



SINO-US UNITED METLIFE INSURANCE COMPANY LIMITED
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT 2017-2019

大都会人寿2017-2019年度 企业社会责任报告



共驭美好未来

目录

Contents

2017-2019

01 | 开篇

CEO致辞：常伴左右，共驭美好未来	03
关于大都会人寿	04
我们的企业文化	06
我们的主要荣誉	07
企业社会责任大事记	09
利益相关方沟通	10
实质性议题	11

02 | 为健康保驾护航

真诚的健康守护者	13
· 共驭健康寿命	14
· 提升可获得性	16
积极的理念传播者	17
· 倡导健康行动	17
· 支持健康研究	19
专题：抗疫在行动	21
· 第一时间行动响应	22
· 健康关心与关怀	23

03 | 筑建可持续未来

负责任投资	26
促进普惠金融	27
传递社区关爱	30

04 | 追求卓越的经营

确保稳健的发展	34
· 强化风险管理	35
· 坚持合规经营	37
· 加强销售品质管理	39
· 强化信息安全管理	39
· 建设合规供应链	39
提供优质的服务	40
· 数字化创新	41
· 倾听与回应客户诉求	42
人才培养与关怀	43
· 员工培训与发展	44
· 员工关怀与沟通	45
· 销售人员事业发展	47
减少环境运营足迹	49
· 开展无纸化运营	49
· 推行绿色环保行动	49

05 | 结篇

关键绩效指标	51
GRI标准索引	54
关于本报告	55
读者反馈	56

01

开篇

常伴左右，共驭美好未来

Always with you,
building a more confident future

CEO致辞

常伴左右, 共驭美好未来

孙思毅

保险,是一份承诺,是对一个家庭的财务稳定、健康与幸福的保障,亦是整体国民经济发展的助推器和稳定器。为了履行这份承诺,大都会人寿在过去15年来一直以诚信与正直作为自身稳步发展的基础,以锐意创新作为成长壮大的动源,在风险管理、合规经营及信息安全等方面追求卓越,保持稳健发展,为所有的利益相关方筑建可持续发展的未来。

大都会人寿基于对中国市场的长期洞察,深刻地理解客户在不同人生阶段的实际挑战,帮助客户更好地从容应对人生的变化,以实际行动响应“健康中国战略”。我们围绕“以客户为中心”的理念,整合健康领域合作伙伴的优势资源,在国内率先推出了包括产品、增值服务和客户体验在内的“360Health一站式健康解决方案”,可协助客户和他们的家人在日常预防、早期诊断、医疗资源、康复支持和财务保障等五个方面应对疾病风险,让保险保障更加周全、贴心。

公司的发展与成功,凝聚了每一位大都会人的智慧和汗水。我们始终将人才视为企业发展与成功的根本,让不同背景的人们均能在公司获得施展才华的空间。我们为内外勤伙伴提供了广阔的职业发展机会和丰富的培训。我们拥有包容性的文化氛围,倡导内外勤伙伴以“主人翁”精神参与到公司发展,并致力于打造安全、有趣、人性化的工作环境,为他们带来安心、愉悦的工作体验,促进他们的身心健康并实现工作与生活的平衡。



多年来,我们充分发挥金融保险企业的专业优势,积极参与普惠金融在中国的深入发展;积极投身于公益事业,在儿童关怀、弱势群体帮扶等领域,开展了一系列公益项目和活动。同时,我们通过开发和应用新兴技术,倡导无纸化保单服务,以减少自身运营的环境足迹,致力于成为环境友好型企业。

2020年初的新型冠状病毒肺炎疫情,给所有人都带来了冲击,未来仍然存在诸多挑战与不确定性。但能够确定的是,我们关怀与支持客户的脚步不会停歇,我们对内外勤伙伴、社区等利益相关方的责任亦不会忘记。我们将用坚持与努力,常伴左右,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



关于大都会人寿

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行销、银行保险、直效行销及数字营销等多元渠道,为全国各地超过二十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。如需了解更多大都会人寿的信息,请登录公司官方网站 www.metlife.com.cn。



中方股东

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。

美方股东

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。如需了解更多信息，请访问 www.metlife.com。

20⁺

为全国20+城市的消费者提供服务

40⁺

在全球超过40个市场开展业务

我们的企业文化

在大都会人寿,我们十分注重创造积极、自主的人才发展氛围,使员工在日常工作中能充分感受到尊重、包容、温暖的企业文化。我们希望每一位员工了解,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。

2017年12月,我们面向大都会人寿总公司和12家分公司的内外勤员工开展了企业文化调研,了解他们对于企业文化、公司价值观、公司愿景及目标、日常行为等方面的想法和意见,以此作为文化建设项目推进的重要基础和参考。

2018年5月,我们正式开启了主人翁文化建设之旅,推动主人翁文化融入企业运营的各个环节,通过意识宣导、促进行为模式习惯养成,逐步形成共同的文化自觉,并最终使主人翁文化成为大都会人寿的成长基因,每一位员工都自觉把主人翁精神作为行为标准。

01

建立制度 完善管理



为全面推动大都会人寿主人翁文化建设,我们于2018年5月制订了《主人翁文化建设制度》,明确了组织及责任分工、文化建设主要活动,以及工作进程追踪程序。此外,我们设立了主人翁文化建设委员会,并制定《主人翁文化建设委员会章程》,以确保文化建设工作的高效、有序、持续、深入开展。

02

文化宣传全员覆盖



截至2019年底,我们在全公司范围内举办近470场宣讲及工作坊活动,实现了内勤员工100%覆盖,赢得了内外勤伙伴的认同。“主人翁文化”戏剧工作坊以生动的方式,如微信调研、案例讨论、短剧演出等,加深了员工们对主人翁精神的认识与理解。此外,主人翁精神分享、主人翁表彰会等活动,亦很好地促进了不同部门和渠道员工之间的交流与沟通。

03

倾听主人翁之声



我们设立了主人翁建议沟通邮箱,鼓励员工发声,担当主人翁责任。截至2019年底,我们收到的主人翁建议涉及业务发展、合法合规、工作体验等主题。这些建议已实现100%转办,交由相关部门予以及时反馈、落实。

04

主人翁俱乐部



我们于2019年5月正式启动了主人翁俱乐部项目,旨在通过公司扶持、结合员工自主运营的模式,以总分公司为单位,定期组织俱乐部活动,增进跨部门的沟通与协作,提升员工的幸福感和凝聚力,为进一步践行主人翁文化创造平台。截至2019年底,员工们已开展了观影、街舞、羽毛球、登山、健步、英语社等多种兴趣类活动,以及不同主题的年节类活动。

我们的主要荣誉



2017 AWARDS & RECOGNITIONS

中国价值成长性十佳寿险公司
《中国保险报》、中央财经大学 2016年度中国
价值成长性十佳保险公司评选

优秀价值经营保险公司
《每日经济新闻》2017中国保险风云榜评选



2018 AWARDS & RECOGNITIONS

年度卓越价值经营保险公司
《每日经济新闻》2018金鼎奖评选

2018卓越竞争力合(外)资保险公司
《中国经营报》2018卓越竞争力评选

优秀外资保险公司
《每日经济新闻》2018中国保险风云榜评选



2019 AWARDS & RECOGNITIONS

年度卓越人寿保险公司
《每日经济新闻》2019金鼎奖评选

2019年最佳保险品牌
《中国网》、《今日保》中国鼎保险行业评选

2019年稳健经营保险公司
《21世纪经济报道》21世纪亚洲金融竞争力
评选

企业社会责任大事记

Always with you,
building a more confident future

2008

大都会人寿及其员工向中国红十字基金会捐赠**230余万元**用于汶川地震救灾。

2010

2010年,与第一财经日报携手举办“蓝色书架”活动,汇聚公司和个人员工的力量,为**云南贫困地区的两所小学建立了图书室。**

2013

大都会人寿基金会向中国雅安地震灾区捐赠**100万元**用于灾害救援;内外勤伙伴为雅安捐款超过**20万元。**

2012

启动“大都会图书馆”公益计划,先后在全国12个省份建立了超过22所“大都会图书馆”。

2009

以“每销售一张保单,就向孤贫孩子捐赠一元钱”为主题,在北京、重庆、广州、沈阳、深圳、大连等城市开展大型公益活动。

2016

联合上海真爱梦想公益基金会发起“一起筑梦——成就未来英雄”公益众筹活动,共吸引**81,851人次**参与。活动通过动员集结众人的1元爱心力量,由大都会人寿进行一比一配捐,最终在辽宁、天津和湖北落地建成3个梦想中心。

2015

联手乐动力APP、中国社会福利基金会暖流计划,共同发起“一步即英雄”公益行动,共有超过**245,000人**参加活动。大都会人寿基于公众参与情况,出资向重庆、四川、湖北、辽宁、新疆、甘肃、贵州等地50所山区学校的**10,650名**留守或贫困儿童捐赠过冬温暖包。

2018

携手《南方周末》联合发布《中国都会人群健康蓝皮书》，对全国12座城市的都会人群展开了以“健康寿命”为主题的调研。蓝皮书深度解析了70后、80后、90后对于“健康寿命”的理解与期待，帮助公众了解自己的生活方式和风险状况，进而提升健康意识，选择积极健康的生活方式。

2020

大都会人寿中国和美国大都会人寿基金会共同向中国红十字基金会捐赠**300万元**，用于支持防控新型冠状病毒肺炎疫情的工作，同时推出针对新冠肺炎的便捷服务和提升客户体验的举措。

