

---

小康人寿保险有限责任公司

企业社会责任报告

(2024)

---

## 目录

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| 第一章 小康人寿概况 .....               | 3  |
| 一、公司简介 .....                   | 3  |
| 第二章 对客户的责任-美满生活的幸福管家 .....     | 3  |
| 一、高质量产品保障 .....                | 4  |
| 二、优化服务品质 .....                 | 4  |
| 三、践行理赔承诺 .....                 | 7  |
| 四、强化客户权益保护 .....               | 9  |
| 第三章 对员工的责任-同舟共济、携手成长 .....     | 15 |
| 一、人才发展与培训体系 .....              | 15 |
| 二、管培生发展体系 .....                | 17 |
| 三、员工权益保障 .....                 | 17 |
| 四、坚持党建引领 .....                 | 17 |
| 第四章 对股东的责任-持续创造价值 .....        | 18 |
| 一、稳步提升的公司治理水平 .....            | 18 |
| 二、不断深化的风险管理水平 .....            | 18 |
| 三、强化坚持依法合规经营 .....             | 20 |
| 第五章 对行业的责任-科技赋能数字化发展 .....     | 21 |
| 第六章 对社会的责任-传递小康大爱，共建绿色金融 ..... | 23 |
| 一、小康人寿公益 .....                 | 23 |
| 二、发展绿色投资 .....                 | 25 |

---

## 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。

小康人寿积极创造社会价值，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，充分转化了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。

## 第二章 对客户责任-美满生活的幸福管家

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。

## 一、高质量产品保障

（一）满足客户保险保障需求，升级主打重大疾病保险，推出女性意外伤害保险

小康人寿积极探索，开发满足不同社会经济环境下客户保险保障需求的保险产品。2024 年推出《小康康卫士（守护版）重大疾病保险（互联网）》，将主打重大疾病保险的保险责任从 1 次重疾保障升级为分组 2 次重疾保障；同年推出《小康女性意外伤害保险（互联网）》，产品定价采用符合女性特征的意外发生率，保险责任除保障女性意外身故和伤残责任外，新增保障女性意外毁容责任。

（二）应对市场利率下行挑战，开发浮动收益型分红产品

市场利率下行环境下，小康人寿主动推出《小康康享年年养老金保险（分红型）》等分红产品，在保障客户资金安全的基础上，为客户提供分享公司经营成果与市场红利的机会，帮助客户有效抵御市场利率下行带来的收益缩水风险，实现资产的稳健增长。

## 二、优化服务品质

（一）核保策略与风险管理

### 1. 强化异地展业风险管控与数字化风控升级

在 i 小康业务系统中，全面实施业务员及客户投保 IP 地址实时校验机制。通过精准定位技术，对非公司展业许可区域内发起的投

---

保申请，自动触发人工审核流程，有效规避异地违规展业风险，筑牢业务合规防线。

同时，积极推进创新产品合作、开发定额终身寿险产品，为客户提供更多元化的保险选择。同步建设大数据风控平台，深度整合多维度数据资源，运用先进算法模型，实现风险评估的智能化、精准化，进一步优化核保决策流程，全面提升公司大数据风控体系的核心竞争力。

## 2. 智能核保问卷 2.0 迭代升级

全新上线的智能核保问卷 2.0 版本，以灵活配置为核心亮点，支持依据不同销售渠道与险种类型进行差异化设置。该问卷作为标准化公共组件，具备快速迭代更新能力，可高效响应市场变化与业务需求。

在问卷分类管理上，2.0 版本严格区分非医疗险（涵盖定寿、增额寿、重疾等险种）与医疗险两大核保体系。目前，非医疗险智能核保问卷已实现 264 个病种分类精细化管理，医疗险智能核保问卷覆盖 239 个病种分类，大幅提升核保效率与风险管控精准度，显著优化客户投保体验，为业务高质量发展提供有力支撑。

