



本报告采用再生环保纸张印刷

版权归太平洋保险所有，未经许可不得转载和翻印
欢迎您对本报告提出意见和建议

2016

中国太平洋保险企业社会责任报告

CHINA PACIFIC INSURANCE
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT

太平洋保险 在你身边



Z: 200120

T: 021-33960000

F: 021-68870922

中国上海市银城中路190号交银金融大厦南楼
190 Central Yincheng Road, Shanghai, China



释义

本报告中，除非文义另有所指，下列词语具有下述含义：

中国太平洋保险、太平洋保险、太平洋保险集团、中国太保、集团

指
中国太平洋保险（集团）股份有限公司

太平洋寿险

指
中国太平洋人寿保险股份有限公司，是中国太平洋保险（集团）股份有限公司的控股子公司

太平洋产险

指
中国太平洋财产保险股份有限公司，是中国太平洋保险（集团）股份有限公司的控股子公司

太平洋资产管理公司

指
太平洋资产管理有限责任公司，是中国太平洋保险（集团）股份有限公司的控股子公司

太平洋保险（香港）公司

指
中国太平洋保险（香港）有限公司，是中国太平洋保险（集团）股份有限公司的全资子公司

太保安联

指
太保安联健康保险股份有限公司，是中国太平洋保险（集团）股份有限公司的控股子公司

长江养老

指
长江养老保险股份有限公司，是中国太平洋保险（集团）股份有限公司的控股子公司

安信农险

指
安信农业保险股份有限公司，是中国太平洋保险（集团）股份有限公司的控股子公司

太保养老投资公司

指
太平洋保险养老产业投资管理有限责任公司，是中国太平洋保险（集团）股份有限公司管理下专事养老投资业务的子公司

太平洋裕利安怡公司

指
太平洋裕利安怡保险销售公司，是中国太平洋保险（集团）股份有限公司管理下专事信用保险业务的子公司

中国保监会、保监会

指
中国保险监督管理委员会

上证所

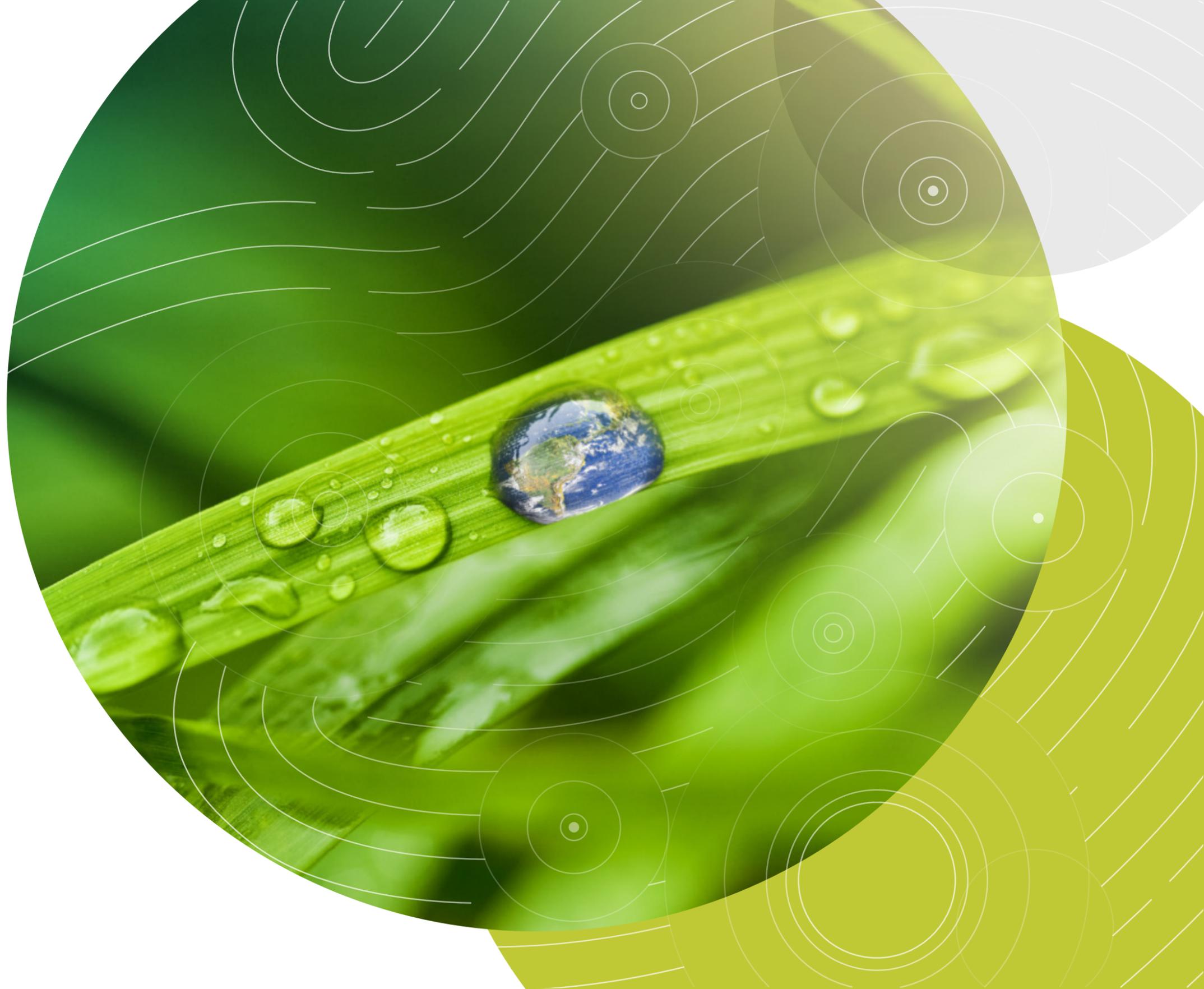
指
上海证券交易所

联交所

指
香港联合交易所有限公司

元

指
人民币元



CONTENTS

目录

- P02 释义
- P04 目录
- P06 董事长致辞
- P08 关于我们
- P10 专题：转型之路，责任同行

绩效报告

- P47 社会责任管理
- P52 经济
- P53 环境
- P56 社会
- P67 审验声明
- P69 香港联交所ESG索引
- P70 GRI (G4)索引
- P74 关于本报告
- P75 联系我们



01

P12 对客户

保险姓保，打造优质体验

- P14 脸谱绘制，聆听需求
- P15 优化服务，在你身边
- P17 持续创新，便捷体验



02

P18 对员工

携手共进，同创幸福未来

- P20 转型催生机遇
- P20 成就职业梦想
- P22 打造优秀团队
- P23 健康快乐工作



03

P24 对股东

责任治理 转换内生动能

- P26 转换内生动能
- P27 完善公司治理
- P28 筑牢风险防线
- P28 推进合规运营



04

P30 对社会

立足主业，反哺经济民生

- P32 关注社会热点
- P34 情系公益事业
- P35 专题：精准扶贫，责任担当



05

P36 对行业

深化实践，实现共荣发展

- P38 创新保险领域
- P40 推动行业共享
- P41 普及保险理念



06

P42 对环境

绿色保险，呵护美好家园

- P44 应对气候变化
- P45 减少环境足迹

董事长致辞



2016年，正值太平洋保险成立25周年。25年来，我们用诚信与稳健、专注与聚焦，铺就了可持续价值增长的发展历程，如今已成长作为一家资本雄厚，价值创造、风险管控能力强，专业化水平较高的综合性保险集团。

2016年是我们实施“以客户需求为导向”的战略转型收官之年。5年转型路，终迎质飞跃——我们的发展理念从产品导向转向客户需求导向，客户经营能力大幅提升，实现了集团客户数突破1亿、总资产突破1万亿的里程碑式发展。就在这一年，我们首次跻身《财富》世界前300强行列，位列251位，向各利益相关方及关注我们的社会公众交出了一份靓丽的“成绩单”。

在加强公司治理方面，我们构建并不断完善市场化、专业化的公司治理机制，董事会结构合理、运作高效，体现了国际化和专业化特点。在公司重大事项决策方面，董事会充分发挥决策和引领作用，坚持问题导向和绩效导向，牵引管理层持续改善经营举措，有效开展经营活动。同时，我们还形成了高效的独立董事运作机制，在董事会中较好地发挥了对经营管理的监督作用和在公司治理结构中的制衡作用。

在创新产品供给方面，我们在做实“保险姓保”的实践中坚定向前，针对不同客群特点进行产品创新，创新推出了多款保额更高、保龄更宽、保障更广、保费更省的产品。如为满足客户高保障需求，推出长期意外险“安行宝”，保额最高可达500万元；拓展承保年龄，开发满足老年客户癌症保障的“银发安康”，投保年龄从行业标准的65岁提升至75岁；拓宽保障范围，推出自费医疗费用也可以赔的“心·安怡”，满足农民收入保障的农产品价格指数保险；为客户着想节省保费，针对防癌需求设计“爱无忧”防癌保险，价格比普通重疾险更低，更适合年轻人购买，

推出为女性客户提供身心双重呵护的“花样年华”，件均保费仅182元。这些创新产品充分满足了客户的保障需求，不断增强客户对保险的获得感。

在创新服务供给方面，我们通过细分客群提供精细化服务，让广大客户切实享受到“更懂我”的差异化增值服务。我们创新推出“金钥匙”服务，客户在出险后只需将车钥匙交给服务专员，即可享受省时省心专业的代办理赔、修车服务；根据女性客户特征，我们提供了更懂女司机的服务供给，全年共为27万女性车主提供了更换轮胎、道路救援等多项专属服务。

在新技术应用方面，我们主动适应网络和移动互联时代的变化，从产品开发、销售到查勘理赔乃至营运支持，新技术应用让更快，让好更好。通过不断优化客户界面，我们为客户提供了直达的端到端交互平台，“中国太保”微信服务号提供多项自助服务及社交活动等移动服务；“在线商城”融合官商网提供“一个太保”综合服务，成为“在你身边”的保险服务窗口。同时，通过新技术应用，形成强大的中后台支持，我们的“神行太保”智能移动保险平台涵盖销售、契约、服务、管理四大领域，配置数量已超过32万台，实现个险新保出单全覆盖；“码上保”技术通过手机扫码即可完成自助投保和支付过程；“e农险”积极运用无人机航拍、卫星遥感定损等新技术，使农险产品和服务更好地惠及广大农村消费者。

在践行社会责任方面，我们专注保险主业，充分发挥经济“助推器”和社会“稳定器”作用，服务国家发展战略，支持实体经济发展，助力脱贫攻坚，真诚传递爱心，通过在不同经济民生领域持续发力，让公众耕有所获，病有所医，老有所养，难有所助，把保险之爱播撒到更多人身边，连续7年获颁中国企业社会责任榜“杰出企业奖”。2016年，我们围绕保险主业布局，持续推进各业务板块之间的共享发展；与政府机构、国际同业、大型企业深化战略合作，开展保险创新，探索更多可复制、可推广的发展经验；参与多项公路、水库基础设施建设和棚户区改造计划，实实在在支援地方建设；根据中小企业客户所处行业的风险特征和保障需求分析，量身定制中小企业客户专属产品“财富U保”；在各地开展丰富的保险知识沟通和宣传活动，帮助公众树立正确的保险理念；助力各地政府完善多层次医保体系建设，在12个省市38个地区承办46个大病保险项目，帮助贫困地区有效解决“因病致病、因病返贫”问题；积极开展“责任照亮未来”、捐助儿福院、爱心助老等公益活动，为社会弱势群体送去温暖与关爱。

新的一年，保险业将继续面临宏观经济下行、资本市场波动、极端天气灾害对业务的冲击等挑战和风险；同时，也存在诸多发展机遇，比如社会对大健康、大养老以及财富管理等方面的金融保险需求与日俱增，国家政策大力支持保险业参与经济民生建设、精准扶贫，互联网新技术的应用和数字化的发展趋势持续为保险公司的创新发展注入新动力。面对机遇与挑战，我们将聚焦价值增长，坚持保险姓保，专注保险主业，强化风险管控，不断创新产品、服务供给，积极布局新领域，让转型成果在更广阔的天地生根发芽、开花结果。

2017年，我们启动实施“数字太保”战略，“数字太保”是以客户需求为导向的战略转型的延续和深化，是“降成本、增效能、补短板、推协同”的实施路径。未来，在践行“创新数字体验、优化数字供给、共享数字生态”使命的新征程中，我们将继续携手各利益相关方一路同行，实现价值共赢，共同书写华美篇章！

中国太平洋保险集团董事长：

关于我们

我们——中国太平洋保险（集团）股份有限公司是在1991年5月13日成立的中国太平洋保险公司基础上组建而成的保险集团公司，总部设在上海，经过25年发展，已成为一家资本雄厚，价值创造、风险管控能力强，专业化水平较高的综合性保险集团。

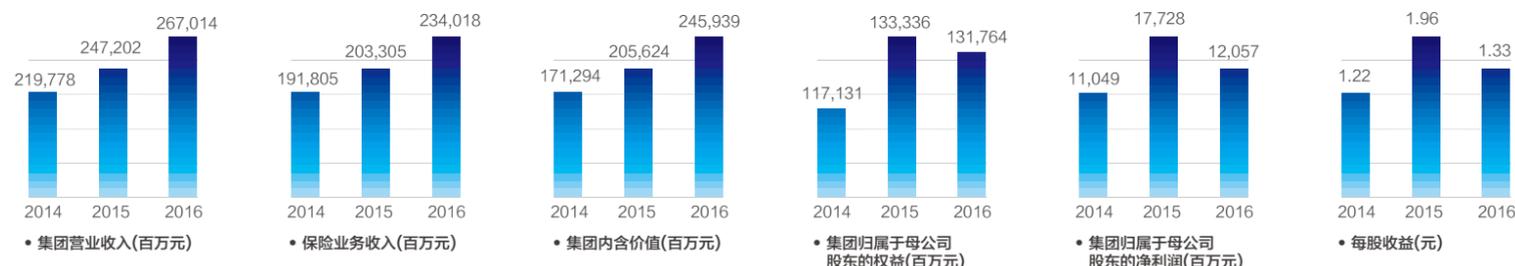
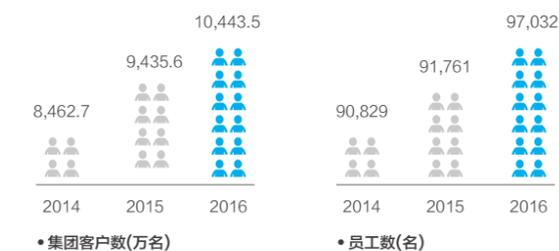
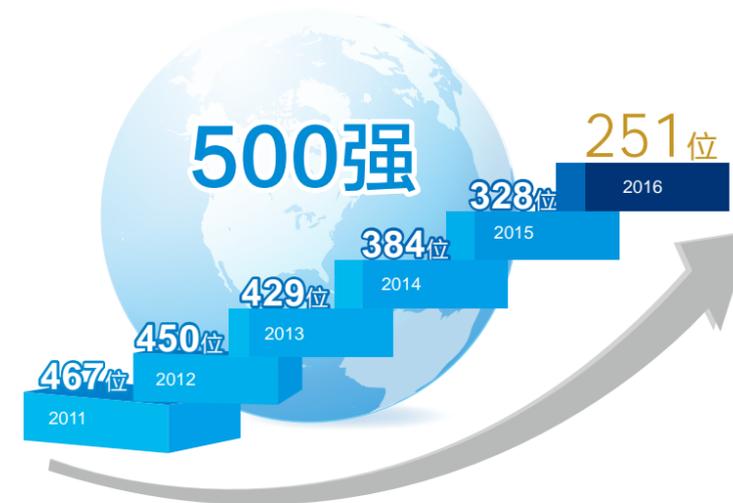
我们以打造“在你身边的一流保险金融服务集团”为愿景，坚持“以客户需求为导向，专注保险主业，推动和实现可持续的价值增长”的经营理念，不断完善保险产业链全牌照布局，旗下拥有人寿保险、财产保险、资产管理、养老保险、健康保险、农业保险、信用保险等专业子公司，建立了覆盖全国的营销网络和多元化服务平台，为超过1亿客户提供全方位保障解决方案、投资理财和资产管理服务。

近年来，我们以“做一家负责任的保险公司”为使命，秉承“诚信天下，稳健一生，追求卓越”的企业核心价值观，将企业社会责任全面融入公司的商业模式中，为客户、员工、股东、行业、社会、环境等利益相关方创造共享价值，连续七年获中国企业社会责任榜“杰出企业奖”。

公司名称	中国太平洋保险（集团）股份有限公司
总部地址	中国上海市银城中路190号交银金融大厦南楼
资产规模	10,206.92亿元
上市方式	2007年12月25日，在上海证券交易所上市（中国太保，SH601601） 2009年12月23日，在香港联合交易所上市（中国太保，HK02601）

我们的成长

• 美国《财富》杂志
世界500强排名



转型之路 责任同行

2011年，我们在业内率先启动“以客户需求为导向”的战略转型。围绕“关注客户需求，改善客户界面，提升客户体验”三大目标，我们坚持顶层设计与基层实践相结合，有效提高了供给结构对需求变化的适应性和灵活性。

2016年是战略转型的收官之年，通过战略转型，我们为客户提供更能满足他们需求的产品和服务，精心呵护客户体验；提升了员工认知客户的能力，增强了发展信心；转换公司发展动能，为股东创造更大的价值；持续提升市场地位，得到了国内外投资者的广泛认同。

同时，在转型过程中，我们进一步深化责任理念，紧跟国内外可持续发展形势，推动社会责任扎根于企业经营的方方面面，努力实现与各利益相关方的多方共赢，为经济社会发展注入正能量。

理念转变

由产品导向转向客户需求导向，通过三大转型目标来追求和实现持续的价值增长

能力提升

数据治理基础上的客户脸谱绘制能力
客户洞见基础上的产品服务供给能力
新技术应用基础上的新领域发展能力

价值创造

总客户数突破1亿
总资产突破1万亿元
《财富》世界500强排名上升至251位

社会评价转型成果

“公司方向清晰、执行坚定，已经成为上市险企中的转型先行者。”

——摩根士丹利

“聚焦营销、聚焦期缴的发展战略已经落地生根，公司在价值增长的可持续性上最为可期。”

——瑞士信贷

“大个险战略思路清晰，营销团队持续增强，同时注重客户精准定位挖潜，价值创造能力更为稳定。”

——国泰君安

“险企坚定转型，付出总有回报。”

——金融时报

“太平洋保险的转型之路堪称业内范本，体现了保险业在承受价格竞争、重规模轻价值的现实压力下，‘高筑墙、广积粮、缓称王’的主动应对。在此过程中，太平洋保险转变了发展模式，增强了内生动力。”

——上海证券报

“未来，源源不断的数据发现，将驱动中国太保的精准销售、精细服务不断走向深入。经过五年战略转型的积淀，一个真正意义上的‘数字太保’时代即将到来，这定将为保险业的前行注入新的活力与动力。”

——中国经营报

保险姓保，为你悉心护航

保险，陪她走过最冷一季

2014年的整个冬季，算得上是个不折不扣的舒服暖冬，然而对40岁的金华女子程华而言，却是人生中最寒冷的一个冬季。2014年12月15日，程华的丈夫卢伟在驾车途中不慎坠入水库溺亡。噩耗瞬间击垮了整个家庭，原本幸福的生活戛然而止。更揪心的是，丈夫经营的装修生意还要继续，债主们纷纷上门或致电讨要款项。

作为生意人，卢伟生前对保险比较认同，曾在多家保险公司投保过不同的险种。2013年12月，卢伟因生意需要向当地农信社贷款，并投保了太平洋保险的“安贷宝”产品，保额25万元。出事前半个月，卢伟在车行洗车时偶然看到太平洋保险“安行宝”产品的海报，考虑到自己常常要开车出去谈生意，于是投保了5份“安行宝”，总保额500万元。金华中心支公司理赔人员接到程华的报案后，第一时间赶到程华家中慰问，经调查结案，向程华全额赔付500万元，并向当地农信社赔付25万元，用于偿还卢家的贷款。

如今，卢家的生活已渐渐走上正轨，500多万赔款满足了父母的晚年生活需要，保证了女儿的教育费用支出，家庭债务也不再是负担。卢伟虽然走了，但他对家庭的爱与关怀却以这种特殊的方式得到了延续……

实施战略转型以来，我们一直在做实“保险姓保”的实践中大步向前，创新推出更多在保障和保费方面满足客户需求的产品，推动保险生态系统融入消费者的全生命周期和更多生活场景中。

