

复星联合健康保险股份有限公司

2022 年度社会责任报告

一、公司概况

复星联合健康保险股份有限公司（以下简称本公司）成立于2017年1月23日，由上海复星产业投资有限公司、广东宜华房地产开发有限公司、宁波西子资产管理有限公司、重庆东银控股集团集团有限公司、上海丰实资产管理有限公司、迪安诊断技术集团股份有限公司六家股东共同发起设立，注册地广东省广州市，以健康发展、特色经营、创新驱动、体验至上为宗旨，专业提供健康保障及健康管理服务。

本公司的业务范围：各种人民币和外币的健康保险业务、意外伤害保险业务；与国家医疗保障政策配套、受政府委托的健康保险业务；上述业务的再保险业务；与健康保险有关的咨询服务业务及代理业务；国家法律、法规允许的资金运用业务；中国银保监会批准的其他业务。

本公司的经营区域：广东省、北京市、上海市、四川省、江苏省、重庆市。

二、社会责任履行概况

在公司党委的领导下，本公司坚持以人为本，全面协调可持续发展，立足广大消费者需求开发保险产品，整合股东及其他资

源，依托互联网、大数据、云计算等先进技术，力求为客户提供优质的全生命周期产品及一站式健康服务综合解决方案，建立贴心的全流程服务体系。

紧跟党的步伐，全心全意为人民服务，为全面实现中华民族伟大复兴的“中国梦”而奋斗，本公司通过健康发展、特色经营、创新驱动为社会提供经济价值的同时实现自身发展，注重客户体验，持续提升服务社会能力，不断通过资金运用等方式服务实体经济，积极参加公益活动，追求共建、共享、共赢。

弘扬党的精神，厉行节约、艰苦奋斗，倡导发展绿色金融，配合国家绿色低碳发展目标，本公司创新服务形式，降低资源消耗，建设环境友好型企业，承担社会责任，实现社会价值。

三、环境保护

（一）通过节省资源保护环境

2022年度本公司在上海职场进行了打印耗材用量控制试点，彩色、黑白打印量有明显下降，节省了打印耗材及纸张。

本公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》等法律法规，将环境保护纳入企业发展规划中，在业务运营中坚持业务电子化、低碳运营。自2021年发布《关于全面推进保单电子化的通知》（复星联合健康保险办发〔2021〕116号）以来，本公司建立了保单电子化推进目标和实施举措，2022年共承保了约42万件保单，其中电子保单约39万件，电子保单率93%。电子保单既方便

客户随时查阅保单信息，又实现了降低碳排放，节约用纸，为实现环境保护做出贡献。

（二）通过系统建设促进生态改善

本公司通过推出的康有唯 App、赢康 121App、微信公众号、微信小程序等，提供电子化投保服务、回访服务、保单服务、理赔服务和适老化服务等，实现服务线上化、自助化、交互化，提高电子回访率、保单电子化率，进一步降低单证印刷、物流、管理方面成本，简化投保、理赔等的手续或流程，减少客户线下出行办理需求，为降低碳排放做出贡献。

（三）通过信息系统支持技术进步和创新

本公司自主研发优录星智能双录系统，利用人工智能技术实现语音播报、语音识别、智能质检，业务人员可以投屏形式展示电子材料，无需印制各类投保纸质材料，实现环保科技创新。

（四）支持低碳，促进绿色经济发展

本公司积极落实绿色发展理念，推进绿色数据中心建设，建设能源高效利用、绿色低碳发展、科学布局及集约建设、算力资源高效利用等符合国家绿色数据中心评价指标体系的绿色数据中心，实现节能减排，促进绿色经济发展。

（五）参与绿色项目投资

本公司积极响应“碳达峰、碳中和”目标要求，不断调整完善投资政策，跟踪关注绿色产业项目，加大对绿色经济支持力度，

促进重点行业和领域节能、减污、降碳、增绿、防灾，促进绿色低碳技术推广应用，努力参与清洁低碳能源体系建设；积极拓展投资渠道方式，加强投资合作，除公开市场投资外，本公司探索通过债权投资计划、股权、股权投资计划、私募股权基金等多种产品和方式参与绿色项目投资。