## （二）客服热线的升级与优化

400 客户服务热线作为公司与客户沟通的核心桥梁，既是承载基础服务的重要窗口，更是维系客户情感、深化合作关系的关键纽带。我们以场景化服务解决方案体系为依托，精准定位客户需求，大幅提升响应速度与服务质量，构建起从咨询受理到问题解决的全流程闭环

---

管理机制。每一通来电、每一项诉求，都能在专业团队的高效协作下，获得及时、精准、优质的服务支持，切实增强客户服务体验与满意度。

### （三）“康康”在线客服的持续进阶

“康康”在线客服作为我司服务矩阵中的关键枢纽，通过高频次迭代语料库，深度融合行业知识与客户需求，为客户提供 7×24 小时不间断的专业服务解决方案。其搭载的智能响应机制，凭借毫秒级的极速反馈能力，实现客户咨询的即时触达与精准应答，确保服务交互全程流畅无断点。在严苛的服务标准下，“康康”始终保持 100% 的接通率，以高效、专业的服务品质持续提升客户满意度，成为客户信赖的智能服务伙伴。

### （四）增值服务

小康人寿始终秉持“以客户为中心”的服务理念，将客户需求作为服务创新的核心驱动力，致力于构建全方位、专业化、高品质的服务生态。公司聚焦客户健康管理及就医协助需求，精心打造“小康之家·臻选荟员服务体系”，并持续迭代升级服务内容，现已涵盖健康资讯推送、电话视频即时问诊、就医绿色通道、定制化体检规划、齿科护理、名医二次诊断等多元服务，为客户健康筑牢守护屏障。截至 2024 年 12 月底，该服务体系已惠及数千位客户，将关怀精准传递至每位用户。

在深化“产品 + 服务”融合战略上，小康人寿积极响应行业号召，重磅推出“健康无忧”重疾服务品牌与“传世无忧”高客健康管理服务。针对康卫士无忧版重疾产品，公司配套日常问诊、就

---

医绿通、诊后康复护理等全周期医疗服务，为客户抵御重大疾病风险提供坚实后盾；围绕鸿福传世产品，以“预防为主、身心兼顾、全家共享”为核心理念，打造全场景健康管理方案，精准匹配不同客户群体的差异化需求，显著提升产品核心竞争力。

在客户关系维护领域，2024 年小康人寿开创性举办“不负时光 感怀于行 以臻选服务共赴美好小康生活”客户回馈季活动。通过多元活动形式与优质服务，活动在保障消费者权益的同时，进一步提升客户服务体验，强化客户黏性，完善“小康荟”服务品牌建设。未来，小康人寿将持续深耕服务创新，拓展服务边界，以更优质的服务内容提升品牌影响力，为客户美好生活保驾护航。

### 三、践行理赔承诺

#### （一）企业价值观与社会责任理念

公司始终将“以客户为中心”深植服务基因，锚定用户价值，充分发挥保险作为经济“减震器”、社会“稳定器”的核心职能，匠心打造“康荟赔”理赔服务品牌。以“快速响应、便捷流程、暖心关怀”为服务内核，构建全流程高效理赔体系，从简化管理理赔手续、缩短赔付周期到提供一对一专属服务，全方位提升消费者保险服务体验，用专业与温度守护客户权益。

在此基础上，公司秉持“四宜”原则——因地制宜优化区域服务策略、因时制宜推出应急理赔方案、因事制宜定制复杂案件处理流程、因人制宜满足特殊群体需求，持续探索保险理赔服务的个性化与特色化路径。通过精准洞察客户需求，创新服务模式，让每一份理

---

赔都成为传递企业温度、彰显品牌担当的纽带，为保险服务高质量发展注入新动能。

## （二）理赔服务成效与数据披露

为进一步深化“康荟赔”品牌“快速、便捷、暖心”的服务内核，公司全面推进理赔服务创新，构建线上线下融合的全场景服务体系。

在线上服务领域，全新开通微信自助理赔平台，实现 7×24 小时全天候服务。客户可随时在线提交理赔申请，实时追踪理赔进度、获取理赔结论，以数字化手段打破时间与空间限制。同步升级 400 客服热线功能，搭建专业咨询平台，及时解答理赔流程、时效要求、材料准备等问题，为客户提供清晰指引。