保额更高

- 商业车险：三责险保额100万元客户5年间增长15倍
- 安行宝：意外身故保额最高500万元

保险更宽

- 银发安康：投保年龄从行业标准的65岁，提升至75岁
- 团体旅游险：投保年龄不限

保障更广

- 心·安怡：自费医疗费用可以赔
- 农业价格、气象指数保险：具有区域特色，扩大保障范围
- 盛世天伦：门槛低、回报稳健，满足更多个人养老需求

保费更省

- 花样年华：女性特定疾病及心理障碍双重保障，件均保费182元
- 爱无忧：针对防癌需求设计，价格低于普通重疾险



服务，与你更贴近

精细服务，让车险理赔更走心

2016年5月6日傍晚，开车多年未出险客户王女士发生交通事故，导致一名助动车车主受伤，她焦急地拨通了太平洋保险95500客服热线，查勘员安国周立即冒着大雨赶往事发地。

在现场，安国周亲切耐心的态度和专业的查勘定损技术让王女士心情平复下来。当晚10点，安国周又代替放心不下的王女士前往医院看望事故伤者。在理赔阶段，他也多次为没有经验的王女士答疑解惑，协助在最短时间完成理赔手续。

收到王女士的感谢信后，安国周表示：“急客户之所急，帮客户之所需，差异化服务的理念已深深根植在我们每一位基层服务人员的内心。”

通过细分客群，我们针对首次出险理赔的客户、女性车主、一单客户等六大重点客群，提供更加精细的服务；建立客户投诉闭环管理体系，持续优化业务流程。我们的付出，换来了客户的信任，推动了客户价值的显著提升。

截至2016年底

客均保费 **↑40%**

由2012年的**5,954元**
增至**8,331元**

低出险率客户数
从2012年的**67万**
增至**248万**
↑ 285%

年缴**1.5万**以上客户
从2012年的**86万**
增至**166万**
↑ 93%

女性客户
从2012年的**1,533万**
增至**2,444万**
↑ 59%

两单客户数 **↑48%**
从2012年的**943万**
增至**1,391万**



新技术应用：让快更快，让好更好

新技术应用“三级跳”

“2014年，我成为太平洋保险的一名基层营销员，每天背着装有费率手册、宣传页、计算器等文件包拜访客户；那一年，公司的Pad版“神行太保”开始大范围推广应用，我“如获神器”，业务量也逐级增加；2015年，我已能熟练应用“神行太保”为客户介绍产品、提供服务，平板电脑上，公司、个人介绍一目了然，让我自信展业；2016年，我的手机也可以登录“神行太保”了，如果客户出险，点击“移动理赔”，报案最快只用1分36秒，通过绑定官方微信，客户便可实现查询、贷款、理赔办案、客服咨询等自助功能。

3年来，从基层营销员到高级业务总监，公司的移动互联网新技术成就了我职业生涯的“三级跳”，更让我见证了客户实现‘保险消费我做主’的过程。”

——寿险河北唐山中心支公司 董敬红

新技术的推广使用，为保险业的服务模式带来了翻天覆地的变化，我们的客户服务已实现了线上线下、随时随地。以寿险展业为例，五年前，营销员只能靠手工出单，在每年初的“开门红”阶段，往往连夜加班。而现在有了“神行太保”移动保险服务平台，营销员洞察客户、获取客户、服务客户的能力均得到了提升，极大地改善了工作效率，直接推动了公司的快速发展。

“神行太保”配置数量，从2012年的**2万台**，增加至2016年的**32万台**

移动保全占比从2014年的**5%**提升至2016年的**58%**

产险移动理赔覆盖的人群达**573万**

“太平洋寿险”、“太平洋产险”微信服务号累计关注人数超过**1872.8万**，绑定客户超过**881万**，微信互动人次已经超过网站和电话



我们承诺秉承“以客户需求为导向”的理念，强化客户经营能力，持续创新满足客户需求的产品和服务，为他们带来更加便捷、优质、安心的体验。

我们的成果

- 建立秒级提数利器“客户数据ATM”助力客户脸谱绘制，整合亿级客户资源数据
- 创新“安行宝”、“花样年华”、“少儿超能宝”、“晚就赔外卖险”、“手机碎屏险”等植入多种生活场景的产品
- 针对女性客户、三年不出险客户、首次出险客户提供个性化增值服务
- 引入NPS指标，更为主动、深入地理解客户对企业的感知
- 上线“小麦智能客服”、“码上保”自主投保等多种创新应用
- 打造“太好赔”服务品牌，为客户提供贴心、暖心服务体验

“

我们的展望

- 植入多种生活场景，让客户获得更周到的全生命周期呵护
- 用更多精准销售和精细服务满足客户个性化需求
- 以“互联网+”为契机，打造一站式、囊括所有保险服务环节的保险生态链
- 创新驱动，让客户界面更加简单流畅、便捷操作

”

1.1 脸谱绘制，聆听需求

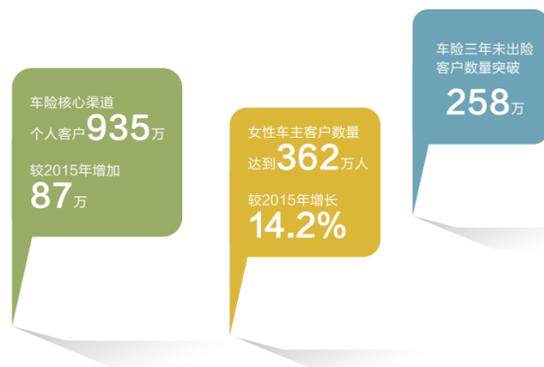
为更贴近市场，满足公众不断增长的保险需求，我们持续推进战略转型，着力提升客户脸谱绘制能力，并启动客户体验提升“361工程”，对客户认知越来越深刻，服务的路径越来越多，发展的信心也越来越强。

深化客户洞见，聚焦保险需求

客户需要怎样的产品和服务？为了寻找答案，集团及产、寿险总公司和各分公司不断深化客户脸谱绘制工作，分别完成各层级脸谱绘制，从年龄、性别、地域、渠道、产品、保单件数、保障种类等方面，更加细致全面地了解我们的客户，积极发现他们的风险保障缺口和财富管理需求，为实施精准销售和精细服务奠定基础。

寿险公司围绕“在不同人生阶段所需的9张保单”进行详细科学的缺口分析，结合全生命周期帮助客户做好全面的保险规划。

产险公司以女性客户、3年未出险客户和首次出险客户为重点客群，为他们提供金钥匙服务、免费道路救援、小额授权授信、免费更换轮胎、全程导赔、车辆安全检测、节日关怀等个性化服务，让重点客群切实享受到“懂我”的服务。



科学、智能化的工作系统有效提升了我们的客户脸谱绘制能力。通过开发统一的视图工具，我们可提供每位客户的个人资料、产品购买、行为偏好等基本信息，有助于提供更合适的产品与服务。太平洋寿险建立了“客户数据ATM”，运用人机对话实现了自取提数，整合了亿级客户资源数据；太平洋产险上线了客户脸谱分析平台，吸引客户在微信上完成身份验证。

聆听客户声音，寻找体验痛点

2016年，我们全面启动客户体验提升“361工程”，在全国展开高管聆听客户声音活动，各级高管深入呼叫中心、门店等服务接触点，累计开展活动1700余场，接待客户5000余名，现场解决影响客户体验的事项近2000件。

基于这些工作，我们得以知晓“客户不满意的根源是什么？”、“现有界面、机制、系统为何无法支持良好的客户体验？”等深层次原因。

主动聆听，知你所需

集团和各子公司高管在呼叫中心接听客户电话，在线为客户提供保险咨询、处理客户投诉及回访，并通过视频互动等方式，第一时间了解客户对保险服务的反馈；在门店进行流程体验，向上门客户了解服务感受和需求。3·15期间，产险分公司在门店设立了“维权吐槽专区”，参与吐槽和需求调研的客户，一旦建议被采纳，就有机会获得额外奖励。此外，产险公司还面向全国招募创新体验官，邀请客户来到门店体验新技术服务，听取客户关于移动端产品的意见与建议。



集团领导聆听客户声音

1.2 优化服务，在你身边

为更好地服务供给侧结构性改革，保险企业需要顺应互联网时代大众消费习惯的变化，推动保险产品和服务升级，切实解决保险消费中的问题。这正是我们战略转型的关键内容。

为了让客户切实感受到“在你身边”的温暖贴心，我们针对不同客群实施精准销售，帮助重点客群获得更周全的保险保障；主动适应客户行为变化，持续提升差异化、人性化的精细服务能力；持续优化关键旅程，打造保险优质体验。

关注客户旅程，提供精细服务

经过客户需求调研，我们发现客户的核心诉求包括五个方面：便捷、简单、贴心、透明、一致，并识别出了产、寿险六大关键旅程：产险获取信息阶段、投保阶段、理赔阶段，以及寿险获取信息阶段、投保阶段、给付阶段。基于此，我们有针对性地制定了客户体验优化举措。

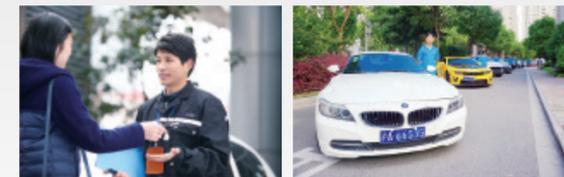
- 太平洋寿险针对体验痛点创新举措：甘肃分公司的“产品匣子”对产品、投保操作流程等进行通俗化解读，解决了客户清晰获取产品关键信息的痛点；山西分公司围绕保单递送时效提升，将考核指标细化到每一张保单，保单15日送达率达到100%；四川分公司挖掘了30多种寻找失联客户的方法，将满期给付率提升至92%，深得客户好评。

- 太平洋产险持续优化产品介绍、车险投保等各个环节的举措：总公司将“金钥匙”服务品牌推广到全国更多地区，越来越多的优质客户可享受从事故出险到修复交车的全流程省时、省心服务；广西分公司运用微信公众号，将车辆保险、服务网点等信息及时提供给客户，同时在门店向客户发放车险产品解读手册。

- 长江养老与浦发银行对接，创新银行集中支付模式，成为业内首家可以达到单笔支付50万元的公司，客户再也不用多次换卡或多次购买，解决了个人养老保障产品购买中支付限额过低的痛点。

出险代步车：跨界创新，为你分忧

每逢车辆维修，车主都会面临无车可用的尴尬。2016年7月，我们与凹凸租车在北京、上海等城市联合推出的“出险代步车”增值服务，客户出险报案后，可登录“太平洋产险”微信服务号，“一键预约”代步车的交车时间和地点，凹凸租车的车管家将送车上门。



产险公司为出险客户提供“金钥匙”服务和出险代步车服务

赢得客户信任，聚焦精准销售

客户加保：让保险的爱更懂你

营销员晓同带着分红报告单前来为缴费期满的王先生做“保单体检”。王先生对我们的服务一直很肯定：“你们每年都会打电话做保单年检服务，各项功能都能讲得清清楚楚，让我对保险的了解越来越深，算是买对了。”亲切攀谈中，晓同得知王先生家里刚添了一个小宝贝。基于具体的家庭情况，她为孩子设计的“金佑人生”保险计划很受认可，王先生当场办理了投保手续。



寿险营销员为客户检视保单，通过精准销售，实现老客户加保

基于客户脸谱绘制、客户数据分析及客户群体细分，我们的营销员可有针对性地拜访老客户，为他们设计个性化的保障计划，提升加保率。截至2016年底，老客户加保保费达到175亿元，同比增长39.7%。



寿险山东分公司在此基础上进一步创新，建立了“精准客户经营生产线”，形成电话约访、上门面访、客户活动、需求唤醒、客户关爱等一系列服务流程，既可有效帮助新客户找到合适的产品，也能为老客户提供更多产品选择。

产险江西分公司通过客户脸谱绘制，创新“363车险保单生命周期管理”，以投保3日内回访、一年内提供6次关怀服务等举措，将优质客户的续保率提升了3%。

开展客户评价，形成管理机制

NPS是国际领先的量化衡量指标，可有效评估客户对产品及服务的净推荐值。我们引入NPS指标，邀请客户对我们的综合表现进行评价，并从驱动因素、目标客群、地域覆盖、客户旅程、客户界面及销售渠道六个方面详细分析NPS调研结果，从而得以更为主动、深入地理解客户对企业的感知，促进产品和服务的持续改进。

2016年，太平洋寿险首次发布《客户行为白皮书》，从购买行为、互动行为、态度评价等多个方面对客户数据进行了全方位的挖掘和披露，帮助公司进一步提高服务能力。

- 针对外出人群投保难的问题，太平洋寿险创新研发“云投保”模式，重塑移动投保新流程，解决了留守老人、异地求学学生、异地夫妻、长期出差人士等无法完成投保签名的难题。截至2016年底，寿险各分公司共完成近万件“云投保”保单。
- 针对车险赔付周期长、时效差的问题，太平洋产险采取包括“明确小额案件实时赔付、现场处理的分类标准”、“实现小额案件自动核损理赔等全流程自动化”、“开发查勘员APP、微信自助理赔等指尖系列产品”等客户体验闭环运行策略。截至2016年10月，5000元以下案均报案支付周期较上年减少5.2天。

1.3持续创新，便捷体验

我们主动融入互联网金融发展浪潮，为客户提供友好的端到端交互平台，同时积极创新各领域服务模式，使保险产品和服务的可获得性得到了极大提升。

客户端

我们持续优化“太平洋寿险”、“太平洋产险”微信服务号，提供多项移动、便捷的线上服务；建立了涵盖172款产品的保险超市；全新打造提供24小时线上服务的“蓝鲸营业厅”，融合了查保单、查理赔、网点查询等在线服务。

“小麦”的极速服务

客户王女士想办理保单贷款，却不太懂线上操作方法，于是她点开了“小麦智能客服”。王女士输入问题后，“小麦”在0.1秒内就通过智能知识库搜索到了答案，指导王女士顺利完成了贷款操作。“小麦”是太平洋寿险推出的客户端智能客服机器人，客户通过“太平洋保险”微信服务号或税优APP中的客户模块咨询常见业务问题时，可获得智能机器人的实时在线解答。截至2016年底，客户与“小麦”的在线交互超过50万次。

“U享福”弹性员福平台

太保安联推出了“U享福”弹性员福平台，依托互联网，可支持客户在对每位员工的福利投入固定的前提下，由员工在福利菜单中灵活选择适合自己的健康福利计划，完成自助投保过程。该平台系统具有“灵活配置、需求测评、智能推荐、自主选择”等特点，支持互联网用户秒级响应，可有效提升客户体验。

销售端

我们提供中后台强有力的支持，“神行太保”成功加载至手机端，已陆续上线续期宝、我的佣金、我的保单、保单签收、热卖产品等功能，累计用户超过了72万人。我们还创新了“码上保”自主投保产品，客户扫描二维码即可直通保险微店，实现了自助投保。

自主投保“码上保”

老客户林先生热爱自驾游，出差在外的他收到了赵经理为他推荐的驾乘意外险产品二维码，很快通过手机完成了投保，并通过电子信息看到了保单。“码上保”太适合我们这种经常出差的人了，手机就能操作，简单便捷，还能马上看到保单，我很安心。”林先生如是说。



产险福建分公司客户体验“码上保”扫码投保

理赔端

我们试点上线微信自助理赔系统，持续提升指尖查勘、指尖人伤等APP的覆盖率，以“极速、极易、极暖”的客户体验打造“太好赔”服务品牌，帮助实现“人伤无忧、车损无虑”，车险小额人伤理赔由此驶入“快车道”。

人伤理赔的秒钟时代

“4299元，10秒完成赔付！”客户李小姐驾驶的轿车发生碰撞事故，从单证收集、核算、核赔到赔款支付仅用了10秒时间，亲身体验了一回理赔的“速度与激情”。人伤APP是太平洋产险为进一步缩短人伤流转周期、简化操作流程而开发的应用。有了它，客户可获得“出险后立刻赔付”的体验。





我们承诺为员工创造充裕的发展机会，提供多样化的培训和交流平台，打造健康快乐的工作环境，与员工携手同创美好、幸福的未来。

我们的成果

- 战略转型为员工成长提供了广阔舞台，五年来，有逾万人参与到转型推广落地的相关工作
- 构建起微信、PC、移动APP三位一体的远程教育模式
- 已有43家知名院校和专业机构的相关人士加入“太保培训联盟”
- 专属员工关爱保障计划2.0版上线
- 推出员工可选福利计划

“

我们的展望

- 提供多样化的发展机会和资源，帮助员工实现职业梦想
- 不断优化职场环境，增加员工归属感
- 开展丰富多彩的员工活动，提升员工凝聚力

”

2.1 转型催生机遇

“以客户需求为导向”的战略转型为一大批年轻人提供了在实践中成长的机会。五年来，他们有的成长为数据治理的专家，有的成长为险谱绘制的高手，有的成长为精确销售的能手，有的成长为流程优化及客户体验的行家，极大地提振了他们的事业发展信心。

- 超过10000名高管和员工直接参与转型工作
- 1600余人为“转型大家谈”献计献策
- 转型办公室及18个转型项目领导小组、220余人参加具体项目的设计、实施、推进、优化和完善工作
- 产、寿险79家分公司，先后超过80人作为转型总监，全力推动转型项目落地
- 385人参与客户险谱描绘工作
- 400人进行“海洋之星”客户洞见举措设计
- 近2万人为“海洋之星·体验”优秀举措投票点赞

交叉销售，提升客户价值

夏建出生于湖南益阳安化，2007年9月加盟太平洋寿险，通过10年拼搏，她已成长为一名优秀的寿险职业经理人，凭借自己的专业和敬业，在交叉销售的“舞台”上演绎出了客户经营之道。

在夏建眼里，交叉销售是她中高端客户经营的“法宝”。她说，相对寿险来说，车险比较好做。首先，有车族具有一定的经济实力和身份地位，他们具备购买保险的经济实力及较强的保险意识，经营好这一类客户有助于更好地开拓中高端客户市场；其次，车险当中有国家强制规定要买的交强险，这样和客户好开口易促成；再者，兼做车险既方便了客户，又增加了营销员收入，一举多得。而从客户的角度来看，不论是车险还是寿险，都可以实现方便快捷的一条龙服务。

基于这样的理念，夏建得到了意想不到的收获。有一次，她经人介绍认识了一个混凝土公司负责人，对方需要办理一份交强险，夏建专业、快速、热忱地进行了上门服务。没想到几个月后，这位负责人的车出了事故，夏建接到报案后，立刻跟进理赔服务。在帮他办妥理赔事宜后，夏建问他对公司的理赔时效及服务是否满意？请他提出宝贵意见，以便在今后的工作中不断改进。没想到这样一个简单的举动，让客户特别意外，说从来没有遇到过这样诚恳的服务方式。

通过这次理赔，客户对保险的理解发生了很大的转变，原来固执己见地认为

不需要个人风险保障的他，现在也认识到了人比车贵的道理，为自己办理了“安行宝”和健康险。

夏建坚持自己的中高端客户经营之道，日积月累获得了更多的客户资源，让她的寿险之路充满鲜花和掌声。2016年的“开门红”，她成功实现连续27天出单，其中就有10位是车险客户投保寿险保单。

2.2 成就职业梦想

我们关注员工的职业发展需求和规划，持续完善教育培训体系，优化内部兼职讲师的培训能力，探究全面科学的课程体系，开发丰富便捷的在线学习平台，为学习型组织的形成和员工培训成效的提升奠定良好的基础，帮助员工快速成长，成就梦想。

教育培训体系

- 涵盖各层级员工和不同职能岗位的各阶段培训需求
- 建立培训月报制度，及时对培训活动进行沟通和提升
- 打造由来自43家知名院校和专业机构的咨询与培训专业人士组成的“培训联盟”

师资队伍

- 开展专题培训，提升讲师的授课、微课制作能力
- 通过“金牌讲师”、“教育培训先进工作者”等评选活动，激励讲师优化专业能力

课程体系

- 基于职业生涯规划建立初级经理人课程体系，塑造岗位胜任力
- 完善新员工入职培训系列课程，确保规范化、完整化和体系化

在线学习平台

- 完善网络终端、移动APP、移动微课、微信端等在线学习平台的功能，提升在线学习的覆盖面和参与度
- 开展“金算盘”、“营改增”等大型在线培训和考试，覆盖全系统10万员工
- 收集优秀的社会学习资源，采购北京大学、复旦大学等名校的公开课和微课
- 开发了“培训宝”培训管理系统，满足员工开展O2O混合式学习与移动学习的诉求

