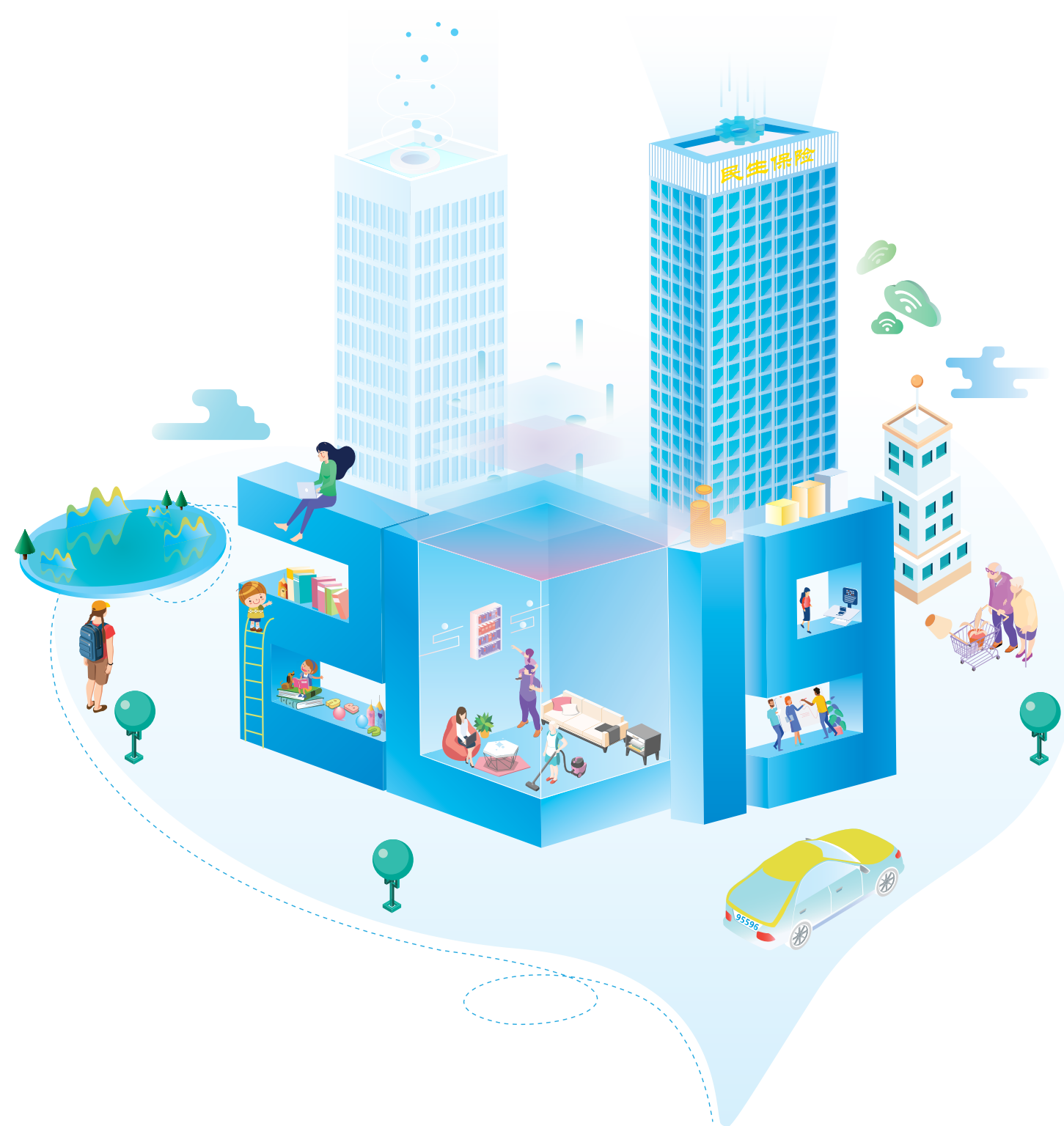




扫码关注民生保险官方网站及微信平台



官方网站



官方微信

客服专线：**95596**

民生人寿保险股份有限公司 北京总部
地址：北京市朝阳区东三环北路38号民生大厦
电话：010-59206000
邮编：100026
传真：(010) 59151885

民生人寿保险股份有限公司 上海总部
地址：上海市浦东新区陆家嘴西路99号18层
电话：021-68371736
邮编：200120
传真：(021) 68371650

目录

CONTENTS

关于本报告 ----- 3

专题：抗击疫情 共克时艰 ---4

第一章 关于我们----- 6

- 1.1 公司简介 ----- 7
- 1.2 公司关键经济数据 ----- 8
- 1.3 社会责任理念与文化-----9

第二章 对股东 -----10

- 2.1 专注保险主业 实力稳步提升 ----- 11
- 2.2 高质量党建工作 引领高质量发展 -----12
- 2.3 完善公司治理 提升管理水平 ----- 14
- 2.4 提升风控能力 筑牢合规防线 ----- 15

第三章 对用户 -----16

- 3.1 加大产品创新 提供全面保障 ----- 17
- 3.2 提升服务质量 优化用户体验 ----- 18
- 3.3 精进理赔服务 守护美好生活 ----- 19
- 3.4 创新服务活动 普及保险理念 ----- 20
- 3.5 重视用户反馈 保障用户权益 ----- 21

第四章 对员工 -----22

- 4.1 重视职业发展 激发人才成长 ----- 23
- 4.2 完善培训体系 锻造行业精英 ----- 24
- 4.3 关爱员工生活 激发工作热情 ----- 26

第五章 对社会 ----- 27

- 5.1 科技赋能 引领未来 -----28
- 5.2 倾力公益 保障民生----- 29
- 5.3 绿色经营 持续发展----- 32

关于本报告

ABOUT THE REPORT

报告范围说明

时间范围：2019年1月1日至2019年12月31日，部分内容超出上述时间范围，并更新至本报告刊发的最后实际可行日期

组织范围：本报告以民生人寿保险股份有限公司为主体，涵盖旗下各营业单位

发布周期：本报告为年度报告

报告信息来源

本报告中的详细数据来自于公司内部统计及公开报道，所涉及货币种类及金额，如无特殊说明，均以人民币为计量单位。本报告严格按照利益相关方参与、真实、完整、可持续的原则选择社会责任内容，所披露信息及数据不存在任何虚假记录、误导性陈述或重大遗漏。

机构简称表

机构名称	简称
民生人寿保险股份有限公司	简称“民生保险”或“公司”或“我们”
民生人寿保险公益基金会	简称“民生保险基金会”或“基金会”
中国银行保险监督管理委员会	简称“银保监会”
中国保险行业协会	简称“中保协”

报告参考标准

根据《中国保监会关于保险业履行社会责任的指导意见》（保监发〔2015〕123号、《中国银保监会关于银行保险机构加强消费者权益保护工作体制机制建设的指导意见》（银保监发〔2019〕38号）文件要求，参照上海证券交易所《公司履行社会责任的报告》编制指引及全球报告倡议组织（Global Reporting Initiative,GRI）可持续发展报告指南（G4版）进行编制。

报告获取方式

报告以印刷版和电子版两种形式发布。为了保护环境,我们推荐您阅读电子版报告，您可通过<http://www.minshenglife.com/>获取查询

抗击疫情 共克时艰

2020年初至今，新冠肺炎疫情牵动着全国人民的心。自疫情发生以来，民生保险积极履行险企社会责任与担当，推出多项应对疫情的服务举措，全系统上下广大干部员工及业务人员立足自身岗位，竭尽全力提供服务和支撑，全力投入这场没有硝烟的战役。

别怕
我们在一起

01

优化服务流程 调整运营规则



理赔服务：

民生保险于1月20日启动紧急预案，落实十项服务举措，开通24小时报案绿色通道，优先响应感染新型冠状病毒出险用户的报案，为疫情防控工作保驾护航。



承保服务：

推广“掌上民生”APP，实行电子签单（无需面访），为用户远程投保提供便利；开启电话、微信视频契约调查，避免相互接触感染；调整体检规则，体检资料有效期延长至二年；对需要体检、契约的用户，可以延期至疫情结束后进行。

