

南山人壽
企業社會責任報告書

2019

Corporate Social
Responsibility Report



報告書
編輯原則

南山人壽保險股份有限公司(以下簡稱南山人壽)長期深耕臺灣保險市場，除提供全方位與創新商品服務，為保戶、股東及員工創造長遠價值外，亦致力於履行企業社會責任，並透過全體員工及業務夥伴的努力與影響力，積極深入社區，參與公益活動。

這是我們發行的第7本「企業社會責任報告書」，期望藉此向社會大眾及關心南山人壽的利害關係人，溝通我們在業務活動、經濟、社會及環境面向上的努力與成果。考量到環境友善性，本報告也有PDF版本，您可以從我們的企業網站CSR專區下載。



CSR專區

報告期間與
涵蓋範圍

本報告揭露內容期間為南山人壽2019年財務年度（2019年1月1日起至12月31日止），及南山產物保險人力結構及部份商品服務資訊，另為求議題的完整表達與績效展現，部分專案的內容與成果，亦會回溯至2017年，或延伸至2020年第一季之資訊及數據。

參考指引

- 全球永續性報告協會（GRI）2016年版GRI準則核心選項(Core)
- AA 1000 (2008)第一類型中度保證等級
- 國際整合性報導委員會（IIRC）發布之「國際整合性報導架構」IR
- 本報告經臺灣檢驗科技股份有限公司(SGS-Taiwan)確證，符合上述綱領及標準的要求(詳見P.94-95)

發行日期

上一版報告發行日期：2019年8月；下次預計發行日期：2021年8月
發行週期：每年

聯絡資訊

聯絡窗口：南山人壽保險股份有限公司 品牌暨公共事務部
總公司地址：臺北市信義區莊敬路 168 號
電話：8758-8888*88707
電子信箱：NS-PR@NANSHAN.com.tw
公司網站：<http://www.nanshanlife.com.tw/>



企業網站



Contents

報告書編輯原則 01

董事長的話 04

2019永續績效 06

關於南山人壽 08

- 公益服務業 09
- 營運據點 14
- 2019年經營績效 15
- 榮譽與肯定 16

01

02

永續治理 17

- 永續策略 18
- 利害關係人溝通與交流 20
- 重大CSR議題與衝擊鑑別 22
- 外部組織參與 28

公司治理 30

- 董事會治理 31
- 誠信經營 33
- ESG責任投資 33

03

04

風險管理 35

- 完善風險管機制 36
- 風險管理與內控制度 37
- 氣候變遷風險管理 38

力行普惠金融 40

- 創新友善服務 42
- 聚焦樂齡服務 43

05

06

推動數位創新 44

- 培養智慧金融人才 45
- 多元數位服務介面 46
- 南山e學院-能力新境界 47
- IoT遠距健康照護服務—BAM活力洋溢App 48
- 行動數位輔銷 48

全方位保戶服務 49

- 全方位智慧客服 24小時貼心服務 50
- 多元便利服務管道 50
- 快速回應保戶訴求 51
- 保戶滿意度調查 51

07

08

確保資訊透明安全 53

- 行銷宣傳管理 54
- 即時保單健檢 55
- 嚴謹個資管理 55

建構友善健康職場 56

- 重視性別平等 59
- 暢通勞資溝通管道 60
- 健康安全職場 61
- 薪酬獎勵制度 63
- 多元績效考核制度 64
- 完善員工福利措施 64
- 培育全能專才 65

09

10

共創夥伴雙贏策略 70

- 業務夥伴人力結構 71
- 共榮與成長 72
- 銷售轉型與推動-樂活行銷 75
- 業務發展管理人才培育 76

低碳保險先行者 - 77

- 建築物節能管理 79
- 減少能源耗用 81
- 電子單據 節紙減碳 83
- 植樹淨灘 守護海岸 85

11

12

助力社會幸福共融 86

- 塑造義工文化 深耕社區服務 88
- 推動南山慈善基金 88
- 促進社區健康與醫療照護 88
- 守護地球海岸，關注海洋生態 91
- 教育關懷，扶助學子安心就學 92
- 贊助地方活動 帶動觀光產業發展 93

第三方確認聲明表 94

GRI 準則索引表 96

董事長的話

這是南山人壽第7本CSR報告書，南山人壽以成為「保戶的幸福代言人」為己任，秉持「信賴」、「關懷」、「誠信」的信念，發揮「公益服務精神」為永續目標與動力。我們積極投入創新研發並運用金融科技系統，創造出保險業的最佳營運模式；藉由提供差異化的產品與優質服務，履行對保戶、員工及利害關係人的社會責任與承諾，奠基南山永續的競爭優勢。

發揮公益服務精神

南山人壽始終從保戶角度出發，領先業界打造各項創新金融服務，回顧2019年，在全體內外勤同仁的努力下，持續推出符合客戶需求的優質服務與創新產品，因而展現亮眼的營運績效。我們的卓越服務，獲評為「2019全球百大最有價值保險品牌」，及《現代保險雜誌》4大保險品質獎，成為臺灣消費者心目中最值得信任及推薦的保險公司，再次為保戶創造幸福價值。除保險本業經營成效備受各界肯定外，南山人壽多年來，更念茲在茲深耕企業社會責任，以公益服務之精神，推動各項CSR專案行動，2019年勇奪「亞洲企業社會責任獎—健康衛生推廣獎」的殊榮，亦是本屆唯一獲獎的臺灣企業，並首度榮獲亞洲知名財經媒體《保險業亞洲雜誌》之「年度最佳壽險公司獎」及「年度最佳企業社會責任獎」，我們的CSR成果逐漸引起國際媒體重視，榮獲國際級獎項的肯定。

樂活新紀元 南山新標竿

綜觀國際對永續發展的重視與發展趨勢，我們發現臺灣人口結構已進入少子化、高齡化，客戶的生活型態和保障需求，將因此而持續改變；再加上全球氣候變遷所引發對人身健康及資產的諸多衝擊，南山人壽所處的保險產業，正可成為一種風險防護機制，藉由直接及間接方式，實踐聯合國永續發展目標（Sustainable Development Goals, SDGs），讓利害關係人可以透過保險商品及服務的取得，獲得全方位的風險保護機制。

爰此，我們將2020年訂為南山樂活元年，提倡健康快樂新生活之永續倡議，透過產品活動與推廣，帶動臺灣健康樂活的風氣。同時回歸保障本質，聚焦於客戶的身心健康與樂活人生，結合創新商品及科技平臺，開發更多元化「健康樂活」商品及服務，提供客戶優質服務，實踐永續樂活的新標竿。

面對2019年境界系統上線以來所衍生的議題，在全體同仁努力下，我們亦將持續優化系統各項功能，以期盡速恢復投資型商品的銷售，提供保戶更全方位的商品與服務。

低碳綠保險 普惠促共融

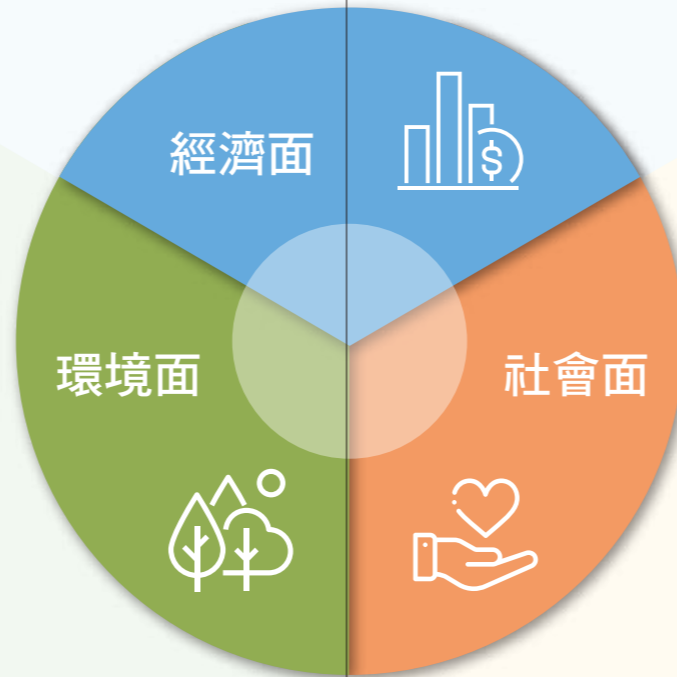
南山人壽積極實踐綠色企業行動，以「低碳保險先行者」為永續策略之一，展開低碳保險服務。並接軌國際趨勢，領先業界於2018年成為臺灣唯二簽署「氣候相關財務揭露工作小組」（Task Force on Climate-Related Financial Disclosure, TCFD）的保險業者；2019年更率先導入國際ISO 14067 碳足跡標準，制定了我國第一份「人身保險服務-產品碳足跡產品類別規則」（CFP-PCR），並獲得SGS及環保署碳足跡標籤雙認證肯定，實踐我們對環境永續的承諾。

在促進社會共融領域，南山人壽也積極發揮產業核心能力，除了將普惠金融列為行動目標，並採行多項措施，提供高齡及弱勢族群更為便捷的金融服務外，自2013年開始推動「南山慈善基金-醫療關懷計畫」，截至2019年底，已幫助超過3.4萬名弱勢病患安心就醫，並在各縣市推動「守護記憶、友善社區」失智關懷系列活動，期許透過持續不懈的服務與關懷，深入服務在地社區，落實企業社會責任，為臺灣成就更多溫暖與幸福。

資產已超過新臺幣四兆元的南山人壽，也已躍身為全球重要投資人。面對瞬息萬變的國際經濟局勢，南山所有主管更加兢兢業業，透過晨會掌握國內外政經情勢，調整經營與投資策略。我們將持續追求質量兼具的保費成長以及穩健的投資策略，守護保戶資產及創造股東利益，厚植南山永續成長的動能，朝成為亞太地區最佳保險公司的目標邁進。

董事長(CSR委員會主席)





超過 **10公里海岸淨灘**

號召逾4,800名義工

超過 **2,700萬份**

減少文件郵寄數量

完整導入3大環境永續系統

ISO14064-1、ISO14001、ISO 50001

人身保險服務碳足跡標籤

首家取得環保署碳標籤保險業者

超過 **5,000萬張**

電子單據節紙量

超過 **259萬張**

視訊會議節紙量

超過新臺幣 **4兆元**
資產總值

亞洲企業社會責任獎「健康衛生推廣獎」

2019年榮獲亞洲企業商會

超過 **95分**
董事會年度績效考核

「台灣企業永續報告獎金獎」

連續6年獲TCSA 台灣企業永續獎

「台灣最佳保險品牌」

連續5年獲Global Brands Magazine評選

市占率達 **88%**
2019年長照險新契約保費



較2018年上升 **3.3%**
一般員工平均月薪

204家

「南山慈善基金」合作醫院

超過 **28,000人**

微型保險連續三年累計受助民眾

超過新臺幣 **1.1億元**
社會參與金額

超過 **490人**

FLMI壽險管理師認證人數

關於 南山人壽



南山人壽成立於 1963 年 7 月，是臺灣歷史最悠久的保險公司之一，素以專業經營、財務穩健著稱；在業務員素質、教育訓練、科技應用及保戶服務等各方面，均居業界領導地位，深獲社會大眾的肯定。

我們的服務網絡遍及全臺灣，包括 25 家分公司，317 處通訊處，超過 4 千名員工與超過 3 萬名業務員，深入臺灣各角落，齊心為逾 629 萬名保戶提供保險專業服務，這個數字相當於超過四分之一的臺灣人擁有南山保單，我們也肩負更重大的責任與使命。

南山人壽深耕臺灣逾半世紀，未來亦將持續扎根臺灣、永續經營，全心全力關心保戶需求、希冀提供超越保戶期待的關懷服務與創新商品，期許將南山人壽打造成為臺灣最好、亞洲名列前茅的保險公司。

核心價值

五十多年來，南山人壽本著「信賴」、「關懷」、「誠信」的理念，從心踏出每一步，用心服務每一位保戶，矢志幫助更多人勇敢追尋夢想，不僅是保戶、員工、臺灣社會的長期依靠，更是臺灣人心中最穩健的標竿企業。

企業願景



成為客戶心中首選的保險公司

保險是深具社會公益價值的事業，南山人壽致力於形塑優質的企業文化，透過傳遞誠信與幸福的價值，成為客戶心中保險公司的首選。



成為資產管理最佳的保險公司

南山人壽以宏觀穩健的作法，積極投資佈局全球，成為資產管理最佳的保險公司，與員工、保戶共享投資成果。



成為員工引以為傲及求職創業者首選的保險公司

南山人壽創造讓員工能充份發揮才智的平臺，致力協助員工自我實現，打造南山人壽成為頂尖求職者的第一選擇，讓每位同仁引以為傲。

企業文化

保險是服務人的行業，因此，南山人壽持續透過溫暖與關懷的服務，展現保險業的核心價值與精神，成為保戶「幸福」的代言人。

服務的熱忱

以樂在服務的熱忱，將服務提昇到最高境界。

純樸、真誠與低調

秉持真誠謙虛的態度，認真耕耘，展現專業。

關懷的精神

真誠用心的精神，將關懷傳遞到社會每個角落。

認同公司理念，承諾投入

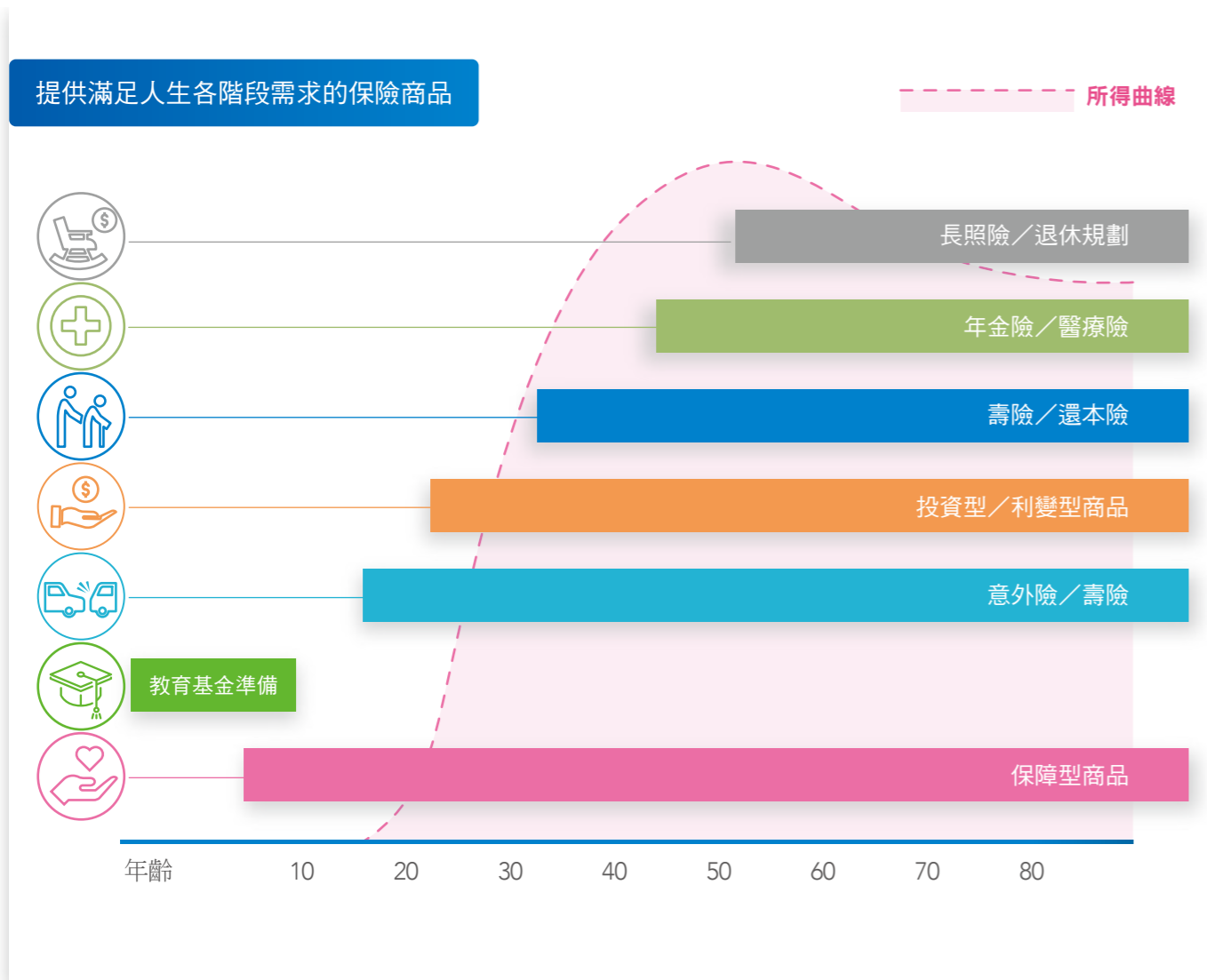
全心承諾，全力投入，並以身為南山人為榮。

公益服務業

保險不只是保險。南山人壽提供全臺在地化的保險服務，以滿足保戶全方位金融保險理財為目標，除擁有逾 3 萬名業務夥伴的業務通路外，並與超過 100 家以上的合作銀行及證券等通路合作，將優質的商品及服務傳遞到臺灣每個角落，是目前業界唯一雙通路平衡發展的壽險公司。

五十多年來，南山人壽傳遞關懷與溫暖，為保險業樹立典範，成為全臺逾 629 萬保戶人生的重要依靠，透過優質商品，提供完整保障。

南山人壽從保戶需求出發，時刻觀察及掌握社會趨勢發展，不斷推陳出新，研發符合國人需求之創新產品。



註：保險是一種社會互助性質的經濟補償制度，保險公司向投保人收取保險費，向特定風險事件所致被保險人損失、或對所發生之約定事件給予經濟補償和給付，並無實質之供應鏈體系，採購之產品及服務，亦僅限於為維持營運所需之財務、勞務及行政等採購。

2019 創新商品 引領業界改變

創新 1：

針對第二型糖尿病患者，推出國內首創具「行為、數據」雙重外溢機制之糖尿病保單「南山人壽 Hold 助糖定期醫療保險」，期望保戶養成自我健康管理習慣，只要行為或抗糖達到既定數據，最高給予 10% 保費折減；並提供住院日額、住院 / 門診手術、門診醫療及意外險等保障，補足糖友基本醫療保障缺口。

創新 2：

為滿足客戶短期照顧及長期照顧需求，針對特定客戶推出「南山人壽全方位長期照顧終身保險」，提供保戶住院看護、居家看護及長期照顧保障。另透過全新導入之系統建立 AI 預測模型，針對專案精選保戶提供簡易告知、免體檢等簡化投保流程服務。

創新 3：

領先業界，創新推出增加特定傷病保障之「南山人壽活力洋溢特定重大傷病定期健康保險」及推廣「BAM 活力洋溢 App」。此一保險商品提供 29 項特定重大傷病一次性給付，針對其中 11 項特定重大傷病還提供 10 年定額分期給付的生活照護保險金，體況達標者還可再享有增額給付，可提高保戶特定傷病保障；「BAM 活力洋溢 App」

則以生理年齡模型開發建構，藉由 App 功能步數、動態卡路里、睡眠時數、BMI 及靜止心率等 5 項指標，鼓勵使用者健康減齡，達到健康促進之效果。（註：「BAM 活力洋溢 App」為 ReMark 開發所有。）

創新 4：

推出「南山人壽 Hold 康雙享醫療終身保險」，除提供住院日額、1,480 項門診 / 住院手術暨 38 項特定處置醫療、身故及高達單位日額 3,000 倍之總保障額度外，另外對於身體健康、體況達標者，第 3 保單年度起，享有增加身故保障，而如當年度未曾住院申領理賠，則該年度可領取「未住院無理賠回饋保險金」，除讓保戶享有醫療保障外，亦可增進保戶促進健康之動力。

如欲了解更多商品即時資訊，請洽企業網站：<https://www.nanshanlife.com.tw/NanshanWeb>

因應新冠疫情，推關懷貼心服務

面對2020年全球爆發新冠肺炎疫情，南山人壽發揮同理心，提供保戶貼心關懷服務，除在疫情期間，設置單一窗口，通融保戶得以傳真方式提出申請及受理相關業務外；在保費繳交方面，亦得視疫情等級，讓保戶申請保費緩繳3個月。若疫情不幸擴大為區域性感染時，疫區內的保戶不須個別申請，將依據政府所宣布的區域，主動給予保費緩繳。

在理賠作業部份，南山人壽所有醫療保險商品，都已將法定傳染病列為保障範圍，倘保戶不幸感染而罹患法定傳染病，南山人壽將依約給付醫療保險金外，在保戶入住負壓隔離病房期間，其住院日額醫療保險金將調高為加護病房的規格給付保險金，讓客戶安心接受治療、協助客戶早日康復。

BAM活力洋溢App，樂活減齡新工具

人才是企業的重要資產，2019年我們從員工健康出發，藉由「BAM活力洋溢App」，針對內勤人員舉辦「減齡大PK」競賽，共吸引960人參賽，由「業務通路功能」以兩周合計減齡631歲5個月拿下冠軍；也舉辦內勤健走競賽，500人參賽六周，合計健走總步數達1.2億步。

此外，為了推廣健康樂活概念、達成健康減齡的目標，透過舉辦「功能減齡大PK」，由公司內部按組織業務區分的八大功能分別組成隊伍，進行為期兩周的BAM減齡競賽，最後加總功能主管及功能內減齡成果最好的99位員工減齡成果，進行排名，透過活動讓公司上下都動起來，員工也一起變健康、變年輕，創造健康共識，也分享出去，提醒保戶愛運動，更健康。



長照保險 樂活永續

高齡社會是臺灣亟需面對的課題，南山人壽積極推動長期照顧險，除了教育社會大眾長照的觀念外，亦是積極響應金管會政策，長期照顧險有助保障老年生活之經濟安全，更可以用來補強政府長照制度，當被保險人有失智、失能，無法自理時，即可透過保單提供分期或一次性支付保險金，減少家庭經濟受到巨大衝擊。

根據壽險公會統計，2019年業界長期照顧保險新契約保費約為新臺幣 20.3 億元，南山人壽佔新臺幣 18 億元，市占率高達 88%，穩居市場第一。顯見南山人壽在推動長照商品上已成為臺灣保險市場的領導品牌，更成為高齡時代社會的重要支柱。

南山人壽長期照顧保險優勢

- 1 提供高齡化社會最常見、最需要的失能與失智保障。
- 2 一旦符合條款約定，會先提供一筆保險金，讓被保險人掌握初期的黃金治療期，擁有更好的醫療品質。
- 3 提供後續的長期照顧分期給付，減輕被保險人家庭的經濟負擔，不需因此而放棄工作。
- 4 業界首創，針對完全失能者亦提供一次及分期給付，提供保戶更完善的長照/失能保障。
- 5 針對長期照顧狀態及 1-6 級失能，提供豁免保險費機制，讓保障持續不中斷。
- 6 提供各類型及不同繳費年期的多元長照商品，滿足不同族群、不同階段的長照需求。

發揮保險核心優勢 守護樂齡人生

南山人壽長期關注社會趨勢，我們發現不少民眾尚未意識到長期照顧及失智問題對自身與家庭的影響，風險意識明顯不足。失智症若能及早發現，及早診斷，可有效延緩退化及失能的狀態，降低照護成本。

對此，南山人壽在「樂齡好靠山」網站建置「關懷失智專區」，透過簡單的資訊分享及詢問，協助社會大眾對失智問題有更正確的認知。

「關懷失智專區」於 2018 年 9 月推出，截至 2019 年底，共累積了近 20 萬的瀏覽人次，有效強化了國人對失智症的認識及友善宣導，協助民眾盡早做好準備，也藉此呼籲接納包容失智症病友及家庭。

南山人壽長期照顧保險特色

- 1 依金管會頒布的示範條款所推出的商品，由巴氏量表或臨床失智量表或其他專業評量表來評估，有效接軌政府長照政策及長照 2.0 計畫。
- 2 最高承保年齡可達 70 歲。
- 3 業界首創，針對完全失能者亦提供一次及分期給付之保障，提供保戶更完善的長照/失能保障。
- 4 「南山人壽青年護照長期照顧定期健康保險」商品，主要針對年輕族群，以最經濟的方式預先規劃長照保障，加強中壯族群人生黃金期的階段性保障。
- 5 2019 年推出「南山人壽全方位長期照顧終身保險」商品，針對特定既有客戶提供長期照顧及短期看護雙重保障，不只補足長照缺口，同時兼顧住院時及出院後的短期專業照顧需求。



微型保單 普惠金融

針對經濟弱勢，南山人壽於 2009 年推出第 1 張個人投保的微型傷害險，協助弱勢民眾集體投保，讓更多弱勢族群獲得保險保障。2019 年總計完成 8,623 件微型保單，平均每張保額 47.9 萬，另外，也透過團體保險協助 137 人完成投保微型保單，平均每人保額 30 萬，提供經濟弱勢或特定身分者，基本的保險保障。

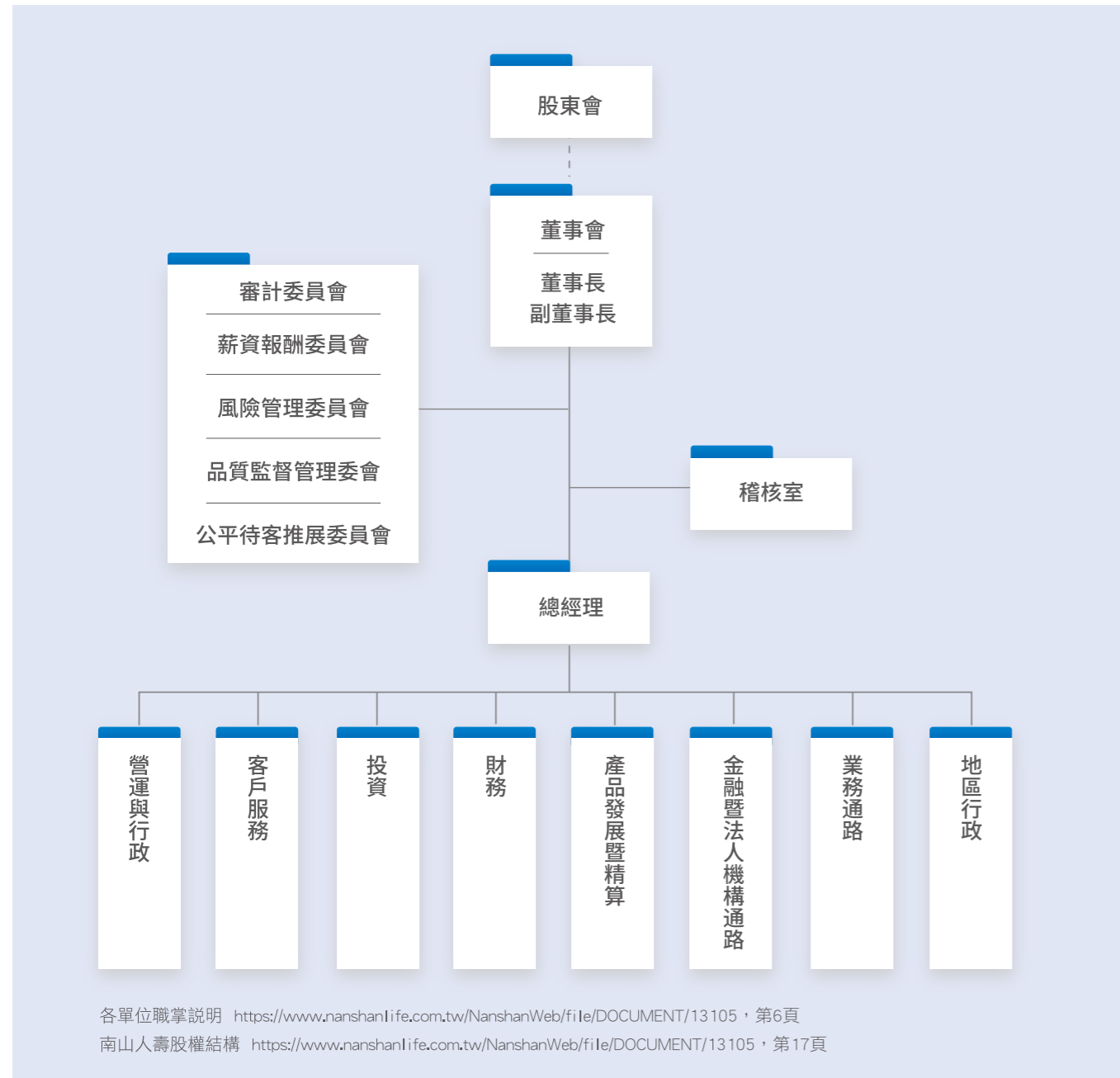
以職業等級一級的被保險人投保「南山人壽一年期微型傷害保險」為例，符合資格的民眾以每天不到 1 元的保費，即可享有最高 50 萬元意外身故保險金或失能保險金的基本保障，建構基礎的風險防護網，也降低整體社會風險。此外，南山人壽透過社福機構、縣市政府、鄉鎮區公所、村里辦公室等 62 個單位，捐助微型保險保費或生活扶助金，總計近新臺幣 242 萬元，幫助 7,710 名弱勢民眾投保微型保險。

