

2019

台灣人壽永續保險報告書

Taiwan Life Sustainable Insurance Report



董事長的話

如何將 ESG 落實於各項業務，已成為台灣人壽經營的重要目標。我們響應聯合國永續發展目標 (SDGs)，近年來致力於將 ESG 納入治理決策、保險業務及投資放款之中，秉持為世界永續發展盡一份心力的精神，自願遵循並導入聯合國永續保險原則 (UN Principles for Sustainable Insurance)。

今年正式導入責任投資原則 (Principles for Responsible Investment)，制定「責任投資政策」及「責任投資作業辦法」，將 ESG 評估標準落實在投資流程及投後管理中，並於今年 7 月，發布經第三方確信的「責任投資報告暨盡職治理報告」，表達支持並實踐綠色金融的態度與決心。

此外，中信金控 2020 年 4 月正式簽署氣候相關財務揭露專案 (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD)，台灣人壽也全面審視氣候變遷對營運及業務的潛在風險，以提早因應氣候變遷可能帶來的衝擊。

台灣人壽為確保董事會結構的多元性與獨立性，11 席董事中設有 5 席獨立董事，維持獨立董事超過三分之一；同時也回應主管機關公司治理 3.0，在透明揭露盡職治理情形，強化利害關係人之溝通，強化公司治理，奠定企業永續基石。

保險商品上則重視金融包容性，持續開發「B 型肝炎帶原者」弱體保單、糖尿病患者之外溢弱體保單等，同時，更重視全球及臺灣高齡化的問題，除推動長照型商品之外，更長期與非營利組織及社會企業合作各項高齡公益專案，並且針對內外勤同仁舉辦長照培育課程，成為國內「活躍老化」及「在地安養」的重要推手。

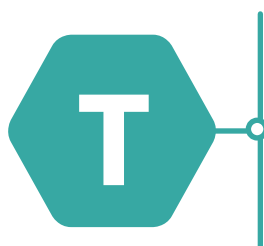
台灣人壽期勉跟大家一起努力，為環境永續盡一份心力，朝保險業永續標竿邁進。

董事長 黃思國



台灣人壽 TRUST 使命

台灣人壽依循中信金控 We are family 的品牌精神，並以「守護與創造」做為企業使命，為客戶提供最專業的商品與服務，期許與客戶攜手共創美好的未來。在永續布局上，台灣人壽依循中信金控以「TRUST」為策略，透過「公司治理（Transparency）、環境永續（Responsibility）、員工關懷（Understanding）、產品服務（Satisfaction）、社會參與（Together）」五大面向，逐一擘劃出未來的永續藍圖。



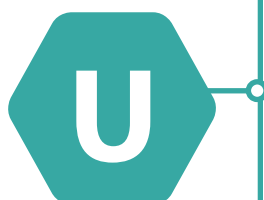
Transparency 公司治理 | 透明的治理方針

透過強化公司治理、法令遵循、風險控管、資安防護，並結合科技打造安全良好的經營環境，建立公開、透明的治理制度，創造事業永續發展的基礎。



Responsibility 環境永續 | 負責的環境態度

台灣人壽認為關懷環境生態平衡及資源再生是企業應擔負的社會責任，除了推動自身達到國際環境標準驗證外，亦積極支持能源轉型及綠色產業在地化，增加再生能源投資並提倡責任授信及綠色金融，共同保護環境，創造永續家園。



Understanding 員工關懷 | 窩心的員工照顧

台灣人壽秉持中信金控 We are family 品牌精神的第一步就是將員工當作家人一樣照顧，台灣人壽理解員工多樣的需求，並持續在各方面展現對員工的重視，定期舉行員工意見調查以傾聽員工的心聲，致力於建立勞資和諧、平等與開放的職場文化，提供員工適合的培訓及發展規劃，並營造舒適的職場環境，使員工可在互助、互愛、互信的環境中提供良好服務。



Satisfaction 產品服務 | 完善的產品服務

滿足客戶的需求，也是我們不斷進步的原動力，而「創新」，則深植於台灣人壽，是讓我們能夠持續開創新商品、新服務的 DNA。仔細聆聽海內外客戶需求，設計全方位的保險商品，善用現有優勢並結合數位金融科技，持續提供多元數位服務接點，讓每個人都可以享受優質的專業服務，並在服務過程中，善盡保護客戶隱私的責任，給予客戶最安心的服務享受。



Together 社會參與 | 齊心的社會成長

台灣人壽跟著中信金控社會參與的腳步前進，不僅要持續擴張自身業務，追求的更是與整個社會、我們生活的這片土地共同成長，除了持續結合公司能力來強化社會福祉，更推動各項社會關懷專案。

目錄Contents



關於本報告書.....4



永續營運與人才23
一、ESG 營運管理23
二、多元人才與培力25



關於台灣人壽.....5
一、公司簡介.....5
二、外部肯定.....6
三、組織架構.....8



對外揭露與議合27
一、一般性商品產學合作.....27
二、普惠金融商品跨業合作27
三、利害關係人溝通28
四、公益行動.....29



永續發展策略.....9
一、ESG 策略與管理流程9
二、投資與放款管理11



確信報告32



永續商品與服務13
一、永續商品設計13
二、永續服務體驗.....15
三、透明多元的服務與快速的
理賠管理21



附錄37
原則索引37

關於本報告書

本報告書以聯合國永續保險原則 (Principles for Sustainable Insurance, 下稱 PSI) 之四大面向為架構，揭露台灣人壽保險股份有限公司 (下稱台灣人壽) 於各項業務過程中面對環境、社會、公司治理 (Environment, Social and Governance, ESG) 的觀點與因應作為，以作為與本公司利害關係人溝通之主要媒介。本報告書之第一、二章節皆為台灣人壽基本資訊與理念介紹，第三章節專注於永續保險策略相關資訊及管理流程揭露，第四章節以永續保險商品與服務為主進行揭露，第五章節闡述本公司以永續發展概念進行營運及人才管理之作為，第六章節以永續保險理念推廣、合作以及相關公益活動做為主軸。永續保險原則之詳細索引列於附錄章節以供閱讀。



報告期間

本報告書內容所刊載的資訊期間主要為 2019 年 1 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日。已於報告書內明確說明資訊涵蓋期間。



邊界與範疇

本報告書績效之呈現以臺灣地區為主，資訊範圍僅涵蓋台灣人壽公司，且揭露範圍僅包括台灣人壽各營運據點，並不包括子公司及中國大陸之合資公司相關績效。部分組織架構資訊將延伸至台灣人壽之母公司中國信託金融控股公司 (下稱中信金控)，已於報告書內明確說明資訊涵蓋範圍。於報告期間，台灣人壽之規模、架構或所有權並無重大改變。本報告書數據蒐集過程與量測計算方法，係邀集相關部門，透過投資活動及營運管理的數據蒐集、議題討論及各單位訪談，按國際相關準則及指標要求，彙整出台灣人壽在永續保險面向的績效資訊。各項指標數據資訊的蒐集、量測與計算方法，係以符合 PSI 之要求為主要依據，如指引中無特別規定，則參考國際標準 (如 ISO 相關國際標準)；如無國際標準可適用，則以產業標準或產業慣例為依歸。



編製原則

本報告書依循聯合國永續保險原則之各點要求及執行細項所編撰。本報告所使用之貨幣單位皆為新臺幣元。



報告確信

本報告書部份績效數據經安永聯合會計師事務所依中華民國確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」進行獨立有限之確信 (limited assurance)，確信報告書附於本報告書第 32-36 頁。



意見回饋

台灣人壽保險股份有限公司 公關部企業責任科
官 網：<https://www.taiwanlife.com/>
電 郵：mppr-pub@taiwanlife.com
總部地址：台北市南港區經貿二路 188 號 8 樓

關於台灣人壽

一、公司簡介

● 中信金控為強化金融服務的廣度，提供客戶更多元的金融服務，積極規劃跨入保險事業的經營，2011 年併購美商大都會保險金融集團 (MetLife, Inc.) 在臺子公司 100% 股權，2012 年更名為中國信託人壽保險 (股) 公司 (以下簡稱「中信人壽」)，2015 年中信金控為擴展旗下保險事業規模，併購台灣人壽保險 (股) 公司 (以下簡稱「台灣人壽」) 成為 100% 持股之子公司。並於 2016 年初合併子公司台灣人壽與中信人壽為「台灣人壽」，台灣人壽在金控綜效之下，已成為金控重要之獲利引擎之一。

台灣人壽從客戶的角度出發，提供全方位保險服務，推出多張創新商品，並且回應社會所需，持續開發具金融包容性與扶弱、老年醫療等相關的保險產品服務，讓各年齡層與族群都能夠受到完善保障。同時，運用金融科技貫徹「以客戶為中心」理念，全面推動數位改造計畫，率業界之先，創立 EdgE 數位實驗室 (End-to-End Digitalization Lab) 開發一系列數位工具，打造業務部隊成為「全方位專業與數位化能力的保險顧問」，以提供客戶快速且完整的服務。

台灣人壽透過優化商品結構，創造穩定獲利的基礎，以因應未來多變的經營環境。2019 年在轉型策略的推動，以及市場投資機會的掌握下，稅後淨利達新臺幣 131.1 億元，創下成立以來的新高，截至 2020 年上半年累計稅後淨利達新臺幣 81.4 億元，創下同期新高紀錄。

台灣人壽以「守護與創造」為使命，看顧客戶、員工、股東與社區的價值，建立美好的未來，逐步朝向「最為客戶著想的保險公司」邁進，以成為華人地區保險服務的第一品牌為願景。

全職員工人數
3,307人



資產總額
新臺幣
2.00兆元



成立於
1947年



資本適足率
293%



註 1：以上數據係統計至 2020 年 6 月底。

註 2：員工人數不含約聘僱同仁。

二、外部肯定

台灣人壽堅守「取之於社會，用之於社會」之理念，在力求創新商品，提供保戶更多元便利的選擇及服務之餘，積極投入社會公益，並結合大眾需求提供多元的新型態服務。2019 年 1 月至 2020 年 6 月我們榮獲共計超過 63 個國內外獎項（以下僅列部分），顯示台灣人壽長期的努力備受肯定。



3A - 數位大獎 (The Asset Triple A Digital Awards)

1. 臺灣年度最佳數位保險公司 (Digital Insurer of the Year)
2. 臺灣最佳數位保險體驗 (Best Digital Insurance Experience)



金融創新服務獎 (Financial Insights Innovation Awards)

亞太區 20 間最佳保險公司 (20 Best Insurers in Asia Pacific 2020)



全球品牌獎 (Global Brands Magazine Awards)

臺灣最佳壽險品牌 (Best Life Insurance Brand, Taiwan)

2020年 重點獎項



全球 100 大最有價值保險品牌 (Brand Finance Insurance 100)

全球最有價值保險品牌第 54 名



3A - 機構投資者、ETF 及資產服務提供者大獎 (The Asset Triple A Sustainable Investing Awards)

1. 年度最佳投資機構 - 保險類 (Insurance Investor of the Year)
2. 年度最佳 ESG 投資機構 - 保險類 (ESG Investor of the Year for Insurers)
3. 財資雜誌編輯評審團三星大獎 (Editors' Triple Star)



保險業亞洲獎 (Insurance Asia Awards)

1. 臺灣年度新保險商品 (New Insurance Product of the Year, Taiwan)
2. 臺灣年度理賠創新 (Claims Initiative of the Year, Taiwan)

