



# 2022年度 企业社会责任 报告



中美联泰大都会人寿保险有限公司

# 目录

## 01 开篇

1.1 关于本报告	02
1.2 CEO致辞	03
1.3 关于我们	04
1.4 新纪元战略	05
1.5 可持续发展战略	06
1.6 责任荣誉	07

## 02 坚持稳健经营

2.1 以客户为中心	09
2.2 坚持科技赋能	12
2.3 消费者权益保护	15
2.4 确保稳健的发展	18
2.5 打造卓越职场	22

## 03 传递社区关爱

3.1 共建金融健康	28
3.2 抗疫救灾	29
3.3 关爱儿童与女性	30

## 04 筑建绿色未来

4.1 发展绿色金融	33
4.2 践行绿色运营	35
4.3 推广环保理念	36

## 05 结篇

5.1 关键绩效指标	38
------------	----

# 01 开篇

## 关于本报告

本报告是中美联泰大都会人寿保险有限公司(简称“大都会人寿”“公司”“我们”)发布的第三份企业社会责任报告,涵盖了公司对社会责任关键议题的实践及管理方法。电子版报告可通过访问大都会人寿官方网站<https://www.metlife.com.cn/>获取。

### 报告范围

报告的组织范围:如无特别说明,本报告的内容和数据均源自大都会人寿及其下属分公司。报告的时间范围:2022年1月1日至2022年12月31日,部分内容涉及2023年。

### 报告信息及数据说明

本报告中的信息及数据来自于公司内部统计、公开报道,以及部门沟通访谈时获取的信息。所涉及货币种类及金额如无特殊说明,均以人民币为计量单位。



# CEO致辞

## 创造长远价值, 共驭美好未来

自中美联泰大都会人寿在中国市场开展业务以来, 我们已走过了18年的风雨历程, 有幸参与了中国保险行业快速发展壮大的进程, 也深刻感受到保险产品与服务在人们追求、创造美好生活的过程中所注入的积极力量。回溯过往, 我们秉持“常伴左右, 共驭美好未来”的目标主张和积极回馈社会的理念, 依托外方股东美国大都会集团在保险业的丰富经验以及中方股东上海联和投资有限公司对中国市场的深刻认识, 发挥差异化优势, 致力于为各利益相关方创造价值, 为中国保险行业的可持续发展贡献力量。

2022年, 面对多重挑战因素, 保险行业继续深化转型。大都会人寿坚定贯彻“赢取未来”战略, 坚持稳健经营和高质量发展, 坚守保险保障本源, 以正直诚信作为行动准则, 将可持续发展的理念融入公司经营的各个环节。

我们秉持“以客户为中心”的宗旨, 为客户人生的不同阶段提供一站式的保障与服务; 我们坚持稳健的经营, 通过严谨的风险管控、合规管理和信息安全建设等举措, 护航公司健康发展; 我们持续塑造以“多元、公平、包容”和“主人翁精神”为

内核的企业文化, 为全体员工打造值得信赖、值得托付的卓越职场。

职场之外, 大都会人寿的每一个决策、每一项行动, 都融入了社会责任的理念。2022年, 我们的内外勤伙伴积极参与抗疫救灾志愿者工作, 为社区带去坚毅守护; 我们响应国家战略, 依托自身的专业特长, 向社区公众普及金融知识, 共建金融健康; 我们也广泛关注社区发展、民生福祉, 关爱孤贫重疾儿童、关注弱势女性群体, 携手公益组织, 通过多种项目为健康和发展提供陪伴和支持。

在全球减碳行动的大背景下, 我们也积极响应美国大都会集团的环境目标和监管部门的要求, 持续关注绿色金融议题, 践行绿色运营, 减少自身的环境足迹; 广泛宣导绿色环保理念, 组织内外勤员工和客户一道开展环保公益活动, 为持续成为环境友好型企业而努力。

2023年, 在严峻复杂的世界经济背景下, 大都会人寿将继续深化可持续发展的理念, 坚守长期主义, 关注新需求, 把握新机遇, 携手各利益相关方, 创造长远价值, 共驭美好未来!



孙思毅 | Siyi Sun

中美联泰大都会人寿保险有限公司首席执行官/总经理

# 关于我们

中美联泰大都会人寿保险有限公司(以下简称“大都会人寿”)是由美国大都会集团下属公司和上海联和投资有限公司合资组建而成。凭借美国大都会集团在保险业的丰富经验以及上海联和投资有限公司对中国市场的深刻认识,大都会人寿致力于为中国消费者提供值得信赖和专业的保险方案。大都会人寿通过顾问营销和多元营销渠道(含银行保险和电话行销),为全国各地近三十个城市的消费者提供人寿、健康、意外伤害及年金保险产品等保险服务。

## 关于联和投资

上海联和投资有限公司作为上海市国资委下属的国有独资投资公司,始终围绕“战略新兴产业投融资平台”“科技成果转化孵化功能平台”两大定位,重点聚焦信息技术、能源和智能制造、生命健康、现代服务等领域,在推动战略性新兴产业发展,加快前沿科技成果转化等方面充分发挥了引领作用,成为国资国企参与上海科创中心建设的重要平台。

## 关于美国大都会集团

美国大都会集团(NYSE: MET)是全球化的金融服务公司,旗下拥有众多分公司和联营公司,提供保险、年金、员工福利和资产管理,以帮助个人和机构客户应对瞬息万变的世界。美国大都会集团成立于1868年,目前在全球超过40个市场开展业务,在美国、日本、拉丁美洲、亚洲、欧洲及中东占据着市场重要地位。





# 新纪元战略

为更好地应对外部环境挑战, 专注服务客户, 大都会人寿于2020年开启“新纪元战略”(Next Horizon Strategy)。



## 专注

把资源分配到最有价值的方面



## 精简

进一步简化业务流程, 提高运营效率, 实现卓越的运营体验



## 差异化

差异化来自我们的品牌、人才、客户服务、客户关系等更多方面

# 可持续发展战略

大都会人寿制定了自身的可持续发展战略,全面助力环境、社会及公司治理的和谐发展,为利益相关方创造一个更有信心和可持续发展的未来。

大都会人寿可持续发展战略主要聚焦健康与福祉、经济增长、平等与包容、环境与气候变化四大领域,并以客户、员工、社区、环境和可持续经营为行动方向,全面落实可持续发展战略,为实现公司长远发展提供新动力。

## 大都会人寿可持续发展战略

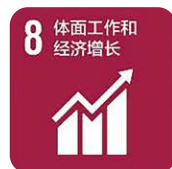
### 愿景

在寻求环境、社会及公司治理和谐发展的同时,通过一系列举措为企业自身、各利益相关方及全社会创造长期价值,以此实现我们的目标主张“常伴左右,共驭美好未来”。

### 主要 聚焦领域



平等与包容



经济增长



环境与气候变化



健康与福祉

### 行动方向



客户

产品创新,  
提升客户体验,  
优质客户服务



员工

推动员工福祉、  
DEI企业文化的  
人力资源政策和活动



社区

企业捐款,  
员工志愿服务



环境

气候行动计划,  
绿色运营



可持续经营

风险管理,  
合规,数据安全

# 责任荣誉

## 品牌力和服务

- 金鼎奖——年度卓越人寿保险公司  
每日经济新闻
- 中国最具影响力商界女性榜  
财富
- 中国保险行业风云榜  
——年度主榜、年度价值经营榜  
每日经济新闻
- 年度影响力合资保险公司  
和讯网
- 2022年度品牌影响力保险公司  
21世纪经济报道
- 年度创新奖铜奖、客户体验成就奖铜奖  
第19届国际商务大奖®史蒂夫®奖
- 金音奖 - 2022中国最佳客户联络中心  
51CallCenter

## 社会责任

- 优秀金融社会公益机构  
中国网
- 金诺奖2021年度十佳社会责任年度项目  
中国银行保险报
- 年度社会责任榜  
每日经济新闻
- 金鼎奖——年度ESG金融先锋奖  
每日经济新闻
- CSR CHINA TOP 100年度最佳责任企业品牌  
CSR教育榜
- 责任金牛奖——公益慈善奖  
中国社会责任百人论坛
- 致远奖——ESG先锋奖  
财联社

## 雇主品牌

- 卓越职场认证™大陆地区机构(2022.07-2023.07)  
卓越职场研究所
- 2022“极帜奖”最佳人力资源管理团队  
HRflag众旗
- 2022年度DEI最佳实践幸福力大奖  
sHero
- 2022上海非凡雇主  
猎聘网
- 2022最适宜工作的职场  
浦东新区人才领导小组办公室  
浦东新区人力资源和社会保障局  
中欧国际工商学院等单位及组织
- 2022怡安中国最佳ESG雇主  
怡安中国
- 2022中国100典范雇主  
2022企业ESG影响力典范  
前程无忧

\* 2022年度大都会人寿在雇主品牌领域获得奖项11个



# 02

## 坚持稳健经营

大都会人寿始终坚守保险本源本质，稳健经营、健康发展。我们秉承“以客户为中心”的理念，通过数字化赋能等方式持续提高服务水平。我们致力于打造卓越的职场，注重人才培养与关怀，全面护航公司实现稳健、可持续的发展。

