



企业使命

中国平安秉持厚德载物之理念，积极承担对股东的勤谨之德，对客户的诚信之德，对员工的涵养之德和对社会的感恩之德。

对股东负责：稳定回报、资产增值

对客户负责：服务至上、诚信保障

对员工负责：生涯规划、安居乐业

对社会负责：回馈社会、建设国家

报告概况

这是一份通用报告。我们也在网站上提供本报告的电子版，请登录 www.pingan.com/csr 阅读我们的网上报告。明年，我们将考虑精简印刷版报告的内容，将更多绩效指标刊载到网上，以减少资源消耗，支持环境保护。

作为一家综合金融服务集团，为了让我们的利益相关方更加清晰地了解到不同业务系列在可持续发展战略中发挥的作用，我们在披露核心绩效时，首次采用了分业务系列披露的方法。

我们还继续将全球报告倡议组织的G3指标和《GRI金融服务行业补充》作为我们的指导性框架，并使用独立的AA1000保证标准来确保我们的报告和方法。

该报告数据范围涵盖集团所有业务系列，我们的财务业绩的详情载于《中国平安2009年年度报告》。

本报告做了一部分的规划和预测，但不排除对趋势预测有一定的不确定性。

本报告披露的所有内容和数据，已经中国平安保险（集团）股份有限公司董事会审议通过。报告及我们对管理可持续发展问题的方式和具体计划的进一步信息，也可在 www.pingan.com/csr 查询。

注释：本报告主体为“中国平安保险（集团）股份有限公司”及其属下各专业子公司。以下正文部分，使用“我们”代表报告主体。

目录

- 2 董事长致辞
- 4 公司概况
- 6 战略与管理

股东

- 11 我们的价值观
——对股东负责：稳定回报 资产增值
- 12 我们的关注
- 13 我们的行动
- 16 绩效成果
- 18 问题
- 19 2010年的计划和目标

客户

- 21 我们的价值观
——对客户负责：服务至上 诚信保障
- 22 我们的关注
- 23 我们的行动
- 29 绩效成果
- 32 问题
- 33 2010年的计划和目标

员工

- 37 我们的价值观
——对员工负责：生涯规划 安居乐业
- 39 我们的关注
- 40 我们的行动
- 46 绩效成果
- 48 问题
- 48 2010年的计划和目标

环境和社会

- 51 我们的价值观
——对社会负责：回馈社会 建设国家
- 53 我们的关注
- 54 我们的行动
- 61 绩效成果
- 62 问题
- 62 2010年的计划和目标

合作伙伴

- 65 我们的价值观
——合作伙伴：互惠互利 实现共赢
- 66 我们的关注
- 67 我们的行动
- 69 绩效成果
- 71 问题
- 71 2010年的计划和目标

- 72 社会认可
- 74 GRI指标对照表
- 76 指标附录
- 83 第三方审验声明
- 86 联系我们

董事长致辞

我们将牢记我们的企业使命，积极探索出一套适合平安发展的企业社会责任建设的方法，更好地承担起对利益相关方的责任，为公司的持续、健康、快速发展而不懈努力。

马明哲

中国平安保险（集团）股份有限公司
董事长兼首席执行官



2009年，是既充满挑战、又蕴育着机遇的一年。面对严峻复杂的全球金融、经济形势，中国平安积极应对，迎难而上，成功实现了保险、银行和投资三大业务的持续、快速、健康的发展。在积极推进业务发展，实现公司经营目标的同时，中国平安在《企业社会责任五年战略规划》的指引下，全面履行企业各项社会责任，向股东、员工、客户及全社会交出了满意的“承诺”答卷。

2009年，是《中国平安企业社会责任五年规划》执行的第一年。本年，全球金融海啸的冲击对我们的股东、客户、员工等各利益相关主体的信心造成一定的影响，中国平安审时度势，清晰洞察市场需求及外部变化，推出“你的平安，我的承诺”的年度企业社会责任主题，通过进取的业务发展策略、优

质的客户服务、卓越的员工绩效管理及积极的社区公益投资等工作，全面完成了规划提出的各项任务目标。

我们积极履行对股东的承诺：2009年，中国平安实现净利润144.82亿元，较上年大幅增长。我们的寿险规模保费突破1300亿，产险保费收入跃居行业第二，在自身银行业务良好发展的基础上，获得投资深发展的战略机遇，证券、信托和资产管理等业务也在各自行业名列前茅。我们还加快了综合金融的平台建设，进一步完善了公司治理及风控体系，强化了守法经营意识，更好地提升了公司的快速发展的基础及风险控制水平。

我们积极履行对客户的承诺：2009年，平安产险“万元以

下，资料齐全，三天赔付”、平安寿险“为您寻找理赔的理由”、平安信用卡“挂失前72小时失卡有保障”、平安银行“个人客户全球ATM取款免费、网银汇款免费以及网银安全保障”等服务承诺相继向社会推出，各项服务标准均创下业界新高，深受广大客户赞誉。此外，客户沟通平台建设、远程服务体系建设和创新产品的开发提供以及优质的渠道建设都取得了长足的进步，有效支持和促进了各子公司的业务发展。形成了客户满意、品牌美誉、业务提升三方互动互赢、良性循环的局面。

我们积极履行对员工的承诺：2009年，我们推出了绩效文化为主题的号角行动，通过绩效问责，形成有效的内部竞争机制，帮助员工快速成长。2009年，在市场很多公司降薪裁员的背景下，我们坚持加大对员工的投入，通过灵活的有竞争力的薪酬福利体系保证员工有合适的收入。我们继续致力于员工的培训和教育，为他们提供开放先进的学习环境，本年我们的培训投入达3.87亿元，保持了适度增长。我们关注员工健康及通过丰富多彩的文娱活动为员工营造开心的工作氛围。我们还通过员工互助成长平台调查并倾听员工的心声、了解他们的需求，关注员工的健康成长。

我们积极履行对社会的承诺：在5·12地震一周年之际，我们出资1000万元设立“中国平安希望奖学金”，用于鼓励平安希望小学的孩子们追求卓越，立志成才；我们连续第三年开展了以“精神扶贫，启迪心智”为宗旨的中国平安希望小学支教行动。截至2009年，参与支教的志愿者人数达794人，受助学生近9000人；2009年是中国平安励志计划开展第六年，针对大学生就业难问题，举资500万元启动了励志创业大赛，鼓励青年学子创业成才，全国22个省、自治区、直辖市50余所高校师生的广泛关注，不仅为大学生搭建了一个创业的平台，而且为大学生的创业道路打下了坚实的基础。

中国平安的庄严而切实的承诺，赢得了广泛的社会赞誉。2009年度，我们连续三年获得中国新闻社评选的“中国最具责任感企业”称号，第八度蝉联由经济观察报和北京大学评选的“中国最受尊敬企业”称号，第五次获得“21世纪报系”评选的“中国最佳企业公民”称号，成功入围“第一财经”评选

的“中国企业社会责任榜杰出企业奖”。

展望2010年，我们在全球金融危机还未消散的烟云中看到了更为清晰的曙光，相信机遇与挑战并存，机遇大于挑战。我们将继续全面履行股东、客户、员工及社会的责任，我们将通过持续提升各业务线的竞争力，实现有效益、可持续、超越市场的增长；通过更加高效、更有品质的服务承诺，提升客户满意度；通过加大对员工的投入及加强培训，更好地促进员工的成长；我们也将继续加大公益及社区投资，特别是更加专注教育公益，为社会做出贡献。

2010年，应对气候变化成为金融危机之后至关重要的全球性问题之一。为此我们向社会郑重提出我们的“绿色承诺”，全面启动旨在实现低碳营运，推动绿色金融，促进社会可持续发展的100项低碳行动计划。我们将从自身运营、绿色金融产品服务的开发、开展低碳公益活动三大方向建设我们在金融业中的低碳领导力，努力成为中国绿色金融的标杆企业。

“路漫漫其修远兮，吾将上下而求索”。我们将牢记我们的企业使命，坚定贯彻落实《中国平安企业社会责任五年规划》的各项计划和目标，积极探索出一套适合平安发展的企业社会责任建设道路，更好地承担起对利益相关方的责任，为公司的持续、健康、快速发展而不懈努力。



中国平安保险（集团）股份有限公司
董事长兼首席执行官

公司概况



中国平安保险(集团)股份有限公司(以下简称“中国平安”,“公司”,“集团”)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(“平安海外控股”)、平安信托投资有限责任公司(“平安信托”)、平安银行股份有限公司。平安信托依法控股平安证券有限责任公司,平安海外控股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2009年12月31日,集团总资产为人民币9357.12亿元,权益总额为人民币917.43亿元。

集团总资产

9357.12
人民币亿元

权益总额

917.43
人民币亿元

2009年4月,《福布斯》公布其2009年度“全球上市公司2000强”,中国平安凭借稳固的业务基础、优秀的经营管理及综合金融的优势,第三度入围,排名第141,在91家上榜的中国内地企业中,排名第八,三度蝉联非国有企业第一名。6月,英国《金融时报》公布其2009年度“全球500强”企业榜单,中国平安荣幸再次入榜,在全球寿险公司排名第二;在上榜的中国内地企业中,中国平安以426.63亿美元市值排名第八,三度蝉联非国有企业第一名,在国内金融企业排名第五;11月5日,“2009年度最佳社会责任报告大奖”在北京揭晓,中国平安首度披露的2008企业社会责任报告最高得分名列所有A股企业榜首,成为本年度最佳社会责任报告;12月4日,2008-2009年度中国最受尊敬企业评选在北京揭晓,中国平安凭借对股东、客户、员工及社会的良好责任担当,从374家入围企业中脱颖而出,连续第八次荣获“中国最受尊敬企业”称号,并成为唯一获此殊荣的综合金融保险集团;12月9日,中国平安成功当选“2009年度中国最佳企业公民”,这是中国平安第五次获此殊荣;12月10日,“2009第一财经中国企业社会责任榜”在上海揭晓。中国平安凭借在企业社会责任的长期卓越贡献和对企业社会责任模式的创新,获评“2009第一财经中国企业社会责任榜杰出企业奖-社会贡献奖”。

2009年1月1日至2009年12月31日,集团实现总收入为人民币1478.35亿元,净利润为人民币144.82亿元。从规模保费来衡量,平安寿险为中国第二大寿险公司,平安产险为中国第二大产险公司。公司通过旗下各专业子公司共为约5100万名个人客户及超过200万名公司客户提供了保险、银行、投资等各项金融服务。集团拥有约41.7万名寿险销售人员及10万余名正式雇员,各级各类分支机构及营销服务部门3,800多个。

中国平安的企业使命是:对股东负责,稳定回报,资产增值;对客户负责,服务至上,诚信保障;对员工负责,生涯规划,安居乐业;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。中国平安遵循“集团控股、分业经营、分业监管、整体上市”的管理模式,



在一致的战略、统一的品牌和文化基础上,确保整体集团朝着共同的目标前进。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,位于上海张江的中国平安全国后援管理中心是亚洲领先的金融后台处理中心,公司据此建立起流程化、工厂化的后台作业系统,并借助电话、网络及专业的业务员队伍,为客户提供专业化、标准化、全方位的金融理财服务。通过客户首创的客户服务节,万里通、一账通等创新的服务模式,为客户提供增值服务。

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2009年底,中国平安已在全国各省市边远地区规划援建100所平安希望小学,其中已经援建84所(包括32所在建);2009年,中国平安还出资1000万元在全国平安希望小学设立了“中国平安希望奖学金”;连续六年开展中国平安励志计划,已奖励学生2285人,奖金总额达到774万元,2009年还启动了励志创业大赛,截至12月,共征集到创业点子956个,创业计划书435份,并向中国青年发展基金会捐赠了500万元“中国平安励志基金”;连续六年投入百万,公益协办中国少年儿童平安行动;连续八年组织无偿献血活动,员工无偿献血量达836.3万CC,并向中华骨髓库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,预计捐赠总保额将逾7亿元。

战略与管理

我们的期待和长期目标是将平安建成集保险、银行和投资为一体的国际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、多种服务；持续地获得稳定的利润增长，为股东提供长期、稳定、可信赖的回报，在可持续发展实践方面成为金融服务行业的标杆企业。为了实现这一目标，2008年底，我们制定了企业社会责任建设五年规划，2009年是我们制定企业社会责任五年发展规划后的首个执行年，我们以诚信为核心履行对股东、客户、员工和社会负责的企业使命，开始将企业可持续发展战略融入日常经营行为，为公司战略目标和可持续发展目标的实现奠定坚实的基础。

管理平台建设

迄今为止，我们在可持续实践方面表现出一定的领导力，在2009年入选了上海证券交易所的企业社会责任指数以及中国企业社会责任同盟上市公司可持续发展指数（又称“中责盟50指数”），但是，这种领导力能否在范围广泛的议程中得以保持，以及需要哪些必要的能力和投入？我们意识到管理平台的建设是保持这种领导力的基础。

2009年，我们在集团品牌宣传部下组建了CSR管理团队，全面推进和管理全系统的企业社会责任建设，开展CSR的相关重要

工作，并研究ESG（环境社会及治理）风险在项目及投资管理上运用的可能性。

2010年，我们将完善公司企业社会责任管理团队的工作职责，规范集团各部门、各专业子公司企业社会责任的工作细项，将企业社会责任的制定贯穿组织的各级活动，为公司高层管理者在面对不确定性因素时能够识别、评估各种风险发生的可能性，提供风险应对的对策，捕捉机遇或者使企业资本得到合理化的运用，发挥创造与保持企业价值增长的作用。

企业社会责任管理架构：



内部宣传教育

内部员工的认同和参与是企业社会责任建设得以有效落实的前提和基础。2009年，在企业社会责任报告撰写的过程中，我们在不同层级的员工中开展研讨和培训，并持续地通过内部电视晨会、内部报刊、网络系统在全系统范围内进行了企业社会责任基本理念知识的普及，与往年相比，现在有更多的员工在思考、谈论和实施可持续发展工作。

在2009年底，我们首次在总部员工中进行了CSR认知度调查，此项调查将作为一项长期的内部沟通机制开展下去，以不断地改善和提高员工对企业社会责任的认识和理解，从而更加主动和积极地参与企业社会责任建设。

绩效报告

我们对企业社会责任的绩效管理和内部报告的目标都是相一致的。2009年我们首次在董事会上，把企业社会责任建设工作作为专项议题向董事会进行汇报，以检视、督促年度任务目标的落实。

长期能力建设

我们在积极推进CSR相关工作中认识到，建立起一整套完整的思维和方法对保障企业可持续发展工作长期有效开展的重要性。在2009年，我们启动加入道琼斯可持续发展指数（DJSI）工作。我们也意识到，实现该目标的挑战性，所以，我们制定了详细的计划，做好了在申请过程不断完善体系、改进绩效的准备。我们相信这个过程会对我们的企业社会责任建设的有效性产生积极和重大的影响。

利益相关方沟通机制

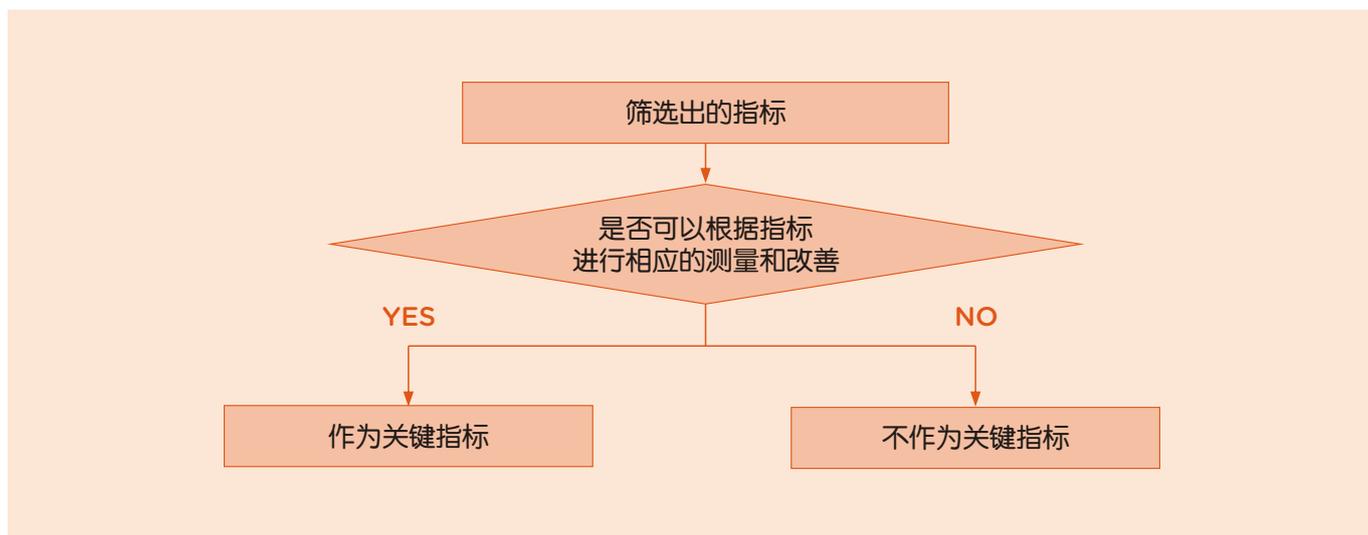
完善的利益相关方沟通机制能够让我们清晰地洞察各利益相关方的需求，并把这些需求融合到业务管理之中，形成风险管理的预警系统，建立对应的沟通机制，更好地改善我们的CSR绩效。2009年，我们梳理了我们的利益相关方沟通机制，并运用此机制指导相关工作的开展。

战略与管理

利益相关方	沟通机制与形式	沟通内容
股东与投资者	公开信息披露 股东大会 业绩发布会、电话沟通会、网上路演 培训交流活动 开放日活动 IR网站、热线、邮箱	定期报告、临时公告等公司信息 重大战略决策 经营管理数据 财务精算专业知识 综合金融各项业务的创新及成就
客户	新契约回访调查 客户满意度调查 理赔客户回访调查 各系列客户服务节 VIP客户活动 内刊资讯沟通 平安官网 一账通金融整合平台	改善服务，提升客户满意度 了解客户需求 产品、服务全方位资讯信息
员工	工会职工代表大会 员工成长互动平台 员工服务满意度调查 网络及面授培训 电视晨会、内刊、内网、内部邮箱 绩效管理机制	员工权益保障 员工职业发展 员工服务 员工工作绩效 公司理念、产品、服务、制度等资讯
NGO组织	定期电话会议 定期邮件 年度结案总结	合作项目内容 合作项目规划、总结 合作机制交流
社区	开展各项社区服务活动 内刊资讯沟通 内外部志愿者组织 各参与方日常交流	合作机制、流程 项目内容 如何更好地改善受帮助人群的生活水平 公司企业社会责任理念及行动传播 公司整体形象传播 了解社区需求
合作伙伴	满意度调查 综合评估	合规性管理、检查与反馈 服务产品质量、及到货时效 进一步业务合作的机会

本报告还列明了我们参与的其他具体活动。

报告中，我们根据对利益相关方的了解，和我们目前的状况，按照对利益相关者评估及决定的影响和对经济、环境及社会影响的重要性原则，判断出关键指标并进行披露。







股东

我们的价值观

对股东负责：稳定回报 资产增值

股东



中国平安每年都会给予我们持续、稳定、丰厚的投资回报，平安负责任的公司治理让我们这些股东非常的放心。

宋志江

深圳市立业集团有限公司
投资总监

我们的关注

- 清晰、稳定、负责任的公司治理可以提升股东的信任度，为公司可持续发展提供坚实的基础。
- 内控机制中建立的事前/事中/事后的防火墙有效地防范交叉风险，为公司稳健发展提供有力保障。
- 反洗钱监控合规体系的进一步优化，针对性监控更加突出，为公司防范洗钱风险、促进金融秩序的稳定提供夯实保障。
- 反腐败体系的健全是防止滋生腐败行为的有效壁垒，为公司健康发展提供重要保障。

股东

我们的行动

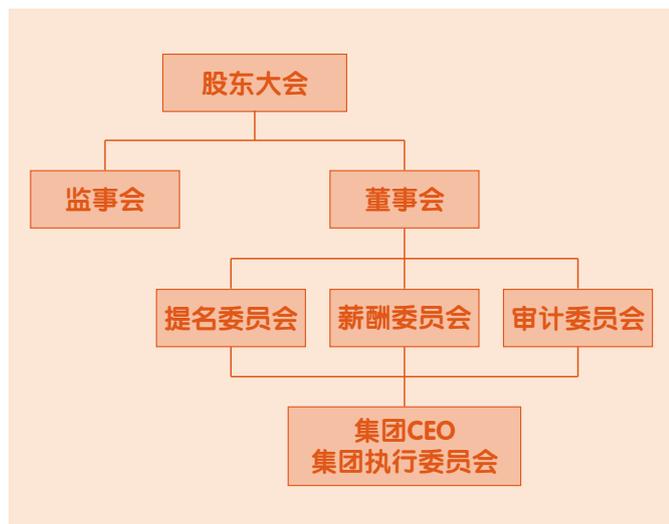
2009年，在金融危机及业务结构调整的影响下，我们通过自身努力实现良好的业务增长：寿险规模保费实现1345.03亿元，同比增长31.4%；产险规模保费实现387.74亿元，同比增长43.5%；综合金融战略下的投资业务也取得突破，平安证券投行保持在中小板和创业板融资业务上的优势，主承销家数市场占有率行业领先；平安信托管理的信托资产规模达1305.51亿元，较2008年底增幅超过100%，实现历史性突破，进一步巩固了在行业的领先地位。银行总资产首次突破2200亿元，信用卡累计流通卡量超过340万张，总交易金额超过360亿元，为股东提供了丰厚的价值回报。良好的经济表现与清晰健全的公司治理架构和负责任的公司治理是分不开的。清晰的公司治理和完善的风险管理体系及反洗钱、反腐体系有效地防范了金融风险，为我们可持续价值的提升奠定了坚实的基础。