2017

在南京、北京、杭州、天津、沈阳和重庆等六个城市同步发起“健康日”活动，并宣布成为第一家参与第一反应“AED社区应急站-公众共享计划”的寿险公司，在这六个城市中配置自动体外除颤仪(AED)设备，支持应急救援常识的推广，帮助大众在危机时刻能更从容地应对。

2019

启动大都会人寿中国志愿者线上服务平台，该平台有效整合了公司公益项目资源，提升了员工参与公益活动的积极性，实现了更高效的活动组织与管理。自志愿者系统上线以来，已有**1,666名**志愿者报名活动，共上线57个项目和活动，覆盖18个城市，贡献志愿服务时长**超过7,000个小时**。

利益相关方沟通

主动、开放的沟通对于企业完善自身的管理和实践起着重要作用，而相关方在沟通过程中也能更深入地了解企业。大都会人寿在日常运营中建立了多种与利益相关方开展沟通的渠道，积极倾听相关方的诉求和期望。

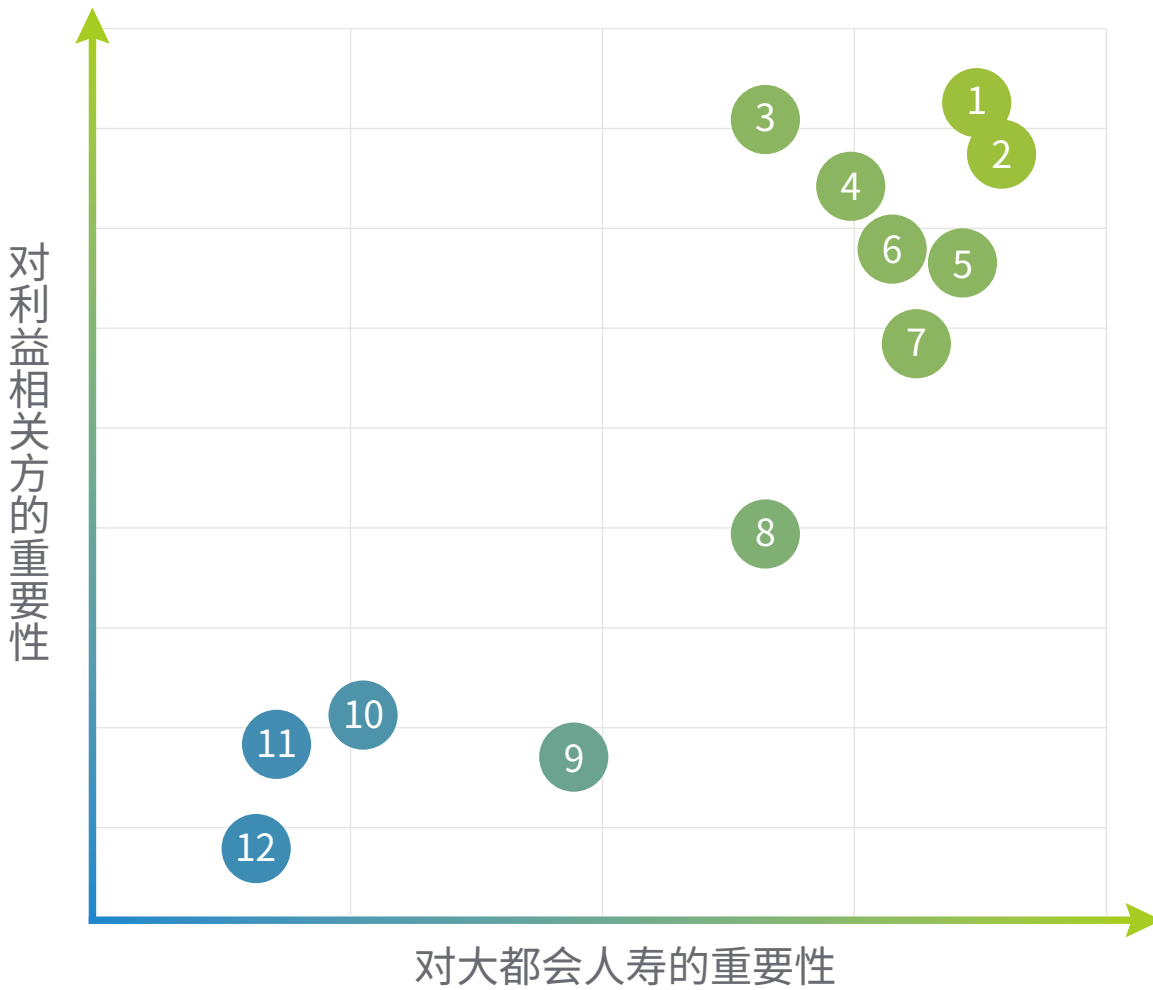
利益相关方	关注议题	主要沟通方式
政府及监管机构	合规经营与发展 行业稳健发展 优质的产品与服务	电话沟通、定期拜访 政策、调研等的分析与交流 会议、活动及论坛参与 支持和参与行业发展
客户及消费者	优质的产品与服务 公司发展战略与方向 权益保护 信息安全与隐私保护	客户服务平台 电话、网络、面对面沟通 客户满意度调查 公司官网与公众号 媒体
员工	职业发展与培训 健康与安全 员工福利保障 业务与战略 企业文化	主人翁邮箱 员工敬业度调查 主题工作坊 内部沟通平台 员工活动及志愿者活动 员工大会
外勤伙伴	产品竞争力 事业发展资源与培训 健康与安全 合规经营	经营类会议、表彰会议、企业家年会等会议 形式多样的培训 线上沟通工具 志愿者活动
业务合作伙伴	优质的产品与服务 合作共赢 专业能力建设 合规经营 供应商管理	日常与定期沟通会议、拜访 专题与产品培训会 信息与资源共享 供应商绩效审核会
社区	社区公益 健康知识理念 普惠金融	公益活动及志愿者服务 公司官网与公众号 合作组织与机构交流与合作

【案例】积极参与金融保险业发展与交流

大都会人寿积极参与行业发展的交流与探讨，在供给侧结构性改革、防范和化解系统性金融风险、生态文明建设、互联网保险发展、推动金融对外开放、金融信息技术、地方经济与金融保险市场建设、创新业务发展等方面，与国家和地方政府、监管机构、金融保险业同行等保持充分沟通，为金融保险业的整体发展贡献自己的力量。

实质性议题

大都会人寿面向客户及消费者、公司管理层和员工、外勤伙伴、业务合作伙伴、社区等利益相关方开展了实质性议题重要程度调研。我们通过国家和金融保险业政策分析、国内外同业企业对标、GRI标准对标,以及公司战略发展及重点实践分析和梳理,共识别出12项与大都会人寿运营密切相关的社会责任议题。调研采用线上问卷形式,共回收有效问卷639份。



NOTES & INFORMATION

- 1 信息安全与隐私保护
- 2 员工健康与安全
- 3 经济业绩
- 4 风险与合规管理

- 5 人才留存与发展
- 6 消费者权益保护
- 7 满足需求的产品与服务
- 8 数字化创新

- 9 社区与公益
- 10 绿色运营
- 11 普惠金融
- 12 责任投资



为健康保驾护航

“ 践行“全球保障,与您知心同行”的客户价值主张,大都会人寿推出了360Health一站式健康解决方案,为客户提供包括产品、增值服务和客户体验的全面解决方案,为客户带来全方位的健康保障利益。我们呼吁将健康关注的焦点从单纯的“寿命”长短,转变为关心“健康寿命”的状况;通过倡导积极健康的生活方式,传播与普及健康理念等方式,促进人们从源头上关注健康。2020年新冠肺炎爆发以来,我们第一时间开展了对外捐助,及时调整客户保障与服务方案,并给予我们的伙伴以切实的关怀与帮助,为战胜疫情贡献自己的力量。

真诚的健康守护者

2016年, 国务院印发《“健康中国2030”规划纲要》, 将健康中国建设提升至战略高度地位, 并提出保险业应助力完善全民医保体系、积极发展商业健康险, 并为实现多元化办医格局贡献力量。

大都会人寿坚持“保险姓保”, 让保险在回归本源的同时, 持续探索与创新保险产品与服务, 帮助客户及其家人更好地预防、了解和管理重大健康问题。



AWARDS RECOGNITIONS

优质终身重疾保障产品年度大奖

“都会康佑”终身重大疾病保险产品
《理财周刊》2017年上海保险行业年度大奖

全方位灵活重疾保障产品年度大奖

“健康随心重大疾病保险产品计划”
《理财周刊》2018年上海保险行业年度大评选

年度保障型保险产品卓越奖

“健康随心重大疾病保险产品计划”
《上海证券报》2018第九届“金理财”奖评选

年度保障型保险产品卓越奖

“都会二号返还型终身健康保险产品计划”
《上海证券报》2019第十届金理财评选

年度最佳创新保险产品

“陪伴终身返还型意外保险产品计划”
中国网和今日保 2018中国鼎保险行业评选

优质终身健康保障产品年度大奖

“灵活您的专属健康人生”健康行动组合
《理财周刊》2019上海保险年度评选

2018年度竞争力保险产品

“健康随心重大疾病保险产品计划”
《21世纪经济报道》
21世纪亚洲金融竞争力评选

共驭健康寿命

秉承“以客户为中心”的理念，我们坚持锐意创新，致力于改善客户体验，使保险更简单、更灵活，并针对不同客户的需求量身打造合适的解决方案。基于多年丰富的数据积累与分析洞察，我们能够以更简单灵活的模式来预测趋势和风险，设计符合市场需求的健康产品和服务，帮助客户应对生活中的变化。

