

三星财产保险（中国）有限公司  
2025 企业社会责任年度报告

## 关于本报告

《三星财产保险（中国）有限公司 2025 企业社会责任年度报告》回顾了三星财产保险（中国）有限公司（以下简称“公司”）企业社会责任的发展脉络，并阐述了 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日期间，公司所承担的企业社会责任具体实践工作。

## 公司概况

三星财产保险（中国）有限公司是 2005 年韩国三星火灾海上保险公司在 中国设立的具有法人资格的财产保险公司，2022 年 8 月，经原上海银保监局批复，公司引入了腾讯等公司战略投资。

凭借在中国多年来的稳健经营基础，2005 年 4 月，三星财产保险（中国）有限公司获企业法人营业执照，率先成功地改建为国内第一家外资独资财产保险公司。2006 年 8 月，在北京设立了其第一家分公司，并于 2008、2009、2011、2015 年分别设立了深圳、江苏、青岛、天津和陕西分公司。努力实现成为外资保险公司中销售网络分布最广、销售平台最大的财产保险公司。

公司在 2010 年 6 月开始进入汽车保险市场，2013 年 2 月获中国保监会批复经营机动车电话营销专用产品；同年 4 月获准经营交强险，是第一家经营直销车险（电销+网销）的外资财险公司。

凭借雄厚的资本及优秀的经营成果，公司在 2008 至 2014 年连续多年获得美国 Standard & Poor's A 评级，在公司稳健经营的战略下，凭借优秀的财务表现和卓越市场地位，于 2015 年 9 月 15 日 S&P 评级正式升到 A+。公司连续两年被《金融时报》评选为“年度最佳外资财险公司”。公司将不断发扬“以客户为中心，挑战世界，创造未来”的三星精神，结合腾讯集团“用户为本，科技向善”的理念，更好地贯彻本地化经营方针，努力成为中国最好的合资保险公司。

公司始终把企业社会责任作为公司基本经营原则之一。为把三星财产保险建设成为国际化的超一流企业，三星财产保险坚持以人才和技术为基础，创造最优的产品和服务，为人类社会做出贡献的经营理念。

为此，三星财产保险全体员工应该坚守公司“遵守法律和伦理、保持廉洁的组织文化、重视环境·安全·健康、履行国际企业的社会责任、尊重顾客·股东·员工”的五大基本经营原则。

## 第一部分 股东责任

### 一、股东介绍

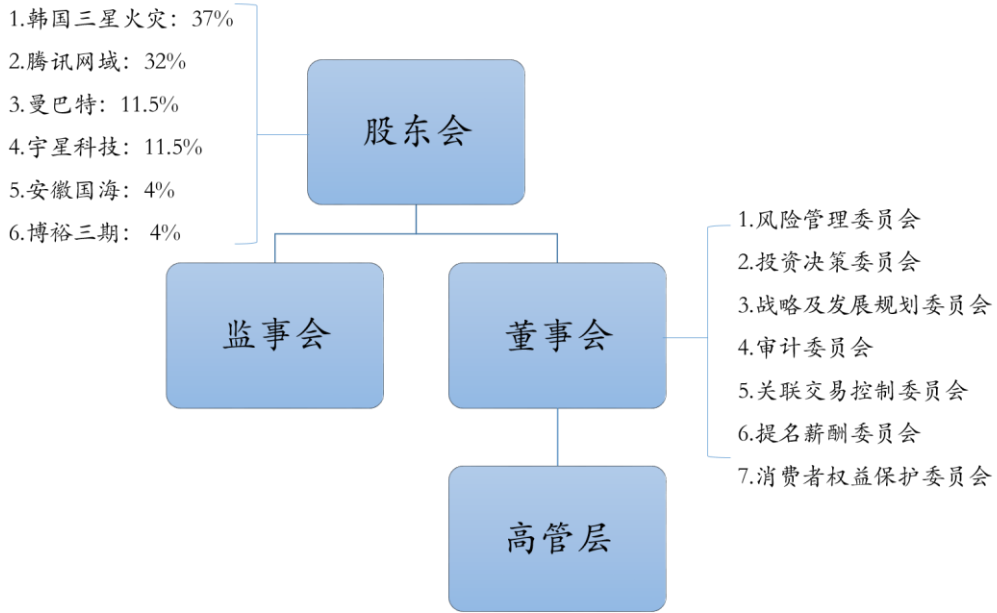
公司目前共有六名股东，其持股比例分别为：韩国三星火灾海上保险公司 37%、深圳市腾讯网域计算机网络有限公司 32%、宇星科技发展(深圳)有限公司 11.5%、曼巴特(张家港)投资发展有限公司 11.5%、博裕三期(上海)股权投资合伙企业(有限合伙)4%、安徽国海投资发展有限公司 4%。

