

中国人寿寿险天津市分公司：胸怀大局 铸就金融服务新高度

作为金融央企驻津机构，中国人寿寿险天津市分公司始终牢牢把握金融工作的政治性和人民性，坚决扛起服务大局的政治责任和央企担当，充分发挥保险主责主业优势，努力做到为政府分忧、为企业纾困、为民生兜底，力争在落实金融“五篇大文章”上展现新作为、体现新成效，为全面建设社会主义现代化大都市，为谱写中国式现代化天津新篇章贡献保险力量。

深耕普惠金融 织牢社会“保障网”

实施健康中国战略是党中央从长远发展和时代前沿出发作出的一项重要战略安排，基于人民对美好生活的需要，旨在全面提高人民健康水平、促进人民健康发展。为进一步推动落实健康中国战略，中国人寿寿险天津市分公司心怀“国之大者”，贯彻落实“以人民为中心”的发展思想，大力发展健康险业务，深度参与地方多层次社会保障体系建设。2024年上半年，公司实现社会保障类保险保费35.8亿元；理赔金额达3.5亿元，平均日赔付193.9万元，获赔率高达99.9%；赔付件数达8.6万件，同比增长21%。公司连续多年承办大病保险项目，保费规模8260.2万元，惠及524万人提供风险保障1亿元，赔付支出7400万元，惠及75.2万人次，有效化解了因病致贫、因病返贫的风险。公司积极响应市政府号召，作为副首席单位承保“天津惠民保”项目，全力推动“天津惠民保”销售，为津城百姓送去健康守护。

践行养老金融 托起幸福“夕阳红”

随着我国老龄化趋势加剧，积极应对人口老龄化成为国家重大课题。中国人寿寿险天津市分公司认真贯彻国家政策要求，从多个方面积极开展养老金融发展。一方面，加大养老保险产品供给，满足养老核心需求。公司充分发挥保险主责主业优势，助推多层次、多支柱养老保障体系建设，联合天津市老龄委于2007年在全国率先启动的“助老健康御险”工程，填补了老年人意外伤害商业保险的空白，承保16年以来，参保老年人累计超过559万人次，累计提供风险保障超570亿元。2024年上半年已为13.2万老龄人口提供风险保障76.1亿元，累计赔付662万元。公司同时积极推进个人养老金业务发展，首批落地的个人养老金制度已累计实现个人养老金保费2007.9万元，承保2000余人，用实际行动帮助广大市民实现老有所养、老有所依的美好愿望。另一方面，建立“大养老”生态圈，推动“医养结合”发展。面对我国养老服务业发展不充分的现状，公司积极探索“保险+”产品服务融合。持续提升长期护理保险经办水平，上半年已服务重度失能人员7700余人，支付长护险基金1.2亿元，有效解决了失能老人护理问题，

为完善养老保障体系建设发挥了更大作用。同时，公司加快构建“机构+社区+居家”三位一体的养老服务体系，中国人寿寿险公司旗下的“国寿嘉园·乐境”项目就是“医养结合”型养老养生社区的典范。

推行数字金融 撑起服务“暖心伞”

中国人寿寿险天津市分公司始终坚持以客户为中心的服务理念，积极打造“智享”服务新模式，推进落实数字金融大文章，为客户提供更优质的金融服务。

在环境品质方面，围绕“温暖、智能、时尚、品牌”的设计理念，建设智享型客户体验中心，营造现代科技感氛围，目前已在湖北路、西青、武清等落地9家体验中心，通过硬件升级为客户提供场景化、整合化、智能化的服务体验，这也是公司在数字金融方面的生动实践。在科技智能方面，公司通过引入“智能、自助、坐享”三级服务模式，畅通客户与工作人员交流渠道；通过寿险APP连接“空中客服”，实现线上高频业务快捷办理；通过国寿智慧柜员机，实现业务自助快速处理和临柜入门分流；通过柜面智慧预约“新系统”，让客户远程享受全新临柜服务体验。

在温暖服务方面，公司积极适应时代变化，转变服务思路，为老年客群配备相关设备并设置专门区域，为残疾人群提供便利和上门服务，

主动为新市民群体提供物资和便民驿站，在重点柜面设置退役军人驿站和高考驿站，提供全面贴心的便捷服务。公司推出的“智享”服务新模式赢得了许多客户的高度赞誉，客户李先生表示“这种新模式让我感受到了中国人寿的用心和关怀，办理业务变得更加便捷高效，而且环境也非常舒适。”老年客户张女士说“他们为我们老年人考虑得很周到，配备了各种设备，服务也很热情，让我感到很温暖。”新市民王先生称赞道“这里的便民驿站真的很贴心，为我们提供了很多便利，让我对中国人寿的印象非常好。”

保障实体经济 当好保障“实干家”