保全与续期服务：

简化保全手续，推广线上保全服务，方便用户办理；疫情期间，保单挂失补发或换发免收工本费；疫情期间，保单犹豫期延长至30天；推广线上交费提醒，引导用户线上续期交费，力争足不出户；受疫情影响而无法按时缴纳续期保费的保单，宽限期可延长至90天。

02

关爱用户健康 深化服务举措



健康管理服务：

民生保险联合专业机构，推出“我们在一起”健康管理服务主题活动。通过线上一对一咨询、问诊的形式，面向社会民众提供包含心理咨询、线上问诊等免费健康服务内容。



电话回访服务：

发动全体业务人员疫情期间通过电话回访客户，了解客户及其家人的健康状况，推送疫情防御知识，并致以公司的关怀与问候。

专属关怀服务：

发现客户确诊或疑似感染新冠肺炎，公司指定专属服务责任人，与客户或其家人保持联络，及时送去公司的关怀与问候，并在力所能及的范围内尽量为客户提供支持与帮助，同时进行全程理赔服务指导。



03

捐赠3000万元 助力微医义诊



2月3日，民生人寿保险公益基金会选择微医“新冠肺炎实时救助平台”这一后方支援战场，直接资助义诊医生，按实际义诊人次预计资助金额达3000万元人民币。此次捐助将会使更多老百姓免费享受到微医线上医生的贴心服务，会有更多的医疗专家提供更多的线上时间给有需要的老百姓。

民生人寿保险公益基金会此次对义诊医生的资助，开创了公益基金会与互联网医院在线实现重大疫情救助的先河，极大地提高义诊医生的荣誉感和积极性，相信会有更多医疗专家将加入这一公益力量，为老百姓提供更多实实在在免费服务，也相信会有力地促进微医这一优秀平台更上一个台阶。

04

拓展产品责任 提升保障水平



2月11日，为切实提升保险保障水平，切实履行社会责任，共同抗击新型冠状病毒肺炎疫情，民生保险继对《民生i随行意外伤害保险》在特定期间扩展新型冠状病毒肺炎责任后，决定进一步扩大享受扩展责任的对象，对《民生附加如意健康提前给付重大疾病保险》等31款重大疾病保险产品也进行责任扩展。

05

科普防疫知识 落实一级响应



公众知识宣导：

及时向全体客户及业务人员发送疫情提示短信，提醒客户及业务员切实做好自身防护；发动一线业务人员积极电话回访客户，充当疫情防御义务宣传员；积极转发正能量信息，不信谣、不传谣，主动引导全体员工科学、理性认知并面对此次疫情；根据疫情发展进程，及时制作新冠肺炎防疫小贴士，科普防疫知识。



自身安全防护：

及时暂停公司业务人员晨会等群体性聚集活动，尽量减少员工因公出差安排，控制人员流动；开启并推广线上会议、线上展业、线上服务等创新的工作模式，有效避免因人群聚集可能带来的传染风险，最大限度地保障员工的身体健康和生命安全。

疫情就是命令，防控就是责任。

民生保险将积极贯彻银保监会及中保协对于疫情防控工作的相关部署及倡议，深入践行“让民生确定，为民生服务”的企业使命，以尽心、贴心、暖心、实心的保险服务，助力打赢这场疫情防控阻击战，为守护广大人民群众的生命安全贡献力量。我们坚信，只要我们万众一心，共克时艰，阳光定会穿透阴霾，待到春暖花开之时，我们必将迎来一个生命力更加强盛的明日中国。

第一章 关于我们

1.1

公司简介

1.2

公司关键经济数据

1.3

社会责任理念与文化

“以 ‘让民生确定，为民生服务’ 为己任，为人民群众过上美好生活提供最好的服务、最好的体验、最好的产品，一辈子干成一件真正有价值的事情。”

民生保险董事长 鲁伟鼎

公司简介

民生人寿保险股份有限公司（简称“民生保险”）2003 年 6 月 18 日正式开业，注册资本金 60 亿元，目前在北京、上海成立双总部。截止 2019 年底，公司综合实力稳步提升，实现原保险保费收入 123 亿元，总资产超 1100 亿元，连续 10 年盈利；偿付能力充足稳定，综合偿付能力充足率连续多年保持在 295% 以上，核心偿付能力充足率保持在 275% 以上；建立了覆盖全国重点省市区域的机构服务网络，拥有 25 家分公司、近 700 个服务网点、近 4 万名高素质专业人员，累计服务用户超 800 万；

获得了良好的“三位一体”监管体系评价结果，公司经营评价、风险综合评级、服务评价均位居行业前列。

近年来，公司在立足发展保险主业的基础上，从用户全方位金融需求出发，积极稳妥布局资产管理、康养游、基金管理及支付服务等相关领域，拥有民生通惠资产管理有限公司、通惠康养游股份公司等子公司，逐步构建具有民生特色的“保险 +”业务模式。

注册资本
60 亿元

总资产
1100 亿元

服务客户数量
800 多万

原保险保费收入
123 亿元

经营方针 | 在历史基础、优势资源渠道、实在业务前提下，创造、创业、创新的体现 - “三个突破，一个提升”。



三个突破

- 一、仅为中等收入群体，仅为保障用户确定服务，集中一切资源，集中火力攻一个城墙口；
- 二、做科技先进的公司，引领科技，做科技的先行者；
- 三、投资持续性，赋能投资，投资赋能，增强综合实力。

一个提升

全面提升管理，管理是基础，管理最根本，一切的基础就是管理。

责任荣誉 | 2019 年，民生保险凭借稳健的市场表现、真诚的用户服务及热忱的社会贡献，赢得了社会各界好评，续写着新的荣誉篇章。

2019年5月
2019（第八届）中国财经峰会
2019 企业社会责任典范奖

2019年10月
中国网
2019 年金融扶贫先锋机构

2019年11月
北京市委统战部、北京市工商联
2019 北京民营企业百强第 24 位

2019年12月
人民网
2019 年度保险扶贫之星

● 公司关键经济数据

项目	合并（单位：人民币元）		公司（单位：人民币元）	
	2019 年年末	2018 年年末	2019 年年末	2018 年年末
资产总计	112,853,914,440.14	109,171,722,380.16	105,547,686,684.11	99,175,943,942.05
注册资本	6,000,000,000.00	6,000,000,000.00	6,000,000,000.00	6,000,000,000.00

项目	合并（单位：人民币元）		公司（单位：人民币元）	
	2019 年	2018 年	2019 年	2018 年
保险业务收入	12,333,402,575.06	11,517,825,207.60	12,333,402,575.06	11,517,825,207.60
投资收益（含公允价值变动和汇兑损益）	5,734,158,461.12	3,171,076,412.23	5,195,055,223.73	3,157,491,418.45
营业收入	18,670,302,209.35	15,174,523,733.61	17,446,502,601.79	14,664,518,439.11
赔付支出	2,345,316,410.07	2,167,778,482.36	2,345,316,410.07	2,167,778,482.36
营业支出	16,250,854,791.69	14,791,733,417.55	15,528,045,867.08	14,141,585,255.59
净利润	1,871,330,018.45	515,445,673.50	1,459,840,485.75	653,404,800.22

● 社会责任理念与文化

企业社会责任观

民生保险将企业社会责任内化为企业文化的精神内核，始终秉持“让民生确定，为民生服务”的企业使命，坚守“以用户为中心”的经营理念，践行“艰苦奋斗、大胆创新、克难攻坚、勇往直前”的企业精神及“利他共生，共创共享，走共同富裕之路”核心价值观，为公司的可持续发展注入动力。

企业社会责任领域

充分发挥保险公司作为风险保障者、资金融通者以及社会管理者的角色功能，切实履行在经济经营、社会民生、自然环境方面的社会责任，积极承担对股东的勤谨之德，对用户的诚信之德，对员工的涵养之德和对社会的感恩之德。