營運據點

南山人壽從事人身保險產業，營運範圍主要為臺灣，我們深耕在地，於全臺設有 25 個分公司及 317 處通訊處，提供一般社會大眾及企業專業服務，不僅象徵著創造在地就業機會，也藉由廣大的保戶服務觸角，善盡企業社會責任以及回饋鄉里。例如，在交通不便的花東地區或偏鄉鄰里，南山人壽亦設置通訊處來服務保戶。1981 年，南山人壽就在花蓮設立全臺第一棟自有大樓，甚至比臺北總公司大樓還早一年完工，由此更可見南山深耕地方與偏遠鄉鎮的承諾與行動力。

組織架構

南山人壽建構完整的服務及營運體系，提供堅實的後盾，除了讓員工在此安身立命，充份發揮專業熱誠；在貼心、創新文化的鼓勵下，期許將團隊合作的綜效擴大，透過完整的組織分工，提供保戶更便捷、貼心與專業的服務。



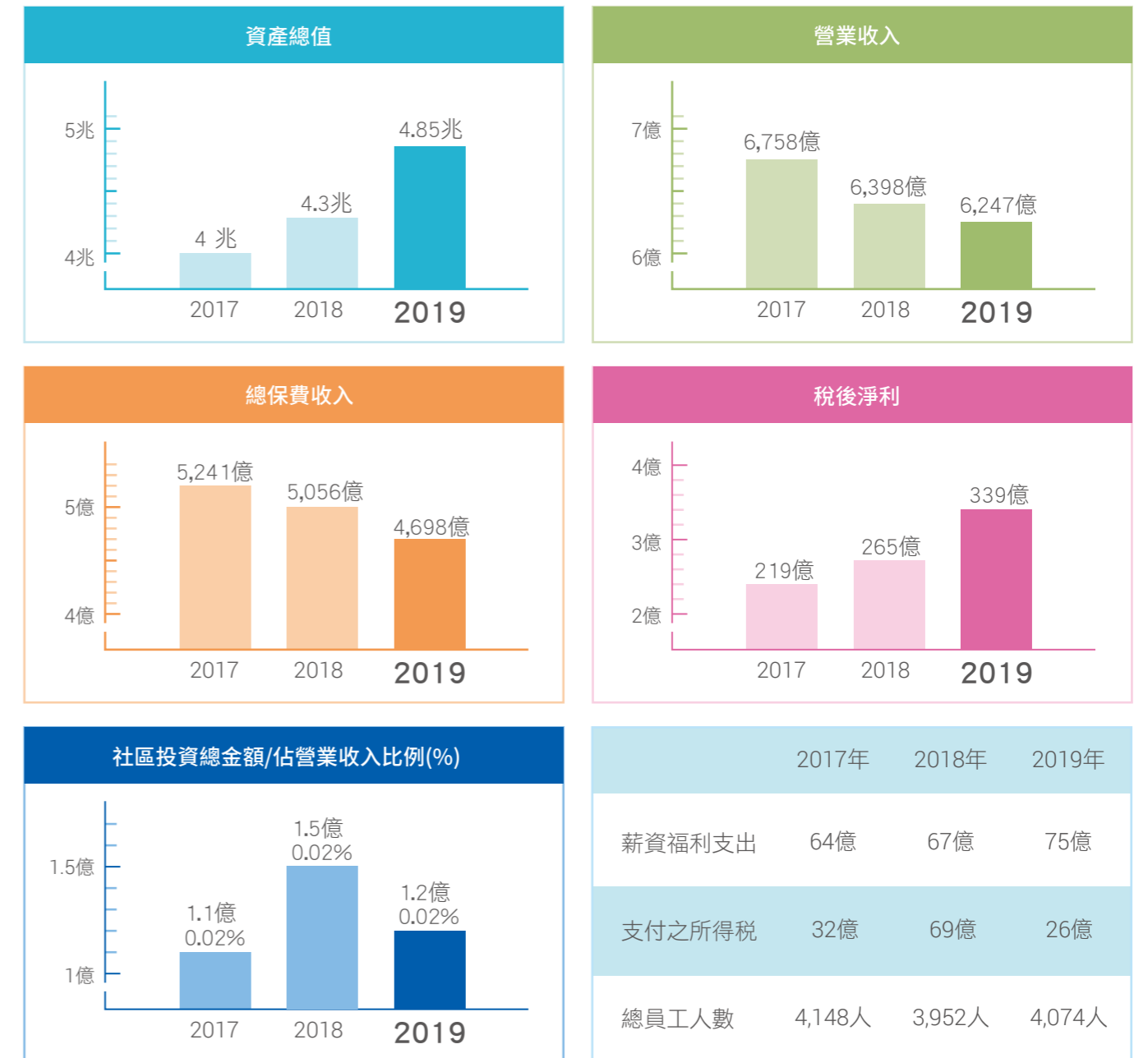
2019 年經營績效

南山人壽在經營團隊的帶領，及內勤員工與業務夥伴齊心努力下，2019 年交出了亮眼的成績單，合併新契約保費收入為新臺幣 1,646 億元，業界排名第三，較去年同期成長。在合併營業收入部份，達新臺幣 6,247 億元。合併稅後淨利達新臺幣 339 億元，業界排名第二，較去年同期成長逾 28%。

2019 年資產總值突破新臺幣 4.8 兆元，較去年同期成長 11%。股東權益為新臺幣 3,681 億元。展望未來，南山人壽將持續強化企業體質，為保戶、員工、股東及社會，創造美好價值。

企業經營績效

單位：新臺幣元



註：本公司於 2016 年合併美亞產物保險股份有限公司，因此，包括營收、淨利等財務績效係揭露合併資訊。

榮譽與肯定

經營績效國際肯定

- 2014至2019年連續六年榮獲英國專業財經網站《全球銀行及金融評論Global Banking & Finance Review》評選為「臺灣最佳壽險公司」。
- 2019年第三度獲《國際財經雜誌International Finance Magazine》評選為「臺灣最佳壽險公司」。
- 2019年第二度獲《全球品牌雜誌Global Brands Magazine》評選為「臺灣最佳保險品牌」。
- 2019年由英國品牌顧問公司《Brand Finance》選為「全球百大最有價值保險品牌」第68名。

品牌信譽與客戶服務卓越

- 2017至2019年連續三年獲選《國家品牌玉山獎》「傑出企業」及「最佳產品」。
- 2019年榮獲財團法人保險事業發展中心《臺灣保險卓越獎》「保障型商品推展卓越獎金質獎」。
- 2019年榮獲現代保險健康理財雜誌《保險信望愛獎》「最佳商品創意獎」。
- 2019年榮獲現代保險健康理財雜誌《保險品質獎》四大獎項（業務員最優、理賠服務最佳、最值得推薦、知名度最高），也是業界唯一25度榮獲「業務員最優」的壽險公司。
- 2012至2019年連續八年榮獲《保險龍鳳獎》「保險財金系所畢業生最嚮往的壽險公司」。

企業社會責任實踐

- 2019年榮獲《臺灣企業永續獎》「臺灣企業永續報告獎」金融及保險業金獎。
- 2019年榮獲亞洲企業商會《2019亞洲企業社會責任獎》「健康衛生推廣獎」。
- 2019年榮獲《保險信望愛獎》「最佳社會責任獎」優選。
- 2019年榮獲金管會保險競賽「辦理小額終老保險－友善高齡獎」。



南山人壽認為，保險公司不僅應該秉持穩健的經營策略，創造亮眼的財務表現，更需具有對個人、家庭保障與社會安定的使命感，因此，身為永續經營的公司，必須更積極的朝向兼顧企業、產業與社會三方面的永續發展目標精進，這也是南山人壽推動 CSR 的核心理念與原則。

永續策略

南山人壽所處的保險產業，可成為社會與國家的風險防護機制，藉由直接及間接方式，實踐聯合國永續發展目標。我們認為，保險業在全球 17 項永續發展目標中，與 5 項目標息息相關，可透過履行企業社會責任，達成全球永續發展目標。

南山人壽追求的包容性保險，主要是期望透過提供保險產品、服務及永續社會責任，減輕利害關係人的各種風險（包括生命、健康），以及減緩極端氣候對人身安全的影響。南山人壽的行動，也將成為實現永續發展目標的最大助力，讓利害關係人可以透過保險，獲得全方位的風險保護機制。

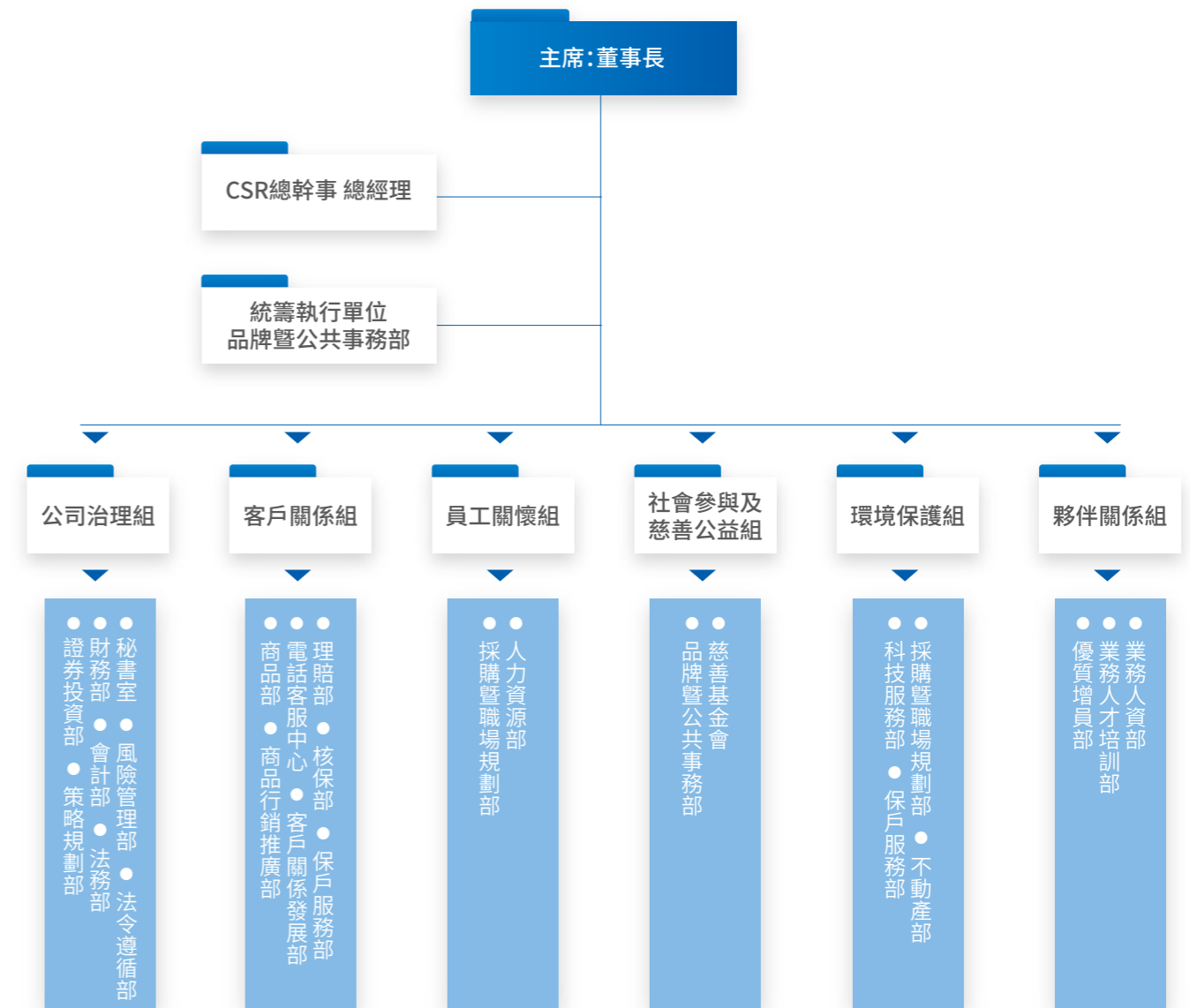
SDGs目標	保險業的貢獻	南山人壽的做法與成果	對應章節頁碼
 1 消除貧窮	消除各地各種形式的貧困	<ul style="list-style-type: none"> 時刻觀察社會趨勢，研發符合國人需求之創新產品 南山人壽壽險/醫療保障商品及服務 	P.10-13
 3 良好健康與社會福利	確保所有年齡層的人獲得健康生活與福祉	<ul style="list-style-type: none"> 南山慈善基金－醫療關懷計畫 南山人壽微型保險 	P.88 P.13
 5 性別平等	實現性別平等並賦予所有婦女和女孩平等權力	<ul style="list-style-type: none"> 婦女專屬醫療/保障商品 打造友善女性之職場環境 針對懷孕婦女提供友善核保服務 長照保險 保險理財服務 	P.12-13 P.46 P.59
 8 體面工作和經濟增長	促進經濟成長並保持充分的生產與就業	<ul style="list-style-type: none"> 將壽險/產險/理財結合成為全方位服務 南山產物保險提供自然天災險 	P.38-39 P.43
 13 氣候行動	推動減緩氣候變遷之行動	<ul style="list-style-type: none"> 簽署TCFD倡議 年度淨灘、植樹固砂行動 全球首家計算保單碳足跡壽險業者 	P.38 P.85 P.77-78

CSR 委員會

為了確保核心能力與 CSR 策略結合，南山人壽設有「CSR 委員會」，由董事長擔任主席，總經理擔任總幹事，而品牌暨公共事務部，則是統籌執行單位，負責協調及統籌相關 CSR 事務的執行。

南山人壽 CSR 委員會下設六大分組，分別為「公司治理組」、「客戶關係組」、「員工關懷組」、「社會參與及慈善公益組」、「環境保護組」及「夥伴關係組」，同時各組配合行政管理機制，動員全公司各部門攜手負責關注及執行 CSR 領域各項議題。

「南山人壽 CSR 委員會」任務為執行南山人壽 CSR 決策、CSR 報告書審核與簽署（由委員會主席簽署）、擬定 CSR 年度目標、定期追蹤查核及檢討，並規劃每半年召開一次會議。另藉由每年出版企業社會責任報告書，檢視公司推行企業社會責任之成效。



2019年CSR委員會成果

- 2019年南山人壽舉辦CSR委員會暨工作小組會議，邀請利害關係人之一的外部CSR專家進行專題演講，針對國內外的企業社會責任發展趨勢等議題，進行探討以及分析，同時提供南山人壽持續精進的建議，工作小組亦在相關會議及討論結束後，向委員報告CSR規劃。
- 2019年12月24日召開第40屆第11次南山人壽董事會，由全體董事通過並決議捐贈新臺幣5,000萬元予南山人壽慈善基金會，整合企業與內外勤夥伴之愛心與力量，實踐「公益服務業」的經營理念，落實企業社會責任。



南山人壽攜手東吳成立大數據研究中心

創新永無止境！南山人壽長期致力於提供保戶超越期待的關懷服務與創新商品，積極精進數位技術，面對不同的創新變革，接軌數位金融時代。另外，也與東吳大學合作成立「精算大數據研究中心」，自2018年起連續三年，每年捐贈新臺幣180萬元給校方，協助提升財務工程與保險精算科學的技術研究與開發，進一步幫助業界擁有更多研發創新保險商品服務的動力，合作營造更符合時代演進的保險經營環境。

2019年舉辦「2019精算大數據研討會」研發成果發表會，針對「健康數據與金融人工智能」，邀集相關領域之專家學者，共同探討大數據，如何進一步地應用於財務工程及保險精算的專業範疇。

研究成果包括「健康數據互動查詢系統之建立」、「理財機器人於保險之應用」及「癌症發生率趨勢與保險風險探討」等，期盼能提供產官學界，研發保險科技及創新商品服務的新方向，提升大數據在保險領域的應用與創新，並培養出新一代保險精算的專業人才。

利害關係人溝通與交流

南山人壽積極與利害關係人溝通及對話，深入瞭解他們關心的議題，並作出回應及具體行動。採用 AA1000 SES 利害關係人議合標準 (Stakeholder Engagement Standard, SES) (V.2018) 鑑別六大原則，按照對利害關係人之責任、影響力、親近度、依賴性、代表性及政策意涵，鑑別出南山人壽的利害關係人。南山人壽關鍵利害關係人，包括投資者、保戶、員工與業務夥伴、政府單位、當地社區 NGOs 學校等。南山人壽利害關係人關心之 CSR 議題及互動的狀況如下表所示：

2019年南山人壽利害關係人交流總表

利害關係人	關心議題	對象	溝通方式	2019年實績及頻率
投資者	<ol style="list-style-type: none"> 獲利能力 公司治理、風險管理 企業社會責任之實行 股票價值 資訊揭露透明度 	<ul style="list-style-type: none"> 一般股東 法人股東 評等機構 	<ul style="list-style-type: none"> 股東會 問卷回覆 定期面對面溝通 企業網站/股東服務 股東會年報 	<ul style="list-style-type: none"> 舉行1次股東會 每月公告獲利資訊
保戶 (消費者)	<ol style="list-style-type: none"> 產品、服務價格與品質 產品、服務、行銷資訊 誠信經營 	<ul style="list-style-type: none"> 既有保戶 潛在保戶 	<ul style="list-style-type: none"> 保戶滿意度調查 舉辦行銷活動 發行保戶刊物 	<ul style="list-style-type: none"> 定期進行保戶滿意度調查、包括電話及問卷方式 發行《南山Fun生活》保戶雙月刊6次 南山聚樂部平台提供貼心服務，豐富客戶生活 贊助宜蘭國際童玩藝術節 各地區不定期舉辦保戶活動 不定期舉辦社群媒體活動
員工	<ol style="list-style-type: none"> 薪資待遇、業績獎勵與福利 職涯發展 工作環境健康安全 工作與生活平衡 學習與成長 	<ul style="list-style-type: none"> 管理階層 一般員工 派遣人力 	<ul style="list-style-type: none"> 內部溝通管道與活動 教育訓練活動 	<ul style="list-style-type: none"> 董事長交流站8次 定期舉辦員工大會 (2次) 定期發送內部刊物 利用內勤網站溝通 分享各功能業務訊息之知識庫 意見回饋專區 申訴/關懷專線 重要訊息即時公告專區 新進員工專屬Mentor 健康職場系列活動 設置健康午餐及水果吧 內勤員工訓練 提供義工假，推行公益服務業 南山e學院-數位學習平臺 內勤員工訓練 南山e學院-數位學習平臺
政府	<ol style="list-style-type: none"> 法規遵循 公共政策參與 地方回饋 	<ul style="list-style-type: none"> 金管會 內政部 各級政府 單位 	<ul style="list-style-type: none"> 參與會議、課程或研討會 活動贊助 	<ul style="list-style-type: none"> 不定期參與會議、課程及研討會 贊助保險事業發展中心舉辦之研討會
當地社區 非營利組織 NGOs 學校	<ol style="list-style-type: none"> 社會公益回饋、捐助 公司經營形象 企業志工 學生 	<ul style="list-style-type: none"> 社區民眾 當地民間組織 當地社團 團體 學校 	<ul style="list-style-type: none"> 公益贊助活動 醫療關懷活動 社區公益活動 放膽講座 	<ul style="list-style-type: none"> 南山慈善基金-醫療關懷計畫捐助204家醫院 醫療關懷活動及服務 參與40場地方公益活動 舉辦2019南山菁英領袖獎學金 全臺公益淨灘植樹活動
媒體	<ol style="list-style-type: none"> 產業經營發展動態 企業形象 產品服務資訊 資訊透明度 	<ul style="list-style-type: none"> 平面媒體 電子媒體 數位/社群媒體 	<ul style="list-style-type: none"> 記者會 新聞稿 廣告 	<ul style="list-style-type: none"> 舉辦企業形象、產品發表或公益活動等記者會 發佈新聞稿 不定期媒體餐敘與會議交流
業務夥伴	<ol style="list-style-type: none"> 業績獎勵 職涯發展 學習與成長 	<ul style="list-style-type: none"> 業務夥伴 	<ul style="list-style-type: none"> 活動及課程 視訊節目 刊物 	<ul style="list-style-type: none"> 董事長交流站8次 舉辦業務相關課程及互動會議 每天播出「南山新聞」視訊節目 每月出版《南山月刊》 企業內部業務員網站，不定期溝通 業務夥伴教育訓練，南山e學院數位學習平台、APP平台
供應商	<ol style="list-style-type: none"> 價格競爭力 供應鏈勞動環境管理 職業安全衛生管理 教育訓練 	<ul style="list-style-type: none"> 設備供應商 工程包商 清潔維護商 廢棄物清理商 	<ul style="list-style-type: none"> 招標會議 管理辦法 	<ul style="list-style-type: none"> 舉辦公開招標會議 推動簽署「人權及環境永續條款承諾書」

重大 CSR 議題與衝擊鑑別

南山人壽按 GRI 準則 (GRI Standards) 「核心選項」，來進行 CSR 資訊及指標揭露。在決定重大性議題過程中，我們考量的包含：(一)外部新聞媒體資訊、(二)同業關注議題、(三)GRI 準則主題、(四)利害關係人關注議題、(五)政府監管機關要求，在搜集及分析各項資訊後，由 CSR 小組代表進行重大性議題衝擊之判別。

CSR 小組透過上述資料、問卷調查，及會議討論方式，針對各主題對「對經濟、環境和社會的顯著衝擊」及「影響利害關係人的評估程度」高低做出排序 (門檻值為 2.6 分)，確認 2019 年南山人壽「重大性 CSR 議題矩陣」，矩陣右上角區域被定義為重大性議題，並且作為本年度報告書的揭露內容依據。

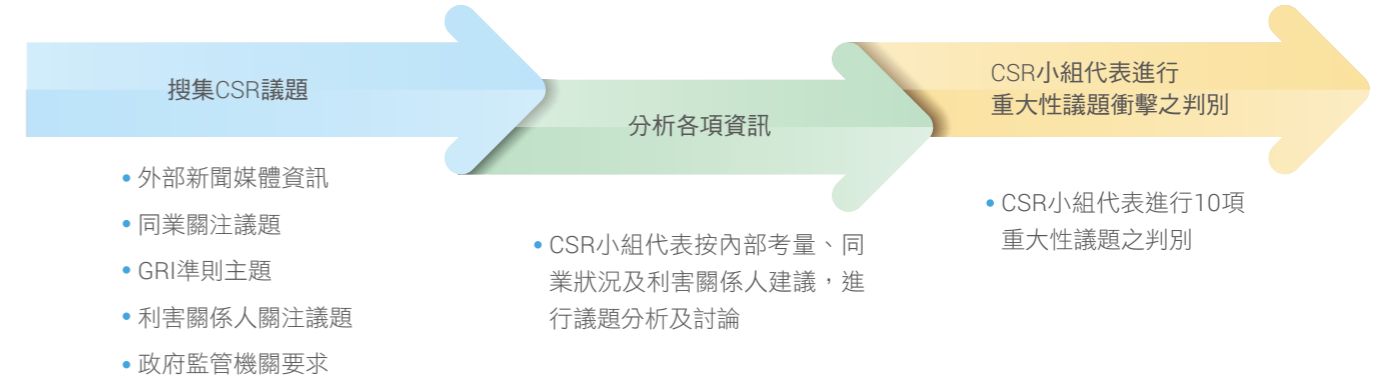
在發行報告書後，我們將由報告書責任單位—品牌暨公共事務部，透過利害關係人溝通機制 (如問卷調查等方式)，來瞭解外界對於資訊揭露的滿意程度，作為未來南山人壽發展、執行、評估各項行動的方案，落實持續改善的基礎。

2019年南山人壽「重大性CSR議題矩陣」



註：「對經濟、環境和社會的顯著衝擊」是指各議題對CSR層面之影響，而「影響利害關係人的評估程度」則表示該議題之揭露狀況可能會影響利害關係人之評估及決策。

重大性議題鑑別流程



今年的報告書衝擊邊界，除了南山人壽，也將價值鏈的衝擊納入考量，綜合考量各 CSR 重大議題、金融業產業指標、及國內金融服務業議題，依經濟、社會及環境面向，判別各議題在組織邊界內、外的衝擊程度。

重大主題衝擊邊界(102-47、102-49)

GRI 重大主題	組織內		組織外		
	南山人壽	業務夥伴	銀行通路	行政庶務及電腦設備經銷商	社會大眾及保戶
經濟績效	●	●			
市場形象	●	●			
員工差勤/郵寄*	●				●
勞雇關係	●				●
弱勢族群取得金融服務*	●				
訓練與教育	●	●			
行銷與標示	●		●	●	●
顧客健康與安全	●			●	●
社會經濟法規遵循	●	●	●		

註：1. ●：表示直接造成衝擊；●：表示間接造成衝擊；●：表示因商業關係而產生的衝擊
 2. *代表為南山人壽產業特定主題
 3. 除南山人壽為組織內衝擊外，外部衝擊係以「與產業之關連性」辨識其所造成之衝擊
 4. 南山人壽已針對重大主題，制定相對應之管理方針，詳細資訊，所對應之管理方針頁碼