# 以客户为中心

大都会人寿始终践行“以客户为中心”的理念，关注来自客户的想法，主动与客户沟通，充分了解客户需求，倾听客户的意见与建议，并以最优质的服务提升客户满意度，以完善的事件处理机制回应客户诉求，以严格的审查监督机制保护消费者权益。

## 致力于满足客户生命周期各阶段的保障需求

大都会人寿致力于围绕客户生命周期各阶段的保险保障需求，提供意外、健康、寿险等保障类人身险产品，同时结合客户养老、子女教育等中长期财务规划需求提供年金类产品。不断补充完善产品线，丰富产品责任，为客户提供可靠的解决方案。

2022年，公司持续对健康保险产品进行了更新迭代，同时加强了年金险和终身寿险产品的开发和销售，以满足中高端客户群体的中长期财务规划和人身保障需求。在健康保障方面，公司积极应对市场变化，推出了《都会爱护医疗保险》，为客户提供先进的细胞免疫疗法(CAR-T)费用报销及服务安排。2022年上市的《都会天使(尊享版)医疗保险》在二级及以上医院普通医疗部的基础上将特需医疗部、VIP部、国际医疗部纳入保障范围，满足了客户对高质量医疗保障日益增长的需求。

在满足客户养老、财富保障和资产传承需求方面，2022年上市的《关爱颐年健康养老保险产品计划》，包含1款养老年金保险产品和1款附加护理保险产品，可一站式满足客户全周期养老和护理需求。第二季度推出的定位高端客户群体、起售保额为100万元的《都会臻臻终身寿险(分红型)》和《第四季度上市的《都会臻爱(尊享版)终身寿险》》分别满足了不同客户群体对财务规划和终身寿险保障的需求，一经上市即受到了市场的认可和青睐。

## 积极探索适合中国家庭的养老解决方案

随着“百岁人生”的即将到来，大都会人寿在帮助公众及客户建立对养老的正确认知方面的举措和成果也在随着中国人均预期寿命而不断提高。面对可能长达40年的“退休生活”，养老逐渐成为越来越多人所关注的话题。为帮助公众及客户建立对养老的正确认知，我们在全中国各分公司推出养老主题沙龙，通过丰富多彩的环节设置，启发客户为精彩的养老生活及早准备。沙龙现场体验聚焦场景化设计与沉浸式感受，通过新视角诠释理想退休生活、全方位体验老年衣食住行、多维度解读当下养老困局等多个板块，由感性至理性，层层深入地带领客户体验养老生活，了解养老现状，启迪客户为理想地养老生活及早准备。

「老」无法阻挡，但「养」可以选择。未来，大都会人寿还将推出更多不同角度的养老主题客户沙龙——让越来越多的都市人群体验未来养老生活，启发人们为自在、精彩的理想养老生活早做准备。





### 案例： 360Future家庭养老解决方案上市： 一份保障，两代即刻共享养老支持

随着中国老龄化程度加深，养老焦虑与养老需求日渐凸显。大都会人寿响应国家健全多层次养老保障体系的号召，积极参与规范发展第三支柱养老保险的工作实践，探索面向中老年人群的健康保障、养老保障、护理保障等综合解决方案。

我们希望通过专业的寿险规划师帮助客户正确认识养老需求，科学分析所需储备，及早做好合理充分的长期养老规划。在养老产品开发方面，我们希望通过功能化和差异化的产品设计，满足客户对未来退休后的老年品质生活的财务储备需求。

2022年，我们深入养老服务行业，基于客户洞察与社会需求，推出360Future家庭养老解决方案，围绕居家养老核心场景，针对不同客户家庭的多样化需求所推出的一站式养老解决方案，从三个阶段为两代人即刻共享家庭养老支持服务提供倾力支持。



**从容准备：**为帮助客户尽早预防并延缓衰老所带来的身心健康问题，大都会人寿为客户提供兼顾财务保障与身心呵护的综合性养老准备，帮助客户为养老生活做好全面准备；



**安心养老：**照顾好家人是为自己准备养老的前提，大都会人寿支持客户和父母共享医疗、康养、安居等一站式家庭养老关怀，帮助客户为未来自己的自主养老生活做好全面准备的同时也能在当下兼顾对父母养老生活的关爱；



**愉悦享老：**为帮助客户和父母轻松开启充实的退休生活，大都会人寿为客户提供兼顾老年心理健康以及生活方式的多维度支持，助力客户及其父母顺利过渡并全情享受充实的第二人生。

## 建立和推动以客户为中心的文化

秉持“建立和推动以客户为中心的文化、让客户成为各项业务决策的中心”的使命，大都会人寿于2019年10月成立客户中心委员会，由总经理担任主席，多位管理团队联合担任决策委员，并在总部各部门及分公司设立客户大使。客户中心委员会运作以来，在公司内部不断扩大影响力，通过深入的客户洞察、持续的客户议题跟进和多维的客户文化宣导，不断提升客户体验、推动“以客户为中心”的文化。

在客户中心委员会的组织下，大都会人寿管理层参与多场洞察体验活动，涉及售前、售中及售后包括需求洽谈、投保、周年检视、客服热线接听等多个场景，在真实业务环境中站在客户视角发现问题、提出建议，切实保护客户权益，提升客户体验；客户中心委员会还积极推进公司内勤担任“客户体验官”，以客户的立场深度体验客户端系统工具功能，从客户体验的角度提出优化建议；同时，公司借助客户大使这一特殊团队，收集、跟进、解决和追踪诸多客户议题，并持续宣导推动公司的各项客户举措。

公司将客户净推荐值 (rNPS) 作为衡量客户体验的重要指标，通过调研客户推荐公司的可能性衡量客户忠诚度，洞察提升客户体验的机会。客户中心委员会每年基于rNPS调研统筹组织跨部门沉浸式研讨会，邀请公司各相关部门共同参与，结合调研发现、业务数据、最佳实践，共同探讨客户体验提升举措，明确并持续追踪聚焦举措、推动举措落地，以切实提升客户体验。

得益于客户中心委员会，大都会人寿成功构筑起一套贯穿洞察、执行、宣导等多个层面的客户工作机制，自上而下全方位加速推动“以客户为中心”的文化。



### 案例： 永续服务 关爱有加 —— Care Plus 项目升级

大都会人寿始终将客户需求作为公司所有业务的中心，并致力于成为客户可信赖的长期合作伙伴。公司持续倾听客户的声音、深入理解客户对保险体验的期待，并基于客户的需求不断创新客户解决方案、持续改善客户体验。

洞察到客户对保险体验的期望不断升维：客户希望获得简单透明的购买体验，还希望获得超越传统保险服务的持续关怀和切实支持。大都会人寿创新性地推出了Care Plus客户关爱项目，并于2022年9月正式焕新售后服务理念——永续服务，关爱有加 (Care Plus)，从传统售后单一响应和满足客户发起服务需求，到全面转向聚焦客户售后触点的主动互动和专属体验，在客户的不同人生阶段都给予他们安心的陪伴和切实的支持，塑造满足客户所需的保险售后全旅程体验。

Care Plus聚焦客户售后旅程关键时刻，构建保险公司、客户和寿险规划师的线上与线下相结合的闭环体系，给客户持续主动的专属售后沟通和服务体验。通过在成为客户、客户生日、保单周年等关键时点的个性化主动沟通，提升客户对保障权益、增值服务及专属体验的感知。此外，大都会人寿随理念同期重磅发布《永续服务·关爱有加Care Plus手册》(暨寿险规划师客户服务标准指引)，助力全面提升寿险规划师服务频次和品质。公司同步在寿险规划师的一站式客户管理平台i-Agent上线了Care Plus专区，为寿险规划师的售后服务提供了清晰的准则和强大的系统支持，并与顾销渠道的活动量管理项目深度合作，将客户售后服务与互动融入寿险规划师的日常销售和服务循环，推动寿险规划师售后服务向“主动性”“持续性”“标准化”质的升维，在提升客户体验、深化客户信赖的同时，也夯实了业务长期可持续发展的基础。



2022年，Care Plus荣获第19届国际商务大奖® (The International Business Awards®) 史蒂夫® 年度创新奖与客户体验成就奖。在奖项提名中，Care Plus项目获得了众多国际专业评审的高度赞誉，明确指出“Care Plus是一个非常创新的客户互动项目，在有效提升客户体验的同时也带来了积极的业务影响，这将引领整个寿险行业。”“Care Plus通过情感化、个性化的持续主动沟通为大都会人寿的客户创造了非常卓越的客户体验。”



# 坚持科技赋能

大都会人寿将数字化科技视为驱动企业可持续发展的基石,遵循“以客户为中心,数字化驱动业务”的服务理念,用科技赋能保险,为客户提供更优质的服务。

## 持续强化数字化管理体系建设

大都会人寿深化了数字化管理制度创新,增强了组织与管理的灵活性、适应性,提升了对市场需求的反应速度和能力,重点对敏捷化组织架构进行探索,集中内外部优势资源,提升新技术自主掌控能力,更好地促进金融科技转化为现实生产力。