2019年 重點獎項

 **全球品牌獎 (Global Brands Magazine Awards)**
臺灣最佳壽險品牌 (Best Life Insurance Brand, Taiwan)

 **全球 100 大最有價值保險品牌 (Brand Finance Insurance 100)**
全球最有價值保險品牌第 49 名

 **保險業亞洲獎 (Insurance Asia Awards)**
年度最佳市場行銷 (Marketing Initiative of the Year)

 **亞洲保險業科技獎 (Asia Insurance Technology Awards)**
創新及新興科技 (Innovation and Emerging Technologies)

保險信望愛獎

- 
1. 「最佳保險專業獎」大獎
 2. 「最佳商品創意獎」大獎
 3. 「最佳通路策略獎」大獎
 4. 「最佳專業顧問獎」大獎
 5. 「最佳通訊處獎」大獎

臺灣保險卓越獎

1. 金質獎：保戶服務專案企劃卓越獎、人才培訓專案企劃卓越獎
2. 銀質獎：公益關懷專案企劃卓越獎、商品創新專案企劃卓越獎、資訊應用卓越獎、保障型商品推展卓越獎

 **台灣企業永續獎**
以「高齡共好關懷專案」獲得「社會共融獎」

 **微型保險競賽**

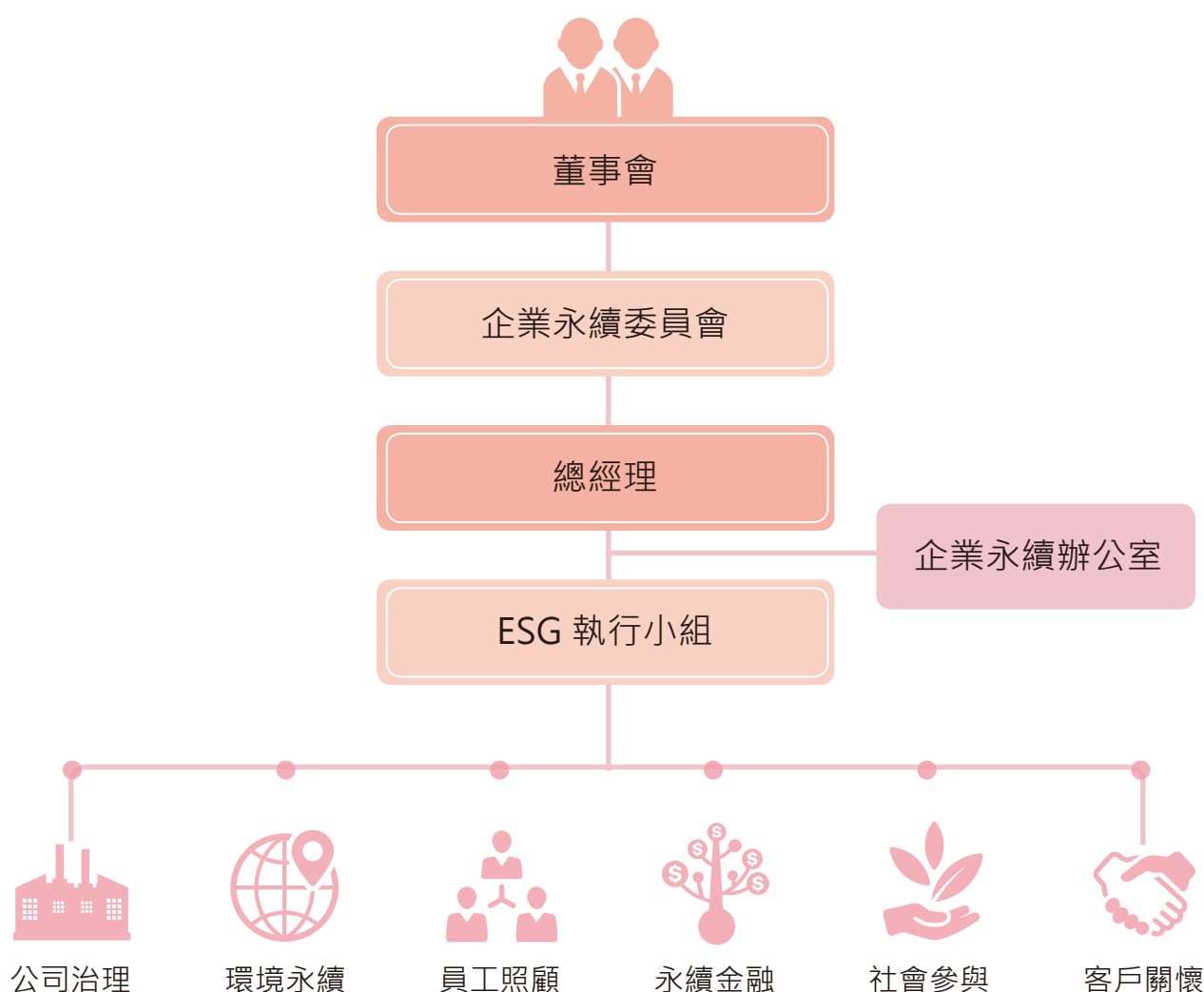
1. 微型保險競賽第二名
2. 投資新創重點產業評選「財務投資組」優等

三、組織架構

● 中國信託身為臺灣最具影響力的金融機構之一，透過具組織化的治理機制及全體員工的參與，積極採取相關作為，促進永續各個面向的不斷精進。

為強化董事對企業永續的監督管理責任，2020 年 6 月經董事會決議通過，正式將「企業永續委員會」提升為功能性委員會，全數由獨立董事擔任委員，負責監督及指導集團永續相關議題。並設置「ESG 執行小組」，由金控總經理擔任執行長，依「公司治理、環境永續、員工照顧、永續金融、社會參與及客戶關懷（2020 年新增）」六大面向，偕同各子公司經營管理階層，帶領本公司落實各項永續機制。

此外，在永續管理機制的運作上，中信金控於 2020 年設置「企業永續辦公室」，負責統籌金控暨各子公司之企業永續相關業務規劃與執行，同時擔任「ESG 執行小組」的會務單位，依據本公司之永續策略，每季定期召開會議，除針對企業重要永續議案進行討論外，也針對各工作面向及專案之目標與進程進行追蹤控管，以落實企業永續管理之作為。每半年定期向董事會報告企業永續年度計畫、執行方案與其執行成效，及其他重大企業永續相關事項等，促進 ESG 各面向之精進，提升履行企業永續執行成效。



永續發展策略

台灣人壽自願遵循聯合國永續保險原則 (PSI)，秉持為世界永續發展盡一份心力之精神，朝保險業永續發展之模範與標竿邁進，並依循 PSI 之四大原則，將本公司各項內外部相關業務納入永續保險精神。

一、ESG 策略與管理流程

- 台灣人壽將 ESG 精神落實至各項內外部業務，涵蓋業務類別如下：投資業務、商品設計、客戶服務、能源與資源管理、數位金融服務、公益行動、行銷及利害關係人溝通、員工教育訓練。

各相關部門在其業務中納入 ESG 指標與作為，並定期彙報執行進度，以及參照世界標竿企業，擬訂短中長期目標，深化 ESG 及永續保險原則之經營理念。

1. ESG 業務執行策略

在上述所涵蓋部門之業務範圍內，台灣人壽的 ESG 業務執行策略如下：

E

● (1) 環境議題相關業務

台灣人壽於環境議題上，除重視能源環境管理、碳盤查及綠色採購，相關業務主要專注於投資、放款以及風險管理部門。投資與放款部門針對業務往來之公司審核其環境表現，並設定環境高風險產業為重點關注產業，進行額外風險評估及追蹤檢視其環境表現。風險管理部門亦重視氣候相關財務揭露建議 (TCFD)，評估本公司相關實體風險與轉型風險。

在業務機會發展上，相當重視再生能源產業，除了投資太陽光電項目之外，也率台灣與亞洲同業之先，投入離岸風力發電之投融資活動，包括與哥本哈根基礎建設基金 (CIP) 共同成立台灣風能公司，投資建設彰化沿海約 600MW 之離岸風電，參與海能風電 (Formosa 2) 與彰芳 / 西島兩大離岸風力發電的專案融資，用於建設合計約 978MW 的離岸風電項目，以實際行動表達對環境友善產業之支持。

S

● (2) 社會議題相關業務

台灣人壽恪守公平待客原則，確保每一位保戶都得到公平的待遇與合理的理賠。客戶服務處提供即時、公平、設身處地及透明公開的理賠流程與相關客戶服務，均詳盡解釋並被客戶所充分理解。台灣人壽推出多項保險商品與服務均與社會議題息息相關。商品精算處推出多項具金融包容性之保單，並考量社會議題納入保險精算當中。客群行銷部以及數位金融部更整合各項與保戶相關之 ESG 議題，以金融包容性為核心，向客戶提供公平便利的工具與服務。公關部更長期投入高齡公益行動，以社會共好之理念為民眾服務，期許能夠回應社會議題。內部業務方面，針對保險從業人員，提供 ESG 相關教育訓練，期望將 ESG 之觀念建立於基礎之中。

G

(3) 公司治理議題相關業務

公司治理是台灣人壽不斷努力並積極自我提升之重點議題，配合主管機關頒布之「公司治理藍圖 3.0」中的五大主軸，逐步推動各項公司治理業務。本公司已設置公司治理主管，並設有專職公司治理人員，統籌公司治理核心業務。

另外，為確保董事獨立性及多元性並積極推動董事會職能，台灣人壽設有審計委員會，遂行監督公司營運之責任，董事會內的獨立董事席次近半，且獨立董事之專業背景橫跨學術及實務界，具備高度專業之法律、會計、風險管理知識以及豐富實務經驗。

台灣人壽也積極發展企業風險管理機制，已設置風險管理委員會，並訂定風險治理核心政策，同時修訂「公司治理實務守則」、「企業社會責任實務守則」、「誠信經營守則」，發布「機構投資人盡職治理守則遵循聲明」及中、英文版「盡職治理報告」。

對於各項法令遵循、洗錢防制、打擊資恐、資安防護等金融機構重大議題，皆設有相關委員會以及內部規範，並進行新進人員之教育訓練。台灣人壽積極落實公司治理文化，期望藉由建立公開、透明的治理體制與相關規範，持續推進公司治理的永續藍圖。

2. ESG 相關管理流程

台灣人壽流程規劃如下：



3. 永續保險政策

台灣人壽將依循 PSI 四大原則之精神，於 2020 年底前完成永續保險政策訂定，做為提供台灣人壽各項相關業務納入環境 (E)、社會 (S) 和公司治理 (G) 精神之依據。

此外，專責單位將按月確認有無突發 ESG 事件，按季呈報 ESG 執行進度，並於每年提案 ESG 執行情形至董事會，以供董事會成員及經營團隊掌握 ESG 執行情形及制定相關策略。

二、投資與放款管理

1. 責任投資管理

台灣人壽於 ESG 相關之投資方面，已於 2020 年度發布「責任投資政策」與「2019 責任投資報告暨盡職治理報告」，並以聯合國責任投資原則 (Principles for responsible investment, PRI) 以及證交所發布之盡職治理守則為基礎，向利害關係人報告期間內之責任投資作為以及盡職治理作為。



責任投資政策

2. ESG 放款管理

台灣人壽之放款業務多為國內中小型企業及個人客戶，因此放款管理目前以負面資訊過濾方法為主，對於放款對象主要關注重點在企業、負責人等是否涉訟、企業辦理勞工退休金提列概況，以及是否有負面訊息或新聞等狀況進行檢視。



