



中国人寿保险股份有限公司
China Life Insurance Company Limited

关注民生保障 促进社会和谐

2009 年社会责任报告

本公司董事会及全体董事保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

中国人寿保险股份有限公司

2010 年 4 月

目 录

前言	2
一、用心经营，诚信服务，坚定实施社会责任战略 ...	5
二、科学发展，稳健经营，积极履行经济责任	7
（一）促进经济发展，保障经济稳定	7
（二）积极完善公司治理，不断加强信息披露	8
（三）健全风险防范和内控体系	9
（四）依法纳税，支援国家经济建设	13
三、服务社会，和谐共进，积极履行社会责任	14
（一）提供风险保障，促进社会和谐	14
（二）竭诚为客户创造价值	19
（三）促进员工和营销员共同成长	27
（四）大力支持公益慈善事业	32
四、节约资源，降低能耗，积极履行环境责任	44
五、未来展望	46
六、社会评价	47
七、报告说明	57
八、意见反馈	58

前言

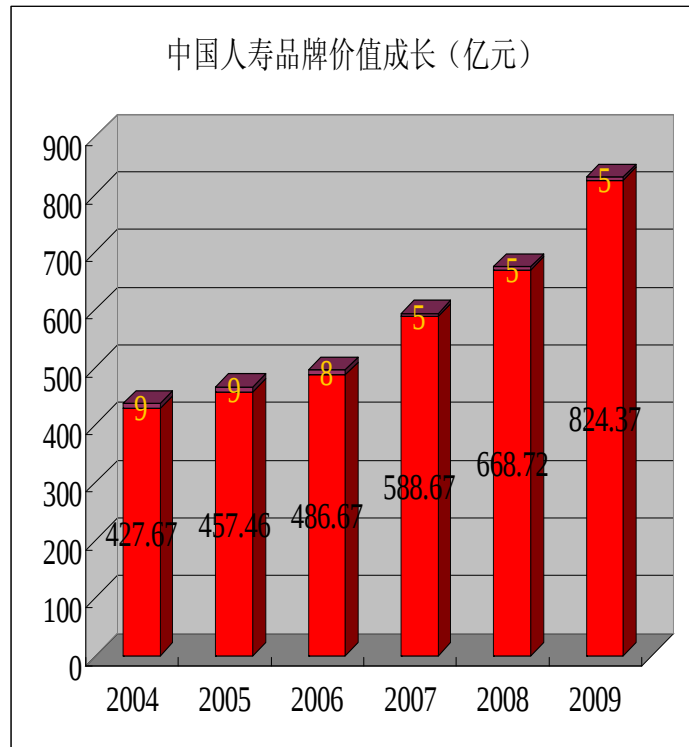
过去的一年，中国人寿认真学习实践科学发展观，按照“稳中求进、转型增效、深化改革、强化管控”的总体工作思路，积极应对国际金融危机等不利因素的影响，努力化挑战为机遇，变压力为动力，迎难而上，艰苦奋斗，顽强拼搏，为建设和谐社会做出了积极贡献。

作为中国最大的寿险公司，本公司充分发挥保险业经济补偿、资金融通和社会管理三大功能，积极履行社会责任，探索建立自身成长与贡献社会兼具的商业模式，把对社会、环境和利益相关者的责任融入企业战略、组织结构和业务流程中，坚持不懈地实施可持续发展战略，在完善社会保障体系、服务社会主义新农村建设、支持资本市场改革和发展、扶危济困帮助社会弱势群体、宣传和普及保险知识等方面都发挥了积极的作用。

2009 年，本公司赔付支出（扣除摊回赔付支出）592.01 亿元，充分发挥了保险保障功能；本公司保险营销员总人数增加约 3 万人，持续提供就业机会，促进社会和谐发展；本公司积极拓展农村小额保险业务，承保范围扩大到 19 个省市，累计为 1054 万（人次）农民提供了风险保障，形成了被国际保险界誉为“中国样本”的小额保险商业模式；新农

合业务经办范围扩大到 17 个省市，城镇居民基本医疗保险业务经办范围扩大到 9 个省市，覆盖人群超过 2900 万人；启动了“中国人寿助养地震孤儿爱心行动”，成功开展了员工志愿者与地震孤儿一对一帮扶行动和中国人寿爱心夏令营系列活动。2009 年本公司向国寿慈善基金会提供持续性捐款 3000 万元。本公司通过国寿慈善基金会向遭受“莫拉克”台风重创的台湾地区捐款人民币 1000 万元。

本公司连续第 6 年入选《福布斯》“全球上市公司 2000 强”，2009 年位列第 72 位；本公司的控股股东——中国人寿保险（集团）公司连续第 7 年入选《财富》“世界 500 强”，2009 年位列第 133 位，并入选全球最受尊敬企业；中国人寿品牌连续第 3 年入选世界品牌实验室发布的“世界品牌 500 强”，综合实力和品牌价值持续提升。



今后，中国人寿将坚持社会效益与经济效益相统一、履行社会责任与谋求公司发展相结合的原则，积极探索融入和服务经济社会发展的业务模式，既拓展公司持续发展的新空间，又更好地履行社会责任。

本报告阐述了我们的可持续发展理念，总结了 2009 年我公司在履行社会责任方面所做的工作，提出了下一步的目标。希望您通过这份报告能够更加了解中国人寿，继续给予我们更多的关注、指导和支持。我们相信，中国人寿只有将自身的发展融入国家社会发展的大局，才能迸发出源源不断的发展动力，更好地回报客户、投资者和社会，真正发挥保险业中流砥柱的作用。我们相信，在您的支持下，中国人寿必将成为国际一流的寿险公司。

一、用心经营，诚信服务，坚定实施社会责任战略

中国人寿的战略目标是建设“实力雄厚、管治先进、制度健全、内控严密、技术领先、队伍一流、服务优良、品牌杰出、发展和谐”的国际一流寿险公司。

作为国有控股公司，中国人寿的社会责任感与生俱来。我们从事着播撒爱心的事业，担负着提高全体国民保障水平、服务和谐社会的重任。“以人为本，关爱生命，创造价值，服务社会”是中国人寿的崇高使命，我们将继续用心经营，诚信服务，积极履行社会责任，始终将公司的发展根植于为国家、为大众服务的沃土之中，进一步提升公司企业公民形象和品牌美誉度，努力做到“效益最好、形象最佳，回报最大”。

中国人寿商业伦理准则的核心是诚信，因为保险的本质是通过契约降低未来的不确定性，最大诚信是保险的基本原则，承载信任、管控风险是保险公司生存发展的基石。作为国内首家三地上市金融企业，诚信为本，稳健经营是中国人寿企业运营的基石。我公司从文化建设、教育培训、激励管控等各个环节入手，使诚信融入每位成员的血脉，持续开展“诚信我为先”活动，并将每年9月16日确定为“诚信合规日”，推进营销员职业道德诚信教育的制度化、日常化和规范化建设。我公司持续致力于建设和谐、健康的发展环境，降低全社会的交易成本，从细节做起构建诚信社会。

中国人寿高度重视承担企业社会责任，致力于积极履行经济责任，大力促进经济发展，保障经济稳定运行，为国家创造税收并创造就业机会，努力引领行业发展，树立良好社会形象，确保国有资产保值增值，实现股东利益最大化；致力于积极履行社会责任，努力提高全社会保障水平，不断满足客户需求并提供优质服务，促进员工和营销员共同成长并保障其合法权益，积极回馈社会，大力支持公益慈善事业，促进社会繁荣和谐；致力于积极履行环境责任，减少资源消耗，促进可持续发展。

中国人寿对自身所承担的社会责任的理解



为了随时倾听利益相关方的声音，中国人寿建立了以“95519” 24 小时客户服务热线为代表的“1 + N”客户服务体系、投资者关系系统、遍布全国的网点、并每天收集各类媒体发表的相关信息，及时反馈，竭诚提供满意服务。

二、科学发展，稳健经营，积极履行经济责任

做好主业是企业最大的责任，也是全面履行社会责任的基础。中国人寿认真践行科学发展观，积极探索中国人寿特色的科学发展道路，不断创新思路、深化改革、加快发展，努力实现国有资产保值增值和股东利益最大化，不断增强服务经济社会发展的能力。

（一）促进经济发展，保障经济稳定

2009 年，我公司坚持“稳中求进、转型增效、深化改革、强化管控”的总体工作思路，业务规模保持稳定，核心业务快速增长。2009 年度，营业收入 3420.26 亿元，同比增长 9.3%。截至 2009 年底，我公司总资产突破 1.2 万亿元，较年初增长 24.2%。

