南山人壽的商品資訊透明

第二十三條 等級：初級

資料來源：2015年南山人壽企業社會責任報告書

*為正確傳達商品訊息、宣導保險觀念，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，以及全台3萬多名業務員，打造透明公開的資訊傳遞管道，隨時提供保戶最即時的商品訊息，維護交易公平，廣告內容均無誇大不實欺騙保戶的情形*

**企業概述**

南山人壽成立於1963年7月，深耕台灣半世紀，素以專業經營、財務穩健著稱；在業務人員素質、教育訓練、科技應用及客戶服務等各方面均居業界領導地位，深獲社會大眾的肯定。

2011年8月，潤成投資控股股份有限公司引進專業管理成為南山人壽最大股東。潤成投資為潤泰集團與寶成集團合資成立之台灣公司，兩集團在台灣均為歷史悠久、經營成功且具卓著聲譽的企業。南山人壽延續同樣的理念，扎根台灣、永續經營，本著「信賴」、「關懷」、「誠信」的信念，全心全力關心保戶需求、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台灣最好、亞洲名列前茅的保險公司。

**案例描述**

南山人壽重視保戶資料安全，無論是保戶投保商品前或投保後，都有詳盡的商品說明、完整的風險資訊揭露，以及健全完善的資料保護，徹底確保保戶權益，維持公平交易。

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」供各單位依循，以確保商品行銷宣傳的資訊透明清晰，符合相關法規的規定，同時增進各類輔銷工具及訓練教材的管理效益。

此外，為正確傳達商品訊息、宣導保險觀念，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，以及全台3萬多名業務員，打造透明公開的資訊傳遞管道，隨時提供保戶最即時的商品訊息，維護交易公平，廣告內容均無誇大不實欺騙保戶的情形。

此外，南山人壽重視保戶個人資料，於2012年即成立個人資料檔案安全維護管理組織，系統化進行個資管理機制。為確認已建立有效的個人資料管理循環，2015年辦理年度個人資料保護作業自行評定檢核，南山人壽在個人資料保護相關的各項作業，包括目標、措施、流程及程序，皆符合個資保謢相關規定，應加強事項亦持續積極追蹤，並完成相關改善措施。