公司治理

2009年，我们继续保持原有的股东大会、董事会、监事会“三会”制度和独立董事制度。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。

2009年6月3日我们召开了股东大会，顺利完成了公司董事会和监事会的换届选举，独立董事占比依然保持1/3以上。新组成的第八届董事会符合国内相关法律法规，《香港联合交易所证券上市规则》、《上海证券交易所股票上市规则》以及《公司章程》有关规定，保持了公司战略决策的科学性和连续性。新组成的公司第六届监事会将继续积极维护公司、股东及员工的利益，对公司的规范运作、财务状况及董事会、经营班子进行有效的监督检查，保证公司健康、稳定的发展。

公司治理架构图



2009年8月14日我们召开了第八届董事会第三次会议，决议修订了《董事会提名委员会工作细则》，同时对公司制定的《交易所关联交易信息披露指引（2009版）》及《保监会关联交易报备工作指引》进行了审阅备案。2009年10月27日我们召开了第八届董事会第四次会议，决议通过了公司《内幕信息知情人登记制度》。2009年12月18日我们召开了2009年第二次临时股东大会，决议通过了《会计师事务所选聘制度》。2009年一系列公司治理基本制度的制定和修改完善，使公司治理水平得到了进一步规范和提升。

内控风险管理体系及防火墙建设

事前/事中/事后三位一体的风险管理体系



我们内控中心建立了“事前/事中/事后”三位一体的风险管理体系。具体机制是：首先在“事前”进行风险识别与评估，定期更新、维护风险列表，分析法律法规、监管规定和行业自律规则的变动情况，提示风险出现的可能和应对策略；在“事中”执行统一的风险管理政策、风险指标和实施标准，监控和报告异常风险指标，我们还启动了国内首家综合金融集团全面风险管理（Enterprise risk management 简称 ERM）项目，按照风险类别进行风险压力测试，对风险进行监控汇报，

实现对风险的事中管控；最后，稽核监察部门通过不断的完善垂直、集中的稽核监察架构，保持独立性，实施风险导向的稽核审计，实地查处，威慑违法违规人员，执行事后惩戒机制，并通过审计工作平台、预警系统，实现稽核的阶段性监督向日常性监督转变，发挥风险监控最后防线作用。

股东

防火墙建设

我们内控中心协助管理层建立了规范、完整的公司治理结构和领先的经营机制，并在此基础上结合实际情况形成了有特色的防火墙，堵截风险传递、严控不当内部交易及利益冲突行为。2009年，我们进一步完善了各子公司、各业务之间的防火墙建设，有效地防范系统性风险传递，为集团及各子公司高效益、可持续、健康稳健发展保驾护航：我们的组织架构总体可概括为“集团控股，分业经营，分业监管，整体上市”。作为投资控股公司，集团不经营具体业务，主要负责制定公司战略，代表股东管理和分配资本，并行使监督职责；集团和监管部门共同构成的双重监督体制，更有利于加强管控，防范风险；集团对子公司高比例控股，有利于资源共享、发挥协同效应。各金融子公司作为独立法人，分业经营，分别接受对应监

管部门的监管；各子公司相互之间设有严格的防火墙，风险防范机制完善；集团整体上市，法人治理结构清晰、健全，信息披露充分、完整，经营透明度高。

我们内控中心的合规部门作为风险“事前”预警部门，关注监管动态，并结合各子公司、各业务的特点，及时进行风险提示，为建设防火墙把好第一道关口；风险管理部门对经营过程中的风险进行容忍性评估，通过有效的内部控制，评估剩余风险，强化防火墙第二道关口；稽核监察部门建立惩戒机制，对案件进行实地查处，把关防火墙最后一道关口，形成了事前、事中、事后防火墙的有效隔离。



从左至右依次为：集团副总经理 王利平 集团副总经理、首席财务官兼总精算师 姚波 集团总经理 张子欣
 集团常务副总经理兼首席保险业务执行官 梁家驹 集团董事长兼首席执行官 马明哲
 集团首席金融业务执行官兼平安银行行长 理查德·杰克逊 集团副董事长兼首席执行官 孙建一

股东

反洗钱

2009年，我们的反洗钱监控合规体系进一步优化，效率进一步提升，针对性监控更加突出。开展的主要工作有：一是修订、完善了《反洗钱监控制度》；二是按照人民银行的监管要求如期完成了客户风险等级划分工作、及时优化反洗钱IT上报系统，确保大额交易与可疑交易数据上报的完整性与准确性；三是在IT系统对可疑交易监控有效运作的前提下，我们同时加强了人工识别与分析，进一步加强对可疑交易的针对性监控；四是持续开展客户身份识别工作和客户身份资料的清理工作；五是进一步优化和整合了反洗钱的汇报和沟通机制，明确了反洗钱现场检查的事前、事中、事后的管理流程。通过采取一系列反洗钱监控措施，确保了公司反洗钱工作有序、高效开展。

反腐败

我们2003年就制定了《“红、黄、蓝”牌处罚制度》，对行贿、受贿、索贿等各种形式的商业贿赂行为亮红牌，对相关责任人进行严肃查处，触犯刑法的则依法移送司法机关进行查处。我们还制定了《违法违纪案件管理办法（试行）》，对案件的管理权限、受理及立案、案件查办、结案处理等，案件查处程序均做出详细的规定，使案件查处工作流程依照制度明确高效，从而确保对涉及商业贿赂等违法违纪行为做到有案必查、有案必究、有案必结。

2009年我们在总结以往廉政教育工作成功经验的基础上，进一步积极探索，举办了内容丰富、形式多样、生动活泼的教育活动，具体包括定期在视频晨会中设立廉政思想教育专栏，通过宣讲廉政格言、播报防腐案件、诠释哲理故事等方式进行宣传教育，将廉政教育与员工日常工作、生活紧密结合起来。同时，集团稽核监察部组织开发了《廉政教育通用课程》（网络课程版），确立了廉政教育的方向及目标，规范集团公司及各子公司廉政教育工作。

绩效成果

遵循《企业内部控制基本规范》要求，建立健全内控自评体系；

✓ 已完成

打造专业高效内控管理团队；

~ 持续进行中

不断创新内控管理手段；

~ 持续进行中

股东

加强合规文化建设，增强各级员工“守法+1”意识； 持续进行中

加强对风险指标的监控和超标情况的汇报和督办； 持续进行中

开展了全集团并表压力测试； 持续进行中

绩效指标

2007 - 2009规模保费情况表

单位：人民币百万元	2009年	2008年	2007年
人寿保险	134503	102369	79279
财产保险	38774	27014	21666
合计	173277	129383	100945

2007 - 2009中国平安经济绩效表

单位：人民币百万元	2009年	2008年	2007年
集团总资产	935712	704564	651344
归属于母公司股东权益	84970	64542	107234
营业收入	147835	108516	165263
归属于母公司股东的净利润	13883	1418	15086
基本每股收益（元）	1.89	0.19	2.11
股息	3306	1469	5142

注：

- 2008年数据已经根据本公司执行《企业会计准则解释第2号》后的会计政策进行追溯调整。
- 股息包括末期股息及中期股息，2009年股息33.06亿元已包含将提呈年度股东大会批准的2009年末期股息22.04亿元。

股东



平安利顺国际货币经纪有限责任公司开业新闻发布会

问题

但我们在实践过程中发现我们的工作仍存在以下问题：

- 由于2009年《企业内部控制基本规范》的配套指引尚未发布，在重点公司、重点业务流程开展内控自评尚未全面铺开，随着内控自评有项目性管理在2010年向日常化运作转变，在各公司、机构、流程全面深入推广内控自评以及对业务部门、合规部门等人员进行相关培训有待进一步加强。
- 制度建设和组织建设还跟不上标准化事业快速发展的需要，标准化工作人才仍较匮乏，标准落实的广度有待推展。

股东



中国平安2009年中期主营业务稳健发展，综合金融优势凸现

2010年的计划和目标

2010年我们将进一步明确内控部门的角色定位，优化内控管理架构和体系，在以制度、机制对员工行为模式进行规范的基础上，通过系统、平台、文化的合规管理，提高内控管理水平；完善培训机制，加强对内控管理人员的专业培训，建设一支“一专多能”的复合型综合金融内控管理队伍，为公司综合金融发展提供更高效的支持和保障。

在合规方面，我们将全面推动开展内控自评工作，完善内控评估体系，并在全系统推广合规内控管理问责机制；采取系统化、规范化的方式加强合规风险提示；优化总分公司管理模式、合规评审机制、反洗钱管理平台，为综合金融、交叉销售提供更有效的合规内控支持。

在风险管理方面，加强对集团层面的风险指标的监控和超标情况汇报和督办，制定完善全面风险管理体系相关制度，完善压力测试方案，协助集团管理层从财报的角度制定风险容忍度和风险偏好，进一步构建符合国际标准和监管要求的全面风险管理体系。

在稽核方面，不断优化稽核监察流程，稳步推进创新的稽核手段，并搭建风险评级模型，通过风险预警、风险评价和稽核监

察信息监控，从而全面实施风险导向的稽核管理，使审计资源继续向高风险业务、人员和区域倾斜，逐步提高稽核监察工作的效率和效果。

在反腐工作方面，我们将大力推进常规稽核转型，及时发现系统性风险，对预警到的舞弊信号以及大案、要案，进行有针对性的专项稽核，以风险为导向，集中有限的资源向高风险的业务倾斜；同时，我们将针对业务投诉类信访案件，继续依托SMIS系统信访案件模块管理平台，对集团旗下各子公司的信访案件予以指导及监督，在确保信访案件的管理水准及处理时效有效提升的基础上，同时督促各子公司业务部门加强内部管控，提高理赔、客服、销售等环节的客户服务水准，以期有效降低业务投诉类的信访案件数量，取得客户信任、监管认可、品牌卓越的多赢局面。





客户

我们的价值观

对客户负责：服务至上 诚信保障

客户



我们全家的重疾险、住院医疗险和养老险买的都是平安的产品。平安是中国最早走国际化道路的保险公司，学习能力强，代表着国内保险业的领先水平。

段昌峰

招商银行武汉分行
行长

我们的关注

- 践行对客户的承诺，着力提升客户满意度，将客户关注的服务内容具体化，并树立明确的服务目标，以此提升服务品质，为客户提供高水平、专业化的金融服务。
- 拓宽客户沟通渠道，积极顺应消费者的消费及生活习惯，加大对电话、网络、电邮、短信等新兴渠道利用和建设，提高客户服务的快捷性和便利性。
- 依托平安集团强大的综合金融平台，并密切结合客户和市场的需求，开发具有创新性的产品和服务。
- 根据不同客户群不同类型和层次的消费需求，提供具有差异性和高附加值的服务。

我们的行动

服务层面

2009年初，我们在客户服务层面提出了“你的平安 我的承诺”品牌口号，致力于提升服务水平，将“践行承诺”贯穿至保险、银行、投资等综合金融各个领域，为消费者提供高水平、专业化的金融服务，满足客户全方位增长的金融消费需求。

保险

2009年，我们践行服务承诺，创新业务理赔时效，革新行业理赔理念，有效提升了客户服务品质；进一步拓宽客户服务渠道，完善客户服务体系，给客户提供更加便捷、更加专业的服务体验；同时，加强电销渠道品质管控，提高了客户服务满意度。

践行服务承诺，提升服务时效

2009年，我们寿险相继推出“信守合约，为您寻找理赔的理由”和“理赔30日未结案，给付逾期利息”的服务承诺。长期以来，保险客户最关注的就是理赔问题，我们寿险承诺对所有投保的客户，在合约范围内遵循“客户有利原则”，主动帮助客户寻找赔付的事实及依据，此举革新了理赔理念和理赔实践；为进一步提高理赔时效，我们寿险还承诺对属于保险责任、并在收齐相关证明和资料后30日内仍未作出理赔核定的寿险个险理赔申请，除向保险金受益人支付保险金外，还将自第31日起，按超过天数赔偿客户因此受到的利息损失。截至2009年底，寿险理赔案件中30天结案的达成率为99.61%。

2009年，我们产险推出“万元以下 资料齐全 三天赔付”服务承诺，对赔款金额在1万元以内（包含1万元）的车险保险责任事故案件，在客户提交索赔资料齐全有效的情况下，承诺即刻起3个工作日内完成案件审批并通知付款（赔款到账时间视客户开户银行不同略有差异）；对未能达成上述承诺的案件，将以银行活期利率10倍的罚息（按日结算）赔偿客户。截至2009年底的9个月内，符合我们车险万元承诺赔案约350万件，承诺达成率超过99%，件均承诺时间0.46天。我们产险作为业内首家推出承诺服务的公司，刷新了业务赔付时效。

拓宽服务渠道，完善服务体系

我们寿险在业界推出客户自助服务理念，依托集团强大服务优势，打造便捷、安全、环保的网络服务平台。通过该平台，客户可以不需亲至柜面，足不出户即可办理保单查询、资料变更、账户修改、红利领取等30余项业务。截至2009年底，我们寿险网络E服务用户成功突破200万，成为目前国内保险行业客户自助服务领跑者；同时，我们寿险于2009年11月推出国内寿险行业领先的电话IVR语音自助保全服务。客户可以拨打平安人寿全国客户热线95511进入IVR电话语音自助服务模式，在此模式下可办理电话变更、保单挂失、保单挂失解除、续期交费方式变更、保单贷款、保单还款等业务。电话IVR自助保全的推出，为客户提供了7×24小时的不间断服务，充分保证了客户服务的及时性，同时由于其具备流程标准、引导清晰的特点，还有效避免了人工服务模式下可能存在的沟通或操作错误，使客户权益得到了更好的保障。

我们健康险增加了电子邮箱及网上预约受理渠道，客户可以通过便捷的电子方式获得需要的服务。同时，还开通了电子邮件渠道申请保单服务，为团体客户提供了更灵活、更便捷的业务申请途径。在全年业务统计中，约有12.5%的业务量采用了电子邮件的形式进行业务申请，有效地缩短了客户向公司递交申请材料的时间。

我们养老险通过客服专员为大型多产品客户提供一站式服务，获得高度认可，持续创建服务统括服务行业优势，同时还打造了领先行业服务标准的一体化、一站式网络服务，为客户提供双语电话、网络服务和短信、电邮通知服务。



江苏寿险平安爱心健康跑

加强电销品质管控，高度关注客户投诉

2009年，我们成立专门的投诉处理团队，分别负责寿险电销、产险电销的客户投诉工作，并设置了投诉解决时效、产能、客户回访满意度等指标的绩效考核。所有投诉案件全部录入投诉系统进行管理，实现调查、定责、审批、结案每一个环节的有力管控，确保案件都能得到及时正确的解决。我们出台了《电销投诉管理办法》、《电销品质基金管理办法》，从投诉的处理流程、原则、对客户的赔偿/补偿、对坐席的处罚等各方面进行了规范和要求，以切实解决好客户的投诉事件，并加强对销售坐席的管控力度。

大力推进后台集中，提高业务处理专业水平

截至2009年底，在历时18个月共计10大子项目22个模块的运营改革后，我们的产险初步实现了涵盖车险在内所有业务的“全面的集中”。改革后的承保/理赔全流程的作业规则得到了简化、标准化及自动化，运营作业70%以上的职能都集中到了后台进行处理，从而产生规模效应实现产能提升。2009年，我们的产险包括车险理赔承诺所取得的成绩，很大程度上得益于我们集中的后援平台战略和产险运营改革的持续深化。

银行

2009年，我们银行面向个人客户推出四大服务承诺举措，服务标准创下业内新高，其中网银安全保障属业内首创；陆续上线多种更具人性化和个性化的账户和资金管理平台；此外，我们还制定下发一系列客户服务规范文件，并开展服务创品牌活动，有效提升了客户服务品质。

推出四大服务承诺，全方位满足客户需求

自2009年7月1日起，我们银行面向个人客户推出三大服务承诺，即“平安银行借记卡全球ATM取款免费”承诺，“平安银行个人网上银行汇款免费”承诺，以及“平安银行更安全的个人网上银行，非客户过错损失，我们赔偿”承诺。服务标准创下业界新高，其中网银安全保障属业内首创。截至2009年12月31日，三大承诺受益客户已超过568万人次。

我们银行信用卡推出挂失前72小时失卡保障承诺，即一旦持卡人的平安信用卡发生被盗用损失，只要符合保障条件，持卡人最高可获5万元的补偿。信用卡的这一承诺无论是保障时间还是保障金额，都居目前国内信用卡同类保障的最前列。2009全年，平安信用卡累计为203位持卡人提供了挂失前72小时失卡保障，保障金额超过93万元。

创新客户服务平台，提升客户服务体验

2009年，我们银行顺利上线了“一户通”、“一账通卡”、“批量发卡二期优化”、“深大校园卡二期优化”、“个人账户管理费”等系统。其中，“一户通”账户管理平台使得用户资金管理更具人性化和个性化，结合“一账通”和“万里通积分奖励计划”平台以及推出“三大服务承诺”，使平安银行借记卡客户使用电子渠道服务体验大为提升，也为借记卡客户提供了一种更安全、更便捷、更实惠的资金管理平台。

客户

开展服务创品牌活动，提高客户服务品质

我们银行制定下发营业厅客户服务规范的相关文件，如：《平安银行营业厅客户服务规范》、《平安银行营业厅员工礼仪规范》、《平安银行理财经理服务指引》、《平安银行营业厅大堂经理服务指引》、《平安银行网点营业部人员服务规范》、《平安银行营业厅服务环境管理指引》等，有效地提高了网点运营人员和零售人员的服务水平，带给客户更好的服务体验。

试行银行大堂经理“7×9”小时服务，推行“5分钟等待”计划，力争使大多数客户排队等候时间控制在5分钟以内。

投资

2009年，我们进一步完善了客户服务平台和体系，通过引进国外先进技术，搭建起领先的客户管理系统；完善客户沟通机制，开通客服热线，扩大网络覆盖面，进一步提高客户服务的便捷性；同时，健全投诉管理平台和机制，加强投诉管理，提高客户服务品质。

完善客户服务平台和体系，提供便捷和多样服务

我们信托引入国际领先的ODYSSEY客户管理系统，凭借该系统的分级管理、投资分析、风险控制功能，为客户提供更加安全、便捷、多样化的产品交易平台，客户只需通过投资指令即可顺畅进行投资产品，并可通过理财经理即时查询资产状况和收益状况，获取资产配置资讯；同时也为公司提供了全面的销售人员及数据管理平台，促进对合规及投资领域风险的管理。

我们资产管理通过进一步完善投资报告数据系统，提高了客户报告的时效性和准确性，同时为客户提供增值的产品销售支持服务，如为寿险银保开设“投资型保险销售支持与服务平台”，通过网络增大服务覆盖面。

完善客户沟通机制，健全投诉管理平台

我们证券重视与客户面对面交流的机会，向客户提供咨询投诉电话热线、邮箱及信箱等多种申诉渠道，2009年1月开通了全

国统一客户热线4008816168，客户无论身在何处，只需拨打该热线就可获取标准化的业务咨询、账户查询、投诉建议受理等专业服务；同时建立了主动关爱客户回访机制和投诉首问负责制机制，对各渠道受理的客户投诉，受理人员遵循投诉首问负责制机制进行跟进与答复，做到投诉有门、办理有效、有诉必查、查明必处。

我们信托专门制定了《个人客户投诉管理制度》，细化客户投诉内容，根据不同内容进行投诉定级，并为不同级别的投诉指定了相关的处理负责人及相应的处理流程，以提高处理客户投诉的时效性。

VIP俱乐部

2009年，我们的VIP俱乐部会员人数已达80多万人，联合旗下各专业公司为VIP会员举办了600余场会员活动；为客户提供财富盛宴、健康关怀、商旅服务、驾车关爱、尊贵礼遇、平安援助等高附加值服务。2009年6月至8月，我们的VIP俱乐部开展了“纵横四海 平安领航”平安VIP俱乐部会员大型航海体验活动，包含青岛、上海、厦门和深圳四站。活动共吸引了全国300多位VIP俱乐部会员参加，客户来源涵盖旗下产险、寿险、养老险、证券、信托、银行以及期货等七大专业子公司。