截至 2009 年底，中国人寿投资资产为 11720.93 亿元，是中国资本市场最大的机构投资者之一，长期发挥着资金融通、稳定市场的重要作用。本公司较好地把握了 2009 年资本市场的战略投资机会，成功竞购美国银行出让的建设银行 H 股，投资入股远洋地产、杭州银行等。

2009 年，我公司依据保监会有关规定，结合自身业务和经营管理特点，拟定了《资产负债管理工作制度（试行）》，明确了公司资产负债管理的组织架构和主要工作流程。通过资产负债的匹配管理，进一步提升了公司风险管理水平，有

效防范资产负债相关风险，促进保险业务和投资业务的健康发展。

我公司积极支持各地金融业和社会经济发展，配合地方政府实施民生工程，参与了上海市“两个中心”建设和个税递延型养老保险试点工作，在云南、贵州、吉林、重庆、四川、甘肃、陕西、青海、江苏等地援建中国人寿学校，提供扶贫资金。我公司甘肃省分公司连续荣获 2008、2009 年度“省长金融奖”。

（二）积极完善公司治理，不断加强信息披露

我公司根据国际国内监管法规和最佳实践的要求，不断完善公司治理，加强信息披露及投资者关系活动，提高公司运作的透明度，获得了各方面的高度评价。

我公司不断加强董事会、监事会建设，制定了一系列议事规则、管理制度、汇报制度、沟通机制，为公司治理实践打下了良好的基础。严格按照公司上市地的上市规则，及时、准确地将公司重大事项向公众披露，切实保护股东和投资者的权益。

我公司始终致力于提升公司透明度，加强公司治理。2007 至 2009 年，已在广西、江苏、甘肃、福建成功举办了“投资者/分析师开放日”和“媒体开放日”，开创了国内金融机构举办“开放日”的先河。



2009年9月9日，我公司在福建举办第三届“全球开放日”活动

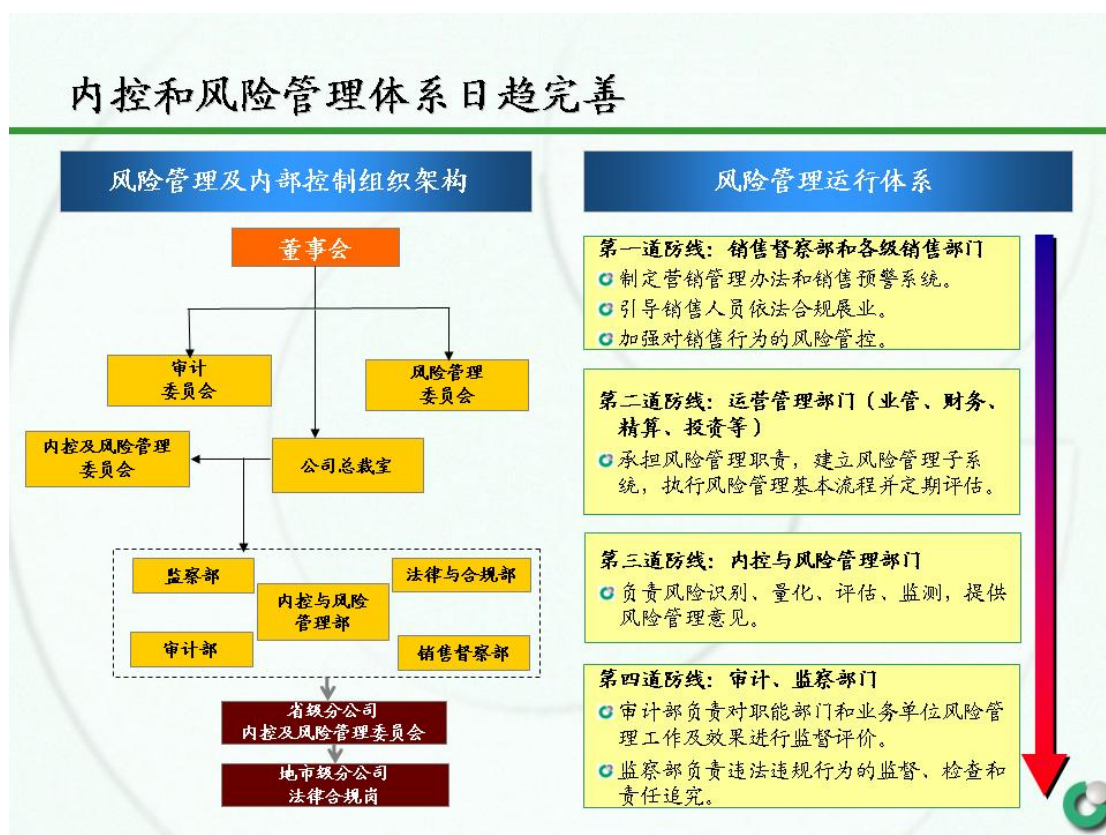
（三）健全风险防范和内控体系

防范风险是公司发展的生命线。特别是作为一家大型金融企业，稳健发展的重要性已经超越了企业自身，成为关乎行业 and 经济发展全局的大问题。中国人寿在保险企业当中业务规模最大、机构网络最全、队伍数量最多，防范风险的任务无疑也最为艰巨。

2009年，我公司以全面建设风险管理体系为中心，确保内部控制持续合规达标，确保公司关键领域和重点操作环节的风险得到有效防范。做实风险管控，提升风险管控工作的内在价值，加强基础建设，提升风险管控技术水平。健全管理机制，提升风险管控能力，全力推动各项工作的开展，取得显著成效。

1. 健全风险管理组织体系

我公司目前已经形成了分工明晰、权责明确的风险管理组织体系，包括董事会审计委员会、风险管理委员会，总公司内控及风险管理委员会、内控与风险管理部门及相关管控部门，直属总部的区域审计中心，省、直辖市及计划单列市分公司内控及风险管理委员会、内控合规部门及相关管控部门，地市分公司内控及风险管理委员会、法律事务岗和合规经营管理岗，县级支公司或营销服务部内控及风险管理责任人在内的五级组织体系，为全面风险管理体系建设提供了坚实的组织保障。在全公司强化风险预警系统应用，完成预警功能升级。



2. 完善制度体系

根据可持续发展需要和监管部门的要求，我公司不断完善制度体系，定期修订并评估执行情况。包括：《内部控制手册(09版)》、《〈内部控制手册〉维护管理办法(试行)》、《内部控制评价办法(试行)》、《关于建立全面风险管理体系的实施意见》、《关键岗位检查管理规定》、《关键岗位检查手册(2009版)》、《2009年关键岗位检查试点实施方案》、《2009年关键岗位检查工作考核实施细则》、《完成审计职能上收的省分公司关键岗位日常化检查配套实施方案》、《审计制度框架》、《专项审计暂行规定》、《经济责任审计档案管理办法》、《机动审计暂行规定》、《审计档案管理办法》、《审计信息管理办法》、《合规管理办法(试行)》、《案件报送管理办法》、《合同管理办法》、《关联交易管理试行办法》、《合规经营承诺管理规定》、《法律事务管理暂行规定》、《员工违规违纪处理暂行规定》、《案件管理责任追究暂行规定》、《销售督察工作管理办法》、《销售督察人员工作手册》、《营销员案件查处工作指引》、《保险销售人员职业道德与行为规范手册》、《销售督察信息报送管理办法》、《银行保险部客户经理销售行为规范(2009年)》、《银行保险部理财经理销售行为规范(试行)》和《银行保险销售人员保险代理合同》范本及配套管理办法等。为加强分公司经营权限管理，我公司制定了《法人授权经营管理暂行规定》，以法人授权书形式授予分公司经营管理权限，为防范和控制经营风险提供了

制度依据。为认真贯彻反洗钱法律法规，积极履行反洗钱法律义务，深入推进反洗钱各项工作，我公司健全反洗钱制度，制定并下发了《反洗钱会议规范》、《反洗钱自查自纠工作考核办法》等；完善反洗钱系统，组织开发了可疑交易新系统；强化执行，组织系统人员认真开展客户身份识别和资料保存，大额和可疑交易数据报送工作；加强内部监督，组织系统人员认真开展反洗钱自查自纠和现场检查工作，不断提高反洗钱工作质量，满足监管要求。

