

# 让美好更好

## ——君龙人寿 2021 年社会责任报告

君龙人寿是厦门建发集团有限公司和台湾人寿保险股份有限公司强强联手合资设立，公司持续深化战略转型，不断整合“产品+服务”资源，推动数字化转型，全面提升客户服务体验，以“让更多家庭过上更健康更美好的生活”为使命，积极搭建“保险+医疗”生态圈，从服务实体经济、化解急难险重、强化科技赋能、提升风险防控、关爱员工成长、保护消费者权益等方面进行革新，努力成为能为客户提供有温度有责任服务的保险公司。

### 一、承诺保障，提高产品吸引力

公司不断完善产品体系，推动保障型产品销售，实现产品升级和市场竞争力的提升，推动“保险+医疗”产品：针对疫情需求，公司上线《君龙疫苗心安医疗意外保险》作为赠险，当年度累计送出 7,032 件，保额逾 7 亿元；公司还对于 23 款重大疾病保险陆续落实了新冠扩展方案；对《君龙臻爱 21 医疗保险》特药清单扩展升级，新增两种 CAR-T 细胞免疫治疗药品，并提供 CAR-T 就医绿通、药品直赔、病程管理等健康管理服务。在“产品+服务”策略上，努力成为解决客户健康、养老需求的综合化方案提供者。

坚守约定，兑现承诺，2021 年，公司处理理赔案件 1231 件，为 1010 个客户提供理赔服务，共计支付赔款金额 1667.55 万元，为客户及其家庭构筑一道有力的保障墙；2021 年，理赔件均结案时效 1 天，5 日结案率达到 97.89%，应赔尽赔，能赔快赔，让客户投保更安心，理赔更省心。

## 二、 拓展服务，提升客户体验感受力

公司推出“GO 健康”服务品牌，以诊前一疾病预防与咨询、诊中一就医协助、诊后一康复护理三大板块内容，以“优质服务内容+完善服务体系+趣味服务活动”结合在一起，让大众更加注重健康生活。

公司推出三大健康守护，通过多癌种的癌症早筛管理计划、“全程陪诊”、“CAR-T 介入产品责任范围”健康卫士全方位守护客户的健康。用心专业对待每一位客户，2021 年公司为 6 万多全国不同地区的客户提供了保险服务。

公司还专门为老龄用户打造一站式微信服务平台，通过“e 乐服务”菜单实现线上回访、保单变更、理赔、客服、VIP 服务预约等功能，让老年人能够足不出户畅享线上服务，更能一键办理各类保单业务，同时还能在线理赔省时又省心。公司还设置在线客服，一对一在线指导老年人使用微信功能办理业务，全方位照顾老年人的使用感受。

公司还开通台湾健保“一站式”代办报销服务，以解决台胞报销健保费用问题，对台胞提供专业报销流程指导，协助办理报销材料汇总、复核及申报提交等一系列工作，提升台胞医疗保障获得感，助力两岸融合发展。

公司以“客户需求为中心”，提升客户体验，将公司与厦门弘爱医院系统对接，方便客户通过官方微信公众号实现出院时商保一站式理赔服务，极大地缩短了理赔时间，真正做到省时省事又省心。公司构筑健康保险，携手厦门弘爱医院、建发溢佰、瑞基因等合作单位，为客户提供全方位健康保险服务，启动第一届健康服务节，请弘爱医院专家为市民居民提供义诊服务，举办

由线上医疗专家互动直播、线下各分公司开展和健康有关活动，并在弘爱医院驻点客户服务，让客户感受到公司践行“让更多家庭过上更健康更美好的生活”的使命。

### **三、狠抓管控，温馨保险持续发力**

公司以国家倡导的创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念为引领，主动履行环境保护责任，倡导节能减排，推进无纸化办公，推广电子保单，提升线上化运营比例，为客户提供温馨及时的服务。

公司持续对微信平台进行升级和优化，致力于提供自助式、实时化的微信服务，显著减少客户上门申请和填写纸质资料手续，为环保事业贡献了一份力量。契约方面，2021年进一步推广线上化、电子化服务，个险渠道电子签名使用率达80%，电子回执使用率达99%，进一步推动无纸化进程；保全方面，2021年推出退保、犹豫期退保等项目，并优化了生存金/满期金领取项目，进一步完善线上保全服务，共计节省纸张约3.69万张；续期方面，客户可以通过微信平台，使用微信支付的零钱或绑定的银行卡交费，也可以输入其他银行卡号交费，足不出户即可完成交费，低碳环保；理赔方面，积极倡导客户通过微信自助拍扫资料，完成理赔报案、申请全流程，不断优化和细化微信理赔功能，使客户在线便可随时申请，随时查看理赔进程，2021年理赔微信理赔使用率达到了86.97%。公司通过多种途径宣导电子信函的优势，在已有电子邮件信函的基础上，新推出了微信信函。通过以上措施，公司极大减少了纸质材料的使用，全年节省4吨量的纸张使用。

