

# 长城人寿 2022 年社会责任报告

## 第一部分 公司概况

### （一）公司介绍

长城人寿保险股份有限公司是始建于 2005 年的全国性人寿保险公司，是北京市西城区国资委重要子企业，是北京金融街投资（集团）有限公司旗下金融板块控股公司。公司总部设于北京，注册资本 55.31 亿元，总资产超 770 亿元，全国设立 13 家分公司，机构总数超过 230 家，旗下拥有长城财富保险资产管理股份有限公司等三家控股子公司。

长期以来，长城人寿坚持稳健发展原则，强调保费规模、价值贡献、利润增长均衡发展，不断提高保险服务和资金运用能力，不断推进线上化、数字化、智能化转型，提升科学化、精细化管理能力，持续强化风险管控，稳健经营，实现高质量发展。

长城人寿秉持“客户至上”的服务理念，全力为客户提供专业化的产品和持续的贴心陪伴，不断提升长城人寿的品牌价值与市场影响力。长城人寿不仅要实现自身的价值增长，还将不断加强团队建设、提升协作能力，致力于与客户、股东、合作伙伴实现合作共赢，驱动长城人寿健康、稳定、持续发展，实现基业长青。

长城人肩负着“为亿万中国家庭构筑保险长城”这一崇高企业使命，以“诚信、专业、进取、创新”为价值观，秉持“依法合规、客户至上、价值优增、合作共赢”的经营理念，坚决落实监管“保险姓保”政策要求，以实际行动践行

“传递爱与责任”，向着“做最值得托付的健康财富管理合作伙伴”的愿景奋进。

## (二) 报告期内公司获得的荣誉

主办单位	评选活动	所获荣誉
第十一届公益节组委会	第十一届公益节暨企业社会责任嘉年华	年度公益推动力大奖
易趣财经传媒、《金融理财》杂志社	第十二届“金貔貅奖”颁奖典礼	年度金牌寿险公司
中国银行保险报	第六届中国金融品牌影响力传播案例征集活动	金诺·中国金融年度优秀社会责任项目
《今日保》、《今日保险》杂志	2022中国保险中介高峰论坛暨今日·保险中介榜	年度健康保险产品
第十一届财经峰会组委会	第十一届财经峰会暨2022可持续商业大会	2022企业社会责任典范奖
中宣部版权管理局	2021十大年度国家IP颁奖	2021十大年度国家IP金融赛道银奖
FOFWEEKLY母基金周刊 厦门市地方金融监督管理局	2022第四届中国母基金峰会暨第三届鹭江创投论坛	2022投资机构软实力排行榜一 金融机构LP TOP20
中国保险业数字化与人工智能发展大会组委会	中国保险业数字化与人工智能发展大会	卓越客户服务保险公司
中国国际公共关系协会 (CIPRA)	第十八届世界公共关系大会	长城侠IP获“内容营销类银奖”

《保险文化》杂志社	中国保险创新大奖	年度推荐养老保险产品
北京市企业管理现代化创新成果审定委员会	北京市企业管理现代化创新成果以及北京市企业文化优秀成果	企业管理现代化创新成果及企业文化优秀成果二等奖
北京企业联合会	2022 北京企业 100 强名单	北京市百强企业榜单第 49 位 北京服务业企业百强榜单第 29 位
上海投中信息咨询股份有限公司	2022 年有限合伙人榜单	中国最佳保险资金 TOP20 第四位
第十二届公益节组委会	第十二届公益节暨企业社会责任嘉年华	年度公益传播奖 年度公益映像奖

### （三）公司战略

国家正处于新发展时代，伴随宏观经济政策、居民收入及人口结构的变化，商业保险注定会成为第三支柱养老的主要支撑和多层次保险保障完善的主要组成部分，社会环境尤其是技术进步带来的机会迫使传统寿险行业面临转型升级。

