

厚德载物

——2007 中国平安企业公民年度报告

目录:

一、序	2
二、董事长致辞.....	3
三、关于本公司.....	5
四、关于本报告.....	7
五、中国平安的企业公民模型概述.....	7
六、2006 年中国平安企业公民实践成果.....	9
(一) 对股东负责, 稳定回报 资产增值.....	9
清晰的综合金融发展战略.....	10
规范优良的公司治理.....	10
善用资本创造持续稳定的回报.....	11
(二) 对客户负责 服务至上 诚信保障.....	11
丰富多彩的高附加值客户服务活动.....	12
投诉率下降投诉件处理时效提升.....	12
关注民生 加大产品创新力度.....	12
统一高效的后援集中平台.....	13
客户满意度领先同业.....	13
(三) 对员工负责 生涯规划 安居乐业.....	14
平安员工综合保障计划.....	14
最好的培训在平安.....	15
员工合股基金 分享公司价值成长.....	15
构建融洽的员工关系与工作氛围.....	16
(四) 对社会负责 回馈社会 建设国家.....	16
向中华骨髓库捐赠保险.....	17
发起设立中国企业社会责任同盟.....	17
启动保险业最大教育慈善基金.....	17
百万善款捐建希望书库.....	17
中国少年儿童平安行动.....	18
中国平安精英大学生励志计划.....	18
为碧利斯台风灾区捐款.....	18
七、2007 年中国平安企业公民建设纲要.....	19
(一) 对股东负责: 持续提供稳定回报.....	19
高效的综合金融管控模式.....	19
构建强大的综合金融服务平台.....	20
城镇二元化发展战略.....	20
(二) 对客户负责: 提供多元化金融服务.....	21
P-STAR 五星级服务品牌.....	21
“一个客户, 多个产品”.....	21
从“3A”服务到“4A”服务.....	22
丰富多彩的产寿客户活动.....	22

发展小额信贷满足中低收入群需求.....	23
E 服务平台提升服务便捷性.....	23
(三) 为员工负责：共同成长成就价值.....	23
保障员工的“话事权”	24
培养综合金融服务人才.....	24
Just a smile! “微笑 美丽心世界”	25
搭建员工关系沟通平台.....	25
(四) 对社会负责：承担更广泛社会责任.....	25
第 46 所平安希望小学落户西藏.....	26
金种子——“中国平安希望小学百万维护计划”	28
金粉笔——“中国平安希望小学百名优秀教师奖励计划”	28
新农村 新希望——“中国平安希望小学支教计划”	28
中国平安公益基金 “一元慈善” 计划.....	29
励志计划及少儿平安行动.....	29
八、跋：在路上.....	29

一、序

2007 年，第一期美国《时代》周刊以万里长城背景下冉冉升起的五角星为封面。Dawn of A New Dynasty，中国的崛起成为《时代》主命题。

2007 年，“第五大盛世”成为作为学界的的声音引来多方侧耳。一部以历史的眼光和全球的视野解读 15 世纪以来世界性大国崛起的纪录片引来好评如潮。“崛起”成为中国这个时代的最强音。

毫无疑问，我们正处在一个伟大的时代。星汉灿烂，若出其里。在这个伟大时代的恢弘乐章里，企业正是组成时代强音的有力音符。中国改革开放近 30 年，经济高速增长的源动力来自于企业。成功的企业不仅是一个健康运行的经济实体，也是大国崛起背景下的社会脊梁。中国企业的素质，不仅决定着中国经济的现在，也决定着整个中国社会的未来。

我们欣喜地看到，在这个高唱和谐主旋律的时代，愈来愈多的中国企业意识到重任在肩。他们不仅把自己定义为“经济人”，更定位于承担企业公民责任的“社会人”。他们追求商业的成功，也崇尚道德的力量。他们创造了巨大的财富，同时也赋予财富一种新的精神，那就是我们这个时代新的商业伦理概念——企业公民。

中国平安有幸成为其中的一员，成为企业公民理念坚定的信仰者与执着的实践者。多年来，中国平安构建并完善了“企业公民行为模型”，将其视为指导企业经营管理的重要价值体系和重要纲领。多年来，中国平安牢记“诚信”的立业之基，为股东创造了超值的回报，

为客户提供了满意的服务，为员工提供了自我实现的舞台，为社会承担了广泛的社会责任。多年来，“平安是一个公民”不仅成为一个口号，更成为植入平安生命的一种信念，一种基因。

求木之长者，必固其根本；欲流之远者，必浚其泉源；思国之安者，必积其德义。饮水思源，反哺社会，我们相信，只有把公司的长远发展与高尚的道德追求结合起来，把公司的业绩成长与社会价值创造结合起来，把培养优秀的职业人与德才兼备的社会人结合起来，才能让平安的商业事业与道德理想展现更持久灿烂的辉煌。我们也相信，只有更加坚定地践行企业公民指责，企业才有真正的百年基业，才能真正成为中国社会的脊梁，才能真正肩负起中华崛起的时代使命，高歌向前。

2006年，中国平安首次发布年度企业公民报告，2007年，企业公民报告更首度以精装书籍的形式公开发布，以此作为对全社会的庄严承诺。未来，中国平安将继续前行，而每一份企业公民报告，将是中国平安立足于华夏，崛起于世界的坚定足音。

二、 董事长致辞

厚德载物

“天称其高者，以无不覆；地称其广者，以无不载”，厚德载物，积极承担对员工的涵养之德，对客户的诚信之德，对股东的勤谨之德和对社会的感恩之德——这是平安主动的选择，亦是平安天赋的使命。

马明哲（董事长）（照片）

做企业，原初的目的是为了赚钱。钱当然赚得越多越好，企业当然也是做得越大越好。假如组织机构、人员规模、赢利能力、资产、市值等等，是企业物质层面的东西的话，那么，企业的价值观、文化、制度等等就是精神层面的东西。赢利要求越多，人员规模越大，机构网络越广，对应的文化的要求，道德的要求是不是也越多、越深、越厚呢？

这就让人想起《周易》里边的一句很著名的话：“天行健，君子以自强不息；地势坤，君子以厚德载物。”

厚德载物，意为君子具备深厚的涵养和道德，因而能够承载万物，承担起宏大的事业。德随道兴，随着每个人事业的发展，财富的积累，其影响力也越来越大，因此，需要有更加

厚重的德行修养才能使其事业具备深厚的根基和长远发展的动力源泉。

企业也一样。当一个企业真正做大的时候，我们都会发现，赚钱不是唯一的目的了。一个庞大的企业组织体，一个社会公民角度的企业，它要承载股东和数万投资者资产增值的回报和长远期待，它要承载数十万员工安身立命的家园感，它要承载数千万客户的信赖和对他们的承诺，同样，它还要承载行业的创新与发展，社会的和谐与进步，乃至全民道德操守、伦理规范的恪守以及对美好未来的永恒追求。

承载得越多，似乎企业就超越了单纯的经济组织的概念，而有了道德评价的企业公民的概念。厚德载物，就是这样一个法则：企业要做得更大，赚更多的钱，走更远的路，就要更加符合社会伦理及价值规范，就要承担更多的企业社会责任，就要有更加深厚的德行及更加高远的符合人类社会共同目标的追求。

德越厚，物才可越多，越重。美国的安然公司，业务创新能力很强，很赚钱，但缺乏最基本的道德操守，庞大的赚钱机器瞬间分崩离析。英荷壳牌石油，掌握了全球最丰富的油气资源，很注重资源地的环境保护，很关心贫困人群的生活及医疗卫生状况的改善，很关心教育事业。壳牌石油历百年而不衰，财富 500 排行榜一直稳居前十。

厚德载物就是这样一个简单又深刻的法则。

《基业长青》里有一个非常重要的观点：一个企业组织要获得它长期、持续的发展，就要为企业赋予一个高尚的理由。如此看来，中西方所揭示的财富成长之道，企业发展之道都是相通的。厚德载物，也就是企业持续发展之道，基业长青之道。

2006 年，平安第一次公布了企业公民报告，向社会主动作出了积极履行“企业公民”责任的承诺。作为企业公民，平安将更加坚定地将公司的发展与其四大责任联系在一起——对客户、对股东、对员工、对社会都以诚信为基，将实现价值最大化作为企业的崇高使命。

