

大家人寿江苏分公司：将社会责任融入发展的每一步

“我们，生而不同，以国家之名，肩负使命，重归初心；我们，因责任而生，总是选择漫长坚实的路，只因听懂了你最真实的心声。”大家保险集团首支宣传片中的开篇言真意切，铿锵有力，听后让人倍感温暖，充满力量。

从2019年6月25日更名至今，带着化解金融风险使命而生，伴随责任而来的大家保险已满四周年。四年来，坚守保险初心，将践行社会责任融入发展每一步的大家保险，凭借“善心、公心、匠心”的企业文化，不断将温暖传递给大家。

“夫事成必合于数，故曰道数与时相偶者也。”

自2019年开启价值转型起，大家人寿江苏分公司坚持“保险‘向善、姓保’”的初心，从零起步持续打造价值增长体系，在发展上一年一台阶，一步一脚印，实现“转型化险”。今年以来，江苏分公司已实现新单期交保费及续期实收保费累计突破100亿元，存量客户数为77.93万，存量保单达87.63万件，服务作业范围囊括江苏省内所有市区及二十多个县域，新单客户群体的年龄范围涵盖出生28天至75周岁。

四年风雨兼程、四年奋勇向前。

创新经营模式、升级服务体验、深化科技赋能、践行社会责任……在大家人寿江苏分公司总经理杨晨光的战略蓝图中，一项项“含金量”高、“含新量”多、“含情量”深的创新举措，厚植了一个可验证、可落地的经营样本，阐释了公司“百亿”之道，更是用行动诠释了大家保险“一人为众，众为一人”的初心与使命。

【关键词】社会责任

问：保险一定程度上被认为是经济“减震器”和社会“稳定器”，秉持“大家，谓之众，谓之共济，谓之大专家”理念的大家保险，在履行客户服务、践行社会责任，与国计民生同频共振方面做了哪些事情？

答：在监管部门关心下，我们主动作为，把经济社会服务作为经营发展的出发点和落脚点，主动融入经济社会发展大局，着力服务于国家重点战略、重点领域、重点工程等，提升农业、养老、健康等领域的保险供给能力。

秉持“善心、公心、匠心”的核心价值观，自2019年成立以来，集团连续四年发布社会责任报告。在完善养老服务体系建设、深化金融服务、增进民生福祉、践行绿色发展等方面深化责任担当，为经济和社会的高质量可持续发展持续贡献大家力量。集团牵头建立了以“大家力量·公益365计划”“大家保险青年志愿者协会”“大家保险App‘大家力量公益活动平台’”

构成的“三位一体”公益活动体系，在教育助学、救灾扶贫、紧急援助、重大灾难救助等方面开展创新实践，携手广大利益相关方为美好社会增强责任担当。

大家人寿江苏分公司结合老龄化现状，依托现有资源，积极宣传养老理念，2022年完成养老保险宣导2589场，参与客户25371人次。其中进驻社区进行适老化改造公益宣讲13场，服务社区居民531人。今年我司着力于社区适老化公益宣讲，进驻社区354个次，宣讲场次438场，服务客户12625人。

大家人寿江苏分公司通过为客户提供长期规划建议，构建风险隔离防火墙，向广大客群提供家庭财富保障和人身保障。从2019年价值转型起，至2023年10月底，我们累计服务客户195万人次，其中老龄客户（60岁以上）占比35.9%。为进一步健全和丰富多层次养老保险体系，我们将以提高个人养老保险投资和养老保险储备水平为目标，在产品匹配、资源适配上下功夫，持续为建立个人养老金制度作出自身贡献，促进养老保险的高质量发展。

【关键词】城心养老

问：养老保险市场虽然巨大，却不容易吃，有很多企业抢。大家保险如何反其道而行之，将“城心养老”作为在养老领域差异化竞争中的核心模式？

答：确实，其他保险公司目前多选择在城市近郊兴建养老机构及配套设施。基于对养老的深刻思考，结合在北美30多年的养老运营经验，我们确定了两个差异化的主攻方向：一是聚焦“城心养老”，二是着力打造服务型养老。

所谓“城心养老”，就是所有“城心”系列社区都在一二线城市最核心的区域选址，离家近、离医院近、离公园近，老人和熟悉的居住环境只有一“腕汤的距离”，既有独立的生活空间、享受高品质护理和服务，也方便子女和老朋友探望，与家庭保持着非常紧密的联系。社区周边商超、公园、饭店等生活配套非常完备，老人可以充分感受城市生活的烟火气，不会因为脱离原有生活圈感到失落、苦闷。社区和三甲医院都是一街之隔，解决了老人挂号难、就医难问题，方便老年病和慢性病的日常治疗和复诊。如遇突发情况，更能保证救治的及时性。