平安VIP俱乐部会员大型航海体验活动

客户

信息安全

随着互联网日益普及，客户对在互联网上的服务要求愈来愈多，但同时亦面对着其带来的安全威胁。我们针对提供给客户使用的在线系统制定了《客户应用系统信息安全标准》，明确了客户在线服务在客户身份认证、客户信息查询、客户信息传输保密等方面的安全控制要求。此外，更有独立专业的信息安全部门在客户应用系统开发过程中担当信息安全顾问的角色，评审客户应用系统在客户信息安全保护方面的控制是否足够，并在系统上线前执行独立的安全评审，确保提供给客户使用在线服务的安全性。

2009年，我们按照公安部要求，聘请了公安部认可的外部测评机构对公司定级为三级的9个（包括在保险、银行、投资方面）信息系统实施了独立的信息系统等级保护测评工作，所有受评审的信息系统均完全达标，并成为依照公安部要求按时完成等级测评的单位，证实了我们信息系统良好的安全保护能力。

产品层面

保险

2009年，我们进一步加大产品创新力度，满足不同客户的多层次需求；同时，通过对市场的深刻洞察，以及快速的市场反应能力，相继推出甲型H1N1流感综合保险和绑架勒索保险等多个国内首创产品，有效填补了市场空白。

加大产品创新力度，满足客户多层次需求

2009年，我们寿险围绕为客户提供“保障+理财”的综合保障，对“三鸿”系列分红险进行改造，通过全面完善产品形态，降低产品价格，提升产品生存和身故保障等措施，升级成新一代“三鑫”系列分红产品；同时，根据万能、投连等特点，专门设计了专属附加的意外及意外医疗保险，该系列产品无需客户额外交纳保费，只需要从万能或投连的主险账户中扣除相应的保障成本，客户能以更低的成本享受到更周全的意外及医疗保障。

2009年，我们产险相继开发了甲型H1N1流感综合保险、个人责任保险和绑架勒索保险等多个属于国内首创的产品。其中2009年，甲型H1N1流感综合保险承保18926件，累计承保保费1485万元；个人责任保险承保383846件，累计承保保费498.6万元。

注：

甲型H1N1流感综合保险：该产品是国内保险市场上首款专门针对流感疫情设计开发的保险产品，保额最高达15万元。值得注意的是，通过加保该产品附加险可将客户境外疫区感染H1N1流感的情况纳入保障范围，同时该保险等待期从常规产品的30天缩短为15天。

个人责任保险：平安个人责任保险具有宽泛的投保对象和保障范围，凡具备完全民事行为能力的自然人均可投保，保障范围涵盖中国境内（不含港澳台地区）。保险责任为被保险人因过失造成的第三者人身伤亡和财产的直接损失，由被保险人监护的幼年子女造成的赔偿责任亦在保障之列。除此以外，产品还承担由事故引起的诉讼费、律师费、调查取证费等费用，保障可谓全面贴心。该产品是国内业界的首款个人责任保险产品。

绑架勒索保险：一款覆盖全球绑架勒索保障及危机管理的全新产品“公司绑架勒索保险”，该款产品是中资保险企业首款在全国范围内销售的绑架勒索险种。各类企业客户可为其自身及董事、高管或普通员工投保该保险，在遭受绑架、勒索、产品敲诈、拘禁、劫持或恐吓时，平安产险将聘请专业的危机管理公司协助调查分析、获取信息、谈判协商，尽量避免或减轻企业遭受的人员或财产损害，在保险金额内承担赎金、赎金运送损失、危机顾问费用及其他相关损失和费用，并可根据客户的实际需要，提供法律责任、人身损害等其他多方面保障。

银行

2009年，我们密切跟踪并顺应市场变化，及时开发新产品，升级旧产品，有效满足了客户需求；同时，积极尝试并开拓新的市场推广模式，并拓宽市场渠道，让更多的客户享受到我们的产品。

密切跟踪市场变化，升级和开发产品

我们银行在贷款业务方面根据客户需求和市场环境变化，对原产品进行整合和包装，推出“存贷通”、“直客式按揭”、“非交易转按揭”、“员工信用贷款”等产品，优化了个人信贷业务结构，同时推出了“快贷通”、“存贷通”、“经营贷”、“积分抵月供”等创新产品。

客户



平安寿险第十四届客户服务节游园会启动仪式

在产品创新升级方面，紧跟市场热点，及时推出“跟踪石油指数”的结构化产品；针对租赁公司的优质资产包，创新开发了“融资租赁”类理财产品，并形成系列；

信用卡相继推出平安银行·保险信用卡、平安BE@RBRICK时尚信用卡和平安携程商旅信用卡，以及“意外/疾病身故免还款”特别保障，满足了不同客户群体的多种需要。

注：

平安银行·保险信用卡：平安银行为平安集团寿险客户量身打造的信用卡，除为持卡人提供信用消费等基本功能与服务以及挂失前72小时失卡保障外，还附赠高额海陆空综合交通意外保险和居家燃气意外险等众多保障，保障持卡人消费平安、居家平安、出行平安。

平安BE@RBRICK时尚信用卡：平安银行联合国际信用卡品牌JCB的海外业务子公司JCB国际信用卡公司，推出该行首张专为时尚潮流人士量身打造的信用卡产品——平安BE@RBRICK时尚信用卡。该卡是全球首张BE@RBRICK主题信用卡，也是平安银行首张JCB品牌双币信用卡。

平安携程商旅信用卡：国内首张消费积分自动合并成携程积分并累积的信用卡，持卡人一般刷卡消费所获得的积分都将自动转化为携程积分，计入持卡人的携程账户，刷卡通过携程预订并成交机票、酒店等，还可获得多倍奖励积分，让持卡人更快累积积分兑换携程旅行网上机票、酒店、度假产品等。此外，该卡还赠送持卡人海陆空全方位交通意外险，并享有携程全国3000多家VIP商户折扣优惠，以及专属的携程度假优惠。

平安信用卡“意外/疾病身故免还款”特别保障：平安银行面向全体信用卡客户推出的“平安守护”信用卡账务特别豁免保障计划，该保障计划由平安信用卡持卡人自愿加入，加入该计划的平安信用卡持卡人，一旦出现意外身故或疾病导致身故的情形，其账户欠款将由保险公司代为偿还。我们银行在收到保险金后会免去持卡人的相关债务，其亲属无需再为持卡人承担偿债的义务，持卡人因此获得“意外/疾病身故还款豁免”的保障。

拓宽推广渠道，探索新的市场推广模式

以“转按揭”业务为基点，开拓性地与集团CRM业务模式探索，开展“个贷电话销售”的综合开拓及交叉销售模式试点，并顺利推广至我们整个银行。

通过整合“员工信用贷款”业务，与CRM和“一账通”合作了“针对特定细分客户”的EDM销售模式，拓宽了推广渠道。

客户

投资

2009年，通过密切关注市场需求，我们开发了一系列具有创新性和便捷性的产品，有效顺应了客户消费习惯的变化；同时，还通过与外部合作等方式，开发符合市场和客户需求的产品。

开发新型产品，满足客户和市场需求

2009年，我们证券着力打造了E点通产品包，旗下产品包括：

1. 安E理财：这是我们证券财富管理投资经理团队依托我们强大的研究资源，针对证券市场投资者推出的分级专业咨询产品。它整合研究资源、技术资源和营销服务资源，通过短信、电子邮件、一对一专家指导等服务手段向不同类型客户提供对应的资讯产品。

2. 手机证券：不断改进手机证券功能，在原有交易通道、基础资讯的基础上，添加了如下功能：

A. 支持基金模块：提供基金、基金经理、基金公司评级；

B. 支持全球市场：提供美洲、欧洲、亚洲、非洲、澳洲重要股指走势，另有外汇、期货、延时港股行情；

C. 实时解盘：提供大盘走向实时分析，把握大盘走势；

D. 快速买卖：可在任意个股分时图及K线图见面直接进行个股买卖操作，有助于把握操作时机。

3. ETF：交易所交易基金（Exchange Traded Fund）的简称，也称交易型开放式指数基金，属于标准化产品。

2009年，我们资产管理通过与外部合作伙伴的通力合作，积极开展第三方资产管理业务，开发符合市场和客户需求的资产管理产品，即业内首支集中持有公司债的理财产品《平安年年红债券宝集合资产管理计划》及重点投资中小盘股票的理财产品《平安中小盘集合资产管理计划》，投资业绩优良，得到合作伙伴的高度评价。

2009年，我们信托推出了多种形式的创新产品：

1. 房地产投资基金：依托平安信托专业的物业投资团队，选择金地、绿城、中建国际及保利香港等国内领先的知名房地产公司作为合作伙伴，同时对房地产项目进行严格风险测算及筛选，力求为客户提供最具投资潜力的优质项目。根据客户不同风险偏好和投资需求，我们设计丰富多样的结构化收益类型，为不同的客户提供多样的房地产投资渠道。

2. 个人分红型信托：依托集团十余年保险资金运作经验和卓越投资能力，针对客户中长期资产配置需求，我们开发了组合投资品种的产品，通过结构性安排和创新设计，该产品有效对抗通货膨胀，开创了个人养老投资的新途径。

3. TOT产品（Trust of Trust）：依托平安信托领先的阳光私募平台，我们通过定量和定性的分析、持续业绩跟踪，根据市场需求情况以及投资顾问优势，精选多家私募投资顾问，形成不同投资风格的私募基金组合，建立平安自主品牌的TOT私募精选产品。

一账通

2009年，我们推出了亚洲业内首家整合金融及非金融账户的网上账户管理工具——“平安一账通”。“平安一账通”是一个创新的网上账户整合工具，通过平安一账通，用户只用一个账户，一套密码，一次登陆的简单操作，就可以添加和全面整合金融及非金融账户，全面了解自己的资产、负债、投资、保险保障等情况。对于我们旗下账户，除了查询账户信息外，还能轻松处理银行转账、贷款申请、信用卡还款、炒股、炒基金以及保单、年金、信托产品管理等各类金融业务。对于部分非平安系的银行、证券、保险、基金等金融账户以及社保、电邮、航空公司等非金融账户，平安一账通也能将它们整合，并形成一目了然的账户资产负债表。

绩效成果

我们寿险将加强对拒赔案件的审慎判断机制，主动为客户寻找理赔的理由。 ✓ 已完成

寿险推出“信守合约，为您寻找理赔的理由”和“30日未理赔，给付超期利息”两项服务承诺，提高理赔时效，提升客户满意度。

我们产险将做出“平安产险，万元以下，资料齐全，三天赔付”的承诺。 ✓ 已完成

产险推出“万元以下，资料齐全，3天赔付”的服务承诺，截至2009年12月底，产险万元以下理赔案件平均结案时间为0.46天，承诺时效达成率超过99%。

我们银行将做出“平安信用卡，失卡有保障，高达5万元”的承诺。 ✓ 已完成

银行信用卡推出挂失前72小时失卡保障承诺，一旦持卡人的信用卡发生被盗用损失，只要符合保障条件持卡人最高可获5万元的补偿。截至2009年12月底，信用卡已累计为超过203名客户，提供折合人民币逾93万元的保障金额。

拓展业务领域，创造社会价值，开发城乡低保人群的保险保障计划。 ✓ 已完成

我们养老险完成农村小额保险产的报备和开发，并已下发试点机构进行推广，初见成效。

加强电销团队及其他新型销售模式的质量管控。 ✓ 已完成

改善客户沟通渠道，办好报刊的同时，加强邮件、网络等低成本沟通渠道建设，提高沟通效率，改善沟通质量。 ~ 持续进行中

1. 我们寿险的网络和电话保全业务占各渠道完成总保全业务量的比例，从2008年的2.87%和10.07%上升至2009年的16.41%和13.95%，其中网络提高近14个百分点；同时，还推出了行业领先的电话IVR语音自助保全服务；
2. 我们产险在传统柜面服务基础上增设网上及电话服务渠道，向客户提供自助查询保单真假、查询理赔进度、车牌批改等服务；
3. 我们养老险打造整合一体化、一站式网络服务，并提供短信、电邮通知等服务；
4. 我们健康险新增加电子邮箱及网上预约受理渠道，客户可以通过便捷的电子方式获得需要的服务；
5. 我们证券着力打造E点通产品包，其中“安E理财”是通过短信、电子邮件、一对一专家指导等服务手段向不同类型客户提供对应的资讯产品；
6. 我们一账通推出在手机上使用的WAP版，客户无需进行任何申请、下载或安装，只需手机能够上网即可登录使用。

客户

完善各系列客户服务标准和机制，提升VIP俱乐部的服务内容和品质，保证客户服务标准。

持续进行中

保险

1. 我们寿险通过客户服务节、VIP俱乐部和特定关爱三项附加增值服务，继续提升P-STAR服务水准；
2. 我们产险在全国率先推出VIP客户“三代办”服务，为VIP客户免费代办索赔、代办年审、代办违章；同时，在温州试点VIP客户“酒后代驾”服务；
3. 我们养老险持续完善客户服务体系，推进客户服务平台建设，创新增值服务，开展形式多样的客户联谊活动及大客户回访，提升客户满意度；
4. 我们健康险推出24小时中英双语服务热线和在线服务平台。无论是投保咨询、服务申请还是理赔咨询等，客户都将在24小时内得到专业解答。

银行

我们银行推出一系列客户服务规范，同时，还推行“5分钟等待”计划，力争使大多数客户排队等候时间控制在5分钟以内。

投资

1. 我们资产管理，通过进一步完善投资报告数据系统，提高了客户报告的时效性和准确性；为客户提供增值的产品销售支持服务，如为寿险银保创新性开设“投资型保险销售支持与服务网络平台”，通过网络增大服务覆盖面；
2. 我们信托针对代销渠道客户，制定规范的《代销渠道服务流程》；针对客户投诉，制定《个人客户投诉管理制度》，提高了客户投诉时效；同时通过引入国际领先的ODYSSEY客户管理系统，不仅可为客户提供便捷多样化的产品交易平台，还可以帮助理财经理个性化的管理客户账务。

VIP俱乐部

我们VIP俱乐部联合集团旗下各子公司，为VIP会员举办了600多场会员活动，为VIP会员提供了涵盖财富盛宴、健康关怀、商旅服务、驾车关爱、尊贵礼遇及平安援助六大类的会员专属礼遇。

客户

绩效指标

		2009年	2008年
银行	信用卡卡片寄送时效	100%	100%
	信用卡投诉案件处理时效	100%	100%
	信用卡客服热线服务水平	86.27%	85.50%
	信用卡服务满意度 ¹	61.61%	60.70%
	零售客户服务满意度 ²	30%	24%
寿险	寿险客户服务综合满意度 ³	89.10%	93.20%
	寿险新契约平均出单时间 ⁴	3天左右	< 4天
	寿险理赔10日内结案率 ⁴	> 95.00%	> 90.00%
	寿险柜面保全作业件均时效 ⁴	13分钟	13.05分钟
	新产品占当年产品比例	10.10%	23.50%
产险	产险投诉处理及时率	98.90%	98.67%
	产险客户满意度	89.73%/91.34%/95.83%/93.74%/88.6% ⁵	90.54
	新产品占当年产品比例	19.00%/81.00% ⁶	30.3%/30.7% ⁶
养老险	养老险理赔处理时效 ⁷	7日结案93.63%	7日结案96.65%
	养老险新契约回访率	团体客户100%	团体客户100%
	养老险投诉处理时效	2日回复率99.00%，投诉平均回复时效为1.05个工作日	2日回复率98.00%
	养老险客户满意度 ⁸	93.00%	93.60%
	新产品占当年产品比例	68.00%	12.00%
健康险	新产品占当年产品比例	36.00%	57.00%

指标说明：

1. 2008、2009年数值为深圳地区全年客户服务热线满意度均值。

2. 该满意度指标表示的是对平安银行“非常满意”和“很满意”的客户比例，并未包含一般水平的“满意”比例，因此分数相比一般的满意度指标要低。采用这种指标目的是以更高的标准要求我们的服务，指导员工提供给客户更好的服务。目前平安银行全年总体满意度表现与市场平均水平基本持平。

3. 2007年、2008年、2009年满意度回访的问卷和客户评价方式均不同，故满意度结果波动较大。

4. 新契约出单时间平均维持在3天左右的时间，个险理赔95%以上的案件能够在10个工作日内完成，柜面保全平均作业时间比较以往有一定的改善。

5. 满意度依次为：个人客户：理赔满意度89.73%；门店满意度91.34%；业务员满意度95.83%；续保服务满意度93.74%；团体客户：理赔满意度88.6%。

6. 2009年全新产品占当年所有在售产品比例为19.00%；修订产品占当年所有在售产品比例为81.00%，2008年全新产品占当年所有在售产品比例为30.3%，修订产品占当年所有在售产品比例为30.7%。

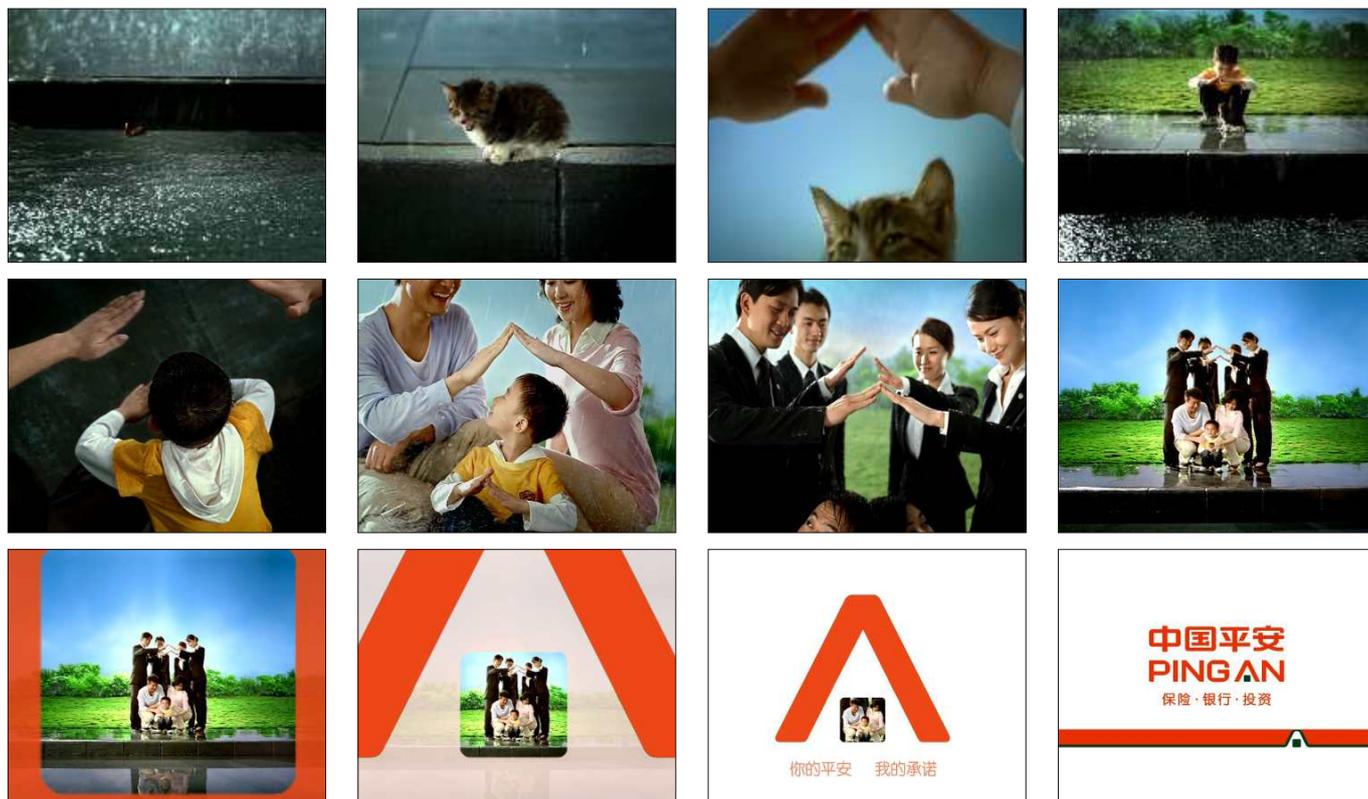
7. 2009年的时效统计口径与2008年稍有变化，2008年时效起点是从理赔受理到系统开始到结案为止，2009年时效起点追溯到业务员收到客户的理赔资料开始到结案为止，更贴近客户的感受。

8. 客户满意度下降的主要原因为：(1) 满意度调查问卷调整；(2) 回访抽档规则调整，数据量较上年度减少。

客户

问题

- 交叉销售带来的客户信息安全管理还需进一步加强。
- 各系列的产品线还需要通过对客户群的细分，对市场需求的洞察进一步完善。
- 网络、电话等新渠道销售的业务合规管理还需要加强，客户服务满意度还需进一步提升。
- 客户沟通机制已得到完善，但对各沟通渠道（传统的与非传统的）的整合还需进一步加强。



“你的平安，我的承诺”电视广告

客户



湖北寿险：温情抚慰客户心 快速理赔显真情

2010年的计划和目标

服务层面

保险

寿险

1. **保单E服务**：2010年，计划保单服务事项全部都可在网上自助办理。同时，像保险生存金领取、累计红利领取、保单贷款/还款、追加保费、投资转换等较复杂的业务也能在网上轻松自助完成。

