

尊重寿险规律 重视顶层设计



在中信、保诚双方股东的大力支持和董事会的正确领导下，中信保诚人寿制定了公司战略发展规划纲要（2016～2020）

指导思想

制定未来五年的战略规划，必须坚持寿险行业的基本经营规律，以股东资源为依托，以快速发展为主线，坚持发展与创新同步、规模与效益兼顾、共创与共享结合，实现公司价值总量最大化

以战略为驱动 专注价值成长

1 坚持高质量发展 负债与资产结构 持续优化

负债端：

坚持“保险姓保”，产品结构与渠道结构不断优化，银保转型取得阶段性成果

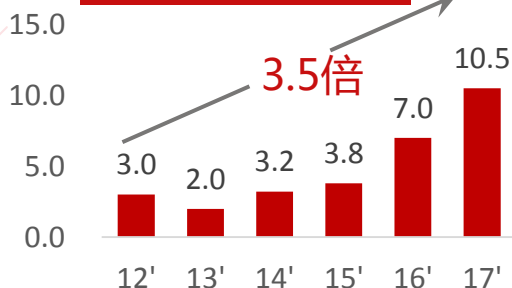
资产端：

按照保险资金运用规律，坚守风险底线，资产负债管理引领，资产配置结构更加丰富、期限结构更加合理，资产负债匹配状况更加优化

2 坚持高效益发展 盈利水平持续提升

得益于近年来剩余边际的持续增厚并稳步释放，公司利润水平呈现阶梯式快速增长，净利润、净资产收益率连续两年稳居合外资前列

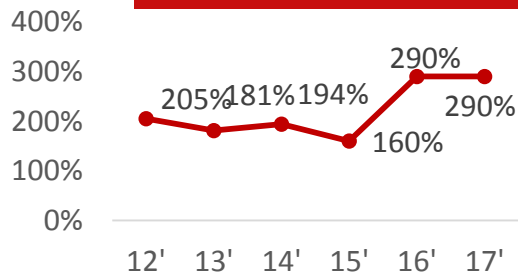
历年净利润(亿元)



3 坚持高效率发展 低资本消耗下快速增长

- 得益于负债及资产结构的持续优化，公司在业务规模、资产规模快速发展的同时，保持了充足的偿付能力水平
- 在双方股东的初始投资仍维持在23.6亿的情况下，我司偿付能力充足率从2015年的160%上升至2017年末的290%

历年偿付能力充足率



4 坚持合规经营 全面风险管理行业领先

偿付能力充足率：自2016年偿二代正式实施以来，我司偿付能力水平显著提升，且近两年一直稳定地维持在较高水平。2018年2季度末，公司综合偿付能力充足率和核心偿付能力充足率分别为278.74%和272.10%，均高于监管要求及行业平均水平

SARMRA监管评估：2016-2017年连续两年的SARMRA监管评估中，公司得分位于行业领先，为此节约公司最低资本，提升偿付能力

风险综合评级：自2016年一季度至今，在监管机构已公布的十次风险综合评级（分类监管）结果中，我司均被评为“A类”

风险综合评级：2016年9月，原中国保监会率团赴美国参加“中美偿付能力监管体系研讨会”，公司有幸被选为5家代表之一共同前往分享偿二代实施良好实践经验2017年11月10日，中国保监会组织第二届“亚洲偿付能力监管与合作研修班”莅临我司调研偿二代实施与全面风险管理体系建设的良好实践，13个国家代表参与此次调研