### **四、渠道调整，实现创新突破力**

公司秉承“专业、简单、温暖、责任感、进取”的企业价

值理念，逐步调整业务策略，积极发展组织，建构优势，打造核心竞争力，在获利基础上扩大规模，并进行互联网新业务模式开拓。公司发展势头较好，股东双方于 2021 年再次增资 7 亿元。

公司从三个业务渠道布局，在个险渠道方面，能认真策划业务方案，有效激励业务队伍，固化经营举措，推动标准化组织，打造荣誉体系，优化培训体系，塑造专业化营销团队，进一步提升营销员的销售技能与服务能力。在银保渠道方面，全年实施业务模式改革，通过提高产品优势提升规模保费从而提升公司的品牌影响力及竞争力，已经取得了一定的成效，不断加强与银行间的合作。在互联网渠道方面，重新梳理产品销售策略与渠道发展策略，对渠道合作与销售模式进行修正，扩大寻找与其他互联网平台的合作机会，试探线上线下融合的销售方式。

### **五、专业提升，铸就投资实体能力**

公司密切关注国家战略方向，积极响应国家政策。在资金运用方面支持实体经济，特别是符合国家战略发展方向的企业的发展，积极发挥专业机构投资者的作用。充分发挥保险资金长期投资的独特优势，在投资中践行社会责任投资理念，积极通过投资地方政府债券、私募股权基金等方式，融入国家发展战略，更好服务资本市场和实体经济，推动国家经济社会高质量发展。

### **六、品牌升级，提升形象影响力**

公司对品牌体系优化进行全面梳理，重新确定品牌文化内涵，为家庭成长的每个阶段做好健康风险管理规划，用简单、实在、高性价比的产品和暖心服务，有效防范各类风险，提供更佳生活保障，让客户安心放心，远离困扰，与家人拥有健康和财富，尽情追求、享受人生各种美好。以“君龙家文化”为方向，倡导一种中国式家庭关爱的品牌理念焕新传播形式。

公司举办“聚变2021”交响音乐会，邀请数百名公司客户以及社会各界人士一起聆听经典乐章，还特别邀请了“星星月季花园”自闭症儿童公益机构数十名孩子和家长们的共同感受这场音乐盛宴，并为他们举办爱心义卖活动。

面对疫情爆发，公司志愿者走入18个社区，积极捐赠矿泉水等其他物资。此外，公司还携手金融机构，支持发起“壹‘鹭’同安抗击疫情慈善信托”，接受社会各界爱心善款，专项用于抗击新冠疫情。

公司在福州举办2021年“爱·艺”手工坊项目启动仪式暨衍纸技能培训开课。开设了衍纸、手绘面具、盘绘、剪纸、串珠、漆艺、中国结、彩铅画等多种技艺的培训，并适时开展作品交流和义展义卖活动，举办捐赠仪式。期望在社会各界的帮扶下，让残疾朋友们可以内心坚定，充满阳光，经过自身的努力，学习技能，融入到社会，展示自我价值。

2021年，公司推行全民阅读文化，举办《有请讲书人》活动，旨在营造“读好书、求甚解”，乐于分享、积极向上的社会文化氛围，公司希望能通过选手的演讲，传递出读书可以陶冶情操、开阔视野，为生活品质的提高，社会文明的进步，做出积极的贡献。

## **七、科技引领，提供高效动力**

公司从支撑业务发展的数字化平台的搭建、线上化的数字化服务供给、多渠道作业协同的数字化连接、信息科技人员与组织调整四个方面推进信息化建设，借由数字化产生数据洞察，驱动创新，并利用数据可视化、建模、算法，支持公司在“产品+服务”和“渠道”的两大策略发展。公司对核心系统进行更新，提供产品责任颗粒化、7\*24小时全线上化服务、线上化业务流

程，推动公司数据化转型。为进一步提升客户体验和服务质量，公司继续 CRM 专案二期工作，提升公司客户管理和精准营销的能力。完善单证统一交付平台，为建立纸质和电子单证一体化综合交付平台，实现保单、信函、批单、理赔通知书等单证统一生成和交付。并采用数字化平台为基底、数字化供给为起点、数字化连接为触达的方式达成公司战略目标。

## 八、组织变革，激励员工活力

公司始终关注人才的引进与培养，推行关爱人才、重视人才的理念。为匹配公司快速发展战略，公司于2021年初启动人力资源体系优化专案，结合公司战略重点及业务策略，调整优化组织结构，搭建全新职位体系，辅以差异化薪酬策略和完善绩效考核模式。努力实现以人才创新驱动企业发展，持续强化人力资源体系建设和人才管理机制，提高公司的核心竞争力。公司将以不同发展阶段的战略目标为依据，以专业的人力资源管理制度为工具，相关职能管理部门的相互配合支持，坚持多渠道、多层次完善人才培育体系，力求员工与企业共同发展，形成双向正循环。