长城人寿积极拥抱变化，建立“客户至上”的理念，坚持“保险姓保”的经营理念，坚持科技赋能，推动价值增长，是“四五”战略规划发展的重要生机。

2021 年以来，长城人寿进入“四五”战略规划新周期，制定“GREAT”战略目标，积极推进线上化、数字化、智能

化转型，以客户为核心，提供“产品+服务+品牌”的保险服务。

长城人寿将围绕“四五”战略规划目标，主动拥抱保险数字化浪潮，深化渠道和产品创新变革，持续推动业务转型升级，全力打造高质量发展“新长城”，为亿万中国家庭构筑保险长城。

#### **（四）公司文化核心理念**

使命：为亿万中国家庭构筑保险长城

愿景：做最值得托付的健康财富管理合作伙伴

价值观：诚信 专业 进取 创新

经营理念：依法合规 客户至上

价值优增 合作共赢

### **第二部分 对客户：创新服务，极致陪伴**

#### **（一）加大创新力度，满足客户多元需求**

##### **1. 全面守护，满足家庭多元化保障需求**

2022年，长城人寿继续严格贯彻中国银保监会“回归保障”、“保险姓保”的本质属性，在“C2F”策略指引下，长城人寿联合清华大学五道口金融学院中国保险与养老金研究中心、中国人民银行金融研究所和益普索（中国）咨询有限公司启动《中国家庭风险保障体系白皮书（2023）》编

撰。白皮书系统总结了中国家庭结构、财富配置结构、家庭风险保障模式的最新特征及变化趋势，深入分析了中国家庭现有风险管理模式面临的挑战，及其带来的巨大死亡、健康、养老、服务保障缺口及财富安全风险。提出要基于家庭生命周期责任、风险与需求，依托“保险+服务”综合解决方案，动态构建全面家庭保障体系，全方位守护健康、养老和财富。长城人寿从中国家庭风险保障体系理论出发，逐步建立配套完整的产品开发体系、销售工具体系、销售训练体系、客户服务体系、品牌推广体系，形成五位一体的整体规划，以实现更精准、更便捷、更高效地满足中国家庭的多元化保险保障需求。

## **2. 文化融入，推动产品 IP 传播保险理念**

长城人寿建立产品 IP 形象“长城侠”，继承中国著名历史文化遗产“万里长城”保障生存、构建秩序、促进发展的精神，体现保险产品助力人们抵御生活风险，追求美好生活的功用。在产品 IP 引领下，建立以长城著名关口命名、以关口历史名人故事传播为主的产品推广体系与以长城文化体验为主的客户市场活动体系。2022 年通过全域“长城侠”自媒体矩阵经营，以丰富的媒介形式向客户传播保险理念与产品。推出《长城少年风云》剧本游戏活动，为客户带来长城实景与历史文化相融合的沉浸式客户体验。

## **3. 深耕市场，开发创新性保障类产品**

截至 2022 年末，长城人寿为客户提供基本保额累计达 6235.7 亿元，从保险保障方面服务社会民生，充分发挥社会

稳定器作用。

2022年，长城人寿为不同年龄人群提供有针对性的保险保障，创新开发了“长城明爱金彩养老年金保险”“长城八达岭典藏版养老年金保险”“长城吉康延年恶性肿瘤疾病保险”等产品，满足中老年群体养老、疾病等多元保险需求。针对少儿群体开发了“长城龙曦宝宝A款重大疾病保险（互联网）”等互联网少儿重疾险、“长城金锁关少儿两全保险”和“长城附加金锁关少儿提前给付重大疾病保险”产品组合，在延续长城产品特色的基础上，进一步把握市场趋势，在精细化市场策略中提升渠道销售规模。

近年来，新冠疫情的爆发提高了社会对医疗险的关注和需求，“长城烽火台定额给付医疗保险”创新性地根据累计医保补充金额进行分级定额给付医疗保险金，一经上市获得渠道和客户的好评。

## **（二）持续优化智能服务，着力提升客户体验**

### **1. 打造智慧服务体系，升级人机协同作业模式**

为了更好地满足客户多元化服务需求，长城人寿积极构建“五位一体”的智慧服务体系，助力公司线上化、数字化、智能化转型升级。目前，已实现包含智能语音质检分析系统、智能客服系统、智能外呼系统、智能坐席辅助系统及智能IVR语音导航系统在内的智慧服务体系建设。

