

# 平安集团责任 产品管理政策声明

2022年1月

## ■ 责任产品承诺

平安作为一家综合金融生活服务集团，提供了包含保险、银行、投资以及科技等多种产品和服务。在各产品和服务的生命周期中，平安保证合规、公平、普惠、环保的基本理念。平安承诺，所有的产品和服务均以环保、普惠、公平为原则，以合规合法为底线，即坚决不会涉及高排放高污染、破坏生态、侵犯动物权益的领域，不参与垄断、不正当竞争、传销、恐怖主义等活动，并避免出现违法违规违背道德的事件。

## ■ 责任产品原则

平安规定，在各成员公司的所有产品和服务的整个生命周期中，不得涉及以下内容：

- 违反中华人民共和国宪法和法律、违反改革开放和四项基本原则；
- 损害国家荣誉和利益，危害国家安全，泄露国家秘密，颠覆国家政权，或破坏国家统一的；
- 煽动民族仇恨、民族歧视，破坏民族团结的；破坏国家宗教政策，宣扬邪教和封建迷信的；
- 散布淫秽、色情、赌博、暴力、凶杀、恐怖或者教唆犯罪的；含有法律、行政法规禁止的其他内容的；
- 利用互联网侮辱或者诽谤他人，发布人身攻击、谩骂、诋毁的言论，侵害他人合法权益的；
- 泄露企业商业机密，如未公开披露的经营数据、市场营销计划、新产品信息、薪酬福利制度；
- 散布谣言，扰乱社会秩序，破坏社会稳定的；
- 未经公开报道、未经证实的政治、军事、经济、社会消息（如亲身经历请注明）；
- 涉嫌洗钱、恐怖融资、制裁的；
- 批评、诋毁监管、同业及其他可能引起纷争的；
- 有损品牌声誉的。

## ■ 责任产品管理

### 管理架构

平安已经形成并在逐步完善约束到所有产品和服务的政策和体系。在管治层面，集团董事会以及董事会下设的审计与风险管理委员会是产品和服务责任的最高领导机构，并授权集团关联交易控制与消费者权益保护委员会、个人金融委员会作为产品和服务责任的直接管理机构，集团投资者关系及 ESG 委员会协助统筹 ESG 维度的责任产品相关事务。

在执行层面，集团内控中心统筹，集团 ESG 办公室负责组织、协调、督促并指导集团相关职能部门以及专业公司落实责任产品工作职责，从产品服务全生命周期予以规范管理，规避 ESG 相关风险。

## 产品服务全生命周期风险管理

作为集团全面风险管理的核心内容，产品生命周期中相关的风险得到了事前、事中、事后有效管控，管控流程覆盖产品开发、营销活动、销售活动、合同履行、客户体验、供应商管理、售后服务等模块，形成有效的管理闭环。

### ■ 产品开发

各专业公司严格规范产品开发流程、条件，明确各部门（岗位）的职责和权限，确保产品开发过程规范、严谨，并设立相关委员会，作为产品开发最高决策组织，以及专业子公司风险管理委员会作为最终决议机构。在开发过程中，各专业公司必须遵守和保障消费者的财产安全权、知情权、自主选择权、公平交易权、依法求偿权、受教育权、受尊重权、信息安全权等基本权利，应在充分了解和遵守有关法规制度基础上，对产品政策、制度、业务规则、收费定价、协议条款、宣传文本等进行评估审查，对相关风险进行识别和提示，从源头上避免产品和服务风险发生。

### ■ 销售和宣传

应本着真实、合规、合法的原则进行信息发布，主动、充分履行信息披露义务，向消费者真实说明产品服务的性质、主要风险、收费标准、合同主要条款等内容，不得发布不真实、违法违规或容易让消费者误解的内容，尤其必须避免夸张或隐瞒应披露的内容而误导消费者。同时，对外品牌宣传类材料内容需进行法律或合规等方面审查，进行负责任的真实宣传。销售人员（其中包括保险代理人以及银行外包人员）应确保具有合法资质，销售人员均需接受定期培训，确保以负责任的方式实施各项营销活动，为消费者提供清晰、准确、及时的产品和服务相关信息。针对保险代理人管理办法参考《平安集团代理人福利与管理声明》，平安银行外包人员参考银行的三方合作制度体系。

积极发起面向消费者的金融知识宣传教育活动，针对消费者权利义务、金融机构义务、消费者维权等方面开展公益化、常态化的金融知识宣传教育。

### ■ 售后服务

建立有效的售后服务机制，基于银保监会《银行业保险业消费投诉管理办法》、平安《客户服务体系管理制度》等制度文件，规范产品理赔、兑付等履约行为。各专业公司均在组织架构上建立针对具体业务有针对性的消费售后服务管理体系，设立或指定高级管理人员、工作部门及工作人员落实客户售后服务处理工作的管理，向消费者及其他相关方提供网站/手机应用客服、电子邮件、热线电话、联系地址等丰富的客户沟通及反馈渠道，并确保各沟通渠道的正常运转。各专业公司需在产品合同、产品介绍材料等材料中明确告知客户沟通渠道。客户可以通过相关渠道获取产品

和服务相关信息，或提出对于产品和服务的相关诉求以获取协助，根据《中华人民共和国保险法》的规定，平安集团旗下成员公司覆盖的所有保险产品均在《中华人民共和国保险法》的规定的时效内对受益人履行赔偿或者给付保险金义务。平安银行对高端、老年、敏感等客群会有差异化的服务，保证客户能够被最适合的团队处理相关业务，同时通过最大化的前置授权一线处理，对一线无法直接在线处理的业务，通过智能工单和咨诉平台来对接各业务块来处理，同时通过平台管控服务时效，通过智能质检、人工质检、客户服务评价来闭环监督客户服务问题的实质性端到端解决，提高处理问题的效率，使平安银行的服务水平处于行业领先水平。

#### ■ 突发情况处理

基于《群诉风险事件管理办法》，以“统一领导，综合协调；统筹管理，分级负责；条块结合，属地为主；居安思危，预防为主；快速反应，果断处置”为原则，成立群诉预防与应急处理领导小组作为集团群诉风险事件预防与应急处理的常设机构，每半年开展一次群诉风险检视排查与上报工作，并在必要时根据集团《重大突发事件应急处理规定》进行处理。

## 消费者权益保护

平安集团以及各成员公司高度重视合法合规的保障消费者权益，基于监管的要求充分保障消费者合法权益。

在集团关联交易控制与消费者权益保护委员会的指导下，各成员公司均在国家法规政策基础上，明确各级消保架构，指定高级管理人员、工作部门及工作人员，落实消费者权益保护工作的管理。各专业公司通过在消费者权益保护总章的基础上，从制度、执行等的层面确保对消费者八大权益的保护。

例如，针对平安银行的信用卡业务，平安银行已经建立对营销人员进行合规性培训、业务抽检监控以及督导问责为导向的管理闭环。信用卡中心的消费者保护中心对从事营销业务的人员进行营销业务话术培训，加强业务管理部门自查及消保审查，全面梳理防范违规话术。同时，通过 AI 质检和人工抽检相结合，并将营销类业务场景梳理加入消保质检中台，提升品质监控质效，夯实业务和消保的双重防线。最后，加大督导和问责，对检查发现的问题，根据管理制度要求进行内部督导、通报、问责，并纳入消保考核，强化主体责任。

## 信息披露

平安通过年报及可持续发展报告等方式定期对外披露责任产品管理情况、举措以及产品满意度等信息。