特写：太学·特训营

2016年8月，太平洋产险举办“太学·特训营”三级机构负责人培训班，参训员工320余人。培训共开设11门高管课程，人均培训学时超过40小时；组织4次座谈会调研，听取学员意见建议近400条；开展4场小组研讨汇报，提交公司经营发展专题报告40份，创近年培训数据之最。

特训营推出了多种创新型培训模式，鼓励学员自主学习、积极互动的“翻转课堂”，增强学习氛围的“分组竞赛”，拓展思维眼界的“大咖教学”，促进不同地域机构相互交流的“经验分享”，对焦点问题现场实时解答的“交流座谈会”，帮助学员探索管理提升的“小组研讨及汇报”，让学员们提升了经营管理能力，并增强了对公司转型发展的信心。

“这次培训不仅让我充实了理论知识，更开阔了视野，解放了思想。所见所闻，每时每刻，都让我有所感动、有所收获。”

——特训营学员 徐恩生



产险三级机构负责人参加“太学·特训营”培训班

优化营销员培养

我们的营销员人数近年来不断上升。如何帮助这支庞大的群体更好地留存和发展是我们一直以来在探索的重要问题，而战略转型为此提供了一个值得深入实践的方向。

伴随转型，我们对营销员开展了精耕细作的培育，从过去粗放式的“大增员”向“PCAAS（产能、城区、举绩、年龄、主管）高质量增员计划”转变，不断提升人力素质，加强选才导向，优化营销团队考核机制，并通过客户资源共享和产品区域隔离政策提高新人留存率。



营销员使用“神行太保”为客户拍照、录单

2016年，
公司营销队伍实现

日均营销员
65.3万人
同比增长
35.5%

营销员每月人均百年
保险业务收入
5,084元
同比增长6.4%

营销员健康人力
20万人

营销员绩优人力
10万人

02 对员工
携手共进 同创幸福未来

2.3 打造优秀团队

百花丛中一支“兰”

一袭高级灰的工装；待人接物礼仪、业务知识、客户交谈话术，每个环节都经过专业培训；挺拔的身姿和上扬的嘴角，透露出清雅与自信——他们，是金玉兰保险规划师，提供人身保障、理财规划的优质服务，为客户唤醒财富的“春天”。

针对客户希望获得高品质服务的需求，我们在国内15个一二线城市培育了一批具有丰富金融知识的专业队伍——“金玉兰”保险规划师，他们具有“年轻、专业、高产能、高留存”特点，51%为本科及以上学历，65%年龄在35岁以下。

我们与麦肯锡咨询公司合作，开发专门的培训计划；通过与《福布斯》杂志开展财富调查白皮书、论坛发布会等客户沟通活动，让团队成员可以在多元、高端的职业平台上展示自己的风采。

专业铸就卓越

平均年龄34岁，女性占比64%，硕士研究生及以上学历占比92%，90%以上持有精算师资格证书——这就是太平洋寿险精算部团队，被称为“讲诚信、讲奉献、讲责任、讲团结、具有高度凝聚力和战斗力的团队”。他们先后参与了上海市金融改革创新项目，“安行宝”、“银发安康”等创新产品的开发、精算模型的定制等，为公司经营管理决策、行业发展提供了强有力的支持。

我们结合不同岗位的职业特征，打造优秀团队文化，让个人在良好的团队氛围中迅速成长。比如通过对综合柜员的着装设计、礼仪培训开展激励和考核，使良好的精神面貌成为了公司靓丽的风景线；通过荣誉体系建设、全面的培训方案、职场文化融合、员工挑战赛等有效举措，助力产险交叉销售专员融入寿险职场。



寿险河北分公司朝气蓬勃的“金玉兰”保险规划师团队

2.4 健康快乐工作

我们倾力打造安全、健康、温馨、有亲和力的职场环境，增强员工的归属感；升级员工关爱保障计划，让员工享受更全面的保障；组织开展多样活动，让员工能够更好地平衡工作与生活。

安全健康的工作环境

我们开展多种健康讲座和安全培训，帮助员工提升安全防护意识、掌握健康知识。2016年，通过联合外部专业机构，面向员工举办了心脏复苏急救培训和复训，员工们现场进行了心脏骤停、车祸现场等抗压演练。

凭借专业优势，我们持续推出面向员工的福利产品。2016年，我们推出了员工关爱保障计划2.0版本，为员工及家属提供高额医疗保障及住院、门诊、急诊直付等优质就医体验，且投保前就有健康问题的员工也可享受计划保障。

集团员工可选福利计划

- 覆盖员工需求：提供6套适应不同需求的福利方案，全面覆盖参保人员的保障需求；
- 关注身心健康：以健康服务为重点，辅之于和员工切身利益相关的基础性保障，体现事前预防、事中服务、事后保障；
- 提升福利效能：通过优化现有福利结构，使更广大员工能够体验到公司的关爱。

无微不至的员工关爱

让职场之“家”温馨、舒心亦是我们的责任。我们在企业内刊开设了“我爱我‘家’”专栏，用于展示、牵引各分支机构的职场文化建设，营造了温暖、积极向上的工作氛围；种类丰富、摆放整齐的读书角为员工提供了良好的阅读环境；生动有趣的照片墙呈现了员工的精彩瞬间，增强了员工与公司的情感连接；书画室让有专长的员工在此切磋技艺；瑜伽室让员工健身减压、调节心情。

我们还组织了缤纷多彩的员工活动，让员工在工作之余收获精神世界的丰富和身心的放松。

- 作为上海迪士尼度假区的合作伙伴，我们推出长期服务员工专属迪士尼体验日活动；
- “太保杯·企业马拉松毅行”活动让员工们在完成挑战、锻炼体魄之余，还以“公益行”的方式为困难学生筹得了学平险和爱心午餐；
- “我和太保的故事”读书征文活动为员工留下了成长的足迹和珍贵的记忆；
- “三八”妇女节主题活动，让女员工在瑜伽表演、健康讲座、“奔跑吧姐妹”趣味活动中度过了一个充实愉快的节日；
- “插花活动”让员工们对花卉搭配有了直观的认识，收获美好心情；
- 在厨艺比赛中，参赛队员使出浑身解数“抢食材”、合作完成菜肴制作，增强了团队的凝聚力。



司庆25周年之际，公司邀请长期服务员工参加迪士尼体验日活动



我们承诺持续深化责任治理，严格风险管控，深入驱动战略转型，聚焦长期发展价值，以稳健的经营业绩和优异的发展成果回报广大股东与投资者。

我们的成果

- 客户数过亿，总资产过万亿元
- 营业收入2670.14亿元，同比增长8%；净利润120.57亿元
- 进一步健全风险管理体系，开展多项合规专项行动，风险管理能力显著提高

我们的展望

- 坚持“以客户需求为导向，专注保险主业，推动和实现可持续价值增长”的经营理念，继续推动转型升级
- 持续完善风险管理制度和体系
- 严厉推进“四反一防范”重点行动，强化合规治理

3.1 转换内生动能

五年战略转型，为我们提供了价值增长的新引擎，让价值增长的内生动能发生了本质上的转换，由此所取得的成绩获得了广大投资者的高度认同。

去低价值银保业务，得高质量个险发展

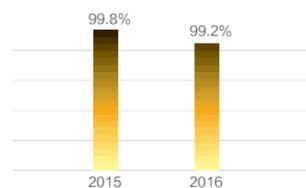
我们坚持价值导向的发展策略，降低银保业务占比，集中资源大力发展业务质量高、可持续增长能力强的个险业务，提升客户经营能力，个人业务保费收入自2012年以来节节攀升。



2016年个人业务保费收入

去劣质业务，得优质客户

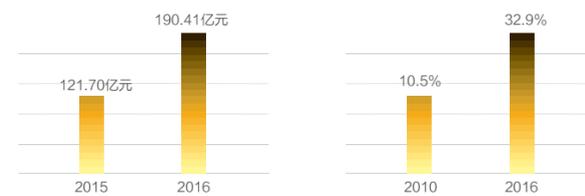
我们采取了“坚决剔除劣质业务并着力提升优质客户续保率”的发展策略，运用客户洞见技术对客户进行有效分群，产险业务的盈利水平得到了持续改善。



2016年，产险综合成本率同比下降0.6个百分点

坚持稳健投资、价值投资、长期投资

我们建立负债成本约束机制，形成以账户为基础的资产负债管理。寿险新业务价值率翻了一倍多，在上市同业中增幅最大，目前已处于同业领先水平。



2016年，新业务价值同比增长56.5%

新业务价值率持续攀升

同时，我们围绕保险主业布局，不断完善业务板块，并促进相互间的协同发展。

太保安联

聚焦中高端目标客户的健康保障与健康服务，推进产品创新，深化与产、寿险公司的渠道合作和共享协同机制，实现业务快速发展

长江养老

依托集团客户资源，联合寿险公司成立29家“太平洋-长江养老业务合作中心”，加快职业年金和税优健康险业务发展

安信农险

发挥价格指数农险产品的创新优势，持续推进与产险公司协同发展，在业务布局、共保机制、数据灾备、新技术应用等多方面开展合作

3.2 完善公司治理

作为股权相对分散的A+H股上市公司，我们的董事会处于公司治理核心。公司不断健全董事会架构，倡导充分表达，畅所欲言。董事会认真履行对所有股东的受托责任，在知情基础上科学决策，充分发挥在重大战略决策、风险管控、经理层监督等方面的作用。

- 1 董事会结构合理、运作高效，体现了国际化和专业化特点。**公司坚持董事会构成的均衡多元和外部成员的优势占比，全部14名董事中只有2名内部董事，其余包括7名股东董事和5名独立董事。公司注重董事会的国际化和专业化：董事中有3名境外人士，其中包括1名代表境外长线机构投资者的股东董事；5名独立董事涵盖了金融、投资、会计、法律等多个领域的专业人才，享有良好的市场声誉，为公司加强风险管理、财务审计、内部控制等方面的建设提供了强有力的专业支持。
- 2 发挥董事会对公司重大事项的决策和引领作用。**董事会聚焦公司重大事项，持续发挥决策力。充分肯定战略转型成效，推动公司“数字太保”战略实施；推动公司坚持“聚焦营销、聚焦期缴”发展策略，形成“大个险”发展格局，实现寿险业务价值持续增长方式的根本转变；推动公司坚持聚焦优化综合成本率，追求可持续发展，实现产险业务承保盈利；推动公司坚持聚焦资产负债管理协同机制的建立，提升资管业务市场化发展能力，实现第三方资产管理业务快速增长。
- 3 董事会坚持问题导向，牵引管理层持续改善经营举措。**董事会坚持问题导向和绩效导向，关注公司产险综合成本率持续优化问题、要求剔除劣质业务，加强业务品质管控，实现承保盈利；加快车险新渠道发展，提升新渠道业务占比。关注大类资产配置问题，要求强化投资绩效归因分析，推动委托方提升大类资产配置能力，提升对受托人的选择和管理能力。为更好地贯彻执行董事会的决议和要求，公司建立并有效实施会议决议通报制度和督办制度，经营层就董事会关注事项定期作专题报告，推动经营层有效开展经营活动。
- 4 形成高效、独立的独立董事运作机制。**公司充分发挥独立董事作用，在选聘上注重独董专业性与公司发展的一致性，通过社会中介机构、公开选聘在市场上享有良好声誉的海内外金融、法律和财税等专业人士。在董事会内部建立保证独立董事发挥作用的制度环境，保证独立董事尽职尽责地开展工作，使独立董事能够站在客观公正立场，保护中小股东利益。全体独立董事对公司有关重大投融资项目、高管人员聘任、会计师事务所选聘、关联交易等事项的决策提供了专业意见，有效推动公司加强独立内审体系、高管薪酬体系等的建设，在董事会中较好地发挥了对经营管理的监督作用以及在公司治理结构中的制衡作用。

03 对股东

责任治理 转换内生动能

3.3 筑牢风险防线

2016年，我们紧密围绕“重价值、推转型、优服务、防风险”的工作方针，以着力防控重点风险、严守风险底线为目标，积极应对利率持续下行和费率市场化机制改革，落实“偿二代”风险管理能力建设，加强资产负债匹配管理的风险约束机制和保险重大风险管控，发挥风险管理在支持公司客户经营模式升级、关键经营目标实现、产业布局优化、转型创新驱动、“数字太保”基础打造中的保驾护航作用。



我们持续深化风险和内控的自查工作，充分调动并提高各公司总部管理层人员主动鉴别控制薄弱环节的参与度，从而有针对性地风险进行动态控制；聚焦关键领域的内控机制，并同步完善和更新各公司的内部控制手册，以促进管理制度的执行和内控流程的升级。

与此同时，我们认真研究和识别公司在新产品、海外投资、新业务等领域的风险，密切跟踪公司对新型信息技术的运用，完善包括网销渠道、互联网保险等在内的创新领域所面临的技术、商业模式、流程控制等方面的风险控制方法；持续关注资本市场的变化趋势，不断提升风险管理的价值。

3.4 推进合规运营

我们高度重视企业合规治理与合规经营，充分开展反舞弊、反欺诈、反垄断、反洗钱和防范风险案件（简称“四反一防范”）重点行动和培训教育，保护消费者和公司的合法权益，防范化解各类违规风险。

“亮剑”反欺诈

针对车险理赔中查勘、定损、核损等环节可能出现的问题，我们举办了理赔反欺诈调查培训班，通过专业的法律法规、案例经验分享等，提高员工的合规意识和调查技能；各分公司也通过理赔案件分类管理、开通微信公众号等创新举措积极响应。



我们还持之以恒地开展培训教育工作，通过全员合规培训、重点专项沟通、日常警示提醒等方式，倡导“合规人人有责、主动合规、合规创造价值”的合规文化。

全员合规培训	制作了风险、合规、内控、法务管理的培训材料数十项，编制了“四反一防范”专题宣传材料，推动全员合规培训教育工作
重点专项沟通	利用集团OA平台、报刊、合规信息月度摘编等形式，报道风险与合规工作动态、监管政策、行业情况、案例分析等，提升员工对风险合规工作的知晓度和支持度
日常警示提醒	所有员工都可接收到来自风险管理信息系统平台及微信公众号的警示信息

“金盾行动”，增强财经纪律意识

2016年，我们全面开展了“金盾行动”，共完成120项集团层面财经纪律制度的梳理，计划新订和修订18项制度，以包括业务招待、会议培训、广告宣传、资产采购、公务出差等在内的10大领域为重点，严肃财经纪律。截至2016年底，我们共组织了697场培训，登陆网络培训平台参与“金盾行动”课程考试的员工达18,691位。



各地分公司开展“金盾行动”比赛



我们承诺开拓创新，以多样化的产品和服务支持民生和经济发展，同时致力于精准扶贫和公益行动，为筑建和谐社会不断努力。

我们的成果

- 创新研发国内首款大宗农产品价格指数保险——糖料蔗价格指数保险
- 打造“e农险”2.0系统，并正式启动无人机航拍应用
- 推出“太有责·药安心”系列保险产品
- 推出棚户区改造债权计划
- 拥有2069名员工注册志愿者，累计服务近4万小时

我们的展望

- 持续推进民生效益显著的产品服务创新
- 持续服务中小企业发展，助推实体经济
- 深入开展责任投资，助力国家基础设施建设
- 深化精准扶贫，开展更多满足社区实际发展需求的公益项目

4.1 关注社会热点

耕有所获

我们从“三农”的需求出发，响应农村保险保障的供给侧改革，持续创新农业保险、涉农保险产品体系，发展“互联网+”农业保险，推进建设三农保险服务站，促进农民增收、农业发展和农村稳定。

三农保险，不断创新

我们创新开发了糖料蔗价格指数保险、生猪价格指数保险等价格指数保险；持续丰富农村乡镇家庭财产保险、农村房屋保险、农业机械综合保险、农用无人机损失保险、务农人员意外险、农村小额贷款履约保证保险等农村市场产品。

2016年，我们在全国32个省累计为615万农户提供了498亿元的风险保障，累计赔付2.8亿元；建设三农服务站1460个，覆盖4600余个开办农险业务的乡镇，组建了1.4万余人的协保员队伍。



产险广西分公司为农户提供糖料蔗价格指数保险

多措并举推进农业保险转型升级

近年来，安信农险以服务现代农业转型升级为指导思想，在众多农业金融领域开展创新试点，不断扩展农业保险外延：

- 创新粮食作物收入保险：完成上海市粮食作物收入综合保障保险方案，通过农业支持政策，由粮食直接补贴向农业保险补贴转移，实现生产、销售、人身等全方位的风险保障；
- 探索互助保险模式：针对自然风险积聚的渔业养殖试点南美白对虾互助模式，更大范围为渔业提供保障；
- 发展“互联网+”农业保险：与阿里巴巴合作推出农资农具品质保证险，以卖家为买家投保的模式推进；上线支付宝风力指数保险，投保金额1元起，保障大风灾害后的农业生产；与农资平台共同打造农业生态圈，组织专家为农民开展线下农技指导；
- 推进“农业保险+农业信贷”体系建设：在云南、新疆等地为特色农业提供综合金融服务，涉足全产业链的风险管理，有效提高了农户参与农业生产经营的积极性；该项目已被列入上海市精准扶贫十大项目之一。

深入发展“e农险”

我们在2016年与中国农科院进一步深化合作，推出的“e农险”2.0系统，具备e键承保、e键理赔、e键续保、农e保、智能气象服务、农户自助查询和报案及农险知识库等功能，使农险产品和服务更好地惠及广大农村消费者。

“高大上”的农险无人机航拍

我们成立了“e农险”无人机飞行队，成功应用于北京、黑龙江、河南等地的承保理赔。

采用无人飞行、地面控制站、后期数据处理站三位一体飞行控制体系，可快速实现对大面积受灾作物标的查勘定损。河南安阳2016年遭遇了百年一遇的强降雨，导致玉米大面积倒伏、死亡。为了尽早完成7万亩玉米地的查勘工作，我们利用大型无人机，将传统的人工查勘模式近一个月的工作量缩短至一天，为农户快速恢复再生产。

病有所医

国务院《关于加快发展商业健康保险的若干意见》提出从扩大商业健康保险供给、推动完善医疗保障服务体系、提升管理和服务水平三个主要方面，推动商业健康保险健康发展。我们通过参与政保合作、创新商业保险产品、发展个人税优健康险、助力国内新药研发与技术创新等方式，形成与基本医疗保险衔接互补的合力，夯实多层次医疗保障体系。

我们持续拓展大病保险承保范围，截至2016年底，已在全国12个省（市）、38个地市、277个县（区）承办大病保险项目，惠及5800万民众，累计赔付210余万人次，赔付额达36亿元，极大缓解了大病重病患者的经济压力。

我们不断创新商业健康保险产品，推出了专注心血管疾病的“贴心保心血管保障计划”、“少儿超能宝”儿童重疾及轻症保障计划等一系列保险产品；针对参加公费医疗或社会基本医保的人群，我们推出了两款个人税收优惠型健康保险，具有享税优、保障全、门槛低、保底收益等特点。

我们全面开启生命科学领域政策性配套保险机制的研究与推广工作，在国内市场率先推出了与“药品上市许可持有人制度”相配套的“太有责·药安心”系列保险产品，包含“药物临床试验责任”、“药品质量安全责任”两大产品保障，并同步首推“附加药物召回费用保险”，助力国内新药研发与技术创新。

老有所养

我们致力于提升养老金投资效率，贡献养老产业发展，同时创新相关产品和服务，多管齐下应对老龄化带来的挑战。

专业养老资产管理

长江养老推出的“长江盛世天伦”、“长江养老安享人生”等系列个人养老保障产品，可为个人投资者实现养老金的长期稳健增值；推出“养老金电子商务综合服务平台”，建立通畅全国的养老金服务网络，通过与13家银行对接，实现高效及时的养老金支付、缴费自动扣款等特色服务。

长者照护站

太保养老投资公司在上海普陀区实施了“真如意同心家园长者之家”照护站项目，提供老年人日间照料服务及居家养老业务。我们同时提供健康体检、远程问诊、曲艺表演等一系列文体康乐活动，邀请社区老人参与体验。

照护保险

我们积极把握政保合作机会，积累业务经验。在南通，成功中标全国首例基本照护保险委托第三方项目；在宁波，独家承保“PPP模式独生子女家庭老人照护项目”，为约1.6万名老人提供包含人身综合保险、老年特殊照护保险、老年日常照护金的全方位服务。