通过整体搭建“五位一体”的智慧服务体系，长城人寿数字化智慧客服转型项目全面落地，线上化、数字化、智能化建设初显成效。自该体系建设以来，为官微13万在线用

户及 95576 的电话呼入客户提供了标准的智能服务，有效降低了转人工率；各智能系统各司其职，形成了和人工服务的优势互补，满足了客户高效、便捷、人性化的服务需求。

## **2. “长城 CARE+尊享计划”，满足客户多元需求**

近年来，长城人寿积极谋求价值转型发展，开始实施“四五”战略规划，并提出 C2F 服务理念，倡导“一人买保险，全家享服务”，逐渐向家庭保险服务商角色转变。围绕从个人到家庭（C2F）服务理念的落地，长城人寿聚焦 VIP 客群，推出“服务+、体验+、健康+、便捷+”的“长城 Care+尊享计划”。

“长城 Care+尊享计划”即长城人寿健康管理类增值服务体系，是紧扣长城人寿“四五”战略规划，聚焦客户健康领域，为 VIP 客户提供的近距离、深层次、主动性和全流程的高品质增值服务，极具优势和特色。“长城 Care+尊享计划”具有“全家享服务”、“一家一账号”、“服务范围广”、“申请全线上”四大特色。

“长城 Care+尊享计划”自推出以来，已经取得了丰硕成果，现已辐射 24 万客户及其家人。长城人寿在第十七届客服节的舞台上，对“长城 Care+尊享计划”的真实案例通过情景剧的形式进行了集中展示，直播累计观看量高达 38.4 万人次，进一步提高了“长城 Care+尊享计划”的社会影响力。

### **（三）创新理赔服务模式，切实提供全面保障**

#### **1. 打造“三好理赔”服务，创立长城理赔服务品牌**

2022年，长城人寿以真人形象打造专属理赔IP形象—好赔君，打造“好便捷、好专业、好温馨”三好理赔服务体系，传递“让理赔更好赔”的理念。将“好赔君”延伸为杰出理赔员的象征和专属称号，营造人人争当好赔君的氛围，激发员工提升服务技能与服务意识的积极性，为客户提供有速度、有温度的理赔服务。

## **2. 推出“重疾一日赔”，跑出理赔极致速度**

为解决客户重疾出险后快速赔付问题，长城人寿推出“重疾一日赔”服务。为申请重大疾病保险理赔且符合特定条件的客户提供一个工作日内完成理赔处理并支付到账的极速服务。2022年，通过重疾一日赔服务客户数1138人，累计赔付金额达5540.8万元，最快结案时效仅8分钟。

## **3. 上线“视频调查”，足不出户完成理赔面访**

2022年，通过建立数字化调查管理体系上线视频调查，即在移动端实现线上面访、电子函件签署等功能，借助科技创新打破时空阻隔，让客户足不出户完成面访，优化客户理赔体验。在疫情特殊时期，通过线上视频调查及函件签署功能让理赔不断档，提升理赔处理速度，缩短赔款到账时效，切实保障客户权益。

## **4. 升级e服务，让理赔更透明更简单**

为使客户享受更加简便透明的理赔服务，2022年，长城人寿对线上理赔界面进行全新升级，实现温馨提示全流程覆盖，支持多种身份验证模式，自动匹配保单信息，进一步细化理赔查询节点，让客户随时随地掌握进度。全年通过线上



理赔界面优化、流程简化等服务举措，理赔 E 化率达 98.53%。

### **5. 发布“就医资料管家”，理赔服务全程陪伴**

通过官微端创建就医资料管家路径，满足客户随时上传医疗资料的需求，并支持查询医保累计补偿金额，解决客户和产品销售的后顾之忧，创建全新的理赔服务流程，为客户打造有温度、有价值的理赔服务。

### **（四）强化科技信息系统支撑，提升客户服务能力**

2022 年，长城人寿加快数字化转型工作，通过保险科技的运用，强化新技术的应用与创新，赋能经营管理全流程，打造具有竞争力的数字化、智能化、自助化的保险和服务，有效支撑公司业务转型发展，不断提升客户服务能力。