在线下服务层面，公司推出多元化暖心服务：开展理赔上门签收，让客户足不出户完成材料提交；支持异地受理，解决客户跨区域理赔难题；创新管家式服务，配备专属理赔顾问全程跟进；推行重疾先赔机制，为患者争取宝贵治疗时间。尤其针对老年客户、残疾人士、卧床患者等特殊群体，严格落实“特殊客户上门赔”服务承诺，以专业与温情化解客户不便，切实提升服务温度。

凭借精细化运营与一站式服务体系，公司充分发挥实力股东赋能优势，为客户筑牢风险屏障，护航“小康生活”。在 2024 年度人身保险服务质量指数测评中，小康人寿在服务便捷性指标（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）上表现卓越，综合得分远超行业均值，以硬核实力彰显服务品质与品牌担当。

### （三）社会责任实践亮点

在重大灾害与意外事件面前，保险不仅是风险保障，更是守护社会稳定的重要力量。小康人寿始终牢记企业使命，以高度的社会责任感，在危急时刻迅速行动。

面对“1.24”江西特大火灾事故、河北燕郊爆炸案、珠海体育中心突发事件等重大事件，小康人寿第一时间启动突发事件应急预案，以“快”字为要，开通快速理赔服务通道，确保救援与理赔工作无缝衔接。同时，推出24小时多渠道受理报案服务，客户可通过电话、线上平台等多种方式及时报案；简化理赔手续，减少繁琐流程，争分夺秒为受灾群众提供资金支持，助力其渡过难关。

保险理赔服务是彰显企业品质的关键窗口。未来，小康人寿将持续以专业、温暖的理赔服务践行社会责任，在灾害救援、风险保障等方面发挥更大作用，为构建韧性社会注入源源不断的“保险力量”，以实际行动诠释行业担当。

## 四、强化客户权益保护

2024年是小康人寿“于变革中谋发展、挑战与机遇并存”的关键之年，公司深入贯彻落实“以人民为中心”的发展思想，积极构建“大消保”工作体系，将消保工作纳入公司全面风险管理体系的同时，不断增强将消保工作融入公司治理、经营发展战略和企业文化建设的

---

方方面面，积极为保险行业的高质量、可持续发展贡献小康力量。

### （一）消费者权益保护重大信息

#### 1. 重要政策

2024 年，在董事会、监事会、高级管理层的正确领导下，公司充分发挥消保战略引领作用，积极承担消保主体责任，践行“小康所在，心之所安”的社会承诺。

#### （1）消保战略执行情况

消保关键核心指标“消保监管评价结果”稳步提升，公司在 2024 年通报的监管消保评价中喜获“二级 B”评级结果，在国家金融监督管理总局直接监管的 26 家参评人身险公司中排名第 4 位，超额达成了当年度战略目标。

#### （2）消保机制落实情况

根据消保监管评价通报情况，公司对消保审查、合作机构管控、营销宣传行为管理、个人信息保护、投诉责任追究及溯源整改、重大消费投诉处理应急管理、消保内部考核、消保内部审计等工作机制进行了完善，强化了消保决策执行与监督机制，有效促进公司经营目标与监管机构监管目标的更深入融合。

#### （3）消保审查开展情况

结合产品和服务相关投诉、诉讼、舆情、满意度调查等情况，公司发布了《小康人寿消保审查工作指引手册（2024 版）》，并在落实消保审查强制性约束机制的同时进行风险提示。全年共开展消保审查 169 次，其中涉及产品审查 44 次、涉及服务审查 125 次，消保审查专业性、权威性不断凸显。

