

5月16日，中国人寿第十六届“国寿客户节”正式启动，并将持续至7月初。此次客户节以“牵手国寿 心向未来”为主题，打造涵盖共同富裕、多层次社会保障体系建设、乡村振兴、服务实体经济、绿色发展、社会治理现代化、其他创新产品等七大主题的产品矩阵，致力于通过持续升级的综合金融产品服务，与客户携手心向美好未来。



客户节期间，中国人寿将围绕客户健康养老、财富管理、普惠生活、出行用车等多元需求，构建相应的四大客户体验场景，集中上线一大批体现互联网时代特点的热销产品。围绕客户的健康和养老保障需求，发挥中国人寿综合金融优势，优化整合健康管理、养老、医疗和护理等资源，推出客户节专属“健康权益大礼包”，整合推广700健行百城热炼、医加医疗福利会员计划、养老社区长住和短住旅居产品等服务项目。并以中国人寿集团成员单位广发银行手机银行APP为线上活动主要阵地，同时辅以超1万家云店，针对不同客群、不同阶段的理财和财富增值需求，提供定制化、一站式解决方案和具有竞争力的理财产品，有趣味、易参与的丰富活动及多种类、高力度的权益组合。

以广发银行“发现精彩APP”为核心，推出广发商城、超级广发日、饭票等爆款活动，同时强化产品供给，通过优质卡产品及权益，为客户提供高质量普惠生活服务，全方位满足客户高品质生活需求，助推国内消费大循环，支持经济增长。围绕客户出行场景需求，在强化服务赋能的同时，提升车险投保体验，上线新能源专属车险线上投保，为车主提供更完善、更有针对性的专属保障。同时，综合发挥酒店优惠、在线导游、联名折扣商城等项目的协同优势，打造特色“出行体验”生态圈。为进一步提升客户体验，中国人寿统筹搭建线上客户节平台，畅通自有线上客户触点共16条路径，并且在满足疫情防控要求的前提下，开展丰富多彩的线下客户活动

。不管是“在柜台”还是“在指尖”，无论是“面对面”还是“屏对屏”，都将为客户送上精彩纷呈的优质产品和服务。

中国人寿官方门户作为本次客户节线上中心枢纽，打造统一入口主场景——“国寿步步营”，以国寿牛走飞行棋为活动主线，通过“好运轮轮转、盲盒抽抽乐、拼拼集大奖、国寿寻宝图”四项子活动及其他互动机制，引导客户体验“康养、财富、普惠、出行”四大场景，浏览“养老、健康、医疗、车险”等多款精选产品，多角度、全方位展示产品服务。集团旗下寿险公司搭建“活力乐园”活动专区，设置十大活力站点、五款运动健康主题游戏，营造沉浸式参与体验，6月16日“爆点日”当天还将推出全民狂欢“活力夺宝”和“集五虎”互动活动。广发银行开启“全民喂养国寿牛”3.0活动，通过抽奖、抢兑等提供奖励。财险公司以“安心享”平台为主阵地，打造“国寿海岛”，通过互动游戏号召绿色出行；在财宝Live直播间开展系列直播，促进线上保险业务的客户认知；推出集财宝得福利活动，激励用户积分兑换实物或虚拟权益。养老险公司开展线上客户专享会，邀请知名专家与客户共同解读个人养老规划。国寿健投公司开展“一封家书”“健康讲座”等线上专题系列活动，宣传中国人寿健康养老服务理念。

中国人寿将发挥网点和队伍两大核心优势，充分利用相关品牌合作资源，创新开展各类客户回馈活动。集团旗下寿险公司将设置客户节专属打卡活动专区，并融合“悦己生活”“小画家”“700健行”等多元主题，适时开展丰富活动，促进更多客群参与。广发银行将分批次开展形式多样、客户喜爱的联合客养活动，以主题沙龙、专题培训、个性化体验等形式，提升客户认同感。财险公司将重点在车行合作店开展品牌联合车展、客户沙龙等活动，同时针对分散型客户实施新型展业模式，组织“拓店送安心”“开心出行 健康生活”“本地生活早发现”“呵护健康童年”“暖心理赔微笑月”等多场主题活动。海外公司将举办节庆日亲子工作坊、开放日、讲座、客户节路演、“走进中企”等系列活动。国寿健投公司将在养老社区、酒店、物业等多场景开展游园会、端午节特惠等线下客户活动，提供更多优质服务。