企业社会责任目标

为经济持续发展和社会和谐进步贡献力量，为实现“创造受人尊敬的公司”的企业愿景而矢志不渝地奋斗。

企业文化



第二章 对股东



6 要为用户创造价值，为员工创造前途，
为股东创造利益，为社会创造繁荣。

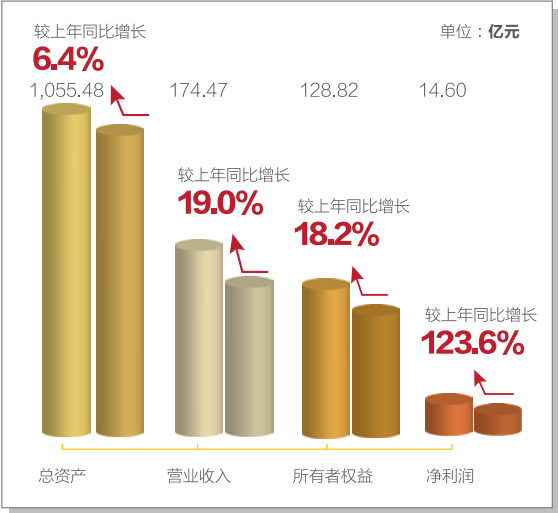
民生保险董事长 鲁伟鼎



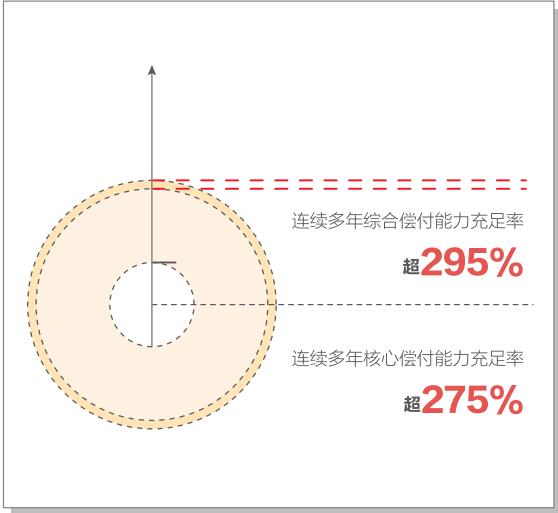
● 专注保险主业 实力稳步提升

2019年,公司综合实力稳步提升,偿付能力充足稳定,个险业务势头发展良好,业务结构持续优化,业务质量保持领先,获得了良好的监管评价和行业口碑。

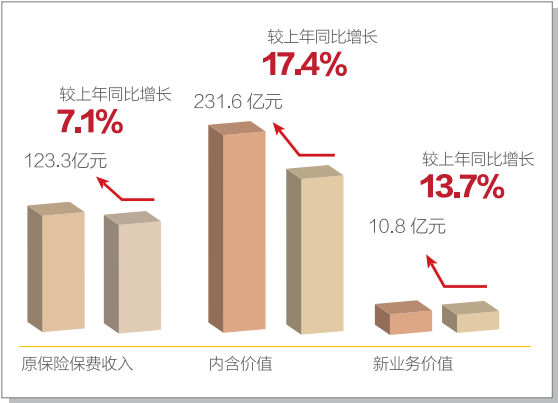
综合实力稳步提升



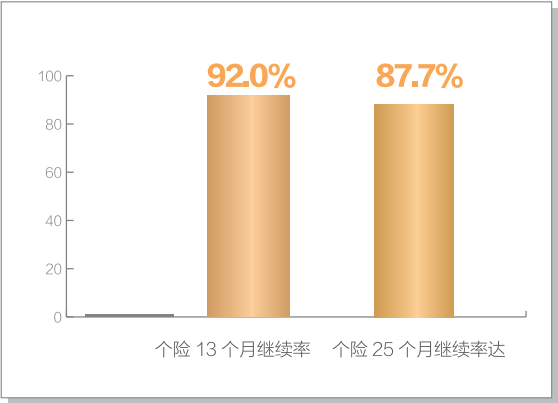
偿付能力充足稳定



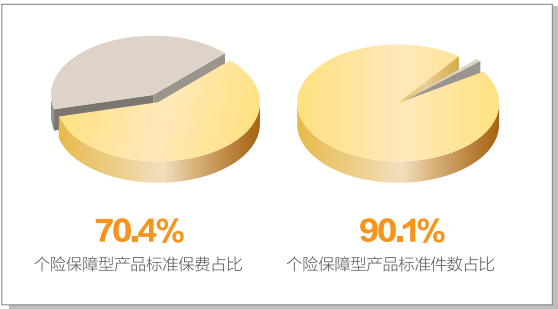
业务发展势头良好



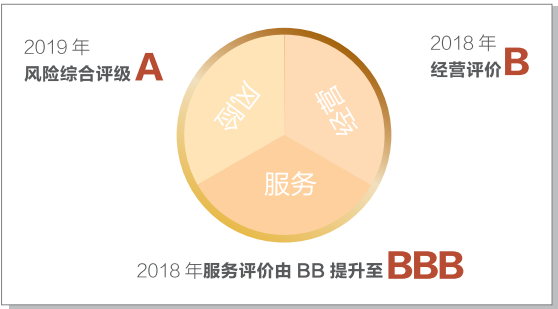
业务质量保持领先



业务结构持续优化



三位一体监管评级



备注：数据统计口径为公司口径

● 高质量党建工作 引领高质量发展

公司党委坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大精神，不断增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”。按照新时代党的建设总要求，全面把握新形势，努力适应新常态，严格落实新要求，在战略引领、组织建设、制度支撑等方面狠下功夫，全面推动党建重点任务落实，基层基础不断夯实，有效地发挥了党委的领导核心和政治核心作用、党支部的战斗堡垒作用和党员的先锋模范作用，为实现公司持续发展提供了强有力的支持和保证。

2019年6月，公司党委按照党中央和银保监会党委的部署要求，扎实有效开展了“不忘初心、牢记使命”主题教育。党委认真履行主体责任，严格落实“守初心、担使命、找差距、抓落实”总要求，通过学习教育，

筑牢忠诚根基；通过调查研究，改进工作作风；通过检视问题，补牢发展底板；通过整改落实，推动健康发展。切实达到了理论学习有收获、思想政治受洗礼、干事创业敢担当、为民服务解难题、清正廉洁做表率的目标任务，为公司高质量发展奠定了坚实的基础。



一、学习教育贯穿始终，在“真”上下功夫。

党委班子研究制定了《民生保险“不忘初心、牢记使命”主题教育学习方案》，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想作为贯穿全过程的主线，按照自觉主动学、及时跟进学、联系实际学、笃信笃行学的要求，切实增进政治认同、思想认同、情感认同，切实做到往深里走、往心里走、往实里走；真正把学懂弄通做实习近平新时代中国特色社会主义思想的成效体现到不断增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”的政治自觉中，体现到不断补精神之钙、固

思想之元的政治信仰中，体现到内化于心外化于行的政治历练中。党委班子成员于6月底7月初集中一周的时间开展了学习研讨，班子成员围绕学习重点，结合公司实际，重点围绕11个专题进行了深入研讨交流，并于7月10日召开了学习研讨交流大会。在学习研讨的基础上，各级领导班子成员认真撰写党课提纲，为党员干部讲授党课。各级党委负责人共计讲授党课31次。

二、调查研究贯穿始终，在“深”上下功夫。

聚焦贯彻党中央重大决策部署、保险行业发展的重点问题、群众反映突出的热点问题、公司高质量发展面临的突出矛盾，党委班子研究制定了《民生保险“不忘初心、牢记使命”主题教育调研工作方案》。班子

成员坚持问题导向，带领各部门负责人组成8个调研组，深入机构调研，做到了子、分公司调研全覆盖，真正做到了“身入”基层，“心到”基层，通过基层调研切实把调查研究与履职尽责、完成

党中央部署的任务和当前正在做的事情结合起。在调研中紧盯问题，摸清实情，分析症结，提出了解决问题、改进工作的思路和办法措施，为公

司战略举措落地、业务风险防控、管理制度完善、党的建设加强等工作掌握第一手资料。

三、检视问题贯穿始终，在“准”上下功夫。

党委班子研究制定了《民生保险“不忘初心、牢记使命”主题教育检视问题工作方案》，通过广泛听取意见、调查研究、谈心谈话等活动内容，采取有力措施认真查摆自身不足，把自己摆进去、把职责摆进去、把工作摆进去，认真检视反思，找准问题，列出清单，不遮掩、不回避，真正做到刨根问底“照镜子”，灵魂深处“正衣冠”。党委班子成员结合主题调研工作，共计召开了13次座谈会，面对面听取系统基层党组织、党员群