这条企业公民之道，亦是平安实践中国传统厚德载物精神的征途。平安信守行业最高道德标准，不断地进取、创新，为社会积极创造更多的物质财富，并积极地向各种相关利益体——股东、员工、客户、社区、各种弱势群体等回报和感恩。平安“济天下”，也“善其身”，平安努力打造的企业公民亦是一个企业人格化了的君子之德。“君子爱财，取之有道”是平安的诚信，“博观而约取，厚积而薄发”则是平安的创新、进取。一个积极进取、具有厚德涵养的企业将影响和辐射到与企业相关的人群和社会中，造就出一批具有现代精神的社会公民，影响到整个社会，使企业在市场经济的环境下，在传统文化的陶冶中，成为中国走向世界的征程中新的文化、新的道德实践模式和新的价值理念的倡导者和推动者。

“天称其高者，以无不覆；地称其广者，以无不载”，中国平安在企业公民的征途中，

抱负越高，对德行的要求也越高。厚德载物，积极承担对员工的涵养之德，对客户的诚信之德，对股东的勤谨之德和对社会的感恩之德——这是平安主动的选择，亦是平安天赋的使命。

三、关于本公司

(配社会荣誉及公司照片)

中国平安保险(集团)股份有限公司是中国第一家以保险为核心的，融证券、信托、银行、资产管理、企业年金等多元金融业务为一体的紧密、高效、多元的综合金融服务集团。公司成立于1988年，总部位于深圳。2004年6月和2007年3月，公司先后在香港联合交易所主板及上海证券交易所上市，股份名称“中国平安”，香港联合交易所股票代码为2318；上海证券交易所股票代码为601318。

公司控股设立中国平安人寿保险股份有限公司(“平安人寿”)、中国平安财产保险股份有限公司(“平安产险”)、平安养老保险股份有限公司、平安资产管理有限责任公司、平安健康保险股份有限公司，并控股中国平安保险海外(控股)有限公司(“平安海外”)、平安信托投资有限责任公司(“平安信托”)、深圳市商业银行。平安信托依法控股平安证券有限责任公司，深圳市商业银行依法控股平安银行有限责任公司，平安海外依法控股中国平安保险(香港)有限公司，及中国平安资产管理(香港)有限公司。

截至2006年12月31日，按照国际财务报告准则(IFRS)，集团总资产为人民币4,943.09亿元，权益总额为人民币477.5亿元。按中国会计准则，集团总资产为4,417.91亿元，股东权益为366.68亿元。2007年3月9日，公司市值超过3000亿港元，在全球金融机构中排名66位。2007年4月，《福布斯》全球上市公司2000强(Forbes Global 2000)排行榜公布，中国平安首次进入全球500强，较2006年前进97席名列第440位；在全球114家上榜保险公司中位居第36；在44家上榜中国企业中排名第11，并位居非国有企业第一名。

公司通过旗下各专业子公司共为3,800多万名个人客户及超过200万名公司客户提供了保险保障、投资理财等各项金融服务。公司拥有近21万名销售人员及5万余名正式雇员，各级各类分支机构及营销服务部门3,000多个。2006年全年，按照国际财务报告准则，公司实现总收入为879.43亿元，净利润达到人民币80亿元。从保费收入来衡量，平安寿险为中国第二大寿险公司，平安产险为中国第三大产险公司。

中国平安立志成为道德水平最高的金融保险企业，认真践行企业公民的职责，在慈善教育、红十字公益、灾难救助等方面承担广泛的社会责任。截至2007年4月，平安共援建了45所希望小学；每年举资100多万元开展“中国平安精英大学生励志计划”；公益协办“中国少年儿童平安行动”；向中国红十字会捐赠价值1000万元的捐血车，每年近万人参与义务献血活动；向中国红十字总会2003至2010年的所有造血干细胞捐献者赠送一年期重大疾病和意外伤害保险，捐赠总保额逾3亿元。

中国平安近期社会荣誉一览

福布斯 500 强——2007 年 4 月，《福布斯》全球上市公司 2000 强（Forbes Global 2000）排行榜公布，中国平安凭借过往优异的经营业绩、强劲的利润增长再次入围，并猛进 97 席进入 500 强，总排名第 440。同时，在全球 114 家上榜保险公司中，位居第 36；在 44 家上榜中国企业中，排名第 11，并位居非国有企业第一名。

“中国最佳治理公司”——2007 年 4 月，在亚洲权威金融刊物《财资杂志》（The Asset Magazine）颁发的年度“最佳治理公司”大奖中，中国平安凭借国际化标准、公开透明、严格规范的治理机制，被评为中国企业最佳治理第一名。

“中国最受尊敬企业”——2007 年 4 月，中国平安作为保险行业唯一上榜企业，六度蝉联“中国最受尊敬企业”称号。

“中国最佳企业公民”——2006 年 12 月，中国平安第三度蝉联《21 世纪经济报道》发起评选的“中国最佳企业公民”。

“亚洲最佳管理公司”——2006 年 9 月，在国际著名财经杂志《欧洲货币》（Euromoney）2006 年亚洲最佳管理公司排名中，中国平安名列亚洲保险公司及中国区公司之首，同时在亚洲公司整体排名中位居第五位。

2007 年 4 月，中国平安继 2003 年至 2005 年连续获得“最佳 CRM 实施”奖、“最佳 CRM 跨行业实施”奖、“大中华区最佳 CRM 实施”奖后，再度摘得“2006 年度客户管理大奖”。

2007 年 2 月，在新浪网 2006 网络盛典——“2006 年度最具发展潜力保险公司评选”活动结果中，中国平安凭借以电话中心和互联网为核心，依托门店和专业业务员队伍的 3A 服务模式，为客户提供全国通赔、定点医院、门店一柜通等差异化的服务，荣获“2006 年度最具发展潜力保险公司”。

2006 年 12 月，中国平安在“中国首届创新保险产品评选活动”中囊括 6 项产品创新大奖。其中，平安智富人生终身寿险（万能型，A/B，2004）分获综合类“最具市场影响力保险产品”和单项类“最佳理财保险产品”两项大奖。

2006 年 12 月，中国平安财产保险股份有限公司的“车险全国通赔、直赔中心项目”荣摘深圳市政府颁发的“金融创新头奖”一等奖桂冠。

2006 年 12 月，平安荣获国际著名专业杂志 IR magazine “投资者关系最佳进步奖”。

2006 年 11 月，在美国《商业周刊》（Business Week）首次公布的中国 20 大品牌排名中，中国平安以 130 亿元人民币的品牌价值及较高的品牌知名度荣列榜单第六。

2006年10月,中国平安荣获三届中国人力资源管理年度盛典颁发的“中国最佳雇主”称号。

2006年8月,中国平安连续第三年蝉联“中国最具生命力百强企业”冠军,该评选由中华全国工商业联合会主办。

四、关于本报告

一年一度的企业公民年度报告已经成为中国平安向社会汇报平安企业公民的成长、回顾我们的成长历程、检讨我们的不足、提出我们年度的行动纲领的长效机制。

自2004年始,中国平安陆续通过总结并公布企业公民年度报告,向社会郑重宣布要以更加坚定的信念和更加坚实的行动,以诚信为基础,履行企业公民责任,为客户、为员工、为股东及社会创造价值。

作为中国平安回归A股后的首份报告,今年的企业公民报告,我们在往年报告的基础上,主要借鉴了深圳证券交易所于2006年9月25日颁布的《上市公司社会责任指引》的相关规定。我们的报告包涵了上述指引中所列明的股东和债权人权益保护、职工权益保护、供应商、客户和消费者权益保护、公共关系和社会公益事业、制度建设与信息披露等内容。同时,根据中国平安企业公民模型,我们的报告围绕“对股东负责、对客户负责、对员工负责、对社会负责”等四个维度,对企业公民建设实践及纲要展开论述,显示出浓厚的企业特色。