#### **1. 数字化转型方面**

完成“长城驿站”官微自营商城项目上线；启动渠道中心的建设，系统上线后将大幅提升渠道对接的效率，便于业务部门对合作渠道进行管理；加快了内容营销项目的商业价值分析与系统需求沟通，并初步形成了建设方案；启动银保 APP 项目建设，打造集保单管理、客户管理与服务一体化的整合型 APP，深化数据呈现与分析，利用数据帮助业务员完成营销及内外勤的管理督导工作。

#### **2. 核心业务中台建设方面**

为实现以家庭经营和保险业务智能化运营为核心的全方位数字化能力，2022 年，长城人寿启动并分阶段实施了新业务中台项目，包括承保中心、保单服务中心、产品中心、风控中心、渠道中心和收付中心六大中心。

### 3. 保单检视方面

2022年，通过引入结构化商保数据库、社保数据库、其他类专业数据库，完善的商保、社保、经济类数据及结构化的底层数据库，实现了全流程自动化保单检视。通过OCR+AI技术及产品精算数据库和算法，实现客户已有保障自动整理。客户画像与保险产品智能推荐的整合，通过精算算法，实现智能推荐保险产品。目前已在全国13家机构全面推广使用，累计开通用户870余个，为6513个家庭提供了21000份保障分析计划。

### 4. 数据中台建设方面

完成大数据平台基础版的生产部署和8个大数据平台数据开发规范的制定。同时，基于大数据平台实施了6个场景需求，实现了大数据量复杂实时计算平均时效在60秒内；完成了埋点管理系统基础功能的上线试运行，通过客服节活动分析看板支持客服节活动，可视化发现客户活动粘性和客户喜好，为后续活动设计提供依据。数据埋点系统的建设，逐步补齐了公司的数据版图，为数字化客户洞察和经营管理提供决策依据。

#### **（五）完善体制机制建设，强化消费者权益保护**

2022年，长城人寿贯彻落实《中国银保监会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》（银保监发〔2019〕38号）监管文件要求，在公司董事会及高级管理层的指导下，将消费者权益保护纳入公司治理、企业文化建设和经营发展战略，建立健全消费者权益保护体制

机制，有效保障产品和服务审查、信息披露、客户信息保护、消费者教育宣传、投诉管理等各项工作机制的运行，将消费者权益保护贯穿业务流程各环节，持续提升消费者权益保护管理质效。

### **1. 消费者信息协调管理**

建立了消费者信息协调机制，确保消费者权益保护工作各部门之间的横向信息共享以及工作协调配合机制有效运行，通过《消费者信息协调管理办法》构建内外协调的客户问题解决机制，及时传递客户心声。

### **2. 消费者信息和隐私保护**

为加强客户信息管理，维护客户信息安全，公司根据相关法律法规及监管制度，建立有《客户信息保护管理办法（2021版）》、《客户信息调用管理实施细则》、《数据安全管理制度（2021版）》等制度，多次开展洗钱和恐怖融资高风险客户强化尽职调查行业典型问题对照自查工作；在《电话咨询标准化手册》、《新契约回访管理办法》中对咨询、回访客户身份进行核对，避免客户信息泄露，提高客户信息安全。

### **3. 消费者权益保护教育宣传**

将消费者权益保护教育宣传纳入常态化工作体系，通过在公司官网开设消保守护专区、在营业网点设立宣教区域、在公司官微发布“以案说险”“风险提示”图文等方式，提升公众金融素养和消费风险意识；同时积极开展“3·15 宣传周”“7.8 全国保险公众宣传日”“金融知识进万家”等

各项金融知识宣传活动，并在线上推出《金融消费者八项权利》宣传视频，详细解读、阐释消费者所享有的每一项权利。

长城人寿通过第十七届客服节对消费者进行了服务理念的宣传。运用舞台剧沉浸式体验的方式集中展示了长城人寿陪伴客户成长的暖心故事和精彩片段，讲述客户互动交流的心声，使客户切身感受到公司服务品牌的温度与力量。

#### **4. 消费者权益保护审查**

消费者权益保护审查是保护消费者权益的第一道防线。公司将消费者权益保护审查纳入机构风险管理及内部控制体系，审查要点覆盖了对面向消费者提供的产品和服务，并提出消费者权益保护措施或意见，对相关风险进行识别和提示，从源头上预防侵害消费者合法权益事件发生。

