

持续增长

中国平安二十周年企业公民之路
暨二零零八企业公民报告



中国平安

专业·价值 PING AN OF CHINA

保险·银行·投资

可持续的增长

中国平安二十周年企业公民之路
暨二零零八企业公民报告



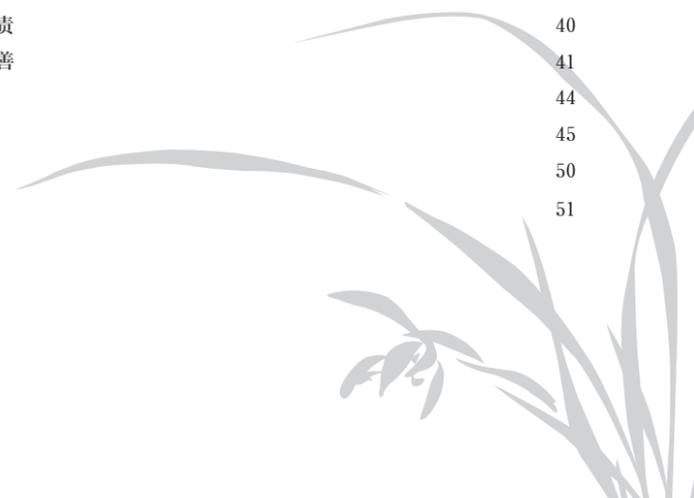
目录



一、董事长兼CEO致辞	01
二、关于本公司	03
三、企业责任观	05
四、本报告主题阐述	06
五、中国平安20周年企业公民之路回顾	07
(一) 综述	07
(二) 对股东负责: 稳定回报 资产增值	08
持续丰厚的回报	08
完善的治理架构	08
清晰的发展战略	09
强大的业务增长平台	09
出色的风险控制能力	09
(三) 对客户负责: 服务至上 诚信保障	10
平安客户责任概览	10
真诚服务20载	11
(四) 对员工负责: 生涯规划 安居乐业	14
平安员工责任概览	14
共同走过二十年	15
(五) 对社会负责: 回馈社会 建设国家	17
遵纪守法	17
环境之责	18
公益慈善	19
六、2007中国平安企业公民实践成果	23
(一) 股东	23
A股成功回归	23
优秀的商业表现	23
稳固的财务基础	24
夯实业务增长平台	24
(二) 客户	24
金融工厂化运营管理平台	24
刷新服务模式, 养老金、证券首推客户服务节	25
平安人寿打造电子化交费平台	25
平安产险推出VIP服务	25
关注民生, 产品创新再获认可	25
注重客户体验, 再获客户管理大奖	26



(三) 员工	26
代理人培训中心完成全国布点	26
建立《平安培训发展课程体系》和师资队伍	27
大力推动远程教育, 将培训送达员工桌面	27
构建融洽的员工关系与工作氛围	27
(四) 社会	29
遵纪守法	29
环境之责	30
公益慈善	31
附: 2007年荣誉表	34
七、2008中国平安企业公民建设纲要	37
(一) 股东	37
善用资本, 加快发展	37
构建全球资产配置平台	37
快速发展, 凸现综合金融优势	38
风险控制能力不断增强	38
(二) 客户	38
提供高价值服务 成立平安VIP俱乐部	38
“平安一账通”服务	38
从3A到4A	39
(三) 员工	39
“平安员工企业年金计划”正式启动	39
2008平安员工成长互动平台	39
2008中国平安“微笑·魅力平安”礼仪之星评选大赛	39
(四) 社会	40
遵纪守法	40
环境之责	40
公益慈善	41
八、展望未来	44
九、相关方证言	45
十、关于本报告	50
十一、GRI索引	51



董事长兼CEO致辞



董事长兼CEO：马明哲

2008年，是中国平安成立二十周年。我们欣喜地看到，平安从无到有，从小到大，从最初的13名员工、净资产只有4500万的单一财产险公司，发展到今天，成为拥有超过37万员工和营销队伍，总市值超过4500亿人民币，业务跨越保险、银行、资产管理、年金等领域的综合金融集团，跻身福布斯全球500强，在全球金融企业中名列前30，位居全球保险集团企业第6。我们最为骄傲的是，平安为全国共约4095万个人客户和197万企业客户提供了保险保障和专业金融服务，创造了并继续创造着价值。让我们更感欣慰的是，二十年风雨兼程，平安在企业公民的道路上坚守并一路前行。

《周易》里有句话，叫“厚德载物”。一个真正有德的人，胸怀要像大地能承载万物，像大海能容纳百川，立志高远、脚踏实地，能担起大任，挑起大梁，不仅能独善其身，更能广济天下，为社会做出应有的贡献。

企业也不例外。从内部经营运作上来说，企业是一个严密的组织体，讲究上传下达的效率、敏锐快速的市场反应，而从其外部形象和行为而言，就是一个有名有姓，有品有格的公民企业。企业生于社会，长于社会，不仅作为一架创造利润的机器存在，还肩负着各种“赚钱”以外的责任，对国家的责任、对社会的责任、对人民的责任。一家企业，无论大小，只有当它把自己的生存和发展，与国家、社会、民生的发展紧密联系起来，才能走得稳，走得远。

平安自创立之始，时时谨记身上重任，责无旁贷。我们要对股东和广大投资者的长远期待负责，追求长期增长，为股东资产增值，稳定回报；对客户负责，恪守“客户第一、服务至上”的理念，提供诚信保障；对员工负责，提供职业生涯进行规划，让员工安居乐业，开心、体面、有尊严地生活。而对立志基业长青、建设百年老店的企业，这些都是应尽的责任，但还远远不够。要积极推进行业的创新与发展，要努力维护社会的伦理与规范，要参与构建民族的道德与操守，要倡导社会主义文化，要引领健康生活方式，要积极践行慈善公益行为……这些，更是一个胸怀大志的企业应承担的责任和应履行的义务。是否心怀社会，将切身利益和国家、社会、民族、人民的利益结合起来，这是企业长期存在、持续发展的根基，也是平安一直以来秉持的企业使命。

过去二十年间，平安在为社会创造财富的同时，努力履行企业社会责任，在践行企业公民行为上投入了大量的人力、财力、物力。受客户、社会抬爱，平安连续七年获得“中国最受尊敬企业”称号，四度获得“中国最佳企业公民”称号，进入“中国十大慈善企业”榜单，更被看作“推动中国企业公民本土化实践的先行者”。

中国平安将以此为鞭策，更加坚定、扎实地践行一名公民企业的责任和义务：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，以实际行动，回报来自社会各界的支持、信任和厚爱。

中国平安保险(集团)股份有限公司董事长兼CEO



关于本公司



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。

中国平安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、平安信托投资有限责任公司(“平安信托”)、深圳平安银行。平安信托依法控股平安证券有限责任公司,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2007年12月31日,按照国际财务报告准则(IFRS),平安总资产为人民币6,912.98亿元,权益总额为人民币1,138.51亿元。按中国会计准则,平安总资产为人民币6,511.04亿元,股东权益为人民币1,092.18亿元。

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。

中国平安通过旗下各专业子公司共为约4,095万名个人客户及约197万名公司客户提供了保险保障、投资理财等各项金融服务。平安拥有约30.18万名寿险销售人员及7万余名正式雇员,各级各类分支机构及营销服务部门3,000多个。2007年,按照国际财务报告准则,平安实现总收入为人民币1,370.51亿元,净利润达到人民币192.19亿元。从保费收入来衡量,平安人寿为中国第二大寿险公司,平安产险为中国第三大产险公司。



中国平安的企业使命是:对客户负责,服务至上,诚信保障;对员工负责,生涯规划,安家乐业;对股东负责,资产增值,稳定回报;对社会负责,回馈社会,建设国家。中国平安倡导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。集团贯彻“竞争、激励、淘汰”三大机制,执行“差异、专业、领先、长远”的经营理念。

中国平安是中国金融保险业中第一家引入外资的企业,拥有完善的治理架构,国际化、专业化的管理团队,集团高层管理团队超过1/2来自海外。中国平安拥有中国金融企业中真



正整合的综合金融服务平台,实现了公司战略、企业文化、品牌传播、IT技术、人力资源、资产管理、计划管理和风险控制等集中统一,可以为个人客户和企业客户提供系列的个性化产品和服务。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。

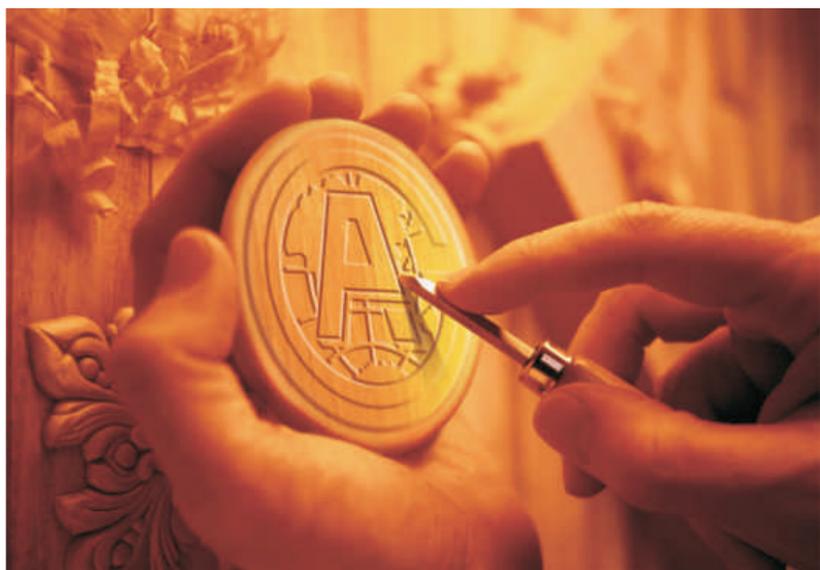
作为“中国企业社会责任同盟”的发起人之一,中国平安致力于承担社会责任。在依法经营、纳税的过程中创造企业的阳光利润;在社会层次中尽到道德责任与慈善责任,将企业的核心价值观贯彻在教育公益、红十字公益、灾难救助等公益事业中。截至2007年底,已投入1100万元在全国各省市边远地区援建了52所平安希望小学;连续四年举资600多万元开展中国平安励志计划;连续五年每年投入百万,公益协办中国少年儿童平安行动;连续六年组织无偿献血活动,员工义务献血量已达到800万CC,并向中华骨髓库2003年至2010年的所有造血干细胞捐献者赠送一年期重大疾病和意外伤害保险,捐赠总保额逾3亿元。





企业责任观

中国平安秉持厚德载物之理念，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。



本报告 主题阐述



本报告主题为——可持续的增长。

作为国内第一家股份制金融保险企业，中国平安诞生之初就具备了“勤谨、专业，为股东创造可持续价值增长”的基因。中国平安意识到，要成为百年老店，要建成国际领先的综合金融集团，追求“可持续、有价值、超越市场的增长”是关键保证，而在增长的这三个原则中，保持“可持续”的增长是最难的，但又是重要、最关键的。

中国平安坚信，承担企业社会责任，履行企业公民职责，是企业获得可持续发展的有力保障。中国平安致力于建设中国道德标准最高的保险公司，“百年老店、诚信为基”，正如平安集团董事长兼首席执行官马明哲所说：“厚德才能载物，企业发展的得越大，所承载的责任也越多，所需要的德行也愈加深厚。”

2008年是中国平安20周年华诞，20年，对一家致力于构建金融业百年老店的企业而言，只是创业发展的重要阶段，拥有可持续的增长实力才是成就百年老店梦想的坚实基础和强劲动力。



中国平安20周年 企业公民之路回顾



(一) 综述

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，以对股东、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”。平安的企业公民理念以诚信为核心，以对股东、客户、员工及社会负责为使命，深刻地揭示了企业存在的理由、企业的使命与抱负、企业赖以生存的环境及环境主体之间的关系。