四、客户责任

2022 年本公司为约 665 万客户提供了保险保障，通过微信公众号和康有唯 App 为约 326 万注册会员提供保险和健康服务。

（一）推动创新保险服务方式、提升客户服务水平

2022 年以来，各地疫情不断，随着被隔离的风险日益增大，出行限制越来越严格，广大客户主观和客观上对线上服务的诉求日趋突出。本公司通过科技创新和系统升级，结合实际业务场景，满足客户服务需求，组织专项人力，重点梳理线上理赔服务的各流程，持续优化微信、App 和 TPA 等多种线上服务通道，借助科技力量有效提升客户服务水平，改善客户体验，提升服务品质。

（二）扩展部分保险产品责任范围

2021 年至 2022 年期间，本公司为全力抗击新冠疫情体现保险服务社会的责任担当，根据《关于做好新型冠状病毒感染肺炎疫情防控人身保险服务工作的通知》（银保监会人身险部函〔2020〕21 号），将复星联合爱无忧意外伤害保险产品的保险责任范围扩展至新冠肺炎（COVID-19）身故赔付责任、新冠肺炎强制隔离津

贴责任、新冠肺炎确诊责任。2022年本公司新冠扩展责任相关赔款支出约2.26亿元，为广大保险消费者疫情期间的正常生活提供保障。

（三）将社会责任指标融入产品研发中，提供具有社会效益的产品和服务

本公司始终秉承“以客户为中心”的理念，确立了普惠、养老、特定人群等未来产品开发的重要方向，并积极与医疗、护理等外部机构交流合作，致力于通过提供创新、卓越的健康险产品，满足群众多样化保险保障需求。帮助客户进行健康管理，追求更加健康的生活方式。2022年共开发产品15款。其中，疾病保险1款、护理保险4款、医疗保险6款和意外伤害保险4款。

在疾病保险方面，本公司针对少儿重疾和特定疾病开发的福星宝宝重大疾病保险，责任涵盖重疾疾病、少儿特定疾病、中症、轻症、身故、住院津贴及豁免保费等多项责任，全方位满足少儿重疾市场的需求，有效解决少儿罕见病群体的就医费用问题。

在护理保险方面，本公司开发了福星高照护理保险、医宝通护理保险（2022版）以及康爱一生护理保险，在涵盖护理和疾病身故保险责任的基础上，满足客户资产增值、各阶段财务规划等需求。

在医疗保险方面，本公司开发了和睦高端医疗保险（2022版）、乐健一生医疗保险（2022版）以及超越保医疗保险（2022版）

等，致力于多维度为客户可能面临的医疗支出情形提供保险保障，满足高端、中端以及普通人群不同层次的医疗保障需求。

在意外伤害保险方面，本公司升级了一系列意外伤害保险，对责任进行了丰富和细化，更加贴合细分场景的需求。

本公司将切实发挥健康保险保障民生、化解风险、稳定人民生活的作用，积极扩展服务民生领域，以客户痛点为切入、以创新为驱动、结合新的监管规定以及宏观经济环境，不断创新产品形态，突出保障属性，为满足国民日益增长的健康支出需求提供经济缓冲，为维持社会稳定贡献力量。

（四）通过科技创新主动提升服务能力

本公司始终贯彻“客户至上、服务至上”的服务理念，为客户提供了立体化、交互式、多维度的服务平台，满足客户差异化的服务需求。客户可通过电话客服、在线客服、智能机器人、语音留言等渠道，享受贴心、暖心、用心的服务。

本公司着眼于客户日益增长、日趋多元的服务需求，构建综合化、信息化、智慧化的服务体系，客户服务的高效性、准确性、实时性能力持续优化提升。客户通过官方微信公众号、康有唯App可自助完成新契约回访、理赔申请与进度查询，便捷、灵活、随时、随地。

1. 为满足客户服务多样性需求，本公司持续优化数字化服务水平，特别是针对电子化回访流程，得到客户充分认可。2022年

本公司电子化回访使用率达到 60%，新契约回访客户满意度达到 99.8%，且持续向好。此外，本公司上线客服智能机器人“康康”为客户提供 7×24 小时的在线服务，通过机器人与康有唯 App、官方微信公众号自助服务相融合的创新服务模式，实现保单续保续费、保全变更、理赔申请、进度可视化查询等一站式服务。

2. 积极应对疫情，体现企业社会责任担当。本公司为确保客服热线不断档，打通“职场+居家”工作模式，全力以赴保障线路畅通，同时增设“爱无忧”隔离津贴咨询专线，迅速调整人力配置，努力保证每一位客户能顺利接通。