#### （4）适当性管理建设情况

---

通过建立保险产品分级管理制度、保险销售能力资质分级管理体系以及开展消费者风险认知、风险偏好和风险承受能力测评等，公司严格执行金融产品、销售渠道、目标客户“三适当”要求，基于消费者不同承受能力将合适的产品通过合适的渠道提供给合适的消费者。

#### （5）个人信息保护情况

结合监管机构关于侵害个人信息权益乱象专项整治发现主要问题的通报，公司组织开展了 2024 年个人信息保护专项检查，全面排查了内部制度、业务规则、操作流程等领域的体制机制建设与落地执行情况，严格落实个人信息保护的主体责任。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。

#### （6）内部员工培训情况

以“消保文化提升年”为主题，公司主动聚焦监管要求及处罚案例、内部消保政策、规章制度和工作要求等重点内容，并采用警示教育、专题培训、外部专业培训、消保知识竞赛等多种形式，分别针对中高级管理人员、消保岗位人员、基层业务人员和新入职人员开展了全覆盖培训学习活动，力求达到“学而不厌，温故而知新”的良好成效。全年累计参与人数约 900 余人次，培训覆盖率、员工参与率均为 100%，消保培训针对性效果日益增强。

#### （7）特殊群体服务情况

通过聚焦服务质量指数，公司从服务便捷性维度、服务获得感维度、服务认可度维度、服务质量持续改善性维度等四个维度出发，着力提升改进涉及老年群体、残障人士、外籍来华人员等特殊群体的特色金融服务，不断提高金融消费者满意度和获得感。根据中银保信公布的 2024 年人身保险服务质量指数结果中，公司在参评的人身险公

---

司中位列中上等水平。

#### （8）年度消保审计情况

通过年度消保专项审计，对公司消保管理及工作落实情况进行了检查评估，发现公司在产品及销售人员分级管理制度建设、保险销售可回溯机制落实、外勤人员管理等方面存在问题与不足，并建议公司紧抓业务源头，严控业务品质，加强归因分析，强化考核牵引，明确责任主体，切实发挥激励约束作用，助力提升消保工作质效。

#### 2. 重大举措

2024 年，公司秉持“以客户为中心”的服务理念，主动聚焦特色增值服务，通过“小康之家·臻选荟员”VIP 服务权益升级新增礼宾车、机场/高铁休息室服务，并不断优化完善“产品+服务”新模式，先后推出“健康无忧”重疾服务品牌、“传世无忧”健康管理品牌，进一步扩展增值服务的深度和广度。

同时，不断完善“小康荟”服务品牌，公司以“不负时光，感怀于行 | 以臻选服务共赴美好小康生活”为主题，开展了客户回馈活动，在提供保险保障的同时，为客户带来更专业、更贴心的服务体验。截至 2024 年 12 月底，公司荟员服务体系服务覆盖客户数合计 6126 人，增值服务覆盖率达到 20.94%。

#### 3. 重大活动

2024 年，公司坚持“以人民为中心”的价值取向，以“金融消保在身边，保障权益防风险”为年度主题，主动聚焦“一老一少一新”等特殊群体，聚焦金融为民、金融惠民、金融便民，先后组织开展了“3·15”消费者权益保护周、“5.15”投资者保护宣传日、“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，充分运用‘内部+外部’全域渠道、‘线上+线下’多维场景，将金融知识送达千家万户，不断增强人民群众的获得感、幸福感、安全感。

同时，公司怀揣“美满生活的幸福管家”使命，以“大消保”为定位，充分挖掘小康人寿自身特色和优势，将消保教育宣传活动与公司企业文化、社会责任承担等内容相结合，先后累计发布了各类稿件合计上百篇，用消费者“听得懂、记得住、用得上”的语言，让金融保险基础知识精准触达不同人群，以满足不同消费者的不同需求。全年各类消保教育宣传活动共触达消费者合计约 80.77 万人次，同比增长 35.63%。