众的意见，共收集到对公司党委班子和班子成员各类意见建议近400条。班子成员对在学习研讨中查摆的问题、对照党章党规找出的问题、调研发现的问题、群众反映的问题、谈心谈话指出的问题等，从思想、政治、作风、能力和廉等方面剖析根源，找准思想根子上的问题，明确努力方向和改进措施，于8月22日召开了“不忘初心、牢记使命”专题民主生活会。

四、整改落实贯穿始终，在“实”上下功夫。

党委班子针对检视的问题，坚持具体问题具体分析，通过党委会研讨分析，分清楚哪些是体制机制弊端、哪些是工作责任不落实、哪些是条件不具备一时难以解决的问题，分清轻重缓急，坚持

对症下药。制定了《民生保险“不忘初心、牢记使命”整改落实情况》，突出重点抓整改。要求对原则问题旗帜鲜明、发展问题明晰方向、难点问题明确回答、实际问题重点解决。



● 完善公司治理 提升管理水平

一、三会运作有序合规

根据《中华人民共和国公司法》《民生人寿保险股份有限公司章程》等法规规章，公司建立了以股东大会为权力机构、董事会为经营决策机构、监事会为监督机构的治理架构。2019 年，公司共计召开 1 次股东大会、5 次董事会会议及 2 次监事会会议。公司股东大会、董事会、监事会能够认真履行《中华人民共和国公司法》和《民生人寿保险股份有限公司章程》等法律规章所赋予的职责，运作规范有序。在

股东大会的领导下，公司董事会贯彻落实股东大会决议，持续关注公司经营管理状况及发展规划执行情况，推进公司治理、风险管理、信息系统建设等重要工作，各项经营管理决策科学有效，切实保障了公司稳健经营、稳步发展。公司监事会对公司依法运作情况、董事会运作情况、经营管理层履职情况及公司财务状况等进行有效的监督，切实维护各股东方、公司及消费者合法权益。

二、公司治理结构优化

2019 年，公司增设了董事会关联交易控制与消费者权益保护委员会。根据《保险公司关联交易管理办法》《中国银保监会关于银行保险机构加强消费者权益保护工作体制机制建设的指导意见》等监管制度，公司及时响应监管制度要求，完善了董事会下设专业委员会的组织架构。经 2019 年 12 月第五届

董事会第六次会议审议通过，公司设立了董事会关联交易控制与消费者权益保护委员会，由董月英独立董事担任主任委员，成员包括吴仲春独立董事、吴志军董事。该董事会专业委员会的成立，为公司进一步规范关联交易管控、切实强化消费者权益保护等方面提供了支持。

三、强化全面风险管理

作为经营风险的保险企业，公司董事会高度重视全面风险管理工作。2019 年度，董事会审定了 2019 年度公司风险偏好体系，推动修订《风险偏好体系管理规定》《操作风险管理规定》等多项风险管理制度，夯实管控基础，完善、强化风险管控机制，不断提升公司风险管理水平。

四、信息披露及时准确

2019 年，民生保险在规范和强化信息披露管控机制流程的基础上，及时、准确地披露了法定披露事项，确保消费者与社会公众及时了解公司经营情况、重大事项等信息。2019 年，公司发布了 2018 年度信息披露报告、2018 年度企业社会责任报告等年度报告，并就 4 笔重大关联交易及 1 次重大事项发布了临时信息披露报告。

● 提升风控能力 筑牢合规防线

公司一贯坚持稳健经营、合规经营，恪守各项法律法规、监管规定及公司管理制度，不断完善全面风险管理体系，提升合规文化与内控执行力建设，培育全体员工及代理人合规意识，促进公司持续健康发展。

强化风险管理能力

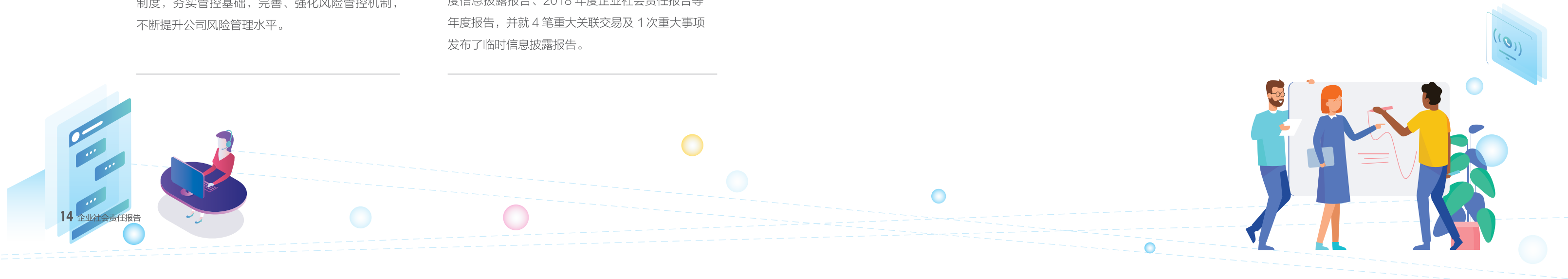
公司坚持审慎稳健的风险偏好，全面落实稳健、合规的经营理念，持续健全全面风险管理体系，完善风险治理架构，强化各类风险管理制度建设，优化风险管理方法和工具，推进实施偿付能力风险管理框架，提升全面风险管理能力，为公司高质量发展保驾护航。

2019 年，公司重点加强内部控制管理和流程优化，应用多项风险管理工具，提升了风险管理系统实用性，风险管理综合能力显著提升。近年来，公司多次被中国银保监会评定为风险综合评级 A 类单位。

提升内审监督水平

公司内部审计工作在董事会审计与风控委员会的领导下，紧扣“监督、执纪、问责”的工作定位，坚持“警钟长鸣”，继续秉承以风险为导向、以重要性为原则，按照真实性、合规性、有效性及价值正确等要求，揭示并处理各类违纪违规违法问题。公司充分运用监察、审计两大手段，加大对重大问题和风险，以及产生重大不良影响的事件问责力度，对“不良”人和事予以执纪、问责，建立审计威慑，不

断改善公司运营、提升价值，为公司健康稳健发展保驾护航。2019 年，公司累计实施审计项目 100 个，计划实施率 100%，对公司进行全方面的监督，揭示了包括职务侵占、徇私舞弊、损害消费者权益、违法违纪等在内的一系列重大问题，通过司法、诉讼、行政等各种手段，全面保障客户、员工、股东的切身利益。

