
小康人寿保险有限责任公司

企业社会责任报告

(2023)

目录

第一章 小康人寿概况	3
一、公司简介	3
二、2023 年主要荣誉	3
第二章 对客户的质量-美好生活的幸福管家	6
一、高质量产品保障	6
二、优化服务品质	6
三、践行理赔承诺	8
四、强化客户权益保护	9
第三章 对员工的质量-同舟共济、携手成长	12
一、人才发展与培训体系	12
二、管培生发展体系	13
三、员工权益保障	14
四、坚持党建引领	14
第四章 对股东的责任-持续创造价值	15
一、稳步提升的公司治理水平	15
二、不断深化的风险管理水平	15
三、强化坚持依法合规经营	17
第五章 对行业的责任-科技赋能数字化发展	18
第六章 对社会的责任-传递小康大爱，共建绿色金融	21
一、小康人寿公益	21
二、发展绿色投资	22

第一章 小康人寿概况

一、公司简介

小康人寿保险有限责任公司（以下简称“小康人寿”）成立于2005年12月，注册资本金30亿元。

小康人寿把握“长期主义”和高质量发展主线，关注客户与股东的长期利益，以内在价值驱动长期发展为经营准则，用坚实的每一步努力打造国内一流的人寿保险机构，致力于成为一家受人尊敬的百年险企。

公司积极创造社会价值，践行社会责任，以长期可持续的价值增长回馈广大客户、全体员工、社会公众、公司股东的信任与支持，始终践行“小康所在，心之所安”的品牌理念。

小康人寿秉持客户至上、价值共赢、小轻快活、稳健合规的经营理念，精准洞悉中国家庭各阶段的人身险配置需求，进阶式匹配兼顾性价比与场景针对性的精品保障方案，通过高效率的精细化运营和一站式的保险服务体验，充分转化实力股东的赋能优势，为广大客户在“小康大道”上全面保驾护航，打造新一代精品人寿保险公司，成为美满生活的幸福管家。

二、2023年主要荣誉

财联社2023年度金融市场最具价值引领者——年度最具品牌价值奖



第五届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奖



第五届中国保险科技创新合作大会——最具创新科技应用案例奖



2023 金麒麟杯-中国金融行业成功信息化案例奖



第二章 对客户的质量-美好生活的幸福管家

小康人寿始终秉持“保险姓保”理念，建立以客户为中心的产品体系。通过深刻洞察客户不同需求，开发形态简单、功能清晰、客户利益至上的保险产品，多领域丰富人身保险产品供给，满足客户丰富多样的保险保障需求。2023年，小康人寿不断优化各个流程业务风险管理机制，提升客户投保体验。在行业公布的2023上半年人身保险服务质量指数中得到87.3的高分，位列保险行业人身险公司第五名。我们致力于提供更全面、更高效的服务，以满足各类客户的需求。

一、高质量产品保障

（一）升级满足人民健康保障需求重大疾病保险

小康人寿立足长期健康保障产品的供给，积极探索不同社会经济环境下客户的保险保障需求。2023年，小康人寿关注到客户对男女特定疾病关注度提升，及时将公司主销重疾险升级为《小康康卫士（无忧版）重大疾病保险》，新增男女特定疾病保险金，进一步提升客户主力年龄保险保障需求。

（二）补充完善养老保险产品

2023年，国家金融监督管理总局出台相关政策，积极推动养老保险产品的发展。小康人寿积极响应国家政策要求，及时补充与完善养老保险产品的供给，先后报备了《小康恒享年年养老年金保险》与《小康恒瑜年年养老年金保险》，为客户提供长期确定的养老资金规划选择，满足客户自在安享老年生活的需求。

二、优化服务品质

（一）核保策略与风险管理

1. 客户风险自评流程

在今年，我们成功建立了客户风险自评流程。通过这一流程，客户可以更准确地了解自己的风险状况，为选择合适的保险产品提供重要参考。

2. 健全风险管理机制

我们加强了核保业务的风险管理，确保每一步操作都在严格的风险控制下进行。同时，我们还通过大数据风控体系建设为我们提供了强大的数据支持和分析能力，使得我们能够更加精准地评估风险并优化核保决策，对潜在风险进行预警和预防。

（二）数字化服务升级

1. 《核保小助手》上线

在官微公众号“小康人寿”上线的《核保小助手》，为客户和销售人员提供 7*24 小时的自助查询服务。这款工具帮助用户快速了解常见疾病核保指南，极大地提升了服务效率。