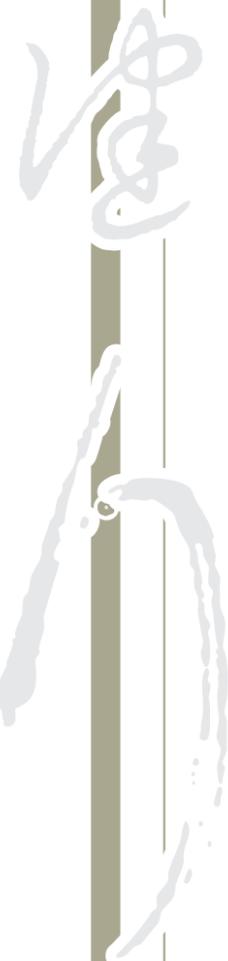
平安认为，企业行为是超越单纯经营管理范畴的，需要接受各个利益主体的评价和检验。各大利益主体相互促进，和谐共生，对任何一方的偏废，都可能造成对公司价值的巨大损害。只有平衡好各个利益主体的利益，才能长久的为股东提供长远的价值回报、为客户提供坚实和长久的保障，为员工提供安身立命、安居乐业的环境，也更有能力实践建设国家、回报社会的诺言，从而为企业创造永续价值的坚实基础和保障。

平安领会到，保障客户利益是企业生存的基础，客户的忠诚是平安生存和发展的活水源泉；保障股东利益，为股东创造价值，是平安创造事业的保证，企业通过良好的业绩表



现，赢得股东的信任，获取更多的资本支持和发展空间；保障员工的利益，是平安获得永续发展的关键，长期忠诚的员工，是企业的核心竞争力；积极的承担社会责任是企业永续发展的保障，企业在实现价值的过程中，通过对社会责任的承担，在公众心中树立良好形象，从而更好的赢得客户信赖、员工忠诚及股东的信赖，获得永续发展的持久动力。

因此，作为一家有着远大抱负，长远期待的企业，不仅要承载股东和广大投资者资产增值的回报和长远期待，承载数千万客户的信赖和对他们的承诺，承载数十万员工安身立命的家园感，同样，它还要承载行业的创新与发展，社会的和谐与进步，乃至商业伦理规范的恪守以及对美好未来的永恒追求。



(二) 对股东负责：稳定回报 资产增值

平安深知，股东和广大投资者向公司投入资本，是对公司管理者及员工的信任与支持。我们承载的是股东们资产增值的厚望及实现股东长远价值的责任。为确保股东长远价值的实现，平安积蓄了坚实的发展基础和强劲动力。强大的后续发展实力是未来股东价值增长的重要保障，也是未来股东和广大投资者对平安的信心所在。



持续丰厚的回报

从招商局、中国工商银行发起设立，到员工持股公司新豪时相伴成长，高盛、摩根·斯坦利两家国际顶尖投资银行的慧眼垂青，国际金融业翘楚汇丰集团的战略合作，及至2004年6月，中国平安在香港联合交易所整体上市，2007年3月，在上海证券交易所上市，中国平安给予股东们持续、丰厚、快速增长的投资回报。截至2007年12月31日，按中国会计准则，平安总资产达到人民币6,511.04亿元，股东权益增至人民币1,092.18亿元。基本每股收益为2.11元，集团的内含价值为人民币1,503.11亿元，与2006年相比增长129.2%。

完善的治理架构



中国平安是中国保险业第一家真正意义上的股份制企业，从开业之初就实行规范的法人治理结构。

中国平安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。

中国平安组建了国际化、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。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。

中国平安监事会成员中，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。





清晰的发展战略

创业之初，平安就制定了清晰而高远的战略目标：建设成为国际领先的综合金融服务集团。20年来，平安保险业务快速发展壮大，目前，平安人寿是国内第二大寿险公司；平安产险是国内第三大产险公司；平安养老险是国内最大的养老保险公司。未来，我们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加快发展，使“保险、银行、投资”成为三大业务支柱，实现“一个客户，一个帐户，多个产品，多种服务”，为我们的客户提供“4A服务”，无论何时何地，以何种方式，都提供客户所需要的任何金融产品和服务。

基于上述发展目标，中国平安2006年制定了清晰的综合金融战略规划：未来5年仍以产、寿险业务为主体，持续的贡献利润；3-10年银行和资产管理业务成为利润增长点；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。

可以说，平安正按既定战略规划稳步实施，实现跨越式发展，不断挑战新高，为公司持续地创造利润增长，向股东提供稳定可靠的投资回报。

强大的业务增长平台

平安已经构建了强大的业务增长平台。保险、银行、投资综合金融“三支柱”战略架构进一步巩固，市场影响力进一步提升。未来，保险业务将继续健康快速发展，寿险业务推进二元化战略，“挑战新高”；产险业务在各险种、各渠道、各区域、各客户类型上实现全面增长；银行业务加速转型与发展，银行业务支柱将得到加强；投资业务将把握市场有利时机，取得良好业绩，为公司利润倍增做出贡献。随着三大支柱业务的均衡发展，平安综合金融架构的业务增长优势将进一步彰显，各专业子公司将发挥协同效应，为客户提供一揽子的多元金融服务，为公司业务带来持续快速的的增长。强大的后续发展实力是未来股东价值增长的重要保障，也是股东和广大投资者对平安的信心所在。

出色的风险控制能力

20年来，平安逐步形成了一套集中管理、防范风险的运营机制。经营方面，建立了权限分明的集中两核管理体制、严格的新产品开发流程和领先同业的精算制度；管理方面，平安有着严密高效的组织架构体系、严格的资金控制流程和资金管理制度、双重的经营和投资风险控制体系、独立于经营的稽核审计体系以及责权明确的区域性督导体系等，形成了良好的风险管控能力。

这其中，特别值得一提的是集团运营管理中心。平安20年发展历程中的前十多年完成了全国布点的任务，集团运营管理中心则是将分散于全国800多个城市的后台集中起来，分成核保、保全、理赔、会计作业、电话中心等20多个专业作业部和项目组，服务于3000多个分支机构的客户前端，不仅实现了服务标准的统一与标准化，更因为前后台分开，有效地防范了不同地域、标准、运营方式参差不齐所隐含的风险。目前，公司运营管理中心的作业错误件比率控制在千分之一以内。



(三) 对客户负责：服务至上 诚信保障

中国平安健行不息20载，与广大客户相伴成长。作为立足中国大地、关注百姓安康的本土金融企业，多年来中国平安一直陪伴在国人身边，深入体察国人金融服务需求之万变秋毫，用心满足国人拥有平安幸福之朴素追求，潜心钻研、厚积薄发，以专业的产品和诚信的服务，为客户创造价值，提供保障。用最真诚的心，实践着“中国平安，平安中国”的承诺，让每个家庭拥有平安。
用信心成就强大服务能力……
用细心打造全面服务体系……
用爱心提升客户满意指数……
用恒心创造持久服务价值……



平安客户责任概览

中国平安以保险为核心，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，通过旗下各专业子公司为共约4095万名个人客户及约197万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30万名销售人员及7万余名正式雇员，各级各类分支机构及营销服务部门3,000多个。

凭借强大的综合金融服务平台，平安实现了公司战略、企业文化、品牌传播、IT技术、人力资源、资产管理、计划管理和风险控制等集中统一，可以为个人客户和企业客户提供系列的个性化产品和服务。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。

中国平安已经构筑起保险、银行和投资三大业务体系，为客户提供“保险”、“银行”和“投资”各大系列的金融产品。

中国平安拥有国内领先的客户服务措施和优秀的服务人员，中国平安以雄厚的企业实力、一流的服务平台和强大的服务能力不断创新服务举措，以满足客户不断变化的需求，更注重客户对产品或公司的每一次体验，通过渗透于售前、售中和售后等各个阶段、各种接触渠道的服务措施，无缝隙地为客户传递良性信息，实现良性互动，进而创造差异化的客户体验，真正赢得客户的满意和信赖。



真诚服务20载

海内外急难援助服务

申请了全球急难援助服务的平安客户，在世界绝大部分地区遭遇困境，只要拨打95511，便可享受中国平安专业、便捷的服务。其中国内急难援助服务包括“紧急代垫住院保证金”等9大项目，海外急难援助服务包括“紧急医疗转送”等18大项目。这一高附加值的的服务措施得到了广大客户的普遍欢迎。

“一柜通”服务

中国平安已经建立400多家全国标准客户服务中心，开通“一柜通”服务项目，让客户在一个柜台前办完所有的手续，并安排了引导员和优秀的营销员为客户提供及时、专业的服务，向平安客户提供全国一致的标准服务。同时平安增加服务门店，开通PA18网上缴费功能，使服务网络不断延伸。

7X25服务

平安全国电话中心在一周七天、一天24小时都可为客户提供全天候的电话服务，平安保证客户的需求在25小时内获得答复。



全国通赔

车险理赔的方便和快捷是客户最为关心的问题，凡购买了平安车险，客户在全国各地，包括西藏在内的任何平安的分支机构，都可以获得车险的快速理赔，享受到平安的保障与护佑。

温馨理赔

平安人寿为客户推出了“理赔申请免填单”、“本地投保，异地理赔”等温馨、周到的理赔服务。

客户服务节活动

一年一度的平安寿险和产险的客户服务节活动，是平安回馈客户、回馈社会的集中体现。自1996年平安寿险在同业中首创客户服务月活动以来，已通过这项全国统一的大型活动，开展了百万客户大回访、系列少儿比赛、客户座谈会、客户游园会、VIP客户免费体检等系列活动。2004年，平安产险也在全国产险公司中率先推出客户服务节，共同为客户提供标准化、差异化基础服务和丰富的高附加值的客户服务。



全方位的客户服务体系

中国平安不但是优秀产品的生产商，更是优质服务的提供商。2000年，平安3A客户服务体系初步建成。7月18日，平安全国电话中心95511在苏州开通，8月18日，一站式综合理财网站PA18正式启用，平安大步进入电子商务。在提供产、寿、证、投、银等全方位的产品服务的同时，中国平安已经形成了电话中心、PA18网站、门店中心、业务员服务队伍四大体系，并通过统一的技术平台，整合成完整的3A服务体系，努力使客户无论何时（Anytime）、无论何地（Anywhere）、无论以何种方式（Anyway），都能享受到平安最便利和快捷的服务，标志着平安的客户服务向国际水平迈进。



健全的售后服务体系

在向客户提供一流的高品质服务的同时，平安进一步健全和完善了售后服务体系，包括续期收费、保单保全、咨询投诉、保险理赔、大型服务活动、保户卡、急难援助、标准门店以及网上热线等服务项目。

丰富的国际交流经验

平安产险在世界150个国家和地区的近400个城市设立了查勘代理网点，与中国再、慕尼黑再、瑞士再、美国再、通用-科隆再等国内外160多家保险公司、再保公司建立了业务往来，并进行密切的经验交流。

文化产品服务

中国平安1997年10月在国内保险业率先推出为客户创办的《客户服务》月报，向客户宣传保险理念，普及保险产品，传授理财技能，解答客户疑问。2003年4月，平安为VIP客户推出了《平安生活》杂志（双月刊），这是“一本关于生活及生活态度的杂志”，融生活、学习、娱乐、文化、思想、哲学于一体，款式精美，品味高雅，受到客户欢迎。

一个客户，多个产品

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。以市场为依托、以客户为导向、以先进的国际标准和经验为参照，中国平安旗下各子公司已经先后开发出满足市场和客户需求的团体险、个人险、财产险、银行保险、证券、资产管理、企业年金、养老保险、银行产品等多类产品，为客户的生活保障和投资理财提供了充分的产品

选择。

中国平安根据频繁出行的客户需求，推出一款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。



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。

中国平安全国后援中心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年底前开业的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。

P-STAR五星级服务

平安人寿首次在业界提出“P-STAR五星级服务品牌”的概念与目标。P-STAR即主动、简单、及时、方便、可靠这五项指标的英文缩写，取平安保险五星级服务之意。

其中，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，但平安将用最积极、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，但平安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。平安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平安的服务，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。

（四）对员工负责：生涯规划 安居乐业

员工是公司价值成长的基石，是企业的血脉。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。公司对员工负责，员工奉献于公司，发展于公司。员工价值与公司价值共成长。

员工是企业最宝贵的财富。中国平安在国内保险业率先引进精深的专业技能和先进的国际管理经验，培育了一大批本土管理、业务精英，以创新的竞争机制、完善的培训体系、真切的人文关怀，锻造出一个新时代的中国保险人才的“黄埔军校”。为员工创造成长的平台，提供成长的通道，“成就感、合适的收入、开心”，公司努力营造员工成长的适宜环境。



“人才是根本、培训是基础”。从1993年平安创建培训部门到2006年平安金融培训学院的成立，中国平安始终坚守的是“教育兴司”的理念。平安金融培训学院立志在5-8年内，把平安金融培训学院建成具有国际领先水平的金融业企业大学。为平安员工创造出开放的、先进的学习环境，为社会培养出优秀的金融人才。