我们洞悉客户真实需求，倡导当下中国人的关注焦点不应只局限于单纯的“寿命”长短，而更要关心“健康寿命”的状况。希望更多人能在身体健康的前提下拥有更长的寿命，更好地享受生活，无需依赖别人，做自己想做的事情。

而当客户面临自身和至爱之人的健康问题，特别是遭遇重大疾病的时候，需要值得信赖的长期伙伴、来帮助他们获得相关的

健康咨询、领先的医疗资源和合适的健康解决方案。正是基于对客户所面临的这一健康挑战的洞察，我们推出了360Health一站式健康解决方案，帮助客户更好地了解和预防重大疾病，为客户提供领先的诊断咨询，协助客户获得一流的医疗设施和专家资源，以及帮助客户持续康复，并在关键时刻为客户提供全面的财务保障。

基于360Health一站式健康解决方案的理念和思路，我们打造了一系列健康行动组合(MOVE)，包括“关爱您的健康人生”、“悠享您的品质医疗”、“专属您的灵活健康保障”及“灵活您的专属健康人生”，以时刻协助客户与他们的家人积极预防和从容应对重疾威胁。

大都会人寿“专属您的灵活健康保障”行动组合荣获2019年国际商务大奖®(The International Business Awards®) 史蒂夫®奖(Stevie® Award) 金融服务业类别金奖。这是继2018年“关爱您的健康人生”行动组合获得史蒂夫®奖铜奖后，大都会人寿一站式健康解决方案再次获得的这一“商界奥斯卡”的认可。



2019年国际商务大奖®(The International Business Awards®) 史蒂夫®奖(Stevie® Award) 金融服务业类别金奖



【案例】持续推动产品迭代升级

2018年9月，我们推出了“健康随心重大疾病保险产品计划”，在健康随心两全保险和提前给付重大疾病保险的基础上，提供可供客户自主选择、灵活调整的附加险产品，包括多次给付重大疾病保险、恶性肿瘤疾病保险、轻症疾病保险和轻症豁免保费疾病保险等。客户可以根据自己的家庭、经济状况以及对特定疾病的关注程度，来自定制保障计划；而当客户迎接人生不同阶段时，他们可以对保障范围和额度作出灵活的调整，使保障方案时刻匹配其需求。2019年4月，我们又推出了同系列创新产品“健康随心终身疾病保险产品计划”，在延续“健康随心”系列可灵活组合的积木式的产品设计的同时，将重疾保障范围扩展至终身。2019年末，我们将“健康随心”系列升级为2.0版，在保持原产品计划灵活性的基础上，丰富了“灵活组合的积木式”设计，为客户提供了更多样的选择。“健康随心”系列上市以来，获得了诸多的客户好评。



提升可获得性

由于医疗技术水平的不断提升，目前重大疾病的治愈率不断提高。然而，由于重大疾病治疗费用不菲，“因病致贫、因病返贫”仍然是当前社会面临的突出问题。出于对这一现象的关注，我们推出了网销渠道专属消费型重疾产品“天下无疾”。该产品具有保障范围广、投保手续简单、方便透明、保费便宜等特点，是市面上在疾病种类和保障范围方面都极具优势的一年期可续保重疾险。我们希望此类产品能够帮助人们以低廉的保费获得高额的疾病保障，在疾病发生时，减轻家庭经济负担。

我们与微医签署了战略合作协议，已经在大数据分析、定制化服务以及智能增值服务等方面展开合作，为消费者提供便捷亲切、体贴无忧的全方位健康管理解决方案。大都会人寿的客户可通过微医平台享受到一系列的健康管理增值服务，包括视频问诊、远程会诊、药品配送、转诊预约、手术及住院绿色通道协助、预约挂号、导诊咨询等。我们也已经根据大数据分析及微医平台需求，为超过1.65亿的微医实名注册用户提供量身定制的保险产品解决方案，涵盖电话家庭医生、高端医疗以及防癌保障等服务。

1.65亿⁺

为超过1.65亿的微医实名注册用户提供
量身定制的保险产品解决方案

积极的理念传播者

2019年，国务院印发了《国务院关于实施健康中国行动的意见》，提出预防是最经济、最有效的健康策略。大都会人寿将自己的角色从传统的保险公司扩展到对消费者整个健康旅程的管理与关怀，开展了一系列健康倡导活动，向公众传递健康理念。同时，我们联合外部机构与健康领域专家，持续开展健康研究，引发公众对健康议题的重视，共同践行健康的生活方式。



大都会人寿行动组合传播案例连续3年在《中国保险报》举办的“金诺奖暨中国保险品牌传播影响力评选”中获得殊荣



2015-2016年度杰出保险产品品牌传播奖
“都会康佑”和“关爱您的健康人生”品牌宣传

2017年度卓越健康保险品牌传播案例
“悠享您的品质医疗”健康险传播案例

2018-2019年度保险产品传播案例(健康类)
“专属您的灵活健康保障”行动组合上市传播案例

倡导健康行动

我们连续三年在全国范围举办了大都会人寿健康日活动。2018年，活动以“童画里的‘心’世界”为主题，在上海、北京、南京、杭州、广州、沈阳、成都等地举办了12场关注儿童心理健康的专题活动。活动设置了搭积木、绘画、游戏、儿童心理学家沟通等环节，帮助家长了解儿童心理建设相关知识与日常误区，以更好地给予孩子们在心理健康方面的保护和引导。

2019年，我们在沈阳、上海、北京、重庆、广州、大连等12个城市举办以“360Health健康行动派”为主题的健康日活动，参与者可通过饮食、运动、心理三个领域的体验环节来了解“共驭健康寿命之道”，并可与由知名专家组成的讲师团沟通，了解减少重大疾病发生风险的方法。

此外，我们在“7.8全国保险公众宣传日”等活动中，也积极面向公众开展健康理念和健康生活方式宣传，呼吁人们在日常点滴中获得健康的生活。

12城

2019年，我们在12个城市举办以“360Health健康行动派”为主题的健康日活动

3年

我们连续三年举办了大都会人寿健康日活动



【案例】大都会人寿全力支持国际垂直马拉松

保险与运动向来有着不可分割的天然联系，生命健康在于运动，而保险保障家庭的财务健康。我们重视大众的健康问题，并长期支持重大体育赛事，引导人们关注体育，鼓励人们参与运动和锻炼。自2015年起，大都会人寿已经连续五年向国际垂直马拉松参赛选手、工作人员、现场志愿者提供免费的保险以及紧急医疗救援服务，为国际垂直马拉松系列赛赛事人员的安全“保驾护航”。



支持健康研究

在我们看来，随着科技与医疗水平的不断提高，人们关注的焦点不应还是只局限于“单纯寿命”的长短，而要更关心“健康寿命”的状况。为了更好地帮助人们了解什么是“健康寿命”，如何延长“健康寿命”，我们与外部机构和专家共同开展了一系列研究。

我们连续三年联合权威媒体《南方周末》发布《中国都会人群健康蓝皮书》，帮助人们了解自己的生活方式和风险状况，进而提升健康意识，选择积极健康的生活方式，以降低癌症或其他重疾的患病风险。

在我们的支持下，中国健康促进与教育协会和《自我保健》杂志社，携手“营养”、“心理”及“运动”三个方面的知名专家，共同编写了《健康寿命科普教育手册》，发起如何延长健康寿命的话题研究，发现、探讨健康生活方式对健康寿命的影响，并整理出了一系列如何通过日常小举措来显著减少各种病症发生风险的方法。



携手“营养”、“心理”及“运动”三个方面的知名专家，共同编写了《健康寿命科普教育手册》



扫码查看《中国都会人群健康蓝皮书》



扫码查看《健康寿命科普教育手册》



【案例】《70年答卷：从延续生命到健康寿命》

新中国成立70年来，随着环境的变化、科技与医疗水平的不断提高，中国人在饮食习惯、消费行为习惯、生活方式、健康观念等方面，都发生了翻天覆地的变化。2019年，我们携手网易新闻，特别策划了一份趣味数字互动报告——《70年答卷：从延续生命到健康寿命》，以祖孙二人不同时代（1949年和2019年）的生活场景作为并列的故事主线，通过有趣的互动、对比，让公众直观地感受到这么多年来，外部健康条件在持续改善的同时，人们的患病率也在不断增长。我们希望通过这份“答卷”，让更多公众了解并关注健康寿命，意识到长寿只有在我们能够健康享受生活时才更有意义。



专题：抗疫在行动

2020年开年，新型冠状病毒肺炎疫情意外爆发。大都会人寿在春节期间启动应急预案，迅速驰援武汉，并**针对客户出台了多项应急保障举措，确保客户的权益不受影响。**

与此同时，大都会人寿也在关心着每一位伙伴，为每一位伙伴提供了额外的保险保障和一系列人性化举措，让伙伴们能够安心地工作和生活。



大都会人寿在春节期间启动应急预案，迅速驰援武汉

第一时间行动响应

2020年1月30日,大都会人寿及大都会人寿基金会通过“赠与亚洲Give2Asia”机构共同向中国红十字基金会捐赠300余万元,用于采购一线医护人员的防护用品,为湖北省黄冈市中心医院大别山区域医疗中心购置ICU配套设备等战“疫”前线最急需的医疗设备。

