關事項進行報告及充分溝通與討論
 - 內勤勞動檢查案件共 1 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留言共計 1,597 件，平均回覆天數 1.27 天



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

關注議題 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

- 2019 年 溝通績效**
- 一般服務櫃檯滿意度 4 分以上達 99.9%
 - 愛心服務櫃檯服務滿意度 4 分以上達 100%
 - 企業網站訪客人數達 180 萬人，總瀏覽量逾 345 萬；網路投保專區訪客人數達 73 萬人，總瀏覽量逾 220 萬
 - 企網留言數共計 4,368 則，較前一年度近 3 倍
 - 發送會員 eDM 共 62 次
 - 保戶電子報發行 12 次，共 68 篇文章
 - Facebook 超過 2.7 萬人次追蹤、Instagram 超過 1,700 人次追蹤
 - 為推動商品上線並結合社會時事，提供 48 篇新聞稿或採訪稿，平面報導 93 次、網路報導 393 次
 - 專案件有效保單申請團網服務系統之申請率達 56.7%
 - 為提升卡安心電話投保旅平險更便利之投保服務，新增「卡安心會員預約投保旅平險服務」，申請件數共 699 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

關注議題 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**
- 參與壽險公會洗錢防制政令宣導及教育訓練
 - 參與研討會及實體討論會議
 - 配合保險公會提供相關資料
 - 透過電話、電子郵件、公文 (函) 或會議進行日常聯繫

- 2019 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



媒體 | 與媒體維持良好互動，主動提供相關新聞稿件，以強化品牌形象

關注議題 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
 - 舉辦媒體餐敘

- 2019 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 95 篇，主動發稿創造之媒體聲量達 1,484 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 798 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
 - 中國人壽於平面、雜誌、網路媒體總聲量達 7,014 則
 - Facebook 及 Instagram 發布貼文 425 篇，主動創造社群媒體曝光，強化品牌聲量，觸及 6,450,839 人次
 - 企網發布新聞稿訊息，以壽險專業促進社會風險管理意識，秉持「愛與關懷」的企業核心精神，傳遞推動數位創新及轉型，帶動有感保險體驗，以及得獎榮耀、永續作為等訊息，提升企業品牌形象



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，以感恩的心回饋社會

關注議題 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**
- 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
 - 與公益單位合作，舉辦相關教育訓練

- 2019 年
溝通績效**
- 與臺灣失智症協會合作，成為首家納入「失智友善組織」的壽險公司，客服同仁共 559 位全數完成失智友善線上學習系列課程
 - 與 68 個公益單位合作、共舉辦 100 場次公益活動，受助人次達 30,738 人次
 - 公益投入金額 1,916 萬元、志工服務時數 18,965 小時



供應商或承攬商 | 積極進行供應商管理，並與供應商共同遵循實踐社會責任承諾

關注議題 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

- 2019 年
溝通績效**
- 綠色採購金額 7,173 萬元，並連續 4 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，善盡投資責任，以提高長期的投資效益

關注議題 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

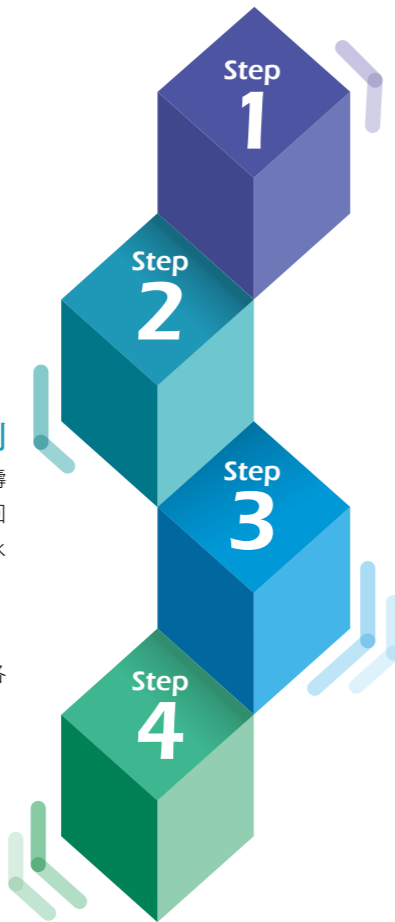
- 溝通管道**
- 持續參訪與追蹤被投資公司包括參與股東會、追蹤財務報表及關注社會議題，並出具研究報告予管理階層

- 2019 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

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永續議題，並進行重大性風險評估。依照重大議題分析流程執行利害關係人議合作業，並參考利害關係人及公司高階主管意見，並經企業社會責任委員會及董事長最終確認，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



永續議題更新

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，完整包含公司治理、環境與社會三大面向

重大議題識別

依照利害關係人鑑別結果，中國人壽各單位對內外部利害關係人發放及回收問卷，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

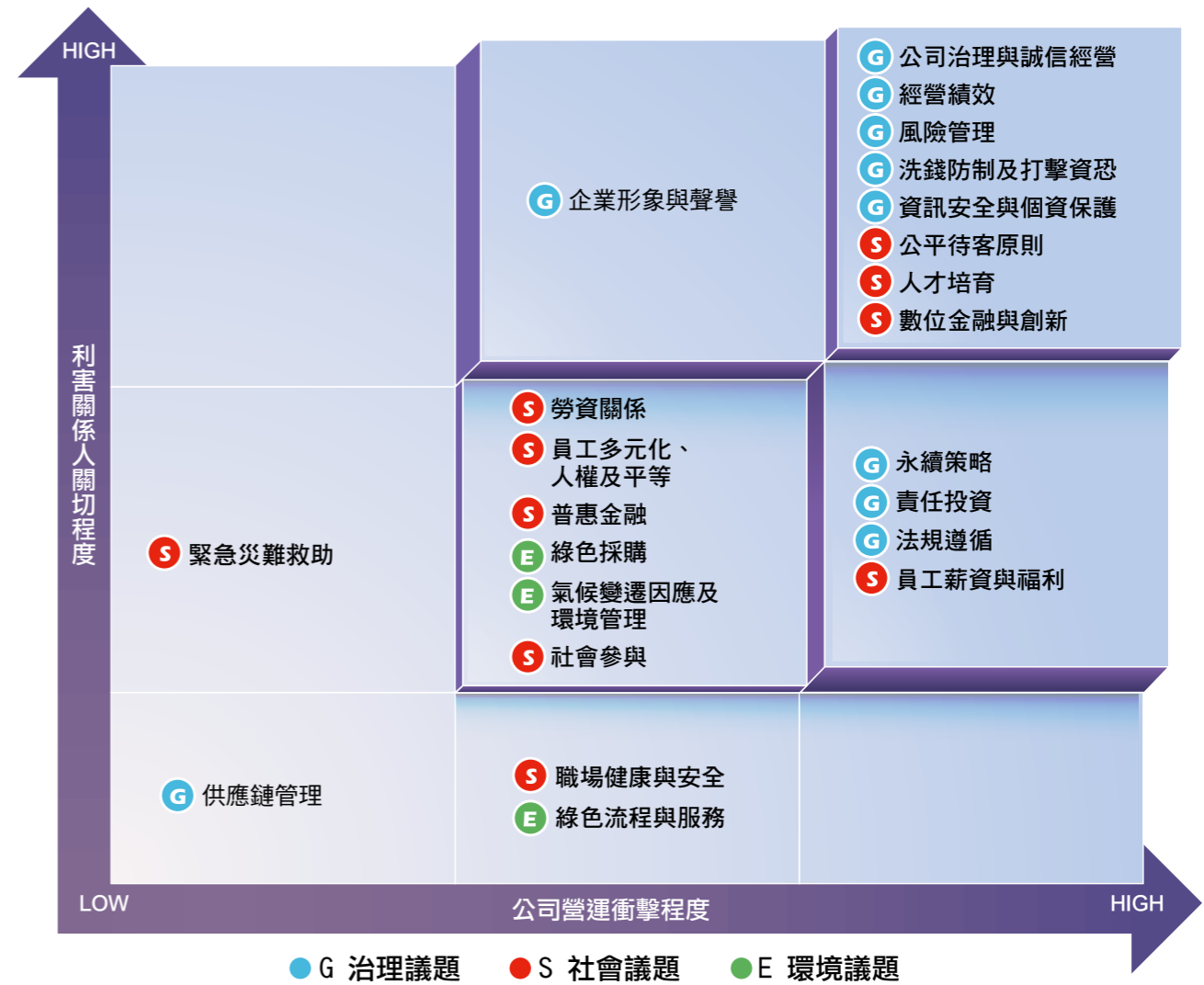
對應主題與建立管理方針

中國人壽針對所鑑別出之重大議題，對應GRI Standards重大主題，並且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

重大議題確認

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2019年重大議題矩陣圖之繪制，並篩選出13項重大性議題

2019 年重大議題矩陣圖



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	重大風險評估及績效指標	價值鏈					回應章節	回應頁碼
				中國人壽	保戶	供應商 / 承攬商	合作通路	投資對象		
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，以具體作為落實企業社會責任	定期透過重大性分析了解環境、社會與公司治理等永續風險，並設定短、中、長期目標加強管理	●	●	▲	▲	○	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	誠信經營委員會定期監督公司相關風險，並設定全體員工誠信宣導完訓率達 100% 之目標	●	○	▲	▲	○	CH2	43 - 49
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	重視保戶及利害關係人權益，開發多元化滿足顧客需求之商品，並拓展多元化與貼心服務，確保企業長期經營優勢	●	○	▲	▲	○	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	建立完善風險管理政策及組織，並以經營風險儀表板定期檢視並修訂風險指標與準則	●	○			○	CH2	52 - 53
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及個人資料保護管理系統，以最嚴謹的態度面對資訊安全與個資保護，確保個資隱私不外洩，讓保戶安心	設立資訊安全委員會及個人資料保護委員會，持續監督整體機制運作可行性，並達到全年無重大資安及個資事件之目標	●	●		▲		CH2	56 - 58
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	建構完善的法令遵循風險評估機制，每年定期辦理法遵風險評估，以有效提升法遵風險監控並因應日趨嚴格的金融監理趨勢	●					CH2 CH5	59 - 60 114
	社會經濟法規遵循			●	○		▲		CH2	59 - 60
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	就公司治理、制度設計、控制與程序、風險管理與獨立稽核等五面向，建置防制洗錢及打擊資恐之風險管理架構	●	○		▲	○	CH2	54 - 55
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	於內部推廣企業願景並形塑企業文化，要求每位員工在日常工作中予以落實	●	●		▲		CH2	43 - 49
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	出具投資月報，檢討被投資公司之財務狀況與企業社會責任，並追蹤營運狀況，呈核高階主管審閱	●	○			●	CH2	50 - 51

治理

社會

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	將人才發展落實在「選、育、用、留」的人力資源管理流程，並培育符合數位金融時代需要之人才	●	○				CH3	65 - 73
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	制定人權政策，貫徹平等及多元精神，並營造和諧的職場環境。	●					CH3	79 - 80
	勞雇關係			●					CH3	74 - 80
	員工多元化與平等機會			●					CH3	75 - 76
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	成立公平待客委員會，定期將公平待客相關措施彙整及呈報董事會審閱	●	●		▲		CH4	92 - 98
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	發展數位金融藍圖，從人員、科技及流程面向推動數位轉型，鞏固金融科技浪潮下的企業競爭力	●	●	▲	▲		CH4	87 - 91

註：●代表直接衝擊，○代表促成衝擊，▲代表商業關係

2

革新 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

2019 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

2020 ESG 目標

- 參與一場次 ESG 投資相關論壇，以實際行動支持責任投資原則 (PRI)
- 納入 CSR 評估之投資研究報告比例達率 100%，作為投資決策之重要評估標準之一
- 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

健全公司治理與誠信經營，實現利害關係人承諾

2019 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
- 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

2020 ESG 目標

- 持續配合主管機關辦理上市（櫃）公司治理評鑑
- 將公司治理、環境及社會 (ESG) 議題納入董事會內部績效評估項目
- 為展現公司治理及誠信經營作為，辦理誠信經營委員會年度內部績效考核
- 為落實公司治理並強化本公司董事會運作效能，將辦理每三年執行一次的董事會外部績效評估
- 持續進行新保戶及既有帳戶盡職審查，並完成首次申報

強化資訊安全及個資保護，保障保戶權益

2019 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 13 場個人資料保護教育訓練課程
- 為防範資安漏洞、提升資安意識，除加強新興科技上線前之程式驗證、架構審查外，亦建立資訊安全事故應變程序，執行 3 次資安應變模擬演練

2020 ESG 目標

- 持續推動 PIMS 並通過第三方驗證單位審查
- 持續辦理個人資料保護認知教育訓練並通過認知測驗，完訓率達 100%
- 透過外部專家進行 1 次資安攻防演練，以提升應變及處理外部資安攻擊的能力
- 持續建置並確保各類型資安防禦系統之有效性，委請外部專家進行資訊安全整體執行情形評估作業，並持續出具資訊安全聲明書
- 中國人壽「Keep Going」行動 APP 持續通過 APP 資訊安全檢測並取得 MAS 標章

完善防制洗錢及打擊資恐作業，有效風險控管

2019 ESG 目標及達成情形

- 對各階層同仁舉辦多元化之防制洗錢及打擊資恐教育訓練共 92 場，且內外勤同仁受訓比達 100%

2020 ESG 目標

- 防制洗錢及打擊資恐專責單位人員 100% 取得國內、外防制洗錢及打擊資恐證照
- 保經代合作通路 100% 合約完成約定遵循洗錢防制要求。

管理方針

重大主題 經濟績效、產品組合、企業形象與聲譽

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。嚴格要求私募基金之合規性，包括資產管理規模、公司成立時間、績效等。對於資金專案運用之投資，除須符合法令規定，更設定以 5+2 產業及公共事業為投資對象，協助國內產業發展。
- 秉持「愉悅、準確、熱忱、及時、獲得客戶認同」五大服務理念，規劃「服務大使選拔活動」辦法，建立服務典範，深耕服務文化，藉由「有溫度的服務」，提升企業形象並滿足客戶需求。
- 重視股東權益，維持資訊揭露的透明度，並秉持平等對待股東的原則，提供良好的溝通管道。

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。
- 私募基金需取得顧問之推薦且合乎壽險業投資私募基金之規定，並經內部完成評估流程；資金專案運用之投資除完成內部評估外，應提報董事會討論。
- 為提升服務品質、落實客戶資訊安全維護，訂有「服務大使選拔活動辦法」、「來電諮詢暨個資控管遵循手冊」，展現公司「We share We link」始終以人為核心的企業精神。

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、企業網站諮詢留言、FB 諮詢留言、書面郵寄或傳真等客服及客訴管道，由專責單位進行溝通。

評量機制

- 2019 年資產規模突破 2 兆元、市值 1,143 億元，總保費收入達 2,799 億元、稅後淨利達 135.98 億元，每股稅後盈餘則為 3.20 元。
- 善盡投資人盡職治理原則，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%。
- 每月評估各項投資案之投資績效、每季檢討各投資案的營運績效，並定期向董事會報告資金辦理專案運用之績效。
- 為強化服務品質，持續進行人工外撥滿意度調查，以即時了解客戶感受、線上問題解決狀況及整體服務表現。2019 年全年度平均滿意度成績 4 分以上達 100% (5 分制)。
- 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」，建立服務典範以深植優質客服文化，2019 年共完成 4 次滿意度票選，選拔出 49 位服務大使。

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，對於本公司資訊系統暨所儲存、處理、傳遞或揭露之資料作周全保護與防範，以杜絕毀損、失竊、洩漏、竄改、濫用與侵權等事件發生。

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」。
- 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」，以積極落實防制洗錢及打擊資恐之成效。
- 審慎評估及檢討防制洗錢及打擊資恐內部控制制度執行情形，出具防制洗錢及打擊資恐之內部控制制度聲明書，並提報董事會通過，於每會計年度終了後三個月內將該內部控制制度聲明書內容揭露於本公司網站，並於金管會指定網站辦理公告申報，揭露整體防制洗錢及打擊資恐內部控制制度執行情形。
- 與公司有業務往來之業務員、廠商及其員工、臨時雇員，需遵循公司「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。
- 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，連續兩年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，以利高階管理階層瞭解本公司曝險情形。
- 誠信經營委員會每年查核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，以瞭解其運作情形。
- 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、每年辦理資訊安全管理政策辦法年度審閱、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，持續維持 ISO 27001: 2013 資訊安全驗證。2019 年本公司未發生資訊安全重大事件，並獲得「臺灣保險卓越獎」資訊安全推展卓越獎項金質獎。
- 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 BS10012 標準第三方審查作業，以持續提升本公司個資保護管理能力，2019 年本公司以無缺失通過第三方複審。

穩健公司營運

穩健發展

中國人壽以誠信經營為企業核心價值，持續在風險管理政策的基礎及架構下，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典範為目標。

中國人壽堅守六大通路平衡發展策略，配合各通路獨有特性，推出差異化商品，並進行數位化轉型，提升競爭力，以滿足客戶對於保障、醫療、投資與資產配置之多元需求，冀望締造公司、保戶雙贏的局面。

▼ 六大通路發展策略



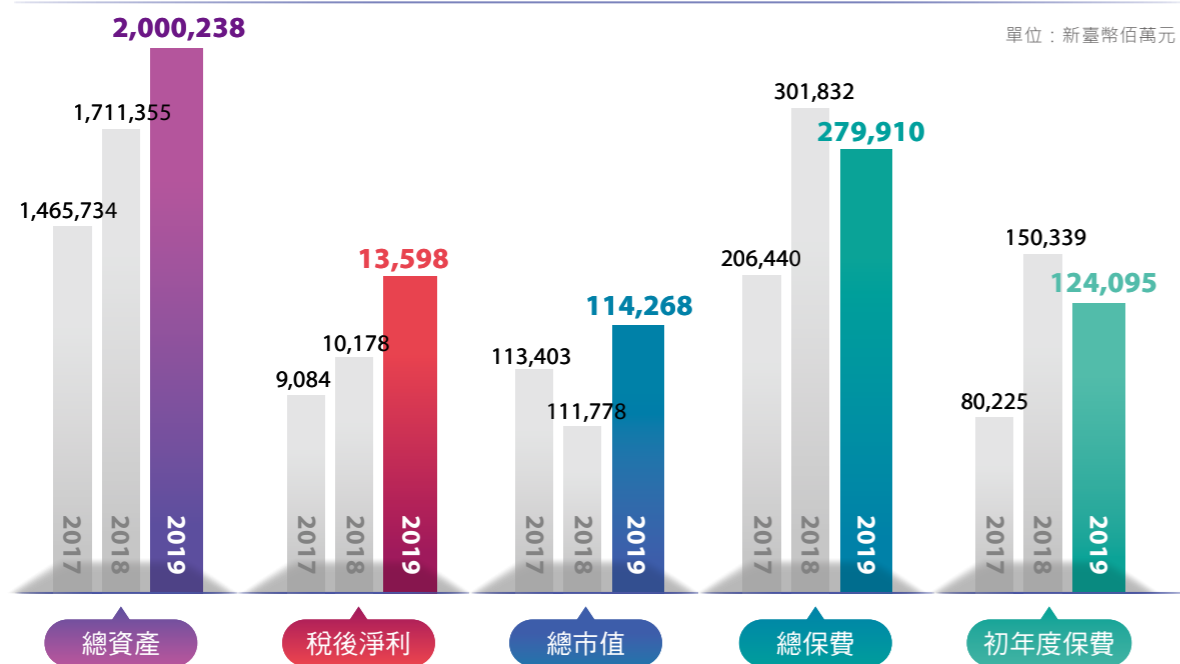
經營績效及財務表現

中國人壽 2019 年新契約保費收入為新臺幣 1,241 億元，總保費收入 2,799 億元，盈餘再創新高，稅後淨利達 135.98 億元，較 2018 年成長 34%，每股稅後盈餘為 3.20 元，市值 1,143 億元，至 2019 年底總資產突破 2 兆元。近五年期間，新契約保費收入及稅後淨利成長近五成，總保費收入及總資產成長更逾六成，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。

重要財務績效指標

① 統計週期為當年度 1 月 1 日至 12 月 31 日止



各險別之保費收入



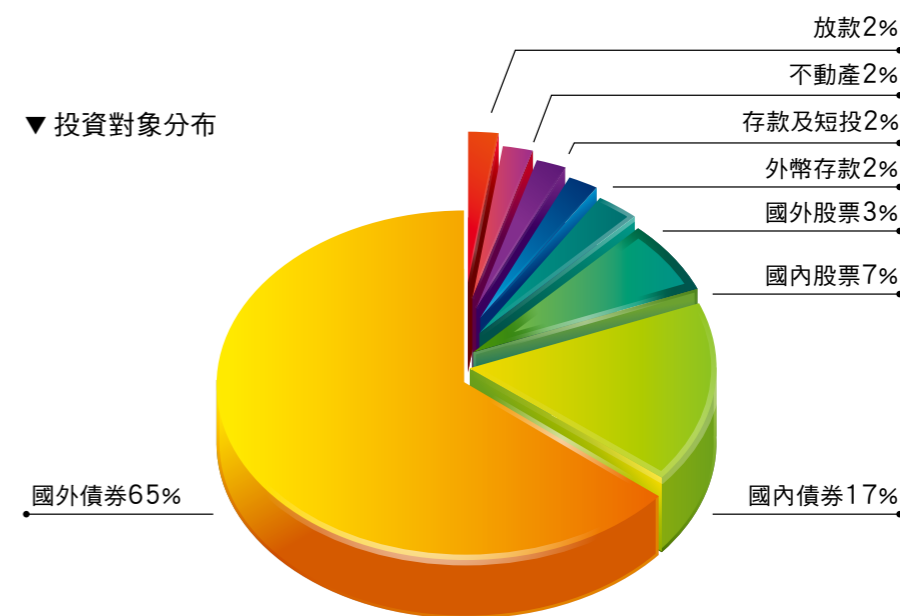
產生與分配的經濟價值

	2019	2018	2017
營業收入	339,115,451	338,495,113	255,328,334
稅後淨利	13,597,878	10,177,987	9,083,972
每股盈餘 (單位：新臺幣元)	3.20	2.54	2.26
分配給利害關係人的經濟價值			
員工薪資與福利	3,505,366	2,827,230	2,811,924
股息			
發放之股票股息 (盈餘年度)	2,678,149	0	2,271,839
發放之現金股息 (盈餘年度)	2,678,149	0	3,029,119
每股現金股利 (單位：新臺幣元)	0.6	0	0.8
稅額			
支付 (退還) 之所得稅	1,200,389 ①	0 ②	5,482,827 ③
稅額占營業收入比例	0.35%	0%	2.15%

① 為財報估列之 2019 年應納所得稅。
 ② 為已申報之 2018 年應納所得稅。
 ③ 為已核定之 2017 年應納所得稅。
 ④ 考量各年度實際支付 (退還) 之所得稅可能包含當期或過去年度的所得稅，此表格三年度「支付 (退還) 之所得稅」皆係指「當年度應支付之所得稅」。

單位：新臺幣仟元

投資對象分布



公司治理

» 中國人壽治理架構

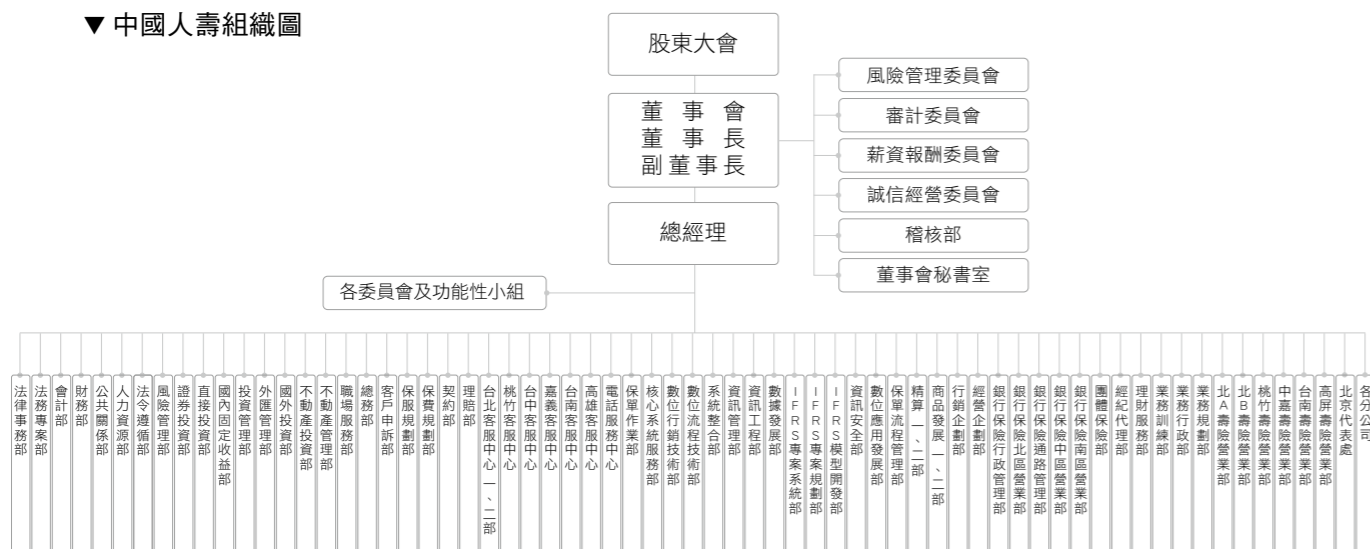
中國人壽公司治理架構健全，股東會負責年度股利分派、董事選舉及章程修訂等重大事項之決策與審議；董事會負責公司之營運計畫、年度財務報告及重要經理人之聘任等重大經營決策之審議。



為確保公司整體利益和健全的治理文化，中國人壽建立風險管理委員會、審計委員會、薪資報酬委員會、誠信經營委員會為董事會轄下之四大功能性委員會。除前述功能性委員會外，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。中國人壽積極響應金管會「新版公司治理藍圖（2018-2020）」，以及遵循臺灣證券交易所公布之「上市公司董事會設置及行使職權應遵循事項要點」，自 2019 年設置專職公司治理主管，並持續購買董監事暨重要職員責任保險。

