



全国服务热线
95331
SERVICE CENTER

全国服务热线 SERVICE CENTER
400-8855-668

2014

企业社会责任报告



时间范围

本报告内容以2014年1月1日至12月31日的活动为主，部分内容适当涉及相邻年份。

报告依据

- 1、上海市经济团体联合会《企业社会责任指南》（SEO-CSR1.0）
- 2、《上海市文明单位社会责任报告指导手册》（试行）
- 3、中国工业经济联合会《中国工业企业及工业社会责任指南》（GSRI-CHINA2.0）

报告形式

本报告以电子版形式发布，敬请登陆建信人寿保险有限公司网站 <http://www.ccb-life.com.cn/>进行下载。

意见咨询及信息反馈方式

感谢您阅读《2014年度建信人寿社会责任报告》。

我们非常重视并希望聆听到您对本报告的反馈意见，您的意见和建议对我们很重要，是我们提升企业社会责任绩效的重要动力和依据。

意见调查反馈方式：

电话：+8621-60638272

电子邮箱：julie.li@ccb-life.com.cn

目录

CONTENTS

责任管理 P1

公司介绍 P2

公司文化 P3

责任绩效 P4

科学发展 P5

快速成长

积极创新

公平运营 P6

守法合规

公平竞争

环保节约 P7

降污减排

资源节约

顾客与消费者权益 P8

产品、服务质量与安全

责任营销与消费

投诉与争议处理

合作共赢 P9

权益保障

责任采购

责任监督

和谐劳动关系 P10

权益保障

培训与发展

民主管理

社区参与和发展 P12

社会公益

责任展望 P13



責任管理

建信人寿保险有限公司（“建信人寿”）是中国建设银行股份有限公司控股的人寿保险公司，总部位于上海。公司其它股东包括中国人寿保险股份有限公司（台湾）、全国社会保障基金理事会、中国建银投资有限责任公司、上海锦江国际投资管理有限公司和上海华旭投资有限公司。

公司成立于1998年，因股权变更，2011年更名为建信人寿保险有限公司。建信人寿注册资本金45亿元。自股权变更以来，建信人寿快速发展，全面融入股东中国建设银行的综合金融平台，充分借鉴台湾中寿的领先技术和丰富经验，有效利用社保基金的良好形象和深厚影响力，在打造银行系保险公司经营特色的道路上不断前行。公司牢固树立客户导向理念，“销售高诚信、服务高质量、理赔高效率”的经营方针得到监管机关、专家学者、权威媒体和社会公众的广泛认可；公司努力回归保险保障本质，“保障额度高、保障范围广”的产品特性深受广大客户青睐；公司深入推进创新驱动，在寿险业市场化改革和银保深度合作等方面大胆探索，不断为行业创新提供成功范例；公司始终坚持价值至上，自2006年以来保持连续盈利，盈利能力在国内同类寿险公司中名列前茅。

善建者行，守信者远。建信人寿作为国务院批准的国内首批银行控股的保险公司之一，将充分依托股东资源，着力发挥自身优势，坚持“诚信、精业、稳健、创新”的核心价值理念，以成为银行系保险公司的标杆为己任，全心全意为中国消费者提供优质的保险产品和金融理财服务。



愿景

成为一家科学发展、行业领先、持续创新、公众信赖的保险公司

使命

为客户提供贴心保障 为股东创造持续价值
为员工打造发展平台 为社会助推和谐发展

核心价值

诚信 精业 稳健 创新

经营理念

以客户需求为先导 以合作共赢为基础
以价值增长为核心 以探索求变为精神

宣传用语（口号）

善建者行 守信者远

服务理念

一朝牵手 关爱永久

员工行为准则

遵纪守法 爱岗敬业 勤勉踏实
团队合作 勤奋学习 积极进取



責任 績效

快速成长

2014年，建信人寿牢牢把握“建设具有银行系特色和综合竞争力的保险公司”的工作主线，全面推进改革转型，全年实现总保费收入186.4亿元，同比增长64.5%，保费规模和保费增速均居四大行寿险公司第一位；原保费市场排名达到第12位；公司总资产规模达405.87亿元，比上年增长54.34%；年化投资收益率达到5.83%；税后利润达到1.72亿元，同比增长69.31%。

公司加快布局省级分公司。新设河南、河北、福建、重庆分公司，陕西分公司获得批筹；新增中心支公司13家、支公司3家、营销服务部3家。截至2014年底，全公司共有中心支公司41家，支公司7家，营销服务部26家。

积极创新

在“以客户为中心”的经营理念下，建信人寿主动融入建行的综合化战略，将自身定位为控股银行客户服务链条中的有机组成部分，针对客户需求，从银行现有服务体系和流程着手，在充分整合利用资源的基础上，与建行的产品、销售、服务，以及流程和系统实现全面融合，开展了多项具有样本意义的创新。2014年，建信人寿在三个方面开展了创新：