2. 核保系列主题文章推出

在“运营之窗”栏目中，我们积极推出核保系列主题文章，通过详细的解读和案例分享，帮助用户更好地理解核保流程和风险管理。

（三）客服热线的升级与优化

我们的 400 客服热线不仅是一个简单的服务窗口，更是我们与客户的情感桥梁。通过场景化的服务处理能力，我们有效地提升了客户诉求的解决效率，确保客户的每一个问题都能得到及时、专业的解答。

（四）“康康”在线客服的持续进阶

“康康”在线客服作为我们的特色服务之一，持续进阶优化，为客户的疑问和需求提供即时、专业的回应。闪速响应确保了与客户交互零障碍，服务接通率高达 100%。每一次的交互，都是对客户满意度的深度打磨。

三、践行理赔承诺

小康人寿创建了“康荟赔”的理赔服务品牌，打造“快速、便捷、暖心”的理赔服务，为客户提供特色化保险理赔服务，做到因地制宜，因时制宜，因事制宜，因人制宜。

线上方面，我们开通了微信自助理赔，客户可 7*24 小时在线申请理赔，可在线查询理赔进度和结论；400 在线客服电话，可方便客户查询的平台向客户提供理赔流程理赔时效、理赔文件要求等相关信息。线下方面，我们也开展了理赔上门签收，异地受理，管家式服务，特殊客户上门赔，重疾先赔等服务。

2023 年度公布的人身保险服务质量指数中，在服务便捷性指标（出险-支付时效、申请-支付时效）及服务获得感指标（理赔结案率、理赔获赔率），小康人寿综合得分均远超行业均值。

在面对重大灾害、意外时，小康人寿快速响应、积极应对，在“4.19”北京长峰医院火灾事故、“12.28”甘肃积石山 6.2 级地震等事故发生后，均快速启动突发事件应急预案，开通快速理赔服务通道，推出 24 小时多渠道受理报案，简化管理赔手续等多项服务举措，以实际行动践行了保险的社会责任。

四、强化客户权益保护

（一）消费者权益保护重大信息

1. 重要政策

2023年，公司在董事会、监事会、高级管理层的正确领导下，积极承担消费者权益保护主体责任，严格落实消费者权益保护各项政策，将消费者权益保护要求贯穿售前、售中、售后等业务流程各环节，构筑了全方位的消费者权益保护工作体系。

（1）消保战略制定情况

结合最近三年发展战略规划，制定了公司2023-2025年消费者权益保护工作目标、战略，并从组织架构、体制机制、权益保护、考核评价四个方面详细描述了公司消费者权益保护的年度战略目标。

（2）消保机制落实情况

根据消保监管评价的反馈情况，对公司现行的保险销售行为可回溯、消费投诉处理、消费纠纷多元化解、消费投诉处理工作考评以及消保管理办法等制度进行修订及完善，不断强化消费者权益保护决策执行与监督机制，切实履行消保工作职责。

（3）消保审查开展情况

针对面向消费者提供的产品和服务，紧紧围绕消费者八项基本权益开展消保审查工作，将风险关口前移，有效防止产品和服务“带病”上市，从源头上防范了侵害消费者合法权益行为发生。全年共开展消保审查235次，其中涉及产品审查41次、涉及服务审查194次，消保审查专业性、权威性逐步显现。

（4）个人信息保护情况

结合《中华人民共和国个人信息保护法》，印发了数据安全管理办法、个人敏感信息脱敏管理规范等内部制度，并开展了个人信息安全风险自查整改工作，有效提升了全体员工信息安全保护的责任意识和风险防范意识。全年未发生一例侵害消费者信息安全权事件，数据安全和客户信息保护机制运行良好。

（5）内部员工培训情况

组织开展了“消保文化建设年”专项活动，主动聚焦消费者权益保护法律法规、监管政策、诚信教育、消保内部考核、信息披露、个人信息保护、消保审查、营销行为管理、客户意见管理、消保教育宣传、分支机构一线客户服务等重点内容，通过自主学习与集体培训等多种形式，积极开展消保知识培训学习活动，不断提升全体员工消费者权益保护意识和技能。全年累计参与人数约 1486 人次，培训覆盖率、员工参与率均为 100%，同比增长 11.56%。