同时,我们面向客户推出了一系列针对疫情的便捷服务举措,确保在任何情况下客户的权益均能得到保障,与客户共克时艰。



300万元+

向中国红十字基金会捐赠

理赔	开通绿色理赔通道,包括24小时微信理赔报案、主动理赔服务、取消等待期、取消免赔额、取消自费药限制、取消定点医院限制、简化管理标准无保单理赔等举措
核保与新契约	2020年1月26日开始,新保单自投保日起,照会回复期在原有基础上额外延长60天;接受新客户自行提供一年内体检资料替代核保体检等
保全与收付费	疫情管控期间,客户因机构柜面关闭而无法及时提交的各类保全申请,可予以追溯;涉及复效类申请,可酌情免除疾病等待期和健康告知;鼓励客户使用微信等实时缴费功能;小额理赔实时支付等
热线中心	2020年1月27日起,呼叫中心值班坐席入场处理客户留言,并予以外呼服务,并通过新版IVR语音,引导客户操作微信微客服自助服务
微信自助服务	客户通过微信公众号“大都会人寿官微”或微信小程序绑定“个险微客服”,可便捷地进行保单查询、在线保全变更、在线理赔及增值服务、积分兑换等各项自助服务;通过“服务预约”功能,可以获得人工客服服务
扩展产品责任	公司对以下范围内的新老客户提供新冠病毒肺炎扩展身故责任保险保障:所有持有由投保人个人缴纳保险费且保险期限为一年期及以上个险产品有效保险合同的被保险人,如确诊新型冠状病毒肺炎且因此导致身故,公司一次性给付保险金人民币30万元。扩展责任期限至2020年4月30日24时



健康关心与关怀

我们为所有内外勤伙伴和所有日常为大都会人寿服务的外包人员，提供针对新型冠状病毒肺炎感染的额外保险保障——每人每天300元住院津贴，以及60万元保额的定期寿险，有效期从2020年1月20日起至新冠肺炎疫情宣告结束。

根据疫情发展状况，我们在国家政策和监管部门要求的基础上，发布了延长春节放假和工作安排的通知，鼓励员工在家远程办公，保护伙伴们的健康和安​​全。我们同时成立了专项IT支持小组，提供多种远程办公支持，员工可通过外网直接接入OA系统、费控及采购系统等日常办公系统，在保证信息安全的前提下，确保各项工作平稳有序进行。

针对一线业务人员和外勤伙伴，银行保险渠道、顾问行销渠道，以及直效行销及数字营销渠道三大业务渠道在考核及制度、销

售支持、培训支持等方面推出多种应对举措。顾问渠道实行了基本法考核豁免、长期服务奖金提前发放等人性化调整措施，各渠道加速推进了线上销售和服务模式，并为销售人员提供了丰富的线上培训与沟通资源，如线上早会、“云课堂”、直播培训、线上客户沙龙等，为伙伴们工作的正常运行创造良好的条件。

公司内部建立了联动通报机制，以便及时了解员工健康状况。我们严格遵守国家和地方政府应对疫情的防范要求，确保员工完全达到复工条件时，才可以进入职场。员工有序复工后，我们采取张贴疫情提示、定期消毒、设置隔离室、配置红外体温计、洗手液，并采取出入登记、健康排查等防范措施，全方位保障员工的安全与健康。

300元

新型冠状病毒肺炎感染每人每天
300元住院津贴

60万元

60万元保额的定期寿险



12万元+

支持“战疫天使守护计划”

30万元+

自发募捐物资金额累计

3万元+

向宁波和金华慈善总会捐赠

【案例】大都会人积极抗疫

大都会人寿辽宁、北京、重庆等分公司的伙伴们分别在腾讯公益平台组建爱心小队，支持中国社会福利基金会的“战疫天使守护计划”，呼吁全体内外勤员工及其家人和朋友，关心奋战在抗疫一线的白衣天使，并为他们送上一份守护。本次行动召集了数千人参与，募集总善款**123,130.17元**。善款将用于为一线医护人员提供生活保障金，以及为工作过程中染病的医护人员提供家庭关怀。

大都会人寿浙江分公司的内外勤伙伴们自发组织了口罩、防护服、防护面罩、护目镜等医疗用品的捐赠活动。截至2020年2月底，募捐物资金额累计超过**30万元**。此外，分公司向宁波和金华慈善总会捐赠了**32,207.32元**爱心款。



3 筑建可持续未来

“ 大都会人寿以“共驭美好未来”作为品牌的使命，在为客户提供健康风险保障的同时，也一直坚持传递爱与关怀的信念。我们通过投资绿色债券，以及基础设施建设、清洁能源等社会和环境效益显著的重点工程，支持绿色金融与实体经济发展。我们持续推动普惠金融在中国的落地及发展，面向低收入人群、儿童、青少年等不同群体，开展了形式多样的普惠金融项目。我们长期投身于公益事业，重点聚焦儿童关怀和弱势群体帮扶领域，并鼓励员工积极投身志愿服务，为社区发展做出贡献，与千万家庭共驭可持续的未来。



负责任投资

保险业作为金融业的重要组成部分，在支持国家战略实施、促进实体经济发展中发挥着举足轻重的作用。2017年5月，原中国保监会发布《关于保险业支持实体经济发展的指导意见》，鼓励保险企业充分发挥保险业务和资金的独特优势，不断创新保险资金运用方式，拓宽支持实体经济的渠道。

大都会人寿积极响应国家关于金融支持实体经济的决策部署，在基础设施建设方面开展了广泛投资，包括地铁建设、公路改造、棚户区改造，以及以风电、核电为主的新能源发展等领域，项目覆盖北京、上海、安徽、陕西、江苏、广东等多个省市。此外，我们于近年来密切关注绿色债券发展，并购买绿色债券支持绿色建筑等项目的进行。

为了更好地推进负责任投资，我们组织了环境、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。未来，我们将进一步推动ESG与公司投资政策和决策的融合，让投资创造更多社会与环境价值。

大都会人寿全球责任投资行动

美国大都会集团长期致力于负责任投资，并以绿色产业、保障性住房、基础设施建设、市政债券四个领域为核心。2018年，美国大都会集团进一步深化责任投资举措，组建了可持续战略团队，以投资管理者身份签署联合国负责任投资原则 (Principles for Responsible Investing, 简称“PRI”)。公司同时成立了ESG融合委员会，负责沟通和传递ESG政策与实践，促进ESG与公司投资工作的深度融合。截至2018年底，美国大都会集团负责任投资组合总额超过**520亿美元**。

520亿美元⁺

美国大都会集团负责任投资组合总额

促进普惠金融

关于大都会人寿基金会

在大都会人寿基金会，我们相信每个人都应拥有财务健康。我们汇集了大胆的解决方案、深厚的金融专业知识和有意义的赠款，为得不到充分服务并渴望得到更多服务的人们和社区构建财务健康。我们与世界各地的组织合作，打造财务健康解决方案，建立更强大的社区，并邀请大都会人寿的员工志愿者加入以扩大影响。大都会人寿基金会成立于1976年，秉承了大都会人寿在企业贡献与社区参与的一贯传统。自成立至2019年底，大都会人寿基金会已提供了超过8.6亿美元的资助和8500万美元的项目投资，以对大都会人寿开展业务的社区产生积极影响。迄今为止，我们的财政健康工作已惠及42个国家的990万低收入人群。欲了解更多有关大都会人寿基金会的信息，请访问www.metlife.org。



2015-2018

大都会人寿基金会携手国际机遇组织 (Opportunity International)，在中国江苏的农村地区开展为期3年的金融普惠项目，为当地农民提供无抵押或小额贷款等服务。项目共投入**180万美元**，投资了**4,200个**小型商业项目，创造了超过2万个就业岗位。



2015-至今

大都会人寿基金会与全球性非营利教育机构芝麻街工作室 (SesameWorkshop) 在中国启动了“憧憬-积累-实现——家庭财商培育计划”。该项目旨在帮助家庭进行财商规划，并在消费、储蓄、分享和捐助等方面提供有效方法，同时借助多媒体平台帮助儿童及其家长获得良好的财务技能并培养健康的财务行为。该课程的线下活动已在全国12个城市的社区开展，超过**800户**家庭参与其中。



2015-2017

大都会人寿基金会和安信永 (ACCION) 合作推出“国际微型金融管理和领导力培训计划”。该项目还联合中国小额信贷联盟以及中国扶贫基金会，扩大优质金融服务和产品的覆盖范围，将其延伸至中国缺少金融服务的创业者和社区，为超过**100万**的小额贷款机构客户带来了积极影响。



2015-至今

大都会人寿基金会与青年成就组织 (Junior Achievement) 发起了一项针对中国小学四至六年级的经济商业教育项目《我们的世界》，旨在通过一系列互动课程，让学生了解国际贸易相关知识。2016至2019年，累计**220名**大都会人寿志愿者参与项目授课，志愿服务时间长达5,447小时。项目覆盖北京、上海、广州、南京、杭州、武汉、成都等地40余所学校，受益学生超过**5,000名**。



2016-2017

大都会人寿基金会和沛丰机构 (PositivePlanet) 合作，在中国宁夏回族自治区，联合东方惠民小额信贷公司，为当地回族妇女提供小额信贷服务，并为当地民众提供数字化理财工具培训。该项目为期1年，累计投入**25万美元**。



2016

大都会人寿基金会和战略伙伴Verb联合举办“金融创新竞赛”，旨在寻找加快中国普惠金融发展的解决方案，通过提供专业意见及资金来支持优秀创新方案的进一步发展，进而推动中国中低收入人群的财务健康及福祉发展。



2019-2022

大都会人寿基金会与联合国资本发展基金(UNCDF)携手政府部门、金融服务和金融科技企业合作推出“i3”(Innovate, Implement and Impact)项目，该项目聚焦数字化转型与创新，将通过开发数字化解决方案，改善包括中国在内的四个亚洲市场超过80万中、低收入群体的财务健康状况。该项目计划在中国开展3年，预计投入**250万美元**。