2024 年，公司持续开展了“睡眠保单”清理工作，通过“短信通知+电话回访（四轮）+信函通知+通过销售渠道通知”，全力寻找失联保单客户，保障客户合法权益。截至 2024 年底，公司有效通知失联保单 131 件，有效通知率为 78%。

## （二）消费投诉情况

### 1. 投诉工作整体情况

2024 年，公司以问题为导向，以投诉压降为核心，进一步完善了消费投诉工作流程，在引入技术手段以消除投诉问题隐患实现标本兼治的基础上，通过开展“总经理接待日”解决疑难案件，通过内外部专项培训提升消费投诉处置能力，通过以练促用提升突发事件响应处置能力，以切实解决消费投诉高发问题，并充分借助调解资源多元化解纠纷，维护保障消费者的合法权益。

同时，公司积极组织开展了防范“代理退保”专题培训，坚决落

---

实监管机构提出的“斗争+打击”原则，斩断“黑灰产”输血通道；定期开展了防范非法“代理退保”教育宣传，增强消费者“黑灰产”防范意识。

通过一年的不懈努力，公司以溯源发现问题为导向，加强归因分析，加大责任追究，最大程度化解客户意见升级风险，多措并举从源头消除投诉隐患，努力将矛盾纠纷化解在初始阶段和公司内部。全年消费投诉工作平稳运行，投诉风险总体可控，摸索建立起覆盖诉前“预防管理”、诉中“过程管理”以及诉后“结果管理”全流程的消费投诉管控体系。

## 2. 投诉案件处理情况

### （1）监管转送投诉情况

根据公司内部统计结果，2024 年公司共接收监管系统转办投诉案件合计 52 件（剔除重复投诉、异常投诉），其中 2024 年全年监管通报有效投诉案件合计 11 件（最近一次通报结果），以上案件均已按监管规定时效要求办结。

从具体业务渠道来看，以上案件涉及的消费者在投保时主要通过经代渠道以及互联网渠道购买保险产品；从投诉业务类别来看，以上案件涉及的消费者反映问题主要集中在销售环节（占比 72.92%）、保险合同变更（退保）环节（占比 22.92%）、理赔环节（2.08%）以及续收环节（2.08%），涉及险种主要为终身寿险（占比 87.50%）、疾病保险（占比 10.42%）以及两全保险（占比 2.08%）；从投诉地区分布来看，以上案件涉及的消费者主要集中在北京（占比 41.67%）、上海（占比 8.33%）、山东（占比 8.33%）、浙江（占比 6.25%）、河南（占比 6.25%）、新疆（占比 6.25%）、广西（占比 4.17%）等

---

地区。

## （2）公司自收投诉情况

根据公司内部统计结果，2024 年公司自行接收投诉案件合计 84 件（剔除重复投诉、异常投诉），自收投诉案件来源主要为公司 400 客服热线、官网、官微在线客服等渠道，以上案件均已按监管规定时效要求办结。

从具体业务渠道来看，以上案件涉及的消费者在投保时主要通过经代渠道以及互联网渠道购买保险产品；从投诉业务类别来看，以上案件涉及的消费者反映问题主要集中在销售环节（占比 88.10%）、保险合同变更（退保）环节（占比 9.52%）以及续收环节（2.38%），涉及险种主要为终身寿险（占比 94.05%）、疾病保险（占比 3.57%）以及两全保险（占比 2.38%）；从投诉地区分布来看，以上案件涉及的消费者主要集中在北京（占比 41.67%）、浙江（占比 9.52%）、山西（占比 5.95%）、广东（占比 4.76%）、湖南（占比 4.76%）、新疆（占比 4.76%）、上海（占比 3.57%）、江西（占比 3.57%）、辽宁（占比 2.38%）等地区。