責任投資報告暨
盡職治理報告

依據本公司「放款徵信、核貸、覆審作業規範」融資準則之規定，融資個案於放款徵信審核程序中，應檢視放款戶是否善盡環境保護、企業誠信經營及社會責任等議題，審酌辦理徵信與評估，於授信批覆書首頁確認「是否涉及企業誠信經營及社會責任等遭起訴之情形」，並要求充分揭露評估之資訊於徵信報告中，俾供各級權責主管做出合適之融資決策。

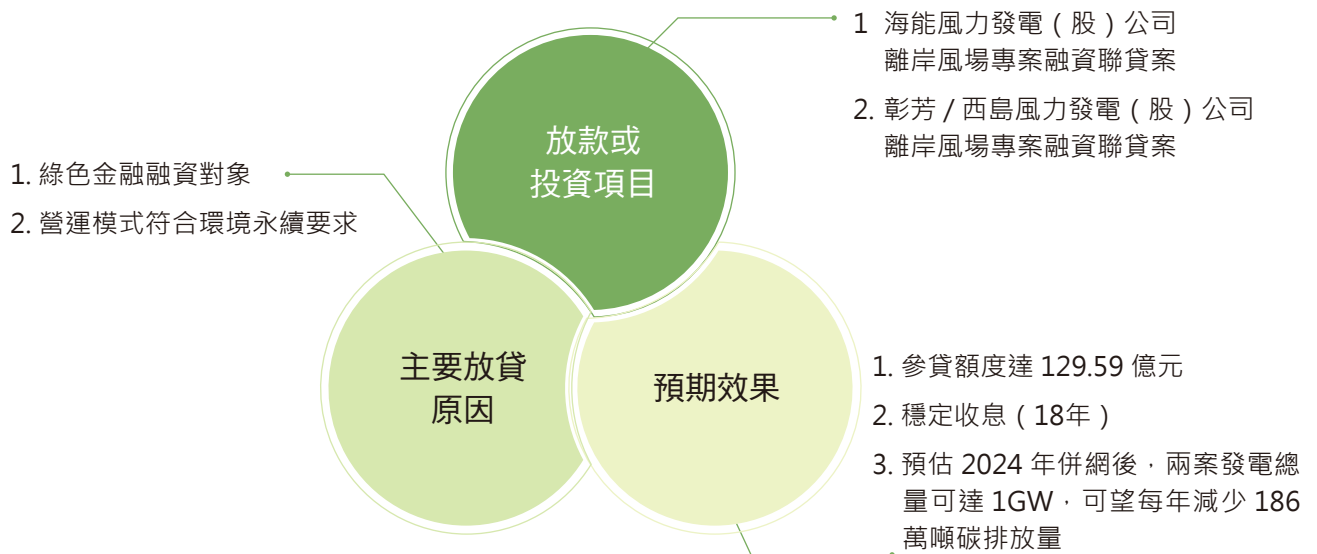
就放款客戶之貸後管理，係依據本公司「覆審管理準則」規範，對法人、負責人及保證人等對象於案件核准後每半年辦理乙次期中覆審。辦理期中覆審作業時，一律重新辦理營運能力變化、債信 / 票信紀錄變化、洗錢防制及 ESG 等相關訊息之徵信與評估作業。

(1) ESG 放款流程



(2) 綠色放款專案

另響應本公司重視之環境議題，本報告期間綠色放款專案如下：



(3) 異常個案處置

本報告期間放款客戶 ESG 異常事項如下：

- 1**

建設開發案與負責人
司法爭議事件

異常原因

建設公司因開發案件與台北市政府發生開發爭議，及負責人涉及賄賂公務人員等司法案件，引發社會輿論關注及批評，引起本公司期中覆審之 ESG 疑慮。

後續處置

因衡酌該公司財務結構尚佳，且公司新負責人面對爭議事件勇於任事態度，及與本公司往來期間履約狀況良好，擔保品擔保價值亦未貶落等實況，經期中覆審評估後仍續與往來但將持續觀察。
- 2**

XX 建設不動產
擔保融資案

異常原因

企業借款戶因擔保品座落順向坡原因，引發周邊社區居民對建案開發之安全性滋生疑慮爭議，於放款流程中 ESG 負面訊息檢核時引起本公司 ESG 疑慮。

後續處置

因衡酌社會責任與環境永續議題，故予拒貸。
- 3**

OO 建設不動產
擔保融資案

異常原因

企業戶主要股東及最終受益人等經查詢為本集團關注名單或債票信欠佳者，核屬高風險客群，於放款流程中徵信報告評估時引起本公司 ESG 疑慮。

後續處置

經評估有涉公司治理欠佳議題，故予拒貸。

CH 4 永續商品與服務

台灣人壽始終堅持「以人為本」，並以此為理念開發契合保戶需求之保險商品，持續朝滿足國人全方位保障需求之目標前進，努力不懈追求商品創新與突破，契合各類客群之保險需求，達到金融包容性之目標。

一、永續商品設計

保險商品考量 ESG 層面，設計多種具金融包容性保險商品，分述如下：

1. 投資型

ESG 在投資領域已是主流議題，根據產業發展經驗，重視 ESG 的企業其風險管理及獲利較一般公司有較佳的表現，因此僅就 ESG 標的開發與投信篩選等說明策略與規劃：

(1) ESG 標的開發

本公司於 2019 年即導入具 ESG 投資策略的目標到期型基金 TDF 連結於投資型保單 - 鑫富 100 系列，統計銷售金額達到新台幣 11.5 億元，並再於 2020 年 9 月導入具 ESG 策略之新全委標的，因為市場對 ESG 認同度佳，未來持續依循商品平台連結 ESG 策略投資標的模式，持續推出新商品。

因投資型保單具有投資風險，為提供高齡客戶更友善的投保環境，本公司除依法令對高齡保戶投保時進行錄音作業外，另對 70 歲以上的高齡保戶限縮其投資範圍，僅能為保守及穩健型級別的投資標的。

(2) 投信篩選

為促進合作夥伴對 ESG 議題的重視，本公司規劃於 2021 年 Q1 前進行投信篩選及遴選辦法的修訂作業，將具有接受 ESG 評鑑且得分達一定標準列為評選加分之條件。

2. 傳統型

微型保單

照顧經濟弱勢、特定身分族群最基本的意外保障

小額終老

有基本壽險保障需求的民眾

弱體保單

被保險公司歸類為非標準體之體況不佳的民眾

身心障礙者保單

輕、中度身心障礙者可投保的終身醫療保險

傳統型

外溢型保單

有保障需求及願意自主健康管理

年金型

有退休規劃需求之中、高齡族群

長期看護、失能扶助型

針對中、高齡族群長期照顧需求

針對突發性重大疫情事件

罹患突發性重大傳染病患者

 型態	 適用族群	 特色	 目的
微型保單	照顧經濟弱勢、特定身分族群最基本的意外保障	低保額、低保費、簡易核保免體檢	- 響應政府政策 - 鼓勵弱勢民眾轉嫁風險，減輕社會負擔
小額終老	有基本壽險保障需求的民眾	針對高齡者之需求，提高承保年齡、保費較市售其他一般終身壽險便宜	解決一部分「終老」的社會問題
弱體保單	被保險公司歸類為非標準體之體況不佳的民眾	領先業界推出第 2 型糖尿病患者、B 肝帶原者及特定癌症患者的專屬保單	避免民眾因體況不佳而面臨「次標加費」、「除外責任批註不保」或是「拒絕承保」等狀況
身心障礙者保單	輕、中度身心障礙者可投保的終身醫療保險	商品內容包含住院、手術及身故保障，並簡化投保程序，持證投保免體檢	使特定輕、中度身心障礙者能享有終身醫療保障
外溢型保單	有保障需求及願意進行自主健康管理之民眾，依商品保障內容分成以下 2 個族群： - 有特定傷病保障需求之民眾 - 糖尿病前期或第 2 型糖尿病友	- 透過保費折減誘因，鼓勵被保險人持續運動、健康飲食、戒菸等自主健康管理 - 鼓勵糖友配合醫師指示量測血糖及定期用藥等自主管理	- 改變過去發生疾病才治療的模式，重視疾病發生前啟動預防醫學和健康管理的新觀念 - 藉由降低罹病率或幫助糖友控制病情，減少保險公司理賠金額，間接降低社會醫療資源負擔；達到保戶、保險公司及政府三贏的目的
年金型	有退休規劃需求之中、高齡族群	作為退休規劃工具，為將來老年生活儲備經濟來源	透過讓壽險公司來協助解決因長壽而延長的生活經濟來源
長期看護、失能扶助型	針對中、高齡族群長期照顧需求	簡易核保免體檢，最高投保年齡 75 歲，保證續保可達 85 歲	可應付老年時期較多醫療保障需求
針對突發性重大疫情事件（如：2020 年新冠肺炎）	罹患突發性重大傳染病患者	- 取消法定傳染病 30 日疾病等待期限制 - 提供一次性給付「法定傳染病慰問保險金」	降低因傳染病帶來的衝擊並讓罹病者安心療養

二、永續服務體驗

● 電子商務蓬勃發展，促使網路投保需求日益增加，同時具節能減碳之效益，台灣人壽已積極發展網路投保業務多年，2020上半年新契約保費已取得業界第一名。台灣人壽自2015年1月30日起開放辦理旅行平安保險之網路投保業務外，並配合法令陸續提供傷害險、定期壽險、年金險及小額終身壽險線上投保服務，以滿足不同客群需求。

1. 落實公平待客原則

台灣人壽除定期於董事會審議與公平待客相關之議題外，並啟動營運流程改造計畫、導入客戶淨推薦分數調查機制，針對各項與客戶相關之流程進行數位優化，以提高客戶體驗，落實以客戶為中心的經營理念，由總經理主持之公平待客委員會，審議公平待客相關案件，亦全力推動從客戶申訴個案之紛爭處理，同步建立通案之解決方案，期望成為客戶體驗最佳保險公司。



本公司公平待客原則相關具體作為如下：



原則一 訂約公平誠信原則

1. 於商品設計面及條款面，本公司根據不同保障需求，設計多樣保險商品，以滿足不同客戶之保障需求。
2. 於契約訂定及權利保護面，本公司之保險契約均依保險法及相關法令規定，提供保戶於收受保單起享有 10 日契約撤銷期，保險商品設計程序亦規定保單條款需確認遵守保險相關法令。
3. 審核案件時，依條款明定項目及保險法規核定給付，並以公平合理對待所有保戶：無歧視理賠、無關說理賠及一致性理賠。
4. 網路投保以及行動投保產出之建議書，以粗體或不同顏色之醒目方式表達重要事項，並註明相關爭議問題之申訴管道。
5. 放款依據本公司秉持平等互惠及誠信公平原則，將放款所列事項載明於書面，必要時並告知客戶，讓客戶充分瞭解。



原則二 ● 注意與忠實義務原則

1. 本公司董事會成員應忠實執行業務及盡善良管理人之注意義務，並以高度自律及審慎之態度行使職權。
2. 本公司商品研發作業，明訂設計保險商品時，不得有虛偽、詐欺、誇大宣傳保險業績效，或其他足致他人誤信之行為。
3. 於網路投保以及行動投保過程中，欲蒐集客戶個人資料前，明白告知其隱私權保護政策。
4. 對個資外洩之應變演練，就外部網路入侵及非法或異常使用行為所致之個資外洩情境，研擬計畫並定期演練及檢討改善。