平安员工责任概览

平安以价值最大化为一切工作的出发点及检验标准，并以此将平安企业文化完整地定位为：“以优秀的传统文化为基础，以追求卓越为过程，以价值最大化为导向，做一个品德高尚和有价值的人。”这一阐述，以价值最大化为桥梁，解决了做人与做事、人文情怀与科学理性沟通的问题。中国平安根据国家的劳动用工相关法律和政策，制定了员工休假、薪酬、考核等制度，使员工能够规划生涯、安居乐业。

竞争、淘汰、激励三大机制是中国平安造血引擎的三驾马车，带着平安向前奔腾，更催促着平安三十多万内外勤员工在快车道上竞技疾驰。平安通过内部竞争使人才脱颖而出，带来发展的动力；用激励机制催化员工潜能，调动员工工作热情；用淘汰机制吐故纳新，保持队伍的生命力，使公司持续、稳定地发展。

中国平安全新的“职场成就”理念，“成就感、合适的收入和开心”三个要素为员工成功期许定位——成就感：拥有成绩、获得认可、信心倍增，这是工作带给



人的成就感；在行业、公司中因工作获得专业的成长，也是成就感。合适的收入：因自己的工作获得相应的报酬，既有收获的喜悦，被认可的欣慰，也有继续努力的鞭策。开心：团结、向上、精诚合作的团队精神，学习、进步、兼收并蓄的文化氛围，融入并成长于这样的氛围，有助于员工建立健康积极的职业人格、保持良好的心态。当拥有合适的收入，并因成就感而充实、开心地工作，员工们便是推动平安不断发展的功臣，就是“职场英雄”。

共同走过二十年

薪酬福利

中国平安建立了与集团的长短期战略、业务目标、企业文化相一致的，具有市场竞争力的合理的薪酬规划体系，目的是吸引、保留、激励、发展优秀人才。

目前，以“导向清晰、体现差异、激励绩效、反映市场、成本优化”为原则，中国平安制定了完善、科学的薪酬激励方案。近年，随着公司业务的长展和业绩增长，平安员工的待遇得到持续改善。

晋升考核

中国平安坚持严格的绩效考核，贯彻“竞争、激励、淘汰”三大机制，在绩效考核过程中坚持硬性排名、强行淘汰，将绩效考核结果与员工个人发展和利益紧密挂钩，从而激励员工不断追求卓越。

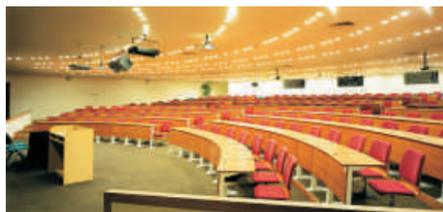
中国平安在高层管理干部中推行“问责制”，具体执行情况是：每年年初，集团根据三年战略目标，从上至下，层层分解目标至各高层管理干部，逐层落实；年终时逐级向下问责结果，根据问责结果形成绩效排名并执行相应的奖励淘汰政策。

培训与教育

早在创业初期，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，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”可与任何亚洲级保险企业的培训基地媲美。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。

从1996年起，中国平安就建立了行业内



最早的培训导师队伍，通过专业培训与授课认证，全系统共培养出了13000余名专业成熟的导师。中国平安还拥有最好的培训环境和最好的培训管理系统，是行业内唯一建立了E化培训管理系统（ETS）的公司，通过ETS系统，可建立各级业务人员的受训学籍，全面记录受训经历，并通过系统追踪培训普及率，保证各级业务人员的培训均能落实到位。通过积极投入，经过十余年的积累，中国平安培养出了一支专业的代理人团队，获得了国内外各项认证以及“最好的培训在平安”的业界赞誉。

健康与安全

对员工的身心健康，公司关爱有加。每年定期组织员工进行全面身体检查，每日早晨、上午、下午提供休息时间安排员工进行体操锻炼，遇有紧急天气状况，公司有专门的邮件通道、播音通道进行通知。



均等发展机会

平安以绩效管理为依托，激励全体员工积极进取，实现更大的个人发展与自我价值。平安要求，各级主管必须定期与下属沟通、面谈，进而确定明确的绩效目标，确定个人工作使命、职责，并规划发展与成长的具体方向，并通过持续的过程管理，不断指导员工达成目标，从而实现个人的发展与成长。由此，每位员工主动地将个人绩效目标的达成与整体团队目标、自身职业前景紧密结合，由此产生不断进步的动力，形成公司发展的巨大合力。

平安绩效管理作为公司管理的核心手段之一，得到了长期的坚持、完善与发展。公司定期根据员工绩效目标达成情况，进行公正、公平、客观的横向考核排名，从而形成考核排名结果。结合员工每年绩效排名的结果，对排名前70%人员进行定期薪酬调整，其中重点大幅加薪人员的比例高达40%，使优秀人才的个人价值得到承认、提升。公司其它福利待遇，均体现出极为鲜明的绩效导向，真正实现了能者多得；对连续排名靠前、具有一定潜力的人员，公司积极赋予更多的责任、权利，并结合培训、主管辅导、岗位轮换等各种措施，将其逐步培养为中高级管理人员，使之获得更加广阔的人生舞台。

权益保障与沟通机制

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、高级管理人员的监督，当公司董事及高级管理人员的行为损害公司利益，或违反法律法规及公司章程、



股东大会决议时，有权要求予以纠正，或提出罢免，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，关心职工，爱护员工，协助各级工会解决职工的实际问题，提高职工的福利，改善职工的工作环境和待遇。

文化活动

公司工会建有多个员工俱乐部（足球、羽毛球、摄影等）供选择参与，活跃员工身心。

（五）对社会负责：回馈社会 建设国家

回顾20年，中国平安始终坚定地行进在企业公民的道路上，不遗余力地致力于各种公益事业。

中国平安作为中国企业社会责任同盟的发起人之一，与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。



平安多年来企业公民实践取得的成绩，获得了社会的广泛认可。中国平安成为自2001年“中国最受尊敬企业”首创以来保险业唯一一家连续七年上榜的企业，并连续4年蝉联“中国最佳企业公民”称号，2007年荣膺亚洲保险行业“最佳社会责任奖”。

遵纪守法

1988年5月，平安诞生在深圳蛇口这片改革开放的前沿热土上。在20年的发展进程中，适逢国家改革开放和经济腾飞的历史契机，受益于监管单位和各级政府部门正确领导和金融保险业的快速发展，受益于深圳领风气之先的创新思想与实干精神。

中国平安以社会主义市场经济理论为指导，践行科学发展观，遵循党和政府的基本方针，谨守各项法律法规；努力建立现代企业制度，完善法人治理结构，各级组织党政工青妇精诚合作，形成协同效应，实现了企业持续、快速、高效的发展，促进了社会和谐进步。

制度保障、落实到位

中国平安自成立以来，恪尽职守，严格遵守党和国家的法律、政策，认真落实各项措施，坚持依法经营、规范管理。从2003年开始，平安第一次明确地提出并强调“遵纪守法”。2004年，中国平安进一步加强制度化建设，以制度的进一步完善来促进和实现核心竞争力。同时中国平安还在业务经营、财务管理、人力资源政策、股权结构、分支机构管理等方面一直不断进行检视和改进，以保证企业守法这个基石的稳定和牢固。



为保证公司守法经营，在公司治理方面，中国平安建立了完善的风险管理系统，设立了投资管理委员会、预算管理委员会与风险管理委员会，负责日常运营的风险管理与监控，并建立了KPI月度报告体系，严密检测经营绩效的达成。

同时，实行前后线分开的运营模式；中国平安还建立了完善的内部稽核体系，委任首席稽核执行官，进一步强化内部风险管制和法规遵从；首席稽核执行官直接向独立非执行董事任主席的稽核委员会汇报；内控管理中心合规部，建立合规风险监测关键指标体系及合规风险体系信息平台。为严肃法纪，督促集团、子公司、子公司所属分支机构及员工遵纪守法、规范经营，促进公司持续、稳定、健康发展，根据国家有关法规、公司内部管理制度及经营管理实际情况，特制定了内部稽核的红、黄、蓝牌制度，对违规部门亮牌，并限期治理整顿。

中国平安建立了健全的财务管理体系。中国平安是第一家聘任国际会计师事务所和采用国际会计准则（IAS）的国内保险公司；引进了甲骨文（Oracle）财务系统，确保财务报告实时准确；实行年度预算制度，进一步加强财务和成本控制；平安还是第一家聘任精算顾问进行价值评估和准备金检讨的国内保险公司（从1995年开始），采纳国际标准的准备金提存标准和方法。

积极宣传、深入贯彻

中国平安不仅将各种政策落到实处，并且投身参与国家政府有关政策规定的制定，推进各项政策的传播和贯彻。中国平安通过晨会、礼仪文化活动、专题活动以及会议讨论等形式，将相关政策和规定普及至全公司，促进了相关工作的有效开展。

环境之责

作为金融保险集团，中国平安一直把可持续发展纳入战略经营层面，致力于各种环保节能降耗工作，以减少能源紧缺的压力：一方面从自身做起，推行无纸化办公，减少材料损耗；在办公楼的日常管理上强化及普及节能环保意识；从环保角度择优选择供应商；另一方面，中国平安积极投入到绿色环保公益活动中去，为绿色环保贡献一己之力。

实行无纸化办公

自2003年起，中国平安实行无纸化办公，全面推行公文处理、电子邮件、会议管理、档案管理、信息发布、电子论坛、工作管理等办公自动化系统。特别是邮件文化的推行，用电子邮件的方式实时的信息分享、问题研讨、工作安排、决策制定、工作传承等，大大地提高了运作效率，大大降低了纸张的损耗，最终实现节约森林资源的目的。

对供应商的选择

中国平安不仅身体力行，做好环保节能的各项工作，在对供应商的选择上也是严

格参照环保的标准，首先对供应商进行审查，对于高污染、高能源的企业进行屏蔽，不予合作；在合同签署阶段，在合同中对环保要求做出严格规定，要求他们积极履行环境之责；在合作过程中对供应商进行严格监察，为实现社会的可持续发展做出贡献。

加强教育管理，建立健全能耗管理制度

加强宣传，提高每一个人的节能意识，养成良好的节能习惯是关键。中国平安不仅通过日常晨会、礼仪文化等方面加强员工环保节能意识，而且在办公楼关键位置设置节约用电、人走灯灭、避免长流水等标识，起到提醒警示的作用。

在环保节能的管理上面，中国平安建立起合理的节能管理机制，明确能源管理的目标和奖惩制定；制定严格的能源系统管理操作规程和合理的维护保养规程，同时加强设备寿命期管理，定时更换寿命到期设备。

积极投入社会绿色环保

中国平安热切关注环保工程，分支机构每年都会发起回收旧电池、植树等活动。2000年中国平安出资支持“三北”防护林建设，发起保护漳河、黄河等母亲河的签名运动。

公益慈善

中国平安历年公益慈善投入一览表

类别	指标	金额	时间
社 会	援建中国平安希望小学及支持其建设	1500万元	1993-2007
	中国少年儿童平安行动	500万元	2003-2007
	中国平安励志计划	650万元	2003-2007
	中国平安公益基金	1100万元	2006-2007
	红十字公益	1250万元及保额33900万元	2002-2007
	灾难救助	2060万元	1998-2007
	援建三北防护林	124万	2000



教育公益

教育关系国际民生、关乎国家的未来。中国平安怀抱深厚的使命感，大力发展教育公益事业，支持建立强有力的民族根基，为教育事业贡献一己之力。

▶ 援建平安希望小学

自1994年9月，中国平安捐资修建的第一所平安希望小学在安徽六安市顺河镇滩村落成起，中国平安希望公益事业正式开启。截至2007年，中国平安已经斥资逾1500万元全国各省市边远贫困地区援建了52所平安希望小学，并开展了多项围绕支持学校建设的活动。自第一所平安希望小学援建至今，平安每年定期组织员工到希望小学进行回访及时关注全校师生的学习和生活状况，并向学校捐赠电脑、课桌椅、体育器材、图书、衣物、学习用品等物资，为国家贫困地区教育事业的发展作出了一定贡献。



▶ 中国平安励志计划

2003年8月，中国平安正式启动“中国平安励志计划”，该活动旨在鼓励全国高校在校学生励志报国、发奋图强，开展学术研究，探索有利于中国经济健康发展的新观念、新理论，投身经济学理论研究，为国家的发展贡献力量。在过去的4年里，来自国务院商务部、中国社会科学院、北京大学、清华大学、复旦大学、中央财经大学、武汉大学、南开大学等20余所知名研究机构和学府的45名学者、教授助阵活动。励志计划以严谨的评选