2024 年，公司共有 9 件复杂纠纷案件通过第三方行业调解成功解决，公司未发生群诉群访事件，未发生社会影响较大的投诉案件。

## 第三章 对员工的责任-以人为本，以心换心

### 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

公司带教人机制、内部讲师机制不断完善，内部经验、知识在公司内部得到有效传承，形成了知识生产、知识传递、知识更新的正向循环。既打造一支实战经验丰富的带教人队伍，也锻炼出一支专业精干的内部讲师队伍。

## （三）持续学习机制

公司持续提供多层次、多维度、多场景的员工培训，全面覆盖中高层经理人、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。2024 年，为了提升学习的时效性和针对性，在 AI 科技突飞猛进和跨学科知识快速融合的大背景下，公司启动了“周周学”在线直播项目，将时下热点培训内容以在线直播

---

的形式向全员推广，这种轻快而便捷的学习形式一推出就获得了学员的欢迎，为现有学习形式进行了有力补充。

## 二、管培生发展体系

2024 年就业环境愈发严峻，公司顶住压力持续开展耀星计划，协助解决大学生就业问题。耀星计划已进入第 3 年，3 届耀星共引进并留存 19 人，通过选拔、课题研究、培训、带教、双向选择对青年学生进行培养和发展。管培生 3 年的留存率超过 79%，处于行业领先水平。

## 三、员工权益保障

公司关注员工身心健康，保护员工合法权益。一方面积极提供丰富多样的文体活动，组织足球、篮球、羽毛球、乒乓球等各类球类活动，同时也为员工提供健身、瑜伽场地。每月生日会为员工精心准备餐饮、奖品、生日卡、读书卡等，开展集体生日庆祝活动。另一方面，公司在劳动关系处理和员工工作时长方面均依法合规，提倡工作与生活的平衡，善待员工，无一例劳动纠纷，无一例超时加班现象。

## 四、坚持党建引领

党的领导全面贯彻到企业经营中，2024 年公司三会一课和主题党日规范执行，内容丰富，意义深刻，形式多样。组织了文艺党课观摩、金融知识宣讲进县域公益活动、社区冬季送温暖、红色骑行、党纪教育、清廉金融文化学习、南湖革命纪念馆参观学习、橘子洲瞻仰青年毛泽东雕像等活动。在理论学习上，支部书记上党课，带头学习党纪并进行警示教育；纪检委员开展《中国共产党纪律处分条例》的

---

党课学习；组织委员开展《向英雄模范学习》的党课学习；特邀中国浦东干部学院讲师开展《深入学习领会党的百年奋斗历程和历史经验》学习。

## 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。监事会由 3 名监事组成，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。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。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

公司风险偏好体系包括风险偏好、风险容忍度及风险限额三个组成部分，2024年初根据市场变化和公司发展更新了风险偏好陈述书，为公司经营决策提供依据和指导，经董事会审批后发文执行。公司严格落实风险偏好要求，将“稳健平衡、合规经营”的风险理念进一步融入经营决策，风险偏好体系整体运行平稳有效。

## （三）制度建设

2024年，公司修订了《偿付能力风险管理政策》《风险偏好体系管理办法》《操作风险管理办法》《风险合规评价细则》等一系列风险管理制度，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

公司持续强化风险管理技术工具的建设和应用效能，赋能风险管理精细化和智能化升级。2024年，重点优化和应用风险偏好模型、风险热图、关键风险指标体系、操作风险损失事件库、偿付能力风险管理能力评估、操作风险自评估、专项风险管理、风险管理信息系统及风险导向绩效考核等核心工具，实现了风险偏好的传导与动态监测、

---

风险指标量化跟踪与预警、风险管理能力的检视评估以及风险体系的闭环管理，持续提升公司风险管理能力。

### （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 2024 年面向全员按月发布风险管理期刊，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；二是组织全员参加内外部风险管理培训，领会监管风险管理精神，提升专业能力；三是定期开展专、兼职风险合规人员培训会议，加强信息交流沟通；四是组织开展风险管理知识测试，加强公司全员对风险管理的理解。