3. 开展内部控制标准推广执行

我公司在借鉴美国《萨班斯-奥克斯利法案》404 条款遵循工作取得的经验和成果的基础上，制定了内部控制标准，整合了保监会、财政部、上交所等监管规定，较为全面的反映了公司关键的操作控制，建立了公司内部控制工作的基本法。将内控标准范围扩展到公司营运管理的各个层面，完整记录公司经营管理各环节的控制点与控制措施，明确控制的责任单位、部门、岗位、制度依据以及针对控制措施的检查方法与评价标准，强化执行力，提高公司内部控制水平。2009 年累计组织宣导培训会议近 5000 次，10 万余人参加了内控标准考试，参考率达到 99.6%，2800 多个县支公司，8 万多名县支公司员工参加了内控标准培训。全系统各层级人员均签署了内控标准执行声明书，为进一步建立内控承诺书机制奠定了基础。

4. 持续开展审计监督和效能监察

2009 年 8 月，我公司六大区域审计中心布局全面完成，为适应公司深化经营管理体制改革的推进要求，共完成对 20 家分公司的审计职能上收，按照年初下发的《2009 年度内部审计工作指导意见》，我公司进一步理顺了内部审计管理体制。2009 年开展审计项目 1351 个，其中：涉及省级分公司 36 个，审计覆盖面 100%；涉及地市级分公司 197 个，审计覆盖面 63%；涉及县级分公司 1118 个，审计覆盖面 41%。

我公司周密部署，扎实开展了效能监察，各分公司还结合自身情况增加其他监察项目。2009 年我公司全系统共组织 516 个检查组对 1678 个分支机构进行效能监察，提出监察建议 2238 条，已整改 1818 条，有效防范了经营风险。

（四）依法纳税，支援国家经济建设

依法纳税是每个企业应尽的义务，也是承担社会责任的重要方面。我公司作为独立的纳税主体，一直高度重视内部税务管理工作，强化各级公司的依法纳税意识，不断提高纳税实务水平，严格按照税法规定及时、准确计算、申报和缴纳各项应缴税金，树立了诚信纳税形象。

我公司 2009 年共缴纳各项税款超过 50 亿元。近几年，我公司总部一直被北京市国税局、北京市地税局评为“纳税信用 A 级企业”。2009 年，我公司有多家分支机构被评为“纳

税信用 A 级企业”。

三、服务社会，和谐共进，积极履行社会责任

中国人寿努力践行科学发展观，在实现企业自身可持续发展的同时，追求与社会和谐共成长。积极参与重大责任承保，及时提供理赔和给付；大力服务新农村建设，积极参与多层次社会保障体系构建；努力提高服务质量，竭诚为客户创造价值；关注员工和营销员成长，实现共同发展；积极支持公益慈善事业，关怀和帮助弱势群体，不断促进社会和谐。

（一）提供风险保障，促进社会和谐

多年来，中国人寿充分发挥保险保障功能，积极参与重大责任承保，及时提供理赔和给付，参与重大事件处理，提供灾害救助和风险保障，对于恢复生产生活秩序，减轻政府财政和事务负担，避免矛盾激化，完善灾害防范和救助体系，增强全社会抵御风险的能力，促进经济发展和社会和谐，发挥了积极的作用。

中国人寿设立了遍布全国城乡的4800多个分支机构、16600多个营销服务网点、9万多个银邮代理网点，还积极探索了电话营销、网上营销等新销售渠道。

截至2009年底，我公司个人投保人总数为1.61亿，个人客户数超过2.71亿。众多在华500强企业、国内大型企业及

外国驻华使馆等机构都选择中国人寿为保险供应商，拥有全球最大的保险客户群是我公司生存和发展的重要基础。

1. 积极参与重大责任承保

承保重大责任不但是对保险公司综合实力的考验，也是对保险公司社会责任意识的考验。多年来，中国人寿凭借自身优势，积极提供重大责任领域的风险保障，展示了企业实力，树立了良好的社会责任形象，获得了社会各界的广泛好评。

自 2003 年以来，中国人寿连续承保了航天员及其家属的团体人身险，提供了“神五”、“神六”执行任务期间航天员的人身意外险，并成为“中国航天员中心保险合作伙伴”、“中国航天员中心指定保险供应商”、“神舟七号航天员独家保险供应商”。2009 年，我公司继续履行与中国航天员科研训练中心的协议，为“神舟七号”航天员及中国航天员中心的所有航天科技人员提供保险保障，为“神舟”系列载人项目保驾护航。未来两年，中国航天员中心将获得中国人寿提供的、总保额超过 10 亿元的团体人身险及养老险保障。

2. 及时提供理赔和给付

理赔是保险服务的重要一环，也是衡量保险服务质量的外在尺度。中国人寿信守保险承诺，积极做好理赔服务工作，尤其是在重大灾害事故发生后第一时间快速理赔，为稳定受灾群众的生产生活秩序做出了应有的贡献，树立了保险企业

的良好社会责任形象，保障了人民群众生活稳定和社会和谐。2009 年，我公司第一时间完成了雪灾、甲流、黑龙江矿难、法航空难、成都公交汽车火灾、“7·5”事件等重大案件理赔处理。

为了优化理赔流程，提供更简便的理赔服务，我公司首创“医保通系统”，通过信息化手段，搭建与医疗机构之间的信息平台，实现理赔金额实时赔付。截至 2009 年底，该系统已在全国 31 个省 110 个地市的 500 家医院开通使用。

“奶粉事件”发生后，我公司受托管理奶粉事件的医疗赔偿金，主要职责是受托代为管理这笔医疗赔偿基金，具体办理奶粉事件患儿医疗费用给付手续。截至 2009 年底，已支付赔偿 500 起，累计支付金额 280 万元，受到了各级政府和群众的好评。

“7·5”事件发生后，我公司新疆分公司在第一时间启动应急预案，2009 年 7 月 7 日，处于影响范围的我公司乌鲁木齐市分公司坚持正常营业。7 月 9 日，乌鲁木齐市分公司将 10 万元理赔款送达“7·5”事件遇难客户单位，这是保险行业“7·5”事件赔付的第一单。截至 12 月 31 日，乌鲁木齐市分公司已接到相关理赔报案 62 例，其中 16 例死亡，已赔付 74.3 万元。此外，为抚慰在“7·5”事件中遇难和受伤的无辜群众，乌鲁木齐市分公司广大员工自发举行爱心捐款活动，截至 7 月 15 日共捐款逾 8 万元。为维

护民族团结稳定和经济的繁荣做出了贡献，受到政府和社会各界的好评。

2009 年度重大赔付

北京市某客户	赔付金额 318.60 万元
江苏省某客户	赔付金额 308.81 万元
河北省某客户	赔付金额 286.33 万元
黑龙江省某企业	赔付金额 260.00 万元
深圳市某客户	赔付金额 260.00 万元
山西省某客户	赔付金额 191.34 万元
广东省某客户	赔付金额 180.54 万元
浙江省某客户	赔付金额 180.00 万元
甘肃省某客户	赔付金额 159.45 万元
安徽省某客户	赔付金额 159.45 万元

3. 积极参与多层次社会保障体系构建，大力服务新农村建设

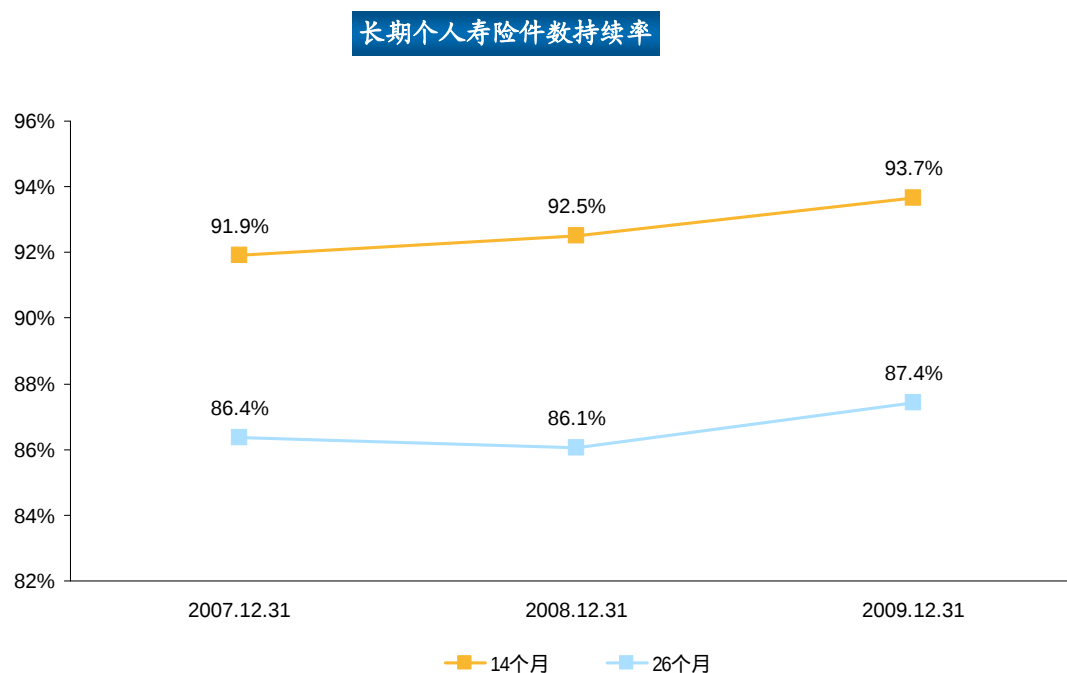
构建社会主义和谐社会是党和国家的一项全局性、战略性任务，而新农村建设是其中最重要、最艰巨的一环。我国有 9 亿农村人口，他们对养老、医疗及抵御意外伤害风险等全面保障的需求与日俱增。因此，中国人寿在服务好城市的同时，把为农村提供保险服务作为履行社会责任的重要方面，因地制宜开发了保费低廉、保障适度的产品，有效满足了农民的保险需求。我公司全力提升基层人员素质，努力提