2. **医务E服务**：我们寿险计划于2010年为客户推出医务E服务。届时，参与健康检查的客户可通过医务E服务平台进行健康检查预约，医务人员将优先为预约客户提供健康检查服务，免除健康检查现场人多排队等候的烦恼；拟住院的客户可通过医务E服务平台了解我们定点医院特色，自愿选择合适的医院、合适的科室及合适的医生为其提供诊疗服务，消除以往有病不知找谁医的忧虑和担心。

3. 继续实行“信守合约，为您寻找理赔的理由”服务承诺。

产险

1. **服务承诺升级**：万元以下车险服务承诺时效将从2009年的三天提升至2010年的一天，即“万元以下，资料齐全，一天赔付”；

2. **在主要城市推行“酒后代驾”服务**：通过在上海、温州、合肥进行酒后代驾试点，根据客户需求调查报告结果在需求度较高的城市将陆续推出此项服务；

3. **定期进行新契约客户抽样回访**：对全国所有地区的客户进行一定比例的新契约客户抽样回访，了解客户对承保环节的服务满意度，并将客户反馈的意见反馈给销售、出单、核保对应的管控部门；

客户

4. **对理赔客户进行回访调查**：在理赔结案后对全部理赔客户进行回访调查，收集客户在理赔过程中涉及到的查勘、定损、赔款支付等环节的意见，并及时反馈给总公司及机构的理赔管理部门。

健康险

1. **搭建三网平台**：随着新医改方案及保监会60号文出台，健康险行业迎来了更大的发展机遇。我们将借鉴国际发达市场的经验和做法，并结合新医改方案，确立以建立集医药、医疗、信息管理服务为一体的“三网”平台为核心的新型健康险发展模式。“三网”工程将显著提升我们健康险风险控制、健康服务和营销拓展等专业水平，并帮助健康险发展成中国专业健康保险领先者之一。

2. **E化服务**：将在优化现有服务的基础上，利用网上及手机一账通等更为便利的服务渠道，不断提升客户体验。

银行

1. 2010年继续推行三大服务承诺，即“平安银行借记卡全球ATM取款免费”承诺，“平安银行个人网上银行汇款免费”承诺，以及“平安银行更安全的个人网上银行，非客户过错损失，我们赔偿”承诺；

2. 2010年开展低柜业务。低柜是指设置在网点封闭式现金区外的、受理对私业务的、由理财人员操作的开放式柜台（与银行现金柜面对应，现金柜也被称为高柜）。低柜服务包括理财人员向个人客户提供个贷、基金、保险、理财产品等各类投资理财产品的销售服务，以及在规定的权限内为个人客户提供的其他服务和相应的业务操作。我们开展低柜业务的是为了更好地、更直接个人客户开展销售和服务，分流现金柜客户。

投资

信托

1. **月度客户对账单**：将在ODYSSEY客户管理系统平台上实现出具月度客户对账单的服务，每月定期给拥有信托专属账户的客户发送月度对账单，使客户清楚地了解自己的信托资产状况；

2. **客户满意度调查**：落实“客户导向”的经营理念，采取第三方调研的方式，进行定期的客户满意度调查；

3. **电话回访**：每月对新购产品个人客户进行电话回访，调查客户服务是否实施到位，检验销售团队的销售合规性，根据客户的反馈对我们后续的工作和服务进行指引；

4. **贴心的资金到账短信提醒**：建立ODYSSEY系统资金到账短信提醒服务机制，及时准确地将客户资金到账信息通过短信告知客户，让客户第一时间感受到我们的贴心服务。



信守承诺 共享平安——平安寿险第十四届客户服务节启动

客户

产品层面

保险

产险

坚持市场导向、服务社会的原则，加强客户需求调研，在做好现有产品维护的同时，努力拓展潜在市场，积极引进国外保险市场的先进产品经验。

养老险

继续推进农村小额意外伤害保险和借款人意外伤害保险的试点推广。

健康险

继续创新产品开发，完善产品线，升级以中高端医疗保险产品为核心的产品体系，研发创新的个人中高端医疗保险产品和健康服务产品。

银行

1. 通过实行产品延期为客户提供利用市场机会减少损失的机会，同时，免除客户延期期间的费用；
2. 2010年将印发零售销售流程管理的相关规定，规范整个销售流程以及销售过程。

投资

资产管理

1. 金融产品募集的资金投资于社会责任评估过关的企业发行的基础证券或者符合国家产业发展方向、并经过监管部门审批的相关项目；
2. 产品发行时充分揭示产品风险，指导产品发行渠道出示产品风险揭示书，同时合理评估投资者的风险承受能力，努力实现投资者购买到风险适当的金融产品的目标。

“一账通”和一账通卡

2010年，我们的一账通电子商务平台将继续秉承方便、快捷、一站式服务理念，为广大客户提供更完善的WEB网络服务功能：实现全球账户整合，轻松管理境外银行账户；全力打造网上直通车险投保平台，车险购买更省更快；网银服务升级，界面更友好、操作更简便。另外，客户还可以通过手机WAP网络平台投保平安意外险、续保平安车险，以及查询健康险和基金等相关信息。

2010年，我们的综合金融创新的代表作——平安一账通卡将全面发行，通过一张卡片可以实现借记账户、信用账户、保险产品、积分服务等多产品和多服务的有机整合，并借助我们自身的服务优势特别推出平安紧急救助的附加增值服务，整合我们旗下多个产品系列和服务渠道一账通卡是一张可以被统一识别的“平安身份证”，同时针对一账通卡持卡客户在一账通网上服务平台整合的基础上还专门推出了一站式电话服务，客户只需要“一个卡号，一套密码，一个电话，一个网上平台，就可以享受多产品、一站式服务”。





员工

我们的价值观

对员工负责：生涯规划 安居乐业

员工



平安强大的综合实力、出色的管理团队、优秀奋进的员工队伍、优越的工作环境……都让我不由自主地全身心投入其中。

班 静

平安人寿辽宁分公司
运营支持部



刚来公司的时候，感觉有点不适应，公司为什么要做绩效管理？为什么要硬性排名？大家做得都很好啊！经过几个月的时间，我真正感受到，绩效管理对我的日常管理工作帮助非常大，有了这种机制，员工的主动性、积极性、效率都被很好地挖掘出来——绩效管理并不是简单的考核排名，它更加注重于对过程的管理，加强主管与员工之间的沟通交流。

刘 兵

平安信托财富管理事业部
私人财富管理部



平安是一个军队，有明确的目标，你要所向披靡，完成任务；平安是一所学校，可以让人不断成长，更新知识，学习技能；平安又是一个大家庭，兄弟姐妹快乐地在一起工作，享受温馨的生活。

徐敏彬

平安银行总行
零售业务模块

员工



驻深工委系统纪念建党88周年歌咏大赛

我们的关注

- 通过专项模块的满意度调查倾听员工心声、了解员工需求、关注员工成长发展。
- 通过灵活、有竞争力的薪酬福利体系保证员工拥有合适的收入。
- 通过不断完善的晋升与考核制度以及形式多样的推广活动为员工提供持续、广阔的发展空间。
- 通过覆盖面广且有效的培训与教育为员工提供开放、先进的学习环境。
- 通过关注健康与安全 and 丰富多彩的文娱活动为员工营造开心的工作氛围。

我们的行动

2009年，我们除了继续关注为员工提供合适的收入、开心的工作氛围及有利的成长平台，还推出了绩效文化推广系列活动——号角行动，通过绩效问责，形成有效竞争机制，让员工认识到自己的进步和差距，帮助员工快速成长。

有效的沟通平台

2009年，我们继续围绕“成长”主题，结合公司管理节奏，贴近员工工作生活，增强公司与员工间互动交流，积极引导员工融入公司企业文化，营造积极的文化氛围。

通过以“员工成长互动平台”为主、“成长辅导邮箱”及“Peoplesoft系统”为辅的沟通载体，开展员工专题沟通，开发实现“新员工E化成长辅导”，推介激励全系统优秀新人，开展个性化员工成长诊断并推进人文关怀、丰富员工精神生活。其中，“员工成长互动平台”全年访问量达36万人次，较2008年增长8万人次。

“员工成长互动平台”调研

为评估2009年员工沟通开展成效，我们于2009年12月面向全系统员工开展“员工成长互动平台”问卷调研，参与调研人员3387人，是2008年同期的2.1倍。调研结果显示：“员工成长互动平台”的整体关注度和满意度均进一步提升，调查结果如下：

- 98.93% 喜欢并关注，98.93% 认为对自身有帮助（较2008年同期分别提升：1.93%、2.93%）；
- 3年以上老员工占回答者的1/3；177名A、B类参与调研，97.74% 愿意借助“员工成长平台”辅导、激励下属。

可见，“员工成长互动平台”的关注人群由过去以“新人”为主，扩大至老员工及直线主管。

HR服务满意度调查

2009年HR服务满意度调查结果为：深圳97.9%，上海94.5%，成都96.2%。

此次调查面向深圳、上海、成都总部员工开展，通过公司内部网络问卷的方式，发送调研问卷——汇总结果、搜集建议——评估并内部沟通反馈，调研结果直接应用于改善HR服务质量。

注：

HR基础服务涉及员工异动、社保、考勤、合同、工卡、档案、户籍等方面，是为员工提供良好工作状态的重要保障之一，该项调研旨在了解员工需求，倾听员工心声，以不断实践“用心沟通，竭诚服务”的宗旨，持续提升服务水平。



平安集团公司党委庆祝中国共产党诞辰88周年

员工

合适的收入

员工企业年金计划

企业年金计划坚持广大员工与公司共成长、同分享的理念，为员工提供切实有力的养老保障。2009年，为方便员工及时了解年金基金累计情况及自主进行投资组合调整，我们开通了网上查询及自助服务功能。

2009年员工参加率约77.9%，参加人员42327人，基金累计总额达3.4亿元；公司支付员工企业年金的总额约九千万元；员工每月支出的企业年金与工资的比率约为2%；公司每月为员工支出的企业年金与员工每月工资的比率约为3%。

多劳多得，兼顾保障特殊人群权益

受全球金融危机影响，市场上很多公司冻结薪酬，甚至降薪裁员。在此背景下，我们秉承绩效导向理念，仍坚持加大对员工的投入，员工激励政策得到充分体现。

浮动薪和奖金管理

我们在相关规定及通知中明确要求：1. 在年度考核调薪中，对不同绩效员工给予不同幅度的加薪，充分体现员工贡献越大，收入增加幅度越大；明确考核加薪加在变动薪部分，加大变动薪占收入的比重，进一步体现“多劳多得”相对公平付的薪管理理念；2. 在年度奖金分配中，分人员类别设置具有针对性的奖励办法，并充分体现对绩优人员的激励；在具体实施中，严格落实，体现绩效导向。

保障特殊人群权益

在对员工激励的同时，明确对特殊人群的薪酬保护：如三期（哺乳期、孕期、产期）女员工、新入司员工等。

广阔的发展空间

2009年，我们继续关注员工职业发展，完善各项管理制度，开展了员工职级体系研究与设计工作，为基层员工搭建职业发展阶梯。

优化绩效管理体系

干部管理体系建设

通过明确干部选拔任用标准、晋降级与淘汰规则及严格的选拔调配流程，确保建立一支高素质、有活力的干部队伍。截至目前，各子公司均已建立起系统的干部调配管理制度体系并严格执行，包含有明确的选拔任用标准、清晰的晋降级与淘汰规则，及针对不同层次干部选拔调配的配套流程。

人员分类管理

我们组织各子公司开展人员分类管理工作，既关注员工职业发展，又利于人员的差异化管理，有效推进绩效管理。截至目前，管理系列人员职业生涯规划工作已实现在所有子公司的推广实施；有超过50%的子公司陆续推出了技术、业务系列人员的职业生涯规划工作的设计方案，并有部分子公司已付诸实施。

深入推广绩效管理文化

2009年，在绩效管理的制度、平台不断完善的基础上，我们开始不断加强绩效文化的推广工作，开展了绩效文化推广系列活动——号角行动，将绩效管理更有效地植入到直线主管日常经营管理工作。我们通过形式多样、贴近业务的活动，以及晨会、内网等多种传播渠道，将绩效文化推广至全员。截至目前，借助“号角行动”开展的文化推广已覆盖至各子公司、机构，累计培养60人的绩效管理种子讲师队伍，为全系统各级人员培训1万余人次。全系统累计开展各类培训、研讨、主题宣导、专题电子刊物、读书节、知识竞赛等绩效文化推广活动30000余次。随着号角行动在全系统的深入推广，绩效管理为公司战略目标提供保证、为直线主管日常管理提供支持、为员工个人成长提供平台的巨大作用日益突显。

员工

专业的学习环境

我们拥有专门培养专业人才的黄埔军校——平安金融培训学院，它是我们员工培训的后方基地。为员工提供“终生学习”、“不断成长”的优质学习空间，成为中国金融业国际化的桥梁和国际金融基础理论的创新地，为金融行业不断培养出更多更好的优秀专业人才。我们的黄埔军校为各类员工量身设计了全方位的培训体系：新入司的员工可以更清晰地了解平安的发展历史、企业文化，掌握了有效的工作方法，更快更好地融入到新的工作环境；新晋升的员工快速了解新工作岗位的内涵及领导技能，最快进入新领导岗位的角色；通过制度化和规范化的培训，员工可以迅速掌握工作中的邮件文化、演讲、写作等职业技能，提升员工的职业素养和职业技能，为员工职业生涯的发展奠定了坚实的基础。

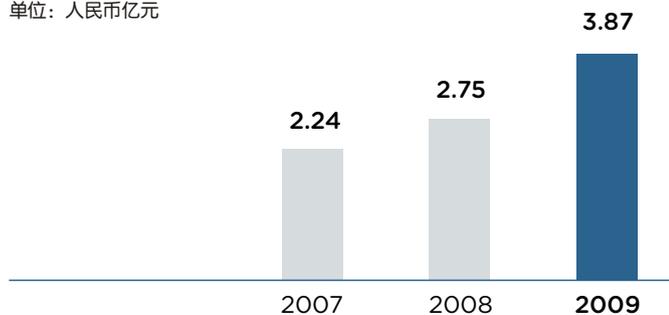
培训设施、运营投入不断增加

截至2009年底，我们在全中国范围内共设有80家培训中心。

连续九年，我们投入员工培训的运营费用均超过1亿元，2009年为3.87亿元，平均每人花费的金额约为3927元；2009年，平安金融培训学院共完成面向集团内勤员工的自主培训575期，其中参训的内勤员工达18000多人。

培训运营投入

单位：人民币亿元



培训设施投入

平安大学深圳本部	4.5亿元
平安大学上海教学点	约1亿元
截止2009年已经在省会及中心城市建成80个培训中心	斥资超过1亿元

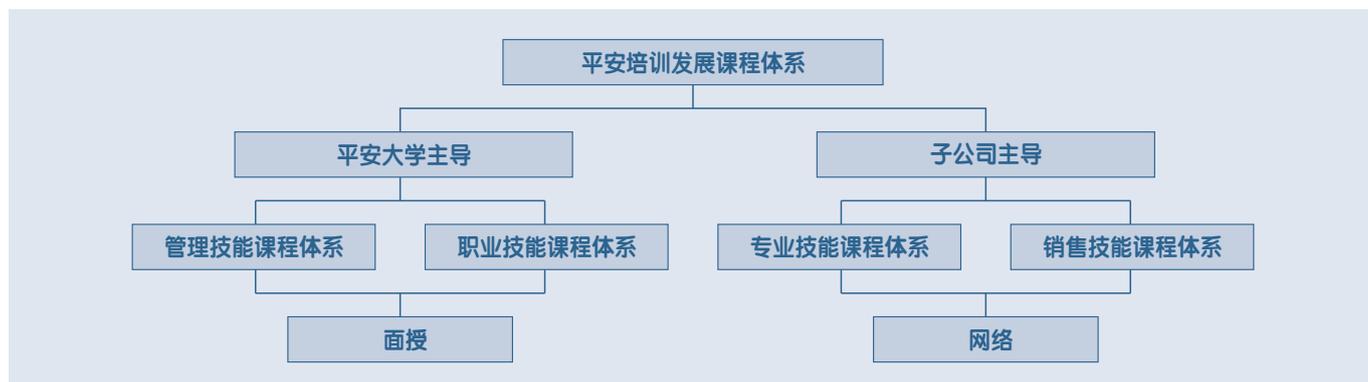
完善课程培训体系

为了提升员工的专业素质、管理能力、职业技能，同时提升岗位胜任素质、培养人才梯队，我们建立了“平安培训发展课程体系”及课程库。该课程体系分为管理技能、职业技能、专业技能、销售技能四类，这四类课程又分为面授课程和网络课程。通过集中面授、网上学习、授权给各专业公司在当地完成面授等不同途径、方法，全方位地向员工提供培训，全面提高了员工的职业素养。

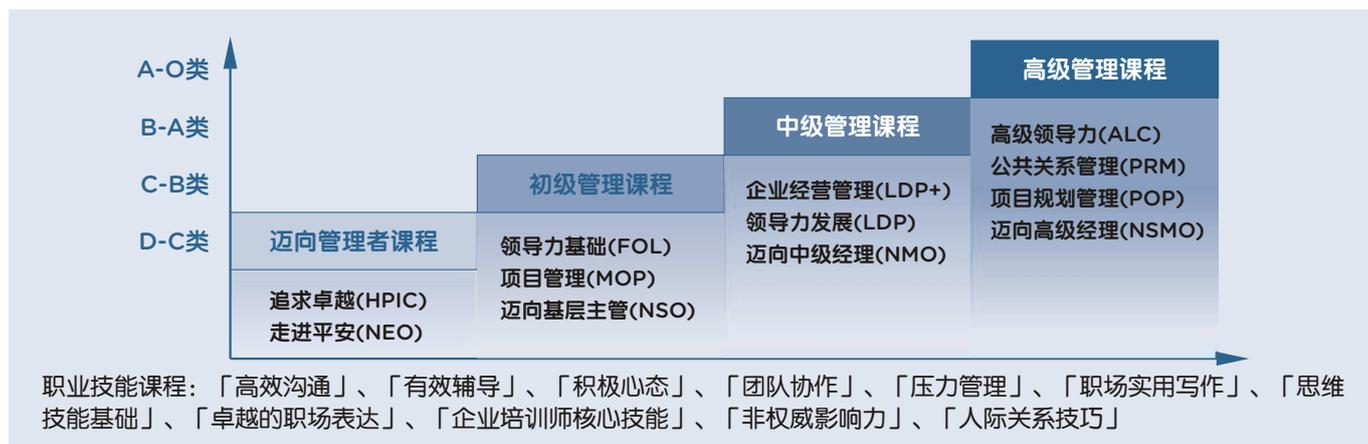
例如，基于员工职业技能培训的课程，是以培养员工的职业素养、技能习惯和职场工作能力为出发点。如高效沟通，着重练习培训员工的沟通、协调、理解和聆听能力；如压力管理，辅导员工如何舒缓工作、生活的压力；如职场实用写作，帮助员工掌握商业写作的核心要领……这些良好的职业素养除提高员工继续受聘能力外，更将伴随并有助于员工整个职业生涯发展。

员工

培训发展课程体系



职业技能课程体系



扩大讲师队伍

我们形成了自上而下的积极参与培训的文化氛围。各子公司CEO都已成为平安金融培训学院的讲师，积极参与授课和经验传承；截至2009年底，全系统专职培训人员2500人，兼职讲师25000人。

为新入职人员量身开发、制作面授培训课程

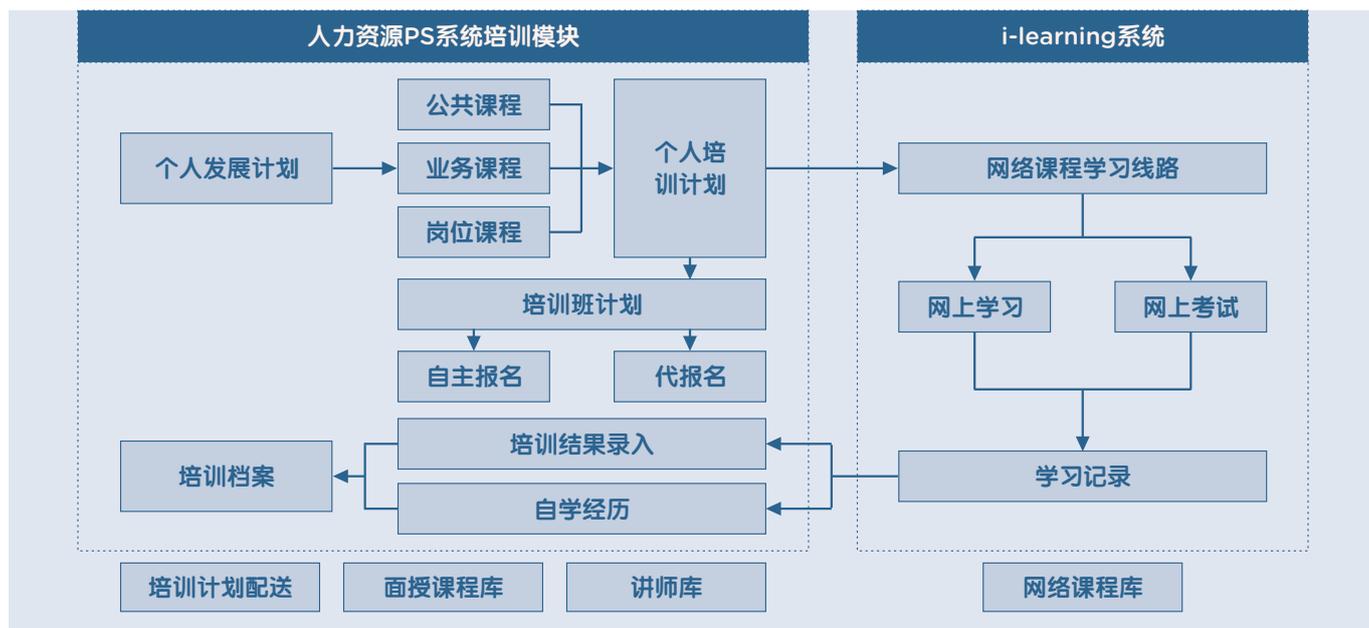
新入职人员我们定义为新入司人员和新的晋升人员。该部分员工处在生涯发展的一个新的阶段，在新的岗位上可能会遇到新的问题，如何使用新的工作方法并更深入地了解、熟悉新的岗位是新入职员工当务之急。针对该部分员工，我们专门开发了《走进平安NEO》公共面授课程、《迈向基层主管NSO》、《迈向中级经理NMO》和《迈向高级经理NSMO》四门课程，其中《走进平安NEO》主要教授平安发展史、平安礼仪、平安邮件文化、平安信息安全管理和个人在平安生涯规划等方面的内容。我们已将这门课程在全系统推广，实现了新员工培训与转正挂钩。

