



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

今年，我们首次以《GRI可持续发展报告指南》及《GRI金融服务行业补充》为撰写基础，编制我们的企业社会责任报告。该报告数据范围涵盖集团所有业务系列，包括二级、三级机构及部分三级以下机构。但不排除，部分数据由于数据统计途径和口径的原因，有不完善的地方。我们已经计划在日后逐步完善数据指标统计系统，以为将来提供更加全面的信息提供基础。本次报告合作伙伴的绩效数据暂不披露。

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：

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

- 33 我们的主张是什么？
- 34 我们做了什么？
- 36 我们做得怎样？

股东

- 9 我们的价值观
——对股东负责：稳定回报 资产增值
- 10 我们坚信什么？
- 10 我们为什么要这么做？
- 11 股东所关心的是什么？
- 11 我们的主张是什么？
- 12 我们做了什么？
- 15 我们做得怎样？

环境和社会

- 41 我们的价值观
——对社会负责：回馈社会 建设国家
- 42 我们坚信什么？
- 42 我们为什么这么做？
- 43 他们所关心的是什么？
- 43 我们的主张是什么？
- 44 我们做了什么？
- 45 我们做得怎样？

客户

- 19 我们的价值观
——对客户负责：服务至上 诚信保障
- 20 我们坚信什么？
- 20 我们为什么要这么做？
- 21 客户所关心的问题是什么？
- 21 我们的主张是什么？
- 22 我们做了什么？
- 26 我们做得怎样？

合作伙伴

- 49 我们的价值观
——合作伙伴：互惠互利 实现共赢
- 50 我们坚信什么？
- 50 我们为什么要这么做？
- 51 合作伙伴所关心的是什么？
- 51 我们的主张是什么？
- 52 我们做了什么？
- 54 我们做得怎样？

员工

- 31 我们的价值观
——对员工负责：生涯规划 安居乐业
- 32 我们坚信什么？
- 32 我们为什么要这么做？
- 33 员工关心的问题是什么？

- 56 社会认可
- 58 GRI指标对照表
- 60 指标附录
- 64 第三方审验声明
- 66 联系我们

董事长致辞

我们将会更有能力，更好地承担对利益相关方的责任，为社会创造长期、持续、稳定的回报，为国家金融秩序的稳定、经济的发展和繁荣做出贡献。

2008年，对中国乃至世界都是极其不平凡的一年。

复杂多变的国际经济环境，突如其来的重大自然灾害，给我国经济、社会发展带来了巨大压力与考验。全国各族人民同心同德、顽强拼搏，成功抗击南方部分地区严重低温雨雪冰冻灾害和四川汶川特大地震灾害，成功举办北京奥运会、残奥会，成功完成神舟七号载人航天飞行任务，社会经济保持了平稳发展，展现出中华民族强大的凝聚力、战斗力，以及中国社会经济发展的牢固基础和内在活力，为维护世界和平、促进共同发展做出了贡献。

2008年，对于中国平安来说也是不同寻常的一年。改革开放30周年，作为诞生于改革开放宏伟时代和改革开放前沿蛇口的企业，平安也走过了二十载春秋寒暑。二十年来，我们始终坚持“在竞争中求生存、在创新中求发展”的精神，紧握历史机遇，积极开拓进取，从蛇口一家单一财产险公司，发展成为综合金融集团，跻身财富世界500强。可以说没有改革开放就没有今天的平安。面对2008年的困难与挑战，在全球金融风暴给平安带来诸多严峻挑战时，我们积极部署、沉着应对，确保经营稳定，各项业务获得稳健发展；在国家遭受严重自然灾害时，我们第一时间、全身心投入到救灾赈灾的第一线。