中國人壽長期重視公司治理及實踐企業社會責任，多年來致力提升資訊揭露品質及時效性，以提供保戶、投資人及所有利害關係人多元透明之企業資訊，且為能與國際接軌，本公司於 2016 年度主動申請中華公司治理協會「CG6010（2015）公司治理制度評量」，並榮獲最高等級之「特優認證」，不僅為該年度金融業唯一獲特優殊榮，且為該協會推出公司治理制度評量以來，第一家授證為「特優」認證之上市公司，為能更進一步邁向國際標竿，2019 年再次向該協會申請「CG6012（2019）公司治理制度評量」，並再次通過「特優認證」，為迄今第一家連續獲得 2 次「特優認證」的上市公司；此外，臺灣證券交易所（股）公司自 2014 年起舉辦之上市上櫃公司治理評鑑以來，本公司連續五屆評鑑結果名列受評上市公司之前 5%，本公司除積極參與臺灣證券交易所舉辦之上市上櫃公司治理評鑑外，並檢視年度發布之公司治理評鑑結果，不斷優化再提升，並隨時關注主管機關政策，以及留意臺灣證券交易所發布之最新公司治理評鑑指標，適時調整公司治理架構，精進公司治理良好之績效，以達成企業永續經營發展的目標。

▼ 中國人壽組織圖



» 董事會組成

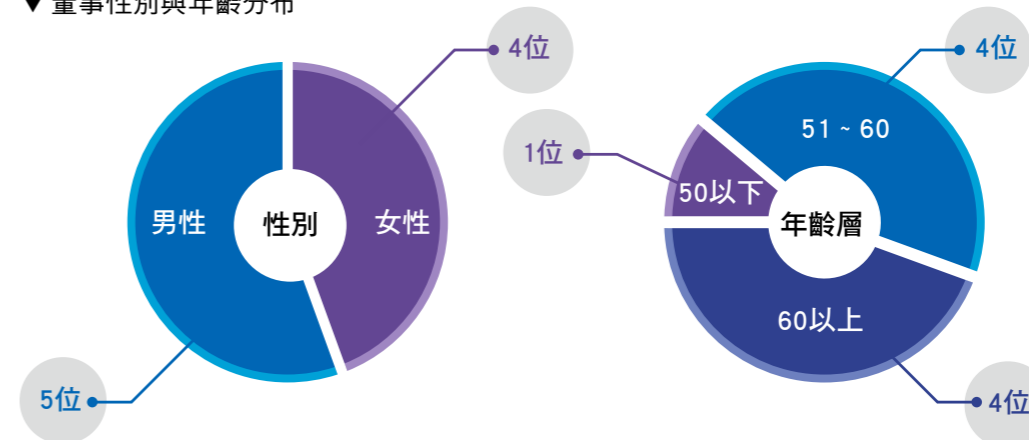
中國人壽之董事及獨立董事的選舉均採候選人提名制度，符合主管機關政策及法令規範要求。中國人壽「公司治理守則」第 22 條第 3 項已揭示董事會成員組成應考量「多元化」、「基本條件與價值」（包含性別等）、「專業知識與技能」（包含專業背景等）等面向，而 9 名成員中（含獨立董事），女性董事人數已達 4 位，每位成員各具經營管理、財會金融、法律、統計精算、保險等各領域之專長與實務經驗，以落實董事多元化及性別平等原則。

▼ 中國人壽董事多元性一覽表

基本組成	多元化核心											
	產業經驗				專業背景							
姓名 / 職稱	銀行	證券	保險	其他金融	法律	會計	風險管理	投資	精算	財務金融	經營管理	
王銘陽 / 董事長			●	●				●		●	●	
郭瑜玲 / 副董事長	●	●	●	●				●		●	●	
施惠琪 / 董事	●			●		●				●	●	
黃淑芬 / 董事			●						●	●	●	
許東敏 / 董事	●		●		●						●	
謝欣欣 / 董事	●	●	●	●				●		●	●	
潘維大 / 獨立董事			●		●						●	
許文彥 / 獨立董事			●				●		●	●	●	
黃福雄 / 獨立董事	●			●	●					●	●	

① 王董事長銘陽於 2020 年 3 月 4 日退休。
 ② 郭瑜玲前副董事長於 2020 年 3 月 4 日董事會獲全體董事推舉為本公司董事長。
 ③ 龔天益獨立董事於 2019 年 1 月 31 日辭任，本公司於 2019 年 5 月 31 日股東常會補選一席獨立董事，由黃福雄新任。

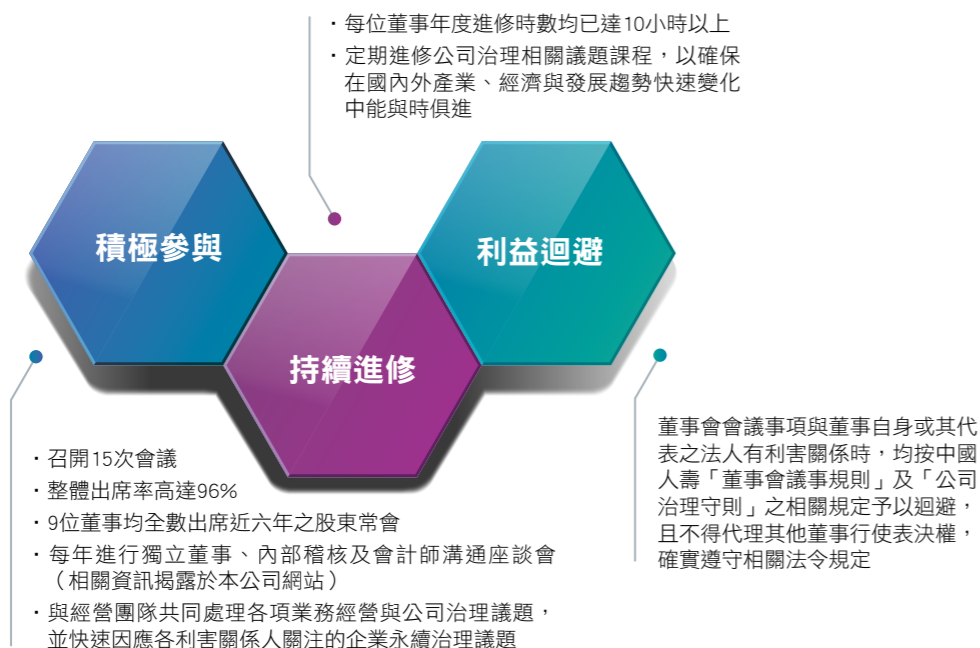
▼ 董事性別與年齡分布



董事會名單詳情請見本公司 2019 年股東會年報。
<https://www.chinalife.com.tw/wps/portal/chinalife/investor-relations/shareholder-service/shareholder-meeting>

» 董事會運作

中國人壽董事會為企業最高決策執行組織，並以實踐廉潔治理精神，審慎決議公司經營策略與方向，為有效落實上述目標，經營團隊定期列席董事會會議進行報告，與董事維持良好的溝通管道及良性互動，並協助董事會更深入了解公司營運狀況，以確保公司營運及創造股東最大利益。



▼ 董事會、各功能性委員會運作概況及獨立董事比例

總人數 9 位 / 獨立董事 3 位

組成及職掌概述

- 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

2019 年運作情形

- 共召開 15 次會議
- 通過辦理 2020 年「董事重要職員責任保險」續保事宜
- 通過修訂本公司「董事會績效評估辦法」
- 通過修訂本公司「公司治理守則」
- 通過訂定本公司「處理董事要求之標準作業程序」

總人數 3 位 / 獨立董事 3 位

組成及職掌概述

- 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

2019 年運作情形

- 共召開 15 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

總人數 3 位 / 獨立董事 3 位

組成及職掌概述

- 由全體獨立董事組成。
- 負責評估、訂定、檢討公司董事及高階經理人的薪資報酬與績效。

2019 年運作情形

- 共召開 7 次會議
- 評估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
- 訂定績效獎金遞延支付準則及相關作業細則

總人數 14 位 / 獨立董事 1 位

組成及職掌概述

- 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
- 負責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

2019 年運作情形

- 共召開 6 次會議
- 增修風險管理相關政策辦法

總人數 6 位 / 獨立董事 3 位

組成及職掌概述

- 由 6 位委員組成，且其中半數應為獨立董事；目前由全體獨立董事及 3 位董事組成。
- 透過優於法規的設計架構，持續強化董事會監督與管理功能，使中國人壽治理架構備臻完善。

2019 年運作情形

- 共召開 3 次會議
- 修正本公司「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」及「誠信經營委員會組織規程」
- 呈報 2018 年度誠信經營落實情形

① 王董事長銘陽於 2020 年 3 月 4 日退休。

② 郭瑜玲前副董事長於 2020 年 3 月 4 日董事會獲全體董事推舉為本公司董事長。

③ 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，請詳見本公司 2019 年度股東會年報。

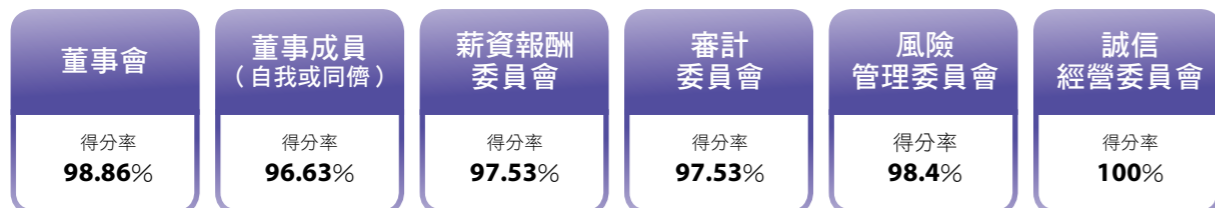
» 董事會績效評估

為加強董事會的監督與管理功能，於 2015 年訂定「董事會績效評估辦法」，每年執行一次整體董事會、個別董事及功能性委員會之績效評估，並將當年度績效評估結果，於翌年第一季前向董事會報告，俾使董事會及功能性委員會之運作得以相輔相成，並持續精進。

本公司每三年委由外部專業獨立機構執行董事會績效評估，為使公司治理更具成效，本公司於 2020 年上半年委託外部專業獨立機構「中華公司治理協會」為本公司進行董事會績效評估，藉由外部獨立專業機構檢視現行董事會及功能性委員會運作情形，並透過評估委員的指導及交流，獲得客觀、專業的報告及建議，同時藉由自我檢視，以持續精進董事會效能，並強化股東及利害關係人對中國人壽之信任。

董事會高度關注企業永續經營及公平待客議題，2019 年主動於董事自評考核項目中，增加「重視關注 ESG 議題」以及「積極推動公平待客原則」考核項目，充分展現中國人壽不斷自我驅策永續經營發展的動能，以及重視、維護保戶權益之決心，將企業永續經營及公平待客原則內化為中國人壽的核心文化。

▼ 2019 年董事會、功能性委員會及個別董事績效評估結果



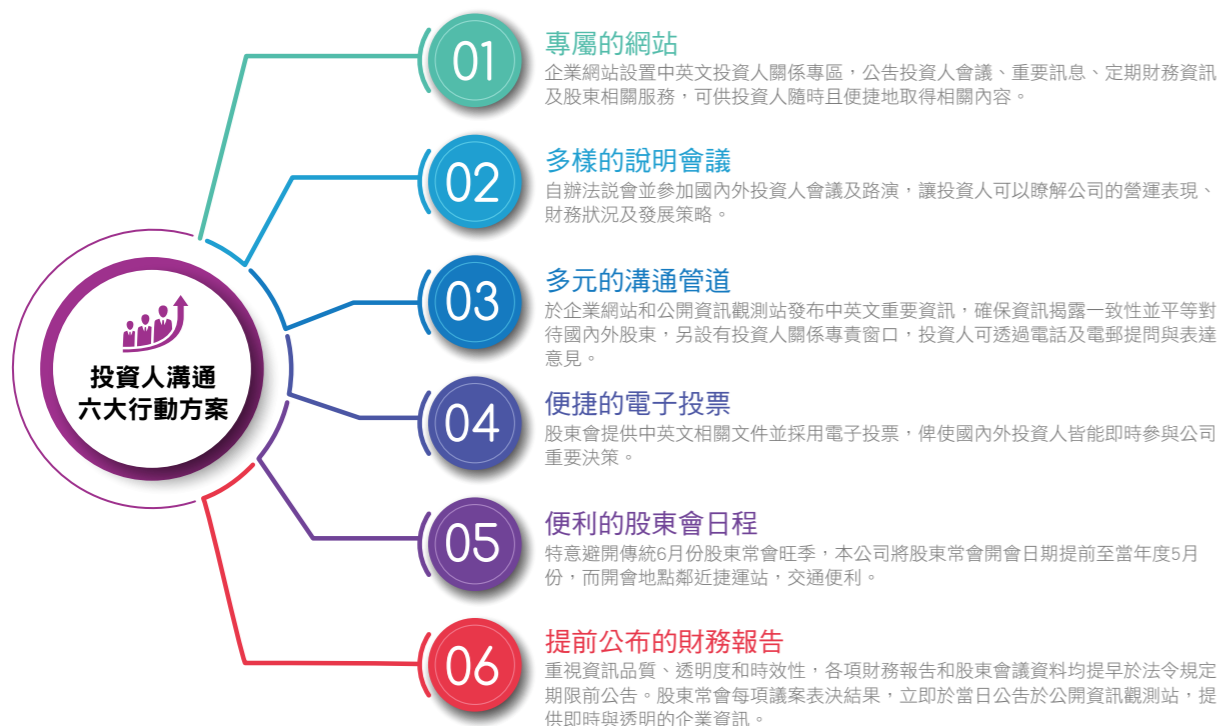
績效評估結果已於 2020 年 1 月提報董事會洽悉在案，並公開揭露於企業網站。評估結果將作為未來遴選或提名董事，以及訂定董事與功能性委員會成員個別薪資報酬參考依據，以持續精進董事會運作之效能。

董事會績效評估可作為企業自我檢視、改善精進，永續經營及管理之重要機制，未來亦主動積極配合主管機關公司治理藍圖及相關重要議題之推動，俾增進中國人壽董事會有效運作及企業經營永續發展，建立優質的公司治理文化。



» 股東權益保障與資訊揭露

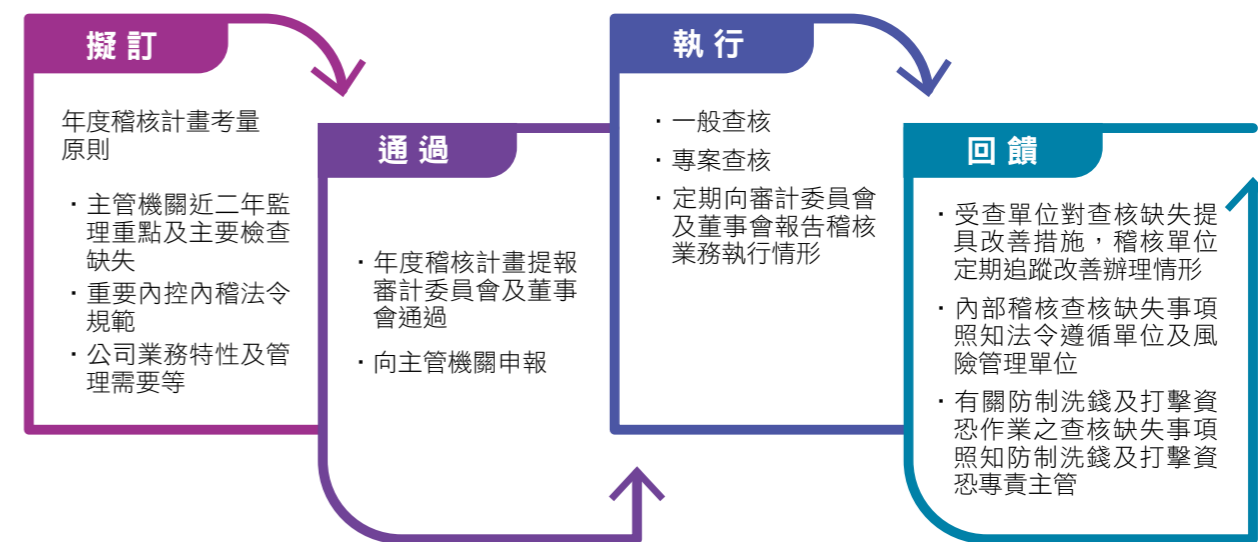
中國人壽以保障股東權益、平等對待股東為目標，拓展與投資人溝通的多元管道，並制定六大行動方案，確保投資人能充分知悉公司重要資訊並參與重大決策。長期以來，中國人壽在財務及業務表現皆深受投資人肯定，外資對於股東會的參與率與投票率均有良好的表現。為因應國際機構對永續發展的重視度持續提升，中壽也持續與投資人溝通執行成效和增進相關資訊揭露，提升投資人對於整體營運策略的瞭解與肯定。



» 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）並於企業網站揭露，落實公司治理。

▼ 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括財團法人保險事業發展中心、中華民國人壽保險商業同業公會、財團法人金融法制暨犯罪防制中心、中華民國精算學會、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、金融資安資訊分享與分析中心、中華民國內部稽核協會、公認反洗錢師協會、中華民國電腦稽核協會等。

誠信經營

» 誠信經營管理政策

中國人壽堅信，企業的價值及永續經營，奠基於誠信經營之上。為建立誠信經營之企業文化及健全公司發展，本公司以「誠信經營守則」為最高指導原則，同時訂定「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」，並於 2019 年進行修訂，包含強化誠信經營政策之落實，明文允許匿名檢舉，使檢舉制度更臻完善等，強化誠信經營政策之落實，進而促進公司之健全經營。

» 誠信經營委員會

誠信經營委員會為隸屬於董事會之功能性委員會，係中國人壽誠信經營專責單位，負責制定、監督執行誠信經營政策與防範方案，查核、評估前一年度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，定期召開會議並向董事會報告。2019 年共召開 3 次會議。

» 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，由上而下形塑誠信經營之企業文化。董事與高階主管每年定期簽署「誠信經營聲明書」，展現誠信經營決心，同時於企業網站與內部網站發布誠信經營相關資訊，提供予董事參閱，以傳遞誠信經營之重要性；最後定期向員工實施誠信經營教育訓練與線上課程，建立良好誠信經營文化。

為深化業務員誠信經營及自我法令遵循觀念，自 2019 年編製法令宣導文，利用公司與業務員間的資訊平台（例如：i-link、i-talk、菁英行動網），以推播方式傳遞、宣導法令，每週定期推播 2 則，提醒並要求業務員於業務招攬及服務上必須遵守法令規範，以確保業務通路體系由上而下、日常運作可落實誠信經營原則。

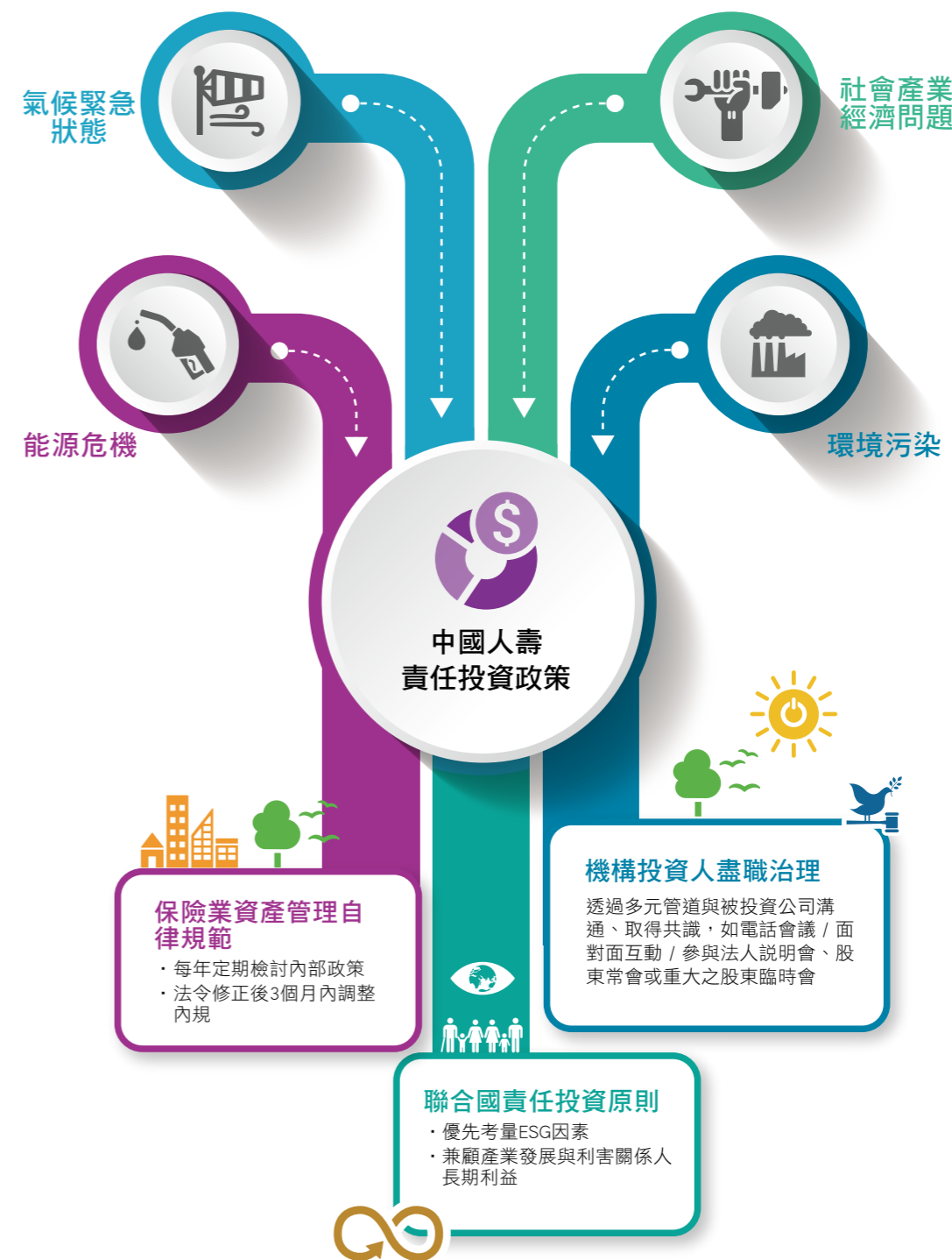
於資訊平台中
完成 **76** 則
訊息推播



責任投資

中國人壽善盡企業社會責任，將其導入投資政策中，於評估投資標的、投資決策及投資管理等階段，皆考量環境、社會、公司治理等永續經營要素，並履行盡職治理，以降低外部成本、提升社會整體效益，並促進中國人壽投資業務得以永續、健全地發展。經過 2019 年全面盤點與討論，中國人壽將訂定責任投資政策，並於 2020 年 6 月 30 日前公開揭露於企業官網，以做為投資之遵循及依規。

被投資公司
(上市櫃公司)
之股東會參加比例為
100%

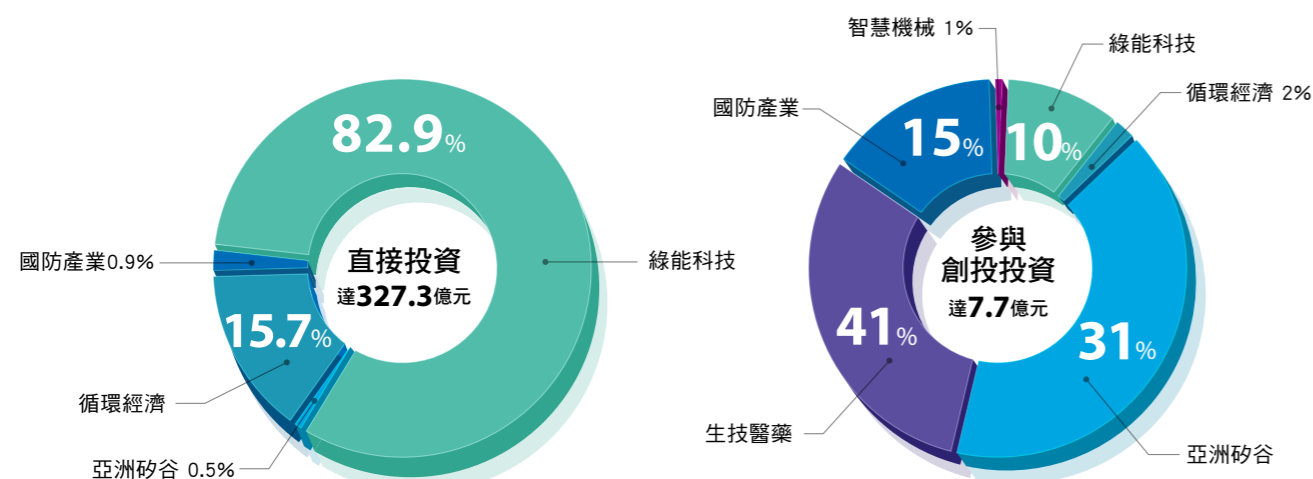


▼ 響應責任投資原則 (PRI) 之績效表現

PRI 六大原則	2019 年績效表現
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
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% 被投資未上市櫃公司股東會參加比例 100%、參加投票率 100%
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，與投資對象訂定誠信經營政策相關條款達成率為 100%
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 80% 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
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
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（國內報告層級至董事長、國外報告層級至董事會） 於 CSR 報告書揭露責任投資成果

投資五加二新創產業

中國人壽早於政府推出「五加二新創產業」政策之前，就已積極投資、扶持天然氣發電、綠色能源、藥廠等臺灣相關企業；政策推廣後，中國人壽更加努力尋求相關投資機會，2019 年投資於五加二新創產業金額達新臺幣 327.3 億元，包含綠能科技、亞洲矽谷、循環經濟、國防產業等類別；除直接投資之外，更參與國內創投投資未公開發行的五加二新創產業公司，透過創投專業，尋找合適標的，協助產業成長，2019 年參與創投投資五加二新創產業金額達新臺幣 7.7 億元。為促進產業永續發展，中國人壽參與國內一檔永續私募基金並投入新臺幣 20 億元，鎖定支持臺灣永續發展關鍵產業，包括循環經濟、再生能源及五加二創新產業等。



嚴謹風險管理

風險管制

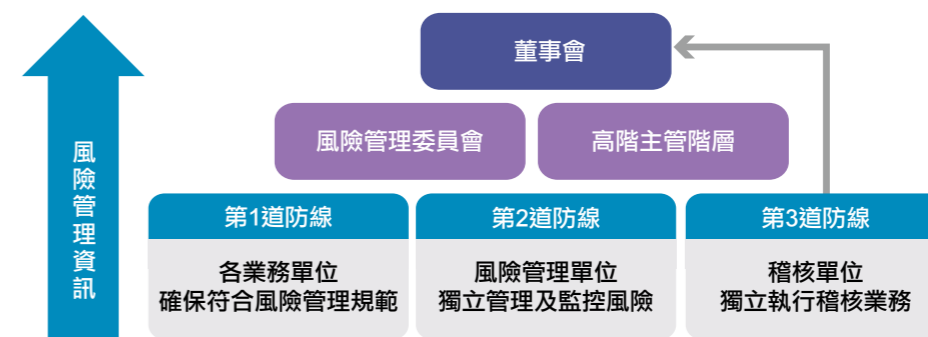
經歷金融海嘯，金融保險業更加意識到風險管理的重要性。中國人壽風險管理架構係由最高階的風險管理政策，向下、向外鋪展出各項主要風險的管理辦法、實務面的施行細則與處理程序，透過內部規範與完整文件化管理，具體落實風險管理機制。