3. 2022 年，本公司在线理赔服务使用率超过 82.25%，为超过 23.6 万个人客户和 20.7 万团体客户提供理赔服务；本公司中端医疗保险理赔金额约 1.14 亿元，高端医疗保险理赔金额约 2.23 亿元，重大疾病保险理赔金额约 2.93 亿元，其中 56 个家庭的获赔金额超过百万。本公司坚持以客户体验为服务导向，提供异地申请，全国通赔的服务，同时制定了个人小额医疗、个人重疾快赔等专项服务措施，符合条件即享绿通快赔。

4. 为全方位落实消费者权益保护工作，本公司内外兼顾，双向教育。对内，将每年 11 月定为“消保知识普及月”。2022 年度本公司面向全体员工举行了 4 场大型培训，培训内容包括对国家政策、行业新规、公司制度的解读。对外，本公司高度重视消费者权益宣传教育工作，充分利用“3·15 宣传周”、“金融知

识进万家”、“好健康”服务月等大型活动开展集中式教育宣传活动，采取线上、线下和主题活动三大形式，扩大活动覆盖面，触达客户超过 18 万人次。本公司在营业场所常态化教育宣传区悬挂活动海报，播放宣教视频，更新宣教折页，在官方微信公众号发布专题图文，举办线下活动 40 余场，前往学校、地铁口、居民区等人流密集处，提醒消费者“保本高收益是骗局”，“防疫”不忘“防骗”，妥善保管“血汗钱”，守好“钱袋子”，特别是提升大学生与老年人群体反诈意识与金融风险识别能力。

五、员工责任

本公司建立公正、公平、合理、合法的人力资源管理体系及规章制度，注重女职工的权益，抵制使用童工和强制劳动，杜绝歧视性条约、违反合同、违反规定的情况，切实维护好员工权益。本公司始终坚持以人为本，严格遵守国家关于就业促进、职工保护等规定，有力、有效保障全体员工的合法权益，为员工提供多样化的福利，除了按照当地政策依法为员工缴纳各项社会保险和住房公积金，还重视员工的职业健康权益，定期为员工安排体检，提供员工及其家属商业保险，组织落实工会福利，确保各项福利落实到位。

本公司高度重视员工培训和人才开发工作，提供快速晋升通道，实施定期轮岗，拓宽员工生涯。始终坚守结果导向，配套制度及培训协助其不断成长，实现自我价值。在人才任用方面，本

公司从绩效考核结果、发展潜能、个人能力等多维度来确保人才选拔的公平高效。

六、股东责任

2022 年度本公司在董事会指导下严格遵照国家法律法规和《公司章程》的规定，认真履行职责，不断完善工作机制，创新工作方法，推动了公司健康、可持续发展，对全体股东负责。

（一）提升业务发展水平、创造经济价值

2022 年本公司实现保费收入 387,938 万元，其中新单保费收入 162,946 万元，续期保费收入 224,992 万元。

（二）主动提高风险管理水平

2022 年第四季度本公司风险综合评级由 B 级上升至 BB 级。

（三）积极参与排查工作

本公司根据《关于银行业保险业常态化开展扫黑除恶有关工作的通知》（银保监发〔2021〕23 号）及《中国银保监会办公厅关于组织开展〈反有组织犯罪法〉贯彻宣传活动的通知》（银保监办便函〔2022〕47 号）的要求，以内部发文形式向各部门、各机构下发通知，要求各部门、各机构进一步提高站位，在前期已开展的扫黑除恶专项斗争的基础上，结合公司实际、业务实际将扫黑除恶工作列入各部门、各机构的重要工作日程中，加强《反有组织犯罪法》学习宣传，健全工作流程，扎实开展扫黑除恶专项斗争。2022 年，本公司未发现涉黑涉恶线索，未收到扫黑除恶

相关的“三书一函”。

七、社会责任

本公司以“打造一流具有国际竞争能力的健康服务集团”为愿景。以“复星联合，健康中国”为使命。以“整合股东及其他资源，依托互联网、大数据、云计算等先进技术，为客户提供一站式健康服务综合解决方案”为经营目标。