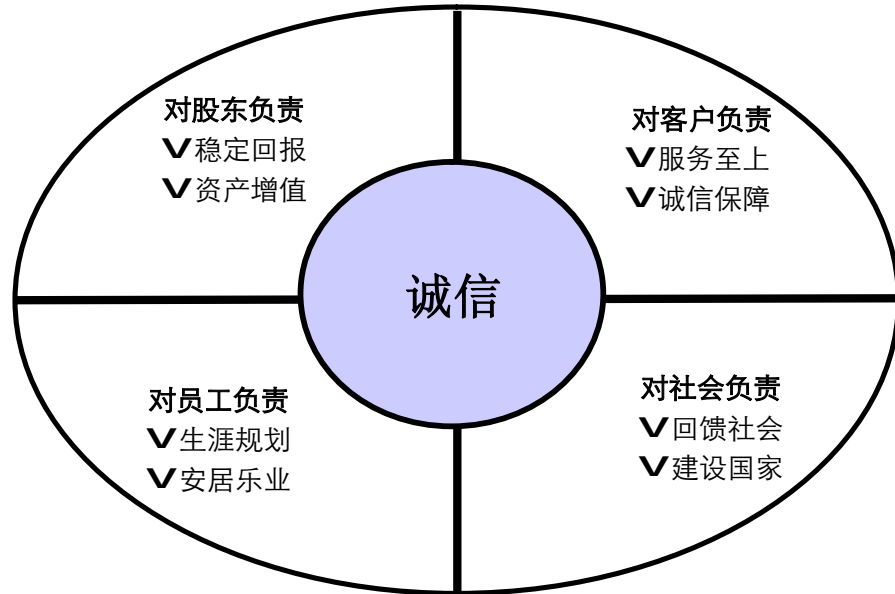
未来,中国平安会尝试根据上述指引,进一步完善我们的企业公民建设的理论与实践,定期检查 and 评价公司社会责任制度的执行情况和存在的问题,形成社会责任报告,并在合适的时机实现将社会责任报告与年度报告同时对外披露。

值此报告发布之机,中国平安愿以此作为对社会庄严承诺,同时接受全社会的监督与检视。

五、中国平安的企业公民模型概述

诚信,是平安的创业之基,立司之本,发展之道。

中国平安自成立以来，始终把“诚信”作为企业的核心价值理念，把对股东、客户、员工和社会负责，实现其价值最大化作为企业的崇高使命，并从企业人格化的角度，结合平安的企业文化内涵和行业特征，构建了中国平安的“企业公民行为模型”（如下图所示）。



平安企业公民行为模型的轴心——“诚信为基”

百年老店，诚信为基。“诚信”是平安人实现事业理想及道德追求的出发点和归宿，是我们履行对股东、对客户、对员工、对社会的责任所围绕的轴心。

对股东负责：取信于资本

股东投入资本，是对公司员工及管理者的信任。珍惜善用每一分资本，构建完善的公司治理结构，建立以价值最大化为导向的企业经营文化，使企业价值不断增长，使股东获得满意的回报，才能赢得股东和投资者的长期信赖和支持。

对客户负责：信用为本

诚信待客，是服务之本；客户满意，是企业价值之源。努力为客户提供全方位、个性化、专业化的产品及服务，是平安不懈的追求。

对员工负责：共同成就价值

公司是员工安身立命的依托，是职业发展的基础，是事业成功和自我实现的舞台。员工是公司价值成长的基石，是企业的血脉。公司对员工负责，员工奉献于公司，发展于公司，才能实现员工价值与公司价值共成长。

对社会负责：知恩回报

社会是实现公司价值的土壤，公司通过综合金融服务，成为社会财富及风险管理的有力支撑，同时怀抱感恩之心反哺社会，为需要救助帮扶对象提供力所能及的帮助，这是企业公民社会价值重要的外在体现。

六、2006 年中国平安企业公民实践成果

从 2006 年至今，中国平安在企业公民实践的道路上一路走来，用专业的耕耘和辛勤的付出，取得了累累硕果，为股东、客户、员工和社会履行着自己的庄严承诺，获得了社会的广泛认可。

（一）对股东负责，稳定回报 资产增值

平安集团创造出连续 19 年飞速发展的奇迹，在许多人眼里是个谜。

一般而言，企业规模扩大后，一些“大企业病”就会如影随形，如效率降低，管理失控种种。而平安从深圳走向全球，业务从保险扩张至包括银行、证券、信托、资产管理、企业年金等在内的综合金融服务，风险控制却越来越强，经营效率也越来越高，业绩增长更保持稳健增长。

深入平安探询这一谜底，公司前瞻、清晰的战略，优秀的管理团队，以及先进的管理机制似乎都是答案，而答案背后的答案，则是公司率先建立起国际领先的公司治理。

《卓越治理 中国平安的“永动机”》——中国证券报

中国平安对股东的承诺是：对股东负责，稳定回报、资产增值。

作为在香港整体上市的综合金融服务集团，中国平安在集团、子公司两个层面均建立了完善、科学的法人治理结构。以此为基础，平安集团形成了运转高效、独具特色的集团管控模式，形成了多项独特优势，有效增强了集团的整体竞争力，为股东创造了持续稳定的投资回报。2006 年，中国平安在各项业务领域均取得了历史性的突破和新进展。按照国际会计准则，2006 年中国平安实现净利润 80 亿元及总收入人民币 879.43 亿元，较上年度分别增长 87.6%及 35.3%。

清晰的综合金融发展战略

中国平安的目标是建成集保险、银行和资产管理为一体的世界领先的综合金融服务集团，三大支柱业务均衡发展，为同一个客户提供多种产品，均衡发展、追求卓越。持续地获得稳定的利润增长，向股东提供稳定回报。

基于上述发展目标，中国平安制定了清晰的综合金融战略规划：未来 5 年仍以产、寿险业务为核心，以此为主要的利润来源；3-10 年银行和资产管理业务成为新的利润增长点；5-15 年以消费信贷、企业年金、新型健康险、新渠道和第三方资产管理为新利润增长点。

规范优良的公司治理

中国平安国际化的治理标准、严格的监督和内部制衡机制能够很好地确保企业得到精良专业的治理。

长期以来，平安集团建立完善了股东大会、董事会、监事会“三会”制度，股东大会、董事会、监事会和高级管理层一贯依法规范运作，各司其责，独立行使权力、履行义务，均充分发挥了各自的作用。

公司股权结构是决定公司治理模式的基础。平安集团不断优化股权结构，是我国第一家引进外资战略投资者的金融企业。从 1994 年开始，公司先后引入了摩根、高盛、汇丰保险等海外投资者，较早形成了多元化的股权结构。2004 年，平安集团在境外发行股票并在香港联交所上市之后，形成了外资、国有、民营企业、员工（通过员工受益所有权计划受益公司股份）共同持股的格局。平安集团无控股股东，合理均衡的股权结构使全体股东都能通过股东大会平等充分地行使股东权利，为建立完善的治理结构奠定了坚实的基础。

平安集团组建了国际化、专业化的董事会。公司现有 19 名董事会成员中，来自海外的董事有 8 名，均为金融、保险、会计、法律或其他专业领域的资深专业人士。公司还建立了独立董事制度，目前有 6 名独立董事，均为国内外著名专业人士。他们严格按照法律、法规及公司章程的规定履行职责，对公司的风险管理、内部控制及公司发展提出建议和意见，以其独立客观的立场参与公司重大事项决策并发挥实质性作用。同时，公司董事会下设审计、薪酬、提名 3 个专业委员会，由独立非执行董事担任主任，以确保董事会职能的充分实现。

平安集团监事会成员中，不仅有股东代表监事、职工代表监事，而且还有外部监事，能有效实施对公司董事会、高级管理人员的监督，能有效保护公司小股东及广大职工的合法权益。

善用资本创造持续稳定的回报

2006 年，中国平安凭借核心业务的持续增长、投资绩效的大幅提升，获得资本市场的高度认同。

核心保险业务快速增长：2006 年，寿险、产险业务的盈利能力持续提升，市场份额稳步增长，发展速度高于市场平均水平。交叉销售业绩保持较快增长，服务水平持续提升，客户基础得到进一步巩固。

银行业务发展取得突破：2006 年，中国平安成功收购深圳商业银行，组建了国际化的、经验丰富的银行专家管理团队。在中国银行业监督管理委员会批准的基础上，我们将在 07 年完成平安银行与深圳商业银行的合并。重组后，公司银行业务的经营范围将从深圳扩大到上海、福州等城市，并逐步建立全国性的经营平台。

稳健高效的投资管理能力：借力投资政策的开放，专业化、国际化的投资团队，2006 年中国平安的投资业绩创下历史最好水平。资产管理业务的资产规模稳步增长，第三方资产管理业务发展取得良好开端，信托管理资产突破人民币 160 亿元。