5.12地震灾害发生后，平安开展了多项支持灾区重建的计划。包括：在全系统组织开展“祝福中国，平安2008”大型红十字无偿献血活动；加大力度推动“中国少年儿童平安行动”，重点关注大灾之下的少年儿童安全教育，提高广大少年儿童的危险防范意识和自救自救能力；正式对外发布了平安（希望）小学建筑标准，对小学的选址、房屋结构类型以及参建单位等方面做出了详细规定，是灾后发布该类标准的首家企业；与中国教育发展基金会合作，进行灾区小学援建的规划，并在灾区教师中开展奖教金计划；为灾区四川绵竹天河、玉泉镇两所小学近三千名小学生带去各类少儿读物5000余册，组织志愿者

开展支教活动；平安旗下产险、寿险、养老险三大客户服务节分别针对抗震救灾、少年儿童安全、灾区客户身心健康等社会焦点，推出了寻找老客户、安全自护自救专家巡讲、“让每颗心灵都拥有平安”企业客户和员工特别关爱行动等颇具特色的客户服务活动。抗震救灾期间，平安企业和员工累计捐款超过7500万元，捐物200万，赠送各类保险保额达73.5亿元。

在应对各种挑战的过程中，我们也收获了一份宝贵的财富，那就是对企业社会责任的理念有了全新的认知。

企业社会责任对企业发展的实质影响究竟是什么，是平安的管理层一直在思考、探索、实践的问题。我们早在1997年就提出了我们的四大使命，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。我们从2004年开始撰写自己的企业公民报告，建立了我们的企业公民模型。多年来的实践，让我们获益颇多，也获得了不少外界的赞誉。平安已连续七年获得“中国最受尊敬企业”称号，连续四年蝉联“中国最佳企业公民”，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”。但站在这样一个时点，审视我们的企业社会责任建设，我们要从战略的高度认识企业社会责任，更加系统地规划和管理企业社会责任，更加完善与利益相关方的沟通机制。经过2008年诸多风浪的洗礼，我们更加清醒地认识到，随着全球经济一体化、环境压力的日益明显，企业核心竞争力正在逐渐超越原有的以资本、技术和设备为基础的硬实力，转向了软实力，企业成本构成、人力资源、客户满意度、管理创新、风险管控、企业声誉和供应链控制力等等，这些要素都可以归类为用经济、社会 and 环境的变量去衡量和反映的企业的业绩。企业社会责任，归根到底，就是提供给公司有效的管理风险、保持

持稳健，发现机遇、不断创新的思路和方法，实现企业的可持续发展。

从2008年下半年开始，我们开始全面研究、规划，希望从理念、组织和实践三个方面来推进企业社会责任在公司管理上的贡献。我们认识到企业社会责任策略与公司战略统一的重要性，认识到企业社会责任管理中ESG（环境、社会和治理）风险管理的重要性，认识到了了解利益相关方的需求的重要性……，于是，我们首先在公司核心高层中进行了企业社会责

任理念的宣导，随后，着手制定了我们的企业社会责任建设5年规划，希望通过一个阶段的建设，使企业社会责任成为公司变革的新动力，为公司的稳健发展提供保障。

2009年，对平安来讲，充满机遇和挑战。我们会坚定不移地推进建设国际领先综合金融集团的战略，在公司价值、利润增长、业务结构、客户规模、资产总量上实现新的突破，逐步实现保险、银行、投资三大业务体系均衡发展，打造“一个客户、一个账户、多个产品、一站式服务”的综合金融服务平台，同时，我们将投入更多精力建设企业社会责任管理体系，让企业社会责任由表及里、从虚到实，全员、全面、全过程地融入到平安战略规划和日常经营，为公司战略目标的实现和长期健康发展奠定坚实基础。我们知道企业社会责任建设是一个漫长的过程，不可能一蹴而就，但是，我们相信，在理念的指引、切实的规划的支持下，我们将会更有能力，更好地承担对利益相关方的责任，为社会创造长期、持续、稳定的回报，为国家金融秩序的稳定、经济的发展和繁荣做出贡献。