2019年重大CSR議題說明

面向	南山人壽重大議題	對南山人壽的重要性	對應之GRI重大主題	對應SDGs目標	管理方針
經濟	營運績效	持續穩定的財務績效成長，有助保障股東、員工及保戶權利，為企業邁向永續經營的基本條件	經濟績效	 8 體面工作和經濟增長	P.15
	薪酬水準	員工為企業的重要資產，提供符合甚至超越市場水準的薪酬，有助提升員工績效及工作品質，吸引及留用人才	市場形象	 8 體面工作和經濟增長	P.63
	社會參與	南山人壽自許為公益服務業，透過持續的服務與關懷，深入在地社區服務，有助為臺灣社會大眾成就更多溫暖與幸福	經濟績效	 12 確保永續消費和生產模式	P.86
環境	員工差勤/郵寄	儘量採用低碳會議及通勤方式，降低運輸所產生之GHG排放，並減少保險服務之紙張耗用，有助提升環境效益	南山人壽特定議題	 13 氣候行動	P.83
社會	弱勢族群取得金融服務	南山人壽積極響應國際及政府政策，推動普惠金融行動，滿足所有個人和企業需要，以負責任且持續的方式提供其有用且負擔得起的金融產品和服務	南山人壽特定議題	 1 消除貧窮	P.40







面向	南山人壽重大議題	對南山人壽的重要性	對應之GRI重大主題	對應SDGs目標	管理方針
社會	員工關懷	員工為企業運營之重要關鍵，建構健康安全環境，關懷及保障員工勞動權益，提升員工職涯能力，有助幫助企業獲得長期成功	勞雇關係	 5 性別平等	P.56
	教育訓練		訓練與教育	 5 性別平等	P.45 P.66
	透明產品資訊及行銷推廣	行銷與標示	 16 和平、正義與健全的司法	P.53	
	全方位客戶保障	顧客健康與安全	 3 良好健康與社會福利	P.40	
	符合產品法規	社會經濟法規遵循	 1 消除貧窮	P.53	



永續價值管理

南山人壽依循「國際整合性報告架構 (The International IR Framework) 原則」，透過 CSR 委員會各小組詳實討論，深入分析及統計南山人壽資本投入及創造的永續價值，另為

確保績效的連續性，資本的產出指標係呈現連續3年(2017~2019)的績效數據，讓利害關係人清楚了解南山人壽資本價值曲線的增長狀況。

資本類型	資本投入之必要性說明	資本投入(元) Input	資本投入－策略/關鍵目標		資本產出(KPIs) Output	關鍵資本產出數據(/年)		
			短期	中、長期		2019	2018	2017
 財務資本	掌握企業財務營運風險及機會、確保企業永續經營、守護保戶資產及創造最大股東利益	7,027億	持續質量兼具的保費成長以及穩健投資，守護保戶資產及創造股東利益厚植企業永續成長的動能	強化企業體質與獲利，為保戶、員工、股東及社會創造價值，朝打造亞太地區最佳保險公司的目標邁進	營業收入(億元)	6,247	6,398	6,758
 製造資本	降低資訊系統損害所造成營運中斷風險 輔助業務夥伴銷售及提供保戶卓越服務	0.3億	導入E化系統，透過系統達成無紙化作業，縮短作業時間，減少紙張浪費	<ul style="list-style-type: none"> 持續資訊系統安全及防護，減少營運中斷風險 提升資訊工具及系統，強化業務員生產力 	資產總值(兆元)	4.85	4.30	4
 智慧資本	強化保戶服務機制及工具，與時俱進的掌握社會議題，確保專業及服務能滿足保戶之需求，時刻強化產業之市場競爭力	40億	整合政府及民間之熟齡與照顧資源，打造「樂齡好靠山」專區，強化樂齡資源及提供專業協助	<ul style="list-style-type: none"> 適時調整薪酬福利機制，保持策略彈性，確保人才競爭優勢 協助員工轉型升級，學習使用智慧工具，培養全方位南山人才 	數位課程訓練時數(小時)	107,954	146,171	76,148
 人力資本	提供完善的福利，確保員工身心均衡發展 強化員工專業技能及多元能力	85億	<ul style="list-style-type: none"> 持續檢視及提升薪酬競爭力，強化薪酬福利措施 強化內、外部訓練機制，完善訓練發展體系，強化員工職場競爭力 	<ul style="list-style-type: none"> 樂齡觀念推廣場次(場) NGO/ NPO合作單位數量(家) 網站累積瀏覽人次 	減少郵件寄送比例(%)(較2011年)	25.57	13.99	15.27
 社會資本	深耕公益慈善議題，推動社會善的循環，提升民眾幸福感 結合保險業核心能力，積極推動及參與各項公益活動，有效凝聚員工之向心力	6.5億	<ul style="list-style-type: none"> 發揮核心能力，建構「南山人壽慈善基金會」公益平台，提升社會共融力 設立愛心義工組織，在社會各角落傳遞愛與關懷 提供業務夥伴優質創業平台 提供保戶優質保戶體驗服務 	<ul style="list-style-type: none"> 打造公益平台，整合企業資源，擴大公益影響力 透過義工服務，實現長期、持續關懷的承諾 系統性進行保險業務人才之全方位培訓，建構完整的「業務力」 持續強化保戶體驗及服務，更符合高齡化社會之需求 	員工總薪資福利費用(億元)	75	67	64
 自然資本	導入及執行系統性的環境管理程序，有助提升營運據點環境管理效率 降低龐大建築物能、資源損耗，有助提升能源使用效率，及增進員工工作環境之舒適度及品質	1.8億	全面建置環境管理作業程序，強化職場環境永續管理作為，提升內外勤員工環保意識	<ul style="list-style-type: none"> 基金會支出總額(萬元) 總受惠人次(人) 基金會義工服務(人次) 慈善基金合作醫院(家) 弱勢醫療補助人數(人) 微型保險受益人數(人) 業務人員平均教育時數(小時) 電子單據節紙量(萬張) 環境支出費用(千萬) 生活垃圾減量(kg) 保單郵寄減量(%)(較2011年) 	內勤員工平均訓練時數(小時)	53.7	60	32
					健身中心1年使用總人次(人次)	2,500	2,500	707
					員工健檢率(%)	87	84	89
					基金會支出總額(萬元)	7,618	9,805	8,856
					總受惠人次(人)	191,937	172,381	217,073
					基金會義工服務(人次)	12,482	24,702	10,782
					慈善基金合作醫院(家)	204	198	189
					弱勢醫療補助人數(人)	6,664	7,659	6,663
					微型保險受益人數(人)	8,623	9,214	11,976
					業務人員平均教育時數(小時)	24	22	18
					電子單據節紙量(萬張)	5158.7	2,410.8	2,253.3
					環境支出費用(千萬)	0.1	4.7	4.5
					生活垃圾減量(kg)	109,735	100,920	158,400
					保單郵寄減量(%)(較2011年)	25.57	13.99	15.27

外部組織參與

為提升金融保險業的競爭力及永續發展量能，南山人壽與具影響力的產業公會、協會、政府單位、學術機構等組織保持良好的互動，2019年於產業、相關公、協會及相關組織，所投入的長期贊助金額約新臺幣 1,400 萬元，而外部贊助總金額則達新臺幣 9,800 萬元，南山人壽以實際行動，支持產業、公益及相關公共議題之發展。

南山人壽亦秉持前瞻經營的精神，響應及參與國內、外永續倡議、學術研習活動，及國際性、全國性、專業性的相關組織，透過與多元化利害關係團體的互動與交流，提升員工專業、技能、服務、願景及視野格局。

南山人壽擔任會員之組織機構

名稱	擔任職務	對該組織影響力的簡單說明
中華民國人壽保險商業同業公會	1.會員代表 2.各研究小組/委員會代表	參與會員大會及各研究小組/委員會、贊助活動
中華民國人壽保險管理學會	1.理監事 2.教育委員會主委 3.會員	履行會員權利及義務
中華人力資源管理協會	會員	參與課程與認證考試
中華民國企業永續發展協會	會員	履行會員權利及義務
中華民國保險學會	會員	履行會員權利及義務
中華民國精算學會	會員	履行會員權利及義務
中華民國退休基金協會	會員	履行會員權利及義務
台灣金融服務業聯合總會	會員	履行會員權利及義務
台灣保險法學會	會員	履行會員權利及義務
兩岸企業家峰會	會員	履行會員權利及義務
社團法人台灣理財顧問協會	會員	履行會員權利及義務
政治大學風險與保險研究中心	專業諮詢委員	履行會員權利及義務
美國壽險管理學會	會員	參與課程與認證考試
財團法人金融消費評議中心	會員	履行會員權利及義務
財團法人金融法制暨犯罪防制中心	會員	履行會員權利及義務

南山人壽長期贊助之團體組織

名稱	贊助	對該組織影響力的簡單說明
台灣大學	贊助	學術贊助、捐贈「南山人壽優秀年輕學者講座」
台灣風險與保險學會	贊助	贊助
東海大學	贊助	學術贊助
南山菁英領袖獎學金—針對全國143個大專院校系所、18個研究所設置	捐助	長期捐助獎學金
基隆市政府等62個微型保險代保單位	捐助	基隆市政府等62個代保單位服務之經濟弱勢或特定身分民眾，協助他們投保基本意外險保障
政治大學金融科技研究中心	贊助	贊助
政治大學保險業永續發展研究中心	贊助	學術交流
財團法人七星生態保育基金會	贊助	環保議題倡議
財團法人保險事業發展中心	贊助	參與課程與贊助中心舉辦之相關活動
衛生福利部基隆醫院等204家南山慈善基金合作醫院	捐助	捐助醫療救助基金幫助經濟弱勢病患安心就醫





南山人壽治理公司秉持以下原則：保障股東權益、強化董事會職能、提升資訊透明度、重視管理階層紀律與溝通、維持清償能力及保障保戶權益與尊重利害關係人權益；並以此建置公司的治理架構，除維護公司及股東長遠利益外，亦藉此落實南山人壽作為「公益服務業」的承諾。

為配合公司實務作業及內部規章，2019年南山人壽參酌「保險業公司治理實務守則」及「保險業內部控制及稽核制度實施辦法」，修訂南山人壽「公司治理準則」，作為推動治理作為之堅實基礎。

南山人壽屬於未上市(櫃)公司，因此尚未參與證交所公司治理評鑑作業。儘管如此，在短期目標方面，南山人壽計畫於上市(櫃)前，尋找國外公司治理相關獎項，例如，Corporate Governance in Asia 等，透過進行參獎作業，以突顯公司對於公司治理的重視及作為。

董事會治理

南山人壽自2013年選任4位獨立董事，並設置審計委員會與薪資報酬委員會，相關重要決策議案皆於送呈董事會決議前，交由審計委員會預審及討論。為持續優化公司系統及推展公平待客文化，於2019年再設置「品質監督委員會」及「公平待客推展委員會」兩個功能性委員會。

響應主管機關推動保險業董事會績效評估政策，南山人壽使用「保險業公司治理實務守則」第40條之一所附之「董事會年度績效考核表」，邀請董事會成員進行2019年度自我評量及同儕評鑑，全體董事皆參與評鑑。



南山人壽2019年董事會績效評量總體考評總平均達97分，評鑑等級為優。在強化公司治理層面，除於2019年由董事會任命「公司治理主管」負責公司治理相關事務外，亦訂定公司「處理董事要求之作業辦法」，協助董事執行職務並提升董事會效能。

金管會為提升公司治理並協助股東方便行使表決權，業依公司法第177條之1第1項之授權，擴大公司應採電子投票之適用範圍，規範自2018年1月1日起，上市(櫃)公司召開股東會時，應將電子方式列為表決權行使管道之一。

南山人壽雖屬未上市(櫃)公司，為強化公司治理，自發於2018年股東會將電子方式列為表決權行使管道之一。2019年仍提供股東得以電子方式行使表決權之選項，以持續落實股東行動主義。

為提升董事會多元性，南山人壽之法人股東「潤成投資控股股份有限公司」於2019年改指派蔡明潔女士擔任代表人，使南山人壽董事組成多元化更進一步。

董事會成員組成狀況

	 男性	 女性
30歲以下	0	0
30~50歲	1	1
50歲以上	12	0
TOTAL	13	1

審計委員會

為健全公司治理、強化董事會功能，南山人壽依法設置審計委員會。南山人壽審計委員會由四位獨立董事組成，獨立董事積極參與公司重要政策的討論與建議，2019年共召開16次審計委員會。

薪酬委員會

為落實公司治理，並健全南山人壽董事及經理人薪資報酬制度，南山人壽設置薪資報酬委員會，並訂有薪資報酬委員會組織規程，委員會職權包含訂定並定期檢討董事及經理人績效評估與薪資報酬，同時卓參CSR管理及執行成果，以及定期評估董事、總經理及副總經理之薪資報酬。2019年共召開7次薪資報酬委員會會議。

利益迴避

重視道德廉潔是南山人壽的堅持，依「董事會議事規則」規定，董事對於會議事項，與其自身或其代表的法人有利害關係者，應於當次董事會說明其利害關係的重要內容，如有害於公司利益之虞時，不得加入討論及表決，且討論及表決時應予迴避，並不得代理其他董事行使其表決權。

投資人資訊揭露管道

對外溝通透明化，南山人壽設有發言人、代理發言人及股務人員，隨時接受股東與投資人建言或說明疑慮，並有各功能幕僚人員全力支援，對股東與投資人的建言或疑慮深入了解並檢討後，以口頭或書面方式答覆。亦於公司企業網站，主動設置投資人關係專區，提供投資人即時服務且股東亦可向南山人壽股務代理機構反應或提出建言。

透明化資訊揭露管道

- 依法召開股東會，保障股東權益。
- 企業網站中設置獨立的「投資人關係」及「股東服務」專區，提供投資人與股東即時查詢管道。
- 依法於證交所的公開資訊觀測站與保險業公開資訊觀測站揭露各項重要資訊。



南山人壽
慈善基金會網站



南山人壽
企業社會責任專區



南山人壽
利害關係人專區

註

- 1.董事兼任本公司及其他公司職務，請詳南山人壽108年度年報P.8~P.13
- 2.董事對利益關係議案迴避之執行情形，請詳南山人壽108年度年報P.34, P.35, P.40
- 3.董事暨獨立董事專長，請詳南山人壽108年度年報P.8~P.13
- 4.108年董事會運作情形請詳南山人壽108年度年報P.32~P.36
- 5.108年審計委員會運作情形請詳南山人壽108年度年報P.36~P.40

誠信經營

誠信兩個字不只是信念，更需要被管理與落實。南山人壽為確保企業全體同仁都能夠誠信經營，除依法令規定制定相關政策與規範外，董事會更以身作則督促經營團隊，教育及傳遞誠信經營企業文化，透過嚴謹的管理機制與控管，將誠信風險降至最低。

內勤員工行為準則

南山人壽訂有「內勤員工行為準則」，並提供員工訓練、要求所有員工遵守，南山人壽「董事行為準則」亦明確規範董事利益迴避制度，避免產生利益衝突，以最高專業和道德行為標準來運營企業。

工作倫理規範

為了讓所有員工對企業服務及商業行為有一致的判斷依據，南山人壽針對員工道德工作倫理，有完整的規範，並透過年度訓練宣導，以期建立廉能透明的企業文化。

ESG 責任投資

南山人壽響應聯合國責任投資原則（The Principles for Responsible Investment，簡稱PRI），將被投資對象的ESG表現因素，納入投資評估決策之中，列入本公司「整體性投資政策」，並經董事會通過。在投資相關項目時，融入PRI原則與精神，確保投資流程符合責任投資原則，創造永續價值。在實務上，我們也評估被投資企業是否善盡環境保護、企業誠信及社會責任，拒絕投資賭博、色情及助長戰爭發展等對社會有負面影響之公司，使本公司資金運用更符合社會之期待。此外，為強化「社會投資責任原則」之落實及控管，本公司已將不宜投資企業清單明訂為「整體性投資政策」附件，投資標的原則篩選剔除賭博、色情，及國防軍火等不宜投資企業，並每年落實檢討。

南山人壽責任投資原則

將環境、社會與公司治理(Environmental, Social and Corporate Governance，簡稱ESG)納入投資政策。投資標的企業應善盡環境保護、企業誠信及社會責任，使本公司資金運用更符合社會期待。



Environmental
環境

Social
社會

Corporate Governance
公司治理

防制洗錢及打擊資恐

南山人壽承諾協助防制洗錢及打擊資恐的行為，成立防制洗錢專責單位，並制訂相關管理政策及相關內部作業規範，積極推動、督導及監控洗錢防制，與打擊資恐作業。一旦發現客戶及交易對象為資恐防制法指定制裁對象，將依法凍結交易並自簽報專責主管核定後 2 個營業日內，向法務部調查局完成通報；對於疑似洗錢或資恐交易，亦依據洗錢防制法第 10 條第 1 項之規定向法務部調查局申報。

反托拉斯及壟斷

南山人壽於「內勤員工行為準則」中，訂有反托拉斯條文，如有獲悉涉及違反我國公平交易法或其他國家反托拉斯法規的傳聞，或受到主管機關調查時，將立即向直屬主管、總機構法令遵循主管及總經理通報，並採取即時的因應或補救措施。

法令遵循訓練

為了有效率且持續推動業務員法令遵循及道德規範概念，南山人壽透過實體課程 / 數位課程 / 視訊節目等管道，積極推動各項業務員之法遵訓練。此外，為了確保內勤員工到任第一天，即瞭解及接收明確的企業誠信經營理念及正確的法律知識，我們持續透過實體或數位管道，提供完整且豐富的法遵訓練。2019 年分別針對內勤員工及業務員開設法令遵循課程，合計共 19,024 人次內勤員工，及 110,551 人次業務員完成訓練。

法遵及舉報機制暢通

南山人壽向來恪遵法規，並訂有各項嚴謹的內稽內控辦法與相關管理措施，任何人發現內勤員工、經理人或董事於執行職務時，有犯罪、舞弊或違反法令或行為準則之行為時，都可以透過下列管道進行舉報，2019 年收到 10 件檢舉案件通報，受理 2 件，其餘 8 件雖不符檢舉案件定義，但均轉知相關單位進行處理。

- 南山人壽配合法令變動或業務需要，落實並強化法遵宣導，針對內勤員工部份，2019 年舉辦數場數位及實體課程，合計共 19,024 人次完成訓練。
- 針對業務人員，南山人壽每年也積極進行相關法令宣導作業，2019 年舉辦數場數位及實體課程，總計 110,551 人次完成訓練。



違法舉報專線：02-87588366

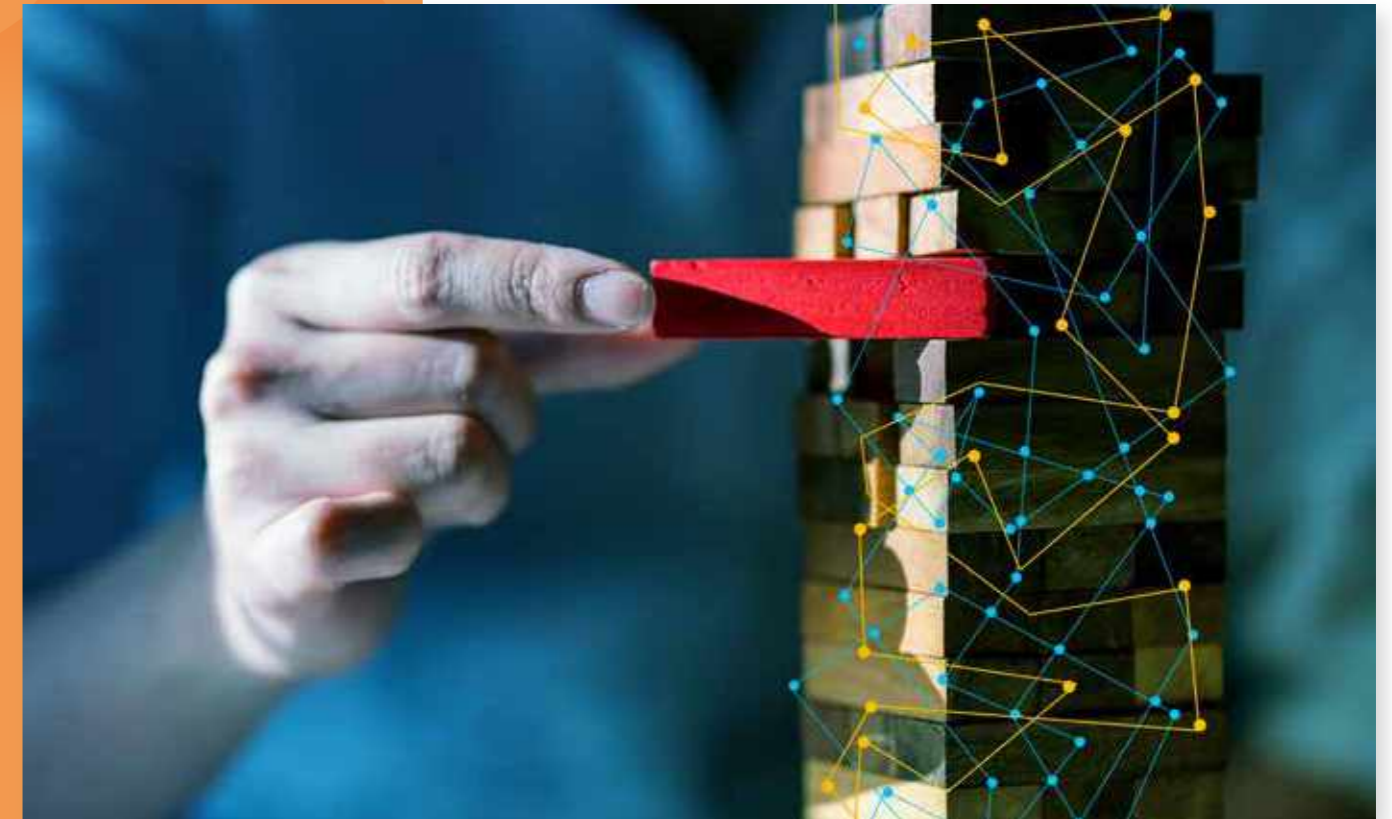
舉報信箱：：NS-Whistleblowing@nanshan.com.tw。

專線電話：(02) 87588877。

傳真號碼：(02) 27582136。

郵寄地址：臺北市信義區莊敬路168號，法令遵循部收

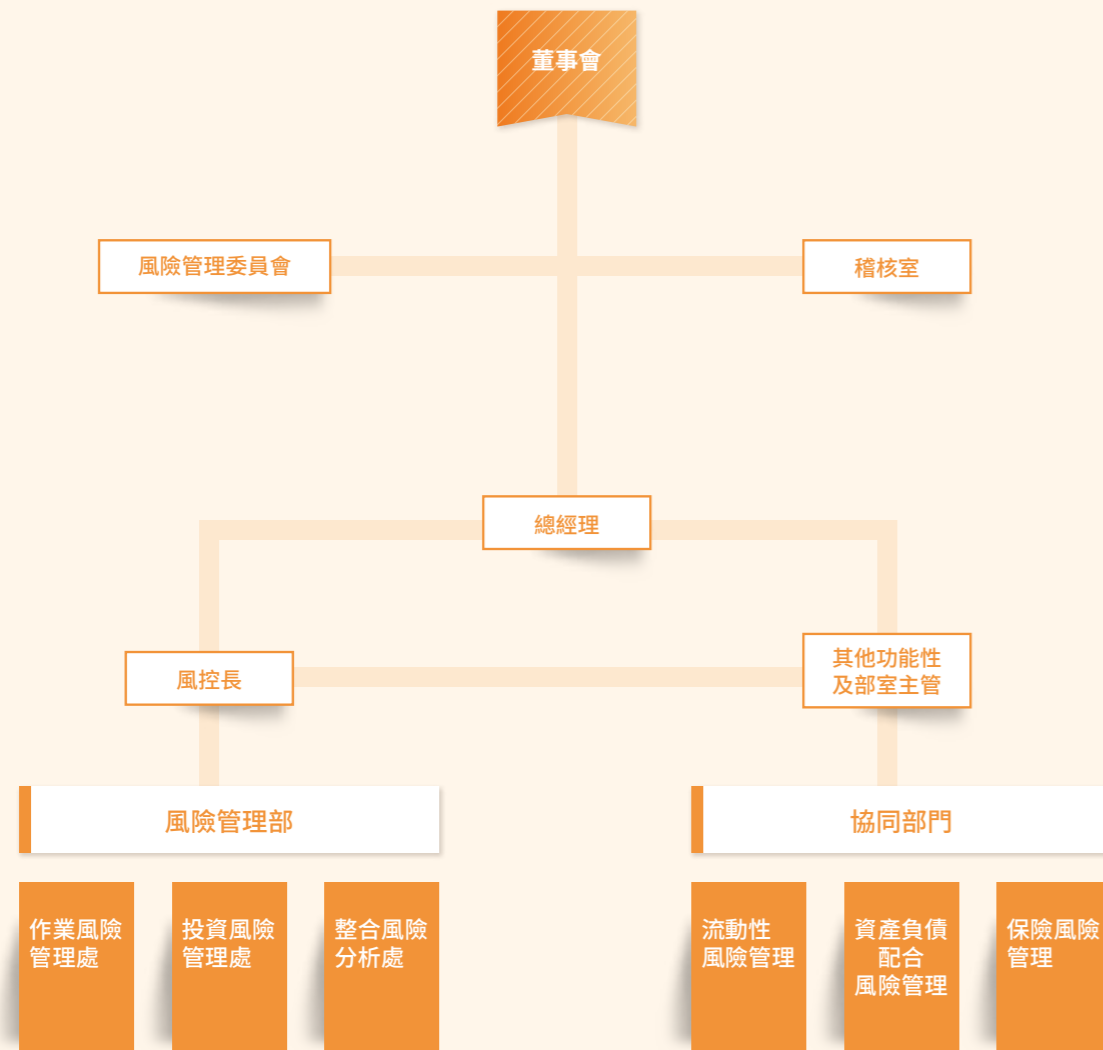
風險管理



穩健的風險管理制度才能提供保戶最大的保障！為確保資本適足與清償能力，健全業務的經營與發展，南山人壽建構完整風險管理組織架構、風險管理機制，與風險管理文化的系統性運作，保障所有保戶的權益。

南山人壽建置全面性的風險管理架構與風險管理監控機制，在財務體質穩健的基礎上，將持續兼顧具效率與風險控管意識，為股東及保戶持續創造營運價值。

南山人壽風險管理架構



完善風險管理機制

南山人壽董事會為風險管理最高監督與決策單位，下設「風險管理委員會」，由獨立董事擔任召集人，統籌風險管理事宜，並設置專責單位，執行跨部門及跨功能之風險監控及管理。

風險管理部依據董事會所訂定的風險胃納，以及風險管理委員會所核定之風險限額，定期檢視風險限額使用概況，動態監控風險與環境的變化（包括氣候變遷風險），及時提報管理階層及風險管理委員會，俾利後續因應處置。

市場風險管理

在市場風險管理部分，南山人壽係以風險值 (Value-at-Risk) 為基礎，輔以敏感性分析與壓力測試，定期檢視公司金融商品投資部位在市場風險因子（利率、匯率、及股價）的風險概況。

另考量公司資本對市場風險的承受能力，並設定壓力測試監控指標、市場風險指標、整體及各部門風險值、外匯風險監控指標…等限額，定期檢視限額使用結果，並隨時監控市場變化。