老年人保险交通卡

在上海，我们推出针对沪籍70周岁及以上老年人的保险交通卡，使其既可获得交通意外保障，又可在工作日非高峰时段和节假日全天免费乘坐市内除高速公路线路、机场线、旅游线及磁悬浮线外的公共和轨道交通工具。

老年人意外险“即时赔”

在浙江，我们试点推出“即时赔”智能理赔系统，投保了老年人团体意外伤害统筹保险的居民，只要医疗费用金额在3000元以内，系统将主动发起理赔，且无需提供书面索赔材料和发票。平均理赔周期由原来的25天降低到1.1天。



产险上海分公司工作人员耐心细致地为老人办理“保通卡”

普惠中小企业

2016年，我们在浙江、宁波、山东等地推出了城乡履约保证保险，以政府、银行、保险公司的风险共担模式，为创业农户、中小企业提供生产经营所需的融资支持；在宁波实施首个政策性小微企业财产保险，促进小微企业良性发展。与此同时，我们的“太享贷”个人信用保证保险产品，可让中小企业主获得金融机构的无抵押贷款，享受及时快速的优质服务。

我们关注科技创新企业的发展，在上海、青岛等地为科技型中小企业提供短期贷款履约保证保险、高管董事责任保险等，把企业的科技专利转化为有价质押资产，为融资输送活水；积极开展建设工程综合保险试点，涵盖工程投标、工程质量、工资支付等险种，有效优化了建设市场资源配置，减轻了建筑企业负担。

我们还发起设立了“太平洋-广西金通小贷项目资产支持计划”，投资于南宁金通小贷公司持有的小额贷款资产，为保险资金缓解中小微企业融资难、融资贵问题开辟了一条新路径。

04 对社会

立足主业 反哺经济民生

4.2情系公益事业

爱心支教

自1991年成立以来，我们就十分关注乡村儿童教育事业，先后在全国捐建了60余所希望小学，并连续9年开展“责任照亮未来”品牌化公益活动，现有2069名员工注册志愿者，累计服务近4万小时。

2016年11月，“责任照亮未来”主支教活动来到云南腾冲的太平洋保险希望小学，来自全国各地的员工志愿者为孩子们带来了安全、绘本阅读、美术、音乐、折纸、体育等丰富多彩的课程。

助梦唱响未来

位于中缅边境的滇滩希望小学的孩子们能歌善舞。“希望有机会能站上大的舞台，把傣傣族的歌唱给全世界听！”一位笑容腼腆的五年级女孩大声说出了自己的梦想。为了帮助孩子们梦想成真，我们来帮助组建了梦想合唱团，进行专业的合唱练习，并邀请他们来到上海登上了“乐行天下”上海新年音乐会的舞台，放声歌唱，放飞梦想。

支教专业化

为提升支教志愿者的专业化水平，我们举办了支教行为专业化提升研修班，华东师范大学根据志愿者的特点和希望小学的实际，量身定制了针对农村儿童的培训课程。



志愿者参加专业化培训

志愿者给小朋友上武术课程

梦想合唱团排练



傣傣族小朋友在“乐行天下”的舞台上放声歌唱

关爱健康

我们倡导健康生活，与中国健康教育中心开展跨界合作，推出“公众健康教育课堂”公益活动，围绕科学就医、合理用药、慢病管理、肿瘤预防等主题帮助公众获取健康知识。2016年，我们在全国范围内共开展350场公益讲座，反响十分良好。

关怀弱势群体

我们携手残疾人关爱事业发展中心，创新推出“买保险献爱心”助残公益项目，对残障人士进行就业帮扶。通过为每个残障人士的家庭生成一个专属二维码，爱心车主扫描后，用手机购买保险即可完成一次爱心捐赠，并直接计入残障人士的专属账号。截至2016年底，深圳市已有3000个残障人士家庭获得了自己的专属二维码。

爱心助老

在重阳节当天，我们的员工志愿者来到上海金山区干巷敬老院，开展“爱在你身边，情系敬老院”助老公益活动。在提前了解老人们的需求后，志愿者们为每位老人购置了装有收音机、零食包、护膝、棉袜等物品的“温暖包”，还帮助老人整理房间，打扫卫生，与老人们聊家常、做小游戏，为老人们表演节目。



志愿者与老人们做游戏，为老人们表演节目

专题： 精准扶贫，责任担当

从基本保障到美好生活，保险业凭借其风险保障和金融通功能，在助力社会减少贫困的过程中扮演着不可或缺的角色。近年来，我们积极响应脱贫攻坚政策，通过发挥自身专业优势，多措并举，体现保险的行业价值与责任担当。

我们充分发挥保险资金规模大、期限灵活的特点，广泛开展棚户区改造、改善公租房等具有显著民生效益的基础设施投资。截至2016年底，我们累计发起设立了79个债权计划和资产支持计划，期末规模约1,080亿元，覆盖21个省级地区。

历时三年，棚户区改造项目绽放光彩

江西省赣州市中心城区章贡区的棚户区面积大，由于年久失修，很多房屋随时有倒塌的危险，严重威胁群众生命和财产安全。为改善棚户区居民居住条件，赣州市市委、市政府决定对章贡区棚户区进行大规模改造。

为解决改造项目的融资问题，我们与赣州市政府及赣州城投开展了多次讨论和方案设计。历时三年，经过各方努力，我们于2016年成功发起“太平洋-赣州振兴实业棚户区改造债权投资计划”，投资于章贡区棚户区改造项目，共募集资金18亿元。

该债权计划不仅解决了棚户区住房的民生问题，同时也探索了一种政府与社会资本的合作模式，为赣州市引入保险资金创造了示范效应，形成多方共赢的局面。

2016年6月，我们响应中保投资有限责任公司发起设立的中国保险业产业扶贫投资基金，首轮认购金额3,000万元，投向贫困地区资源开发、产业园区建设、新型城镇化发展等领域，促进贫困地区经济发展和脱贫。

2016年11月，我们与中国农业保险再保共同体在河北省承德市平泉县正式启动了“三农”保险扶贫基层网点共建工作，将通过农业大灾风险保障、农业保险扶贫产品创新、防灾减灾技术支持、灾害风险管理与救助等方式，建立保险扶贫长效机制。

针对不同贫困区域环境和不同贫困农户状况，我们对扶贫对象开展精确识别、精准帮扶、精确管理的扶贫举措，助力消除贫困，改善民生。

- 2013年开始，我们对上海市金山区进行综合帮扶，5年内捐赠2500万元，用于当地第二社会福利院的建设。截至2016年底，项目已完成主体建筑的封顶建设。
- 针对低收入群体风险抵御能力较弱、意外险保障不足的现状，我们推出了保费低廉的小额人身保险。
- 我们联合山东省青少年发展基金会、大众网举办“为爱同行”齐鲁助学公益行活动，在山东省16个地市、127个县建立专项“一滴水”公益基金，开展线上“愿望太平洋”微愿望认领活动与线下助学活动。
- 在湖北恩施市屯堡乡大树垭村，通过员工爱心捐款，村里的小水窖、机耕路项目，及危房搬迁工作正紧凑进行中，帮助村民脱贫致富的各项养殖业、种植业培训指导也在定期开展。
- 在四川苍溪县两河乡，我们向贫困户发放沙参种植育苗，并帮助贫困户迅速落实向阳、滤水性好的田地面积，按质按量栽植好，做好除草、治虫、施肥等苗间管理。

玉米棒子变身致富“指挥棒”

坎子山村地处鄂西恩施湖北口回族乡西北角，是湖北最偏远的少数民族山村。山村坐落在绝壁上，平均海拔1500米，全村无河流、无水渠，生态环境恶劣，是国家级重点贫困村。2016年初，寿险湖北十堰中心支公司成为了坎子山村三家联合扶贫单位之一，17名中层干部与17个贫困户进行结对帮扶。

2016年6月，寿险湖北分公司获悉十堰中心支公司参与的精准扶贫项目后，在给予大力支持的同时，也积极投入扶贫工作中，通过投资、信息、项目、市场、技术、就业等多种途径，走企业带村、农企联姻之路，带动坎子山村开发优势特色资源，培育主导产业，实现增收创收。

坎子山村虽然出山的公路打通了，对于玉米种植农户来说，还是因销售难而发愁。由于山高路远，包谷晚熟，商贩压价，无订单销售，村民种植的玉米还是收不了几个钱。分公司决定捐资10万元，援建一个玉米糝加工厂，让村民生产的玉米就地加工，打造市场普遍接受的绿色粗粮，让玉米更值钱。此项目每年可为农户均增收500元以上，玉米种植多的农户，一年可增收1000多元。

在坎子村的村委会，分公司负责人还提出了一个有创意的点子，每年让坎子山村提供当地生长的50万个玉米棒子，采摘下来后包装好，由分公司负责销售，价格要高于商贩收购的价钱，作为一个订单农业项目，更好地帮助村民脱贫致富。



坎子村村民介绍他们的高山玉米品种



我们承诺不断开辟保险新领域，实施战略布局，深化与伙伴间的互惠共享，并积极传播保险文化，实现与保险业的共荣发展。

我们的成果

- 在国内首推政策性小微企业财产保险
- 与裕利安宜共同成立信用险合资销售公司
- 布局UBI车险战略投资
- 电子签名技术写入《中国保险业标准化“十三五”规划》
- 以多种形式普及保险理念

“

我们的展望

- 围绕行业热点，拓展更多优质的创新举措
- 总结提升自身的实践经验，面向行业输出更多优秀成果
- 巩固和拓展与伙伴的合作关系，持续深化交流合作
- 继续开展丰富的保险理念倡导活动，助推普惠金融

”

5.1 创新保险领域

平稳、有序、向上的行业环境是每一家保险企业健康发展的强大支持，而这又恰恰离不开企业的共同努力。为此，我们积极开拓政保合作机会，布局自身发展新领域，在实践中不断丰富和完善金融保险解决方案。

发掘政保合作机遇

我们与地方政府深化战略合作，围绕产品、服务、模式以及资金运用等方面开展保险创新，探索更多可复制、可推广的经验：与宁波市政府签署协议，进一步推进国家保险创新综合试验区建设；与广西政府建立合作，在当地开展包括糖料蔗价格指数保险试点、广西高速公路资产投资项目等在内的金融服务创新，助力当地经济转型。

试点国内首个小微企业政策性保险产品

2016年9月台风“莫兰蒂”期间，宁波市鄞州区潘先生的小型食品厂进水受灾，估算损失达10万元。正当他一筹莫展之际，鄞州区政策性小微企业财产保险管理中心工作人员告诉他，经过现场测量水位线，他可获得3.7万元的保险赔偿。“上半年投了这个保险，6,000元保费我自己才交了1,200元，没想到这次发挥了这么大的作用！”潘先生高兴地说。

以上是我们2016年在宁波推出政策性小微企业财产保险创新项目试点中的案例，首年承保小微企业1,291家，风险保障总额达2.58亿元。作为国内首个专门面向小微企业的政策性保险产品，试点第一年企业只需要交纳10%-20%的保费，其余保费由政府出资补助。该项目入选了“浙江省十大服务小微企业优秀项目”，在提高小微企业风险保障水平方面成为政企合作的最佳实践之一。

上海保交所首单产品花落长江养老

2016年11月，“长江养老—太平洋寿险保单贷款资产支持计划”在上海保险交易所资管平台正式挂牌发行并交易，成为上海保交所的第一单产品。该产品在很大程度上化解了保单贷款资产期限短且波动造成的资产负债不匹配问题；同时通过循环购买模式，确保了资产使用效率，有效增加了产品的安全性，为资本市场带来了更多优质选择。

我们还在河北省承德市的隆化、平泉、滦平等贫困地区开展了农村小额贷款履约保证保险。作为“政银企户保”五位一体金融扶贫模式中的重要一环，我们提供支持农业企业、贫困户信贷服务的保险产品，为缓解融资难问题提供保险保障，发挥了保险机制在保障金融扶贫、促进现代农业发展方面的积极作用，为该模式在河北全省试点，进而在全国推广做出了突出贡献。

护航隆化“政银企户保”精准扶贫

57岁的于海瑞是河北省承德市隆化县韩麻营镇北沟村人，穷了大半辈子，如今他用250万元扶贫贷款建起了梦想中的养猪场，6000多头猪有序地圈养在干净整洁的猪舍里。“当初要不是‘政银企户保’，我怎么会一周就能从银行贷到250万元，现在猪场哪有那么好的收益？因为养猪，我们韩麻营镇30多名贫困村民已经甩掉了‘贫困帽’，是‘政银企户保’圆了我们的脱贫梦。”

过去农民贷款一般有3种途径——公务员担保、实物抵押、存折抵押，但对很多农民而言难以满足条件，因此银行贷款很难。作为承德市“政银企户保”金融扶贫模式唯一一家合作保险公司，我们通过提供保证保险，撬动了银行贷款的额度和效率，解决了长期以来“农民贷不到、银行不敢贷”制约金融扶贫的梗阻。银行按1:10比例放大贷款金额，并建立贷款绿色通道，一旦贷款户因意外原因逾期不还，由我们代偿80%的贷款本息，政府承担10%，银行最多承担10%，风险大大降低。我们已为隆化县3,114个涉农企业及农户提供贷款保障达4亿多元。

积极布局新领域

长期以来，我们积极开展外部合作，深入探索保险业前沿发展方向的实践模式。2016年，我们在信用险和车险领域取得了重要进展，成立了专门的信用险销售公司，实施了车险战略投资。

携手裕利安宜，推动信用保险发展

2016年，太平洋产险与裕利安宜共同成立了国内首家中外合资的信用险专业销售公司——太平洋裕利安怡保险销售有限公司。我们将在信用保险产品、相关业务培训及技术支持方面实现专业化推进，引领中国商业信用保险市场的健康发展，为更多中国企业走出去提供有效的信用风险解决方案。



高国富董事长与奥利弗·拜特共同为太平洋裕利安怡公司揭牌

UBI车险战略投资

UBI车险作为一种基于客户行车及用车习惯进行保险费用定价的险种机制，与传统车险相比，可提升定价的科学性、公平性，对监管机构、保险行业及消费者都具有积极意义。我们在2016年完成了对美国UBI车险服务商MetroMile的战略投资，将充分借鉴其在车联网技术、风险定价、互联网运营等领域的实践经验，探索按里程计费的车险商业新模式，推动“互联网+”时代汽车保险行业的创新发展。

贡献农险发展

农业保险是农业现代化发展的有力保障，对于稳定农民收入和扶贫攻坚具有重要意义，是当前保险行业重要的分支领域。我们于近年来不断加强农险试点和实践，鼓励产品创新，并优化农险巨灾风险防范机制，提升保险主体服务农业巨灾风险的能力。

截至2016年底，我们累计开发了140个品种688款农险产品。其中，指数型保险产品42款，创新产品占比79%，创新业务占比20%，均居市场前列。

大力推动指数产品创新

在广西，我们创新研发了国内首款大宗农产品价格指数保险——糖料蔗价格指数保险，通过引进“期货/期权+保险”模式，创新性地将糖料蔗价格补偿与食糖市场价格挂钩，有效化解了糖价波动风险，实现了糖厂与蔗农的“双赢”；我们持续落实政府水果种植保险补贴资金项目计划，承保种植面积近83万亩，覆盖荔枝、龙眼、火龙果、葡萄、香蕉、芒果、柑橘等多种水果。

与阿里巴巴合作推出农作物风力指数保险；

推出嘉定葡萄气象指数保险、云南咖啡价格指数保险、苏州大闸蟹气温指数保险、山东鸡蛋价格指数保险等区域特色农产品指数保险；

在上海浦东、松江创新试点“粮食作物收入综合保障保险”等。



05 对行业

深化实践 实现共荣发展

5.2 推动行业共享

促进业界交流

2016年8月，我们举办了“长期护理保险研讨会”，邀请上海市发改委、民政局、德国安联集团的相关领导和专家，共同就德国长期护理保险政策体系和实施经验，以及老龄化背景下长期护理保险的发展等内容进行了交流和讨论，为促进国内长期护理险的发展搭建专业化的交流平台。

我们与同济大学联合主办了首届城市风险管理国际论坛，汇聚国内外百余名专家学者，共同研讨城市风险管理新思路，为世界城市治理贡献智慧和经验；

我们协助举办了第十七届中国精算年会，“互联网对保险的影响”、“低利率环境下的产品经营”等成为会议热点；

我们承办了中国养老金融50人论坛，专家学者和行业精英就养老服务供给、养老金投资价值等问题进行了热烈讨论；

我们参加了工程质量保险制度研讨会，就上海地区住宅工程质量潜在缺陷保险的开展进行了专题汇报，并对工程质量保险制度的建立提出了建设性的意见。



中国养老金融50人论坛上海峰会现场

优秀成果分享

2013年受中国保险协会委托开展《保险术语》国家标准研究，历时三年，我们通过了国家标准审查，在加强保险公司信息交换和共享、提升产品设计规范化水平、促进消费者更好地理解保险产品和条款等方面具有重要意义。

作为业内首家开展电子签名业务的险企，我们成功将服务环节的手工纸质单证交接升级为电子化流转，投保、保单回执签收等环节由原来2-3天的时效提升为实时投保、实时签收，使消费者合法权益得到了更好的保障，也成为险企低碳无纸化的表率实践。2016年，保监会印发了《中国保险业标准化“十三五”规划》，我们作为牵头单位起草的《保险电子签名技术应用规范》被列入规划实施范围。

在四川保监局指导下，四川寿险分公司和西南财经大学合作开展调研，发布了全国第一份针对城乡家庭寿险保障需求的调查报告，为监管单位强化行业监管、推动四川寿险业的可持续发展提供了参考，同时丰富了学界对地域性城乡家庭寿险保障规模和结构的深层认知。

《中国商业保险》被评为“行业最佳内刊”

《中国商业保险》是太平洋保险集团主办并拥有新闻出版管理部门核准印证的內刊，自1994年创刊以来，已发行22年。目前每期发行量达一万份，读者群涵盖保险监管单位、各地保险学会和协会、同业机构与国内大专院校保险学科、资本市场保险分析师，以及国内主流媒体财经板块记者等。

自2015年以来，杂志先后推出了以保险服务农业现代化、新常态下养老金保险、供给侧改革下保险业的机遇与挑战等为专题的6期专刊，取得了很好的效果。中国保险学会主办的《智库动态》转载了杂志作者的文章，《中国保险报》也与杂志编辑部就专刊思路、编辑风格等方面进行了交流互动。2016年，杂志被评为“行业最佳内刊”。

5.3 普及保险理念

我们走入社区、校园开展丰富的保险知识沟通和通宣传活动，并制作了多样化的保险传播素材，帮助公众体验保险产品服务、了解保险知识、树立正确的保险理念。

保险公众宣传

每逢“3.15国际消费者权益日”、“7.8保险公众宣传日”，我们在各地的分支机构都会积极开展系列保险服务和体验活动，比如“高管体验日”、“名家说保险”、服务质量明察暗访、邀请公众担任“创新体验官”、“彩虹定位跑”等，助力提升保险行业的公众影响力，营造良好的保险文化氛围。

我们在全国范围内举办了多场“彩虹定位跑”活动，小伙伴身着统一服装，用里程定位方式跑出“保险让生活更美好”的字样图形。

我们在各地的学校、农村、社区、机关和企业举办保险理念普及活动，方便人们更好地学保险、懂保险、用保险。安信农保以“走进一个村、帮扶一个家、助学一批人”为主题，将普及农业金融理念和帮扶结对活动结合起来：到施工现场为施工人员宣传安全防护知识，提高保险意识；走进当地小学、幼儿园，向家长提供保险咨询服务，向学生讲解保险基本知识。



图为各地举办“7·8”保险公众宣传日活动

开展保险教育

我们以“讲故事”的方式传播保险理念，提升百姓的保险意识。近几年，我们形成了“客户眼中的太平洋保险”、“转型中的人与事”等专栏，并由此衍生了系列传播品，将与保险相关的人与事，生动、亲切地展现在公众面前。

我们推出了“太平洋保险，25岁”新版宣传片、“撞·见爱”微电影，通过真实的客户案例，直观地向公众展现保险重保障、守诚信的要义，在网络平台上实现了数以亿次的曝光量。

