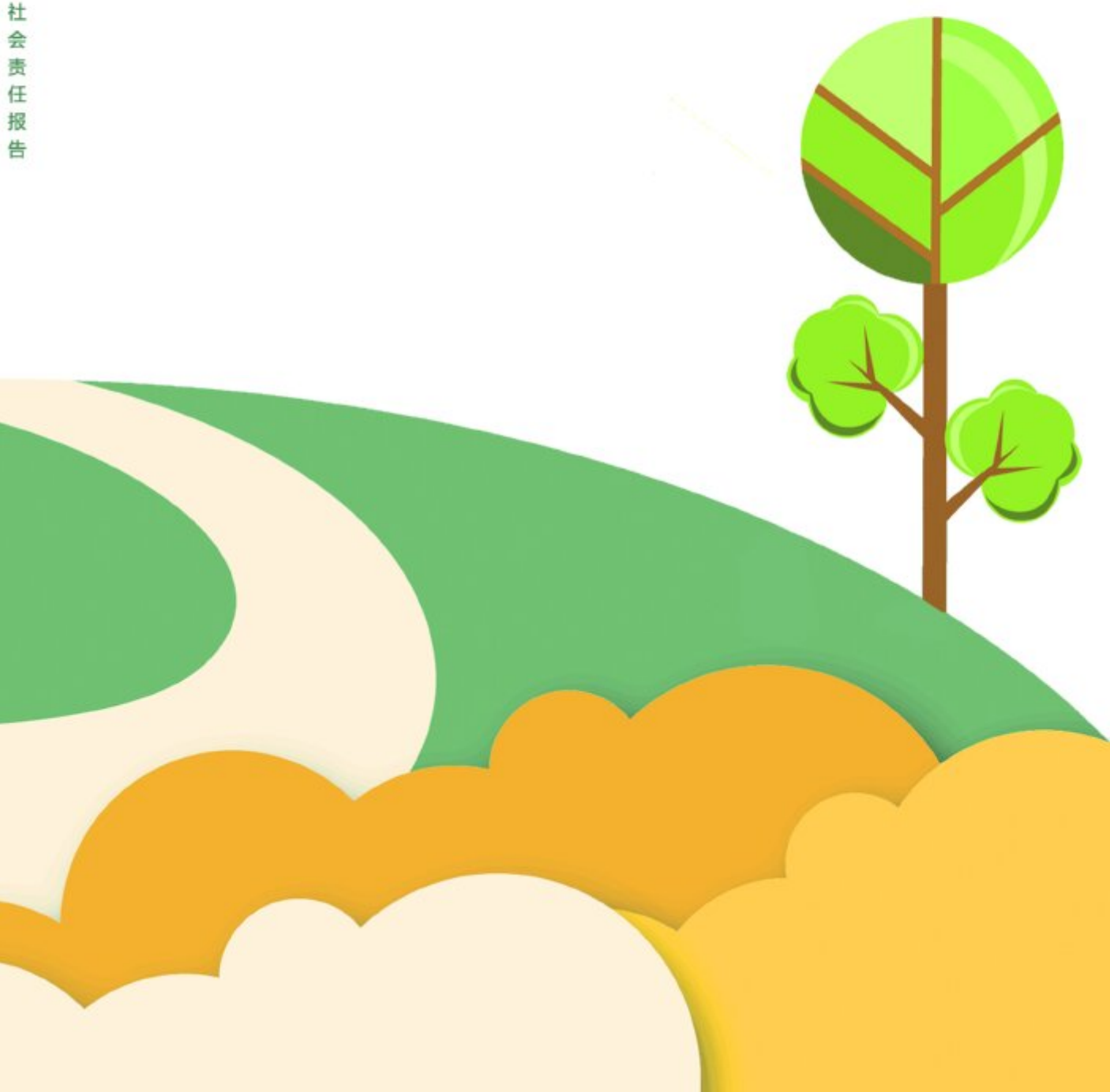
履行社会责任 致力价值增长

华夏保险2016企业社会责任报告



履行社会责任 致力价值增长

华夏保险2016企业社会责任报告

报告说明

本公司董事会及全体董事保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

【报告范围】

报告时间范围：2016年1月1日至2016年12月31日。

报告组织范围：华夏人寿保险股份有限公司及其分支机构。

报告的发布周期：本报告是年度报告。

【报告原则】

本报告参照全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告指南》G4为信息披露的指导性原则，并使用独立的《AA1000原则标准（2008）》来确保报告的包含性、回应性、实质性。

【报告数据】

报告中的财务数据摘自《华夏人寿保险股份有限公司2016年年度信息披露报告》；

日常梳理、总结的优秀社会责任实践案例；

基于报告框架的定性与定量信息采集、公司发布的公开信息以及报告编制阶段在本公司内部进行的部门访谈；

利益相关方关注信息整理。

【报告发布】

报告以印刷版和网络版两种形式发布，网络版请在本公司官网（http://www.hualife.cc）查阅。

目录 CONTENTS

P4 · 公司概况
P5 · 组织机构
P6 · 高管致辞

1

第一篇 责任战略与管理

P10 · 我们的社会责任理念
P11 · 我们的进步
P12 · 荣誉之路
P13 · 企业社会责任管理
P14 · 利益相关方管理
P16 · 企业社会责任关键议题

2

第二篇 股东

P20 · 资产回报和业绩增长
P22 · 提升公司治理
P23 · 机构发展
P24 · 强化内控和风险管理能力

3

第三篇 客户

P28 · 提升客户服务品质
P29 · 理赔服务
P31 · 消费者合法权益保护
P33 · 产品创先，提升市场竞争力
P34 · 新技术应用

4

第四篇 员工

P38 · 保障员工权益
P40 · 关心员工成长
P44 · 加强工会工作，推动员工参与公司建设
P45 · 营造和谐的工作氛围
P45 · 关怀困难员工。开展帮扶活动

5

第五篇 伙伴

P48 · 支持营销员发展
P52 · 与渠道伙伴共同成长
P53 · 与合作伙伴共同进步

6

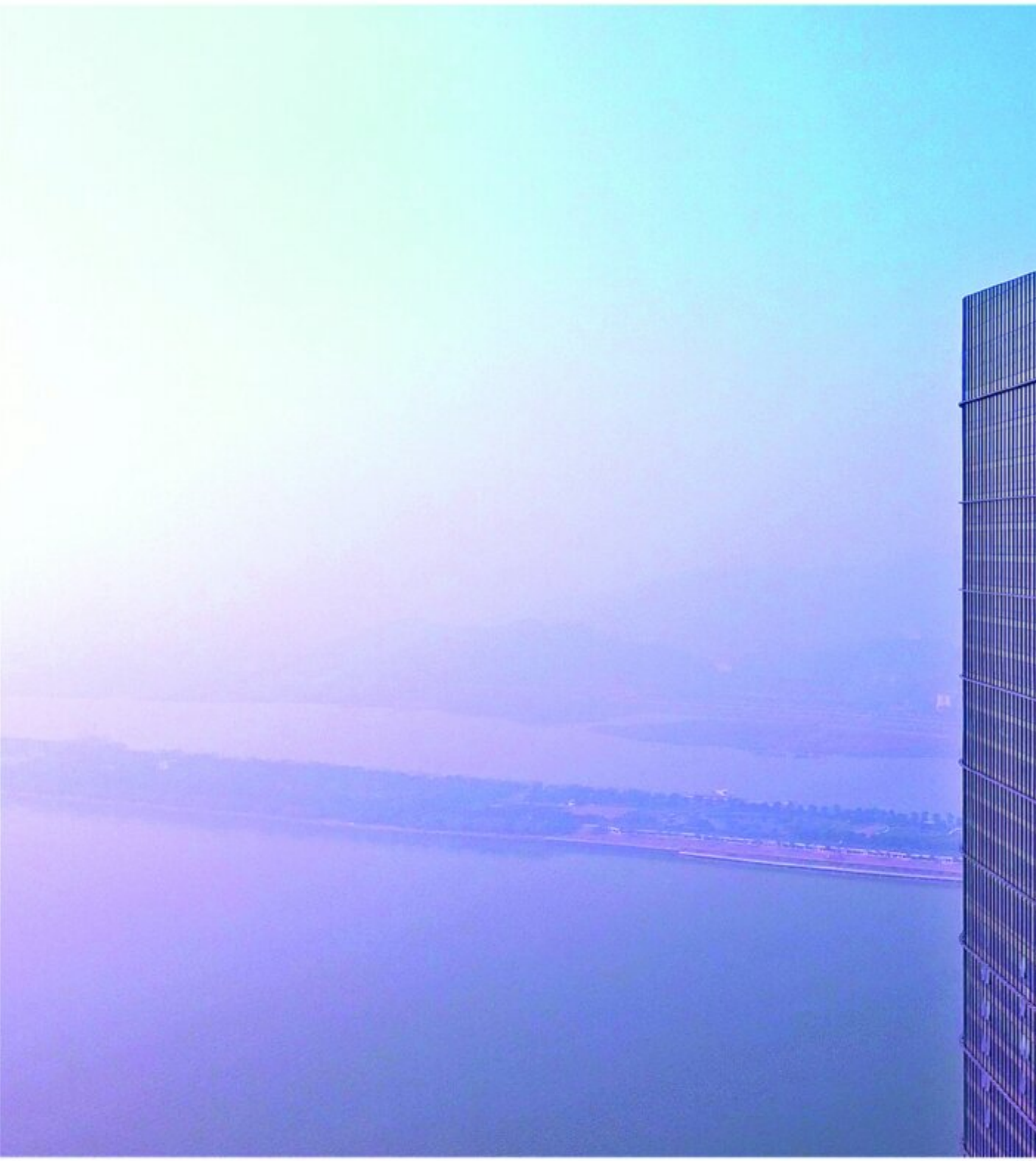
第六篇 社会与环境

P56 · 公益行动
P66 · 环境

7

第七篇 其他

P70 · GRI索引
P71 · 联系我们



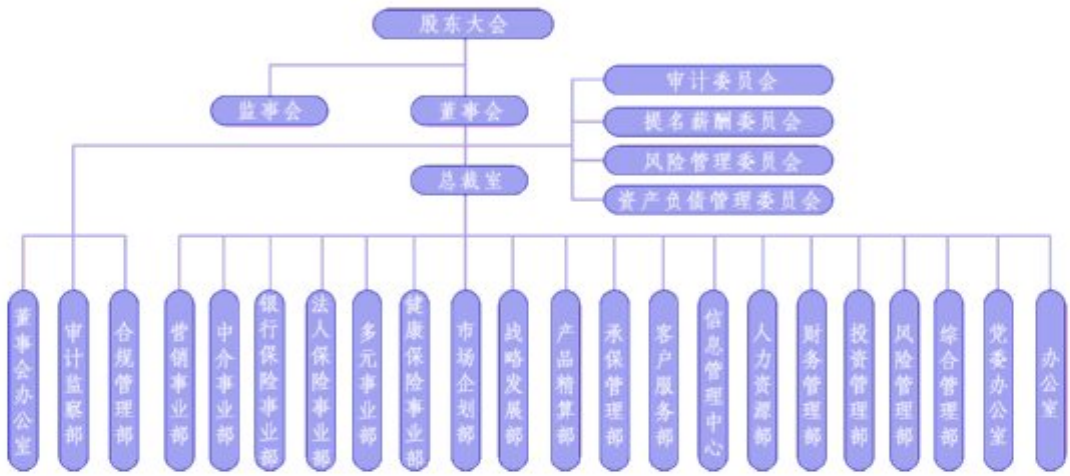
中国长沙华远华国际中心

公司概况

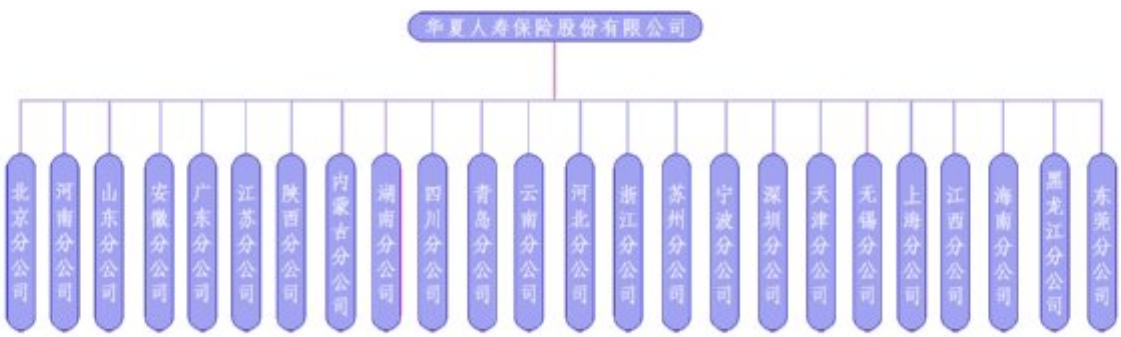
华夏人寿保险股份有限公司（简称华夏保险），于2006年12月经中国保险监督管理委员会批准设立，总部设在北京，是一家全国性、股份制人寿保险公司。截止2016年底，公司注册资本金153亿元人民币，总资产3913亿元人民币，总保费1815亿，市场排名第四，人员队伍超20万。

