

中国人寿寿险公司 获“2021中国保险业方舟奖”三项大奖

中国人寿寿险公司获评 “2021年度亚洲最佳寿险公司”

近日,在“2021中国保险业方舟奖”评选中,中国人寿保险股份有限公司凭借在高质量发展、保险服务、科技创新等方面的优势,分别斩获“2021高质量发展保险公司方舟奖”、“2021金牌保险服务方舟奖”和“2021中国保险业科技进步方舟奖”三项大奖。

以高质量发展守护人民美好生活

作为国内寿险行业的龙头企业,中国人寿寿险公司以悠久的历史、雄厚的实力、专业领先的竞争优势及世界知名的品牌赢得了社会广泛客户的信赖,始终占据国内寿险市场领导者的地位。中国人寿寿险公司始终坚守“守护人民美好生活”初心,立足保险保障本源,坚持高质量发展,统筹推进疫情防控和改革发展,并取得良好成效。

2021年上半年,面对复杂的外部环境,公司坚持高质量发展主题,坚持“三大转型、双心双聚、负负联动”战略内核,坚持“重价值、强队伍、稳增长、兴科技、优服务、防风险”的经营方针,在持续开展常态化疫情防控的同时大力推进改革发展,各领域工作稳中有进,综合实力持续增强,竞争优势进一步扩大。2021年上半年,公司实现保费收入4422.99亿元,同比增长3.5%;总资产规模达46527.93亿元,较2020年底增长9.4%;内含价值达11428.11亿元,居行业首位;核心偿付能力充足率和综合偿付能力充足率分别达259.03%、267.69%。

中国人寿寿险公司始终坚持将社会责任融入自身发展,积极发挥保险专业优势,参与多层次社会保障体系建设,不断提升人民福祉水平。支持健康中国和积极应对人口老龄化国家战略,以承办大病保险、补充医疗保险、长期护理保险、老龄保险等业务为抓手,为全面建成小康社会贡献力量。截至2021年6月30日,公司在办大病保险项目220多个,覆盖近3.6亿城乡居民;在广东、浙江、四川等9个省市落地27个城市定制型商业医疗保险项目;参与长期护理保险制度试点,在16个省市承办了57个长期护理保险项目,覆盖人数达1900万;全国33家分公司开展老年人意外险业务,承保超过2830万老龄人口,累计保额约1.38万亿元。自新冠疫情发生以来,对30多款保险产品进行了新冠肺炎相关保险责任的扩展,共赔付相关理赔案件1431件,赔付金额5421万元。2021年上半年,升级“扶贫保”工程,精准落地上年度114个重点帮扶项目,全力承接1188个帮扶点工作,派出843位驻村帮扶干部;投入各类帮扶资金达1448万元,精

准帮扶保险和防灾经办项目覆盖困难人群超过1000万。助力“六稳”“六保”,推出延长缴费宽限期、减免租金等多项举措;招聘规模继续保持较高水平。积极服务“一带一路”倡议,承保援外医生,总保额超亿元;通过投资股票、债券等多种方式服务实体经济、助推京津冀、长三角、粤港澳大湾区等区域协调发展。

用心打造“简捷、品质、温暖”保险服务

中国人寿寿险公司坚持以人为本,加快客户服务模式变革,致力于为广大客户提供“简捷、品质、温暖”的保险服务。通过串联打造线上线下一体化、综合化的服务通道,线上线下多触点连接客户。在做精核心服务、做强场景化服务、做深智能服务上夯实内功,用服务守护人民安康,助力经济社会高质量发展。

云端服务,指尖触达。中国人寿寿险公司从客户需求出发,推动实现保全服务全面线上化,大力精简流程环节,提供“一站式”服务方案。成功打造行业内首个“99%自助办理+1%远程交互办理=100%线上办理”的保单服务智能链条,实现线上服务四通八达,畅通无阻直抵每一个客户。不断拓展线上服务功能投放,依托中国人寿寿险APP平台,快速投产上线保单复效、客户资料变更等数十项保全服务,股份个人保全e化率达85%,有效利用线上服务能力减轻线下服务压力。革新推出“空中客服”服务模式,针对疫情期间客户线下服务渠道受阻的困境,为满足客户不跑腿办理保单服务需要,将服务网点从“线下”搬到“线上”,打造保单服务“天空之城”,解决了复杂业务线上无法自助办理以及自主操作困难的问题。