年金网络的发展：经中国保险监督管理委员会批准，2006 年，平安养老保险公司获准在全国 35 省和 127 个城市开设机构，完成全国网络布点，将逐步在全国开展年金业务。

（二）对客户负责 服务至上 诚信保障

中国平安从上世纪 90 年代中期即开始实施客户关系管理（CRM），基于“无论何时（ANYTIME）、无论何地（ANYWHERE）、无论以何种方式（ANYWAY），努力使客户享受到满意服务”的 3A 服务理念，形成了集全国电话中心 95511、专业理财网站 PA18、门店服务中心和业务员直接销售服务系统于一体的 CRM 服务体系。“针对客户管理项目成功实施的八大关键要素，即价值、洞察、策略、人员、流程、技术、接触点和体验，中国平安在客户体验上表现非常突出。”——GCCRM 大中华区专业 CRM 机构

中国平安对客户的承诺是：对客户负责，服务至上，诚信保障。

中国平安通过旗下各专业子公司共为 3,800 多万名个人客户及超过 200 万名公司客户提供了保险保障、投资理财等各项金融服务。公司拥有近 21 万名销售人员及 5 万余名正式雇员，各级各类分支机构及营销服务部门 3,000 多个。中国平安建设了以电话中心和互联网为核心，依托门店服务中心和专业业务员队伍的 3A（Anytime、Anywhere、Anyway）服务模式，

为客户提供全国通赔、定点医院、门店“一柜通”等差异化的服务。还在业内率先推出了海内外急难救助服务，保单贷款，生命尊严提前给付，客户服务节等许多增值服务。

丰富多彩的高附加值客户服务活动

一年一度的“客户服务节”已经成为中国平安优质服务的金字招牌。

2006年，平安寿险先后举办了“中国少儿平安行动欢乐社区行”大型社区联谊活动、“故事大王”比赛、少儿书法大赛和安全知识竞赛、“希望夏令营活动”等1000多场次丰富多彩的客户服务活动，吸引了逾150万市民参与，有效地提升了客户服务感受度和满意度。同时，平安产险第三届全国客户服务节，也推出“爱心自驾游”、“平安社区”、“平安使者安全巡讲”、“佳节送福温馨回访”等主题活动，将“恒久关怀、共享平安”的服务理念传播到每个家庭和企业中去。

投诉率下降投诉件处理时效提升

中国平安一贯重视倾听来自客户的声音。

2006年，中国平安积极检视公司流程、制度中存在的问题，并予以及时改进。为此，中国平安建立投诉整改项目、不断提升咨诉人员的专业素质、建立有效的投诉问题跟踪反馈平台、建立与完善回访业务制度、促进电话中心业务水平的提升、促使各业务管理部门重视投诉、跟踪处理，减少类案重复发生、有效地降低了投诉率。从2006年7月份开始，平安人寿投诉量出现回落，至12月底，累计投诉率较去年下降，同时，全年投诉件件均处理时效显著提高。

关注民生 加大产品创新力度

中国平安通过不断学习、引进国际保险业的先进产品、客户服务、分销战略、核保技术和管理理念，并使之适合国内保险业的发展特点和自身业务优势，使得在产品创新方面始终能够处于市场领先地位。

2006年，中国平安根据频繁出行的客户需求，推出一款全新全新保障与服务产品

——“万里通”卡。这一产品涵盖百万高额航空险、公共交通意外保障、旅行意外保障、旅行住院医疗保障、旅行住院代垫押金服务、现金支援服务、海内外急难救援服务、出院理赔协助服务等八大功能，填补了国内市场空缺。

2006年10月，经中国保监会及国家外汇管理局批准，国内首个外汇寿险产品——中国平安“好搭档留学外汇保”正式推出，面向全国销售，为计划出境学习、生活的客户提供了新的保障计划，对进一步拓宽国内居民外汇投资渠道及抑止“地下保单”具有十分重要的作用。

2006年12月，中国平安财产保险公司推出了一款“和谐人生”住房抵押贷款保障保险产品。作为国内首款人性化包装的全新的房贷保险保障产品，目前市场上还无同类保障产品。

统一高效的后援集中平台

为了实现业务运营的统一标准化管理，为客户提供一致的服务，中国平安致力于建设统一高效的业务运营平台。

2006年，中国平安全国后援中心投入使用，是目前全国第一家大型综合性后援中心，总体规模位居亚洲首位。目前，中国平安遍布全国的3000多家分支机构的包括信息录入、财务、核保、理赔等在内的后援业务已部分完成集中，其他业务的后援业务正在整合当中。后援中心的投入使用将有效降低单位成本，更加有效地控制风险并实现业务的标准化，提高客户的满意度。

客户满意度领先同业

2006年11月中国保监会公布的《中国寿险客户满意度调查研究》报告显示，在被调查的24家保险公司中，平安人寿的客户总体满意度、客户忠诚度均属业内最佳。

作为我国寿险行业历史上最大规模的客户满意度调查研究项目，此次调查对象包括2003年底开业的24家寿险公司，成功访问了25个城市的寿险客户15683人。平安人寿在24家被调查公司中脱颖而出，位居客户满意度之首。同时，凭借优质、高效的客户服务，平安人寿的客户忠诚度亦明显领先于其他同业；在产品功能、保险营销员售后服务满意度、理赔合理性等多个重要细分指标方面，明显领先于其他同业。

（三）对员工负责 生涯规划 安居乐业

作为企业文化建设的重要活动，一年一度“年度十佳礼仪之星”大赛得到了公司员工的广泛欢迎，年度获奖者更成为员工中的“人气明星”。

礼仪之星感言：

林玲 2006 年度十佳礼仪之星

“微笑往往比语言更真实，更富有魅力。希望每个人都能将微笑作为自己的第一名片。”

洪东 2006 年度十佳礼仪之星

“礼多人不怪，无礼寸步难行。礼仪是友善诚挚的人际关系的凝固剂。要主动施礼，而不要等待对方；若对方施礼，一定要真诚回礼；施礼若不发自内心，只会生硬生疏，这是最大的失礼”

中国平安公司拥有近 21 万名销售人员及 5 万余名正式雇员，对员工的承诺是：对员工负责，生涯规划，安居乐业。

中国平安倡导员工以价值最大化为导向，以追求卓越为过程，做品德高尚和有价值的人，形成了“诚实、信任、进取、成就”的个人价值观，和“团结、活力、学习、创新”的团队价值观。公司贯彻“竞争、激励、淘汰”三大机制，帮助员工提升专业素质，快乐工作与生活。

平安员工综合保障计划

中国平安为员工提供贴心周到的关怀与简便快捷的保障服务。

中国平安为国内机构在职员工提供社会基本养老保险、基本医疗保险、工伤保险、失业保险、生育保险及住房公积金或住房补贴。此外，还为符合条件的员工购买《平安退休团体年金保险（分红型）》，并向全体员工提供由一系列商业保险构成的员工综合保障计划。

2006 年，中国平安修订了“平安员工综合保障计划”，保额及保险责任较往年均有不同程度增加、保障更广泛。根据员工综合保障计划，中国平安为员工提供包括医疗保障、重大疾病保障、身故保障、残疾保障及意外保障等在内的保障。其中，根据医疗保障计划，员工可报销一定额度的医疗费用、可按照实际住院的天数获得住院津贴；根据重大疾病保障计划，员工可获得一定额度的重大疾病保险金；根据身故保障计划，员工可获得一定额度的身故保险金。

最好的培训在平安

早在创业初期，中国平安就以“最好的培训在平安”为发展理念，致力于将知识转化为公司价值，将人才培养为公司核心竞争力。为此，中国平安始终保持与全球先进企业看齐的培训投入水平。公司每年都投入巨大的培训费用，一年的培训费可相当于注册一家新保险公司所需的注册资本。

2006年5月26日，平安金融培训学院正式开业。作为国内规模最大的企业培训基地之一，这所斥资4.5亿元、占地20万平方米、建筑面积达7.8万平方米、能容纳1000人同时学习的“人才摇篮”可与任何亚洲企业大学媲美。通过培养初、中、高级讲师近3000人，平安金融培训学院可面向所有内外勤员工，提供面授培训、认证考试、网上学习、卫星电视教学等培训方案。平安金融培训学院还与国际著名的专业培训机构LIMRA、LOMA、AICPCU、WHARTON商学院，以及北京大学等国内著名学府共同开展职业培训。