（6）特殊群体关爱情况

在保留分支机构客服柜面服务、400 客服热线人工服务等符合老年人习惯的传统服务兜底保障措施的基础上，主动聚焦涉及老年人的服务场景和高频事项，从组织保障、制度保障、人员保障、物资保障、产品保障、服务保障、技术保障、宣教保障等八个方面着手，帮助老年人解决在保险服务领域运用智能技术方面遇到的困难、乐享老年生活，不断提升老年服务。同时，还在客服柜面专门配置了轮椅，充分保障残障人士公平获得金融服务的权利，提供更加细致和人性化的服务。

2. 重大举措

2023年，公司聚焦客户健康管理及就医协助需求，建立了小康之家·臻选荟员服务体系，不断创新服务内容，升级健康管理服务项目，为客户提供健康资讯、电话视频医生、就医绿通、健康体检、齿科洁牙、名医二诊等多项服务。截至2023年12月底，荟员服务体系服务覆盖客户数达3108人。

同时，今年度我们将保险产品与特色增值服务相结合，通过延申专业化服务的触角，拓展“产品+服务”的内涵与维度，推出”健康无忧“重疾产品增值服务品牌，为重疾产品康卫士无忧版匹配日常问诊、就医绿通、诊后康护等全流程医疗服务，为寿险产品匹配教育游学等增值服务，为养老年金产品匹配院后康护服务，全面提升保险产品的核心竞争力，满足不同客户的不同需求，更直接解决客户的痛点。

3. 重大活动

2023年，公司深入践行绿色发展理念，积极向社会传导保险正能量，主动聚焦“一老一少一新”等特殊群体，先后组织开展“3.15”消费者权益保护周、“7.8全国保险公众宣传日”“9月金融教育宣传月”“反电信网络诈骗、防范非法集资、反保险欺诈”等系列公益性金融知识教育宣传普及活动。

同时，通过将消保教育宣传活动与公司品牌建设、社会责任承担相结合，公司还陆续开展了“总经理接待日”“小康早报”“小康社区公益行”“消保年报”“消保有奖问答”“保险行业宣教平台”等创新宣教活动，进一步创新了宣传方式、提升了宣传效率，初步达到了覆盖面广、实效性强、社会影响力大的效果。全年各类消保教育宣

传活动共触达消费者合计约 59.55 万人次。

（二）消费投诉情况

2023 年，公司高度重视消费投诉处理工作，在不断强化消费投诉工作机制落地执行的同时，根据监管要求，建立了涵盖客户意见管理、消费投诉处理、消费纠纷多元化解、重大投诉应急预案以及消费投诉处理工作考评的全方位消费投诉工作机制，构建了涵盖“信、访、网、电、微、邮”六位一体的消费投诉接收渠道，建立并不断优化了投诉风险警示机制，组织开展了年度突发事件应急演练活动以及消费者权益保护及投诉处理应对专题培训，将投诉管理工作有效融入售前、售中、售后全流程，切实保护消费者合法权益，提升客户满意度。

2023 年，公司无群诉群访事件，无社会影响较大的投诉案件情况。

第三章 对员工的责任-同舟共济、携手成长

一、人才发展与培训体系

（一）扁平化组织与双通道人才发展

组织架构和人力编制规划科学高效，在确保各项工作基本稳定运行的前提下，经统计，总公司人力始终保持在全寿险行业人数数量下游。虽然人数规划精简，但对于必要的专岗，尤其监管有明确规定的兼岗行为，通过规范专岗、合理兼岗尽可能发挥高人效。在岗位的职能职责方面，岗位说明书始终保持动态更新，结合组织架构和实际工作内容变化实时进行修订更新，是确保岗位设置精简高效的重要措施。

（二）打造内部知识传承体系

公司通过引入带教人机制、内部讲师机制、征文活动等形式，将内部经验、知识在公司内部得到传递。在交流的过程中，也提升了带教人的基础管理能力，内部讲师的内容制作和授课能力。

（三）持续学习机制

公司提供了多层次、多维度、多场景的员工培训，全面覆盖范围中高层经理人、新员工、耀星管培生。线下培训方面，升级新员工培训形式与内容，不断创新提升新员工学习体验和时效；组织 B 类经理与专家的专项培训，提升涉及拓展训练、知识技能、企业文化、战略视野、管理能力等，为员工发展不断创造机会。除了传统线下培训外，引入了在线学习平台，提供了网络和 app 端的多场景学习。通过一系列的培训机制的建立，让员工得到了持续提升个人价值的机会，进而提高了公司的人力资本竞争力。