原則三 ● 廣告招攬真實原則

1. 現售商品之說明書，與所連結基金之公開說明書內容一致。
2. 與合作對象簽訂合約，約定合作對象及其所屬業務員或員工均不得擅自製作未經本公司核可之任何保險商品之文宣及廣告等資料。
3. 定期對本公司電話行銷人員進行相關招攬法令規範宣導。
4. DM 文宣皆依「台灣人壽商品廣宣管理作業準則」製作，並經會辦權責單位，確認是否符合規範，審核、修改、確認後才會使用。



原則四 ● 商品或服務適合度原則

1. 現售商品之說明書，均已參照相關公會「基金風險報酬等級分類標準」訂定管理專設帳簿資產所屬風險報酬等級。
2. 瞭解並評估要保人及被保險人保險需求及適合度之政策。評估保險金額、保險費與收入、財務狀況與職業等之間具相當性之作業程序。
3. 對身心障礙者應參考險種特性及公司核保之相關考量因素，以核定適當之承保條件，不得僅因身心障礙者而有不公平待遇。
4. 辦理機場櫃檯旅平險銷售時，於投保前請客戶提供資料，櫃台服務人員將於系統登打後進行相關檢核，以確認商品適合度。
5. 業務員使用行動投保工具，於投保前會依照各類商品要保書之需求，請客戶提供資料，並檢視該商品符合保戶適合度。



原則五 ●告知與揭露原則

1. 系統自動註記應付保戶款項，以利日後保戶進線 0800 客服專線、或辦理保全變更、理賠或投保新契約時，於系統畫面提醒相關部門經辦人員該保單有應付未付款項，可即時請保戶提供正確匯款帳號。
2. 辦理形式審查拒賠案件通知作業，寄發保戶之信函內容需敘明拒賠案件依據之法令或契約條款。
3. 依據相關法令製作「蒐集、處理及利用個人資料告知書」，相關告知書內容已與保險金申請書、數位服務同意書及調閱病歷同意書合併印刷，以確認向保戶蒐集個人資料時，本公司已確實履行告知義務。
4. 業務員於招攬保險時應向金融消費者充分說明該金融商品、服務及契約之重要內容，並充分揭露其風險並就保戶個資應負保密義務。
5. 本公司對受理申貸案件所應徵提之資料，皆於申貸相關資料中充分告知客戶，並秉持公正客觀之立場審查。



原則六 ●複雜性高風險商品銷售原則

目前本公司尚未銷售複雜性高風險商品。



原則七 ●酬金與業績衡平原則

1. 本公司獨立董事及非獨立董事酬金，依董事會績效評估結果提供予母公司中信金控，作為訂定其個別薪資報酬之參考依據，並依董事對公司營運參與程度及貢獻價值，同時參考同業水準議定之。
2. 綜合考量公司營運風險，依據本公司經理人薪酬辦法、年終獎金發放辦法、員工績效管理辦法，審視經理人之績效表現，發放經理人年終獎金及薪資調整案，均會提報董事會核定。
3. 與銷售通路簽訂共同行銷投資型保險商品之合約備忘錄，不得對特定金融商品給予較高報酬，以維銷售專業性及中立性。



原則八 ●申訴保障原則

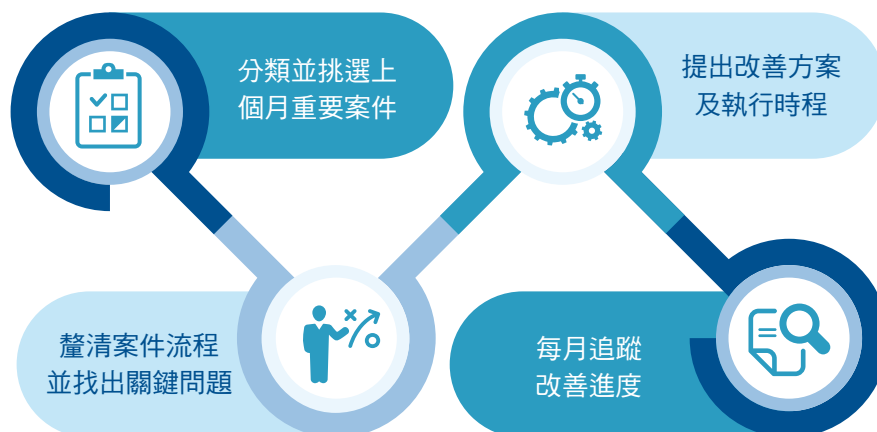
1. 客戶服務部為申訴專責單位，立案後會了解陳情人主張，原則上將照會被檢舉單位及其他相關部門協助釐清，再以獨立客觀第三方之立場，評判處理方案之妥適性，續予上簽辦理，以維護陳情人的權益。
2. 本公司受理顧客陳情及申訴案件皆以系統登記控管，且分析資料及處理進度，對於消費者爭議案件進行追蹤檢討作業，並研擬改善措施。
3. 為確實控管理賠申訴案件、降低理賠申訴率、提升客戶滿意度及健全理賠服務，明確規範理賠案件申訴流程，並使理賠申訴作業程序制度化、標準化，制定「理賠申訴處理作業說明書」。



原則九 ●業務人員專業性原則

1. 業務支援部於受理新進人員申請任用時，審核是否已取得保險業務員資格並繳交身分證影本及學歷證件影本為依據。
2. 本公司於業務員登錄後每年均依壽險公會管理辦法進行教育訓練課程之調訓，完訓後並通報壽險公會，以符合內外部法令規範。
3. 每月及每季通知應訓練之業務員進行教育訓練，每月檢視相關訓練是否完成。

客戶關懷機制運作方式：每月在經營執行會議呈報重點案件、改善方案及進度。

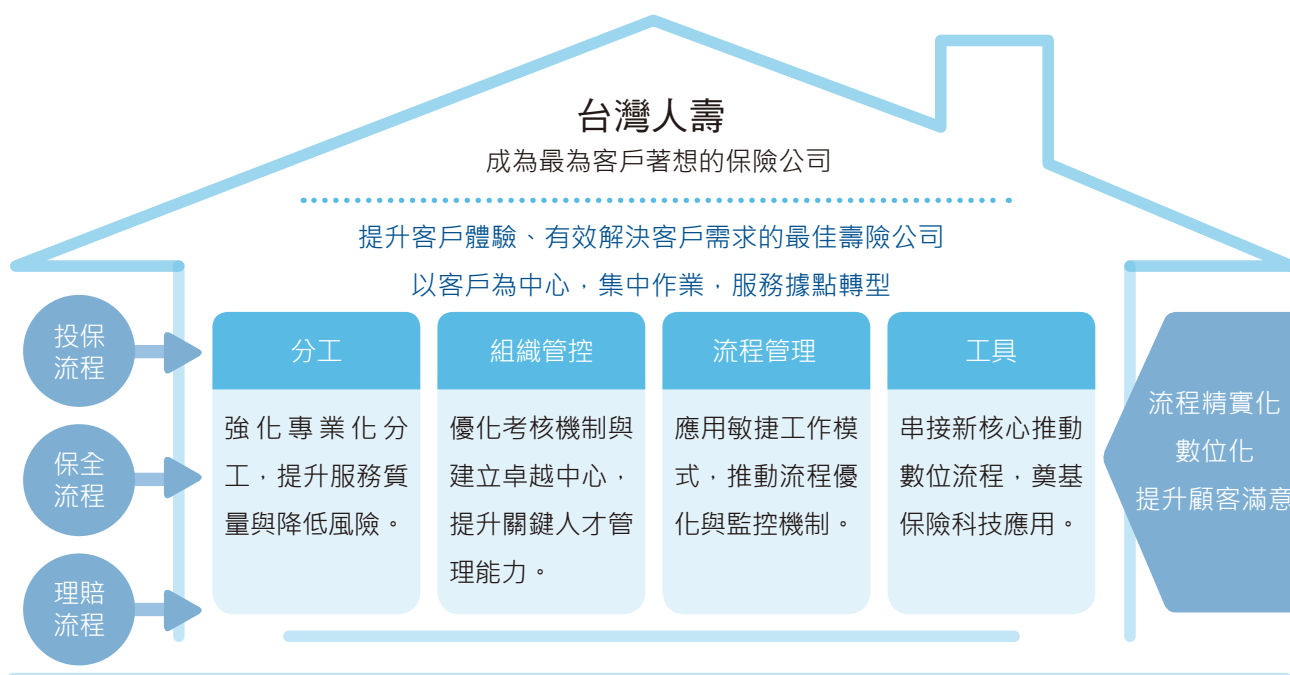


台灣人壽自 2018 年啟動「數位一條龍」客戶體驗改造計畫，針對不同服務需求之客群，研擬端到端 MVP 創意構想，以落實「以客為尊」之中心思想，2019 年更設立數位轉型專責單位，開始策劃台灣人壽新一代營運流程計畫 (Target Operating Model，簡稱 TOM)，鎖定未來 5 年內透過持續性的端到端流程優化與科技配套，針對各項與客戶相關之流程進行優化、改造，以實現智慧營運，並訂公平誠信原則、注意與忠實義務原則、申訴保障原則著手改善客戶滿意度，成為最為客戶著想的保險公司。

以客戶為中心的感動服務

2017 年，台灣人壽清查待領保險金後，發現一位許姓保戶於 2008 年及 2014 年保單滿期時，投遞滿期金支票均遭退回，無法聯絡，其未領之滿期金金額累計高達 140 萬。

透過多種管道尋覓保戶，並由原登錄地址拜訪新房客，得知原屋主（許姓保戶）已赴日本定居開業（保戶為一位醫師）。經台灣人壽服務人員鍥而不捨之查訪，依受訪人員口述之診所名稱，轉查得知與日本埼玉縣一家診所相符。經台灣人壽去電求證，起初許姓保戶因時間久遠已不復記憶，經本公司同仁詳盡說明後，始回憶起此事。最終，本公司取得客戶簽署確認，並將款項順利匯入保戶帳戶，完成給付。為此，保戶還特別返台對本公司表達謝意。



2. 多元溝通管道

我們同時透過以下管道與客戶溝通台灣人壽 ESG 議題，期望提供客戶更多資訊以及得到客戶相關回饋。



3. 緊急應變及突發疫情服務

災難發生第一時間，台灣人壽立即啟動緊急應變措施，成立「緊急應變關懷小組」，全台各地服務通報機制啟動，蒐集各地災情資料、查詢及迅速比對保戶，並動員全台各地業務員發動保戶受災關懷行動，針對身故保戶第一時間進行快速理賠，只需後補所需文件即可，另身故件及失蹤件將從寬認定。針對受傷保戶進行快速預付醫療保險金，必要時公司將派員送達，隨時回應保戶的緊急需求。

於 2020 年為因應全球大流行之新冠肺炎及其引起之社會議題，台灣人壽主動發起保戶關懷服務相關因應作為，截至 2020 年 6 月底，共協助 16 位保戶計 19 件保單緩繳續期保費，新冠肺炎疫情期間提供保戶相關貼心服務如下：



緩繳續期保費

1. 疫情等級為第二、第三級時，保戶檢具證明文件申請緩繳保費 3 個月。
2. 疫情擴大為第四期以上區域性感染時，疫區內之保戶不須個別申請，統一由本公司依據政府所宣布之區域，主動給予保費緩繳。