5 坚持经济与社会效益并重，软实力显著增强

整体竞争力跻身寿险十强
资本能力排名第三

紧跟国家战略步伐，
服务实体经济

客户服务质量与
水平稳步上升

在《2017亚洲保险公司竞争力研究报告》中，中信保诚人寿整体竞争力跻身“中国寿险十强”，其中资本能力排名第三

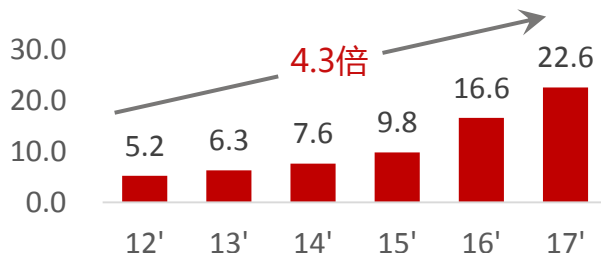
截至2017年末，公司逾20%投资资产投向了一带一路、城镇化建设、军民融合、创新扶贫、农村基础设施改造等实体经济领域，在信用风险可控的前提下，实现了保险资金与实体经济的良性互动

- 监管服务评价连续获评A级，理赔直付项目在全国六西格玛项目发表赛中荣获“专业级技术成果奖”
- 中信保诚人寿运营部呼叫中心正式通过国家工信部CCSO标准认证，是保险业乃至金融业首家通过认证的呼叫中心

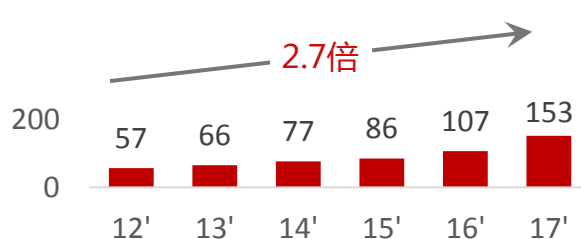
6 坚持以价值增长为核心，持续为股东创造更高价值

- 近年来得益于新单规模的快速发展以及产品结构的不断优化，公司新业务价值快速增长，已提前三年完成五年战略目标
- 截至2017年底，公司内含价值（偿二代）达到153亿元，是股东累计投入的6.5倍

2012-2017年新业务价值(亿元)



2012-2017年内含价值(亿元)



速度深度并重的 机构拓展

机构拓展：
截至2018年7月，公
司已开设18家分公司，
在78个城市设有分支
机构。
目前湖南分公司正在
筹建。

2000.广东

2007.广西

2003.北京

2008.福建

2005.上海

2009.河北

2005.深圳

2011.辽宁

2005.江苏

2014.山西

2005.湖北

2015.河南

2006.山东

2016.安徽

2006.浙江

2017.四川

2007.天津

2017.苏州

2018.湖南

(筹)

销售渠道 全面覆盖

营销
业务

银行
保险

团体
保险

电话
行销

网络
销售

营销 业务

自开业以来，中信保诚人寿营销业务渠道规模始终处于合外资保险公司前列，是公司保费的重要贡献者。营销业务部销售的产品覆盖保障、储蓄、投资、养老及医疗等诸多领域，并与团险等业务部门开展交叉销售，成为重要的团险分销渠道。

截至2018年6月底，中信保诚人寿在册保险营销员数量近4.2万人。

银行 保险

中信保诚人寿银行保险部成立以来，已与中信银行、渣打银行、民生银行、工商银行、建设银行、农业银行等二十余家商业银行建立起长期稳定的合作关系，新单标保、期缴业务在合外资寿险公司始终保持领先。借助传家系列产品在高净值客户经营方面取得的较大突破，中信保诚人寿目前已与各大银行的私人银行开展密切合作。

团体 保险

中信保诚人寿是第一家获得团险经营牌照的合外资寿险公司。团险渠道通过营销员渠道、直销渠道、中介渠道等多个渠道开展业务，致力于企业员工福利计划的开发和完善。团险渠道通过加强网上自助、微信、短信、邮件等电子化服务功能，为客户提供“线下线上”相结合的保单服务模式，并提供覆盖全国的购药医疗和健康体检等直付支持。

电话 行销

中信保诚人寿电话营销渠道成立于2006年，为中信保诚人寿多元化营销的主要渠道，通过电话的方式精准地向客户提供保险产品服务。

网络 营销

为提升客户体验，顺应互联网发展势头，中信保诚人寿于2013年下半年组建成立了网销渠道，实现了在线投保及在线支付，并将电子化营销平台扩展至PC、移动和微信等多渠道。网络营销渠道向客户提供了更加友好便利的网上销售、自助查询、以及保全服务。