我们取材于公司战略转型中的真实案例，推出了原创品牌广告《互联互通》。故事发生在海拔3,200米的甘肃省天祝藏族自治州天堂镇，营销员李洪春通过“神行太保”智能移动保险平台为当地居民提供随时、随地、随心的保险服务，让边远地区不再是被保险遗忘的角落。该广告先后获得了2016金瞳奖“年度品牌营销价值奖”、“中国广告长城奖”优秀奖等殊荣。

《生命密码》传递保险大爱

话剧《生命密码》自2015年7月8日首演至2016年8月，已在全国42座城市完成了100场演出，观众人数逾10万。这部讲述太平洋保险员工林萍把将肝脏移植给毫无血缘关系的8岁女孩的真实故事，不仅为在场观众带去了感动，也让社会公众看到了保险对整个社会的关爱。深圳的一位观众谈起了自己的观后感：“一开始我也和剧中晶晶的母亲那样不认可保险，后来他们的真心服务让我逐渐改变了对保险的看法，成为了保险的忠实消费者。”



《生命密码》剧照



我们承诺以产品、服务应对环境与气候变化挑战，不断降低运营的环境负面影响，努力传递绿色环保理念，与利益相关方共同呵护我们的地球家园。

我们的成果

- 推出公路巨灾保险产品
- 创新多种气象指数保险
- 在核电、风电、光伏发电领域承保一大批新能源项目
- 建成获得多项权威认证的绿色数据中心
- 推动电子发票普及

“

我们的展望

- 持续优化气候灾害应对举措，推动巨灾保险长足发展
- 加大环境友好型产品研发和创新力度
- 深入发掘清洁能源项目承保机会
- 大力推行节能减排，不断减少运营环节的环境影响

”

6.1 应对气候变化

2015年，联合国气候变化大会达成《巴黎协定》后，中国先后发布了《国家应对气候变化规划（2014-2020年）》、《国家适应气候变化战略》等重要政策。保险企业可以通过灾害防范、灾难救助、产品创新等方式，帮助受灾对象尽快从损失中获得恢复。如今已成为应对气候变化行动中不可或缺的力量。

巨灾保险

近几年，我们在巨灾保险制度及产品开发上开展积极探索，并在2016年取得了突破性进展。2016年4月16日，中国城乡居民住宅地震巨灾保险共同体在北京成立，作为地震共保体的一员，我们于6月30日签发了首份中国城乡居民住宅地震巨灾保险保单。

巨灾保险助力公路风险管理

具有全国首创意义的宁波市普通国省公路运营期巨灾风险保险试点于2016年11月正式启动，产险宁波分公司作为首席承保人，与宁波市公路管理局就全市800余公里国省道的巨灾风险保障签署保险协议，承保涵盖台风、龙卷风等8大巨灾风险引起的公路工程损失。

为破解普通公路巨灾保险产品“定额难、定责难、定损难”的困境，宁波分公司在产品条款设计、承保理赔流程、风险管控措施等多领域进行了探索和尝试，如设立可用于巨灾补助的专项风险资金池、搭建可用于风险管理等功能的系统平台等，公司计划通过三年试点，推动宁波形成和完善集“专属产品+特色服务”于一体的普通公路巨灾风险保障体系，打造公路运营期巨灾保险的“宁波样本”。



产险宁波分公司与宁波市公路管理局就宁波市普通国省公路巨灾风险保险试点项目签署协议

自然灾害防范与救助

台风、强降雨、洪涝、滑坡等自然灾害，给当地群众带来了严重的人员和财产损失。我们不断提升应急灾备能力，高度重视灾前预警，并在受灾第一时间进入抢险一线，为客户及时带来安心和放心。

灾备演练

我们积极开展模拟强台风暴雨等灾害天气的灾备演练，提高解决突发问题的能力，促进防灾防损和查勘理赔工作更有成效地开展

灾前预警

我们与中央气象台等专业机构合作，定期对台风、洪水等风险进行预测和分析，及时为客户提供气象预报信息、车辆及家庭防护常识、危险因素提示及出险报案方式等灾害防护信息

灾期应急

灾难发生后，我们第一时间启动应急响应机制，迅速排查客户出险情况，深入现场查勘定损，简化理赔流程，实现快速赔付，与道路救援等服务供应商接洽，调配服务资源，提供事故救援服务

在河北，我们演练模拟因突发风灾小麦发生倒伏，共计35万亩小麦受灾。通过启动农险理赔大灾应急二级响应机制，我们从建立组织体系、启动预案流程、人员动员和物资准备、灾区查勘定损、结案、解除应急、总结点评等全流程进行了预演，进一步促进了查勘员对大灾理赔规则的熟悉，为大灾来临时及时响应、有序工作、快速理赔奠定了基础。



理赔人员查勘小麦灾情

气象指数保险

气象指数保险的创新为农险领域带来了一片新气象，通过将气候条件指数化，可降低定损困难，免去了大工作量的核赔过程，也弱化了传统保险中存在的道德风险，能够更为及时和有效地帮助农户应对极端自然灾害。

我们将气温、降水、风力等气象指数设定为触发保险赔付的参数，2016年又创新了露地蔬菜、池塘养殖综合气象指数保险，杨梅采摘期降水指数保险、柑橘气象指数保险、葡萄降水量指数保险等一系列气象指数型保险产品，在指数达到触发赔偿标准并对农业生产造成损失时，就可对农业生产经营者给予经济赔偿，为地方特色农业生产保驾护航。

促进能源转型

我们长期关注能源优化领域，通过承保清洁能源项目、发掘与清洁能源有关的产品创新机遇等方式，贡献环境友好型的生态社会。

2016年，我们着力加大了清洁能源项目的承保和服务力度，首席承保或参与承保了田湾核电5-6号机组主体工程、中广核如东海上风电场、华能如东海上风电、大唐滨海海上风电、国电龙源大丰潮间带风电、华能东方光伏等一大批新能源项目。

在浙江省象山县，我们与当地新能源科技发展有限公司、农村信用合作社共同签署“能源宝”太阳能光伏发电贷款战略合作协议，推动新农村能源结构改造。该项目从2016年下半年开始实施，计划在3至5年时间内为5万农户安装屋顶光伏发电设备，总装机容量250兆瓦以上，建设期三年。安装5千瓦以上光伏发电系统的农户可享受长达20年的国家政策补贴，同时发电余量并入国家电网后，平均每户每年可获得收入6,000元。农户可以向项目合作银行申请贷款作为前期安装费用，由我们向农户提供小额贷款保证保险。



产险宁波分公司与太阳能光伏发电战略合作签约仪式

6.2 减少环境足迹

打造绿色建筑

移动互联网、物联网、云计算的大力发展，也带来了数据中心数量和规模的迅速增长。由于其能耗可观，绿色数据中心建设因此越来越受到关注。

经过5年紧张建设，成都“IT容灾、研发及后援中心”项目完成竣工备案。项目从设计最初就充分考虑环境因素，从预防施工污染、使用可回收材料、废弃物管理、能效优化、确保空气质量等方面进行全面规划。在该项目中，办公楼获得了国家绿色建筑二星和LEED银奖两项权威节能认证；而数据中心则获得了中国机房国标A级、德国TSI L4级和LEED V4数据中心专项银奖等三项权威认证。

经过从设计、环评、建设、调试和运行等各个阶段的对节能、节水、建筑材料生命周期、烟尘噪音和PUE等各项指标进行严格评审，我们的成都数据中心最终获得了美国绿色建筑委员会LEED V4 Data Center银级认证，成为国内首获该认证的数据中心。

成都数据中心的部分节能减排措施：

- 机房楼墙体外墙和屋面全面增加保温层
- 收集屋面雨水，经沉淀、过滤、消毒后回用于车库冲洗、道路浇洒、绿化灌溉
- 在柴油发电机房和屋顶的冷却塔加装吸音墙，有效消除设备运行的噪音
- 采用自然冷却系统、空调变频技术等措施，实现暖通系统的节能减排
- 使用人体感应智能照明系统
- 在柴油发电机上安装空气净化处理器，尾气排放指标达到新版国标要求



成都数据中心大楼

06 对环境

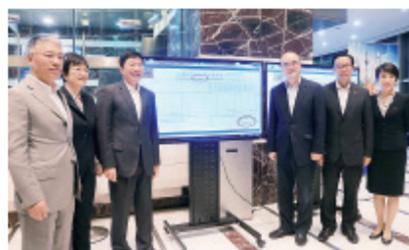
绿色保险 呵护美好家园

推行无纸化运营

传统保险业务在办理过程中要使用大量纸张，电子化发展能够有效改善这一现状。我们把握“互联网+创新技术”带来的机遇，在越来越多的运营流程中以电子化取代纸张消耗。

“神行太保”移动销售平台、微信服务号等移动互联新技术的应用，使得移动服务的覆盖面越来越广。截至2016年底，电子签名和电子回执的应用率均近100%；移动保全比例达到58%，越来越多的客户可以足不出户办理业务，在降低纸张消耗的同时，也减少了交通工具使用中的尾气排放。

2016年，我们继续推动电子发票的普及。5月1日，产险上海分公司开出全国金融业增值税电子发票第一单。截至2016年底，我们的电子发票开票量达372万份。



产险上海分公司开出全国金融业增值税电子发票第一单

倡导环保理念

我们将环保理念广泛地传递给我们的客户。2015年第4季度，太平洋寿险在微信平台推出“订阅电子信函，保护一棵树”活动，每一位客户订阅了电子信函，公司就代表客户捐出一份“植树公益基金”。3个月内共有近50万位客户参与。2016年4月，公司以客户名义将募集的近50万份基金用于领养上海植物园的树木。

在2016年“关爱季”活动中，公司以“少儿环保创意大赛”为主题，激发少年儿童对未来世界环保机器的奇思妙想。活动共收到参赛作品超过2000份，经10万余人次微信投票，最终产生38个获奖作品。

我们在安徽、山东、广西、吉林等多个地方的分公司还组织员工参加义务植树、绿色出行等活动，唤起员工珍惜资源、爱护生态环境的意识。



“保护一棵大树”大型绿色公益活动开幕仪式



分公司组织客户和员工参加义务植树活动

7. 绩效报告

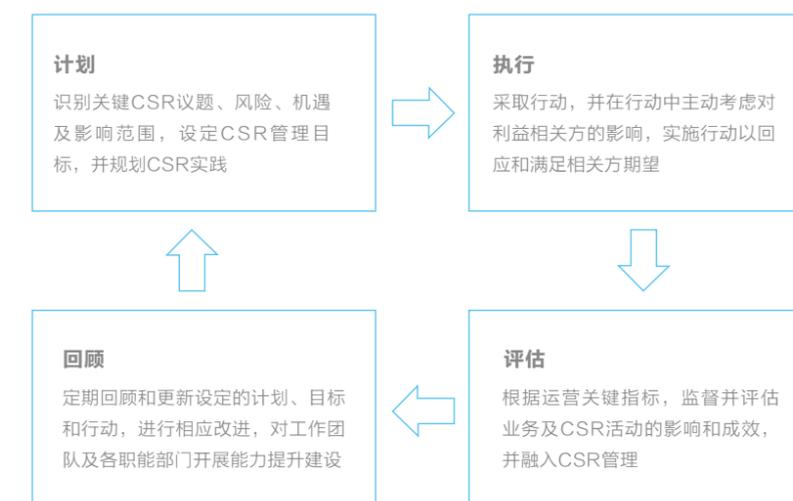
7.1 社会责任管理

管理体系

我们的社会责任管理体系覆盖“决策、组织、实施”三个层级，每年依据集团社会责任履责重点，制定实施策略和推进计划，并推动各个职能部门和运营实体将相关工作整合融入其日常运营中。

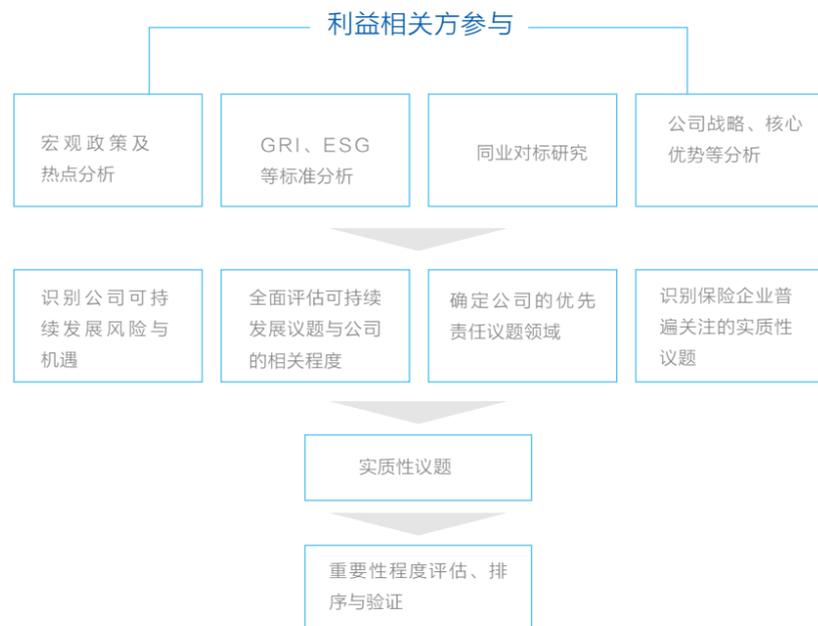
社会责任管理体系

决策层	集团董事会、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，包括相关战略制定、对年度CSR报告和CSR实践项目等进行审议。
组织层	集团品牌建设部设立CSR管理团队，负责协调CSR日常管理工作，包括编制CSR报告、组织培训宣导、CSR绩效指标收集、优秀案例征集与分享，及策划CSR实践活动等。
实施层	集团及各子公司的职能部门与业务部门负责各项CSR议题的归口管理，定期报送相关管理举措、绩效指标及优秀案例；各分公司品牌条线负责其所在地区的CSR推进工作，并组织开展各类CSR活动。



实质性分析

2016年，我们结合当前主流报告标准，如全球报告倡议组织GRI发布的G4标准、香港联交所推出的新版ESG指引，及联合国可持续发展目标、“十三五”规划等国内外趋势文件，开展大量前期研究，全面评估各项议题对利益相关方和中国太保的影响程度，由此确定对经济、环境和社会产生重大影响的实质性议题。



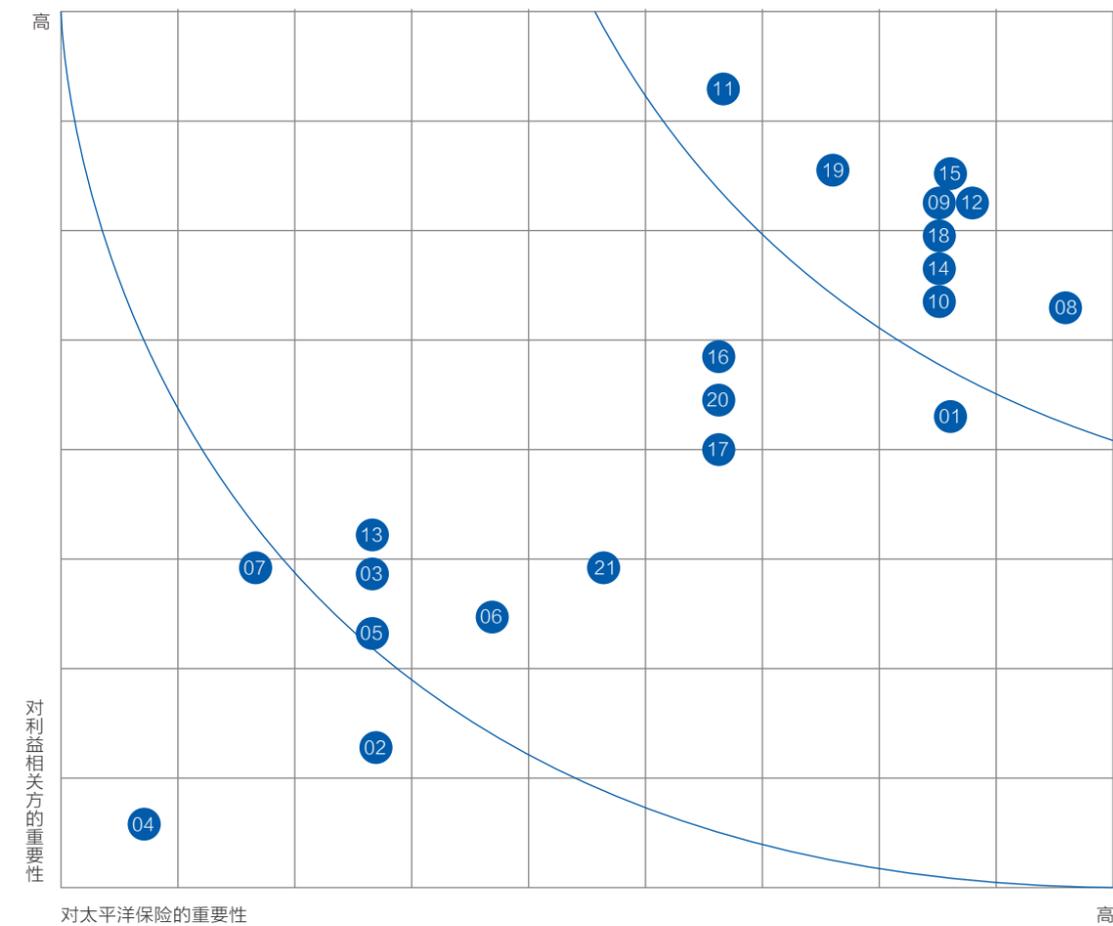
识别与筛选

政策与行业热点分析	分析国家宏观政策及行业热点内容，明确行业政策导向与战略性发展机遇。
国际标准分析	梳理分析GRI G4、香港联交所新版ESG指引，明确信息披露的要求与重点内容。
同业企业对标	从战略、实践、信息披露等维度，对标6家国内外知名保险企业，了解同业关注议题与特色实践内容。
公司战略分析	分析公司战略与实践重点，识别与中国太保密切相关的经济、社会和环境议题。
利益相关方参与	在“3.15消费者权益保护日”、“7.8保险公众宣传日”等活动中与消费者开展积极沟通，了解其对公司CSR履责的感知及期许；广泛收集行业资讯和研究报告，了解利益相关方对保险业履责的主要观点和关注的重要议题；征询业界专家对实质性议题识别的建议和意见；参加同业企业之间的培训与交流互动。

重要性评估、排序与验证

我们识别出21个与太平洋保险密切关联的实质性议题，并通过在线调查问卷邀请员工、客户、股东、营销员、媒体等利益相关方对议题的重要性程度进行评价，获得议题实质性的二维评价。经公司决策层及外部专家讨论，最终确定高、中、低实质性议题的排序。

我们还将所识别出的实质性议题与GRI G4和香港联交所ESG指引的主要方面进行对应，确保没有遗漏重要议题。针对实质性方面，我们将相应的管理方法和披露项指标，细致地拆分到集团及子公司对应的部门，尽可能全面收集信息。



高实质性议题

- 15 新技术与互联网
- 12 产品责任
- 01 经济绩效表现
- 18 公司治理
- 14 产品与服务创新
- 19 诚信建设
- 11 反贪污
- 08 员工权益保护
- 10 员工发展与培训
- 09 员工健康与安全

中实质性议题

- 16 产品、服务对社会和环境的影响
- 20 合作共赢
- 17 责任投资
- 13 金融可获得性
- 21 供应链管理
- 06 废弃物管理

低实质性议题

- 03 绿色采购
- 05 能源管理
- 07 水资源管理
- 02 社区建设
- 04 碳排放管理

实质性议题及边界

实质性议题	G4方面	ESG层面	公司内部边界	公司外部边界		
				客户	供应商	社区
• 经济						
经济绩效表现	经济绩效；市场表现		●			
社区建设	间接经济影响；当地社区	社区投资	●			●
• 环境						
绿色采购	产品和服务	环境及天然资源	●			
碳排放管理	废气排放；交通运输	排放物	●	●		
能源管理	能源	资源使用	●			
废弃物管理	物料；污水和废弃物	排放物	●	●	●	
水资源管理	水	资源使用	●			
• 社会						
员工权益保护	雇佣；劳资关系；多元化与机会平等；男女同酬	雇佣；劳工准则	●			
员工健康与安全	职业健康与安全	健康与安全	●			
员工发展与培训	培训与教育	发展及培训	●			
反贪污	反腐败	反贪污	●			
产品责任	客户健康与安全；产品及服务标识；市场推广；客户隐私权；合规	产品责任	●			
金融可获得性	当地社区		●			
• 其他						
产品与服务创新			●			
新技术与互联网+			●			
产品、服务对社会和环境的影响	当地社区；产品组合		●		●	
责任投资	产品和服务；投资（人权）；审计；有效的掌控		●			
公司治理	治理；反腐败	反贪污	●			
诚信建设	商业伦理与诚信；反腐败；市场推广	反贪污	●			
合作共赢	采购行为		●		●	
供应链管理	供应商评估及申诉机制；结社自由与集体谈判；童工；强迫与强制劳工	供应链管理	●		●	