大都会人寿  
中国云平台

为推进数字化转型,大都会人寿于2019年至2020年搭建完成大都会人寿中国云平台(China Digital Foundation,简称CDF),并于2021年立项云迁移项目将部分部署在数据中心应用系统迁移至CDF上。截至2022年底,已经成功迁移了超过10%的应用系统至CDF。其中包括面向用户的,用户量超过百万的应用“大都会人寿个险微客服”。



大数据平台之  
全链路数据质量控制

充分运用大数据技术和数据治理管理方法论,开展数据湖全链路数据质量控制,从业务和技术两个方面对数据链路中的数据准确性和完整性进行监控,可有效增强数据监控能力;整体提高监管数据报送的质量,降低合规风险;对于保险业来讲,通过开展数据湖全链路数据质量控制,可为保险业信息系统建设提供参考;为保险行业数字化转型积累丰富经验,主力提升保险公司合规水平。



AI人工智能  
能力建设

大都会人寿运用人工智能技术运用到新的质检模型中,持续提高系统的准确性和效率、新保单销售的质量保证覆盖率及降低监管合规风险。

录音标签系统可积累实现客户画像,应用到目前正在搭建中的客户营销模型/复购模型/持续率模型中,帮助渠道实现从人海战术转向科技赋能的大数据策略。

AI复效外呼系统在AI外呼机器人能力基础上,实现快速且低成本实现了复效外呼的新业务场景,进一步为业务赋能,提升了人工客服效能和增加保费收入。AI在线客服在AI核保机器人能力基础上引入AI聊天机器人(AIChatbot),提升响应效率和人工客服效能。

依托外部理赔风控引擎,可以学习历史理赔案件中相关信息和案件风险之间的量化关系,提高理赔案件的自动化通过率。

## 数字化升级赋能渠道业务

### 顾问营销渠道

#### iAgent-RA收展管理系统

大都会人寿iAgent-RA收展管理系统依靠科技赋能，实现公司续期业务运营方式的转型创新，并荣获由瞻新金融科技研究院和《金融新观察》评出的“2022年度中国数字化金融与科技创新应用优秀案例奖（代理人赋能类）”。该系统的建设理念包括由保单维度向客户维度转变、由催收管理向续期管理升级、由单一续期收费向多维服务触点延展、由事后品质分析向事前续期品质管控转化等，解决了长期以来寿险续期业务量大难以手工管理的问题。

#### i招募

i招募项目将寿险规划师招募中的七步甄选流程进行数字化，全面提升了招募流程中招募开源、流程管理、报聘和绩效追踪的效率。

- 代理人使用iPad端进行招募，2022年流程电子化程度100%。
- 候选人可使用“都会点将台”公众号完成简历填写、测评问卷等流程。  
都会点将台公众号累计关注人数已达48万，其中2022年新增人数达21万。
- 代理人可通过“i拓新”小程序进行获客。2022年，通过i拓新共获得候选人名单70000以上。

#### i学习

i学习平台作为大都会人寿首个自主研发、完全定制化的线上学习平台，自2021年8月全国推广以来，实现了代理人培训管理和在线学习全面线上化，为渠道业务和人力发展持续助力。

2022年是i学习全面使用的第一年，各类功能持续优化，新增了线上MCS、课程分享、北森测评等多项功能，并为疫情时期的线上招募提供了流程上的可行性；截至2022年底，i学习共上线课程素材500余个，现有在线课程390门、直播78场，涉及销售、招募、管理等十二个大类；全年在线学习总时长287,953小时，月均登录率69.2%，月人均学习时长4小时；各类培训管理工具的使用达到168,655人次。



## 多元行销渠道电销部

### ■ 数字化助力人力招募

基于对年轻一代候选人特点的洞察，大都会人寿MCD-TM渠道人力发展部通过社交招聘小程序——“都会AI招募”实现了由内部荐才向外部荐才的转变。无论是内部员工，还是外部人员，都可通过小程序一键生成职位海报转发朋友圈，或直接推荐简历。2022年，通过“都会AI招募”小程序投递的内推简历达到**2700份**，转化率高达**82%**。

针对年轻候选人的特点，大都会人寿D&D渠道人力发展部定制匹配年轻人的岗前培训计划，运用“众慧树智能AI话术对练小程序”，为员工提供有趣、有效、创新及多样化的学习体验。2022年通过该平台总练习人数**7,203人**，练习关卡总数**126,330**，智能学习率**98%**。该平台目前使用的满意度调研结果显示也是非常满意，继续推荐使用比率高达**90%**。

电销业务部依托**云招聘系统**构建了多维人才库，并对人才库中的简历进行细化分类，大大提高简历利用率。从招聘进展追踪、渠道效果复盘、候选人特质分析、招聘团队绩效等维度获得数据洞见，为人力资源招聘提供决策支持。

### ■ 电子保单提升服务效能

2022年，电销渠道结合信息化时代科技赋能要求，围绕电子化运营服务做出一系列系统功能的优化和改造。通过电子流程的便捷性、功能性和全面性，进一步提升和优化客户服务体验，使客户操作更便捷，实现对客户服务的有效管理，进而提升客户满意度。例如，通过对电子保单使用功能的优化提升，以及电子回访流程改造，截止2022年底，电子保单使用率达到**63%**，较21同期提升**46.1%**。同时，电子回访使用率达到**51.19%**，较去年同期提升**26.59%**。



# 消费者权益保护

为构建安全、公平的消费环境,大都会人寿坚持贯彻《关于银行保险机构加强消费者权益保护工作体制机制建设的指导意见》文件的要求,充分尊重和保护保险消费者的合法权益,建立了完善的消费者权益保护工作体系管理架构,明确各分公司及部门履行消费者权益保护职责。2022年,公司进一步优化消费者权益保护管理组织架构,在总公司成立了消费者权益保护部,为做好消费者权益保护工作提供了有力保障。同时,公司建立了健全的消费者权益保护决策执行和审查监督机制,督促各分公司及部门切实将消费者权益保护融入公司的日常经营活动。此外,公司积极开展消费者权益保护培训活动,并对各分公司及部门的相关工作开展成效进行考核,全面提升员工对消费者权益保护工作的重视程度。

## 消费者隐私保护

公司通过发布一系列规范性文件提升消费者隐私保护能力,如发布《网络安全管理规定》《数据处理分类标准》《大都会人寿电子数据文档管理规范》《终端安全标准》《邮件外发管理规范》《隐私开发标准》《应用系统安全生命周期管理指南》,以进一步优化数据安全全流程、防范消费者信息泄露;发布《IT供应商安全管理规范》以防范消费者信息不被供应商泄露;发布《信息系统安全突发事件应急预案》以提升自身应对信息系统安全突发事件的能力。同时,我们还设立了消费者个人信息保护专项工作组,确保个人隐私保护类方案的改进和落实。

## 消费者数据保护工作信息化建设

公司充分利用先进的数据保护技术,如脱敏技术及加密技术,对消费者的敏感数据进行实时保护。数据防泄露工具(DLP)策略的进一步优化,帮助公司极大的防范了数据泄露事件的发生。公司的DLP工具能够通过强化数据使用策略来提供合规性框架,从而有效防范未经授权的使用公司敏感数据,该工具也有效防范了由于员工意识匮乏而导致的信息安全泄露事件。在全公司终端设备部署屏幕及打印水印,可对拍照、截屏等提供溯源信息。此外,我们还利用内外部技术资源实时进行安全风险漏洞的检测与修复,增强抵御抗击网络病毒的能力,扎实做好网络安全保护工作,防范消费者数据不被窃取。



## 应对客户投诉

大都会人寿高度重视客户投诉，保障客户“发声有道，投诉有应”。

### 持续完善投诉机制

贯彻保险公司多元纠纷调解机制建设在我公司内部的进一步深化和落实，结合投诉业务需要，我公司于2022年制定发布了《纠纷调处和化解制度》(v1.0)，并修订发布了第十版《重大投诉应急预案(2022版)》(v10.0)。

其中，《纠纷调处和化解制度》(v1.0)指引我公司纠纷处理人员始终坚持平等对待各种通路投诉客户，统一公平处理客户投诉，尽可能将客户纠纷化解在公司内部，并倡导各分支机构进一步加强与当地纠纷化解机构的日常沟通及联建工作。本制度为纠纷化解工作的顺利开展提供了有力保障。

《重大投诉应急预案(2022版)》(v10.0)中进一步明确了突发事件的报告范围及应急工作小组的工作职责，并更新了应急工作小组名称及事件报送级别等内容，从而能够更好地确保各分支机构及时识别、应对及处置重大投诉风险情况。

### 畅通投诉维权渠道，快速息诉息访

我公司已在官方网站、客服热线及官微开通投诉渠道，并在官方网站、营业场所、保单公布本公司接受消费者投诉的客服电话、通讯地址、电子邮箱等信息。我公司通过畅通投诉反馈通道，持续积极引导消费者主动寻求与我公司化解纠纷，力求将纠纷化解在公司内部。除此之外，我公司已通过在公司官网、官微显著位置添加投诉入口提示，进一步畅通投诉通路，使得客户的投诉信息可直达保单归属地投诉岗，以此切实加强机构属地有责的理念，避免人为增加投诉受理门槛，落实公司的投诉处理主体责任。