2006年5月，保监会“首期保险公司治理结构培训班”在平安金融培训学院举行。保监会主席吴定富、深圳市市长许宗衡及深圳保监办等领导视察平安金融培训学院时，对中国平安重视人才培养的发展策略予以高度肯定，并寄语平安用“先进的、开放的学习环境，锻造出优秀的金融人才”。

员工合股基金 分享公司价值成长

中国平安设立了员工受益所有权计划。在平安近20年的发展历程中，中国平安员工合股基金起到了稳定员工队伍、增强员工责任感和公司凝聚力的作用，它所显示出的制度先创性、所激发出的团队凝聚力、所折射出的价值导向文化已成为深圳改革开放精神的代表与缩影。截至2006年12月31日，中国平安投资集合有18,969名权益持有人，共持有430,619,411份权益单位。员工投资集合的参与人员包括对本集团作出重大贡献的董事、监事、高级顾问、专职员工和若干保险销售代理人，他们有权购买的集合单位数额取决于其资历、工作年限以及对集团的贡献等多种因素。如以平安目前的股价计算，由部分高管和大量普通内勤员工及保险销售代理人组成的平安员工投资集合的18,969名平安员工人均收获了不菲的溢价，分享了公司的价值成长。

构建融洽的员工关系与工作氛围

2006年，中国平安明确提出：加强员工关怀工程、以人为本，为员工营造和谐的工作条件和氛围，实现公司、客户、员工利益的共同增长。

作为企业文化建设的重要活动，2006年，中国平安举办的“年度十佳礼仪之星”大赛得到了公司员工的广泛欢迎，来自平安全国各机构共计140名平安同仁与总部的16名同仁，凭借个人良好的礼仪素养和个人魅力，获得了“平安年度礼仪之星”的殊荣。

2006年11月11日，平安集团深圳总部机关工会举办了首届职工趣味运动会，来自集团22个部门的近1200名朝气蓬勃的平安员工，在各种趣味竞赛项目中团结协作、大显身手，用行动展示了平安人健康向上的整体风貌。本次趣味运动会丰富了员工的业余生活，生动有趣的比赛让广大员工感受到了公司的亲和力。

（四）对社会负责 回馈社会 建设国家

中国平安集团副总经理王利平的支教日记

“2006年5月29日，星期一 早上，我们租来的中巴离开凤凰古城十来分钟后，开始转入乡村的石子路。路越来越陡，山越来越高，盘绕大半个小时后，我们来到凤凰县火炉坪乡的培民学校。这里是苗家的聚集地，学生都是苗族，学校每天只开两餐饭，早9:30，下午4:00，每周只买一次菜，他们吃的很简单，很少有肉吃，米饭加青椒丝煮黄豆就是他们的一餐。”

2006年5月31日 星期三 今天是端午节，第一节课就是边吃粽子边给孩子们讲端午节来历。晚上回去把低年级的孩子带回村里，我们又顺便作了一次家访。这次是一个比较穷的家庭，墙壁上有个大窟窿，家里什么东西都没有，真正的家徒四壁，但这个孩子很喜欢读书，我送给他一本书，孩子当场就迫不及待地翻了起来。

多年来，中国平安始终怀着一颗感恩的心，用心回馈社会，认真践行企业公民的职责，在慈善教育、红十字公益、灾难救助等方面承担了广泛的社会责任。2006年，中国平安募资1000万元，与青基会合作，在行业内首家设立了独立品牌的“中国平安公益基金”。中国平安还与其他国内外优秀企业联合发起设立了“中国企业社会责任联盟”，庄严承诺将继续

积极承担社会责任，推动平安希望小学“双百工程”、“红粉笔”乡村支教、励志计划等教育慈善活动，弘扬国学，开展少儿平安行动、捐血捐髓、灾难救助等公益活动。

向中华骨髓库捐赠保险

2006年10月19日，“无偿捐髓，一生平安”中国平安向中华骨髓库捐赠保险续约仪式在北京首都大酒店隆重举行。中国平安再次携手中国造血干细胞资料库管理中心，向社会做出庄重承诺：继中国平安向2003年至2006年期间的造血干细胞捐献者提供保险保障之后，将继续为2007至2010年期间的造血干细胞捐献者提供更全面周到的保险保障。

发起设立中国企业社会责任同盟

2006年10月15日，作为中国企业社会责任同盟的发起人之一，中国平安、IBM、诺基亚、惠普、招商银行、万科等13家具备良好社会责任感的中外知名企业在同盟成立大会上郑重承诺：以企业的合力共同推进中国的企业社会责任建设，推动中国社会的可持续发展。

启动保险业最大教育慈善基金

2006年9月14日，“中国平安公益基金成立暨圆梦行动捐赠仪式”在北京政协礼堂隆重举行。中国平安宣布投入1000万元初始资金设立“中国平安公益基金”，用于教育慈善事业及援助贫困大学生，这也是中国保险业内投入正式运作的规模最大的专项慈善基金。目前，公益基金投入参与的“圆梦行动”首笔善款已开始下发，重点资助湖南、广东、福建、江西、安徽、浙江等今年遭遇洪灾地区考取全国著名高校的大学新生。在广大员工的积极参与和支持下，截止到2006年12月，中国平安集团内部已有583名员工向基金捐款，捐款总额达123,157元。

百万善款捐建希望书库

2006年9月13日，中国平安携手希望书库基金会共同举办的“平安与希望同行”新闻发布会暨平安希望书库图书室活动启动仪式在北京人民大会堂隆重举行，集团常务副总经理孙建一代表平安将100万元捐赠款交到了希望书库基金会会长陶海心手中。随后，价值100万元

的图书将运往全国 32 个省市边远贫困地区的 43 所平安希望小学，为贫瘠土地上孩子们点燃希望之火。

中国少年儿童平安行动

2006 年，作为中国少年儿童平安行动的重要内容之一——“平安大使万里行”专家巡讲在北京、上海、成都等全国 20 个大、中型城市陆续展开，四位专家以强化青少年自我保护意识，提高自我保护能力为题材在各地进行巡回演讲，引起了社会各界的热烈反响。

从 2003 年开始，中国平安公益协办的“中国少年儿童平安行动”，已在全国 35 个省市的近万所中、小学展开，近 1500 多万少年儿童参加了系列竞赛和活动，中国平安累计发动了 12 万员工参与发放了 3 千多万份“平安少儿安全知识问卷”，1 万多名学生获奖，2 万多名经过专门训练的“平安使者”进入学校、社区，与老师同学们、社区居民们一起举办各种丰富多彩的主题活动。

中国平安精英大学生励志计划

中国平安精英大学生励志计划是平安 2003 年发起主办的一项面对在校大学生的论文奖评选活动，作为国内目前影响力最大、奖金额最高、学生参与面最广的金融、保险论文评审，励志计划已经在全国二十多位专家教授的支持下，成功举办了三年。

2006 年，励志计划共收到来自全国 40 余所高校的 260 多篇参评论文，涌现出一批发表在《世界经济》《金融研究》《保险研究》等国家一级专业刊物上的优秀论文。经过国内 13 所知名学府的 25 位金融及保险专业的教授的严格评审，最终有 43 篇金融论文、37 篇保险论文分获金融类及保险类一、二、三等奖，其中一等奖奖金为人民币一万元。

为碧利斯台风灾区捐款

2006 年 7 月 24 日，中国平安向在台风碧利斯中蒙受重大损失的广东、湖南灾区捐赠 50 万元人民币，用于两省重灾区的中小学校的重建工作。中国平安同时向社会发出捐赠倡议，号召社会各界积极参与灾区重建，共同筑造美好家园。

七、2007年中国平安企业公民建设纲要

（一）对股东负责：持续提供稳定回报

作为中国最具增长潜力的领域——保险业内最具竞争优势的企业之一，中国平安前景可期。

一向高瞻远瞩、谋定而动的平安国际化专业管理团队，如此勾勒自己的蓝图：“目前平安已跻身世界中型规模的金融服务集团行列，未来将致力于向国际领先的综合金融服务集团迈进，力争成为市场主导者之一！”可谓雄心万丈。美国第二大综合金融集团摩根大通的一位专家对此评价甚高，“平安从保险逐步发展到银行、资产管理等领域，这为其未来拓展了巨大的增长空间！”