临柜服务,尊享卓越。中国人寿寿险公司打通柜面服务流程触点,为临柜客户提供智能、自助、坐享服务,让服务省时省力、简单快捷,客户服务获得感更加显著。截至2021年6月,客户临柜业务等候时长不足5分钟,同比缩减超20%。推广“中国人寿智能服务预约”服务,客户通过APP及微信公众号可随时查看并预约服务网点,分流客户临柜时间,提前电话了解客户服务诉求,避免客户聚集。中国人寿柜面智慧柜员机行业覆盖面广,应用量大,功能多,全面覆盖2000余家高客流柜面、近600个营销职场。打造“中国人寿云共享作业”,实现跨省通服务,不受空间局限,客户可到中国人寿寿险公司任意柜面办理业务,免去客户保单转移流程。

窗口服务,温情守候。中国人寿寿险公司坚守庞大的实体服务网络优势,高度重视窗口服务水平提升。持续深化

“以人民为中心”理念,培育了一支业务全面、素质过硬、技能娴熟的学习型服务团队,为客户提供集保单服务、增值服务、产品销售为一体的高品质服务。党建引领,激发队伍活力,通过在全系统范围内开展“党旗领航 党员领航”活动,进一步发掘和树立条线党员先锋模范,超1700个柜面“党员示范岗”正式“亮身份营业”,营造了国寿客服积极向上、比学赶超的文化氛围。推出“柜面+”体验服务,在柜面设置“服务体验区”,邀约客户参观体验或洽谈业务,打造了柜面服务与销售融合、共生的服务场景,客户在柜面窗口办理业务的同时,通过多彩增值与销售互动,满足健康服务、亲子教育、乐享生活的差异化服务诉求。

科技创新为经营赋能、为数字生态布局

为在保险数字化转型变革浪潮中更具竞争力,中国人寿寿险公司立足于“众智、敏捷、迭代”,结合寿险经营特点,紧抓数字化转型,构建国寿特色的数字化平台。公司将科技作为重要要素贯穿经营管理全过程,积极贯彻国家“科技自立自强”重大决策部署,主动践行企业使命,推动科技架构革新,加速推进全方位数字化,为公司经营赋能、为数字生态布局。

创新落地国寿特色的数字化平台。基于数字化平台开放共享的特性,通过“平台+服务”的方式开展众智创新,以数字技术应用全面赋能保险价值链各个环节。聚焦寿险经营核心,以客户为中心,以生产单元为中心,充分继承既有优势,以线下数字化职场为支点,构建线上数字化平台,运用科技将线上线下紧密融合,有效连接企业、销售队伍和客户,聚合生态资源、赋能生产单元,实现线上线下一体的社交化客户触达和服务供应,为客户提供便捷、高效、精准的金融保险服务,形成具有国寿特色的平台化新型商业模式。依托数字化平台整合投放覆盖全经营价值链的6大类1700余项服务,累计面向内外开放标准服务3000余个,接入生态应用近900个,与各类合作机构开展服务与活动31.3万项,通过生态延伸和场景融合,实现生活、保险、服务的无缝衔接,逐步建立起更加丰富多样的保险生态。

中国人寿寿险公司负责人表示,将以荣获“2021中国保险业方舟奖”三项大奖为契机,深化价值经营,持续加强公司高质量发展,围绕“以客户为中心”的理念,抓好服务质量建设,积极运用科技创新成果赋能公司经营发展和运营服务,倾力守护人民美好生活。(郭守仁)

中国人寿连续20年 入围中国企业500强

近日,中国企业联合会、中国企业家协会在吉林长春召开中国500强企业高峰论坛,并发布2021中国企业500强榜单,中国人寿位列第9位,较去年上升1位。这是中国人寿自2002年该榜单第一次发布以来,连续20年入选并始终名列前茅。

在此前《财富》杂志发布2021年世界500强排行榜中,中国人寿位列第32位;世界品牌实验室发布的2021年“中国500最具价值品牌”,品牌价值高达人民币4366.72亿元,在中国金融保险行业中蝉联第一。

中国人寿集团下设8家一级子公司、1家全国性股份制商业银行和1所直属院校,业务范围全面涵盖寿险、财险、企业和职业年金、银行、基金、资产管理、财富管理、另类投资、健康投资、海外业务等多个领域。

在全国36个省(自治区、直辖市、计划单列市)拥有2万多家分支机构及网点,近200万名员工和销售人员,4000多家客户服务中心,并设有中国香港、中国澳门,及新加坡、印尼、伦敦、纽约等分支机构和代表处,累计为7.93亿客户提供保障、财富管理服务。