（一）最大限度地追求对全社会有利的长期目标

本公司以健康发展、特色经营、创新驱动、体验至上为宗旨，专业提供健康保障及健康管理服务，健康发展，以客户健康为目标、以健康保险为载体，稳健经营锐意进取，打通保险保障、健康服务和支付功能，特色经营，积极探索具有中国特色的医疗加保障整合模式，推进与医疗、养老、医药、康复等机构深化合作，以建立全生命周期、全流程的健康管理服务体系作为核心竞争力，创新驱动，着力模式创新、产品创新、服务创新、管理创新，通过持续创新融通股东及外部资源，整合打造生活方式、预防、治疗、康复、护理等一体化全流程的健康保障产品以及健康管理服务，体验至上，以客户健康服务为中心、以移动互联网为工具、以全过程健康管理为手段，大幅提升客户健康生活、医疗服务、保险服务的用户体验，全力打造高效、便捷、超值有品质的生活。

本公司立足广大消费者需求，开展各类医疗保险、疾病保险、失能收入损失保险、护理保险、意外保险业务，全力为客户提供

优质的全生命周期产品，建立贴心的全流程服务体系。

（二）通过信息系统支持技术进步和创新

2022年度本公司推进改革创新，强化科技赋能，甄选全球优质医疗资源，利用数字化先进技术平台为客户提供便捷、专业、高端的一站式健康管理服务，满足客户多样的就医需求，提高服务运营效率，提升客户体验。

（三）提供实习机会，实现岗位职责和社会责任融合

本公司高度重视青年发展和青年人才储备，为大学在校学生提供实习机会，使在校大学生有机会接触社会和市场，在实习中提高实践能力。把青年的发展问题融入公司的人才战略，着力培养“德才兼备”的青年充实后备人才队伍。

（四）投资服务实体经济

本公司坚持新发展理念，聚焦国家战略，积极响应监管政策要求，发掘优质项目，服务实体经济，支持粤港澳大湾区建设，积极为地方加快改革创新、产业聚集、城市治理提供有力保障和支持，截至2022年末，投资基础设施建设、制造业和高新技术产业等方面存量项目金额43,145.16万元，先后参与投资了中再-中冶横琴不动产债权计划、华泰-深圳能源基础设施债权计划等产业项目。

（五）积极参与公益活动

2022年9月，本公司积极参加“99公益日”捐款活动，号

召员工进行爱心接力，为关爱豆蔻计划及乡村 e 诊室两个项目奉献爱心，其中关爱豆蔻计划将为农村地区青少年，提供科学的生理健康指导，搭建青春期成长关爱体系，呵护豆蔻美好绽放，乡村 e 诊室项目是为乡村地区升级改造“乡村 e 诊室”，为村民提供更便捷、智能的体检、大病初筛等医疗服务，给乡亲们留下一支带不走的“e 疗队”。本公司共有超过 400 名员工参与此次活动，捐款金额 15,615.51 元。

八、消费者权益保护信息

（一）消费者权益保护工作重大信息

本公司自成立以来始终高度重视消费者权益保护工作，注重维护公平公正的金融市场环境，切实保护保险消费者合法权益。为将消费者权益保护工作落到实处，本公司董事会下设消费者权益保护委员会，并成立消费者权益保护工作（事务）委员会，由本公司总裁担任委员会主任，统一对消费者权益保护工作进行规划、部署、指导，制定消费者权益保护年度工作计划，建立健全消费者权益保护制度体系，研究消费者权益保护工作的重大问题，组织开展消费者权益保护重大活动。本公司各分支机构均成立了消保事务委员会，由机构主要负责人担任主任委员，统一规划、统筹部署辖内的消费者权益保护工作，将消费者权益保护工作融入机构治理各环节。

本公司将消费者权益保护全面纳入公司治理、企业文化建设

和经营发展战略，持续加强消费者权益保护体系建设，着力解决与保险消费者利益相关的突出问题，着力提高保险消费投诉处理工作水平，强化溯源治理机制建设，提升多元化解纠纷效能，注重消费者权益保护各项工作创新，从体制建设、组织架构、产品和服务审查、信息披露、个人信息保护、内部培训、内部考核、内部审计、营销宣传、销售行为可回溯、合作机构管理、宣传教育、投诉化解等方面全面推进及完善消费者权益保护工作。