华夏保险向个人及团体提供人寿、意外和健康保险产品，涵盖生存、养老、疾病、医疗、身故、残疾等多种保障范围，全面满足客户在人身保险领域的保险保障和投资理财需求。华夏保险秉承“客户利益至上”的核心价值观，坚持“艰苦创业”、“绩效第一”的企业精神，迅速崛起于中国保险市场，积累和创造了一系列核心竞争优势。

组织机构图



下属公司组织图



不忘初心 坚守责任

2016年，我们不忘初心，怀着“保险让生活更美好”的梦想，秉承“客户利益至上”的核心价值观，不忘“让华夏充满爱”的企业使命，持续完善企业社会责任管理体系，服务国家战略和民生期盼，坚定执行“规模稳增，价值倍增，战略落地，生态小成”的发展方针，在企业发展与社会责任双赢的道路上不断进步，截止2016年底，全年总保费市场排名第四，业务结构持续优化，继续保持业内瞩目的华夏价值增长模式。

民之所望，责之所向。我们大力完善保险主业布局，坚定执行“提质增效，产品创先，服务整合，移动互联”的公司战略，努力打造客户经营模式升级版，重点培育差异化竞争优势，在实现公司当期价值的同时，不断增强可持续发展能力。2016年年底总资产接近4000亿，综合实力显著增强。

坚守责任理念，培育企业发展新动能。紧跟监管导向，顺应市场发展潮流，主动调整公司业务结构，调高期交价值业务目标并调减趸交业务计划。在公司三会一层履职尽责下，年度整体目标顺利达成；渠道价值业务超倍增长，业务结构显著优化，投资管理水平有明显提高。同时，偿二代制度下的公司偿付能力持续向好，充足率稳步提升；风险合规控制水平良好；品牌形象及社会认可度不断提升，市场口碑良好；人力资源改革逐步完善，运营保障能力进一步提升，为实现公司长期可持续发展的愿景奠定了坚实基础。

坚守责任初心，致力于与利益相关方共同进步。践行企业社会责任理念，对照利益相关方的诉求和期望不断改进管理与服务，通过更加规范的社会责任管理和更加全面的履责实践，与利益相关方共同实现可持续的价值增长，这是华夏不断发展，创造华夏价值增长模式的真谛。2016年，根据对公司经营决策和经营活动有重大利

益关系的原则，确定我们的利益相关方主要是国家、监管、股东、客户、员工、伙伴、行业、社会、环境等各方面，从而明确了我们履行企业社会责任主要的服务对象。针对各利益相关方的关注和诉求，科学识别焦点议题，我们积极与利益相关方保持沟通，促进我们与利益相关方共同进步，展现我们履行责任的不变初心与坚定信念。

坚守责任伦理，促进社会进步。2016年，公司积极践行“品牌与慈善相结合”的发展战略，依托华夏慈善基金平台持续开展公益行动。继续深化“致敬抗战老兵”大型公益项目，持续推进目前已有的12家“抗战老兵照护中心”公益行动；成立中华志愿者协会华夏志愿者总队，全系统22万华夏志愿者的身影持续活跃在全国公益的舞台上；继续开展关爱贫困老人的“重阳行动”、关爱身陷困境中孩子的“点亮行动”、“圆梦行动”；积极响应国家及监管部门的号召，开展一系列精准扶贫、定向捐赠等公益活动。在展现公益情怀，奉献爱心，促进社会进步中添抹我们亮彩的同时，我们也收到了良好的社会美誉。

春风新又至，已绿湖上山。我们坚持“保险姓保”，坚持改革发展，将积极认识新常态，适应新变化，继续致力于与利益相关方共同进步；既要规模和价值的增长，亦要传承和创新的进步。我们不忘初心，心中有责不懈怠，心中有戒不妄为，撸起袖子加油干，大步走在持久健康发展的道路上。

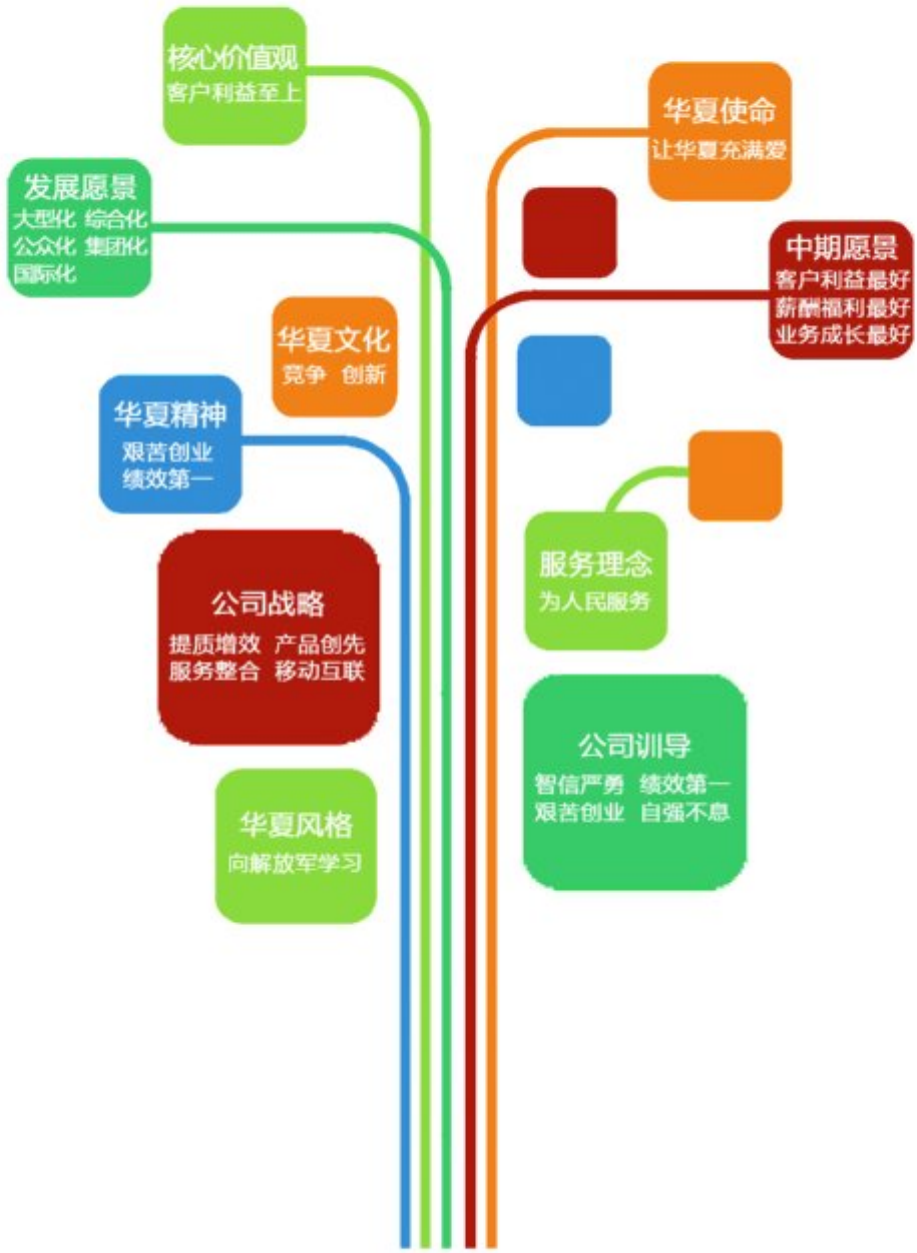
赵子良

公司党委书记、总裁 赵子良

第一篇 责任战略与管理

我们深知企业社会责任工作的重大意义。2016年，社会责任理念已经深度嵌入到公司的经营战略中，我们把握行业发展机遇、深化战略转型，坚持“客户利益最好、薪酬福利最好、业务成长最好”的愿景、“让华夏充满爱”的使命以及“客户利益至上”的核心价值观，践行企业社会责任理念，不断对照利益相关方的诉求和期望改进管理与服务，通过更加规范的社会责任管理和更加全面的履责实践，与利益相关方共同实现可持续的价值增长。

1.1 我们的社会责任理念



1.2 我们的进步

总资产
金额（亿元）
667.06
1303.54
2638.45
3913
2013
2014
2015
2016
时间
净利润
金额（亿元）
-16.54
11.5
14.63
15.91
2013
2014
2015
2016
时间
注册资本金：
153亿元
总资产：
15年2638.45亿元
→16年3913亿元
净利润：
15年14.63亿元
→16年15.91亿元
年度保费：
15年1609亿元
→16年1815亿元
内含价值：
15年245亿元
→16年326亿元
新业务价值：
15年6.6亿元
→16年18.1亿元
内勤员工：
15年6131人
→16年8488人
营销员（月均活动人力）：
15年11663人
→16年34300人
客户：
15年2322万人
→16年4051万人
核心偿付能力充足率：
86.31%
综合偿付能力充足率：
125.85%

1.3 荣誉之路

4.世界品牌实验室和世界经理人集团共同编制和发布的2016年《亚洲品牌500强》排行榜上，华夏保险荣获2016“亚洲品牌500强”
3.世界经理人集团、《世界企业家》杂志、世界品牌实验室举办的世界品牌大会暨2016年(第十三届)《中国500最具价值品牌》发布会上，华夏保险被评为“中国500最具价值品牌”
2.《证券时报》、中国保险资产管理业协会联合主办的“2016中国保险业资产管理年会”上，华夏保险获得“年度值得信赖保险公司方舟奖”
1.中保网、新浪财经共同主办的“2016保险产品创新论坛暨2015年度保险产品颁奖典礼上，华夏保险在众多参评企业中脱颖而出，一举揽获六项年度保险产品大奖，是获奖最多的保险企业之一
5.第一财经、第一财经研究院举行的2016第一财经金融峰会上，华夏保险荣获“最佳保险服务品牌”奖
6.慧保天下、新浪财经举办的新浪金麒麟论坛保险专场中，华夏保险获得“2016最具成长性人身险公司”
7.21世纪经济报道主办的第十一届21世纪亚洲金融年会上，华夏保险凭获“年度稳健经营保险公司奖”
8.金融界网站主办的“首届智能金融国际论坛暨金融界领航中国年度盛典”上，华夏保险成功斩获“社会责任奖”
9. 金融时报举办的中国金融机构金牌榜•金龙奖活动中，华夏保险荣获“年度最佳寿险公司“
12.中国保监会、中国社科院企业社会责任研究中心在京联合发布《中国保险企业社会责任蓝皮书(2016)》中，华夏保险凭借在企业社会责任领域多年的信守与耕耘，在137家险企中取得第五名排名的好成绩。
11.中国经营报社、中国经营报社研究院、中国社会科学院举办的2016（第十四届）中国企业竞争力年会-金融高峰论坛上，华夏保险暂获“2016卓越竞争力财富管理机构”
10.北京商报举办的2016年度北京金融业十大品牌评选中，华夏保险荣获“大众理财突出奖”