2019-2022

大都会人寿基金会支持杜克大学的Common Cents Lab(CCL实验室)开展的行为科学项目，证明在产品的设计时结合行为科学洞察，可有效改善中低收入人群财务状况。项目在美国运行的三年内，成功惠及**67.5万**低收入人群。基金会计划将该项目引进中国，在未来3年内投入**150万美元**，支持CCL实验室与昆山杜克大学在中国开展行为科学研究，改善中低收入人群的财务健康状况。



2019-2022

大都会人寿基金会与致力于为低收入人群提供创新性金融解决方案的咨询机构BFA以及中国普惠金融研究院联手，在中国与互联网平台合作，为平台配送人员提供金融产品和服务。该群体收入不稳定，同时暴露在明显的身体安全风险中。项目计划在中国开展3年，投入**230万美元**。



2019-2022

大都会人寿基金会支持艾社康(Access Health)以金融科技促进健康发展，通过提供医疗金融和医疗服务系统设计方案，帮助金融科技机构与卫生组织之间建立伙伴关系。该项目预计在中国开展2年半，投入**30万美元**，提高中低收入人群的就医机会，使更多的人享受高质量、付得起的医疗健康服务。



憧憬 积累 实现

家庭财商 培育计划



【案例】支持中国家庭财商培育

自2016年起,大都会人寿与芝麻街工作室先后在中国18个城市举办了20余场芝麻街财商家庭日活动,超过**800户**家庭参与其中,参加现场服务的大都会人寿志愿者超过**300人次**。在该活动中,孩子可通过亲子漫画共读、游戏地毯、萝拉去上学涂色、做存钱罐、DIY钱包和愿望树等多个生动有趣的游戏环节,学习财商、体验财商,帮助他们形成解决问题的能力、发展创造性的思维。

传递社区关爱

爱与关怀是保险的真谛，大都会人寿将爱与关怀的信念亦融入到社区建设中，围绕儿童关怀、贫困帮扶等领域开展了一系列暖心公益项目。同时，我们通过设立志愿者假期、开发志愿服务线上管理平台等方式，鼓励员工参与志愿活动，成为爱与关怀的践行者和传播者。截至2019年底，我们累计投入4,598万元用于灾害救援、儿童关爱、教育、健康、环保等公益事业，覆盖全国超过30个城市，受益人数超200万人。

关爱儿童

2012年，我们联合中华捐书会，在全国范围内发起“大都会图书馆”项目，为全国各地贫困学校及特殊学校捐建图书馆。截至2019年底，我们先后在福建、湖北、浙江、辽宁、江苏、北京、上海、广东、重庆、大连等地建立了22所“大都会图书馆”，为当地学童装修教室，提供优质图书、课桌椅、投影设备、生活用品、文体用品等资源。每年各地分公司会带领志愿者团队开展项目回访，并为学校捐赠文具或资助贫困学生学费。

被称为“留守儿童”的孩子，自幼与父母分离，而家庭温暖的缺失则可能带来学业失教、生活失助、心理失衡、亲情失落、安全失保等一系列问题。从2009年起，我们陆续开展了旨在关爱贫困和留守儿童的“大都会图书馆”、“温暖包”、“梦想教室”和“暖流计划”等公益行动。2017年6月，我们再次发起“为爱而读”公益项目，邀请员工及客户志愿者朗读有趣的安全教育故事。故事素材由儿童安全发展领域的专家学者，根据小学阶段儿童的心理特征和需求所开发。我们将大都会人朗读故事的音频整理录制成光盘，连同播放设备捐赠给了留守儿童寄宿学校，希望他们从声音中学习更多知识、感受到更多关爱。

此外，我们于2019年向爱佑慈善基金会捐赠20万元，用于支持贫困儿童以及残障儿童的重大疾病治疗。



2017年度公益大奖

“为爱而读，童心同行”公益项目
《国际金融报》2017年度保险保障先锋论坛

2017-2019青年成就“战略合作伙伴”奖项

该奖项是青年成就中国25周年之际，向对其发展做出突出贡献的企业所进行的认可和表彰，旨在感谢大都会人寿及其员工志愿者所提供的志愿服务，为中国培养具有全球视野创新型人才做出重要贡献

4,598万元

用于灾害救援、儿童关爱、教育、健康、环保等公益事业

20万元

向爱佑慈善基金会捐赠

200万人+

受益人数

我们各地分公司对于弱势群体关怀的公益活动也从未间断：

在浙江，我们联合网易声音图书馆发起“金牌人生，为爱发声”主题活动，150多位来自大都会人寿浙江分公司的金牌寿险规划师和金牌经理人走进录音棚，用声音为视障人士传递温暖。网易声音图书馆将该活动录制的专题音频进行收录，截至2019年6月底，共产生**54.47万次**收听量。

在大连，我们开展了“同一片月光”进社区公益活动，员工们来到双合社区、上海社区等居民社区，为社区内的贫困家庭送去由公司员工亲手制作的月饼，以及米、面、油等生活必需品，为他们送上中秋的祝福。

在广东，我们与花东镇团委联合举办花东公益助学活动，每年定向帮扶花东镇26名花东镇孤贫儿童，为其捐赠助学金，志愿者与受助学生一对一进行帮扶，并带领他们参加丰富多彩的社会融合活动。持续14年的关爱，共有76名儿童受惠，捐赠金额达36.4万元，志愿者时数约**1,456小时**。

扶弱济困

2019年，我们通过浙江卫视热门综艺节目《奔跑吧》，为杭州市1.8万名一线环卫工人免费提供一整年，总保额9亿人民币的意外伤害保险和意外伤害医疗保险，通过保险保障帮助他们防范和应对意外风险，为他们的生活增添更多幸福感和安全感。

大都会人寿基金会和仁人家园组织 (Habitat For Humanity) 自2016年起，在四川、广东和长三角等地区，发起“希望建筑师”农村危房改造项目，为当地农民提供免息房屋修葺金，并发动大都会人寿的志愿者，在专业人员指导下帮助当地农民修建或改造危房及破损房屋。截至2019年底，大都会人寿基金会已为项目投入20万美元，超过150名大都会人寿志愿者参与了房屋修建活动，为4所贫困农户重建房屋，帮助他们改善居住条件。



金牌人生为爱发声，截至2019年6月底，共产生54.47万次收听量



大都会人寿基金会与“仁人家园”在四川、广东和长三角地区开展“希望建筑师”农村危房改造项目



员工志愿服务

为规范和鼓励员工参与志愿活动，我们建立了一整套志愿者管理体系。我们在各地设立志愿者组织协调员，内外勤伙伴在开展志愿活动的过程中，需严格遵守大都会人寿志愿者章程。在表彰和激励方面，我们每年为员工提供1天志愿者假期，并通过志愿服务排名、颁发志愿者电子证书、开展优秀志愿者表彰以及寄送CEO感谢信等方式，鼓励与引导员工积极参与公益活动。截至2019年底，大都会人寿员工自发捐款85万余元，参与志愿服务人数超过2万人次，累计志愿服务时数超过4万小时。

2019年3月，我们正式启动了大都会人寿中国志愿者线上服务平台。该平台基于微信系统，提供包括公益项目查询、志愿活动报名、服务时长记录、志愿者表彰及激励、活动资讯分享等功能，有效整合了公司公益项目资源，提升了员工参与公益活动的积极性，实现了更高效的活动组织与管理。自志愿者系统上线以来，已有1,666名志愿者报名活动，共上线57个项目和活动，覆盖18个城市，贡献志愿服务时长超过7,000个小时。



2019年3月，我们正式启动了大都会人寿志愿者线上服务平台

85万元+

截至2019年底，大都会人寿员工自发捐款

2万人次+

参与志愿服务人数

4万小时+

累计志愿服务时数



追求卓越的经营

“在大都会人寿,我们始终相信保险的本质是人与人的守望相助,是为千千万万的家庭提供风险保障。这与近年来国内寿险行业导向价值回归、重视保险本质的发展趋势不谋而合。秉持着这一初心,我们将速度规模、效益质量和社会与环境贡献的均衡发展作为公司立业之基,坚持以可持续的方式实现卓越的发展。我们构建了规范的合规治理与风险管控体系,为公司稳健发展筑牢根基;我们关注客户的全方位需求,提供简便、优质、专业的服务以帮助客户从容驾驭人生航程;我们为人才创建尊重、平等、友爱、有活力的职场环境,并提供全方位的培训成长支持,为“未来保险企业家”赋能;我们重视绿色发展,积极倡导与推广环保理念与生活方式,守护地球家园。



确保稳健的发展

大都会人寿始终坚持“为客户提供真正的寿险保障”这一宗旨，在风险防控、合规经营、销售品质管理、信息安全建设和客户隐私保护等方面，坚守责任底线，并持续提升管理水平，全力保障公司实现稳健经营和长远发展。



强化风险管理



在董事会层面制定了《风险偏好声明》，明确了董事会和股东的风险态度，划分了风险等级，并每年开展政策审阅与完善工作。

我们建立了以三道防线为基础的风险管理组织架构，在加强风险防御能力的同时，注重增强协作机制的有效性。公司各职能部门、各销售渠道和各分支机构作为风险管理的第一道防线，对经营管理中风险的识别及应对负有首要责任；合规部和风险管理部作为第二道防线，为公司系统性的风险防控提供方法指导与培训，监督风险管理要求得到有效的执行与落实；内部审计部作为第三道防线，对前两道防线风险管理的有效性、健全性、合理性进行独立审慎的评估，确保管理过程中的问题及缺陷得到及时识别和跟踪。