1. 重要政策

本公司已建立完善的消费者权益保护相关制度体系，把消费者权益保护全面融入公司治理的各环节，并制定相应的制度予以规范和约束，在《消费者权益保护办法》（复星联合健康保险办发〔2020〕27号）基础上，先后制定、修订了《产品开发管理办法》（复星联合健康保险办发〔2022〕158号）、《信息披露管理办法》（复星联合健康保险办发〔2022〕80号）、《客户信息管理办法》（复星联合健康保险办发〔2022〕315号）、《消费者权益保护工作审计管理办法》（复星联合健康保险办发〔2022〕259号）、《互联网保险销售行为可回溯管理办法》（复星联合健康保险办发〔2022〕289号）、《营销宣传行为规范指引》（复星联合健康保险办发〔2022〕316号）、《消费者宣传教育管理办法》（复星联合健康保险办发〔2022〕177号）、《保险消费投诉处理管理办法》（复星联合健康保险发〔2022〕393号）、《消费者权益保护培训

管理办法》（复星联合健康保险办发〔2022〕314号）、《2022年度消费者权益保护考核管理办法》（复星联合健康保险办发〔2022〕229号）、《保险消费投诉处理管理办法》（复星联合健康保险发〔2022〕393号）等与消费者权益保护密切相关的制度文件，对信息披露、客户信息安全、产品及服务审查、互联网销售行为可回溯、消费者宣传教育、投诉处理等工作建立统一标准，确保各项举措有据可循，系统性推进消费者权益保护工作，确保消费者权益保护工作贯穿本公司业务流程各环节，全面保护消费者合法权益。

2. 重大举措

本公司不断拓宽投诉受理通道，提升投诉处理工作信息化、系统化程度，实现投诉处理全流程电子化。本公司在官方微信、官方网站均增设在线投诉入口，拓宽消费者反馈意见、提出诉求的通道。对于客户在线反馈的问题，总公司、各级分支机构及时响应、快速受理，第一时间进行处理。

本公司把溯源整改作为消费者权益保护的核心基础工作。逐案回溯引发投诉的原因及工作缺陷，将溯源治理向前端和末端延伸，从根源上有效减少客户投诉的产生。建立溯源整改问题清单，持续跟踪，推进整改工作，实现消费者权益保护工作持续进化。

3. 重点事项

本公司依据《产品开发管理办法》（复星联合健康保险办发

〔2022〕158号)、《消费者权益保护审查管理暂行办法》(复星联合健康保险办发〔2021〕212号)切实践行消费者权益保护审查管理。在产品设计和定价阶段,就保险产品和健康服务产品从消费者权益重点、消费者服务重点、容易引起纠纷的风险点等视角进行消费者权益保护审查,并提出审查意见,从保护消费者权益的角度确保产品、服务设计合理,向消费者合理揭示风险;在产品销售阶段,就产品宣传文本内容进行审查,确保影响消费者重大决策的文本内容通俗易懂,真实、准确、不产生歧义。

本公司将每年11月定为“消保知识普及月”,面向全体员工举行了4场大型培训,同时各部门、各机构负责对本部门、本机构其他员工进行转培训,培训范围覆盖全体员工。培训内容既包括对国家政策、行业新规、公司制度的解读,也注重提升服务意识和紧急情况处置能力,进行强化演练,培养、树立员工消费者至上的观念,自觉遵守、落实消费者权益保护工作的各项要求,提升服务意识和水平,积极主动化解纠纷。

4. 重要事件

本公司高度重视消费者权益宣传教育工作,充分利用“3·15宣传周”、“金融知识进万家”、“好健康”服务月等大型活动开展集中式教育宣传活动,采取线上、线下和主题活动三大形式,扩大活动覆盖面。各分支机构成立以总经理为负责人的领导小组,指定牵头部门组织落实宣传教育活动,通过各种方式大幅提升活

动参与度和消费者触及率。在营业场所的常态化教育宣传区悬挂活动海报，播放宣教视频，更新宣教折页；在官方微信公众号发布专题图文，举办线下活动 40 余场，前往学校、地铁口、居民区等人流密集处，提醒消费者“保本高收益是骗局”，“防疫”不忘“防骗”，妥善保管“血汗钱”，守好“钱袋子”，特别是提升大学生与老年人群体反诈意识与金融风险识别能力。