### 二、提高公司治理水平

2025 年，公司根据《保险法》、《保险公司信息披露管理办法》、《保险公司董事会运作指引》等法律、法规及监管规定的要求，以及《公司章程》的规定，持续加强风险内控管理、合规管理、关联交易管理等。

截至 2025 年底，公司董事会共有董事 9 名，其中，执行董事 1 名，非执行董事 5 名，独立董事 3 名。监事会共有监事 3 名，其中，股东代表监事 1 名，职工代表监事 1 名，外部监事 1 名。2025 年，共召开股东会会议 3 次，通过决议 12 项。共召开 7 次董事会会议，对信息披露、强化风险内控管理、加强消费者权益保护等 102 项工作进行了研究和决策，通过决议 102 项；召开监事会会议 4 次，通过决议 67 项，对高管人员履职活动、财务、风险管理情况进行监督。

公司治理结构图如下：



### 三、强化合规管理

公司合规管理的目标是通过建立健全合规管理制度，完善合规管理组织架构，明确合规管理责任，构建合规管理体系，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，确保公司稳健运营。合规不仅是监管的基本要求，也是保险公司防范风险、实现健康可持续发展的内在要求。公司高度重视合规管理工作，在 2025 年的工作重点有如下几个方面：

#### （一）及时完善制度并强化基础建设

2025 年公司结合监管相关文件、公司实际发展需求等方面制定了年度制度建设规划，并在年内对 51 项管理制度进行了完善以符合监管要求、适应行业、市场以及公司的发展。

#### （二）加强各类合规管理体系建设

2026 年公司针对重点事项分别进行或加强了体系化建设。

关联交易方面，因增资扩股后关联方、关联交易显著增多，为防止发生利用关联交易进行违规利益输送侵害公司、股东以及消费者权益的情况，公司进一步

加强了关联交易管理。为通过系统对关联交易进行全面、持续的监测、管控和数据统计，提升关联交易管理水平，防范违规开展关联交易，有效避免因人工识别和统计，产生遗漏、错误、延迟等问题，公司于 2024 年启动了关联交易系统建设工作，2025 年第一季度已完成并行验证，自 2025 年第二季度起已实现完全系统化管理。

案件风险防控方面，结合上海金融监管局开展的“讲合规、夯基础、保平安”案防专项行动，以及《银行保险机构涉刑案件风险防控管理办法》，公司进一步强化了案件风险防控管理体系，包括管理架构、制度机制、工作要求等，并开展了相应的行动。2025 年 3 月，公司对 2024 年案件风险防控管理情况进行了评估，并结合后续的《金融机构涉刑案件管理办法》，修订完善公司内部相关制度和机制，做好案件管理和案件风险防控工作。

清廉金融文化建设工作方面，根据上海金融监管局党委、上海市保险同业公会相关要求，公司于 2026 年继续开展了清廉金融文化的体系化建设工作，从党建引领、制度机制建设、行业联动等方面全方位建设了清廉金融文化管理体系。2025 年 4 月，公司获上海市保险同业公会颁发“2024 年度上海保险业清廉金融文化建设工作优秀组织奖二等奖”荣誉。