流程、“公平、公开、公正”的评选标准获得了广大高校师生的广泛支持与普遍赞誉。

▶ 中国少年儿童平安行动

自2003年开始，中国平安独家公益协办“中国少年儿童平安行动”，此活动以少儿安全、自护教育为主题。每年中国平安都举资100万元推进活动，有效的促进了“中国少年儿童平安行动”在全国的推广，为引导少年儿童加强自我防护意识，学习自我保护的本领，防止他们遭受不必要的意外伤害，创造青少年儿



童安全、快乐的成长环境，履行了一个企业应尽的职责。

▶ 中国平安公益基金

2006年9月14日，“中国平安公益基金”正式成立，主要用于支持开展有益于青少年健康成长的公益项目，这是中国保险业内首支正式运作的规模最大的专项慈善基金。

红十字公益

保险是聚万众之力、解一方之难的社会风险的调节器；平安是中国人对生活最朴实的期待和祝愿。中国平安所从事的正是祈福安康、急难救助的事业。从人道与关爱众生的角度而言，红十字精神也是和平安的企业公民的理念是一脉相通的。截至2007年，中国平安在红十字公益方面总投入为1250万元。

▶ 爱心捐血月

2002年中国平安向中国红十字总会捐献价值人民币1000万的采血车38辆。自此，平安每年8-10月间举办“爱心捐血月”活动，在全国范围内组织各地平安员工进行大规模无偿献血。截止2007年，累计捐血总量已经达800万毫升。



▶ 生命再造

2004年起，中国平安与中华骨髓库多次签署合作协议，无偿向2003年-2010年期间的造血干细胞捐献志愿者提供保额为30万元的意外伤害保险及5万元的重大疾病保险。到2007年底，中国平安已为900余名造血干细胞捐献志愿者提供了保险保障，保额逾3亿元。

灾难救助

每当灾难来临时，中国平安总是身先士卒，不仅迅速及时地启动理赔方案，为客户提供保障，而且从公司到员工，积极筹集善款，帮助灾区人民度过难关、重建家园。截至2007年，平安在灾难救助方面，仅捐助投入就达2000万元。



1998年9月，长江流域大范围发生洪涝灾害，平安员工自发为灾区捐款捐物，共募集善款245万元，衣物近2万件。

2003年，在抗“非典”斗争中，平安人捐赠1000万元，为因救治非典而殉职的医护人员未成年子女提供人均约3万元的教育救助金。

2003年7月15日，平安共向受洪涝灾害最严重的江苏、安徽、河南三省灾区捐资230万人民币，帮助灾区人民抢险救灾、重建家园。

2005年1月10日，平安员工向遭受印度洋大地震和海啸灾难的东南亚灾民捐赠100万元善款，以表达平安人对海啸灾区的无私关爱。

2005年11月16日，中国平安在全国范围内紧急启动“预防禽流感，平安到万家”的专项行动，印刷数十万份“禽流感预防知识”宣传单页，此外平安全国3000多家分支机构邀请专家特别编制“禽流感预防知识系列讲座”，为平安3000多万客户（截至2005年11月）送上贴心的健康关怀及理赔常识。

2007年，针对入汛以来南方严重的洪涝灾害，中国平安举资百万赈灾，用于支援灾区校舍重建，在江苏、安徽、湖北、重庆受灾严重的地市援建四所平安希望小学，为灾区孩子提供急需的援助。这是当年度南方洪灾以来首笔用于灾区校舍重建的企业捐赠。



2007中国平安 企业公民实践成果



(一) 股东

A股成功回归

2007年3月1日上午9时30分整，中国平安首次公开发行A股，股票在上海证券交易所挂牌上市，显示平安在海外上市近三年后回归A股圆满成功。公司股份名称“中国平安”，股份代号601318。发行总股份为11.5亿股，发行定价为33.8元人民币/股，中国平安创下有史以来全球最大保险公司IPO和中国A股市场第二大IPO的纪录，其约1.1万亿元冻结资金量也居A股市场有史以来第二位。



平安这次发行A股，获得了广大投资者的热烈反响和踊跃认购，反映了他们对平安的高度认可，以及对公司的发展潜力和前景充满信心。面对投资者的信任和青睐，平安深感荣幸，同时也感到了巨大的责任与压力，也更加坚定了未来前进的方向和使命。

优秀的商业表现

2007年，公司各项业务保持健康快速发展，业绩创历史新高。按中国会计准则，平安实现净利润155.81亿元，较2006年增长107.9%。总资产达到人民币6,511.04亿元，股东权益增至人民币1,092.18亿元。保险业务收入人民币1,009.45亿元，较2006年增长18.2%。基本每股收益为2.11元。董事会建议派发2007年度末期股息每股人民币0.50元。截至2007年12月31日，集团的内含价值为人民币1,503.11亿元，较2006年年底增长129.2%。

稳固的财务基础

平安已经形成了谨慎、稳固的财务体系，这是公司高速成长的坚强基石。

2007年，核心保险业务快速增长：寿险、产险业务的盈利能力持续提升，市场分额稳步增长，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。

2007年银行业务发展取得突破：平安成功收购深圳市商业银行，组建了国际化的经验丰富的银行专家管理团队，并顺利完成平安银行业务的重组与整合，经营范围从深圳扩大到上海、福州等城市，推出平安信用卡。

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，2007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。

2007年年金网络的发展：经中国保险监督管理委员会批准，平安养老保险公司全国网络布点基本完成，年金业务取得重大突破。

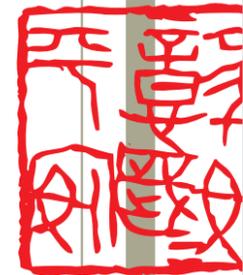
夯实业务增长平台

平安已经构建了强大的业务增长平台。2007年，集团各项业务保持快速健康发展，综合金融“三支柱”战略架构进一步巩固，市场影响力进一步提升。保险业务继续高速领跑，全年保费收入突破1000亿元。寿险“挑战新高”，实现业务规模与品质双飞跃，业务队伍突破30万人规模。产险“跨越式发展”，全年保费首次突破200亿。养老金受托年金规模超百亿。深圳平安银行正式成立，成功发行平安信用卡，短短数月内发卡近30万张。投资业务成功把握市场有利时机，取得良好业绩，境外投资取得重大突破——公司成功投资比利时富通集团并成为该集团单一最大股东，成为中国金融企业对欧洲的全球性金融机构大规模投资的第一单，成功走出了全球化发展的第一步。

(二) 客户

金融工厂化运营管理平台

为了实现业务运营的统一标准化管理，为客户提供全国一致的服务，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在上海张江投入使用。目前，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，提高为客户服务的快捷度。2007年，张江后援管理中心首次向投资者和媒体开放，并推出“金融工厂化”概念，平安第二后援中心也在四川成都开展运作。



刷新服务模式，养老险、证券首推客户服务节

2007年，平安养老险、平安证券分别在业内首创客户服务节，开展以尊贵服务为主题的系列客户回馈活动。平安证券更开展“投资教育月”活动，义务为客户提供投资理财讲座。



平安人寿打造电子化交费平台

2007年10月中国平安人寿首创手机交费新方式。平安人寿全国的客户只需开通建行手机银行业务，将建行账户与手机号绑定，即可随时随地便捷交费。与传统交费方式相比，手机交费呈现五大优势：方便、快捷、安全、易实现和覆盖面广。在成功推出手机交费方式的基础上，平安人寿后续还陆续推出电话交费、网上交费等多种交费方式，更好地为客户服务。

平安产险推出VIP服务



为客户提供更优质的服务，2007年6月28日，平安产险在产险行业内首推全国标准的VIP服务，在优化理赔服务之外，还精心为客户提供多项特色增值服务，使客户在享受保险保障的同时，更体验到平安无处不在的关怀。平安产险VIP卡取名为“一路平安卡”，目前，一路平安金卡客户可以享受95512贵宾服务、全国范围故障救援、“三代办”服务、更优质的理赔、门店VIP绿色通道、短信关怀、理赔专属客户经理等7类免费增值服务。未来，平安还将逐步扩展VIP客户数量和增加服务内容。

关注民生，产品创新再获认可

在2007年11月揭晓的第二届中国创新保险产品评选中，中国平安凭借完善的产品功能和出色的创新能力再度荣获多项大奖，一举囊括包括3项综合奖和6项单项奖在内的9项大奖，成为此次评选中获奖最多的保险公司。

在此次囊括的9项大奖中，除国内短期贸易信用险和平安福康健康保险计划（产品组合）同获最具市场潜力保险产品外，平安世纪天使少儿两全保险（分红型）和平安金状元两全保险同获最佳少儿保险产品奖，“吉祥三保”综合保障产品获最畅销保险产品奖，“和谐人生”平安个人购置住房抵押贷款保证保险获最佳财产保险产品奖，平安公众及产品综合责任险获最佳责任保险产品奖，平安附加守护一生终身医疗保险获最佳健康保险产品奖，平安金彩人生两全保险（万能型）获最佳理财保险产品奖。

注重客户体验，再获客户管理大奖

2007年，中国平安再度摘得“客户管理大奖”，这是平安继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，再度获此殊荣。中国平安从90年代中期即开始实施CRM（客户关系管理），作为CRM体系中最重要的一环之一，平安95511于2000年在苏州开通，服务已遍及平安全国约4095万客户、30多万业务员、3000多个分支机构，是国内金融保险业中规模较大、技术含量高、受理内容丰富、业务功能强大的客户服务中心，也是国内金融界中最早的统一集中受理式的综合理财服务中心。随着平安集团后援集中项目的推进，中国平安电话中心作为平安CRM体系的前端，充分发挥着CRM实施中心的重要作用，全面提升了平安的客户关系管理水平。

（三）员工

代理人培训中心完成全国布点

作为首家在全国范围大规模设立业务员专属培训中心的保险公司，平安人寿于2007年完成全国46家代理人培训中心的布点，为广大保险代理人提供业内领先的优越培训机会。

在上述培训中心，中国平安为所有新近加入保险营销队伍的业务员规划了“终身学习，不断成长”的全方位培训计划，在发展的不同阶段提供不同的培训课程。为强化新业务员的技能，平安人寿培训部拟定了一套完善的新人培养计划，对新人进行



基本专业知识、销售技能的培训，帮助新人更快更好地踏入寿险业的第一步。在新人入司的一年内，培训中心会不间断提供后续的培训，强化销售技能，培养良好的销售习惯，帮助业务员在寿险业走得更稳更远。如果表现出色，业务员将有机会参加主任养成培训，迅速成长为优秀营销管理人员。

中国平安以“最好的培训在平安”为发展理念，致力于建设领先的企业培训体系，为平安人提供持续的成长支持，将知识转化为公司价值，推动公司成为国际领先的综合金融服务集团。



建立《平安培训发展课程体系》和师资队伍

《平安培训发展课程体系》确立了管理技能、职业技能、专业技能和销售技能四大课程类别，截至2007年底已收录课程201门，在支持员工的职业生涯发展的常规培训、人才发展项目中发挥作用。

对30万代理人，平安也建立了营销、管理、师范三大学系的44门课程。形成了业内课程体系最完善、课程数量最多、课程内容最细致全面的培训。截至2007年底寿险新增人力28万多人，留存率达29%，高于市场平均水平。培训有力地推动了业务发展。

加强内部师资队伍建设，提升传授技能，截至2007年底，全集团专兼职讲师达1万5千多人。

平安还为员工提供国际职业资格认证考试，设有LOMA、AICPCU、SOA考点，每个员工在自己工作的地区就可以参加国际的考试，截至2007年底，LOMA及AICPCU参考门数超三万门次，通过率高达88%。

大力推动远程教育，将培训送达员工桌面

平安致力于把培训送达每一位员工的桌面，使平安人可以随时随地在自己的工作电脑前参加网络学习、网络考试和远程面授。

平安创建了中国使用人数多、覆盖面积广、管理正规的“平安学习平台”，平安员工能实现按每个岗位的素质要求及绩效表现，分析技能差距，制定学习计划，接受远程教育培训，并为每个员工建立自己的职业生涯发展档案。截至07年底，平安学习平台共有298门网络课程，全年累计学习完成28578门次，在线考试人数56786人次，并具备了基础的课程开发能力，共完成自主开发课程37门。