因應 2020 年新冠肺炎 (COVID-19) 疫情，中國人壽即於 2020 年 1 月底成立防疫小組，以統籌、督導、協調疫情期間業務持續運作及相關應變作業。因應疫情發展與變化，中國人壽除研議職場消毒、員工健康管理與通報機制、異地辦公及居家辦公等防疫對策，亦模擬雙北地區（臺北市、新北市）封城情境下各項業務持續維運之應變處理計畫，確保保戶服務及營運不中斷之應變備援能力，以期減緩營運中斷之衝擊。

» 風險管理組織架構

中國人壽風險管理組織之最高決策單位為董事會，風險管理職能則擴及風險管理委員會、風控長、風險管理單位、稽核單位及各業務執行單位，建構出一個由上而下宣導風險管理文化與理念、由下而上傳遞風險管理資訊的全面性網絡。

中國人壽設置有獨立專責的風險管理單位，扮演整體風險管理功能的核心與橋樑，與各業務執行單位溝通風險管理的需求，協助其履行第一線風險管理職責，達到事前預防、預警之功效。另一方面，風險管理單位亦致力於開發風險衡量模型、規劃與執行風險監控系統，並提供風險資訊，以利管理階層採取回應決策。2019 年度針對各業務單位指派之風險管理人員，舉辦風險管理教育訓練課程，以深植企業風險管理精神；課程完訓率為 100%。



» 風險管理政策

中國人壽制定風險管理政策並定期審視、修改，作為公司風險管理機制的最高指導準則。風險管理政策明確揭示公司整體風險管理的目標與策略、組織與職責、資本適足性評估、風險胃納與限額；其所辨識之主要風險類別與管理流程，除了符合企業風險管理 (Enterprise Risk Management, ERM) 的國際趨勢，亦為實務執行與規範機制建置之基礎。

» 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；自 2016 年試行以來，數度蒐集內部跨部門會議結果、風險管理委員會外部委員所提總體經濟、金融市場及保險監理意見等，檢視並修訂風險指標與準則。本儀表板偵測內容包含公司資本適足性、資產品質、管理能力、獲利能力、流動性等層面，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；藉由各面向指標燈號，得以即時掌握公司整體曝險及風險管理狀況，於必要時研擬、執行相關因應措施。同時，透過監控資料的積累，更能掌握和評估整體經營風險之變化。

» 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要求，中國人壽積極發展符合自身風險管理文化及資產負債風險概廓的 ORSA 架構，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，協助公司決策。為使 ORSA 提供更正確的風險管理資訊，並符合現行風險管理機制架構，中國人壽投入相當之人力、物力資源於建置主要風險因子內部模型，例如國內股票及外匯的隨機模型、債券違約的模擬系統等。

» 新技術風險檢測

為增加內外部資訊並適時反應控制措施之有效性，以利各業務單位主管瞭解實際曝險情形，中國人壽於新企業活動、流程及系統推出或上線前，執行上線前風險評估作業，風險類別包含作業風險、市場風險、信用風險及流動性風險，由不同面向完整辨識潛在風險，並依風險辨識結果採取對應管控措施。2019 年共完成 4 項新企業活動、流程及系統之風險評估。

» 主要風險辨識及回應

市場風險	依中國人壽市場風險管理辦法，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。
信用風險	依中國人壽信用風險管理辦法，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、信評分佈及信評變動追蹤、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 年度起，進一步強化監控次順位債，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。
流動性風險	依中國人壽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。
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，作為本公司識別風險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之交互運用，進行質化、量化風險辨識及衡量機制，建置全面性作業風險管理資料庫，以持續監督、管理作業風險整體運作情形。



» 優化作業風險

依據「保險業風險管理實務守則」及中國人壽「作業風險管理辦法」之相關規定，中國人壽建置質化與量化作業風險管理工具，以辨識、衡量、監控、回應作業風險；自 2019 年第二季為持續優化風險 RCSA 風險辨識、衡量機制，開發 VBA (Visual Basic for Applications) 自動化檢核工具，以強化各業務單位所評估之關鍵作業流程、風險控制目標及風險控制自評項目的關聯性。

洗錢防制

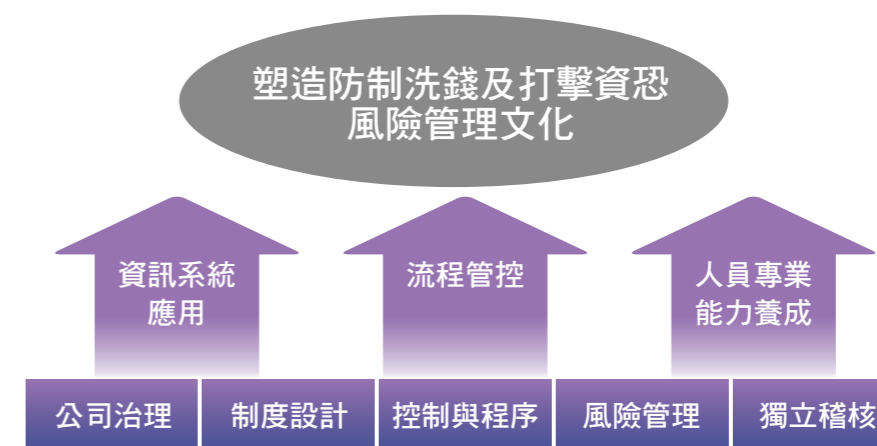
» 防制洗錢及打擊資恐風險組織架構

中國人壽由總機構法令遵循主管擔任防制洗錢及打擊資恐專責主管，督導相關業務；專責主管依法至少每半年向董事會及審計委員會報告相關掌理事務，以利董事會瞭解企業防制洗錢及打擊資恐業務、風險評估與計畫運作。

另外，中國人壽亦設置防制洗錢及打擊資恐專責單位，綜理相關業務，並於各營業單位設立督導主管，由科級以上主管擔任，塑造本公司重視防制洗錢及打擊資恐之文化，確保各營業單位落實第一道防線之功能。

» 防制洗錢及打擊資恐風險管理架構

中國人壽就公司治理、制度設計、控制與程序、風險管理與獨立稽核等五面向，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，三管齊下，將洗錢及資恐風險防制意識融入組織文化中。



» 相關法令因應機制

因應「洗錢防制法」、「資恐防制法」暨其相關授權子法、自律規範之修訂，中國人壽召開會議、公布修訂重點摘要，有效建立清楚的法令傳達、諮詢、協調與溝通系統，使各單位迅速掌握法令最新動態；同時，亦同步進行法令修訂前後之差異分析，確保相關作業即時因應調整。

為落實相關作業、提升防制成效，中國人壽定期檢視、討論相關內規與作業是否妥適，並適時檢討相關監控態樣、申報標準，以提升可疑交易申報之品質、強化阻斷犯罪之效能，並避免防禦性申報。另本年度陸續配合法令、實務作業修訂公司「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」及「評估洗錢及資恐風險防制處理程序」。

» 防制洗錢及打擊資恐教育訓練

為協助第一線同仁提升防制洗錢及打擊資恐相關專業知識，除重點部門同仁不定期參與外部機構、開發金控集團內舉辦之訓練課程外，內部亦定期就相關法令、作業異動及實務疑義、案例進行宣導或討論。

針對一般內、外勤同仁，每年提供適當時數之線上課程及課後測驗，進行基礎訓練，傳達防制洗錢及打擊資恐相關法令及重要觀念。專責主管、專責人員及營業單位督導主管則依法令要求參與「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」課程；2019年增列前置犯罪威脅實例、反武器擴散等內容及反貪腐、吹哨者保護等「企業誠信經營與道德」共5堂主題式課程及課後測驗，並與外部專業訓練機構合作，以包班方式舉辦2場次之防制洗錢及打擊資恐人員在職班，邀請國內熟悉防制洗錢及打擊資恐實務經驗之專業講師講授金融犯罪防制、金融業反洗錢實務等議題，強化在職訓練，完訓率已達100%。

2019年，因應亞太防制洗錢組織 (Asia-Pacific Group on Money Laundering, APG) 評鑑成果發表，邀請法務部檢察司調部辦事兼行政院洗錢防制辦公室組長蒞臨演講「第三輪相互評鑑成果分享及未來防制洗錢打擊資恐工作的強化」，分享評鑑建議及未來保險業面臨之洗錢及資恐風險趨勢。



為鼓勵內部專業人員精進洗錢活動偵測及預防之相關知識，中國人壽提供參與國內、外防制洗錢及打擊資恐專業人員認證的補助獎勵。

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%

取得相關認證 達286人

» 防制洗錢及打擊資恐外部宣導

中國人壽相信，防制洗錢及打擊資恐之落實，外部人員、客戶等之理解亦屬關鍵成效之一，故透過企業網站「洗錢防制宣導專區」、官方臉書貼文、實體海報等管道，提供相關網站連結、文宣或主管機關函轉等資訊，供相關民眾閱覽。若客戶於個案案件審核過程中詢問相關問題，均由前線同仁予以說明，積極落實宣導防制洗錢之認知與觀念。另外，針對合作通路，則透過合約方式，要求雙方遵循相關法令規範，亦隨時因應法令要求，透過聯繫單、人員傳遞等方式進行宣導。

» 持續優化作業

為持續精進防制洗錢及打擊資恐制度、優化作業流程並配合集團內部一致性政策方向，中國人壽於2019年重新檢視既有風險評估機制，強化風險值辨識基礎，與集團採用相同之全面性洗錢及資恐機構風險評估方法論，並鑒於集團內部資訊分享機制，將資訊分享納入現行風險評估機制。

除此之外，中國人壽擬依照「全面性洗錢及資恐風險評估報告暨防制計畫」所提議之優化項目，增加「姓名檢核系統模糊比對引擎」，優化姓名及名稱檢核辨識吻合程度，以提升檢核效能與準確性。

中國人壽已參酌公司之客群、產品與交易政策，擬訂風險限額及風險胃納，以持續監控公司面臨之洗錢及資恐風險。2019年全面性洗錢及資恐風險評估結果，符合本公司風險限額要求及風險胃納水準。

資訊安全

» 資訊安全組織架構

中國人壽成立資訊安全部作為公司專責資訊安全單位，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，並監督、評量資訊安全內部控制之有效性。2016年通過ISO 27001資訊安全管理系統驗證，2019年除導入外部專業機構協助建置並強化資訊安全內控制度管理架構外，亦完成第一、二類電腦系統資訊安全評估之檢測作業與ISO 27001年度續審驗證。

另外，中國人壽成立資訊安全委員會，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，議題包含資訊安全體系運作報告及各小組報告，檢討過往資訊安全委員會議案的處理狀態、資訊安全內外部議題、資訊安全管理制度變更、2019年各項工作執行情形，並規劃2020年各項工作計畫。

» 資訊安全管理制度

本公司之資訊安全管理制度之運作為依照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，運作模式包含：



» 資安事件回報及處理機制

依中國人壽資訊事故管理辦法辦理通報作業，若公司人員、與公司有業務往來之廠商及其員工、臨時雇員，於發生資訊事故、發現資訊系統或資訊服務之安全弱點、違反資訊安全政策或相關規範、面臨外部之威脅時，應隨時保持警戒，並依程序進行通報，並應於牽涉個資事故時依循內部「個資事故應變、通報及預防管理辦法」進行處理。資訊事故處理結束後，相關系統或業務負責單位主管應根據相關紀錄，採取必要之改善措施並留存相關紀錄，以避免類似資訊事故重複發生。2019 年中國人壽並未發生資安重大事件。



» 資訊安全演練與教育訓練

為因應外部多變的攻擊手法並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，中國人壽已部署相關資訊安全防禦機制，並委請外部專家協同進行滲透測試以檢視防禦之有效性及事件應變能力。年度例行採用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。

另外，本公司同仁依規範要求接受資訊安全教育訓練與宣導，以加強資訊安全認知。一般同仁經由本公司員工學習網接受三小時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；資安專責單位同仁則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，完成至少十五個小時的教育訓練時數。2019 年全公司參與測驗及通過比率為 100%。

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。

本公司依照「電腦系統資訊安全評估作業計畫」2019 年的資訊安全評估作業，辦理第一、二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。

具體績效為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。

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，並強調本公司經營高層對資訊安全之重視，本公司以進行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瞭解目前其合規性與出具資訊安全整體執行情形聲明書。

取得國際資安標章 (MAS)

為提升本公司所提供之行動應用 App 的基本資訊安全防護能力，透過每年進行的電腦系統資訊安全評估作業的專案，依據行動應用 App 基本資安檢測基準執行檢測作業，驗證 Keep Going IOS 及 Android 二個版本之行動應用 App，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。



投保資安險

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。

» 營運持續

為確保業務能持續運作，確保客戶權益，本公司保單影像系統 (Image and Workflow) 系統已於 2019 年 5 月搬遷至臺北敦北機房，提供高可用性的機房環境，降低系統因機房環境因素無法營運的風險。

» 個人資料保護組織架構

中國人壽作業流程的各個環節，皆以謹慎的態度處理、保護客戶個人資料。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。

» 個人資料保護管理制度

中國人壽已於 2017 年依 BS 10012: 2017 個人資訊管理系統標準，導入個人資料管理制度 (PIMS) 並通過第三方驗證公司驗證，依據個人資料保護最佳管理實務，並藉由 PDCA 管理模式，將個資保護管理意識逐步融入同仁日常作業中，成為公司組織文化，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，並於 2019 年持續以無缺失通過第三方驗證公司複審。2019 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。

» 個人資料資保護提案競賽活動

本公司為建立更多元化的內部溝通管道，2019 年舉辦個資保護提案競賽，藉由提案競賽增加同仁參與個資保護，進而讓同仁覺得個資保護零距離，除可提升同仁對個資保護的風險認知，達成個資宣導之效益外，亦以正向思考的方式鼓勵同仁結合自身經驗及工作職掌，尋找更為有效的個資保護措施，讓全體同仁利用更多元的管道參與個資保護管理制度之運作。

» 個人資料保護教育訓練

為持續使本公司同仁瞭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，所有同仁皆需參與個資保護認知訓練，完訓率達 100%，透過教育訓練使個人資料保護管理認知融入組織文化中，2019 年透過實體及數位課程，舉辦個人資料保護認知教育訓練，該訓練課程由全公司同仁參與，同仁參與及測驗通過率達 100%，另依據各部門日常維運個人資料保護管理之需求，舉辦 8 場實體及 5 場數位課程，以提高、強化與維持各項業務負責同仁對個人資料保護管理的能力。

至另外為強化與外部專家的互動，中國人壽已連續三年邀請外部專家至本公司分享個資保護相關議題；2019 年分享議題為「壽險業個資保護管理制度運作常見議題」。

法令遵循

» 法令變動管理系統化

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。

2019 年共計有 78 件法令變動管理，其中以「財會」類別數量最高，「投資」、「商品」類別次之，相關權責單位皆有即時回覆並完成因應，俾符法令之要求。

» 法令遵循風險管理制度

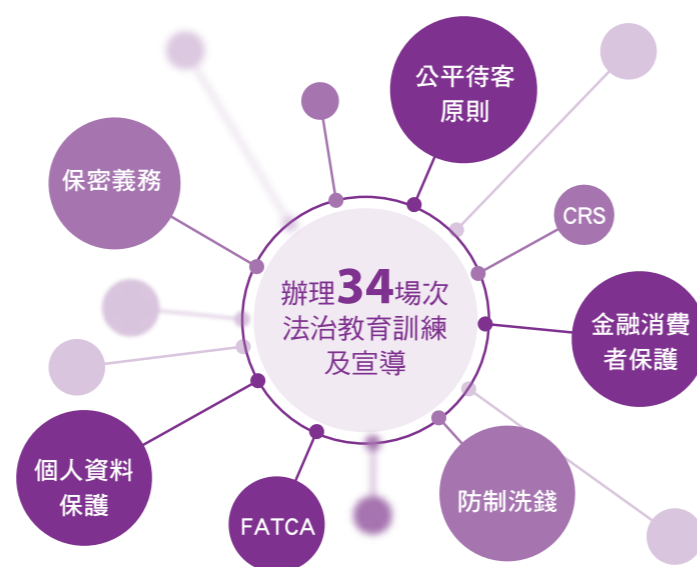
中國人壽建構完善的法令遵循風險評估機制，並每年定期辦理法遵風險評估，以有效提升法遵風險監控並因應日趨嚴格的金融監理趨勢。中國人壽主動辨識、評估、偵測風險，有效監控法遵高曝險的業務項目或單位，制訂風險抵減計畫來降低剩餘風險，並向董事會報告相關結果。

» 落實遵循「金融機構執行共同申報及盡職審查作業辦法 (CRS)」

為遵循 CRS，中國人壽於 2019 年 1 月 1 日起新進案件皆須進行新帳戶盡職審查；截至 2019 年 12 月 31 日，已完成既有高資產帳戶盡職審查，包含電子指標搜尋、紙本紀錄搜尋及經理客戶關係詢問，以利於 2020 年 6 月 30 日前完成申報。

» 法令遵循教育訓練

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 (FATCA)、金融機構執行共同申報及盡職審查作業辦法 (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。



» 接軌 IFRS 17

IFRS 17 會計制度調整是壽險業近幾年來最重大的議題之一，中國人壽已針對接軌 IFRS 17 成立專責部門來提升導入速度，並與國際級顧問密切合作，確保在 2025 年順利接軌。在產業面臨新的挑戰時，也是公司轉型的契機，除了因應 IFRS 17 所帶來的變革與衝擊，藉由此次導入的機會，重新規劃建置財務報導流程，納入營運管理之策略性思維，建構可支援大數據分析之管理決策平台，以自動化方式串接各系統間資料流，強化作業流程管控，並因應大量財務資料產生，結合業務相關資料進行業財務資料交叉分析。業財務資料分析平台提供公司制定經營策略所需之資料細節，以因應持續成長的公司規模及多變的外在環境。

» 法令遵循績效

對主管機關檢查並處分之同業違規事項，法令遵循單位每日會蒐集相關資訊，並即時寄發予相關權責單位，據以檢視相關內部作業及規範，以掌握主管機關最新之監理態度，俾預防有類似同業違規事項發生之可能性，透過持續分析主管機關針對保險法及其他有關法令之標準，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。並於今年度將該項作業系統化，以提升整體作業效率。

2019 年中國人壽遭主管機關裁罰之案件，計有兩件，均已完成檢討且提出具體改善方案，加強作業控管，並於本公司企業網站辦理資訊公開揭露。

處分案由	改善措施摘要說明
1 對要保人為法人/團體以其負責人或員工投保，有未確實瞭解要保人是否有被授權為被保險人投保、未評估保費來源合法性及留存審核紀錄等欠妥事項。	修訂規範加強法人/團體投保件之投保目的及保費來源合法性之控管評估機制。
2 對董事會討論案內容與董事自身有利害關係者，有未迴避討論及表決，且該討論事項並未提出交易條件不優於其他同類對象之證明文件供董事會作為決議之參考，亦未揭露所有與該件交易之相關事實並列入董事會會議紀錄。	修訂規範加強利害關係人議案提報董事會之檢核機制。
3 辦理股權投資相關人員利益衝突之防範作業，申報人申報時點有晚於所訂每月申報期限之情事。	修訂申報檢核表，強化檢核機制並加強宣導。
4 國際保險業務分公司 (OIU) 辦理防制洗錢及打擊資恐作業，對系統掃描產出之可疑名單，有查證作業未落實者。	修訂作業手冊規範及審查表單，並加強宣導身分確認程序。
5 辦理辨識及評估客戶洗錢及資恐風險作業，有資訊系統設計功能不全，致未能確實辨識客戶風險，不利洗錢及資恐風險之控管。	修訂網路投保之客戶風險因子評估項目。

處分案由	改善措施摘要說明
1 辦理客戶投保新契約洗錢及資恐風險評估作業，有運算系統設定欠妥，致客戶風險等級結果遭低估情形。	調整新契約審核時之風險評分系統設定。
2 辦理防制洗錢及打擊資恐作業，對客戶屬高風險者，有未實際瞭解保戶資金來源之情事，不利落實高風險客戶加強審查作業。	調整高風險客戶審查表。



中國人壽企業揭露裁罰資訊

https://www.chinalife.com.tw/wps/portal/!ut/p/z/0/04_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfj08zizQ18PQ0M3Q18LMwCzQ0cQ0PMLH3c3R09DU30C7IdFQHfY7_s/

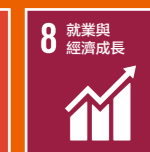
3

創新 數位培力

中國人壽運用數位科技為業務與服務轉型賦能，聚焦人才培育壯大組織格局；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平等的重視與落實。

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

2019 ESG 目標及達成情形

- 辦理 60 堂業務同仁三大系列職能銜接培育課程，並完成舉辦員工微學習活動，共組成 25 組讀書會
- 配合業務轉型專案，推動業務人員使用行動數位工具，使用率目標達成率達 102%，提供業務同仁行銷、增員及處理行政事務的數位化支持，並提升業務主管輔導與經營管理能力

2020 ESG 目標

- 持續辦理儲備幹部 (MA)、實習生計畫，預計共招募至少 15 人，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
- 持續辦理員工數位趨勢課程，參與人次逾 300 人
- 持續優化與推動業務同仁三大系列職能銜接培育，並導入微學習四大主題，提升同仁專業能力
- 持續推動與提升業務人員行動數位工具使用率達 90%
- 重點人才學習課程採用 Kirkpatrick 架構訓練評核方式及指標達 80%
- 將年度 ESG 目標 100% 列入相關部門之年度 KPI，落實績效評估與 CSR 連結

多元化員工福利，建構安心職場

2019 ESG 目標及達成情形

- 鼓勵員工平時多運動，以保持身心健康，舉辦員工「KEEP GOING」健走競賽，參加人次較前一年度增加 20%
- 為協助員工紓解工作與生活中的煩惱，每月提供健康或舒壓主題電子文章，此外，亦與專業心理諮商機構（華人心理治療研究發展基金會）合作，提供同仁心理諮商管道
- 因應中國人壽轉型專案啟動並為企業文化加溫，增加愛與關懷的氛圍，規劃與執行思維轉型工程，2019 年全年共進行 27 次內部溝通（包含影片、活動宣導）
- 各職場環境採取走動式管理模式，以主動發現問題，並將針對主要自用職場建立職場服務與聯繫窗口，透過每半年之滿意度調查與開放式問卷，增進職場環境滿意度

2020 ESG 目標

- 為鼓勵員工養成運動習慣，以保持身心健康，舉辦員工健走活動，70%（含）以上之報名隊伍達到競賽獎勵標準
- 為關心員工心理及生理健康，除提供心理及生理諮詢服務管道外，辦理 4 場次身心健康講座課程
- 持續辦理職場健康服務 36 場，包括提供職務遭受不法侵害預防、人因性危害預防、異常工作負荷促發疾病預防、母性健康保護之諮詢及健康指導

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，成就企業永續目標。
- 建立妥善之薪酬政策，確保同仁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」，鼓勵同仁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及時學習。
- 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，依法令規定給予同仁各項假別，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

- 2019 年舉辦 4 次勞資會議，針對勞工動態、業務概況、勞工相關事項進行報告及充分溝通與討論。
- 內部網站提供員工申訴管道，可向各級主管、人力資源單位提出申訴。
- 每年進行人權相關教育訓練，強化同仁人權重視的概念。
- 2019 年無同仁申訴事件發生。

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調薪及獎金作業。
- 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。
- 年度績效考核所鑑別出之表現優異及具潛力同仁進行管理、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。



多元人才發展

招募策略

金融商業模式及個人消費型態正進行前所未見的數位變革，中國人壽積極進行數位金融布局，除建置硬體設備，更積極規劃人才需求，拋開過往「專才專任」的思維邏輯，鎖定「數據 X 企劃」、「財工 X 電商」等跨領域、複合型員工，招募大數據分析、AI 開發、商務應用等數位金融人才，要在這波金融科技服務浪潮的風口趁勢而上。

除一般招募管道，中國人壽也積極與各大專院校合作，包含產學合作、暑期實習計畫、企業參訪等，讓更多大學在校生認同中國人壽的企業文化及經營理念，進而成為未來中國人壽的生力軍。

» 實習計畫

中國人壽長期與學界保持良好的互動交流，耕耘產學合作不遺餘力。青年實習計畫便是中國人壽人才養育的重點計畫之一，讓學生依照科系、興趣及未來發展方向申請嚮往的部門實習，分派領域涵蓋精算、投資、法律、資訊、客服、通路等。透過 2 個月的職場實習，幫助探索專業技能，縮短學用落差，同時培養良好的工作態度與價值觀。每位實習生皆配置專屬的資深輔導人，除了工作上的專業督導，亦適時給予鼓勵與關懷。



» 產學合作計畫

為建立產學合作機制，擴大徵才管道，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，讓企業深入校園與學生建立連結，宣傳公司品牌價值，並協助學生縮短學用落差，提早做好就業準備。

2019 年任用 2 名實習生於臺中客服中心，針對核保與理賠實務、企業文化、服務素養、專業領域給予指導，並配合學校完成實習月記、實習成果心得報告及企業成效評估表回覆；實習期滿後，更有實習生因表現良好，畢業後即錄用為正職人員，並提供具有市場競爭力之薪資福利。

» 研發替代役計畫

為積極延攬優秀資訊人才，中國人壽已連續 3 年申請研發替代役計畫，提供 JAVA 程式設計師、IOS 程式設計師、Python 程式設計師、資料科學家、商品精算師等多元職務，並提供研發替代役紮實且循序漸進的培訓，且任用條件及福利比照正職人員。