保障经济发展稳定、守护人民美好生活，是保险与生俱来的责任和使命，也是推进保险高质量发展的重要战略支点。中国人寿寿险天津市分公司认真贯彻中央金融工作会议精神，坚守服务实体经济本源，围绕保市场主体、保民生发挥保险保障优势，全力提升金融服务实体经济质效。

在融入地方发展方面，公司发挥金融保险优势，巩固与地方政府和大型企业的合作关系，与天津联通正式签署战略合作协议，与和平区政府达成战略合作意向，积极参与天津经济社会发展。

在保障地方企业方面，积极对接市区级重

点法人企业，主动拓展重点产业链团体客户，为重点法人客户定制个性化服务，为大中型法人企业提供风险保障34亿元。在支持绿色产业方面，全力支持经济社会绿色转型发展和传统产业改造升级，为绿色产业、战略性新兴产业客户提供一揽子金融保险服务，上半年实现战略性新兴产业保费规模395.4万元、赔付金额79.5万元；绿色保险保费规模160.9万元，赔付金额99.7万元。

在助推乡村振兴方面，扛牢政治责任，将乡村振兴与主营业务有机融合，扎实做好党建帮扶、保险帮扶、定点帮扶、消费帮扶等工作，统筹推进涉农保险保障落地，2024年上半年已为全市61.2万农村人口提供风险保障1451.6亿元，累计赔付4769.7万元。

在学生保险服务方面，积极对接天津各大高校，成功与天津大学、天津财经大学、天津科技大学合作开展学生医疗保险服务项目，为进一步拓宽天津学生险市场打下坚实基础。

今年，正值中国人寿成立75周年，公司站在新的历史起点上将持续坚守“保险姓保”“保险为民”的初心，以中央金融工作会议和中央经济工作会议精神为指引，扎实做好“五篇大文章”，为全面建设社会主义现代化大都市、奋力谱写中国式现代化天津新篇章贡献保险力量！

一年超1400万人次客户评价 国寿寿险打造出常态化“客户之声”管理模式

为深刻践行金融保险工作政治性、人民性，切实满足人民群众日益增长的对美好生活的保险保障需求，中国人寿保险股份有限公司(以下简称“中国人寿寿险公司”)始终坚持“以人民为中心”的发展思想，持续打造“简捷、品质、温暖”的国寿好服务。

作为拥有75年发展历史的行业巨擘，该公司为超6亿客户带去了越来越好的服务体验。监管服务质量指数评价、消费者权益保护监管评价等位居寿险行业前列，第三方客户好评度保持高位。在这背后，是其坚持倾听“客户之声”，以客户最真实的反馈驱动服务体验优化、助推服务创新升级的结果使然。

从柜面网点的客户留言簿，到95519服务专线的“客户满意度”回访，再到互联网时代寿险APP、柜面等服务渠道的“立用立评”，聆听客户声音、了解客户需求，始终是该公司不断提升服务水平的重要手段。

随着运营服务的规范化、数字化，中国人寿寿险公司已建立起“线上一键直达、线下就在身边”的综合化服务体系，并依托互联网+、大数据等新技术，打造了一整套常态化的“客户之声”管理模式，实现一年超1400万人次客户评价、160万人次留言的实时采集、直达总部，智能分析、广泛应用，以客户需求引导服务改善，持续提升客户体验。

那么，“客户之声”是如何助力打造“国寿好

服务”，推动客户服务体验更优的？中国人寿寿险公司用“简捷”“品质”“温暖”三个关键词诠释这其中的底层逻辑。

以客户为中心 构建“简捷”服务更优方案

来自河南的张阿姨发现，通过“中国人寿寿险”APP自助办理保单借款单笔超过30万元时，寿险APP可以视频连线柜面服务人员，进行人工接续办理。“单笔超过限额后不支持手机自助办理借款，只能到柜面网点办，希望能再方便些”，曾是客户对保单借款服务反馈最为频繁的意见。通过对客户诉求的采集分析，中国人寿寿险公司借助“空中客服”功能，优化寿险APP保单借款服务体验，实现“自助办理”与“远程人工服务”无缝衔接，在安全、合规前提下，让客户办理业务更为省心、便捷。

为了推动客户体验“整体更优”，中国人寿寿险公司建立了体系化的“客户之声”“采集—分析—应用”闭环管理模式，让服务的优化不再是某个渠道的“单打独斗”，而是统筹发力、寻找更优解的过程。

除升级寿险APP保单借款功能外，中国人寿寿险公司梳理出“线上不畅、衔接不顺、信息不通、标准不一、响应不够”等五大类不同服务渠道间的体验中断问题并积极解决，先后落地三十余个跨渠道的体验改善重点项目，解决了健康服务权益查询不一致、跨渠道理赔报案后无法接续办理、未成年人线上变