高农村营销网点服务水平，几年来，共举办了十七期县支公司经理培训班，培训了 1757 名县支公司经理；同时，下发了一系列制度和规范，促进了农村营销网点经营管理和服务水平的提升。为提高农民保险意识，在更大范围内拓展农村市场，我公司开展了“乡乡百条标语”宣传活动，据初步统计，在农村乡镇主要街道两边投放墙体广告达 30 多万条。

截至 2009 年底，中国人寿拥有 14972 个镇及镇以下的农村经营网点，覆盖全国乡镇数量的近 50%。我公司新农合业务和城镇居民基本医疗保险业务新增管理基金 29 亿元，参保人数 2964 万人，共为 1485 万人次提供医疗费用补偿支付服务。中国人寿参与河南新乡市的新农合业务后，使该市从事新农合的政府人员从 519 人减少到 56 人，政府管理费从每年 1000 万元减少到 300 万元，被称为“新乡模式”，在此基础上我公司又创立了“番禺模式”、“洛阳模式”，此外，中国人寿江苏省宜兴分公司从 2005 年起就作为农村基本养老保险的经办机构，得到了政府和广大农民的充分认可。2009 年农村小额保险试点扩大到 19 个省市，自 2008 年 8 月到 2009 年 12 月底，小额保险累计为 1054 万（人次）农民提供了风险保障，创立了具有中国特色的小额保险发展新模式，得到了保监会和国际保险监督官协会的高度评价。

（二）竭诚为客户创造价值

诚信待客是服务之本，客户满意是企业价值之源。中国人寿始终将客户利益放在首位，持续为客户创造价值，坚持以客户为中心，不断改进服务方式，创新服务手段，提高服务标准和服务水平，用心培育服务文化，着力打造服务品牌，在客户心目中树立了“相知多年、值得托付”的诚信负责形象，不断丰富“国寿 1+N”服务内容，我公司整体服务满意度、客户忠诚度不断提高。



1. 积极开发适合人民群众需求的产品

中国人寿根据市场需求，不断完善产品开发机制，提高产品技术含量，不断丰富产品体系，细分客户需求。我公司提供涵盖生存、养老、医疗、死亡、残疾等多种保障范围，传统、分红、万能、投连等多种类型的人身保险产品和服务，

全面满足客户在人身保险领域的保险保障和投资理财需求，不同收入水平及年龄阶段的客户均可通过我公司产品和业务的组合获得个性化的保险保障。

2009 年，我公司根据新《保险法》、保险监管相关规定以及公司强化内部管理的要求，对 256 款在售产品进行了全面清理和评估，保留了 134 款，停办了 122 款，对停办产品中的 30 款进行了更名，升级改造了 19 款，新开发 21 款新产品，从而较好的优化了公司产品结构，降低了公司的产品管理成本。



2. 聚焦“面对面”，有效提升保单基础服务品质

目前，我公司为客户提供面对面服务的客户服务中心门店已达 3000 余个，充分体现了我公司强大的网点服务优势。统一建设标准的客户服务中心，正在为我公司所有个人、团

体长期险保单及短期保单提供基础服务，涵括了承保、保全、理赔等各个业务流程。我公司始终关注服务形象、服务标准的构建及执行，通过推行柜面服务标准、岗位作业标准、服务监督检查制度等一系列规范性文件提升客户服务中心的标准化、规范化和制度化建设，同时不断拓展新的服务途径，持续探索创新服务手段，通过优化整合业务单证，在全国范围内推广保全免填单服务等举措，极大提升了客户满意度。

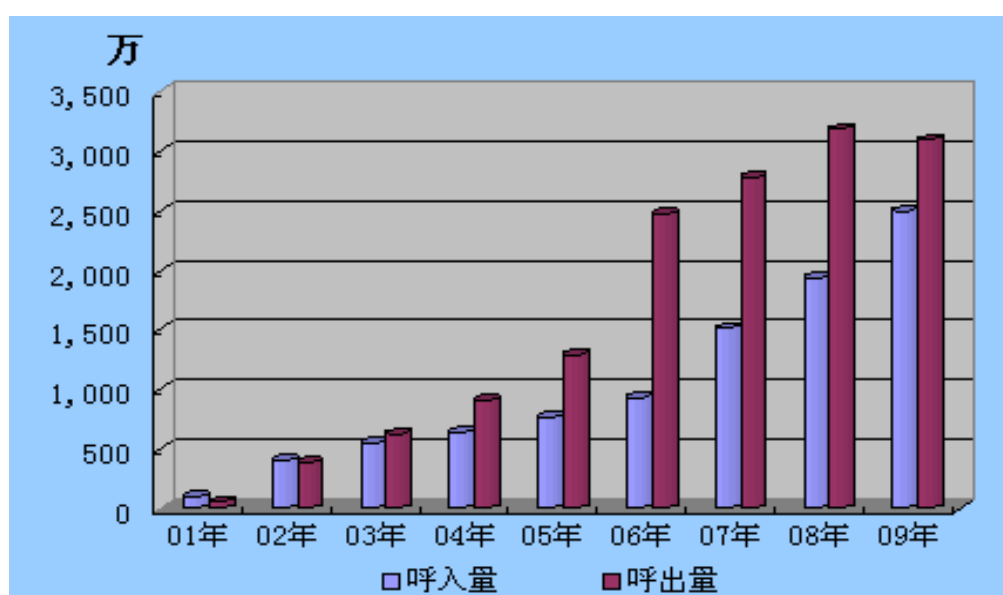
由第三方机构出具的 2009 年度客户满意度调查成果及我公司系统统计投诉数据显示，客户对我公司保单基础服务满意度较 07、08 年继续得以稳步提升，保单基础服务类投诉数量相比 2008 年降幅达 43.39%，由客户服务中心提供的“面对面”保单基础服务受到了广大客户的赞同。随着公司持续加大柜面服务形象、服务标准的推进力度，广大客户将得到更加舒适、温馨的服务体验。

3. 推广“国寿 1+N”优质服务

为不断丰富服务内容，整合服务资源，为客户提供更多的服务体验，加强与客户间的相互沟通，我公司推出了“国寿 1+N”服务品牌。“国寿 1+N”即一位客户，多种服务，包括多种保单服务以及不断推出的丰富多彩的附加值服务。中国人寿以热情、真诚、专业的服务，发挥公司整体优势，引领寿险行业的服务发展。截至 2009 年底，我公司向客户发放国寿鹤卡 2039 万张，超过 3 成的个人长险投保人成为持卡人，

使国寿鹤卡成为客户享受“国寿1+N”服务的有形载体。

中国人寿通过95519客户服务电话，为客户提供24小时咨询、查询、投诉、挂失登记、报案登记、电话保全、投保预约、回访等全方位的服务。客户对95519的信赖日益增加，95519客户服务专线在2009年累计提供电话服务5600多万人次，对新单、宽限期、失效、即将永久失效的客户100%回访，切实维护客户权益。95519电话服务中心一直致力于服务品质的提升，通过推出一系列岗位服务标准及运营手册等方式提高服务一致性，积极研究新的服务功能，提供保单电话语音激活等新的服务内容，为客户提供更高品质的电话服务。



2009年8月22日，我公司在中国保险行业内率先推出24小时自助服务网点。经过近半年的研发、测试和试运行，国寿鹤卡自助终端已在福建省十个营业网点陆续投入使用，其中福州市分公司旗舰店成为第一家对外实施24小时不间断保险自助服务的营业网点。目前，客户持国寿鹤卡通过自