利益相关方参与

通过邀请重要职能部门、一线员工代表及外部专家，我们系统梳理了公司的内外部相关方群体，并确定其与公司可持续发展的相互影响程度。同时，我们与利益相关方开展了多样化的日常参与和沟通活动，确保及时了解相关方的期望和诉求，不断改进履责管理和实践。

利益相关方	相关方期望	沟通渠道
政府及监管机构	合规诚信发展 提供民生保障服务 助力社会经济发展 灾难应对	日常沟通汇报 产品审批与监管 政企合作会议
员工及营销员	畅通的沟通渠道 不断完善的薪酬福利 广阔的职业发展前景 健康安全的工作环境 实现工作与生活平衡	职工代表大会 部门沟通会 “转型大家谈”栏目 OA与即时通信平台 业务督导、培训、技术支持 员工文体、关怀活动
客户	满足需求的产品服务 优质的产品与服务体验 权益与隐私保护	产品客户需求调研 客户满意度调查 95500客户服务专线 客户服务与关怀活动 保险知识的宣传与普及活动 社会化媒体
股东	稳健的经营业绩 完善的公司治理机制 持续加强风险管理 透明的信息披露	股东大会 定期报告与信息公告 路演与反向路演 资本市场开放日 社会化媒体
合作伙伴	实现合作共赢 引领行业创新	实践经验沟通与共享 参与行业政策研究 广泛的业界与跨界合作
社区	普及金融保险理念 公益事业 社会热点回应	开展保险知识宣传活动 与地方政府、非政府组织等沟通实际发展需求 开展公益和志愿服务活动 实施精准扶贫项目 媒体沟通

7.2 经济

经济绩效

偿付能力充足率指标

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(%)	294	280	280
太平洋寿险(%)	257	201	218
太平洋产险(%)	296	211	177

太平洋寿险经营情况

	2016	2015	2014
寿险保险业务收入(百万元)	137,362	108,589	98,692
寿险市场占有率(%)	6.3	6.8	7.8
寿险新业务价值(百万元)	19,041	12,022	8,725

太平洋产险经营情况

	2016	2015	2014
产险保险业务收入(百万元)	96,195	94,615	93,026
产险市场占有率(%)	10.4	11.2	12.3
产险综合成本率(%)	99.2	99.8	103.8

长江养老经营情况

	2016	2015	2014
企业年金受托管理资产(百万元)	57,913	52,358	43,751
企业年金投资管理资产(百万元)	62,259	55,728	47,123

分配的经济价值

	2016	2015	2014
薪酬福利支出(百万元)	17,414	15,400	14,126
公益捐赠及商业赞助(百万元)	17	18	26
上缴各类税收总额(百万元)	12,167	12,356	8,995

企业年金参保率

太平洋保险集团(总部)(%)	100
太平洋寿险(%)	100
太平洋产险(%)	100
太平洋资产管理公司(%)	100
太平洋保险(香港)公司(%)	0
太保安联(%)	55
太养老投资公司(%)	100
长江养老(%)	100
安信农险(%)	48.4

市场表现

为加快推进以绩效为导向的市场化职位薪酬体系建设，我们于2011年制定了《中国太平洋保险(集团)股份有限公司薪酬管理办法》，以市场对标、绩效导向、动态调整、效率优化为主要原则，确保员工薪酬竞争力不断提高，并推动薪酬激励向高绩效员工倾斜。2016年，我们进一步优化薪酬结构体系，根据不同专业族群岗位价值制定差异化薪酬水平，逐步提高员工收入。

最低级别的工资与当地最低工资比率

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(%)	240	235	232
太平洋寿险(%)	300	300	300
太平洋产险(%)	188	204	227
太平洋资产管理公司(%)	137	124	265
太平洋保险(香港)公司(%)	170	175	180
太保安联(%)	104	113	-
太养老投资公司(%)	104	113	-
长江养老(%)	116	115	114
安信农险(%)	120	120	-

太平洋保险(香港)公司员工本地化比例

当地员工比例(全体员工)

	2016	2015	2014
当地员工比例(%)	95	95	95
外地员工比例(%)	5	5	5

当地员工比例(管理层)

	2016	2015	2014
当地员工比例(%)	0	0	0
外地员工比例(%)	100	100	100

供应链管理

我们的供应商类型主要包括IT类、设备和物资类、工程和装修类、服务类，及其他根据实际需求集中采购的项目。在供应商资质筛选标准方面，我们会综合考察供应商的资质、声誉、诚信度、产品和服务质量、价格、过往负面行为等多项因素。我们制定了《供应商管理规定(试行)》、《集中采购管理办法(试行)》、《集中采购评审专家库管理办法(试行)》等一系列政策文件，确保采购程序透明、公平竞争，并遵循就近采购原则。公司纪检监察部负责对集中采购活动中的违法、违规行为进行监管和投诉处理。2016年，没有发生因为对经济、社会、环境产生重大负面影响而终止供应商合作的事件。

在成都数据中心建设过程中，我们从规划设计、施工单位引进、工程建设等各方面进行严格管理，在施工过程中全程监督安全生产和施工环保。整个实施过程未发生安全事故；同时获得了四川省建筑业绿色施工示范工程、成都市建设工程安全文明工地、四川省级安全生产文明施工标准化工地等多项工程大奖。

境内供应商

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(个)	535	544	495
太平洋寿险(个)	8	9	7
太平洋产险(个)	85	60	59
太平洋资产管理公司(个)	50	40	35
太平洋保险(香港)公司(个)	36	36	38
太保安联(个)	65	44	-
太养老投资公司(个)	5	0	-
长江养老(个)	295	248	194
安信农险(个)	3	3	-

境外供应商

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(个)	6	3	6
太平洋寿险(个)	0	0	0
太平洋产险(个)	0	0	0
太平洋资产管理公司(个)	0	0	0
太平洋保险(香港)公司(个)	1	1	1
太保安联(个)	0	0	-
太养老投资公司(个)	0	0	-
长江养老(个)	0	0	0
安信农险(个)	0	0	-

7.3 环境

资源使用

电、燃气、水和纸是我们办公运营中所使用的主要资源。公司规定办公室冬季采暖设定温度不应高于20℃，夏季制冷设定温度不应低于26℃；集中控制走廊、楼梯间、门厅等公共场所的照明，并充分使用天然采光。我们同时鼓励员工通过日常一点一滴的环保习惯，如节约用水、减少使用纸质文件、废旧物品二次利用等，为节能减排作出自己的贡献。成都数据中心采取了多项节能举措，其中，仅制冷系统在冬季3个月内就节约了138,956千瓦时电能。

随着客户端、业务端、理赔端移动技术应用的推广和普及，价值链中对纸张的使用大大降低。2016年，我们的移动保全达58%。

办公用纸用量

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(公斤)	5,525	5,503	5,458
太平洋寿险(总部)(公斤)	3,120	3,650	1,982
太平洋产险(总部)(公斤)	4,806	5,035	5,014
太平洋资产管理公司(公斤)	2,100	2,000	1,900
太平洋保险(香港)公司(公斤)	920	920	900
太保安联(公斤)	930	920	-
太养老投资公司(公斤)	600	520	-
长江养老(公斤)	2,957	2,120	2,580
安信农险(公斤)	2,560	2,830	-

办公用纸回收量

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(公斤)	285	297	270
太平洋寿险(总部)(公斤)	1,060	1,100	766
太平洋产险(总部)(公斤)	3,590	3,751	3,715
太平洋资产管理公司(公斤)	1,500	1,500	1,425
太平洋保险(香港)公司(公斤)	0	0	0
太保安联(公斤)	260	210	-
太保养老投资公司(公斤)	270	260	-
长江养老(公斤)	2,500	1,900	1,900
安信农险(公斤)	1,221	933	-

大楼用电量

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(度)	4,055,106	3,886,791	3,880,936
太平洋寿险(总部)(度)	1,931,107	1,908,170	2,180,353
太平洋产险(总部)(度)	33,675,982	33,898,169	32,423,370
太平洋资产管理公司(度)	3,202,260	3,212,000	3,000,000
太平洋保险(香港)公司(度)	33,492	31,263	31,944
太保安联(度)	50,800	68,000	-
太保养老投资公司(度)	-	-	-
长江养老(度)	867,428	816,397	826,895
安信农险(度)	985,799	916,588	-

大楼燃气用量

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(立方米)	252,679	277,288	297,797
太平洋寿险(总部)(立方米)	12,991	13,160	13,564
太平洋产险(总部)(立方米)	24,381	24,609	25,437
太平洋资产管理公司(立方米)	-	-	-
太平洋保险(香港)公司(立方米)	0	0	0
太保安联(立方米)	17,000	22,000	-
太保养老投资公司(立方米)	-	-	-
长江养老(立方米)	-	-	-
安信农险(立方米)	3,677	3,326	-

其中, 煤气用量

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(立方米)	0	0	0
太平洋寿险(总部)(立方米)	0	0	0
太平洋产险(总部)(立方米)	0	0	0
太平洋资产管理公司(立方米)	-	-	-
太平洋保险(香港)公司(立方米)	0	0	0
太保安联(立方米)	0	0	-
太保养老投资公司(立方米)	-	-	-
长江养老(立方米)	-	-	-
安信农险(立方米)	741	533	-

其中, 天然气用量

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(立方米)	252,679	277,288	297,797
太平洋寿险(总部)(立方米)	12,991	13,160	13,564
太平洋产险(总部)(立方米)	23,302	24,609	25,437
太平洋资产管理公司(立方米)	-	-	-
太平洋保险(香港)公司(立方米)	0	0	0
太保安联(立方米)	17,000	22,000	-
太保养老投资公司(立方米)	-	-	-
长江养老(立方米)	-	-	-
安信农险(立方米)	2,936	2,793	-

温室气体排放量*

	2016	2015	2014
直接温室气体排放(吨CO2当量)	679.09	744.31	737.25
间接温室气体排放(吨CO2当量)	44,667.57	44,603.17	42,216.47

*集团及各子公司本部。

大楼用水量

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(吨)	48,465	41,643	42,531
太平洋寿险(总部)(吨)	17,454	15,153	18,011
太平洋产险(总部)(吨)	26,427	22,943	27,270
太平洋资产管理公司(吨)	5,292	5,300	5,200
太平洋保险(香港)公司(吨)	2,099	2,140	2,030
太保安联(吨)	1,600	-	-
太保养老投资公司(吨)	-	-	-
长江养老(吨)	-	-	-
安信农险(吨)	6,483	5,534	-

人均办公用水量

	2016	2015	2014
太平洋产险(总部)(吨)	37.8	32.8	39
太平洋资产管理公司(吨)	25	26	27
太平洋保险(香港)公司(吨)	52	52	49
太保安联(吨)	11	-	-
太保养老投资公司(吨)	-	-	-
长江养老(吨)	-	-	-
安信农险(吨)	30	26	-

全年电子保单

	2016	2015	2014
全年电子保单(万份)	6,808.09	4,440	3,978.3

移动保全占比

	2016	2015	2014
寿险移动保全占比(%)	58.25	43	7.8

电子发票量

	2016	2015	2014
电子发票量(万份)	372	4	0.01

通过手机展业的业务量

	2016	2015	2014
通过手机展业的业务量(万份)	1,390.01	742.09	531.43

电子保单

	2016	2015	2014
电子保单(万份)	379.18	478.53	75.56

电子信函

	2016	2015	2014
电子信函(万份)	40.94	0.71	0.01

短信通知

	2016	2015	2014
短信通知(万份)	43,354.32	33,299.08	35,475.61

电子签名数量

	2016	2015	2014
电子签名数量(万次)	4,569.18	2,715.54	1,549.74

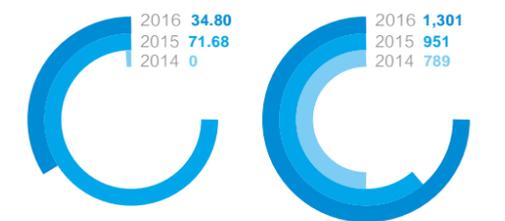
移动理赔

	2016	2015	2014
移动理赔(万份)	23.81	18.32	10.43

废弃物

旧电子设备不同于一般垃圾, 需进行特殊处理以防造成环境污染。我们处理旧电子设备的主要途径有三类。一是提高电子设备的有效利用率, 将其用于开发测试环节; 二是委托第三方对电子废弃物进行拍卖, 电池则委托专业机构进行回收; 三是进行设备捐赠。

2016年, 田林数据中心报废的废旧电池由维保厂商回收, 由其委托有处理废旧电池资质的安徽某再生资源公司进行环保处理。



• 回收废旧UPS电池量(吨)

• 拍卖的电子废弃物量(台)

交通运输

我们将低碳出行的理念融入日常工作管理中，减少交通排放。2015年，我们制定了《公务车辆管理办法（暂行）》，规范公务用车行为，并提出能乘坐公共交通工具前往的，原则上不得使用公务用车。我们还通过下调会议费和差旅费预算等方式，积极鼓励视频会议的召开。

电话视频会议*

	2016	2015	2014
电话会议次数(次)	2,916	2,548	3,066
视频会议次数(次)	1,718	1,364	1,305

*集团及子公司总部的数据。

环境合规

2016年，我们没有发生因环境违规而遭受处罚的事件，也没有收到任何环境问题申诉。

7.4 社会

雇佣

我们严格遵守《劳动法》、《劳动合同法》等国家法律法规，与员工签订劳动合同；为员工提供五险一金法定福利的基础上，还提供商业保险、企业年金、补充公积金、高温费等多项公司福利。我们持续优化营销员福利

制度，为营销员提供意外伤害保险、定期寿险、住院医疗保险、群英团体年金保险（分红型）等福利保障，促进营销队伍更为稳定的发展。

为了确保招聘工作的质量和效率，我们制定了集团及子公司的招聘管理工作指引，规定了招聘工作的具体流程、渠道、用人标准、职业能力要求、核薪标准等，让合适的人才进入合适的岗位；并以“亲属回避要求”、“员工内部应聘限制”等条款保障候选人的公平、规范竞争环境。2016年，我们持续推进面试官队伍的培训和再认证工作、梳理调整招聘供应商、优化人事流程，进一步提升人才的配置效率和效果。2016年，我们与西藏大学经管学院建立合作，创新应用型人才培养制度，并通过实习基地的建立，为西藏地区培养更多保险人才。

我们以《职位体系管理办法》规范管理员工的职位晋升流程，建立了以“编制控制”为前提、与“绩效表现”和“任职要求”相结合的“逐级有序”的职业发展路径；设立专业序列和管理序列的双重职业晋升通道，让不同专长的员工有充分的发展空间和机遇。同时，我们建立了职业生涯管理机制，根据员工的具体情况形成本职位发展、横向发展和纵向发展的生涯规划路径，并提供包括自我学习、轮岗制、导师制等在内的助力职业成长工作方法。

注：下述员工指标不含营销员数据。

员工总数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	1,629	1,482	1,358
太平洋寿险(人)	40,343	38,816	40,155
太平洋产险(人)	51,665	51,110	49,195
太平洋资产管理公司(人)	217	186	189
太平洋保险(香港)公司(人)	40	41	41
太保安联(人)	230	119	-
太保养老投资公司(人)	34	36	-
长江养老(人)	326	270	238
安信农险(人)	440	527	-

按雇佣类型划分的员工数

劳动合同制员工数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	1,507	1,373	1,249
太平洋寿险(人)	38,936	37,283	38,347
太平洋产险(人)	47,766	45,745	43,461
太平洋资产管理公司(人)	212	181	186
太保安联(人)	227	119	-
太保养老投资公司(人)	33	36	-
长江养老(人)	300	247	207
安信农险(人)	337	398	-

劳务派遣制员工数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	122	109	109
太平洋寿险(人)	1,140	1,237	1,407
太平洋产险(人)	3,589	4,797	5,162
太平洋资产管理公司(人)	5	5	3
太保安联(人)	3	0	-
太保养老投资公司(人)	1	0	-
长江养老(人)	20	16	27
安信农险(人)	80	106	-

退休返聘制员工数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	0	0	0
太平洋寿险(人)	267	296	361
太平洋产险(人)	310	568	572
太平洋资产管理公司(人)	0	0	0
太保安联(人)	0	0	-
太保养老投资公司(人)	0	1	-
长江养老(人)	6	7	4
安信农险(人)	23	23	-

本年度新增员工数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	330	402	352
太平洋寿险(人)	1,283	-1,339	-947
太平洋产险(人)	3,259	3,449	3,796
太平洋资产管理公司(人)	46	186	189
太平洋保险(香港)公司(人)	19	11	13
太保安联(人)	136	119	-
太保养老投资公司(人)	1	13	-
长江养老(人)	88	85	23
安信农险(人)	-87	69	-

员工流失统计

主动离职员工数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	159	267	252
太平洋寿险(人)	3,620	2,760	3,172
太平洋产险(人)	1,959	1,331	1,067
太平洋资产管理公司(人)	14	41	20
太平洋保险(香港)公司(人)	18	10	8
太保安联(人)	25	13	-
太保养老投资公司(人)	4	5	-
长江养老(人)	35	49	30
安信农险(人)	33	83	-

主动离职的男性员工数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	100	172	162
太平洋寿险(人)	1,575	1,294	1,446
太平洋产险(人)	990	684	543
太平洋资产管理公司(人)	11	25	11
太平洋保险(香港)公司(人)	7	3	4
太保安联(人)	10	7	-
太保养老投资公司(人)	1	2	-
长江养老(人)	14	35	18
安信农险(人)	22	55	-

主动离职的女性员工数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	59	95	90
太平洋寿险(人)	2,045	1,725	1,907
太平洋产险(人)	969	647	524
太平洋资产管理公司(人)	3	16	9
太平洋保险(香港)公司(人)	11	7	4
太保安联(人)	15	6	-
太保养老投资公司(人)	3	4	-
长江养老(人)	21	14	12
安信农险(人)	11	28	-

退休员工数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	7	10	5
太平洋寿险(人)	175	235	262
太平洋产险(人)	139	116	128
太平洋资产管理公司(人)	0	1	1
太平洋保险(香港)公司(人)	2	0	3
太保安联(人)	0	0	-
太保养老投资公司(人)	1	0	-
长江养老(人)	0	0	3
安信农险(人)	4	4	-

解雇员工数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	0	0	0
太平洋寿险(人)	1	2	25
太平洋产险(人)	0	0	0
太平洋资产管理公司(人)	1	0	0
太平洋保险(香港)公司(人)	0	0	0
太保安联(人)	0	0	-
太保养老投资公司(人)	0	0	-
长江养老(人)	0	0	0
安信农险(人)	81*	1	-

*安信农险公司2016年解雇的81人均为协商解除，其中上海地区支公司2人，协商解除原因主要是岗位不胜任；江苏分公司79人，协商解除主要原因是分公司转型发展，业务结构调整，车险停办，从而进行了人员优化。

解雇的男性员工数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	0	0	0
太平洋寿险(人)	1	0	0
太平洋产险(人)	0	0	0
太平洋资产管理公司(人)	0	0	0
太平洋保险(香港)公司(人)	0	0	0
太保安联(人)	0	0	-
太保养老投资公司(人)	0	1	-
长江养老(人)	0	0	0
安信农险(人)	43	1	-

解雇的女性员工数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	0	0	0
太平洋寿险(人)	0	0	0
太平洋产险(人)	0	0	0
太平洋资产管理公司(人)	1	0	0
太平洋保险(香港)公司(人)	0	0	0
太保安联(人)	0	0	-
太保养老投资公司(人)	0	0	-
长江养老(人)	0	0	0
安信农险(人)	38	0	-

休完产假/陪产假回到工作岗位的员工及员工比率

休产假的女员工数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	29	14	15
太平洋寿险(总部)(人)	24	15	15
太平洋产险(总部)(人)	15	7	10
太平洋资产管理公司(人)	7	5	6
太平洋保险(香港)公司(人)	0	1	1
太保安联(人)	4	0	-
太保养老投资公司(人)	0	0	-
长江养老(人)	8	6	6
安信农险(人)	25	8	-