信用風險管理

藉由訂定信用風險管理機制，南山人壽能即時並動態地辨識、衡量及監控信用風險，提升南山人壽投資組合的資產品質，確保公司穩健經營，以符合最佳信用風險管理原則。

以社會永續發展為原則之風險文化使命

2019 年南山人壽參與保險事業發展中心的 ICS(國際保險資本標準) 及 IFRS17(國際財務報告準則) 的相關研究，參酌國內外相關規範及實證研究結果，積極提供建議，協助保險業的永續發展。

為建立全方位風險管理文化及提升同仁風險意識，除定期提供市場風險月報、信用風險月報、作業風險管理季報等資料給相關主管外，每年並定期進行全員風險管理相關線上教育訓練課程，完訓率達 100%；另每季針對業務單位風險管理主管及人員進行風險管理實體教育訓練課程。

風險管理與內控制度

南山人壽以三道防線機制，透過良好的內控制度落實風險管理，有效控管營運風險。

第 1 道防線 業務單位

各業務單位均指派風險管理主管，以利有效協助各業務單位執行風險管理作業。全體員工及新任董監事與高階主管，皆須參與風險管理相關教育訓練課程。

第 2 道防線 風險管理單位

負責公司日常風險之監控、衡量及評估等執行層面之事務，其獨立於業務單位之外行使職權。風險管理單位協助擬訂並執行董事會所核定之風險管理政策、依據風險胃納協助擬訂風險限額、彙整各單位所提供之風險資訊協調及溝通各單位以執行政策與限額、定期提出風險管理相關報告、定期監控各業務單位之風險限額及運用狀況、與其他風險管理相關事項等。

第 3 道防線 稽核單位

稽核單位依據現行相關法令規定查核公司各單位之風險管理執行狀況。

新興風險一：FinTech 應用之資安風險

隨著金融科技的發展及應用，衍生出資安、個資外洩等新興風險議題。對此，南山人壽導入「ISO 27001 資訊安全管理系統」，並於 2018 年成立資訊安全部門，每年定期執行資訊安全評估作業，將評估結果呈報風險管理委員會與董事會。

2019 年，南山人壽委託外部資安專業顧問廠商 (NTT Group)，採用國際通用的 SABSA 資安企業架構方法論，從資訊安全的三個構面，包括人員、流程、技術，全面評估並量化公司各個資安領域的成熟度，藉此與全球及金融產業比較，產出公司的「資安成熟度報告」與「資安發展藍圖」，以規劃公司未來三年的資安發展方向，強化資安防護機制。

為強化員工資訊安全意識，定期辦理社交工程演練、資訊安全教育訓練及宣導，以安全信賴的資訊服務管理制度，實踐保護客戶資料的決心與承諾。

新興風險二：企業持續營運風險

為因應重大偶發事件，南山人壽訂有「重大偶發事件之處理準則」，針對不同性質事件進行分組，視需要定期進行演練，以確保重大偶發事件發生時（如 IT 系統停擺、緊急事件、人為或天然災害等）得以妥善因應，且不危及公司正常營運與社會的金融秩序。

為因應可能發生嚴重特殊傳染性疾病（如 2020 年初於全球爆發的新冠肺炎），南山人壽訂定「嚴重特殊傳染性疾病防疫作業手冊」，並成立應變小組，隨時視疫情狀況及疫情等級，啟動相關防疫措施，包括：保戶關懷、職場安全、每日回報同仁健康及出勤狀況等之監控；同時，視疫情嚴重性啟動分散或居家辦公，避免造成公司內部群體感染之風險，確保營運不中斷。

南山產物保險：營運持續管理服務

南山產物保險深入結合企業的公安損防需求，提供國內大型企業損害防阻服務，藉由事前預防，提高設備運轉可靠性及工業安全，協助企業客戶管理營運風險並降低保險成本。

2019年全年度提供紅外線安全檢測服務達64場次，有效降低客戶作業風險。另針對大型企業客戶，南山產物損害防阻工程師可提供損害防阻查勘建議，強化作業安全性。

南山產物的損害防阻及控制服務，是降低企業損失頻率，或發生損失後，減少損失嚴重程度的重要工具，萬一意外事故發生，可依據完整的緊急應變計劃妥善因應，迅速恢復正常營運，俾使企業、保險公司達到雙贏局面。

氣候變遷風險管理

面對全球氣候急遽變遷，南山人壽積極接軌國際，回應在氣候變遷的情況下，產業及社會可能面臨的衝擊，並於 2018 年成為臺灣唯二簽署「氣候相關財務揭露工作小組」（Task Force on Climate- Related Financial Disclosure, TCFD）的保險業者，自願性從治理、策略、風險管理及指標和目標等層面，推動氣候相關財務揭露，提供利害關係人相關且可靠的財務衡量資訊。



低碳保險商品

近年來極端氣候所導致的天災風險逐漸增加，為保障客戶資產，南山產物推出「住家綠能升級附加條款」，針對投保南山產物住宅火災及地震基本保險，或南山產物住家綜合保險，再加費便可投保住家綠能升級附加條款。

該附加條款的主要功能，在於住家財物損毀後，南山產物將以綠能建材設備修復或重建，或以現金賠付以綠能建材*設備，修復或重建保險標的物所需的費用，以環境永續思維，強化客戶資產保障。此產品自銷售以來，從2016年的69件、2017年的319件，大幅成長至2019年的652件，顯示商品與服務已獲得消費者肯定，投保件數逐年增加。

*註：本附加條款所稱之「綠能建材設備」係指經獲政府機關認可綠建材標章、環保標章及節能標章之建材設備，或由環保標章廠商申請認可之產品。能標章之建材設備，或由環保標章廠商申請認可之產品。



力行 普惠金融



近年來，普惠金融已經成為全球各國高度關注的議題，南山人壽也將普惠金融列為重要的行動目標，並採用多項措施，提供高齡及弱勢族群更為便捷的金融服務。

普惠金融對象 VS 南山人壽作法

高齡族群

設置友善櫃檯，讓長輩、婦幼或行動不便的保戶能夠在寬敞舒適的空間中等候，並由專人協助優先洽辦各保單事項。



弱勢族群

根據各地服務中心實際狀況，陸續設置大門防滑設施、無障礙廁所、無障礙坡道、殘障車位，讓保戶洽公的空間更友善、安全。針對聽障者與投保年金險部份，南山人壽依照按保險局規定，對於照會與電訪，均配合聽障朋友改為紙本照會。



多元化服務

隨著網路數位科技的發展，服務管道也要更多元彈性，南山人壽透過科技讓保戶擁有便利、即時的服務。

南山人壽保戶園地	保戶可隨時查詢與掌握保單最新資訊，進行保單契約變更及理賠服務。
南山人壽行動智慧網APP	享有保單資料查詢、行動繳費、健康人生及南山聚樂部專區等各項服務。

2019年「南山保戶園地」服務項目更升級，會員可透過網路辦理簡易變更、投資型保單投資內容異動、保單借款等相關「保單電子服務」，讓客戶不受時空限制，簡單輕鬆完成相關服務。



樂齡友善服務

南山人壽站在保戶的角度，以及公共安全的需求，提供保戶各項室內外服務，如電梯提供點字按鈕、扶手、輪椅操作鈕等，以及特別的預約服務、到府服務以滿足保戶需求。

另外提供老花眼鏡、消菌洗手液、衛生口罩、血壓測量器、吹風機、女性用品等，供保戶使用。

創新友善服務

2019年南山人壽持續開發多元、創新、貼心服務機制，為廣大的保戶服務，獨特創新服務包括：



客戶分群，精準服務

透過AI與大數據的混和運用，提供簡化投保流程、更簡便核保程序，讓客戶輕鬆買到更適合的保單。



準媽媽友善投保體驗

打破業界長期以來對準媽媽投保的限制，讓準媽媽投保時，不再因年齡及妊娠週數，而需額外提供產檢手冊或體檢，提供準媽媽更友善的投保體驗。



即時系統，蓄勢待發

開發「即時系統」程式，未來核保、理賠、保單服務等功能，客戶可直接在APP及網站上執行。



當場扣抵，安心出院

- 推出「理賠免附單據暨保險金扣抵醫療費用」服務，客戶出院結帳時，可直接扣抵住院醫療費用，達到「現場理賠，當場扣抵，安心出院」。
- 已簽約合作的院所共28家，支付總金額超過新臺幣3,194萬元，每次平均扣抵的金額達新臺幣5.4萬元。



行動投保，加速效能

- 透過iPad與雲端科技，提供投保服務。
- 開發即時拍照上傳系統，核保人員可立即審查判讀，加快處理效能。
- 建置「即時金流」繳費平臺，線上即時完成首期保費繳納。



業務中心SSC即時服務

將過去在後臺執行業務的理賠、核保人員派駐至業務中心，現場解決業務夥伴、客戶的疑惑。



積極尋找失聯客戶

- 保險局以南山人壽過往執行經驗，制定戶政協尋清理機制，並核定為標準作業流程。
- 當服務人員無法與失聯客戶取得聯繫時，可委請政府機構提供失聯客戶的戶籍資訊或存歿狀況。



主動關懷理賠

針對突發災難事故，派專人持續追蹤並主動服務。透過發放慰問金、主動辦理事故理賠以及情感支持，陪伴家屬度過低潮。

- 2019年，南山關注近43件事務，服務20位客戶，理賠超過新臺幣2.9億元。
- 過去5年間，主動關懷近552位客戶，理賠金額超過新臺幣7.69億元。



零距離全球照護

設有24小時「國際支援服務中心」，提供醫療、旅遊、法律、留學生、緊急事故協助，讓客戶在陌生國家也有堅實後援。

- 近2年來，南山人壽接聽世界各地求助電話超過552通，執行近312次國際支援，提供醫療機構、緊急醫療轉送、身故後事處理、旅遊協助等服務。

保險金扣抵醫療費 獲創新服務專利

南山人壽開辦的「保險金扣抵醫療費」服務，廣受好評，涵蓋範圍遍布北、桃、中、南約28家醫療院所，並持續增加中。

凡是投保南山人壽醫療險的保戶，只要在住院期間提出申請並經審核完成，透過已取得專利的即時數位傳輸就醫資訊，能讓在保戶出院結帳時，立刻享保險金扣抵醫療費用服務，事後不必再收集證明單據申請理賠。扣抵後若有剩餘的保險金，也會依保戶指定的方式，最快於出院當日以匯款或支票方式給付。

依據南山人壽統計，自推出這項服務以來，已獲得各合作醫院以及民眾的肯定，實施以來，服務比率達80%以上，帶給保戶極大方便性。本項創新服務模式，已取得新型專利，證號為：新型第M548855號。

聚焦樂齡服務

面對臺灣少子化及高齡化議題，南山人壽發揮核心職能，支持及回應這項重要性等同國安及永續的議題，透過打造「樂齡好靠山」專區，整合政府及民間的熟齡與照顧資源，彙整及提供長期照顧資訊，讓社會大眾獲得充分知識及訊息，有效因應高齡化所衍生之議題。



樂齡好靠山

永續發展議題

- 臺灣於2018年正式邁入高齡社會。
- 少子化導致的稅收減少，國家在社會福利支出將同步降低。
- 長照及失智問題，將影響國家發展。

南山人壽的努力

- 建置「樂齡好靠山」專區網站。
- 網站從各種照顧者可能面對的問題面向，集結了政府及民間團體等多項照顧服務，鼓勵善用資源，協助減輕照顧負擔。

合作利害關係人

透過「南山慈善基金醫療關懷計畫」：

- 與全臺 204 家醫院合作，提供弱勢病患醫療補助，幫助他們安心就醫。
- 投入義工人力，與全臺34家醫院合作，提供高齡長輩友善就醫、失智/失能/獨居長者關懷、社區長者健康促進等各項關懷服務。
- 與全臺失智共照中心合作，深入各縣市社區，舉辦失智症認識預防/宣導活動，提升失智症識能率。

推動 數位創新



科技力即是改變力，南山人壽深耕金融科技，透過資訊科技協助，達成企業轉型目標，提升營運效能及競爭力，提供保戶完整的保險保障。這項計畫，不僅是系統升級專案，更是台灣領先的高科技創新轉型實例，南山人壽期許透過境界計畫，驅動企業持續創新，矢志讓保險服務站上科技尖端。

培養智慧金融人才

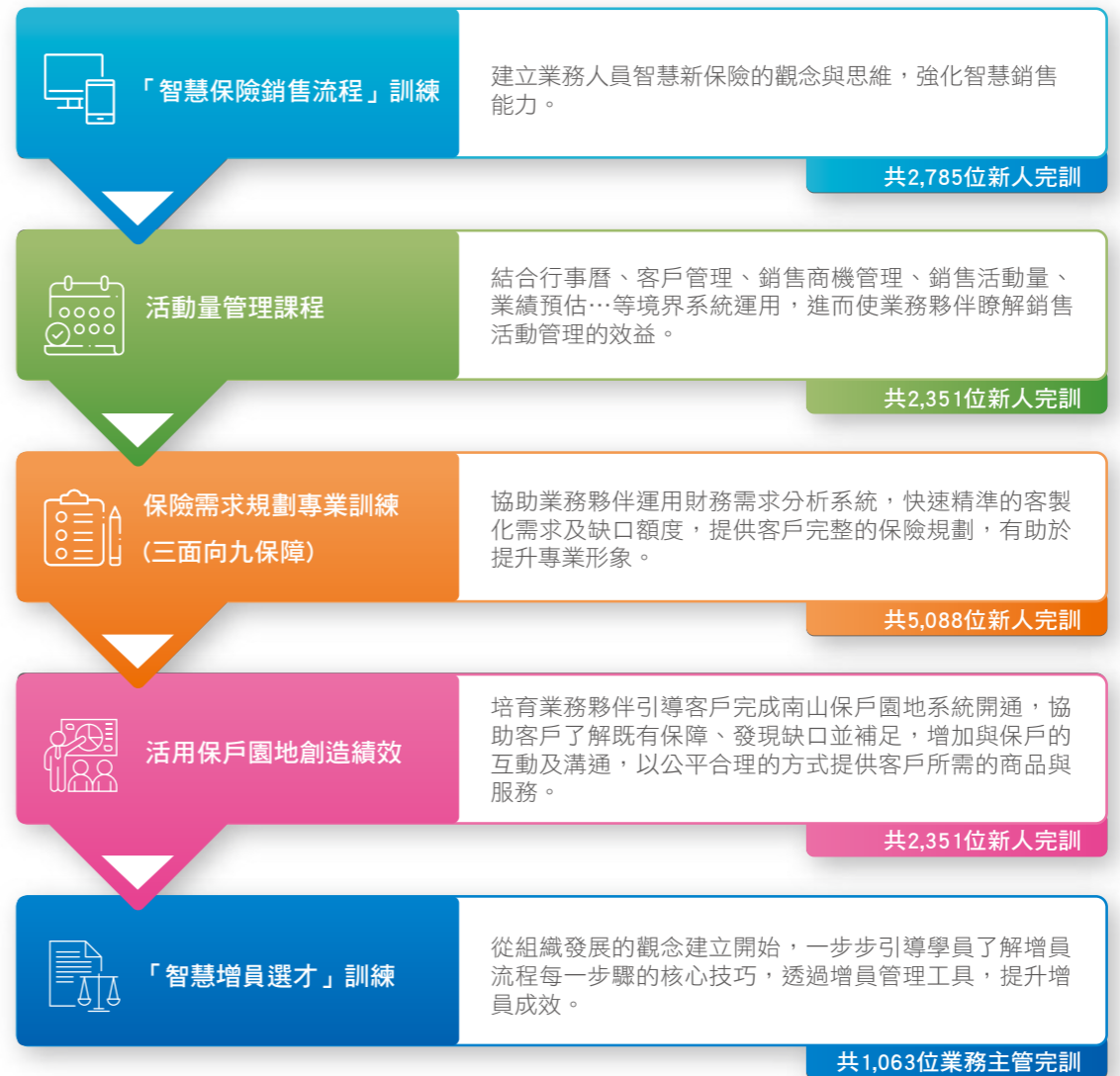
隨著金融科技的發展，保險業已邁入科技時代，2019年南山人壽聯合擴大招募逾500位優質內勤菁英，鎖定海內外大學、研究所畢業生，不限科系，培育新時代的智慧金融菁英。

業務夥伴數位轉型

數位轉型刻不容緩，南山人壽致力鼓勵業務夥伴善用南山人園地及南山保戶園地等智慧工具，服務客戶，提供客戶個人化的精緻服務，並且活用數據分析，預測客戶的保障需求與再購行為，達成溫暖服務與精準行銷。

南山人壽全面針對內外勤夥伴的系統操作能力進行培訓，協助業務夥伴順利接軌，總計116,178人次完成訓練。2019年，除了持續針對全體業務夥伴進行境界實務運用經驗分享及新功能推廣，同時強化新進業務夥伴、新委任的業務主管，運用智慧工具，進行銷售服務和發展團隊的能力。

2019年成果速覽



多元數位服務介面

南山人壽於 2001 年即推出全國首創 PDA 壽險軟體「數位業務作業系統」，在 2012 年接續推出 iPad「新感動」與「業務智慧通」等創新業務管理工具，讓保險業務員行銷推廣產品更為便利。亦首創行動服務櫃檯，透過科技及貼心便利的軟體設計，提供業務人員高效能的管理工具，隨時做好保戶服務。



「南山人壽行動智慧網」APP
具備保單查詢、保單購買、條碼繳費等多功能的智慧型手機APP，帶給保戶全新行動服務體驗。



網路投保服務
建置「南山人壽網路投保中心」，打造創新、便利又安全的投保管道，只要通過身分認證註冊成為會員，即可在線上輕鬆完成投保。



網路保單
保戶專屬的線上服務平臺—「南山人壽保戶園地」，可進行各項保單及相關綜合服務，方便保戶即時掌握保單資訊。



行動投保服務
透過iPad與雲端科技的結合，業務人員可隨時透過平板電腦，協助保戶輕鬆完成投保。

關懷女性 以在地化數據訂定核保準則

整段內文重點：2016 年起，南山人壽以在地化數據為基礎，與再保公司共同修訂乳房纖維疾病核保準則，共同捍衛女性投保權益。打破只要婦女曾罹患乳房纖維疾病，即難以投保重大疾病或防癌險的狀況。在醫學界已更能有效精準掌握乳房良性腫瘤的診斷及預後狀況下，倘客戶提供追蹤報告，證實身體狀況穩定，檢查結果與前次對照無異常變化，投保重大疾病或防癌險時，即可依客戶的診斷時間及追蹤結果評估其承保性，提供客戶更完整的保障。

大數據核保 體貼懷孕婦女

南山人壽傾聽社會脈動，利用在地核保數據及經驗，提供準媽媽優質核保服務。

永續議題	懷孕婦女投保健康險需進行更多審查程序，因應過去時空環境變遷的設計原因，已討論調整。
傾聽利害關係人聲音	第一線核保員經常聽見員工對懷孕婦女投保的規範常有疑問，希望能更友善、更有效率。 利用核保經驗，整合大數據及經驗，配合專業醫師建議，適時調整核保規則。
解決方式	南山人壽正式「簡化孕婦投保規則」，不再因投保年齡及妊娠週數，而需額外提供產檢手冊或體檢。

南山 e 學院－能力新境界

為協助員工接軌數位金融，南山人壽建置「南山 e 學院」，讓員工可以隨時點閱數位課程、查閱學習進度，員工更可透過平臺進行專業知識交流及分享，延伸訓練與學習的效果。

2019 年，南山人壽針對內勤員工開設了 1,098 門數位課程，包含共通課程、年度訓練課程、管理課程與部門專業訓練課程，共計完訓 99,806 人次，合計訓練時數為 107,954 小時，以更多元、更活潑的訓練模式，協助員工落實專業，提升訓練成效。



業務夥伴 e 化學習平臺 打破時空限制 啟動指尖學習

為有效管理及落實各層級業務員的專業及管理能力，南山人壽啟動雲端學習平臺「南山 e 學院」，供業務夥伴可透過行動載具隨時隨地自主學習。至2019年底止，累計登入人次約771萬人次，平均每位業務夥伴之登入次數約為46次/年，有效提升業務夥伴之專業職能。



IoT 遠距健康照護服務－BAM 活力洋溢 APP

南山人壽近年持續以「健康樂活」為商品服務的發展主軸，希望改變以往一般民眾對於保險的認知，將保險保障重新定位，不僅著重於事後的補償，更可成為事前風險預防的一環。藉由鼓勵保戶持續運動、落實健康飲食等健康促進的保單設計機制、結合有趣的科技輔助，降低疾病事故發生的機率。

自 2016 年底推出首張外溢商品，持續呼應政府政策方向，致力設計更多協助民眾健康促進之外溢商品。從商品保障的設計、應用科技工具，及創新的市場策略等三面向努力，期望提升民眾對外溢商品的接受度。

2019 年與 Garmin(台灣國際航電股份有限公司)及法國再保險集團 SCOR Global Life 跨界攜手倡議減齡宣言，邀請民眾下載使用「BAM 活力洋溢 APP」，藉助五項指標了解生理年齡的變化，進一步促進使用者採取健康的生活方式，達成健康減齡的目標。此模型提供使用者五個簡單易懂的健康指標，包括「步數」、「靜止心率」、「動態卡路里」、「睡眠時間」和「BMI 值」等，藉助穿戴裝置的資料來估算使用者的生理年齡，了解生理年齡的變化及趨勢。

該創新演算法是由 SCOR 和 Garmin 獨家合作，也是保險科技重要的應用與突破。南山人壽未來將設計鼓勵及促進保戶體況健康的機制，並且加大力度結合數位科技的應用，設計更多兼具專業與創新的健康醫療保障商品，協助保戶擁抱健康好生活，讓保戶的健康與保障一齊升級。



行動數位輔銷

南山人壽整合各項業務輔銷工具，如商品訓練、推廣及最新輔銷數據等，並建立知識庫平臺，提供業務員一站式即時訊息服務，並滿足保戶對於數位資訊的需求，大幅減少人力作業時間及經營成本。

此外，南山人壽亦持續規劃商品 eDM、保單健檢系統等，協助業務員善用行動工具，為保戶完成保障檢視，提供保戶更優質的風險保障規畫建議。

全方位 保戶服務



南山人壽重視並傾聽每一位保戶的真實心聲與需求，建置多元化意見的搜集、回應及滿意度調查機制，透過深入瞭解保戶的想法與行為，打造優質的服務基石，為保戶提供更專業與有效率的服務。

全方位智慧客服 24 小時貼心服務

隨著科技快速發展，客戶服務的介面也逐漸從電話、傳真，蛻變為全方位的智慧客服機制。透過手機、平板電腦等行動載具，讓保戶可直接與公司連繫，即時取得所需資訊，不受時間及地域的限制，享受 24 小時全年無休的客戶服務。

打造智慧客服 迅速提供專業服務

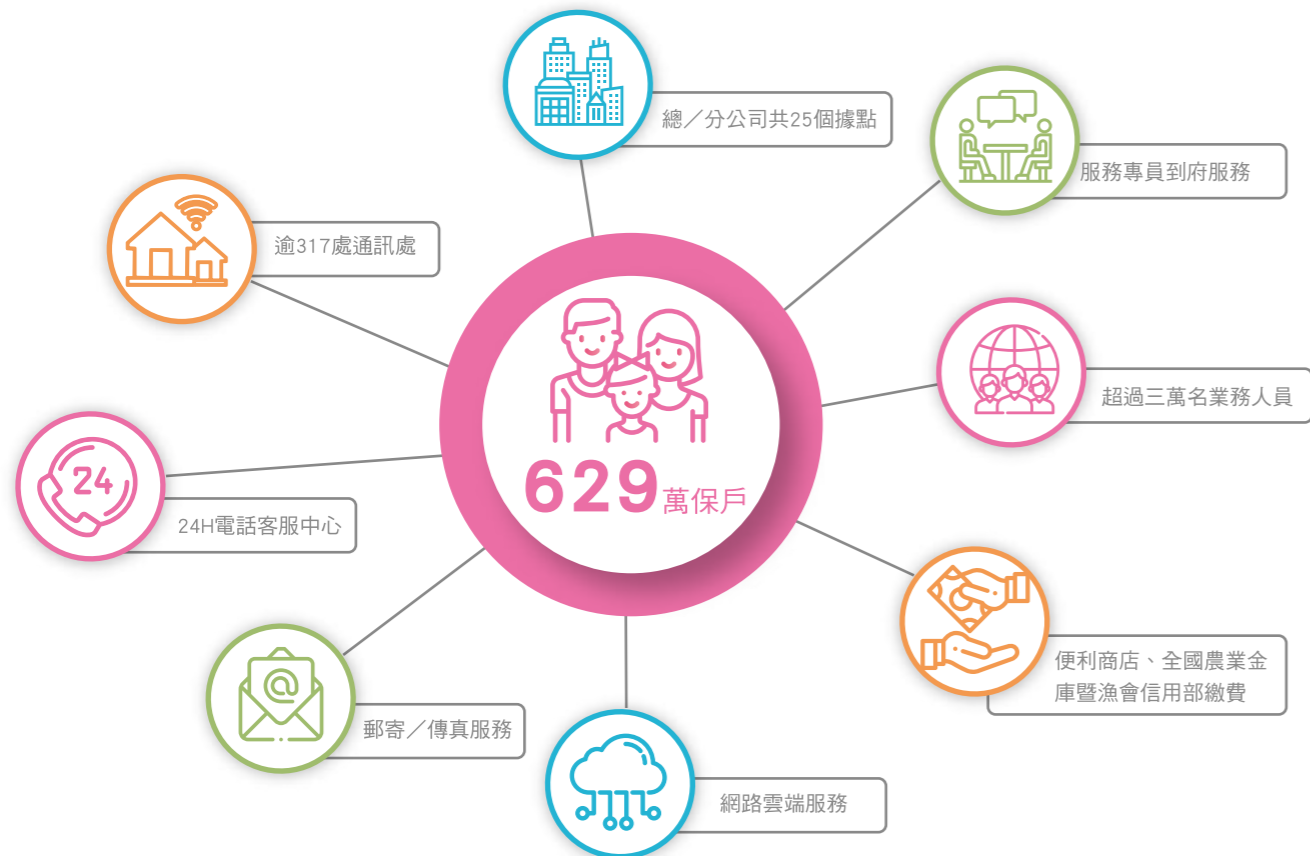
打造智慧型轉接策略，系統主動依客戶需求，配對最適切之客服人員，讓客戶迅速獲得專業服務，並透過歷程資訊整合平臺，完整記錄客戶每次來電、臨櫃諮詢的事項，以利進行分析，並採取預防行動方案，提升客戶滿意度。

建立以「客戶需求」為中心的資訊整合平臺

為了能全面洞察客戶的需求，南山人壽建置「客戶服務歷程資訊整合平臺(CIC 360)」，客服人員可透過單一介面進行服務，有效掌握客戶即時狀況並解決問題，提升客戶體驗好感度及服務效益。

多元便利服務管道

為了讓保戶從投保前到投保後，都能擁有直接、便利且即時的服務，南山人壽建構了多元的溝通管道，從實體到雲端，透過公開、透明的資訊服務，揭露各項資訊與活動訊息，與保戶維繫良好的互動關係。



