

---

小康人寿保险有限责任公司

企业社会责任报告

(2025)

---

## 目录

小康人寿保险有限责任公司企业社会责任报告 .....	1
第一章 小康人寿概述 .....	3
一、公司简介 .....	3
第二章 对客户的质量-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 .....	5
三、践行理赔承诺 .....	7
四、强化客户权益保护 .....	9
第三章 对员工的质量——尊重共享、双向奔赴 .....	14
一、人才发展与培训体系 .....	14
二、管培生发展体系 .....	15
三、员工权益保障 .....	15
四、坚持党建引领 .....	16
第四章 对股东的责任-持续创造价值 .....	17
一、稳步提升的公司治理水平 .....	17
二、不断深化的风险管理水平 .....	17
三、强化坚持依法合规经营 .....	19
第五章 对行业的责任-科技赋能数字化发展 .....	19
第六章 对社会的责任-传递小康大爱，共建绿色金融 .....	22
一、小康人寿公益 .....	22
二、发展绿色投资 .....	23

---

## 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 对客户的责任——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）满足客户疾病保障需求，开发重大疾病保险

小康人寿持续探索疾病保障领域，2025年开发《小康康卫士（臻享版）重大疾病保险》，构建“重疾+中症+轻症”的多层级保障体系，同时兼顾不同客户保障需求，责任设计灵活可选，为客户搭建坚实疾病风险防护屏障。

（二）适应人口老龄化趋势，推出多款年金保险产品，助力“养老金融”发展。紧扣人口老龄化国家战略与养老金融发展需求，小康人寿积极践行金融机构社会责任，深度洞察民众多元化、个性化的养老财富规划诉求，推出缴费和领取方式灵活、适配不同年龄阶段和风险偏好的《小康康享一生（鸿利版）养老年金保险（分红型）》、《小康康利一生年金保险》等多款年金险/养老年金保险产品，以保障客户养老资金的安全性、稳定性与长期性，助力客户提升未来养老生活品质，同时也为完善国家多层次、多支柱养老保险体系贡献金融力量。

（三）应对预定利率下调，布局浮动收益型产品，覆盖年金险、终身寿险、两全险等多类型。基于预定利率下调新形势，精准锚定客户财富管理需求，小康人寿顺应行业发展趋势、优化产品供给结构，大力布局浮动收益型保险产品，以分红险、万能险为核心载体，全面覆盖年金险、终身寿险、两全险等主流险种类型，包括《小康康享一生（鸿福版）养老年金保险（分红型）》、《小康悦悦鑫两全保险（万

---

能型)》等产品,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 客户服务热线是公司与客户沟通的核心渠道，既是提供基础服务的重要窗口，也是联结客户情感、巩固合作关系的重要纽带。我们依托场景化服务解决方案体系，精准洞察客户需求，持续提升服务响应效率与服务品质，建立咨询受理、问题处置至闭环解决的全流程管理机制。依托专业团队高效协同，确保每一次来电、每一项诉求都能得到及时、专业、高效地响应与处理，不断优化客户服务体验，提升客户满意度。

## （三）“康康”在线客服的持续进阶

“康康”在线客服是公司服务体系中的重要组成部分。我们通过持续迭代优化语料库，深度结合行业专业知识与客户实际需求，为客户提供 7×24 小时不间断的智能服务支持。依托高效智能响应机制，实现快速反馈与精准解答，保障咨询交互高效顺畅、全程不间断。在严格的服务标准管控下，“康康”在线客服保持稳定可靠的服务水平，以高效、专业的服务能力持续提升客户体验与满意度，成为值得客户信赖的智能服务助手。

## （四）增值服务

小康人寿始终坚守“以客户为中心”的服务理念，竭诚为广大客户提供全方位、专业化、高品质的保险服务。公司搭建并持续完善“小

---

康之家·臻选荟员”服务体系，每年根据客户需求迭代升级服务内容，涵盖家庭医生、就医绿通、健康体检、齿科护理、养老管家、出行保障等多项增值服务。截至 2025 年 12 月底，荟员服务体系已累计服务客户 2961 人。