休完产假回到工作岗位的女员工数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	29	14	15
太平洋寿险(总部)(人)	24	15	15
太平洋产险(总部)(人)	13	7	10
太平洋资产管理公司(人)	5	5	6
太平洋保险(香港)公司(人)	0	1	1
太保安联(人)	1	NA	-
太保养老投资公司(人)	NA	NA	-
长江养老(人)	8	6	6
安信农险(人)	13	6	-

休陪产假的男员工数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	33	11	8
太平洋寿险(总部)(人)	3	2	0
太平洋产险(总部)(人)	2	1	0
太平洋资产管理公司(人)	7	1	1
太平洋保险(香港)公司(人)	1	0	0
太保安联(人)	4	0	-
太保养老投资公司(人)	2	0	-
长江养老(人)	7	5	3
安信农险(人)	6	3	-

休完陪产假回到工作岗位的男员工数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	33	11	8
太平洋寿险(总部)(人)	3	2	NA
太平洋产险(总部)(人)	2	1	0
太平洋资产管理公司(人)	7	1	1
太平洋保险(香港)公司(人)	1	0	0
太保安联(人)	4	NA	-
太保养老投资公司(人)	2	NA	-
长江养老(人)	7	5	3
安信农险(人)	6	3	-

男女员工工资起薪水平

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	5,250	4,755	3,804
太平洋寿险(人)	5,424	4,842	3,155
太平洋产险(人)	4,120	4,140	4,140
太平洋资产管理公司(人)	3,000	4,442	3,804
太平洋保险(香港)公司(人)	9,000	9,000	9,000
太保安联(人)	2,280	2,280	-
太保养老投资公司(人)	2,280	2,280	-
长江养老(人)	2,583	2,325	2,075
安信农险(人)	3,500	3,200	-

** 太平洋保险（香港）公司工资单位为港元

劳资关系

我们坚持男女平等、同工同酬；反对歧视，拒绝雇佣童工，抵制强制与强迫劳动；尊重员工依法享有的结社自由与集体谈判权利，受集体协商协议保障的员工比例达到100%。

2016年，集团及子公司继续通过职工代表大会与员工代表沟通。大家畅所欲言、下情上达，充分传递广大职工的心声，为推动公司持续健康发展、维护广大职工的根本利益汇聚民意、献计献策。关于公司的重大业务变化，我们会提前一个月以上与员工沟通，严格遵守用工规范与标准流程。

职业健康与安全

我们为员工提供健康讲座、急救培训、各项文体活动机会等，努力创造健康与安全的职业环境。2016年，我们进一步提高安全管理水平，面向集团、各子公司行政保卫部门负责人及上海地区各园区和物业负责人开展了安全应急管理、安全保卫等知识培训；加强对食品采购、加工、存储和餐具清洗消毒等关键环节的控制，确保职工食堂食品安全。我们同时关心一线理赔人员的安全，在汛期开展应急演练和培训、提醒他们注意人身安全，并为他们配备必要的安全防护用品。

成都数据中心项目建设过程涉及到的施工单位和施工危险源较多，安全管理难度较大。我们始终将安全生产放在首位，所有重大安全风险源均有专项施工方案和监理实施细则，在每天安全巡视和每周安全检查的程序下，最终确保了整个实施过程中未发生安全事故。

员工工伤、误工率*统计

*误工率= (误工总天数/总工作小时数) *200,000

员工工伤人数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	0	0	0
太平洋寿险(总部)(人)	1	0	0
太平洋产险(总部)(人)	0	0	0
太平洋资产管理公司(人)	0	0	0
太平洋保险(香港)公司(人)	0	0	0
太保安联(人)	0	0	-
太养老投资公司(人)	0	0	-
长江养老(人)	0	0	0
安信农险(人)	1	0	-

因工伤损失工作日数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	0	0	0
太平洋寿险(总部)(人)	0	0	0
太平洋产险(总部)(人)	0	0	0
太平洋资产管理公司(人)	0	0	0
太平洋保险(香港)公司(人)	0	0	0
太保安联(人)	0	0	-
太养老投资公司(人)	0	0	-
长江养老(人)	0	0	0
安信农险(人)	110	0	-

员工死亡人数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	0	0	0
太平洋寿险(总部)(人)	0	0	0
太平洋产险(总部)(人)	0	0	0
太平洋资产管理公司(人)	0	0	0
太平洋保险(香港)公司(人)	0	0	0
太保安联(人)	0	0	-
太养老投资公司(人)	0	0	-
长江养老(人)	0	0	0
安信农险(人)	0	0	-

员工误工率

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(%)	0	0	0
太平洋寿险(%)	0	0	0
太平洋产险(%)	0	0	0
太平洋资产管理公司(%)	0	0	0
太平洋保险(香港)公司(%)	0	0	0
太保安联(%)	0	0	-
太养老投资公司(%)	0	0	-
长江养老(%)	0	0	0
安信农险(%)	0.09	0	-

培训与教育

员工培训总支出

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(万元)	732	552.2	598.1
太平洋寿险(万元)	2,352	2,020	2,169
太平洋产险**(万元)	667.7	532	452.12
太平洋资产管理公司(万元)	58.63	30	252.4
太平洋保险(香港)公司(万元)	23,490.83	24,797.5	66,186.15
太保安联(万元)	60	40	-
太养老投资公司(万元)	10	6	-
长江养老(万元)	82.7	68.1	35.7
安信农险(万元)	28.5	32.7	-

*由总部牵头培训，数据范围覆盖总部、分公司、支公司。

员工培训平均时长

员工培训平均时长（普通员工）

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(小时)	49.7	16.21	24.7
太平洋寿险*(小时)	60.83	60.03	61.06
太平洋产险**(小时)	81	36	54
太平洋资产管理公司(小时)	34	32	39
太平洋保险(香港)公司(小时)	1.2	1.05	0.95
太保安联(小时)	83	46	-
太养老投资公司(小时)	40	16	-
长江养老(小时)	6.32	18.28	18.32
安信农险(小时)	13	6	-

员工培训平均时长（中级管理层）

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(小时)	94.1	18.75	17.5
太平洋寿险*(小时)	41.34	40.5	28.1
太平洋产险**(小时)	24	22	28
太平洋资产管理公司(小时)	32	30	36
太平洋保险(香港)公司(小时)	0	0	0.5
太保安联(小时)	76	32	-
太养老投资公司(小时)	30	24	-
长江养老(小时)	19.74	49.68	47.48
安信农险(小时)	31	12	-

员工培训平均时长（高级管理层）

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(小时)	131.6	3.47	21.53
太平洋寿险*(小时)	33.4	32	36.5
太平洋产险**(小时)	24	22	50
太平洋资产管理公司(小时)	30	28	32
太平洋保险(香港)公司(小时)	0	0	0
太保安联(小时)	106	58	-
太养老投资公司(小时)	30	48	-
长江养老(小时)	102.32	77	125.64
安信农险(小时)	28	23	-

男性员工培训平均时长

	2016	2015	2014
太平洋寿险*(小时)	60.99	60.03	61.06
太平洋产险**(小时)	81	36	54
太平洋资产管理公司(小时)	54.2	48	35
太平洋保险(香港)公司(小时)	0.9	0.85	0.75
太保安联(小时)	78	40	-
太养老投资公司(小时)	40	30	-
长江养老(小时)	29.95	58.33	62.47
安信农险(小时)	16	8	-

女性员工培训平均时长

	2016	2015	2014
太平洋寿险*(小时)	60.67	60.03	61.06
太平洋产险**(小时)	81	36	54
太平洋资产管理公司(小时)	78	48.5	37
太平洋保险(香港)公司(小时)	0.9	0.85	0.75
太保安联(小时)	82	46	-
太养老投资公司(小时)	60	40	-
长江养老(小时)	31.97	62.26	66.68
安信农险(小时)	16	6	-

培训总人数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人次)	36,439	-	-
太平洋寿险*(人次)	4,035	3,390	3,090
太平洋产险**(人次)	644	592	530
太平洋资产管理公司(人次)	217	179	186
太平洋保险(香港)公司(人次)	15	16	23
太保安联(人次)	1,951	587	-
太养老投资公司(人次)	120	90	-
长江养老(人次)	727	598	532
安信农险(人次)	440	527	-

高级管理层接受培训的人数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人次)	474	-	-
太平洋寿险*(人次)	188	165	143
太平洋产险**(人次)	31	36	29
太平洋资产管理公司(人次)	6	5	5
太平洋保险(香港)公司(人次)	0	0	0
太保安联(人次)	378	138	-
太养老投资公司(人次)	20	15	-
长江养老(人次)	58	48	42
安信农险(人次)	8	7	-

中级管理层接受培训的人数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人次)	1,015	1,287	890
太平洋寿险*(人次)	1,124	1,032	1,022
太平洋产险**(人次)	55	54	58
太平洋资产管理公司(人次)	17	17	15
太平洋保险(香港)公司(人次)	0	0	3
太保安联(人次)	350	97	-
太养老投资公司(人次)	30	20	-
长江养老(人次)	271	223	198
安信农险(人次)	78	74	-

普通员工接受培训的人数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人次)	34,950	23,464	20,339
太平洋寿险*(人次)	2,723	2,193	1,925
太平洋产险**(人次)	558	502	443
太平洋资产管理公司(人次)	194	157	166
太平洋保险(香港)公司(人次)	15	16	20
太保安联(人次)	1,223	352	-
太养老投资公司(人次)	70	60	-
长江养老(人次)	398	327	292
安信农险(人次)	354	446	-

接受培训的男性员工数

	2016	2015	2014
太平洋寿险*(人次)	1,816	1,526	1,391
太平洋产险**(人次)	386	355	318
太平洋资产管理公司(人次)	128	83	93
太平洋保险(香港)公司(人次)	3	3	4
太保安联(人次)	780	264	-
太养老投资公司(人次)	50	30	-
长江养老(人次)	428	352	313
安信农险(人次)	224	278	-

接受培训的女性员工数

	2016	2015	2014
太平洋寿险*(人次)	2,219	1,864	1,699
太平洋产险**(人次)	258	237	212
太平洋资产管理公司(人次)	89	74	73
太平洋保险(香港)公司(人次)	12	13	19
太保安联(人次)	1,171	323	-
太养老投资公司(人次)	70	30	-
长江养老(人次)	299	246	219
安信农险(人次)	216	249	-

员工接受定期绩效考核及职业发展考评的百分比

员工绩效考核及职业发展考评无性别差异，且普通员工、中层员工、管理层员工受考核的百分比均为100%。

多元化与机会平等

我们严格遵循平等用工的原则，在员工招聘中不设立“性别、民族、婚育、宗教、有无携带乙肝病毒”等有悖公平就业的歧视性规定。

员工年龄构成

30岁及以下员工人数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	652	629	551
太平洋寿险*(人)	14,965	14,125	11,176
太平洋产险**(人)	118	111	95
太平洋资产管理公司(人)	57	34	28
太平洋保险(香港)公司(人)	7	10	11
太保安联(人)	77	34	-
太养老投资公司(人)	8	7	-
长江养老(人)	111	62	28
安信农险(人)	111	155	-

31-40岁员工人数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	613	522	499
太平洋寿险*(人)	14,323	13,756	10,015
太平洋产险**(人)	267	251	216
太平洋资产管理公司(人)	108	96	102
太平洋保险(香港)公司(人)	8	8	8
太保安联(人)	125	68	-
太养老投资公司(人)	16	16	-
长江养老(人)	127	122	119
安信农险(人)	154	169	-

41-50岁员工人数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	178	164	150
太平洋寿险*(人)	8,740	8,715	5,619
太平洋产险**(人)	155	138	114
太平洋资产管理公司(人)	44	43	50
太平洋保险(香港)公司(人)	20	19	16
太保安联(人)	26	15	-
太养老投资公司(人)	8	9	-
长江养老(人)	56	57	54
安信农险(人)	95	120	-

51及以上员工人数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	64	58	49
太平洋寿险*(人)	2,315	2,264	1,656
太平洋产险**(人)	59	53	45
太平洋资产管理公司(人)	8	6	6
太平洋保险(香港)公司(人)	5	4	6
太保安联(人)	2	2	-
太养老投资公司(人)	2	3	-
长江养老(人)	6	6	6
安信农险(人)	80	83	-

员工民族构成

汉族员工人数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	1,476	1,341	1,218
太平洋寿险*(人)	38,281	36,649	27,868
太平洋产险**(人)	593	545	465
太平洋资产管理公司(人)	211	175	182
太保安联(人)	221	117	-
太养老投资公司(人)	33	34	-
长江养老(人)	293	242	202
安信农险(人)	437	524	-

少数民族员工人数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	31	32	31
太平洋寿险*(人)	2,062	2,211	1,889
太平洋产险**(人)	6	8	5
太平洋资产管理公司(人)	6	4	4
太保安联(人)	9	2	-
太养老投资公司(人)	1	1	-
长江养老(人)	7	5	5
安信农险(人)	3	3	-

员工性别构成——全体员工

男性员工数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	848	859	836
太平洋寿险*(人)	15,673	14,568	14,777
太平洋产险*(人)	25,938	26,088	24,904
太平洋资产管理公司(人)	128	107	112
太平洋保险(香港)公司(人)	14	20	16
太保安联(人)	93	46	-
太养老投资公司(人)	19	19	-
长江养老(人)	167	139	119
安信农险(人)	224	278	-

女性员工数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	659	623	522
太平洋寿险(人)	24,670	24,248	25,378
太平洋产险(人)	25,727	25,022	24,291
太平洋资产管理公司(人)	89	79	77
太平洋保险(香港)公司(人)	26	21	25
太保安联(人)	137	73	-
太保养老投资公司(人)	15	17	-
长江养老(人)	133	108	88
安信农险(人)	216	249	-

员工性别构成——管理层

男性管理层员工数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	57	60	61
太平洋寿险(人)	14	16	16
太平洋产险(人)	61	56	53
太平洋资产管理公司(人)	6	15	13
太平洋保险(香港)公司(人)	1	1	2
太保安联(人)	6	3	-
太保养老投资公司(人)	2	2	-
长江养老(人)	6	7	3
安信农险(人)	58	54	-

女性管理层员工数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	22	16	19
太平洋寿险(人)	2	4	4
太平洋产险(人)	36	31	26
太平洋资产管理公司(人)	0	2	2
太平洋保险(香港)公司(人)	1	1	0
太保安联(人)	0	0	-
太保养老投资公司(人)	2	2	-
长江养老(人)	1	1	0
安信农险(人)	28	27	-

残障员工数

	2016	2015	2014
太平洋保险集团(总部)(人)	0	0	0
太平洋寿险(人)	0	0	0
太平洋产险*(人)	21	0	0
太平洋资产管理公司(人)	0	0	0
太平洋保险(香港)公司(人)	0	0	0
太保安联(人)	0	0	-
太保养老投资公司(人)	1	0	-
长江养老(人)	0	0	0
安信农险(人)	0	0	-

*原在线公司人员

问题申诉

我们建立了职工代表大会、在线平台等多种员工沟通渠道，确保充分了解员工心声。2016年，我们没有收到关于劳工问题的申诉，亦没有产生劳动纠纷。

服务网点分布

截至2016年底，寿险在全国的金融服务网点数量达到2,825个，覆盖30个省（市）、292个地区。2016年，全年累计新增2家中心支公司、23家支公司。

反腐败

我们认真学习和贯彻国家关于从严治党的战略部署，积极开展党风廉政建设，制定了《贯彻党风廉政建设责任制实施办法》、《党风廉政建设责任制考核办法》等一系列制度文件，并将党风廉政列入考核指标体系；我们建立了定期检查考评机制，针对存在的问题及时进行检查和通报。我们还制定了《亲属回避暂行规定》，全面界定任职回避范围；同时严格实施领导人员任中和离任审计。2016年，未发生重大腐败事件。

我们持续强化“天网工程”内审建设，中支公司全覆盖取得了决定性进展，2015年和2016年共上收610家产、寿险中支公司高管审计，保费占比超过中支公司总保费的80%，2017年将实现中支公司的100%覆盖；同时对集团、产险、寿险、资产管理等6家法人主体的资金运用开展了专项审计。

2016年，公司未发现重大腐败事件。

产品开发责任

我们不断进行内部产品研发机制创新，每一款重要产品的推出都经过充分的市场调研、科学的统计分析、开发团队“头脑风暴”、营销团队深入调查、产品设计、反复论证和测算等复杂的过程，确保产品符合相关政策法规要求。2016年，公司不存在被保监会叫停的产品。

太平洋寿险经过多次研讨和意见征集，形成了全新的“卓越产品开发生态系统”。该系统定位为产品决策和创新的服务及协调平台，以提升产品事宜的决策效率和专业化程度，解决产品开发中的痛点问题，提高研发能力和知识创新能力，将满足客户需求、适应监管变化落实到产品创新。

产品及服务保障

消费者权益保护到位是保险行业健康持续发展的重要基础之一。我们积极响应保监会关于提高消费者权益保护工作水平的要求，持续优化服务举措和投诉管理，为消费者提供放心服务。

太平洋保险创建服务门店现场管理体系，打造了一批业内领先的标准服务门店；太平洋寿险建立了涵盖客户全生命周期的以“在你身边，服务四季”为主题的客户服务体系，是业内首家以生态系统理念建立客户体系的保险公司。2016年，产、寿险均被中国质量万里行促进会授予“全国质量诚信品牌优秀示范企业”和“五星级服务质量奖”；寿险95500客服中心荣获了“2016年度中国呼叫中心最佳客户体验奖”。

为有效落实保监会《关于加强保险消费者权益保护工作意见》，2016年8月1日起，太平洋寿险保险消费者事务工作委员会在全辖范围内

开展为期四个月的投诉专项治理“闪电行动”，通过摸底核实、自查整改、现场检查及问责约谈四个阶段，在全辖范围内开展对2015年以来的所有投诉件进行摸底自查，从引发投诉的根源出发，查找管理疏漏和内控缺陷；并通过建立健全投诉处理管理制度和责任追究办法，确保投诉处理形成闭环管理和长效机制。

2016年，保监会对143家保险公司的投诉处理工作进行了考评。其中，71家产险公司平均得分为77.79分，太平洋产险得分为92.75分；72家寿险公司平均得分为82.95分，太平洋寿险得分为87.61分。

太平洋寿险

电话中心服务主要指标

	2016	2015	2014
呼入接通率(%)	97.39	97.28	94.55
20秒服务水平(%)	91.29	89.68	81.75
电话服务满意度(%)	99.17	99.06	98.83

理赔效率主要指标

	2016	2015	2014
理赔时效(天)	1.19	1.36	1.41
5日结案率(%)	96.67	95.40	95.84

投诉处理效率

	2016	2015	2014
寿险重大投诉处理结案率(%)	100	100	100
寿险一般投诉处理结案率(%)	100	100	100
寿险投诉及时结案率(%)	99.76	93.73	93.87
寿险投诉案件平均处理时长(天)	2.36	3.00	2.41

太平洋产险

电话中心服务主要指标

	2016	2015	2014
呼入接通率(%)	99.43	98.03	96.36
95500电话服务IVR满意率(%)	99.68	98.48	98.48

理赔效率主要指标

	2016	2015	2014
平均结案周期(天)	12.27	42.45	44.49
当年案件案均报案支付周期(天)	15.3	13.8	-
万元以下案均报案支付周期(天)	20	23.5	-

投诉效率主要指标

	2016	2015	2014
产险重大投诉处理结案率(%)	100	100	100
产险一般投诉处理结案率(%)	100	100	100
产险投诉一次解决率(%)	96.48	96.07	97.13

长江养老

满意度指标

	2016	2015	2014
长江养老400客服热线客户满意度(%)	96.5	96	95

因违反营销及承保法则受处罚情况

太平洋寿险

	2016	2015	2014
受罚次数(次)	9	2	3
受罚总额(万元)	85	14.53	20
受警告次数(次)	1	0	1

太平洋产险

	2016	2015	2014
受罚次数(次)	2	5	4
受罚总额(万元)	20	38	43
受警告次数(次)	0	0	0

数据安全与隐私保护

在互联网日益普及的环境下，数据安全是所有企业需要尤为重视的议题，它不仅关乎企业的顺利运营，同时也涉及广大客户的信息保护。集团信息中心已在2015年顺利通过从IS27001（2005版）到ISO27001（2013版）的升级认证，信息安全管理体系已符合最新国际标准。