緩繳保單借款利息

1. 疫情等級為二、第三級時，保戶檢具證明文件申請緩繳保單借款利息 3 個月。
2. 當疫情擴大為第四級以上區域性感染時，疫區內之保戶不須個別申請，統一由本公司依據政府所宣布之區域，主動給予保單借款利息緩繳。



快速保全服務

1. 辦理解約、保單借款，及給付滿期金或還本金等保全服務及事關保單權利之處分，在考量風險管控之前提下，設置單一服務窗口 (0800-099-850) 負責受理相關業務，並融通得以傳真 (保服服務 02-6603-1903；理賠服務 02-2785-8651) 提出申請。
2. 鼓勵保戶使用保戶天地網路服務專區。



快速理賠服務

1. 健康險保單無法定傳染病之除外責任，可依保單條款約定給付項目，予以給付。
2. 若因此類傳染病入住負壓隔離病房，比照加護病房住院項目依約計算給付。
3. 若為政府依傳染病防治法第 44 條規定所負擔之醫療費用，仍依約予以核算給付。
4. 啟動因應法定傳染病相關應變措施，對於 1998 年之前投保之醫療險保單，將「法定傳染病」列為除外責任者，基於有利於被保險人考量，仍予以給付被保險人。
5. 在疫情期間 (疫情等級為第二、第三級)，保戶得以傳真方式，提出申請理賠服務。

三、透明多元的服務與快速的理賠管理

台灣人壽於客戶諮詢及問題回應之服務管道，秉持著公平待客原則與客戶互動，提供客戶各項產品與服務諮詢及回應與本公司相關各項疑問，並提供公開透明的申訴管道。理賠服務亦秉持多元便利的申請管道以及正確快速的理賠給付。

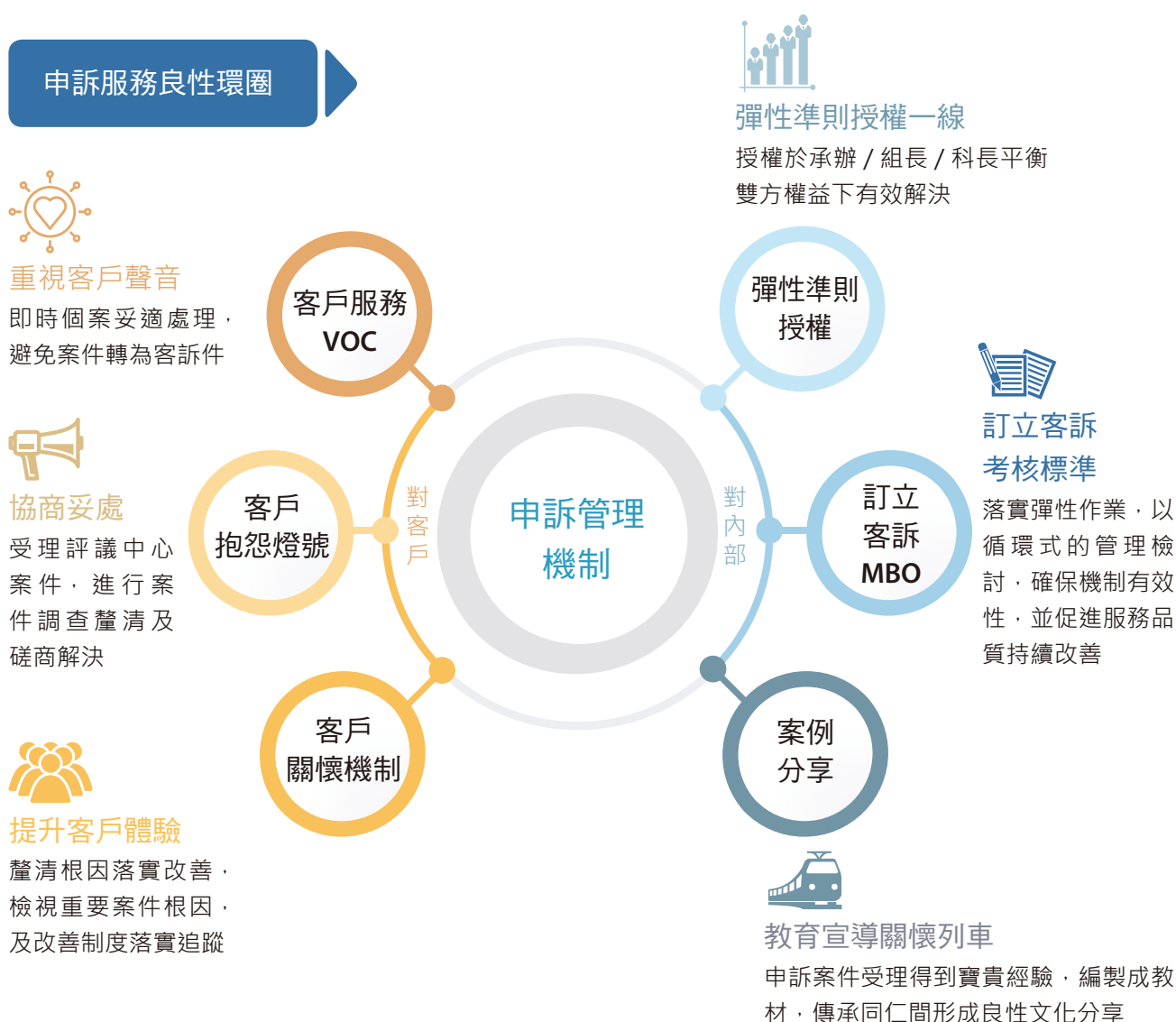
客戶服務主要分為三大管道，分別為諮詢服務、申訴服務以及理賠服務，詳細服務內容如下：

1. 諮詢服務

免付費電話（0800-099-850）、網際網路、傳真、電子郵件、語音互動系統等多重管道提供諮詢服務。

2. 申訴服務

- (1) 建置完善的申訴服務制度，設置申訴專線（0800-213-269）及專責單位，並由專人受理與進行客訴之後續服務。
- (2) 為提升客戶滿意度，降低申訴案件發生率，本公司由客戶服務部規劃「申訴管理機制環圈」，將客戶進線0800抱怨、評議申訴案件予以統計，並設定目標、建立警示燈號，產出月報藉此督促主要權責單位加強改善，提升客戶滿意度。



3. 理賠服務

傳統
方式

● 業務員代送件、保戶郵寄、臨櫃辦理

數位化

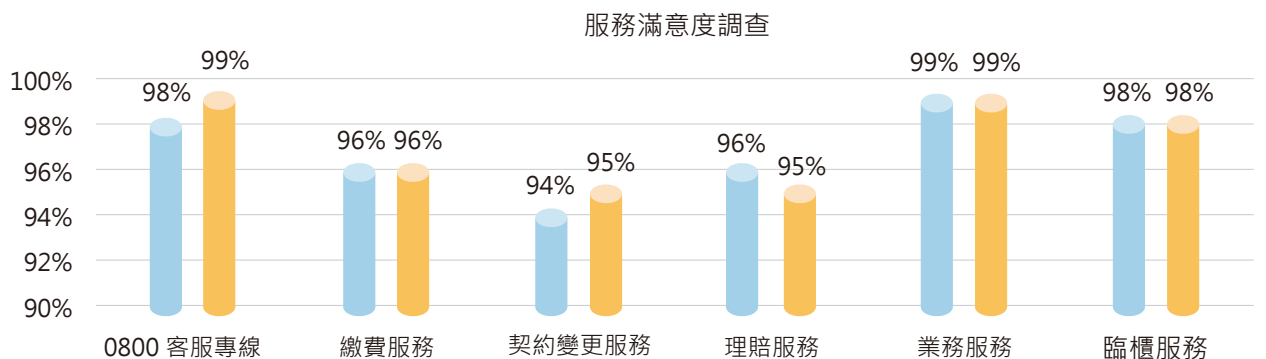
服務項目	說明
龍 e 賠	透過保戶天地網路服務專區，將文件拍照上傳，即可完成理賠申請。 保戶另需將文件郵寄至本公司。
ibon 便利賠	保戶至全台 7-ELEVEN ibon 機台，掃描上傳文件後，到櫃台將文件免費包裝寄至本公司，即可完成理賠申請。
理賠區塊鏈	保戶登入保戶天地網路服務專區，填寫資料，並進行醫院授權，授權內容以區塊鏈技術傳輸給醫院，醫院再以區塊鏈技術傳輸保戶指定的醫療證明至台灣人壽系統，即可完成理賠申請。
保險金扣抵醫療費用	保戶發生保險事故並在合作之特約醫院住院，可於出院時申請以保險金扣抵醫療費用。

4. 服務滿意度調查

台灣人壽就客戶與公司所接觸的各面向，如契變、繳費、理賠、客服、臨櫃、業務員等進行服務滿意度調查，以取得客戶滿意度數據及意見，了解客戶的聲音。

近兩年此六大面向整體服務滿意度平均皆達到 95% 以上之水準，並就滿意度調查較為低分之項目進行理解與改進，期望能帶給客戶更完善的服務體驗。

其中 2019 年之 0800 客服專線整體滿意度達到 99% 之高分，滿意度調查 2018 年與 2019 年之詳細客戶服務調查項目及分數如下：



● 2018年 ● 2019年

CH 5 永續營運與人才

一、ESG 營運管理

1. 通過國際能環管認證

台灣人壽對於自身營運之能源及資源消耗表現亦要求嚴謹，於 2019 年取得 ISO14001 環境管理系統認證以及 ISO50001 能源管理系統認證。



2. 便捷整合性服務

台灣人壽成立數位金融部門，發展相關行動工具、建置與發展數位通路、推動旅平險業務、佈建數位與新科技專利，提供快速便捷的服務，力求成為保險業的數位領先者。本報告期間之相關數位研發及效益如下：



行動投保

業務員行動工具

使用客群：業務人員

2019起
使用率為**95%**以上
省下超過2百萬張紙



iKASH

業務員活動管理、客戶管理及行程約訪工具

使用客群：業務人員

2020上半年創造額外
7.45億
保費收入

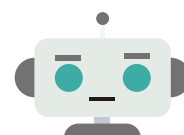


網路投保

提供客戶 24 小時線上投保服務，六種商品，全新介面設計、業界首創 Apple Pay 繳費、會員推薦機制、轉寄分享功能

使用客群：網路會員

2020上半年會員數
相較去年同期
成長**38%**



RPA 流程機器人

流程機器人，進行自動化作業處理

使用客群：內勤人員

2019起
節省作業時間換算約
4.3人力

3. 供應商管理

台灣人壽根據《中國信託金融控股(股)公司供應商管理原則》，亦針對供應鏈的採購規範、評估供應商的勞工/童工問題、當地供應商優先購買、選用包材/碳足跡較少的產品、採用環境標準/社會標準以評估供應商等作為。同時對供應商宣導人權政策、環境永續政策及行為準則政策等事項，期望共同遵循與實踐，如於執行時發現缺失，立即採取必要之糾正措施，以落實並持續改進。

台灣人壽亦遵守中信金控集團與供應商之簽約流程，於簽約同時要求供應商簽署《供應商人權及環境永續條款承諾書》，對上述各項人權、環境永續以及行為準則政策再次確認及進行承諾，如有發現違反相關承諾之情形，本公司將嚴厲糾正及要求改進，情節嚴重者將解除供應商資格，不予交易。報告期間本公司《供應商人權及環境永續條款承諾書》之執行簽署率為100%，未來將持續辦理，維持簽署率100%。