中国人寿切实提高政治站位,坚决落实党中央决策部署,服务国家重大战略,提高服务实体经济质效,着力解决制约社会发展的民生民计民利问题。截至目前,公司在服务京津冀协同发展、粤港澳大湾区建设、长三角一体化发展、西部大开发、东北振兴、雄安新区建设等领域存量投资规模达1.2万亿元;服务实体经济直接投资存量规模达3.1万亿元;在全国开展220余个大病保险项目,覆盖近4亿城乡居民;在全国开办农险业务,累计为1.09亿户农户提供超3万亿元风险保障。

截至2021年上半年末,中国人寿集团合并营业收入6381亿元,合并保费收入5182亿元,合并总资产(不含广发银行)达5.5万亿元,管理第三方资产达1.9万亿元,“十四五”开局稳中有进。(郭守仁)

中国人寿济宁分公司

组织全市系统党员开展《长津湖》集体观影活动



为进一步弘扬爱国主义精神,激发调动全员爱国热情、干事创业精神和奋斗豪情,结合公司“党史学习教育”活动和“学史思悟成长成才晋阶晋档”大讨论活动的安排,10月中旬,中国人寿济宁分公司以县区为单位,组织全市系统党员干部观看革命题材电影《长津湖》。

该片以抗美援朝战争第二次战役中的长津湖战役为背景,讲述了一段波澜壮阔的历史:71年前,中国人民志愿军赴朝作战,在极寒严酷环境下,东线作战部队凭着钢铁意志和英勇无畏的战斗精神一路追击,奋勇杀敌,扭转了战场态势,打出了军威国威。观看过程中,全体党员干部全神贯注,完全被影片中的故事情节所震撼,被片中人物满腔热血

和铮铮铁骨所触动,为国家命运赴汤蹈火的革命情怀所感动。跌宕起伏的剧情,既有人情关怀,也有为国为民的民族大义,更让大家感动落泪的悲壮场景,竖不可摧的信仰情怀,对党无限忠诚的精神深深地打动了观影的党员干部,让大家对中国志愿军更加敬仰。

观影结束后,大家纷纷表示,通过此次观影更加清楚地认识到今天的幸福生活实属来之不易。要时刻铭记历史,心怀感恩、珍惜当下;要努力继承革命先辈们伟大的爱国主义精神,大力弘扬攻坚克难、不怕牺牲、敢于奉献的精神;更要立足本职、恪尽职守、勇于担当,以更加昂扬的斗志投身到工作中,努力为公司高质量发展作出新的贡献。(王堡健)

中国人寿济宁分公司

履行反洗钱义务 维护金融秩序

随着中国经济、信息技术和金融创新活动的快速发展,洗钱犯罪活动逐步出现了隐蔽化、多样性的趋势,已经成为危及社会经济安全的暗流,严重危害了国家利益、国家安全和金融机构健康有序的运行。洗钱本身作为一种犯罪行为,其社会危害性巨大,会对社会的稳定、国家的安全和人民的生命以及财产的安全造成无法估量的损失。不仅如此,洗钱活动在一定程度上还干扰了我们正常的生活秩序,削弱了国家对于市场的宏观经济调控效果,严重危害了经济的健康发展,甚至影响了整个社会经济的有序运行。因此,打击洗钱犯罪活动,人人有责。

尽管洗钱犯罪已屡见不鲜,但人们对于反洗钱工作的认识却仍有待提升,对反洗钱法规学习不够,了解不多,加强反洗钱教育宣传,特别是加强有关反洗钱法律法规的学习教育,帮助公众走出法律误区和盲区就显得格外重要。同时,作为金融企业,反洗钱工作更是金融机构的法定义务,是一个企业稳健经营、保持自身竞争力的实际需要,是净化社会风气,保持社会安定,促进保险业健康发展的保证,更是维护金融秩序稳定的客观要求,种种迹象表明,无论是平民百姓还是金融从业人员,加强反洗钱宣传教育,培养反洗钱责任意识势在必行,刻不容缓。

作为中国人寿在济宁设立的地市级分支机构,中国人寿济宁分公司现下辖12家四级机构,140多个服务网点遍布全市城乡各地,在推进反洗钱工作中,公司充分利用营业网点多、覆盖面广的优势,积极向广大群众普及反洗钱知识,宣传

洗钱活动对社会的危害性。对内,公司定期组织开展对员工和销售人员的培训教育以及相关排查整治工作,确保每名从业人员了解和牢记反洗钱基础知识和岗位职责,及时查找日常反洗钱工作中出现的问题和不足,新人培训中融入反洗钱法律政策或监管制度培训,发放《金融保险知识普及宣传手册》,确保每名从业人员能够时刻绷紧合规这根弦。对外,公司连续多年组织开展反洗钱宣传活动,利用线上、线下“双线”模式加大宣传力度,积极开展反洗钱网络知识竞赛等宣传活动,全面提高全员参与反洗钱工作热情,使广大客户对反洗钱有了更深的认识。