### 全面构建以保险公司为责任主体的多元纠纷调解机制

2022年，我公司持续坚持发挥保险公司在投诉纠纷化解工作中的主体责任，通过各种渠道畅通客户向公司投诉、反馈纠纷和意见的通路。与此同时，我公司始终坚持平等对待各种通路投诉客户，统一公平处理客户投诉，尽可能将客户纠纷化解在公司内部。

对于无法在司内化解的纠纷，我公司持续推动、引导客户至行业自律组织或行业专业调解中心进行外部调解，借助行业专业力量在合法、合理、合情的范围内寻求和客户协解共赢。对客户主动发起调解，我公司也会积极响应，配合调解机制做好纠纷化解工作。

### 投诉委员会切实履职，积极落实溯源整改工作

我公司充分发挥总、分机构投诉委员会管理作用。各机构投诉委员会定期召开会议，审议机构投诉情况，并对机构内投诉事件暴露出的共性问题进行回溯、分析并提出改善措施。目前，我公司总、分公司均设有投诉委员会，投诉委员会成员由机构领导班子组成，由此加强总、分公司管理层主体责任意识，提升对大案、要案及重大投诉案件的快速决策能力。

同时，我公司已将机构投诉委员会溯源整改工作情况及重复/升级监管投诉率等内容，纳入到投诉考评体系中，切实引导机构投诉委员会主动承担投诉管理主体责任，并督促机构在合理范围内司内快速、妥善解决纠纷问题。



2022年  
投诉案件办结率为  
**100%**

### 大都会人寿客户投诉量

	2020年	2021年	2022年
投诉量(件)	9,746	8,567	11220
亿元保费投诉量(件)	8.61	9.48	6.82
万张保单投诉量(件)	3.99	0.77	0.57
万人次投诉量(件)	1.55	0.64	0.48

### 大都会人寿各区域客户投诉量占比

	2020年	2021年	2022年
华东地区投诉量占比	34%	35%	33.13%
华南地区投诉量占比	16%	10%	12.94%
西南地区投诉量占比	16.12%	13.45%	20.96%
华中地区投诉量占比	3.25%	2.19%	1.50%
华北地区投诉量占比	19%	27%	18.97%
东北地区投诉量占比	11.65%	12.44%	12.50%

# 确保稳健的发展

大都会人寿一直高度重视风险防控与合规建设,在日常经营管理中,融入风险管理、合规经营、信息安全管理、合规供应链等重要议题,不断加强内控管理体系建设,提高内控质量,确保公司实现持续稳健发展。

## 强化风险管理

大都会人寿秉承“业务发展、价值增长与风险管理协调发展”的风险管理与经营理念,基于对股东风险偏好和风险容忍度的充分了解,建立了全面系统的风险管理体系。

### 重点风险领域防控

#### ■ 声誉风险

建立声誉风险监控联动机制,企业传播与公民事务部在日常工作中密切监测舆情动态,与客诉团队及各职能部门密切沟通,协同应对潜在声誉风险;持续对外发布公司正面信息,建立公司良好的品牌声誉。同时,公司季度组织各销售渠道、职能部门及分支机构进行声誉风险事前评估,评估潜在声誉风险的危害程度和发展趋势,并视评估结果采取相应行动,将声誉风险管控前置化。

#### ■ 运营风险

通过执行月度运营风险损失事件统计和分析、年度风险自评估、季度监控操作风险关键指标的变化,以及对突破限额的指标及时采取管理措施等对运营风险进行监控。通过投诉委员会机制及时解决客户投诉问题,利用客户中心委员会平台统筹推进各种提升客户服务体验的项目和解决方案,不断夯实以客户为中心的经营理念。

#### ■ 市场风险

根据公司风险偏好和业务需要,进行年度投资指引更新,谨慎制定权益类投资目标比例,加强债权投资计划和另类投资入池和限额管理等。公司秉承稳健经营的风格,资产配置以传统固定收益类投资资产为主,而且期限普遍较长,资产负债久期缺口较小。

#### ■ 信用风险

对所有涉及信用风险的投资产品进行研究,对每个交易对手进行独立评估;持续监控债务人风险,跟踪再保商信用评级,并持续关注其变化等;加强应收账款管控;持续监测公司资产集中度风险;同时对信用风险进行压力测试,计量监管和经济资本下的信用风险资本需求,设定相关容忍度和关键风险指标,季度跟踪其变化情况。

#### ■ 流动性风险

公司持续高度关注流动性风险管理,持有的资产均为信用评级较高且流动性较强的产品,绝大部分为国债、地方政府债、政策性金融债及高等级信用债,资产端流动性供应充足。公司坚持稳健、可持续的发展思路,着重于期缴、长期、保障型业务的发展,存量业务续期保费收入较为充裕,在内外压力情景下,业务端现金流压力较小。另外,公司日常通过定期测试资产和负债在不同情景下变化导致的流动性变化,衡量资产负债流动性匹配的合理性。

### “偿二代”二期工程实施

自2022年初“偿二代”二期工程正式实施以来,公司根据新规要求,开展相关制度审阅更新工作,完成制度发布,并面向董事会、管理层、关键岗位员工等开展多场次偿二代监管规则及制度培训。量化工作实施方面,公司依据偿二代二期规则,优化了包括偿二代基础数据模板、模型计算逻辑和偿二代报告模板在内的一支柱自动计算工具,以满足二期规则下的报告报送需求。同时,非量化工作实施方面,对“风险管理系统”进行升级改造,优化了企业风险自评估、风险指标管理、偿付能力自评估、风险综合评级、风险报告管理和损失事件管理等系统模块。

“偿二代”二期工程下,我公司2022年一至四季度的风险综合评级分别为AA、A、AA、AA,评级结果稳定,综合风险管理能力位列行业领先地位。

## 坚持合规经营

大都会人寿遵照监管机构及美国大都会集团的合规风险管理要求,积极推动合规监测、合规检视和合规培训等行动,预防、识别、评估、报告和应对合规风险。

### 合规管理

大都会人寿确立了完善的公司治理组织架构,建立了适应公司运营需要的各项管理制度、工作流程和管控机制,确保实现公司合规管理制度化、体系化。公司严格执行《保险公司合规管理办法》规定,搭建了三道防线的合规管理架构。通过制定与执行《合规政策》,三道防线各司其职、相互配合,确保合规管理的可持续性。公司以监管工作要求为中心,重点关注各机构属地监管动向,以“关注监管重点、全面整体评测、发现关键问题、提出整改建议”为实践思路,查缺补漏,提升合规工作的有效性。

### 执行监管要求

公司深入贯彻落实上海银保监局各项专题项目工作安排。2022年,公司在上海银保监局指导下完成了包括《关于印发上海银行保险机构“讲合规、夯基础、保平安”案防专项行动方案的通知》等在内的十项专题监管工作要求。公司针对每一个专题建立专项小组,认真落实内控监管工作,执行中对发现的问题立查立改,持续完善公司内控机制。

### 落实外规内化

公司坚持内生驱动和外部监督相统一原则,强化内部治理,将监管要求内化于自身管理,持续提升合规管理有效性。2022年,我公司正式建立三道防线共同参与的“监管政策变更管理”机制,明确责任部门角色职责,规范“外规内化”流程,以及及时将监管政策转化为内部规章制度和操作流程。并进一步通过强化制度执行和监督评价,压实压细三道防线各部门遵循监管政策的事前、事中与事后责任,持续推动公司向主动合规、全员合规、尽职合规和价值合规转变。

## 构建合规文化

公司致力于持续提升全员风险管控意识,通过线上线下培训相结合的模式,以在线必修合规培训、内刊“合规之声”为主要载体,深入开展合规培训及各项监管法规宣教活动,专题覆盖公司业务领域及合规风险领域,包括销售行为管理、反腐败、防范非法集资、反洗钱、案件防控、信息安全合规指引、商业行为准则等,将“人人合规、主动合规”等合规理念贯穿于日常经营管理全过程。

## 反洗钱

大都会人寿持续全面贯彻“风险为本”的洗钱风险管理方针。2022年,公司密切关注反洗钱监管动态,持续健全反洗钱工作体系建设,进一步夯实反洗钱内部控制机制,落实反洗钱自评估工作、反洗钱工作绩效考核工作,开展反洗钱内部检视和审计,配合各项打击治理洗钱违法犯罪工作,深入开展反洗钱宣传和培训。

公司持续推进“以客户维度”为中心的系统建设,加强对业务系统关键业务环节涉及的洗钱风险管控;梳理客户风险等级划分规则要素设置的合理性;梳理可疑交易监测规则指标所包含业务场景及交易类型,持续优化指标设计、阈值设置和分析策略。

围绕打击治理洗钱违法犯罪主题,公司积极开展内容丰富、形式多样的反洗钱宣传培训工作。公司于6月、11月份别开展非法集资宣传月和反洗钱集中宣传月。分别围绕监管打击非法集资的宣传要求、根据反洗钱监管动态,协同各职能部门制定宣传方案,总分结合、上下联动,取得良好的宣传效果。