介紹企業文化精神 / 組織制度規範 / 保險商品介紹 / 各系統作業流程 / 資訊安全及法令遵循等課程



資深同仁師徒制指導 / 每月工作會議 / 不定期舉辦專業教育訓練課程



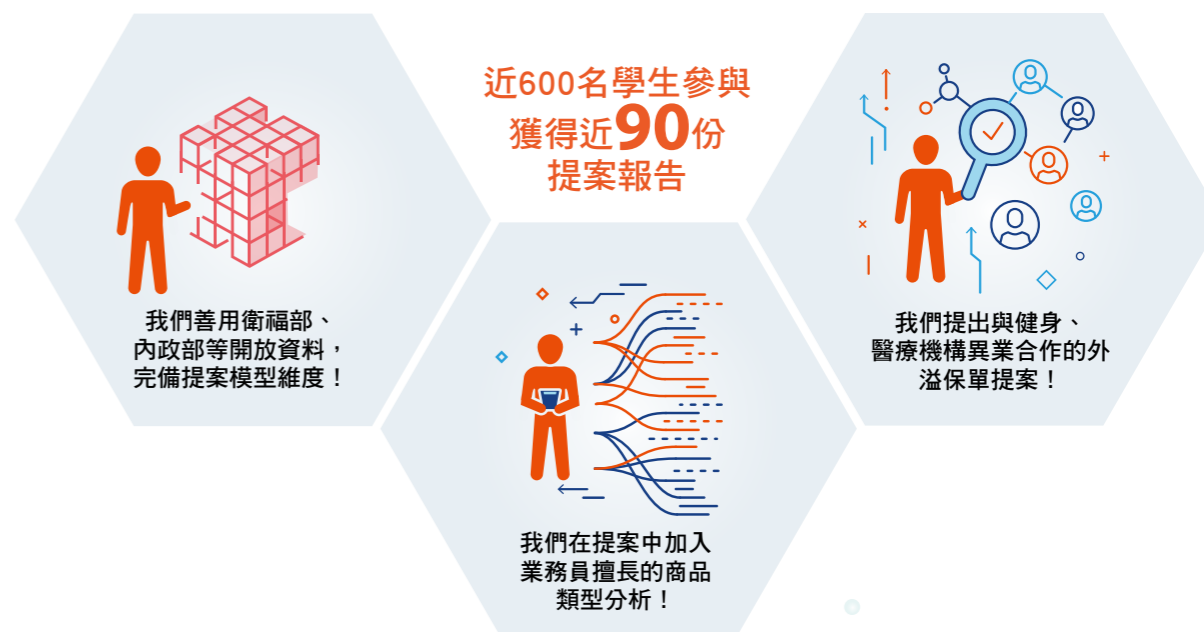
視業務需要，鼓勵參與外部專業訓練課程，學習最新的技術與知識。

» AI 新銳領航者競賽

因應 AI 對於產業發展的重要性日漸提升，中國人壽、SAS 及長榮航空於 2019 年聯手舉辦「AI 新銳領航者競賽」，期待強化學生團隊合作、數據分析、資料視覺化分析及未來實務 AI 應用的能力，目標發掘 AI 領域的明日之星。

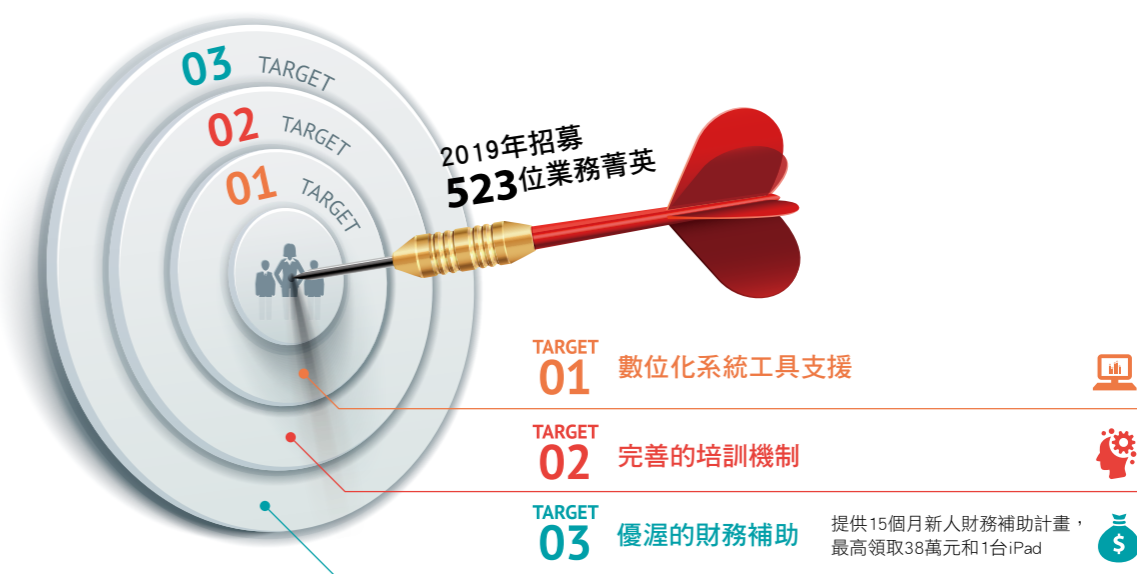
本次賽程設計上，參賽者必須歷經完整的分析流程，包含資料清理、模型建立、模型準確度調整等。從創新、洞悉產業價值的角度出發，中國人壽以產業實際議題作為競賽題目，並提供擬真資料，讓參賽者親身體驗企業分析團隊面臨的挑戰，一同腦力激盪、洞察分析，應用機器學習技術，創造商業價值。

除了競賽本身，本次活動更舉辦線上分析課程及 2 場實體建模課程，目標協助臺灣培育 AI 菁英，開創全球競爭優勢。參賽者提出的提案報告中，不乏充滿創意與實用價值的發想，讓 AI 應用情境更具備商業價值。



» 菁英專案

為廣邀年輕世代中的高潛力人才加入中國人壽業務團隊，2018 年推出菁英專案培訓計畫，鎖定 20~55 歲對金融業或業務工作有興趣的菁英族群，透過大數據選才模型「適性測驗」問卷分析出適合的業務開展模式。



» 儲備幹部 (MA) 培育計畫

中國人壽著重幹部人才培育，延攬國內、外優秀畢業生，安排集團創新科技金融處、人力資源部最高主管介紹集團營運和 MA 計畫，前幾屆學長姊也會分享培育成果及職涯發展建議，每位 MA 均由經營團隊親自面試、決選，足以顯示對於儲備幹部的重視。

為朝全方位及跨界整合的創新金融服務事業邁進，中國人壽的 MA 採不分科系、不分組進行招募。

MA 計畫為兩年的完整培育計畫，依個人所學背景進行適性設計。第一階段透過集團共訓，培養集團視野，並於企業內不同專業領域進行輪調學習，培植保險專業之廣度，以順利銜接第二階段，進入適性部門深度發展與實務應用。



中國人壽提供具競爭性之薪資，於培育期間依工作表現調整薪資、績效獎金及酬勞分配，讓優秀人才持續深耕，以孕育優秀的企業接班人才。



2018 儲備幹部 極致用心栽培人才的最佳選擇

以最多的資源，集中在最少數的人，採取菁英模式，完整的培訓計畫，輪調學習包含前端的商品研發與企劃、業務通路，及後端的售後服務，讓我深入了解保險商品的生命循環，奠定未來企業經營管理接班人基礎。

2018 儲備幹部 成為保險家的蛻變之旅

透過兩年的 MA 計畫，從入門課程、部門輪調到深耕實做的三個階段，帶我一步步成為具有通盤策略能力及跨部門執行能力的管理人才，未來繼續紮根，成為具深度、廣度及高度的保險企業家。



2018 儲備幹部 豐富資源 讓我累積滿滿能量迎接挑戰

沒有保險專業背景的我，透過中壽 MA 計畫的各種訓練與任務，讓我快速累積很多壽險業知識、更了解產業發展及運作。其中 Mentor 制度讓我們擁有更多機會向主管們請益，從不同角度去觀察、思考、審視與解決問題。這兩年時間讓我累積許多能量，找到自己定位與價值。



轉型發展

員工是中國人壽最重要的資產，更是數位轉型不可或缺的動力來源。除了完備金融數位所需的各項措施與輔助工具，中國人壽更要栽培員工成為符合未來趨勢的數位化尖兵。

在既有「選、育、用、留」的人資管理策略基礎上，2019 年中國人壽投入更多資源提升員工的數位金融實力，發展全方位的轉型訓練計畫，期許每位員工都能理解數位轉型的重要性及自身在轉型計畫中所扮演的角色，為轉型計畫注入更多動能與新思維。



▼ 2019 年教育訓練統計

	內勤			外勤		
	主管	非主管	合計	主管	非主管	合計
主管教育訓練總時數	8,160	9,650	17,810	68,002	133,537	201,539
非主管教育訓練總時數	13,374	28,204	41,578	164,910	275,410	440,320
合計	21,534	37,854	59,388	232,912	408,947	641,859
主管人均教育訓練時數	38.7	47.8	43.1	54.5	54.3	54.4
非主管人均教育訓練時數	23.7	22.5	22.9	62.6	54.7	57.4

① 「內勤主管」定義為「科級主管以上之人員」；「外勤主管」定義為「主任以上之人員」。

» 內勤同仁職涯發展

接軌數位科技時代提升職能

數位策略領導

總經理帶領 10 位高階主管參與臺灣人工智慧學校為期 16 週的「經理人週末研修班」及「技術領袖培訓班」，協助高階經理人從產業高管前瞻、宏觀的視野了解人工智慧的技術運作、能力限制及未來發展，在轉型的未知汪洋中指出正確的航線。

數位知識普及

連續兩年邀請業界程式高手指導同仁 Python 語言基礎及網路爬蟲實務；除上課人數提升外，參與課程的單位也由資訊部門及其他核心應用部門擴及到後勤支援部門，讓更多同仁了解 Python 語言，以建立數位轉型的共同溝通橋樑。



重點人才培育計畫

中國人壽規劃為期四個月的培訓課程，於課程前、中、後設計問卷、評量及作業，協助受訓同仁學習跨部門組織內部知識、產業趨勢、服務創新、執行力、簡報力等，提升個人工作管理能力與團隊合作的精神、凝聚同儕在組織內之情誼。本計畫目標儲備年輕世代管理梯隊，確保企業永續經營。

▼ 管理梯隊所需具備之能力



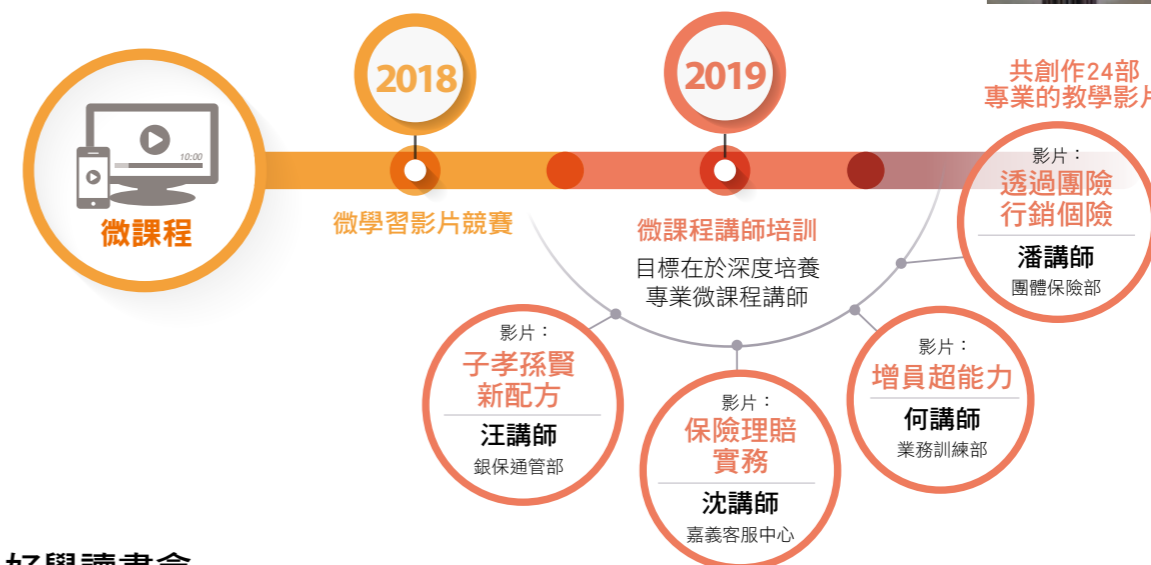
受訓同仁
一年內晉升比例
達 **41.6%**

內勤員工專屬數位學習平台

為因應數位金融科技趨勢，中國人壽成立「員工學習網」，持續推廣多元課程、優化使用介面，課程涵蓋法令遵循、專業能力、趨勢科技等類別，提供學員更完整之學習環境，6 年累計完成 598 堂課程，總受訓時數 109,252 小時。2019 年推出公平待客課程，並透過平台辦理提案機制，使員工完成學習外，也達到工作上之應用。

微課程講師培訓

延續 2018 年「微學習影片」競賽的行動學習，2019 年辦理企業內部「微課程」講師訓練，深度培養微課程講師種子；課程內容包含：設計課程架構、學習重點、呈現方式、拍攝技巧及剪輯後製等。經指導、實際演練、課後練習及回訓後，每位受訓講師都具備教學影片製作能力，以傳承產業知識。



好學讀書會

為塑造學習型的企業文化，營造知識共享的創新氛圍，中國人壽規劃推動「好學」讀書會，鼓勵同仁持續學習，並透過共同主題交流、促進溝通、提升聆聽與理解他人的能力，讓同仁突破思維框架，強化自我表達及整合的能力。

此計畫成功組隊 25 組，透過線上、線下混成的學習方式，每組於每季讀完 1 本書後提交心得報告，邀請全體同仁及中高階主管票選出最具學習熱忱、運用創意共學方式、將所學應用於生活或工作上的數名作品，進行公開表揚與獎勵。

專業證照獎勵

制定「內勤職工專業考試獎勵辦法」及「內勤職工精算考試獎勵辦法」，提供考試假、溫書假並補助考試費用、獎勵金等，鼓勵同仁持續精進、取得專業證照。2019 年內勤同仁平均持有證照數為 2.35 張，近 3 年均持續成長。

其中，因應大數據趨勢，鼓勵同仁報考美國精算學會辦理之「預測分析認證課程」，強化相關同仁在數據分析的知識技能，對組織運營有更進一步的貢獻度。

▼ 近 3 年內勤同仁專業證照取得情況 (累計)

	2019	2018	2017
總計	5,245 人	4,564 人	3,943 人
平均每人持有證照數	2.35	2.14	1.97
精算考試科目	254	214	170
投資、風控、稽核、反洗錢師專業證照	132	63	12
核保、理賠專業證照	101	87	74
壽險管理師考試科目	4,758	4,200	3,687

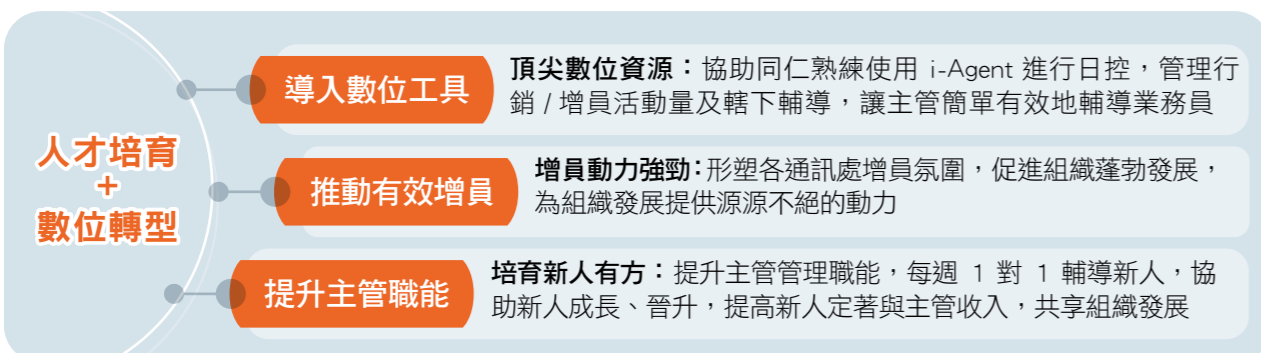
» 業務通路數位轉型

中國人壽以發掘業務同仁職能需求、強化業務同仁即戰力為方向，規劃完整且系統化的訓練架構，依據業務同仁在事業不同階段應具備之能力規劃，協助培養核心職能。此外，亦不斷研究、發展創新培育模式，透過數位化管理，使業務同仁成為具備行動化能量的專業壽險規劃人員。

▼ 各職級核心職能

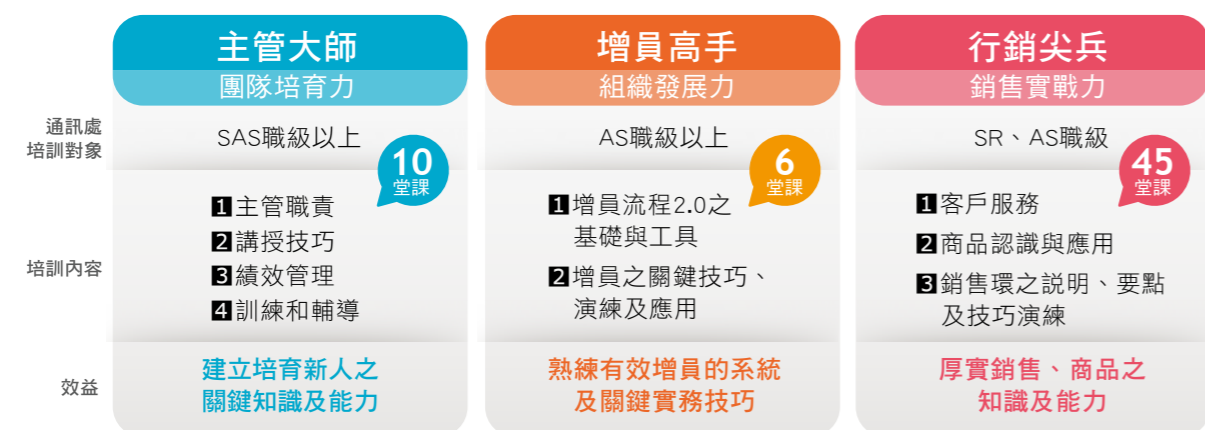


轉型方案推動主軸



主管職能提升

2018 年到 2019 年，中國人壽於所有通訊處全面推行「提升主管職能」三大系列課程，包含「主管大師」、「增員高手」、「行銷尖兵」，按不同職級分流開班，進行職能提升、再強化的學習，培訓，保留大量操作演練環節及課後實操性學習任務。



完成受訓 21,657 人次 + 受訓時數 32,486 小時

行動工具輔助業務管理科學化

數位化轉型助理 (i-Agent) 為業務通路的數位應用工具，率先導入 AI 及大數據應用機制，整合商品行銷、人才增員、售後服務、績效追蹤，全方位進行數位輔助；其具備數位助理提醒及建議功能，並規劃以 AI 智能學習朝「數位教練」的形式進行開發，提升其應用價值。

i-Agent 採用迭代開發的系統建置方式，以建立、管理客戶名單及行事曆提醒，協助業務員活化客戶名單、安排行程。透過業務員活動量管理及績效管理，協助業務主管進行科學化管理，分析各個業務員適合的業務開展模式，並建置業務員選才模型。透過推動 i-Agent 導入行動化數位工具、優化通訊處營運模式、強化行銷與增員動能，目前已顯見成效。

為深耕轉型發展、活化數據資料，2019 年與數據專家顧問團隊合作，攜手開發業界首創的「AI 徵才」模型，運用 i-Agent 收集數據資料進行分析、應用通路發展。AI 成為業務助手，優化增員流程，讓業務員更精準地將時間及成本投入於準增員人員，大幅提升轉化率及人員展業時間，強化業務員組織發展質量與新業務品質。



轉型專案成功關鍵



» 業務專業系統化培訓

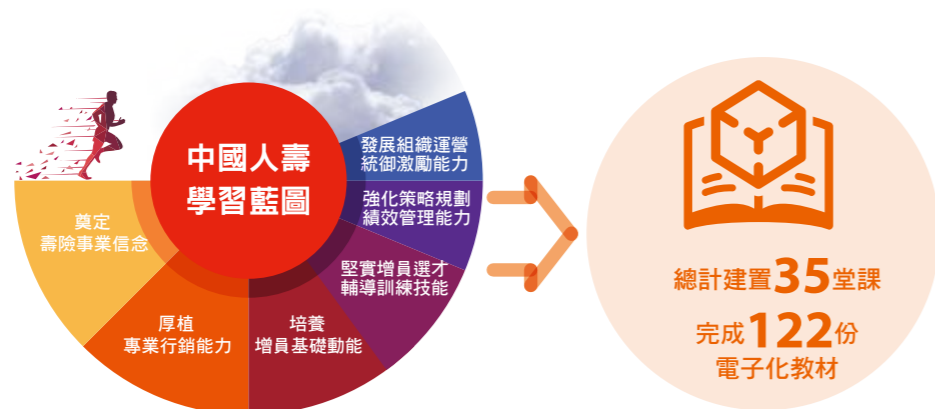
中壽大學

「中壽大學」完整規劃外勤員工訓練，對主任、襄理、經理等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，讓同仁清楚理解各職級的角色與定位，建立各職級共同的文化與熟悉的語言，協助新進業務同仁在 5 年內隨著職涯發展逐步提升自我金融保險專業及管理能力的。



業務訓練學習地圖

2019年起，中國人壽重新盤點各職級業務同仁核心職能，分析同仁績效及人力發展現況，透過線上問卷、訪談績優業務主管群，瞭解使用者真實學習體驗，全面改版、優化準新人、業務代表、主任、襄理、經理、處經理六大職階的業務訓練學習地圖，大幅提高互動研討、情境演練、實務話術及技能驗收，提供業務同仁實體及線上的混成學習環境。



二代接班培育計畫

中國人壽推出「二代接班培育計畫」，讓業務同仁主動推介子女加入業務發展，盼能將其創業成果於退休時交棒給子女。透過業務員世代交替，讓保戶服務不間斷，並注入新血、活化事業體，落實對保戶的長期承諾，造就保戶、業務員與公司的三贏局面。

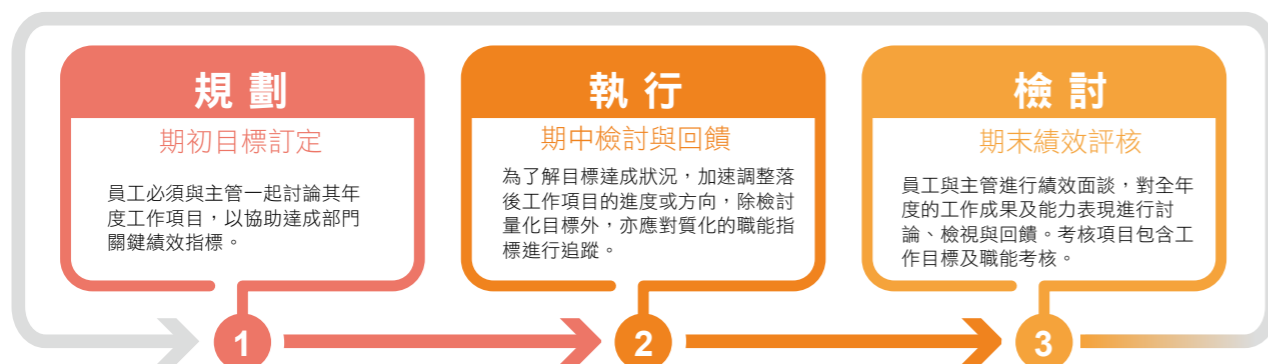
2019年參與「二代接班 club」養成培育計畫的業務員子女共 50 名，平均年齡低於 30 歲。業務員子女經過系統性培訓與多元化課程，聚焦「壽險專業、溝通領導、新世代管理、團隊經營」四大學習主軸，形塑接班業務的關鍵能力與領導力；培訓之餘，亦輔以導師制度，關心、瞭解學員狀況。



培訓一年後
晉升率高達
20%

» 績效考核

在中國人壽，績效管理是每位同仁的責任。同仁必須在年初即訂定年度績效目標，依據目標執行，並於年中與主管進行檢討、回饋，最後在年末進行年終檢討、進行評核；如此規劃、執行、檢討的過程循環不斷，衡量方式兼具量化（工作目標）及質化（職能）角度。2019年中國人壽員工 100% 接受績效考核。



安心幸福職場

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。中國人壽提供多元及平等的就業機會，並制定政策保障工作人權。



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 2019 年底，員工總人數為 13,614 位，其中內勤員工 2,233 位，外勤員工 11,381 位。

▼ 2019 年員工結構

內勤	外勤	總計
定期員工	業務員	業務員
2	2,636	5,037
10	5,037	7,673
12	7,673	11,381
不定期員工	業務主管	業務主管
773	1,248	2,460
2,221	2,460	3,708
總計	總計	總計
775	3,884	7,497
1,458	7,497	11,381
2,233	11,381	

● 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，適用勞動基準法，且為部份工時制。

內勤同仁在人員分布上，年齡以 30 至 50 歲的族群為主，占比達 70.75%，平均年齡為 40.15 歲、平均年資約 7.44 年。性別分布上，男性約 34.71%、女性約 65.29%，在管理階層的性別分布上，男性主管與女性主管比例約為 51：49。學歷分布上，以大學、專科學歷為主，占比達 75.32%，另具碩、博士學歷的同仁占比約 19.21%。

外勤同仁在人員分布上，年齡以 30 至 50 歲的族群為主，占比達 55%，平均年齡約 39.85 歲、平均年資約 7.33 年。性別分布上，男性約 34.12%、女性約 65.88%，在管理階層的性別分布上，男性主管與女性主管比例約為 34：66。學歷分布上，以大學、專科學歷為主，占比達 59.99%。

▼ 2019 年按性別及年齡、職務、學歷區分的員工人數

分類	內勤		外勤		總計	
	男	女	男	女		
年齡	30 歲以下	133	215	1,232	1,468	2,700
	30-50 歲	474	1,106	1,996	4,270	6,266
	51 歲以上	168	137	656	1,759	2,415
職務	部門主管(含)以上	56	33	1,248	2,460	3,708
	科主管	155	169	2,636	5,037	7,673
	一般員工	564	1,256			
學歷	博士	2	0	250	225	475
	碩士	239	188	2,424	4,403	6,827
	大學/專科	491	1,191	1,210	2,869	4,079
	高中職及以下	43	79			

單位：人

▼ 2019 年員工平均年齡與年資

項目	內勤			外勤		
	男	女	全體	男	女	全體
平均年資	7.64	7.34	7.44	6.72	7.65	7.33
平均年齡	41.34	39.53	40.15	37.67	40.99	39.85

» 員工多元化及包容職場

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。2019 年共有 60 位身障同仁，其中任職 1 至 5 年者比例達 14%、任職 6 年以上者高達 86%，其中更不乏任職 13、14 年以上的身障同仁。

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 2019 年底已僱用原住民達 54 人，達到職場多元化之目標。

» 員工流動情形

近年中國人壽內勤同仁人數持續成長，2019 年新進內勤同仁共計 421 人，占全體內勤同仁比率為 18.85%，其中女性為 272 人，占新進人員 64.61%；離職人數為 291 人，占全體內勤同仁比率為 13.10%，近五年（自 2015 年起）離職率分別為 15.69%、17.49%、12.86%、13.96% 及 13.1%，趨勢為逐漸下降，顯示中國人壽工作環境品質穩健，未來將持續追蹤同仁流動狀況，檢討與勉勵，創造更優質的工作環境。