1.4 企业社会责任管理

2016年，我们积极推进企业社会责任体系建设，坚持问题导向，聚焦关键短板，以项目驱动，通过创新实践，在保持价值持续增长的同时，为股东、客户、员工、行业、社会、环境等利益相关方创造共享价值，企业社会责任已全面融入公司的商业模式中。

决策层

公司董事会、监事会、经营管理委员会参与社会责任重大事项的审议与决策，包括相关战略与方针的制定、对年度企业社会责任报告进行专项审议。

组织层

公司总部专职机构专职负责社会责任管理日常工作，包括编制年度社会责任报告、组织开展培训宣导、牵头组织与利益相关方沟通交流、采集并定期分析社会责任绩效指标、组织社会公益活动，以及其他社会责任实践活动的调研、分析和分享。

实施层

总部各职能部门、各分公司各分支机构的职能部门负责各自工作内的社会责任履责，包括与利益相关方沟通、定期报送社会责任实施报告、绩效指标及优秀案例等。

1.5 利益相关方管理

利益相关方的管理、沟通和共同进步是我们履行社会责任管理的重要内容。本公司高度关注利益相关方期望，不断完善沟通机制，提高相关方参与程度，对相关方的期望给予积极回应和改进。

首先，根据对公司经营决策和经营活动有重大利益关系的原则，确定我们的利益相关方主要是国家、监管、股东、客户、员工、伙伴、行业、社会、环境等多方面，从而明确了我们履行企业社会责任的主要服务对象。然后，针对各利益相关方的关注和诉求，科学识别焦点问题，积极与利益相关方保持沟通，并将沟通的结果在年度社会责任报告披露。

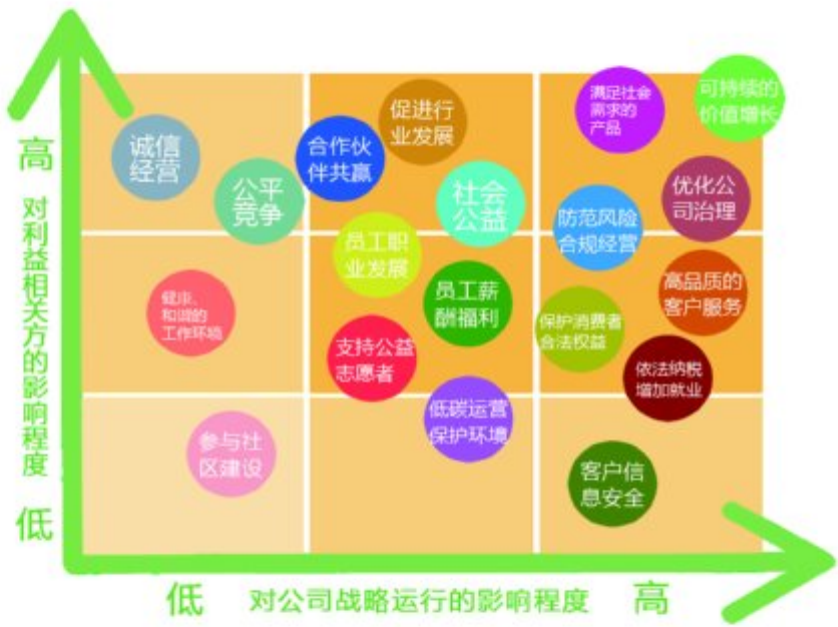
利益相关方	利益相关方的关注	沟通渠道
国家	• 遵守各项法律法规及相关政策 • 解决就业 • 依法纳税 • 稳健发展	• 参加相关会议和论坛 • 学习相关政策和法律法规 • 执行国家有关法律法规和政策 • 支持公益慈善活动 • 依法纳税 • 积极提供就业机会
监管机构	• 合规经营，防范风险 • 维护公平竞争环境 • 为行业整体发展做出积极贡献	• 参与监管机构各种会议和课题研究 • 报送专题报告文件 • 积极配合监管机构调查，坚决落实有关整改指示
股东	• 公司业务持续稳健发展 • 公司治理能力规范和提升 • 防范风险和内控	• 股东大会 • 定期报告与公开信息披露 • 投资者调研 • 与投资者有关的沟通会议 • 公司热线、网站和邮箱

利益相关方	利益相关方的关注	沟通渠道
客户	• 围绕客户需求的产品创新 • 提升服务品质和价值增值 • 创新科技手段提升服务体验 • 普惠金融服务	• 客户日常满意度调查 • 服务热线95300、邮件平台服务 • 客户服务节及定期客户回访 • 差异化VIP客户服务体系 • 客户投诉与反馈 • 微信、官微、APP等沟通渠道
员工	• 有竞争力的薪酬和完善的保障制度 • 积极健康的工作氛围 • 个人发展和培训	• 职工代表大会 • 晨会、内网、内刊、内部邮箱、微信群组 • 绩效考核沟通渠道 • 培训交流平台
伙伴与行业	• 营销员队伍建设及营销能力提升 • 合作伙伴的合作价值提升 • 稳定、长期的合作关系建立	• 面向中介机构和营销员业务督导和培训 • 同业与行业协会的交流 • 与政府、研究部门的沟通活动 • 合作伙伴合作沟通机制
社会与环境	• 具有社会效益的产品和服务 • 支持社会公益，积极参与扶贫，促进社会进步 • 借助科技进步助力低碳运营，开展绿色服务	• 贯彻政府和监管机构有关政策，了解养老、健康等领域的社会需求，积极致力于本公司该领域里的努力和进步 • 响应政府和监管机构号召，推广本公司具有社会公益和扶贫色彩的小额意外险、老年意外险 • 与慈善机构、志愿者组织及社会有关方面紧密合作，积极投入公益事业 • 不断推进无纸化、网络化办公和网络营销，降低环境成本，开展低碳运营

1.6 企业社会责任关键议题

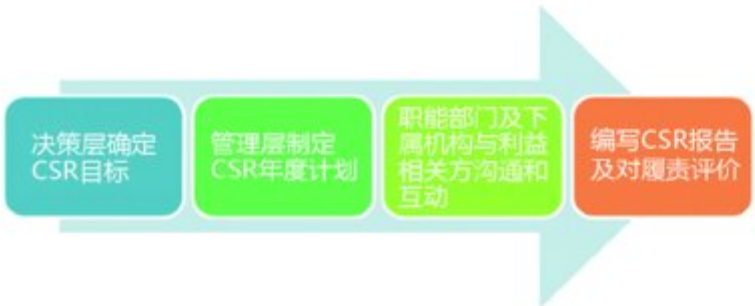
● 议题筛选

2016年，我们将利益相关方的重点关注议题，按对利益相关方影响程度与对本公司战略运营影响程度两个方向进行分类、排序和筛选，最终确定本年度企业社会责任重点议题。



● CSR流程

我们根据社会对公司的期望，对社会责任关键议题进行规划、筛选和确定。同时，明确公司内部各职能部门及下属公司明确履行社会责任的工作要求，规范流程，清晰又有效地与利益相关方沟通和互动，将社会责任议题付诸责任实践。



第二篇 股东

创造可持续的价值是对股东利益的最大保障。2016年，华夏保险坚持“艰苦创业”、“绩效第一”的企业精神，坚持“规模稳增，价值倍增，战略落地，生态小成”的年度指导方针，“渠道差异区隔化，战略客户定制化，服务嵌入生态化，理念创新跨界化，包装格调清新化”的产品策略，确保公司价值持续增长。

2.1 资产回报和业绩增长

● 资产增值，回报稳定

截至2016年底：

公司总资产达到3913亿元，同比增长49%；

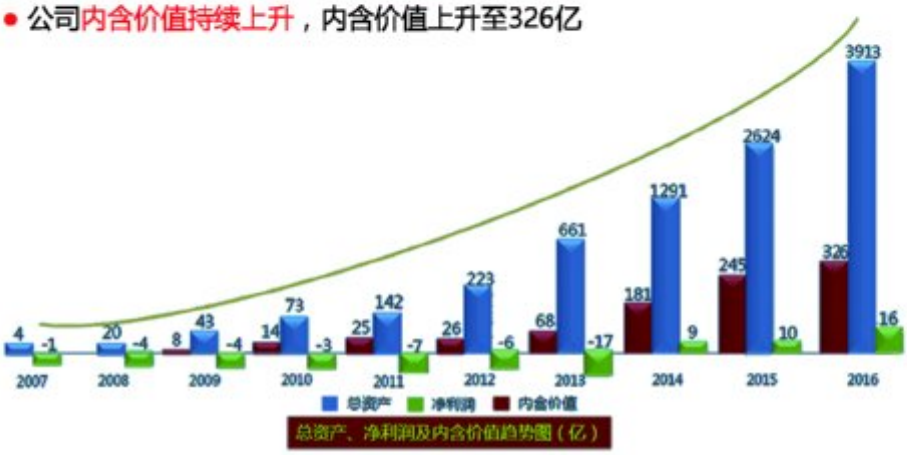
规模保费（含分保）1850亿元，同比增长15%；

公司净利润15.91亿元，同比增长55%。

● 市场地位

连续两年位居市场第四位，连续三年保持盈利，内含价值持续增长。其中，各渠道2016年市场地位显著提升，其中营销提升4位排名第七，领军第二梯队；银保期交提升10位排名第五，其中长期期交已提升至市场第二位；中介排名第一，龙头地位继续巩固；法人短险业务提升3位排名第九；电销提升6位排名第十二。

- 2016年总资产将近4000亿，10年增长千倍，大步向大型险企迈进
- 公司连续三年盈利，2016年净利润15.91亿元
- 公司内含价值持续上升，内含价值上升至326亿



总资产、净利润及内含价值趋势图（亿）

◆2016经营指标（亿）

序号	经营指标	2015年	2016年
1	注册资本金	153	153
2	总资产	2624.22	3913.05
3	规模保费（含分保）	1605	1850
4	市场份额（旧准则）	6.5%	5.4%
5	市场排名（旧准则）	4	4
6	投资规模	2516	3541

◆渠道市场排名情况

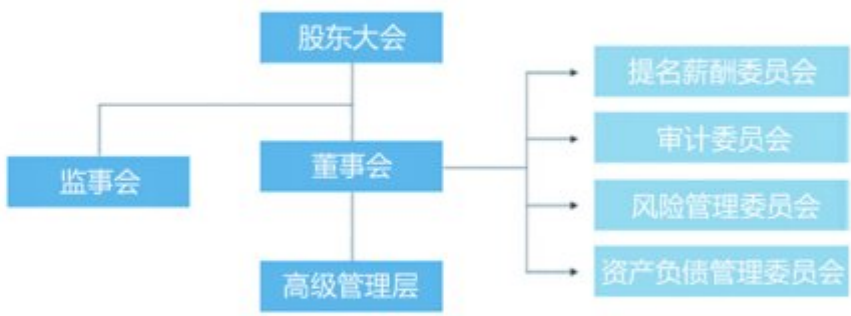
渠道	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
营销	18	14	11	11	7
银期	25	34	32	15	5
银保长期	—	—	—	—	2
银邮	12	4	2	1	2
中介	16	13	1	1	1
法人短	16	14	12	12	9
电销	13	17	19	18	12