積極回應保戶訴求

南山人壽重視每一位客戶的聲音與權益，以關懷、溫暖與精準的效率及態度處理每一件申訴、評議案件。因為這份持續改善的用心，南山人壽不僅連年獲得客戶高度評價，根據 2012 年成立的財團法人金融消費評議中心每年所公布的數據顯示，南山人壽的申訴率/評議率屢傳佳績，在中大型保險公司中的申訴率/評議率維持極低的比率，顯示客戶對本公司的肯定及信賴。

註：1. 2019 年申訴率(萬分比):0.175671924
2. 2019 年評議率(萬分比):0.047032731



保戶滿意度調查

為了傾聽保戶真實的心聲與期望，了解與掌握保戶的服務滿意度，南山人壽每年定期委外進行滿意度調查。凡保戶表示不滿意的事項或服務，皆於反應後 1 日內，迅速通知相關單位處理、檢視與研擬改善方案。



此外，針對各項保戶服務業務，南山人壽皆制定服務指標，並藉由客觀的評量方式，定期監控各項指標，確保保戶獲得優質服務。



南山產物 重視及回應顧客聲音

南山產物重視顧客聲音，針對車險客戶所推出的「特定區域車禍現場服務」，以及「小額理賠現場核決」兩項服務，2019年服務滿意度高達95%。

2018年7月起，針對VIP客戶推出事故現場VIP服務，VIP客戶在六大都會區發生交通事故，進線通報後，將立即指派專業理賠人員協助處理車禍事故；承保車輛無法繼續使用時，並提供與台灣大車隊合作之免費轉乘服務，使客戶行程不受延誤，如期到達目的地。

2019年南山產物翻轉業界理賠服務模式，提供最方便的理賠服務，推出「一通電話立即受理，理賠進度主動通知服務」簡化理賠申請程序，及時提供保險服務。當客戶發生事故時，只須撥打理賠客服專線，南山產物將立即受理並指派專屬理賠人員主動聯繫客戶，積極協助客戶妥善處理保險事故，並通知客戶並後續處理情形，使客戶安心、放心，將保險事故對生活的衝擊降到最低。

南山產物運用保險科技，提供客戶便捷有效率的完善保障，2019年已取得5項理賠服務上的專利，將持續努力、不斷創新，成為消費者心中首選的產物保險公司。



確保資訊 透明安全



為確保保戶個人資料安全，不容有絲毫差池，南山人壽在保戶購買前、購買後，都有詳盡的商品說明、完整的風險資訊揭露，維持交易公平。相關商品內容之審視，都以適法性為重點，逐一清查是否正確合法，並建置完善客戶隱私的管理機制，確保資訊安全。

為正確傳達商品訊息，南山人壽透過簡明易懂的商品簡介、網站商品訊息、清晰的投保範例，打造透明公開的資訊傳遞管道，並確保廣告內容均無誇大不實欺騙保戶的情形。

南山人壽商品資訊透明機制



商品簡介簡明易懂

商品簡介均以清晰的字體與簡明易懂的文字，提供保戶詳盡的商品特色、保險給付、投保規定、相關費用等資訊，除了方便業務員進行商品銷售說明，也利於保戶留存查閱。



完整揭露風險警語

針對購買保險商品應注意的事項及風險警語，均依保險相關法令確實揭露，提醒保戶注意自身權益，並增進保戶的風險意識及商品相關知識。



清晰透明投保範例

為方便保戶確認其投保的保險商品是否符合個人需求，特別設計各項投保案例，並以圖例方式呈現，有效提升保戶對保險商品的瞭解程度。

行銷宣傳管理

為了確保商品行銷宣傳的資訊透明清晰，並符合相關法令的規定，南山人壽訂有「廣告、業務招攬及營業促銷活動之宣傳資料暨輔銷工具及訓練教材管理程序」供各單位能依循。並訂有「商品簡介應揭露事項自行檢核表」，讓各單位在製作商品簡介時，能自行檢核相關的法令遵循事項，以確保公司對外使用之各式商品文宣，皆符合主管機關及相關法令之要求。

此外，南山人壽除了要求業務員在招攬及服務過程，應符合法令外，亦針對各項作業，訂有相關的作業規範，如有違反情事，均依法令、合約、各處理規章辦理，強化業務員的招攬品質。為維護保戶權益，南山人壽於審核投保案件時，皆透過要保文件瞭解保戶投保目的、職業收入及財務狀況，以衡量其投保金額及保費支出的合理性，發揮保險最大價值。



保障內容清楚詳盡

為了讓保戶充份瞭解其所購買的保險商品及相關保障內容，每一份商品簡介中均以清晰易讀的字體與文字，詳細說明商品特色、保險給付、投保規定、相關費用等，除了方便業務員於銷售商品時便於解說，同時也利於保戶留存，隨時進行查閱研讀。



首創保戶權益確認書

南山人壽領先業界首創「保戶權益確認書」，於投保時提醒保戶重要注意事項，使保戶可先充分了解保障內容及相關權益後，再決定是否投保。相關措施包括：

- (1) 業務員務必說明或提供相關法令規範。
- (2) 針對較常發生爭議的項目善盡提醒責任，並請保戶簽署確認。

南山產物產品行銷誠信透明機制

南山產物藉由作業規範及內部控管程序之管理，確保商品及行銷資訊完整且透明，以保障客戶權益。並提供業務員解說之控管及訓練，確保業務員正確傳達商品資訊及特色，減少因資訊不對稱所產生之消費糾紛。



內部作業規範

訂定「宣傳資料製作及使用管理辦法」，確保廣告、業務招攬及營業促銷活動的宣傳資料內容，都符合法令及公司規範。



內部控管程序

- 規定業務人員通路部及金融暨法人機構通路部，對於網路行銷廣告應訂定查核機制。
- 規範稽核室將廣告文宣資料納入每年「金融消費者保護事宜之監督與管理專案稽核報告」之查核範圍及抽核作業。

即時保單健檢

南山人壽為使業務員更全面服務客戶，於企業內部建置「保單健檢」系統，幫助業務員降低服務成本，並提供精確的資訊給客戶，增加業務員的銷售機會，相關的功能包括：

- (1) **提供更多元的資訊**：利用保單健檢系統，將客戶已購買之南山人壽保單或同業保單進行彙整，讓客戶方便、快速的了解已擁有的保險保障。
- (2) **保障三面向友善展現**：彙整壽險、醫療、保險理財三大面向，友善呈現客戶終身保障，幫助客戶了解未來保障變化，同時，業務員也可以藉此協助客戶檢視保障是否足夠。
- (3) **行銷工具串聯補足客戶保障缺口**：客戶可輸入所有保單，透過保障缺口與商品推薦分析系統，提供客製化的專屬分析結果，協助客戶依據個人規劃的保險藍圖循序補足保障缺口，充分發揮保險的功能。

嚴謹個資管理

南山人壽重視保戶的個人資料，於 2012 年即成立個人資料檔案安全維護管理組織，建置系統化的個資管理機制。此外，每年均編制年度個人資料保護管理自我評估報告書，檢視各項作業，確保所保管的個人資料均受到嚴密及完善的保護，落實對保戶個資嚴謹管理的承諾。

個資保護機制

南山人壽於 2017 年取得由 SGS-Taiwan 所核發之 BS 10012：2009 個人資料保護管理證書，並於 2019 年進行轉版暨驗證作業，亦取得 BS 10012：2017 個人資料保護管理證書，在嚴謹的管理組織及管理架構之下，2019 年度並無被認定屬重大個資事故或資訊安全*，亦無個資相關之裁罰案件。

此外，我們將個資列為南山人壽員工之必修課程，持續進行個資保護之宣導與教育訓練，除指派專業講師於各地區舉辦實體課程外，更透過網路學習平臺，強化員工對個人資料保護的風險意識。

* 註：重大個資洩漏之認定標準為洩漏個資筆數達 5,000 筆以上

建構友善 健康職場



南山人壽長期致力於營造友善融洽的勞資關係，保障員工權益。提供員工金融保險業中位數以上、具市場競爭力的獎酬，亦針對員工的身心發展、福利機制及學習成長等，制定了完整的計畫。期望透過福利、工作環境，及組織與文化的提升，建構公平自由的工作氛圍，讓員工取得工作與生活的平衡，同時也能充分發揮自己的才華和能力，在職場舞台上成就自己。

內勤員工結構

2019年南山人壽內勤員工總人數為4,074人，內勤員工有68%分佈在30至50歲之間，平均年齡為41.1歲，平均年資約為12.3年。在員工多元化部份，2019年共雇用身心障礙員工30人。另非典型合約人員約為660人（約為內勤員工總人數的16.2%）。

員工雇用狀況與國籍分布

項目	2018年		2019年	
	2018年	2019年	2018年	2019年
正職—不定期契約人員 (全職人員)	1,358	1,450	2,594	2,624
本國員工	1,352	1,443	2,591	2,621
外國員工	6	7	3	3
非主管職全時員工人數	1,101	1,178	2,345	2,362
身心障礙員工雇用人數	19	20	11	10
原住民員工雇用人數	2	3	4	6

註：1.本公司無聘用定期契約及兼職人員
2.非主管職全時員工人數，較2018年增加2.7%



2019年新進及離職人員比率

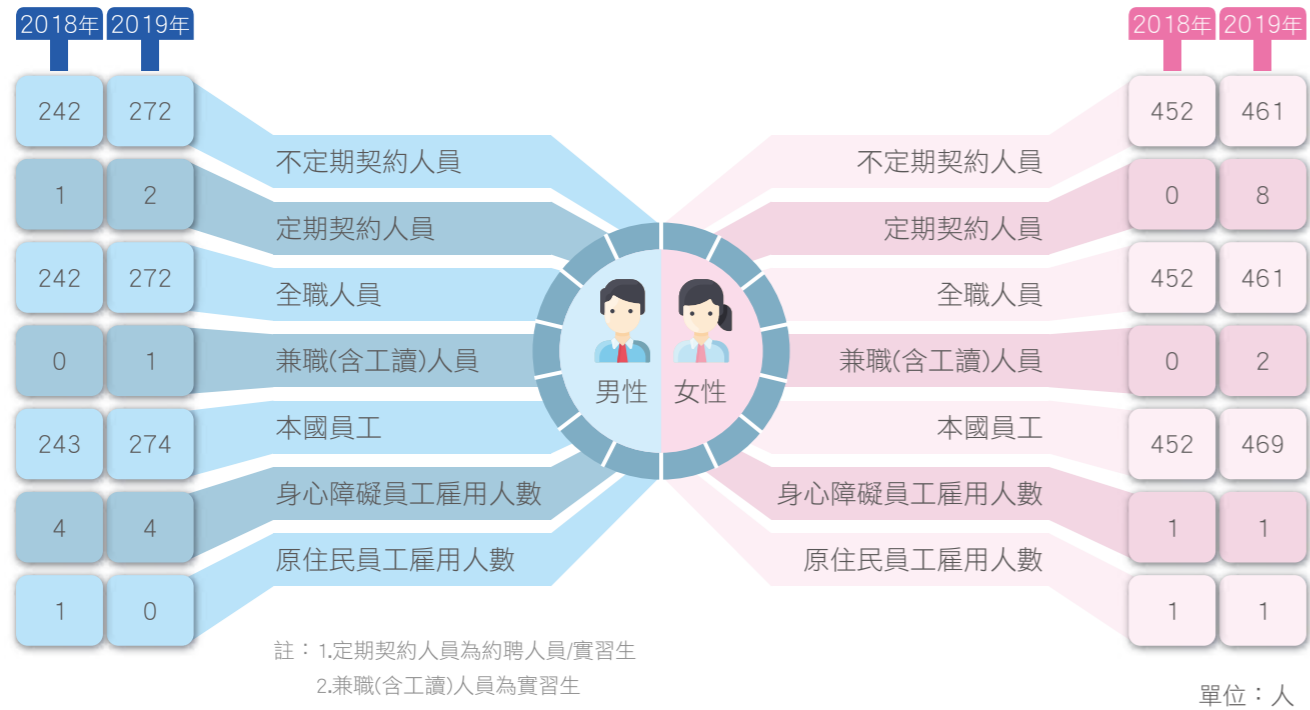
新進人員比率

年齡	男		女	
	男	%	女	%
29歲以下	159	3.9	253	6.2
30~50歲	82	2.0	128	3.1
51歲以上	10	0.2	4	0.1
新進員工總人數	636			
新進員工佔 整體員工之比率	15.6%			

離職人員比率

年齡	男		女	
	男	%	女	%
29歲以下	42	1.0	116	2.8
30~50歲	92	2.3	194	4.8
51歲以上	21	0.5	36	0.9
總離職員工人數	501			
總離職員工佔 整體員工之比率	12.3%			

南山產物員工結構



重視性別平等

南山人壽重視女男性別平等，員工性別女男比例為 18：10，女性主管人數約占有所有主管人數的 49%，在招募、聘用、培訓及晉升方面，確實落實男女平權。

為加強維護女性員工權益，訂定「工作場所性騷擾防治措施、申訴及懲戒準則」，並於內部網站設置員工申訴專區，提供員工申訴專線電話、申訴傳真專線、申訴專用信箱，由專人負責接聽處理，並規範全體員工必須接受網路課程訓練及測驗，創造友善的、零職場性騷擾的工作環境。

此外，依法提供完整育嬰假制度，2019 年共有 284 人符合申請育嬰留停的資格，當年度共 42 人申請育嬰留停，2019 年復職人數為 28 人，復職率為 57.1%。



育嬰假申請狀況

項目	單位：人		合計
	男性	女性	
2019年符合育嬰留停申請資格人數	80	204	284
2019年實際申請育嬰留停人數	5	37	42
預計於2019年申請育嬰留停復職的人數	2	47	49
2019年育嬰留停復職人數	2	26	28
2018年育嬰留停復職人數	0	21	21
2019年復職後持續工作一年之人數	0	16	16
留停申請率	6.25%	18.1%	14.7%
復職率	100.0%	55.3%	57.1%
留任率		76.2%	76.2%

註 1.「2019 年符合申請育嬰留停申請資格人數」定義：3 年內（2017-2019 年）有請過產假及陪產假的員工人數

2.「2019 年育嬰留停復職人數」定義：2017 年申請並於 2019 年復職、2018 年申請並於 2019 年復職、2019 年申請並於 2019 年復職的人數

3.「留停申請率」定義：當年度實際申請育嬰留停人數／當年度符合育嬰留停申請資格人數

4.「復職率」定義：2019 年育嬰留停復職人數／預計於 2019 年申請育嬰留停復職的人數

5.「留任率」定義：2019 年復職後持續工作一年之人數／2018 年育嬰留停復職人數

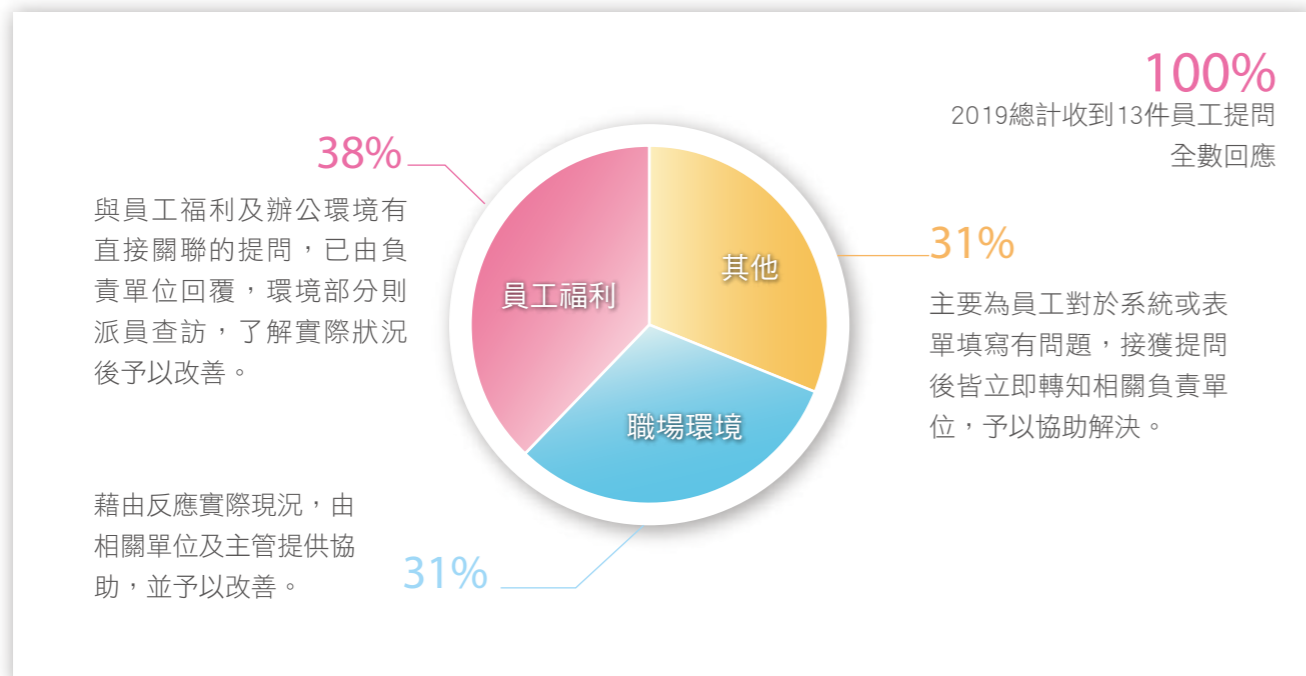
暢通勞資溝通管道

為直接、有效及全面地瞭解及傾聽員工聲音，南山人壽建置多元溝通平臺，讓員工回饋意見、提出建議或申訴，協助解決員工之困難，以尊重、平等、開放溝通之氛圍，提升員工對公司的認同感與向心力。在多元機制保障下，讓員工更願意回饋意見與建議，並由公司指派專人全程保密回覆處理。

溝通管道



2019年員工意見回饋狀況



健康安全職場

南山人壽堅信，唯有快樂的員工，才能傳遞給保戶幸福的力量。因此，從人性關懷角度出發，全方位關心員工身心、靈健康，建構完整的關懷機制，塑造幸福職場。

南山人壽設有職業安全衛生委員會，委員會成員共七人，勞工代表比例高達 87.5%，每 3 個月召開委員會會議一次，負責審議、協調及建議安全衛生與員工健康促進相關事項。

2019 年南山人壽員工沒有發生任何一件職災死亡與職業病的案例，在 14 件發生的輕重職災案件中，除 1 件為工作場所推車撞到之意外及 2 件滑倒（用餐途中及下雨路濕），其餘為上下班交通事故所致。

另外，為履行照顧員工的承諾，南山人壽由職業安全衛生委員會等相關部門單位，辦理員工健康促進活動，從內而外，推動各項軟、硬體措施，關心員工健康。

內勤員工傷害率及缺勤率

年度	傷害率(IR)			損失天數比率(LDR)			缺勤率(AR)		
	男	女	合計	男	女	合計	男	女	合計
2017	0.06	0.08	0.14	1.73	4.76	6.49	0.77%	1.19%	1.04%
2018	0.06	0.16	0.22	1.34	7.90	9.24	0.82%	1.20%	1.07%
2019	0.4	0.22	0.28	17.15	8.54	11.56	0.93%	1.34%	1.20%

說明：2019 年傷害率與損失天數增加原因，多屬於上下班交通事故；缺勤率增加係因 2019 年請假天數增加所致。2018 年職災案件 13 件，2017 年則為 7 件。

註：1. 傷害率 (IR) = (失能傷害人次數 / 工作總時數) x 200,000

2. 損失天數比率 (LDR) = (失能損失總天數 / 工作總時數) x 200,000

3. 缺勤率 (AR) = (總缺勤日數 / 總工作天數) x 100%。總缺勤日數包含事假、家庭照顧假、住院病假、非住院病假、安胎假、癌症療養假、生理假等假別的請假天數。

4. 計算 IR 及 LDR 之工作總時數、失能傷害人次、失能損失總天數採用勞動部職災申報統計表資訊進行計算。

5. AR 總缺勤日數計算採人資系統實際統計缺勤時數 / 每天工作 8 小時計。

社團活動—樂活南山、員工聯誼活動

- 持續推廣深獲好評之樂活南山活動，員工自行組團20人以上，參與有益身心靈平衡之休閒抒壓活動，即可獲得補助。
- 舉辦蔬活農場、樂活健走、登山、自行車漫遊體驗等活動，促進跨單位員工交誼與抒壓。

健康促進—健走活動、部門團體競賽

- 每年定期舉辦健走活動，規劃戶外的健走路線，2019年舉辦內勤「減齡大PK」，及內勤健走競賽，讓公司上下都動起來，員工一起變健康、變年輕，更養成大家運動習慣，促進健康。

健康知識推廣—多元豐富的EDM

- 不定期以EDM分享重大疾病訊息或健康資訊，提供員工正確的預防及治療管道。

優於法令的健檢—癌症篩檢檢查

- 每年一次的員工健檢加碼提供員工免費腹部超音波健檢。

健康促進設施

為提供員工完善的健康職場環境，南山人壽實施以下各項措施：



設置健身中心

- 南山健身中心，配置先進運動器材，鼓勵員工養成定期運動的健康習慣。
- 2019年使用人次推估約2,500人。



設立健康服務站

- 聘僱專職健康服務護理師及委任職業醫學科專科醫師、勞工健康服務醫師辦理臨場健康服務，並於南山人壽金融中心成立「健康服務站」。
- 2019年共計辦理37次臨場健康服務，參與人數達 259 人次。



CPR+AED教學訓練

- 協同相關單位合作辦理CPR+AED教學訓練，提供員工急救知識及實際演練。
- 持續推廣CPR+AED教學，確保安心場所認證資格。



健檢一對一諮詢

- 年度健檢結束後，由專業醫師提供員工正確預防保健知識一對一諮詢服務。
- 共計辦理10場健檢報告一對一健檢報告諮詢服務。



施打「季節性流感疫苗」

- 因應流感疫情，提供員工施打季節性流感疫苗接種服務。
- 2019年度總計共辦3場流感疫苗健康促進推動，總計142人接種。



職場健康講座

- 一般救護常識暨健康指導、樂活營養講座、「燃肺之疾」、「健檢紅字看得懂」等健康講座。
- 2019年健康講座共舉辦5場。

員工協助方案 (EAP)

南山人壽與外部專業心理諮商單位「社團法人新竹生命線協會」合作「心靈會客室」EAP (Employee Assistance Programs 員工協助方案，簡稱 EAPs) 服務，提供員工包括 24 小時「0800 免付費專線」及「員工諮商服務」多元管道，有效紓解壓力。除了進一步協助員工積極管理情緒問題外，透過諮商單位完整的支援體系、擴及全臺的服務據點及數百位的專業顧問，協助員工解決各面向的問題，例如：法律、親子關係、職場溝通、個人稅務等。

薪酬獎勵制度

南山人壽的薪酬制度，兼顧外部競爭性、內部公平性。總體薪酬定位以薪資調查金融保險業中位數以上為原則，並掌握市場趨勢，針對關鍵人才保持策略彈性，以確保人才競爭優勢。為響應政府提高年輕族群薪資政策，南山人壽聘用之應屆男、女大學畢業生起薪自 2019 年 6 月調為新臺幣 32,000 元，碩士畢業生起薪則約為新臺幣 35,000 元，特定職務或人才的起薪，則可依職務內容彈性敘薪。

整體而言，依據 2019 年 Willis Towers Watson (美商韜睿惠悅) 金融產業福利調查分析報告內容，南山人壽多數福利措施，均優於金融產業前 50% 的水準，尤其在員工團體保險保障方面，位居業界領先地位。

2019 年薪酬水準速覽

	人身保險業	南山人壽
經常性平均薪資	1	1.03倍
合計其他非經常性薪資	1	1.38倍
基層員工平均月薪	—	較2018年上升3.3%
應屆男、女大學畢業生起薪(最低工資比)	1	1.39倍以上

說明：1. 基層員工平均月薪；數據係南山人壽內部自行比較得出。
2. 本公司固定年薪 13.5 個月，另每年依公司營運狀況、部門/個人績效核發績效獎金。



2019 年女性 / 男性薪資比例

員工類別	女性	男性
主管職	協理級(含)以上	0.98
	經理級	0.99
	主任/副理級	1.01
非主管職	1	1.01~1.04

*計算基準採用各職級平均固定薪資



多元績效考核制度

為持續提昇公司競爭力，除了藉由透明、具體的「績效指標」(員工評核率 100%) 進行評量外，協理級以上更採計 360 度「行為指標」評量方式，激勵員工將企業文化展現於日常行為當中，同時績效考核結果亦作為員工晉升、發展、薪資調整及績效獎金發放之依據。

績效管理部份也按公司發展策略、參酌業績發展及市場薪資水準，制定差異化的獎酬制度，依績效達成狀況及貢獻度，核發相對應之獎酬，形塑論功行賞的文化，並透過績效評核制度，建立公平升遷管道，留任高潛能員工及打造高效能團隊。

完善員工福利措施

除符合勞動法令的勞健保、勞退金提撥等各項規定外，南山人壽提供全方位員工團體保險及婚喪致禮、節金等福利措施，讓員工的生活無後顧之憂，專心致力於職涯發展。

業界首創員工長期照顧保險福利

南山人壽提供員工團體定期壽險與意外傷害險各36倍薪資保額的保障，團體醫療保險中，除住院醫療保險外，更擴及門診醫療，建構完善的員工團體保險，位居業界排名P90之地位。另外，2015年起由公司負擔全額保費，提供員工「長期照顧險」，更為業界首創。

南山人壽員工保險與業界、法令要求比較如下：

法令要求	保險同業	南山
勞保	勞保	勞保
健保	健保	健保
	團保	團保
	-定期壽險保額約28倍薪資	-定期壽險保額 36倍 薪資
		-長期照顧險

優於法令的健檢福利

南山人壽提供優於法令的內勤員工健康檢查專案，員工可享有每年一次健康檢查的福利，且健檢內容優於法定項目(法定僅有 18 項)，並於全臺舉辦一對一醫師健康諮詢。

退休福利制度

南山人壽按「勞動基準法」訂定員工退休制度，按月提撥退休準備金至臺灣銀行信託部之勞工退休準備金專戶，截至 2019 年底，退休準備金結存金額為新臺幣 9.15 億元。

針對適用勞退新制員工，則按月提撥月提繳工資 6% 之退休金至勞保局的個人退休金專戶中。目前選擇適用新制與舊制的員工比例約為 8.6:1。委任經理人則依委任經理人職工退休基金由公司提撥薪資 6-10%，並依個人意願

選擇勞退新制、信託基金、年金保險等。

在適用「勞動基準法」(民國 87 年 4 月 1 日)前，南山人壽即在中國信託商業銀行設有內勤員工之公積金專戶，依員工年資提撥基本月薪 5%~10% 不等之金額做為員工退休基金。(本項公積金已於 2018 年 4 月 26 日本公司董事會通過廢止，原在內勤員工公積金專戶之餘額，已於 2018 年 7 月底全數返還予相關員工。)

針對內勤退休員工，我們提供符合資格之退休員工定期壽險，即首年度同原承保金額(36 倍基本月薪)，續年度起原「承保金額」的 1/2，全額由公司負擔。另針對內勤退休員工及協理級以上員工的配偶(員工退休前須連續加保 5 年)，亦提供退休員工優惠自費團體住院醫療保險。