助服务终端，可以办理客户信息查询、保单信息查询、公司服务指南查询及业务信息查询在内的多项服务。下阶段还将进一步拓展自助终端客户服务功能，拟陆续实现自助缴费、简易保单销售、电子保单激活、客户简单保全等功能。

4. 开展客户活动，加强客户沟通

我公司在各地开展了丰富多彩的客户服务活动，增进了与客户的沟通，回馈广大客户对我公司的支持。从 2007 年起，我公司每年在全国范围内统一开展“国寿客户节”及“牵手”系列等客户服务活动。通过客户节活动这一载体，在全国范围内组织一系列具有参与性、互动性、服务性和公益性的活动项目。2009 年我公司开展了第二届“中国人寿姚明杯”趣味篮球运动会，组织“中国人寿 60 周年司庆客户体验之旅”活动，举办“中华情·国寿情”大型文艺晚会，“牵手”系列活动参与人次达 1859 万。



2009 年，我公司在全国共举办 690 余场国寿大讲堂，

2000 余场次特色客户服务活动，签约 18000 余家特约商家，成功发送 1.84 亿余条服务短信。通过不断完善服务内容、提高服务水平，稳步提升了“国寿 1+N”服务品牌的知名度和美誉度。

5. 建立健全服务监督体系，加大考核监督力度

为全面提升服务品质，我公司建立了科学合理的量化考核指标体系和“监督、跟踪、整改、提高”的良性循环机制，做到时时有监督、事事有监督、人人受监督，以保障服务品质的不断提高。“投诉结案率”取得满分、“人工接通率”平均得分 99.33，有 21 家分公司取得满分，负荷率达到 50.81%。2009 年度，新单项目电话回访成功率 91.97%，其他指定项目电话回访成功率 80.56%。投诉数量连续 7 年下降，2009 年共受理投诉 13954 件，较 2008 年同期 18988 件下降 26.5%，投诉处理效率明显提升，平均 9 天投诉结案率为 98.77%（2008 年为 84.34%）。除了内部监督体系外，我公司还建立了外部监督机制，广泛聘请了 4000 余名社会监督员，这些服务质量社会监督员对我公司的产品、服务等起到了很好的监督作用。

我公司自 2007 年开始，还聘请第三方机构合作开展客户满意度调查项目，了解客户对我公司营销员的销售及服务、保险产品、保单基础服务、附加值服务等几方面的满意度情况，对我公司各个环节的服务情况进行客观的、全面的

分析。以客户满意度调查的结果为突破口，加强维护消费者权益，不断提升公司客户服务品质。通过各级公司对满意度调查中发现的问题持续追踪、整改，不断提升服务质量，改进各项工作中的不足、有力地促进了我公司业务的快速、健康发展。

2009 年的调查结果显示，我公司客户总体忠诚度平均分为 8.6 分（08 年 8.3 分，07 年 7.6 分）较 2008 年和 2007 年有稳步提高，分别提升 3.6%和 13.1%；客户总体满意度为 8.8 分（08 年 8.3 分，07 年 7.8 分），较 2008 年和 2007 年分别提升 6%和 12.8%。其他如“销售服务”、“柜面服务”、“电话服务”、“增值服务”、“信息通知服务”等主要调查项目也有不同程度提升。

6. 加强诚信教育，提升服务品质

2009 年，我公司进一步加强诚信及职业道德教育，一是持续开展“诚信我为先”活动，大力弘扬诚信文化；二是加强了对营销员销售过程的风险管控，启动营销员投保单规范填写工作，加大客户回访工作力度；三是上线推广了新版风险预警体系和营销员信用评估系统，我公司制定下发了《保险销售人员行为规范》、《营销员信用品质管理暂行办法》、《销售人员职业道德和行为规范手册》以及《销售人员重大突发事件应急处理工作管理办法》等制度；四是强化依法合规经营的职场教育，进一步加强对违法违规人员的惩处，有

效防范了销售风险。通过抓营销员诚信教育和信用管理，有效构建了公司销售领域诚信体系建设的两大支柱，不断提升公司销售品质，实现行业领先，丰富了公司诚信体系建设的内涵。



（三）促进员工和营销员共同成长

人力资源是企业最为宝贵的财富，也是企业的强盛之

基、发展之本。关爱企业员工的健康成长，确保职工的权益与收入待遇，不仅关系到企业的持续健康发展，也关系到社会的发展与稳定。工作上的归属感、成就感也是每一位员工的精神福利。



2009年8月28日，我公司党委书记、总裁万峰，党委委员、副总裁、纪委书记周英代表公司党委与总部150名青年员工座谈

对于保险企业来说，除了拥有员工，还有广大的营销员，他们走遍千山万水、道尽千言万语、历经千辛万苦，把爱心送进千家万户。虽然与公司只是代理关系，但是作为公司的亲密伙伴，营销员为公司的发展做出了巨大的贡献。

中国人寿建立了系统的员工保障计划及职业发展支持计划，积极为员工成长进步创造条件，同时十分重视营销员队伍的建设和培养，力求实现公司、员工和营销员共同发展。

2009年，我公司销售队伍建设继续加强。截至2009年底，个人保险销售队伍达到77.7万人，银行保险销售队伍

达到 4.21 万人，团体保险销售队伍达到 1.27 万人，人均收入不断提高。

1. 创造良好的用人环境和机制

我公司全面推行管理人员聘任制，坚持干部定期交流制度，改进和完善管理人员考评机制，落实领导干部述职、任职谈话和巡视等制度，切实加强了经营管理人员队伍建设，公开、平等、竞争、择优的用人机制逐步建立，新一代财务与人力资源管理信息系统建设取得了阶段性成果。

我公司通过多种有效措施，加大对优秀年轻干部的培养和选拔力度，把一大批政治素质好、业务能力强、工作业绩突出、群众公认的优秀人才选拔充实到了各级管理岗位。各级管理层结构进一步改善，整体力量得到增强。我公司荣获“全国金融系统劳动关系和谐企业”称号。

2. 不断加强教育培训工作

我公司每年投入上亿元经费保障教育培训工作开展，现已全面搭建教育培训制度体系，初步搭建了制式培训课程体系，并出版系列规范教材 13 本。我公司所有省级单位均已成立教育培训部，近半数地市公司设立了培训部，成都保险研修院已正式挂牌，各省级培训中心也正在建设过程中。员工和销售人员制式化、非制式化培训有序开展，2009 年我公司总部举办培训班 70 期，比 2008 年的 48 期增长 45.83%。

3. 维护和保障员工的合法权益

我公司认真按照《劳动合同法》的规定，通过开展集中的规范用工工作，进一步确立和增强了依法用工、规范管理的观念，完善了规范劳动用工管理的长效机制，促进了公司和员工的和谐发展。

我公司建立了职工代表大会制度，充分发挥职工在民主管理、民主决策和民主监督中的重要作用，广泛调动员工的积极性、创造性。

我公司十分重视员工对涉及自身利益的知情权、选择权与申诉权，在员工管理、绩效管理的制度体系和具体操作流程中对保证员工的知情权、选择权与申诉权进行了特别的规定。如在员工的晋升、提聘方面，我公司采取了任前公示、设立专门的信箱和电子邮箱等措施，在日常绩效管理工作中，建立了上下级之间的沟通、反馈机制，下级被评估者如对绩效结果存有异议，可以提出申诉，如申诉被认可，公司也会及时改正其绩效评估结果。

我公司十分注重促进员工工作与生活平衡，在员工充分发挥个人才能的同时，我公司精心为员工创造良好的工作环境，充分满足员工需求，体现“以员工为本”的管理理念。通过实施以岗位为基础，以绩效为导向，以市场为参考的绩效激励体系，建立了具有内部公平性和外部竞争力的薪酬制度，充分发挥薪酬机制的激励与约束作用，同时不断完善员工福利计划。我公司员工除拥有国家规定的养老保险、医疗保险、失业保险、

工伤保险、住房公积金等各项法定福利外，还享有带薪年假、企业年金、补充医疗保险、定期体检等公司福利。我公司重视对员工休息休假的权益保障，积极贯彻执行国家有关劳动时间、年休假、劳动保护、计划生育等方面的法律法规，通过研究建立考勤休假管理制度，积极创造条件，鼓励员工在确保完成工作任务的同时，科学安排休息休假，充分体现了公司对员工的人文关怀，促使员工合理保持工作与生活的平衡，拥有健康的体魄和旺盛的精力。在工余时间，我公司开展运动会、组建多个员工文体活动俱乐部，组织举办篮球、羽毛球、乒乓球、网球等比赛以及春游、秋游、联欢、歌咏、征文等活动。通过开展一系列主题健康向上、内容丰富多彩的特色文体活动，使员工享受到比较丰富的精神文化生活。