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



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



公司控股设立中国平安人寿保险股份有限公司（“平安人寿”）、中国平安财产保险股份有限公司（“平安产险”）、平安养老保险股份有限公司、平安资产管理有限责任公司、平安健康保险股份有限公司，并控股中国平安保险海外（控股）有限公司、平安信托投资有限责任公司（“平安信托”）、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。

公司通过旗下各专业子公司共为约4000余万名个人客户及约200万名公司客户提供了保险保障、投资理财等各项金融服务。公司拥有约35.6万名寿险销售人员及约8.3万名正式雇员，各级各类分支机构及营销服务部门3,000多个。



截至2008年12月31日，按中国会计准则，集团总资产为人民币7076.40亿元，归属于母公司股东权益为人民币787.57亿元。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。

集团总资产

7076.40

人民币亿元

归属于母公司股东权益

787.57

人民币亿元

2008年7月，《财富》“世界500强”排行榜公布，中国平安以2007年180亿美元的营业收入，首次进入全球500强，位列第462位，并成为入选该榜单的中国非国有企业第一名。

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。

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。公司贯彻“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。

战略与管理

从立司之初，我们就认识到历史使命感和社会责任感是企业基业长青的文化根基，形成了以中国传统儒家文化为根基的企业价值观，把“诚信”作为企业的核心价值理念，把对股东、客户、员工和社会的负责及为他们创造最大化的价值作为企业的崇高使命，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”。



中国平安企业公民行为模型

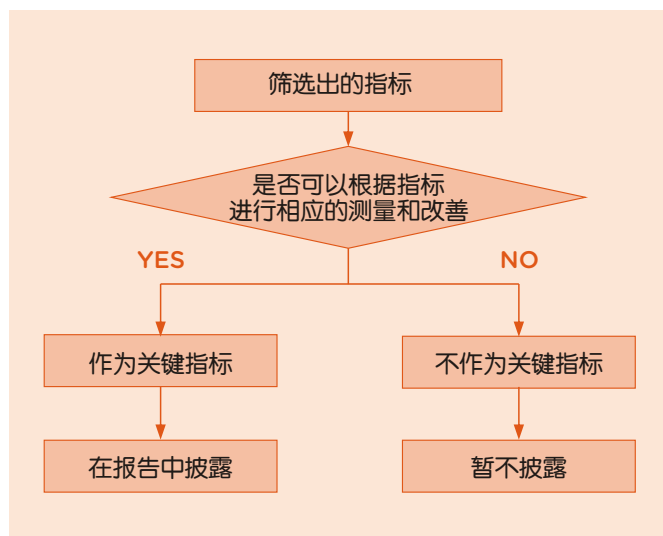
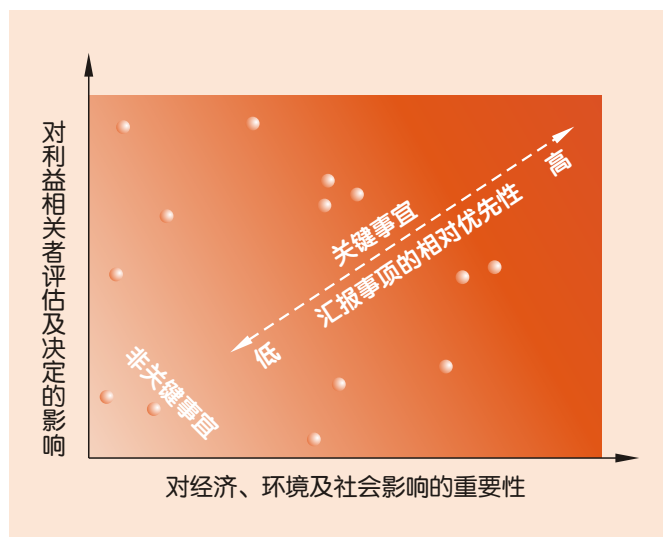
我们立志成为国际领先的综合金融服务集团，担当企业公民职责，实现百年老店梦想。我们的长远目标是将平安建成集保险、银行和资产管理为一体的世界领先的综合金融服务集团，三大支柱业务均衡发展，为同一个客户提供多种产品、多种服务；持续地获得稳定的利润增长，向股东提供长期、稳定、可信赖的回报。