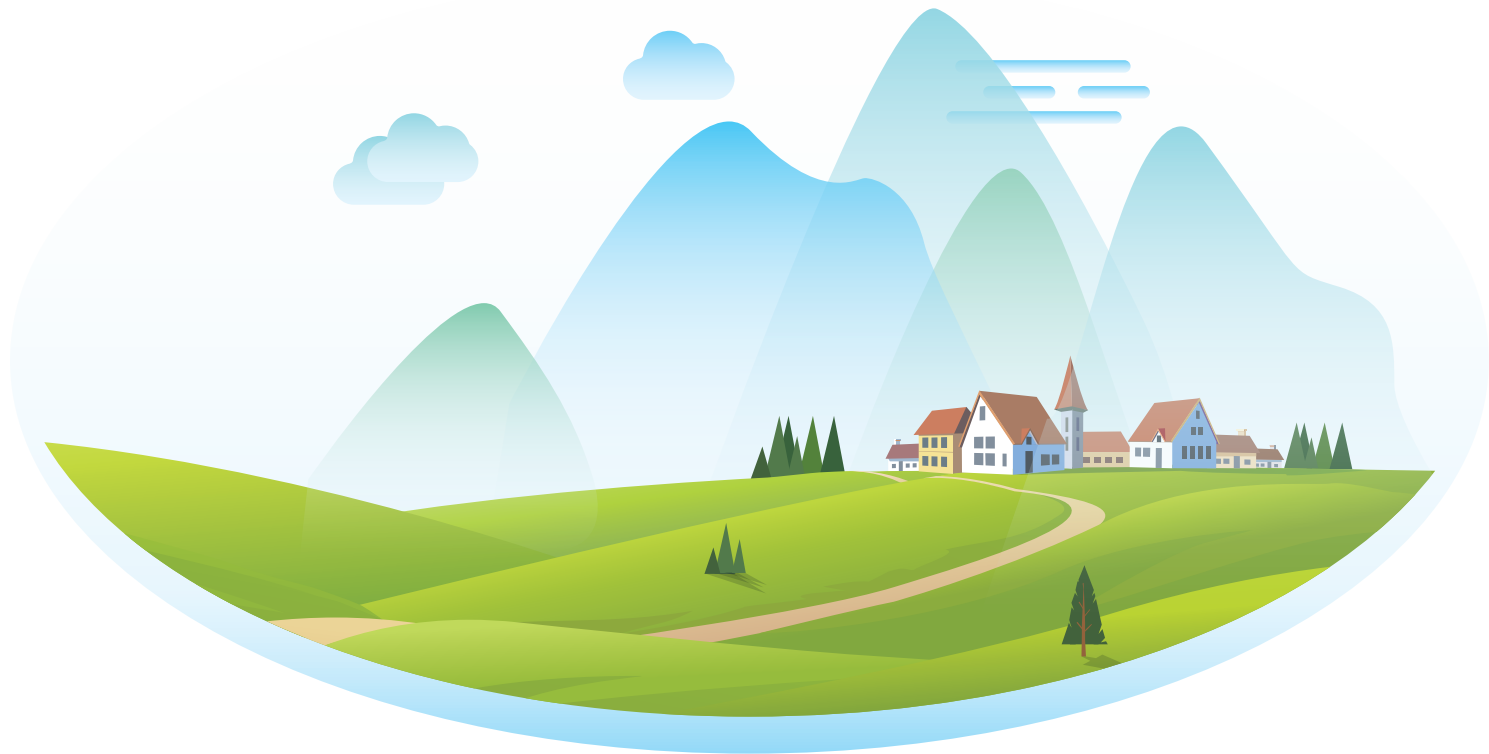


第三章 对用户



我们要的主线很明确，一条主线就是以用户为中心，就是专业化地以用户为中心，完全要挖掘出用户的专业需求。

民生保险董事长 鲁伟鼎



● 加大产品创新 提供全面保障

公司秉持“让民生确定，为民生服务”的企业使命，建立了完善的产品体系，涵盖人寿保险、年金保险、健康保险、意外伤害保险等多种类型，满足用户全方位、全生命周期的保险保障需求。

2019 年，公司深入践行保险保障本源，聚焦产品端创新，迭代升级“如意优 +”系列产品，在原有产品组合基础之上，进一步推出“如意优 +”馨享版、梦享版、畅行版保险产品计划，致力于为用户及其家庭持续性提供风险保障解决方案；打造“鑫”系列年金品牌，先后推出鑫喜连连、鑫喜连盈年金保险产品计划，旨在为用户提

供定期及长期的财务规划需求，保障用户家庭财富安全；不断提升保险产品价值，扩容升级健康助手重疾绿通服务，新增优医保 2.0 健康助手及康药保特药服务，举办“民生健康季”系列活动，初步形成了具有民生特色的“产品服务 +”体系。

迭代升级“如意优 +”系列产品



打造“鑫”系列年金品牌



持续构建“产品服务 +”体系



● 提升服务质量 优化用户体验

公司恪守“以用户为中心”的经营理念，致力于为用户提供承保安心、保全省心、理赔暖心、咨询热心、回访贴心的“五心服务”，坚持以善良之心温暖用户，与用户共创共享美好生活。2019 年，公司保险服务评价位居行业前列，较上年度再上一个台阶。

推动“掌上民生”APP 上线，支持交互式投保体验，应用 OCR 识别、空中签名等多项新科技，极大提升投保效率和用户体验；面向 18-40 岁用户，推出承保支持政策，简化核保资料，提高自动化通过率。

持续拓展和优化回访服务，探索 VIP 坐席分类回访，为用户提供 95596 回访预约服务，用户可享受预约优先回访，在用户预约的时间准时回访，满足用户回访时间需求，为用户提供更贴心的回访服务。

在“民生保险”微信公众号上线“保单贷款”、“保单还款”等服务，优化用户身份信息变更服务，实现用户一次申请即可更新所有信息，并引入、应用以人脸识别为代表的智能身份识别技术，持续推进和优化线上保全业务。



搭建“民生保险”微信公众号智能客服平台，在线机器人“小民”、在线人工客服与全国统一用户服务专线（95596）人工客服相辅相成，为用户提供“电话 + 官微”的多触点专业化咨询服务。

持续完善“小民立刻赔”服务范围及流程，进一步简化小额理赔收取资料手续，调整审核流程，加快理赔审核，理赔简易案件 24 小时内办结并支付赔款，致力于为用户提供更快速、更便捷、更暖心的理赔服务。

● 精进理赔服务 守护美好生活

公司秉持“服务他人，精进自己”的服务理念，在行业内率先推出“非常 6+1”快速理赔服务，并持续升级，进一步推出“小民立刻赔”服务理念，为用户提供以“关怀慰问，协助指导，专业建议，赔款速达”为中心指导思想的特色理赔服务，让用户感受到“小民就在您身边”的被守护感，为用户提供有温度有情感的理赔服务。

理赔服务持续提升	公司年度理赔数据	积极应对重大突发事件
全面推行微信在线理赔，用户自助在微信端完成理赔申请，提交理赔申请影像材料，完成电子签名，实现足不出户办理理赔申请；同时再次对理赔材料进行简化，用户可随时收到理赔报案、立案、结案、财务到账等流程实时通知，实现理赔流程透明化，提高用户满意度。	2019 年，公司共计结案 9.8 万件，同比增长 23%；赔付金额 7.2 亿元，同比增长 26%；理赔获赔率达 99%，理赔申请支付时效 1.6 天，处于行业领先水平；超 96.2% 的用户通过微信自助申请理赔，超 95.1% 的用户使用实时支付，理赔金“秒到”；最高获赔金额超 130 万。	2019 年重大突发事件频发，对 3 月 21 日江苏盐城化工厂爆炸事件、8 月 10 日“利奇马”台风事件等 49 起突发事件应急预案，成立理赔应急处理小组，开通理赔绿色通道，第一时间为出险用户提供便捷、有温度的理赔服务，全方位服务用户，共渡难关。

● 创新服务活动 普及保险理念

2019 年，公司恪守“以用户为中心”的经营理念，率行业之先将“客户服务节”定义为“用户体验节”。除再度升级公司理赔快赔、免息复效等经典服务外，本届用户体验节紧紧围绕“传播保险知识，维护用户权益”主题，通过线上线下相结合的方式，创新性地举办保险消费者权益保护知识竞赛、打造“寻找民生保险受益人”理赔案例微纪录片，发布《民生保险 2019 年度用户权益保护报告》等系列活动，用“体验”来唤醒及提升保险消费者的权益保护意识，做保险的真正受用人。

其中，保险消费者权益保护知识竞赛，自 2019 年 7 月起通过“保保大师”在线小程序，面向全国用户同步开启挑战赛。在线挑战赛历时近 5 个月，共吸引超 10 万用户参加，最终 12 名用户突出重围，成功会师重庆展开终极挑战赛。通过将保险基础知识场景化、通俗化地融入知识竞赛，既激发了参赛用户的比拼激情，又有效地增进了用户对于保险产品与服务的了解。



用户体验节现场



● 重视用户反馈 保障用户权益

公司认真贯彻落实监管机构对消费者权益保护工作的相关要求，将消费者权益保护纳入公司治理、企业文化和经营发展战略情况，恪守“以用户为中心”的经营理念，将消费者权益保护充分体现在公司治理及发展战略中的各个方面。