更信息难等高频服务痛点，让简捷、省心的好服务“围着客户转”。

国寿客户可以按照个性化需要，通过13个服务渠道选择最方便的服务方式；通过寿险APP即刻进行自助查询、办理；遇到需要咨询的问题，可以拨打95519客户服务专线，通过自助或人工在线服务获得帮助；在柜面网点向驻场销售精英获取产品资讯、体验特色服务……

立足问题导向 解析“品质”服务提升路径

续期交费体验优不优，很大程度影响了客户对一家保险公司的总体印象。为此，中国人寿寿险公司通过梳理分析相关客户反馈，形成交费提醒更及时、查询服务更便捷、授权环节更简单等高频需求点，通过“在寿险APP首页增加提醒卡片”等17项举措提升续期交费服务体验。现在，客户登录寿险APP便可直观看到交费提醒，并支持一键合并交费、添加日历闹钟提醒、电子发票一键下载等便利功能，推动续期交费客户好评度由87.8%逐步提升至89.3%，位于行业较好水平。

历史累计服务超6亿客户，带来了全年千万级的“海量”客户原声。中国人寿寿险公司坚持“让客户舒心”的目标导向与“听客户所需”的问题导向相结合，将客户好评度结果纳入公司各级机构的考核之中，切实推动公司客户服务高质量发展。同时，通过智能语义分析、相关性矩

阵模型等一系列量化、智能的分析方式，精准提炼出最迫切的服务诉求。例如，客户评分会被用于计算公司各类服务的满意度趋势；客户的几次点击，如“通知提醒及时”“上传资料便捷”用以算出客户最关注服务的哪些方面；客户的留言建议通过智能识别归类，成为服务创新的灵感。为此，“海量”的客户原声得以快速转化为体验优化举措，让客户最“急难愁盼”问题得到解决。

“服务好不好，客户说了算”。来自客户的真实反馈，不仅是验证服务好不好的“试金石”，更是驱动服务越来越好的“催化剂”。第三方客户调查显示，中国人寿寿险公司理赔服务、网点柜面、客户服务专线等关键服务满意度已形成行业领先优势，成为服务民生的坚实保障。

践行保险为民 探索“温暖”服务前伸方向

“新市民、新业态”人群近年来已成为推动经济社会发展的重要力量。为进一步提升保险服务针对性、多样性，中国人寿寿险公司持续创新“客户之声”调查体系，从倾听“现有产品服务好不好”向“客户还需要哪些产品服务”延伸，准确把握“两新”客户在日常生活和工作中担忧哪些风险、当前投保产品时最关注哪些要素，精准探索各类客群的多元保险服务需求。

2023年第四季度，中国人寿寿险公司开展了一项面向“两新”群体的专项调研。调研样本职业覆盖外卖骑手、快递员、网约车司机、互联

网主播等群体。调研采取线上问卷+线下访谈结合的方式进行，共回收有效样本3221个。调研发现，受访人群中60%未购买过商业保险，47%目前有购买保险的意愿。通过聚类提取受访者的职业、年龄、迁入时间、收入等因素，该公司梳理“两新”群体内部不同的财富、意外、疾病类风险点及购买保险的关注要素，形成六类细分人群画像。以其中的“大中城市务工的中新市民”群体为例，他们进城后多从事平台配送或餐饮、酒店服务工作，担忧因素包括突发疾病导致无法正常工作及影响生活、日常出行遇到交通事故等，最为关注报销比例高、疾病覆盖全的医疗险，以及具备电动车和自行车意外致残责任的意外险。他们平时会控制花费进行存款理财，偏好固收或保底类的理财产品。

基于调研结果，中国人寿寿险公司通过总分联动、同向发力，进一步创新产品供给，根据差异化需求开发普惠型保障产品，在全国各地通过深化平台合作、联动政府支持、强化线下服务等方式，将调研研究成果转化为服务“两新”客户的实际行动。2023年全年，中国人寿寿险公司“两新”人群保费已突破9.3亿元，为普惠金融大文章书写“国寿答卷”。

此外，中国人寿寿险公司进一步响应“乡村振兴”与区域协调发展等国家战略，注重倾听“农牧业客群”“粤港澳客群”等多元化客群声音，有效了解各类客户潜在需求，持续提供“超预期”的产品服务，深刻实践保险服务供给侧结构性改革，为更多民众带去暖心的保险保障。

“群众利益无小事”。中国人寿寿险公司将更为全面、精准地倾听客户之声，以客户评价检验服务质量，以客户需求探索服务创新方向，不断向“体验一流”运营服务目标迈进，为人民的美好生活保驾护航。

记者 陈剑



投您所爱 不负所托

中国人寿 75周年