为实现这个目标，我们认识到，受企业行为影响或可影响企业行为的个人、群体和组织等利益相关者，包括股东、员工、客户、合作伙伴、政府、社区等，他们的意见都是我们决策时需要考虑的因素。在全社会提倡可持续发展的大环境下，利益相关者群体所关心的不仅仅是企业经济价值，更关心企业可持续的竞争优势。在这样的要求下，我们就需要用经济、社会 and 环境的变量去衡量和反映公司的业绩，尽可能减少其活动可能带来的不利影响，同时创造经济、社会和环境价值，为企业创造可持续发展的持久动力。

企业社会责任的理念，已经成为我们企业文化的核心理念之一，但还需细致落实。我们已经进行了企业社会责任的5年规划，计划使企业社会责任管理工作成为公司治理职能的一部分，建立专职部门开展企业社会责任的相关重要工作，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。

我们希望通过我们的努力，能够在3年到5年的时间里，建立起应用社会责任绩效指标及整合管理体系来推动公司全面管理改进及绩效提升；设立根据国际金融组织要求的金融服务产品绩效指标；成为国内社会责任金融服务领域的标杆企业，并开始和国际标杆同业进行社会责任金融服务产品的对比。

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2008年股东周年大会

我们坚信什么？

多年以来，我们始终认为要承载起稳定回报、资产增值的股东责任，必须倚赖于高水平的公司治理。

致力于严格公司治理，提高透明度始终作为我们对股东负责的首任。我们始终从股东的长远利益出发，为股东和广大投资者提供合理的回报。

我们的公司治理主要由三个部分组成：

- 治理结构
- 风险管理和内控机制
- 反洗钱

我们为什么要这么做？

“清晰健全的公司治理架构和负责任的公司治理不仅能够提升股东的信任度，而且可以有效地防范金融风险，进一步提升我们管理的高效及可靠性，从而为我们可持续价值的提升奠定坚实的基础。”



张子欣
集团总经理

股东

股东所关心的是什么？

了解我们是否具有长期价值和可持续性

股东和广大投资者最为关心的是我们是否具有长期价值和可持续性，这个问题依赖于清晰健全的公司治理架构和负责任的公司治理。最大限度地规避风险，善用每一分资本，才能为投资者赢得资产增值、稳定回报。

关于富通投资问题

我们当初投资富通的主要考虑是：富通是欧洲领先的金融集团，有着良好的公司治理、既往业绩及适合公司需求的分红政策，该项投资能为公司带来稳定和长期的回报，与公司寿险的长期负债是很好的匹配。同时，该项投资也可以进一步优化平安资产的全球化合理配置。另外，除了获得财务投资的价值外，公司还可以引进、学习其综合金融、资产管理及交叉销售等方面的领先经验和技能，增强在本土的整体竞争力。

在我们投资富通短短的一年时间，不幸遭遇百年一遇的全球性金融风暴冲击，导致全球资本市场及富通股价出现深幅调整，富通价值遭受了巨大损失，并对本公司年度利润产生了重大影响。

这次事件带给我们深刻的经验和教训，我们将进一步检视海外投资的策略、程序和风险管控措施，改进运作机制。引入PRI(负责任的投资)原则，把环境、社会和公司治理因素引入到投资分析和决策过程，继续致力于公司长远稳健的发展，为股东创造长期稳定的回报，为客户提供更高品质的金融服务。