保险姓保 全面防护

中信保诚人寿致力于成为最好的保险方案的提供者。通过持续推动保险保障型业务发展、稳健提升投资管理能力，为客户提供全生命周期综合保险解决方案，全力打造“以客户需求为核心”的全方位产品体系



健康管理 战略平台

中信保诚人寿已经基本建立完整的健康管理服务体系，并以心理健康为突破点，打造公司健康管理特色服务
关键词：

普惠

防病
控病

分层
受益

互联
网+

特色防病控
病服务：以
心理健康为
特色

产品
创新
特色
服务

基本中端服
务：市场常见
的中端就医、
体检类服务

基础普惠平台：
广覆盖和易用的在线服务，面向全体有效客户及准客户，提供健康咨询与健康教育服务

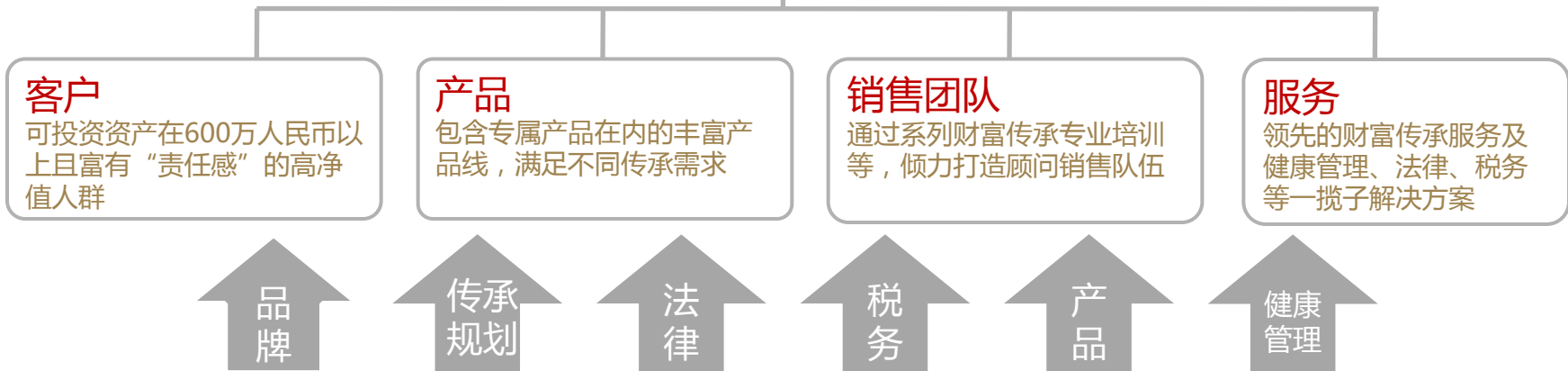
中信保诚传家 业内领先



- 围绕解决方案，发挥“品牌”功效
- 首个高净值客户专属高端子品牌



- 财富管理的现实解决
- 福荫子孙的家族传承
- 惠泽乡里的理想升华



一个品牌，六方面支持

服务水平 不断提升



- 为全国逾160万个人客户提供优质、一站式、全方位服务；
- 公司信息系统建设提速，加快企业大运营步伐；
- 创新服务模式留住老用户，吸引更多新用户。

寰宇卡

经典增值服务
全球紧急救援服务

中信保诚寰宇卡服务包括国际旅行救援、国际医疗救援、国内医疗救援，为旅行途中遭受意外事故或突发疾病的寰宇卡客户提供紧急援助。

「微理赔」 服务

以往保险业务的办理和查询需要前往柜台。现在，中信保诚人寿敏锐地捕捉到客户需求，利用微信平台开通五大项微服务，客户只需要关注中信保诚人寿官方微信（CITICPRU-Official），完成身份资格验证，即可随时随地办理各项保险服务，查询保单保险资料。

微回执

微理赔

续期
缴费

信息
查询

微保全