搭建远程教育平台

搭建远程学习平台

我们建立了“E-learning远程学习平台”，将培训平台延伸至办公桌面。学习平台包括“Peoplesoft系统”培训管理、“i-learning系统”和“ETS系统”三部分。这三部分内容均实现无缝对接，将我们的培训管理体系、费用预算动支体系、课程体系、员工个人培训计划、员工培训档案、网络学习体系以及数字图书馆、虚拟教室等内容全部整合。有效地提升了培训的数量、效率和质量，也极大地解决了外勤员工不便参与面授培训的难题。

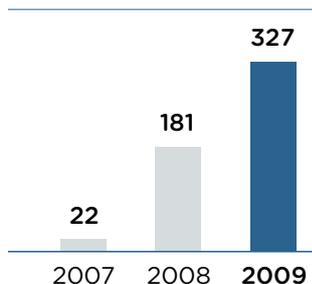
“Peoplesoft系统”培训管理、“i-learning系统”示意图



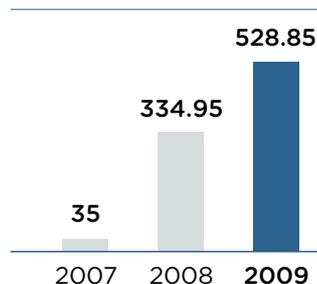
提高网络课程开发能力

2009年，我们自主开发并上线327门专业类网络课程，同比增长81%。其中“综合金融系列网络课程计划”完成71门课程开发，累计自主开发并上线530门。截至2009年底，网络课程库（含外购、自主开发）总门数达702门。同时，我们完善了专业公司网络课程开发流程和管理办法。

网络课程上线门数



网络课程总时数



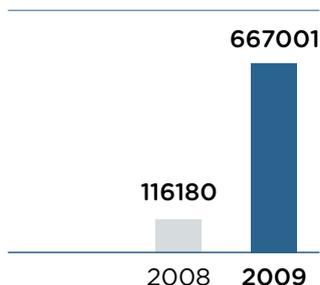
推动网络学习

我们引进了先进的远程教育技术，拥有多元化的教学方式，网络课程、虚拟教室、在线考试、案例库和数字图书馆五种方式互为补充。截至2009年底，全系统内勤员工在线学习网络课

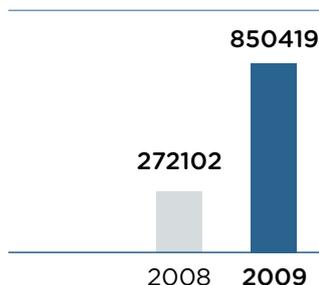
程累计达到66.7万门次，参加网络课程培训的总人数占到内勤员工总人数的98.3%；在线考试122498人次，同比增长519%。

员工

在线考试完成门数



在线考试总时数



和谐的工作氛围

健康与安全

定期体检

2009年，我们组织了员工体检，约有3万人参与了体检。同时，为3000名员工提供免费乙肝疫苗注射。（注：数据统计范围为深圳、上海总部员工。因暂未建立分支机构的数据统计渠道，故不包含分支机构的数据。据调查，各分支机构在当地自行定期组织员工进行体检。）

开展健康讲座

关注员工职业发展的同时，关爱员工身心健康，2009年先后开展了眼科讲座、女性养生讲座等健康知识讲座。

加强安全培训

为防止在工作时出现不被许可的不当行为，2009年我们针对全体保安护卫人员持续开展了人权政策和实施程序方面的培训。

其他

我们一直奉行国际化人才战略原则，严格遵守《劳动法》等相关法规，杜绝如种族、肤色、年龄、地域、形象、国籍（包括但不限于以上）等方面的就业歧视行为；杜绝使用不满16岁的童工现象出现。

员工合法权益和民主权利

倡导并落实休假制度

为保障员工的休假权利，使员工劳逸结合保持身心健康，我们

倡导全员休假，积极落实国家有关规定：

1. 通知要求各子公司加强对年休假的管理，子公司也通过各种途径推进年休假管理，使得员工休假率不断提高；
2. 为使员工能顺利实施自主休假安排，2009年发布了员工年休假规划通知，要求员工主动规划本人休假，以便员工、主管提前做好休假安排，顺利实施休假；
3. 为落实员工休假，增加“Peoplesoft系统”提示功能。自动提示主管安排未休假员工休假，要求主管主动安排员工休假；增加“Peoplesoft系统”提示HR功能，建立双重提示措施。

进一步健全员工代表大会制度

2009年，我们制定了员工代表大会建立及制度方案，并在年度工作会议上进行了培训。员工代表大会方案包括：具体操作流程、制度、代表产生方式等有关事项；我们还制定了工会工作手册，主要内容为召开员工代表大会的有关规定和制度。

制定并宣导工会会员须知

我们按照国家法律法规编写了反映员工权利与义务的工会会员须知，包括员工加入工会的须知、工会会员的权利与义务等方面内容，该内容已编入“新员工入职指引”手册第20页的“特别知会”中。

慰问、帮扶困难员工

我们为有困难的员工及孕产员工送去慰问金表达我们的关怀，帮扶困难员工解决实际困难，关注员工的身心健康，全年慰问员工达330人次。

营造开心的工作环境

截至2009年底，我们共组建了近80个员工业余俱乐部，各俱乐部每周组织的文娱活动极大丰富了员工生活。

我们先后组织了各项球类联赛、高尔夫联赛、棋牌比赛、摄影比赛、趣味英语比赛、趣味运动会、卡拉OK比赛、户外拓展活动、青年员工联谊活动、文艺晚会等形式多样、内容丰富多彩的文娱活动，增强员工凝聚力，提高团队意识、增强合作精神。我们还通过两报三刊和“微笑·魅力平安”企业文化活动为员工营造积极向上、开心的工作氛围。

员工



大连寿险共庆新中国成立六十周年主题10月员工庆生特别晨会

绩效成果

建立顺畅的沟通渠道

持续进行中

开展多种专项模块员工满意度调查。HR服务员工满意度调查，深圳满意度为97.9%，上海94.5%，成都96.2%；“员工成长互动平台”全年访问量达36万人次，较2008年增长8万人次，98.93%喜欢并关注，98.93%认为对自身有帮助，较2008年同期分别提升1.93%、2.93%。

变动薪酬管理。

已完成

我们支付的工薪总额：78.76亿元；男女同工同酬；（全系统内勤全职员工）

我们支付的福利总额：17.33亿元；（全系统内勤全职员工）

我们支付的员工企业年金的总额约：9000万元。（所有与公司签订劳动合同且符合年金参加条件自愿参加的员工）

晋升考核机制、员工职业生涯规划等均等。

已完成

100%的内勤员工接受了定期的业绩考核和评估，并由主管进行阶段性反馈，指导和促进其个人职业的发展。

推广绩效管理文化，组织各类绩效主题推广活动30000余次，同期开展集团总部绩效主题晨会4次，发布内部沟通新闻稿235篇。

加大培训资金投入。

已完成

在全国范围内共设有80家培训中心，培训运营费用为3.87亿元；

指导、推动子公司课程入库2009年新增入库43门；

建立培训数据建档相关规定，确保训后数据及时录入“Peoplesoft系统”，并建立书面档案及时入库归档。

员工

完善课程培训体系。

✓ 已完成

截至2009年底，已入Peoplesoft培训模块课程库的面授课程为157门，网络课程702门；
新员工《走进平安NEO》面授课程198期，培训人数8600人；
“综合金融系列网络课程计划”完成71门课程开发。

扩大授权讲师队伍。

✓ 已完成

全系统专职培训人员2500人，兼职讲师25000人。

扩展远程教育平台。

✓ 已完成

自主开发并上线327门专业类网络课程，同比增长81%；参加网络课程培训的总人数占到内勤员工总人数的98.3%，在线学习完成66.7万门次，同比增长519%，在线考试122498人次。

提升培训覆盖率

— 部分完成

除新入职人员面授培训覆盖率外，其他指标均超出预期目标。

全系统面授管理类课程培训覆盖率预期目标为40%，实际达成52%；

各级别的潜质人才全年面授培训覆盖率预期目标为50%，实际达成72%；

A类管理人员面授培训总时数为8041小时，人均时数为8.63小时；B类管理人员面授培训总时数为50677小时，人均时数为17.62小时；一般管理人员面授培训总时数为527217小时，人均时数为10.60小时；

A类员工面授培训覆盖率预期目标为30%，实际达成77%，B类员工面授培训覆盖率预期目标为30%，实际达成52%，C类员工面授培训覆盖率为58%；

新入职人员面授培训覆盖率预期目标为100%，实际达成86%。

进一步落实员工民主权利

— 部分完成

完成工会会员须知编写及宣导；

员工代表产生的方式或流程方案已制定完成；

2009年，我们共召开了45次（集团及个专业公司）员工代表大会。审议并通过了多项制度及管理办法，如：寿险人事部《关于员工管理规范手册（2008修订版）》、保费部《保全专员品质管理制度（2009版）》、银行《平安银行不良资产责任认定与追究管理办法》、信托《绩效管理制度》、平安科技《信息管理中心加班管理办法》等；

工会集体协议中涉及到的员工权益，如员工休假、工作时间、工资支付、福利待遇等，我们都已制定明确的规章、制度并已贯彻落实，工会集体协议在持续进行中。

员工休假

✓ 已完成

实施休假规划，各级主管充分规划员工休假。员工休假率为90%以上。

员工

问题

- 与员工沟通平台有待于多元化，沟通渠道有待于拓宽，沟通内容有待于深入。
- 员工代表权利及义务有待于制度化、规范化。
- 对员工刚性要求多，对员工软性的人文关怀不够。
- 强调一体化和一致性，忽略了个性化和多元化。
- 新员工培训覆盖率未达到预期目标。
- 集体协议的签订仍在沟通协调中。

2010年的计划和目标

2010年，我们系统梳理企业文化发展脉络，制定《企业文化五年规划》，吸纳企业文化核心理念的最新成果，整合服务宗旨，倡导“迎难而上”的精神，并通过一系列制度检视和行为规范，逐步教化、同化全体员工的理念与行为。我们将开展企业文化绩效调研，分析调研结果，形成改进计划，提高员工忠诚度、凝聚力；继续开展内部服务满意度调研，形成相应的评价、改进机制，强化内部服务意识与精诚协作的文化；进一步完善表彰体系，形成鲜明的绩效导向体系，建立更有效的激励平台；通过开展活动，建立与员工互动平台，进一步丰富员工文化生活；通过开通以专业技术交流为主的BBS平台，加强BBS的日常管理与维护，建设网络化、扁平化的交流平台。

沟通平台

开展员工满意度调查，全面深入了解员工需求，根据调查结果制定工作计划，解决员工现实困难，实现顺畅有效沟通。

我们将进一步充分借助“员工成长平台”、“成长辅导邮箱”、“Peoplesoft系统”三大沟通载体，紧密贴近管理节奏，定期开展专题沟通；准确把握员工需求，深入开展员工辅导；持续开展员工推介，促成员工融入凝聚，持续增进公司与员工的互动与交流。

收入

2010年，企业年金累计总额预计达到5.8亿元。

发展空间

我们将继续坚持“竞争、激励、淘汰”的用人机制，将进一步完善相关制度，加大绩效管理理念宣传、技能培训的力度，不断提升个人与组织绩效。

在员工发展方面，继续以岗位胜任素质评估为基础，公司需求和员工个人发展两种导向并重，构建更加完善的管理人员梯队建设体系，不断提升员工的工作技能与工作满意度。

员工

学习空间

进一步完善课程体系

1. 持续搭建多元化的管理课程、职业技能课程体系；推动全平安新员工培训体系的搭建，满足员工职涯各阶段的培训需要，协助子公司搭建完善的人才培养机制；实现全系统二级及以下机构面授课程的普及与统一；

2. 进一步强化远程教育培训体系的功能，引进、开发、推广“知识型”网络课程，作为面授培训的有益补充；进一步推动各专业公司完成本系列业务课程和岗位课程的规划与开发，通过培训管理系统实施配送，进一步提高网络课程覆盖率和配课率，追踪并通报全系统员工网络课程的学习情况，充分利用远程教育平台，实现人才持续成长；

3. 进一步实施“平安综合金融网络课程开发计划”，将各专业公司的产品开发为通俗易懂的网络课程，用最简单的语言让非专业人士了解每个产品及经营核心。

扩大授权讲师队伍

预计在2010年实现全年培养400-500名授权讲师。

扩展远程教育平台

2010年，至少参加一门网络课程培训的总人数占到内勤员工总人数的90%，网络课程学习达到30万门次，网络考试80000人次。

提升培训覆盖率

2010年，我们将积极主导提升全系统内勤员工的面授培训覆盖率。其中新入司人员面授培训覆盖率达到90%以上，新晋基层经理、新晋中层经理、新晋高级经理也要有所提高。



上海寿险钻石表彰

加强培训费用的管控

充分发挥“Peoplesoft系统”培训管理模块功能，对全系统培训预算、培训费用动支、培训预算执行率、培训班运作进行有效系统管理，合理管控培训费用预算。

工作氛围

员工合法权益和民主权利

1. 我们将加强工会组织体系、帮扶体系、维权体系、活动体系四大体系建设，完善四大体系制度。大力推进工会四大体系向二级机构和三级机构延伸，使四大体系工作规范化、常态化，使工会真正成为员工之家。

2. 以指标形式推动各专业公司工会开展活动交流，推动二级机构工会建立员工俱乐部，鼓励产、寿、养、银行等当地机构工会强化和提升相互之间的联谊活动形式和频率，搭建沟通互动平台。





环境和社会

我们的价值观

对社会负责：回馈社会 建设国家



随着市场经济的发展，在众多取得不断发展的成功企业中，一批富有社会责任感和公益道德心的企业逐渐涌现出来，以热心公益的形象赢得了社会的尊重。一直以来，在教育公益事业的合作中，我们与中国平安树立了项目可持续发展的长远目标，在项目的组织、实施、推广和宣传方面，总结了一套值得参考和借鉴的操作模式、管理方法。我们认为，中国平安对企业社会责任的担当是融入了其企业文化的核心战略思想，是她获得可持续发展的重要支撑力量。

涂 猛

中国平安社区投资项目战略合作NGO组织
中国青少年发展基金会秘书长



中国平安作为我国第一家以保险为核心的综合金融服务集团，一直以良好的信誉和想象，树立了“中国企业社会责任同盟”的发起人的榜样。而此次中国平安致力于承担社会责任，开创的励志计划更是让我们大学生真切地感受到了企业以及社会给予我们的关爱。中国平安在自己取得辉煌成就的同时，时刻不忘“少年强则国强”的警示，时刻挂念着当代大学生学习与成长，并设立中国平安励志奖学金对学习工作优秀的学生给予奖励支持，促进在校学生积极向上的热情。

徐曼琳

四川大学07级
国际经济与贸易专业

环境和社会



刘翔向北川平安小学校长蒲春明赠送祝福画卷

我们的关注

- 减少运营能耗，履行企业对环境保护的职责。
- 参与社会文明建设，深化公益项目的开展，营造良好的社区投资环境。
- 支持可持续发展的商业实践模式。
- 参与社会政策制定，推动行业稳健发展。

环境和社会

我们的行动

自然生态环境是企业生存和发展的必要条件，良好的生态环境和充足的自然资源是企业得到健康发展的保障。对于我们这样的金融企业来说，企业的生产经营对自然生态环境的负面影响甚微，但通过制定企业的环境政策，我们发现同样也会带来循环经济的发展机会，同时也帮助我们减少二氧化碳排放对自然环境的影响。

企业的存在处于一个复杂的社会生态系统中，它既是社会的细胞和单元的重要构成，也是影响社会社区发展的主要因素。在这个社会生态系统中，企业的生产经营会帮助社区物质生活、精神生活的质量获得提升，而社区也可以帮助企业的生产经营营造良好的氛围。

回眸2009年，金融危机刚刚过去一年，气候变化的挑战又摆在人类面前。我们只有将自己置于和谐的社区、自然环境中，责无旁贷地在环境保护，社会公益、人文关怀、教育、扶贫等方面投入资源，为自己生存和发展营造良好的外部环境，才能实现企业长期可持续发展的使命和目标。

环境方面

减少营运能耗，履行企业对环境保护的职责

随着经济社会的运转，企业的发展面临着资源短缺、环境脆弱等严峻的挑战。保护环境的紧迫性、必要性成为企业履行环境保护职责的动力。目前，我们履行环境保护职责的实践工作主要有：合理利用资源，减少能源消耗；推行无纸化办公技术；车辆运营实施监控管理。

合理利用资源，创建绿色大厦

2009年，我们累计投入128.5万元用于自有9个管理物业的设施改造，从采光、照明、温度控制等多方面减少能源消耗，特别是通过改造照明开关和线路，调节公共区域灯光亮度的方式节约用电量达1667021度。

注：自有9个管理物业指深圳八卦岭826大厦，平安金融培训学院，深圳平安大厦，上海张江后援中心，上海静安广场，福州平安大厦，珠海平安大厦，大连平安大厦，北京平安大厦。

全面推行无纸化办公技术

1. 寿险E服务模式不断完善加强，2009年新增185万网络E服务客户，网络保全业务占比较2008年的2.88%提高到16.4%，发展45万电子函件用户，全年累计减少发送纸质函件100万封。

2. 产险充分利用IT信息技术平台支持，根据客户保单终止期提前向车险个人客户发送续保提醒短信，2009年，累计向车险个人客户共成功发送380万条续保短信，降低了传统纸质信函寄送成本高、寄送时间长、地址错误、客户保单失效等问题发生率的发生。

车辆运营实施监控管理

我们通过每年检视车辆配置方案，严格控制车辆配置标准和增长数量，并提倡员工多使用公共交通工具。在车辆使用过程中，建立车辆使用台帐，定期反馈车辆的公出，须凭借各专业公司行政部车辆管理员签发的《派车单》方可出车；驾驶员必须按《派车单》上注明的时间及地点执行任务，中途不得随意改变任务地点；同时在全系统配置了视频会议系统，尽量通过视频会议系统开会，减少车辆使用。

支持可持续发展的商业实践模式

保险系列

我们寿险开发了低保费、高保障的新型三鑫系列产品。三鑫系列产品顺应了个人寿险产品“回归保障”的市场潮流，产品高额快速返还、满期双倍给付、周年保单红利等特点，兼具“储蓄性”和“给付性”，为未成年人、老年人及低收入家庭提供了大众化保险消费。

环境和社会

我们产险于2009年针对社会热点问题推出了多款保险产品，以满足不同的客户需求。其中，环境污染责任保险是我们2008年研发销售的，承保因突发意外事故导致污染损害造成的第三者人身伤亡和财产损失、清理费用，以及被保险人发生的施救费用、法律费用。截至2009年，我们累计在广东、深圳、湖北、广西、湖南、云南、四川、北京等地承保环境污染责任保险61单，保费收入累计达到457万元。该产品还在第四届中国保险创新大赛中荣获“最具市场潜力保险产品”和“最佳责任保险产品”两项大奖。

我们养老险于2009年推出了农村小额意外伤害保险。农村小额意外伤害保险是为了满足农民群众的保险需求，为农民朋友提供适当的人身意外保障。目前，该产品已在四川省进行销售，已有17500位农民朋友受惠，承保保费约35万元。

银行系列

对公放贷业务，参照行业类别设定绿色贷款标准

我们银行严格按照国家产业调整的政策，对“高能耗、高污染、资源消耗性”的“两高一资”的企业制定严格的发放贷款指导原则，并将贷款行业分为目标市场、特殊高风险目标市场和禁止进入市场三类，给予不同标准的贷款资格审核。