## 三、强化坚持依法合规经营

2024 年小康人寿全面推进合规管理体系建设，夯实内控根基，强化合规与法务联动审查机制，扎实落实反洗钱工作要求，严格执行各项监管规定。公司着力开展合规宣教与培训体系建设，通过组织风险合规专项培训，有效提升全员对监管政策及内部制度的认知深度，持续强化合规经营意识，切实提升内控制度的遵循有效性。在合规治理架构层面，公司构建了完善的制度体系与组织架构，明确董监高、各部门、各级机构的全链条合规责任，以三道防线为核心搭建合规管理体系。通过常态化合规文化培育与风险防控机制，实现合规风险的主动识别、防范与化解，为公司合规经营与稳健发展筑牢管理根基。

## 第五章 对行业的责任-科技赋能数字化发展

关于业务质量风险控制，公司建立了大风控平台对接系统，并接

---

入了中保信、千里眼、保盾云、医保平台等风控系统，查询客户未告知的就医、财务与征信风险数据，实现“风险控得住、服务提得升、成本降得下”的三重目标。同时接入的多风控平台采用多线程且与核保规则并行方式进行风险识别，在有效控制风险的情况下也保证了系统响应时效。

公司通过建设集中化、智能化数据中台及应用体系，全面提升数据处理能力，为数字化服务、营销、运营、风控提供坚实支撑，驱动业务发展与创新。在赋能业务的同时，公司将数据安全、隐私保护（全面遵循《个人信息保护法》《数据安全法》）及自主可控置于核心地位，构建了包含数据分级加密、敏感信息自动保护及全生命周期审计的隐私保障体系与安全基础设施。通过统一开发管控、资产平台与数据服务平台，强化治理落地，沉淀高质量数据资产，赋能管理决策与合规共享，切实保障客户权益与信息安全，履行企业社会责任，有力支撑了监管报送（如 IFRS17，数据标准化 2.0）等高要求场景。

近年来，国家对网络和信息安全的重视程度持续加强，陆续颁布了《网络安全法》《数据安全法》《个人信息保护法》。监管机构对保险公司网络和信息安全的的要求也日渐趋严。为满足国家和监管安全要求，实现公司信息安全总体目标，2024 年公司在安全合规、安全技术、安全管理、安全运营等方面做了大量努力，工作成效明显。一年下来，公司各业务系统总体运行平稳，用户体验持续改善，未出现影响业务核心系统长时间宕机、大范围断网、系统入侵、数据泄露、病毒爆发等重大信息安全事件。

---

在安全合规方面，公司继续按照监管要求配合网络安全等级保护测评机构开展等保测评。2024 年公司核心系统、官微系统、i 小康 APP 通过等保三级测评，官网系统通过等保二级测评，整体满足《网络安全等级保护基本要求》。

安全技术方面，为加强信息系统访问控制和权限管控，公司新部署零信任安全系统，有效防范内外部非授权人员访问公司信息系统。为增强漏洞和风险管理，公司新增漏洞扫描系统，提升了漏洞发现修复时效。同时，在网络入侵检测、主机安全、Web 应用安全方面持续投入，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 33 套生产数据库和 33 套数据同步策略。保护了 78 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。

安全管理方面，公司持续推进信息安全制度体系建设，按照信息化工作实际，已完成安全 3 级制度体系与 14 个核心流程框架搭建，覆盖信息安全管理、风险管理、应急管理、数据安全、培训考核、漏洞管理、日常运行操作等方面，全面规范公司信息安全工作开展，推动公司信息安全建设的规范化、标准化和流程化。

安全运营方面，公司加强内外部信息人员投入，与监管机构、安全机构、保险同业建立风险预警联动机制，如发现系统漏洞、设备漏洞及外部攻击等风险，将协调一致进行风险检测、风险分析、风险处置，如发现安全事件将及时反馈并启动应急预案。目前，公司已形成安全事件上报下达，安全信息共享的联动机制，在 2024 年圆满完成两会、国庆国家重要时期安全保障工作。