国内专业人士对于平安的预期甚至超过了平安自身，“平安是有远大抱负的公司，有望成为皇冠上的一颗明珠！”一位金融研究员用“诗一般”的语言评价平安。这绝非虚幻的憧憬。目前看来，平安正在保险、银行、资产管理等领域一步一个脚印，支撑起这个目标。《平安之梦：做国际领先综合金融服务商》——中国证券报

2007年，在实现A股成功上市，成功迈入福布斯全球500强的基础上，中国平安将继续致力于向国际领先的金融服务集团的目标迈进，以保险业务为核心，发展银行业务和资产管理业务，构建以三大业务为支柱的核心业务体系，力争实现持续健康的利润增长，继续向股东提供稳定的回报。

高效的综合金融管控模式

中国平安确立了“集团控股、分业经营、分业监管、整体上市”的治理模式，在集团公司、各控股子公司分别建立了彼此独立且相互之间设有严格防火墙的完善的治理体系，实现了集团公司、各控股子公司治理工作的有序对接，形成了基于完善的法人治理的、运转高效、富有平安特色的集团管控模式。

在集团管控模式下，中国平安集团有严格、明确的定位，“有所为、有所不为”，只是代表股东对子公司的发展战略、经营计划、财务企划等关键工作进行管控，主要发挥“战略方向盘”、“经营红绿灯”、“业务加油站”三大职能。

平安集团作为“战略方向盘”，负责制定统一的战略远景、目标，通过具体的实施计划和三年的定期滚动计划，结合集团统一的问责制度，将战略和计划目标，落实到每个业务单位；作为“经营红绿灯”，负责制定清晰、透明的政策、制度、标准、铁律，通过有效的月度经营管理会议机制和执行官问责制，推动和监控业务运营，确保各公司的运营符合战略目标；同时，通过月度工作的检讨，及时发现经营问题，纠正偏差；作为“业务加油站”，负

责根据业务需求，提供具有规模效应和专业优势的集中服务，实现“降低成本，提升效率，统一标准，支持销售”。这一做法进一步明晰了集团与子公司的关系与职能，进一步完善了公司的治理，有力地促进了集团整体协同效应的发挥。

构建强大的综合金融服务平台

2007年，中国平安将通过不断提高业务品质和人均产能，降低经营成本，实现寿险和产险业务的稳定增长，同时发展银行和资产管理业务。

寿险业务坚持内涵与外延并重的策略，着眼于公司更长期发展的客户资源储备。产险业务制定积极的发展方针，拓展新渠道，并充分利用寿险庞大的销售队伍和坚实的客户基础，加快突破个人业务，提升市场份额。养老险业务将致力于向外企和大中型企业提供专业服务，抓住社保转制的机遇，力争成为该领域的国内首选品牌。健康险业务将通过引进国际先进技术、人才、正和第三方服务网络等，力争发展成为国内领先的健康保险服务提供商。

中国平安将积极发展现有银行业务，并通过收购兼并逐步构建全国性网络，未来将建立领先的银行风险管理和运营平台，重点发展个人业务、中小企业业务、信用卡业务和消费信贷业务，逐步发挥集团的协同效应。

资产管理业务一方面将继续强化国内投资平台的建设和运作，拓展投资渠道，提高优质项目的发掘能力和产品包装能力，另一方面将建立起完善高效的海外投资平台，实现全球资产配置，提高投资回报。

城镇二元化发展战略

2007年，中国平安将针对市场竞争态势，坚持内涵与外延并重的策略，根据城镇二元市场发展策略着眼于公司更长期发展的客户资源储备。一方面立足于公司沿海城市已具备的优势地位，另一方面加紧在内地、中小城市探索新模式，将资源适度向高潜力的二线城市倾斜，相信随着该部分地区人均收入的提升，其业务利润贡献率也会逐步攀升，将成为未来平安保费收入增长的又一引擎。

（二）对客户负责：提供多元化金融服务

中国平安拥有 3600 万优质个人客户和约 200 万企业客户。对平安而言，客户的忠诚是平安生存和发展最重要的源泉，为客户创造价值是平安存在的目的。多年来，中国平安以不断完善的优质服务实践客户至上的承诺。通过努力打造 3A 服务体系，让客户无论何时、何地、以何种方式都能享受到平安最便利和快捷的服务。2005 年，在中国质量万里行促进会明察暗访中，中国平安理赔服务合格率 100%。2005 年，平安人寿全国统一客户服务热线 95511 荣获“大中华区最佳客户关系管理实施”大奖；显示出中国平安客户关系管理的国际领先水准。

——《解密平安赢得客户芳心之道》 搜狐财经

P-STAR 五星级服务品牌

2007年，中国平安秉承用心服务的理念，不断检视客户服务过程中的每个环节，强化基础服务，努力提升服务品质，在业界首家提出P—STAR五星级服务理念，致力于为客户提供主动（Proactive）、简单（Simple）、及时（Timely）、方便（Accessible）、可靠（Reliable）的服务体验。

- 主动（Proactive）即主动热情、贴心服务。保险产品虽是一纸严肃的合同文书，但我们将用最积极、亲切的方式解释文字背后的真诚。

- 简单（Simple）即手续简捷、规则明了易懂。保险合同的履行虽依赖于一系列非常专业的机制，但我们呈现给客户的每纸文书，都将用最通俗的文字和方式传递。

- 及时（Timely）即服务适时、保证时效。我们的服务不仅要保持高效，也应在最恰当的时机向客户提供，及时维护客户权益的同时兼顾给客户的良好体验。

- 方便（Accessible）即容易获取、渠道完善。客户可以通过最习惯、最容易接触的方式得到我们的服务，平安的客服中心、电话、网络、信函等渠道将带给客户一站式的服务。

- 可靠（Reliable）即保证质量、诚信服务。平安的服务人员以“专业、价值”为目标，在强大严谨的系统平台支持下为客户提供最可信赖的服务。

“一个客户，多个产品”

2007年，中国平安在综合金融发展上作了更深入的规划，除了继续强化保险核心业务以外，还会在银行和资产管理领域争取新的突破。在保险、银行、资产管理三大业务共同发展的基础上，中国平安将建立以客户为中心的组织架构，充分发挥集团整体协同优势，向市场推出

用一个账户涵盖全方位金融产品的“平安一账通”，实现“一个客户，多个产品”的产品策略，力争使中国平安成为客户首选的金融服务品牌，实现高效率、差异化的服务目标。

从“3A”服务到“4A”服务

根据集团综合金融战略的发展和“一个客户，多个产品”的产品策略，2007年，中国平安的服务将实现从“3A”服务到“4A”服务的飞跃。

2000年，公司提出了“3A服务”——Anytime、Anywhere、Anyway，无论何时何地，我们都能通过任何方式提供客户需要的产品和服务。未来，中国平安将更升一级，通过“平安一账通”，为客户提供“4A服务”——Anytime、Anywhere、Anyway、Any Product，也就是“无论何时何地，以何种方式，我们都能提供客户所需要的任何金融产品和服务”。公司会努力搭建实现这一工程的平台和系统，将复杂的金融产品简单化、通俗化，为客户提供更多的价值。2007年，中国平安还将利用国际领先的集团后台，实施以客户为中心的流程再造，合并和精简后台运营系统，构建高度整合的集团后台，实现高灵活性运营、业务流程标准化和更强的风险控制能力。

丰富多彩的产寿客户活动

2007年，中国平安人寿将推出以“用心服务”为核心理念的“2007年客户关怀活动”，通过客服节、VIP特色服务、特定客户关爱等更有新意、更贴近客户需求的活动，使3000万平安客户在享受保障和便捷的同时，更体验到平安的悉心照顾和关怀备至，包括：向不同层级的VIP客户分别提供急难援助服务、柜面绿色通道、刊物赠阅、免费体检、生日问候、住院探视、协议商家折扣优惠、“家庭欢乐总动员”客户沙龙活动、健康关怀、汽车紧急救援等服务项目。向累计六年以上未出险客户、正当投诉客户、柜面等待时间超长客户、服务调查未满意客户、当月孤儿单客户等五类客户开展温馨关爱活动，包括发送客户慰问信函、赠送小礼物、发送主动服务提醒短信、进行抽奖等。开展“平安社区欢乐行”主题活动、系列少儿比赛活动、平安夏令营活动丰富多彩的的活动。