二、管培生发展体系

2023 年就业环境持续严峻，公司坚持开展耀星计划，协助解决大学生就业问题。耀星计划作为公司关注未来的人才战略，从筹备到顺利实施，从校招选拔到考察录用，从轮岗培养到考核定岗，已历时超过 2 年。2023 届耀星共 17 人，期间培训丰富，轮岗充分，获得了全方位的培养，针对管培生引入在线课程 1 门、寿险管理师培训考试 5 门，集中培训 2 次，轮岗完 3 个阶段，轮岗涉及 51 人次，组织学习参观 1 次，课题调研 2 次。通过扎实而细致的项目策划与执行，最

终定岗时双向选择 87.5%，部门对管培生整体满意度较高，管培生 1 年半的留存率超过 94%，处于行业较高水平。

三、员工权益保障

在职工文体活动始终丰富多彩，2023 年总公司足球、篮球、羽毛球、乒乓球、户外活动等火热开展，各项社团活动全面开花，进一步丰富了员工业余活动。公司每月为当月生日的员工举办生日会，通过游戏环节和生日礼品的赠送，让员工在工作中收获了欢乐与关爱。

四、坚持党建引领

党的领导全面贯彻到企业经营中，2023 年公司完成了支部完成换届这一重要工作，党组织建设进一步加强；三会一课和主题党日规划扎实推进，取得了形式和内容的创新与突破，主题教育贯穿了全年工作主线，《新征程》MV 组织拍摄更好地传播了党建文化，慧择保险经纪的党建联建是党建促发展的新探索，尤家港抗战纪念馆、鲁迅纪念馆、清廉文化教育、乔庄北街社区老人慰问等参观学习更丰富党员感性认识。

第四章 对股东的责任-持续创造价值

一、稳步提升的公司治理水平

公司贯彻落实法律法规及监管要求，建立了股东会、董事会、监事会、高级管理层为主体的治理结构。股东会是公司的最高权力机构，由四家股东单位组成，持股比例分别为 33%、30%、30%、7%，股权结构清晰稳定，四家股东均具备较强的资本实力。董事会是公司重大事项的决策机构，由 8 名董事组成，包括 3 名独立董事。董事会下设包括审计委员会在内的完备的董事会专业委员会体系，为董事会科学决策提供专业意见。监事会是公司的监督机构，负责对董事、高级管理人员履职进行监督，监事会由 3 名监事组成，其中包括 2 名职工监事。公司明确了“三会一层”各主体的职责，建立了科学的决策机制，形成了权、责、利相互制衡的权责体系。2023 年小康人寿进一步夯实公司治理制度基础，强化了公司治理体系建设，对《公司章程》和三会议事规则进行了修订，并且完善了股东利益冲突管理和董事会授权管理方面的规章制度。在股东“长期主义”理念的指导及要求下，董事会、监事会及高级管理层以健康持续发展为主要目标，勤勉尽责，切实有效地履行了各自职责，高质量完成了各项年度工作目标。

二、不断深化的风险管理水平

（一）组织架构

公司已建立董事会负最终责任，授权董事会风险管理和消费者权益保护委员会履行风险管理职责、公司高级管理层及首席风险官组织实施风险管理工作，由风险管理部统筹协调，各职能部门及分支机构

履行日常风险管理职责，审计监察部对风险管理履行情况进行监督，覆盖所有职能部门和分支机构的三道防线风险管理组织架构。三道防线之间密切配合、互为补充、形成完善的全面风险管理体系。

（二）风险偏好

2023年，根据监管规定和公司发展阶段的变化，公司对风险偏好进行了年度例行的评估和更新，以确保公司发展阶段和经营战略与风险偏好保持一致，经董事会审批后发文执行。公司管理层在经营和管理中负责风险偏好传导和落实。

（三）制度建设

2023年，公司修订了一系列风险管理相关制度，进一步夯实风险管理制度体系，提升制度的健全性、完备性，细化专项风险管理要求。各部门建立了负责领域必备的制度和操作细则，规范管理流程、指导员工实务操作。

（四）技术工具

公司不断完善风险管理技术工具的建设 and 运用，运用风险偏好模型、风险热图、关键风险指标、损失事件库、SARMRA 自评估、操作风险自评估、专项风险管理、风险管理信息系统、绩效考核等工具，持续提升风险管理能力。

（五）文化培育

公司高度重视风险管理文化培育，通过多种手段推动风险文化宣导、普及风险管理知识，培育风险管理文化：一是2023年面向全员按月共发布12期风险管理期刊，传达监管动态及公司风险管理阶段