随着成都数据中心的启用，太保集团的数据中心形成了两地两中心格局，灾难恢复能力从同

城升级为异地，风险防范能力从园区级提升为区域级，可有效应对区域性灾难事件所导致的生产系统较长时间中断，如爆炸、火灾、局部水灾、重大电力设施故障等。成都数据中心经过德国TUV NORD认证，达到TSI的L3可靠性等级。此外，我们还通过一系列信息系统灾难恢复应急演练，持续提升灾难应对能力。

我们同时制定了《客户信息管理办法》、《客户数据对外输出管理办法》等制度文件，保障客户信息在采集、保存、使用过程中的可用性、保密性、完整性，防止数据泄露，降低客户信息使用风险。

2016年，未发生因违反客户信息管理规定而受到监管处罚的情况。

知识产权保护

我们加大知识产权保护力度，有效维护公司知识产权合法权益。我们先后制定了《知识产权综合管理办法》、《知识产权综合管理应急预案》、《商标管理办法》等制度文件；成功注册“太保养老”、“太保医疗”、“太保健康”等多个商标。集团公司“太平洋保险”图形商标经上海市著名商标评审委员会评审会议审议通过，被认定为“上海市著名商标”，进一步提升了公司知识产权的保护价值。

2016年3月，我们和上海交通大学共同研发的首个基于互联网数据的采集与分析系统“2015版客户数据挖掘系统”，因其强大的全网信息采集和智慧语义感知技术，通过中国版权保护中心审核，取得计算机软件著作权登记证书。

责任投资

在投资研究工作中，我们非常重视投资对象在环境保护和社会责任担当方面的体现。我们相信投资效益必然受到投资对象社会表现的影响，符合社会公众利益的行为能帮助企业树立良好的形象、获得社会各界的支持，为企业获取长期利润准备了条件。为此，我们规避了一些上市公司盈利非常好，但其行为造成环境污染的投资。

我们同时建立了完善的信用风险政策和信用风险制度，制定了《信用评级管理办法》、《信用评级尽职调查制度》等政策，在信用评级过程中，除关注被评企业的核心竞争力、公司治理、研发、财务表现等因素以外，还非常关注企业和社会和环境领域的表现。我们还建立了负面新闻预警系统，实现对投资对象的风险监控。

太平洋资产管理公司

	2016	2015	2014
另类投资项目数(个)	70	68	59
另类投资项目中具有环境效益的项目数(个)	6	4	4
另类投资项目中具有社会效益的项目数(个)	35	36	34

长江养老

	2016	2015	2014
另类投资项目数(个)	13	3	3
另类投资项目中具有环境效益的项目数(个)	0	0	2
另类投资项目中具有社会效益的项目数(个)	3	1	0

审验声明



审验保证声明

范围及方法

DNV GL - 管理服务集团（下称DNV GL）应中国太平洋保险（集团）股份有限公司（下称“太平洋保险”）的委托执行对该公司《2016年企业社会责任报告》（下称《报告》）进行独立审验工作。

审验是按照《DNV GL可持续发展报告验证规章》的要求进行策划及实施的，该《审验规章》源于DNVGL专业经验，以及包括ISAE3000验证服务国际标准和GRI可持续发展报告指南等国际审验最佳实践。

除了对《报告》中披露的内容进行核实以外，我们也对太平洋保险特定社会责任绩效信息数据收集、记录及汇总过程依据可靠性原则进行了评估。特定的社会责任信息：《报告》中披露的2016年产品合规及客户满意度。

《报告》中的绩效及数据参阅GRI G4核心方案。

《报告》中所披露的财务数据和信息源于第三方机构审计的太平洋保险2016年度财务报告，对从年度报告中获取的财务数据的审验不在我们的工作范围内。

我们策划并实施了相关审验工作，以获取必要的证据为保证意见提供基础。本次审验基于《审验规章》“原则遵循”要求进行，并提供有限级别保证。更高级别的保证将需要在集团和现场层面进行额外工作，以获得进一步的证据支持我们的保证意见。

双方责任

太平洋保险负责《报告》中数据的收集、分析、汇总及信息披露。DNV GL在执行此项工作时，按照双方商定的条款执行全部审验工作，本声明阐述了DNV GL对本《报告》的相关意见。太平洋保险的各利益相关方是本声明的预期使用者。

除了本审验声明以外，DNV GL没有参与准备该报告中的任何内容及数据。本次审验过程是基于太平洋保险提供给我们的数据和信息是完整和可信的前提下进行的。DNV GL在审验过程中，通过多种公开途径了解对太平洋保险的相关正面及负面评论信息等，以保持审验的完全中立。DNV GL明确表示对任何个人或实体根据此报告审验声明作出任何决策不负有责任或义务。

审验活动

由多名可持续发展及审验专家组成的审验小组，在太平洋保险总部及下属分支机构进行了现场评审。我们的审验活动包括：

- 评审《报告》中披露的影响太平洋保险并受利益相关方关注的社会责任议题；
- 评审太平洋保险“利益相关方参与”的管理方法及活动，如客户满意度调查；
- 评审太平洋保险依据报告原则对社会责任绩效进行管理和披露的相关信息；
- 与太平洋保险社会责任管理相关管理层及关键岗位负责人进行访谈，并评审相关社会责任管理活动；
- 基于《报告》披露的关键责任议题，访问中国太平洋保险（集团）股份有限公司总部、中国太平洋人寿保险股份有限公司四川分公司以及中国太平洋财产保险股份有限公司福建分公司，就其社会责任绩效信息的管理过程、系统以及社会责任管理战略在组织内部的实施情况进行评审；
- 基于太平洋保险总体的社会责任实质性议题优先顺序，评审《报告》中披露的绩效信息和数据的支持性证据；
- 对《报告》中披露的定性及定量数据的产生、收集和管理过程进行抽样核实；
- 对《报告》遵循GRI G4.0核心方案的情况进行评审。

审验意见

基于已实施的审验工作，没有什么使我们认为该《报告》没有按照报告原则进行恰当地陈述。在绩效信息或数据的可靠性方面，没有什么使我们认为这些绩效信息或数据没有被正确地由各业务层面获取，又或被故意地虚构

在本次审验范围内，没有什么使我们认为本《报告》未遵循GRI G4的相关要求，如：

- 一般标准披露项：《报告》中所披露的“一般标准披露项”相关信息，包括未披露项的原因解释。没有未遵循GRI G4核心方案披露要求

审验声明



- 具体标准披露项: 《报告》中所披露的“具体标准披露项”相关信息,包括实质性议题相关的管理方法、绩效信息,没有未遵循 GRI G4 核心方案披露要求

审验发现

下列建议和改进机会摘自DNV GL向太平洋保险管理层提交的审验报告中。但是,这并不影响我们对该报告的结论。以下建议事项是与太平洋保险现有的管理目标一致的:

- 建议《报告》进一步提升有关可持续发展绩效信息及数据披露的广度和深度,确保《报告》中披露的内容及绩效信息与报告的边界及范围相匹配;
- 建议《报告》更完整的按照 GRI《金融服务行业披露指引》的要求披露相关的绩效指标;
- 建议《报告》更清楚地披露关于供应商可持续发展绩效的评估方法及标准。

GRI G4原则:

实质性: 优秀。太平洋保险在公司内部建立了确定实质性问题的流程,《报告》中披露了与其自身相关的可持续发展背景 and 通过该流程所识别的实质性议题,同时披露了太平洋保险在如何落实这些实质性方面的管理机制及绩效结果,以透明的形式来展示这些关键的可持续发展绩效信息。

利益相关方包容性: 优秀。太平洋保险通过多种沟通途径建立了包容利益相关方参与并表达他们期望的过程,利益相关方参与已融合在太平洋保险的经营管理活动中,并影响了太平洋保险的可持续发展政策及目标的设定。利益相关方参与的方式及其主要关注议题在《报告》中作了披露。

回应性: 优秀。太平洋保险通过制定可持续发展政策、目标和任务,完善公司治理结构、管理体系和具体流程,建立利益相关方关注问题回应机制来提高回应性。《报告》以最近三年的历史数据及详细的文字描述,特别是针对其所识别的21项实质性议题,从经济、社会和环境议题等方面回应了主要利益相关方关注的可持续发展议题。《报告》披露的信息是基于对影响太平洋保险可持续发展战略的各方面实质性议题的识别和分析来建立的。

完整性: 良好。在太平洋保险定义的报告范围及报告边界中,我们认为该报告没有遗漏足以影响利益相关方决定的信息或报告期内企业社会责任的主要议题。

准确性: 优秀。太平洋保险已建立了完善的社会责任绩效信息管理流程,关键责任议题的相关信息和数据准确地反映在本《报告》中。按照“原则遵循”审验的要求,我们相信报告中呈现的数据和信息是准确及详细的,足以让利益相关方公司的绩效及实质性议题。

中立性: 良好。我们认为,《报告》的整体基调基本保持中立和信息披露平衡。对《报告》中披露的各种不同议题的重点与其实质性基本上是成正比的。

可持续发展背景: 良好。以审核组的观点来看,我们相信报告中呈现的绩效是与太平洋保险的业务相关背景,通过在行业及地区的环境及社会资源的限制和需求为整体背景来讨论太平洋保险的可持续发展绩效的。

DNV GL - 管理服务集团



吴迪 (Wu Di)
审验组长



谢振玮 (David Hoehl)
批准
中国区可持续发展业务经理

上海, 2017年03月

香港联交所ESG索引

披露项

A. 环境	页码	B. 社会 (雇佣及劳工常规)	页码	B. 社会 (雇佣及劳工常规)	页码
层面A1: 排放物		层面B1: 雇佣		营运惯例	
A1—一般披露	43-46,53-55	B1—一般披露	19-23,52,56,59,62	层面B5: 供应链管理	
A1.1	55,56	B1.1	56-57,62-64	B5—一般披露	53
A1.2	54	B1.2	57-58	B5.1	53
A1.3	55			B5.2	53
A1.4	53-54	层面B2: 健康与安全			
A1.5	45-46,53-56	B2—一般披露	23,59	层面B6: 产品责任	
A1.6	53-55	B2.1	60	B6—一般披露	14-16,65-66
		B2.2	60	B6.1	65
层面A2: 资源使用		B2.3	23,59	B6.2	10-11,14,16,65-66
A2—一般披露	10-11,45-46,53,56	层面B3: 发展及培训		B6.3	66
A2.1	53-54	B3—一般披露	19-22	B6.4	不适用
A2.2	55	B3.1	61-62	B6.5	66
A2.3	45-46,53-55	B3.2	60-61		
A2.4	不适用	层面B4: 劳工准则		层面B7: 反贪污	
A2.5	53-55	B4—一般披露	56,59	B7—一般披露	28-29,64
层面A3: 环境及天然资源		B4.1	56,59	B7.1	64
A3—一般披露	45-46,53-56	B4.2	56,59,64	B7.2	28-29,64
A3.1	43-46,53-55				
		社区		层面B8: 社区投资	
				B8—一般披露	34-35,66
				B8.1	23,31-35,41,43-46
				B8.2	23,31-35,41,43-46,66

GRI (G4)索引

一般标准披露项

一般标准披露项	页码	一般标准披露项	页码	一般标准披露项	页码		
战略与分析			确定的实质性方面与边界				
G4-1	6-7	G4-17	8,74	G4-34	27,47,《中国太保2016年年报》-公司治理		
G4-2	6-7,10,11,14,15,17,28,32,33,35,38,39,44,45,46	G4-18	47-50	G4-35	27,47		
机构概况			G4-19	48-50	G4-36	27,47	
G4-3	8	G4-20	10-11,13,19,25,31,37,43,48-50	G4-37	27,47		
G4-4	2,8,10-11,14-17	G4-21	48-50	G4-38	27,《中国太保2016年年报》-公司治理		
G4-5	8	G4-22	74	G4-39	27,《中国太保2016年年报》-公司治理		
G4-6	8	G4-23	74	G4-40	27,47,64,《中国太保2016年年报》-公司治理		
G4-7	8	利益相关方参与			G4-41	27,《中国太保2016年年报》-公司治理	
G4-8	8	G4-24	51	G4-42	27,47		
G4-9	8,52,56	G4-25	51	G4-43	27,47		
G4-10	21,56-57,62-64	G4-26	51	G4-45	27,47		
G4-11	59	G4-27	51	G4-47	27,47		
G4-12	53	报告概况			G4-48	27,47	
G4-13	8,74	G4-28	74	G4-49	27,47		
对外部倡议的承诺			G4-29	74	薪酬和激励		
G4-14	44-45	G4-30	74	G4-51	《中国太保2016年年报》-公司治理		
G4-15	35,40,44-45,74	G4-31	75	G4-52	52,56,《中国太保2016年年报》-公司治理		
G4-16	38,40,44	G4-32	74	G4-53	59,《中国太保2016年年报》-公司治理		
			G4-33	67-68,74	商业伦理与诚信		
						G4-56	8,10-11,28-29,64,65
						G4-57	28-29,64
						G4-58	28-29,64

具体标准披露项

DMA和指标 (类别: 经济)	页码	DMA和指标 (类别: 环境)	页码	DMA和指标 (类别: 环境)	页码
实质性方面: 经济绩效		实质性方面: 能源		实质性方面: 整体情况	
G4-DMA	25-29	G4-DMA	45-46,53	G4-DMA	45-46
G4-EC1	8,25,26,52	G4-EN3	53-55	G4-EN31	暂无相关统计口径
G4-EC2	6-7,44-45	实质性方面: 水		实质性方面: 供应商环境评估	
G4-EC3	52	G4-DMA	53	G4-DMA	53
实质性方面: 市场表现		G4-EN8	55	G4-EN32	53
G4-DMA	52	实质性方面: 污水和废弃物		G4-EN33	53
G4-EC5	52	G4-DMA	55	实质性方面: 环境问题处理机制	
G4-EC6	53	G4-EN23	55	G4-DMA	56
实质性方面: 间接经济影响		实质性方面: 产品和服务		G4-EN34	56
G4-DMA	31-35,38,39,53	G4-DMA	45-46,53-56	DMA和指标 (类别: 社会) (子类别: 劳工实践和体面工作) 页码	
G4-EC7	31-35,38,39	G4-EN27	45-46,53-56	实质性方面: 雇佣	
G4-EC8	31-35,38,39,53	G4-EN28	53-54	G4-DMA	56
实质性方面: 采购行为		实质性方面: 合规		G4-LA1	56-58
G4-DMA	53	G4-DMA	56	G4-LA2	56
G4-EC9	53	G4-EN29	56	G4-LA3	58-59
DMA和指标 (类别: 环境) 页码		实质性方面: 交通运输			
实质性方面: 物料		G4-DMA	56		
G4-DMA	46,53	G4-EN30	56		
G4-EN1	53-55				

具体标准披露项

DMA和指标 (类别: 社会) (子类别: 劳工实践和体面工作)	页码
实质性方面: 劳资关系	
G4-DMA	59
G4-LA4	59
实质性方面: 职业健康与安全	
G4-DMA	23,59
G4-LA6	60
G4-LA7	59-60
G4-LA8	23,59
实质性方面: 培训与教育	
G4-DMA	19-22
G4-LA9	60-62
G4-LA10	19-22
G4-LA11	62
实质性方面: 多元化与机会平等	
G4-DMA	62
G4-LA12	62-64
实质性方面: 男女薪酬	
G4-DMA	59
G4-LA13	59
实质性方面: 供应商劳工实践评估	
G4-DMA	53
G4-LA15	53

DMA和指标 (类别: 社会) (子类别: 劳工实践和体面工作)	页码
实质性方面: 劳工问题处理机制	
G4-DMA	64
G4-LA16	64
DMA和指标 (子类别: 人权)	
实质性方面: 投资	
G4-DMA	66
G4-HR1	66
G4-HR2	60-62
实质性方面: 非歧视	
G4-DMA	59,62
G4-HR3	59,62
实质性方面: 结社自由与集体谈判	
G4-DMA	59
G4-HR4	53,59
实质性方面: 童工	
G4-DMA	59
G4-HR5	53,59
实质性方面: 强迫与强制劳动	
G4-DMA	59
G4-HR6	53,59

DMA和指标 (子类别: 人权)	页码
实质性方面: 供应商人权评估	
G4-DMA	59
G4-HR11	59
实质性方面: 人权问题处理机制	
G4-DMA	64
G4-HR12	64
DMA和指标 (子类别: 社会)	
实质性方面: 当地社区	
G4-DMA	31-35,38,39
G4-SO1	31-35,38,39
G4-SO2	31-35,38,39
FS13	64
FS14	31-35,38,39,41
实质性方面: 反腐败	
G4-DMA	28-29,64
G4-SO4	28-29,64
G4-SO5	64
实质性方面: 合规	
G4-DMA	28-29,65-66
G4-SO8	66

具体标准披露项

DMA和指标 (子类别: 人权)	页码
实质性方面: 供应商社会影响评估	
G4-DMA	53
G4-SO10	53
实质性方面: 社会影响问题处理机制	
G4-DMA	64
G4-SO11	64
DMA和指标 (子类别: 产品责任)	
实质性方面: 客户健康与安全	
G4-DMA	10-11,13-17
G4-PR1	不适用
G4-PR2	65-66
实质性方面: 产品及服务标识	
G4-DMA	10-11,13-17,65
G4-PR3	不适用
G4-PR4	65-66
G4-PR5	16,65-66
实质性方面: 市场推广	
G4-DMA	10-11,13-17,65-66
G4-PR6	65
G4-PR7	65-66

DMA和指标 (子类别: 人权)	页码
实质性方面: 客户隐私权	
G4-DMA	66
G4-PR8	66
实质性方面: 合规	
G4-DMA	65
G4-PR9	66
实质性方面: 产品组合	
G4-DMA	10-11,28,32-33,35 38-39,66
FS6	26
FS7	32-33,35,38-39
FS8	44-45
实质性方面: 审计	
G4-DMA	28-29,66
实质性方面: 有效的掌控	
G4-DMA	27,66
FS10	66
FS11	66

关于本报告

本报告是中国太平洋保险（集团）股份有限公司所发布的第九份企业社会责任报告。报告提供纸质版（使用环保再生纸）与网络版，网络版可在上证所网站（www.sse.com.cn）和本公司网站（www.cpic.com.cn）查阅下载。

报告范围

报告的时间跨度为2016年1月1日至2016年12月31日。如无特别说明，报告中披露的数据和案例均源于太平洋保险集团及其全资子公司、控股子公司和分公司。

编写标准

报告采用香港联交所新版《环境、社会及管治报告指引》、全球报告倡议组织（Global Reporting Initiative, GRI）的可持续发展报告指南(G4)及其金融服务行业报告补充指南（FSSS），并选择参照“核心方案”进行披露。

同时，报告在编制过程中还参考了国际标准化组织于2010年11月发布的社会责任指南ISO 26000、上证所发布的《公司履行社会责任的报告编制指引》、商道纵横与《南方周末》联合发布的《企业社会责任报告关键定量指标指引（MQI）》。

指标与信息收集

报告披露的指标与企业社会责任议题高度相关，相关数据和案例均收集自太平洋保险集团及其子公司和分公司，收集渠道包括：

• 集团内部相关数据收集系统与相关统计报表

• 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表

• 报告编制阶段在集团及子公司和分公司进行的部门访谈与实地考察

• 利益相关方关注分析梳理

报告信息变更说明

太平洋保险在线服务科技有限公司于2012年2月注册成立，2016年在完成对“互联网+”保险的探索后，在线公司被重新定位，主要职能划归集团不同业务板块，电网销回归产、寿险公司，在线平台及大数据并入“数字太保”运营。因此，本年报告中没有出现在线公司的相关信息披露。

报告审验

我们邀请DNV·GL管理服务集团对本报告进行了独立第三方审验。审验结果显示，报告在实质性、利益相关方包容性、回应性、准确性方面达到“优秀”水平，在完整性、中立性、可持续发展背景方面表现“良好”水平。审验详情请参见报告第67页至68页“审验声明”。

联系我们

尊敬的读者：

感谢您阅读《2016中国太平洋保险企业社会责任报告》。如在报告阅读过程中，有任何意见或建议，请不吝指正，以帮助我们在今后进一步提升企业社会责任管理工作。

我们的联系方式是：

地址：上海市银城中路190号 中国太平洋保险（集团）股份有限公司 品牌建设部

邮编：200120

邮箱：cpic-csr@cpic.com.cn

谢谢！

《2016中国太平洋保险企业社会责任报告》编写组
2017年3月



官方微信



官方微博