2007年，中国平安产险也将推出产险VIP客户服务活动。包括向VIP客户提供95512尊贵体验；免费非事故救援；优先现场查勘服务；医疗担保、预付抢救医疗费；指导处理人伤交通事故，人伤协议一次性赔偿提前结案；财产险VIP客户理赔专属客户经理；上门理赔办

理(收取理赔资料)、代缴车船税、代缴养路费等“三代办”服务；客户亲临柜面办理业务优先的绿色通道；短信关怀及信函续保通知等服务。

发展小额信贷满足中低收入群需求

2007 年及未来，中国平安将针对广大中低收入群庞大的贷款需求，积极发展小额信贷业务。预计未来 15 年，中国的小额消费信贷市场将以每年 25%-30% 的速度快速增长，但是与传统商业信贷相比，小额信贷具有手续繁杂、成本较高等风险，这导致国内金融机构开办小额信贷业务的积极性不高，广大中低收入群庞大的贷款需求被拒之门外，迫切需要帮助。

2007 年及未来，中国平安将通过培养一大批合格的审贷专业人才、建立可靠的盈利模式与风险控制模式，积极开展小额信贷业务，在商业操作与社会效益之间取得合理的平衡，满足广大中低消费群体的贷款需求。

E 服务平台提升服务便捷性

2007 年，为方便客户在多渠道享有服务，提升服务的便捷性，中国平安将通过电子化手段向客户传递服务信息，提高多渠道间服务的协同能力，提升服务的主动性与客户的服务感受。中国平安希望，通过电子化手段丰富服务人员信息传递的渠道和时效，改善服务质量，为客户带来更为便捷的服务体验。

（三）为员工负责：共同成长成就价值

中国平安素有“保险业的黄埔军校”的美誉，“竞争、激励、淘汰”的机制与文化，培育出大量中国保险业的优秀营销及管理人才。

平安集团董事长兼 CEO 马明哲将平安的企业文化概括为“三不”理论：不惜代价地招募最优秀人才；不遗余力地打造制度化平台；坚定不移地培养海纳百川的平安文化。

而在用人机制上，马明哲的标准则是“确保每一位为平安效力的人才都有发挥的平台、有成就感、有合适的收入、工作虽然有压力但很开心”。——《倦鸟归巢平安旧部来归》经济观察报

中国平安以竞争甄选人才，以激励鼓动人才，以淘汰优化人才。2007，中国平安将进一步践行对员工负责，生涯规划，安家乐业的使命，提高员工满意度、实现平安对员工、对社会的郑重承诺。

保障员工的“话事权”

中国平安依据《公司法》和公司章程的规定，建立起职工董事、职工监事选任制度，确保职工在公司治理中享有充分的权利；支持工会依法开展工作，对工资、福利、劳动安全卫生、社会保险等涉及职工切身利益的事项，通过职工代表大会、工会会议的形式听取职工的意见，关心和重视职工的合理需求。

中国平安集团监事会由9名监事组成，其中外部监事、股东代表监事、职工代表监事各3名。根据公司章程，职工代表监事有权对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见，能有效实施对公司董事会、高级管理人员进行监督，从而有效保护公司小股东及广大职工的合法权益。

中国平安集团及各专业子公司均建立健全了工会及职工代表大会体系，各级工会在维护集团整体利益的同时，代表和维护集团职工的合法权益，为职工群众说话办事，深入基层调查研究，听取职工群众意见和建议，做好职工来信来访的接待工作，提高职工的福利，改善职工的工作环境和待遇。

培养综合金融服务人才

2007年，作为中国平安培养后备人才基地的平安金融培训学院在课程设置方面将推出许多全新举措，通过建立人才发展体系，选拔、发展、考察、评估使用人才；形成管理、领导力发展核心课程体系；试办“综合金融服务”技能班等培训方式，为集团战略转型培养综合金融服务人才。

Just a smile! “微笑 美丽心世界”

2007年，中国平安将围绕平安企业文化形象的金牌代言词——“微笑”，启动以“微笑 美丽心世界”为主题的2007年中国平安企业文化推广活动。中国平安希望通过这项活动，加深员工对中国平安企业文化的认识，进一步改善员工服务意识和态度，增强客户的品牌好感；促进职场融洽，增进团队凝聚力；关爱员工心灵健康，减缓压力。

2007年，中国平安将围绕Just a smile!“微笑 美丽心世界”的活动核心，推出“寻找最美丽微笑”2007中国平安礼仪之星——微笑大使大赛、“最动人的微笑”网络征文活动、“微笑，美丽印证”摄影大赛等，分别选出20名微笑大使、19篇微笑美文、19幅微笑靓影。

搭建员工关系沟通平台

2007年，中国平安将搭建并完善有效的员工关系沟通平台，通过建立内部沟通平台、加强员工关怀工程、设计更合理的员工福利计划，实现公司、客户、员工利益的共同增长，来推动业务平台稳定健康的发展，维护员工利益，实现安家乐业。

（四）对社会负责：承担更广泛社会责任

当身边这个腼腆憨厚、纯朴寡言的十九岁的女孩子叫我“妈妈”的时候，我的心还是震颤了，眼角也不自觉的湿润起来。好像这样的事情不会发生在我的身上，恍如电影中的镜头、片断？可一切都是真真切切的现实。

那还是在七年前，我有幸参与了平安希望小学的考察活动。陕北延安的黄土高坡，那口残缺破旧的窑洞里，我见到了这个孩子。她叫喜娃，那一年，她十二岁，在延安平安希望小学读五年级。窑洞里仅有的一口小木箱和一张已看不清颜色的有好些年头的木桌子，就是喜娃和她姐姐的全部家当，大概这是她们的父母离开姐妹俩时，能留给孩子的所有东西了。父亲早逝，母亲改嫁他乡后就再没了音讯。

窑洞里没有电灯，没有可以落座的椅子，没有像样的家什衣物，没有可以美美的填饱肚子的食物，其实，她们几乎什么东西都没有，但她们却有着同龄孩子所没有的东西……

直到现在，我仍清晰的记得窑洞里那几张贴在土墙上最值得喜娃骄傲的奖状，记得因交不起每月2元的电费，姐妹俩用旧墨水瓶装上废弃的柴油，自制的那盏点燃就会冒出浓浓黑烟的小油灯，记得喜娃趴在桌子边就着小油灯勤奋苦读的身影和她那好强执着的个性，记得那碗姐妹俩逢年过节才会吃上但却为我擀出的面片，还有邻居大妈送给姐妹俩改善伙食而被她俩盖在了我碗里那只荷包蛋……

从希望小学考察回来后，我们在本部门开展了为喜娃捐款捐物的活动，大家都希望能为这个孩子做些什么，帮助她些什么，就这样，“喜娃基金”成立了，七年来，一直不间断地给喜娃寄送生活及学习用品以及每学年上学的补助费用，认真记录着每一笔开支。基金的资金有缺口了，我就再一次发动大家筹款，部门同事的调进调出，丝毫没有影响到“喜娃基金”的资金补给——2000年，喜娃顺利考上初中；之后，进入延安大学附属中学读高中；2005年6月，她终于不负众望，考上了梦寐以求的延安大学，翻开了新的人生乐章。——集团品牌宣传部职员彭洋《放飞希望》

2007，中国平安将在2006年开展的一系列的公益活动的基础上，继续用心回馈社会，认真践行企业公民的职责，在慈善教育、红十字公益、传统文化推广等方面承担更加广泛的社会责任。

第46所平安希望小学落户西藏

2007年，中国平安第46所希望小学将落户西藏，该希望小学由平安产险西藏分公司援建。

1993年10月26日，中国平安成立捐助希望工程基金会。1994年，随着安徽六安第一所平安希望小学的建成，平安希望公益事业正式开启。截止目前，中国平安已经投资逾1000万，在宁夏、湖南、新疆、云南、黑龙江、四川、贵州、江苏、重庆、江西等共33个省市边远贫困地区援建了46所平安希望小学。

自第一所希望小学援建至今，每年，各希望小学所在地分公司都定期组织内外勤员工对希望小学进行回访，向学校捐赠电脑、课桌椅、体育器材、图书、衣物、学习用品等物资，并联系学校开展“一帮一结对子”的助学活动，用实际行动持续关注孩子们的健康成长，帮助贫困地区的适龄儿童重返校园，积极投入贫困地区教育事业的建设与发展。