#### **5. 对外信息披露**

长城人寿及时在官网、官微等渠道对产品和服务信息进行披露，覆盖售前、售中、售后全流程，有利于消费者在接受产品和服务前充分了解其特点和风险，更好地为消费者服务，保障了消费者知情权和自主选择权。

#### **6. 消费者投诉处理及纠纷调解**

2022年，长城人寿贯彻落实消费者权益保护主体责任，健全投诉处理工作制度，畅通投诉渠道，提升投诉处理效率、规范投诉处理流程，妥善化解矛盾纠纷，维护消费者合法权益，且未发生重大上访及群体性事件；公司修订《消费纠纷多元化解实施细则（2022版）》和《消费者投诉处理管理办法（2022版）》，确保消费者投诉、纠纷调解工作的有效管理

和执行，进一步完善公司消费者权益保护工作体系。

### **第三部分 对股东：稳健经营，创造价值**

#### **（一）企业价值实现稳健增长**

长城人寿自 2005 年成立以来，坚定追求“规模、价值、利润”的平衡发展，坚持“依法合规、客户至上、价值优增、合作共赢”的经营理念，均衡价值与品质优先，速度与质量并重，当前与长远兼顾，坚守企业稳健成长与社会责任贡献的和谐统一。

公司治理监管评级达到 B 级，综合风险评级连续多年达到“B”类以上，多年来公司经营评价均为 B，公司治理水平完善、风险管理状况良好，偿付能力充足率稳定。

截至 2022 年底，公司总资产规模突破 774 亿元，年度总保费收入 152 亿元，年保费收入稳定跨上百亿平台。在负债端业务方面，公司坚持以客户为核心的经营转型，落地“C2F”策略，启动中国家庭风险保障体系建设，不断提升客户洞察和产品创新能力，提供“产品+服务+品牌”的保险服务供给，业务结构持续优化，新业务价值稳定增长，新单期交市场排名不断提升；在投资端业务方面，公司继续坚持“长期投资、价值投资、稳健投资”的理念，遵循“安全性、流动性、收益性”统一的原则，在保证资产安全性的前提下，兼顾流动性，追求长期稳定的投资收益，致力于保险资产的长期稳定增值。

#### **（二）公司治理水平稳步提升**

长城人寿致力于不断优化完善治理顶层设计，根据《公司法》《保险法》《银行保险机构公司治理准则》等法律法规的要求，按照“依法合规、权责明晰、决策科学、有效制衡”的原则，建立了以股东大会、董事会、监事会和经营管理层为主体的公司治理组织架构，以《公司章程》、“三会”议事规则、《董事会授权授信体系及审批流程细则》为基础的公司治理制度体系，形成了“三会一层”各司其职、有效制衡、协调运作的公司治理机制，有力地推动了公司稳健持续发展和管理效率的提升，从治理层面保证了运作规范和决策程序依法合规。

### **（三）风险管控能力不断增强**

建立完善的风险偏好管理体系。长城人寿实行稳健的风险偏好，通过主动识别、评估、管控风险，将风险损失控制在容忍度以内，寻求风险与收益的平衡，确保偿付能力充足率始终满足公司发展需要，实现股东风险回报和公司价值的最大化。公司以偿二代二期监管规则为指导，建立健全的全面风险管理体系，将风险管理融入到公司的经营管理之中，对各类风险进行有效管理，支撑公司战略目标的实现。

实行严格的闭环管理。长城人寿具备完善的偏好体系与传导机制，每年制定《风险偏好陈述书》和关键风险指标并持续监测，运用风险管理工具，如大数据筛查、压力测试、系统监测等进行事前、事中、事后的风险管理，建立了完善的应急管理机制并定期进行演练。同时，公司定期编写全面风险管理报告、各子类风险报告、关键风险指标监测报告，

并根据制度要求向董事会、管理层报告。

充分运用监管评价指导风险管理工作。长城人寿对SARMRA评估、风险综合评级等要求进行细化，研究评估结果、锁定缺陷并持续督导整改，将相关要求融入日常工作，包括制度编制、重大事项审批、授权流程等方面，促进公司风险管理水平的提升。