重点工作，普及风险管理知识；二是组织全员参加监管偿二代二期及公司内部风险管理培训，领会监管风险管理精神、提升专业能力，培育风险管理文化；三是制定完善风险合规月度工作例会会议机制，进一步强化风险管理意识和专业能力，加强信息交流沟通，持续完善公司全面风险管理体系；四是组织开展《风险管理基础及风险综合评级知识测试》和《2023年风险合规知识竞赛》，激发全员学习热情；五是联合法律合规部发布了《小康人寿2023年风险合规培训及学习方案》，强化提升相关岗位人员专业能力。

三、强化坚持依法合规经营

2023年小康人寿保险有限责任公司积极开展合规管理工作，立足内控体系建设，强化合规法务联动审查，扎实推进反洗钱工作，严格落实各项监管要求；2023年公司积极开展合规宣传和培训工作，组织开展了风险合规培训学习活动，提高了全员对监管规定、公司制度的熟悉程度和理解能力，进一步增强风险合规经营意识，提高了内部控制制度遵循有效性。

公司建立了健全的合规管理制度，完善的合规管理组织架构，明确了从董监高到各部门、各机构的合规管理责任，构建了以三道合规管理防线为基础的合规管理体系，不断培养全体员工的合规经营意识，持续推动合规文化建设，有效识别并积极主动防范、化解合规风险，有力保障了公司的合规经营和稳健发展。

第五章 对行业的责任-科技赋能数字化发展

一、在提升客户服务便利化水平方面

数字化前台方面，我们搭建了官微和 i 小康平台，实现了线上化、自动化和智能化的业务流程，为业务的可持续发展提供了稳定可靠的科技支撑。在客户服务相关系统的智能化建设方面，我们广泛应用了智能回访、智能客服等功能，并持续完善智能核保、在线保全和在线理赔等系统。同时，我们完成了保全项目离柜化改造，基本实现了保全离柜化服务的全覆盖，并建立了核保标准化规则库，实现了核保函件的全面电子化。

在渠道建设方面，我们为银保客户经理定制了专属的智营平台展业工具，通过自动化和数字化的管理客户服务流程，替代了部分客户服务过程中的重复性和机械性工作，如喜报功能和消息实时推送功能。这不仅辅助了人工客服，缓解了服务压力，还降低了后台管理成本。同时，智营平台可以引入更多用户数据和营销意识，通过打通客户、服务和业务之间的链接，重构服务价值链，实现数字经济下的客户价值最大化。此外，我们还通过建立 VIP 增值服务系统、制定 VIP 等级会员制度以及搭配特殊重疾和意外险等产品，对客户进行 VIP 等级分类和打标签，同时对接客服和理赔等业务，为客户提供个性化、专业化和优质的服务，增强客户的满意度和忠诚度。

二、在解决老年人运用智能技术困难方面

公司提供产品投保、承保、回执、回访、保全及理赔等保单全生命周期的线上化服务能力，共提供了 67 项线上服务。这使得线上化客户占比高达 72.6%，其中线上保全占比更是达到了 82%。公司致力于完善线上服务建设，提升客户线上服务体验及自助服务占比。保全模块 2023 年自助服务率高达 86.86%。

在加大智能技术应用的同时，公司继续保留和改进人工服务。为解决老年人操作困难和应用智能工具的便捷性问题，我们在官微推出了适老化改造。这一举措旨在优化系统界面和功能，使之更符合老年人的操作习惯和需求，让他们能够更便利地使用公司提供的服务。

智营平台从 UI 体验和功能操作多方面进行优化，秉持简洁、实用的系统开发方针。我们做好操作引导和大字体设置等功能，以提升老年人使用智营平台的便利性和体验感。

三、在网络与信息安全管理方面

公司严格遵守《中华人民共和国网络安全法》、《中华人民共和国数据安全法》、《中华人民共和国个人信息保护法》等相关法律法规要求，并制定了《数据安全管理办法》、《敏感信息脱敏管理规范》等规章制度。我们针对公司业务系统数据进行了分级分类工作，并通过新构建的数据管控平台对客户敏感信息采取脱敏管控措施，确保重要数据和敏感数据的重点防控，保障数据安全。