台灣人壽除要求供應商遵守上述相關環境政策外，亦優先採購具外部環保相關認證之產品，期望達到鼓勵相關廠商積極申請外部認證之效果，同時提升台灣人壽節能減碳之功效。於本報告期間所進行交易之綠色採購總額為新台幣37,531,750元，具有環保相關標章或認證如下：

 第一類環保標章	具標章項目 31 項	主要項目名稱 事務機租賃、環保 油電車租賃、飲水 機、電腦及顯示器	採購金額(單位:元) 23,492,498	綠色採購比例 % 62.59%
 第三類綠建材標章	具標章項目 6 項	主要項目名稱 乳膠漆、矽酸鈣 板、纖維水泥板、 石膏板等建材	採購金額 6,421,687	綠色採購比例 % 17.11%
 碳足跡減量標籤	具標章項目 1 項	主要項目名稱 高鐵搭乘	採購金額 2,616,340	綠色採購比例 % 6.97%
 森林驗證認可計畫	具標章項目 1 項	主要項目名稱 影印紙	採購金額 5,001,225	綠色採購比例 % 13.33%

我們亦以行動支持本地供應商，藉以降低相關溫室氣體排放及製造就業機會。本報告期間之本地供應商數量及比例如下：

	本地供應商數量	總供應商數量	在地採購比例
2020 年	285	285	100%
2019 年	482	482	100%

為積極宣導上述作為及更有效的供應商管理，台灣人壽預計 2020 年底將與中信金控集團共同舉辦供應商大會，藉此感謝供應商的辛勞，並期望傾聽供應商遇到之難題，協助供應商理解相關政策及改善相關績效。本公司期望在督促供應商的同時，和供應商一同進步，共同為永續發展盡一份心力。

二、多元人才與培力

台灣人壽重視人才培育，提供具競爭力的薪酬、豐富多元的培訓課程和職涯發展規劃，重視員工身心健康，打造幸福職場，讓員工以在台灣人壽工作為榮。

1. 多元族群聘用

除法律規範以外，我們期望透過多元化人才之聘用，為台灣人壽的客戶創造更大的價值。中信金控於 10 年前進軍保險業市場，於短短的 4 年經歷 3 大公司併購（大都會人壽、宏利人壽以及台灣人壽），在中信感動及多元企業文化下，透過公司改組後的人才融合政策快速融合三家公司，並廣納業界好手加入，在人才多元組成的背景下，我們以市場標竿為目標，逐年精進員工福利及薪酬制度，在全體員工共同努力下，我們屢屢創造獲利新高點，顯見多元包容性人才策略奏效。

目前台灣人壽訂有多元包容性人才政策，廣納各方人才，以人才融合政策及文化融合政策協助員工適應台灣人壽工作環境。

兩樣政策之累計受惠人數如下：



公司改組後的人才融合政策

受惠人數
1,880



新進員工的文化融合政策

受惠人數
157

近兩年多元族群內勤部門工作人數：

		2018		2019	
		人數	百分比	人數	百分比
原住民	員工數	9	0.46%	9	0.49%
身心障礙	員工數	24	1.24%	20	1.09%
年底內勤員工總數		1,936		1,835	

2. ESG 教育訓練

台灣人壽在 ESG 的人力培訓上，針對內外勤人員個別之核心職能發展，ESG 教育訓練主要專注於法規及社會議題之課程，本報告期間之課程清單如右：

 受訓對象	 訓練內容	 完訓人數
內勤人員	誠信經營	1,850 人
	公平待客原則	1,850 人
	防制洗錢	2,080 人
外勤人員	防制洗錢暨打擊資恐	7,650 人
	個人資料保護法	7,650 人
	業務品質	7,650 人
	公平待客原則	7,650 人
	資安認知與社交工程	7,650 人
	身心障礙者金融友善服務	7,650 人
	職場平等暨性騷擾防治	7,650 人

台灣人壽提供近 70 張樂齡保單，再加上外勤業務人員為第一線接觸客戶之人員，我們特別針對「公平待客原則」及「失智老人守護天使認證課程」為外勤業務人員進行教育訓練，期許接受長照培育課程的業務同仁於深入社區或到客戶家中服務同時，能即時提供失智症相關資訊，成為失智老人的守護者，其說明如下：

 受訓對象	 訓練課程	 篇章	 訓練內容	 完訓人數
外勤業務人員	失智老人守護天使認證課程	觀念篇	1. 長照懶人包 2. 數據看長照 3. 照顧成本面面觀 4. 認識失智症 (1) 你，失智了嗎？ (2) 失智怎麼辦 (3) 一起守護失智症老人	7,478 人
	公平待客原則	觀念篇	1. 公平待客 9 大原則 2. 公平待客 5 大執行方針 3. 銷售爭議案例分析	7,650 人
		法令篇	1. 金融消費者保護法介紹 2. 金融消費評議機制 3. 金融消費評議案例解析	
		案例篇	1. 未盡善良管理人注意義務 2. 行銷 DM 內容誤導 3. 違反風險說明義務 4. 未考量客戶適合度 5. 未告知重要內容	
		應答篇	1. 青壯打拼族的理財規劃 2. 銀髮樂活族的資產累積 3. 小資享樂族的退休規劃 4. 子女教育金的及早準備 5. 保守退休族的投資建議 6. 積極頂客族的財富管理	

台灣人壽將於日後提供員工更多關於責任投資原則 (PRI) 與永續保險原則 (PSI) 相關之教育訓練，以期能夠貫徹 ESG 理念之實施，並藉由內外勤人員之完善 ESG 觀念傳遞相關資訊予我們的客戶，以盡台灣人壽社會永續使命。

CH 6 對外揭露與議合

台灣人壽除以金控為母體發行 CSR 報告書，在 ESG 揭露上也不遺餘力，在官網中設置企業永續專區，揭露永續經營相關資訊及成效。為接軌國際，導入「責任投資原則 (Principles for Responsible Investment · PRI) 」和「永續保險原則 (Principles for Sustainable Insurance · PSI) 」，相關報告書亦可在官網下載。此外，針對高齡公益、金融包容性商品，跟各界利關人不斷加強議合，以期共同推動 ESG，打造永續社會。



台壽ESG專區

一、一般性商品產學合作

台灣人壽也透過產業合作或產學合作，針對國人慢性病以及社會議題進行研究，與東吳大學、財團法人保險事業發展中心及再保公司合作，並將相關社會性因子納入相關保險計算模型當中，同時與投信業者合作設計開發具 ESG 投資策略的全委標的，藉由投信的專業選擇符合策略的股票、債券、基金等標的，透過 ESG 話題性的正面效益，導引大眾投資資金進入 ESG 相關投資標的，間接鼓勵 ESG 企業發展。

培訓菁英人才

台灣人壽提早延攬潛力在學菁英加入公司，儲備未來人才，提供一個與企業職場接軌、學以致用的實習機會。主要招募對象為碩一升碩二或大三升大四學生，開放各項職缺如數位金融、營運規劃、商品精算、契約核保、理賠審核等實習職缺，希望利用 7-8 月之暑假期間，建立學生實習經驗與正確保險知識。

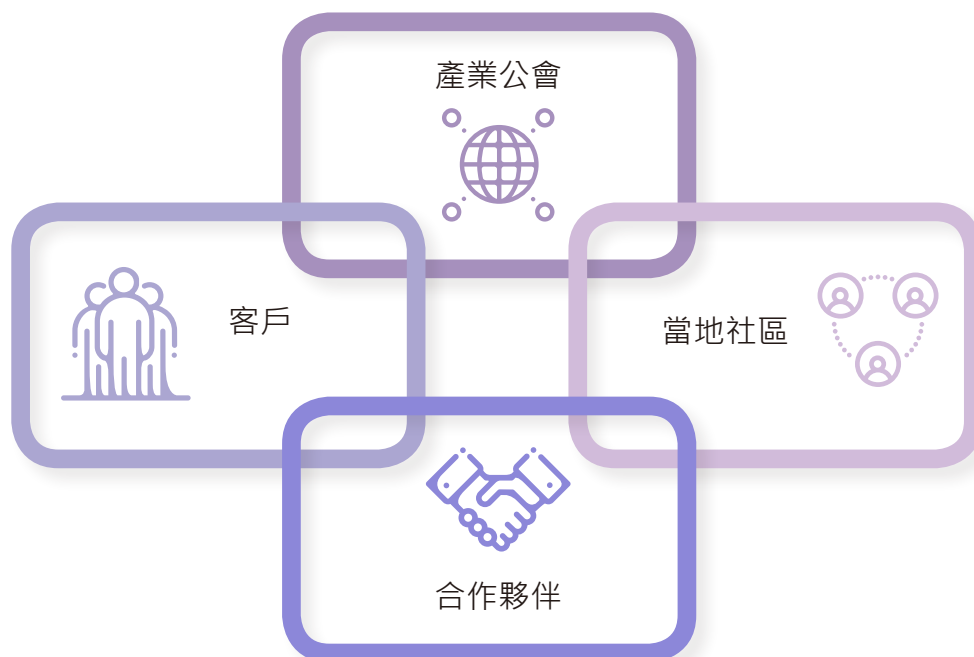
二、普惠金融商品跨業合作

除上述常態性溝通外，台灣人壽針對特定議題與不同的外部單位溝通，開發各項具金融包容性商品。例如：針對為 B 肝帶原者所設計之商品，與財團法人肝病防治學術基金會（簡稱「肝基會」）、東吳大學、財團法人保險事業發展中心、中華民國人壽保險商業同業公會、台灣消化系醫學會等單位溝通，開發符合特定族群需求的商品。