▼ 2019 年按性別及年齡別區分新進人員統計

分類	內勤		外勤		
	人數	百分比	人數	百分比	
年齡	30 歲以下	60	2.69%	508	4.46%
		107	4.79%	613	5.39%
	30-50 歲	84	3.76%	350	3.08%
	157	7.03%	746	6.55%	
51 歲以上	5	0.22%	48	0.42%	
	8	0.36%	127	1.12%	
總計	421	18.85%	2,392	21.02%	

① 外勤新進人員統計含承攬契約之業務人員

▼ 2019 年按性別及年齡別區分離職人員統計

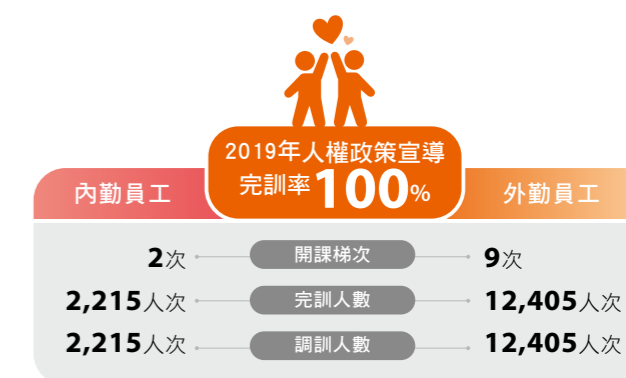
分類	內勤		外勤	
	人數	百分比	人數	百分比
30 歲以下	28	1.26%	313	2.75%
	61	2.75%	396	3.48%
30-50 歲	70	3.15%	350	3.08%
	116	5.22%	598	5.25%
51 歲以上	10	0.45%	76	0.67%
	6	0.27%	178	1.56%
總計	291	13.10%	1,911	16.79%

① 內勤離職人員統計不含定期契約人員

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，包含多元包容性與平等機會、人道待遇、合理工時、薪資福利符合法律規定、健康安全職場、申訴制度、勞資協商、隱私保護，並要求所有內外勤同仁必須完成「人權政策宣導」課程，以落實人權保障之理念。



» 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，以科技結合創新思維，於 2018 年推出「中壽 E 家人」LINE@ 生活圈，作為內部溝通管道。至 2019 年「中壽 E 家人」好友數達 1,818 人，占內勤同仁人數 8 成以上，每周發布相關訊息，強化互動，打造平台溫度，及時回應同仁需求，以提升同仁對平台之黏著度，建構中國人壽企業文化之暖心氛圍。2019 年共發布 177 則訊息，舉辦 4 次票選問答互動活動，計有 1,420 人參與。

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，2019 年舉辦 4 次勞資會議。另，中國人壽亦設置員工申訴管道，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。2019 年無申訴事件發生。

員工照顧

» 有溫度的福利措施

中國人壽致力於建立同仁歸屬感，新進與資深同仁皆被視為中國人壽大家庭的一員，提供多樣的福利和多元的保障，確保每位同仁獲得應有的照顧。中國人壽提供的福利項目中，休假、志工假、子女教育補助金、健康檢查皆優於法令規定。

▼ 2019 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。	366 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。	1,618 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 58 人次 團保理賠 720 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 6 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。	1,009 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 41,640,000 元。	生日禮金 2,096 人次 端午禮金 2,061 人次 中秋禮金 2,096 人次
子女教育 補助金	為鼓勵員工子女努力向學，提供子女教育補助金，補助金額總計 3,664,200 元。	1,999 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 8,988,600 元。	2,120 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 180 人次 住院慰問金 502 人次

退休福利

中國人壽重視員工退休生活，訂定員工退休辦法並設立「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，為感謝退休人員服務多年之辛勞，使同仁能感受到公司對人員之重視，於同仁退休時提供琉璃獎座 1 座及免費健康檢查；2019 年共計 6 人受惠。

幼兒撫育

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。2019 年計有 21 位內勤、57 位外勤同仁提出育嬰留職停薪申請。中國人壽申請育嬰留職停薪的同仁維持高水準復職率及留任率，2019 年內勤復職率達 87%、留任率達 63%；外勤復職率達 79%、留任率達 95%；其中，內勤男性復職率更達 100%，可見中國人壽體諒同仁兼顧家庭照顧之需求。

育嬰假統計	內勤			外勤		
	男	女	總計	男	女	總計
2019 申請育嬰留職停薪總人數	3	18	21	14	43	57
實際復職人數	4	10	14	9	41	50
2018 該年度育嬰留職停薪後 持續工作一年人數	1	11	12	10	47	57
復職率	100%	83%	87%	75%	80%	79%
留任率	25%	73%	63%	91%	96%	95%

① 復職率 = (2019 年實際復職的人數 / 2019 年應復職的人數) x 100%
留任率 = (2018 年復職後十二個月仍在職的員工總數 / 2018 年實際復職人數) x 100%

每年的約定：「暑期親子營」帶子女來上班

結合 AI 及數位發展，特別安排 micro:bit 課程 同仁子女化身小小程式科學家

連續四年為同仁子女舉辦「暑期親子營」，讓同仁帶著自己的孩子來上班，參與公司規劃的一系列活動。隨著 AI 及數位金融的蓬勃發展，「暑期親子營」首次導入數位課程，特別安排由臺灣程式教育協進會規劃的 micro:bit 程式設計課程，以有趣的主題、圖像化的方式引導孩子踏入程式設計和邏輯思維的新天地。「暑期親子營」讓同仁獲得了難忘的親子互動，共築幸福職場，得到同仁及其子女們的熱烈迴響。



一位首次幫孩子報名參加的同仁表示

去年就想幫我小孩報名了，但報名太踴躍而沒搶到名額，今年一開放就手刀報名，活動內容充實有趣，孩子不但當天玩的開心，回家後滔滔不絕地說起程式設計，機器人現在成了她的寶貝，還一直說明年一定還要再來參加。

連續四年都來參與的孩子說

這次活動內容跟前幾次不一樣，能夠幫自己的機器人設計很多表情，很酷也很好玩。



完善的薪資結構

中國人壽堅持薪酬「對外具競爭力、對內具公平性」的理念原則；為確保同仁整體獎酬水準具同業競爭優勢，採取績效導向，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。

▼ 新進同仁薪資範圍

		2019	2018	2017
內勤	基層作業員工	最低 23,100 元，另依經驗、學歷調整 與主管機關基本工資比 1.00 : 1	最低 22,000 元，另依經驗、學歷調整 與主管機關基本工資比 1.00 : 1	最低 21,100 元，另依經驗、學歷調整 與主管機關基本工資比 1.00 : 1
	大學專業行政人員	最低 28,000 元，另依經驗、學歷調整 與主管機關基本工資比 1.21 : 1	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	最低 28,000 元，另依經驗、學歷調整 與主管機關基本工資比 1.33 : 1
外勤	基層業務主管	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	1.00 : 1	1.00 : 1



▼ 各職級性別薪酬比率

部門主管(含)以上	2019		2018	
	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	1.02	1	1.04	1
科主管	0.89	1	0.89	1
一般員工	0.89	1	0.89	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

	2019	2018
非擔任主管職務員工人數(單位:人)	2,208	2,116
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)	1,173,779	1,031,876
每人平均福利費用成長率(單位:%)	13.75%	-

① 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。
② 本年度調整對「經理人」之定義，故追溯調整 2018 年數據。

▼ 非擔任主管職務之全時員工平均薪資、中位數及與前一年度之差異

	2019	2018	差異
非擔任主管全時員工薪資總額(單位:元)	2,048,812,502	1,759,033,199	289,779,303
非擔任主管全時員工人數(單位:人)	2,077	1,927	150
非擔任主管全時員工薪資平均數(單位:元)	986,429	912,835	73,594
非擔任主管全時員工薪資中位數(單位:元)	833,572	768,666	64,906

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。
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。
③ 本年度調整對「經理人」之定義，故追溯調整 2018 年數據。

» 重視健康安全的職場環境

職業安全衛生組織與管理制度

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。其中，職業安全衛生委員會為常設組織，設有主任委員 1 名與委員 6 名，其中包括 3 位勞工代表，占全體委員人數的 42.9%，每季定期召開委員會，以審議、建議公司各安全衛生政策及提案。

▼ 職業安全衛生管理政策與計畫

職業安全衛生管理計畫

確實落實員工的安全與衛生措施。

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。

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。

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。



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。

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。

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。

在職場安全與環境監測方面，2019 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，除成立自衛消防編組，亦積極配合、參與大樓管理單位舉辦之聯合消防講習或緊急疏散演練，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。

▼ 2019 年職業安全績效

項目	男	女	總計
工傷率 (IR)	0.0000%	0.0013%	0.0013%
缺勤率 (AR)	0.0815%	0.4493%	0.5308%
損工日數率 (LDR)	0.0000%	0.0061%	0.0061%

① 2019 年無發生因公死亡事件及職業病
 ② 2019 年工傷類別以上下班及公出之交通事故為主
 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，除全省主要服務櫃檯持續提供血壓計免費使用，並於總公司、桃竹分公司、臺中分公司、嘉義分公司、臺南分公司及高雄分公司場所增購輪椅及自動體外心臟電擊去顫器 (AED) 之急救設備，持續取得「AED 安心場所認證」。2019 年共計 141 位經外部訓練合格之急救人員，為讓既有急救人員有最新觀念與技巧，有 30 位參加回訓課程。

另特僱用 7 位護理師辦理同仁的健康促進與衛生指導、工作相關傷病防治，以及急救緊急處置，並利用內部郵件進行傳染病預防及健康宣導。2019 年持續特約林口長庚醫院、童綜合醫院、臺南市立醫院及高雄長庚醫院合格之醫師，分別辦理每季臺北地區、臺中地區、臺南地區及高雄地區之現場健康臨廠服務作業，共 26 場次，為擴大服務，其餘職場與敦北大樓同步連線辦理視訊講座。

室內空氣品質管理

內勤同仁每天約有八成至九成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，雖保險業室內職場環境未適用「室內空氣品質管理法」規範，已連續兩年共派訓 9 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

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，並善用公司建置之步行紀錄APP「KEEP GOING」，辦理健走競賽，由主管領軍，以達到促進健康及增進團隊合作之效。同仁報名踴躍，共計39隊報名、390人參賽；達競賽門檻（競賽期間16日，每日達7,000步）之隊伍，依團隊組員平均步數之區間給予獎勵金。

淨山活動
 與樂活健康議題聯結，鼓勵同仁健身也同時淨山，達到善盡地球公民及企業社會責任之雙重效果；本活動共有1,006位同仁報名，志工時數合計4,024小時。

棒壘球賽
 為定期舉辦的友誼賽活動，充分展現出重視員工健康的企業文化，而隊伍中多有跨部門組隊的情形，員工所展現出的向心力及團隊合作力量，更讓企業運動精神活力滿分。

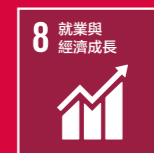
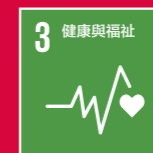
身心紓壓管道
 為關懷員工身心的健康，特別與專業心理諮商機構（華人心理治療研究發展基金會）合作，提供專業、關懷的紓壓管道；只要員工有需求，都可撥打免付費專線電話，由資深專業心理諮商師提供專業的諮詢，讓員工能有紓解工作與生活中的煩惱的管道。

4

暖心 普惠社會

促進普惠金融，強化國人基本保險保障，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。

中國人壽投入企業資源及員工參與，以「教育培力、扶持弱勢、友善環境及企業志工」四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

2019 目標及達成情形

- 持續推動微型保險服務投保人次目標達成率近 130%
- 持續推動小額終老保單，累計投保人數逾 23,000 人
- 推動與 3 家第三方通路合作銷售網路投保年金險，擴大普惠金融服務對象
- 開發符合普惠金融主題的保險商品

2020 ESG 目標

- 持續推動微型保險，服務投保人次達 19,000 人
- 持續推動小額終老保單，累計投保保單達 25,000 張
- 推廣普惠金融保險商品，身心障礙人士投保達 500 人
- 新增與 2 家第三方通路合作銷售網路投保商品

提供有溫度的服務，提升保戶滿意度

2019 目標及達成情形

- 榮獲金管會「金融服務業公平待客原則評核」壽險業第 2 名之佳績
- 成立公平待客委員會，每季召開委員會，並修訂公平待客原則政策及策略
- 舉辦公平待客內部提案大賽，跨 45 部門共 291 人參與，總提案數 379 則，有效增進同仁認識與重視公平待客
- 為宣導及建立民眾健康意識，舉辦 2 場健康講座
- 與台灣失智症協會合作推動失智友善組織，提供更暖心的保戶服務
- 開辦「櫃台快速理賠服務」，提升理賠服務時效
- 每季舉辦 1 次「服務大使」選拔活動、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）

2020 ESG 目標

- 舉辦 2 場教育訓練及 1 次員工參與活動
- 於全國客服中心針對一般大眾、保戶舉辦 3 場健康講座活動
- 新增 1 家保健醫護相關類別廠商進行異業合作
- 銀行合作通路 100% 於合約中敘明須遵守公平待客原則
- 持續推動「櫃台快速理賠服務」，提升使用率達 50%
- 舉辦二次「服務大使」選拔活動及一次年度表揚活動
- 完成建置客戶滿意度調查系統，客戶滿意度調查「滿意」比率達 97% 以上

結合金融保險業核心職能，參與社會關懷

2019 目標及達成情形

- 舉辦 17 場偏鄉小學金融保險知識教育活動，擴大活動範疇

2020 ESG 目標

- 舉辦金融保險知識教育活動，總場次成長率達 20%

推動數位轉型，強化數位競爭力

2019 目標及達成情形

- 導入理賠防詐預測系統，減少保險詐欺案件的發生，完成建置理賠防詐模型
- 為提升作業效率，建置行動照會系統功能
- 完成數據整合與分析平台之建置，包括：理賠防詐模型建置專案、行銷大數據專案、新 EUC（使用者資料查詢）系統建置專案
- 發展大數據分析平台及建置行銷標籤庫
- 再造保單行政流程系統，完成獨立登打平台建置第一階段
- 完成導入新商品使用者自動化測試，協助縮短產品開發時程，並提高系統產出之品質

2020 ESG 目標

- 完成建置智能理賠防詐模型，融入 AI 智能功能
- 透過大數據分析平台，完成研發符合保戶需求的商品智能推薦功能
- 完成行動投保三類商品（年金、意外傷害、健康險）自動化測試腳本，並導入建議書系統二類商品（壽險、投資型）自動化測試機制
- 保單照會行動化，於 iCare 系統完成行動照會功能建置

管理方針

重大主題 數位金融與創新、行銷與標示

承諾

- 適時導入結合新型態科技的各種商業模式
- 快速有效地處理客戶需求，提升服務品質

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」
- 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，並定期召開會議
- 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
- 因應各大節慶、連續假期、寒暑假期間，啟動「卡安心會員預約投保」，提供更便利、迅速、安心之多元服務

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

- 於大數據分析平台系統建置行銷標籤庫，產出行銷推薦名單，定期檢視績效與調校模型
- 定期檢視及修訂「重大災害事件保戶服務關懷措施處理程序」
- 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%（滿分 5 分）
- 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

創新數位體驗

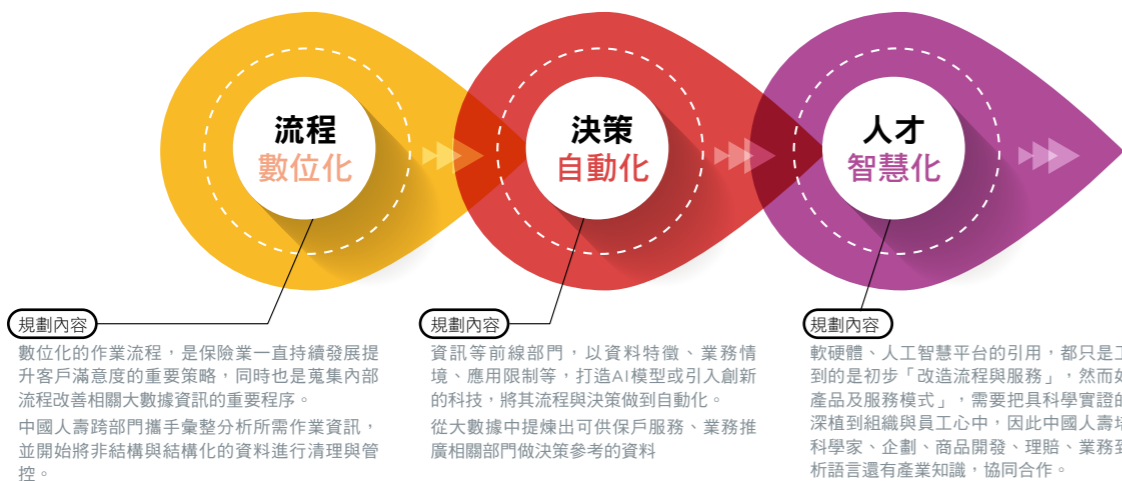
數位變革

金融科技 (Financial Technology, FinTech) 蓬勃發展，近年呈現逐漸加速的態勢，使保險業面臨前所未有的衝擊，直接改變了未來保險業市場的樣貌與生態。為因應此一趨勢，世界各國同業已相繼投入；在臺灣，主管機關也持續關注，並鼓勵金融科技之發展。保險公司若不能在這一波浪潮下建立數位競爭的能力，將面臨嚴峻的市場衝擊。

» 數位應用發展

中國人壽成立數位應用發展部，致力於發展所有創新概念，規劃、整合數位科技應用發展，打破傳統冰冷的科技概念，透過研發與引進創新科技，提供各類智能輔助工具予內外勤同仁，除強化業務效率外，亦給予保戶更佳的體驗與便利性，以創新商業模式為保戶與公司帶來雙贏。

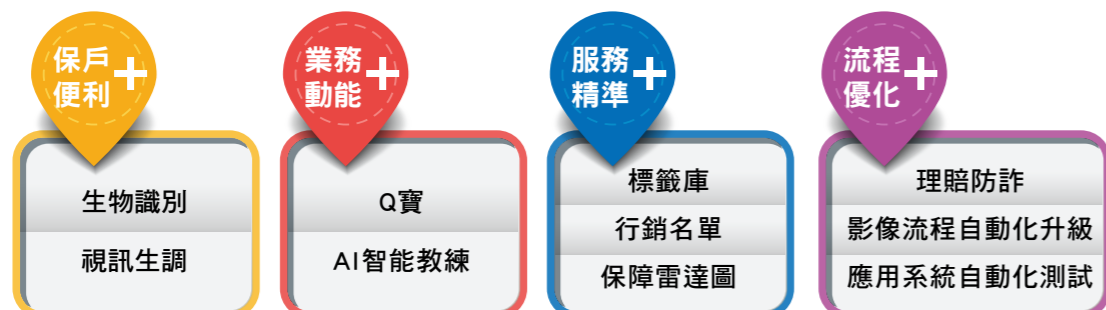
▼ 數位化應用發展之核心目標



2019 年間，中國人壽陸續完成大數據分析平台、智能貼標標籤庫等數位應用基石，並進一步推動 AI 業務員智能助理、精準行銷名單、智能分析需求雷達圖等強化業務職能之輔銷工具；持續進行中的專案更涵蓋 AI 理賠防詐模型、區塊鏈聯盟平台，以及業界首創將人臉識別應用於行動投保等核心技術。

中國人壽深度布局數位與數據基礎建設，建立數據驅動的企業文化，適時導入相關法規修正，藉此優化客戶體驗、提升業務員服務效率、協助商業決策、增進營運效能，並使數位科技充滿人性溫度。未來將更積極發展多元管道與工具，以 AI 及大數據等數位科技為核心，推動數位轉型，打造以客戶為中心之數位體驗，以成為最佳數位應用的科技保險公司為目標。

▼ 數位金融科技應用



保戶便利 +

生物辨識 - 業界首創刷臉投保

中國人壽不斷創新、勇於嘗試，擁抱保險業金融科技 (InsurTech) 趨勢，將人臉辨識技術應用於投保流程中，在技術可行及風險可控的原則下，打造智能身分確認機制，配合最嚴謹的資訊安全與個資保護措施，讓保戶享有安全、有效率的金融服務，領先業界邁入「刷臉投保」新紀元。



生物識別技術具有不易遺忘、不易偽造、不易被盜、隨時隨地可用等特點，投保時，客戶僅需透過臉部掃描即可完成身分驗證作業；待試辦作業通過後，保戶更無需簽署紙本確認書，創造簡便且無紙化之投保體驗。此外，在電子簽名與錄影錄音全程中結合人臉辨識功能，強化本人簽署與投保意願確認之風險管理機制，能有效避免偽簽與詐騙的風險並減少客訴爭議案件，透過科技讓保戶享有更安全之金融服務。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，與資料庫照片模板進行比對，實現自動化精準核對身分及智能化風險管控。

視訊生調 - 節省保戶與業務時間成本

中國人壽導入「視訊生調」，讓保戶僅需安排視訊時間，即可於行動裝置通訊軟體執行生調作業，大幅節省保戶約訪等候時間與交通往返成本，並提升銀行或業務推廣員等相關人員的展業時間。此外透過視訊生調錄影存證，亦可保障保戶及中國人壽雙方權益，提高整體服務品質。

▼ 視訊生調處理流程



業務動能 +

Q 寶 - 業務員的展業利器

「Q 寶」智能助理結合自然語言處理技術與壽險專家經驗，為業務員量身打造職能輔導與業務諮詢。透過不斷的對話訓練與業務經驗累積，Q 寶將達成功能優化與智能升級，未來將進階應用於智能客服平台，進而提升客戶體驗與滿意度。



- 服務業務員**
提供7*24小時即時支援服務，快速回應所需資訊及常見問題，強化業務員服務效率，和提升客戶滿意度。
- 協助業務員展業**
推出業界首創「AI智能教練」，強化業務員展業職能，增加主管輔導效益，達到提升整體產能。
- 強化數位競爭力**
提升中國人壽之保險科技品牌形象，藉由導入智能助理，強化業務員數位便利性，與同業區隔，讓中國人壽業務員在市場更有競爭力。

AI 智能教練 - 精準輔導業務新人

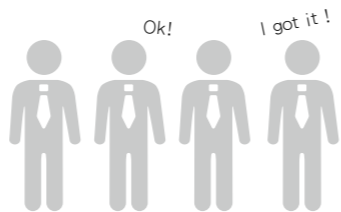
為培養業務新人行銷能量，中國人壽運用人工智慧技術，為業務新人量身打造 AI 智能教練，以角色扮演打造模擬的業務情境，與業務員練習行銷話術。同時，智能教練亦透過大數據分析業務員行為與行銷弱點，給予精準輔導，以提升業務新人行銷活動量與行銷轉換率，進而提升業務員收入。

AI 語意理解技術
多輪對話腳本
大數據分析技術



AI 智能教練

- 角色扮演練習
- 練習行銷對話
- 分析行銷弱點

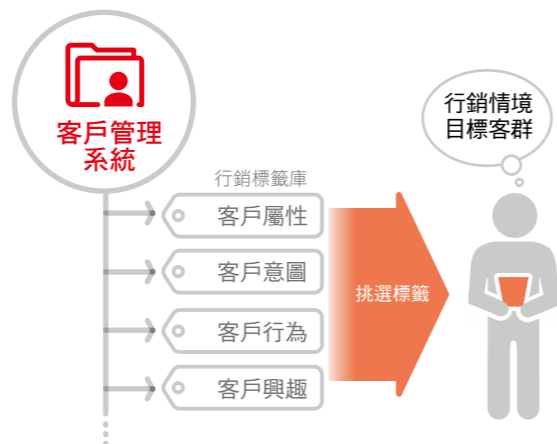


業務新人

服務精準 +

大數據與 AI 平台暨行銷標籤庫

中國人壽積極建置大數據分析平台，並與外部顧問合作，透過「大數據資料集技術」及「AI 貼標技術」，自動化進行互動資料整理與關聯性定義，並建置行銷標籤庫，將客戶的屬性、行為、意圖及興趣等訊息以一致的資料架構製作成「標籤」，讓業務員依據不同的行銷情境、目標客戶，挑選不同的標籤，鑲嵌在客戶管理系統，「由客群尋找商品、由商品尋找客群」，達成精準行銷功效。未來目標進一步整合外部資訊，提供更到位、全方位的客戶資訊，讓業務員與客戶創造更精準、緊密的關係連結。



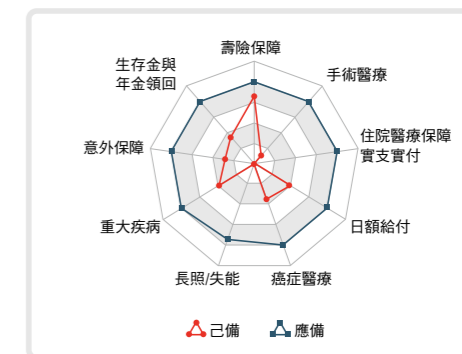
精準行銷名單 - 在對的市場找到對的客戶

透過大數據分析，從龐大的既有客戶名單中，針對各類商品找出再購率較高的客戶，讓業務員優先安排行銷活動；此名單效益遠高於傳統人工分析結果，客戶再購率最高達 33%，近一年內刺激保費業績增長 26 億。



保障雷達圖 - 視覺化保單健診

傳統保單健診多以報表呈現繁複的保障狀況；中國人壽開發「保障雷達圖」，以雷達圖的形式，視覺化、清楚地呈現各個保障面向，拉近客戶與保單內容的距離。



協助客戶規劃保險的過程中，更運用進階客戶分群，提供大數據整理出的保障水位，作為業務員替客戶規劃保障目標之標準、找尋缺口之參考，進而依據缺口推薦合適商品，成為業務員與客戶進行保單健診的起手利器。

流程優化 +

理賠防詐專案 - 系統化風險識別與評估

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，2019 年完成建置「理賠防詐模型」，以數個辨識模型區分理賠案件之風險，篩選出高風險與低風險的保戶，分別進行審查或快速核賠作業，以系統化的風險評估預測，降低人工判斷誤差，目標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 - 標準化系統管理

· 新影像系統

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。

· 保單登打平台

獨立建置保單登打平台，具備影像對位、自動派工及操作簡單等特性，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，並標準化一登一校作業模式、建立自動派工機制，提升建檔品質，增加案件處理的彈性與時效。