销售人员众多、分布广，平安建立了“虚拟教室”，将产品知识、业务政策、展业经验等快速收集和分享，销售团队主管利用工作电脑随时组织团队成员直接参与网络学习，通过实战、实用、方便、富有吸引力的培训，推动销售团队向学习型组织迈进。

构建融洽的员工关系与工作氛围

中国平安始终以人为本，不仅为员工提供了全面的发展平台，还为员工营造和谐的工作环境和氛围，实现公司、客户、员工利益的共同增长。



“微笑·美丽心世界”2007年中国平安企业文化推广活动

2007年，中国平安举办了以“微笑·美丽心世界”为主题的企业文化推广系列活动包括：“寻找最美丽微笑”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。2007年12月28日，一年一度的礼仪之星比赛获得了公司员工的广泛关注，从全国各机构中脱颖而出的23名礼仪佼佼者参加了比赛，其中10名员工凭借着真诚、自信的微笑以及良好的礼仪素养，获得了“十佳礼仪之星”的殊荣。



工会杯足球比赛

2007年8月2日集团工会在深圳体育场举办了平安深圳地区单位足球联赛，共有10个平安驻深单位代表队180名运动员参加了联赛，历时1个半月的比赛，分别产生了冠、亚、季军和最佳组织奖。激发了广大员

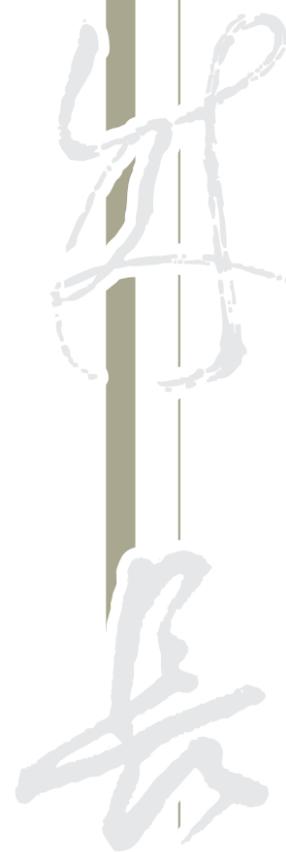
工的工作积极性，增强了公司的凝聚力，充分展现了平安员工团结向上，奋力拼搏的精神。

工会杯羽毛球比赛：

2007年10月20日集团工会在深圳翠园中学举办了“平安工会杯深圳地区羽毛球联赛”。共有10支平安驻深单位代表队参加。比赛充分发挥了团结、友谊、拼搏的体育精神，展示了平安人顽强拼搏、锐意进取的精神风貌。

工会杯高尔夫比赛

2007年7月14日，集团工会组织各专业公司高尔夫球爱好者进行了友谊赛，比赛加强了集团与专业公司的沟通，融洽了领导与员工干部的关系，增进了了解，创造了和蔼、亲切、轻松的工作环境。





（四）社会

2007年，中国平安用心回馈社会，认真践行企业公民的职责，为社会所关注的救助帮扶对象提供积极的帮助，在环境保护、教育公益、红十字公益、灾难救助、政府关系等方面承担了广泛的社会责任。

遵纪守法

2007年，中国平安积极响应党和政府的号召，贯彻落实科学发展观，结合实际深入学习党的十七大精神，认真领会和把握党的十七大对金融保险工作的新要求，贯彻落实各项工作，以促进社会和谐发展、履行社会责任为己任，向社会作出相关承诺。



遵守法律

2007，中国平安坚持依法治理企业，全面贯彻落实党和政府有关会议精神，建立健全的法律风险防范机制，2007年，中国平安进一步完善公司内部监控机制，在法律工作方面取得了优良的成绩。

2007年3月，中国平安为配合战略发展需要，根据集团职能中心改革整体规划，在集团内部设立内控管理中心合规部。合规部负责组织各层级合规内控人员对集团各系列的合规风险进行信息收集、识别、量化、评估、监测和整合控制，建立合规风险监测关键指标体系及合规风险体系信息平台，并持续跟踪集团及各专业公司合规风险的变化情况。合规部的成立，大大增强了政策的有效推动和执行。

认真落实党和国家的政策

2007年，中国平安积极贯彻中国保险监督管理委员会颁布的新的《健康保险管理办法》，将寿险原产品全面升级，升级后的产品为享有社会医疗保险或公费医疗的不同人群提供不同的医疗保障，在产品定价、犹豫期设置等方面较以往产品更加优越。

2007年1月1日，《反洗钱法》和《金融机构反洗钱规定》正式实施，中国平安积极部署、反应迅速，经过半年筹备，从公司内控制度层、员工观念层、报告体系层几方面全面导入“反洗钱”概念，在新法实施之际实现了全系统的同步响应，为金融业提升自身抗风险能力、营造良性金融环境贡献力量。

2007年1月24日，中国平安召开了贯彻2007年全国保险工作会议精神全国电视宣导会，会议全面传达了保监会吴定富主席《以科学发展观为统领 深入贯彻落实国务院23号文件 全面提高保险业服务社会主义和谐社会的能力》报告的精神。中国平安统一部署，各专业公司分别召开了专题会议，全面学习全保会有关精神，并向全系统下发了相关学习材料，在后期不断推动、追踪全系统对报告的学习贯彻情况，切实做到全面领会会议精神，把学习与实践相结合，把学习与日常工作相结合，对照检视2007年的各项计划，进一步推动公司全面发展。

2007年7月1日，中国平安集团党委书记马明哲在“七·一”之际向平安全体共产党员、共青团员和全体员工发表了题为《以科学发展观 开创美好未来》的重要讲话，勉励平安党



员干部和广大员工抓住发展机遇，深入贯彻落实科学发展观，为构建社会主义和谐社会共同努力。

2007年8月，深圳市统计局、深圳市监察局和深圳市人民政府法制办公室联合下发《关于开展统计执法大检查的通知》，中国平安集团财务企划中心在接到通知后积极部署，全面开展自查工作，坚决杜绝统计弄虚作假，严厉查处统计违法行为，以增强统计法的威慑力，确保反映集团发展状况的各项统计数据真实可靠。

2007年10月18日，中国平安集团党委通过视频系统召开了集团班子成员领导干部民主生活会和学习十七大报告专题座谈会。结合十七大报告，做了认真的发言和交流，决定坚定不移地认真学习贯彻党的十七大报告所提出的工作任务，带领全体平安党员和群众去实践将平安打造为国际领先的综合金融服务集团的宏伟抱负。

环境之责

中国平安延续一贯把环境纳入公司战略经营层面的方针，2007年充分借助先进的环保节能技术，缩短技术差距，减少能源压力。

照明系统节能改造

2007年，中国平安为了减少办公楼的电能消耗，进行了照明系统的节能改造：采用稀土三基色高效、紧凑型节能灯替代普通荧光灯，并采用高效电子镇流器、调整控制方式、增加室内照明节电器，按需求调整线路电流电压、增加路灯节电器、控制器等方式进行照明系统的节能改造；并且通过增加配电系统滤波器，减少供电高次谐波污染，提高供电品质和监测配电三相平衡度，调整三相供电电流，实现供电三相基本平衡的方式变配电系统节能改造。

以中国平安金融学院为例，改造前金融学院教学及酒店部分耗电量大约为620万度/年。改造完成后减少耗电120万度/年，耗电量下降约20%。

中央空调系统节能改造

2007年，中国平安为了减少中央空调系统的电能消耗，对中央空调系统进行了节能改造。在制冷主机的并联管、空调系统各分支路供回管上合理增加调节控制阀门，避免空调运行过程中系统的微循环，提高了系统运行效率；增加冷却水泵变频调速控制，合理调整了空调主机的进/出温度，提高了水泵以及水系统输送效率，降低了水泵能耗；增加风机变频控制及送/排风能量回收设备，节约了风机以及空调水系统的能耗。同时，合理利用过渡季节及夜间低温室外空气制冷，降低了能耗，提高了室内舒适度。针对空调冷却塔锈蚀和冷却水失衡的状况，投资近90万元重新更换能效比高的节能冷却塔，不仅提高了空调制冷效果，还大大降低了能耗浪费。



公益慈善

2007年，中国平安在以往公益活动的基础上，继续用心回馈社会，认真践行企业公民的职责，在教育公益、红十字公益及灾难救助方面承担起广泛的社会责任，总投入共计9811万元。

教育公益

▶ 第52所希望小学落户

2007年7月，第52所平安希望小学在湖北团风县落户，这已经是中国平安自1993年以来在全国援建的第52所希望小学了。

(希望小学分布地图)



▶ 金种子——“中国平安希望小学百万维护计划”

2007年中国平安设立“平安希望小学日”，并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，号召各机构开展对希望小学的回访援助活动。2007年3月-9月，全国各地的平安员工向平安希望小学捐去了他们的爱心，百万元的维护费用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”

2007年9月，以“老师，今天您最闪亮”为主题的表彰活动在中国平安金融学院隆重举行，来自平安希望小学的10名优秀教师代表参加了此次表彰活动。由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”在此颁奖。中国平安每年将投入10万元表彰那些长期战斗在教育一线、有突出贡献的乡村教育工作者，鼓励他们在偏远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。这是中国平安自援建希望小学以后，提高希望小学软环境的一项措施。

▶ 新农村 新希望——“中国平安希望小学支教行动”

2007年，由中国平安与《南方周末》共同主办，由中国青少年发展基金会指导的“新农村，新希望”中国平安希望小学支教行动正式启程。2007年6月、9月、10月，来自全国各地120名志愿者在安徽、贵州、甘肃、山西的四所平安希望小学开展了为期2个月的支教活动。志愿者们通过形式多样的教学活动拓展当地教师与学生的视野，力争帮助学校在管理理念上得到提升，帮助孩子们拓展视野，让贫困地区的孩子不仅在物质上得到救助，更多地在软实力上获得提升。



▶ 中国平安“小桔灯”乡村图书馆计划



2007年9月，中国平安联合《21世纪经济报道》启动了中国平安小桔灯乡村图书馆计划。此活动以消弭知识鸿沟，普及阅读习惯为目的，主要通过号召广大爱心人士捐赠旧书，在乡村小学建立“小桔灯读书会”。2007年，已通过在社会招募志愿者，募集图书的方式，在广东、青海两省三地的三所平安希望小学建立了三所图书馆，募捐到的6000多册图书在学校形成小型图书馆，志愿者帮助学校建立起简便有效的图书管理制度，为三所小学的近千名小学生带来了全新的阅读视野。

▶ 中国平安公益基金“一元慈善”计划

2007年9月，以“点滴爱，汇成江河”的理念为倡导，中国平安推出了中国平安公益基金“一元慈善”计划，旨在弘扬爱心理念，呼吁全社会每一个人为创建和谐社会尽自己的绵薄之力。



2007年，中国平安在全国各分级机构、营业网点、客服门店设立了“一元慈善”捐款箱，长期接受公司员工和客户的不记名捐款。此款项纳入了“中国平安公益基金”帐户，专门用于开展教育公益事业。到2007年年底，捐款总额达人民币21305.06元/港币21.44元。



▶ 中国平安励志计划

2007年度励志计划增设了经济类论文奖项，与金融类、保险类形成并列的三大奖，并且根据投递论文作者学位程度的不同分为研究生组和本科组，提高了论文评



审的合理性、公平性，同时还对论文的发表时间及发表刊物做出严格界定，以提高送审论文的质量。

2007年，中国平安励志计划因其杰出的品牌效益和良好的公众形象在由知名财经媒体和讯网主办的“中国财经风云榜”评选中荣膺“2007年度中国保险业杰出营销与品牌建设奖”。

▶ 中国少年儿童平安行动

2007年，中国平安围绕少儿安全教育，举办了“中国少年儿童安全教育专题研讨会”。在各中小城市的学校，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”；在城市的各个社区积极开展创建“中国少年儿童平安行动示范社区”



，专家围绕“平安社区健康行”进行巡讲，并开展了“我自护我平安，共创和谐校园（社区）”安全知识竞赛，引起了社会各界的强烈反响。有力的推动了少儿安全教育。

红十字公益

▶ 爱心捐血月

2007年9月，随着广州、深圳、佛山三城联动发起“红十字公益献血活动”，中国平安红十字公益月再次拉开帷幕。截至2007年，全国范围内各地平安员工进行的大规模无偿献血活动，累计捐血总量已经近800万毫升。中国平安在献血活动中持续不断的努力，赢得中国红十字总会领导的高度赞扬，公司因此获得“全国无偿献血促进奖”。