反洗钱不是一蹴而就,而是一项长期性、系统性的工作,作为一家中央金融保险企业,如何进一步提高对反洗钱工作效能,营造良好的反洗钱氛围,发挥金融机构反洗钱作用,维护经济和金融稳定,公司着重做了以下几方面工作。

加强宣传力度,强化公众反洗钱意识是促进反洗钱工作的压舱石。随着科技飞速发展,线上线下“双线”宣传,可以更好地对客户对洗钱的危害性有较直观、清晰的认知,增强自我保护。公司一方面利用微信、微博、抖音等自媒体,以广大群众喜闻乐见、通俗易懂的方式进行线上宣传;另一方面走进社区、学校、单位、沿街商铺,通过发放宣传手册、折页、悬挂条幅等方式普及反洗钱法规和金融知识,使全民参与,抵制洗钱活动意识深入人心,提醒客户自觉遵守金融机构的反洗钱规定,主动配合金融机构进行身份识别,办理个人业务,从而逐渐形成全社会理解、支持反洗钱工作的外部氛围,

为反洗钱法律法规的有效实施营造良好的社会环境。

强化履职担当,提升工作人员反洗钱专业素养是促进反洗钱工作的助力器。通过全方位、多层次对公司干部、员工开展反洗钱培训学习活动,使全体员工更加深入地学习反洗钱专业知识,提升反洗钱工作整体水平,强化反洗钱队伍业务技能。作为金融企业的窗口,公司持续强化对柜面人员反洗钱制度和业务知识培训,尤其侧重于客户身份识别、客户身份资料和交易记录保存、大额和可疑交易报告等反洗钱三大重点业务培训,不断增强一线反洗钱操作人员的业务水平和对可疑交易的甄别能力,强化柜面人员在主动“了解客户、识别客户”基础上,识别、发现潜在风险,提高反洗钱工作的主动性。

持续监测排查,及时发现风险隐患是促进反洗钱工作的稳定器。公司持续加强对基层机构、薄弱环节、重点领域的管控力度,充分利用反洗钱信息管理系统、智能查证平台排查隐蔽性强的风险线索,提高主动识别涉嫌洗钱线索的能力和水平,积极寻找可疑交易线索。对系统识别生成的异常交易数据,强化对其交易进行回溯性调查,对交易目的、资金、经济来源等情形进行重点分析、审核;同时对黑名单信息录入反洗钱信息管理系统并对涉恐名单进行持续监控,一旦发现涉嫌洗钱和恐怖融资的案件,以及有合理理由怀疑的客户,立即向司法机关、驻地人行和上级机构汇报,提交可疑交易报告。

中国人寿济宁分公司将持续筑牢反洗钱风险防线,助力提升全民参与反洗钱意识,坚决抵制洗钱活动,为国家经济发展和金融秩序稳定贡献力量。(刘爽 张萌)

11月2日,第十六届亚洲金融年会保险论坛在北京成功举办,21世纪亚洲金融竞争力研究案例同步揭晓。中国人寿保险股份有限公司荣获“2021年度亚洲最佳寿险公司”大奖。21世纪亚洲金融年会创办于2006年,历经十五年的积累和沉淀,21世纪亚洲金融年会已经成为中国内地与亚洲各国(地区)乃至欧美金融界交流和对话的最专业、最具影响力的平台之一。

作为国内领先的人寿保险公司,中国人寿寿险公司拥有由保险营销员、团险销售人员以及专业和兼业代理机构构成的广泛的分销网络。公司提供个人人寿保险、团体人寿保险、意外险和健康险等产品与服务,是中国领先的个人和团体人寿保险与年金产品、意外险和健康险供货商。

2021年,全球新冠肺炎疫情仍在持续演变,国内经济恢复仍然不稳固、不平衡,保险需求难以充分释放。面对严峻复杂的外部环境,中国人寿寿险公司坚持高质量发展主题,坚持“三大转型、双心双聚、负负联动”战略内核,坚持“重价值、强队伍、稳增长、兴科技、优服务、防风险”的经营方针,在持续开展常态化疫情防控的同时大力推进改革发展,各领域工作稳中有进,公司综合实力持续增强,竞争优势进一步扩大。