2019 年，公司通过完善顶层制度建设、优化投诉处理流程、加强投诉管理培训、开展宣传教育活动等方式，投诉综合治理成效显著，有效投诉件、亿元保费投诉量、万张保单投诉量、万人次投诉量均同比下降。2019 年，公司接监管转办投诉 119 件，主要集中在销售和服务方面，地域分布在华北，东北等地区。

完善顶层制度建设：

将用户权益保护写入公司章程，将对用户权益保护的重视与关注融入公司顶层制度设计，并在公司治理和日常经营活动中贯彻落实。经公司第五届董事会第六次会议审议通过，《民生保险董事会关联交易控制与消费者权益保护委员会议事规则》于 2020 年发文施行，规范并加强了公司用户权益保护工作。

的整改措施，并就投诉处理职责、投诉处理要求、投诉处理流程、投诉处理的考核与问责等方面进行系统培训；同时下沉机构帮扶与指导，携较弱机构前往优秀机构现场交流学习，并逐一对投诉管控欠佳的机构进行督导培训。

优化投诉处理流程：

修订《民生人寿保险股份有限公司用户投诉管理办法》，该办法中进一步明确了投诉工作责任人、各部门在投诉工作中的主要职责，以及细化了投诉处理流程，并建立了投诉考核与问责机制；建立较为完善的投诉处理信息化系统，在“民生保险”公众号上新增“在线投诉”模块，方便用户提交投诉申请。

开展教育活宣传动：

积极响应中国银保监会的文件精神，在线上线下组织开展了形式多样、丰富多彩的“金融知识普及月·金融知识进万家·争做理性投资者·争做金融好网民”金融知识普及宣传活动。公司共计 627 个网点参与宣传活动，参与员工和代理人近 16000 人，发放与本次活动主题相关的各类宣传材料资料共计 87173 份，通过微博、微信等在线形式宣传本次活动具体内容及知识普及的数量共计 74160 条，受众用户超过 156000 人。强化了用户及社会大众的金融素养和风险责任意识，引导用户理性选择、正确选择金融产品和服务，切实履行消费者权益保护职责。



金融宣传月图



第四章 对员工



民生保险要营造的是 ‘人尽其才,物尽其用,钱尽其值,各显其能’的工作氛围,要让全体民生人都‘想主人事、干主人活、尽主人责、享主人乐’,全体民生人都要为使命一起来工作。

民生保险董事长 鲁伟鼎



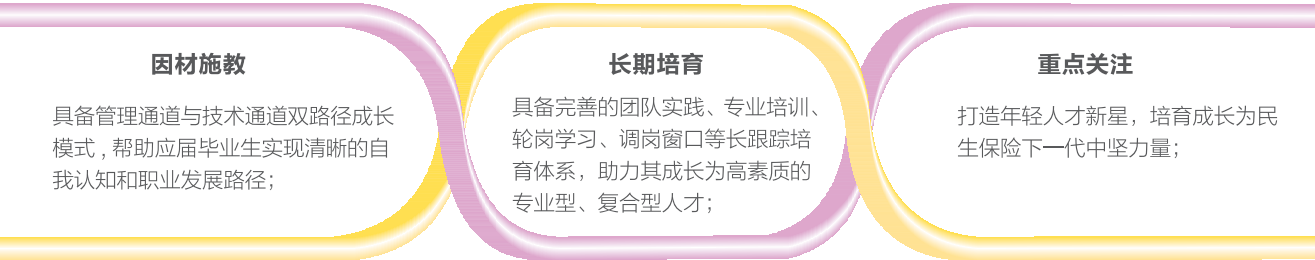
● 重视职业发展 激发人才成长

公司始终将高素质的人才队伍视为公司专业化经营与稳健发展的有力保障。公司通过优秀人才引进和内部培养相结合，构建起公司健康的人才梯队；通过竞争、培养、激励等机制，让最优秀的人才到最适合的岗位

上去；通过完善员工职业发展通道，针对公司潜力人才开展轮岗培养，逐步建立一支德才兼备的人才队伍；通过树立“创造、创业、创新”精神的典型模范，激发了大批优秀人才成长。

“闪亮雏鹰” 管培生校园招聘项目

“闪亮雏鹰”管培生校招项目是公司长期人才战略的重要布局，自 2010 年启动至今，已成功举办十期，为公司培育了优秀的专业人才和核心管理干部。



“新锐 2000” 人才招聘及培养计划

公司重磅推出“新锐 2000”人才招聘及培养计划，旨在招募和选拔一批青春活力，有梦想有追求，具有经营意识和管理潜能的优秀人才，助力他们实现收入和事业双丰收，实现自我价值。本项目将晋升 2000 名主管，实现 50% 构成为 85 后新生主管，全力打造一支对接中等收入群体的专业化营销服务队伍。



“创造、创业、创新” 三创荣誉体系

公司建立了“创造、创业、创新”三创荣誉体系，以表彰各公司在各条战线出来的创造先进、创业先进和创新先进，充分发挥先锋模范作用，带动全体员工履职尽责创先进、立足岗位争优秀，传承保险行业和公司价值观，促进个人与公司共同发展。

● 完善培训体系 锻造行业精英

二十一世纪,人力资源是第一资源,员工对企业而言是最宝贵的财富。2019 年,公司脚踏实地、求实创新,持续开展多维度立体式培训,升级完善在线学习平台,并快速围绕转型需求搭建培训体系,开展职工职业技能大赛,帮助员工快速成长,致力于锻造一批行业精英。

一、持续开展立体式培训

在业务内勤培养方面,公司坚持以人为本,坚持专业化培养,积极开展组训专员育成培训、讲师 SRT 培训、萃取师培训等各类培训,不断提升培训队伍的专业技能和岗位胜任素质,为公司人才梯队建设

贡献力量;在代理人培养方面:大力推进民生特色的“七步成才”训练体系,为新人的成长和发展保驾护航;积极推动业务主管、绩优等核心层级的专业化高阶培训,提升销售队伍的核心竞争力。

二、升级完善在线学习平台

公司自主创新研发互联网在线学习平台“充电保”,以视、听、触三位一体的学习体验为员工提供自主学习、资料查询、在线考试、互动直播等多元化的学习方案,满足员工不同职涯阶段的个性化培训需求,为公司专业化发展助力。



培训课程体系持续完善

2019 年,充电保推出“核保”、“理赔”专业化保险服务类课程,完善充电保培训课程体系,通过通俗易懂,引经据典的场景解读,帮助营销员和客户了解保险,正确销售和购买保险,更好的提供和享受保险保障服务。

OMO 培训管理系统初具雏形

为保障“新人育成七步成才计划”项目有效落地,充电保研发全新“充电保培训管理系统”,支持线下一移动—线上线上的数据化、标准化培训管理,逐步研发新人相关培训模块功能,形成一体化招聘—培训—签约全流程数据运作。同时,培训管理后台支持总、分、基层分层级权限管理,做到实时数据洞察。

提供更强大的营销活动支持

用户体验节答题挑战赛	举办民生保险用户体验节答题挑战赛,共计 4 个赛季,累计数万名用户参加,通过答题挑战的模式,普及保险知识,优化用户的保险体验。
新锐 2000 直播邀约	通过线上直播邀约来配合“新锐 2000”人才招聘及培养计划,同时开发线上“活动增员”功能,为一线组织发展提供了线上直播工具。
民生环游记年度账单	举办民生环游记年度账单活动,活动共计生成账单 6834 人,总分享 9443 人,点赞数 68360,在提升品牌影响力的同时,为一线团队塑造了良好的线上形象。

三、围绕需求完善培训体系

为贯彻落实“三个突破,一个提升”经营方针,公司针对在用户、科技、投资、管理方面实现全面突破与提升的目标要求,不断完善培训体系,在全系统组织召开了用户体验培训班、管理培训班、专业条线培训班等专项学习班,实现员工与公司的共同成长。