2.2 提升公司治理

2016年，公司按照《公司法》、《保险法》等有关法律法规和监管部门的要求，继续完善公司治理结构。保证股东大会、董事会、监事会的合法合规性，信息披露工作及时、准确、真实、完整，保证各项工作顺利开展。我们坚持以资本为核心，以风险治理为基础，以风险偏好为导向，以风险量化工具及风险绩效考核为主要手段，建立健全符合监管标准的全面风险管理体系，实现风险管控与业务发展的平衡。

2016年，共召开了3次股东大会、10次董事会、3次监事会。各项会议的召开符合公司章程和保监会的相关监管规定，会议决议均得到有效落实和严格执行，充分发挥公司治理结构的权力配置、权力制衡在公司经营管理中的基础性作用。

公司治理结构之间已形成分工明确、相互协调、相互制衡的运行机制，为公司内部控制和风险管理目标的实现提供了合理保障。



2.3 机构发展

● 机构发展新进步

2016年度新批筹二级机构1家、三级机构16家、四级机构136家，计划达成率分别为25%、160%、324%。

2016 年公司机构筹建情况

单位：个

类 别	2016 年批筹	2016 年底牌照总量（含筹）	计划达成率	总量年增长率
分公司	1	24	25%	9%
中支	16	152	160%	11%
支公司/营服	136	494	324%	38%
合计	153	670	289%	30%

● 加强机构管理，优化督导管控

1. 总部统一对二、三级机构开业进行验收，帮助这些机构在筹备期打稳根基；
2. 完善总分公司支持机制，帮扶指导，提高机构筹建效率和质量；
3. 出台促进机构铺设及良性发展的制度及方案，提高分公司对辖区下级机构开设的积极性，促进机构筹建工作，并有效运用筹备资源。

2.4 强化内控和风险管理能力

公司高度重视内控和风险管理制度建设，坚持以“发展为第一要务，合规为第一责任”的理念，强化内控和增强风险管理能力。

2016年，公司采取一系列切实可行的有效措施，在保证公司业务持续稳健发展的同时，不断提升内控和风险管理水平，2016年公司未发生重大风险事件。

	2016工作目标	努力与达成
强化风险管理	●制定《华夏人寿保险股份有限公司2016年度总公司部门风险绩效考核方案》 ●遵照保监会偿二代相关要求，将风险管理工作细分为保险风险管理、市场风险管理、信用风险管理、操作风险管理、战略风险管理、声誉风险管理和流动性风险管理七大类型，进行风险管理 ●进行偿付能力风险管理能力评估，提高偿付能力风险管理水平	1. 从风险管理制度健全性和遵循有效性方面考核各部门风险管理能力，加强风险绩效考核。 2. 各部门均设立兼职风险合规专员岗位，负责本部门的风险合规管理工作；在省级分公司，根据业务规模和三级机构的设立数量，设立了内控合规部或相关风险合规岗位，负责管辖范围内的风险管理工作。 3. 实行月度、季度、半年度和年度的风险报告体系。 4. 对各类风险指标进行定期监控和汇报。对于超出既定阈值的指标，要拟定风险指标撰写监测报告，提出改进计划，改善风险状况。 5. 2016年，全年预警高风险指标803频次，督促整改566频次。
反洗钱专项工作	●合理配置反洗钱管理资源，将日常反洗钱管理与监管部门要求的各项定期与非定期风险排查、内部审计工作相结合	1. 紧跟监管步伐提升系统功能。 2. 构建完善反洗钱内控制度体系。 3. 加强反洗钱宣传培训。
加强合规管理	●守住“不发生系统性风险、不出现重大风险事件”的底线 ●实现“合规创造价值”的目的	1. 开展“两两回头看”专项检查、2016年度风险专项检查、非法集资等合规检查，有效防范重大风险案件和风险隐患。

2. 进一步明确合规管理目标、职责，加强队伍建设，组织制订、修订公司合规管理制度，搭建合规管理体系。
3. 搭建事前监测、事中审核、事后检查的全流程风险防控体系，实施全面风险防控。
4. 定期信用评级，机构分类管控，建立各类合同、合规标准化模板，简政放权提升效率。
5. 优化公司处理处罚流程，严格落实违规问责。
6. 制定标准化培训课件，定期对公司从业人员开展合规教育，提高公司从业人员“依法合规经营”意识，强化合规培训。

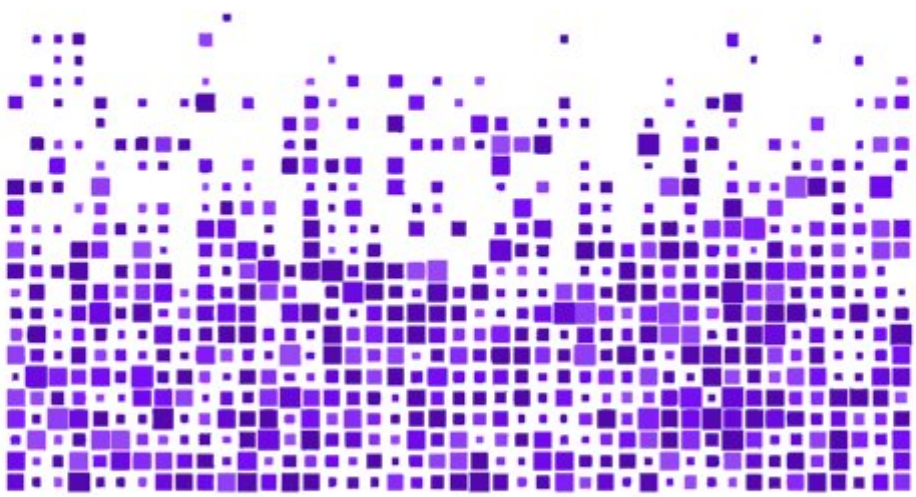
内部管理创新

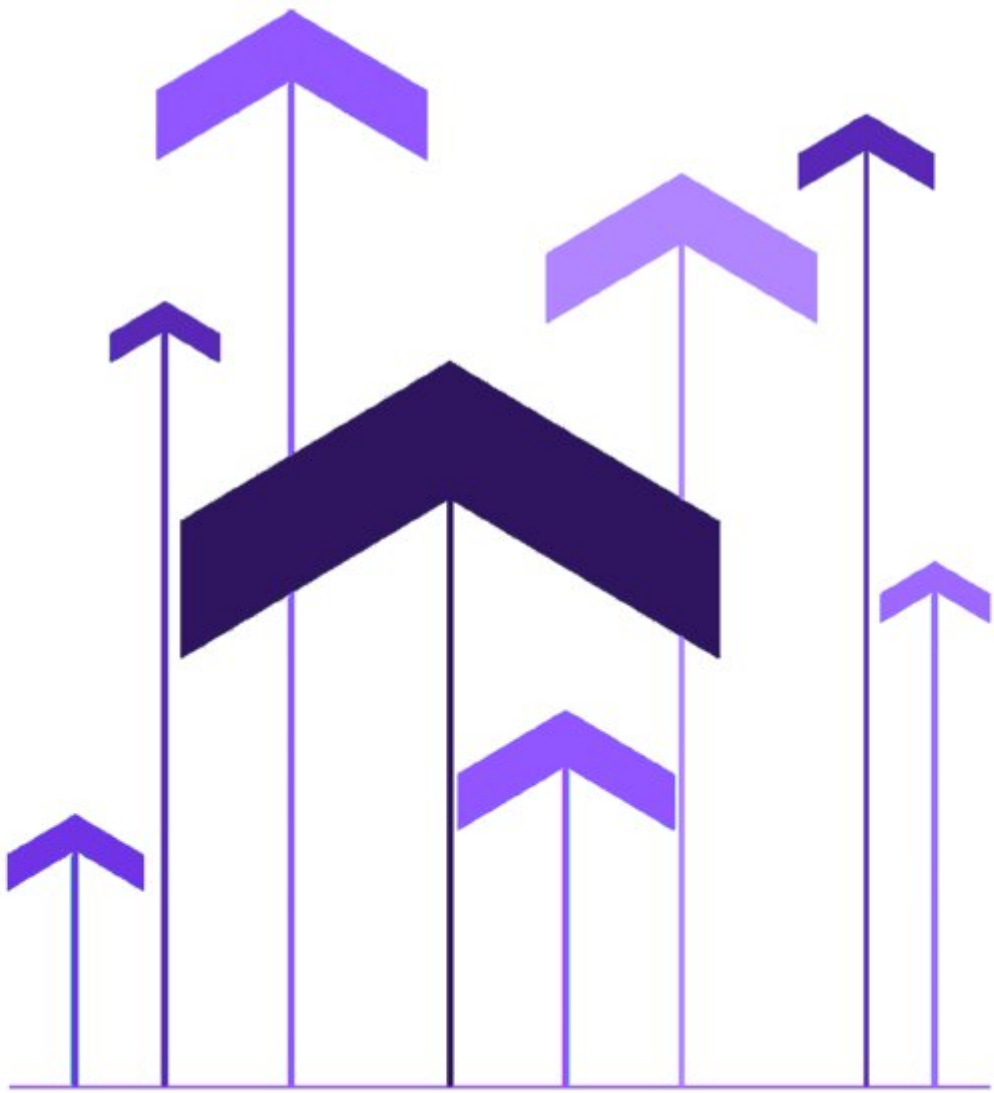
- 持续推进审计标准化作业
- 加强非现场审计
- 加强审计队伍管理与培训

1. 完成内部审计工作操作手册修订工作，完善审计文书范本，审计基础管理得到不断提升；组织审计人员根据监管、公司新政要求，研讨、梳理现有的审计流程和审计风险点。及时发现并揭示重大风险隐患。
2. 通过开展内部审计档案、内部审计项目互评工作，加大内部审计人员、审计项目质量的管理；掌握审计期间监管、公司有关规章制度及管理要求，索取被审计单位上年监管评级，了解被审计对象考核扣分项目；收集和分析被审计单位财务、业务数据、考核指标等资料，掌握被审计单位业务特征、业务品质和主要财务支出信息。
3. 确定现场检查重点、提出非现场分析疑点，形成非现场、现场审计合力，达到“有的放矢”目标，提高非现场审计的效率和效果。
4. 参加保监会、保险学会培训，掌握监管要求、加强行业交流；开展年度整训工作，完善审计程序、提升整体人员实战能力；加强研讨内部审计创新，交流审计经验，提升审计手段，强化对监管制度和规范性文件、公司制度，组织学习。

第三篇 客户

2016年，公司始终坚持客户利益至上的服务理念，始终以客户需求为导向，从关注客户需求、改善客户体验入手，满足客户多样化，创新产品和服务，提升服务质量，为客户创造价值。





3.1 提升客户服务品质

2016年，公司始终坚持客户利益至上的服务理念，始终以客户需求为导向，从关注客户需求、改善客户体验入手，满足客户多样化，创新产品和服务，提升服务质量，为客户创造价值。

● 提高前端业务能力，优化服务管理系统，不断提升服务品质

【案例】全媒体服务再提升

95300呼入电话咨询量为83.17万，较2015年同比增长64.93%，接通率达到91.17%。

全媒体在线客服咨询量19.86万，较2015年同期增长101.29%。

新契约回访量为184.95万，较2015年同比增长11.98%，犹豫期电话回访成功率达到85.28%。

短信发送量为7077万，较2015年同期增长65.47%。

在各项业务量增长的同时，2016年全媒体服务中心整体服务平稳，未发生重大投诉及运营事故。

● 推进“品牌与慈善相结合”的品牌发展战略，打造华夏特色客户节

围绕少儿和老年人两大群体，开展多个集品牌、专业及重点为一体的主题活动，不断提升品牌价值，增强与客户的黏度。

3.2 理赔服务

- **理赔申请资料简化**

2016年，对理赔申请书、授权委托书、转账授权书进行了“三证合一”，简化了客户理赔申请手续，提升了客户理赔服务的感知满意度。不要求客户提交客户无法提供的事件证明类文件，不要求客户必须提交住院期间的住院病例。