为进一步提升客户体验、丰富服务内涵，公司在现有增值服务体系基础上，全新打造“岁月无忧”康养服务体系。该体系以“专业管家”与“品质社区”为双核心，联动高品质养老社区，并携手权威平台“大雁养老”，实现养老服务资源精准对接，为客户提供专业、贴心的一站式养老支持。通过产品与服务深度融合，助力长者从容、优雅地规划晚年生活，实现从“养老”到“享老”的品质跨越。

同年，公司成功举办第二届客户回馈季活动，以“臻心相伴，悦享服务”为主题，通过形式多样的活动与优质高效的服务，切实保障消费者权益，持续提升客户服务体验与满意度。依托系列回馈活动，公司不断深化与客户的情感联结，持续打磨“小康荟”服务品牌，推出更多优质服务举措，进一步提升公司品牌影响力与市场口碑。

### 三、践行理赔承诺

在保险业高质量发展的时代背景下，理赔服务已不再是单纯的财务赔付，更是保险公司践行社会责任、传递人文关怀的关键载体与核心触点。2025 年，公司坚持以科技赋能、流程再造为抓手，用务实行动与暖心服务，切实诠释“金融为民”的初心使命，不断提升客户获得感与满意度。

#### （一）承诺兑现：以速度与精度诠释契约精神

---

理赔时效是衡量保险公司信誉与服务能力的核心标尺。2025年，小康人寿持续优化理赔全流程，全面提升服务体验，核心服务指标表现亮眼：全类型理赔申请支付平均时效仅0.98天，理赔结案率达100%。公司以高效、精准的赔付为众多家庭提供坚实经济支持，用实际行动兑现“专注理赔，用心守护”的郑重承诺。

## （二）体验升级：从“被动理赔”迈向“主动守护”

公司全力打造“康荟赔”理赔服务品牌，以体系化建设推动服务更有速度、更有温度：

1. 极速理赔，畅通无忧：全面推广线上化理赔申请，开通重大案件绿色通道，确保紧急赔款快速到位。

2. 专业护航，直面重疾：提供重疾就医绿通服务，覆盖专家预约、就诊陪诊、住院手术协助等，切实缓解客户就医难题。

3. 主动关怀，延伸服务：将服务关口前移至院外，提供探视 + 上门理赔指导，在经济补偿之外给予暖心陪伴与情感支持。

4. 科技赋能，守护诚信：构建智能化反欺诈体系，通过专业调查与公众宣教，维护保险合同公平公正，保障诚信客户合法权益。

## （三）责任延伸：覆盖特殊群体与突发场景

关爱特殊群体，服务不落一人。针对老年、残疾等“数字弱势群体”，公司推出特殊人群上门理赔服务，理赔人员深入偏远乡村、高龄客户家中，一对一协助办理理赔，用贴心服务传递金融温度。

响应突发事件，彰显责任担当。面对西藏日喀则定日县地震、湖南沅陵船舶碰撞、河北承德养老院火灾、北京暴雨灾害等突发事故，

---

公司第一时间启动应急预案，主动排查、快速响应，以高度责任感守护客户平安。

2025 年是公司“提质增效”稳步前行的一年。未来，理赔业务将坚守“保险姓保”初心，立足保障本源，以专业兑现承诺、以效率传递温度，在每一个平凡日子里，为万千家庭护航幸福小康生活。

#### 四、强化客户权益保护

2025 年是小康人寿“差异化创新探索”的关键之年，公司深刻把握金融工作的政治性、人民性，积极践行“以人民为中心”的价值取向，主动聚焦消保工作重点领域，着力构建“具有小康人寿特色的大消保”工作体系，将消保工作融入公司治理、企业文化和经营发展战略的方方面面，不断增强金融消费者获得感、幸福感、安全感。

##### （一）消费者权益保护重大信息

###### 1. 重要政策

2025 年，在董事会、监事会、高级管理层的正确领导下，公司全面深化消保战略引领作用，严格贯彻落实“一把手”工程，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