1. 目标市场，包括制造业中的通信设备制造、医药制造，电力、燃气、水的生产和供应中电力供应，交通运输、仓储、邮政业中城市公共交通业，信息传输、计算机服务、软件业，水利中的广播电视传输服务等。对于这类市场，按正常的政策和流程审批，并给予扶持。
2. 特殊高风险市场，包括金属冶炼及加工中炼铁、炼钢，电力生产中的火力发电、化工原料制造、纺织业、电池业等。对于这类市场我们采取了特殊的控制措施，项目须经专业人员分析、审核和审批，同时在贷款条件上较为严格或制定对应的风险控制要求。
3. 禁止进入市场，包括小火电、小煤窑、小水泥等不符合国家产业政策的行业。对于这类市场，我们不给予贷款。

对个人放贷业务，为特殊群体提供人性化贷款服务

1. 对社会低收入的下岗再就业弱势群体，我们专项发放了个人小额担保额度贷款，并根据该类客户的特性，有针对性地设计了不同形式的贷款本息偿还方式，让其最大限度利用宝贵的银行信贷资金进行生产及创业。2009年，个人小额担保额度贷款发生33笔，累计贷款额115万元。
2. 我们与各地高校、政府机构积极联系、紧密合作，发放个人助学贷款，解决贫困大学生生活、学业上的经济困境，帮助他们完成学业的深造。2009年，个人助学贷款发生2200笔，累计贷款金额1800万元。
3. 为帮助“5.12”地震灾区人民早日脱离生活困境，我们对灾区人民设计了个人信用类赈灾自助贷款，并给予最大限度的贷款资金利率优惠，同时在一定条件下，允许其贷款资金多次反复支用，提高银行信贷资金使用的有效性和及时性。2009年，个人信用类赈灾自助贷款发生64笔，累计贷款金额502万元。
4. 针对零售贷款的个人经营性贷款中，我们重点支持环保、低碳、高效能的中、小、微型企业，无论是贷款方案的设计，贷款产品的选择，或者是贷款审批的时效上，我们都给予快速通道的特殊办理，以达到促进企业快速、健康发展的目的。2009年，个人经营性贷款发生102笔，累计贷款金额9800万元。

投资系列

证券

保荐IPO项目注重企业社会责任指标考核

1. 我们持续关注中国中小型企业的融资问题，2009年保荐的IPO项目主要以民营中小企业为主，保荐中小板企业36家，市场份额占比为11%，居行业第二位；
2. 我们在项目选择上倾向于新兴行业中的龙头企业，2009年保荐的IPO项目主要以高技术含量、高附加值、低能耗的创新型企业为主，如朗科科技、华测检测等；

环境和社会



中国平安希望小学支行动出发仪式

3. 我们把企业社会责任指标明确纳入保荐企业立项环节的审核，重点关注企业对环境保护、员工保险及合法用工等问题的执行情况。立项时，企业需提供立项报告，立项报告内容要对企业在环境保护、依法执行社会保障制度等情况进行说明，我们的立项委员会根据立项报告的内容进行综合评判，对于未能良好完成指标的企业不予立项。

信托

1. 新疆公益信托项目

早在2002年，我们就推出了新疆公益信托这项具有公益性质的信托产品，凭借卓有成效的投资管理能力和热心公益的积极态度获得深圳市政府的认可，先后两次续签。2009年，在原有新疆公益信托到期的基础上，该项目继续延期5年。我们将此公益信托每年应收管理费收入的10%，用于资助新疆自治区困难儿童的上学问题，同时将应收管理费收入的15%，转作信托本金，彰显我们热心公益事业的决心和态度。

2. 成立平安信托·欧初单一资金信托

2009年6月22日，我们设立了平安信托*欧初单一资金信托，并将该产品每年实现的信托收益由委托人/受益人负责进行公益捐助。

社会方面

参与社会文明建设，深化公益项目的开展，营造良好的社区投资环境

社会的健康和谐包含了社会各阶层的均衡协同发展。所有的社会力量都应该享受到科技发展和进步所带来的生活改善，公平的社会资源分配和共同发展也是社会文明进步的表现。2009年我们通过教育公益、红十字公益、社群公益三个方向进行社区投资，改善和提升社区环境，与社区共同进步。

教育公益

1. 基础教育事业

截至2009年，我们已在全国各省市边远贫困地区援建84所平安希望小学（包括32所在建）。在持续援建学校硬件之余，我们每年还划拨100万元，定期组织各希望小学所在地的员工对希望小学进行回访，并结合学校地域特色开展专项教育。同时，我们与21世纪经济报道合作的“小桔灯乡村小学图书馆计划”募集的数万册图书已在全国13所学校落户。

环境和社会



淮安平安希望小学小桔灯图书馆

2009年，我们还出资1000万元在全国平安希望小学设立了“中国平安希望奖学金”，以持续激励的方式，鼓励所有平安出资设立的小学中符合条件的学生，完成从小学至大学的全部学业，帮助品学兼优的同学获得不断进步和提升。2009年，已有1425名平安希望小学的同学获得了总计81.25万元的奖学金奖励。

我们同样关注学校师资力量建设，在平安希望小学设立了优秀教师教育奖励金，鼓励那些在平凡的岗位上无私奉献的希望小学教师，目前已经有300名平安希望小学教师获得奖励人均1000元的奖励。2009年，我们就西部甘肃省渭源地区代课老师再就业问题继续开展“燃烛行动”，并给该地区100名代课老师，每人4000元再就业贷款，同时进行家畜饲养、中药材种植方法、农药、化肥的使用方法和辨别等课程的培训支持。

我们也积极响应行业号召，2009年出资45万元，在地震灾区援建了1000所空中课堂，在受2008年汶川大地震影响的甘肃、成都、德阳、广元、绵阳及雅安等地区，通过卫星传输的方式，利用网络设备播出中小学学习和教师培训类的课程。

2. 高等教育事业

自2003年，我们开始启动中国平安励志计划这一高等教育公益项目以来，活动以论文奖、奖学金、论坛、同学会的形式，吸引了全国50所多高校数千名学生的参与。六年来获奖学生2285人，总奖金达到774万元。中国平安励志计划在50多所著名高校和研究机构的支持下，在60多位国内顶尖学者、专家的扶助下，在众多莘莘学子的参与下，正在逐步成为中国最具公正性、最有影响力的教育公益品牌之一。

2009年，受金融危机的不利影响，在校大学生就业难的问题成为社会各方关注的焦点。我们又适时地推出励志创业大赛，希望通过树立青年楷模的形式，激发学生内在潜能，发挥自我创业的激情和能力，全面打造大学生核心竞争力。项目主要分为“创业测试、创业点子秀和创业PK赛”三个模块。从2009年9月正式启动以来，取得了较好的反响，共有19049名用户登陆创业大赛网站参与了创业测试，共征集到1070个创业点子，收到435份创业计划书。最后，共166名同学获得总计42.8万元创业奖励金。其中，创业大赛一、二等奖分获10万和5万的高额创业基金。

环境和社会

案例

耿明奎，今年24岁，现在华南理工大学电力学院读大四。他是学院团委的干部，负责志愿者工作，同时也是华南理工大学科普协会的会长。业余时间，耿明奎经常组织学生志愿者去学校、社区进行科普活动，举办各种讲座。

按照耿明奎正常的职业轨迹，大学毕业后他应该成为一名工程师，在电网公司或电力设备公司上班，通过技术岗位迈出职场的第一步。但是现在，年轻耿明奎更愿意在科普爱好方面一展拳脚，开创自己的事业。他带着一份名为“‘光动媒’特色教育资源开发”的项目书，参加了2009年励志创业大赛。

“光动媒”是光学技术和电脑技术的融合，应用光学和动画原理，设计制作多媒体动感教学软件，使传统的幻灯胶片产生动画效果，可以在幻灯投影机和电视上面展示，实现教育资源的综合利用和教育资源的共享。“光动媒”特色教学是秦兆年教授与妻子刘达莲老师一起创新的成果。

秦兆年是华南师范大学的传奇人物，是我国著名电教专家，毕生精力都奉献给了支教扶贫工作。耿明奎就在一次科普志愿者活动中认识了秦兆年教授，受到秦老的启发，研发了这套软件。耿明奎与其他的志愿者一起多次前往贫困地区进行支教试点，都受到了欢迎与好评。

今年夏天，耿明奎和他的团队以该软件向广东科技局申请，进入大学生科技园，获取支持。批准后，他们拥有了一间小小的办公室。现在，他们接到了第一个订单——为广东省科普中心制作一套关于“节能减排”的宣传片。对这些怀抱创业梦想的年轻人来说，制作一套完整的小学教学课件，甚至某一单科的课件都是一项金字塔般庞大的工程。然而对此，耿明奎信心满满，相信自己 and 团队同学的不懈努力一定可以获得市场和社会的认可。



中国平安励志计划颁奖典礼

环境和社会

红十字公益

2009年，我们积极开展红十字主题公益月活动，在新疆、甘肃、佛山、宁夏、天津、广州、深圳、河南、浙江、福建、广西、海南、陕西、重庆等区域以“你的平安 我的承诺”开展了无偿献血活动，2009年累计献血量达36.3万毫升，参与人数近2000人。

此外，我们还与中国造血干细胞资料库达成战略合作伙伴，通过分布在全国各省、市、自治区分公司，向社会宣传造血干细胞捐赠知识，为骨髓捐赠者量身定做的保险保障，关注无偿提供造血干细胞的社会热心人士。2009年，我们已为897名造血干细胞捐献者无偿提供了一年期重大疾病、意外伤害及住院安心保险保障计划。

注：

无偿献血量测算方式——深圳总部参加415人×200毫升/人=83000毫升，14家机构×100人×200毫升/人=280000毫升

社群公益

我们认为利益相关方的参与是将企业社会责任有效融入企业战略和经营的关键环节，是企业社会责任得以履行的保障。我们一直高度重视和鼓励我们的利益相关方参与社会责任实践的相关活动，重视培养他们的责任意识，营造热心公益、关注社会的良好氛围。

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已开展了三年。2007年，约121名志愿者参加平安希望小学支教行动；2008年，约360名志愿者参加平安希望小学支教行动；2009年，该活动又在安徽、甘肃、贵州、河北、河南、宁夏、内蒙古、云南、广西、浙江、重庆、江西等12个省13所学校开展，约有313名志愿者参加，当年度志愿服务时间超过22536小时。我们客户、员工等利益相关方以平安希望小学为依托，奔赴援助地，开展志愿者服务工作，通过培训、教学授课等方式，帮助学校改善教学软环境，探索当地可持续发展的教育模式。截至2009年，参与支教的志愿者达794人，受助学生近9000人。

注：

志愿服务时间测算方式——每人8小时/天×9天=72小时，2009年，由于活动后期受到甲型H1N1流感的影响，活动未执行完毕，参与志愿者较2008年有所减少。



广东寿险员工献血现场

环境和社会



志愿者向希望小学同学讲授预防流感知识

案例

方老师，你快回来来看我们呀！

方老师，我们想念你！

方老师，教师节快乐！

2009年9月10日，第二批奔赴河南濮阳平安希望小学支教的志愿者王海洋在自己的博客中撰文：今天正值教师节，班级里同学们都在向我打听一位姓方的女老师。“方老师去年也来我们学校教我们”“她笑起来很漂亮”“她教会了我说GOOD MORNING”……这位去年曾经支教的方老师用她的爱心打动了每个同学。绘画课上，同学们都自发画起了方老师的肖像，我拿着这些可爱孩子们的画，哽咽得半天说不出话。现在我也毫无头绪，想到50个孩子还在痴痴等待，就心乱如麻。只有发到网上求助了。

这篇名为“寻找方老师”的博文被上传到新浪博客频道焦点图位置，并迅速被天涯，搜狐论坛等广大网友转发。在

热心网友和平安寿险河南分公司同事们的协助下，已经更换手机号码的志愿者方婧终于时隔一年之久，在网络视频的另一端再次见到了对她朝思暮想的孩子们。

2009年是中国平安希望小学支教行动开展的第三年。和方婧一样，已有来自全国的700余名志愿者在这项爱心事业中奉献自己的力量。每年定期、定点的爱心接力，志愿者将自己的知识、人生阅历通过不同的教学主题，把孩子们对美好生活追求的种子呵护得更加坚实，这段非凡旅程也让所有参与志愿者收获了感恩、感动，获得了心灵的净化和升华。平安努力传播企业公民的理念，积极倡导企业社会责任建设，无论是普通员工还是高层领导都身先士卒的参与其中。集团副总经理王利平，平安产险董事长任江川……他们都利用个人假期担任了一次“乡村教师”的角色，树立起平安员工承担企业社会责任的典范。

环境和社会

参与社会政策制定，推动行业稳健发展

我们发挥保险业务的优势，在行业政策制定中从寿险、产险两个业务类别发表了可行性的合理化意见：

寿险

1. 协助进行保监会保险产品分类课题研究；
2. 就《新型产品信息披露管理办法》反馈意见；
3. 就《保险公司信息披露管理办法（草案）》反馈意见；
4. 就《未成年人死亡给付保险金额限额方案》反馈意见；
5. 就《保险公司经营短期意外险行业标准》反馈意见；
6. 就《产品发展指导意见》反馈意见。

产险

1. 就《保险公司内部控制基本准则（草案）》提出意见，起草《分支机构合规管理基本准则》；
2. 就《保险公司信息披露管理办法（征求意见稿）》反馈意见；
3. 就保监会《保险业重大案件标准征求意见稿》提出意见；
4. 就《保险公司管理规定（草案）》提出意见；
5. 就《保险资金运用管理办法（草案）》提出意见；
6. 就《关于执行〈保险公司董事会运作指引〉有关问题的通知》提出意见；
7. 就《保险公司高级管理人员审计管理办法（征求意见稿）》反馈意见。

绩效成果

环境方面

减少运营，降低能源消耗

持续进行中

迎接纸张挑战

持续进行中

2009年，我们的后援中心通过使用低能耗 IT 设备，高效能制冷设备，以及采用虚拟化技术提高设备利用率，降低了数据中心的总体能耗，办公和作业无纸化运作共节约20629万张的办公用纸。

开发针对弱势群体的保险产品

持续进行中

制定绿色贷款标准

已完成

保荐IOP项目注重企业社会责任指标考核

已完成

开拓环境项目

持续进行中

环境和社会

社会方面

深化公益项目开展，营业外支出保持稳定水平

2009年，我们的营业外支出捐赠费用为人民币超过2000万元。

持续进行中

问题

- 对环境能源消耗问题，缺乏节能减排的量化指标考核。
- 缺乏更加完善的社区投资项目管理平台。
- 可持续产品研发需进一步推动。
- 公益品牌的内部及公众认知度、识别度需进一步提高。

2010年的计划和目标

环境方面

健全完善环境管理机制

2010年，我们的物业公司将聘请专业咨询认证机构，对ISO9001 & ISO14001 & OHSOS18001（质量、环境、职业健康安全）一体化管理体系进行认证，实现物业可持续发展的服务质量提升，有效控制环境污染、节能降耗，提高营运效益。

认证主要从以下方面进行：



环境和社会

本次认证范围是我们物业总公司及深圳星河发展中心管理处、平安金融培训学院管理处、深圳平安大厦管理处四个物业管理单位。

此外，2010年，我们预计将投入308.4万元用于减少如下能源消耗的改造项目中——

大连平安大厦：洗手间小便冲洗阀更换

上海张江后援中心：改造厨房燃气设备

深圳平安大厦：冷水塔改造、蓄冰技术运用、大厦职场通风系统改造、楼层空调盘管风机开关统一控制改造、楼层照明灯具改造

多维度、全方位地倡导环保理念，在全系统开展“低碳100行动”

自身运营层面：

绿色办公：倡导员工绿色办公，积极倡导并实践环保节约理念和低碳生活方式；绿色采购：采购部对供应商环保资质进行审查，增加绿色产品采购占比；绿色物业：对办公大楼进行环保改造，广泛采用节能照明、空调设备，提高运营过程中的能源使用效率，减少碳排放降低能耗，创建低碳大厦。

业务层面：发挥综合金融服务优势，研发绿色金融产品，开展绿色金融服务。

公益层面：与公众媒体、NGO组织、消费者形成互动，推动社会低碳经济发展。

社会方面

引入LBG数理模式，搭建社区投资项目管理平台；

对社区投资项目进行品牌化塑造，审视、优化社区投资项目，树立鲜明的品牌形象；

深化公益项目开展，制定合理的传播节奏，扩大公益项目的影响力；

组建员工志愿者组织，广泛开展志愿服务。



宁夏平安机构为六盘山平安希望小学重建落成揭牌





合作伙伴

我们的价值观

合作伙伴： 互惠互利 实现共赢

合作伙伴



一年一届的中国平安高峰会汇集了平安全国各地保险精英

我们的关注

合作伙伴	关注
再保险公司	诚实守信、抗风险能力及良好的合作基础。
个险代理人	具有团结进取、艰苦奋斗的精神，遵守公司相关规定，可塑性强，具有由保险代理人转型成综合金融服务经理的潜质。
伙伴银行	拓宽合作领域、专人专项合作、相互影响、共同获益。
定点医院	医疗信息实现科学管理，改善定点医院医疗质量。
供应商	控制成本、提高效率、管控风险、互相影响、共同进步。

合作伙伴

我们的行动

再保险公司

2009年我们寿险继续与中国人寿再保险公司、慕尼黑再保险公司、瑞士再保险公司、科隆再保险公司、汉诺威再保险公司等10多家海内外专业再保险公司建立了长期合作关系。

2009年我们产险继续保持与60多家国际专业再保公司长期稳定的合作关系，主要合作伙伴包括中国财产再保险股份有限公司、安联集团、汉诺威再保险公司、法国再保险公司等、Everest Reinsurance Company。

个险代理人

2009年在个险代理人队伍管理方面，采用兼顾市场竞争力、渠道成本、激励引导的管理制度引导队伍发展，通过《个人寿险业务人员基本管理办法》、《区拓管理办法汇编》提供支持其个人和组织发展的充足动力，鼓励个人业务发展和持续稳定的组织发展；通过强调基础管理，明确规定了从业守则、各级业务员的工作职责，引导销售队伍关注销售品质、规范经营；通过全面优厚的福利保障，即涵盖针对所有人员的意外、身故、意外伤害和住院医疗等基本保障，也包含针对绩优和长期留存人员的养老公积金、长期服务奖，解除了业务员长期从业的后顾之忧，倡导永续经营的长期服务。

伙伴银行

2009年，我们寿险通过持续努力和细致经营，在原有中国银行、中国工商银行、中国建设银行渠道三足鼎立的情况下，积极推动与交通银行的合作，交通银行合作占比由2008年的6%提升至13.4%，跻身第四大主力渠道，使寿险银保的渠道发展更为均衡。同时，寿险与各银行的合作关系进一步深入，2009年整体保费增速89%远高于银保市场七大主体8.6%市场平均水平。

2009年，寿险银保通出单占比大幅提高，各项功能陆续上线，从而进一步完善了业务流程，拓宽了与银行的合作领域，为今后的业务发展奠定了良好的基础。同时，我们还不断加强银行业务人员的专业技能和职业道德的培训，并共同开发适合特定消费者的专属产品，如房贷险“安居宝”等，进一步巩固了与各伙伴银行的合作关系。

2009年，我们产险与全国各大国有银行、商业银行、股份银行和外资银行建立了广泛的合作关系，为银行的法人客户和个人客户提供全面和完善的保险产品，涵盖了财产保险、意外险、机动车辆保险等众多产品；成功开发了银保通系统，实现了在银行网点直接出具保单，使我们和银行之间的合作更加紧密和高效，从而完善了业务流程，拓宽了与银行的合作领域，为今后的业务发展奠定了良好的基础；产险分公司积极与当地银行合作，从管理流程上采取点对点的专人服务，积极举办各种形式的营销活动，促进业务发展；同时不断创新，研发适合在银行渠道销售的专业银保产品。

定点医院

2009年，我们寿险对医疗费用报表进行了优化，新增了轻微疾病的指标，可以很直观地分析出每个医院不符合入院指征的入院比例和件数，使我们对定点医院的评价更加客观、准确。2009年，我们对定点医院进行了全面的评估，在2113家定点医院中，1530家医院样本具备统计意义，其中优秀398、良好768、一般及较差364家。

2009年我们寿险配合公司一账通卡产品的推出，与全国1200多家定点医院签订紧急援助协议，为平安一账通卡客户提供48小时内的最高限额5000元的（VIP客户10000元）意外伤害代垫住院押金服务。为了保证服务质量，我们对定点医院医护人员进行了详细的服务流程培训，并向定点医院提供了海报、台历、台卡等一账通卡宣传品，平安开通了4000999999人工专线号码，全国300多名兼职服务人员365天24小时电话值班，随时为客户提供相关服务。