在风险管理策略方面，我们在董事会层面制定了《风险偏好声明》，明确了董事会和股东的风险态度，划分了风险等级，并每年开展政策审阅与完善工作。针对公司面临的市场风险、信用风险、保险风险等主要风险类别，我们分别设有专门的牵头部门和相应的内控管理流程，并建立了风险管理与合规的一系列考核指标，引导良好风险管理文化的建立。在此基础上，我们每年还会定期开展企业风险自我评估和内部审计，持续监测风险的变化及其管控措施的执行情况，并根据监测结果不断改善管理举措。



【案例】优化偿付能力, 确保稳健运营

充足的偿付能力可反映保险企业抵御风险的实力, 对于保险企业的健康长足发展至关重要。原保监会颁布的《中国第二代偿付能力监管制度》(简称“偿二代”) 于2016年1月起正式实施, 标志着偿付能力监管的全面升级。大都会人寿在完成公司政策制度向“偿二代”监管规则全面过渡的基础上, 多方位持续优化偿付能力管理。在产品管理方面, 我们坚持销售长期产品的策略, 在产品定价过程中保证新产品维持在可接受的偿付能力充足率水平; 我们按时足额提取各项准备金, 积极监控、预测并报告风险; 遵循资产负债久期最大程度匹配的管理策略, 持续优化投资结构。自2016年原保监会首次按照“偿二代”标准开展风险综合评级以来, 截至2019年四季度, 我们已连续14个季度获得A类评级, 综合风险管理能力始终位列行业第一梯队。

坚持合规经营

大都会人寿已确立从董事会、董事会下各专业委员会到“公司总经理及管理层”和专业渠道/部门/分支机构的相对完善的公司治理组织架构,并已基本建立健全适应公司运营需要的各项管控措施、管理制度、工作流程和处理机制。

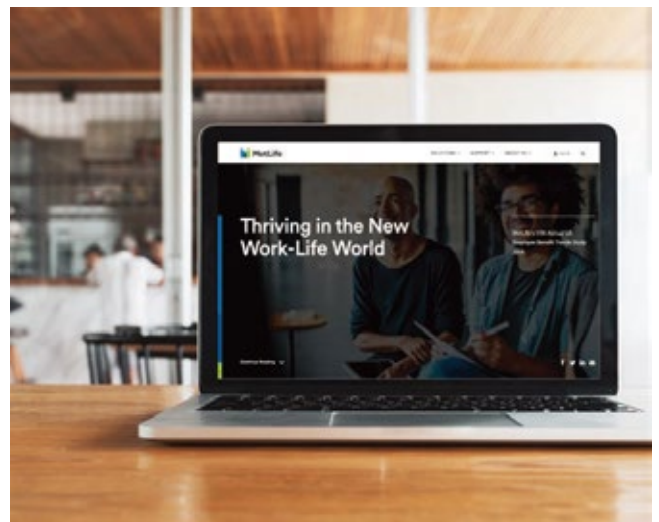
根据原保监会出台的《保险公司合规管理办法》及相关政策,我们制定了完整的合规管理政策与制度,并形成了总公司全面统筹、分公司协同配合、各部门与机构衔接落地的合规管理模式。

我们设置了职能独立的合规负责人,并在总、分公司层面的各个部门建立了兼职合规人员队伍,推动合规管理工作的高效开展。同时,我们采用大都会人寿全球统一的风险管理系统,并结合国内监管要求和业务特点,定期对重要合规风险开展监测和检查。针对识别出的重点风险和管理漏洞,我们会及时与相关责任部门沟通整改计划,并持续追踪计划落实情况。

我们遵循中国法律法规与美国大都会集团的政策要求,制定了严格的反洗钱和反腐败内部控制体系。在反洗钱方面,我们在总、分公司层面分别设立了反洗钱委员会和反洗钱工作领导小组,确保反洗钱政策和管理举措在全公司范围得到有效落实,并通过三级审核判断机制对大额交易和可疑交易进行识别、排查和判定。在反腐败方面,我们坚持审慎原则,明确界定各岗位

的角色和职责,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。

我们持续推动合规文化建设,制定了《员工行为准则》等政策制度,对违反国家法律法规、监管规章、公司制度和道德行为准则的不当行为,明确秉持“零容忍”的态度。同时,我们在全公司范围内推出专题宣导、合规培训、主题活动等多维度的合规文化建设活动,以强化各级员工和销售人员在职业道德、反商业贿赂、反洗钱、隐私保护等方面的合规意识和行为。



制定了《员工行为准则》等政策制度,对违反国家法律法规、监管规章、公司制度和道德行为准则的不当行为,明确秉持“零容忍”的态度。



【案例】“合规之声” 诚信合规文化宣导

2018年10月,我们面向全体内勤员工推出了“合规之声”系列宣导,旨在通过专题邮件推送,提升不同层级员工的合规意识及对合规的重视程度。针对公司管理层,我们及时推送监管新规和趋势解读,以加强管理层对监管合规风险的敏感度;针对普通员工,我们结合监管重点要求、公司政策和日常管理要求,定期发送员工商业道德、反洗钱、反欺诈、信息安全、反腐败等不同专题,以强化全体员工对合规风险的了解与认知。截至2019年底,“合规之声”共推出了75期专题。

加强销售品质管理

自2019年起,为进一步加强销售质量管理,我们将销售质量管理职能从各机构销售渠道剥离,由客户中心部实施集中化管理。在管理模式上,我们建立了销售质量的多层防线,明确各相关部门的职责并加强协同配合,以实现质检的专业度和效率的提升。

2019年,公司各销售渠道结合监管最新要求和渠道关键风险,在合规教育、行为约束、检视检查等方面加强了制度建设,采取严格的质检标准,并加大违规行为的处罚力度。此外,我们还全

面加强了业务及宣传材料的合规管理,所有业务及宣传材料统一由公司开发,对外发布前必须通过严格的在线审批进行审查,同时要求销售人员在社交媒体和自媒体上的营销行为需符合公司的管理规范,以全面防控虚假营销信息所引致的销售误导风险,负责任地向消费者传递产品信息。

我们正在积极推动建立消费者权益保护工作机制体制,强化顶层设计,统一部署、重点规划、全面贯彻落实公司各项消费者权益保护工作。

强化信息安全管理

信息安全工作是大都会人寿数字化转型工作的重中之重。我们的信息安全管理体系已连续多年获得ISO27001认证,同时我们不断优化提升安全合规运维管理,以确保数据环境的稳定性和总体网络安全。

2017年,我们正式成立了数据安全委员会,统筹协调全公司的信息安全风险管理工作,同时设立了数据安全执行小组,承担相关政策和战略的实施落地职能。2019年,数据安全委员会共召开例会20余次,执行小组召开例会130余次,针对各类潜在

隐私安全风险进行了评估、预防和处置,在数据安全治理、防范信息泄露、加强员工安全意识等方面发挥了重要作用。

在客户隐私保护方面,我们承诺始终遵循合法、正当和必要的原则,向客户明示收集与使用信息的目的、方式和范围,并经过客户同意后,才使用客户信息。在系统层面上,我们搭建了客户敏感信息系统,实现了业务系统内的客户敏感信息的集中审核,并在数据传输过程中进行加密处理,进而降低客户敏感信息的暴露风险。2017年至2019年,公司未发生过重大数据安全事件。

建设合规供应链

我们参考美国大都会人寿的采购框架,制定了适合中国市场特点的集中化、标准化的采购体系,在供应商审核和准入、合同约定、监督和管控、质量保证等各环节中,实现对供应商的合规管

理。同时,我们对供应商在反贿赂和反腐败等商业伦理方面的行为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。



提供优质的服务

大都会人寿始终秉持“客户第一”的核心价值观，全力践行服务客户的承诺。我们坚持数字化创新，为客户提供简单、快捷、透明、优质的服务，同时积极倾听客户心声，深入洞察并不断优化客户体验，致力成为客户最值得信赖的长期伙伴。



2017年度智能电子投保服务年度大奖

公司iMAP电子投保系统
《理财周刊》上海保险行业年度大奖

2017年度服务创新大奖

“重大疾病理赔前置”服务
《中国保险报》中国保险年度影响力十大理赔案例暨“年度服务创新”评选

数字化创新

信息技术正在从根本上改变保险服务的模式。大都会人寿积极拥抱变革，积极引入大数据和人工智能等前沿技术，深入了解客户需求，并通过信息系统的建设和升级，不断推动传统保险在服务效能及服务方式上的革新，提升客户体验和满意度。我们将数字化科技作为未来3年整体经营策略的重要基石，并会持续深化数字化战略转型。2017年至2019年，凭借数字化服务创新，我们连续三年荣膺由《证券时报》主办的“中国保险业方舟奖”。



2017年度中国保险业创新方舟奖

2018年度中国保险业绿色金融方舟奖

2019年度中国保险业创新方舟奖

【案例】“iMap 2.0”创造快捷的投保体验

针对传统投保方式单证不易保管、流程冗长等问题，我们推出并升级了“iMap 2.0”移动电子投保系统。销售顾问为客户提供服务时，可以在线实时完成产品演示、在线投保、扫码收费、实时承保、电子保单发送等一系列操作。此外，通过搭载在“iMap 2.0”界面上的核保入口，销售顾问可以远程接入智能核保引擎，快速获得核保结论，让客户不再需要等待漫长的人工审核，15至20分钟就能完成投保的全部流程，大大提升了投保效率和客户体验。该系统在代理人中的使用率已从2015年的26%提升至2019年的99%。