應用系統自動化測試

中國人壽規劃與執行新商品系統功能測試，加快行動投保與輔銷系統新商品上線前測試流程。



電子商務

中國人壽電子商務落實普惠金融精神，為讓更多人享有安心保障、實現未來目標，持續推出小額保費預算的保險商品，優先滿足客戶重要的基本保障需求，再透過小額保險規劃家庭財務、子女教育、養老退休等生活目標。客戶能夠透過網路投保專區便捷的投保流程，享有自主規劃的安心服務。

因應數位金融發展策略，中國人壽持續與銀行通路合作銷售網路投保年金保險，融入銀行保險生態圈，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的網路投保商品。

網路投保
會員人數成長
26%

深化公平待客

為發揮保險業社會功能，響應政府政策，中國人壽持續加強推動保障型商品、普惠金融、樂齡扶弱商品，並順應人口結構變化下的長壽風險議題、年改與稅改等相關政策，推出相對應的退休、醫護及長照商品，以滿足社會大眾保險保障、退休規劃、資產配置等多元需求。另，為落實「公平同理，待客如己」的企業理念，中國人壽著力於消費者需求以及弱勢族群專屬商品，落實公平待客。鑑於近年國人對自我健康管理日益重視，數位金融科技發展與應用也日趨完善，亦將持續推出具外溢效果之創新健康管理保險商品。

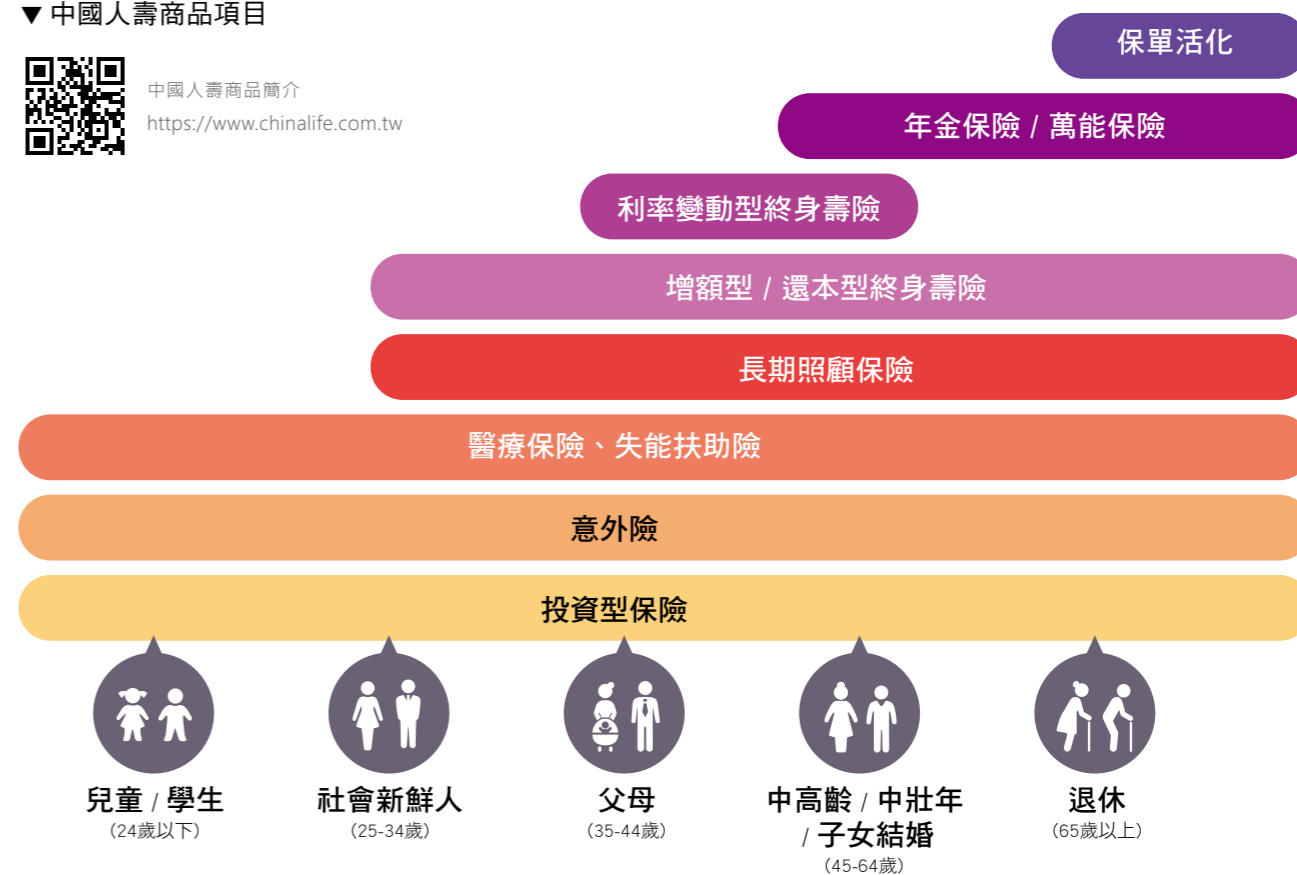
安心守護

因應接軌國際會計準則 IFRS 17，「商品結構優化」及「提升公司長期隱含價值」將是商品開發的兩大主要目標。基於主管機關訂定壽險商品死亡保障門檻、提高國人保險保障的政策方向，中國人壽提升分期繳款商品之銷售比重外，亦將積極開發多元保障型保險商品。

▼ 中國人壽商品項目



中國人壽商品簡介
<https://www.chinalife.com.tw>



» 身障終身綜合保險 - 友保障終身保險

有鑑於身障者在投保上相對會面臨較多困難，包括要求體檢、加費、限制保額及承保範圍等，中國人壽秉持積極服務身障人士的精神，於2019年底領先業界推出全臺首創特定輕、中度身障者可投保的終身綜合保險「友保障終身保險」，商品內容包含身故保險金或喪葬費用保險金、完全失能保險金、祝壽保險金、退還所繳保險費（並加計利息）、意外身故保險金或喪葬費用保險金、交通運輸意外身故保險金或喪葬費用保險金、公共建築物火災意外身故保險金或喪葬費用保險金、意外傷害住院日額保險金、老年住院醫療提前給付保險金、安心生命末期提前給付保險金等多樣化給付，使特定輕、中度身心障礙者能與一般民眾一樣能輕鬆享有終身壽險保障，落實普惠金融及公平待客。

» 智由行照護終身保險 (2020)

臺灣逐步走向高齡化社會，失智人口亦快速增加。許多醫學研究都指出，充足睡眠與適度運動能降低失智風險。中國人壽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「智由行照護終身保險(2020)」，於商品設計納入預防機制，保戶僅須於手機下載「中國人壽 Keep Going」APP 並完成會員註冊，即可定期上傳運動及睡眠健康數據至資料庫，計算單月達標次數，視是否達成約定條件提供額外保障。此商品設計除培養保戶健康習慣，亦降低保險業者損失率，並減少長壽風險下社會醫療的支出，達到保戶、保險業者、社會三贏的目標。除推出商品外，中國人壽更以事前、事中、事後的整體思維，著手佈建失智防護網。



» 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，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。

中國人壽微型保險已連續 6 年獲得主管機關肯定，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，為中低收入戶、身心障礙等弱勢家庭提供堅強的後盾。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。

» 小額終身壽險

我國已邁入高齡化社會，依據國家發展委員會推估，2026 年將邁入超高齡社會，且預估人口負成長將於 2021 年至 2025 年間發生。鑒此，中國人壽掌握社會趨勢並配合政府政策，於實體通路和電商通路相繼推出「全民小額終身壽險」與「e 國民小額終身壽險」，目標讓更多國人能投保小額終老，落實建構社會基本防護網。2019 年進一步針對公教族群推出「公教小額終身壽險」，提供多種繳費年期，原則上免體檢，建構公教基本安全防護網。截至 2019 年「小額終身壽險」總件數超過 2.3 萬件，保費超過 3.37 億。小額終身壽險保障各年齡族群，其中 55 歲以上保戶投保件數占 47%，保費超過整體的 70%。

2019 年
受惠人數
逾 2.2 萬

累計總件數
逾 2.3 萬
累計保費
逾 3.37 億

全民照顧

中國人壽秉持「愛與關懷」的核心精神及「公平同理，待客如己」的服務理念，以超越金融消費者期待為目標，透過教育訓練持續深化、落實公平待客的企業文化，確實保障金融消費者的最大權益。為協助董事會具體推動並落實公平待客原則、擬定執行目標，中國人壽於 2019 年正式成立「公平待客委員會」，定期召開會議，以有效檢視及推動中國人壽公平待客原則執行狀況。

» 公平待客原則創意提案大賽

為進一步提升同仁對公平待客原則的認知，並推動公平待客業務持續革新，中國人壽於 2019 年舉辦內部「待領改變，客不容緩」公平待客創意提案大賽，共計有跨 45 個部門 291 位內勤員工提交 379 項提案，參與率超過 13%。每項提案均極具啟發性，也將陸續推動落實，引領中國人壽在每一項商品、每一次服務，均更能實踐「公平同理，待客如己」的理念。

» 健康醫療服務

特約醫療服務

中國人壽因應高齡化人口趨勢，持續與各地區醫療院所合作，引導客戶就近診療，至 2019 年底已與 1,216 家醫療院所簽約，其中不乏較具規模之地區醫院，致力提供客戶最優質的專屬醫療資源整合服務。另外，推出特約機構 APP 查詢及行動 GPS 導航功能，方便為客戶查詢醫療據點並就近利用，提升客戶便利性及使用率，推廣「小病小醫」的觀念，以減少醫療資源浪費。

第二醫療意見

長期與在癌症治療與預防有卓越成就的和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，中國人壽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。

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，積極發揮保險保障功能，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，經審核後最高可獲得住院預付金新臺幣 6 萬元的實質幫助。2019 年共計有 8 位客戶使用此服務，給付金額為 180,350 元。

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

失智友善照護

電話服務中心及全臺客服中心共 7 個客服中心及保單作業部皆已納入失智症協會的失智友善組織地圖中，所有客服人員皆完成失智友善線上學習課程。2020 年將持續落實同仁專業程度及服務品質，所有到職之新進客服同仁亦需完成失智友善線上學習課程，為有需要的客戶提供最完善的服務。

愛心服務櫃台

為提供高齡且行動不便的保戶更優質、迅速的洽公環境，於臺北、桃竹、臺中、嘉義、臺南及高雄客服中心櫃台設置專為特定對象優先服務之「愛心服務櫃台」，針對高齡、行動不便者或需要幫助之保戶，提供專櫃或專人優先協助辦理各項保險業務的貼心服務。

共服務 610 人次
年度成長
11.3%

到府服務

持續提供關懷措施予弱勢（視障、啞、身心障礙或行動不便）及長者（65 歲以上），包含到府協助辦理理賠、客戶服務相關申請到府收件及送件等。申請理賠的同時，客戶可選擇匯款，亦得選擇由專屬服務同仁親送理賠支票至家中轉交客戶。

共受理
52 件
到府服務

「金融友善服務專區」無障礙網頁

中國人壽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。

» 緊急災難救助服務

重大災難提前給付

因風災或重大災害事件身故或傷害者，提供快速理賠服務，一旦確認保險事故，得不經受益人提出理賠申請，即主動、優先處理給付相關事宜。2019 年對於蘇澳民宅氣爆、南方澳大橋斷裂、臺中物流中心大火及臺南真理堂大火等事故，共提前給付約 556 萬元。

臨櫃快速理賠

中國人壽深切體會保戶在遭逢緊急危難時的焦急，為陪伴保戶共度難關，推出全臺六大客服中心臨櫃快速理賠服務，凡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）內並備齊文件臨櫃申辦的保戶，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與價值，讓理賠不再只是一筆數字，而是有溫度的關懷與服務。

2019 年，再結合 eACH 即時付款系統，若保戶的存款銀行有加入此系統，即可在結案後三十秒內完成轉帳付款。



已有 **21** 家銀行加入
中國人壽 eACH 即時付款系統

緊急災難救助

2019 年共啟動 5 次緊急災難救助，分別為丹娜絲、利奇馬、白鹿、米塔颱風登陸、臺南玉井一貫道真理堂大火。

保費優惠措施、
保單貸款優惠

災區保戶且符合申請資格者，提供保單貸款 6 個月免息優惠

免費申請補發
保險單

因風災或重大災害事件致保單遺失或毀損可免費申請補發

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，並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，以 1-5 分（滿分 5 分）進行調查。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。



一般服務櫃台

滿意度調查成績
4 分以上達 **99.9%**



愛心服務櫃台

滿意度調查成績
4 分以上達 **100%**

» 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。

中國人壽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。2019 年電話服務滿意度調查平均成績 4 分以上達 100%（滿分 5 分）。

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。

每位客服人員
平均具備 **3.5 張**
保險相關證照



舉辦客服人員
教育訓練 **46 堂課**
平均授課時數 76 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，連續兩年舉辦服務大使選拔賽，鼓勵同仁共同創造優質的「感動服務」，建立服務典範，提升企業形象及客戶滿意度。2019 年共計有 49 名服務大使，其中再選拔 TOP5 服務大使共 21 名，進行公開表揚，彰顯公司對服務大使的重視。

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，並每週定期召開跨部門申訴案件會議，由相關單位主管共同討論預防與解決方案。2019年所有相關部門均達成「評議案件妥處率」及「縮短申訴案件處理時效」之設定改善目標。

▼ 客訴處理流程



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

理賠類	業務招攬品質提升控管類	客戶服務類
持續推動異常理賠案件管理，並落實調查機制，藉此降低理賠風險，維護保險制度公平	將各類型爭議案件製作成宣導教案，以加強業務招攬品質	調整繳費通知單寄送方式，並增加多種通知繳費管道方式保障客戶權益，進而減少爭議

中國人壽 2019 年於財團法人金融消費評議中心申請評議的案件數量及比率較過去 7 年略有增加，但平均處理天數排名仍維持業界第一，且評議妥處率高達 97%。2019 年有 150 件申請評議案件，其中理賠客訴案件 89 件，非理賠申訴案件共計 61 件，97% 的案件已妥處。

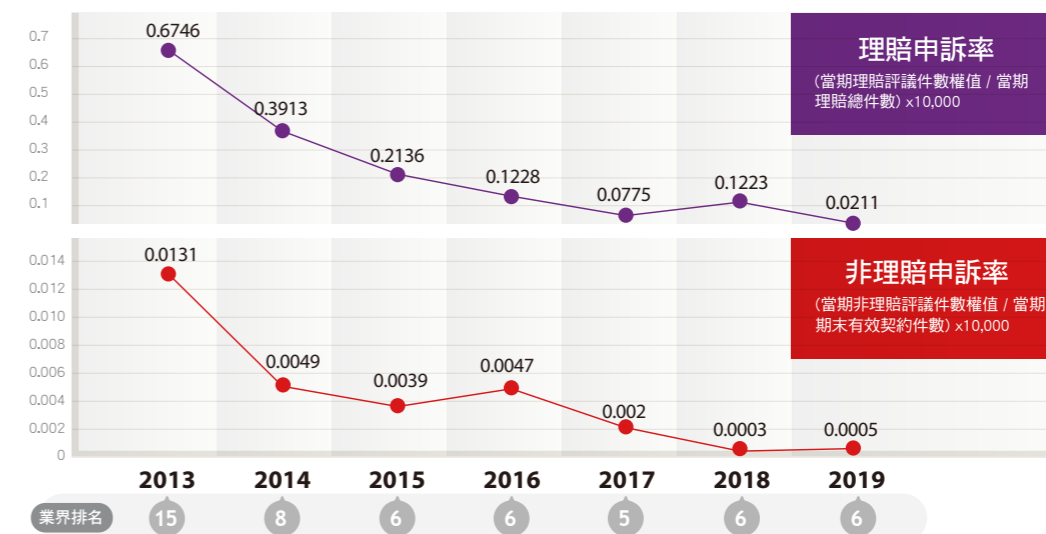
▼ 財團法人金融消費評議中心評議案件相關統計說明

年度	件數	簽單契約總件數	評議比率 ^②	平均處理天數 ^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
2019	150	19,734,447	0.0760092	1

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 2016 年~2019 年之「平均處理天數」1 天已為業界最佳時效。
 ② 評議比率 = (評議件數 / 簽單契約總件數) x 10,000。

近 7 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，2020 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



① 自 2020 年 2 月公布之保險申訴綜合評分值針對理賠評議件數及非理賠評議件數已於前其區間評算計件，當期將不再重複計入。



關懷社會需求

為下一代努力，希望今天比昨天更好，讓臺灣的美好被看見，讓每個人、事、物的價值被發揚，創造共好的社會！

中國人壽加強接軌國際永續企業經營理念，我們深信企業的競爭力，有賴於創新思考，結合企業核心競爭力，積極參與社會，作為企業成長、解決社會議題的動力，也與各利害關係人一起創造共享價值 (Creating Shared Value, CSV)，致力對這片社會及土地做出更多承諾與改變。2019 年，中國人壽應用社會企業的概念，結合聯合國永續發展目標 (SDGs) 發揮保險業以人為根基的影響力與核心價值，將定期定額輕負擔、預支安心保障、多元包容等人性經營方式，融入社會參與的作為當中，以期為社會創造更多價值。

▼ 共享價值來自於企業精神

中國人壽以保險本業的精神創造社會參與方案，透過降低參與門檻讓更多人投入，讓各利害關係人有效合作，使參與者共享更大的經濟價值，以及更廣泛的策略利益，達到共享價值的目標。



社會參與作為以「教育培力」、「扶持弱勢」、「友善環境」、「企業志工」四大議題為軸線，將企業資源結合公益團體、社會企業與在地小農等社會力量，推廣創新、發展多元的社會參與專案，發揮「深耕偏鄉育成價值」、「激發在地創生價值」、「匯集眾人行動價值」，進一步連線成網，加乘協同行動的共享價值，形成臺灣社會的「共好網絡」，展現臺灣美好的人、事、物，讓這片土地上的美好被看見，達到你我共好的價值。

▼ 創造共享價值網絡



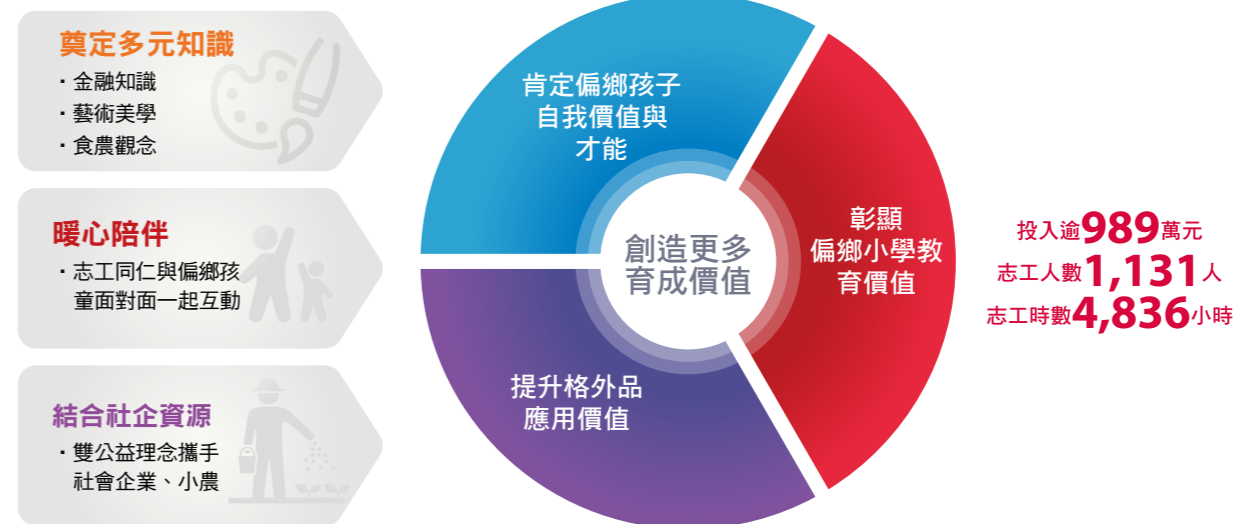
SDGs 與四大議題主軸提升社會參與價值

教育培力 中國人壽長期關注偏鄉教育議題，將企業資源帶入偏鄉校園，推動「愛就GO 319行動學堂」專案，透過閱讀、陪伴、理財觀念教育等方式提升學童知識競爭力，並以此為基礎啟動「愛就GO 玩美力計畫」，透過美學激發學童創造力，進而提升對故鄉的認同、展現自信。	4 教育品質 10 減少不平等
扶持弱勢 觀察弱勢團體需求，不單以贊助、捐贈的方式支持，更積極擴大影響力在企業內部與採購行為中，採取定期購買的方式，協助弱勢團體自立健康營運，如：採購弱勢團體的禮盒作為企業贈品。	1 消除貧窮 8 就業與經濟成長 10 減少不平等
友善環境 在國際剩食議題上，減少食物浪費所產生之氣候變遷問題，有鑑於此，中國人壽著力「食當季、用在地」、積極為小農「格品」開展更多元的應用價值。除長期舉辦「愛心展售會」，亦發揮創意創造循環經濟，結合社會企業及偏鄉小學藝術創作，賦予不合市場規格的格品新生命，將企業理念轉化成獨特的企業贈禮心意，感動各利益關係人之餘，也創造漣漪效益。	12 責任消費與生產 13 氣候行動
企業志工 提升員工的參與度進而提升認同感，讓同仁藉由參與志工活動從助人之中懂得惜福有助於身心平衡。每月提供同仁逾百場志工服務訊息，讓公益訊息不漏接。	1 消除貧窮 4 教育品質 8 就業與經濟成長 10 減少不平等 13 氣候行動

深耕偏鄉育成價值

體認城鄉差距下造成的教育不平等，中國人壽致力於偏鄉教育，目標滿足偏鄉孩童的學習需求，透過「愛就GO 319 行動學堂」、「愛就GO 玩美力計畫」、「食安綠學堂」等多元教育主題行動，結合藝術型、食農型社會企業、公益團體與在地小農，持續為偏鄉學校厚植教學能量。

▼ 創造更多育成價值

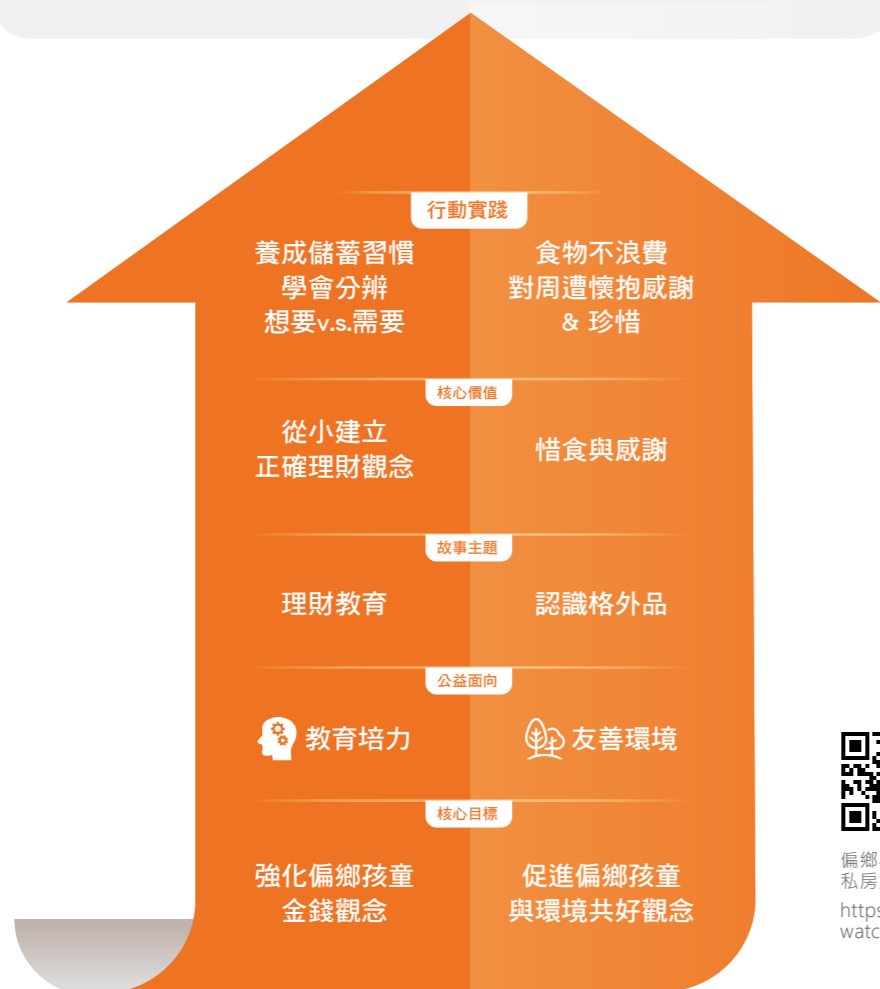


» 愛就 GO 319 行動學堂 教育培力 扶持弱勢

中國人壽看見偏鄉孩童的需求與價值，啟動「愛就 GO 319 行動學堂」至今已 6 年餘，深入臺灣 319 個鄉鎮偏鄉小學進行深耕閱讀教育，以閱讀為根基，搭配 DIY 課程、說故事、互動式遊戲等多元教學方式，融合時事設計教材，帶動偏鄉學童閱讀與學習風氣，培育其儲蓄理財與保障、環境與食安、美學藝術、品格教育等基礎觀念，以發掘孩童的學習興趣與才能。



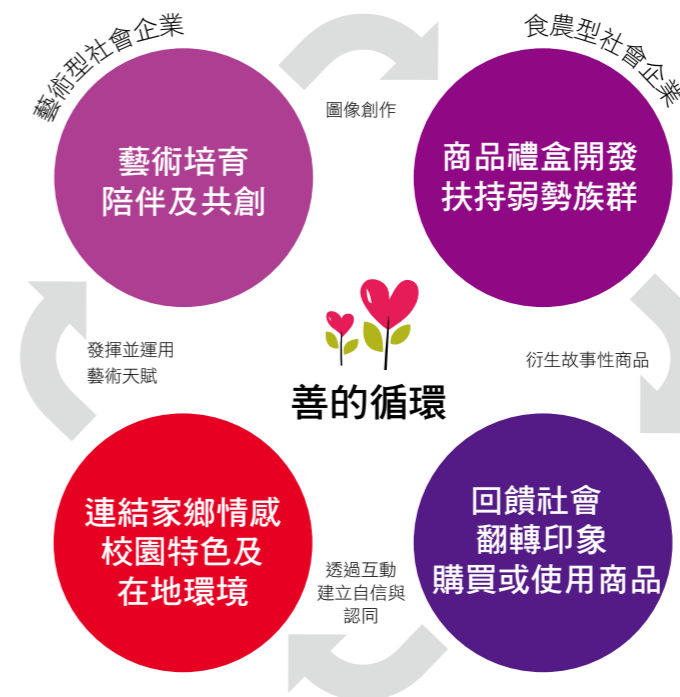
行動價值：增進偏鄉學校被社會看見的機會
2019 年更持續推出偏鄉小學主題式懶人包，透過創新公益形式包裝學校亮點，以圖文介紹偏鄉小學的美景及特色，創造話題與關注度。