根据监管机构通报结果，公司 2024 年度消保监管评价评级结果为“二级 C”，较好完成了年初既定工作目标，为公司后续冲刺“二级 B”奠定了坚实的基础。

###### （2）消保机制落实情况

---

根据 2024 年度消保监管评价通报情况，公司对体制建设、机制与运行、操作与服务、教育宣传、纠纷化解等五项评价要素存在的 15 个主要问题进行了有效整改，整改完成率 100%，持续强化了消保决策执行与监督机制，有效促进了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

以监管处罚案例、人身保险产品“负面清单”等资料为指导，公司结合产品和服务相关投诉、诉讼、舆情等情况，更新并发布了《小康人寿消保审查工作指引手册（2025 版）》，以此构建了覆盖全业务链条的消保审查约束机制，进而从源头消除侵害消费者合法权益行为的风险隐患。全年共开展消保审查 206 次，其中涉及产品审查 51 次、涉及服务审查 155 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

以贯彻落实《金融机构产品适当性管理办法》（国家金融监督管理总局令 2025 年第 7 号）为契机，公司持续完善了保险产品分级管理机制，不断健全了保险销售能力资质分级管理体系，迭代优化了消费者风险认知、风险偏好和风险承受能力测评等流程，确保将适当的保险产品通过适当的销售渠道或销售人员提供给适当的消费者。

### （5）个人信息保护情况

公司初步构建起覆盖个人信息全生命周期的安全防护体系，初步形成了“数据安全+个人信息保护”的双轨运行模式，并组织开展了 2025 年度个人信息保护专项检查暨“回头看”工作，严格落实

---

个人信息保护的主体责任。全年未发生一例侵害金融消费者信息安全事件，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“大消保建设年”为主题，公司主动聚焦监管政策及处罚案例、公司内部消保政策和规章制度等重点内容，面向不同层级、不同类别的人员开展了差异化、针对性专题培训，有效增强了全体员工的消保意识和责任感。全年累计参训人数逾 1000 人次，培训覆盖率、员工参与率均为 100%，广泛营造“人人学消保”“人人懂消保”的良好氛围。

#### （7）特殊群体服务情况

通过聚焦保险服务质量指数，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，着力提升了涉及老年群体、残障人士、外籍来华人员以及军人等特殊群体的服务满意度和获得感。根据中银保信发布的 2025 年度人身保险服务质量指数结果，公司在 82 家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

公司按照计划开展了 2025 年度消保专项审计，发现在客户信息准确性、保险销售可回溯机制落实、投诉绩效考核指标设定等方面存在问题与不足，并通过审计建议紧抓业务源头，持续加强投诉溯源整改；严格监测销售过程，防范销售误导风险；细化和完善各层级考核指标，发挥激励约束作用，切实提升消保工作质效。

---

## 2. 重大举措

2025年，公司继续秉持“以客户为中心”的服务理念，通过“聚焦客群+主动管理”的方式，优化升级了“小康之家·臻选荟员”服务体系，服务项目涵盖“健康咨询”“疾病预防”“就医协助”“康养服务”等四大领域。同时，以“专业管家”与“品质社区”为双翼，联合大雁养老搭建了“岁月无忧”康养服务体系，进一步拓展了增值服务的深度和广度。

2025年，公司以“臻心相伴，悦享服务”为主题，组织开展了第二届客户回馈季活动，在保障消费者利益的同时，努力为客户带来更专业、更贴心的增值服务体验。

## 3. 重大活动

2025年，公司以“保障金融权益，助力美好生活”为年度主题，通过“突出重点，精准定位，线上+线下相结合”的形式，将金融教育宣传与公司企业文化建设、社会责任承担、“小康荟”特色服务品牌建设相结合，并利用形象大使、虚拟数字人“康小小”进行中英文双语金融知识普及，推动金融教育宣传直达基层群众。

2025年，公司主动聚焦消费者金融知识盲点、金融消费痛点、风险防范难点，先后组织开展了“3·15”金融消费者权益保护教育宣传、4月普惠金融推进月（第二届）、“5·15”全国投资者保护宣传日、“7·8全国保险公众宣传日”“9月金融教育宣传周”“10月敬老月”以及“防范非法集资、防范非法金融、反保险欺诈、反洗