### （三）合规自查排查情况

2025 年，公司合规管理部门已完成了员工异常行为排查、声誉风险隐患排查、违规销售非保险金融产品排查、保险许可证管理情况自查、互联网保险业务专项自查、案防管理工作自评估等工作。开展的各项内控合规自查，对各类风险点起到了很好的提示作用，对于在部分自查中发现的问题，督促进行问题的改进。

## 第二部分 客户责任

在经济社会蓬勃发展的当下，保险行业稳健前行与消费者权益保护息息相关。公司积极践行金融消保工作，深耕组织管理，健全消保体系，提升协同效率，将消费者权益保护融入经营各环节，构筑起公司与客户间的信任桥梁。

### 一、消费者权益保护制度体系建设

在日常经营中，我公司围绕体制机制、适当性管理、营销行为管理、纠纷化解、金融教育、消费者服务、个人信息保护等核心领域，构筑起全方位、多层次的管理架构，确保消保工作落地生根、常态长效。

构建“董事会统筹、消保委员会监督、高管层落实、一把手牵头”的消保体系，设立一级“消费者权益保护部”作为专职部门，实行“总经理直管、总经理助理协管”模式，配备4名专职人员，实现人、财、物独立。搭建总一分一体化管理，每个部门及分支机构配置1-2名消保联络人，强化跨部门联动，保障消保工作层层传导、闭环落实。

制度体系建设持续完善，2025年结合监管要求与行业动态，新建《适当性管理办法》、《消保小额客诉安抚费用管理办法》，完成《消费者权益保护审查办法》第6次修订，更新《消保审阅单》核心要点，贴合个人信息保护最新管理要求；修订《第三方机构监督评价办法》、《消保工作考核评价细则》等制度，细化准入退出机制、惩戒措施与考核重点，切实将消保工作嵌入经营全流程。投诉方面建立233项根因细项，将每一个问题落实到点，通过双周会、月报等形式与各部门开展沟通，制定改善方案协同推进。

### 二、消费者权益保护工作开展

#### （一）重要事件、举措

在董事会领导、消保委员会督导及高管层施策下，各级机构将消保融入经

营战略、企业文化与公司治理，推动业务与消保协同发展。消保委员会以严谨的态度履行各项职责，制定相关政策，提升员工消保意识。坚守以“治”促“防”理念，把控客诉源头，建立疑难案件合议机制，落实“应调尽调”要求，简化流程，提升效率。通过风控机制，提前发现、报备、合议潜在风险客诉，制定应对策略。

### 1. 消保规范治理专项行动

2025年我全司上下积极投身于消保规范治理工程，成立由总经理任组长、各部门负责人为组员的“消保常态化治理行动”专项工作小组，由消保部牵头推进各项工作，定期向管理层汇报进度。总经理定期召开会议，将消保工作纳入月度经营会议专项报告，精准执行消保任务。2025年制定的消保工作内容涵盖制度修订、一把手及高管客诉介入、系统建设与优化、多元纠纷化解、消保培训与检视、审查与宣教、风险管理、适老化服务等多个维度，推动消保工作走深走实。

### 2. 产品及服务消保审查整改

以“源头防控+多元化解”为双抓手，将消保审查全面嵌入产品开发、合同拟定、服务上线等关键环节，完善消保产品风险评估、消保审阅单机制，2025年四季度新建系统“消保审阅”模块，整合各项业务消保审批流程，实现审批节点、意见记录、流转轨迹全链条痕迹化管理。同时，与用印部门建立横向约束，各部门发起用印申请时，消保意见单作为必要资料纳入系统强制管控。当年消保累计审查合同、产品、服务类文件 696 份，涉及消费者权益内容 306 份，提出的 62 项消保意见均获采纳。

通过开展多次消保检视工作不断规范营销宣传行为，销售环节清晰标注产品保障范围、可选属性、健康告知以及全流程回溯；电销全流程录音、网销后台全程可回溯，退保由独立于销售团队的专员办理，杜绝诱导投保、诱导解约等行为。营销材料需经多部门联合审核，搭建常态化监测机制，确保营销行为规范。