配平安希望小学分布图（中国地图上标注小学）

省份	学校名称
1 安徽	安徽省六安市顺河平安希望小学
2 宁夏	宁夏泾源县大湾乡平安希望小学
3 湖南	湖南省石门县石门平安希望学校
4 云南	云南省丘北县平安希望小学
5 新疆	新疆伽师县卧里托格拉克乡平安希望小学
6 黑龙江	黑龙江大庆肇洲县平安希望小学
7 江苏	江苏省淮安市新渡乡平安希望小学
8 四川	四川省绵阳北川县桂溪平安希望小学

- 9 重庆 重庆市开县白泉平安希望小学
- 10 江西 江西省上饶县平安希望小学
- 11 青海 青海大通县斜沟乡平安希望小学
- 12 广西 广西省天等县平安希望小学
- 13 陕西 陕西省延安市宝塔区梁村乡平安希望小学
- 14 陕西 陕西省志丹县双河乡平安希望小学
- 15 贵州 贵州省织金官寨小妥保平安希望小学
- 16 湖北 湖北省郧西县土门镇九龙平安希望小学
- 17 福建 福建省上杭县梅溪平安希望小学
- 18 北京 北京房山区浦洼乡平安希望小学
- 19 山东 东营平安希望小学——永安镇第二小学（2004年平安希望小学合并到此校）
- 20 江西 江西省赣县韩坊平安希望小学
- 21 浙江 浙江省武义县岭下汤平安希望小学
- 22 湖南 辰溪平安希望小学
- 23 山西 山西省繁峙平安希望小学
- 24 山西 山西省左权县羊角平安希望小学
- 25 甘肃 甘肃会宁县牛河平安希望小学
- 26 辽宁 辽宁省普兰店市铁西圈龙山村平安希望小学
- 27 江西 江西省遂川县堆子前平安希望小学
- 28 湖南 凤凰平安希望小学（合并到另外的一所小学）
- 29 辽宁 辽宁省辽中县寇家平安小学
- 30 江西 江西省遂川县泉江镇新寨平安希望小学
- 31 河南 河南省濮阳县徐镇平安希望小学
- 32 安徽 安徽省阜阳市颍上县南照平安希望小学
- 33 安徽 安徽省蚌埠市五河县申集平安希望小学
- 34 安徽 安徽省六安市霍丘县新店平安希望小学
- 35 安徽 安徽省滁州市来安县舜山平安希望小学
- 36 安徽 安徽省淮南市潘集区潘集平安希望小学
- 37 广西 广西省梧州市龙华平安希望小学
- 38 湖南 湖南桂东县寨前平安希望小学
- 39 广东 广东省杨西县团结平安希望小学
- 40 吉林 吉林省蛟河市天岗镇尚义村平安希望小学
- 41 海南 海南省海口市龙华区平安希望小学
- 42 内蒙古 内蒙古岱海平安希望小学
- 43 河北 河北省赞皇县南邢郭乡东郭家庄平安希望小学
- 44 湖北 湖北黄梅县平安希望小学
- 45 广东 梅塘平安希望小学
- 46 西藏 西藏 平安希望小学

金种子——“中国平安希望小学百万维护计划”

2007年，中国平安将划拨百万元维护专款，实施“金种子”中国平安希望小学百万维护计划，并设立“平安希望小学日”，号召各机构开展对希望小学的回访援助活动。

在活动开展期间，全国各地的平安员工将捐去他们的爱心，百万元的维护费用将用于改善希望小学的办学条件、校舍修缮、课桌椅更新修理、学校体育设施完善、教学设备支持等。“金种子”给孩子们带去的不仅仅是感动，更多的是期望，是鼓励。

金粉笔——“中国平安希望小学百名优秀教师奖励计划”

为支援贫困山区师资建设，鼓励在贫困地区基础教育事业中克服困难、无私奉献、取得优异成绩的平安希望小学优秀教师，从2007年起，中国平安与中国企业社会责任同盟共同发起设立“平安希望小学教育奖励金”，旨在表彰那些长期战斗在教育一线，有突出贡献的贫困教师和教育工作者，鼓励他们在贫困地区基础教育事业中安心教学、勉力工作、克服困难、无私奉献，努力取得优异成绩。

新农村 新希望——“中国平安希望小学支教计划”

单一的财物捐助远不能够解决文化知识的贫乏、观念意识的落后。以优秀的人才启发孩子们的心智，培养他们的独立思考能力是帮助摆脱乡村贫困的企业社会责任之一，通过志愿者不同经历开启孩子看世界的另一个窗口，让希望小学的孩子获得平等的发展机会。2007年，中国平安与中国青少年基金会共同举办“新农村 新希望——中国平安希望小学支教计划”，在安徽、贵州、甘肃、山西进行为期2个月的乡村支教。

•“小桔灯”乡村小学图书馆计划

中国平安深信：知识改变命运。乡村的孩子们跟城里的孩子一样天资聪颖，但是由于经济发展水平较低，学校和学生家庭都难以支付课外读物的费用，给孩子们创造一个优良的课外阅读环境就更加不可能。

2007年，中国平安将推出“小桔灯”乡村小学图书馆计划，在全国6所希望小学建立6个乡村图书馆，初步建立乡村小学“小桔灯读书会”，并逐步将读书会培养成为固定的学生课外组织，使他们除了从学校、老师那里获得言传身教以外，更可以通过书本了解外面的世界，

从而获得课堂教育之外的知识，开拓视野，启迪思维。

中国平安公益基金 “一元慈善” 计划

2007 年，中国平安公益基金除了继续开展“圆梦行动”支助贫困大学生外，还以“点滴爱，汇成江河”的理念为倡导，推出中国平安公益基金“一元慈善”计划，意在通过点滴的善行，累计博大的爱意，用点滴爱心折射无疆大爱。

中国平安将在全国各分级机构、营业网点、客服门店设立“一元慈善”捐款箱，长期接受公司员工和客户的不记名捐款。该捐款将纳入“中国平安公益基金”账户，对贫困大学生进行资助。此外，受资助的大学生还有机会参加到平安勤工助学活动中，到中国平安各分公司实习，以增添社会工作技能，帮助大学生毕业顺利走向工作岗位。

励志计划及少儿平安行动

作为中国平安的传统公益品牌项目，2007 年中国少年儿童平安行动将围绕“少儿安全”核心，举办“中国少年儿童安全教育专题研讨会”；“我自护我平安，共创和谐校园（社区）”安全知识竞赛；大力创建“中国少年儿童平安行动”示范学校，广泛开展“自护章”争章活动；积极推广“平安自护营”体验教育活动；举办“进城务工就业农民子女平安自护夏令营”；积极开展创建“中国少年儿童平安行动示范社区”；“平安社区健康行”专家巡讲活动。

2007 年，中国平安精英大学生励志计划将本着“以专业为核心，以创新为突破”的原则，举办十大经济话题评选及颁奖盛典及“青年励志论坛”城市巡演活动，成立平安励志同学会，完善参与者的互动和沟通机制。

八、跋：在路上

19 年来，从深圳蛇口一家小型保险公司成长为市值超 500 亿美元的国际大型金融企业，中国平安以坚定的成长足音，融汇在中华民族伟大复兴的神圣交响乐之中，成为中国社会合格的企业公民。

19 年来，我们见证了中国改革开放的历程，见证了中国企业从本土走向国际化的历程，更见证了中国企业公民的成长历程。

19 年来，我们见证了自己的成长，从最初的赚钱养民，到兼济天下，我们懂得了企业作为一个公民的含义和价值。

19 年的企业公民之路，还只是历史长河的一瞬，中国平安深刻地意识到，在员工权益、客户关系、公益投入等平安已经努力多年的领域中，还有很多提高和完善的机会。我们愿意与政府、企业及媒体等社会各界合作，分享经验，探讨多样化的贡献方式，并带动更多的员工和社会各界加入到关注和回馈社会的行业中来。企业公民的责任还任重道远，我们还将继续矢志不渝的走下去。

在企业公民的道路上，我们走了 19 年，我们还将继续走下去。

“天行健，君子以自强不息；地势坤，君子以厚德载物”，我们愿与更多的人携手，尽我们的一己之力，为致力成为中国乃至世界最好的企业公民而不懈努力！