- **理赔作业效率再提升**

理赔执行日清日结作业规则，当日的案件当日处理完毕，最大限度的提升理赔服务时效；理赔预约上门服务，为方便客户办理理赔，同时提升客户的“感知”服务满意度，理赔人员会根据客户的预约服务情况，进行上门办理理赔服务。小额理赔快赔服务对事实清晰、资料齐全的1000元以下的理赔案件，1小时内理赔结案。

- **理赔透明化服务**

利用新技术实现微信理赔服务，实现微信报案、微信申请、我的理赔、数字理赔等服务功能，客户可以通过微信实时了解进度，便于客户掌握自己的理赔情况，同时在微信端实现数字理赔等服务功能，让社会大众更加了解理赔，让理赔不再神秘及更加亲民。

【案例】华夏保险千万速赔演绎“速度与温情”

2016年12月28日下午，华夏保险95300客服热线接到被保险人曹先生家属林女士报案称，曹先生于12月21日因病去世。接到客户报案后，华夏保险总、分公司高度重视，立即开通理赔绿色通道。经核实，投保人曹先生分别于2014年8月及9月为其本人投保华夏财富一号两全保险（万能型，C款）产品。12月30日，华夏保险做出理赔决定，并将939.73万元理赔款打入受益人账户。

收到理赔款后，林女士感动不已，多次通过电话、微信等方式表示感谢。“报案后，客服人员及时与我联系，不但专程上门指导收齐理赔材料，更感动的是，本以为如此高额的理赔要好多天才能结案，没想到从提交资料到完全结案，只用了不到5小时！”

本案例凭藉“赔付金额较高，绿色通道创新服务”、“理赔人员上门服务，理赔效率树立典范”、“荣获客户高度赞誉，产生较大社会影响”等优异品质，从众多险企中脱颖而出，成功入选2016中国保险(寿险)年度影响力十大赔案。

3.3 消费者合法权益保护

我们坚持秉承“客户利益至上”的核心价值观，始终把消费者权益保护视为工作的重点。2016年，我们推行一系列保护保险消费者合法权益的举措：

- **源头上强化业务品质管理，加大投诉管理工作力度**

  根据保监会《关于2016年保险消费投诉情况的通报》（保监消保〔2017〕11号）显示，2016年我公司有效投诉总量仅36件，同比下降52.63%，亿元保费投诉量为0.08，同比下降94.55%，万张保单投诉量为0.04，同比下降69.49%，投诉处理工作取得了良好成效。

- **完善消费者保护机制**

  根据监管要求结合公司发展的实际情况，我公司在2016年的消费者保护机制上进行了制度和流程上的完善，进一步提高对消费者权益保护工作重要性的认识，增强公司的主体责任意识。

- **开展消费者权益保护的宣传教育活动**

  本着普及保险知识、倾听公众心声、提升服务品质、塑造行业形象的宗旨，2016年我公司借助“3•15消费者权益保护日”和“7•8 全国保险公众宣传日”活动的契机，通过设立宣传点、咨询台、悬挂宣传横幅、发放宣传资料等形式，向广大消费者宣传公司的优质服务并普及保险理念的举措，受到了消费者的一致好评。

【案例】华夏保险投诉处理系统(CMS)上线，促进消费者权益保护工作能力提升

为落实保监会《关于加强保险消费者权益保护工作的意见》，切实保护消费者合法权益，历经半年的开发建设，2016年7月，华夏保险CMS系统上线。

CMS系统的上线改变了原有投诉管理工作主要依赖手工方式的落后现状，极大地提升了投诉的处理效率，填补了投诉管理在追踪、监测、数据分析功能上的空白。

该系统具备五大功能：第一与保监的投诉系统无缝对接，确保投诉案件第一时间得到响应和处理，同时各环节可记录、可查询、可追踪；第二提供风险预警功能，各类案件的处理时限得到精密监控；第三具备强大的数据统计及报表功能，使投诉分析深度及便捷度大大提高；第四设置投诉风险处置基金的相关功能，计提、复核、使用、结余等所有信息均可在系统内时时查询和监控，使得风险基金的使用更加透明和易于管理；第五设立投诉知识库，包括监管和公司的投诉制度、监管处罚警示、以及保险知识学习和投诉处理的指导等板块，有利于提高投诉队伍的专业性。

随着CMS系统的顺利上线，公司在加强投诉管理，提升保护消费者权益工作能力建设等方面工作迈上一个新台阶。

3.4 产品创先，提升市场竞争力

2016年公司提出“产品创先”的年度关键任务。所谓创先，不仅要创新还要领先，在此基础上各渠道持续推动产品升级迭代，提升市场竞争力，打造主力产品：

√营销渠道优化常青树，扩大领先优势，延续福临门产品特点，并推出爆款产品“医保通”；

√银保渠道加大银保产品保障功能，提升内含价值，大力推动“富贵竹”、“福临门”等中长期保障型期交产品；

√中介渠道推出主力产品“华夏福”，打造了“优选一号”与多款主力产品的新组合；

√法人渠道创新产品保险责任，盛世盈BCDE四款产品上市，借款人急性病身故业内领先；

√多元渠道实现“空中一号”、“美丽宝”、“关爱宝”三款产品的在线销售及赠送功能；

√所有产品包装全面升级，新品保单封套典雅、大气，实用性强。

3.5 新技术应用

- **完成官微客户服务平台的建设**

  为客户提供移动服务功能，包括保全功能、理赔功能、进度查询及保单管理功能等服务，线上申请三步完成，实时生效，深受客户的欢迎，官微在线操作自上线以来截至目前累计99万件，使用率达到44%，位列行业较好水平，在线服务的不断完善，将为客户提供更加便捷优质的指尖上的保险服务。

- **独立完成的全媒体服务平台建设及智能机器人的引进**

  平台集机器人自动应答、人工服务、专家支持于一体，自动应答包括7大类近1000余条知识点，支持精确及模糊查询。智能机器人处理率为43%，人工解答满意度为92%。截止2016年底该平台月均访客量为2.24万人，较上线前增加149%。

- **完成验证码在云端迁移**

  发送速度快、索取仅需3秒即可收到，发送成功率高达99%，全面升级短信日常管理，助力全媒体新技术应用的进步。

- **自主开发微信回访功能，并完成全司推广及机构监管报备工作**

  截止2016年底共有18家机构上线微信回访功能。全司累计回访3.1万件，使用率达到41.3%，处于行业前列水平。

新浪新闻中心 综合

将保险客服大厅装进口袋 华夏保险官微服务新功能发布

2016年10月31日09:

原标题：将保险客服大厅装进口袋 华夏保险官微服务新功能发布

将保险客服大厅装进口袋 华夏保险官微服务新功能发布

微信已然是互联网IP量最大的交流平台，同时也是商家创新服务的重要平台。日前，华夏保险官微服务功能再升级，开通并完善了追加保费、部分领取、短期险退保、微信理赔、在线回访等线上服务功能。这意味着在互联网+保险时代，华夏保险成为首批完成指尖保险全服务的险企，真正意义将官微服务变为“装在口袋里的客服大厅”。

专栏推荐

村民为何自

没有石油的生

依赖石油的生

冯仑

我爱看图

指尖上的保险：华夏保险微信投保工具上线

2016年07月21日 11:38

来源：凤凰理财

借助微信投保工具，华夏保险开创了全新的投保方式，给客户带来了不一样的惊喜。以微信投保为切入点，实现保单/客户/续期实时查询，保单快递实时跟踪，展业资料的实时查看和下载，减少不必要的流程，极大提升了用户体验。

【案例】指尖上的保险：华夏保险微信投保工具上线

借助微信投保工具，华夏保险开创了全新的投保方式，给客户带来了不一样的惊喜。以微信投保为切入点，实现保单/客户/续期实时查询，保单快递实时跟踪，展业资料的实时查看和下载，减少不必要的流程，极大提升了用户体验。

抢眼表现在测试两月2万名客户顺利投保。华夏保险微信投保工具上线两月以来，已承保逾2万件。特别是7月，微信投保件数占当月总件数的25%。

传统的投保方式采用纸质投保。这种方式不仅内容繁琐，更需要代理人掌握复杂的投保规则，同时办理与审核手续也非常麻烦，通常从投保到承保需要3-7个工作日。而华夏保险微信投保从投保至签收回执时效平均1.7天/件，较纸质投保的5.7天/件，时效提升70%。