在各项安全工作中，我们严格按照制度规范不断提升员工的信息安全意识。同时建立了科学完备的信息安全风险监测机制，持续推进零信任、专业堡垒机等安全防护措施。在云基础环境维护和网络安全加固方面，我们成功维护了本地各个研发、测试和金融云生产业务系统环境，并管理了 30 套生产数据库和 32 套数据同步策略。通过 WAF 安全防护和加固措施，保护了 60 个域名免遭入侵，实现了全年 0 侵入、0 感染、0 事故的服务高可用性。

同时，通过整合内外部资源构建防御体系，公司严密防范各类内外部威胁，并持续提升网络信息安全管理能力，切实保障公司和消费者的数据安全。至今为止，公司未发生任何重大安全事件。在大运会和亚运会期间，公司积极保障网络安全边界，且取得圆满成功；等保测评取得优异成绩，核心系统（三级）和官微（三级）通过了北京等保二期评测。年底上海等保初评工作也已启动，进一步提升系统安全性和合规性。

第六章 对社会的责任-传递小康大爱，共建绿色金融

一、小康人寿公益

2023 年公司于“金融消费者权益保护教育宣传月”期间，以“汇聚金融力量，共创美好生活”为主旨，主动聚焦“一老一少一新”等重点人群，多形式开展教育宣传活动。

（一）金融知识进乡村，便民利民促振兴

10 月 12 日，公司走进北京市昌平区延寿镇连山石村，把金融知识送到老百姓家门口，将金融帮助送到老百姓心坎上，同时提醒村民提高安全意识和反诈防骗能力，守护好“钱袋子”，切实增强乡村对金融服务的获得感与满意度。

（二）金融知识进社区，情满中秋暖人心

公司走进北京市通州区乔庄北街社区，为 30 余位老年居民送去《金融伴我成长（老年人版）》金融读本和宣传折页，并现场组织了迎中秋做手工的公益活动。活动寓教于乐，对电信诈骗、代理退保等损害人民群众利益的金融乱象进行了详细的讲解，获得了现场人员的一致好评。

公司还走进了三里屯北三里社区，将金融宣传融入社区迎中秋文艺汇演，社区老年居民共 70 余人参加。活动以点带面，现场宣传个人信息安全、反诈防骗等老年群众关心的金融知识，有效提升了老年群众的自我保护意识。

（三）金融知识进校园，护航童年伴成长

在昌平龙门英才实验学校，公司为同学们带去《金融伴我成长（小

学生版)》金融读本和宣传折页,深入浅出地讲解现代金融知识、普及金融理念,同时为同学们带去一场“我的健康我做主”心理健康讲座,教育引导广大青少年树立正确的金融观,扣好金融人生的第一粒扣子,活动共 400 余名师生参与。

在北京金地老君堂实验学校,公司为新市民子女普及金融理念,补齐同学们金融知识的短板,同时给同学们带去一场“如何保持开心”心理健康讲座,为同学们缓解心理焦虑,获得了师生们的一致好评,活动共 700 余名师生参与。

(四) 金融知识进商圈,大力弘扬正能量

公司走进昆泰国际商业街,面向商业街内骑手、保安、商户等新市民开展“五进入”集中教育宣传活动,宣教保险消费者八项基本权益、个人信息安全、反诈防骗等金融常识,活动现场氛围活跃,宣传效果良好,本次活动覆盖新市民 200 余人。

(五) 金融知识进企业,携手构建好环境

公司北京分公司与合作渠道联合开展客户权益保护宣讲活动,面向一线业务人员和网点客户等人群,深入浅出地阐述了“消费者权益保护”的重要意义,普及金融保险知识,传递金融正能量。

二、发展绿色投资

绿色金融引导资金流向绿色低碳领域,是赋能绿色发展、助力实现碳达峰、碳中和目标的重要手段,也是在新发展阶段下金融服务实体经济的重心所在。2023 年,我国发布多项相关政策、白皮书等文件,旨在进一步推动金融行业的绿色发展。

公司坚决贯彻落实党中央关于绿色发展系列重大决策部署，全力服务“双碳”目标，切实履行保险公司社会责任。公司根据文件指引，在考虑与 ESG 相关的新投资机会时，着重挑选一些能够推动低碳经济、促进可持续发展以及应对环境或气候问题的投资机会。截至 2023 年 12 月 31 日，公司股票组合共持仓 16 只 Wind ESG 评级在 A 级及以上的股票，市值之和占股票组合总市值比例超 50%。公司日常监测交易对手 ESG 舆情风险，密切关注国内外法律、政策、技术、市场变化对其经营状况和行业发展的影响。