合作伙伴



我们的合作伙伴之一——Discovery Holdings Limited

我们寿险牵头组织了保标委《医保数据交换规范》项目，中国人寿集团、中国人民保险集团、太平洋保险集团等单位参与，此“标准”可以实现保险行业在运用医疗信息时统一定义以及相关的数据采集与应用，使各保险业务机构对医疗信息数据拥有一致的理解、表达和标识，加速商业保险行业的医疗信息化建设，保险监管机构可依靠行业医疗信息数据实现对医疗险的风险管控；各保险公司可以建立一致的商业医疗保险数据库并有效利用，提升专业化的风险管理、产品开发及客户服务水平，并作为今后实现跨系统和跨行业的医疗信息交换与共享的基础。

供应商

2009年在供应商管理上通过制度建设、系统建设、供应商信息库管理等工作，为后续采购管理水平的进一步提高奠定了坚实的基础。

制度建设

2009年加大了采购的制度建设力度：修订原《物料采购统购规定》，下发适用于全系统的集团《采购管理办法》和《集团统购物品及服务目录（2009版）》；建立了各类工作操作指

引；建立分级采购管理模式，指导集团下属各子公司完善采购细则。新制度的下发，进一步提高采购效率，控制采购风险，为采购成本的降低和采购管理水平的提高起到积极作用。

系统建设

2009年，我们采购部在借鉴深圳市政府采购管理平台的经验基础上，结合自身业务特点，建立“物控采购信息管理系统”，将采购标准动作固化到系统流程中，在管理功能和操作流程上均实现了较大的突破。该系统涵盖采购计划管理、采购申请管理、业务流程管理、供应商管理等27个管理模块，具备采购过程的全网络覆盖、前后端人员的操作分离、采购行为的可预警追溯、信息资源的全方位共享、多站点的分级管理模式等五大核心特点，为打造“阳光采购”，实现高效、规范、透明的采购管理奠定了坚实基础。

供应商数据管理

逐步完善供应商库，建立和完善物资类和IT类的供应商信息库，分行业和类别制定供应商选择标准，不断扩大采购工作的供应商选择范围。

合作伙伴



我们的合作伙伴之一——安联集团

绩效成果

规划公司医疗信息科学管理，逐步实现科学、有效的医疗信息数据管理（含疾病、医疗价格及医院服务质量的分析），最终实现公司跨行业的医疗信息精细化管理，并不断协助定点医院改善医疗质量，合作拓展新的服务，为客户带来更优质的医疗服务。

~ 持续进行中

目前相关业务部门和IT部门正在积极地进行版本升级的相关工作。

启动对内外部客户进行满意度的调查。

~ 持续进行中

我们设计了定点医院的满意度调查问卷，下一步就实施方式与试点机构进行探讨。

结合当地卫生行政管理机构公布的医疗统计数据，对定点医院的医疗安全、品质、价格和满意度进行医疗评估。

✓ 已完成

我们根据现有的业务数据，对定点医院进行了综合评估。

合作伙伴

积极地推动建立医疗行业和保险行业的医疗信息交换标准，提升两个行业互动合作关系，降低行业的健康险运营成本，提升行业的服务和风险管理水平。

~ 持续进行中

由我们牵头的保标委《医保数据交换规范》项目目前已经完成项目的立项和调研工作，进入标准起草阶段，按计划将在2010年底全部完成。

产险总公司成立专门的银行保险部。

✓ 已完成

制定银行渠道销售基本法，整合银行渠道销售队伍，明确职责，专业管理，实现业务和资源的合理配置。

✓ 已完成

制定了银保渠道基本法，在全国组建的逾10家产险银行保险部或银保专业团队，逐步在业务和人员上实现了对银行渠道业务的专属管理和推动。

加强与各大银行总行的沟通和互动，举办各项专项联合营销活动以推动银行渠道业务的健康发展。

✓ 已完成

与各银行总行的沟通顺畅，多次举办专项联合营销活动，推动银行渠道业务的健康发展。

制定适合银行专属渠道的产险产品，以更好地满足客户需求。

✓ 已完成

积极与相关部门配合，适时推出特色产品满足客户需要。

合作伙伴

问题

- 寿险的中小银行渠道的发展尚不稳定，且多家机构仍没有摆脱主力合作渠道单一的局面，部分机构在支行层面的渠道拓展力度明显偏弱，经营中的不确定性及风险依然存在；产险的银保通系统铺设范围不够。
- 定点医院方面还未建立医学编码的专门管理制度；因部分定点医院内部的财务数据暂不提供，数据分析全面性需待提高。
- 采购方面还未介入企业社会责任审核流程。

2010年的计划和目标

2010年，在个险代理人方面，寿险将建立综合开拓个人客户经理俱乐部，通过俱乐部的运作，借助一定的激励、培训、荣誉等资源支持，吸引和持续推动个险代理人向能够提供客户保险、金融等全面服务的客户经理转变，提升业务队伍综合素质和服务能力，为“一个客户、一个账户、多种产品、一站式服务”的目标实现夯实基础，大力推动平安综合金融战略的发展。

伙伴银行方面，寿险将在渠道合作方面，遵循差异化、稳健化经营的策略：继续深化与中国银行、中国工商银行、中国建设银行、交通银行四大主力渠道的合作，提高在主力渠道中的市场份额；加大潜力渠道合作力度，从中培养新的主力渠道，进一步分散经营风险；同时维持中小渠道业务规模，并不断拓展新兴渠道保费贡献，保持渠道经营持续发展；同时继续推进银保通系统推广工作，提高银保通占比及银保通业务品质；并秉承消费者利益为重的原则，与银行方共同就业务品质、专属产品开发、客户后续服务等方面进行更紧密的合作。

2010年产险将积极推动与各银行总对总、分对分代理协议的签订；积极推动银行自有资产保险项目；完善银保渠道基本法，

有条件的机构全部成立银保专属组织；不断创新产品和营销模式，推动业务上新台阶。

定点医院方面我们将继续拓展紧急援助医院网络规模，力争网络可以覆盖全国主要的旅游城市及开设平安营业网点的城市，为客户提供一流的紧急援助服务；与中国人寿集团、中国人民保险集团、太平洋保险集团等单位，按时完成保标委委托的《医保数据交换规范》项目。

供应商管理方面，我们将建立较为完善的供应商筛选、考核、评估体系；开展制度运行检视，优化采购制度流程，完善制度体系；优化统购目录，合理划定各级单位采购权限，发挥集中采购效益，同时兼顾效率，全力支持各业务线的发展；加强采购系统建设，全面使用系统，优化系统功能，保证系统的正常运行；响应集团低碳行动，实施绿色采购，逐步实施在招标等环节对采购物品及供应商进行环保测评，推动供应商的绿色发展，为低碳经济贡献力量。

社会认可

2009年12月

2009年12月，我们旗下的财产保险公司获得2009年度中国金融机构金牌榜“金龙奖”最佳中资财产保险的公司。

2009年12月，我们获得由《投资者关系杂志》(IR Magazine)颁发的“最佳投资者关系大奖 - 非国有企业”、“最佳公司治理”及“最佳投资者关系 - 最佳首席财务官”三项大奖。

2009年12月，我们获得“2009第一财经中国企业社会责任榜”评选的“2009第一财经中国企业社会责任榜杰出企业奖-社会贡献奖”。

2009年12月，我们第五次在由《21世纪商业评论》和《21世纪经济报道》主办的“中国最佳企业公民”评选中当选“2009年度中国最佳企业公民”。

2009年12月，我们连续八次荣获由经济观察报和北京大学管理案例研究中心主办的“中国最受尊敬企业”称号。

2009年12月，我们旗下的平安银行在由知名财经媒体21世纪报系旗下《理财周报》打造“2009年第二届最受尊敬银行评选暨2009年第三届中国最佳银行理财产品评选”颁奖典礼及“2009中国零售银行峰会”中，获得“2009年最具成长性借记卡”、“2009年中国最受尊敬银行--最佳个人信贷银行”、“2009年度最佳银行理财产品--年度最佳设计与创新团队”以及“2009最佳安全性信用卡”四项大奖。

2009年11月

2009年11月，由中国电子金融产业联盟和中国电子商务协会主办的评选活动中，我们荣获中国电子金融“金爵奖”、2009中国电子金融企业三十强、2009年度最具创新力产品奖以及2009年度最佳金融服务平台奖。

2009年11月，我们获得了由亚洲地区知名的英文财经杂志《财资》(The Asset)主办的“2009年度最具前途的中国企业”(China's Most Promising Companies 2009)。

2009年11月，我们入选由中国企业社会责任同盟主办的中国企业社会责任同盟上市公司可持续发展指数(又称“中责盟50指数”)，并在此基础上荣膺“中国最具和谐竞争力上市公司”奖。

2009年11月，我们首度披露的2008企业社会责任报告，荣获“2009年度最佳社会责任报告大奖”，并以72.09分的最高得分名列所有A股企业榜首，成为本年度最佳社会责任报告。

2009年11月，我们在由中国社会科学院经济学部、社会科学文献出版社联合主办的“2009中国企业社会责任蓝皮书”中总分值64分名列中国100强企业社会责任发展指数第十名，位列保险业首位。

2009年10月

2009年10月，我们旗下的平安数据科技(深圳)有限公司电话中心在由国家级行业协会中国电子商会呼叫中心及客户关系管理专业委员会(CNCCA)牵头、国家工业和信息化部支持的第五届“中国(亚太)最佳呼叫中心”评选中，荣膺“2009年中国(亚太)最佳呼叫中心”称号。

2009年10月，我们旗下的平安资产管理公司以681.67亿美元(人民币4520亿元)入选国际著名的《机构投资者》杂志(Institutional Investor)评选的“亚洲百强资产管理机构(Asia's 100 Biggest Money Managers 2009)”，位列中国顶尖资产管理者第四名。

2009年10月，我们旗下的平安银行信用卡事业部在“ACCE全球呼叫中心年度大会”上荣获“2009年度全球最佳呼叫中心”称号。

2009年9月

2009年9月，我们在亚洲国际名优品牌认证监督管理中心与中国企业报社等国内相关研究机构、媒体等共同主办的“亚洲品牌500强排行榜”中，荣获“中国品牌价值冠军”，并再次蝉联“亚洲品牌500强大奖”称号，位列“亚洲品牌500强排行榜”第73位。

2009年8月

2009年8月，我们入选由上海证券交易所和中证指数有限公司联合编制的上证社会责任指数 (SSE Social Responsibility Index)，成为该指数100只样本股之一。

2009年7月

2009年7月，我们在“2008年中国上市公司法律风险指数测评”中获得“2008年度上市公司法律风险管理奖金奖”第一名。

2009年6月

2009年6月，我们连续第三年荣膺由亚洲著名杂志《Corporate Governance Asia》主办的亚洲公司治理2009年度杰出表现奖。

2009年6月，我们在由广东省企业联合会等联合发布的“2009广东省企业100强”榜单中居广东百强企业第二名，并蝉联广东最具投资价值上市公司。

2009年6月，我们旗下的平安信用卡客户服务中心连续3年荣获“2009年中国最佳呼叫中心”。

2009年6月，我们再次进入英国《金融时报》(Financial Times)主办的2009年度“全球500强”企业榜单 (FT Global 500)，名列全球第87位，在全球寿险公司排名第二。

2009年6月，我们旗下的平安信托获得了由中国证券网、上海证券报联合评定的第三届“诚信托·创新领先奖”。

2009年5月

2009年5月，我们在亚太区权威财经杂志《亚洲金融》(FinanceAsia)主办的第九届“亚洲管理最佳公司”(Asia's Best Managed Companies)评选中，荣获中国区管理最佳企业第八位。

2009年4月

2009年4月，我们再次荣膺由《董事会》杂志社主办的第五届中国上市公司董事会“金圆桌奖”“最佳董事会”殊荣。

2009年4月，我们第三度入围《福布斯》全球上市公司2000强 (Forbes Global 2000)，位列第141位。

2009年4月，我们旗下平安信托获得由21世纪经济报道评定的第二届“金贝奖”“年度最佳服务团队”和“年度优秀信托公司”两个奖项。

2009年3月

2009年3月，我们旗下平安寿险与平安产险双双入选由中国质量万里行促进会公布的33家“2005-2008年中国服务质量诚信品牌企业”。

2009年3月，我们在2008“中国金融营销奖”评选中荣获“最佳企业社会责任奖”。同时，平安寿险“富贵人生”、“智盈人生”、平安产险“电销车险”和平安银行信用卡“10元看电影”等4项经典营销案例，分获各自领域的“金融产品十佳奖”。

2009年1月

2009年1月12日，我们在深圳上市公司协会会员大会上荣获深圳资本圈“年度社会捐赠奖”和“5·12大地震慈善捐助奖”两项大奖。

2009年1月8日，我们第三度蝉联由中国新闻周刊主办的第四届“最具责任感企业”榜单“最具责任感企业”。

GRI指标对照表

GRI ID	指标描述	披露情况
经济 指标	EC1 创造和分配的直接经济价值，包括总收入、运营成本、员工薪酬、捐赠和其它社会投资、留存收益、向资本提供者和政府支付的资金。	P
	EC2 机构活动因气候转变而引起的财务负担及其他风险、机遇。	P
	EC3 机构固定福利计划的覆盖范围。	F
	EC4 政府给与机构的重大财务支持。	N/A
	EC5 机构在重要营运地点工资的标准起薪点比照当地最低工资比率的范围。	P
	EC6 机构在重要营运地点的对当地供应商采购的政策、制度和比例。	P
	EC7 机构在重要营运地点从当地社区雇用员工的程序，以及在当地社区聘用高级管理人员的比例。	NR
	EC8 机构通过商业活动、提供实物或免费专业服务而开展主要为大众利益的基础设施投资与服务及其影响。	P
	EC9 机构对其重大间接经济影响（包括影响的程度和范围）的理解和说明。	P
环境 指标	EN1 按重量和体积计的原材料总用量。	P
	EN2 使用的原材料中可循环再造物料的百分比。	P
	EN3 按主要能源来源划分的直接能源消耗。	P
	EN4 按主要能源来源划分的非直接能源消耗。	P
	EN5 通过采取节能措施和提高使用效率而节省的能源通过采取节能措施和提高使用效率而节省的能源。	P
	EN6 提供节能或再生能源的产品与服务的措施，及这些措施在降低能源需求方面的成果。	P
	EN7 减少非直接能源消耗的措施及取得的成果。	P
	EN8 从来源抽取的水的总量。	N/A
	EN9 因抽取用水而受重大影响的水源。	N/A
	EN10 循环再用和再用水的百分比及总量。	N/A
	EN11 在保护区内或在保护区毗邻地区及保护区外生物多样性价值高的地区拥有、租赁、管理土地的位置和面积。	N/A
	EN12 描述机构在保护区内及保护区外生物多样性价值高的地区的活动、产品和服务对生物多样性造成的重大影响。	N/A
	EN13 受到保护或恢复的生境。	N/A
	EN14 管理对生物多样性的影响而进行的策略、当前采取的行动及未来的规划。	N/A
	EN15 按物种灭绝的风险，列出处于受营运活动影响地区的国际自然及自然资源保护联盟红色名录(IUCN Red List)和国家保护名录的物种及其生境。	N/A
	EN16 按重量计的直接和非直接温室气体排放总量。	P
	EN17 按重量计的其他相关非直接温室气体排放量。	P
	EN18 减少温室气体排放的措施及取得的成效。	P

GRI ID	指标描述	披露情况
环境 指标	EN19 按重量计的臭氧消耗物质的排放量。	N/A
	EN20 按类型和重量计的氮氧化物(NOx)、硫氧化物(SOx)和其它重要气体排放物。	N/A
	EN21 按质量和目的地计的总排水量。	N/A
	EN22 按类型和处置方法计的废弃物总重量。	P
	EN23 重大溢漏的数量与体积。	N/A
	EN24 按重量计列出根据《巴塞尔公约》附录I、II、III、VII的条款定为有毒的废弃物的运输、进口、出口或处理的数量、及国际范围内运输废弃物的百分比。	N/A
	EN25 受报告机构排水和径流影响严重的水体及相关生境的特性、规模、保护状况和生物多样性价值。	N/A
	EN26 减轻产品与服务对环境影响的措施及其减轻影响的程度。	P
	EN27 按分类计，列出售出的产品及其包装材料可回收的百分比。	N/A
劳工 措施及 合理工 作指标	EN28 违反环境法规所处的重大罚款的货币价值及非经济处罚的总次数。	NR
	EN29 产品、其它货品及用于机构营运活动的原材料运输，以及劳动力运输所造成的重大环境影响。	N/A
	EN30 按类型计的环保总开支和总投资。	P
	LA1 按雇用类型、雇用合同和地区划分的员工总数。	P
	LA2 按年龄、性别和地区划分的员工流动总量及比率。	P
	LA3 按主要业务划分，只提供予全职雇员（不提供予临的或兼职雇员的）福利。	F
	LA4 集体谈判协议覆盖的员工比例。	P
	LA5 向员工通报重大业务变化的最短通知期，包括其是否在集体谈判协议内订明等事项。	P
	LA6 协助监察、指导职业卫生与安全计划的正式劳资联合卫生与安全委员会中作代表的员工百分率。	NR
	LA7 按地区划分的工伤率、职业病率、误工费、缺勤率、和因工死亡总人数。	P
	LA8 为帮助员工及其家人或社区成员应对严重疾病而安排的教育、培训、辅导、预防和控制风险之工作计划。	P
	LA9 与工会签署的正式协议中涵盖的有关卫生和安全项目。	P
	LA10 按员工类别统计的每一名员工每年接受培训的平均小时数。	F
	LA11 向员工提供技能管理与终生学习课程，以支持员工提高继续受聘能力和帮助员工处理辞职事宜的计划。	P
LA12 接受定期业绩和职业发展考评的员工比例。	F	
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。	F	
LA14 按员工类别统计的男女基本薪酬比例。	P	

GRI ID	指标描述	披露情况	GRI ID	指标描述	披露情况	
人权指标	HR1 包括人权条款或经过人权审查的重要投资协议的比例与总数量。	NR	产品责任指标	PR7 按结果类别划分, 违反在广告宣传、产品促销和商家赞助等营销传播活动中规定和自愿性守则的事件总数。	F	
	HR2 经过人权审查和在人权方面采取了措施的重要供应商和承包商比例。	NR		PR8 已证实关于侵犯客户隐私权及遗失客户资料的投诉的总数。	P	
	HR3 员工在与经营活动有关的人权政策与程序方面接受培训的总小时数, 包括受培训员工的比例。	F		PR9 违反规管产品及服务的提供与使用的法例及规则所处罚重大罚款的总额。	P	
	HR4 发生歧视事件的总次数及采取的措施。	F		金融业附加指标	FS1 具有特定环境及社会要素、应用于业务条线的政策。	P
	HR5 被确认为可能会行使使结社自由和集体谈判权面临高度风险的经营、及为支持这些权利所采取的措施。	F			FS2 对业务条线中所包含的环境和社会风险进行评价并筛查的步骤。	NR
	HR6 被确认具有可能使用童工事件高度风险的经营、及为消除童工所采取的措施。	F			FS3 客户对于协议或交易中包含的环境及社会规定的执行和遵守情况的监控流程。	P
	HR7 被确认具有强制与强迫劳动事件高度风险的经营、及为消除强制和强迫劳动所采取的措施。	F			FS4 提高员工执行环境及社会政策能力的相关流程, 以及运用到业务条线中的具体步骤。	NR
	HR8 在报告机构与经营活动有关的人权政策和程序方面接受培训的保安护卫人员比例。	F			FS5 与客户/投资公司/业务伙伴就环境和社会中存在的风险及危机进行互动。	P
	HR9 侵犯土著人权利事件的总次数及为防止此类事件所采取的措施。	N/A			FS6 投资组合中、各业务条线根据特定地域、规模大小(小型企业、中小型企业或大企业)以及行业分类的所占比例。	NR
社会指标	SO1 任何评估和管理营运活动对社区影响(包括进入、营运和撤离)的任何计划和措施的性质、范围和有效程度。	F	FS7 根据不同目的、在各产品条线中传递特定环境效益的产品及服务的货币价值。		N/A	
	SO2 已作腐败风险分析的业务单位的总数及百分比。		FS8 根据不同目的、在各产品条线中传递特定社会效益的产品及服务的货币价值。		N/A	
	SO3 已接受机构的反腐败政策及程序培训的雇员的百分比。		FS9 评价环境及社会政策执行情况的审计工作的覆盖范围和进行频率, 以及具体的风险评估步骤。		N/A	
	SO4 回应腐败个案所采取的行动。		FS10 机构投资组合中、报告部门曾就环境或社会问题与其进行过互动的公司百分比及数量。	P		
	SO5 对公共政策的立场, 以及在发展及游说公共政策方面的参与。	F	FS11 根据正面及负面的环境或社会筛查, 得出的资产百分比。	N/A		
	SO6 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。	F	FS12 环境或社会问题方面的表决政策, 涉及报告部门持有表决权或表决顾问的股份数。	N/A		
	SO7 因反竞争、反垄断和垄断企业手段而起的法律行动的总次数及其结果。	NR	FS13 按照类别在人口稀疏或经济欠发达地区的接入点。	P		
	SO8 因违反法规处罚巨额罚款的总和及非罚款惩处的总次数。	NR	FS14 使更多弱势群体享受到FS的倡议。	P		
产品责任指标	PR1 为改进之目的而对产品和服务的健康与安全影响进行评估的生命周期阶段、及需要经过这种评估程序的重要产品与服务类别的百分比。	F	FS15 对于FS及产品进行公正的设计及销售的政策。	N/A		
	PR2 按结果类别划分, 违反规管产品及服务在其生命周期影响健康与安全的法规及自愿性守则的事件总数。	F	FS16 根据不同受益人类型, 提高金融基本认识的倡议。	P		
	PR3 按程序要求而需要提供的产品与服务信息的类型, 以及须符合这种信息规定的重要产品及服务的百分比。	F				
	PR4 按结果类别划分, 违反产品与服务的信息与标志方面相关法规和自愿性守则的事件总数。	F				
	PR5 与客户满意度有关的措施, 包括客户满意度调查的结果。	F				
	PR6 在广告宣传、产品促销和商家赞助等营销传播活动中遵守法律、标准和自愿性守则的计划。	F				