▶ 生命再造

2007年2月8日，由中国红十字总会、中国演出家协会共同主办，中国平安公益协办的“与生命同歌——平安中国”深圳演唱会在深圳锦绣中华唱响。此次歌会是中国平安与中华骨髓库建立长期合作伙伴关系后，携手举办的系列公益活动之一。众多当红歌手登台献艺，同时为中华骨髓库的扩容建设鼓与呼。

中国平安长期支持骨髓库建设，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，目前已为900余名造血干细胞捐献者捐赠保险，总保额逾3亿元。



灾难救助

2007年，针对入汛以来南方严重的洪涝灾害，中国平安举资百万赈灾，用于支援灾区校舍重建，在江苏、安徽、湖北、重庆受灾严重的地市援建四所平安希望小学，为灾区孩子提供急需的援助。这是当年度南方洪灾以来首笔用于灾区校舍重建的企业捐赠。

其他

中国平安旗下的各专业公司本着建设社会、回馈国家的宗旨，自发组织了许多公益活动，为中国平安履行企业社会责任贡献一己之力。2007年9月，中国平安旗下的深圳平安银行出资50万设立“深圳平安银行元平优秀教育奖”，专门用于表彰和奖励未来五年内为特殊教育事业作出卓越贡献的深圳元平特殊教育学校的优秀教师及优秀残疾学生。深圳元平特殊教育学校是广东省深圳市唯一一所为视障、听障和智障儿童、青少年提供从学前教育到高中职业教育“一条龙”服务的综合性特殊教育学校。

附：2007年荣誉表

2007年12月，由21世纪报系旗下《21世纪经济报道》、《21世纪商业评论》发起主办的第四届“中国最佳企业公民评选”在北京揭晓。中国平安荣获“中国最佳企业公民”称号，这也该奖项自2004年创办以来，平安连续四年获此殊荣。

2007年11月，由香港董事学会主办的2007年度杰出董事奖评选在香港揭晓，在该奖项的董事会类别的评选中，中国平安凭借规范、专业、高效的董事会运作，荣获杰出董事会奖，显示其公司治理再度获得好评。

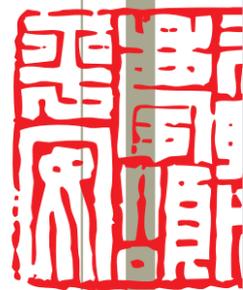
2007年11月，在由全球最大的综合性品牌咨询集团InterBrand与著名专业财经媒体《21世纪经济报道》联合举办的中国最佳品牌建设案例评选中，中国平安凭借“运动着，您就是健康的冠军”体育行销案例荣获“2007中国最佳品牌建设案例”奖。作为唯一上榜的保险企业，中国平安自该奖项设立以来已连续三年获此殊荣。

2007年11月，在被公认为亚太地区保险公司和再保险公司荣誉和威望象征的“亚洲保险行业奖”评选中，中国平安作为唯一入围的中国保险公司，凭借企业社会责任建设的杰出贡献，摘得2007年“最佳社会责任大奖”。

2007年10月，中国平安全国运营管理中心电话中心凭借良好的服务形象、服务效率荣获“中国呼叫中心十年成就奖”。

2007年9月，中国平安集团旗下深圳平安银行行长理查德·杰克逊凭借其在华工作期间的突出贡献，荣获我国政府专为国际友人设立的最高奖——“中华人民共和国友谊奖”，成为继中国平安原总精算师斯蒂芬·迈尔之后第二位获此殊荣的平安海外精英。

2007年9月，中国平安旗下的深圳平安银行信用卡24小时客户服务中心以优质的





运营管理水平荣膺“2007年中国最佳呼叫中心”，成为业界众多新建呼叫中心中的佼佼者。

2007年9月，在由香港亚洲经济杂志社、中国国务院国有资产监督管理委员会研究中心、人民日报中国经济周刊等单位共同主办的第二届亚洲品牌盛典中，中国平安凭借卓越的品牌实力荣获亚洲保险产品第二名、中国保险产品第一名、中国金融品牌第三名。

2007年8月，在由南京大学工程管理学院和中国证券报共同举办的“2007年IPO最佳IR奖”评选中，中国平安以回归A股的上佳表现居于四家获奖企业榜首，领先中国人寿、交通银行、兴业银行。

7月28日，由中国互联网协会联合新华网、新浪网、搜狐网、网易、百度、Google、MSN中国、腾讯、雅虎中国、和讯网等100家网络媒体共同举办的“2007中国网民喜爱的十大名牌”调查评选中，中国平安作为唯一保险产品榜上有名。

2007年7月，中国平安凭借教育培训及考试组织方面的优秀表现，获得国际金融保险管理协会（简称 LOMA）颁发的“2007年度全球及亚太地区教育成就奖”，这也是中国平安第八次获此荣誉。

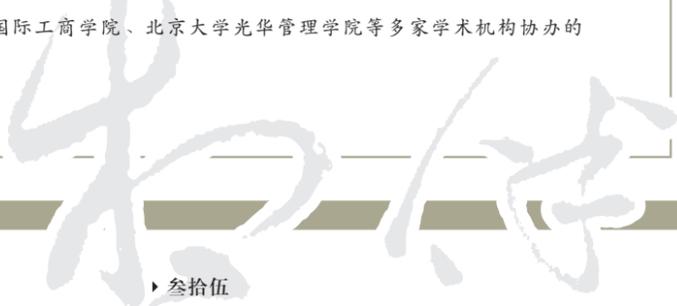
2007年6月，中国平安被亚洲著名杂志“Corporate Governance Asia”及亚洲企业各界联合评为“亚洲企业治理2007年度杰出表现奖（Corporate Governance Asia Recognition Awards 2007 the Best of Asia Class）”（该评选无排名），并成为首次入围的中国大陆金融及保险企业。

2007年6月，全球知名证券分析师专业评级机构 StarMine公布2006全球业绩预测及选股最佳分析师名单，中国平安旗下平安证券在亚洲区排名中共有4人次上榜，在众多著名卖方研究机构中位列第八；在大陆/香港地区评选中共有7人次获奖，总体排名第四，显示了强大的专业研究实力。

2007年6月，在由广东省企业联合会、广东省企业家协会共同举办的“广东省企业100强”及“广东省服务行业一百强”评选活动中，中国平安再次上榜并荣登两个奖项的第一名。

2007年5月，在由中国企业改革与发展研究会、中国品牌研究中心、中国财经杂志社联合组织开展的“中国十大满意品牌”评选中，中国平安产险客户服务热线95512荣获“呼叫中心市场品质服务客户最满意品牌”称号。此外，95512呼叫中心并在2005年、2006年两度荣获“中国最佳呼叫中心”称号。

2007年5月，在由中华全国工商业联合会发起并主办，中华工商时报、全国工商联企业发展研究中心承办，中欧国际工商学院、北京大学光华管理学院等多家学术机构协办的



“2007第四届中国最具生命力百强企业评选”活动中，中国平安连续第四年荣登“最具生命力企业”百强榜冠军宝座。

2007年4月和5月，根据社会投票结果，平安长青终身养老年金保险、平安意外伤害险先后当选新浪财经理财产品该月评选第一名。

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。

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。

2007年4月，在由经济观察报和北京大学管理案例研究中心共同主办的“2006年度中国最受尊敬企业”评选中，中国平安以规范透明的治理和高速增长的业绩再度获此殊荣，并成为保险行业自2001年“中国最受尊敬企业”首创以来唯一一家连续六年上榜的企业。

2007年4月，中国平安凭借其CA系统在安全技术保障方面的优秀表现，成为国内首家获得由中国信息安全产品测评认证中心颁发的《信息安全保障级二级》资质证书的金融企业，中国平安网上业务应用安全领跑同行业。

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”。



2008中国平安 企业公民建设纲要



2008年是中国平安成立二十周年。过去的二十年已载入史册，2008将是一个新的起点。

新的征途，中国平安将本着可持续发展的原则，认真践行企业公民的职责，为股东、客户、员工创造更多价值，对社会承担更加广泛的公民责任。

（一） 股东

2008年是中国平安20周年华诞，20年，对一家致力于构建金融业百年老店的企业而言，只是创业发展的重要阶段，今天积蓄的后续发展实力、未来平安优良的商业表现才是确保股东长远价值实现、成就百年老店梦想的坚实基础和强劲动力。

善用资本，加快发展

平安深知，股东和广大投资者向公司投入资本，是对公司管理者及员工的信任与支持，我们承载的是股东们资产增值的厚望。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。2008年，平安将继续本着为股东提供长期持续价值回报的宗旨，善用资本，加快发展。

构建全球资产配置平台

2008年，平安将践行国家“走出去”的发展战略，把握国际资本市场难得的发展机遇，快速搭建全球资产管理业务平台，实现资产管理的全球布局，加快企业经营管理的国际化步伐。



快速发展，凸现综合金融优势

2008年，平安保险业务将继续健康快速发展，寿险业务推进二元化战略，“挑战新高”，产险业务在各险种、各渠道、各区域、各客户类型上实现全面增长；银行业务加速转型与发展，银行业务支柱将得到加强。今后，银行业务将重点发展信用卡、中小企业现金管理等专业金融服务，并逐步建立全国性的服务平台；投资业务将把握市场有利时机，取得良好业绩，为公司利润倍增做出贡献。随着三大支柱业务的均衡发展，平安综合金融架构的业务增长优势将进一步彰显，各专业子公司将发挥协同效应，为客户提供一揽子的多元金融服务，为公司业务带来持续快速的成长。

风险控制能力不断增强

2008年，随着技术和流程不断优化，平安风险控制能力将进一步加强，运营的高效运转将得以克服时间和空间的物理概念，依托集团IT框架的前瞻性、系统性，通过事前预测、事中监控、事后总结的管理模式实时到达每一个细节，保证效能能在各个运营环节都不会流失，保障公司在守法合规的轨道上快速高效的运转，为客户和股东创造更大的价值。

（二） 客户

提供高价值服务 成立平安VIP俱乐部

2008年2月，平安VIP俱乐部正式成立，将为平安现有约4095万个人客户提供长期激励计划与增值服务，给客户id提供差异化、高价值的客户体验，建立以客户需求为中心的产品创新、营销服务创新体系，提升公司在市场上的长期竞争力。平安VIP俱乐部以“健康财富，尊崇礼遇”为主旨，将为每一位俱乐部的会员提供全方位、高价值的综合金融服务，实现“一个客户，一个账户，多个产品，多种服务”。健康体检、高端健康咨询报告会、理财沙龙、个性化的理财服务、绿色通道、海内外急难援助等一系列增值服务，将使客户真正体验到中国平安综合金融服务平台的优势和便利。此举标志着中国平安倾力打造高价值客户服务平台，并将客户关系整合与服务平台升级引入新纪元。

“平安一账通”服务

未来，在逐步做到“一个客户，多个产品”的同时，平安也将推出“平安一账通”的服务，客户用一个账户，就能享用平安的全方位金融产品和服务，避免多帐户使用的不便，让客户对自己的财富状况一目了然，节约客户的理财时间，提高管理效率。



从3A到4A

2000年，平安提出了“3A服务”——Anytime、Anywhere、Anyway，即无论何时何地，我们都能通过任何方式提供客户需要的产品和服务，通过平安的门店、网站、电话中心和广泛的服务人员，为客户提供全天候的优质服务。

未来，通过“平安一账通”，中国平安将更升一级，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”。

（三）员工

“平安员工企业年金计划”正式启动

经过了两年精心准备，“平安员工企业年金计划”正式启动。新推出的员工年金计划将是一种新型的补充养老类的员工福利，注重缴费的灵活性，将企业缴费与公司效益和员工个人绩效紧密挂钩。并且，伴随着该项目运营的不断成熟，公司资金投入的不断加大，员工将有更多的机会与公司一起分享成长。让员工安居乐业是平安企业公民的一份责任，公司也希望能够有更多的人才加入平安、留在平安，与平安一起成长。

截至每年1月1日，凡与公司订立正式劳动合同、司龄满一年的内、外勤员工，在平安参加基本养老保险并履行缴费义务的，均可参加本计划。该计划由“基础缴费”和“绩效奖励缴费”两部分组成，兼具公平性、激励性、灵活性、便利性的特点。