---

钱”等系列公益性金融教育宣传活动，并充分联动网络媒体形成教育宣传声势，在社会上引起了广泛关注。

与此同时，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，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。全年共触达各类消费者（投资者）合计约 270.55 万人次，同比增长 235%，金融教育宣传成效提升显著。

## （二）消费投诉情况

2025 年，公司保持了“信一访一网一电一微一邮”六位一体接收渠道的高效畅通，以“严防死守”为核心策略，以“投诉压降”为核心目标，持续打造了覆盖诉前“预防管理”、诉中“过程管理”、诉后“溯源管理”全流程的投诉管控体系，为最终成功实现全年投诉压降“双降”任务目标提供了有力保障。

2025 年，公司严格落实消费纠纷多元化解机制，积极主动与消费者协商解决矛盾纠纷，在协商不成的情况下，通过调解、仲裁、诉讼等方式促进矛盾纠纷化解，做到能调尽调，积极贯彻新时代“枫桥经验”，严格落实“三到位一处理”原则。同时，聚焦重点网络平台，建立了“黑灰产”常态化监测举报机制，持续开展了针对“黑灰产”代理退保违法违规行为的专项治理，从源头有效阻断了“黑灰产”传播链条，成功斩断了“黑灰产”输血通道。

---

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，严格依规问责，强化警示效果，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。

### 第三章 对员工的责任——尊重共享、双向奔赴

#### 一、人才发展与培训体系

##### （一）精炼与实效的平衡

公司始终以最精简高效的队伍，缩短了沟通的距离，提升了管理效能，降低了管理成本，给员工创造了清新务实，简单直接的良好工作氛围。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）学习型组织的打造

公司每周倡导读书分享，鼓励员工爱看书、分享书，让学习的氛围深入人心。公司打造了一套针对新人的带教人机制、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）培训赋能每位员工

---

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“燎原计划”针对高潜人群开展培训，让更多有潜质、有意愿、有能力的员工被看到，促进公司后备团队的建设。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。2025 年，周周学持续推进，内容从科技增效、结构化思维到职场心理健康，不断满足员工对新知识、新话题的渴望。

## 二、管培生发展体系

2025 年就业环境依旧严峻，公司坚定不移加强针对应届优秀毕业生的耀星计划，协助解决大学生就业问题。耀星计划已进入第 43 年，4 届耀星共引进并留存 17 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 4 年的留存率超过 73%，仍处于行业领先水平。

## 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。以人岗匹配原则，积极促进残疾人就业，通过提供合适的运营工作岗位，让残疾员工在公司得到尊重与认可的同时发挥重要的作用。公司通过召开评优表彰大会和组织年终晚会，对杰出的集体与个人给与隆重表彰，与员工共享发展的喜悦与成果。现有员工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

2025年，党支部坚持把党的领导全面贯彻融入企业经营管理全过程，严格落实“三会一课”、主题党日等组织生活制度，全年组织生活规范有序、内容充实、形式鲜活、成效明显。主题党日活动扎实开展、形式多样组织开展豫园街道社区老人慰问与社区养老调研活动，践行为民服务宗旨；召开党员大会开展民主评议党员工作，强化党员教育管理；举办“掐丝珐琅传古韵”妇女节主题活动，传承优秀传统文化；深入开展贯彻中央八项规定精神教育动员部署并讲授专题党课，严明纪律作风；组织清廉文化教育参观学习，厚植清廉文化根基；召开支部党员大会，由支部书记讲授《牢记金融使命初心》专题党课，持续深化中央八项规定精神学习；开展“7.8 保险宣传日”金融公益宣传活动，履行金融企业社会责任；组织《南京照相馆》红色观影活动，接受革命传统教育和精神洗礼；集中观看纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年大会阅兵仪式，弘扬伟大抗战精神；由支部纪检委员讲授廉洁自律专题党课，强化党员纪律规矩意识；圆满完成第二届党员代表大会代表选举工作；开展党委委员选举，并围绕“十五五”规划和民管党建主题讲授专题党课，以党建引领高质量发展。

---

## 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，包括 1 名外部监事，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，2025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

