

## 保誠人壽獲「保險信望愛獎」雙獎榮耀！ 推廣兒童理財、提倡三明治族家庭保障深受肯定



被譽為台灣保險業盛事的「保險信望愛獎」於今日舉行頒獎典禮，保誠人壽今年分別以「CHA-CHING 兒童理財教育計畫」及「保誠 MeWe 一起好幸福」榮獲保險信望愛獎「最佳社會責任獎」優選及「最佳整合傳播獎」優選雙獎肯定，由總經理王慰慈出席頒獎典禮，接受表揚。

保誠人壽善盡金融保險業的社會責任，連續 10 年推動 CHA-CHING 兒童理財教育成效斐然，榮獲「最佳社會責任獎」優選；同時，作為外商保險的領導品牌，保誠人壽長期關注三明治族，用心傾聽三明治族心聲，去年推出「保誠 MeWe 一起好幸福」整合行銷品牌計畫，提倡三明治族要「先照顧好自己 (Me)，才能照顧好家人 (We)」的主張，引發顧客廣大共鳴，獲 2024 保險信望愛獎青睞，榮得「最佳整合傳播獎」優選，再次強化保誠人壽為三明治族首選之品牌形象。

保誠人壽總經理王慰慈表示：「感謝評審的肯定。保險是『以人為本』的事業，我們將金融保險業的核心職能運用在教育下一代，幫助學童從小培養金融素養，以強化孩子應對風險的韌性。而面對台灣逾八成的家庭都是三明治族家庭，我們以保險專業提供應對人生各階段需求的多元商品，同時根據三明治族家庭需求，推出與身心健康、子女教育、家庭照護等面向相關的加值服務，成為三明治族有力的後盾。」

## 保誠 CHA-CHING 理財教育計畫：培養財商 ( FQ · Financial Quotient )，從小做起

獲獎連連的「CHA-CHING 兒童理財教育計畫」，今年獲得「最佳社會責任獎」優選，儼然已成為兒童理財教育的標竿。保誠人壽響應金管會普惠金融政策以及教育部財金素養教育，以「培養孩子的財金素養」以及「培育兒童理財教育師資」為目標，與縣市政府教育局處、專家、教科書出版業者合作，以「收入、儲蓄、消費、捐獻」四大觀念為基礎架構，融入 108 課綱核心素養教育，發展適合台灣學生的教案，將正確的知識導入校園，迄今共傳授超過 70,000 名學生正確的金錢知識，並培育將近 3,000 位兒童理財教育師資。10 年來教案不斷推陳出新，去年更推出 CHA-CHING 線上學習平台，以線上闖關方式引發孩子們的學習興趣，保誠人壽期望持續以創新活潑的教學形式擴大推廣，提升孩子的財商進一步促進社會共融。

## 保誠 MeWe 一起好幸福：三明治族首選的保險公司

獲得「最佳整合傳播獎」優選的「保誠 MeWe 一起好幸福」系列行銷活動，則是以「保誠人壽三明治族大調查」為開端，透過質量化的調查更深入了解三明治族的需求，同時邀請同為三明治族的內部員工拍攝品牌形象影片，現身說法分享自身的擔憂，帶出三明治族的想望和對照顧家人的期待，再以專業醫師貼心叮囑三明治族，要先照顧好自己的身心靈健康，才能照顧好全家人，因此提倡「先照顧好自己(Me)，才能照顧好家人(We)」的主張。

除了品牌廣告外，保誠人壽也藉由沉浸式的實體場域「保誠 MeWe 幸福智造所」，讓三明治族可帶著一家來同樂，透過主題工作坊及互動闖關等輕鬆趣味的方式，協助不同世代的三明治族了解如何運用保誠人壽所提供的保障及服務，迎接人生不同階段中 H.E.A.R. 四大面向的需求，亦即健康保障 ( Health & Protection )、子女教育 ( Education )、資產傳承 ( Asset Transferring & Planning )、樂活退休 ( Retirement )，為自己與家人建構完整的人生規劃。保誠人壽提供全方位安心守護，照料三明治族的身心靈，與顧客共同實現「一起好幸福」的品牌理念。

保誠人壽重視顧客需求及體驗，針對不同客群在人生階段的需求，不斷開發更多元的商品組合以及數位化服務，顧客現已可透過數位管道，更省時與便利地完成保險規劃與理賠申請。秉持「保障每個人生，誠就每個未來(For Every Life, For Every Future)」的精神，保誠人壽持續以客為本，致力成最值得信賴的人生夥伴和守護者，與顧客一起構築美好人生。