在培训方面,除了新员工培训、高级管理层培训、董事监事定期培训外,也针对性的向分公司合规经理提供了反洗钱重要履职领域的培训,并统筹反洗钱岗位人员参加涉及监管动态、洗钱风险自评估要点、监管检查要点、制裁等领域的专业培训和学习。

## 反腐败与反商业贿赂

大都会人寿对任何形式的贿赂腐败行为均采取“零容忍”政策,包括公司相关人员或第三方以大都会人寿名义做出的任何贿赂腐败行为,严格禁止在公私领域开展

业务的过程中发生任何形式的贿赂腐败行为。公司遵循中国法律法规及美国大都会集团的政策要求,制定了一系列严格的反腐败指引和规程,明确各岗位的角色和职责,坚持审慎原则,严格审批流程,并在开展第三方合作时,加强尽职调查与合同检核流程管控,不断加强腐败、贿赂风险的全流程管理,以降低发生贿赂腐败行为的风险。同时,我公司积极开展对管理层及员工的培训,并通过发布《合规之声》落实反腐败与反商业贿赂方面的宣传普及工作,进一步将诚信、透明和“正确行事”作为企业文化不可或缺的组成部分。

## 建设合规供应链

大都会人寿依照美国大都会集团的采购框架,搭建起符合中国特点的集中化、标准化采购体系。

### ■ 供应商管理

公司遵照采购指引要求,通过供应商审核和准入、合同约定、监管等环节,对供应商实行动态评估和合规管理。我们严格要求供应商的生产运营活动符合安全生产要求和当地劳动法规,并对供应商在反贿赂和反腐败等商业伦理方面进行了明确的合规约束,针对相关风险实施合法清查,督促供应商不断加强诚信合规建设。此外,我们还积极参加社会采购培训会,与行业及供应商伙伴就后疫情时代的供应链革新措施进行交流,共同探讨供应链管理的新模式。

### ■ 规范采购流程

公司根据采购品类范围及采购金额等因素对采购职责进行清晰的划分:集中采购和分散采购。集中采购由总公司采购部牵头执行,通过大都会人寿采购系统平台以及第三方方向评估系统,实现采购申请审核、产品服务风险评估监督、第三方供应商公开选择、招标/比价流程管理、合同管理等采购全流程监督与管控。在分散采购中,各分公司严格按照相关采购制度进行审批采购,采购流程由总公司采购部进行监管与审查,以此打造系统化、规范化的采购流程链。

## 强化信息安全管理

信息安全一直是大都会人寿推进数字化转型工作的重中之重。2022年,公司根据国家及行业信息安全政策、法规和标准,不断完善信息安全管理体系建设,进一步推进落实公司网络安全主体责任,保障信息系统安全持续稳定运行。公司高度重视个人信息安全与隐私保护,在信息安全意识培训、信息安全管理实践等方面积极落实相关举措,筑牢信息安全“防护墙”。

### 2022年修订更新制度

新制定	修订更新
《云平台数据加解密管理》	《银保监金融专网管理规范》
《网络安全日志管理》	《数据备份与恢复管理流程》
	《信息系统访问管理》
	《数据处理分类标准》
	《网络安全管理规定》

### 长期坚持开展多样化的信息安全意识培训

全体员工	新员工	高管	IT经理及基础设施团队
全员线上培训重点 话题: 数据项网络钓鱼 移动设备安全 避免危险链接 数据隐私的要点 网络钓鱼简介 避免危险附件定期 邮件宣贯网络安全 意识开展年度网络 安全宣传周	重点培训话题: 密码安全 物理安全 安全上网 数据安全 邮件安全 计算机使用安全 和移动设备安全	邀请咨询公司给 高管开展针对《个 人信息保护法》的 培训,从监管现状 及处罚案例分析、 个人信息保护法 规重点领域、个人 信息保护重难点 等开展实践经验 交流。	国际标准 —ISO/IEC27001 的培训

### 信息安全风险管理实践

在重要时期,如2022北京冬奥会、国庆和、二十大和进博会期间,公司加强网络安全保障工作,监测互联网流量,限制外界互联网访问通道,做好网络安全威胁及防范工作,确保信息通信网络及系统的安全、稳定运行。此外,我们还聘请第三方机构进行数据安全应急演练,锻造公司网络事件响应团队的实战能力。公司信息技术部也会每年对重要业务系统进行灾备演练,切实确保重要信息系统的安全、稳定和持续运行。

### 信息安全认证

2022年,公司相继完成了ISO27001和ISO20000认证年审工作,同时基于等级保护2.0的要求,完成了对公司重要业务系统的初测和复测工作,通过借助外部专业测评机构的技术和经验,实现公司信息系统安全建设水平的提高。此外,我们还持续积极响应《中国人民银行关于发布金融行业标准加强移动金融客户端应用软件安全管理的通知》的要求,积极开展移动App外部专业认证工作,在提高客户端软件专业性的同时,降低移动App安全风险。

# 打造卓越职场

大都会人寿致力于打造卓越的职场。公司持续建设以多元、公平、包容以及主人翁精神为核心的企业文化，为员工提供多层次的职业发展和培训机会，以及多样化的关怀服务。

## 发展以DEI和主人翁精神为核心的企业文化

### 持续打造多元、公平、包容的文化

大都会人寿坚持平等用工，杜绝任何性别、地域、年龄、种族等因素的歧视行为，致力为员工创造一个多元、公平、包容的工作环境。

公司围绕“加强多元团队”、“倡导包容文化”、“提升外部影响”三大关键举措，邀请管理团队参与其中，以多元对话形式倾听员工心声，增进跨层级沟通，真正携手全员持续塑造“多元、公平、包容”的职场环境。

在“多元、公平、包容”的文化土壤里，大都会人寿的人才发展策略高度关注女性员工的特质展现及优势发挥。公司始终如一地支持女性员工更好实现个人发展和家庭、社会认同的平衡，并致力于成为帮助女性员工实现职业梦想的雇主平台，在未来持续吸引更多女性的加入。截至2022年12月底，中国女性员工占比为64.5%，总监级别及以上的女性领导者比例达到了47.9%。

大都会人寿相信：“多元、公平、包容”职场氛围的营造离不开全员的共同关注。公司通过在线学习平台提供了一系列DEI主题课程，例如《DEI-偏见与微歧视》、《DEI-跨文化工作》、《包容领导力》等，从不同视角将DEI文化与员工的日常工作进行场景化关联，切实强化提升了员工的DEI意识。

此外，公司还成立了由各职能、渠道以及分公司的员工代表组成的DEI大使团，他们积极宣导、推动DEI文化的落地与共同行动。由DEI大使团活动共创并发起的DEI文化周、“她魄力”女性管理者故事分享以及DEI包容文化行为互动体验坊等系列活动，全方位提升了大都会人寿员工的“多元、公平、包容”认知，也以丰富多元的形式邀请员工亲身体验并加入到塑造大都会人寿“最佳职场”的行动之中。

- **Diversity多元**：发挥我们独特的属性和观点。
- **Equity公平**：确保每个人都能获得成功所需的支持。
- **Inclusion包容**：通过我们的互动，确保每个人都能得到充分的尊重，认可与重视。



2022年，大都会人寿正式通过全球职场文化权威研究机构Great Place To Work® (卓越职场研究所)的“卓越职场认证™大陆地区机构”认证。认证结果基于员工调研数据得出，获此专业认证，表明了我们的员工对公司在培训和职业发展、员工福利、工作环境、奖励认可机制等方面的肯定。



2022年，大都会人寿也斩获由可持续发展领域知名非营利组织sHero颁发的“年度DEI最佳实践幸福力大奖”。

## 做公司的主人翁

大都会人寿积极倡导“主人翁”文化建设，希望每一位员工感受到自己是公司的主人，鼓励并激励员工以主人翁意识参与到企业发展与目标实现中。

### ■ 大都会人寿主人翁文化建设委员会

大都会人寿主人翁文化建设委员会成员是来自各个机构、渠道和部门的员工代表，委员会在充分听取委员建议的基础上开展工作，方案形成后采取自上而下方式实施。委员会致力于开展更加多元、包容的主人翁文化建设项目，以此增进彼此的交流，为员工提供跨团队合作及深入了解公司文化的机会，培养员工的主人翁意识，展现员工的主人翁精神。

2022年，主人翁文化建设委员会持续鼓励员工发声，由沟通组负责跟踪主人翁建议并推动相关沟通，确保各项建议得到及时答复。委员会在全国组织了近百场主人翁活动，如：“绽放Ta魅力”都会女神节活动、“一体同心 携手前行”家庭日活动、“乐满都会 悦相逢”中秋联欢活动等，并以活动精选集锦的形式，定期向全国主人翁展示和宣传。同时，主人翁委员会组织季度主人翁优秀事迹评选活动，表彰日常工作中积极发挥主人翁精神的优秀员工，鼓励全员共同“做主人翁”。通过“元气达人”、“开拓先锋”、“隐形超人”等关键词，向全国征集优秀主人翁事迹150个，通过评审团的线上投票，2022年全国共传播并表彰 78人次的优秀主人翁事迹。