在服务方面，我们把养老服务能力作为核心的竞争力，从护理能力、运营能力、医疗能力、康复能力、康乐能力、信息化能力等方面着重进行建设。大家的家融合加拿大RC具体做法一是通过加强与网络服务体系健全、符合二元结构的金融机构合作，为农村客户提供了更加便捷的投保渠道。同时积极开展金融知识普及活动，提高下沉市场客户的金融素养，帮助他们更好地了解保险产品和服务。二是注重提升下沉市场的客户保障水平，以终身寿险为基础，不断推动重疾、医疗、意外等险种的覆盖，为下沉市场客户提供了全方位的风险保障。这些举措不仅有助于提高下沉市场客户的幸福感和安全感，还为当地的经济发展提供了有力的支持。

五维康乐服务体系和东方本土化智慧，通过对长者身心状态、兴趣爱好社会联结等方面的科学评估，围绕“身体、认知、情绪、社交、精神”五个维度，为长者构建起大家五维康乐服务体系，提升长者生活乐趣，让长者保持独立性并能掌控自己的生活，实现人生的整合与完满。

江苏作为经济大省，人口老龄化程度较高，集团高度重视养老产业在江苏的布局，将承接养老产业建设与运营的“大家健康养老产业投资管理有限责任公司”总部设立在苏州。目前大家健投正在江苏的南京、苏州、无锡等地进行广泛选址。

【关键词】服务地方

问：大家人寿江苏分公司作为市场的主要保险公司，请介绍一下江苏分公司在服务江苏经济发展，特别是在振兴促进县域经济发展方面采取了哪些创新举措？

答：为助力江苏省社会经济发展，截至23年9月末，公司寿险资金在江苏省内累计投资项目228个，项目类别包括债券类、基础设施类、不动产类、未上市股权类、上市股权类和其他金融资产类，累计投资余额达上百亿元。

在过去的几年里，大家人寿江苏分公司积极响应国家政策，加大在下沉市场的业务布局，不断提升服务质量，为农村地区的经济发展注入了新的活力。在我们目前存量客户数和存量保单中，下沉市场客户占比47.8%。

具体做法一是通过加强与网络服务体系健全、符合二元结构的金融机构合作，为农村客户提供了更加便捷的投保渠道。同时积极开展金融知识普及活动，提高下沉市场客户的金融素养，帮助他们更好地了解保险产品和服务。二是注重提升下沉市场的客户保障水平，以终身寿险为基础，不断推动重疾、医疗、意外等险种的覆盖，为下沉市场客户提供了全方位的风险保障。这些举措不仅有助于提高下沉市场客户的幸福感和安全感，还为当地的经济发展提供了有力的支持。

【关键词】科技加持

问：在数字化转型的行业大背景下，大家保险如何着力增强数智化水平，打造智能化服务系统，探索“保险+科技”的创新发展模式？

答：数字化时代，也是体验经济的时代，保险客户对用户体验提出了更高的要求，“简单、便捷、透明、一致、贴心”成为保险客户的诉求。

有鉴于此，集团积极开展数智化转型，利

用新科技、互联网、大数据、人工智能改造自身的系统，创新提出以一个愿景、两个定位、三大能力、四项措施、五大支撑为内容的“一二三四五”数智运营蓝图，加快向数智运营的转型。

立足江苏市场，我们坚持通过优化承保流程，推进投保全流程线上化，改进承保服务质量，提升承保服务体验。2023年以来，江苏分公司承保线上化率高达90.2%，手工单业务时效提升38%；

通过线上保全功能全覆盖、远程视频保全、智能保全等措施，持续优化保全功能，实现保全自助化、自动化、无纸化。2023年前10个月保全受理25万件，时效0.003天，线上化率97.4%，同比提升约6%；通过探索基于移动端的理赔服务新流程，提升理赔服务时效，持续改善内外部用户的理赔服务体验；通过推动电话服务的专业化智能化转型，提升电话服务指标与电话服务质量。2023年以来，江苏分公司理赔线上化率72.3%，大大提升了理赔服务效率。平台建设方面，面向C端客户，大家人寿可线上化功能上线率达100%。截至2023年10月31日电子化回访成功率86.13%，VIP增值服务触达率44%。此外，公司个险渠道启动AIGC数字人智慧招募官项目，为绩优伙伴采集并生成一个复刻的数字人，由数字人帮助生成视频，未来可以做私域内容传播，也可以做公域直播，让营销团队更好地服务于更广阔的客户市场。