偏鄉小學 (臺東錦屏國小)
私房好景點影片
<https://www.youtube.com/watch?v=nQz2adps8zE>

» 愛就 GO 玩美力計畫 教育培力

延伸「愛就 GO 319 行動學堂」的基礎，中國人壽於 2017 年起啟動「愛就 GO 玩美力計畫」，以公益理念結合新銳藝術家與藝術型社會企業教育培力，為偏鄉學校導入美學教育，並結合在地文化及校園特色，藉由創作提升偏鄉孩童對家鄉及自我的認同。「愛就 GO 玩美力計畫」已連續 3 年獲得經濟部中小企業處「Buying Power - 社會創新產品及服務採購獎」的肯定，並且獲得 2019 年臺灣企業永續學院頒發之「社會共融獎」。為了讓孩子的美學天份被看見，中國人壽更進一步將學童所創作的圖像及藝術作品商品化，作為電子卡片 (E 卡) 與中國人壽 56 週年慶、新年禮盒外包裝展現，贈予利害關係人，形成良善循環。



新北建安國小

玩美力計畫活動紀錄影片
<https://www.youtube.com/watch?v=Z9nx5YIUZM>



雲林光復國小

玩美力計畫活動紀錄影片
https://www.youtube.com/watch?v=VLZd_vdNM00



宜蘭永樂國小

玩美力計畫活動紀錄影片
<https://www.youtube.com/watch?v=dpTn6hEuWzE>



學堂繪畫 E 卡

<https://www.chinalife.com.tw/wps/portal/Welfare/game>



▼ 至今累計投入逾 250 萬元偏鄉畫作 227 幅，開發 2 件格外品禮品 (56 周年生日禮、新年禮盒)

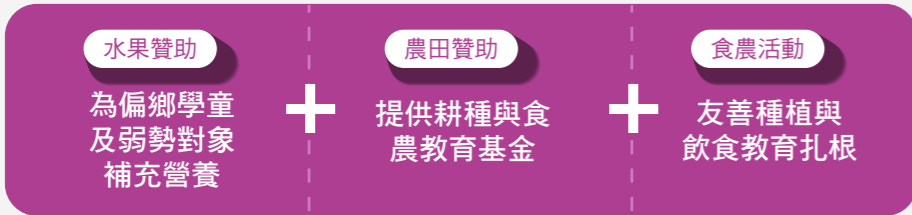


» 食安綠學堂 教育培力 友善環境

中國人壽 5 年來推廣「食安綠學堂」，定期採購友善小農當季水果，提供給偏鄉小學及弱勢孩童，讓他們享用好吃、健康的小農作物，並看見小農價值。

同時攜手社會企業深入偏鄉學校，透過食農教育及校園農場贊助，也拉近孩子與食物的距離，將「與環境共好」的信念及「健康飲食」的觀念，傳承給最親近土地的偏鄉孩童。2019 年中國人壽提供 4 間偏鄉小學及 1 間社福團體，總計超過 310 名學童受惠。

食農教育是一種**傳承**，將「與環境共好」的信念及「健康飲食」的觀念，傳承給最親近土地的偏鄉孩子，同時也播下永續的希望種子。



增加深度
於既有合作學校持續不同面向之投入

質量並進

提升廣度
持續開發各具特色的偏鄉小學，增加中壽公益作為廣度



▼ 小小農夫體驗活動



食安綠學堂活動紀錄影片
<https://www.youtube.com/watch?v=KUGuciqvDUC>

▼ 2019 年深耕偏鄉成果

社會影響

- 教育培力**
 - 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
 - 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
- 關懷能量**
 - 透過志工陪伴與關懷，增加偏鄉孩童與外界接觸的機會
- 在地認同**
 - 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，導入多元美學教育，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
 - 拍攝偏鄉小學特色介紹影片及懶人包，並透過社群平台分享擴散，打破距離限制，塑造偏鄉景點魅力，活化在地特色，讓更多人看見偏鄉美，提升偏鄉孩童能見度與自我認同感
- 永續循環**
 - 結合國際趨勢，導入循環經濟概念，提高格外品的資源利用，減少環境成本，與供應商聯手改變產業鏈，再往下對更多利害關係人產生正面影響，共同創造社會價值。

商業影響

- 榮獲經濟部中小企業處Buying Power-社會創新產品及服務採購獎
- 榮獲TCSA台灣企業永續獎-社會共融獎



槓桿

「愛就GO 玩美力計畫」社會企業合作 2 家
「愛就GO 玩美力計畫」合作藝術家 4 人

社會效益

- 活動參與偏鄉學童 451 人、教師 75 人
- 製作 3 所偏鄉小學懶人包圖文內容
- 與 11 所學校合作
- 舉辦 2 場閱讀活動
- 推出 4 部偏鄉小學宣傳影片

商業效益

- 媒體發稿 5 篇

- 捐贈金額 23 萬元
- 實物捐贈 24 萬元
- 志工投入 47 人次
- 志工時數 608 小時

Input

激發在地創生價值

採買在地小農商品有助於在地創生、友善環境、扶助小農，以在地消費鼓勵在地生產，減少糧食碳足跡，讓社會「吃」出更永續美好的未來。中國人壽攜手社會企業，向小農採購「節氣剩食」與不符市場規格期待但品質無虞的「格外品」，並透過舉辦「愛心展售會」，展售小農及社福團體的商品，進一步結合環境永續性與社會公益性的價值，實現在地價值加乘。

» 惜食開創格外品再生價值 扶持弱勢 友善環境

友善環境的種植方式多堅持不使用化學藥劑，隨著自然節氣讓蔬果自然熟成，因此，易發生水果熟成時已過季或過節慶，遇上市場飽和的困境，而外型特殊的格外品不符市場制式規格而滯銷。

▼ 格外品的誕生

全球產業趨勢變化和天然資源日益匱乏，大量製造、用完即丟的「線性消費」逐漸地被「循環經濟」給取代；以聯合國永續發展目標 (SDGs) 作為台灣在推動永續的共同語言，循環經濟正是落實SDGs最重要的策略之一

扭轉劣勢，賦予新生命

認購賣相不佳但營養價值無虞的農產品（格外品），讓民眾認識並認同惜食理念



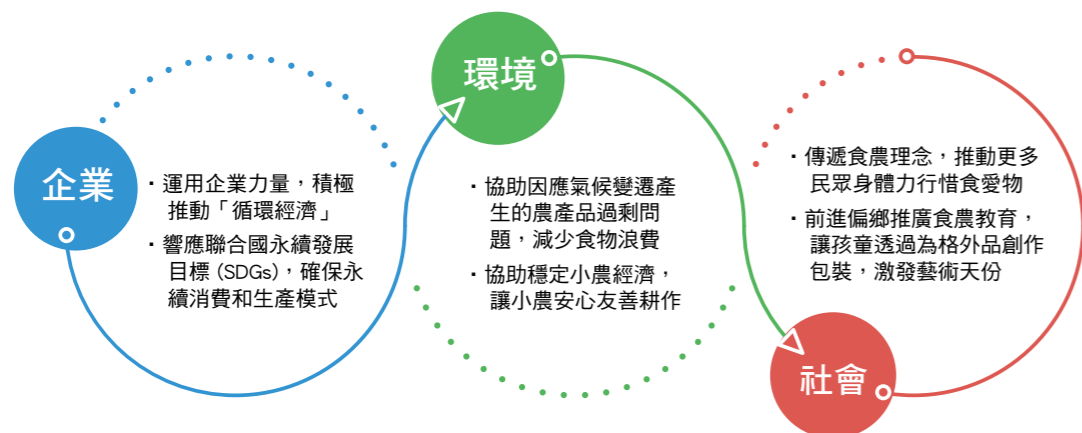
攜手格外農品社會企業製作果醬



結合偏鄉孩童的手繪創作設計為外盒包裝

以「環保食尚」的理念翻轉民眾對於飲食選擇的習慣，讓環保落實於生活

▼ 格外品的影響力



為了協助友善環境小農度過難關減少食物浪費，並實踐環境友善行動，中國人壽攜手社會企業，採購小農上萬斤的「節氣剩食」文旦柚、「格外品」水果等，並預先支付款項，助小農安心採收與加工製成「果茶醬」，結合偏鄉小學孩童充滿童趣的創作為格外品添增純真喜悅的感受，是中國人壽贈予利害關係人 56 週年及年度新年的最佳賀禮，為擴大影響力，亦製作相關介紹影片，傳遞減少食物浪費之友善環境觀念。



格外品理念宣傳影片
<https://youtu.be/-yyOXkCs61k>

▼ 中國人壽 56 週年賀禮



» 愛心展售會 扶持弱勢 友善環境 企業志工

中國人壽舉辦愛心展售會已歷經 11 年的歷史，從過往單純彙集友善環境小農商品及社福團體之商品至現場展售，到近年來擴大展售會意涵，讓社福團體與弱勢孩童現場表現其才藝，並透過參與接觸人群，獲得肯定、提升自信。2019 年中國人壽更首度發行愛心公益點券，全臺超過 7 成以上同仁踴躍參與認購，透過實際購買行動支持弱勢團體、友善小農一起共好。



▼ 2019 年愛心展售會

社會影響

- 公益串聯**
 - 運用本身資源，串聯社福團體、友善環境小農、社會企業聯結同仁共同，以實際購買力力挺社福團體
 - 超過7成以上同仁踴躍參與愛心點券認購，實際購買，實現共好
- 互動能量**
 - 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，享受掌聲及讚賞
 - 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
- 永續循環**
 - 結合環保與公益，邀請同仁捐贈二手物資，達到物品再利用的環保效益

商業影響

- 社會團體每年主動將中國人壽展售會列為年節檔期之一
- 不僅節慶，同仁更強化友善環境觀念，於平日所需持續採購友善小農及弱勢團體商品，協助其理念深耕、維持收入與營運



槓桿

愛心團GO協助7位小農、67位身心障礙者創造113萬收入
 同仁主動捐贈二手物資，並自主持續訂購展售會扶助對象之商品
 商家主動響應並籌備物資給需求單位

社會效益

- 展售會1場
- 禮品說明會3場
- 扶持社福團體及友善環境小農13家

商業效益

- 總銷售額逾100萬元
- 內部宣傳EDM 13則；溝通人次達97,765人次
- 媒體發文1則，露出7則
- 社群貼文3則；瀏覽人次達41,697人次

- 活動執行費474,853元
- 志工人數12人
- 志工時數48小時
- 實物捐贈30,000元

Input

匯集眾人行動價值

中國人壽在公益行動上匯集社會眾人之力，盼能點亮更多人的熱情，把溫暖送給需要幫助的人，讓社會參與更有積極的態度與持續的動力。除了公司內部同仁志工團之外，中國人壽亦積極與公益基金會、國內青年學子串聯，挹注眾人資源的供給，回應各利害關係人不同的需求，以發揮行動的最大價值。

▼ 中國人壽串聯「人」，發揮行動價值



愛就GO志工團
 號召中國人壽同仁，積極參與公益活動

俠客CEO
 串聯全國大專院校學子，一起關懷社會 扶持弱勢

» 「俠客 CEO」全臺愛的接力賽

教育培力
扶持弱勢
友善環境

我們相信，一個心念、一個舉動就能讓社會更美好，致力於將「愛與關懷」的企業文化精神向外擴展。為了號召全國大專院校的年輕學子們一起培養關懷社會、服務學習的能力，中國人壽贊助年輕學子發起「友善環境」、「教育培力」、「扶持弱勢」、「理財保險觀念推廣」相關的服務性活動，具體實踐公益參與，為臺灣社會注入更多正面能量，期盼累積一步一腳印的力量，讓「愛的接力」在各地巡迴接棒。2019 年共 10 所大專院校獲得贊助，幫助 1,634 位偏鄉學童及當地居民。

▼ 2019 俠客 CEO 巡迴縣市



» 愛就 GO 志工團

中國人壽成立並推動「愛就 GO 志工團」近 10 年，透過同仁自發性參與社會服務，秉持中國人壽「We Share We Link」的核心精神，與近 10 家社福機構合作，服務類別涉及協助身心障礙者社區適應、陪伴育幼院童與弱勢長者、生態淨灘、格外品包裝等。

為提升員工社會參與度，2014 年起每年提供內勤同仁一日「志工假」，並每季公開表揚績優單位主管與團隊，鼓勵更多同仁積極投入社會服務的行列。



» 愛心團 GO 發揚本業精神 創造善的力量

致力發揮企業公益價值，結合壽險本業定期定額的精神，中國人壽邀請同仁揪團公益、定期定額訂購商品，長期支持弱勢團體及友善小農，維持穩定工作與收入，同時讓公益行動變得更加簡單、平易近人，降低參與行動門檻，進而擴大同仁公益參與。

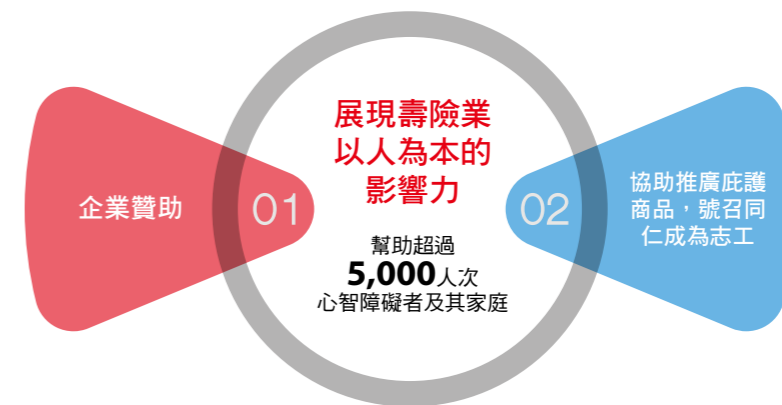
同仁訂購產品後，可選擇自用產品或將產品轉贈予社福機構，進一步擴散、分享永續價值，拉近彼此的距離。在同仁相揪的參與下，2019 年「愛心團 GO」總業績超過 113 萬元，提供社福機構近 60 萬之物資，讓近 400 位受照護者受惠。

▼ 愛心團 GO 讓公益行動變簡單



» 育成心智障礙者繪畫比賽

中國人壽已連續 11 年贊助育成基金會「心智障礙繪畫比賽」，更進一步積極協助推廣庇護商品，目標讓心智障礙孩子的繪畫作品與努力付出被更多人看見，並讓社會大眾有更多機會瞭解心智障礙者。



» 愛心捐血活動

持續與臺灣血液基金會合作，舉辦全臺捐血活動，鼓勵民眾發揮利他精神，共同努力籌備充足血源，讓臺灣醫療用血環境更穩定。

中國人壽提供「不鏽鋼吸管」作為捐血禮物，延續友善環境的理念，讓民眾在救人的同時也不忘愛護地球。



5

關心 綠色環境

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 (TCFD) 鑑別氣候變遷對營運及價值鏈所造成之衝擊。同時，強化綠色採購與綠色供應鏈管理作為，將地球公民之責任與使命擴及至上下游產業鏈。



推動永續供應鏈管理，攜手承諾社會責任

2019 ESG 目標及達成情形

- 簽訂合約含《企業社會責任及誠信經營條款》之採購案件 156 件
- 營繕類合約廠商「供應商企業社會責任承諾書」簽署率 100%
- 「涉及個人資料蒐集、處理及利用」之案件，廠商 100% 完成「廠商個資保護能力評估表」簽署
- 綠色採購金額達成目標近 3 倍

2020 ESG 目標

- 為建立永續供應鏈管理機制，執行 6 家關鍵供應商永續稽核作業
- 完成於企業網站公告年度永續優良供應商名單，以展現供應鏈永續管理績效
- 「涉及個人資料蒐集、處理及利用」之案件，廠商 100% 完成「廠商個資保護能力評估表」簽署
- 持續推動綠色採購，財物採購及營繕工程類之年度綠色採購金額達 3,000 萬元
- 推動具環保概念的價購品，50% 以上年度價購品品項需符合環保相關認證（如森林驗證紙張）

因應氣候變遷，落實環境管理

2019 ESG 目標及達成情形

- 持續進行全國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 7.1%
- 溫室氣體盤查總排放量為 4,307.668 噸 CO₂e
- 6 處主要職場^①之人均廢棄物量減少 5.96%
- 提升機房用電效率，降低能源使用效率 PUE (Power Usage Effectiveness) 值至 1.61
- 為減少對環境的衝擊，於台北學苑開發案施工期間，持續進行「樹木保護」作業

2020 ESG 目標

- 持續推動全國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，並持續盤查溫室氣體範疇三汽油、柴油、電力、廢棄物及員工商務差旅項目
- 提升機房用電效率，降低能源使用效率 PUE 值至 1.6（含）以下
- 持續辦理 6 處主要職場之垃圾平均回收率達 50% 以上
- 推動再生能源發展，台北學苑開發案完成太陽能光電系統商轉

打造綠色金融，與保戶合作守護環境

2019 ESG 目標及達成情形

- 持續推動綠色服務流程^②，用紙量節省目標達成率超過 130%
- 網路投保使用電子保單比例目標達成率達 104%

2020 ESG 目標

- 持續推動綠色服務流程，省紙目標達 350 萬張
- 推動網路投保 75% 保件使用電子保單
- 持續推動行動投保，業務通路行動投保使用率達 95%，合作通路使用行動投保家數達 7 家
- 持續推廣電子照會，銀行通路及保經代通路並維持使用電子照會功能家數達 95%

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，並簽署加入 TCFD supporters
- 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
- 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，包括確實遵守環境保護、各項勞動條件、勞工安全衛生與勞動人權等相關法規；供應商應致力於減少或消除資源浪費，並減少污染物、有毒物及廢棄物之排放，妥善處理廢棄物

政策／管理系統

- 成立環境保護委員會，督導、評估環保綠能政策與措施
- 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

- 於企業網站「企業社會責任專區」、「利害關係人專區」或「意見回饋」之頁面，向負責部門之聯絡人申訴

評量機制

- 辦理 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
- 年度綠色採購金額 7,173 萬元；並榮獲臺北市環保局連續四年頒發綠色採購績優企業表揚
- 營繕類合約廠商「供應商企業社會責任承諾書」簽署率 100%
- 簽訂合約含《企業社會責任及誠信經營條款》之採購案件 156 件

① 6 處主要職場包含總公司、桃竹分公司、臺中分公司、嘉義分公司、臺南分公司、高雄分公司。

② 綠色服務流程範圍包含 E-notice、E-service、電子保單、行動投保。

發展綠色經濟

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 年地球將升溫超過 1.5°C，中國人壽深感氣候變遷之重要，於 2019 年主動簽署加入 TCFD supporters，希望能以金融保險業的核心能力，為氣候變遷減緩與調適貢獻心力。

中國人壽為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，接軌國際最新趨勢，採用 TCFD 揭露氣候對公司營運及價值鏈之衝擊，從治理、策略、風險管理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 年成立「環境保護委員會」，由 9 位售後服務、資訊及行政支援等各功能別之主管擔任委員，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。



- 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
- 6 劃分責任單位，定期檢討成效

2019 年召開 2 次環境保護委員會會議，評估與檢討 2019 年環保措施之執行情形，以及確立 2020 年度環境保護管理目標與執行方向，持續以綠色採購、氣候變遷因應、環境管理與節能減碳為三大環境永續推動方向。

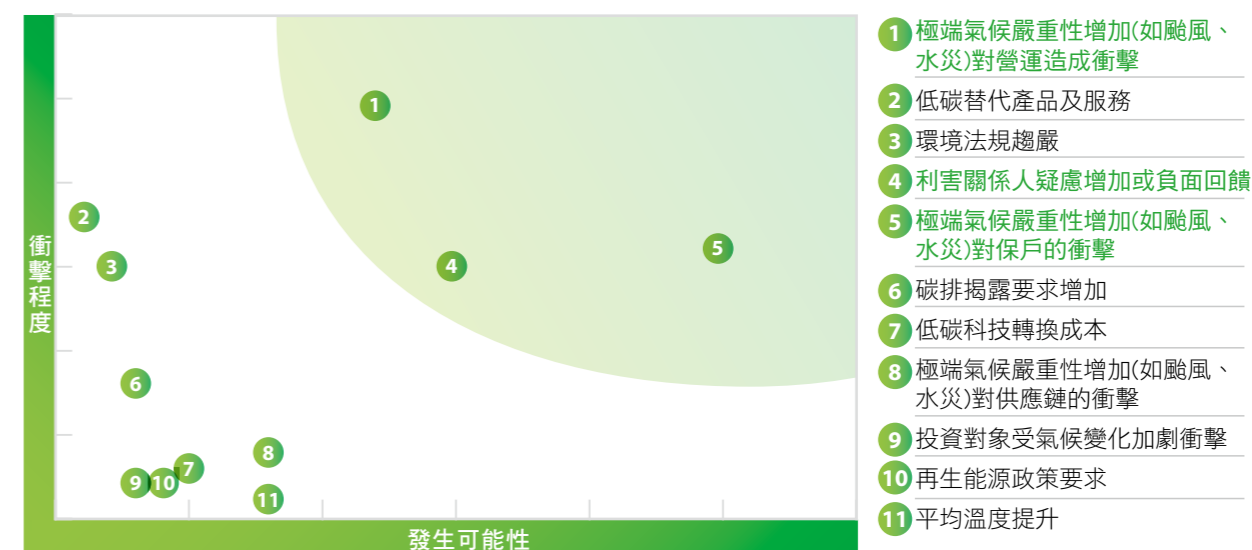
» 策略與風險管理

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及價值鏈之衝擊，針對公司營收、成本、營運持續等方面之影響，辨識氣候風險與機會，由各單位分析各項目發生機率及可能的財務、業務及策略衝擊後，鑑別出氣候相關重大風險與機會，並依評估結果制定完善的因應策略及行動方案，確實推動執行、隨時檢視相關成效，確保氣候相關風險有效控制或降低，同時即時掌握相關機會，以回應利害關係人對中國人壽氣候變遷管理之期待。

氣候風險評估成果

各單位依照氣候風險「發生可能性」及「衝擊程度」，鑑別出中國人壽 3 大氣候風險，並依照風險性質提出因應策略，及早管理以降低未來可能影響。

▼ 氣候風險評估成果

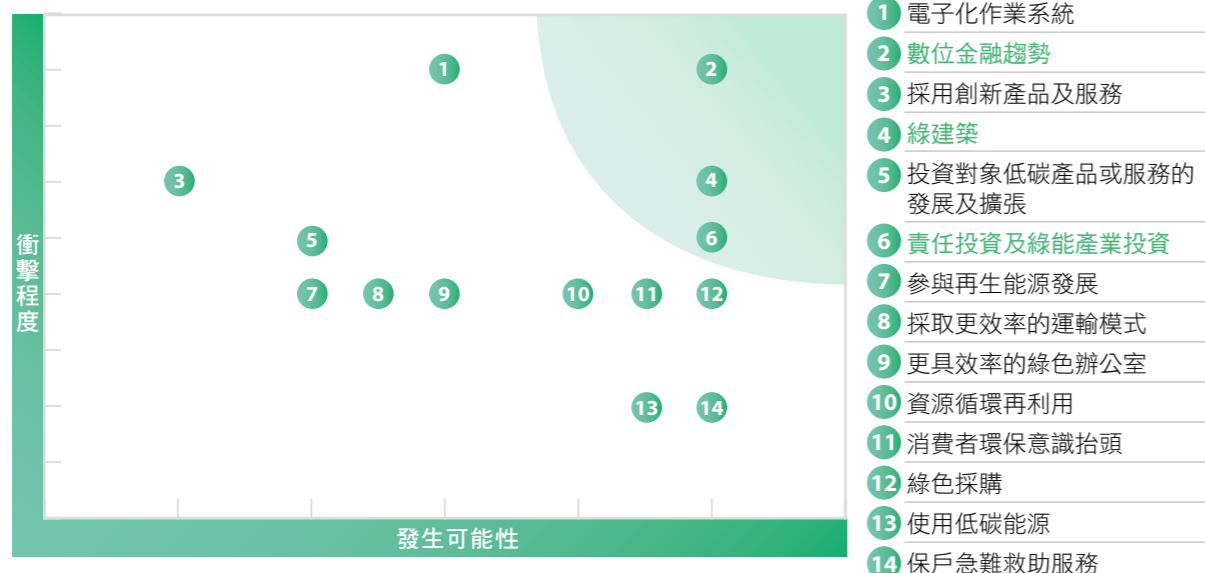


立即性風險	風險因子 極端氣候嚴重性增加 (如颱風、水災) 對保戶的衝擊 風險描述 極端氣候可能帶來更多也更嚴重的天災，使更多保戶有急難救助相關需求。	衝擊範圍： 營運成本 因應策略 · 推動保單貸款優惠、保費緩收、快速理賠等多項緊急災難救助方案，提供保戶及時關懷。 · 每年檢視重大災害事件保戶服務關懷措施處理程序，並隨著保戶需求更新。
	風險因子 利害關係人疑慮增加或負面回饋 風險描述 投資部分高碳排或高污染等受污名化產業，造成利害關係人對此產生疑慮或負面印象。	衝擊範圍： 營收 因應策略 · 隨時關注政策、法律及市場變化，適時檢視及調整投資手冊。 · 個股投資標的研究報告皆納入 CSR 評估，以掌握其風險。
立即性風險	風險因子 極端氣候嚴重性增加 (如颱風、水災) 對營運造成衝擊 風險描述 因極端天氣可能使颱風或水災嚴重性增加、氣候高溫導致用電增加，可能影響辦公室、機房營運或公共設施 (水、電、通信等) 中斷之機會增加，而導致營運中斷。	衝擊範圍： 營運中斷 因應策略 · 因應颱風等天災造成之營運中斷，制定持續營運計畫，提升系統復原時效 · 定期評估天然災害對異地備援中心之影響，並依照評估結果加以改善，來降低因極端天氣事件造成之風險。 · 建置異地備援中心、確保主中心無法提供服務時，提供關鍵系統服務。 · 每年至少完成一次異地備援中心資料復原演練。

氣候機會評估成果

各單位依照氣候機會「發生可能性」及「衝擊程度」，鑑別出中國人壽 3 大氣候機會，並投入資源、設計行動方案，掌握氣候變遷可能帶來的商機。

▼ 氣候機會評估成果



產品和服務機會

機會因子

數位金融趨勢

機會描述

採用數位科技，提供滿足保戶期待之低碳服務

衝擊範圍：營運成本、時間成本

因應策略

- 持續推動數位低碳服務，包含 E-notice、E-service、電子保單、行動投保等，降低紙張等資源使用。
- 使用行動投保之保件，擬縮短作業時間 1.5-2 天。
- 利用雲端與保戶互動，節省時效及相關紙本印製成本。