### 3. 第三方合作机构全生命周期管控

以《第三方机构监督评价办法》为核心，建立合作机构准入、运营、评估、退出全生命周期管理机制，明确准入退出标准及黑名单管控流程。合作协议单独列明消费者权益保护专项条款、消费者权益保护惩戒要求，合同需经“业务初审+多部门复审”，消保审阅单嵌入用印环节。日常通过客诉回溯、暗访、舆情抓取实施动态监督，对违规机构采取风险提示、扣罚、清退等措施，2025年度共清退3家存在消保风险的合作机构，实现全流程闭环管控。

### 4. 客诉根因回溯改善

完善客诉归因体系，在原有三级分类架构基础上升级形成四级归因体系，精准划分233项客诉根源类型，依托该体系锁定高发领域与核心症结，为消保工作优化提供数据支撑。

### 5. 行业协同与社会责任履行

严格落实监管及行业要求，配合行业协会部署，参与同业线索排查、信息共享，为打击恶意投诉、伪造证据等行为建言献策。推进银发群体以及外籍人士服务优化，完成网点改造，各部门配备多语种服务员工，在投保、理赔等环节制定通俗告知文本，切实保障特殊群体消费权益。深化信用体系建设，组织签署《廉洁自律承诺书》，理赔岗位签署《阳光理赔廉洁承诺书》，强化廉洁从业意识与行为规范。

## （二）宣传与教育活动

### 1. 常态化与集中宣教并行

公司坚持“常态化宣教+集中宣传”双轨并进，构建“线上+线下”立体式宣教矩阵，以《金融知识宣传教育办法》为依据，明确消保部为牵头部门，各业务部门协同参与，制定详细年度宣教计划。集中宣传期间，积极参与“3·15”、“非法金融知识宣教月”、“9月金融宣传周”等行业活动，深入开展“进社区、

进乡村、进学校、进企业、进商圈”“五进”活动 12 次，邀请三甲医院专职医师开展健康科普专场直播，累计观看量 551 人次，收获互动提问 39 条，直播间点赞量 6,024 次。

常态化宣教持续丰富形式，上海总部职场设立 2 个独立金融知识宣传教育区，线上在官网、微信公众号开设“宣教专区”，累计发布内容 123 次，涵盖原创视频、图文解读等多元形式。打造《大话》《干货百科》系列原创宣教品牌，发布的 25 篇消保文案中原创 12 篇，内容涵盖非法金融防范、AI 诈骗提示、保险术语科普等主题，以通俗化表达增强可读性。聚焦 AI 新型欺诈、隐蔽非法集资等高风险领域，发布针对性风险提示，引导消费者树立理性消费与投资观念。

## 2. 内部培训全覆盖、分层分类

制定分层分类培训方案，采用线上课程结合线下实操的模式，当年共开展 39 次培训，覆盖全员、一线业务部门（如理赔、客服）18 次、专员 13 次、管理层 7 次。同时联合法务、合规、IT 等部门协同开展反洗钱、反欺诈、个人信息保护等专项培训 12 次，强化销售、理赔等一线部门的风险规避与话术规范，培训覆盖率与考试参与率均达 100%，有效提升全员消保意识与专业能力。

### （三）投诉纠纷化解

公司以“降低客诉、高效化解”为目标，构建一体化处置体系，消保部每日依托邮件就未决客诉、风险客诉开展横向共享，定期与相关部门召开双周专题会议，每月发布专项月报，系统性对客诉根源问题进行分析，输出改善方案。

新建《消保小额客诉安抚费用管理办法》，明确小额调解的定义边界、适用场景及操作流程，建立灵活授权机制，提升处置效率，2025 年依托该办法成功化解纠纷 231 起，较 2024 年同比增长 132.8%。修订《消费纠纷多元化解管理办法》，清晰界定重复投诉标准，由“一把手”牵头梳理重复及历史积案，构建“定人、定责、定时”的闭环督办机制，结合 233 项客诉归因标准开展溯源整改，针