【关键词】服务提质

问：保护消费者权益，是行业持续健康发展的根基。近年来，大家人寿江苏分公司通过哪些举措形成保护消费者权益与有序发展的正向循环，让服务不断提质？

答：我们始终坚持做好消费者权益保护和金融教育宣传工作，提升公众风险防范意识，通过“线上+线下+分支机构高管参与”的三轮驱动，开展了形式多样的宣教活动。

一是线上开展“2023我是金融宣传员”微信推广活动；开展以案说险、风险提示等线上宣传活动；鼓励下辖机构积极开展符合本地实际情况的线上宣传活动。二是线下充分利用职场阵地宣传；面向“一老”“一小”“一新”以及农村地区人群开展精准定位宣传教育。三是分公司总经理高度重视，拍摄宣传视频；开展总经理接待日活动，重视客户服务。

以2023年“3·15”期间为例，分公司及下辖机构通过线上转发总公司官微推文10条，触达消费者近万人次；以案说险等宣传作品共发布23条，浏览量共计人次1.95万；线下开展对外宣传教育活动21场，内外勤专题培训线上、线下7场。活动共计发放宣传资料976份，网点宣传教育覆盖率100%。共触达消费者2.95万余人次。

·王广喜·



南通报业传媒集团

小记者·大作为

欢迎加入 江海小记者

亲爱的同学：

欢迎你加入江海小记者，与我们共赴快乐成长之旅！

习近平爷爷说，少年儿童是祖国的未来，是中华民族的希望。

“江海小记者”是由南通市文明办、南通市教育局、江海晚报社共同创设的服务少年儿童的素质教育平台，已经走过了二十五年历程，累计培养小记者17万余人次，很多大哥哥、小姐姐都已成长为国家栋梁和各界精英。

在这个平台上，你能长见识、壮胆量，与百姓生活、社会政务、知名企业、高端名人全方位接触，变身“小小社牛”；在这个平台上，你将善思考、练文笔，成为勤于观察、乐于阅读、善于写作的“小记者”“小作家”；在这个平台上，你会开眼界、强素质，沉浸清华北大等高等学府，到博物馆、古都城、大舞台感受中华文化，在人工智能、元宇宙、发明家训练营触摸科技前沿……

天地广阔，万物可爱！来吧，亲爱的同学，请庄严写上你的名字，让我们一起拥抱梦想，快乐成长，成为更加精彩的你！



报名方式

扫码报名



长按并识别小程序

正确填写确保无误

确认点击提交

报名截止日期
2023年12月25日

小记者·大权利

持有2024年度江海小记者证——

- ★到北京银行南通分行办理儿童专属储蓄卡（可定制卡面），享受定制存款高利率，办卡抽盲盒，领取欢迎大礼包。
- ★免费获赠2024年度《江海晚报·成长周刊》（每周一投递）。
- ★文化宫世纪影城购票享受影片最低限价，送爆米花一桶。
- ★幸福蓝海国际影城圆融店购票享受影片最低发行价。
- ★至南通更俗剧院：①享受院线规定的最低票价。②更俗剧院自己独家承办的演出剧目，可享受正价8折优惠。

☆免费游览南通狼山、军山、剑山、啬园景区。

☆免费畅游如东大洋口林克斯温泉乐园。

☆南通菲颂蛋糕各门店享受9折优惠。

☆南通“狼性精神”培训拓展基地所有体验项目享受特定优惠。

☆游览启东唐城沉浸乐园，小记者家庭享受(一大一小100元优惠票价、两大一小180元优惠票价)。

☆南通薄荷博士口腔各门店享受8项免费口腔检查项目。

☆佳麦烘焙各门店享受98折优惠（到店出示小记者证，注册会员，登记成功即可）。

小记者·大福利



记者装备

穿上特制的小记者采访背心！戴起帅气的棒球帽！带上华丽丽的小记者采访证、采访本，整装出发！

名师讲堂

周末零门槛参加名人、名师授课的江海名师大讲堂。

定制活动

参加每周精彩纷呈的采访、采风、探秘、手工DIY等活动，确保全年至少一次以上活动。还有寒暑假趣横生的冬令营、夏令营！

投稿园地

全年确保一篇优秀稿件在《江海晚报·成长周刊》或南通发布APP小记者频道发表！

新闻学院

开设新闻讲堂对话大记者名作家
开展新闻实践走基层童眼看世界
开启各类社团探究未知发现精彩

小小的记者证能帮助你成就大大的梦想
还等什么，快快加入我们吧，也许明天的新星就是你！



0513-68218919

13962809109 15862846166

13773605302 18862924505