

## 公司聲明

關於 2019 年 2 月 3 日自由時報的報導，本公司鄭重聲明如下：

本公司從未撤離台灣，金融海嘯後，為強化財務結構及調整通路策略，本公司於 2009 年將業務員及其承攬所有保單一併移轉給中國人壽提供相關服務，並未有所稱「孤兒保單」之情事。

本公司在台灣市場深耕已邁向第 20 年，且持續發展多元通路。依據壽險公會之公開資料，本公司過去兩年新契約(FYP)呈現雙位數的成長。同時，依據「保險業資本適足性管理辦法」，本公司遠高於資本適足 200%之法定要求。

電話行銷及網路行銷為本公司發展的重要通路之一，除了持續深化與現有合作夥伴關係，我們也會開拓不同的業務模式，來支持電話行銷及網路行銷通路的成長。在發展多元通路的策略之下，除了銀行保險與電話行銷暨網路行銷通路外，保經代通路也是本公司積極發展的重點項目，並已與多家大型保經代公司建立新的合作關係，且開發特定商品，以加速在保經代通路的發展。

本公司向來重視法令遵循，透過自我檢視功能、持續加強法令遵循之落實以及內控制度之有效性。根據現代保險雜誌報導，「2017 年金管會對壽險業開出 34 張罰單，全台 22 家壽險公司，有 6 家是模範乖寶寶，完全沒有被糾正或罰鍰，包括保誠...」；「2018 年的壽險乖寶寶，則有 4 家，包括英國保誠人壽.....」。

本公司為台灣第一個關注兒童保護的保險公司，自 2000 年投入家扶基金會贊助計畫，提醒更多人關心和幫助受虐的孩子，至今已邁入第 19 年。募款累計金額超過 1 億 5,000 萬元，協助家扶幫助超過 2 萬 7,000 名兒童遠離暴力的陰影。

本公司今年以全新「WeDO」品牌精神，落實「誠心誠意 從聽做起」的品牌承諾，透過投資健康、懂得理財、追求創新、回饋社會等面向，全力幫助客戶成就人生夢想；持續滿足客戶在人生每一個階段對保障及資產累積的需求，用行動成就客戶的想望。