这一创新之举很快得到了舆论的认可。近日，在《每日经济新闻》发布的“2016中国保险风云榜”上，华夏保险凭借微信投保创新，一举夺得“创新营销平台”奖。

——摘自凤凰网新闻

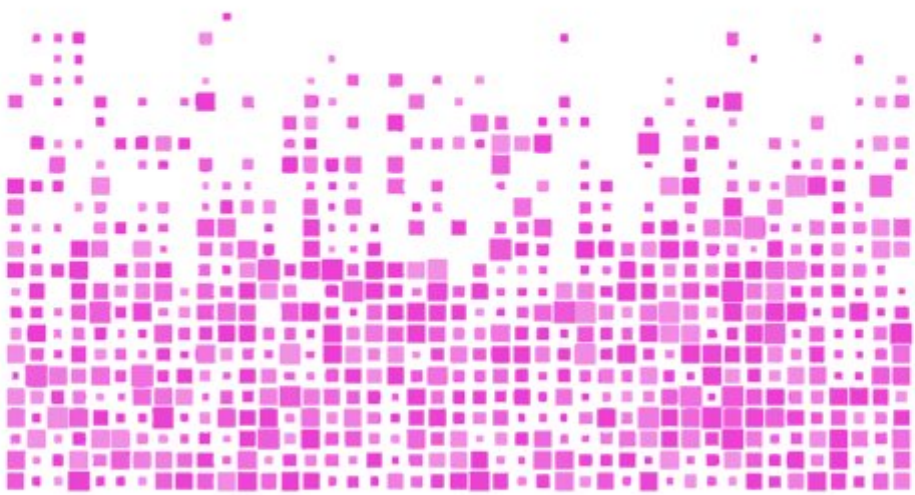
微信投保

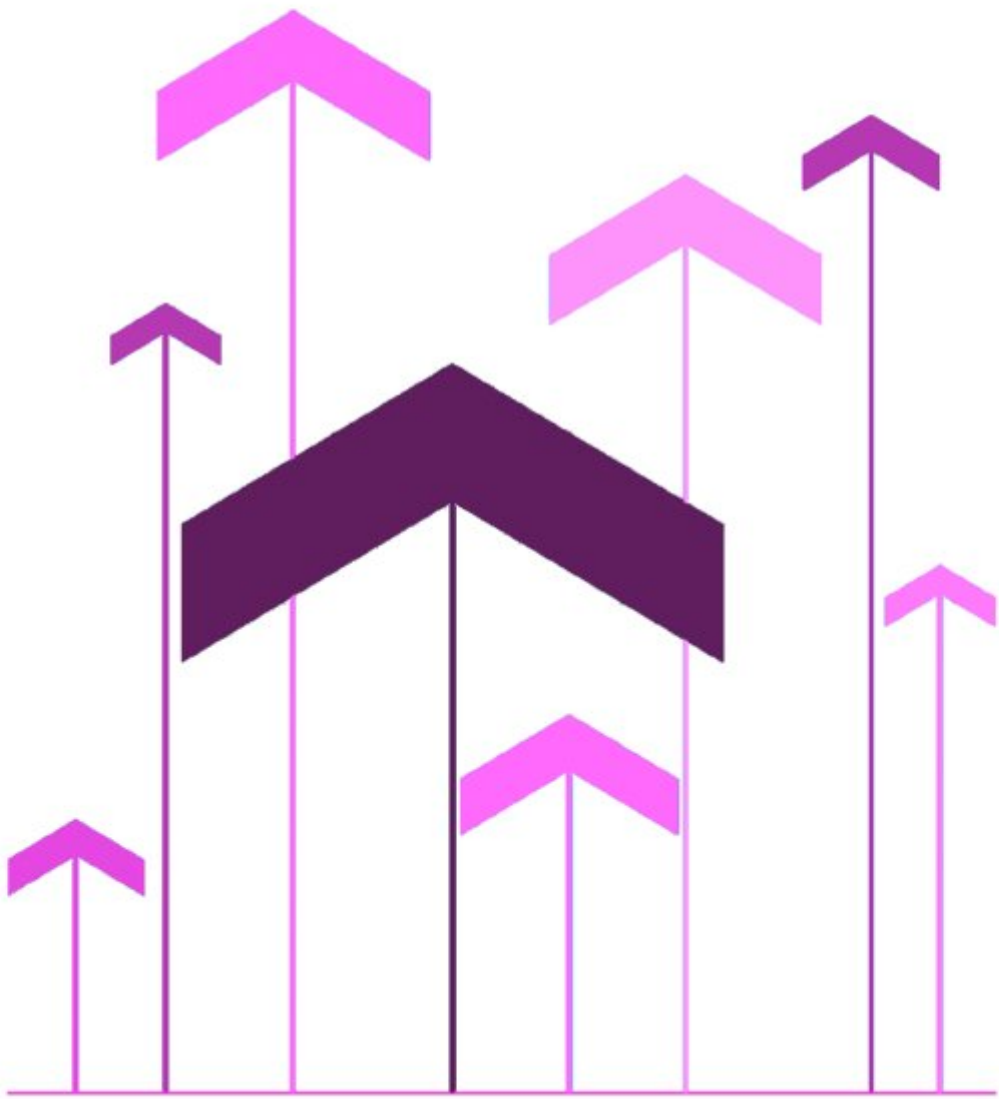
微信增员

自主经营

第四篇 员工

以人为本，对员工负责，依法保障员工的基本权益，重视员工发展，使员工各尽其才，快乐工作，并为员工提供实现理想的最佳平台，是华夏保险对员工的责任与保证。





4.1 保障员工权益

● 薪酬

在“竞争激励淘汰”这一绩效文化的指引下，公司建立了具备市场竞争力的薪酬体系，员工收入、尤其是绩优人员的总收入居于市场领先地位。通过多频次、多维度的即时奖励，二级、三级、四级机构核心干部收入水平分别增长了2.5倍、2.8倍、1.2倍，收入水平不断提升。在绩效机制的牵引下，2016年公司整体固定薪酬与浮动薪酬的比例已优化至5:5。

● 福利

福利方面，公司为员工准备了包括完备的五险一金、各项津补贴、过节费、降温取暖费、内部员工保险等福利保障计划，并充分关注员工日常需求。

● 健康和安全

公司严格执行国家关于劳动保护的相关政策，劳动时间、年休假、计划生育等制度均符合法律规定。2016年，公司深入开展了EAP系列讲座，如颈椎、腰椎疾病预防等；为员工发放了防霾口罩、净水壶等劳保用品，以及绿色交通出行补助；组织员工春季郊游等，探索关心员工健康与安全的新形式。

【案例】华夏保险员工专属链家房产“幸福计划”

为了让华夏保险员工买卖房产、租房出租更安全、更省心，华夏保险携手房产中介链家公司推出华夏保险员工专属房产“幸福计划”。华夏保险员工亲属以链家VIP身份，通过链家进行的买房卖房租房及装修等事务，除享受一对一专属客服外，费用可享受一定比例优惠或一定额度减免，打造员工起居安乐的“幸福计划”。

● 女性员工权益保护

● 工会委员会下设女工委员会，是保护女员工权益的重要渠道，对女员工权益予以制度上的保障。

● 女员工产假期间社保支付生育津贴低于本人实际工资的，公司给予差额补发。

● 在办公区域内专门开设“妈咪屋”，为哺乳期女工提供便利；在年度健康体检中，为女性员工设置特别关爱体检项目。

● 根据新修订的《北京市人口与计划生育条例》，对产假与陪产假相关规定进行了调整：

1. 取消晚婚假，对于依法办理结婚登记的夫妻，除享受国家规定的3天婚假外，增加假期7天。

2. 公司女员工按规定生育的，除享受国家规定的98天产假外，享受生育奖励假30天，合计128天。

3. 公司男员工的配偶按规定生育的，可享受陪产假十五天。

● 举办了女员工关爱活动，如“工作的女性最美丽——职场丽人靓照”魅拍、“关爱华夏女性——女子防身教学”讲座等。

4.2 关心员工成长

● 培训

公司针对不同培养对象的任职需求，设计不同层次与内容的培训课程和不同的培训形式。

√将英才培训分为雏鹰、精英、雄鹰三类

√将B类经理人培训分为总分公司绩优类、新晋类等，实现培训精准定位，满足不同员工的培训需求

√创新培训形式。如采取考试形式开展知识类培训、以赛代训形式开展技能类培训等，使培训范围涵盖各层级员工，扩大了培训课程的覆盖面

【2016年培训成绩】

员工培训覆盖率与高管人员培训覆盖率分别达到82.63%和97.72%。

● 2016重点培训项目及时间安排表

【案例】核心岗位竞聘，促进内生性人才成长

3月2日，2016年度总公司核心岗位竞聘答辩会议在京举行，公司主要领导及人力资源决策委员会、总裁室相关领导参会并担任评委，共计17位候选人参加本次竞聘。会上，竞聘部门领导对各候选人进行推荐，各候选人分别就个人优劣势、岗位工作思路、管理措施、可行性分析等内容进行竞聘汇报。

核心岗位竞聘工作是完善公司干部选任与培养机制的常态化举措，当核心岗位出现空缺时，公司将遵循“内部选拔为主，外部引进为辅”的原则，优先采取内部竞聘方式进行人才选拔。

2016年，根据各部门核心岗位配置情况，公司组织了多轮次竞聘工作，将为高学历、绩效表现优秀、有潜质的年轻干部提供自我展示的舞台，鼓励员工跨机构、跨条线，积极报名参加竞聘，促进公司人才合理配置，加速内生性人才成长。

● 挂职轮岗

轮岗与交流机制可以让干部拥有不同的工作经历、积累更丰富的总分公司工作经验。横向流动使干部既能获得不同领域工作的新鲜感和挑战性，又能提升员工处理问题解决问题的能力，是激发员工队伍活力、建设有竞争力团队的手段之一。2016年，公司组织了两批次共9名总公司干部至分公司挂职轮岗，从实际工作成效来看，挂职干部能迅速融入机构工作，部分干部从业务渠道中脱颖而出，成为全系统的典范。

● 晋升渠道多样化

● 年度绩效考核是公司员工晋升的主渠道，通过对年度个人绩效成绩的评估，核定晋升人员名单。

● 通过实施空岗竞聘、达标认证、潜才计划及副职增配等举措，在人才储备及干部梯队建设上成效显著。

一是组织五期总分公司空岗竞聘，共64人通过竞聘走上管理岗位。

二是组织分公司部门负责人达标认证，44人认证成功。

三是继续实施潜才计划，建立潜才库，组织第二批分公司8名潜A干部赴总公司轮岗学习。

四是首次增配总公司核心处室及分公司部门副职共120人。

【案例】“英才计划”成就英才梦想

▲中介事业部市场发展处处经理南奇辰▲

南奇辰——2013年入职，后通过“英才计划”的“英才”、“精英”、“雄鹰”训练营的专项培养，在职业道德、专业技能、工作能力、管理能力等多方面得到迅速提升。在工作中充满热忱、踏实勤奋、注重协作、有责任心，多次获得MBU季度优秀员工荣誉。2016年3月，在核心岗位空岗竞聘中，参加业务渠道管理岗位竞聘，成功竞聘为华夏保险中介事业部市场发展处处经理，现主持中介产品开发及中介渠道发展工作。

陈杏——2013界“英才”，入职后勤奋努力，绩效优秀，职级也是一年一个台阶，不断攀升。2016年3月，经核心岗位竞聘答辩中脱颖而出，直接破格晋升到B3职级，担任承包管理部契约管理处处经理，成为年轻英才成长的典范。

◀承保管理部契约管理处处经理陈杏◀

● 选树先进典型，激励员工成长

▲人力资源部总经理 王磊▲

【案例】创新发展，人才先行

公司着力“激发组织活力、提升人才队伍素质”，从竞争、激励、培养及队伍四个方面，锐意改革，不断创新，提升管理水平与引领意识，为业务发展提供有效人力资源支撑。竞争方面，通过干部竞聘、达标认证及末位淘汰项目的实施，夯实“竞争、激励、淘汰”的绩效文化；激励方面，通过核心职位短期激励、MBU工程、员工管理工程，使“绩效第一”的理念深入人心；培养方面，e-learning实施、品牌拓展活动举办，扩大了人才开发覆盖面；队伍建设方面，通过英才计划、西点计划和干部轮岗项目，强势推进后备队伍建设。

紧密围绕“十三五”新的五年目标和工作任务，迅速调整人才发展模式，通过不断地创新探索，解决了自身的人才培养难题，为保险行业提供了极具参考价值的案例。

2016年11月10日至11日，在第二届中国保险业人才发展高峰会上，凭借在人才发展方面的突出成绩，华夏保险党委书记、总裁赵子良荣获“2016年度中国保险业人才发展贡献奖”，人力资源部总经理王磊荣获“2016年度中国保险业人力资源先进工作者”荣誉称号。

4.3 加强工会工作，推动员工参与公司建设

公司鼓励员工积极参与到经营发展中，并为员工参与公司建设提供完善的渠道。

●2016年，是华夏保险工会运作的第四个年头。在公司党政和上级工会的领导下，坚持党政工共建的原则，不断提升工会服务能力，推进工会自身建设，员工入会率达到100%，24家分公司全部建立工会组织。

●在每一个员工转正环节，公司要求员工务必提交合理化建议报告，报告必须包含提案原因或理由、建议方案或措施、预期效果及改善前后比较分析等内容，充分发挥每一位员工的创新精神和聪明才智，助力公司流程改进与管理完善。

●公司还在OA系统中设置了“总经理信箱”流程，员工在该流程中可一对一向总经理提出相关建议，开辟员工参与公司经营管理的又一途径。

4.4 营造和谐的工作氛围

7月1日，公司组织了以“忆峥嵘岁月•创华夏骑迹”为主题的“七一”红色骑行活动，总公司近500名员工统一前往延庆妫河骑行，在丰富员工精神生活的同时，帮助员工强身健体。各分公司也组织了丰富多彩的文化体育活动，如四川分公司、安徽分公司组织了员工运动会，项目包括乒乓球、象棋、投篮、拔河等；湖南分公司组织了员工演讲比赛……公司的文化体育活动如火如荼，激烈而精彩。

