

金融版

新聞稿

2012-05-16

中國人壽 2011 屢獲獎，2012 與 Jolin 攜手再造佳績

保險業標竿企業，CSR 與服務排第一

2011 品牌年輕化，中壽增員成果豐

2011 年是中國人壽豐收的一年，在各項表現上都非常優異，且透過 Jolin 的代言，品牌知名度也進一步提升，成功招募更多年輕新血加入，讓中壽呈現更年輕與活力的氣象。中壽去年推出的代言廣告專案，也獲得 2011 動腦雜誌品牌形象與增員廣告「年度傑出整合行銷獎」，精準的品牌操作與明確的經營方針，使得中國人壽在 2011 年在各方面都有亮眼的表現。

今年度中壽再度與 Jolin 合作，延續「相信」主軸推出新代言廣告。中國人壽總經理郭瑜玲指出，去年度邀請亞洲天后蔡依林成為代言人，於品牌塑造上加入了年輕、創新的元素，且傳達「努力」、「堅持」的企業文化，對擴大客戶群的深度及廣度，確實具實質助益。

郭瑜玲在記者會上進一步表示，今年在一片物價上漲、眾人喊苦的低迷氣氛下，中壽推出這是一支很有活力、很有團隊感的新廣告，以「相信自己，相信中國人壽」為廣告標語，期望能傳遞正面積極與年輕活力的精神。她勉勵同仁們：「不管外在環境如何變化，中壽團隊的精神是充滿活力、有幹勁、不斷挑戰自己、相信自己、相信中壽，讓我們一起 GOGOGO！」

2011 大動作，品牌表現大躍進

中國人壽於 100 年新契約保費創下中壽成立以來新高，且獲利 42 億表現亮麗，令員工、保戶與投資人等重要關係人都信心大增。中壽自 2010 年底開始轉投資大陸建信人壽，積極布建營業據點，目前全中國大陸已有 6 個省級分支機構，包含 2、3 級機構及營銷服務部等，全大陸已有分支機構 29 家。建信人壽今年年初原保費收入激增，佔了 2011 年全年度原保費收入 76%，也較去年同期成長 868%，未來發展潛力值得肯定。

除了本業的卓越表現，中國人壽更著重在企業社會責任(CSR)的經營，於去年領先同業取得

CSR 報告書 SGS 國際認證，並獲天下雜誌評選為「企業公民 TOP30」、保險卓越獎公益關懷、媒體服務大獎等獎項肯定，成為保險業界 CSR 的領航者，顯示中壽實踐「We Share We Link — 堅持分享精神，連結美好未來」品牌精神的決心。

<公關聯絡人>

中國人壽公關/人合公關	黃子芳	02-27772633#35	0987-055-691	yvonne@ancommco.com
中國人壽公關/人合公關	陳建宇	02-2777-2633#37	0910-096-333	james@ancommco.com
中國人壽公關	惲明珍	02-2719-6678#3837	0963-391-863	minnie.yun@chinalife.com.tw
	王曉珩	02-2719-6687#1050	0937-459-594	sunny@chinalife.com.tw