## 员工培训与关怀

大都会人寿通过多元化和递进式的职业通道和发展平台，将人才培养与员工的职业发展有机结合，为员工提供领导力发展、高潜质人才发展、专业职位发展等多维度的培养项目及发展路径，帮助员工在大都会人寿实现职业理想。

在人才储备方面，公司致力于打造远见卓识、开拓创新、协作共赢的领导团队。人才盘点与学习发展体系紧密结合，为公司长期发展甄选并培养高潜人才。外部选聘、内部轮岗、课堂学习、教练辅导、实际工作实践等多元化培养方式，构建了完善的人才培养机制，让员工在工作中成长，在历练中提高。

### 大都会人寿人才培养项目

项目	目标	内容
领导力发展项目	提升各层级管理者的核心领导能力	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 初级领导力入门培训</li> <li>● 中级领导力提升培训</li> <li>● 引领未来领导力培养项目</li> </ul>
高潜人才发展项目	加速高潜人才个人发展，打造强有力的继任者梯队	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 中层人才-卓跃发展项目</li> <li>● 基层人才-星跃发展项目</li> </ul>
专业职能发展项目	为专业人才搭建职业发展通道，提升专业技能	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 顾问行销渠道新纪元工作坊</li> <li>● 精算专业人员培训项目</li> <li>● OPS培训发展计划</li> <li>● IT培训发展计划</li> <li>● LOMA资格认证计划</li> </ul>
其他拓展计划	为员工提供跨地域或跨职能的多元发展途径	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 内部转岗与提升</li> <li>● 全球人才峰会</li> <li>● 海外人才培养项目</li> </ul>

大都会人寿为员工提供多样的关怀服务，全面保障员工身心安全。一方面，我们推出了一系列员工福利，包括提供补充年假、全薪病假、年度体检、大病和医疗保险，并在工作场所配备药箱、母婴室等。通过开展健康讲座和员工活动等方式，帮助员工更好地实现身心健康。同时，为员工及其家属增加了EAP员工关爱项目，由第三方有资质的供应商为员工及其家属提供身心健康咨询辅导服务。

### 案例： Be Well Week

大都会人寿始终致力于倡导“全面健康”（Wellbeing）的理念，通过创建促进健康、提升效率且充满愉悦的工作氛围和工作环境，深化对员工的关怀。2022年5月与10月，大都会人寿在全国范围内分别举办了线上、线下两轮“Be Well Week”都会健康周活动。通过“财务健康课堂”、“心理健康讲座”以及“职场安全健康大家谈”等主题互动，引导全体员工从更为全面的视角关注并理解“健康”，迈出了实现“全面健康”的关键一步。



## 销售人员事业发展

销售人员是推进公司业务发展的核心力量。大都会人寿为不同渠道的销售人员提供完善、多样化的培训平台与职业发展通道,在助力其快速成长的同时,让渠道销售人员充分发挥个人价值、实现理想的职业目标。

### 顾问行销渠道

2022年,大都会人寿顾问行销渠道升级了基本法,创新推出助理业务经理(DSM)职级,完善了组织发展路径,激发了团队招募意愿。同时,优化升级了“新纪元菁英计划2.0”专案制度,进一步明确了精英代理人的职涯发展路径,更简单有效推动精英代理人团队建设。

大都会人寿顾销渠道培育体系涵盖了从LP的培育、SM的成长到AM的发展各层级的培育课程,同时设置培养不同阶段的讲师课程,配合搭建讲师荣誉平台、i学习线上学习平台和培训督导平台有利支撑人才培育体系。

2022年,渠道持续推进NBS升级,包括核心理念的升级、销售流程的升级、教材全面升级,NBS升级背景下的新版LPTC课程于4月1日重磅发布,并于下半年实现各机构的全面落地。

针对各层级主管的岗位胜任力,顾销渠道设置了有针对性的管理类多级进阶课程。2022年,在原有课程体系的基础上,新推出SMTC-BTP项目(培训周期三个月),通过大量的实战训练,聚焦新晋业务经理招募和训练辅导能力的培养,把培训转化为生产力。

大都会人寿顾销渠道培训从“教、育、训、练”全方位彰显人才培育的内涵与价值,支持渠道代理人内在职涯发展,为客户提供高质量的服务。2022年渠道外勤授权讲师1400位,星级荣誉讲师400位。

针对2022年交叉销售(团险)业务中,件数、保费达成最高的区部及代理人,可以奖励中国员工福利规划师培训及考试(中级)认证资格。中国员工福利规划师资格考试项目是中国人身保险业权威的资格认证体系和标准化的专业知识学习平台,主要为保险公司等金融机构提供保险职业资格认证和保险专业知识、专业技能的教育培训服务。

## 多元营销渠道——电销业务

2022年,电销部始终践行“都会相伴只为人共好”的渠道价值主张,围绕渠道“臻于至善 电耀前行”的主题,持续优化业务品质,提升价值贡献,深挖培训驱动力,以符合监管合规要求、满足人力健康发展为方向,通过1个平台、2大工程和1项PK赛,培养优秀人才。

### 1个平台

i学习教学管理平台:公司升级学习平台,将简易的“云学堂”平台,转移到系统化、标准化、合规化并符合渠道培训特色的i学习教学管理平台,更加贴合一线使用习惯,从课程资源、成长记录、荣誉嘉许等多方面助力渠道人才培养。2022年,平台累计上架293门课程。

### 2大工程和1项PK赛

#### • 都会造星工程

为促进渠道新人成长,提升新人的归属感、荣誉感、获得感,持续优化渠道人力结构,并结合新人对“有帮助 有成长 有嘉许”的期待,公司发布了以“都会星耀 绽放未来”为主题的造星工程。旨在让新人成长有迹可循、让星梦触手可及。

#### • 都会聚心工程

为记录电话营销人员在渠道的成长与成功,电销渠道启动“梦想践行者”微视频大赛,共记录28位为都会梦想而努力践行的激扬事迹,进一步提升电销伙伴们的凝聚力和向心力。

#### • 讲师,向前冲!授课大比武

通过举办“精耕技能,细作风采”为主题的讲师授课大比武,调动54位讲师以赛促学、以赛促教,对岗前培训、衔训领程、转正培训及进阶领先等课程进行授课PK,磨练讲师授课技能,提升讲师在内容、呈现、表达上的三融合的能力,打造渠道新时代讲师队伍。

2022年,渠道电销部共举办**1130**期培训班次,参与培训的电话营销人员共计**36105**人次。

## 多元营销渠道银行保险业务

### 高客沙龙TTT训练营

大都会人寿银保业务赋能中心专注于高客经营,通过更多的创新式培训项目,对于银保员工以及合作银行渠道进行有针对性的、多方位的赋能。2022年,大都会人寿银保业务正式推出“影响的力量——高客沙龙TTT训练营”。

课程采用实战模拟的形式,结合即兴演讲、分组研讨、情景演练、案例分析等方式。全方位提升学员的演讲表达能力,系统的训练整个高客沙龙的标准流程,同时也能够梳理学员的高客面谈逻辑,帮助学员能够独立完成高客沙龙的讲授及后续面谈的追踪。



# 03

## 传递社区关爱

大都会人寿秉持“共驭美好未来”的目标主张，致力于成为优秀的企业公民。我们依托自身的专业资源，帮助社区共建金融健康；我们关注儿童与女性的健康与发展，帮扶困难群体；我们勇赴抗疫及救灾一线，为社区带去坚毅守护。

# 共建金融健康

## 促进普惠金融

2022年,大都会人寿持续通过投资中国邮政储蓄银行发行的债券,间接参与并促进普惠金融发展。邮储银行是我国网络覆盖最广,业务下沉最深的银行,专注普惠金融,扎根基层,基于邮政系统的强大渠道将基础金融服务送到千家万户。近年来,邮储银行充分发挥优势,深耕乡村振兴重点领域,积极支持乡村建设。

## 普及金融知识

大都会人寿持续开展金融知识普及工作,着力推进金融和商业知识走进社区、走近民众。通过响应7.8 保险宣传月、“金融知识普及月”等专项宣传互动,开展常态化宣传以及与公益组织合作等方式,帮助消费者提升金融风险防范意识与能力,也帮助少年儿童学习商业知识,培养商业思维。



● 大都会人寿大连分公司志愿者向外卖快递员分发金融知识普及资料



● 大都会人寿天津分公司志愿者为社区居民讲解金融知识普及材料

## 金融知识走进千家万户

大都会人寿积极响应监管号召,每年结合315消费者权益保护日、7.8报险宣传月、“金融知识普及月”等专项行动,总分公司紧密联动,通过线上、线下相结合的方式,积极开展金融知识普及宣传教育工作,助力提高社会公众的金融知识水平、金融风险意识和自我保护能力。

总分公司印刷制作主题条幅、海报等宣传品,于各职场公共区域播放展示;在访客区摆放反洗钱、打击代理退保等宣传材料供来访客户翻阅;制作生动有趣的金融知识普及内容,通过网络和社交媒体等渠道向公众传播金融知识。