2009 中国人寿运动会

（四）大力支持公益慈善事业

多年来，中国人寿在不断完善保险服务、努力为社会大众提供风险保障的同时，一直坚持不懈地致力于救灾、助学、扶贫、志愿服务等活动，累计投入资金超过两亿元，还提供了大量实物和服务捐赠，取得了良好的效果。

我公司建立了完善的内控和风险管理体系，捐赠和社会公益活动支出均纳入预算管理。严格管理分公司的捐赠活动，遵守财务和业务管理规定，加强对捐赠活动的审计监督。按照决策程序的要求，工作人员全面、准确、深入地了解捐赠项目的情况，评估项目实施的可行性，注意项目可能存在的风险，坚持公开透明，确保实施质量。

1. 积极参与灾害救助

2009年8月，我公司通过国寿慈善基金会向遭受台风“莫拉克”重创的台湾地区捐款 1000 万元，帮助台湾同胞尽快恢复生产、重建家园。



2. 长期支持教育事业

自 2006 年以来，中国人寿在全国范围内已捐建了 48 所学校，其中 2009 年在云南省捐建 5 所学校；在贵州省捐建 2 所小学并立项在吉林省捐建 5 所小学。

（1）向云南省德宏、楚雄、普洱和保山等受地震影响地区捐款 100 万元用于援建 4 所中国人寿小学；向云南省丽江市玉龙县捐款 100 万元，（改）扩建白沙中学为“玉龙纳西族自治县白沙乡中国人寿中学”。



(2) 向贵州省春晖行动发展基金会捐款 100 万元在黔西南布依族苗族自治州和黔东南苗族侗族自治州援建两所中国人寿小学。



(3) 向吉林省白山市靖宇县、白城市通榆县、延边朝鲜族自治州敦化市、松原市前郭尔罗斯蒙古族自治县和通化市通化县等革命老区和贫困地区捐款 100 万元用于援建 5 所中国人寿小学。



(4) 向重庆市教育发展基金会捐款 100 万元，开展“大爱无垠”助学支教大型公益活动。

3. 大力支持科学文化体育事业

(1) 赞助中国人寿珠峰登山队成功登顶珠峰，完成了在珠峰之巅展示中国人寿司旗的创举。



(2) 继续为“神舟七号”航天员及科研人员提供保险

保障。

（3）赞助第十一届全国运动会，成为第十一届全国运动会唯一的寿险合作伙伴，提供了优质高效的保险保障服务。



（4）赞助 2009 年世界集邮展览。

（5）赞助杭州国际马拉松赛。

（6）赞助中国业余网球大师赛。

（7）承办中国保险行业协会“保险业诚信与销售风险

管控研讨会”，邀请监管机构、行业组织、同业机构代表和知名专家学者共同就行业诚信问题展开讨论，建言献策，引领行业树立诚信形象。

（8）与中国光华科技基金会签署战略合作协议，积极为知青群体提供全面保障。

（9）在国家大剧院举办“中国人寿之夜——2009 新春答谢音乐会”，向 1700 余名重要合作伙伴、客户表示感谢。

4. 积极开展志愿行动

截至 2009 年底，中国人寿志愿者协会共在 27 家分公司成立了志愿者分会，活动次数达 500 余人次，志愿服务时间超过 1000 小时。我公司鼓励和支持各级分公司员工和营销员积极参与地震孤儿长期爱心帮扶等各个领域的志愿活动，如环境保护、扶弱助残、赈济贫困、救灾抢险、社区建设和大型活动等，用爱与奉献的高尚精神帮助他人、服务社会。



湖北启动仪式



广东启动仪式



大连启动仪式



四川启动仪式

2009 年 5 月，“中国人寿助养地震孤儿爱心行动”正式启动，主要包括员工志愿者与地震孤儿一对一帮扶行动和中国人寿爱心夏令营活动，旨在通过对地震孤儿进行定期探访、慰问，开展夏令营等系列活动，跟踪、落实地震孤儿助养情况，对地震孤儿进行长期、持续的生活和心灵关怀，使他们能够安心完成学业，感受到社会大家庭的温暖，健康快乐地成长。

中国人寿志愿者一对一帮扶行动通过在地震孤儿所在地分公司员工中招募志愿者，将志愿者与地震孤儿结成一一对一帮扶对子，对地震孤儿进行了探访、慰问等，跟踪、落实地震孤儿助养情况，对地震孤儿进行生活和心灵关怀。2009 年共有 500 多名志愿者对 470 多名地震孤儿进行了探访和慰

问。



在“5.12”地震一周年来临之际，我公司杨超董事长、刘英齐副总裁等一行赴四川都江堰看望地震孤儿，并为孩子们送上学习及生活用品



2009年1月23日，我公司万峰总裁在四川绵阳亲切看望了三名中国人寿助养孤儿代表，并送上了新春的祝福和年货



“总理让路女孩”小馨懿在中国人寿志愿者陪伴下画画

5. 通过国寿慈善基金会继续支持各项公益慈善事业

为了统筹开展公益慈善事业，更专业、更具持续性地执行公益理念及计划，2007年6月16日，中国人寿保险股份有限公司捐资5000万元发起成立了国寿慈善基金会，这是国内金融业发起设立、并在民政部登记注册的第一个非公募基金会。国寿慈善基金会自成立至2009年底，共计捐赠支出为6994万元，其中2009年捐赠支出为1632万元。

2009年我公司向国寿慈善基金会提供持续性捐款3000万元。国寿慈善基金会的规范运营继续得到监管部门认可，顺利通过年检，荣获3A等级，成为首批获得公益性捐赠税前扣除资格的社会团体。

国寿慈善基金会成立伊始即捐款 1000 万元作为启动资

金，与中国红十字基金会联合发起“健康新村工程”大型公益项目，重点关注关系 9 亿农民生命与健康的医疗保障问题，通过在贫困地区农村援建卫生院（站）、开展乡村医生培训、大病救助等项目，探索医疗救助与新农合有机结合的创新模式，致力于推动拥有充分医疗资源和完善医疗保障体系的社会主义新农村建设。目前已立项援建了 97 所国寿博爱卫生院（站），培训了 200 名来自全国各地的乡村医生，并积极开展大病救助活动。



国寿博爱卫生站在新疆洪水中巍然屹立

国寿慈善基金会已根据民政部提供的最新地震孤儿统计名单将 2010 年度助养金 400.32 万元划拨民政系统。为持续推进 2008 年开展的“国寿汶川地震孤儿助养项目”，2009 年 8 月 9 日至 15 日，在北京成功举办了首期“中国人寿爱心夏令营”，组织 40 名地震孤儿在暑假期间领略了首都北京的特有风貌，通过夏令营的形式，让孩子们增长知识、丰富阅

历、开拓视野、健康成长。



国寿慈善基金会实施的“汶川地震灾区学校重建项目”，在四川、甘肃、陕西、重庆等 4 个省市捐建的 15 所中国人寿博爱学校已陆续完工，惠及学生 1 万余人。



2009 年 10 月 20 日，国寿慈善基金会捐款 100 万元援建的“汶川地震灾区学校重建项目”陕西宁强县铁锁关博爱中学落成

2009 年以来，国寿慈善基金会进行的重大捐赠包括：

(1) 2009 年 3 月，向云南省德宏、楚雄、普洱和保山等受地震影响地区捐赠 100 万元用于援建 4 所中国人寿小学。

(2) 2009 年 8 月，通过海峡两岸关系协会向遭受“莫拉克”台风重创的台湾地区捐款 1000 万元，用于救灾及灾后重建。

(3) 2009 年 8 月，举办首期中国人寿爱心夏令营系列活动支出 31.59 万元。

(4) 2009 年 12 月，向民政部划拨了 2010 年地震孤儿爱心助养金共计 400.32 万元。

(5) 2009 年 12 月，向贵州省春晖行动发展基金会捐款 100 万元在黔西南布依族苗族自治州和黔东南苗族侗族自治州援建两所中国人寿小学。

(6) 2010 年 1 月，向云南省丽江市玉龙县捐款 100 万元，(改)扩建白沙中学为“玉龙纳西族自治县白沙乡中国人寿中学”。

(7) 2010 年 3 月，向“中国妇女发展基金会——关爱中国女性健康专项基金”捐款 100 万元，用于支持为贫困地区女性提供“两癌筛查”和重大疾病保障。

(8) 立项向吉林省白山市靖宇县、白城市通榆县、延边朝鲜族自治州敦化市、松原市前郭尔罗斯蒙古族自治县和通化市通化县等革命老区和贫困地区捐款 100 万元用于援建

5 所中国人寿小学。

四、节约资源，降低能耗，积极履行环境责任

虽然作为金融企业，中国人寿的经营活动对环境的影响甚微，但我公司仍努力通过技术革新、优化流程、使用新型环保材料，降低能耗，节约资源，积极参与环境保护工作。

我公司贯彻节约就是环保的理念，坚持勤俭办企业，有效控制行政成本。仅 2009 年我公司总部就新建了 8 个视频会议室，可与全国大部分省、市级公司实时召开视频远程会议，大幅减少传统会议和差旅，提高工作效率。我公司全面推广电子商务、办公自动化、试点网络弹性办公，推行双面打印、使用再生纸张，减少瓶装水和纸杯的使用，促进节约型社会建设。在征得投资人同意后，大幅减少了纸质年报的印刷和投递。其中，社会责任报告只发布电子版。