注释: F 披露 P 部分披露 NR 不报告 N/A 不适用

指标附录

经济

2007 – 2009中国平安经济绩效表

单位：人民币百万元	2009年	2008年	2007年
营运成本	128254	109856	148096
支付的工薪总额	7876	5587	6212
支付的福利总额	1733	1033	1147
缴税总额	6325	5377	5144

单位：人民币百万元	2009年	2008年	2007年
集团偿付能力充足率	302.1%	308.0%	486.7%
寿险理赔金额	16736	19306	16083

说明：2008年数据已经根据本公司执行《企业会计准则解释第2号》后的会计政策进行追溯调整。

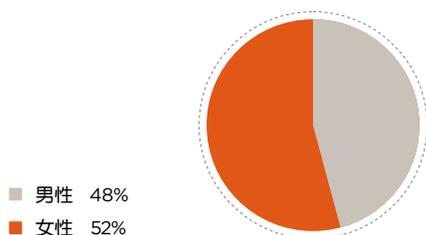
员工

员工人数及多样性

单位：人	员工总数	内勤	外勤	数据范围
2009年	100267	53723	46544	全系统
2008年	82808	50820	31988	全系统
2007年	66325	43713	22612	全系统

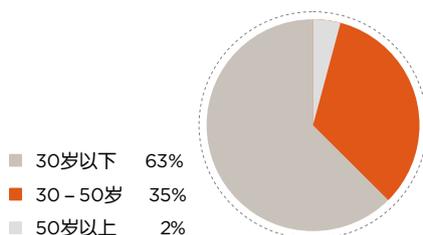
说明：内外勤区分主要用于公司内部管理。外勤主要是指与业务直接关联的人群。内外勤员工管理属于不同的统计体系，报告中的个别数据提取于内勤员工的统计体系，暂无法统计到外勤人员数据。

按性别比例



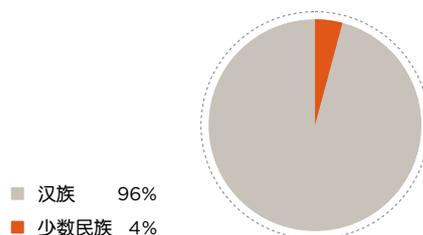
说明：2008年按性别比例——男54%，女46%

按年龄比例



说明：2008年按年龄比例——30岁以下60%，30-50岁37%，50岁以上3%

按民族比例



说明：2008年、2009年按民族比例相同

三大管理委员会人员结构比例

	董事会					监事会					管理委员会				
	性别比例		年龄比例			性别比例		年龄比例			性别比例		年龄比例		
	男性	女性	30岁以下	30-50岁	50岁以上	男性	女性	30岁以下	30-50岁	50岁以上	男性	女性	30岁以下	30-50岁	50岁以上
2009年	89.5%	10.5%	0	26.1%	73.9%	85.7%	14.3%	0	57.2%	42.8%	90%	10%	0%	70.8%	29.2%
2008年	94.7%	5.3%	0	15.8%	84.2%	66.7%	33.3%	0	55.6%	44.4%	100%	0%	0%	8.3%	91.7%
2007年	94.7%	5.3%	0	21.1%	78.9%	66.7%	33.3%	0	55.6%	44.4%	100%	0%	0%	9.1%	90.9%

内勤员工流动情况

单位：人	2009年		2008年		2007年		数据范围		
	数量	比率	数量	比率	数量	比率			
离司总人数	11926	9.27%	12065	13.74%	8016	12.36%	全系统		
年龄	20岁以下(含20岁)		791	6.6%	278	2.30%	84	1.05%	全系统
	21-30岁		8647	72.5%	8470	70.20%	5078	63.35%	
	31-40岁		1431	12.0%	2514	20.84%	2192	27.35%	
	41-50岁		325	2.7%	692	5.74%	583	7.27%	
	51-60岁		152	1.3%	111	0.92%	79	0.99%	
性别	男性		5866	49.2%	6014	49.85%	4382	54.67%	全系统
	女性		6060	50.8%	6051	50.15%	3634	45.33%	

说明：2009年的离司人员同比较高增长，增长原因为：1. 公司总员工数量大幅增长；2. 新渠道、信保等单位的外勤人员正常淘汰脱落；3. 物业公司因为2009年出现业务架构调整，导致离司人数短期出现上浮。

指标附录

全职员工福利情况

时间	员工（所有和公司签订劳动合同）	临时工	数据范围
2009年	各单位均有福利项目主要有：五险一金、综合保障、过节费、年休假、年金、取暖/降温费等；	临时工没有补充养老，部分项目标准有所降低	全系统
2008年	各单位均有福利项目主要有：五险一金、综合保障、过节费、年休假、年金、取暖/降温费等；	临时工没有补充养老，部分项目标准有所降低	全系统
2007年	各单位均有福利项目主要有：五险一金、综合保障、过节费、年休假、年金、补充养老险、取暖/降温费等；	临时工没有补充养老，部分项目标准有所降低	全系统

说明：五险一金包含生育保险、工伤保险、医疗保险、养老保险、失业保险、公积金

职业卫生与安全数据

公司	2009年						2008年		2007年	
	工伤			误工			工伤率	误工率	工伤率	误工率
	人数	天数	工伤率	人数	天数	误工率				
集团	0	0	0.00000%	0	0	0.00000%	0.00%	0.10%	0	0
寿险	34	2618	0.03191%	119	2345.9	0.02860%	0.00%	0.01%	0.00%	0.01%
产险	17	1409	0.02027%	9	434	0.00624%	0.03%	0.04%	0.00%	0.02%
养老险	2	389.1	0.02788%	1	7	0.00050%	0.00%	0.02%	0.00%	0.02%
信托	0	0	0.00000%	0	0	0.00000%	0.00%	0.08%	0	0
证券	0	0	0.00000%	0	0	0.00000%	0	0	0.00%	0.01%
资产	0	0	0.00000%	0	0	0.00000%	0	0	0	0
物业	2	516	0.20744%	0	0	0.00000%	0.00%	0.05%	0.00%	0.01%
平安科技	0	0	0.00000%	0	0	0.00000%	0	0	—	—
数科	0	0	0.00000%	0	0	0.00000%	0.00%	0.00%	—	—
新渠道	1	59	0.00213%	1	59	0.00213%	0	0	—	—
银行	7	34.2	0.00231%	0	0	0.00000%	0.00%	0.01%	0.00%	0.00%
信保	0	0	0.00000%	0	0	0.00000%	0	0	0	0
财富通	0	0	0.00000%	0	0	0.00000%	0	0	—	—
健康险	0	0	0.00000%	0	0	0.00000%	0	0	0	0

	2009年	2008年	2007年
职业病人数	0	0	0
缺勤率	0.2183%	0.0166%	0.0207%

说明：由于公司业务逐步扩大，员工人数相应增长较快，基数扩大，育龄人员的增加对缺勤率产生一定影响。

通报重大业务变化的最短通知期

时间	内勤全职	数据范围
2009年	会提前一个月以上与员工沟通；相关制度：《用工规范管理手册》。	全系统
2008年	会提前一个月以上与员工沟通；相关制度：《用工规范管理手册》。	全系统
2007年	会提前一个月以上与员工沟通；相关制度：《用工规范管理手册》。	全系统

在重要营运地点工资的标准起薪点比照当地最低工资比率的范围

时间	内容	数据范围
2009年	不强制规定各子公司标准起薪点与当地最低工资的固定比例，但集团明确要确保合法合规，并定期了解市场数据，检视付薪水平。	全系统
2008年	不强制规定各子公司标准起薪点与当地最低工资的固定比例，但集团明确要确保合法合规，并定期了解市场数据，检视付薪水平。	全系统
2007年	不强制规定各子公司标准起薪点与当地最低工资的固定比例，但集团明确要确保合法合规，并定期了解市场数据，检视付薪水平。	全系统

说明：关注国家及市场行情变化，定期检视付薪水平。

加班制度及费用

时间	费用	制度	数据范围
2009年	预计发生加班费2700万 占人力成本不到1%	所有单位均制定了加班管理办法，并经员工民主讨论后公布；公司不鼓励不强制员工加班，如确有工作需要，履行内部审批等管理程序后方安排加班，如发生加班，则按照国家劳动法规定支付加班工资。	全系统
2008年	预计发生加班费2500余 万占人力成本不到1%	部分单位制定了个别岗位的加班管理办法并向员工公布；公司不强制加班，并强调不提倡加班，同时对加班行为严格管理；	全系统
2007年	发生加班费1700余万占 人力成本不到1%	部分单位制定了个别岗位的加班管理办法并向员工公布；公司不强制加班，并强调不提倡加班，同时对加班行为严格管理；	全系统

说明：人力资源数据部分来源NIS系统提取

MIS（管理信息系统——Management Information System）系统，是一个由人、计算机及其他外围设备等组成的能进行信息的收集、传递、存贮、加工、维护和使用的系统。其主要任务是最大限度的利用现代计算机及网络通讯技术加强企业的信息管理，通过对企业拥有的人力、物力、财力、设备、技术等资源的调查了解，建立正确的数据，加工处理并编制成各种信息资料及时提供给管理人员，以便进行正确的决策，不断提高企业的管理水平和经济效益。

指标附录

环境

纸张消耗

能源类别	2009年	2008年	2007年	数据备注
用纸量	36.30	78.98	42.17	为了增加数据的准确性，2009年数据统计范围仅为深圳星河中心职场（平安集团深圳总部）、深圳平安大厦，而2007-2008年的数据不完全覆盖自有9个管理物业，故具有较大差异。
可再生纸	1441.34	1260.68	538.12	再生纸使用范围比较少、成本较大，根据我们现有的状况，目前统计的再生纸数据指公司内部发行的新闻纸，包括《平安报》、《客户服务报》。

说明：

- 2007年-2008年用纸量数据采集范围覆盖自有9个管理物业，由于需求单位没有进行统一采购，数据为不完全统计。为使数据来源更加精确、科学，2009年数据采集范围进行了调整，仅在深圳星河中心职场（平安集团深圳总部）及深圳平安大厦两个大厦设置商务中心，进行纸张的统一采购；
- 可再生纸折算方式依据为1平方米再生纸约重48.8克；
- 1份平安报使用的再生纸重量 = 1份平安报的面积（0.7米 × 0.578米 = 0.4平方米） × 48.8克 = 19.52克/份 = 0.00001952吨；
1份客户报使用的再生纸重量 = 1张客户报的面积（0.58米 × 0.381米 = 0.22平方米） × 48.8克 × 4张 = 42.9克/份 = 0.0000429吨

各种能源消耗

能源类别	2009年	2008年	2007年
总量			
电（单位：度）	103086161	57069601	48712740
水（单位：吨）	574415	624198	548056
柴油（单位：公升）	135236	71915	469164
天然气（单位：立方）	1220000	1120728	275766
总人数	281505	198794	163779
人均			
电（单位：度）	366.196554	287.079092	297.429707
水（单位：吨）	2.04051438	3.13992374	3.34631424
柴油（单位：公升）	0.480403545	0.361756391	2.864616343
天然气（单位：立方）	4.333848422	5.637634939	1.683768981

说明：

为了增加数据披露的合理性，2009年本报告对披露的电、水、柴油、天然气使用数据范围进行修订，数据统计范围包括深圳平安大厦、上海张江后援中心、平安金融培训学院。

CO² 排放量

来源	2009年	2008年	2007年
能源消耗的CO ² 排放（单位：千克）	103132573.2	57087528.6	49800503.1
车辆行驶的CO ² 排放（单位：千克）	13624852.5	11306480.6	9944945.2
合计CO ² 排放（单位：万吨）	11.7	6.8	6.0

说明：

1. CO² 排放量计算说明：

根据国家公布的能源转化数据，二氧化碳转换公式为：

消耗1度电=排放0.997千克二氧化碳；

消耗1升柴油=排放2.63千克二氧化碳；

汽车行驶的二氧化碳排放量(千克)=油耗公升数×0.785；

2. 汽油消耗量根据汽车行驶100公里消耗汽油10公升进行折算，统计范围为全系统自有车辆。

3. 本报告披露的CO² 排放包括耗电量、柴油消耗、汽油消耗量三个部分数据统计折算。

4. 能源消耗的CO² 排放数据覆盖深圳平安大厦、上海张江后援中心、平安金融培训学院，车辆行驶的CO² 排放数据覆盖全系统。

办公设备报废

单位：台	PC报废数	各种打印机报废数
2009年	1744	2856
2008年	6258	3489
2007年	12341	5875

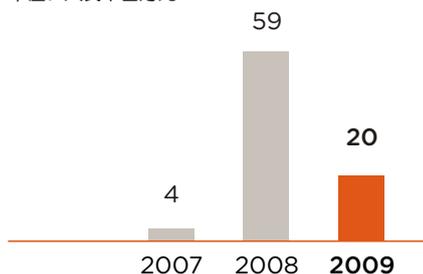
报废设备的处理方式：1. 捐赠到公益单位，2. 拍卖，3. 转让到需要的下级机构使用

指标附录

社会

公益捐赠金额

单位：人民币百万元

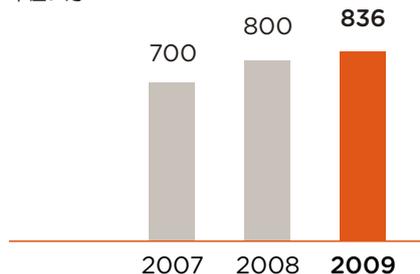


说明：

由于2008年雪灾、地震等自然灾害频繁，与历年同期相比公益捐赠数额相对较高。

参与无偿献血量

单位：万CC

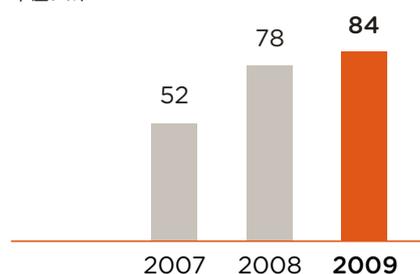


说明：

此数据是截至每年12月31日累计献血量。

援建希望小学数量

单位：所



说明：

此数据包括在建数量。

营业网点开设

系列	2009年	2008年	2007年
产险	1860	1755	1593
寿险	2070	1918	1614
银行	72	61	50
信托	8	6	5
证券	26	22	22
养老险	101	99	75
资产管理公司	0	0	0
健康险公司	3	3	3

说明：

1. 以上数据范围指具有营业资格的各分支机构，其中本表所指信托网点仅为“服务网点”。
2. 截至2009年，我们开设的营业网点累计4150个。
3. 监管规定，信托禁止异地开设机构，因此信托开设的是“服务网点”。

第三方审验声明

DNV 审验声明



介绍

挪威船级社(以下简称DNV)应中国平安保险(集团)股份有限公司(以下简称“中国平安”)的委托执行对《中国平安2009企业社会责任报告》(以下简称《报告》)进行独立审验工作。该审验基于AA1000审验标准2008(以下简称“AA1000AS2008”)的要求进行。中国平安负责《报告》中数据的收集、分析、汇总及信息披露。DNV在执行此项工作时,按照双方商定的条款执行全部审验工作。中国平安的各利益相关方是本声明的预期使用者。本次审验过程是建立在假设中国平安提供给我们的数据和信息是完整和可信的。

审验范围及局限性

此次审验的工作范围包括如下内容:

- 《报告》中披露的有关中国平安的社会、环境及经济数据,及其2009年1月1日至2009年12月31日的企业社会责任绩效;
- 现场审验的《报告》内容覆盖了中国平安总部及其属下各专业公司总部,包括:
 - 中国平安集团总部
 - 中国平安人寿保险股份有限公司
 - 中国平安财产保险股份有限公司
 - 平安银行(深圳总部)及平安银行信用卡中心
 - 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
- 由于条件限制本次审验没有访谈外部利益相关方;
- 本次审验进行了AA1000AS2008的原则遵循情况审验(类型2),审验深度为中度审验;
- 审验工作由DNV在2010年2月至3月期间完成;
- DNV没有发现影响审验活动的重要因素。

审验方法

DNV是提供可持续发展审验服务的全球性公司,在全世界100多个国家拥有合格的环境及社会方面的审验专家。我们的审验过程是严格按照《DNV可持续发展报告审验规章》进行策划及执行的。

我们按照以下原则对该《报告》进行评估:

- 遵循AA1000AS2008中所规定的包容性、实质性及回应性的原则;

1

当声明的中文和英文版本有冲突时,以英文为准。

第三方审验声明



DNV 审验声明

- 按照《DNV 可持续发展报告审验规章》的要求，附加了中立性及完整性的原则；作为审验工作的一部分，DNV 对除了《报告》中披露的内容进行原则符合性审验以外，同时也对其基础数据管理体系、信息收集过程及控制情况进行了评估，例如：
 - 检验和评审了中国平安提供给 DNV 的文件、数据和其它信息；
 - 访问了中国平安总部及其下属 6 个专业公司的总部；
 - 与约 110 名平安保险的代表进行了访谈，包括高级经理及相关员工；
 - 对《报告》中描述的公司社会责任政策的落实机制进行抽样评估；
 - 对《报告》中披露的定性及定量数据的产生、收集和管理过程进行抽样核实。

结论

DNV 认为，《报告》对中国平安企业社会责任方针执行情况的描述是基本准确和客观的，未发现任何不真实的系统性的或实质性的陈述。DNV 采用 AA1000AS2008 原则对《报告》进行评估：

包容性：良好。《报告》在识别、评估和融合各利益相关方关注的议题，以此作为企业发展战略与社会责任战略体系的设定依据方面，已基于目前的条件进行了尝试。

实质性：良好。中国平安建立有效的内部过程，用以管理对中国平安及其利益相关方都重要的企业社会责任问题，并制定措施不断改进。

回应性：良好。2009 年，对外中国平安已经就相关方期望在改善透明度方面作出了回应，特别是在产险的理赔时间周期问题及关注气候变化的议题。

可靠性：良好。根据审验类型 2 及中度审验要求，我们认为报告中披露的特定数据和信息的搜集系统是可靠的。在审验期间中国平安向 DNV 论证了其数据库支持系统，数据测量技术及计算依据也充分地向 DNV 进行了展示，审验过程中没有发现系统性的错误。

附加原则：

完整性：良好。在中国平安定义的报告范围及报告边界中，我们认为该报告没有遗漏足以影响利益相关方决定的信息或报告期内企业社会责任的重大问题。

中立性：优秀。我们认为，《报告》的整体基调基本保持中立和信息披露平衡。对报告中披露各种不同议题的重点与其实质性基本上是成正比的。

根据审验类型 1 及中度审验要求，我们的结论是报告中披露的特定数据和信息的搜集系统是可靠的。在审验期间中国平安向 DNV 论证了其数据库支持系统、数据测量技术及计算依据，审验过程中没有发现系统性的错误。

改进机会

2

当声明的中文和英文版本有冲突时，以英文为准。

DNV 审验声明



下列建议和改进机会摘自 DNV 向中国平安管理层提交的审验报告中。但是，这并不影响我们对该报告的结论，以下建议事项是与中国平安现有的管理目标一致的。

- 更完整地按照 GRI G3 指南及金融行业补充指标披露相关数据及情况；
- 继续完善报告内容与相关方关注点的关联性；
- 本报告内容涉银行、保险、投资业务，进一步完善和探索平衡不同系列的信息披露。

DNV 的独立性声明：

除了本审验声明以外，DNV 没有参与准备该报告中的任何内容及数据。DNV 在审验过程中，通过多种公开途径了解对中国平安的相关正面及负面评论信息等，以保持审验的完全中立。DNV 明确表示对任何个人或实体根据此报告审验声明作出任何决策不负有责任或义务。

挪威船级社 (DNV)

<p>签名:</p>  <p>审验组长: 蔡坤泉</p>	<p>签名:</p>  <p>批准: 王学柱 (中国区企业社会责任服务经理)</p>
---	---

中国北京，2010 年 3 月



联系我们



中国平安2009企业社会责任报告

如需了解更多讯息，可以致电：(86) 755-2262 4314 (86)755-2262 2476
Email: csr@pingan.com.cn, 访问: www.pingan.com/csr
欢迎您访问平安官网，了解平安: www.pingan.com



本报告由再生纸印刷