对高频问题优化话术、完善合议流程。引入第三方专业调解力量，构建多方协同、高效便捷的纠纷化解体系，全面提升消费者满意度。

强化舆情管控，定期组织应急演练，与外部第三方专业机构合作，对全渠道实行 7×24 小时舆情实时监控，2025 年累计监测各类舆情 82 条，未发生重大舆情事件。

#### （四）投诉纠纷化解

公司以“降低客诉、高效化解”为目标，构建一体化处置体系，消保部每日依托邮件就未决客诉、风险客诉开展横向共享，定期与相关部门召开双周专题会议，每月发布专项月报，系统性对客诉根源问题进行分析，输出改善方案。

#### （五）投诉情况

公司将消费者权益保护放在首位，严格履行主体责任，积极化解消费投诉纠纷，全年共收到监管投诉 70 件，投诉处理及时率、办结率均达 100%。

##### 1. 2025 年投诉险种分布情况

车险投诉占 35.7%，非车险投诉占 64.3%。

##### 2. 2025 年投诉事由分布情况：

理赔纠纷占 94.3%，承保纠纷占 5.7%。

##### 3. 2025 年各地区投诉分布情况：

青岛占 30.0%，上海占 27.1%，北京占 22.9%，天津占 10.0%，深圳占 5.7%，江苏占 4.3%，陕西占 0.0%。

公司将始终恪守消保工作要求，不断夯实消保工作基础，补齐发展短板，切实维护保险消费者合法权益，为营造安全、公平、诚信的金融消费环境持续贡献力量。

## 第三部分 员工责任

### 一、员工培训

人才发展是企业的核心竞争力，三星的员工培训发展与职业通路建设更是三星人力资源规划的核心。公司从培训体系系统化、人才开发多样化、培训成果巨大化三方面开展实施。长期以来，公司在进行人员招募、培养、保留方面致力于建立与公司战略发展相匹配的长期自循环体系，以应对在变化市场中所面临的人员要求不断提升的现状。要建立长期有效的人才发展机制，人才培训是人力资源规划的核心，公司具有横向（职能线）、纵向（职级线）、环形（流程线）三方面立体化的培训体系。职能线上构建了 SIV（企业价值培训）、SIL（领导力培训）、SIE（职能专家培训）、SIG（国际化人才培养）四大培训模块。

在基本的课程体系与流程体系外，公司的近阶段培训重心是：线上平台学习、分公司总经理养成培训、后备核心人才培养、营业发展赋能、项目制课题学习、核心人力海外进修等。通过培训打造学习型组织。优秀的人才如何保留一直是人力资源领域的老大难问题，公司在不断摸索和改进中，不断拓宽员工发展通路，通过“管理序列”与“专业序列”双通路发展，让专业性高但不适合做管理的员工也能有充分的发展空间，促进员工多元化发展。

2025 年以线上培训为主，直播、微课，在线答疑等形式，增加学习互动性。以内部学习平台为载体，将内部线下课程视频材料统一上传管理，实现随时随地、碎片化学习的灵活性，满足员工不同的学习习惯。在培训战略制定上，公司计划制定三至五年人才发展与职业生涯发展计划，通过不同角度，打造培训效益最大化。在公司角度，提升公司核心能力；在团队角度，选拔培养核心人才；在文化角度，持续创新组织文化；在员工角度，不断提升员工能力；在行业角度，成为行业发展标杆。2025 年共计线上及线下培训 35055 小时，培训围绕以下三个重点维度展开：能力提升与赋能、人才梯队建设、职业素养提升。我们通过专题专

项的业务赋能，有效解决了业务快速发展过程中遇到的突出问题。下半年，公司设立了潜才库，系统性地进行人才识别、梯队搭建与分类储备培养，为未来的人才输出奠定基础。此外，公司还引入了 AI 智能体相关课程，为推进数字化运营体系建设做好准备。