2025年根据监管规定、结合经营实际和管理需要，总分公司新立21项制度，修订完善75项制度，上述制度涵盖公司治理、产品精算、财务管理、资产管理、业务销售管理、运营管理、信息科技、人事行政、战略企划、法律合规、风险管理、审计监察等方面，形成了全面、系统、规范的全面风险管理制度体系，进一步提升了制度体系的全面性和有效性，满足监管要求及公司经营实际和管理需要。

## （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。2025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 2025 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；二是组织专、兼职风险合规人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；三是季度开展专、兼职风险合规人员培训会议，加强信息交流沟通。

### 三、强化坚持依法合规经营

2025 年，公司始终将依法合规、诚信经营作为发展生命线，严格遵守法律法规与监管要求，持续健全合规管理体系，压实全链条合规责任，强化重点领域与关键环节风险防控。

深化法律合规审查、内控监督与风险排查，扎实推进反洗钱、反保险欺诈等专项治理，确保经营管理全程合规、全程受控。常态化开展合规培训与文化宣导，厚植人人合规、主动合规理念，不断提升合规管理质效。

以法治护航发展、以合规守护信任，切实履行金融保险企业社会责任，为公司高质量可持续发展筑牢坚实保障。

## 第五章 对行业的责任—科技赋能数字化发展

2025 年，是公司筑牢科技风险防线、深化数字化转型的关键之

---

年。公司信息科技工作始终以国家金融监督管理总局的监管政策为根本遵循，积极推动科技能力与业务发展深度融合，致力于以安全、可靠、创新的技术驱动业务高质量发展，切实履行企业社会责任。

### 一、深化智能风控，筑牢业务发展安全基石

在业务质量风险控制领域，公司持续完善以“三道防线”为核心的风险管理体系，将信息科技风险无缝整合至公司整体的风险管理框架之中。通过建立并监控系统可用率、开发缺陷密度等一系列技术性关键风险指标，实现了对操作风险的实时监控与预警，全年未发生因信息科技风险导致的重大信息安全事件或业务系统中断。风险控制已从传统的被动响应，升级为覆盖全流程的主动管理与精准防控，确保在有效识别和防范风险的同时，保障业务效率与客户体验。

### 二、夯实数据基座，释放数据要素核心价值

公司致力于构建统一、高效的数据能力体系，以支撑数字化服务、营销、运营与风控。2025年，我们完成了数据中台项目的建设，通过统一计算、统一服务、统一治理，建立了公司级统一数据服务平台，确保了数据处理的标准化与一致性。该平台成功为IFRS17项目、EAST2.0监管报送等关键任务提供了坚实的数据赋能，显著提升了监管数据报送的准确性、完整性与时效性。在赋能业务的同时，公司将数据安全与治理置于核心地位。年内组织开展了全面的数据安全管理风险评估，通过持续完善《数据安全管理办法》等制度，并依托数据安全管控平台对敏感信息实施分类分级与脱敏管控，我们构建了覆盖数据全生命周期的安全防护体系，切实保障客户信息安全与合法权益。

---

### 三、构筑安全防线，践行网络安全企业责任

面对日益严峻的网络安全形势，公司 2025 年实现了从“被动防御”到“主动纵深防御”体系的跨越。我们部署了终端安全管理平台，实现了全公司办公终端的统一资产纳管、病毒查杀、漏洞修复与外设管控，显著提升了终端安全基线。同时，上线了零信任安全访问平台、统一身份认证中心及安全运营平台（SOC），构建了以身份为核心、持续验证的访问控制体系，并实现了安全事件的集中监控、关联分析与协同处置。通过一系列扎实举措，全年累计拦截恶意攻击超 200 万次，有效收敛了互联网攻击暴露面，全年未发生重大网络安全事故，未收到监管安全通报，有力守护了客户与公司的数字资产安全。

### 四、强化自主可控，积极响应国家战略

公司积极响应国家金融行业信息技术应用创新战略，于 2025 年启动了“龙城”项目。我们制定了明确的信息技术应用创新工作实施方案，致力于构建基于安全自主可控技术的关键信息系统。年内，围绕国产化底座环境，完成了包括多个综合办公与一般业务系统的上线，并在核心系统国产化改造方面启动了深入调研。此举不仅是对国家战略的积极响应，更是公司保障技术供应链安全、实现长远稳健发展的关键布局。