資源效率機會

機會因子

綠建築

機會描述

將辦公場所搬遷至綠建築，降低能資源使用

衝擊範圍：營運成本

因應策略

- 預計 2020 年底總公司將遷入綠建築大樓，除可降低能資源使用，更可提升企業永續形象。
- 於新總部大樓裝置 36KW 太陽能發電設備，預計可產生 34,344 度綠電。

市場機會

機會因子

責任投資及綠能產業投資

機會描述

投入「五加二」創新產業、再生能源或認購綠色債券，增加投資獲利來源

衝擊範圍：營收

因應策略

- 支持政府「五加二」創新產業政策，投資綠能科技相關產業，相關投資金額共計 335 億元。
- 持續評估再生能源、公共建設、綠色債券等相關投資。

» 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。2019 年氣候變遷相關目標、達成情形以及 2020 年目標，詳情可參見 [2019 年及 2020 年 ESG 目標](#)。

低碳營運

» E 化服務

中國人壽以「數位行銷工具」及「E 化表單及平台服務」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、降低對環境衝擊和溫室氣體排放，2019 年累計全公司 e 化服務用紙量節省逾 430 萬張。



數位行銷工具

1 團險網路服務平台

推動團險網路服務平台，以電子化服務及流程取代紙本填寫，提供要保單位線上申請員工加退保服務，被保險人亦可於線上查詢投保內容。2019 年專案件有效保單申請團網服務系統之申請率達 56.7%；後續規劃提升要保公司線上加退保使用率。

2 行動投保服務

推動行動投保服務，讓客戶線上檢核資料，降低填寫內容的錯誤率及照會率，提升核保效率，並且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。



3 旅平險行動投保

為精簡旅平險行政流程、降低紙本作業，客戶可透過電子裝置進行線上投保、簽名及扣款。2019 年符合行動投保旅平險案件之行動投保率達 90.24%，後續將持續規劃擴大符合行動投保案件類型。

E 化表單及平台服務

4 電子照會單

中國人壽大力與銀行合作推動照會電子化專案，其中大部分通路每日透過電子郵件傳輸新契約照會，大幅提升照會時效，降低紙本列印和配送的交通碳排放量。

5 電子保單

提供電子保單服務，以達無紙化目標，與保戶共同為環境盡一分心力。保戶於新契約投保時可提出申請電子保單，經第三方公正機關認證後，將保單存放於易存取之載具，方便保戶快速取得保單並隨時查閱。



6 電子通知單 (e-notice)

以 email 取代紙本保單、通知信函、單據，減少書面列印與郵寄，同時將電子檔置放於本公司網站，供保戶即時下載查詢。

7 電子服務平台 (e-service)

提供全天候、零距離的電子服務平台，保戶可即時快速地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，並降低申請中郵寄或交通往返行為所產生之溫室氣體。

» 能資源管理

環境保護宣導

中國人壽依據「環保節能管理規範」，落實工作職場溫室氣體減量行動，2019 年參與逾 30 場環保相關活動，並於世界關燈日、世界環境日、世界糧食日等主要環保節日廣為宣達節能環保理念，透過官方社群網頁宣達節能、減碳、減塑等理念，經統計於官方 FB 及 IG 累計創造 160 萬瀏覽人次和超過 3.3 萬次按讚、留言、分享，形塑環保永續的企業文化。

溫室氣體管理

連續五年針對 6 處主要職場辦理溫室氣體盤查，並取得 ISO 14064-1 溫室氣體盤查查證；自 2018 年，擴大將範疇三之汽油、柴油、電力、廢棄物等四類納入盤查。2019 年溫室氣體盤查總排放當量為 4,307.668 噸 CO₂e，更進一步將員工差旅納入範疇三盤查。中國人壽每年參考盤查結果，重新檢視、修訂溫室氣體減量相關計畫，並持續監控公司溫室氣體排放。

▼ 近二年溫室氣體排放情形

	範疇一			範疇二	範疇三	總計	
	固定排放源	移動排放源	散逸排放源				
2018	排放當量	0.523	38.764	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%
2019	排放當量	0.000	36.134	148.669	3,174.020	948.845	4,307.668
	範疇別占比 (%)	0.00%	19.55%	80.45%	73.68%	22.03%	100.00%

① 溫室氣體排放係數值係引用環保署溫室氣體排放係數管理表 6.0.4 版，GWP 值係引用聯合國政府間氣候變化專門委員會 (IPCC) 第四次評估報告 (2007)，盤查採用營運控制權。
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

中國人壽以 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。2019 年針對既有辦公大樓，定期保養、修繕設備，檢討空調系統等老舊耗能設備，以降低耗能，並宣導室內照明減量，透過午休、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。投入經費新臺幣 2,651 萬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，2018 年總用電量及 2019 年總用電量分別較基準年減少 246,650 度與 910,709 度，相當於分別減少 131,464 公斤與 485,408 公斤二氧化碳當量排放^①，節電成效實屬顯著。

▼ 統合 2019 年度，相較去年同期，內、外勤職場節電百分比為 5.16%。

用電單位	2018 年 用電度數 (A)	2019 年 統計度數 (B)	節電百分比 (A-B) / A
內勤職場 (總/分公司)	6,239,324	5,985,685	4.07%
外勤職場 (通訊處)	6,690,005	6,276,284	6.18%



▼ 以 2016 年為基準 (剔除新增空間職場)，近三年內 / 外勤職場之累計節電率為 10.46%。

用電單位	2016 年 (基準年) 用電度數 (A)	節省度數			小計 (B)
		2017 年	2018 年	2019 年	
內 / 外勤 職場	12,827,266	183,764	246,650	910,709	1,341,123



① 依據經濟部能源局最新更新 107 年度電力排放係數，以 1 度電產生 0.533 公斤二氧化碳當量估算。

▼ 近三年電力使用情形

	2019	2018	2017
用電量 (度)	12,261,969	12,929,329	12,838,021
(十億焦耳)	44,143.09	46,545.58	46,216.88
營業額 (百萬元)	339,115	338,495	255,328
能源密集度 (度 / 百萬元)	36.16	38.20	50.28
(十億焦耳 / 百萬元)	0.13	0.14	0.18

① 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）。1 度電 = 3.6*10⁶ 焦耳。

綠色機房管理

中國人壽從「提升空調效率」及「降低空調用電」兩大方向推行綠色機房管理，藉此降低新建機房 PUE ① 至 1.7 以下，並節省實際空調電費。2019 年新建機房截至目前之 PUE 為 1.61，有效達成機房節電省能之年度目標。



水資源管理

中國人壽用水主要集中於空調及民生用水，透過老舊空調設備之汰換、使用具省水標章之節水設備，提升資源利用效率，並持續向同仁宣導節水措施。2019 年 6 處主要職場用水量為 40,209 度，主要因各地區汰換老舊耗能空調主機與管路設備，且內勤單位人力成長 5.8%，致使年度用水量較去年為高。

▼ 近三年水資源使用情形

	2019	2018	2017
用水量 (度)	40,209	37,764	34,532
營業額 (百萬元)	339,115	338,495	255,328
用水密集度 (度 / 百萬元)	0.12	0.11	0.14

① 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）

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。

廢棄物管理

中國人壽產生之廢棄物皆為無害廢棄物，分類為一般廢棄物及可回收廢棄物，通過推廣與執行垃圾分類、資源回收，落實資源再利用政策；其中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。6 處主要職場廢棄物總重量為 166,545 公斤，回收再利用約 86,502 公斤，回收再利用比例為 51.94%，較 2018 年成長 1.1%。



人均廢棄物
減量比例
5.96%

綠建築

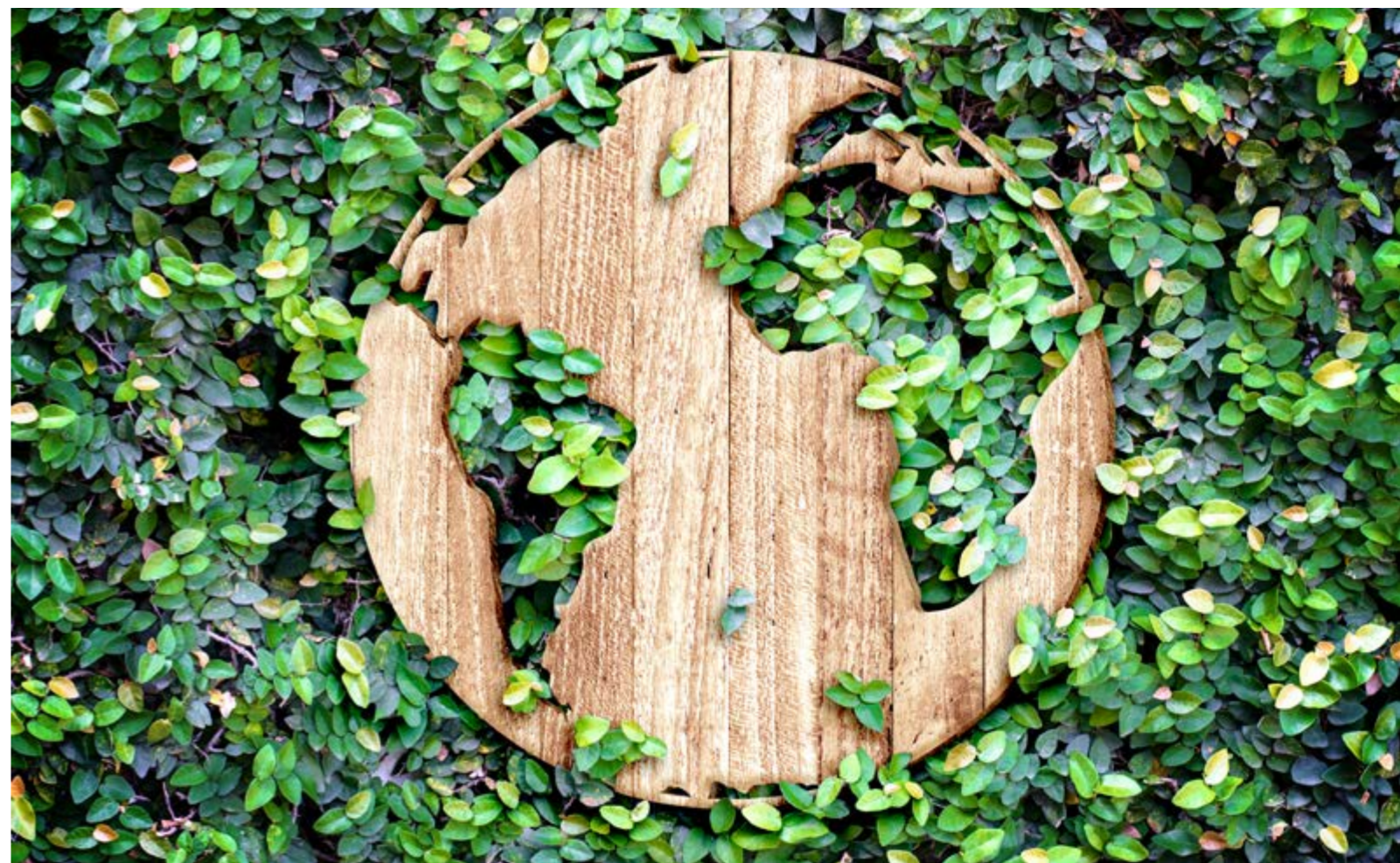
針對新建築開發案，中國人壽持續計畫取得綠建築標章。其中，台北學苑開發案已於 2017 年取得黃金級候選綠建築證書，目前依核定計畫興建中；開發案施工期間，為減少環境衝擊，於 2019 年 2 月、5 月、8 月及 11 月持續進行季度樹木保護作業備查程序。

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 36 KW，其計畫採行自發自用模式，待 2020 年商轉後向國家再生能源憑證中心申請再生能源憑證。

另，2019 年重新評估各職場綠能發電之可行方案，包括高雄明誠大樓及高雄中華辦公大樓重新評估建置太陽能光電板之可行性。



預計完成建置後
每年可發電 34,344 度、
相對每年減量 **18.3**
噸 CO₂e 之排放

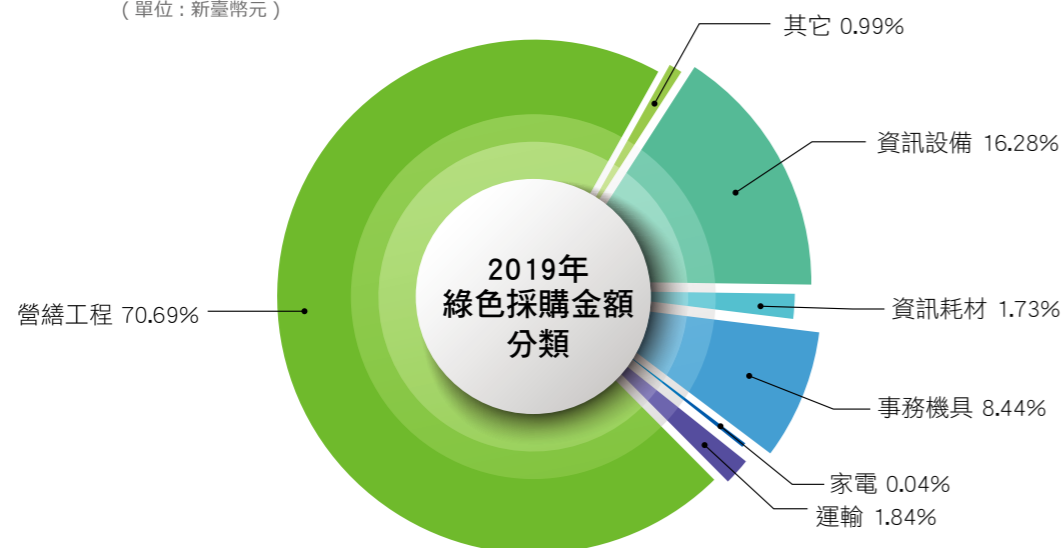


綠色供應鏈

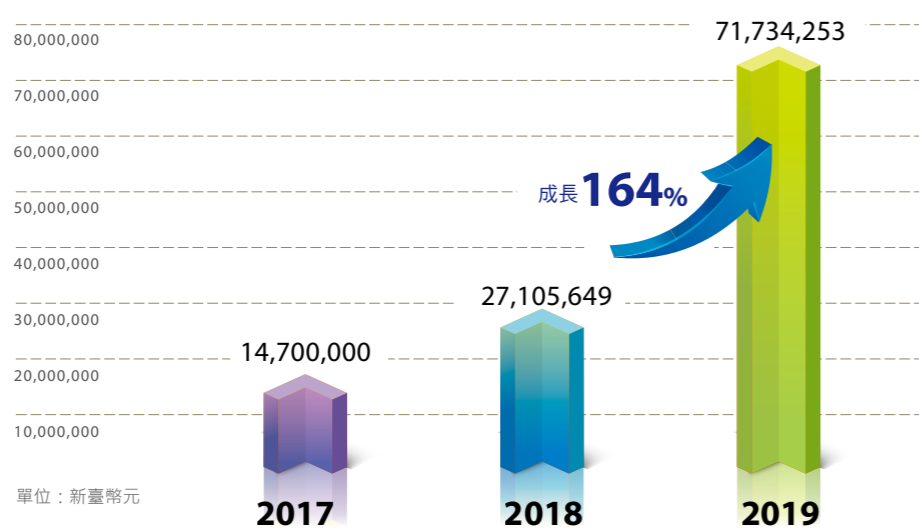
» 綠色採購政策

中國人壽始終視供應商為合作夥伴。為確保供應鏈穩定性、長期經營與生產在地化，在地採購金額比例達 99%。此外，公司在進行採購時，優先採用環保標章產品，50% 以上年度價購品項須符合環保相關認證，以符合低污染、可回收、省資源之環保實質意義，降低環境衝擊；2019 年皆採購具 FSC 森林環保認證的紙張，總數量超過 10 萬份。2019 年統計綠色採購金額共計 7,173 萬元，較 2018 年大幅成長 164%；其中，因 2019 年中國人壽台北學苑新建築開發案採用大量綠建材，營繕工程類綠色採購金額高達 5,070 萬，占總金額 7 成以上。

▼ 2019 年綠色採購金額分類統計
(單位：新臺幣元)



▼ 近三年綠色採購金額



» 供應鏈管理政策

中國人壽供應商主要分為「辦公用品與設備」、「勞務」及「營繕工程」等三大類，皆依循本公司採購規範，以公平、公正、公開的方式遴選廠商。



勞工安全衛生

倘涉及勞工安全衛生事項等相關法規，應遵循本公司承攬商安全衛生及環境管理辦法。為推動供應商管理，採購合約增訂「企業社會責任及誠信經營條款」，凡有交易且訂有採購合約之供應商，皆須遵循企業社會責任及誠信經營原則，包括確實遵守環境保護、各項勞動條件、勞工安全衛生及勞動人權等相關法規，並皆須簽署「供應商企業社會責任承諾書」。2019 年完成簽約之採購案件共計 156 件。

個人資料保護

為尊重當事人之權益，確保本公司採購案件關係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，凡涉及個人資料蒐集、處理及利用之案件，受託供應商皆應簽署「廠商個資保護能力評估表」。2019 年簽署廠商共計 15 家。

受委託機構績效評估

為有效掌握受委託機構之服務資格、品質，處理期限、配合度，中國人壽對目前合作之受委託機構，每年至少進行一次內稽內控督導檢核暨滿意度調查；評核結果將列入廠商評選及續約之依據。2019 年 5 月辦理作業委外流程訓練，各委外單位於 8 月完成績效評估；其中，14 家委外廠商平均得分 89.6 分（滿分 100 分），滿意度高，得續約合作。

營繕工程承攬商危害告知

為符合職業安全衛生之規定，本公司特制定「承攬商安全衛生及環境管理辦法」，用以防範承攬商作業期間，對工作場所之危害性認知不足或對安全衛生管理有所疏忽，用以加強承攬商對安全衛生及工作環境之管理。尤其應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。截至目前本公司營繕工程之承攬商無任何職業災害發生。

永續供應商管理

為建立永續供應商管理機制，2020 年將評估針對重要供應商，對關鍵項目進行稽核作業，同時評估設定供應商 ESG 準則權重的可行性。為持續鼓勵供應商推動永續發展，2020 年將評估公告中國人壽年度永續優良供應商名單，以展現供應鏈管理績效。

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

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 06
102-2	活動、品牌、產品與服務	認識中國人壽 06 深化公平待客 92 本年度所有產品皆經主管機關審核後上市銷售
102-3	總部位置	認識中國人壽 06
102-4	營運活動地點	關於報告書 04 認識中國人壽 06
102-5	所有權與法律形式	認識中國人壽 06
102-6	提供服務的市場	認識中國人壽 06
102-7	組織規模	認識中國人壽 06
102-8	員工與其他工作者的資訊	安心幸福職場 74-76 中國人壽勞工無兼職人員
102-9	供應鏈	發展綠色經濟 123-124
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	嚴謹風險管理 52-53
102-12	外部倡議	發展綠色經濟 115-117
102-13	公協會的會員資格	穩健公司營運 48
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	穩健公司營運 49
治理 (2016)		
102-18	治理結構	建立永續基石 18-19 穩健公司營運 43-44
利害關係人溝通 (2016)		
102-40	利害關係人團體	深耕永續關係 26-30
102-41	團體協約	中國人壽無團體協約之簽訂
102-42	鑑別與選擇利害關係人	深耕永續關係 26

一般揭露

報告書章節 (含省略說明) 頁碼

102-43	與利害關係人溝通的方針	深耕永續關係 26-30
102-44	提出之關鍵主題與關注事項	深耕永續關係 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	深耕永續關係 33-34
102-47	重大主題表列	深耕永續關係 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	本年度無報導改變之情事
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 05
102-54	依循 GRI 準則報導的宣告	關於報告書 05
102-55	GRI 內容索引	附錄 125-128
102-56	外部保證 / 確信	關於報告書 05 附錄 133-134
管理方針 (2016)		
103-1	解釋重大主題及其邊界	深耕永續關係 33-34
103-2	管理方針及其要素	初心 · 永續領航 17 革新 · 誠信治理 38-39 創新 · 數位培力 64 暖心 · 普惠社會 86 關心 · 綠色環境 114
103-3	管理方針的評估	初心 · 永續領航 17 革新 · 誠信治理 38-39 創新 · 數位培力 64 暖心 · 普惠社會 86 關心 · 綠色環境 114
GRI 201：經濟績效 (2016)		
201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	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	安心幸福職場 77-78
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	安心幸福職場 80

管理方針 (2016)

經濟面向

報告書章節 (含省略說明) 頁碼

GRI 204 : 採購實務 (2016)			
204-1	來自當地供應商的採購支出比例	發展綠色經濟	123
GRI 205 : 反貪腐 (2016)			
205-2	有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	穩健公司營運	54-55
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	
GRI 302 : 能源 (2016)			
302-1	組織內部的能源消耗量	發展綠色經濟	120-121
302-3	能源密集度	發展綠色經濟	121
GRI 305 : 排放 (2016)			
305-1	直接 (範疇一) 溫室氣體排放	發展綠色經濟	119-120
305-2	能源間接 (範疇二) 溫室氣體排放量	發展綠色經濟	119-120
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	發展綠色經濟	121-122
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)			
308-1	採用環境標準篩選新供應商	發展綠色經濟	124
GRI 401 : 勞雇關係 (2016)			
401-1	新進員工和離職員工	安心幸福職場	75-76
401-2	提供給全職員工 (不包含臨時或兼職員工) 的福利	安心幸福職場	77-78
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	安心幸福職場	80-81
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	安心幸福職場 中國人壽本年度排除員工之工作者無發生任何工作傷害	81
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的工作者	
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	多元人才發展	68
404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	多元人才發展	73
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	穩健公司營運 安心幸福職場	44 74-75
405-2	女性對男性基本薪資加薪酬的比率	安心幸福職場	80

環境面向

社會面向

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)			
413-2	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)			
414-1	使用社會準則篩選之新供應商	發展綠色經濟	124
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	嚴謹風險管理	59-60
417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件	嚴謹風險管理	59-60
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	嚴謹風險管理	58
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	嚴謹風險管理	59-60
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	穩健公司營運 深化公平待客	41-42 50-51 92-93
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	穩健公司營運	50-51
自訂主題			
	永續策略	永續策略	20-25
	風險管理	風險管制	52-53
	洗錢防制及打擊資恐	洗錢防制	54-55
	數位金融與創新	數位變革	87-91

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	深化公平待客
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	深化公平待客
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	關懷社會需求
5.5	鼓勵各級行政機關晉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	穩健公司營運 安心幸福職場
7.2	提高再生能源裝置容量	發展綠色經濟
8.1	以創新、就業、分配為核心價值，維持經濟適度成長	深化公平待客
8.5	提升勞動生產力	多元人才發展
8.6	落實學用合一、培訓措施，強化青年就業能力	多元人才發展
8.7	促進工作環境安全，及保障女性勞工參與工會權益	安心幸福職場
8.9	鼓勵金融科技創新，提供便捷多元的金融服務	深化公平待客
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	發展綠色經濟
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	安心幸福職場
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	安心幸福職場
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	深化公平待客
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	嚴謹風險管理
11.12	提高建築物節約能源減碳效益	發展綠色經濟
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	建立永續基石
12.7	推動公私部門增加綠色採購	發展綠色經濟
13.1	增進氣候變遷調適能力、強化韌性並降低脆弱度	發展綠色經濟
13.3	提升氣候變遷永續教育與民眾素養	關懷社會需求 發展綠色經濟
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	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	安心幸福職場
	保證不與踐踏人權者同流合污	發展綠色經濟
勞工標準	企業界應支持結社自由及切實承認集體談判權	安心幸福職場
	消除一切形式的強迫和強制勞動	安心幸福職場
	切實廢除童工	安心幸福職場
	消除就業和職業方面的歧視	安心幸福職場
環境	企業界應支持採用預防性方法應付環境挑戰	嚴謹風險管理 發展綠色經濟
	採取主動行動促進在環境方面更負責任的做法	發展綠色經濟
	鼓勵開發和推廣環境友好型技術	發展綠色經濟
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	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	建立永續基石
第二章 落實推動公司治理	穩健公司營運
第三章 發展永續環境	發展綠色經濟
第四章 維護社會公益	安心幸福職場 關懷社會需求
第五章 加強企業社會責任資訊揭露	穩健公司營運
第六章 附則	建立永續基石

» 社會責任指引 (ISO 26000) 對照表

	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	建立永續基石
	符合法規並透過查核避免因人權問題造成的風險	安心幸福職場
	處理人權的風險處境	安心幸福職場
	避免有同謀關係—直接、利益及沉默等同謀關係	穩健公司營運
人權	解決委屈	安心幸福職場
	不可歧視弱勢族群	安心幸福職場
	保障公民與政治權	安心幸福職場
	保障經濟、社會與文化權	安心幸福職場
	保障基本工作權利	安心幸福職場
勞動實務	促進就業及聘僱關係	安心幸福職場
	工作條件與社會保護	安心幸福職場
	保持社會對話	關懷社會需求
	維護工作的健康與安全	安心幸福職場
	人力發展與訓練	多元人才發展
環境	污染預防	發展綠色經濟
	永續資源利用	發展綠色經濟
	氣候變遷減緩與適應	發展綠色經濟
	環境保護、生物多樣性與自然棲地修復	發展綠色經濟

	主要議題	對應章節/說明
公平運作實務	反貪腐	穩健公司營運
	負責任的政治參與	穩健公司營運
	公平競爭	穩健公司營運
	促進產業價值鏈的社會責任	發展綠色經濟
	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	深化公平待客
	保護消費者的健康與安全	深化公平待客
	支持永續消費	深化公平待客
	消費者服務、支援、抱怨與爭議解決	深化公平待客
	消費者資料保護與隱私	嚴謹風險管理
	保障享用服務權	深化公平待客
社區參與與發展	教育及提高意識	關懷社會需求
	社區參與	關懷社會需求
	創造就業與技術發展	多元人才發展
	發展科技	* 與壽險業關聯性較低
	幫助增加財富與收入	關懷社會需求
	推廣教育及文化	關懷社會需求
	推廣健康	關懷社會需求
社會投資	關懷社會需求	



獨立保證意見聲明書

中國人壽 2019 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 2019 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 2019 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 2019 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 2019 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 2019 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 20 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

2019 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、社會和環境的訊息，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



Statement No: SRA-TW-2019077
2020-06-04

...making excellence a habit.™