## 二、员工权益、员工关爱

劳动权益保障方面，公司遵守《劳动法》、《劳动合同法》、《女职工劳动保护条例》等相关法律法规及规章制度，及时足额支付劳动报酬、合理安排工作时间、休息休假等。

民主权益保障方面，2021 年起公司进一步加强民主权益组织建设，做好员工合法权益的代表者和代言人，建立了职工代表大会制度，切实保障职工的知情权、参与权、表达权和监督权。在 2025 年度内共组织召开了 2 次职工代表大会，共开展 1 次换届选举以及审议通过了 8 项与员工利益切身相关的议案。从而保障员工的民主管理权利，充分发挥员工的积极性、创造性，提高企业的科学管理水平，促进企业经济发展，形成企业与员工共赢的良好劳动关系。

薪酬绩效方面，结合公司战略及市场情况进行薪酬调整，为员工提供有竞争力的薪酬；同时加大绩效工资的比重，鼓励员工做出业绩贡献，多劳多得。

同时，为了帮助新员工快速融入公司，在优化入职流程以外，2025 年公司针对新员工入职第一天会进行一系列关怀举措，包括建立专项入职办理群组、入职大礼包赠送、一对一职场介绍、周边环境介绍、新员工介绍以及欢迎仪式等，让新员工感受到公司温暖的氛围。并且，将此项工作列入 25 年公司文化的重点推进项目，从欢迎信优化、梳理新员工融入 SOP、大礼包更新、BP 面谈等方面建立系统化链条化的新员工融入计划。

## 第四部分 社会公益

做中国人民喜爱的企业，贡献于中国社会的企业，对三星而言绝不是一句空谈的口号，而是自上而下贯穿于整个公司的经营哲学。“好像鱼离开水就无法生存一样，企业离开社会也不可能生存”。在这样的相生共赢理念领导下，三星通过五位一体的社会责任理念：与员工同享成长快乐、与客户共享美好生活、与伙伴共担企业责任、为地球保护绿色生态、与社区分享经营成果，在“分享经营”中真正实现企业的价值。

“责任于心，奉献于行”是公司社会责任的行动指南。三星财产保险也在各方面积极履行企业的社会责任，从社会关爱、节能环保、安全生产等几大方面实施开展，致力于系统的社会贡献和公益事业，为中国社会经济的发展提供应有的保障功能，以实现做中国人民喜爱的企业，贡献于中国的企业价值。

### 一、社会关爱

#### （一）教育支援

公司积极赞助云南“梦想启航暑期社会实践活动”，并号召员工以志愿者身份参与教育发展基金会相关夏令营活动，为贫困地区孩童教育提供支持，为公益事业发展添砖加瓦。

#### （二）公益拍卖

公司组织“益起循环 爱不闲置”公益拍卖活动，员工们积极捐赠闲置物品并上架进行内部拍卖流通，拍卖所得用来购置御寒物资和学习资料，捐赠给了云南玉龙县的贫困孩童。

#### （三）关爱社会弱势群体

各地分公司积极开展各项社会关爱活动，各地纷纷通过捐衣捐物等形式，定期开展送温暖活动，帮助社会弱势群体。

## 二、安全生产

公司非常重视安全生产，坚持“预防为主”原则，周期性到客户现场进行风险查勘，通过在现场进行信息收集、发现隐患，改善客户事业场所安全管理水平，提高客户防灾防损意识。同时，还定期与同事、客户共享风险管理信息。定期风险管理政策动向、事故案例、安全技术更新；制作和发布特定灾害（雷电、台风、洪水、冬季火灾等）预防对策等内容；每天关注自然灾害预警信息，并及时发布共享等。

在防灾防损安全培训教育方面，每年不定期针对重点客户进行培训教育。包括消防、电气安全、危险品管理、汛期应对、物流安全等内容。同时每半年举办一次公司内部安全生产大检查活动，及时通报办公楼的检查结果和实际情况，更好的保证公司员工免受安全事故威胁。公司还制定了相关应急逃生预案，并对公司全体员工进行定期的防灾防损安全培训与应急逃生演练。这一项目既能帮助客户与员工了解安全生产的重要性，又能更大程度上的体现公司风险管理伙伴的价值。

## 第五部分 环境、社会和治理

为进一步贯彻落实环境、社会和治理的新发展理念，服务国民经济和社会发展的远景目标，支持建立健全中国特色环境、社会和治理体系，公司在 2025 年进一步加强了绿色金融体系的建设，并在未来逐步加大保障力度，切实提高对环境、社会和治理体系建设的支持水平。