另為關懷退休員工，南山人壽在年度重要活動舉辦時，亦邀請退休員工共襄盛舉，如旺年會、登山健行、公益慈善等活動。

培育全能專才

南山人壽因應數位金融趨勢，重視人才的培育與養成，我們將員工所須具備的各種知識技能區分為四大職能，同時結合內、外部訓練規劃員工訓練發展體系，強化員工競爭力。

策略包括：

1. 以「從客戶角度思考」及成為「智慧的南山」為努力的目標，協助員工轉型升級，學習使用智慧工具，培養「全方位、高視野、全球觀、勇於任事」的南山人才特質，迎接新境界。
2. 依各單位專業人才需求、職務屬性及其所應具備的能力、職能等條件，整合相關資源與專業基礎知識，推出通識課程，為組織培育跨領域人才。
3. 深耕校園，與大學特定系所合作開設課程，並針對在校學生舉辦實習生專案，讓學生能學以致用，快速成長。此外，亦主動出擊，透過各類校園徵才活動，持續吸引更多優秀學子加入南山。
4. 針對新進員工的訓練，提供多樣化的活動與體驗，透過案例分享、公平待客影片、關懷座談等方式，深植南山的保險公益服務業 DNA。並規劃 90 天內的必修課程，貫徹員工法令遵循及強化核心職能訓練，培育員工成為保險菁英人才。

推出「儲備菁英計畫」

南山人壽相當重視人才價值，針對所有內勤人才的選育用留，南山擁有客製化的訓練規劃、學習平臺以及海外研習等發展計畫，強化菁英人才培育，同時提供具市場競爭力的獎酬制度、完善的福利規畫及員工團險保障。

2019年推出首屆「儲備菁英計畫」，精心設計完整人才發展藍圖，建構專業、紮實的職場實力。儲備菁英在培訓初期，以核心課程奠定基礎能力。

在完成基礎訓練後，會依個人特質，量身規畫金融保險專業領域1至2年發展計畫，同時安排參與公司大型專案或重要任務，強化實務的磨練，不僅擴大多元專業的廣度，亦同步提升其具深度及高視野的實力，期間還將安排資深主管指導，快速掌握業務核心。培訓期結束後，將持續深化專業與快速發展，成為智慧保險新時代菁英。

員工訓練發展與績效回饋

針對一般員工皆提供內外部訓練機會，依照人才培訓要點規定，員工可依其工作需要，申請參與外部訓練活動，包括年度教育訓練、客製化訓練規劃與服務、國際人才交流與培育，及專業證照考試與獎勵等，2019年各職級員工平均訓練時數如下所示。

內勤員工平均訓練時數

2018年		2019年		職級	2018年		2019年	
7	9.4	49.3	47.6		0	14.5	64.2	53.8
				最高治理機構(董事會)				
				一般員工				
				中階主管				
				高階主管				

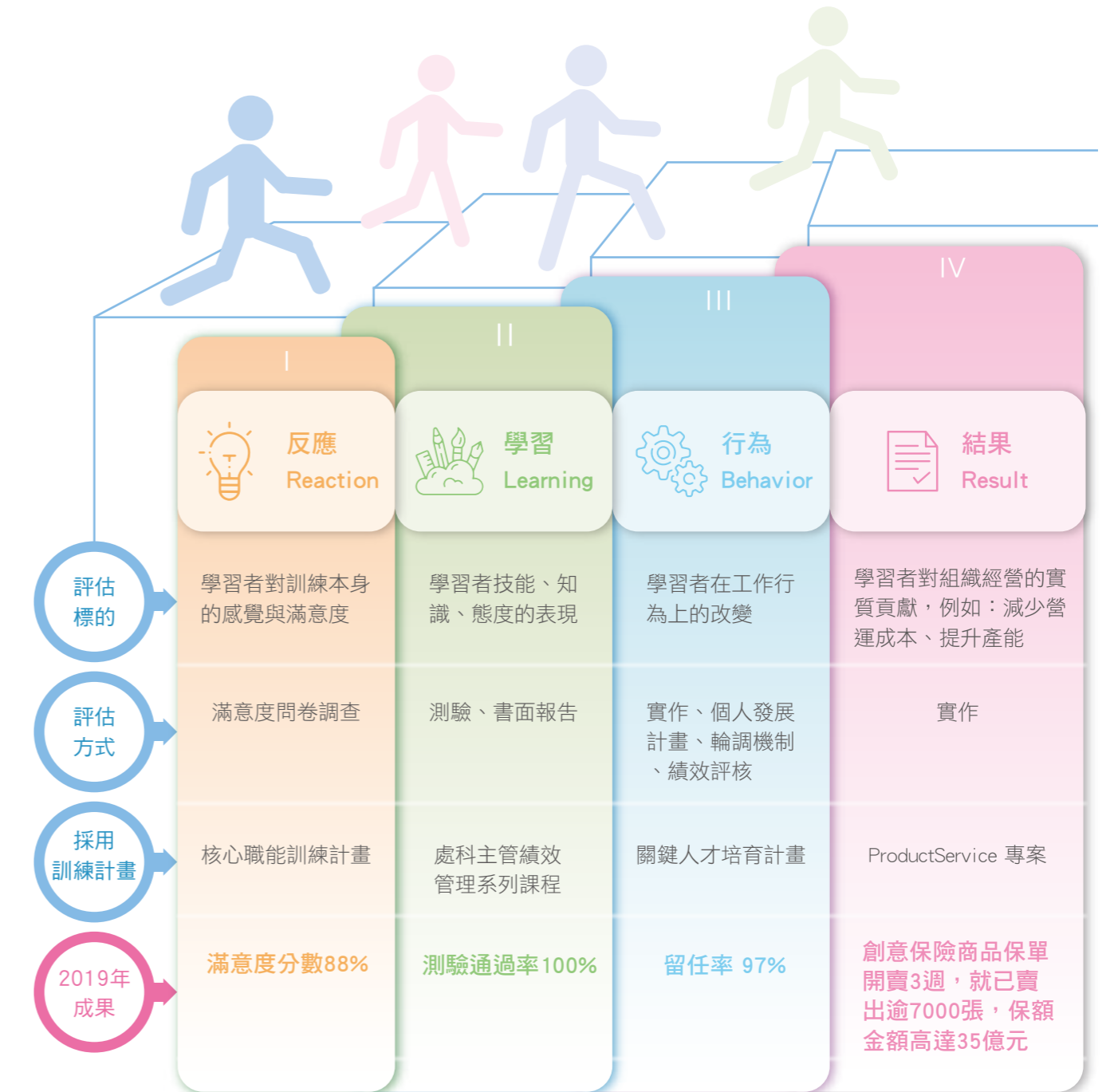
說明：1.一般員工之職級：非主管職 2.中階主管之職級：主任、副理、經理級主管職 3.高階主管之職級：協理級以上主管職

2015年~2019年內勤員工各類訓練課程時數統計

年份	單位：小時				
	訓練時數小計	共通能力	專業訓練	線上課程	外部訓練
2015	72,638.1	21,364.0	26,964.1	16,304.5	8,005.5
2016	103,109.6	15,948.5	19,577.3	60,537.0	7,046.5
2017	133,744.0	4,989.0	45,181.1	76,148.4	7,425.5
2018	238,484.2	1,383.5	78,995.0	146,171.3	11,934.4
2019	218,788	2,149.0	98,778.0	107,954.0	9,907.0

訓練績效評估與回饋

人才資本是提升競爭力與組織績效不可或缺的要害，為了有效達成訓練目的並落實其成效與價值，南山人壽採用 Kirkpatrick 架構，量化並具體衡量訓練績效，展現學習成果與人才資本投入的效益。



培育接班人才

南山人壽除重視一般員工的中長期職涯發展外，更為奠定百年基業的永續經營，透過績效、潛能與 360 度評量，以辨識遴選出南山領導潛力的人才，建構領導梯隊接班計劃，並依其個人發展計畫 (IDP) 進行量身訂做人才發展計畫。

2019 年總計有 114 位主管進行個人發展培育計畫 (IDP)，透過主管溝通，完成欲發展之領域 / 訓練 / 活動 / 專案 / 近身學習及職務輪調，定期追蹤人才發展進度並於年底呈報執行主管以持續精進菁英人才發展。

專業證照 傲視業界

南山人壽領先業界陸續引進各項專業證照考試，獎勵及鼓勵員工取得相關專業證照，已培育之壽險管理師人數領先業界。2019 年總計有 960 人次報考包括 FLMI、ALHC、ACS (Associate, Customer Service; 客戶服務師) 三大證照，整體考試通過率 83%。

截至 2019 年底，在職員工取得美國壽險管理協會 (Life Office Management Association, 簡稱 LOMA) FLMI 壽險管理師資格認證人數達 484 人，佔全體內勤員工約 12%，充份展現南山人壽培養專業人才的決心與努力。

南山人壽持續在教育訓練的用心與努力，榮獲 LOMA 的肯定與讚揚，受頒 18 座教育成就獎，包括 3 次獲得教育卓越獎。

堅實的精算師陣容

南山人壽領先業界，大舉投入資源培養精算師，並鼓勵員工取得認證，目前共有 10 位精算師、18 位副精算師，以堅實的精算師陣容，持續提供保戶更多優質保險商品。

國內保險專業證照

南山人壽於 2011 年起即推動由財團法人保險事業發展中心所舉辦的「保戶服務認證」，累計 20 屆總合格人數達 2,661 人，2019 年有 39% 內勤員工擁有保發中心保戶服務認證證書，客戶服務功能員工通過此認證比率更達 67%。



共創夥伴 雙贏策略

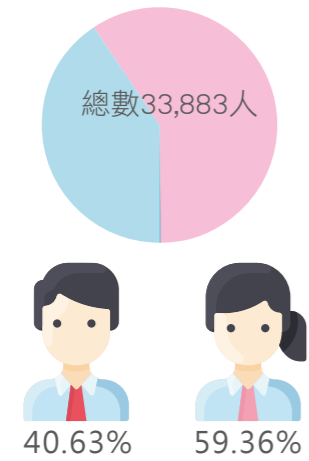


南山人壽擁有逾 3 萬名的業務員，秉持創業家的精神，憑藉著高度專業與服務品質，屢獲保戶肯定。

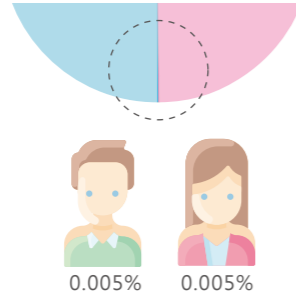
透過承攬委任業務制度，提供業務夥伴創業平臺，規劃專業的培訓課程、多元的獎勵方案，鼓勵業務員持續成長、增加收入、發展組織、實踐目標，創造屬於自己的壽險事業，與公司共同成長，也提供保戶全方位的服務與保障。

業務夥伴人力結構

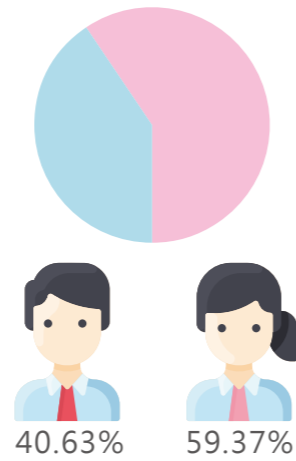
本國籍與外國籍人員



外國籍



不定期契約人員(註)



註：1.不定期契約：係指業務人員倘符合合約約定條件其合約即維持有效。
2.業務員人力狀況係指與公司簽訂業務代表承擔合約人數。

業務主管男女人數比例



業務員男女年齡分佈



比例	年齡	比例
50%	29歲以下	50%
40%	30~49歲	60%
37%	50歲以上	63%



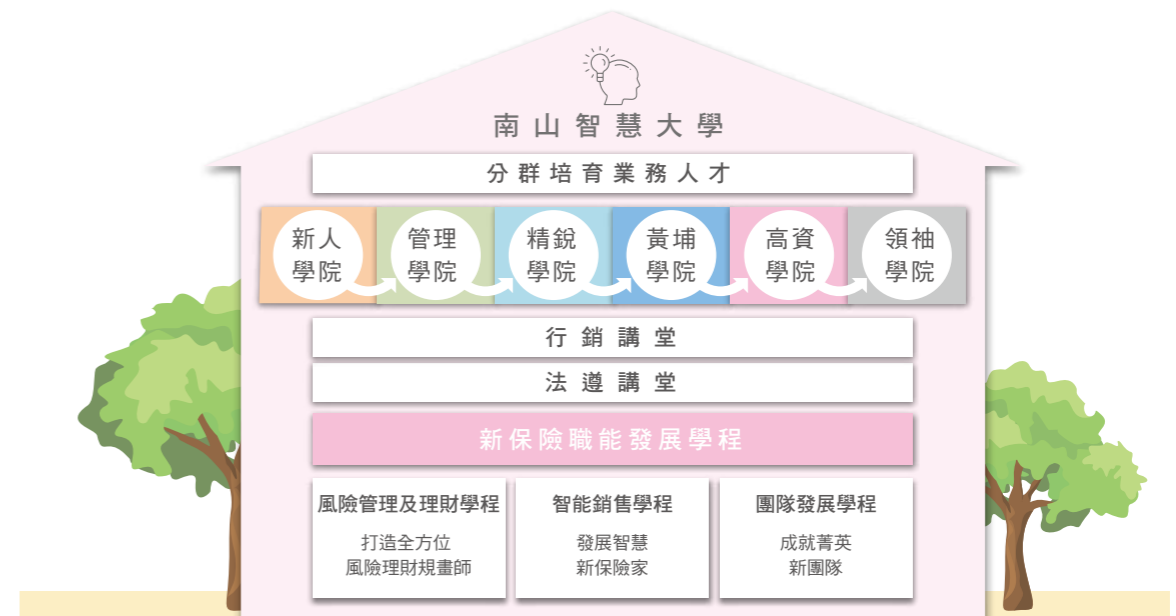
共榮與成長

南山人壽業務團隊以特有的承攬式業務制度，配合臺灣各地的在地需求，發展適性訓練課程與服務網絡，並透過文化傳承分享與經驗交流，成為既競爭又合作的絕佳夥伴關係。希望每一位業務夥伴都是「公益服務」的實踐家，「銷售」責任、熱情和愛給保戶，同時藉由不斷地學習、提升競爭力，在保險事業中成就自己，進一步回饋社會，幫助更多人。

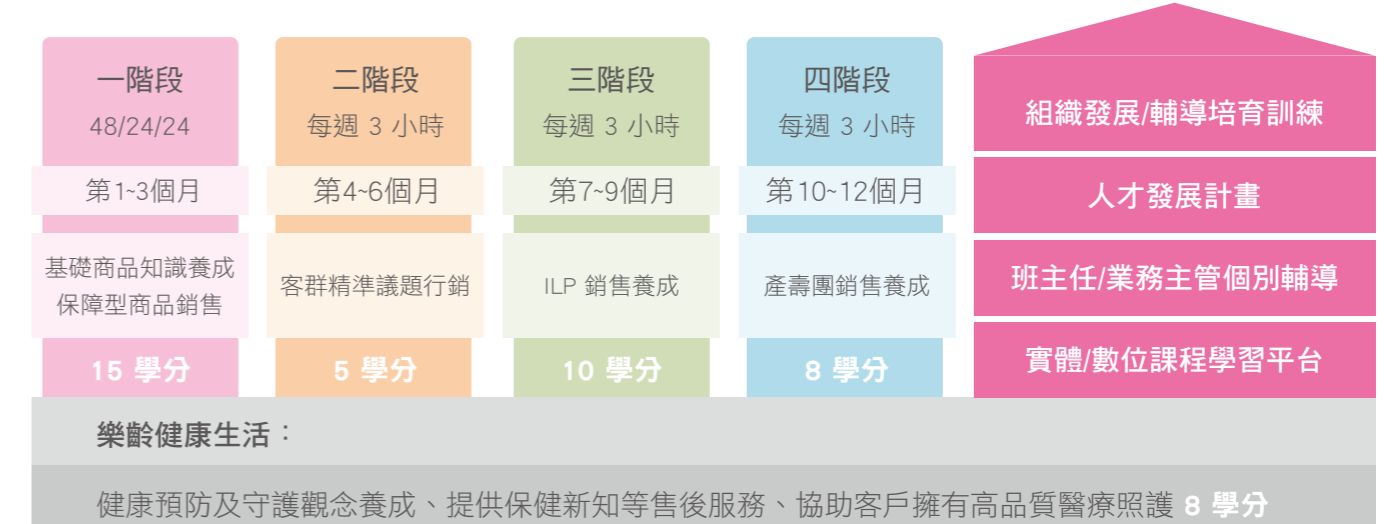
此外，為培育業務通路人才，協助業務夥伴做好客戶經營與服務，除了既有的內部訓練，2019年更邀請外部專家團隊，增進業務夥伴的執行力、團隊力、影響力等職能，訓練費用也增加逾新臺幣 430 萬元，對人才培育不遺餘力。

完整業務培訓體系

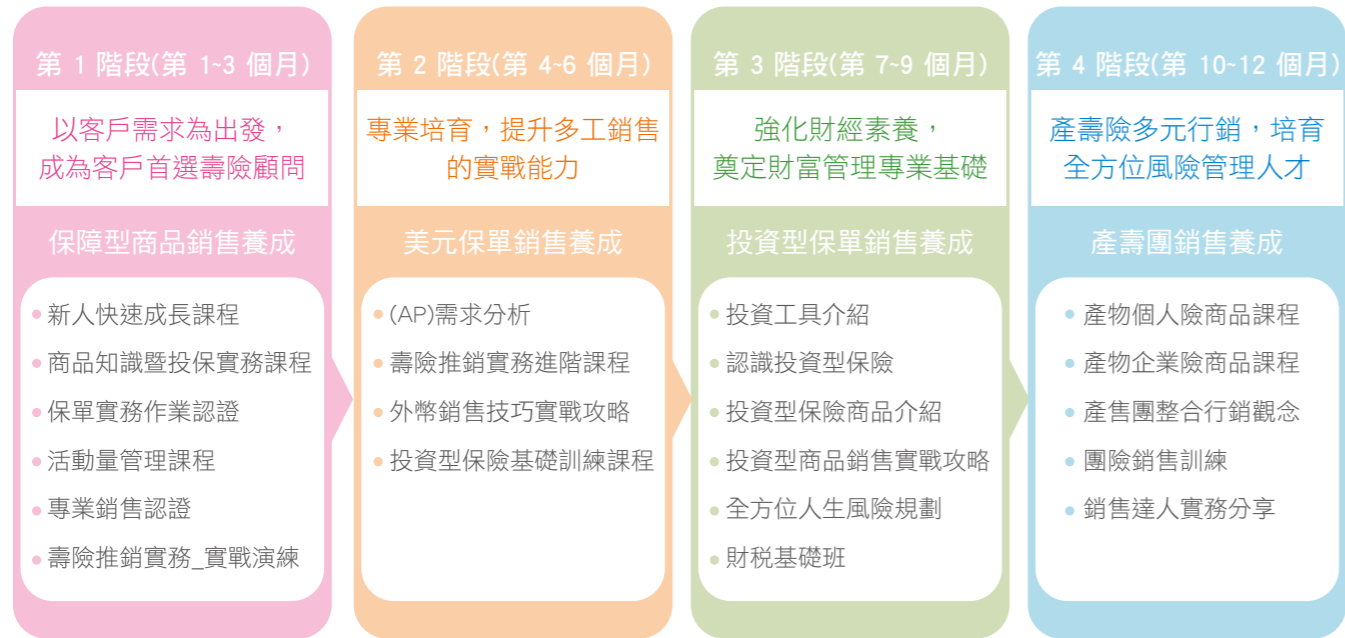
完整的培訓課程包含六大學院、兩大講堂及三大學程，建構出「南山智慧大學」，根據職涯發展階段及需求，系統性地提供業務夥伴精準的培訓，精進業務夥伴所需的知識、態度與技能，培育全方位保險專業人才。



為積極培育全方位風險管理人才，我們於2019年推動「優質人才培訓計畫」，透過為期12個月四階段循序漸進的養成訓練，培育新人厚實基礎、保障為本的銷售思維。



優質人才完整訓練課程



全新「優質人才培訓計畫」與原「新秀輔訓計畫」比較表

	原計畫	優質人才培訓計畫 
訓練課程	1. 三階段，9 個月 2. 委任主任即視同結業不需參訓	1. 四階段，12 個月 2. 委任主任持續保留參訓資格
銷售活動量管理	無	增加銷售活動量管理， 培養新人良好工作習
專案獎金	財務補助：最高每月領新臺幣 2.6 萬元	財務補助：最高每月領新臺幣 2.7 萬元

2019 年共 2,351 人參加「優質人才培訓計畫」，參訓學員一年留存率較一般新人多 13%、一年委任率較一般新人多 15%，結業學員首年度每月平均收入近 5 萬元，讓年輕人有機會翻轉低薪困境，開創未來，南山人壽也因此成為新世代創業首選平臺，以專業提供客戶最優質的保險保障與服務。

管理學院 - 建構成功精英團隊

業務主管是發展組織極具影響力的領頭羊，南山人壽設計了專屬的系列課程，讓業務夥伴一成為委任業務主管時，就能夠具備所需職能，後續亦透過系統化的訓練，協助業務主管快速達成事業發展各階段性目標，建構成功精英團隊，2019 年，共有 1,378 位業務主管完成訓練。

精銳學院 - 各層級頂尖人才發展

「精銳訓練班」是為最頂尖的業務夥伴量身訂做的培訓課程，透過同儕相互學習、交流與競爭，強化銷售、服務與組織發展的核心職能。至 2019 年底，共計 1,697 位精銳夥伴完成訓練，同時精銳學員在年度人均總產能，為一般業務夥伴的 2 倍；在組織發展部份（增員人數及增員活動率），為一般業務夥伴的 3 倍，培訓效益卓著。

黃埔學院 - 培育新世代潛力主管

「黃埔訓練」由高階主管擔任班主任，師資陣容堅強，參訓者為在業績、增員、服務表現最為傑出的區經理，堪稱精英中的精英。我們創新規劃的先修課程包含六大核心議題：當責領導、智慧數據新保險、優質增員與輔導、業務發展新思維、經營者思維與三年計畫、成立通訊處應有準備等，系統化培養學員具備新時代處經理的經營者思維。截至 2019 年底（自 2012 年開辦），共 361 位區經理完成訓練，成立 39 個通訊處。

此外，南山人壽推動「接班人計畫訓練班」，讓學員在成立通訊處時，即具備處經理應有的關鍵職能。截至 2019 年底，共計 50 位區經理曾參與接班人計畫，其中 12 位參訓學員成立通訊處。

高資學院 - 推動業務夥伴轉型全方位風險規劃師

為提供客戶全方位風險及財富管理規劃，南山人壽除持續舉辦各項財經等專業課程，同時結合最新稅務時事議題，規劃主題式實務研討，並透過視訊，邀請公司內部及外部財經專家連結全球財經趨勢與議題，提升業務夥伴專業知識與話題，協助保戶做全方位保險理財規劃。

2019 年，南山人壽首次與臺灣金融研訓院合作成立 AFP(Associate Financial Planner) 理財規劃顧問 / CFP(Certified Financial Planner) 認證財務規劃師的輔導考照專班，鼓勵高資會員邁向國際取得 CFP 國際認證理財規劃人員，成為全方位理財規劃顧問，提升服務 VIP 客戶專業知能，創造個人職場價值與提昇企業競爭優勢。截至 2019 年底，南山人壽 AFP 持證人數 20 人、CFP 持證人數 83 人，人數均為保險業前三名。

領袖學院 - 強化經營者思維

領導者是傳遞企業靈魂的樞紐，南山人壽依據公司年度策略與目標，定期召開年度策略會議，讓各通訊處經理彼此相互學習、交流與分享經驗，更深入了解公司的策略與方向，帶領通訊處夥伴完成目標，發揚保險精神。

我們透過多樣化訓練課程，協助業務夥伴們提升業務技能，並隨著人才轉型需求，將訓練與大型競賽活動融合，轉換學習模式，開啟業務夥伴的學習視野。在資源挹注下，2019 年男、女平均受訓時數均較 2018 年成長，成果卓越。



歷年業務夥伴培訓成果

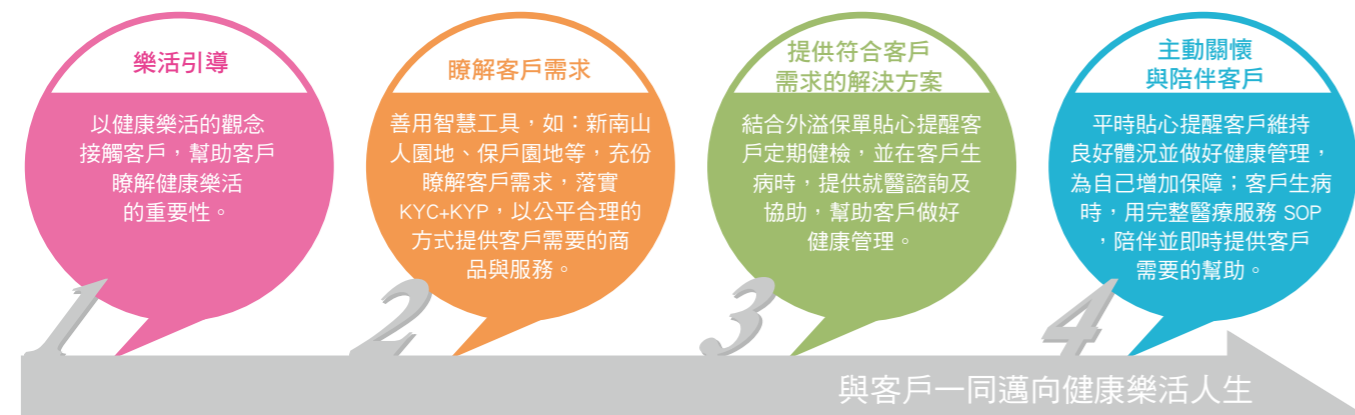
單位：小時

職級	統計項目	2018 年		2019 年	
主管級	總受訓時數	108,440	122,204	123,184	147,185
	平均受訓時數	20	17	22	21
業務代表	總受訓時數	257,120	289,164	223,188	314,503
	平均受訓時數	29	22	28	25
全體	總受訓時數	365,560	411,368	346,372	461,688
	合計	776,928		808,059	
	平均受訓時數	25	20	26	23
	合計	22		24	

銷售轉型與推動－樂活行銷

全球面臨高齡化與少子化的挑戰，如何在邁向高齡時，仍可以健康快樂生活是許多保戶關心課題。南山人壽以健康樂活為思維，整合企業全方位資源，從商品設計、服務整合、人才培育，啟動全面轉型，從被動的風險防護，轉型為主動的健康管理，透過健康樂活觀念引導、瞭解需求，進而提供符合需求的解決方案，主動關懷與陪伴客戶一同邁向健康樂活的人生。

從客戶角度出發，落實公平待客原則！



2019 年南山人壽展開銷售轉型訓練，以培育業務夥伴「視健康促進為使命、提升健康餘命為目標」，運用公司資源，提供客戶整合性服務。總計培育 335 位內外勤夥伴，成為銷售轉型的領頭羊，後續於全臺舉辦 139 場訓練，共有 12,253 位內外勤夥伴參與並完成通關演練。