此外,公司各分支机构通过例会对员工进行金融知识培训,帮助员工提升金融宣传意识,让员工了解到公众学习金融知识的重要性和在业务开展过程中掌握金融知识的必要性。

## 商业知识走进学校课堂

金融健康是美国大都会集团基金会关注的重点领域之一,并多年资助公益教育组织青年成就中国(Junior Achievement China)在中国中、小学校园开展商业知识进课堂活动。大都会人寿内外勤作为志愿者积极参与其中,通过生动的课堂讲解和趣味的互动小游戏,与孩子们分享生活现象背后的商业逻辑,让孩子们探索课本外的经济世界规律,了解商业知识,拓宽知识面。

目前,大都会人寿志愿者已在上海、广州、福州、常州、武汉、重庆、成都等多个城市支持青年成就中国的公益课程活动。

# 抗疫救灾

2022年,新冠疫情对社会生活的影响仍在继续。为抗击疫情,大都会人寿志愿者凝心聚力,贡献都会力量,通过提供医用口罩、协助一线医疗人员、提供后勤保障等方式,为抗击疫情、保卫健康贡献力量。

2022年5月,美国大都会集团基金会通过公益机构“赠与亚洲(Give2Asia)”及北京爱尔公益基金会捐款123万元人民币,用于向奋战在上海抗疫一线的200余名医护人员发放工作津贴。

2022年,大都会人寿志愿者共计330余人次参与抗击疫情工作,贡献志愿者服务时间逾14000小时。

## 上海分公司

上海疫情期间,大都会人寿上海分公司约50多名内外勤伙伴参与了抗疫志愿工作,他们来自上海各个街道,但都拥有着大都会人寿主人翁精神,他们随时听从召唤,奔向“战场”。(图1)

## 广东分公司

2022年11月,大都会人寿广东分公司在广州疫情趋紧时刻,向广州市妇女儿童福利会捐赠防疫物资一批,支持“益企撑广州”行动,共同守护美好的家园。(图2)

## 大连分公司

2022年12月,大连分公司采购抗疫物资,如口罩、防护服、消毒水等,送至抗疫一线工作人员手中,为大家送去冬日的暖意。(图3)

## 支援重庆山火扑救

2022年夏日,重庆持续高温引发山火蔓延,情况紧急。大都会人寿重庆分公司紧急召集一支志愿者队伍,在不到14个小时的时间里,向前线抢险人员捐赠、输送直饮水440箱、酵素2箱、灯头500个、劳保鞋39双、冰块710件、水基灭火器160个、食品袋抽纸等。(图4)



图1



图2



图3



图4

# 关爱儿童与女性



## 关爱儿童成长

### “守护未来”公益项目：携手爱佑慈善基金会，救治重疾儿童

大都会人寿致力于关怀儿童身体健康，救治家庭困难患儿，关爱特殊儿童。自2019年起，大都会人寿持续携手爱佑慈善基金会开展“守护未来”公益计划，为全国各省市身患血液病和肿瘤疾病且家庭经济困难的儿童及其家庭，提供医疗手术及康复费用支持。

自项目启动以来，公司通过企业直捐、产品配捐、业绩竞赛融入公益元素、员工捐赠活动等形式，持续推动项目，号召各界爱心人士关注患儿群体。

2022年，大都会人寿继续与爱佑慈善基金会深化合作形式，开通了常态化捐赠渠道、并组织内外勤志愿者前往多所爱佑合作医院陪伴患儿，持续让爱传递，帮助更多孩子战胜病魔。

2022年感恩节期间，公司邀请爱佑慈善基金会项目负责人举办线上公益讲座，分享公益机构的前沿动态及理念。通过线上画展的形式，展出一批爱佑受助患儿的画作；总分公司各职场也举办了公益集市等不同类型的线下活动。



截至2022年底，“守护未来”公益计划共捐款130余万元，救助来自全国各个省份的患儿170人次。

2021-2022年，守护未来项目连续两年获得由《中国银行保险报》颁发的“金诺奖年度十佳社会责任项目”荣誉。

## 大都会人寿各地分公司举办多样化活动, 关爱儿童健康与成长

### 北京分公司

2022年“99公益日”期间,大都会人寿北京分公司加入爱佑慈善基金会在北京嘉里中心组织的公益集市,认领爱心摊位,通过收集爱心物品并开展义卖的方式,为困难家庭的先天性心脏病患儿筹集善款,履行企业社会责任,贡献都会温暖。(图1)

### 江苏分公司

2022年儿童节,大都会人寿江苏分公司作为爱心企业,参与了江苏省妇女儿童福利基金会、南京市儿童医院和新华日报社财经传媒中心联合举办的“童心守护、医路同行”公益活动,为当天前来就诊小朋友们派发节日礼物,同时也为援沪援苏的医疗队员送上礼物。

### 辽宁分公司

继2021年辽宁分公司首推“为爱而读”公益主题以来,2022年,在各界的积极参与和推动下,实现了“公益联盟”升级。多家爱心企业分别组织自己的企业员工、客户和社会公众等群体组成朗读志愿者,参与为沈阳市盲校群体的“为爱而读”公益活动。120篇精选有声作品“声声不息”,帮助孩子们更好地感知和理解这个世界,共驭美好未来。(图2)

### 广东分公司

2022年6月,为倡导关注弱势群体,帮助残障儿童身心健康全面发展,大都会人寿广东分公司东莞中支开展关爱特殊儿童公益活动,向东莞市石龙牵牛花儿童潜能研发中心捐赠了一批防疫物资,并协助机构开展“六一运动会”。(图3)

### 浙江分公司

2022年9月,大都会人寿浙江分公司六城联动,开展了一年一度的中秋公益集市活动。义卖旨在帮助丽水山区家庭困难的小学生能够获得更好的学习资源,改善现有的生活条件。全省义卖活动共计筹得善款约10.5万元,在68位志愿者代表的见证下,捐赠给丽水山区21户贫困家庭,用于改善孩子的教育和生活。



## 支持女性发展

### 焕活她力量, @她创业计划——女性就业赋能项目

2022年11月,由中国妇女发展基金会发起,美国大都会集团基金会通过赠与亚洲捐赠支持的“@她创业计划——女性就业赋能项目”启动仪式在江苏省扬州市启动。中国妇女发展基金会、大都会人寿、江苏省妇女儿童福利基金会、扬州市委、扬州市妇女联合会等各方嘉宾代表共同见证项目启动。

@她创业计划——女性就业赋能项目致力于通过为城乡低收入女性、困境女性和女性带头人提供电商直播和零售培训,提升她们的创就业技能,帮助她们拓宽就业和增收渠道,为推动乡村振兴和实现共同富裕贡献力量。在为期两年的项目实施过程中,大都会人寿的志愿者将陪伴、支持学员们学习提升。





# 04

## 筑建绿色未来

大都会人寿将可持续发展理念融入公司经营的方方面面，通过积极推广环保理念、密切关注绿色金融议题、践行低碳运营等举措，在保护环境与气候的议题下不断耕耘创新，携手各利益相关方，共筑绿色未来。

# 发展绿色金融

大都会人寿密切关注绿色金融议题，积极践行负责任投资，将ESG投资理念融入企业投融资政策，在投融资项目落地的同时，助力经济绿色转型，推进双碳目标的达成。

为了更好地推进负责任投资，大都会人寿组织了环境、社会与治理 (ESG) 培训，对ESG理念、负责任投资原则、ESG投资政策、重点行业ESG风险识别、ESG数据管理和风险管理工具等ESG前沿内容，进行了系统的学习与沟通。

根据2022年《中国银保监会关于印发银行业保险业绿色金融指引的通知》，大都会人寿成立绿色金融工作小组，专项对接绿色金融流程机制建设相关事宜。目前，绿色金融工作由公司战略及投资决策委员会负责，该委员会为董事会下设专门委员会，由董事会指定对绿色金融战略执行情况进行评估与监督。高级管理层通过资产负债管理执行委员会履行职责，制定绿色金融的目标，完善机制和流程，并向董事会汇报绿色金融发展情况。

同时，公司也参照绿色金融指引的要求，对公司现状逐条进行差异分析，明确了重点推进方向和时间表，优化机制建设。此外，公司也重新梳理了绿色金融投资头寸风险敞口，引进第三方数据库，优化数据治理，并对投资标的底层的绿色项目集中记录，跟踪监测。根据监管文件的指导，公司在现有ESG评估实践的基础上，明确了ESG相关投资决策的整体原则，即在商业可持续的原则下，明确支持行业、重点扶持领域及重点调控领域，有保有压，循序渐进。

## 绿色金融实践

2021年以来，大都会人寿持有的新增专项债中，绿色项目金额超过募集资金总额50%的专项债券共11支，持仓金额共计15.52亿元。按募集资金投向比例计算，其中有12.5亿投向了符合标准的绿色项目，涉及清洁能源相关基础设施(汕头海上风电产业园基础设施配套项目)、生态环境(潍坊市胶东半岛战略水源地提质增容工程一期工程)，节能环保(济南新旧动能转换先行区农村生活污水治理工程)等多个领域。