渠道创新

一是推出以柜员、会议、顾问为核心的3C模式，满足了消费者通过多种形式进行保险咨询的需求，二是扩大个险创新营销体制覆盖范围，新模式步入稳步发展期；三是适应网络渠道创新趋势，拓展电子自助渠道功能，重点推进移动互联平台销售服务上线。

产品创新

一是与建行联合开发了“福顺龙卡”专属保险产品“福顺保意外保障计划”；二是开发了龙行乐享百万身价保障计划和龙行康佑2号恶性肿瘤疾病保险，契合客户以低投入撬动高保障的保险需求；三是着眼团体客户理财需求，开发了期限自由、收益适当、功能灵活的“养颐无忧”系列产品；四是对委托管理型的健康险进行改造，开发团体长期补充医疗保险（万能型），既保留了原委托管理型业务在资金管理上的灵活性，又满足了投保企业保费税前列支节约成本的需要。

服务创新

公司狠抓建行网点的服务延伸工作，使建行网点可以通过银保通系统受理建信人寿客户的保险服务需求。受理的服务项目包括了犹豫期退保、保单签约或解约、续期缴费等。服务延伸项目的落地实施，扩大了服务辐射范围，有效突破了公司客户服务能力瓶颈，得到监管部门、公司客户的广泛认可。同时，公司大力拓展和优化公司电子商务平台功能，推动网络业务支持体系建立，全年完善了17项客户体验功能，推出8项保全和10项客户查询等服务功能，在线犹退等多项在线业务处理功能上线，提升客户体验，减少销售误导和人工作业。

守法合规

2014年度，公司全面加强风险内控监察管理。

一是落实全面风险管理内控建设三年规划2014年度工作，夯实管理基础。建立健全了风险偏好体系，推进了多方面内控措施的有效落地；规范了重大风险和突发事件报告制度，建立了关键风险指标监测体系，公司的风险监督管理水平得到有效提升。

二是开展各类风险排查和清理整顿工作。公司组织开展了满期给付与退保风险排查，初步建立了退保风险早发现、早处理、早解决的风险防范机制。根据保监会要求，积极开展保险中介市场清理整顿工作。

三是着力提升反洗钱工作水平。对反洗钱工作进行了由上而下的全面梳理，切实加强整改，顺利通过人民银行验收。在完成反洗钱可疑交易报告、黑名单维护等日常工作的基础上，对反洗钱系统进一步优化与升级。

四是不断强化审计的第三道防线作用。积极利用内外部资源对公司经营管理展开审计，着力优化内部控制评价机制；针对审计发现问题，督促相关单位认真进行整改和责任认定，在提升内控有效性方面发挥了积极作用。

五是加强监察监督、提升案防能力。以党风廉政建设和反腐败工作为核心，扎实推进公司监察管理制度和组织体系建设，积极落实廉政建设和案件防控的“一岗双责”，完善规范“信、访、网、电”四位一体的信访举报渠道和工作流程，全面提升了公司的案件防控能力。

公平竞争

公司公平参加市场竞争，银行保险、个人业务、团体业务等业务渠道管理部门均制定了业务品质管理制度，对销售行为、业务品质等进行管理，并在全系统贯彻执行，防治销售误导行为以及恶意诋毁其他保险经营者等不正当竞争行为。

公司业务尚处于发展阶段，难以形成垄断地位以对其他保险经营者和市场秩序造成垄断或倾销性危害。

降污减排

公司在日常经营管理过程中，通过尽量减少人员出差，提倡电话会议、压缩现场会议，减少纸质文件印制数量，在办公区域内实施空调控温措施，办公用房建设使用节能照明灯等方式降低能源消耗，实现节能减排。

资源节约

公司秉承勤俭节约、反对浪费的经营理念，通过制定下发《分支机构办公职场配置管理办法》、《分支机构公务车辆配置管理办法》、《印刷品印制管理办法》、《建信人寿差旅费管理办法》，严格控制办公用房租赁购置标准，规范分支机构公务车辆配置，提倡文件资料双面打印、双面复印，进一步规范差旅费、会议费和培训费报支管理，严格控制各项经费支出范围，确保专款专用。以实际行动切实降低行政成本，保护资源环境。



产品、服务质量与安全

在产品开发方面，新产品开发前期，须进行充分的市场调研与可行性研究，完成可行性分析报告，并报送产品委员会审批通过后，方可进入开发阶段。开发过程中风险管理部、内控合规部及各相关部门全程参与，严格的风险管控确保公司的产品均符合各项法律法规及监管要求。