#### **（四）合规管理体系持续完善**

长城人寿高度重视合规管理，视合规风控管理为公司的“生命线”，始终秉持着“合规从高层做起”“主动合规”“合规创造价值”“合规人人有责”的合规文化理念，始终贯彻“依法合规”的工作准则，严格落实合规管控。

在日常经营管理中，长城人寿严格遵守《保险公司合规管理办法》等法律法规，制定了《公司合规政策》。公司建立健全了以合规监测、合规宣传培训、合规风险评估、合规检查整改、合规考核问责为闭环的合规管理体系，保证公司合法、合规、稳健运营。2022年公司持续落实合规谈话机制、风险合规评级管理，建立并落实违规风险通报机制，持续完善合规管理制度，推动多维度培训宣导，进一步细化了合规管理工具，提升了公司合规管理能力。

### **第四部分 对员工：尊重关爱 共同成长**

#### **（一）构建和谐劳动关系，保障员工权益**

为保障员工合法权益，体现公司“以人为本”的管理理念，2022年，长城人寿通过以下四个方面工作，为构建“和

谐长城”夯实基础：

一是继续规范用工管理，加强对劳动合同和薪资福利的监督和审核，减少用工风险。

二是保障员工福利，2022年，长城人寿积极推进员工休假福利，根据国家有关政策，员工享有带薪年假、事假、病假、工伤假、婚假、丧假、计生类假、民族假、家长会假、特殊奖励假、育儿假、看护假等。

三是薪酬管理方面更加透明，效益和奖励比例更加明确，2022年根据最新行业薪酬报告，提高了应届生薪酬。

四是倾听员工意见，宣贯企业文化，改善公司形象，提高公司竞争力，提升员工活力。

## **（二）构建统筹联动机制，促进员工成长**

长城人寿高度重视人才的培养和发展，致力于为公司打造一支整体素质好、综合能力俱佳、战斗实力过硬的优秀团队。公司根据各层级员工需求，量身定做培养计划，让员工找到定位，明确发展方向，获得成长空间。

为了优化培训形式、课程内容和讲师资源，让培训更贴近业务、更贴近专业，推进公司经营业绩的提升，促进员工个人的成长，2022年，长城人寿培训工作持续强化“2+2+N”的培训体系；丰富以长城学院为载体的培训资源平台，人均不少于40课时，针对不同层级管理者和人群，明确了培训聚焦领域，分级分类精准推进培训项目，开展创新培训形式，开启集中训练营、管理工作坊等线上+线下融合的学习方式，合计完成25个培训项目。



2022年，为结合公司新“四五规划”战略，加速员工思维转变，激发员工自主学习意识，打造自主型学习组织，公司在原有线上培训体系中，新推出“轻学堂”APP，为员工开通了丰富的职场能力提升等相关课程，全面实现了总、分公司培训工作相互促进统筹联动；同时，为促进员工成长，公司努力为员工营造发展平台，给员工自由发挥的空间，由员工自由组成多个专业项目组，让员工成为专业项目的主人。

### **（三）关爱员工生活，提升员工幸福指数**

长城人寿始终把关心关爱员工身心健康摆在首位，2022年末新冠疫情爆发，公司85%以上人员封闭在家，公司为员工邮寄发放了各类药品、口罩、测试试剂等，全面提升员工的幸福感、获得感和安全感。

提升体检感受。公司对现有的健康体检模式和体检标准进行优化调整。选用专业体检机构为员工开展更专业更优质的体检服务，增加心脏彩超、甲功三项等多个检测项目。2022年末疫情爆发，多数员工未能按时参加年度体检，经公司与第三方沟通协商，为员工延长年度体检时间，提高员工幸福感。

## **第五部分 对社会：笃行公益，回馈社会**

### **（一）热心公益，积极回馈社会**

长城人寿主动履行社会责任，响应国家号召，积极投身各项公益事业，踊跃参与公益项目和扶贫活动，以实际行动传递保险从业者的爱与责任。

2009年，长城人寿自主创建、实施公益项目“萌芽100”爱心图书室，该项目致力于向农村贫困地区及城镇农民工子弟小学捐建可持久使用的爱心图书室，以百分百的真诚和奉献，为孩子提供百分百的温暖与关爱。