2008平安员工成长互动平台

2008“平安员工成长互动平台”闪亮登场。该平台继续围绕“成长”主题，充分借助网络优势进行员工成长沟通和专题辅导。全新打造的成长平台无论内容、形式、风格均匠心独具，力求将知性工作与感悟人生相融入，切实帮助全系统员工丰富职业经验，快乐健康成长。平台内容整合开通了HR服务、新人、成长、互动、关怀“五大频道”，沟通更具针对性；平台风格清爽大方，形式灵活易读，更添趣味性和人性化。此外，崭新推出的“职业成长辅导邮箱”、“新人推介”、“感恩箱”、“网络征文”等栏目内容，更是08平台的亮点。

2008中国平安“微笑·魅力平安”礼仪之星评选大赛

继2006、2007礼仪之星评选活动成功举办之后，2008年，平安将继续开展以微笑为主题的平安礼仪之星评选活动—2008中国平安“微笑·魅力平安”礼仪之星大赛。平安希望通过这项活动，加深员工对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；关爱员工心理健康，减缓压力。

（四）社会

遵纪守法

2008年，中国平安在将十七大精神的指引下，继续落实科学发展观，解放思想、开拓进取，加快发展。抓住有力时机，为中国金融业改革作出积极的探索和有力的贡献。

提出议案

中国平安怀着对党和国家负责的高度责任感，积极参与研究制定相关国家相关立法和规定，对立法和政策提出建议。

中国平安董事长兼首席执行官马明哲在全国政协十届五次会议上，针对“看病难、看病贵”、“公共营业场所火灾事故频发，公共场所火灾责任保险覆盖率却逐年下滑”等与构建和谐社会有关的重大社会民生问题提交两份提案，如下：建议有关部门加大政策扶持力度，加快商业健康保险发展；同时建议建立公众营业场所火灾责任强制保险制度，通过商业保险分担政府责任，促进和谐社会建设。

中国平安董事长兼首席执行官马明哲向全国政协十一届委员会第一次会议提交议案，针对目前我国农业保险、企业财产保险和公众责任险的保障面较低，发展缓慢的问题提出如下建议：对关键险种给予税收优惠，支持农业险、企业财产险和公众责任险加快发展。

环境之责

节能降耗

中国平安将于2008年在各部门、各分支机构成立节能委员会和节能QC小组（QUALITY CIRCLE & QUALITY CONTROL）。节能委员会的具体任务是提出各项目的节能方案和节能计划并审定，推广和应用节能技术，督促节能改造工作等。节能QC小组的具体任务是利用品质管理的PDCA(Plan, Do, Check & Action)程序来完善各项目的能耗状况，并进行节能工作的竞赛。

中国平安将继续完善节能管理机制，制定各管理项目的能耗指标，该指标完成情况将纳入项目负责人年度考核范畴。

中国平安将进行采用EMC（Energy Management Contract）模式来进行大型能耗改造工程试点工作，引进专业节能公司技术，提高公司节能水平。通过试点实验，进一步推广到其他物业，使节能减排工作提高到一个新的水平。

减少材料损耗

中国平安将进一步推进办公自动化系统，将节省纸张等活动渗入到工作的各个环节。推行双面复印、打印，将纸张的利用程度与部门绩效考核联系起来，提倡人人节约纸张的理念。



公益慈善

教育公益

▶ 平安与希望同行

中国平安继续全力开展“平安与希望同行”大型公益活动，深入落实对全国各平安希望小学的维护、建设，开展以希望小学日常维护为重点的校舍改善，教学器材合理配置、安全体育设施修建的“中国平安希望小学百万维护计划”；开展以鼓励、支持贫困山区师资建设，奖励优秀平安希望小学教师的“中国平安希望小学百名优秀教师奖励计划”，以及为代课老师提供职业辅导、培训的“燃烛行动”；开展以“精神扶贫，启迪心智”为宗旨的中国平安希望小学支教行动以及以消弭知识鸿沟，普及阅读习惯为目的的“中国平安小桔灯乡村图书馆计划”。

• 中国平安希望小学百万维护计划

2008年，中国平安将继续开展中国平安希望小学百万维护计划，继续与平安寿险钻石会员的“一份保单一份爱心”钻石爱心援建平安希望小学活动结合。维护重点在于帮助学校配置合理、安全的体育设施，倡导希望小学师生们拼搏、奋斗的奥运精神。计划划拨百万元维护专款，号召中国平安各机构举行“平安希望小学日”活动，实施平安希望小学维护。

• 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、取得优异成绩平安希望小学优秀教师，2008年，中国平安将继续开展“中国平安希望小学百名优秀教师奖励计划”，并以各校的代课老师将作为表彰的重点，对坚守贫困地区默默奉献的希望小学老师表示崇高的敬意和慰问。

• “新农村 新希望”中国平安希望小学支教行动

2008年，中国平安将继续开展以“精神扶贫，启迪心智”为宗旨的“新农村 新希望”希望小学支教行动，呼吁更多爱心人士加入到关心、爱护需要帮助的孩子们的行列，为他们启蒙心灵。

• 中国平安小桔灯乡村图书馆计划

2008年中国平安将继续与21世纪经济报道合作，推进“中国平安小桔灯乡村小学图书馆计划”，号召社会广泛人群捐赠旧书，倡导“东西部儿童同读一本书”，实现资源互补。2008年，计划在重庆、江西、福建、湖北、海南等地的平安希望小学援建6所乡村图书馆。

• 燃烛行动

2008年，中国平安与《南方周末》合作，携手开展以协助乡村代课教师面对新一轮的人生转型和挑战的职业培训计划——燃烛行动。08年将以甘肃省渭源县为试点，对渭源县500多名被清退代课教师进行转岗之前的培训，并提供给每位受训代课教师1000元转岗准备金。

▶ 中国平安励志计划

2008年是励志计划五周年，中国平安将在励志计划论文奖评选的基础上，在国内15所高校设立中国平安励志奖学金，旨在鼓励高校在读的学生励精图治、发奋图强，成为品学兼优、对国家发展、社会进步有用的人才。同时，将增设励志同学会，并将颇受大学生欢迎的励志论坛及“大学生关注的十大经济话题评选活动”继续开展下去。

▶ 万人健步跑行动

2008年，刘翔作为中国平安公益大使，将领跑“中国平安20周年公益健步跑”。中国平安将代表每位参与该项活动的客户捐赠20元善款，投入不少于1000万元用于平安希望小学建设及维护工作。中国平安希望通过更多资金的注入，能够帮助国家基础教育条件的改善，让更多的孩子拥有平等的教育机会。

红十字公益

中国平安将持续关注红十字公益，持续开展红十字公益献血月活动，并向造血干细胞捐献志愿者提供保险保障，支持中华骨髓库建设。

灾难救助

2008年，中国平安将继续履行社会“平衡器”和经济“助推器”的职责，一方面充分发挥保险行业的保障功能，积极应对灾害，全面做好理赔工作，另一方面，中国平安将继续不遗余力地进行灾难救助，帮助需要帮助的人度过难关。另外，各专业公司将积极推出与各专业公司业务紧密联系的公益产品，将收益用来资助需要帮助的人，以实际行动践行保险企业及优秀企业公民的商业责任和社会责任。

▶ 雪灾

2008年春节前夕，在中国南方大部分地区遭遇50年不遇的大雪、严寒、冰冻等极

端天气的灾难时，中国平安认真贯彻落实党中央、国务院和中国保监会关于应对严重雨雪冰冻灾情的总体部署，精心安排、上下同心、全力以赴做好抗灾救灾理赔工作，为“通路、保电、安民”工作贡献力量。截至2008年2月15日，平安集团各专业保险公司已付赔款合计近8000万；捐款捐物1200万元；捐赠保险总保额达262亿元之巨。

> 4·28胶济铁路重大事故

2008年4月28日凌晨，胶济铁路发生火车相撞重大交通事故，造成重大人员伤亡。事故发生后，平安于第一时间启动快速紧急事件应变服务机制，同时依托集团强大的IT及全国客户数据库平台，迅速展开筛选、排查工作，为出险客户提供快速便捷的理赔服务及善后处理。平安寿险、产险、养老险分别成立应急处理小组，立即全力查找公司客户，并开通“重大灾难事故绿色通道”，第一时间向遇难客户亲属支付理赔款和预付款。

> 5·12地震

2008年5月12日，四川汶川发生8级地震，造成人民重大生命财产损失。中国平安全力投入抗灾救灾工作：宣布开展“祝福中国，平安2008”大型红十字无偿献血活动；平安产险、平安寿险、平安养老险公司在灾情发生后两个小时内出台救灾举措，第一时间启动重大灾难应急预案；集团捐赠3500万元用于灾区重建以及灾区学校的重建和修缮，集团董事长兼CEO马明哲及其家人发起设立的明园慈善基金捐赠500万元救灾，平安安全系统员工累计自发捐款数已超过3300万元人民币，平安集团累计捐款总额超过8000万元；平安养老险宣布向广东省卫生厅组织的医疗救助队、防疫队、补充及轮换医护人员等捐赠总保额超过5000万元的意外保险及医疗保险；平安产险向参加四川一线救灾工作的中信海洋直升机股份有限公司旗下12架直升机和71名机组机务人员捐助了高达33亿元人民币的保险。



展望未来



中国平安20年的实践，是在改革开放的伟大实践中，在振兴中华的神圣交响中，对邓小平理论、对改革开放最好的证明。

相伴成长，健行不息。中国平安一路走来的辉煌，是公司全体员工共同努力的结果，更是社会各界大力支持的结果。这些支持既是平安发展的动力，也是伴随着平安一起成长的一种责任。

二十年是一个回顾，更是一个新的起点。中国平安将在新的征程里，在新的历史条件下，继续承载企业公民的职责，对股东负责、对客户负责、对员工负责、对社会负责，不辜负社会的重托，进一步加快发展，在国际风云变幻的市场环境中把握有利的市场机会，早日成为国际领先的综合金融服务集团，为中华民族的振兴做出应有的贡献。

三

年



相关方证言



中国改革开放30年来，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，不仅决定中国经济的现在，也决定着整个中国社会的未来。

2008年是中国平安20周年华诞，20年，对一家致力于构建金融业百年老店的企业而言，是创业发展的重要阶段，拥有可持续的增长实力才是成就百年老店梦想的坚实基础和强劲动力。中国平安克服了在创业阶段的种种困难，积极承担起社会责任，这是值得大家认可的。

中国平安定期发布企业公民报告，主动展示企业的价值和价值观，全面公布企业履行的经济、社会和环境等责任，自觉接受社会监督。这份报告的发布，对于中国企业公民事业，是具有里程碑意义的。同时也是一份企业履行社会责任的答卷。

中国经济的蓬勃发展，需要更多企业像中国平安一样承担起社会责任。我们希望中国平安在今后的企业发展中能持之以恒地履行企业公民职责，体现大企业的魅力，为其他企业做出表率。

中国宋庆龄基金会副主席



二〇〇八年五月



共同担当 构建和谐

企业应当具有多元目的，经济目的是企业的一个基本目的，此外，企业应当具有其社会与环境目的。就像中国平安在其使命陈述中所言对社会负责、回馈社会、建设国家。在这里，中国平安的企业社会责任已不是其追求经济目的的手段，而成为中国平安自身存在的意义。

作为中国金融保险业中第一家引入外资的企业，作为一支拥有完善的治理架构和国际化、专业化的管理团队的企业，二十年来，中国平安通过多种渠道、多种方式，努力践行企业公民的职责，实现对客户、对社会、对国家的承诺。在帮助广大青少年提高能力和改善成长环境方面，中国平安做出了重要而富有成效的贡献，赢得了广泛的社会影响力。

与中国平安的合作中，中国青基会获益匪浅。这就是，作为一个社会组织（或非营利组织），我们如何在社会服务中提高效率，我们如何有效地使用资源并有助于组织竞争力的提升和可持续发展。事实证明，无论是经济组织还是社会组织，完全可以按照社会的、政治的、经济的和环境的要求来改善组织自身的业绩，最终为促进社会的和谐与公正共同担当并发挥积极的作用。

我们希望，这本责任报告的推出，会成为中国平安继往开来、履行责任的新起点。对于中国平安，我们有理由给予更多期待。

中国青少年发展基金会秘书长



二〇〇八年五月



通过对中国平安保险（集团）股份有限公司（下称“中国平安”）2008年度企业公民报告的研读，能够清楚的接收到关于该企业的多方面信息。中国平安是中国第一家以保险为核心，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。中国平安一直以来以其全面的企业社会责任实践，在全面履行企业社会责任方面做了较大的贡献，特别是2004年开始定期发布企业公民报告之后，企业社会责任建设更加规范、扎实。