### 一、环保节能

公司一直以来都倡导绿色经营。过时、低效的产业和技术将被对生态有益的新企业、新技术取而代之。公司以尊重自然和生命的绿色经营为基石，通过保护中国环境及地球环境、扩大互帮互助的社会贡献活动和实现共赢来实现公司的社会责任。

在工作中，公司定期面向全员宣传环保节能理念，时刻注意节约用电、用纸的节能减排方式。公司内部号召推行减少车辆使用，鼓励绿色出行的理念。同时，也开始尝试使用云基础架构，降低购买和维护设备成本等措施，实现绿色低碳办公。

此外，公司通过“城市美化”从细节来体现环保节能的重要性。“一社一山，一社一河”活动也是公司提倡环保的重要履行方式。公司定期开展这一活动，组织员工走上街头，清理垃圾、美化环境，为环保尽一份绵薄之力。未来公司将持续开展这一活动，并加大该活动的频率，时刻倡导绿色理念。

### 二、绿色金融

为贯彻落实新发展理念，发挥保险在建立健全绿色低碳循环发展经济体系、促进经济社会发展全面绿色转型中的积极作用促进公司绿色业务稳健发展，提高公司服务绿色金融能力，根据《中国银保监会关于印发银行业保险业绿色金融指引的通知》（银保监发〔2022〕15号）、《绿色保险业务统计制度》及其他相关

监管规定，公司于 2023 年 3 月制定实施了《三星财产保险（中国）有限公司绿色保险业务管理办法》，办法规定了公司绿色金融实施目标，内部管理组织职责、绿色保险业务的管理办法和流程，以及内部的考核和评价机制。

2025 年度，公司承保的绿色保险业务包括环境污染责任险、安全生产责任险以及新能源汽车保险等，合计为社会提供风险保障金额人民币 636.97 亿元。

#### （一）车险产品

2025 年，我司继续深化新能源车险业务拓展，依托自身风险识别与筛选能力，整合动态与静态多维度风险因子，对业务品质进行精准评估。同时，为满足新能源汽车用户日益多元的保障需求，我司持续完善新能源汽车专属保险方案，在覆盖车辆损失、第三者责任及车上人员责任等核心风险的基础上，根据不同渠道客群的差异化特征，通过细化产品结构、丰富保障范围、优化服务组合，进一步贴近新能源车主实际使用场景与风险关切，致力于为其提供更全面、适配的保障支持，持续提升产品服务质效。

#### （二）非车险产品

公司风控产品中心于 2022 年底着手安全生产责任保险的产品开发工作，于 2023 年 1 月完成了安全生产责任保险条款的注册。产品成功注册后，销售人员根据公司要求，积极向客户普及、推广安全生产责任保险，并于 2023 年 3 月成功签售第一单安全生产责任保险。而后，在 2023 年二季度，我司根据苏州市应急管理局对工矿等企业投保安全生产责任保险的最新要求，同时为满足江苏地区从事高危行业领域或其他行业领域的生产经营单位提高自身预防和抵御风险能力的需求，启动对原有江苏省安全生产责任险部分内容进行调整，重新开发“江苏省安全生产责任保险（2023 版）”，并于 2023 年三季度完成备案。

展望未来，公司将持续深化环境、社会与治理领域的制度机制建设，将可持续发展理念贯穿于经营管理的各个环节。公司将积极倡导绿色运营理念，推进节

能减排与资源集约利用，不断加大对绿色产业、清洁能源及绿色消费等领域的保险保障供给，以专业能力助力经济社会低碳转型。

社会责任是企业之本，也是企业核心价值的体现。公司将学习股东的优秀经验，一如既往、深入开展并落地各项工作细节，在体现企业自身品牌价值、社会影响力的同时，从自身做起，真正实现“做中国人民喜爱的企业，贡献于中国社会的企业”的社会责任目标，努力成为中国最好的合资保险公司。