本公司聚焦特殊消费群体，为深化推进保险服务“适老化”升级，结合业务实际情况印发了《适老化服务工作方案》（复星联合健康保险办发〔2022〕284号），建立横向协调、纵向配合机制，明确职责分工。本公司从聚焦服务老年人保险基本需求、全面升级线下服务能力、提升老年人诉求响应质效、持续优化线上服务功能、加强适老化宣传教育、培养适老化服务人才、全面保障年长客户个人信息安全角度出发，提出七方面十三项具体服务方案，探索建设具有本公司特色的适老化服务体系。本公司在不断探索科技赋能创新服务的同时，坚持传统服务与智能化服务并行，确保适老工作做实做细，全面落实《适老化服务工作方案》工作内容，不断提升适老化服务水平，为老年人提供有温度的金融服务。

（二）产品和服务信息

本公司销售的保险产品均已按照规定向中国银行保险监督管理委员会进行报备或审批，严格按照报备的产品条款为客户提

供保险保障服务，并按照报备的费率收取保险费，保险合同的主要条款，尤其是责任免除等内容，均在合同中通过突出显示的方式向客户进行提示，在销售过程中对消费者进行了专门说明，真实、准确、合理的揭示相关产品风险，最大限度保护消费者相关权益。

本公司消费者权益保护审查工作已全面覆盖所有新开发上市的保险产品和服务，在产品设计和定价阶段提交消费者权益保护相关部门进行审查，确保事前审查的强制性约束，并加强事中和事后环节的监测力度，已在产品和服务设计开发、定价管理、协议制定等环节的 OA 审批流程中设置消费者权益保护审查环节，确保全覆盖、无遗漏，未经过消费者权益保护审查的产品、服务、协议、流程、规则、宣传材料将无法出台实施。

本公司保险产品中包含的健康管理服务以及本公司单独提供的健康管理服务，均按照中国银行保险监督管理委员会的相关规定进行充分信息披露。本公司通过在官方网站披露、官方微信披露、健康服务手册展示、邮件发送、线上产品销售页面展示等形式，明确披露健康服务的项目、内容、性质、价格、使用条件、服务流程、合作机构等服务信息。针对责任免除的内容，均在显著位置突出展示，以真实、准确、合理的提示消费者相关风险。相关的风险提示、收费标准等内容均在健康服务手册、线上产品销售页面上进行了客观、准确的展示。

（三）投诉管理信息

1. 投诉渠道和处理流程

本公司不断拓宽投诉受理窗口，及时响应客户诉求。建立柜面、官方网站、官方微信、客服电话、投诉邮箱等多种投诉受理通道，严格按照监管要求，确保各通道畅通。投诉处理流程公开透明，发生争议，客户可通过上述渠道提出诉求，工作人员将及时受理、取证、核实后沟通反馈。本公司在官方网站公开披露了投诉处理流程，各级机构也在营业场所醒目位置公布本机构的投诉电话、通讯地址和投诉处理流程。

2. 年度投诉受理信息

根据中国银保监会保险消费投诉情况的通报，本公司本年度共接收中国银保监会及其派出机构转办投诉 2341 件。按业务类型分析，理赔争议类占比 94.02%，退保与销售类投诉案件占比 2.39%，承保与续保类占比 0.77%；其他类占比 2.82%。从涉及的产品来看，隔离保险的理赔纠纷占比为 85.01%，是本年度投诉增加的主要原因。按地区分布分析，广东地区占比 50.41%，北京地区占比 29.56%，上海地区占比 16.62%，四川地区占比 2.18%，江苏及重庆地区占比 1.23%，投诉案件均已得到妥善处理。

本公司本年度共接收通过全国统一客户服务热线、机构柜面、官微在线与投诉服务邮箱的各类型自收投诉件 24905 件，其中客户服务热线为自收投诉件的主要来源，占整体自收投诉件的

91.13%。按业务类型分析，理赔争议类占比 88.65%，退保与销售争议类占比 6.65%，承保与核保争议类占比 0.65%；其他争议类占比 4.05%。按地区分布分析，广东地区占比 45.67%，北京地区占比 29.98%，上海地区占比 16.35%，四川地区占比 6.53%，江苏及重庆地区占比 1.46%，投诉案件均已得到妥善处理。

本公司不断提高对消费者权益保护工作的重视程度，加大工作力度，坚持以消费者为中心，多维度延伸服务范围、提升服务内涵，在实际工作中不断强化投诉登记、处理流程、统计分析、档案管理、溯源整改、信息披露等要求，将消费者权益保护工作纳入本公司经营、业务发展及公司治理的各个环节，全面提升消费者权益保护工作水平。

复星联合健康保险股份有限公司

2023 年 4 月