案例

全系统“用户体验”培训班

本次培训以“用心出发,走进中产”为主旨,通过走“服务、诚信、专业”路线打造极致服务,树立民生服务品牌,促营销,实现公司和员工个人价值提升。



四、开展职工职业技能竞赛

2019 年民生保险职工职业技能竞赛自 9 月正式启动,历时近三个月。全系统 4105 余名选手历经初赛笔试、演讲等环节的角逐,选拔出全系统 158 名优秀选手参加复赛,最终 10 名优秀选手中脱颖而出,晋级决赛。最终通过激烈的比拼,来自江苏分公司的李超脱颖而出,获得竞赛一等奖,中国金融工会于 12 月 27 日批复,同意授予李超“全国金融五一劳动奖章”荣誉称号。

此次技能竞赛,通过鼓励号召广大职工“比起来、赛起来、讲起来”,在比赛中发现人才、树立典型,发挥技能人才的示范带动作用,极大地加深了员工对于公司“以用户为中心”经营理念的理解,调动了广大职工干事创业的热情和活力,激励职工积极秉承“三创”精神,对于职工职业素质的提升、业务中心工作的推进起到了一定的推动作用。



● 关爱员工生活 激发工作热情

公司相信员工的幸福感和工作激情是一家伟大公司的源动力。2019，公司在“利他共生，共创共享，走共同富裕之路”的公司核心价值观的指引下，通过策划开展类型丰富、体验优先的文体活动，开展困难员工帮扶工作，筹建首批“女职工关爱室”等举措，充分调动职工的积极性和创造性，使得员工以饱满的热情投入到工作中去。

一、开展员工文体活动

公司积极策划开展系列员工文体活动，在活动中发现人才，以青年员工为主力，以兴趣爱好为引导，不断开脑洞、出新意，结合公司发展战略，相继开展了以“迎新季”、“融合季”、“成长季”、“感恩季”为主题的文体活动。

2019 年，公司先后开展青年派对、三八妇女节主题活动、员工团康活动、全系统无偿献血活动、“我和我的祖国”主题观影活动、金融系统网络健步走公开赛等活动；与此同时，员工羽毛球俱乐部、篮球俱乐部、健身俱乐部活动持续开展。



二、做好困难员工帮扶工作

公司建立了全系统困难职工档案，内容详实，实施动态跟踪管理，每年更新，有见证材料。2019 年，为及时了解和掌握困难职工的状况，提升帮扶工作的准确性，实现帮扶工作规范化、制度化，公司在全面深入调研、摸底困难职工工作、生活状况的基础上，按照单亲家庭、患病家庭、特殊家庭分类维护更新困难职工帮扶档案，截止到 12 月底，共有 40 名困难职工。公司以关心员工生活为己任，维护员工切身利益，增强企业凝聚力。2019 年，公司持续做好春节等重大节日的送温暖活动，让职工感受到公司的关爱，营造和谐温暖的家园文化氛围；切实做好生病住院职工、家庭特殊困难职工等走访慰问工作；每年组织体检，关心职工身体健康状况，将组织的温暖送到职工心坎上。



三、筹建首批“女职工关爱室”

为进一步增强基层一线女职工幸福感、获得感、安全感，切实做好关心、关爱、服务基层一线女职工工作，激励广大女职工立足本岗、发奋自强，积极为金融改革发展做出应有的贡献，民生保险筹建了首批“女职工关爱室”，为“准妈妈”、“背奶妈妈”等女职工创造一个温馨、舒适、安全的空间。2019 年，公司组织总部及 6 家分公司结合实际、因地制宜，共建立了首批 7 个“女职工关爱室”。



第五章 对社会

5.1
科技赋能 引领未来

5.2
倾力慈善 保障民生

5.3
绿色经营 持续发展

要处处去试行我们‘让民生确定，为民生服务’的公司使命,以保险行业核心价值理念为指引,在完善社会管理体系中有所作为,实现保险,让生活更美好。

民生保险董事长 鲁伟鼎



● 科技赋能 引领未来

面对互联网和新科技带来的挑战与机遇，民生保险以金融科技为引领，积极布局移动互联网、大数据、云计算、人工智能、区块链等创新技术领域，全面改善服务效能，打造科技金融生态圈。



拓展线上服务渠道

公司引入以人脸识别为代表的智能身份识别技术，上线公众号智能问答系统，打造官微一站式服务大厅，用户在线自助服务更加便捷；有序推进新一代业务系统建设，发布“掌上民生”APP，助力公司业务创新及处理效率提升。



建立统一数据资产和服务平台

公司以解决监管报送数据源不统一、口径不一致、数据差异等问题为起点，建立了统一数据资产和数据服务平台。该平台以先进的大数据技术为依托，整合公司的数据资产，为建立数据中台，形成集中的数据资产服务中心打下坚实基础，为大数据及人工智能服务提供重要的数据支持。



探索产品定价数据创新

公司与矩阵元合作，构建基于区块链和安全多方计算（MPC）技术获取医疗数据的能力；积极参加健康保险工作委员会，在医疗大数据、区块链等领域和保险、医疗行业领头公司进行探讨合作，联合主办“医疗及健康大数据与隐私计算专家座谈会；并与多家医疗数据技术服务商研讨，探索隐私医疗数据在保险产品定价创新领域的应用。



创新区块链技术应用

公司首批与新一代联盟区块链平台 PlatONE 达成重要合作伙伴关系，深度参与 PlatONE 底层联盟链的开发、测试和部署工作，基于该底层链开展了用户画像隐私计算的 POC 项目，探索使用分布式隐私安全技术，如何保护用户隐私信息的情况下，计算出用户的保险需求指数，匹配对应保险策略。

● 倾力公益 保障民生

一、民生人寿保险公益基金会

2015 年，公司出资 5000 万设立了民生人寿保险公益基金会，并此后每年将年度税前利润的 12% 捐赠给民生人寿保险公益基金会（以下简称基金会），用于符合其业务范围的公益事业。截止 2019 年底，基金会累计对外捐款 9697.07 万元。同时，基金会社会公信力及治理水平再上新的台阶，获评“全国性 3A 级社会组织”称号。

捐款
9697.07 万元
获评
3A 级社会组织

（一）贫困人群帮扶

基金会重点精准扶贫项目“四个一万工程”持续开展贫困人群的救助工作，推动扶贫善行，累计捐赠 6031.03 万元，全国范围内受益的孤儿、特困生、残疾儿童、孤寡老人总数近 2.5 万人；此外，2019 年基金会针对内蒙古乌兰哈达苏木、新疆鄯善县两地贫困村设立了新的资助项目，因地制宜，通过产业扶贫、厕所改造等形式，为贫困村脱贫攻坚工作献力。

（二）儿童医疗救助

基金会继续与爱佑慈善基金会合作开展困难家庭儿童医疗救助项目，截至 2019 年底，累计捐助善款 1700 万元，救助孤贫病患儿童近 2000 人。

（三）生态环境保护

基金会携手阿里巴巴基金会各出资 500 万元发起成立的中国首个水源地保护慈善信托 - “中国水源地保护慈善信托”，2019 年不断以创新、科学的方式对千岛湖流域进行环境治理，建立了生态氮磷拦截沟渠示范基地、生态水稻示范基地、生态茶园示范基地，综合减少氮、磷流失 15%-20%，推广水稻田面积 1000 余亩。此外，2019 年基金会向中国绿化基金会捐赠 100 万元，在内蒙古自治区通辽市种植 3.33 万颗樟子松，并在支付宝平台的蚂蚁森林小程序上线“线上公益林种植”项目。同时，基金会向深圳桃花源生态保护基金会“桃花源生态保护基金会神农架”项目捐赠 30 万元，用于支持神农架东部的 87.5 平方公里的太阳坪自然资源保护地。

（四）教育领域支持

北京桂馨慈善基金会之“桂馨书屋”、“桂馨科学课”、“桂馨乡村教师支持”项目，累计捐赠 391 万元，受益人数 36948 人，旨在弘扬师德精神，唤起全社会对乡村教师群体及乡村教育的关注和支持。

（五）全民阅读推广

基金会与上海闵行区莘庄镇“春申邻里中心”合作建设的首家“布客少儿图书馆”于 2018 年 4 月正式对外运营。2019 年布客少儿图书馆保证每日的开馆运作，积累了读者数量 700 余组家庭，共服务 12000 余人次，转化读者为志愿者参与图书馆共建共享约 180 人，举办阅读活动 100 余场。