2022年，长城人寿完成陕西省西安市鄠邑区祖庵中心学校、重庆市万州区恒合民族中心小学和河南省信阳市息县陈棚乡中心学校3座爱心图书室捐建及45所学校深度回访，捐赠价值近18万元的优质图书。截至2022年底，长城人寿已在全国捐建爱心图书室145座，累计捐赠全新图书近40万册，受益学生逾45万人，为推动乡村教育发展做出了积极贡献。

为公益事业做出积极贡献的长城人寿，先后荣获诸多荣誉和奖项。2022年，在第十二届公益节暨企业社会责任嘉年华颁奖典礼上，长城人寿凭借“萌芽100”公益项目的杰出表现，以及良好的公众综合评价，获评2022年度公益传播奖；公司原创公益歌曲《明月杏花香》MV获评“2022年度公益映像奖”。

2021年长城人寿以副会长单位身份，加入中国旅游协会长城分会，正式启动建立以IP和保险赋能长城国家文化公园战略实施，推动长城经济带发展的公益服务体系。为“八达岭长城少年使者”旅游项目、慕田峪长城“爱我中华 护我长城”游学实践活动、慕田峪长城“用嘴巴听长城”旅游解说项目、金山岭长城景区旅游项目以及优酷少儿频道《蕃尼探长城》节目摄制等多个长城旅游相关项目进行人身意外

保障赠险，全年捐赠保额超过 3000 万元。

## **（二）公益赠险，筑起防疫长城**

2022 年，为贯彻落实北京市西城区委、区政府疫情防控工作部署，长城人寿积极履行社会责任，重点关爱“一老一小”特殊人群，向西城区“60 岁以上老年人”以及“3 至 11 岁未成年人”赠送接种第一针新冠疫苗意外伤害保险。截至 12 月底，累计向西城区“60 岁及以上老人”赠险 5444 份，平均年龄 74 岁，最高年龄 101 岁；向“3-11 岁儿童”累计赠险 134 份，赠送风险保额累计达 27.89 亿元，切实发挥国企保险公司社会“减震器”“稳定器”的作用。

## **第六部分 对环保：低碳办公，绿色发展**

### **（一）支持绿色发展**

长城人寿深入学习党的二十大会议精神，认真贯彻党中央、国务院、监管部门的工作部署和相关要求，服务国家战略，坚持可持续发展理念，积极推进绿色金融、绿色保险工作，加强产品创新和专业能力建设，持续优化绿色运营能力，聚焦绿色保障和绿色投资，积极探索符合绿色产业客户需求的绿色保险发展道路，实现公司高质量发展战略与国家绿色金融战略的统一，践行企业责任，履行社会担当。

2021 年，长城人寿制定了 2021—2025 年的四五战略规划，从战略上确立了坚持“线上化、数字化、智能化”，积极拥抱变化的战略导向，加强绿色保险、绿色金融的支撑服务能力。

2022年，长城人寿深入推进数字化转型工作，运营管理服务线上化能力逐步提升，为客户提供了高效、便捷、安全的保险服务。此外，公司不断推行低碳办公，倡导无纸化办公和绿色出行，为国家绿色发展贡献力量。

在负债端业务方面，长城人寿不断加强产品的创新和研发能力，聚焦低碳产业，为相关企划及员工提供风险保障和财务管理服务。

在保险资金运用方面，长城人寿积极探索推动绿色投资，更多投向对环境友好、承担社会责任和好的公司治理的企业，探索利用保险的长期资金优势，积极投入绿色能源替代和温室气体减排事业。

## **（二）践行绿色投资**

长城人寿子公司长城财富保险资产管理股份有限公司（简称“长城财富”）作为保险资产管理公司，积极发挥保险资金长期稳健投资优势，加大保险债权计划等产品的投资和发行，通过保险资管产品对接实体经济项目，将保险资金真正落实到支持实体经济项目，同时发挥保险资金长期、稳定的优势，切实提升保险资金服务实体经济效能。