三、利害關係人溝通

- 本公司不定期與主管機關、產業公會、客戶、合作夥伴等溝通 ESG 相關議題：

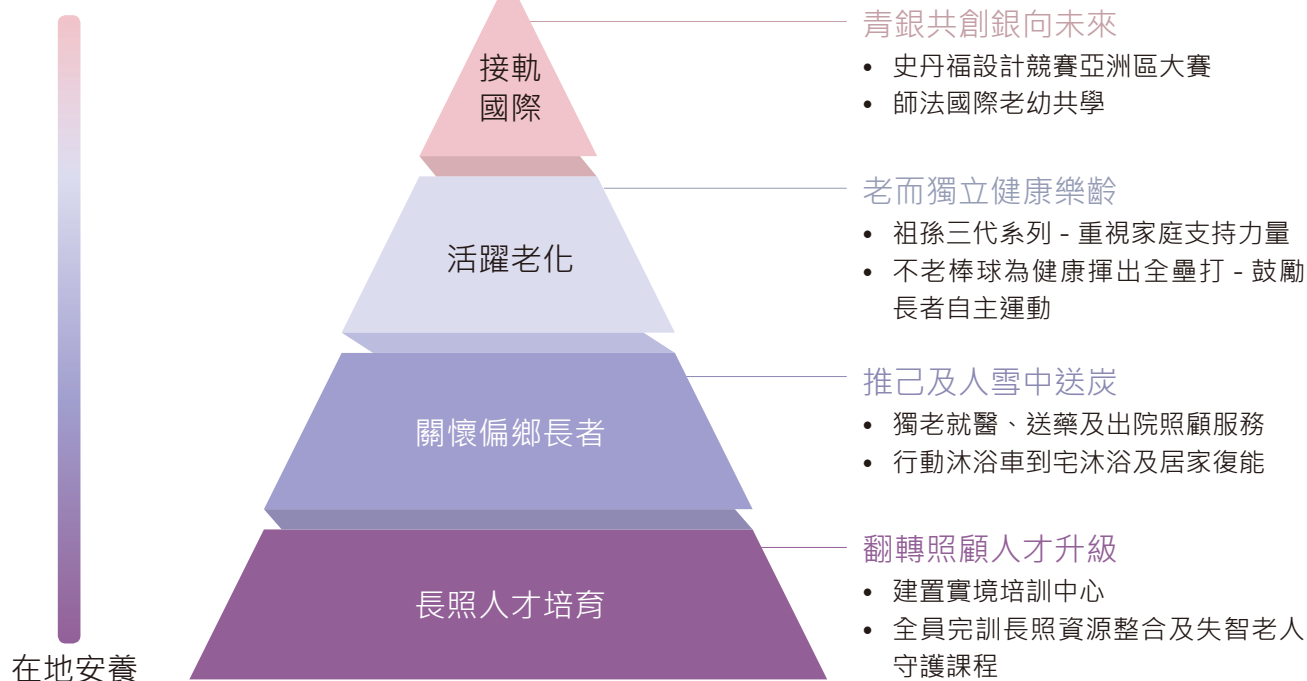


類型	利害關係人	溝通管道	溝通頻率
產業公會	壽險公會	透過電子郵件或會議溝通 ESG 相關議題。	不定期
客戶	保戶	保戶電子報，提高保戶對預防醫療及健康保健之知識。	每月 1 次
		健康、理財講座 / 論壇。	不定期
		官網設置微型保險專區。 	長期放置
合作夥伴	財團法人保險事業發展中心	主要透過電子郵件方式溝通，提供微型保險及高齡化保險商品業務推動情形。	每月 1 次
		- 參加 ESG 相關或疾病發生率研討會。 - 協辦保險交流研討會，增進台灣保險業與各國保險監理機關與業者交流。	不定期
	投信公司	洽商並引進能為銷售提供亮點的 ESG 主軸投資標的。	不定期
	銀行、保經代公司	每年調整高齡錄音範本，將常見的高齡客訴爭議及投資標的風險屬性等訊息置入範本內，提醒高齡客戶風險。	每年至少一次
	再保公司	洽談再保公司時，引進注重 ESG 的再保人。	不定期
當地社區	非營利組織	贊助亞太長期照顧發展策略國際研討會，透過國際專家學者及亞太國家成功模式的經驗分享，為台灣長照現況提出新視野與解決方案。	每年一次

四、公益行動

回應全球及台灣高齡化問題，台灣人壽從高齡社會之需求與社會缺口出發，透過各項公益行動，與相關單位議合、行動，發展出各項公益專案，並接軌國際邀請年輕人共同關注高齡問題，以期達到建立友善高齡社會的最後目標。

活躍老化



1. 活躍老化



史丹福設計競賽亞洲區大賽 - 青銀創意落地成真

內容及成果

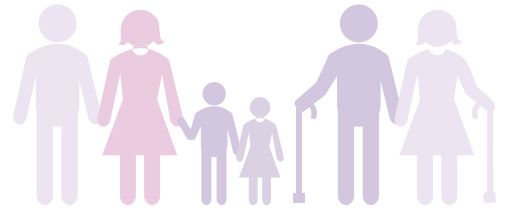
- 翻轉高齡觀念，推動青銀共創，讓年輕世代與熟齡世代共同參與改變。2017年起，連續3年攜手銀享全球社會企業共同策畫舉辦「史丹福設計競賽亞洲區大賽」，連結美國史丹福長壽研究中心（Stanford Center on Longevity）的全球大賽，鼓勵學生發揮創意及對新科技的掌握，用「新」視角解決「老」問題，也鼓勵長輩與年輕人分享經驗，年輕人在共創過程中發現高齡問題並理解長輩，翻轉對高齡的偏見，並帶動年輕人重視並加入高齡產業。
- 台灣人壽所輔導之作品——元智大學的「枕頭戰——我要我們憶起玩」獲史丹福設計競賽全球大賽第三名。

影響力

- 透過青銀共創的競賽，達到青銀共融，更將臺灣的創意，留在臺灣落地成真，實踐社區創造改變。
- 2019年有81所學校參加，共計61件作品；社會組則有34件報名。台壽將作品導入社區，在全臺16個長照據點進行25場次的實作，累計350人參與。

合作夥伴

- 銀享全球社會企業
- 弘道老人福利基金會



老幼共學代間學習

內容及成果

- 藉由課程設計與帶領，讓高齡者持續與孩子在共學課程中互動交流找回活力，透過老幼共學共作過程，學習新的生命課程。

影響力

- 重建長者價值，促進跨代理解，消弭代間鴻溝。
- 2019 年老幼共融活動場次共 37 場，總受益人次為 1,558 人次。

合作夥伴

- 老五老基金會



不老棒球為健康揮出全壘打

內容及成果

- 鼓勵長輩養成自主運動的習慣，延緩老化所衍生的問題，集結全台熱愛棒球的長輩推動「不老棒球聯盟」。讓社區長輩透過棒球，持續運動、持續社交、持續維持年輕的心態。
- 強化長輩運動安全認知，結合臺中市城市棒球隊球員及防護員，提供運動防護課程並陪伴練習球技，參與人數 76 人。

影響力

- 2019 年共有 16 支不老棒球隊，562 位不老棒球員，平均年齡 63 歲，最高齡的球員為 89 歲。

合作夥伴

- 弘道老人福利基金會



祖孫三代系列活動

內容及成果

- 台灣人壽自 2012 年起連續 8 年舉辦「祖孫三代健走活動」，為業界第一家以祖孫三代為主的家庭健走活動，透過家庭陪伴，鼓勵高齡者對自身健康管理的自主意識，提升運動意願，進而擁有良好的高齡生活品質，延緩退化及失能的可能。
- 2019 年增加各式數位體感運動電玩，讓長輩在家人鼓勵下降低對運動科技的恐懼及陌生，創造家庭成員跨代互動，進而提高運動樂趣。並由愛家名人分享，共同響應。

影響力

- 倡導高齡健康，喚起高齡者對自身健康管理的自主意識，提升運動意願，進而擁有良好的高齡生活品質，享受高齡生活。
- 促進世代交流：透過家庭陪伴，創造彼此支持的力量。
- 提前健康準備，以保險重視風險分擔的核心精神，提前為自己及家人的健康預做準備。
- 2019 年「祖孫三代健走一起趣」分別於臺北、臺中舉辦，二場合計近 8,000 位民眾參與。

2. 在地安養



長照人才培育

內容及成果

- 2017 年支持弘道老人福利基金會建置長照人才培育中心，設計模擬 6 種不同經濟條件下的居家環境、增加實作課程；引進國際課程，提升職能；提供獎學金讓居服員參與海外研習。2019 年舉辦 35 梯次照顧課程，培育 1,883 人次。
- 2018 年「長照資源整合課程」逾 5,000 位同仁完訓；2019 年舉辦「失智老人守護天使認證課程」，全台 7,000 多位同仁 100% 完訓。

影響力

弭平長照資訊及失智照護資訊落差的城鄉差距。

合作夥伴

- 弘道老人福利基金會
- 中華民國老人福利推動聯盟



獨老陪伴及服務

內容及成果

- 獨老陪伴：協助失能、失智長者走向戶外、增加社區參與機會，針對健康、亞健康長輩，規劃不同的志工服務活動。
- 獨老服務：結合專業藥師提供全台送藥到府、複雜性用藥分裝服務及用藥安全諮詢說明，加強長輩多重用藥之安全性。
- 獨老就醫：2019 年推動「長輩就醫返家後生活照顧三部曲」，確認醫囑、病況追蹤及長照資源連結。
- 出院照顧：安排獨居長輩出院返家後居家照顧或媒合機構安置及回診復健，就醫不中斷。

影響力

- 陪伴獨居長輩受益人數 100 人。
- 「長輩就醫返家後生活照顧三部曲」行動推廣至弘道全臺 34 個志工站，志工即時提供長照資源連結，減輕長輩及其家人的照顧壓力。

合作夥伴

- 弘道老人福利基金會
- 畢嘉士基金會
- 老五老基金會



偏鄉到宅
沐浴及居家復能

內容及成果

- 推動北屏東縣 12 個鄉鎮地區到宅沐浴服務計畫，自 2017 年 7 月推動至 2019 年底，共計服務偏鄉失能長輩及身心障礙者 1,090 人次。
- 拍攝「起床任務」紀錄影片，點閱觸及超過 11,400 人次。

影響力

- 協助出院長輩居家進行生活訓練，及早恢復自立生活。
- 藉由紀錄片翻轉照顧觀念，「以訓練取代照顧」的新觀念。

合作夥伴

- 畢嘉士基金會

7 確信報告



安永聯合會計師事務所

11012 台北市基隆路一段333號9樓
9F, No. 333, Sec. 1, Keelung Road
Taipei City, Taiwan, R.O.C.

Tel: 886 2 2757 8888
Fax: 886 2 2757 6050
www.ey.com/taiwan

會計師獨立確信報告

台灣人壽保險股份有限公司 公鑒

一、確信範圍

本事務所接受台灣人壽保險股份有限公司(以下簡稱台灣人壽)之委任,對2019台灣人壽永續保險報告書中所選定之績效資訊進行有限確信並出具報告。

有關台灣人壽所選定之標的資訊及其適用基準,詳附件一。

管理階層責任

台灣人壽管理階層應依據適當之基準編製2019台灣人壽永續保險報告書,包括參考聯合國永續保險原則之各點要求及執行細項,並應設計、執行及維護與報告編製相關之內部控制,以蒐集並揭露報告內容。

本事務所責任

本事務所係依照財團法人中華民國會計研究發展基金會所發布之確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」之要求規劃並執行有限確信工作。

二、確信工作

有限確信案件中執行情序之性質及時間與適用於合理確信案件不同,其範圍亦較小,所取得之確信程度明顯低於合理確信案件。為取得有限確信,本事務所於決定確信程序之性質及範圍時曾考量台灣人壽內部控制之有效性,但目的並非對台灣人壽內部控制之有效性表示意見。

為作成有限確信之結論,本事務所已執行下列工作:

- 與台灣人壽之管理階層及員工進行訪談,以瞭解台灣人壽履行永續保險原則之整體情況,以及報導流程;
- 針對報告中所選定之績效資訊進行分析性程序;蒐集並評估其他支持證據資料及所取得之管理階層聲明;如必要時,則抽選樣本進行測試;
- 閱讀台灣人壽之永續保險報告書,確認其與本事務所取得關於永續保險原則整體履行情況之瞭解一致。

三、先天限制

因永續保險報告書中所包含之非財務資訊受到衡量不確定性之影響，選擇不同的衡量方式，可能導致績效衡量上之重大差異，且由於確信工作係採抽樣方式進行，且任何內部控制均受有先天限制，故未必能查出所有業已存在之重大不實表達，無論是導因於舞弊或錯誤。

四、品質管制與獨立性

本事務所遵循審計準則公報第四十六號會計師事務所之品質管制之規範，建立並維護完備之品質管制制度，包含遵循職業道德規範、專業準則及所適用法令相關之書面政策及程序。本所亦遵循會計師職業道德規範中有關獨立性及其他道德規範之規定，該規範之基本原則為正直、公正客觀、專業能力及盡專業上應有之注意、保密及專業態度。