44项

自助功能

较2018时效提升

11.1%

【案例】微信自助服务,让保险旅程更轻松

我们的微信自助服务可让客户随时随地享受保单服务、增值服务、理赔服务、福利活动等全方位服务，已实现多达44项自助功能。客户通过这些功能，能够轻松应对保险全流程中的相关问题。在自助理赔方面，我们承诺在微信提交理赔申请后，2个工作日内便会有理赔专员电话回访，协助客户申请理赔；小额理赔更是实现了系统自动审核，当天反馈赔付结果，有效节省了客户在理赔上耗费的时间和精力。2019年，最快赔案实现3秒结案，实时到账，总体时效较2018年提升了11.1%。

倾听与回应客户诉求

我们关注来自客户的想法、意见与建议，在投保、理赔、自助服务、外呼服务等各个触点设置了客户评分体系，并通过客户满意度调查等方式主动开展客户沟通。此外，我们在2019年启动了“紧系客户”系列活动，通过管理层成员亲身体验客户感受、观察客户行为、听取一线销售人员和服务人员反馈、建立与客户的直接互动、传播倡导客户服务理念等方式，在全公司持续营造关注客户的文化氛围，从管理角度发掘改善空间，持续提升客户体验。

针对客户购买前、购买中、购买后每个阶段的不同需求和期望，我们不断检视客户服务流程，在关键节点推出创新的客户体验改善计划，如优化理赔流程以创造更为便捷的理赔体验等，持续优化与客户的互动方式，让客户更了解他们的保障解决方案和客户权益。

【案例】开启相伴旅程——新客户体验计划

我们正着力建立长效的、聚焦完整客户旅程体验的专项工作，在注重客户的购买环节的同时，通过持续的售后主动关怀，打造上佳客户体验，成为客户可信赖的人生伙伴。在新客户承保首年，我们的官方微信公众号会每月持续为他们推送定制图文，帮助他们更好地了解自己的保障权益、增值服务和专属体验，安心开启在大都会人寿的客户旅程。

通过“开启相伴旅程——新客户体验计划”，我们期望打破业内传统的以保单成交为导向的、被动响应的、临时随机的客户沟通模式，建立由系统支持的更加情感化、个性化的、持续性的主动沟通和互动模式，以期成为客户可信赖的人生伙伴。

我们认真对待每一条客户投诉，全力守护客户的正当权益。我们设立了“信、访、网、电”等多样化的投诉受理渠道，并按照监管要求做到属地化投诉管理，所有12家分公司都在内部设有明确的管理制度和职责分工，可实现对投诉的快速回应与持续跟踪，确保所有客户的投诉都能得到有效处理。

与此同时，我们通过“7.8全国保险公众宣传日”活动、官方自媒体账号、客户回访及日常沟通等渠道，向客户与消费者普及金融保险权益知识，提升客户与消费者的权益保护意识。在各地分公司，我们还设立了总经理接待日制度，为客户提供便捷畅通的意见反馈渠道，不断促进我们服务品质的提升。



人才培养与关怀

大都会人寿始终视人才为公司发展与成功的关键。通过提供健全的员工培训赋能体系、具有市场竞争力的薪酬和福利、充满活力与关爱的职场环境,我们努力帮助所有员工实现自我价值。同时,我们高度重视培育高素质的专业销售人才队伍,为销售人才量身打造了培训和激励机制,助力每一位菁英人才都能在大都会人寿实现自己的职业梦想,真正成为客户的“人生伙伴”。



2019非凡雇主TOP100
猎聘网“非凡雇主”评选

2020人力资源管理杰出奖
前程无忧网“人力资源典范企业”评选

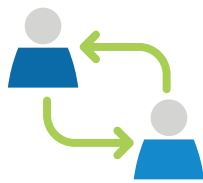
员工培训与发展

我们将人才培养与员工的职业发展有机结合,为各类人才的发展提供健全的培训平台和丰富的资源。我们在员工培训上持续贯彻“70-20-10”原则,即70%在岗实践、20%辅导和10%培训。针对员工结构年轻化和多样化的特点,我们搭建了在线学习平台和移动学习平台,为员工提供有趣、有效、创新及多样化的学习体验。

培养高潜质的人才队伍,建立多样化的人才梯队,是大都会人寿现阶段人才培养的重点。近年来,我们持续开展培养高管继任者的“卓跃人才发展项目”、培养中层管理者的“星跃发展项目”等梯度培训项目,通过领导力工作坊、线上分享会、导师辅导、团队建设和行动学习等形式,为学员提供更多人脉拓展和自我展现的机会,帮助学员释放领导力潜能。“卓跃人才发展项目”已为公司培养输送了分公司总经理、地方渠道负责人、职能团队负责人等一大批优秀的管理者,共有34位员工在完成项目后的当年内,取得了职位的晋升与突破。



为各类人才的发展提供健全的
培训平台和丰富的资源



持续贯彻“70-20-10”原则



为员工提供有趣、有效、创新
及多样化的学习体验



开展培养高管继任者的
“卓跃人才发展项目”



共有34位员工在完成项目后
的当年内,取得了职位的晋
升与突破



为学员提供更多人脉拓展和
自我展现的机会,帮助学员释
放领导力潜能

员工关怀与沟通

我们严格执行国家相关法律要求，尊重与保障员工的合法权益，提供公平的薪酬体系，搭建并实施长效激励机制。我们坚持采取积极措施，确保雇佣活动中每位应聘人员的平等机会，不会出现由于种族、宗教信仰、性别、婚姻状况等因素的歧视，并努力创造一个多元化和包容性的职场环境。

我们通过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专项福利，包括提供年度体检、大病和医疗保险，并在工作场所配备药箱、母婴室等，以满足员工及其家人的健康需求；另一方面，我们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。

为不断激发员工活力、营造主人翁精神的企业文化，我们为员工设立了多渠道的沟通机制，如MyVoice主人翁之声年度员工

调研、“主人翁建议邮箱”等，聆听员工的心声，并根据员工反馈采取针对性的改进措施。根据历年员工调研结果，我们的员工对于公司文化、职业发展、薪酬福利等各方面都表现出较高的满意度。

在2017年首届全国内勤员工表彰大会上，我们特别为400多位服务5年以上的员工颁发了“长期服务奖”，以铭记和感恩他们对公司一直以来的信任和支持。此外，我们还向20位员工颁发了“大都会之星”荣誉称号，向3支团队颁发了“杰出团队”荣誉称号，希望把他们的突出成就和榜样行为作为典范，激励更多大都会人发挥主人翁精神，深入参与公司发展与成长。在往后每年的表彰大会上，这样的认可方式得以传承并在员工中收获了热烈的反响。





【案例】主人翁俱乐部——员工主人翁们的精神家园

作为大都会人寿主人翁文化建设的重要组成部分，我们以总分公司为单位，设立了由公司统一管理、员工自主运营的“主人翁俱乐部”，鼓励所有内勤员工参与创建其感兴趣的俱乐部。每一个俱乐部成立后，属地所有内勤员工自动成为该俱乐部会员，可自由参与该俱乐部组织的活动。自2019年5月以来，各地员工已创办了14个主人翁俱乐部，组织了丰富多样的年节和兴趣活动，俱乐部俨然成为员工在大都会人寿工作之余的精神家园。

2019中秋之际，各地俱乐部陆续开展了“同一片月光”主题中秋集市活动，员工们积极分享交换自己准备的物品，也置换到了自己心仪的好物。除热闹的市集外，主人翁们还自发组织了永生花、团扇水彩绘画、手工月饼DIY、穿汉服、猜灯谜等文化活动，度过了一个大都会人寿主人翁专属的难忘佳节。

销售人员事业发展

顾问营销渠道

大都会人寿拥有一支近15,000人的高素质寿险规划师团队。2019年,我们重新定义了寿险代理人的角色和社会价值,发布了全新的顾问营销渠道价值主张——“是规划师,更是人生伙伴”,并为每一位寿险代理人从专业度、同理心、菁英路、未来梦四个维度规划了发展路径,为他们的事业发展道路展开了新的蓝图。



为助力代理人真正成为客户真诚、专业的“人生伙伴”,我们制定了一整套严谨、科学的管理培训体系,帮助寿险规划师提升产品知识、销售技巧、客户服务等方面的专业能力,并针对有意向管理岗位发展的人才提供基本法、人才招聘、团队管理、市场开拓、企业家精神等在内的领导力培训。有讲师潜力的人才还可参加讲师培训系列课程,成长为优秀的专业讲师。2019年,代理人平均培训时长达316小时。

此外,我们提供了丰富的数字化工具,以更加精准地赋能代理人队伍的业务开展。寿险规划师可通过“iMap 2.0”一站式线上操作系统,在线完成售前、售中、售后全流程的业务工作,实现工作效率的提升和操作风险的降低;团队经理更可通过“i招募”招募平台、“E展通”活动量管理系统及“i-learning”培训系统,随时随地轻松实现对团队人员的招募、培训、考核和业务管理。



2019 亮点

顾问营销渠道

2019年, 代理人平均培训时长达316小时

316

大都会人寿拥有一支近15,000人的高素质寿险规划师团队

15K

直效行销及数字营销渠道

2019年, 参与渠道培训的销售人员共计25,495人次

25K+

银行保险渠道

截至2019年底, “云课堂”平台总计8,408人次参训

8.4K+

学习总时长2,688.07小时

2.6K+

上线课程共计90门

90

直效行销及数字营销渠道

我们的直效行销及数字营销渠道搭建了以销售系列、管理系列和讲师系列为主体的培训体，并依托E-learning学习平台，集线上线下培训于一体，形成完善的人才培养体系。

2019年，我们秉承“新课程、新标准、新起点”的培训宗旨，进一步优化销售系列课程，并以岗前培训、衔接训练以及转正培训为重点，规范销售服务，加强实战训练与辅导，推动新人的转正、留存以及晋升发展。此外，为了推动销售团队的健康发展，我们推出“领航计划——主管胜任力培训”，以团队绩效管理为核心，全面提升管理职的经营管理能力。