在行业新单保费增长承压、保费增速放缓的情况下,中国人寿寿险公司持续深化转型升级,坚持价值引领,主要业务指标保持稳健。2021年上半年,公司实现保费收入4422.99亿元,在高基数基础上同比增长3.5%,市场领先地位进一步稳固。公司准确把握把握固收资产配置窗口积累长期资产,紧密跟踪权益市场波动灵活实现收益。上半年,公司实现总投资收益1176.38亿元,同比增长22.4%;总投资收益率达5.69%,较2020年同期上升35个基点。公司持续强化资产负债联动,经营效益有效提升。受投资收益变化、传统险准备金折现率假设更新的综合影响,公司归属于母公司股东的净利润为409.75亿元,同比增长34.2%。

高质量发展是“十四五”乃至更长时期我国经济社会发展的主题。随着国家坚定推进健康中国建设,实施积极应对人口老龄化国家战略,人身险业广阔蓝海将进一步打开。中国人寿寿险公司将积极顺应时代发展新趋势,以客户为中心,坚守保险保障本源,坚定推进商业模式升级,加快推动数字化转型,优化产品服务体系,纵深推进“大健康”“大养老”战略布局,持续完善市场化体制机制,健全风险防控长效机制,在高质量发展中展现更大作为,倾力守护人民美好生活,助力实现共同富裕。(郭守仁)

中国人寿寿险APP 获评“2021年度卓越数字应用”

日前,由北京易观智库网络科技有限公司(以下简称“易观”)举办的2021易观A10数字峰会在上海拉开帷幕。

10月28日晚,“数字之光”2021易观之星颁奖盛典隆重举行。前期,组委会从第三方视角对参评企业在数字化升级进程中的竞争潜力、运营水平、投资价值以及用户基础等维度进行考察,综合考量企业的数字化发展实力,并进行了排名。中国人寿寿险APP(以下简称“寿险APP”)首次参与评选,最终荣获“2021年度卓越数字应用”奖项。

作为中国人寿寿险公司面向客户的互联网前端应用,寿险APP坚持“以客户为中心”的产品定位,持续优平台、增内容,提升数字化服务能力。

线上服务全面升级 服务客户破亿

革新推出“空中客服”服务模式。2020年2月,针对疫情期间客户线下服务渠道受阻的困境,为满足客户不跑腿办理保单服务需要,将服务网点从“线下”搬到“线上”,推出“空中客服1.0”,解决了复杂业务线上无法自助办理以及自主操作困难的问题。2021年4月,迭代推出“空中客服2.0”,支持办理各类保全业务,实现将“柜台”服务拓展至“云端”,补齐线上服务“最后一公里”,打造“99%自助办理+1%远程交互办理=100%线上办理”保单服务智能“云”链条。

构建寿险APP全新框架。2021年2月,寿险APP3.0版本正式上线,着力建设产品交易管理、健康服务运营、服务定制管理、服务供给开放、数据连通整合五大能力,围绕保单、财富、健康、养老综合服务内容,构建互联网生态服务模式,推动线上服务快速升级。2021年4月,寿险APP注册用户突破1亿人,到9月底,注册用户数达1.1亿人。

聚焦客户需求 专属服务持续丰富

聚焦VIP客户需求。2021年4月,寿险APP上线VIP尊享版。结合VIP客户服务特点,打造全新黑金尊贵版面,满足VIP客户个性化服务需求,突出展示VIP客户各项尊享权益。

聚焦老年客户需求。2021年7月,推出寿险APP尊享模式,聚焦老年客户高频使用服务,引入语音播报功能,实现畅通一站式业务办理。尊享模式字体更大、页面更简洁,整合老年客户关注的健康类服务内容,帮助老年客户树立健康生活理念。中国人寿寿险公司致力于打造场景化服务流程,聚合空中客服、智能客服、服务经理三大服务通路,随时为老年客户提供线上帮助。截至9月底,近74万用户使用寿险APP尊享模式超过391万次。

建设生态化服务 满足客户多元需求

关注客户健康。中国人寿寿险公司紧跟“健康中国”政策,认真贯彻执行全民健身计划(2021—2025年),始终践行央企的社会责任,以人民健康为中心,广泛深入开展一系列以“推动健康关口前移”为目标的群众性运动、健身活动,推出“免疫力提升”计划,打造“经脉健身”活动、“700健行”运动小讲堂、“百城热炼”运动短视频大赛活动,累计超2000万人次参与。

关注客户亲子教育。十一年国寿小画家活动深耕,从单一绘画赛事升级至生态化美育服务。中国人寿寿险公司聚焦亲子教育热点,创新打造“不操心父母”“小小演说家”“艺术课堂”“博物馆美育”等系列直播课程,超160万客户观看。

关注客户乐享生活。中国人寿寿险公司以客户喜闻乐见的形式,开展“幸福大街”线上客户节系列活动,利用“V客生活”平台开展各类线上活动,切实提升客户参与体验。(郭守仁)