▲“七一”红色骑行活动▲

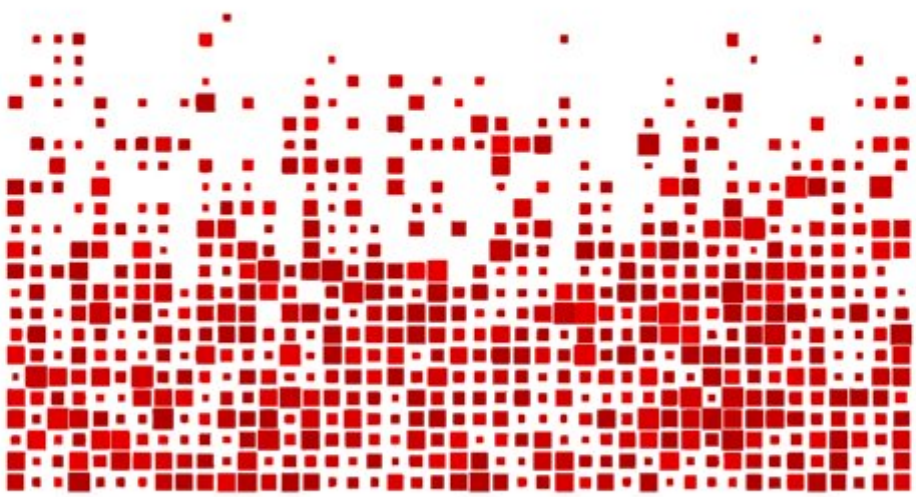
▲员工运动会▲

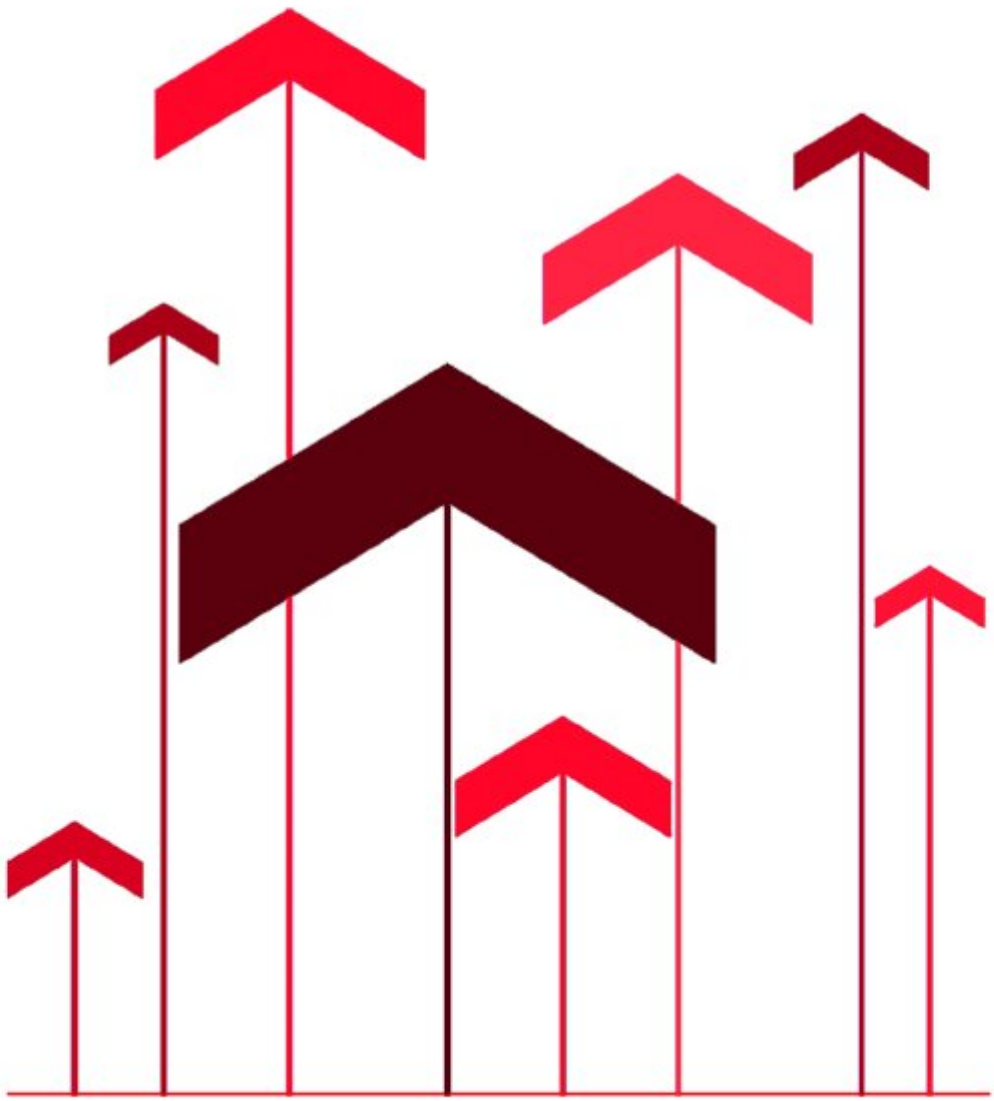
4.5 关怀困难员工，开展帮扶活动

“关爱暖人心，华夏在行动”，为此，公司设立了“小华伙伴关爱基金”。2016年春节来临之际，公司党委、工会针对全系统困难职工开展的帮扶慰问活动，共为24家分公司的104名困难职工送去了慰问金、新春礼品与新年祝福。

第五篇 伙伴

报告期内，公司不断加强代理人管理和培训，提升销售品质和服务技能；继续深化与中介机构、渠道合作方和同业等伙伴的合作机制，促进协同发展；持续拓展保险业务，服务民生需要。积极开展合作的创新研究，持续普及金融保险知识，与行业伙伴、监管机构和社会公众携手促进保险服务业的蓬勃发展。





5.1 支持营销员发展

营销员作为我们与客户之间的桥梁和纽带，是我们最重要的合作伙伴之一。他们不仅是公司持续发展的重要源动力，更是显示公司社会形象的窗口，因此，公司致力于不断提升他们的专业水平和自身价值。在“感恩、晋升、执行”三大营销文化的引领下，公司对营销员管理、技术、培训、荣誉体系等方面持续投入并不断创新。

● 2016年，华夏保险营销员迎来大发展

● 管理规范化

● 以公司营销基本法为准绳，规范营销员展业、增员、辅导、管理和客户服务行为，明确营销员佣金、考核、福利和荣誉。2016年《营销渠道众创传家管理办法》的实施，进一步深化了营销员创业机制，使业务伙伴拥有了更多创业权益。

● 以品质管理规范为约束，从自互保件、契约替换、大单承保实施前端品质管控，以继续率为结果考核，全面提升营销渠道业务品质。

● 微信群平台，时刻关注全国营销员反馈的客户问题，迅速答复，及时交办相关部门处理，并时时跟踪反馈。

● 培训专业化

● 针对新人，通过“新人生产线”建立一套标准的新人培养流程和新人训练考核制度，实现系统化、标准化的新人培养过程。2016年培训新人总计超过20万。

● 针对主管层级，我们通过“晋升生产线”规范各级主管标准训练流程和训练课程，分层级推动主管养成，树立晋升文化，实现各级主管持续健康发展，为稳固长远的职业生涯打下基础。2016年共培训各级主管7万余人，推动了团队自主经营建设。

● 通过“五好讲师”文化树立和“千人兼讲”计划推动，打造一支“仪表好、授课好、业务好、操守好、内涵好”的专兼职（内外勤）“五好讲师”队伍，以弘扬合规经营理念和训练合规经营队伍。

● 探索互联网技术在保险企业培训中的深入运用，大力推进“华夏商学院”网络学习平台和资料中心建设，以及主管成长日、绩优成长日、新人育成微课堂等线上培训体系构建。

● 荣誉体系化

2016年着重完善了“2-3-3”绩优荣誉体系建设，壮大绩优群体基数、提升顶尖绩优人数，不断提升营销员队伍的荣誉感，激励绩优营销员。

●2个基础组织保持影响：凤凰社和高峰会，用于扩大绩优层面和提升绩优影响力。

●3个高阶身份打造明星：凤凰研修班、MDRT和IDA，用于打造绩优明星和明星团队,建立国际交流平台。

●3项专属支持助力提升：绩优专属特权、绩优成长日微课和MDRT特训营，用于强化绩优运营支持，探索前沿销售技能。

【案例】营销渠道2016年凤凰高峰会会长王书媛

荣誉历程：

2015年8月加盟华夏保险，当年入围山东分公司高峰会，获山东分公司新人小高峰银奖；

2016年3月山东华夏烟台标保王；

2016年度一季度山东高峰峰会会长；

2016上半年度华夏凤凰创业峰会会长。

▲2016凤凰高峰会会长 王书媛▲

她雷厉风行，遇事果敢，凡事永争第一！结缘保险，让她对这个充满大爱的行业，产生了浓厚的兴趣，放弃了殷实清闲的生活，走向市场，服务客户，开启精彩人生新篇章。从客户需求出发，她以专业致胜的服务意识、高端客户的口口相传、保险行业成已达人的魅力，用一年时间实现了从商界女王到保险精英的华丽转身。

5.2 与渠道伙伴共同成长

业绩再突破，与渠道伙伴共同发展：

银保长期期交业务65.8亿，同比增长1189%，排名提升至市场第二位

主要策略：

- 主动调高期交价值业务目标并调减趸交业务计划；
- 进一步提升产品竞争力，开发与投放灵活，实行“渠道之间差异化、区域之间差异化、线上线下差异化、投放策略差异化”的产品策略；
- 银保通电子渠道端增量开发与测试任务完成，招行网银及手机银行、农行网银及手机银行、中行手机银行开发等都取得突破，各类新产品在渠道销售终端顺利上线。

中介标保23.6亿，同比增长228%，稳居市场第1位

主要策略：

- 战略渠道合作深入，泛华、永达理、大童三大合作机构业务占比极大，其他合作渠道增长快速；
- 中介“云秘书”平台上线，该平台有效解决了中介渠道新单承保和回访信息交互、保单综合查询和续期收费提醒等实用性功能，有效密切增进渠道业务员与华夏保险的互动粘性；
- 业务品质大幅改善，通过严把渠道准入关、销售合规关、制度考核关及承保回访关，采用现场排查、大单面访等多种手段，严控风险，年度13J及25J均在90%以上。

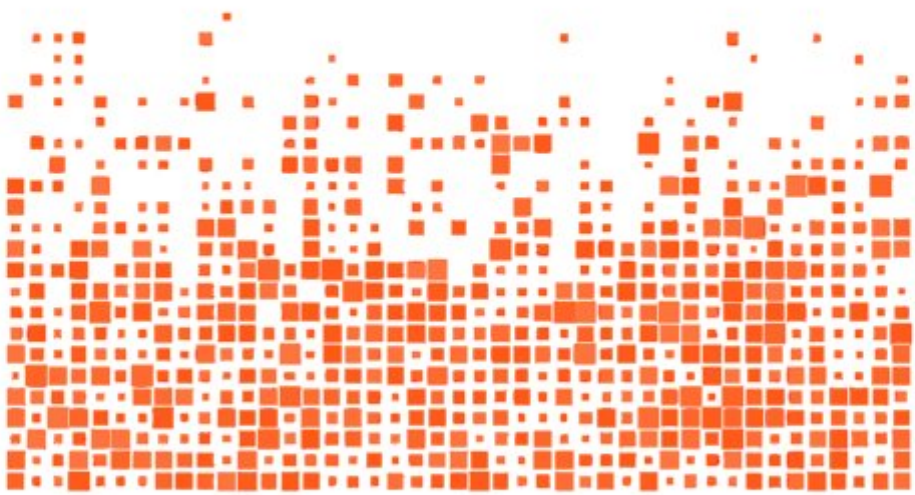
5.3 与合作伙伴共同进步

与旅游业深度合作，谋求共同发展。2016年12月29日，华夏保险与景域国际旅游运营集团(简称景域集团)在上海签署战略合作框架协议。双方将在全面开展旅游保险业务合作的基础上，进一步联手推进旅游产业领域“产融一体化”发展，在资源并购、资产重组、旅游文化开发等进行全方位合作。未来，一方面双方合作创新旅游保险产品，共同开拓旅游保险市场，另一方面为景域集团整合行业资源提供全面金融支持，助力景域实现产融结合。

与华远地产携手，助力打造“湘江金融外滩”。“湘江金融外滩”产业带位于长沙市书院路以西，北起五一路，南至猴子石桥，长约3公里，是天心金融产业空间布局中最重要的板块，被世界银行评价为最有价值地段。根据长沙天心区政府的规划，将湘江金融外滩产业带作为天心经济发展的命脉，努力将其打造成为长沙建成“三市”、实施“三倍”的示范片区、湖南金融发展的引领板块、中南地区金融产业的核心节点、中国金融创新的重点区域。2016年6月29日，在中共长沙市天心区委员会、长沙市天心区人民政府及其有关部门主办的“相约湘江金融外滩暨华夏保险入驻签约仪式”上，华夏保险与华远地产签署战略合作并签署入驻华远国际中心协议。