我公司通过强化非现金支付、电子商务、电话销售、加强培训等方式，提高销售效率，减少出行次数，降低营销员和客户成本，节能减排。

结合行业特点，我公司建设了集中化的运营服务体系，通过在北京建立研发中心、在上海建立数据中心，实现研发和运维的集中化、服务标准化，提升了效率、降低了成本和排放。经过积极筹备和努力，2009 年 9 月 17 日，作为中国保险业的第一个研发中心“中国人寿研发中心项目”在北京

市海淀区中关村环保科技示范园破土动工，该项目是首都金融后台服务区的第一个开工项目，亦是 2009 年北京市重点建设项目，项目一期建筑面积预计达 24 万余平方米。在进行项目一期建设的同时，项目二期、三期工作也在积极推进，2009 年 9 月底，项目二期签署了《国有土地使用权出让合同》，实现重大突破。



2009 年 9 月 17 日，中国人寿研发中心在北京市海淀区中关村环保科技示范园举行开工典礼

为不断地学习借鉴国内外先进技术和经验，获得全球一流 IT 战略伙伴的鼎力支持，2009 年 8 月 26 日，中国人寿和中国惠普创建了“中国人寿——中国惠普联合实验室”，建立新技术、新设备和全新解决方案的验证和研究平台。

2009 年 3 月 28 日，我公司倡议参与的“地球一小时活动”（即 3 月 28 日晚 8：30-9：30 关闭公司办公场所非必须

用灯)得到公司各级机构和员工、营销员、客户的广泛关注和大力支持。

为大力支持清洁能源与低碳经济的发展,2009年我公司投资7.8亿元作为基石投资者参与了亚洲最大风力发电企业龙源电力IPO。

五、未来展望

今后,中国人寿将一如既往地履行好社会责任,将公司业务发展与促进经济社会发展紧密结合,不断提高主动服务社会的能力,深度挖掘传统业务潜在空间,大力培育新的业务增长点,不断扩大保险覆盖面。同时,我们将采取系统规划、专业执行、科学管理、坚持不懈的战略,将社会责任战略纳入中国人寿整体战略,逐步建立起企业社会责任管理体系,做更为积极和成功的企业社会责任实践者,争取为构建社会主义和谐社会做出更大的贡献。具体来说,就是要做到五个坚持:

坚持既服务城市、又服务农村,统筹城乡业务发展,参与社区建设,扩大保险覆盖面,进一步发挥保险业在服务社会主义和谐社会和新农村建设中的积极作用。

坚持既追求效益、又促进公平,促进经济效益与社会效益的平衡,不仅为逐渐富起来的人民群众提供全面的保障和理财服务,更要重视对弱势群体的保险服务和平等保护,使

社会进步的成果能够让最广大的人民分享。

坚持既服务好股东、又服务好客户和员工，妥善兼顾各利益相关者的利益，通过深化改革、锐意创新、实现新一轮跨越式发展，促进股东、客户和员工利益共同成长，努力实现“效益最好、形象最佳、回报最大”。

坚持既服务保险市场、又服务资本市场，作为资本市场最有影响力的长期机构投资者，中国人寿将在不断提高资金运用专业化管理水平、完善资产管理功能、增强风险防范能力的前提下，继续为资本市场的稳定做出贡献，发挥保险对金融资源配置的功能和作用，促进保险市场和资本市场的协调发展。

坚持既建设和谐队伍、又建设诚信文化，在打造一支和谐、高素质的人才队伍的同时，牢固树立诚实守信的道德规范和职业操守，把诚信建设贯穿到公司经营管理活动的全过程，为建设社会主义核心价值体系做出积极贡献。

六、社会评价

2010年3月4日

中国人寿入选《财富》“2009全球最受尊敬公司”，是唯一入选的中国金融企业。该结果是通过通过对全球各行业商务人士的调查而得出的，对参评企业的考核标准包括创新、管理质量，产品及服务质量等。

2010 年 2 月 5 日

在“2010 年中国金融服务营销高峰论坛”暨“第三届理财总评榜”颁奖盛典上，我公司连续第三年荣获“最受信赖人寿保险品牌”奖。中国理财总评榜由《钱经》杂志联合中国主流媒体理财联盟主办，奖项评选经过初评、网络问卷投票，最终由知名专家、学者与金融机构专业人士等组成的中国财富管理研究院评选产生。

2010 年 2 月 3 日

在第五届“最佳企业公众形象评价”活动“搜狐 2010 中国新视角高峰论坛”颁奖盛典上，我公司凭借 2009 年度的优异表现连续第五次荣获“最佳企业公众形象奖”。该活动由国务院发展研究中心企业研究所、搜狐财经、北京大学中国信用研究中心和光华传媒共同发起，是最早将公众评价理念引入企业评价体系，并致力于传播企业社会责任与可持续发展理念的项目平台。

2010 年 1 月 30 日

在 2009 “中国金融营销奖”颁奖典礼上，我公司凭借在品牌建设、产品开发、客户服务及公益事业等各方面的优异表现蝉联该评选活动“最佳企业形象奖”。该活动由《银行家》杂志联合第一财经电视、北京电视台、搜狐网、经济观察报、银行家研究中心等机构举办，是集专业性、适用性和权威性于一体的年度金融盛事。

2010年1月28日

奥纬咨询（O l i v e r W y m a n）数据显示，过去5年，中国人寿（LFC）和新加坡交易所是为股东带来最佳稳定回报的金融服务企业。奥纬咨询对全球400家大型金融服务公司在2005年1月至2009年12月间的每月股东净回报进行计算，分数中值为100分，而中国人寿以357分高出中值两倍多。

2010年1月25日

在由21世纪报系理财周报主办的“2009中国百万中产家庭首选保险品牌榜”颁奖典礼上，我公司荣获“2009中国十大最佳保险理财产品——国寿美满一生年金保险（分红型）”奖。国内20余家保险公司的100余项保险产品参加了评选，奖项评选经过保险业专家学者及行业协会、各大媒体专业记者选送入围名单，数十万读者投票及众多专家和权威媒体评选最终产生。

2010年1月10日

在由榜样公益基金和华夏时报主办的中国榜样公益论坛暨颁奖盛典上，中国人寿“国寿汶川地震孤儿助养项目”荣获“中国榜样2009十大公益项目”。



2010年1月5日

由中金在线、基金网、黄金网及外汇网等联合主办的“2009中金在线财经排行榜”评选中，我公司凭借行业第一名的优势入选“年度最受信赖寿险公司”。该项活动总投票量超过140万张，入选名单基本上反映了2009年度的市场热点与行业特点。

2009年12月28日

在“金保单”2009北京保险行业年度评选活动中，凭借突出的产品优势及巨大的市场潜力，我公司“福禄双喜”一经问世便得到社会公众和新闻媒体的高度认可，喜获“2009年度十佳保险产品”大奖。该活动由《新京报》、《21世纪经济报道》、新浪网等多家知名媒体联合举办，针对当前人们对保险行业的了解及需求，旨在利用媒体的社会影响力和公信力，促进公众与保险行业的良性互动和相互理解。

2009年12月23日

凭借在品牌建设、产品开发、客户服务、公益事业等方面的优异表现，中国人寿连续第四年被搜狐金融理财网络盛典授予“最受喜爱的保险品牌”奖。

2009年12月20日

在人民网“共和国60年经济盛典系列评选”活动评选中，我公司杨超董事长当选“中国经济百人榜共和国60年影响中国经济60人”。该活动由人民网、中国经济周刊主办，人民日报海外版和中央电视台经济频道特别协办，是中国经济界最具荣誉、规格最高、影响最大的颁奖盛典。此次活动以“影响力”、“推动力”与“创新力”为评选标准，通过权威专家推选、课题组研究和读者、网友参与的方式进行评选。