### 案例： 汕头海上风电产业园

汕头海上风电产业园基础设施配套项目由汕头市南山湾科技产业园区开发建设办公室为实施主体，规划范围总面积约146.91万平方米，基础设施配套项目主要内容包括项目区内的交通路桥，给排水、排污、照明、市政管线铺设、生态保护和城市智能化建设，以及人才公寓、厂房建设及配套设施建设。总投资额37.4亿，受到多支专项债资金支持。该项目是当地为建设海上风电及海工装备产业链的必要基建准备，为招引上下游产业实体，助推清洁能源产业高质量发展提供了条件。



### 案例： 济南新旧动能转换先行区农村生活污水治理工程

项目位于济南新旧动能转换先行区，由济南新旧动能转换先行区管委会建设管理部实施。主要对孙耿、太平等街道办事处义和村、辛集村等62个村进行污水处理设施提升改造，计划敷设污水管线约568公里，新建污水处理设施184座、污水调节池184座，坑塘沟渠清淤约6万立方米，配套实施检查井、入户管等管网附属工程，同步进行路面恢复等工程建设。项目建成后，可以对该地区77个村、11个社区生活污水进行统一收集、处理，服务人口约12.98万人，污水处理设施设计规模为5-300立方米/天。

在清洁能源产业股权融资方面，公司通过合作优质私募股权基金间接投资了新材料、锂电池回收利用等相关领域头部企业。

## 服务实体经济

2022年，大都会人寿通过参与长沙、厦门等地运营建设主体发债融资，支持长沙市轨道交通6号线以及厦门轨道交通2号线、4号线的建设。长沙市轨道交通6号线为东西向骨干线路，快速衔接河西副中心、城市主中心、星马片区南部、空港组团和黄花机场，是长沙市里程最长，也是唯一直达黄花机场的线路。

同时，大都会人寿也通过投资现代物流产业股权投资基金，支持物流行业的产业链、供应链优化和科技驱动。投资主线包括传统的海陆空交通运输混改，新一代物流服务商，消费品产业链优化，跨境电商供应链平台，以及物流供应链中通过AI、机器人、自动化、智能化等科技手段和工具实现降本增效的技术平台和软件公司。

# 践行绿色运营

大都会人寿持续积极探索、践行低碳高效的经营模式，减少环境足迹，坚持开展无纸化运营和推广绿色环保理念，携手各利益相关方，共创可持续的绿色未来。

## 推行客户信函电子化

客户联络中心在客户服务中，坚持推广电子信函的使用，大量降低了纸质信函的使用，为绿色环保事业贡献力量。相关举措包括，在原来通过短信链接给客户发送电子信函的基础上，推动电子信函入驻官微的项目，涉及续期服务相关的《周年缴费通知书》《失效通知书》等均实现了可在官微查询的功能。在实现了官微可随时查询续期服务相关电子信函的基础上，2022年进一步推动减少《终止续保通知书》《续期缴费提醒函（附加险停续）》纸质信函的使用，在原每年减少纸质信函超过约255万件的基础上，再减少15万件左右。

## 倡导绿色办公

大都会人寿积极倡导职场节约用电、节能降耗，通过合理控制照明灯具的启闭时间、节假日能耗控制以及宣导员工下班主动关闭办公设备等措施，不断完善能耗的管理，优化职场设施的使用效能，提高能源使用效率，降低职场运营产生的碳排放量。

公司倡导全方位的办公无纸化举措，贯彻“不需印的坚决不印、可印可不印的尽量不印、必须印的尽量少印”的用纸打印原则；大力推进电子化办公习惯，以电子化阅读和传输形式替代打印纸质文件阅读和传输的形式；纸张打印，事前预览审核，适度缩小字号和页边距，用后不随意丢弃，养成二手纸再利用及废纸回收习惯；倡导双面打印，避免误打错打，尽量减少彩打；会议尽量使用多媒体形式展示，减少纸质会议材料发放。

在鼓励资源与物资回收使用方面，公司倡导资产利旧的管理模式，在安全合规的前提下，通过实际行动将绿色运营的理念融入到日常工作中，优先考虑资产内部调配使用，以节约费用，提高时效。在资产报废及采买过程中优先考虑以旧换新、物资可回收再利用的处理方式。



# 推广环保理念

公司重视持续开展环保宣传教育,引导员工参与环保公益活动,鼓励员工投身环保事业。各分公司积极开展多样化的环保活动,提升员工环境保护意识,共建绿色家园。

## 植树行动:栽种绿色希望

2022年3月,大都会人寿福建分公司志愿者前往乌龙江湿地公园开展植树公益活动。乌龙江湿地公园总面积约243公顷,由湿地生态恢复区、湿地生物多样性科普区、芦苇荡生态旅游区、原生湿地保护区及堤内市树园等5个部分组成。福建分公司已连续两年在公园开展公益植树活动。

2022年3月,浙江分公司顾销渠道举办了主题为“小小地球保卫家植树活动”,近80名业务伙伴及客户参与,一起为地球妈妈种下一棵树,家长们以身作则向小朋友传递环保理念,为生态环境做出自己的贡献。

2022年4月,大都会人寿广州分公司顾销渠道持续三年在南沙湿地公园举办“播种绿色”植树活动,39位内外勤伙伴在南沙湿地公园共同栽植下13棵大腹木棉,大都会人寿广东分公司绿色公益林进一步扩大。5月4日青年节,东莞中支内外勤志愿者在寮步国政生态园举办植树活动。(图1)



图1

## 垃圾清洁特别行动

2022年世界地球日活动期间,大都会人寿相应美国大都会集团全球活动号召,在全国总分公司开展MELP(MetLife Extraordinary Litter Pick) 垃圾清洁特别活动,号召大都会人走进户外,随手清理环境中的垃圾,为共护绿色地球贡献一份力量。活动期间,大都会人寿内外勤志愿者携手热心环境保护的客户、家人亲友等,共计近500人参与活动,贡献志愿者服务时间约1000小时。(图2)



图2

## 线上“环保挑战赛”

2022年10月,大都会人寿开展第二届线上“环保挑战赛”,参与者以团队为单位践行环保微行动,如随手关闭电器设备、以步行或骑车替代开车、营养餐食、不使用塑料吸管等,并上传行动照片至小程序完成打卡,获取积分,记录团队环保时刻。(图3)



图3 EcoChallenge

# 05

## 结篇

# 关键绩效指标

## 经济绩效

指标	2020年	2021年	2022年
营业收入(百万元)	16,874.75	17,844.58	18,882.54
营业利润(百万元)	1,298.76	1,366.85	1,025.22
净利润(百万元)	1,086.08	1,132.50	794.68
纳税总额(百万元)	363.95	209.73	226.59
综合偿付能力充足率(%)	356.77	373.56	449.12
薪酬福利支出(百万元)	963.40	921.56	945.68
年度理赔总额(亿元)	7.04	9.40	8.80

## 代理人人数

指标	2020年	2021年	2022年
代理人总人数(人)	15,352	9,438	8,047
女性人数(人)	9,702	6,244	5,381
男性人数(人)	5,650	3,194	2,666

## 内勤员工绩效

指标	2020年	2021年	2022年
员工总数(人)	1,586	1,537	1,467
女性员工数(人)	1,012	989	946
男性员工数(人)	574	548	521
女性管理者比例(%)	48.9	47.7	47.9
劳动合同签订率(%)	100	100	100
社会保险覆盖率(%)	100	100	100
人均带薪休假天数(天)	14	15	14
员工体检的覆盖率(%)	100	100	100
员工培训总时长(小时)	18,600	27,000	30,000
员工培训覆盖率(%)	100	100	100
员工接受培训平均时长(小时)	12	18	20

### 代理人学历分布

指标	2021年人数	2021年占比	2022年人数	2022年占比
博士(人)	17	0.18%	13	0.16%
硕士(人)	1,028	10.89%	840	10.44%
大学本科(人)	5,800	61.45%	5,027	62.47%
大学专科(人)	2,479	26.27%	2,049	25.46%
高中及以下(人)	114	1.21%	118	1.47%

### 代理人培训时长

指标	2020年	2021年	2022年
代理人人均培训时长 (小时/人/年)	312	297	297

### 社会贡献绩效

指标	2020年	2021年	2022年
吸纳就业人数(人)	240	265	117

### 纸张用量

指标	2020年	2021年	2022年
纸张用量(张)	12,977,316	16,045,663	9,639,180

### 能源用量

指标	2020年	2021年	2022年
用电量(度)	5,215,245	5,238,350	4,561,064
人均用电量(度/人)	307.90	477.30	479.4

### 水资源用量

指标	2020年	2021年	2022年
用水量(吨)	3,292	6,623	3,990
人均用水量(吨/人)	0.194	0.603	0.419



# 读者意见反馈

## 尊敬的读者：

您好！

感谢您阅读大都会人寿《2022企业社会责任报告》。我们真诚地邀请您对我们的社会责任工作和此份报告提出反馈意见和建议。您的意见和建议，能够为我们持续提升社会责任管理和实践水平提供重要参考。

您可以通过以下方式联系我们：

 中国(上海)自由贸易试验区世纪大道1196号31、32整层

 邮箱:metlifechina@metlife.com

**感谢您对大都会人寿企业社会责任工作的支持！**



**常伴左右 共驭美好未来**