第六篇 社会与环境

尽可能地减少经营活动对环境的负面影响。是每一家负责任的企业应有的责任。低碳运行，绿色营销，从自身点点滴滴做起，促进参与环境保护。



6.1 公益行动

华夏保险是一家富有社会责任感、有爱心有担当的企业，自公司成立之初，一直将慈善公益作为履行社会责任的重要内容。2016年，我们通过华夏慈善基金的公益平台，以关注和关爱“青少年”和“老年人”两大目标群体的公益布局，致敬英雄，扶老慈幼，不断深化已有的公益项目，积极开展慈善行动。同时，我们坚决响应政府“保险业助推脱贫攻坚工作”的号召，在精准扶贫方面积极作为，取得不俗的成绩。

● 致敬抗战老兵

深化“致敬抗战老兵”公益行动，建设好抗战老兵照护中心，为老兵养老。至2016年底，我司通过华夏慈善基金平台出资建设的全国12家抗战老兵照护中心已经运营一年多。在社会各界关怀下，照护中心运作顺利，达成预期，社会效益良好，入住中心的老兵在社会的关爱下正安享他们的幸福晚年。

在这里，老兵们享受的不仅仅是专业上的护理，还有长期的生活照料、文娱生活、心理慰藉和临终关怀服务。

▲入住在成都抗战老兵照护中心的老兵们▲

▲2016年的植树节，与老兵相约“同种华夏一棵树”，传承抗战精神▲

▲2016 年9 月25 日，两对老兵伉俪结婚纪念庆典在湖南抗战老兵照护中心举行▲

● 资助烈士遗属李金花大姐清明祭奠先烈

李金花大姐是《高山下的花环》中“梁三喜”的原型、英雄王发坤的遗孀，在他们身上“重信守诺”的精神和家国意识感动世人。2016年3月，身负全体华夏人的重托，我们派员辗转几千里，到李金花家送去慰问金和物资，精准扶贫，表达关爱。清明节期间，我们以华夏慈善基金名义又资助李大姐一家千里祭奠烈士，圆了全家人祭扫亲人的梦想。此事甫一披露，立刻引起社会广泛关注，好评如潮。

【案例】公益微视频《信守——一个女人的38年》

以李大姐一家千里祭奠烈士一段故事，我们拍摄的公益微视频《信守——一个女人的38年》上线传播，火爆网络，引起巨大反响。自其2016年7月31日上午上线后截止次日中午，录得全网媒体传播的数据：

- 腾讯全频道宣传：曝光量6254.5万
- 腾讯新闻：阅读量116.5万，推荐214.9万次
- 凤凰新闻：阅读量124.9万
- 今日头条：阅读量131万，推荐435.2万次
- 腾讯视频：点击量1075万
- 优酷视频：点击量50.1万
- 搜狐视频：点击量34万
- 乐视视频：点击量49.3万
- 新浪话题：阅读量6211.9万，社会话题榜第1，热门话题榜第4
- 新浪微博：阅读量272.5万，转载量5.3万

共计：1.5亿曝光阅读量

这是一次成功的公益宣传推广。不仅实现我们构建有深度有温度公共话题的目标，吸引了亿万人的参与，还在微博上和各大门户视频网站上掀起感动高潮和热烈讨论，成为当日当之无愧的社会热点。

● 关爱农村贫困留守儿童

响应政府号召，探索农村贫困留守儿童保障新方式，实现保险与精准扶贫、公益慈善的良性互动。

▲华夏山东分公司领导与留守儿童亲切交谈▲

【案例】华夏山东分公司农村留守儿童保障项目成效显著，获得保监会的肯定

关爱保护农村贫困留守儿童是国务院部署的一项重要工作，也是精准扶贫工作的一项重要内容。

华夏山东分公司在监管和总公司的指导下，积极探索精准扶贫新模式，充分运用保险机制为山东省农村贫困留守儿童以及帮扶志愿者提供了风险保障，取得积极成效。

该项目的保障对象原则上为6—14岁，父母双方均外出务工且家庭贫困的农村留守儿童。这类农村留守儿童一般缺少监护，意外事故发生概率较高，并且多数贫困儿童生活在贫困闭塞、交通不便的地区，帮扶志愿者在关爱活动中，意外伤害风险同样较大。作为承办保险企业，华夏山东分公司在产品开发上提高针对性，为留守儿童及帮扶志愿者提供意外伤害保险和意外伤害医疗保险的组合产品，抵御意外风险。其中，贫困留守儿童的保险金额为每人7.5万元，帮扶志愿者的保险金额为每人15万元。在投保方式上，坚持灵活性原则，每年一投保，期间实行动态管理，

确保新出现的农村贫困留守儿童能及时纳入保障范围，部分父母回乡、家庭条件改善的儿童适时退出。在产品定价上，仅收取维持项目正常运转的费用，山东分公司不从中赢利。在理赔服务上，山东分公司专门开设项目服务绿色通道和服务专线，做到主动上门服务，构建“面对面”的便捷服务网。

山东分公司的做法获得中国保监会的充分肯定。2016年9月30日，该案作为保险业助推脱贫攻坚的优秀案例，中国保监会以《保监会简报》（第114期）形式，特向中央、各省市政府及保险业内通报。

● 三大公益行动，传递华夏大爱

“点亮行动”——针对灾区孤儿的扶助与关爱

“圆梦行动”——资助贫困儿童圆梦理想

“重阳行动”——关爱贫困和百岁老人

▲重阳节关爱贫困老人活动中，华夏志愿者慰问老人▲

▲扶助关爱灾区孤儿▲

▼2016圆梦行动中，接受资助的贫困儿童▼

● 助力“挑战8小时”，推进青少年公益

“挑战8小时”是由中国青少年发展基金会发起的公益徒步品牌，秉承着将户外徒步运动和公益筹款相结合的理念，倡导社会公众在挑战自我的同时，为公益项目筹集善款，用8小时徒步挑战的毅力和坚持，感染身边的人支持参与公益，帮助乡村孩子快乐健康地成长。2016年9月3日，该项公益徒步活动在河北野三坡百里峡景区拉开帷幕，共有642支队伍，2400多人报名参加，是该活动历史上参与人数最多的一次。

自2014“挑战8小时”起，华夏保险是该项公益活动的积极参与者，赞助参赛选手、志愿者以及工作人员投保团体意外险，且每年都有很多员工志愿者用自己迈出的步伐助力希望工程的建设。

▲华夏保险为“挑战八小时”徒步越野选手承保▲

● 携手北京团市委 ，华夏公益进社区

“社区青年汇”是北京团市委以帮助普通青年建设“一个好玩的俱乐部，一个靠谱的朋友圈”为目标，立足基层社区，于2010年创建的青年组织，经过几年的精心培育，已经发展成为一个具备“运营方式成熟而流畅”、“服务对象庞大而精准”、“社会影响力良好且显著”等众多优势的大型组织。2016年8月17日，华夏保险与北京团市委签署战略合作协议，双方决定将依托北京团市委精心打造的“社区青年汇”平台，举办“公益大讲堂•让保险深入人心”等知识讲座活动，向社区居民宣传保险文化，普及保险知识。为此，华夏保险专门组建了一支“青年志愿者服务队”，在开展保险知识宣讲的同时，积极配合“社区青年汇”的专职社工推进其他活动的组织和开展，提供真正有利于社区建设的保险服务。此举，标志着华夏保险公益版图的进一步扩展，掀开了华夏保险推进首都社区建设的崭新一页。

▲北京团市委副书记郭文杰为青年志愿者服务队授旗▲

● 华夏志愿者

在追求市场成绩的同时，始终坚持致力于公益事业的华夏人深知：从事慈善活动，是展现对生命价值、社会、人类和人生观的积极态度，是公民时代里参与社会生活的重要方式。华夏志愿者在用慈善的力量托举社会责任，我们是一群秉持“奉献、友爱、互助、进步”理念的人！

在2016年7月1日这天，华夏人有了更响亮的身份：我是中华志愿者。这天的全系统特别早会上，20多万华夏人同声誓言：“我自愿加入中国志愿者协会……”

◀华夏保险总裁良辉挥动志愿者旗帜◀

◀华夏志愿者宣誓◀

● 支持教育事业

2016年11月-12月，华夏保险先后向清华大学经管学院、清华五道口金融学院捐赠共2000万元，助力建设保险专业研究平台，打造全球一流保险智库，同时为公司的今后发展获得智力支持和政策咨询。

▲产学研携手创未来，华夏保险千万捐赠清华大学▲

6.2 环境

树立了可持续发展观，并致力于在公司长期发展中实现经济效益和环境效益的统一。尽可能地减少经营活动对环境的负面影响，是每一家负责任的企业应有的责任。

● 增强节约意识，树立绿色环保理念

公司积极倡导绿色发展理念，通过教育、宣传等多种形式，普及国家有关环境保护与节能减排的法律法规、管理制度等，不断提高员工环保意识，调动员工环保行动积极性。

● 低碳运行，绿色营销，从自身点点滴滴做起

借助技术进步降低办公与运营环节的环境影响，绿色营销，低碳办公。鼓励员工从我做起，从身边的小事做起，节约用水用电，减少纸张消耗，践行低碳环保，减少资源能源消耗，全面打造绿色办公环境，营造绿色环保的良好氛围。在2016年，随着新技术进一步应用，加大营销环节中环保理念的嵌入，进一步提升办公电子化水平。

▲职场绿色环境▲

第七篇 其他

GRI索引

联系我们

7.1 GRI索引

GRI索引——《可持续发展报告指南》（G4）指标对照

目录	报告位置
本报告	
报告说明	G4-28，G4-30，G4-32
公司概况	G4-3，G4-4，G4-5，G4-8，G4-9
组织机构	G4-13
高管致辞	G4-1
责任战略与管理	
责任理念	G4-56
我们的进步	G4-9，G4-EC1
荣誉之路	
企业社会责任关键议题	G4-2
利益相关方管理	G4-18、19，G4-24、25、26、27
股东	
资产回报和业绩增长	G4-EC1
提升公司治理	G4-14，G4-34，G4-42
强化内控和风险管理能力	G4-45、46，G4-57、58，G4-SO3、SO4
客户	
提升客户服务品质	G4-PR5
理赔服务	G4-PR5
消费者合法权益保护	G4-SO11
产品创先，提升市场竞争力	G4-MDA
新技术应用	G4-MDA
员工	
保障员工权益	G4-LA2
关心员工成长	G4-LA9、LA10
加强工会工作，推动员工参与公司建设	
营造和谐的工作氛围	
关怀困难员工，开展帮扶活动	
伙伴	
支持营销员发展	G4-12、13，G4-SO9、SO10
与渠道伙伴共同成长	G4-12、13
与合作伙伴共同进步	G4-12、13
社会与环境	
公益行动	G4-SO1，G4-EC8
环境	G4-EN27
其他	
GRI索引	G4-32
联系我们	G4-31

7.2 联系我们

尊敬的读者：

感谢您阅读《华夏人寿保险股份有限公司2016年企业社会责任报告》。

欢迎您提出意见与建议：

- 您对本报告有什么评价？
- 您对本公司履行的社会责任有什么评价？
- 您还希望我们提供哪方面的信息？
- 您最希望本公司参与哪方面的公益活动？
- 您对本公司履行社会责任有什么建议？

本公司联系方式：

电话：010-69630000；热线：010-95300

地址：北京市海淀区北三环西路99号院西海国际中心1号楼5层

邮编：100086

本报告采用环保纸印刷

華夏保險 | 華夏慈善基金
HUA INSURANCE | HUA CHARITABLE FOUNDATION

华夏保险2016企业社会责任报告

与利益相关方共同实现可持续的价值增长

官方微信二维码

官方网站二维码