2009年12月5日

由北京青年报和《英才》杂志社、新浪网、中央电视台财经频道、北京电视台财经频道联合主办的第九届中国年度管理大会暨“双十”颁奖盛典上，我公司荣获体现优势竞争力、优化结构、优质增长、优先发展、优在责任的“最具价值企业”奖誉。

2009年11月22日

在《21世纪经济报道》主办的“21世纪亚洲金融年会”保险高峰会发布的“2009亚洲保险业竞争力排名研究报告”中，我公司在“亚洲寿险公司100强排名（不含日本、马来

西亚)”中高居第一名。这是中国人寿继2008年首次荣登该排行榜榜首之后，连续第二届获得这一荣誉。“亚洲保险竞争力研究”项目由《21世纪经济报道》、21世纪研究院金融研究中心，联手美国加州大学富乐顿分校保险研究中心共同开展。

2009年11月29日

在由第一财经发起，联合中国社科院金融研究所共同主办的“2009 第一财经金融价值峰会暨 2009 第一财经金融价值榜 (CFV) 颁奖典礼”上，我公司凭借在 2009 年的卓越表现，荣获“年度保险公司（寿险）”大奖。

2009年11月

由亚洲地区知名的英文财经月刊《财资杂志》举办的“2009 年度最具前途中国企业”评选中，我公司获评“2009 年度最具前途中国企业”。

2009年10月27日

在由新浪财经主办的2009新浪金麒麟论坛及“新浪金麒麟奖”颁奖典礼上，我公司获2009年度保险公司最佳企业品牌奖。

2009年9月22日

以诺贝尔经济学奖得主罗伯特·蒙代尔 (Robert Mundell) 命名的第六届“蒙代尔世界经理人成就奖”在上海揭晓，我公司杨超董事长以卓越的领导管理才能和在2008年

间率领中国人寿在中国经济金融领域所做出的突出贡献获此殊荣，这是罗伯特·蒙代尔教授第五次将经理人成就奖颁发给杨超先生。

2009年9月18日

我公司被评为“里昂证券中国品牌指数”金融行业第一名。

2009年9月5日

我公司连续第六年入选“2009中国企业500强”，位居总排名第7位，服务业排名第5位。

2009年8月3日

在《FinanceAsia》（《金融亚洲》）杂志举办的“2009年亚洲最佳公司”评选活动中，我公司荣获“最佳公司治理”和“最佳投资者关系”两个奖项。该评选结果是基于亚太地区分析师和投资者的提名，根据各上市公司所获票数评选产生。

2009年7月13日

美国《财富》杂志公布“2009年中国上市公司100强排行榜”，我公司排名第四位。

2009年7月8日

美国《财富》杂志公布了2009年度“世界500强”排行榜。中国人寿保险（集团）公司再次入选，排名从2008年的159位上升至2009年的133位，在43家入选的中国企业中排名

第8位。

2009年6月27日

在“2008年度金牛上市公司论坛暨上市公司百强金牛奖颁奖典礼”上，我公司荣获“第十一届（2008年度）中国上市公司百强金牛奖”。该活动由《中国证券报》主办，主要从规模、市值、成长性和股东回报四个方面考评上市公司表现。

2009年6月26日

在“2008年度中国上市公司价值评选暨首届中国最受投资者欢迎上市公司网站颁奖典礼”上，我公司荣获“2008年度中国上市公司价值百强”、“2008年度中国上市公司优秀管理团队”、“首届中国最受投资者关系欢迎上市公司网站”、“首届中国上市公司最佳信息披露网站”等四项奖项，同时，我公司副总裁兼董事会秘书刘英齐入选“2008年度中国上市公司百佳董秘”。该活动由《证券时报》主办，旨在通过客观、公正、专业的评判标准揭示那些财务表现优异、治理水平高、拥有一流管理团队、品牌、战略进而能够持续为股东创造价值的优秀上市公司，倡导资本市场上价值投资的良好文化。

2009年6月16日

世界品牌实验室最新发布的“2009年中国500最具价值品牌排行榜”数据显示，中国人寿品牌价值由2008年的

668.72亿元上升至2009年的824.37亿元，位居第5位，品牌价值提升了155.65亿元。

2009年5月21日

由中国信息化推进联盟客户关系管理专业委员会、CCCS客户联络中心标准委员会等联合举办的“2009年中国最佳呼叫中心系列奖项颁奖仪式”上，我公司95519电话服务中心再次荣获“2009中国最佳呼叫中心奖”；我公司副总裁刘英齐荣获“2009中国客户服务领袖奖”等，这是我公司自2004年以来，连续第六年荣获中国最佳呼叫中心系列奖项。

2009年4月24日

在第二届“金贝奖”2008年度金融理财评选颁奖典礼上，我公司荣获“年度最佳营销团队”奖。“金贝奖”是《21世纪经济报道》联合21世纪研究院金融研究中心、西南财经大学信托与理财研究所等单位共同推出的年度金融理财评选活动，旨在寻找中国理财市场的优秀品牌与卓越团队，甄别具有受托责任的优秀理财机构，促进中国金融理财市场的健康发展。

2009年4月24日

“2009中国慈善排行榜”在京发布，中国人寿入选“2009十大慈善企业”。该排行榜由民政部指导、中国社会工作协会主办，公益时报社承办，也被称为“中国慈善官方榜”。

2009年4月9日

在《福布斯》发布的2009年全球上市公司2000强 (Forbes global 2000) 中我公司位列72名，在入选的中国内地企业中排名第6。自2004年福布斯首次公布全球2000强上市企业榜单时，中国人寿便以597位成功入选。随后的五年中，中国人寿凭借诚信为本、稳健经营的发展策略，连年入选福布斯全球2000强，榜单排名稳中有升。

2010年3月14日

在由中国质量万里行主办的“3.15 中国质量消费维权论坛”上，我公司荣获“中国企业质量万里行优秀会员单位（企业）”奖，并被为评为“2009 年服务质量先进单位”。

2009年2月28日

在2008年度“中国金融营销奖”颁奖典礼上，鉴于在品牌传播、品牌建设方面的优异表现，我公司荣获2008年保险类“最佳企业形象奖”，是本次评选活动中唯一一家荣获该奖项的保险公司。“中国金融营销奖”由银行家杂志社、银行家研究中心、中国金融市场研究中心、第一财经电视、搜狐网、分众传媒等机构联合推出。

2009年1月8日

国内唯一将公众综合评价引入企业评价领域的“最佳企业公众形象奖”在搜狐2009中国新视角高峰论坛上揭晓，我公司连续四年荣获“2008最佳企业公众形象奖”。

2009年1月8日

我公司荣获第六届和讯财经风云榜“2008年度最受信赖寿险公司”、“2008年度中国保险业杰出品牌建设奖”、“2008年度公益企业”三项大奖。

2009年1月

中国人寿凭借在2008年一系列重大事件中的可贵表现，连续四年荣获“最佳企业公众形象奖”。在由信誉研究院(中国)、中华(海外)企业信誉协会联合举办的“2009年度中国信誉企业认证”中，中国人寿以21.3万张意向选票三度蝉联“信誉企业”第一名。该评选结果于2009年5月在荷兰鹿特丹通过《福布斯》作全球发布。

七、报告说明

本报告期限：2009年1月至2009年12月。

本报告界限：中国人寿保险股份有限公司及其分支机构。

前一次的报告日期：2008年1月至2008年12月。

前一次的报告界限：中国人寿保险股份有限公司及其分支机构。

报告周期：每年一次，与年度报告同时发布。

确定本报告内容的依据：遵循上海证券交易所《公司履行社会责任的报告》编制指引，并参考了全球报告倡议组织(GRI)可持续发展报告指南GRI报告指南第三版(GRI guideline 2002 Chinese)、《GRI金融服务行业补充指引》和GRI Level

C 报告模板 (Lets Report Template Chinese 2010) 确定
本报告内容。

信息来源：公司内部统计及公开报道。

报告下载：上海证券交易所 www.sse.com.cn

中国人寿保险股份有限公司 www.e-chinalife.com

报告联系人：党军

电话：(010) 63631217

传真：(010) 66575112

邮箱：dangjun@e-chinalife.com

地址：北京市西城区金融街16号中国人寿广场A座12层

邮编：100033

八、意见反馈

您的姓名：

您的联系方式：

您的意见与建议：

1. 您对本报告的总体评价？
2. 您对本公司履行社会责任的评价？
3. 您还希望我们提供哪方面的信息？
4. 您最希望本公司参与哪方面的公益活动？
5. 您对本公司履行社会责任有何建议？

感谢您的支持！