五、結論

依據本事務所執行之程序及所獲取之證據，未發現台灣人壽所選定之績效資訊有未依照適用基準編製而須作重大修正之情事。

安永聯合會計師事務所

會計師：

傅文力



民國一〇九年十月二十一日

附件一：

編號	內文標題	確信資訊	適用基準						
1	CH3 永續發展策略 二、投資與放款管理 2. ESG 放款管理 (2) 綠色放款專案	<table><tr><td>放款或 投資項目</td><td>1. 海能風力發電(股)公司離岸 風場專案融資聯貸案 2. 彰芳/西島風力發電(股)公司 離岸風場專案融資聯貸案</td></tr><tr><td>主要 放款原因</td><td>(A) 綠色金融融資對象 (B) 營運模式符合環境永續要求</td></tr><tr><td>預期效果</td><td>(A) 參貸額度達 129.59 億元 (B) 穩定收息(18 年) (C) 預估 2024 年併網後，兩案發 電總量可達 1GW，可望每年 減少 186 萬噸碳排放量</td></tr></table>	放款或 投資項目	1. 海能風力發電(股)公司離岸 風場專案融資聯貸案 2. 彰芳/西島風力發電(股)公司 離岸風場專案融資聯貸案	主要 放款原因	(A) 綠色金融融資對象 (B) 營運模式符合環境永續要求	預期效果	(A) 參貸額度達 129.59 億元 (B) 穩定收息(18 年) (C) 預估 2024 年併網後，兩案發 電總量可達 1GW，可望每年 減少 186 萬噸碳排放量	2019 年 1 月至 2020 年 6 月期間，綠色放 款專案之參貸額度 總額、收息年期、預 估發電量及預估減 少碳排放量。
放款或 投資項目	1. 海能風力發電(股)公司離岸 風場專案融資聯貸案 2. 彰芳/西島風力發電(股)公司 離岸風場專案融資聯貸案								
主要 放款原因	(A) 綠色金融融資對象 (B) 營運模式符合環境永續要求								
預期效果	(A) 參貸額度達 129.59 億元 (B) 穩定收息(18 年) (C) 預估 2024 年併網後，兩案發 電總量可達 1GW，可望每年 減少 186 萬噸碳排放量								
2	CH4永續商品與服務 二、永續服務體驗 3. 緊急應變及突發 疫情服務	於 2020 年為因應全球大流行之新型肺炎 及其引起之社會議題，台灣人壽主動發 起保戶關懷服務相關因應作為，截至 2020 年 6 月底，共協助 16 位保戶計 19 件保單緩繳續期保費。	截至 2020 年 6 月底， 因肺炎疫情辦理緩 繳續期保費之保戶 人數及保單件數。						
3	CH4永續商品與服務 三、透明多元的服 務與快速的理 賠管理 4. 服務滿意度調查	台灣人壽就客戶與公司所接觸的各面 向，如契變、繳費、理賠、客服、臨櫃、 業務員等進行服務滿意度調查，以取得 客戶滿意度數據及意見，了解客戶的聲 音。近兩年此六大面向整體服務滿意度 平均皆達到 95%以上之水準，並就滿意 度調查較為低分之項目進行理解與改 進，期望能帶給客戶更完善的服務體驗。 其中 2019 年之 0800 客服專線整體滿意 度達到 99%之高分。	2018 年及 2019 年 MOT(MOMENT OF TRUTH) 客戶滿意 度月報中之六大面 向服務整體滿意度 各年度平均值及 2019 年客服專線整 體滿意度年度平均 值。						

編號	內文標題	確信資訊	適用基準										
4	CH5 永續營運與人才 一、ESG 營運管理 2.便捷整合性服務	報告期間之相關數位研發及效益如下： <table><tr><th>名稱</th><th>成果及效益</th></tr><tr><td>行動投保</td><td>2019 起使用率為 95%以上，省下超過 2 百萬張紙</td></tr><tr><td>iKASH</td><td>2020 上半年創造額外 7.45 億元保費收入</td></tr><tr><td>網投改版</td><td>2020 上半年會員數相較去年同期成長 38%</td></tr><tr><td>RPA 流程機器人</td><td>2019 起節省作業時間換算約 4.3 人力</td></tr></table>	名稱	成果及效益	行動投保	2019 起使用率為 95%以上，省下超過 2 百萬張紙	iKASH	2020 上半年創造額外 7.45 億元保費收入	網投改版	2020 上半年會員數相較去年同期成長 38%	RPA 流程機器人	2019 起節省作業時間換算約 4.3 人力	1. 行動投保：使用率為 2019 年 1 月至 2020 年 6 月期間業務員通路行動投保件數占總投保件數之比率；節省張數為行動投保件數乘以紙本要保書平均張數。 2. iKASH：創造額外保費收入為 2020 年 1 月至 6 月活水滿期金總額乘以 2020 年 1 月至 6 月相較 2019 年 1 月至 12 月之滿期金回流率之成長百分比。 3. 網投改版：會員數成長率為 2020 年 6 月會員人數較 2019 年 6 月會員人數增加之比率。 4. RPA 流程機器人：節省人力為各項流程機器人執行自動化作業處理所節省之總時數依每人每年工作日時數換算。
名稱	成果及效益												
行動投保	2019 起使用率為 95%以上，省下超過 2 百萬張紙												
iKASH	2020 上半年創造額外 7.45 億元保費收入												
網投改版	2020 上半年會員數相較去年同期成長 38%												
RPA 流程機器人	2019 起節省作業時間換算約 4.3 人力												

編號	內文標題	確信資訊	適用基準																				
5	CH5 永續營運與人才 一、ESG 營運管理 3. 供應商管理	報告期間《供應商人權及環境永續條款承諾書》之執行簽署率為 100%。	報告期間供應商已簽回承諾書之比率。																				
6	CH5 永續營運與人才 一、ESG 營運管理 3. 供應商管理	於報告期間所進行交易之綠色採購總額為新台幣 37,531,750 元及具有環保相關標章或認證如下： <table><tr><th>標章類型</th><th>具標章 項目總數</th><th>採購金額 (新台幣元)</th><th>綠色採購 比例%</th></tr><tr><td>第一類 環保標章</td><td>31</td><td>23,492,498</td><td>62.59%</td></tr><tr><td>第三類 綠建材標章</td><td>6</td><td>6,421,687</td><td>17.11%</td></tr><tr><td>碳足跡 減量標籤</td><td>1</td><td>2,616,340</td><td>6.97%</td></tr><tr><td>PEFC 森林驗 證認可計畫</td><td>1</td><td>5,001,225</td><td>13.33%</td></tr></table>	標章類型	具標章 項目總數	採購金額 (新台幣元)	綠色採購 比例%	第一類 環保標章	31	23,492,498	62.59%	第三類 綠建材標章	6	6,421,687	17.11%	碳足跡 減量標籤	1	2,616,340	6.97%	PEFC 森林驗 證認可計畫	1	5,001,225	13.33%	2019 年 1 月至 2020 年 6 月期間，綠色採購所屬之標章類型及其項目總數、採購金額及採購比例。
標章類型	具標章 項目總數	採購金額 (新台幣元)	綠色採購 比例%																				
第一類 環保標章	31	23,492,498	62.59%																				
第三類 綠建材標章	6	6,421,687	17.11%																				
碳足跡 減量標籤	1	2,616,340	6.97%																				
PEFC 森林驗 證認可計畫	1	5,001,225	13.33%																				
7	CH5 永續營運與人才 二、多元人才與培力 1. 多元族群聘用	近兩年多元族群內勤部門工作人數： <table><tr><th rowspan="2"></th><th colspan="2">2018</th><th colspan="2">2019</th></tr><tr><th>人數</th><th>百分比</th><th>人數</th><th>百分比</th></tr><tr><td>身心障礙 員工數</td><td>24</td><td>1.24%</td><td>20</td><td>1.09%</td></tr><tr><td>年底內勤 員工總數</td><td colspan="2">1,936</td><td colspan="2">1,835</td></tr></table>		2018		2019		人數	百分比	人數	百分比	身心障礙 員工數	24	1.24%	20	1.09%	年底內勤 員工總數	1,936		1,835		2018 年及 2019 年年底內勤員工總數、內勤部門身心障礙員工人數及其占內勤員工總數之比率。	
	2018			2019																			
	人數	百分比	人數	百分比																			
身心障礙 員工數	24	1.24%	20	1.09%																			
年底內勤 員工總數	1,936		1,835																				
8	CH5 永續營運與人才 二、多元人才與培力 2. ESG 教育訓練	外勤人員於報告期間完成公平待客原則教育訓練人數為 7,650 人。	報告期間外勤人員完成公平待客原則教育訓練之人數。																				

CH 8 附錄

原則索引

原則	原則內涵	項目類別	執行項目	頁數
原則一	將 ESG 議題納入保險業務決策中	企業策略	企業策略以董事會 / 高階決策管理單位層級執行鑑別、評估、管理及監控企業營運相關 ESG 議題之活動	10
			針對企業策略所訂定之 ESG 議題，與企業擁有者進行相關對話	11
			將 ESG 議題與招募、訓練及員工承諾計畫整合	25-26
		風險管理及核保	建立流程以鑑別和評估存在於合約組合內的 ESG 議題及注意企業交易潛在 ESG 相關的結果	11
			將風險管理、核保及資本適足決策流程，包含研究、模型、分析、工具和矩陣，整合 ESG 議題	16
		商品和服務發展	開發可降低風險及對 ESG 問題產生積極影響並鼓勵更好的風險管理的商品和服務	13-14
			開發或支持有關風險、保險和 ESG 問題的計畫	29-31
		理賠管理	即時、公平、設身處地及透明公開的確保理賠流程皆詳盡解釋及被理解	21
			將 ESG 議題整合至附加條款及其他理賠服務中	19-20
		業務與行銷	對銷售和市場營銷人員進行有關商品和服務的 ESG 問題教育，並將關鍵資訊清楚負責地整合到公司策略和活動中	26
			確保商品和服務的覆蓋範圍，以及收益和成本具有關連性，並能清楚解釋和被理解	16
		投資管理	將 ESG 議題整合至投資決策制定以及盡職治理中	11

原則	原則內涵	項目類別	執行項目	頁數
原則二	與客戶及企業夥伴共同合作，加強對 ESG 議題之瞭解、有效管理 ESG 風險並發展出解決方案	客戶及供應商	針對管理 ESG 之議題及企業對於 ESG 議題的期待與要求等相關效益，與客戶及供應商等進行溝通	24
			提供客戶與供應商資訊及工具，以協助他們管理 ESG 議題	24
			將 ESG 議題整合至投標及選商標準內	24
			鼓勵客戶及供應商揭露 ESG 議題，並使用相關揭露或報告架構	24
		保險人、再保險人與經紀仲介機構	宣傳遵循此聲明	1
			支持將保險業專業教育及道德規範納入 ESG 議題	26
原則三	與政府、主管機關及其他主要利害關係人共同合作，辦理推廣 ESG 各項議題之全面性活動	政府、主管機關、政策制定者與其他關鍵利害關係人	與政府間及非政府組織對話，以透過風險管理及風險交易專家，支持永續發展	28
			與企業、產業工會對話，以更好的理解及管理產業內及地區性 ESG 議題	28
			與學術及研究單位對話，促進保險業 ESG 議題的研究及教育性計畫	27
			與媒體對話，以喚起大眾對於 ESG 的重視及良好的風險管理	19
原則四	定期公開揭露執行 PSI 之進度，以確保公司對於 ESG 議題之責任落實及資訊透明	各利害關係人	評估、衡量及監管企業管理 ESG 議題的進度並積極地定期公開揭露相關資訊	27