2019年，参与渠道培训的销售人员共计25,495人次。

银行保险渠道

我们的银行保险业务致力于高净值客户提供专业化、精准化和高端保障解决方案，对人才有着更高的专业素质要求。为此，我们搭建了由专题培训与在线课程组成的培训体系，大力保障银行保险销售队伍的建设及人才育成。

银行保险渠道的“财富塔罗”高净值客户销售系列课程，结合了渠道发展战略和大客户项目优势，包含高净值客户销售技巧、财富传承、企业资产管理、婚姻财富规划和涉外资产税务等专业板块，通过强大的讲师队伍、丰富的案例剖析和情景互动式教学，理论与实践相结合，可帮助销售人员轻松掌握高净值客户保险销售的精髓。

针对渠道销售人员的外勤业务特点，我们特地推出了“云课堂”，销售人员可以利用碎片化时间进行移动学习，作为对线下培训的有益补充。截至2019年底，“云课堂”平台总计8,408人次参训，学习总时长2,688.07小时，上线课程共计90门，直播课程30次。

销售人员的心声

“大树的高度取决于根系的深度。在大都会成长了13年，不断攀升更高的目标，离不开培训给予充分的营养！我在培训中所学的很多内容，至今仍在不断传承，同时还在管理职的工作中衍生出很多更深层次的价值和理解。”

刘伟

北京分公司资深营业处经理 (SAM)

“完善的培训体系，精准的定位辅导，在我入职4年来的每个阶段都有及时专业的支持。感恩大都会人寿体系化阶梯式的助力支撑，陪伴我们一路成长！”

黄晓丹

大连分公司资深业务经理 (SSM)

“入职不到2年的时间，从寿险规划师到业务经理，我在大都会的培训体系中得到了飞一般的成长。‘专业’赋予我们行业使命，我们要把这种使命感带给所有人，真正做到一脉相承！”

范韵

宁波分公司助理营业处经理 (DAM)



减少环境运营足迹

大都会人寿始终为创造一个可持续发展、环保健康的世界而不断努力。在日常运营和业务开展中，我们大力开发新技术应用与环境友好型服务，倡导绿色环保行为，努力减少对纸张、水资源、电力、天然气等资源和能源消耗，降低公司运营对环境的影响。

开展无纸化运营

我们持续推行电子化、无纸化的低碳经营模式，以减少对纸张的耗费。自2016年底推出微信保单电子通知功能以来，我们不断开发与升级微信在线平台，已实现40余项自助服务功能，包括核保、发送保单、理赔申请等在传统保险服务中纸张消耗量大的环节。同时，我们还通过积分奖励的方式，鼓励客户使用无纸化电子服务，培养客户使用低碳服务的习惯。凭借微信自助服务平台的实践，我们在2017年、2018年和2019年连续三年荣获“中国保险业方舟奖”。

在日常办公方面，我们也逐步加大线上办公工具的应用，将过往需要使用纸张的经营活动逐步转为线上操作。通过开发办公自动化系统合同审核模块，全公司合同审核工作目前已全面实现无纸化。我们在2017年还上线了文印管理系统，实行打印作业实名制并规范打印流程，系统上线第一年就减少了由于操作问题造成的打印浪费，直接节约纸张15.3%。

推行绿色环保行动

我们在办公场所的规划和装修时始终坚持环保低碳的宗旨，坚持选用具有环保资质的供应商，并采购E0级环保板材以及其他符合国家环保认证的家具产品。我们在会议室、公共办公区等区域采用感应灯光，无人时灯光可自动关闭；安装直饮水设备，以减少塑料制品的使用。未来，我们将推动实行灵活办公模式，进一步减少因通勤带来的能源消耗。

2019年，我们积极落实国家关于垃圾分类的政策指导，在上海总部严格执行《上海市生活垃圾管理条例》，设置湿垃圾投放指定地点，做到所有垃圾干湿分离，并在全国各地分公司进行推广。同时，我们通过组织垃圾分类专题工作坊、在办公楼内张贴宣传海报等形式，面向员工普及垃圾分类知识，培养和加强员工的环保意识。

此外，我们持续开展净滩、河道徒步等各类社区环保活动，并借由“世界地球日”等环保主题日契机，分享内外勤伙伴的环保行动小故事，传播绿色环保的理念。





05
结篇

关键绩效指标

经济绩效

指标	2017年	2018年	2019年
营业收入（百万元）	11,436.61	12,955.08	15,752.50
营业利润（百万元）	909.15	2,023.47	1,951.01
净利润（百万元）	791.81	1,595.55	1,854.05
纳税总额（百万元）	233.74	629.49	461.36
综合偿付能力充足率（%）	322.9	339.19	309.35
薪酬福利支出（百万元）	806.10	876.32	1,025.51

供应商数量

指标	2019年
供应商数量（家）	700

内勤员工人数

指标	2017年	2018年	2019年
员工总数（人）	1,220	1,343	1,523
女性员工数（人）	779	874	971
男性员工数（人）	441	469	552

内勤员工培训

指标	2019年
员工培训总时长（小时）	4,800
员工培训覆盖率（%）	100
员工接受培训平均时长（小时）	3.2

代理人人数

指标	2017年	2018年	2019年
代理人总人数 (人)	9,266	11,555	14,666
女性人数 (人)	5,674	7,050	8,746
男性人数 (人)	3,592	4,505	5,920

代理人学历分布

指标	2019年人数	2019年占比
博士 (人)	28	0.19%
硕士 (人)	1,281	8.73%
大学本科 (人)	8,814	60.10%
大学专科 (人)	4,360	29.73%
高中及以下 (人)	183	1.25%

代理人培训时长

指标	2017年	2018年	2019年
代理人人均培训时长 (小时/人/年)	306	306	316

纸张用量

指标	2018年	2019年
纸张用量 (张)	22,220,678	25,497,364

能源用量

指标	2018年	2019年
用电量 (度)	5,123,650	5,166,923
单位面积用电量 (度/平方米)	65.57	66.12
汽油用量 (升)	37,448.57	28,854.39

温室气体排放

指标	2018年	2019年
直接温室气体排放 (吨二氧化碳)	79.95	61.60
间接温室气体排放 (吨二氧化碳)	4,726.05	4,765.97

水资源用量

指标	2018年	2019年
用水量 (吨)	10,827	6,892
单位面积用水量 (吨/平方米)	0.22	0.14

GRI标准索引

编号	页码及从略原因
组织概况	
102-1	4-5
102-2	3; 4-5
102-3	56
102-4	4-5
102-5	4-5
102-6	4-5
102-7	51; 51; 52
102-8	51; 52
102-9	39
102-10	无重大变化
102-11	35-36; 37-38
战略	
102-14	3
102-15	3; 35-36
道德和诚信	
102-16	3; 6
102-17	34-39
管治	
102-18	37-38
102-21	6; 10
利益相关方参与	
102-40	10
102-42	10
102-43	10
102-44	10
报告概况	
102-45	55
102-46	11; 55
102-47	11
102-48	本报告为公司第一份报告
102-49	本报告为公司第一份报告
102-50	55
102-51	本报告为公司第一份报告
102-52	计划今后每年发布一次
102-53	56
102-54	55
102-55	54
经济	
GRI 201: 经济绩效	
GRI 103	3
201-1	51
201-3	45-46
GRI 203: 间接经济影响	
GRI 103	25
203-1	26
203-2	25-32
GRI 204: 采购实践	
GRI 103	39
GRI 205: 反腐败	
GRI 103	37-38

编号	页码及从略原因
205-2	37-38
环境	
GRI 302: 能源	
GRI 103	49
302-1	53
GRI 303: 水资源	
GRI 103	49
303-1	53
GRI 305: 排放	
GRI 103	49
305-1	53
305-2	53
社会	
GRI 401: 雇佣	
GRI 103	43-48
401-2	45-46
GRI 403: 职业与健康安全	
GRI 103	23-24; 45-46
GRI 404: 培训与教育	
GRI 103	44
404-1	51
404-2	44; 47-48
GRI 405: 多样化与机会平等	
GRI 103	44
405-1	51
GRI 406: 反歧视	
GRI 103	45-46
406-1	未发生此类事件
GRI 413: 当地社区	
GRI 103	17-20; 21-24; 25
413-1	17-20; 21-24; 26; 27-29
G4-FS13	27-29
G4-FS14	16; 27-29
GRI 416: 客户健康与安全	
GRI 103	13-16
416-1	39; 39; 40-42
GRI 417: 营销与标识	
GRI 103	27-29; 39; 42
417-1	39
GRI 418: 客户隐私	
GRI 103	39
418-1	39
GRI 419: 社会经济合规	
GRI 103	37-38; 39
G4行业补充: 产品组合	
GRI 103	13-16
G4-FS7	16
G4-FS8	49
G4行业补充: 积极所有权	
GRI 103	26

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”)发布的第一份企业社会责任报告。报告以印刷版和电子版两种形式发布。电子版报告可通过访问大都会人寿官方网站<https://www.metlife.com.cn/>获取查询。

报告参考标准

本报告主要参考全球可持续发展标准委员会(GSSB)发布的《GRI可持续发展报告标准》(GRI Standards)核心方案,以及原GRI G4金融行业补充指引。

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。

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:2017年1月1日至2019年12月31日。专题《抗疫在行动》为2020年初的相关信息。

读者反馈

尊敬的读者

您好!

感谢您阅读大都会人寿《2017-2019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:

地址: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!