服務經營：透過「醫療服務 SOP」，用有溫度的陪伴提升附加價值。

保險是一種陪伴，南山人壽有許多 A&H(Accident and Health, 意外暨健康險) 達人，在銷售商品的前中後期，提

供客戶健康醫療相關資源。我們也將這些醫療服務的關鍵編寫成「醫療服務 SOP」，協助夥伴系統性的滿足客戶需求，提供妥適的商品及有溫度的服務。

樂活行銷：透過「健康樂活」議題，讓客戶重視樂活人生。

2019 年南山人壽與《康健雜誌》合作編製「健康樂活手冊」，讓業務夥伴透過手冊，向保戶傳達健康樂活概念，並提升風險意識，亦可檢視自身的保障需求。截至 2019 年底，「健康樂活手冊」成功向超過 2 萬人推廣健康樂活的觀念，而全年度 A&H(Accident and Health, 意外暨健康險) 新契約保費達 70.7 億，市占率業界第一。配合運用南山保戶園地的互動式保障需求試算工具，及保障分析功能，協助客戶做好壽險、醫療、理財三大面向的風險保障規劃，引領保戶邁向健康樂活人生。

業務發展管理人才培育

為培育業務內勤主管具備領導管理、當責、團隊變革、自我精進之能力，南山人壽推動「業務中心主管(含儲備人才)訓練」、「國營處經理(含儲備人才)訓練」的帶狀培訓課程，除了與卡內基等知名企管顧問公司合作外，課後亦透過同儕激勵及緊密的追蹤與輔導，多方提升領導管理能力。

2019 年參訓之業務中心主管及國營處經理共 90 位、儲備人才共 63 位，其中 6 位已接任國營處經理、3 位已接任業務中心主管。

業務內勤主管人才發展與訓練架構



重視業務員基本人權

南山人壽依性騷擾防治法及相關法令規定，訂定公司業務員性騷擾防治準則，規範業務員在執行保險業務時，不得違反法令規範，如發生相關案件，且行為經調查屬實，南山人壽會視情節輕重，對加害人依法令或依合約規範，採取適當的處分或處理，並視實際情形予以後續追蹤監督，避免類似情形再度發生或衍生其它情事。另外設置實體及電子等多元管道，保障其基本勞動人權。

如發生相關案件且行為經調查屬實，南山人壽會視情節輕重，對加害人依法令或依合約規範，採取適當的處置方式，並視實際情形予以後續追蹤監督，避免再度發生或另生其他報復情事。



實體管道

向所屬業務中心反應，若承辦窗口無權處理，則再向上呈報地區訓練人員、訓練主管；若地區訓練單位仍無法處理，則地區進一步向上呈報總公司訓練專職窗口及訓練主管協助解決問題。



電子管道

自行於入口網站填寫「我有提案」建議，依議題分送至相關單位，相關單位須親自聯絡提案的同仁協助解決問題，並將處理狀況進行記錄保存。

在地深耕 義工服務

南山人壽逾三萬名的業務夥伴遍布全臺，除了具備高度的保險專業職能，更有著樂於助人的公益服務精神。2011年南山人壽成立義工大隊，結合了企業的資源及義工們的熱血使命感，有組織、有計畫地，深入全臺的社區鄉里，主動關懷社會各個角落需要幫助的民眾，同時，也是守護臺灣、保護地球的環保尖兵，從2012年開始，義工大隊成員每年皆參與南山人壽舉辦的全臺淨灘系列活動，2019年的「愛海洋行動」，同仁及業務夥伴號召逾4,800名的保戶、企業合作單位及社會大眾響應，攜手淨灘、植樹、固砂，愛護自然環境。統計2019年整年的各項公益行動，義工大隊的服務，則累計突破1.2萬人次，扶助逾17.6萬名弱勢朋友，每個業務夥伴及內勤同仁，都是南山人壽實踐企業公益服務業理念的最佳代言人。

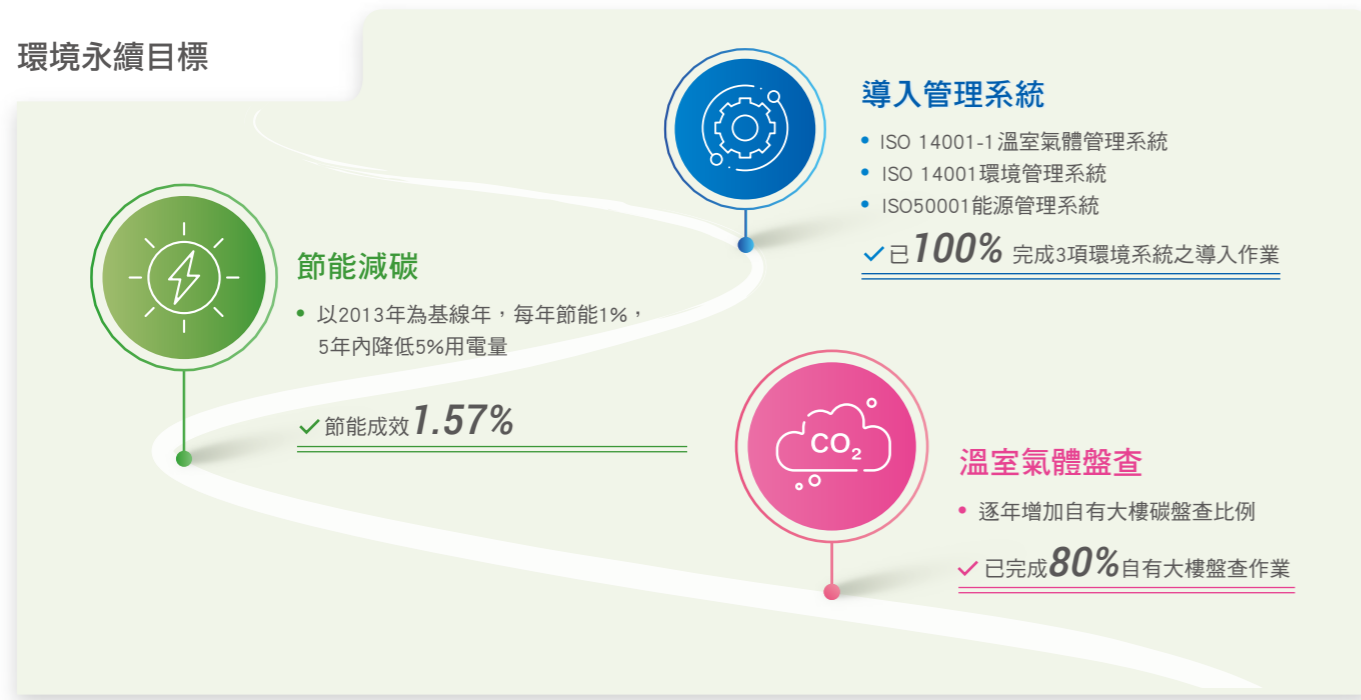


低碳保險 先行者



儘管金融保險產業對環境不易造成重大傷害或汙染衝擊，南山人壽仍以綠色企業自我期許，在營運及服務的每一個環節中，除了遵守環境相關法規的要求，更積極推動各項行動方案，以期將營運對環境的影響降到最低。

環境永續目標



為善盡企業社會責任，南山人壽努力推動環境永續行動，並倡議環保作為，幫助環境永續發展，2019 年環境支出總計為新臺幣 1,141,000 元。為具體實踐綠色企業承諾，並提供低碳保險服務，南山人壽率先導入國際 ISO 14067 碳足跡標準，更在全臺 32 個據點，盤查保單服務過程中所使用的紙張，以及人員耗費的電力、自來水、空調設備的冷媒，與服務過程所產生廢棄物等，進一步完整計算出人身保險保單從受理、核保、製單、發單，整個生命週期所排放的二氧化碳量，並順利取得 SGS ISO 14067 查驗聲明書。

2019 年，南山人壽更制定臺灣第一份「人身保險服務-產品碳足跡產品類別規則 (CFP-PCR)」，在歷經各界專家，及環保署委員的嚴謹檢核與確認後，南山人壽每一件人身保險服務碳足跡為 8 公斤。透過此次碳排放盤查，不但能有效將公司政策與減少能源浪費、履行環境永續承諾相結合，更能提供同業計算人身保險服務碳足跡的依據，發揮產業影響力。



建築物節能管理

南山人壽長期推動全臺自有大樓（共計 10 棟）全方位節能計畫，於 2016 年導入 ISO 14064-1 溫室氣體管理系統，期望透過有效管理作為，降低溫室氣體排放對全球暖化的影響。並於經濟部 2019 年舉辦之「105 年企業總部自願性節能宣示」成果發表會，獲頒表揚節能有成之企業。



相關節能減碳作為包括：調整大樓戶外招牌燈運作時間與電梯開放時間、將會議室及公共區域燈具更換為節能燈具、大樓空調溫度依現行法規維持 26°C、提醒員工下班後將窗簾拉下，以降低次日清晨空調的負載以及推動樓梯輕鬆行、隨手關閉電燈及事務機器電源等措施。

南山人壽全臺自有大樓2019年電力使用狀況

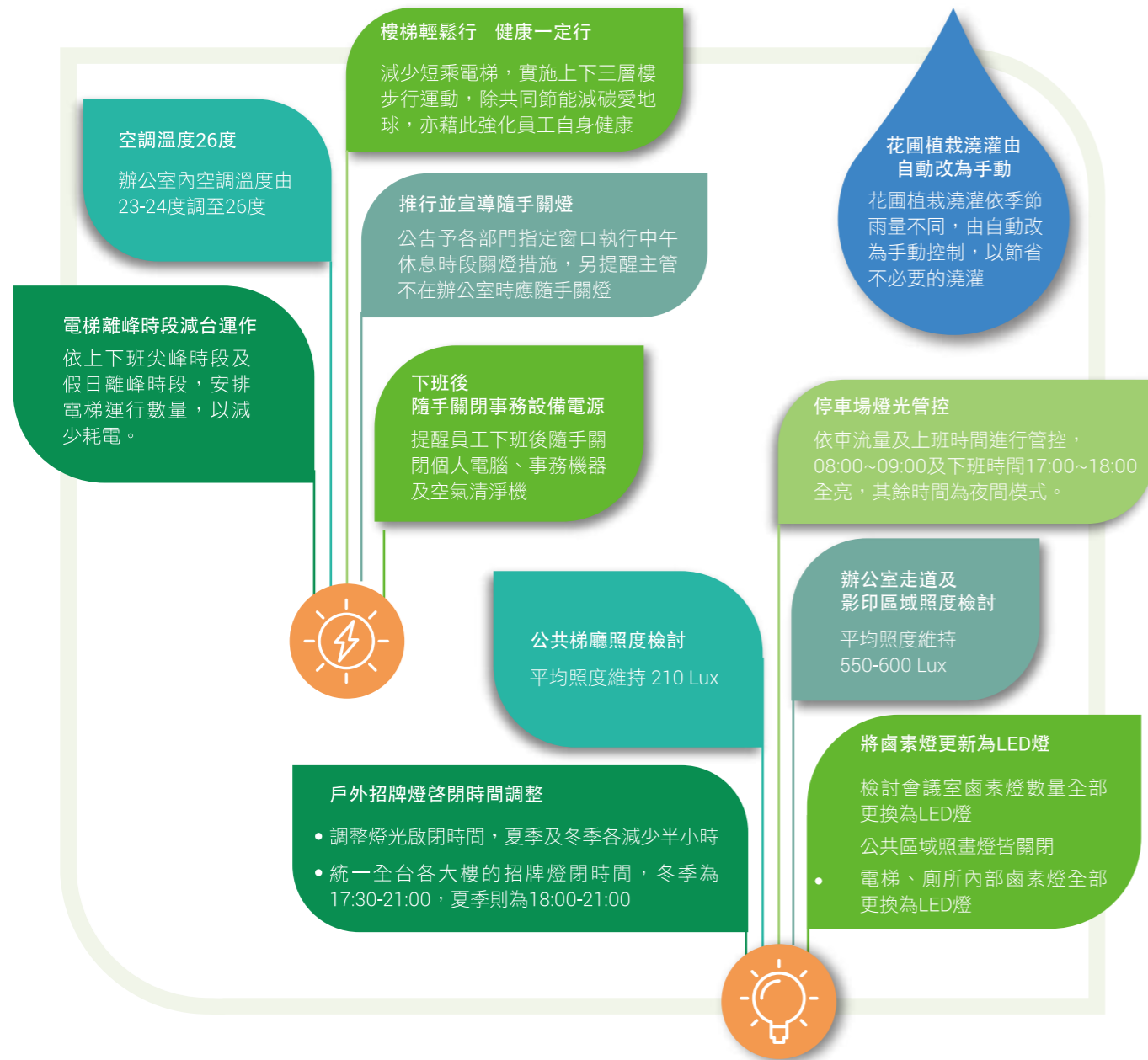
自有大樓	電力使用量kWh	碳排放量t-CO ₂ e	吉焦耳GJ	能源強度kWh/人	排放強度t-CO ₂ e/人
南山人壽大樓	5,240,400	2,793.13	18,865	3,153.07	1.68
南山金融中心	7,426,800	3,958.48	26,736	15,701.48	8.37
西湖	995,670	530.69	3,584	9,051.55	4.82
大安	411,920	219.55	1,483	10,562.05	5.63
中壢	976,120	520.27	3,514	7,808.96	4.16
台中	1,410,400	751.74	5,077	4,463.29	2.38
嘉義	922,320	491.60	3,320	8,954.56	4.77
台南	1,169,500	623.34	4,210	15,188.31	8.10
高雄	1,678,680	894.74	6,043	8,788.90	4.68
宜蘭	519,965	277.14	1,872	15,756.52	8.40
總計	20,751,775	11,060.70	74,706	6,632.08	3.53

註：1. 2019 年電力排放係數 0.533 公斤 CO₂e/
2. 1 度電 = 0.0036GJ

3. 能源強度 = 電力使用量 / 自有大樓當年度員工人數
4. 排放強度 = 排放量 / 自有大樓當年度員工人數

建築物節能措施與成效

南山人壽持續在全臺自有大樓持續推行及分享節能方法，未來亦將持續推動建築物節能行動，降低能源損耗。



關燈一小時 減碳愛地球

南山人壽關注氣候變遷所引發的全球暖化問題，2019年響應世界自然基金會(WWF)所發起的「Earth Hour地球一小時」關燈活動，串聯包含臺北市第二高樓的臺北南山廣場在內11棟南山自有大樓，關閉外牆燈一小時，為地球降溫盡一份心力！

總計1小時關燈南山自有大樓所節省的電度約4,848度，約可減少2.67t-CO₂e排碳量。期盼藉由實際行動宣導隨手節電、降低能源耗損的觀念，落實環境永續發展之綠色企業承諾。

註：2019年排放係數0.533公斤CO₂e/度

溫室氣體排放狀況

範疇	單位	2017年	2018年	2019年
直接溫室氣體排放量(Scope1)	t-CO ₂ e	376.50	477.72	769.49
間接溫室氣體排放量(Scope2)	t-CO ₂ e	6,501.26	8324.13	9211.68
總排放量	t-CO ₂ e	6,877.76	8,801.85	9981.17
樓地板面積(m ²)	坪	14,210.70	18,516.61	25878.82
溫室氣體排放強度	t-CO ₂ e/坪	0.48	0.48	0.39

註：1. 溫室氣體包括二氧化碳(CO₂)、甲烷(CH₄)、氧化亞氮(N₂O)、氫氟碳化物(HFCs)、全氟碳化物(PFCs)、六氟化硫(SF₆)、三氟化氮(NF₃)等7種，南山人壽溫室氣體盤查作業，係採ISO 14064-1營運控制法進行盤查。
2. 範疇三(Scope 3)僅鑑別未計算
3. 2018年電力排放係數1kwh = 0.554kg-CO₂e計算。
4. GWP來源：引用IPCC1995第二次評估報告之全球暖化潛勢值。
5. 2019年組織邊界新增列台中教育訓練中心、嘉義大樓導入溫室氣體排放查驗，故排放總量因而增加。

減少能源耗用

對金融服務業來說，辦公室是員工主要的作業場所，存在生活垃圾、空氣品質、飲用水等，各項資源消耗的議題，而保險業的相關業務，則有較多的紙張使用、行政庶務、衛生清潔，以及召開會議時，所需使用的各項耗材及能源，南山人壽致力節能減碳，落實於日常作業之中。

深耕E化服務 減少碳排放

藉由舉辦各類獎勵活動，對保戶及內外勤員工推廣電子單據服務，以達成無紙化的目標。為此，我們領先業界，開發「行動投保通」銷售平臺，保戶於平板電腦上簽名即完成投保，不但能節省紙張，更為保護地球資源盡一份心力。

行政流程E化

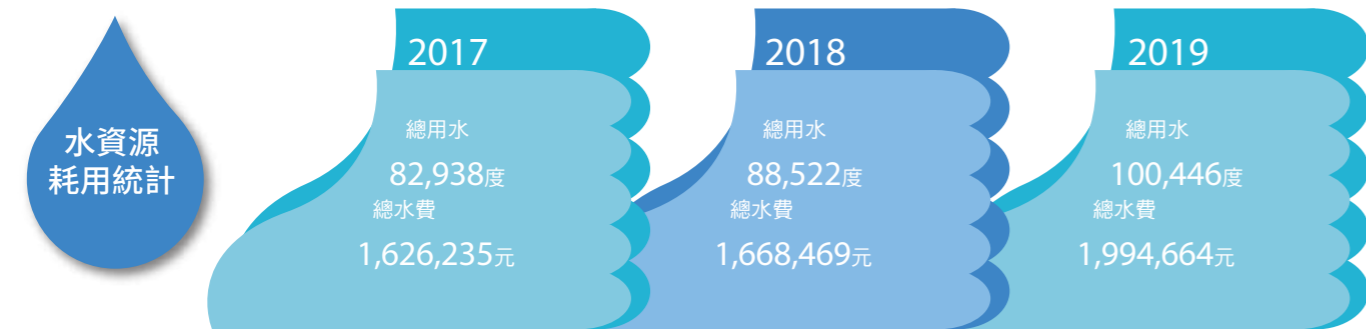
南山人壽更透過導入與提升資訊系統，力行無紙化電子作業，辦理文具用品、雜項及印刷品申請單等E化電子申請作業，共同保護環境，成果卓越。

另在推動無紙化的電子作業程序下，各類表單印製需求，較2015年減少用紙約11,369,000張。

- 2016年：6,133件，共節省6,133張紙；
- 2017年：6,015件，共節省6,015張紙。
- 2018年：6,019件[E申請件數]，共節省6,019張紙。
- 2019年：4,482件[E申請件數]，共節省4,482張紙。

水資源與廢棄物管理

南山人壽訂定節省水資源為目標，秉持環境管理系統持續改善精神，聘請外部專業顧問，盤點各自有大樓的設備，來擬定具體的節水方案。



註：1. 全臺自有大樓總用水量增加，因為自有大樓增加宜蘭分公司之故
2. 全臺自有大樓包括：南山人壽大樓、南山金融中心、西湖、大安、中壢、臺中、嘉義、臺南、高雄、宜蘭

南山人壽金融中心資源處理、回收及再利用成果

類別	一般事業廢棄物 (計量單位)	2018年數量	2019年數量
焚化	生活垃圾(KG) (委託合格廠商進行處理)	100,920	109,735.0
回收或再利用(建材、燈管、水電瓦斯、垃圾、回收)	全臺電腦資產報廢	1,096	1,916.0
	檔案文件廢紙回收(KG)	225,988	337,112.0
	文件收集櫃廢紙回收(KG)	198,405	202,705.0
	家具設備再利用(件/KG)	-	527.0
	資源回收如:鐵鋁罐、寶特瓶、塑膠... (KG)	24,566	18,557.5

水資源與廢棄物管理

南山人壽鼓勵員工在工作環境及各作業環節上，隨手做環保，並積極且持續地，推動節能減碳措施，包括在辦公室中推動垃圾分類與資源回收工作以 3R 為執行原則：減量 (Reduce)、再利用 (Reuse)、回收 (Recycle)；落實公文袋重覆使用、紙張雙面列印以、環保宣導、資源回收與垃圾分類之推動、禁菸、飲用水管理、電子單據、視訊會議，多走樓梯少搭電梯以及環境綠美化等行動。

此外，2019 年我們亦改為租賃 15 部油電混合車，降低公務車油耗量，期望藉由減少資源使用，進而將此良好習慣及具體做法帶入家庭、社區。相關措施包括：

- **紙杯**：提供訪客服務、會議自備隨手杯替代紙杯
- **影印及傳真紙**：善用電子化檔案及信箱、公用伺服器儲存、簡報無紙化、雙面列印，設置再利用收集區供一般文件運用
- **電腦報表紙**：降低重覆列印，檢視列印報表的必要性、整合度及排列順序

電子單據 節紙減碳

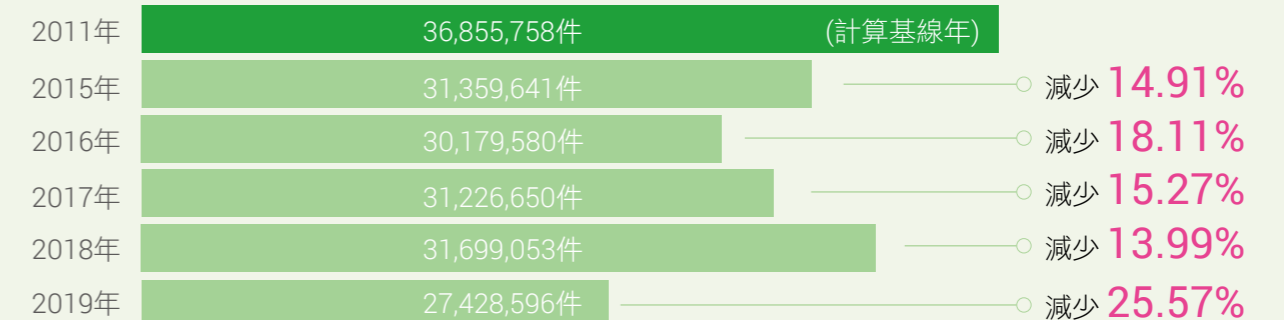
南山人壽積極推廣電子單據，取代以往紙本寄送的方式，將多項單據及通知書將改以電子文件形式寄送，以實際行動落實永續綠能的企業目標。由內而外全體總動員，全面推動電子單據活動，成效卓越。



註：1. (IPCC) 方法估算，每年所維護的森林面積大小達 4.21 公頃。依據每張 A4 紙張耗用 18 克碳計算，共減少 928.57 公噸碳排放。
2. (IPCC) 方法估算，每運送一件實體單據產生約 6.32(±0.09) 公克二氧化碳，南山人壽一年寄送 1719.5 萬次文件，依此推估南山人壽自推動電子單據以來，運送的部分減碳 108.68 公噸，合計每年共可減少 1037.25 公噸的碳排放量。

減少文件郵寄數量

除了推廣電子單據，南山人壽也力行郵寄減量，陸續整合各式大小信封規格，並逐步改採郵筒寄送。回顧過去數年，南山人壽業績大幅成長，但郵寄數量並未隨之增加。



註：基線年表示當年無進行減量行動

無紙化會議

南山人壽於 2013 年 12 月領先同業，建置「無紙化會議系統」，除了具節能及減少紙張列印特性外，更可藉此控管機密資料，降低資料外洩風險。由於會議資料都採集中控管方式，加上身分認證和權限控管機制，讓所有與會資料的使用流程都有跡可循，有利於控管機敏資料外洩之風險。甚至可透過系統設定時間讓該機敏資料在會議之有效時間外可自動刪除，確保公司機密資料的安全性，可謂環保與資安雙贏之措施。2019 年共約減少 259 萬 6 千 8 百張列印平均張數，其減少碳排放量共計 14.542 公噸。



臺北南山廣場鑽石級綠建築

有鑑於氣候變遷、全球暖化問題日益嚴重，南山人壽以國際級綠建築的標準打造「臺北南山廣場」，從城市公共性與建築永續觀點出發，規劃兼具臺灣特色與國際競爭力的都會商業辦公暨休閒中心，自 2018 年 6 月 11 日落成以來，得到許多國際認證肯定，包括取得美國綠建築協會所頒發之 LEED 黃金級標章認證，2019 年榮獲中國工程師學會之工程優良獎及德國 Emporis 頒發 The Skyscraper Award 第四名等多項國內外之建築相關學會肯定。



植樹淨灘 守護海岸

2019 年發起「南山人壽愛海洋行動」活動，號召逾 4,800 名義工夥伴、南山員工、親友及保戶一起參與淨灘及植樹固砂活動：

除南山人壽的員工、業務夥伴、親友及保戶之外，更發揮企業影響力，邀集包括南山產物、三菱電梯、互助營造等企業夥伴加入，擴大守護海洋、愛護地球的力量。

攜手農委會林務局、交通部觀光局北觀處、新北市環保局、桃園市環保局、臺中市環保局、臺南市環保局、高雄市環保局，及慈心有機農業發展基金會、七星生態保育基金會、海湧工作室、寶島淨鄉團、臺中市新環境促進協會、社團法人樂活臺灣協會、臺灣青年氣候聯盟等環保機構，一起關注在地海域問題，深耕在地社區。

活動效益



15 場公益淨灘及植樹固砂活動共號召逾 4,800 人共同參與。



認養新北市金山區中角灣與雲林臺西海岸，種植 3,000 棵防風樹苗，施做竹籬植樹固砂工程，未來長大成林可發揮護土固砂功能。



總計清出逾 3.3 萬件各式廢棄物，總重量逾 11 公噸的海洋廢棄物，包含生活垃圾與遊憩行為類(含免洗餐具、塑膠袋、吸管、寶特瓶...等)有 24,053 件、醫療/個人衛生用品/其他類有 2,482 件、抽菸類(菸蒂、打火機)有 1,927 件、漁業與休閒用具類有 5,260 件。



我們將數據回報予「臺灣清淨海洋行動聯盟 Taiwan Ocean Cleanup Alliance(T.O.C.A)」，與國際同步監測海洋廢棄物。進一步呼籲員工除了淨灘之外，更要從源頭垃圾減量做起，在日常生活中身體力行，共同為守護海洋生態、愛護地球環境盡一份心力！





南山人壽相信「幸福的力量，是改變生命的開始」，期許透過持續幫助更多需要的朋友，推動社會善的循環，提升臺灣人民的幸福感。

我們以關懷為核心價值，結合保險業的核心能力，積極推動及參與各項公益活動。透過遍布全臺的服務網絡，深入社區發掘在地需求，提供照顧與協助，讓更多人得到更妥善的照顧，讓生活更有保障。