二、开展志愿服务

公司积极倡导与鼓励全体员工关心公益事业、用于承担社会责任，体现个人及公司无私奉献和助人为乐的高贵品质。2019 年度，全系统 25 家分公共计开展及参与志愿活动 166 次，共有 3017 人次参与，服务总时长达 5878 小时。其中，全系统共有 2093 位员工参与了爱心献血，共献血量达 787950 毫升。

参与志愿活动
166 次
参与人数
3017 人次
服务总时长
5878 小时
总献血量
787950 毫升

（一）环境保护

义务植树：人勤春来早，播绿正当时。在 2019 年春天之际，多家分队都组织了员工志愿者参与义务植树活动，这有助于引导大众提高环境保护意识，一起动手爱绿、植绿、护绿，用实际行动呵护地球家园。

垃圾分类：垃圾分类是一种新时尚，新的生活方式，是实现垃圾减量化、资源化、无害化的有效措施。响应国家号召，民生保险福建分公司、大连分公司、辽宁分公司等多家分公司的分队开展了垃圾分类趣味公益、垃圾分类及环保理念公益宣传等相关活动。

（二）爱心献血

在民生保险 16 周年之际，各家分公司“迎司庆·献爱心”无偿献血活动再次起航。其中，江苏分公司共有 161 名志愿者报名参加爱心献血活动，其中 107 人成功献血，人均献血量 300 毫升，被南京红十字血液中心授予为“无偿献血爱心单位”。

（三）贫困帮扶

关爱老年人：多家分公司分队走进社区，与老年居民一起开展了丰富有趣的互动活动。例如：广东分队开展的“妈妈私房菜”志愿活动，为老年人带去美味可口的佳肴；大连分队在中秋节、重阳节时走访失独老人家庭，认真倾听他们的心声，详细询问他们近期的生活情况和身体健康状况，向他们宣传

保险关怀关爱，同时，送上大米、食用油、生活用品等慰问品。

社区困难家庭定期走访 福建分队为协助政府对“老人的关怀、孩子的关心、残疾人的关爱、外来人口的关照”，从而提升百姓生活质量和幸福感，从 3 月起通过社区已开展结对帮扶工作，每月对帮扶家庭进行定期的走访慰问，每月支付孩子 300 元的生活补助。

（四）金融公益服务

2019 年，各分公司积极参与金融服务志愿宣传活动，通过组织内外勤员工主动进社区、进广场进行户外公益宣传，向广大群众宣传金融基础知识、风险防范技能、投资理财技能等，提升广大群众的金融素养和风险责任意识，树立公司良好的形象。

在 7 月 8 日全国保险公众宣传日之际，江苏分队组织开展“7.8 保险扶贫公益跑”活动，带领全省全面拉开“7.8 保险扶贫公益跑”的帷幕，将一个个民生保险志愿者的脚步转化为一份份公益的力量，传递爱的能量，为扶贫助力。

（五）爱心捐款

2019 年的民生保险“送温暖献爱心”员工捐款活动，依旧召集了民生保险全系统员工的参与，全系统共筹集了 302144.14 元，捐赠给民生人寿保险公益基金会，支持其开展各项公益项目。

三、六月公益月

民生保险公益月于公司开业 15 周年之际创立，现已成功举办两届。作为公司创新公益方式的大胆尝试，公益月意在号召所有的民生保险人，带动员工、用户、大众共同关注公益，履行公益，由民生小爱汇聚社会大爱，形成民生保险公益生态圈。

2019 年 6 月 18 日，公司迎来 16 周年司庆，第二届公益月如期拉开帷幕。25 家分公司积极响应总部号召，围绕“有温度的社区”活动主题，深入社区，纷纷就社区环境治理、留守儿童教育、社区安全教育、居民生活垃圾分类等问题，展开了形式多样的社区公益活动。

浙江分公司

打造美好社区环境 民生人在行动



福建分公司

“不忘初心，牢记使命”走访慰问党员义工



大连分公司

垃圾投放需分类 循环利用最可贵



厦门分公司

聚焦社区安全教育 走进大同社区



山西分公司

关爱留守儿童 建立长期支教点



● 绿色经营 持续发展

绿色业务

公司致力于新技术的开发应用，不断加大智能化、移动化服网络布局，拓展线上服务渠道。2019 年，公司引入以人脸识别为代表的智能身份识别技术，上线公众号智能问答系统，打造官微一站式服务大厅，建立健全新一代“掌上民生”业务系统，实现“微投保”线上业务分享流程及承保、核保体系，积极改变传统保险业务流程耗费大量纸张的现象。

公司大力推广移动学习平台，积极开展线上培训，实行培训班线上签到和课件无纸质化。2019 年，公司科技化在线教育培训平台“充电保”APP，年度 UV 累计 400 万次 ,PV 累计 1000 万次，新增 6 个大功能点 ,131 个小功能点，相较线下传统培训，大幅降低了资源和成本的消耗。

绿色办公

公司研究开发“三朵云”云办公平台，完成民生保险从传统办公网向移动办公网的体系化建设，为日常办公、会议和培训提供便利，进行绿色办公，有效节约资源。此外，通过 OA 办公系统、公司云盘和邮件系统等信息化系统的升级建设，努力降低办公过程中资源消耗对环境的影响。

- 云助理： 实现企业传统应用的简单移动化接入，统一企业移动办公入口；
- 云桌面： 可跨网络、跨设备远程访问的桌面环境；
- 云课堂： 基于互联网技术的移动化应用，实现企业移动化知识管理，将传统知识库模式转换为社交化知识分享体系。

绿色环境

公司积极倡导节能有德、节俭有德，鼓励员工增强责任意识和环保意识，从细节入手，珍惜用电、用水、用纸，并推广资源循环利用，形成节能减排长效机制，营造全系统节能减排降碳的良好氛围。

2019 年，公司上海总部积极响应《上海市生活垃圾管理条例》，通过在职场内放置干垃圾、湿垃圾、可回收

垃圾、有害垃圾垃圾收集容器，宣导垃圾分类知识，设置奖惩处理办法,积极引导员工落实垃圾分类。此外，通过“六月公益月”活动,号召 25 家分公司志愿者团队，自主开展发放宣传单、讲解垃圾分类基础知识等志愿活动，帮助大家养成主动分类、自觉投放的行为习惯，为建设美丽洁净家园贡献自己的一份力量。

意见反馈表

尊敬的读者：

您好！

感谢您阅读民生保险《2019 企业社会责任报告》。我们非常重视并真诚地期待您对我们社会责任工作和此报告的反馈意见。您的宝贵意见，有助于我们持续提高社会责任信息披露水平，改进社会责任管理和实践工作，提高履行社会责任工作的能力和水平。

我们热诚欢迎并由衷感谢您提出的宝贵意见！

意见反馈表

- 选择性问题的（请在相应位置打“√”）
1. 对于民生保险，您的身份是：
- ☐ 政府 ☐ 投资者 ☐ 员工 ☐ 客户 ☐ 供应商 / 承包商
- ☐ 合作伙伴 ☐ 同行 ☐ 社区和公众 ☐ 媒体
- ☐ 非政府组织 ☐ 其他（请注明）
2. 您认为民生保险履行社会责任表现：
- ☐ 很好 ☐ 较好 ☐ 一般 ☐ 较差
3. 您对报告的总体印象是：
- ☐ 很好 ☐ 较好 ☐ 一般 ☐ 较差
4. 您认为报告中所披露的社会责任信息质量：
- ☐ 很好 ☐ 较好 ☐ 一般 ☐ 较差
5. 您认为报告结构：
- ☐ 很合理 ☐ 较合理 ☐ 一般 ☐ 较不合理
6. 您认为报告版式设计和表现形式：
- ☐ 很好 ☐ 较好 ☐ 一般 ☐ 较差

开放性问题

您对民生保险履行社会责任有何建议？

您可以选择以下方式反馈您的意见

地址：上海市浦东新区陆家嘴西路 99 号 18 层

电话：021-68371736

邮编：200120

传真：（021）68371650

期待您的反馈意见