公司高度关注员工身心健康，在严格遵守疫情防控有关规定和要求的前提下，有序开展各类社团活动，倡导员工加强锻炼，培养健康向上的文体生活氛围，在各类重大节日时组织发放福利慰问、组织旅游等策划活动，不断增强员工的向心力和凝聚力。公司还重塑保险代理人的新形象，打造专业代理人团队，强化行业创新能力与标准化能力。

公司通过“立己达人，兼善天下”的理念，不断提升员工自身人格修养和专业能力，成就自我，关爱家人。逐步推行“六立”企业文化的倡导，即立坦诚之心、立进取之志、立专业之本、立实干之行、立团结之力、立社会之责，致力于守护和创造客户、

员工、股东与社会的价值。

## **九、 风险把控，增加企业定力**

公司不断健全风险管理制度体系、积极提升智能化风险管理水平、全面构建风险偏好体系、分析风险综合评级结果和培育风险管理文化，持续完善公司全面风险管理体系。积极提升智能化风险管理水平，启动风险管理系统升级项目，新系统对接核心、财务等系统，实现部分数据的自动采集、全部数据的自动计算、监测和预警等功能，有效提升了风险数据的时效性和准确性，为提高公司风险管理效率和智能化风险管理水平提供坚实的基础。2021年公司还开展偿付能力专项评估培训，风险管理相关的专项培训或监管认可的培训，通过组织风险管理培训和编制风险管理资讯，培育风险管理文化，增强全员风险管理意识。

## **十、 公司治理，健康稳定发展力**

公司不断加强在股东治理方面、董事会治理方面、监事会和高管层治理方面、风险内控方面、关联交易方面、其他利益相关者等方面的建设，在当年度公司治理监管评估中位列行业前列。

公司董事经验丰富，具有较高的专业素质，共同组建成一个规范、高效、专业董事会，并致力于实现公司价值最大化。

公司坚决落实股权管理监管要求，加强股东股权和关联交易管理，并通过主动、及时、高质量的信息披露，与股东保持透明有效沟通；确保关联方交易穿透识别、结构清晰、诚实信用、公开公允；公司依法履行信息披露义务，不断提升信息披露的质量、时效性和透明度。

## **十一、 夯实管理，提升消费者防范能力**

公司确定了以消费者权益保护为中心，构建、落实有效的

体制机制，建立“事前预防、事中控制、事后解决”的全流程消保体系。通过建立消费者权益保护审查工作机制对产品和服务销售各环节的审查、监督，从业务规则、定价管理、协议条款、宣传文本等环节进行审核，明确职责分工，制定应急预案，不断提升客户服务水平，多角度、多层次、多途径开展消费者权益保护活动，确保消费者保护落到实处。已将消保工作纳入公司经营发展战略和企业文化建设中的策略目标。

2021年度，我司积极开展金融知识宣传教育活动，主动预防和化解潜在矛盾。在宣传模式上，主要运用线上、线下相结合、常态化与重点时段宣传相结合，扩大宣传覆盖面。在官网设立消费者教育专栏，通过知识问答、以案说险、风险警示等形式向消费者进行常态化金融知识宣传，提高消费者金融素养；通过积极参与年度3.15消费者权益保护教育宣传周、银行保险业9月金融知识联合宣传月活动，聚焦“一老一少”重点关注人群的服务与金融知识教育，切实维护消费者合法权益。针对内部员工，开展形式多样的消费者权益保护知识教育与培训，激发员工的消费者权益保护意识。

公司通过建立小额投诉处理工作机制，提高了小额投诉案件的处理时效，降低投诉案件升级风险。并增设官方微信在线投诉渠道，方便客户表达消费诉求，目前消费者可以通过电话、传真、信件、邮箱、官网、官微、客服柜面等七类渠道向公司提交诉求。2021年，全年为进线的6403多通来电，线上3279位咨询客户解决问题，满意度高达99.9%。

## 十二、展望未来，健康简单高效力

公司始终以社会责任为己任，坚持做有温度的企业，坚持科技赋能的服务理念，积极推行重大业务经营举措，夯实经营管理

基础，强化业务发展保障。在股东、客户、社会、员工四个利益体中建立一个公司治理高度平衡机制，促进了公司长期健康稳定的发展。

公司继续对组织架构进行调整与优化，将进一步建立健全市场化、专业化的经营机制，不断激发内生发展活力；加强产品创新、客户体验、战略发展，完善以客户为中心的服务体系和产品体系；通过精细化管理及体系化运营，持续提升服务水平；凭借稳健的投资业绩，资产规模能稳健增长，支持实体经济发展，继续创造价值，服务社会；深化信息技术应用，加强数字化平台建设；强化法规意识和健全公司内控体系，加强差异化管理和风险管理能力；重视员工培养，搭建培训体系，营造并激发人才队伍活力，为员工提供稳定、高效的发展平台；更有效完善功能提升用户体验，满足客户多元化需求；努力推动品牌建设，奉献爱心，履行责任，积极践行并承担社会责任，传递社会正能量，为社会经济发展贡献力量，全体员工上下一心，协同共进，推动公司稳定健康可持续发展。