2019年南山人壽總計號召逾 1.2 萬人次參與公益活動，愛心支持逾 200 個公益團體及醫院、服務逾 19 萬弱勢族群朋友。

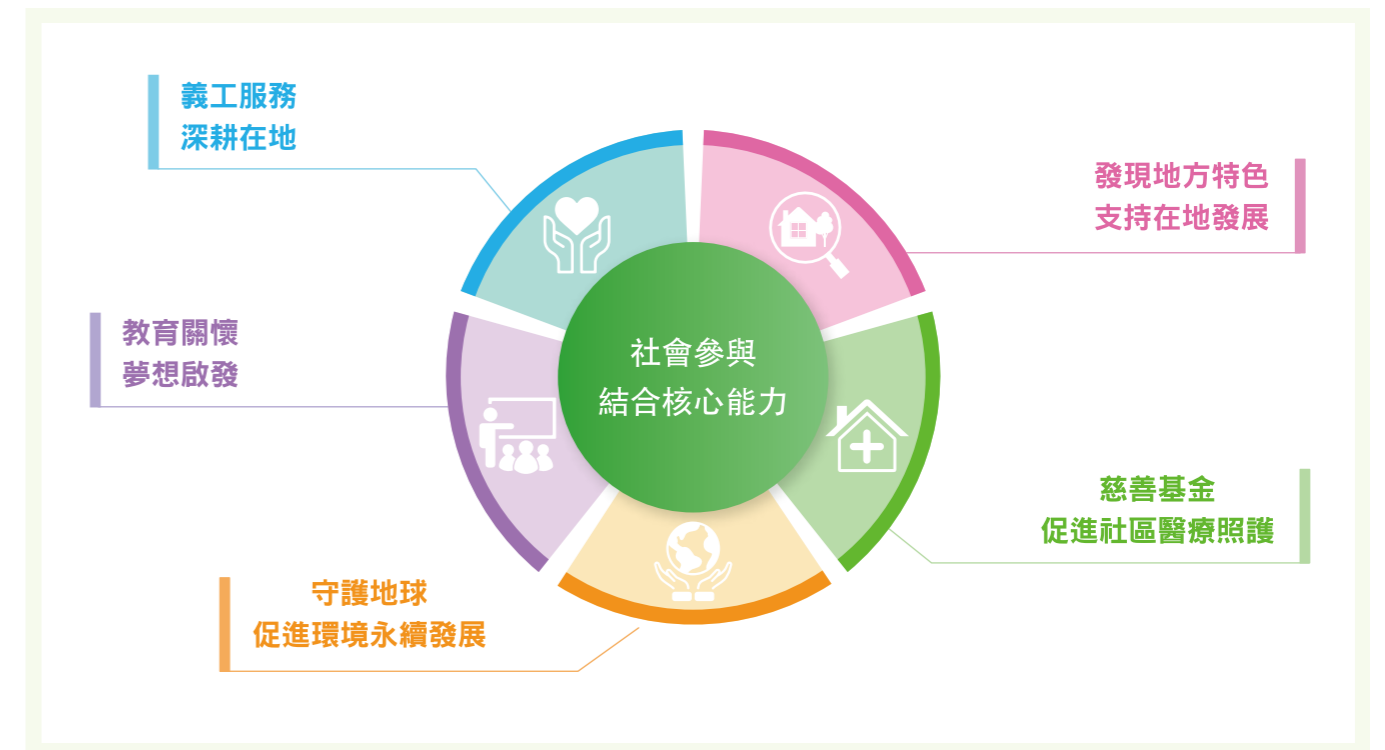
此外，我們也落實利害關係人議合原則，攜手玉山銀行一起做公益，凡是用南山人壽玉山聯名卡刷卡消費或繳保費，玉山銀行就會提撥一定比例金額，捐贈予南山人壽慈善基金會，做為「南山慈善基金 - 醫療關懷計畫」捐助弱勢朋友醫療救助之用，2018 至 2019 年已累計捐助超過新臺幣 1,400 萬元。

南山人壽核心能力

- ◎ 善用遍佈全臺的服務網絡，主動發掘在地需求，深入社區服務
- ◎ 打造公益平臺，整合企業資源，結合內外勤夥伴、保戶與社會大眾的力量，擴大公益影響力
- ◎ 建立義工服務為企業的核心價值與文化，實現長期、持續關懷的承諾

為落實對公益關懷及社會參與的承諾，透過「南山人壽慈善基金會」的公益平臺，凝聚企業與全體內勤員工、業務夥伴的力量，發揮保險事業的核心價值與使命，關懷並協助有需要的民眾，改善生活、擁有安心的健康照護，獲得公平的就學及發展機會。

南山人壽社會參與主軸



LBG 社會投資評估模型

南山人壽自 2018 年導入 LBG (London Benchmark Group) 框架，系統性管理社會參與的效益，期望藉由科學化的社會投資效益評估，讓利害關係人更了解南山人壽公益資源分配效率，作為未來計畫持續提升及改善之基礎。

類別	單位	2017年	2018年	2019年
現金捐贈	(仟)元	118,764	136,023	111,676
企業志工投入時間	小時	43,128	50,508	49,928

塑造義工文化 深耕社區服務

南山人壽結合員工及組織資源，於 2011 年成立義工大隊，每年號召上萬名義工參與社會公益服務，並設立公益獎項及傑出義工表揚，扎根義工文化。同時善用現有的行政組織及管理制度，設立愛心義工組織，從事社會及環境永續發展相關活動，發揮深耕在地的服務精神，在社會各角落傳遞愛與關懷。

全臺南山義工夥伴用實際行動關懷地方上的弱勢身心障礙朋友、長者、孩童及清寒家庭、舉辦愛心捐血活動，持續以具組織、有計畫的方式，結合企業資源，扶持社會各角落需要的民眾。2019 年透過 40 場在地關懷活動，服務逾 1.2 萬人次有需要的民眾。



推動南山慈善基金 促進社區健康與醫療照護

南山人壽於 2013 年起，推動「南山慈善基金－醫療關懷計畫」，提供弱勢朋友醫療費用的補助。致力成為積極投入弱勢醫療救助與社區醫療關懷的企業，攜手為臺灣打造更健全的醫療照護，幫助更多有需要的民眾，為臺灣企業投入公益樹立一個創新的標竿典範，讓臺灣更幸福。



救助更普及

持續增加合作醫院，讓醫療照護服務網絡更加綿密



- 全臺合作醫院達204家，服務範圍擴及離島及偏遠地區的小型醫院。
- 擴大支持25家醫院的「龐大醫療費用救助專案」，協助因遭遇急難，無力負擔高額醫藥費用的弱勢病患度過難關。
- 2019年總計捐款逾新臺幣7,470萬元，幫助6,664名急需看病，卻無力支付醫療費用的經濟弱勢病患及家庭。

範圍更擴大

主動深入社區，服務更多有需要民眾



- 結合南山人壽、醫院與社區三方資源，將醫療關懷的範圍與對象大幅延伸至社區，致力守護社區民眾健康。
- 走入醫院擔任長期服務義工，共有36個通訊處參與34間醫院的長期義工服務，包括15間醫院的失智、失能、獨居長者關懷服務、18間醫院的院區服務(就醫協助及宣導服務)、7間醫院的病友關懷、6間醫院的癌篩健檢、社區健康促進服務，用實際行動提供病友關懷與服務，成為病患家庭身心安頓的支持力量。
- 聚焦關注高齡社會失智症防治及活躍老化議題，深入全臺各地鄰里社區，全年舉辦7場失智症認識與預防之義工培訓課程、42場社區失智認識與預防宣導活動、8場三高防治健康促進講座，讓南山員工、保戶、及社會大眾對失智預防、照顧、慢性病防治及在地長照資源，有更多的認識。
- 2019年總計有6,500人次義工投入，舉辦逾57場醫療關懷服務及活動，服務逾16萬人次，讓社區照護的力量在各地扎根。

南山慈善基金 成果速覽

(自2013年7月1日至
2019年12月31日止)

累計捐助支出
近新台幣4.3億元

- 弱勢民眾就醫補助：累計捐助近新台幣4億元。
- 醫療資源提升及改善：累計捐助支出達新台幣0.3億元。(合計捐助26家醫院，共34項方案，包含輪椅296輛、醫療巡迴車/救護車/復康巴士9部、遠距照護服務機車10臺，以及支持8項社區醫療照護方案)。

「守護記憶、友善社區」關懷系列活動

南山人壽慈善基金會從2018年4月起推動「守護記憶、友善社區」關懷系列活動，其中包含「當我們同在憶起」家庭日活動，活動內容包含，讓失智症患者與家屬齊聚，透過合唱懷舊老歌，達到團體治療的功效；或是替失智症家庭拍攝全家福照片，一方面為他們創造新的回憶，同步用愛的互動，填補記憶的缺口。南山人壽期待團體活動的治療，能幫助失智症患者改善情緒，延緩病情，更期待照顧者能在活動中，紓解照護壓力。

南山醫務社工獎

醫務社工是病患的精神支柱，為感佩社工的專業與辛勞，南山人壽於2017年發起「南山醫務社工獎」，與中華民國醫務社會工作協會共同主辦，並邀請衛生福利部擔任指導單位，希望發掘、獎勵第一線默默付出奉獻的醫務社工，並呼籲社會對醫務社會工作人員與醫療環境予以關注，為臺灣社會帶來更多穩定的幸福力量。

此獎項是全國唯一專為醫務社工設立的獎項，舉辦3年以來，獲得全國各界醫療院所廣大迴響，每屆皆收到近百件醫院推薦報名，透過醫院推廣及媒體報導，也讓民眾跟醫院更為重視醫務社工，以及了解南山慈善基金計畫所能提供的協助。當民眾有需求時，也因此知道如何尋求協助，落實「關懷弱勢、照顧社區」的理念。

此外，我們也以「南山醫務社工獎」作為利害關係人交流平臺，舉辦北中南座談會，分享交流醫務社工的專業知識與經驗外，更邀請醫務社工獎得獎團隊，分享特色服務發展及實務經驗等，期望藉此提升醫療關懷服務品質，擴大助人的力量。



守護地球海岸 關注海洋生態

「守護臺灣海岸線」行動計畫

南山人壽每年積極推動淨山、淨灘、資源回收、環境教育等各項環保愛地球活動，以具體行動來守護我們的家園。我們響應 ICC 國際淨灘行動 (International Coastal Cleanup) 的海洋廢棄物監測行動，2019 年「南山人壽愛海洋行動」，於基隆八斗子、宜蘭無尾港、新北金山區中角灣、萬里區頂寮、下寮、瑞芳區南雅漁港、桃園永安漁港、新竹坡頭漁港、臺中麗水漁港、臺南七股新浮崙汕、嘉義東石、高雄旗津、臺東卑南杉原等 13 處海灘舉辦淨灘活動，除號召南山人壽的員工、業務夥伴、親友及保戶之外，更發揮企業影響力，邀集包括南山產物、三菱電梯、互助營造等企業夥伴加入，逾 4,800 名義工夥伴共襄盛舉，完成 10 公里海岸的淨灘。

除了淨灘，2019 年更響應植樹固砂活動，認養新北市金山區中角灣與雲林臺西海岸，種植 3,000 棵防風樹苗，希望防風樹苗，能長大成林，發揮護土固砂功能，阻擋風沙、鹽霧侵襲當地。



「南山人壽愛海洋行動」速覽

- 響應倡議**
 - ICC 國際淨灘行動 (International Coastal Cleanup) 的海洋廢棄物監測行動
- 外部合作單位**
 - 農委會林務局、交通部觀光局北觀處、新北市環保局、桃園市環保局、臺中市環保局、臺南市環保局、高雄市環保局，及慈心有機農業發展基金會、七星生態保育基金會、海湧工作室、寶島淨鄉團、臺中市新環境促進協會、社團法人樂活臺灣協會、臺灣青年氣候聯盟
- 淨灘成果**
 - 清出逾 3.3 萬件各式廢棄物，總重量逾 11 公噸
- 植樹固砂成果**
 - 認養新北市金山區中角灣與雲林臺西海岸
 - 施做竹籬植樹固砂工程，種植 3,000 棵防風樹苗
- 核心價值**
 - 結合地方政府環保局處、海洋環保團體、在地社團組織的力量
 - 號召各地內勤員工、業務夥伴、保戶、親友、企業夥伴逾 4,800 名義工夥伴，以具體行動參與淨灘、植樹固砂行動，關心在地海域問題
- 響應供應商及企業**
 - 發揮企業影響力，邀集包括南山產物、三菱電梯、互助營造等企業夥伴加入

教育關懷 扶助學子安心就學

南山菁英領袖獎學金

為支持及鼓勵努力向學的優秀學生繼續向上深造，南山人壽針對全國 143 個大專院校系所、18 個研究所，設置合作系所獎學金，讓熱心公益服務、積極參與社團活動及表現優秀的學生申請。

2019 年共有 903 名學生獲大專院校獎項，每名學生頒發新臺幣 5 千元獎學金，研究生共 36 位同學獲獎，每名學生頒發新臺幣 2 萬元獎學金。

此外，為鼓舞學子提早儲備未來職場需求之競爭力，2019 年南山人壽在臺北、中壢、臺中、高雄四地共舉辦五場獎學金頒獎暨職涯講座，邀請各領域名人到校，與學生及家長共同座談，分享自我生命成長歷程與經驗，拓展年輕同學視野，建構美好未來，吸引近 1,444 位學生及家長參與，活動總投入經費共計新臺幣 586 萬元。



大學生寒暑假營隊

人才是企業最重要的資產，南山人壽為協助年輕學子找到生涯目標，自 2015 年開始舉辦南山菁英領袖營至今，已逾 7,000 名同學參與，分別來自全臺大專院校各系所，除金融保險財金相關系所佔 2 成之外，另有 8 成為商管學系、理工、文學和醫護等多元科系同學參加。

2019 年南山菁英領袖營，共舉辦 20 場營隊活動，完訓人數達 1,949 位學生，總投入經費共計新臺幣 187 萬元。營隊邀請各領域名人分享職涯歷程，並結合多元有趣的課程規劃，將金融保險知識融入活動體驗中，讓年輕學子了解保險的保障價值和意義，也對人生職涯規劃更有方向。



贊助地方活動 帶動觀光產業發展

臺灣擁有豐厚的觀光資源，南山人壽秉持「在地關懷、深耕臺灣」的理念，持續投入公益行列、回饋保戶及社會，並以實際行動展現對臺灣在地觀光經濟發展的支持，更希望透過企業資源的挹注，帶動地方觀光產業升級，實踐企業社會責任。

宜蘭國際童玩藝術節

「宜蘭國際童玩藝術節」2019 年已邁入第 24 年，為宜蘭縣最具指標性的大型文化藝術活動，也是臺灣向國際行銷最重要的活動之一，更是亞洲第一個以「兒童」為主題獲得認證的民俗藝術節，每年創造數十萬人入園的熱潮。南山人壽連續 8 年贊助童玩節活動，除了贊助整體活動經費外，在活動現場也設有「南山邀您一起 Hold 健康」攤位活動，讓現場參與的大小朋友在簡單的體能遊戲中達到「動得健康」、「活得健康」、「玩得健康」3 大目標！在社會包容性部份，我們也延續往年邀請社福機構孩童同樂的傳統，邀請臺北市失親兒福利基金會及臺灣兒童暨家庭扶助基金會宜蘭分事務所（家扶基金會宜蘭家扶中心）共 397 位小朋友免費入園暢遊，讓這些平日難得外出遊玩的失親孩子實現夢想，給予他們一個溫暖、愉快的暑假回憶，以實際行動展現對地方的支持。

號召兩萬人活力健走 推廣健康促進觀念

為因應高齡社會趨勢，提升社會大眾對自身健康，以及保險商品應兼具健康管理功能的重視，2019 年南山人壽於臺北市立動物園舉辦「南山與你一起活力洋溢」大型樂活健走活動，邀請民眾、保戶及內外勤夥伴共計 2 萬人參加。

活動期間，透過邀請參與者下載「BAM 活力洋溢 App」，用五項指標了解生理年齡變化，達成健康減齡目標，更期盼藉此活動號召民眾動起來，一起邁向年輕與健康。

南山人壽以健康樂活思維，積極宣導預防勝於治療的醫療思維，推動多元、專業創新的保障型商品，並運用創新科技推出新一代健康管理服務，協助民眾建構完善的保險保障。





ASSURANCE STATEMENT

SGS TAIWAN LTD.'S REPORT ON SUSTAINABILITY ACTIVITIES IN THE NAN SHAN LIFE INSURANCE CO., LTD.'S CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT FOR 2019

NATURE AND SCOPE OF THE ASSURANCE/VERIFICATION

SGS Taiwan Ltd. (hereinafter referred to as SGS) was commissioned by NAN SHAN LIFE INSURANCE CO., LTD. (hereinafter referred to as Nan Shan Life) to conduct an independent assurance of the Corporate Social Responsibility Report for 2019 (hereinafter referred to as CSR Report). The scope of the assurance, based on the SGS Sustainability Report Assurance methodology, included the sampled text, and data in accompanying tables, contained in the report presented during on-site verification. SGS reserves the right to update the assurance statement from time to time depending on the level of report content discrepancy of the published version from the agreed standards requirements

The information in the Nan Shan Life's CSR Report of 2019 and its presentation are the responsibility of the management of Nan Shan Life. SGS has not been involved in the preparation of any of the material included in Nan Shan Life's CSR Report of 2019.

Our responsibility is to express an opinion on the report content within the scope of verification with the intention to inform all Nan Shan Life's stakeholders.

The SGS protocols are based upon internationally recognized guidance, including the Principles contained within the Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) 101: Foundation 2016 for accuracy and reliability and the guidance on levels of assurance contained within the AA1000 series of standards and guidance for Assurance Providers.

This report has been assured using our protocols for:

- AA1000 Assurance Standard (2008) Type 1 evaluation of the report content and supporting management systems against the AA1000 Accountability Principles (2008) at a moderate level of scrutiny; and
- evaluation of the report against the requirements of Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (100, 200, 300 and 400 series) claimed in the GRI content index as material and in accordance with; and
- evaluation of the report against the IIRC International <IR> Framework (Chinese version 2015) requirements for content elements.

The assurance comprised a combination of pre-assurance research, interviews with relevant employees, superintendents, CSR committee members and the senior management in Taiwan; documentation and record review and validation with external bodies and/or stakeholders where relevant. Financial data drawn directly from independently audited financial accounts, and Task Force Climate-related Financial Disclosures has not been checked back to source as part of this assurance process.

STATEMENT OF INDEPENDENCE AND COMPETENCE

The SGS Group of companies is the world leader in inspection, testing and verification, operating in more than 140 countries and providing services including management systems and service certification; quality, environmental, social and ethical auditing and training; environmental, social and sustainability report assurance. SGS affirm our independence from Nan Shan Life, being free from bias and conflicts of interest with the organisation, its subsidiaries and stakeholders.

The assurance team was assembled based on their knowledge, experience and qualifications for this assignment, and comprised auditors registered with ISO 26000, ISO 20121, ISO 50001, SA8000, RBA, QMS, EMS, SMS, GPMS, CFP, WFP, GHG Verification and GHG Validation Lead Auditors and experience on the SRA Assurance service provisions.

VERIFICATION/ ASSURANCE OPINION

On the basis of the methodology described and the verification work performed, we are satisfied that the information and data contained within Nan Shan Life's CSR Report of 2019 verified is accurate, reliable and provides a fair and balanced representation of Nan Shan Life sustainability activities in 01/01/2019 to 12/31/2019.

The assurance team is of the opinion that the Report can be used by the Reporting Organisation's Stakeholders. We believe that the organisation has chosen an appropriate level of assurance for this stage in their reporting. In our opinion, the contents of the report meet the requirements of GRI Standards in accordance with Core Option and AA1000 Assurance Standard (2008) Type 1, Moderate level assurance. The report also appropriately responds to the content elements requirements of The IIRC International <IR> Framework.

AA1000 ACCOUNTABILITY PRINCIPLES (2008) CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

Inclusivity

Nan Shan Life has demonstrated a good commitment to stakeholder inclusivity and stakeholder engagement. A variety of engagement efforts such as survey and communication to employees, customers, investors, suppliers, and other stakeholders are implemented to underpin the organization's understanding of stakeholder concerns. For future reporting, Nan Shan Life may consider having more direct engagements with its stakeholders.

Materiality

Nan Shan Life has established processes for determining issues that are material to the business. Formal review has identified stakeholders and those issues that are material to each group and the report addresses these at an appropriate level to reflect their importance and priority to these stakeholders.

Responsiveness

The report includes coverage given to stakeholder engagement and channels for stakeholder feedback.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE REPORTING STANDARDS CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

The report, Nan Shan Life's CSR Report of 2019, is adequately in line with the GRI Standards in accordance with Core Option. The material topics and their boundaries within and outside of the organization are properly defined in accordance with GRI's Reporting Principles for Defining Report Content. Disclosures of identified material topics and boundaries, and stakeholder engagement, GRI 102-40 to GRI 102-47, are correctly located in content index and report. For future reporting, it is recommended to have more descriptions of Nan Shan Life's involvement with the impacts for each material topic (103-1), and how efforts were given to mitigate the impacts. When reporting on goals and targets for each material topic, the expected results are suggested to be set, if applicable, with quantitative objectives.

Signed:

For and on behalf of SGS Taiwan Ltd.

David Huang
Senior Director
Taipei, Taiwan
10 July, 2020
WWW.SGS.COM



GRI 準則索引表 (GRI Standards Index)

一般揭露

GRI準則	揭露項目	頁碼／url／說明	省略
組織概況			
102-1	組織名稱	1	—
102-2	活動、品牌、產品與服務	10	—
102-3	總部位置	1	—
102-4	營運活動地點	14	—
102-5	所有權與法律形式	15	—
102-6	提供服務的市場	14	—
102-7	組織規模	15	—
102-8	員工與其它工作者的資訊	16,57	—
102-9	供應鏈	10	—
102-10	組織與其供應鏈的重大改變	無重大改變	—
102-11	預警原則或方針	35	—
102-12	外部倡議	91	—
102-13	公協會的會員資格	28-29	—
策略			
102-14	決策者的聲明	4	—
102-15	關鍵衝擊、風險及機會	5	—
倫理與誠信			
102-16	價值、原則、標準及行為規範	9,33	—
102-17	關於倫理之建議與顧慮的機制	34	—
治理			
102-18	治理結構	19,31	—
102-19	委任權責	19	—
102-20	管理階層負責經濟、環境和社會主題	19	—
102-21	與利害關係人諮商經濟、環境和社會主題	21	—
102-22	最高治理單位與其委員會的組成	19	—
102-23	最高治理單位的主席	參考108年度年報公司治理P.12	—
102-24	最高治理單位的提名與遴選	參考108年度年報公司治理P.14	—
102-25	利益衝突	31	—
102-26	最高治理單位在設立宗旨、價值觀及策略的角色	31	—

一般揭露

GRI準則	揭露項目	頁碼／url／說明	省略
102-27	最高治理單位的群體智識	20	—
102-28	最高治理單位的績效評估	31	—
102-29	鑑別與管理經濟、環境和社會衝擊	22	—
102-30	風險管理程序的有效性	36	—
102-31	經濟、環境和社會主題的檢視	23	—
102-32	最高治理單位於永續性報導的角色	19	—
102-33	溝通重要關鍵議題	22	—
102-34	關鍵議題的性質與總數	23	—
102-35	薪酬政策	31	—
102-36	薪酬決定的流程	31	—
102-37	利害關係人的參與	20	—
利害關係人溝通			
102-40	利害關係人團體	21	—
102-41	團體協約	無工會	—
102-42	鑑別與選擇利害關係人	20	—
102-43	與利害關係人溝通的方針	20	—
102-44	提出之關鍵主題與關注事項	21	—
報導實務			
102-45	合併財務報表中所包含的實體	1	—
102-46	界定報告書「內容」與「主題邊界」	23	—
102-47	重大主題列表	24-25	—
102-48	資訊重編	1	—
102-49	報導改變	1	—
102-50	報導期間	1	—
102-51	上一次報告書的日期	1	—
102-52	報導週期	1	—
102-53	可回答報告書相關問題的聯絡人	1	—
102-54	依循GRI準則報導的宣告	1	—
102-55	GRI內容索引	109	—
102-56	外部保證/確信	94-95	—

重大主題

GRI準則	揭露項目	頁碼/uri/說明	省略
GRI 201 經濟績效			
103	管理方針	15	—
201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	15	—
201-3	定義福利計畫義務與其它退休計畫	65	—
GRI 202 市場地位			
103	管理方針	63	—
202-1	不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比例	63	—
GRI 203 間接經濟衝擊 ◎非重大GRI主題，但視利害關人需求揭露			
103	管理方針	86	—
203-1	基礎設施的投資與支援服務的發展及衝擊	89	—
203-2	顯著的間接經濟衝擊	89	—
GRI 302 能源 ◎非重大GRI主題，但視利害關人需求揭露			
103	管理方針	77	—
302-1	組織內部的能源消耗量	79	—
302-3	能源密集度	79	—
302-4	減少能源消耗	80-81	—
302-5	降低產品和服務的能源需求	83	—
GRI 303 水 ◎非重大GRI主題，但視利害關人需求揭露			
103	管理方針	82	—
303-1	依來源劃分的取水量	82	—

重大主題

GRI準則	揭露項目	頁碼/uri/說明	省略
GRI 305 排放 ◎非重大GRI主題，但視利害關人需求揭露			
103	管理方針	79	—
305-1	直接(範疇一)溫室氣體排放	81	—
305-2	能源間接(範疇二)溫室氣體排放	81	—
305-4	溫室氣體排放密集度	81	—
305-5	溫室氣體排放減量	81	—
GRI 306 廢汙水和廢棄物 ◎非重大GRI主題，但視利害關人需求揭露			
103	管理方針	82	—
306-2	按類別及處置方法劃分的廢棄物	82	—
GRI 307 有關環境保護的法規遵循			
103	管理方針	77	—
307-1	違反環保法規	無相關情事	—
GRI 401 勞雇關係			
103	管理方針	56	—
401-1	新進員工和離職員工	57	—
401-2	提供給全職員工的福利	62,64	—
401-3	育嬰假	59	—
GRI 403 職業安全衛生 ◎非重大GRI主題，但視利害關人需求揭露			
103	管理方針	61	—
403-1	勞工安全衛生委員會中的工作者代表	61	—
403-2	傷害類別、傷害、職業病、損工日數、缺勤等比例，以及因公死亡件數	61	—
GRI 404 訓練與教育			
103	管理方針	65	—
404-1	每名員工每年接受訓練的平均小時數	66	—
404-2	提升員工職能及過渡協助方案	68	—
404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	67	—



重大主題

GRI準則	揭露項目	頁碼／url／說明	省略
GRI 405 員工多元化與平等機會 ◎非重大GRI主題，但視利害關係人需求揭露			
103	管理方針	63	—
405-1	治理單位與員工的多元化	31,57	—
405-2	女性對男性基本薪資加報酬的比率	63	—
GRI 406 不歧視 ◎非重大GRI主題，但視利害關係人需求揭露			
103	管理方針	59	—
406-1	歧視事件以及組織採取的改善行動	無相關情事	—
GRI 416 顧客健康與安全			
103	管理方針	40,42	—
416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	無相關情事	—
GRI 417 行銷與標示			
103	管理方針	54	—
417-1	產品和服務資訊與標示的要求	54-55	—
417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	無相關情事	—
417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件	無相關情事	—
GRI 418 客戶隱私 ◎非重大GRI主題，但視利害關係人需求揭露			
103	管理方針	53	—
418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	無相關情事	—
GRI 419 社會經濟法規遵循			
103	管理方針	30	—
419-1	違反社會與經濟領域之法律和規定	參考108年度年報P.129	—



*為珍惜資源本報告書採用環保再生紙及環保大豆油墨印製