投资业务方面，长城财富积极加速推进不动产及其他金融产品类投资业务转型，加大与优质企业合作力度，推动资金稳健投资，持续提供优质的投融资服务和综合性金融支持方案，服务实体经济发展。

市场化业务方面，长城财富在时间、交易结构、企业、区域等方面做到创新，力争做到“相同产品、价格最优”、

“相同时间、交易结构最优”的先发优势，积极推进市场化业务开展，同时密切追踪存量项目，做好投后工作，确保发行业务所有产品运转良好，无风险事件发生。

2022年，长城财富加快ESG投资体系建设，加大对碳中和板块配置，减少对碳排放板块配置，减少不符合共同富裕板块配置，寻找公司治理优秀的上市公司。长城财富投研体系引入ESG标准，根据ESG标准，进行行业和个股配置，优选配置新能源车、光伏、风电、清洁能源板块和个股。对于不符合碳排放标准的个股和板块，如污染和高耗能行业，压缩配置规模。公司目前设立新能源一号、ESG精选等多只专项资管产品，进行权益投资。在FOF配置中，优先选择新能源、碳中和、清洁能源主题基金，在提升收益的同时，助力低碳环保行业发展。

长城财富积极响应国家政策，挖掘绿色投资项目支持绿色发展，积极支持国家“碳达峰”与“碳中和”、“粤港澳大湾区建设”、“支持长江经济带建设”、“支持医疗养老和健康产业投资”等战略目标，拓宽保险资金投资领域，以金融支持实体经济，全面助力国家绿色金融体系建设和绿色经济转型。

2022年度，长城财富支持国家“双碳”战略相关投融资发行项目存续规模达75.5亿元；“粤港澳大湾区建设”战略相关投融资发行项目存续规模达2亿元；“支持长江经济带建设”战略相关投融资发行项目规存续模达3亿元；“支持医疗养老和健康产业投资”战略相关投融资发行项目存续

规模达 2.9 亿元。

### **（三）深化绿色运营**

打造低碳触点，提升绿色服务。长城人寿积极响应国家“双碳”战略，通过服务创新减少资源消耗和碳排放，全面梳理客户触点推进保险服务绿色转型：

**1. 有效强化电子保单推广。**长城人寿客户可通过邮件、官微等方式查询或下载电子保单，减少传统保单印制、配送、存储产生的碳排放。有效提升服务效率和资源集约化水平。

**2. 打造绿色客户体验中心。**长城人寿全面推行“长城 AI 家”客户体验中心建设，实现柜面无纸化，并配置绿色低碳的自助服务设备，在减少资源消耗，降低有害物排放的同时有效提升柜面服务便捷性，全方位践行低碳运营。

**3. 强化线上服务，夯实低碳根基。**通过不断强化线上服务矩阵，以远程智能操作替代传统面对面服务，有效减少业务人员和客户的往返奔波，实现提升效率和降低“碳排放”完美结合，使得低碳发展的基础更为坚固。目前，已实现 32 项保全服务可在微信上办理，保全线上使用率提升至 95.67%。理赔线上使用率达到 98.53%。

除此之外，通过两项技术革新进一步降低资源浪费。一是“核保小管家”，可帮助业务人员和客户在投保前预评估核保结论，提前化解有关问题，减少后续不必要的资源投入。二是“保全云助手”，可为客户在官微端快速匹配保全服务入口，省去不必要的查询浏览时间，从而降低能耗。

### **（四）坚持绿色办公**

## **1. 强化科技赋能，提升办公效能**

为加强办公数据分析及数据治理能力，2022年，长城人寿启动电子印章系统，对业务发展起到了有力的支持作用，针对远程、异地交通不便的情况，通过电子用印支持保障了时效，助推护航了多项紧急用印需求，有效降低了办公成本，提升了绿色办公效能。

## **2. 践行节能减排，打造绿色职场**

长城人寿总公司职场积极倡导员工降低水电能耗；施行垃圾分类投放，实现单面废纸的回收利用，减少污染，节省资源，全面降低办公运营成本。

未来，在加快实现高质量发展的同时，长城人寿将不忘初心、砥砺前行，全力以赴，用实际行动践行国有保险企业社会责任。