### 五、保障业务永续，健全灾难恢复应对能力

为保障极端情况下的业务连续性，履行对客户和社会的持续服务承诺，公司于 2025 年大力推进灾备恢复体系建设。我们完成了“方舟”容灾二期项目，构建了全国产化的同城灾备环境。通过组织灾难

---

恢复演练，实际验证了关键业务系统在模拟生产机房故障场景下的恢复能力，实际恢复时间目标(RTO)为 5.5 小时，实际恢复点目标(RPO)为 50 分钟，业务验证通过率达 100%。这标志着公司应对重大灾难、保障金融服务不中断的能力得到了实质性提升。

## 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

2025 年“3·15”金融教育宣传活动期间，公司以“保障金融权益 助力美好生活”为活动口号，秉持“金融为民”初心，主动聚焦“一老一少一新”等重点群体，先后走进上海市虹口区太平航运大厦、北京市通州区红星小学、长沙市芙蓉区盒马超市等地，组织开展“五进入”“消保县域行”等专项金融教育宣传活动，通过面对面的交流、互动，消除距离感、及时答疑解惑，有效提升了人民群众反诈防骗的识别能力和风险防范意识，进一步增强人民群众获得感、幸福感、满足感，上述活动共触达各类金融消费者（投资者）约 1000 人次。

2025 年“7.8 全国保险公众宣传日”活动期间，公司以“爱和责任，保险让生活更美好”为主题，先后走进上海市浦东新区陆家嘴金融城、北京市朝阳区建外街道北郎东社区、长沙市芙蓉区五里牌街道党群活动中心以及燕山街环卫工人驿站，组织开展各类“消保+公益+”线下宣传活动，将专业、贴心的保险服务送到百姓身边，有效打通服务人民群众的“最后一公里”，让爱与责任在炎炎夏日持续“升温”，上述活动共触达各类金融消费者（投资者）约 700 人次。

---

2025年“金融教育宣传周”活动期间，公司主动联合复星保德信人寿、汇丰人寿、华泰人寿上海分公司、华泰财险上海分公司，携手走进上海市徐汇区康健街道月季百藤社区，组织开展“风险提示送上门”专项活动，并向基层群众宣讲惠民便民、提升助老助残服务等为民办实事的亮点举措，推动金融知识和风险提示深入基层、直达群众，形成宣传合力和集群效应，上述活动共触达各类金融消费者（投资者）约300人次。

2025年“敬老月”活动期间，公司以“弘扬孝亲敬老美德，共建老年友好社会”为活动主题，先后走进北京市顺义区第一社会福利院、长沙市军区社区中心组织开展金融知识普及与重阳节慰问活动，并主动向老年群体宣讲惠民便民、提升助老服务等为民办实事的亮点举措，推动金融知识深入基层、直达群众，有效提升了老年群体的金融素养，上述活动共触达各类金融消费者（投资者）约150人次。

## 二、发展绿色投资

2025年是我国绿色金融政策体系实现系统性升级的关键一年。多项基础性制度落地、创新工具推出，推动绿色金融从“规模扩张”向“提质增效”深度演进。2025年10月，《绿色金融支持项目目录（2025年版）》正式施行，首次统一了适用于绿色信贷、绿色债券、绿色保险、绿色租赁、绿色信托等各类绿色金融产品的界定标准，解决了长期以来绿色信贷统计口径与绿色债券支持目录不统一的痛点。2025年11月，国家外汇管理局深圳市分局印发《深圳市绿色外债试点业务指引》，显著降低企业跨境融资风险加权余额占用，引导境外

---

资金投向绿色领域。

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。2025 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 2025 年 12 月 31 日，公司投资组合中 Wind ESG 评级在 A 级及以上的标的有债券 24 只、股票 8 只，投资规模同比上升 185.45%；其中，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的比例超 70%，较上年末上升约 14 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。