责任营销与消费

建信人寿一直倡导“方便赔、快速赔、主动赔”。不仅推出了小额案件快速理赔和重大案件应急处理机制，更是将“主动赔”的理念坚持到底，持续监控国内外灾害事故，及时排查出险客户。过去四年，建信人寿多次主动理赔灾害事故，应急赔付、先行垫付已经成为建信人寿重大案件理赔的一大特色。

公司秉持“一朝牵手、关爱永久”的服务理念，积极践行企业责任和社会义务。针对社会突发事件迅疾响应。上海外滩踩踏事件等重大事件发生后，建信人寿立即启动应急预案，成立领导小组，启动理赔绿色通道，开通95331全天24小时报案热线，简化意外理赔申请、启动理赔款预付、启动无保单理赔、对出险客户提供理赔人员上门一站式服务。2014年全年赔付金额累计达到1.86亿元。良好的理赔服务已经成为公司服务体系的核心特色，其中河南分公司理赔出“百万”大单；四川分公司对“渐冻人”及时作出60万元高额赔付，获得社会广泛赞誉。

对历史保单和历史数据进行全面排查，按照保监会清理失效保单要求，成立了总分公司一把手负责的工作小组，按计划完成了失效保单清理和整改工作，有效维护了客户权益。

投诉与争议处理

为妥善处理顾客和消费者的投诉，公司不断完善投诉管理工作。修订实施《客户投诉管理办法》，进一步落实客户投诉限时处理机制，完善客户投诉上报督办、信息反馈以及投诉分析通报机制。上线统一柜面申诉系统，为今后利用数据分析更好地应对客户投诉和限时处理机制落地打下了良好基础。2014年公司继续保持在监管机关低投诉的良好记录。

权益保障

公司通过制定下发《供应商管理规程》、《供应商准入、禁用和退出的实施细则》，将供应商的商业信誉或商品质量出现严重问题、严重违法违规、有商业贿赂或商业欺诈等列入不良行为，经认定后对供应商给予包括取消候选资格、禁用和退出等惩戒措施，与供应商共同建设诚信体系，防范道德风险。

责任采购

公司所有的采购项目都是按公司相关采购制度执行，为严格规范采购工作的管理和执行，公司出台了《建信人寿集中采购管理办法》、《建信人寿集中采购操作规程》，通过实施“供应商管理-采购谈判-合同执行管理”的采购流程建立采购管理信息平台，与重大供应商建立战略合作关系。采购工作遵循“集中性、独立性、竞争性、适用性”原则，所有的采购结果均以公文形式公布，保证采购结果的严肃性。

责任监督

公司对供应商提供的产品要审慎严格把关。在原材料、生产工艺、能耗等方面是否符合绿色、环保、节能要求。在公务用车、IT产品、金融设备、办公场所装修等商品的采购中，坚持采购节能环保产品，与供应商共同履行环境责任。



权益保障

公司在招聘用工、绩效考核、薪酬福利等内部管理工作中，秉承公平、公正、合理的原则，严格遵守国家关于就业促进、职工保护等规定，为各类员工提供平等的机会和公平待遇。

公司同所有员工均签订了正式书面合同或聘用协议，依法合规安排员工工作时间和工作内容，为员工提供舒适安全的工作环境。同时，公司设有员工资料使用规范和保密协议，注重员工个人信息和隐私的保护，合理使用，严格保密，严防员工个人信息的泄露。

公司基于销售员工和非销售员工工作性质、日常管理、绩效考核要求等方面的不同，分别制定了有相适应的薪酬管理体系，并根据岗位性质的不同、工时制的不同，制定了相配套的考勤管理和加班管理办法。

公司目前已全面完成了全体非销售员工、银保、团险等各销售渠道员工的薪酬管理制度体系的建立，构建了较为全面、完善的激励约束机制。公司薪酬基本制度及考勤加班办法的制定和修改均依照公司治理有关要求提交公司职工代表大会或工会审议，相关制度的制定均经历了较严谨的酝酿、内部专业部门或各级分支机构多轮研讨和论证，或在局部范围内一定时期的试运行，以保障薪酬管理的公平合理有效。日常管理过程中，公司严格依照国家法律法规、劳动合同有关约定、公司薪酬管理办法以及考勤和加班管理办法，按时计算发放员工薪酬和加班工资，并按照当地政策依法为员工缴纳各项社会保险费工住房公积金。