就报告本身而言，它是一份按照国际惯例加入了G3标准的对照，并结合本公司的特点撰写的报告。内容体现了中国平安针对利益相关方所承担的社会责任。

从内容上看：报告的内容主要从三个方面表现了其信息的真实性，包括二十周年企业公民之路的回顾，2007年企业公民实践总结以及2008年企业公民建设纲要。

从形式上看：这种报告的形式方便了全公司所有成员以及客户都认识到公司的企业社会责任和它的承诺，并能够自觉的按着平安的理念来要求自己，把这些理念融入到公司的日常管理和公司员工的日常工作，便于公司的利益相关方清楚的认识公司的承诺，增强对公司的进一步认识，并通过这些来进行监督和保证承诺的实施，以体现公司的诚信。

报告通过回顾过去和展望2008，增加了企业过去与现在的可比性，充分的反映了企业的社会责任理念，又全面的总结了企业的社会责任实践。

随着企业社会责任理念的深入，企业社会责任报告也作为一种履行企业社会责任的重要方式，但其尚处在发展和完善的过程中，目前的企业社会责任报告都是以欧美国家的理念作为指导，中国社会还没形成一套成熟的标准体系来体现具有中国特色的企业社会责任报告的指导。这还需要各界人士、学者等共同努力，探讨、研究、开发适合我国国情的企业社会责任报告指南。

中国平安是中国企业社会责任同盟的发起成员之一，在同盟筹备和成立的二年多来，中国平安都发挥了积极的作用。企业社会责任是在成熟的市场经济环境下对企业的作用和企业与社会关系的重新认识，而中国的市场经济环境与西方成熟的市场经济环境相比显然有很大差别，但企业社会责任的理念是符合中国文化传统和社会意义理念的。因此，希望中国平安通过自身的积极探索，为中国的企业社会责任事业做出一份贡献。

中国企业社会责任同盟秘书长

何志毅

二00八年五月



2008平安企业公民报告对公司可持续发展战略进行了清晰描述，通过翔实的资料，展现了平安二十周年企业公民之路回顾，2007年企业公民实践总结，以及2008年企业公民建设纲要规划。这份报告体例新颖，逻辑顺畅，较好保证了相关信息的完整性和实质性。

过去的二十年，平安的成就有目共睹，为股东带来丰厚的回报，实现了员工的成长，通过积极履行企业的社会责任赢得了社会的尊重，创造了保险业的著名品牌。平安卓越的业务管理模式、先进的技术优势以及全心全意为客户服务的经营理念奠定了公司可持续发展战略的基础。2007年，平安给客户提供了更高质量的服务，积极开展节能降耗工作，继续推动了公司在经济、环境和社会三个维度上的协同贡献，提升了公司可持续发展的核心能力。2008年，在科学、务实的综合规划的指导下，平安正积极加强企业公民领域的创新，从企业利益相关者中寻求支持和动力，进一步实现可持续的增长。

北京大学光华管理学院副教授 穆建宇

二00八年五月

企业不仅承担着主要面向股东的商业责任，对于其所赖以生存的社会同样也需要承担责任，已经日益成为国内外优秀企业的共识，也驱使着全球500强中有一半以上的企业每年都发布其企业公民责任报告。保险行业所具有的独特的社会风险管理者和专业的风险管理服务提供者的职能，客观上使得保险行业的商业责任与社会责任的结合更为紧密。作为中国保险行业的领跑者，我衷心期望中国平安能够与广大保险行业一道，对不断完善中的金融市场，对快速发展的中国，更多一份承担，也取得更大的成绩。

国务院发展研究中心金融研究所副所长、博士生导师

中央人民政府驻香港联络办公室经济部副部长

巴曙松

二00八年五月



领时代之风骚 开风气之先河 尽企业之责任 谋百姓之平安

清华大学经济管理学院金融系主任

中国与世界经济研究中心主任

李稻葵

二00八年五月



通过为社会提供一流服务实现一流股东回报，通过吸引、造就一流员工为社会提供一流服务，立足于本职工作实现社会责任。

中华人民共和国商务部

国际贸易经济合作研究院中贸研究部

梅新育博士

二00八年五月



关于本报告



本报告日期：2007年1月至2007年12月

上份报告日期：2006年1月至2006年12月

报告周期：每年一次

确定报告内容的程序：依据全球报告倡议组织(Global Reporting Initiative, GRI)G3版的规范确定报告内容

报告的涵盖范畴：中国平安保险（集团）股份有限公司及其分支机构

数据评估方法及运算基础：集团内部报表及相关统计

报告下载地址：<http://www.pingan.com/csrreport>

报告联系人：（86）755-22622476 （86）755-22624314





GRI索引



类别	GR 第二部分 标准披露	在报告中的位置
概况	1. 战略及分析	P2 P5 P6
	1.1 机构最高决策者就可持续发展与机构及其战略的关系的声明	P2 P9
	1.2 主要影响、风险及机遇的描述	
	2. 机构简介	
	2.1 机构名称	P3 P4
	2.2 主要品牌、产品及(或)服务	P3 P4
	2.3 机构的营运架构,包括主要部门、营运公司、附属及合营机构	P3 P4
	2.4 机构总部的地点	P3 P4
	2.5 机构在多少个国家营运,在哪些国家有主要业务,哪些国家与报告所述的可持续发展事宜特别有关	P3 P4
	2.6 所有权的性质及法律形式	P3 P4
	2.7 机构所供应的市场(包括地区细分、所供应的行业、客户(受惠者的类型))	P3 P4
	2.8 汇报机构的规模	P3 P4
	2.9 汇报期内机构规模、架构或所有权方面的重大改变	P3 P4
	2.10 汇报期内所获得的奖项	P34-P36
	3 报告规范	
	3.1 信息汇报的日期(如财政年度/西历年)	P50
	3.2 上一份报告的日期(如有的话)	P50
	3.3 汇报周期(如每年、每两年一次)	P50
	3.4 查询报告或报告内容的联络点	P50
	3.5 界定报告内容的过程	P50
	3.6 报告的界限(如国家、部门、附属机构、租用设施、合营机构、供应商)	P50
	3.7 指出任何有关报告范围及界限的限制	P50
	3.8 根据什么基础,汇报合营机构、附属机构、租用设施、国外采购业务及其它可能严惩影响不同汇报期及(或)不同机构间可比性的实体	P50
	3.9 数据量度技巧及计算基准,包括用以编制指标及其它信息的各种值计所依据的假设及技巧	P50
	3.10 解释重整旧报告所载信息的结果及原因(例如合并/收购、基准年份/年期有变,业务性质,计算方法)	P50
	3.11 报告的范围、界限或所用的计算方法与以往的报告的重大分别	P50
	3.12 表列各类标准披露在报告中的位置	P51-P53
	3.13 在可持续发展报告附带的认证报告中列出机构为报告寻求外部认证的政策及现行措施。如没有列出,请解释任何外部认证的范围及根据。并解释汇报机构与验证者之间的关系	P45-P49
	4. 管理、参诺及参与度	
	4.1 机构的管治架构,包括最高管治机关辖下专责特定事务的各个委员会,例如制订战略或组织监管的委员会	P8
	4.2 指出最高管治机关的主席有否兼任行政职位(如有,请说明其在机构管理层的功能及如此安排的原因)	P2
	4.3 如机构属单一董事会架构,请指出最高管治机关中独立及(或)非执行成员的人数	P8
	4.4 股东及雇员向最高管治机关提出建议或经营方向的机制	P8 P16

类别		在报告中的位置
	4.5 对最高管治机关成员、高层经理及行政人员的赔偿(包括离职安排),与机构绩效(包括社会及环境绩效)之间的关系	P14-P16
	4.6 避免最高管治机关出现利益冲突的程序	P15 P16
	4.7 如何决定最高管治机关成员应具备什么资格及经验,以领导机构的经济、环境及社会项目战略	P8 P15
	4.8 机构内部制定的使命或价值观、行为守则及关乎经济、环境及社会绩效的原则,以及其实施现况	P2 P5-P7
	4.9 最高管治机关对汇报机构如何确定和管理经济、环境及社会绩效(包括相关的风险、机遇),以及对机构有否遵守国际公认的标准、道德守则及原则的监督程序	P7 P15
	4.10 最高管治机关本身绩效的程序,特别是有关经济、环境及社会的绩效	P15
	4.11 解释机构有否及如何按谨慎方针或原则行事	P7
	4.12 机构对外界发起的经济、环境及社会的约章、原则或其它倡议的参与或支持	P40
	4.13 机构加入的一些联合会(如业界联合会)及(或)全国/国际倡议组织	P17
	4.14 机构引入的利益相关群体清单	P7
	4.15 界定及挑选要引入的利益相关者的根据	P7
	4.16 引入利益相关者的方针,包括按不同形式及组别引入利益相关者的频密程度	P7
	4.17 引入利益相关者参与的过程中提出的主要项目及关注点,以及机构如何回应,包括以报告回应	P5-P44
	5. 管理方针及绩效指标	
经济绩效指标	EC1 机构产出及分发的直接经济利益,包括收入、运营成本、雇员赔偿、捐献及其他社区投资、留存盈利、支付与资本提供者及政府的款项	P19-P24 P31-P34 P41-P43
	EC5 机构在各主要地点工资的标准起薪点与当地最低工资的比例	P15
	EC6 机构在各主要营运地点对当地供应商的政策、措施及支出比例	P18-P19
	EC7 机构在各主要营运地点聘用当地人员的程序,以及在当地社区聘用高层管理人员的比例	P14-P17
	EC8 机构透过商业活动、实物捐赠或免费专业服务,主要为大众利益而提供的基建投资及服务的发展及影响	P19-P22 P31-P34 P41-P43
环境绩效指标	EN5 经环境保育及提高效益而节省的能源	P18-P19 P30
	EN6 提供具能源效益或以再生能源为本的产品及服务计划,以及计划的成效	P18-P19 P30 P40
	EN7 减少简节能降耗量的计划,以及计划的成效	P40
劳工薪酬及管理工作效率指标	LA1 按雇用类型、雇佣合约及地区划分的雇员总数	P3-P4
	LA2 按年龄组别、性别及地区划分的雇员流失总数及比率	P14-P17
	LA3 按主要业务划分,只提供予全职雇员(不给予临时及兼职雇员)的福利	P15
	LA4 受集团议价协议保障的雇员百分比	P14-P17
	LA6 在协助检查及咨询职业健康与安全计划的正式劳资健康与安全委员会中,劳方代表的比重	P16
	LA7 按地区划分的工伤、职业病、损失工作日及缺勤比率,以及和工作有关的死亡人数	P16





类别		在报告中的位置
	LA8 为协助雇员、雇员家属或社区成员而推行，关于严重疾病的教育、培训、辅导、预防与风险监控计划	P16
	LA9 与工会达成的正式协议中的健康与安全项目	P16
	LA10 按雇员类别划分，每名雇员每年受训的平均时数	P15 P26-P27
	LA11 加强雇员的持续受聘能力及协助雇员转职的技能管理及终生学习课程	P15 P26-P27
	LA12 接受定期绩效及职业发展检讨的雇员的百分比	P14-P17
	LA13 按性别、年龄组别、少数族裔成员及其他多元性指标划分，各管治机关成员和各类雇员的细分	P16
	LA14 按雇员类别划分，男性与女性的基本薪金比率	P16
人权绩效指标	HR3 雇员在作业所涉及人权范围的相关政策及程序方面受训的总时数，以及受训雇员的百分比	P15 P26-P27
	HR6 按国家划分，对政党、政客及相关组织作出财务及实物捐献的总值	P19
社会绩效指标	S07 涉及反竞争行为、反垄断、垄断措施的法律投诉的总数，以及其结果	P29-P30
产品绩效指标	PR1 为改良而评估产品及服务在其生命周期各阶段对安全与健康的影响，以及接受这种评估的重要产品及服务类别的百分比	P10-P14 P24-P26
	PR3 按程序划分标签所需的产品及服务信息种类，以及须符合这种信息规定的重要产品及服务的百分比	P10-P14 P24-P26
	PR5 有关满足客户需要的措施，包括调查客户满意程度的结果	P10-P14 P24-P26





中国平安

专业·价值 PING AN OF CHINA

保险·银行·投资