---

公司会继续加强网络和信息安全投入，同步开展安全技术与安全管理，结合动态运营与静态防御，实现网络安全纵深防御，保护公司客户信息安全。

## **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**

2024 年，公司于“金融教育宣传月”期间，以“金融为民谱新篇 守护权益防风险”为活动口号，主动聚焦“一老一少一新一外”等重点人群，积极深入基层地区，多形式开展“五进入”“消保县域行”线下集中教育宣传活动。

#### **（1）走进历史古镇组织开展“金融知识赶大集”活动**

公司联合复星保德信人寿、瑞华健康保险、陆家嘴国泰人寿走进上海市浦东新区新场古镇，以“内场专题宣讲+外场摆摊宣传”两项活动相结合的形式，为当地居民以及游客普及防范电信网络诈骗、防范非法集资、“三适当”原则、适老化服务、打击“黑灰产”等内容，帮助基层群众“学金融、懂金融、信金融、用金融”，累计触及各类金融消费者（投资者）约 500 人次。

#### **（2）走进农村组织开展“金融知识宣讲”活动**

公司先后走进上海市宝山区顾村镇羌家村党群服务站、北京市平谷区梨树沟村，把金融知识送到基层党组织以及老百姓家门口，同时利用“乡村大喇叭”循环播放，推动金融知识宣讲下沉到偏远乡村，切实保障农民金融消费权益，提升金融服务乡村振兴质效，累计触及

---

各类金融消费者（投资者）约 175 人次。

（3）走进公园、地铁站组织开展“我为群众送知识”活动

公司先后走进长沙市芙蓉区晓园公园、地铁 2 号线迎宾路口站，面对面解答市民关于保险保障、防范电信网络诈骗、防范非法集资以及警惕洗钱陷阱等方面的疑问，鼓励市民将所听所见所闻传递给家人朋友，共同维护金融安全网，累计触及各类金融消费者（投资者）约 350 人次。

（4）走进学校组织开展“金融知识小课堂”活动

公司走进北京市通州区红星小学，为打工人群的子女普及金融理念，补齐同学们金融知识的短板，同时给同学们带来一场反诈防骗金融主题讲座，践行金融为民的服务理念，累计触及各类金融消费者（投资者）约 600 人次。

（5）走进农贸市场、建材市场组织开展“我为群众送知识”活动

公司先后走进长沙市芙蓉区朝阳社区农贸市场、东岸建材市场，结合常见的欺诈案例，告诫个体商户们面对“高收益、高回报”的承诺时要保持高度警惕，切记“莫信天上掉馅饼、守住您的钱袋子”，让金融知识真正“进社区、进商户”，累计触及各类金融消费者（投资者）约 190 人次。

（6）走进社区、快递驿站组织开展“金融知识宣讲”活动

公司先后走进北京市东城区史家胡同社区、朝阳区财富金融中心顺丰快递驿站，借助金融教育宣传月的契机普及金融安全知识、提示

---

金融风险，同时开展诚信文化建设和清廉金融文化的宣传，倡导消费者依法合规维护自身权益，传递金融正能量，累计触及各类金融消费者（投资者）约 75 人次。

## 二、发展绿色投资

绿色金融作为推动经济绿色转型的核心引擎，在 2024 年持续强化对“双碳”战略的支撑作用。随着《绿色金融体系建设指导意见（2024 年版）》等新政落地，我国绿色金融标准体系进一步完善，市场机制建设取得突破性进展。

公司深入践行党的二十大关于“加快发展方式绿色转型”的战略要求，将 ESG 理念深度融入投资决策全流程。2024 年，公司重点关注推动低碳经济、促进可持续发展及气候友好型投资机会，以金融力量赋能实体经济低碳转型，彰显险资在生态文明建设中的责任担当。截至 2024 年 12 月 31 日，公司股票组合共持仓 6 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%，较上年末上升约 3 个百分点。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。