公司参照行业市场薪酬调研结果，根据公司年度经营目标达成情况，通过员工年度薪酬调整及年度考核优良员工晋升等方式提升员工薪酬水平。

培训与发展

按照公司的整体部署，2014年培训工作从公司发展战略及干部员工队伍建设需要出发，围绕培训服务于业务发展、转型与创新，制定了2014年度培训计划，明确了年度培训要以“优化人才结构，建设人才梯队”为整体目标，要充分考虑各部门、各分公司员工需求，切实加强全员培训，保证员工能够得到切实有效的培养和职业素养的提升。2014年，总公司培训累计41次，累计培训572人次，总课时1478小时；各分公司培训项目累计257项，累计培训8107人次，总课时1086小时，专业资格考试报考894人次，各类专业讲师聘任382名，培训工作综合评价“好”及以上的占95.69%。

民主管理

2014年度，建信人寿职工代表大会全面贯彻落实总行工会工作要点精神，紧紧围绕公司党委的工作部署和公司全年的工作目标，不断强化自身建设，推进职工素质建设，增强企业的凝聚力和职工队伍的战斗力。

工会积极举办形式多样的文体活动，营造和谐氛围，举办了如员工书法绘画比赛、员工健走活动、乒乓球比赛、体操比赛、羽毛球比赛和登山比赛等活动，既有益于员工身体健康，又增强了员工的凝聚力。

以“创先争优”活动服务公司大局。大力表彰和宣传先进，充分发挥先进典型的示范作用。系统工会进行了先进工会干部和工会积极分子的评优活动，有15位同志获得“2013年度建信人寿优秀工会工作者”及30位同志“2013年度建信人寿优秀工会积极分子”荣誉称号。

广泛深入开展劳动竞赛，提升工作技能。为使员工适应当前快速发展的经济形势，积极组织职工开展岗位练兵，劳动竞赛活动。系统工会联合总公司银行保险部、总公司团体业务部举办劳动竞赛活动，有136位业务精英获得了荣誉，进一步提高了业务水平和提升了业务技能。

抓好职工帮扶工作。2014年系统工会要求各分支机构工会工作的重心放在基层，工会干部要贴近群众：关心员工生活，弄清员工所想，服务员工所需，干好员工所盼，解决员工所忧，做员工的知情人、贴心人。在帮扶工作中，2014年全公司有11位困难员工受到系统工会及分公司工会的共同帮助，金额55600元。使员工真正感受到工会大家庭的温暖。

切实做好工会基础工作，创建职工之家。系统工会十分重视分公司职工之家的创建工作，为分公司提供创建经费。2014年，13个分支机构，有9家分公司创建了职工之家。

社区建设

自揭牌成立以来，建信人寿始终重视发展教育慈善事业，特设立“建信·远行”公益基金，通过资金扶持、物质支援等形式，帮助落后地区教育机构、扶持发达地区的外来务工人员子弟学校。

建信人寿连续三年以“建信·远行”为主题开展慈善助学活动，对口帮扶四川和上海两所小学家庭经济困难的学生，在帮助贫困学生解决实际生活困难的同时，为公司赢得了良好的社会声誉。





責任展望

公司对履行社会责任的认识与展望

公司将履行社会责任作为企业的战略方向和治理方案，积极开展责任管理，紧密结合当前社会发展需求，不断实践创新，充分利用自身优势，为社会创造价值。公司将始终秉持“成为一家科学发展、行业领先、持续创新、公众信赖的保险公司”的愿景，积极履行社会责任，真诚回报社会，在为客户提供优质产品和服务的同时，促进公司与社会环境的和谐发展，力争成为优秀的企业公民。

经济基础是企业责任的基础。公司将按照发展是第一要义的要求，积极承担经济责任。依法合规经营，科学实施、抓好落实，提升风险防范能力，营造公开、公平、公正和安全、稳定的行业竞争秩序，以优质的专业服务，持续为国家、股东、员工、客户和社会公众创造经济价值，为社会创造财富。

其次，公司在实现跨越式发展的同时，不忘回报社会，积极承担社会责任。公司要以符合社会道德和公益要求经营理念为指导，积极维护客户、员工和社区大众的社会公众利益；承担慈善责任，投身社会公益活动，构建社会和谐，传播爱心正能量。

最后，公司要履行起环境责任。大力发展移动金融，推进互联网建设，倡导绿色运营；积极承担环保义务，开展环保活动，加强环保宣传；不断开发新产品，提高企业竞争力，通过开展业务支持，从而节约资源，保护环境。

今后，公司将持续强化社会责任管理，深入企业社会实践，扩大企业社会责任帮助范围，提高企业社会责任意识。公司将持续创新，提高产品的竞争力；完善员工职业发展通道建设，重视后备人才的培养；进一步加强企业文化建设。与此同时，不断探索履行社会责任的可持续发展道路，提升社会责任机制，积极参与社会活动，促进社会和谐发展。

善建者行
守信者远

建信人寿保险有限公司
CCB Life Insurance Company Limited

地址:中国上海市银城路99号建行大厦29~33楼
电话:021-60638288 传真:021-60638204