我们的主张是什么？

清晰健全的公司治理是承载公司稳定回报、资产增值的基础

我们一直严格遵守《中华人民共和国公司法》等相关法律法规，认真落实监管部门关于公司治理的有关规定，结合公司实际情况，不断完善公司治理结构、提高公司治理水平。

可靠的风险管理和内控机制可以为公司持续的价值增长提供有力保障

我们按照依法合规、安全稳健、审慎经营、有效控制的原则不断进行合规制度和文化建设，为公司稳健发展提供有力保障。

反洗钱是有效防止洗钱风险发生的有力手段

金融公司容易被不法分子利用作为洗钱的途径，积极践行反洗钱义务，不仅能有效防范不法分子的洗钱行为，还能促进经济金融秩序的稳定。

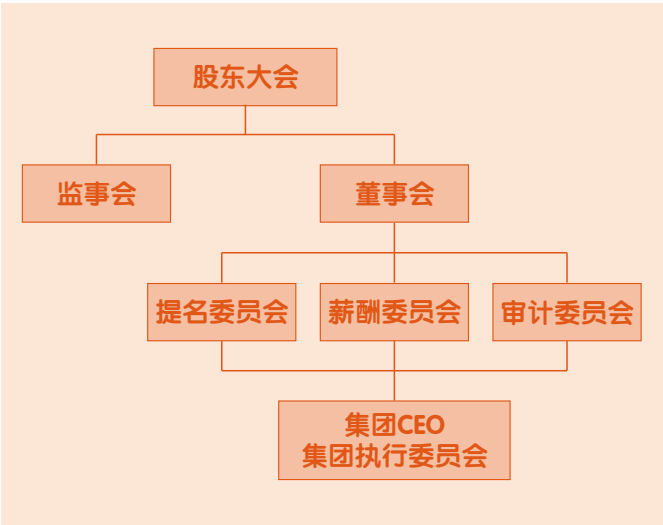
我们做了什么？

优化、完善治理结构

我们建立了股东大会、董事会、监事会“三会”制度和独立董事事制度。公司现有19名董事会成员中，目前有7名独立董事，占比为36.8%。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。

审计委员会主要负责提议聘请或更换外部审计机构、监督公司的内部审计制度及其实施、审核公司的财务信息及其披露、审核公司重大关联交易；薪酬委员会主要负责研究董事与高级管理人员考核的标准，进行考核并提出建议、研究和审查董事、高级管理人员的薪酬政策与方案。（注：我们全体董事及高级管理人员的薪酬待遇必须经薪酬委员会会议审议，并分别进行薪酬市场比较报告方可通过。具体可参阅《中国平安保险（集团）股份有限公司2008年年度报告》薪酬委员会部分）；提名委员会主要负责根据公司经营活动情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议、广泛搜寻合格的董事和高级管理人员的人选、对董事候选人和高级管理人员人选进行初步审查并提出建议。

公司治理结构图



为避免在这里重复，请见《中国平安保险（集团）股份有限公司2008年年度报告》中的公司治理结构部分。



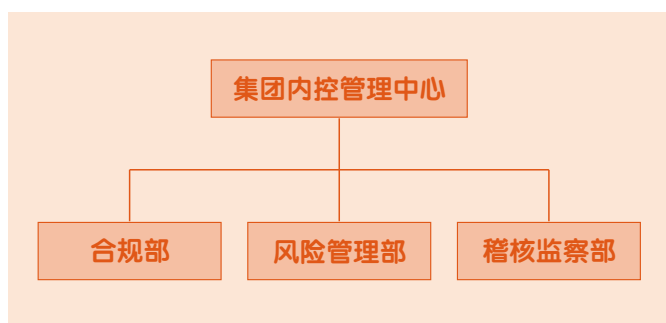
从左至右依次为：集团副总经理 王利平 集团总经理助理兼总精算师 姚波 集团副董事长兼副首席执行官 孙建一
集团常务副总经理兼首席保险业务执行官 梁家驹 集团董事长兼首席执行官 马明哲
集团首席金融业务执行官兼平安银行行长 理查德·杰克逊 集团总经理 张子欣

股东

完善风险管理和内控机制

2008年5月，我们通过在原集团企划部风险管理室基础上，平移成立集团内控管理中心风险管理部，完善了集团风险管理的职能，建立起“事前/事中/事后”三位一体的风险管理体系。

集团内控管理中心组织架构图

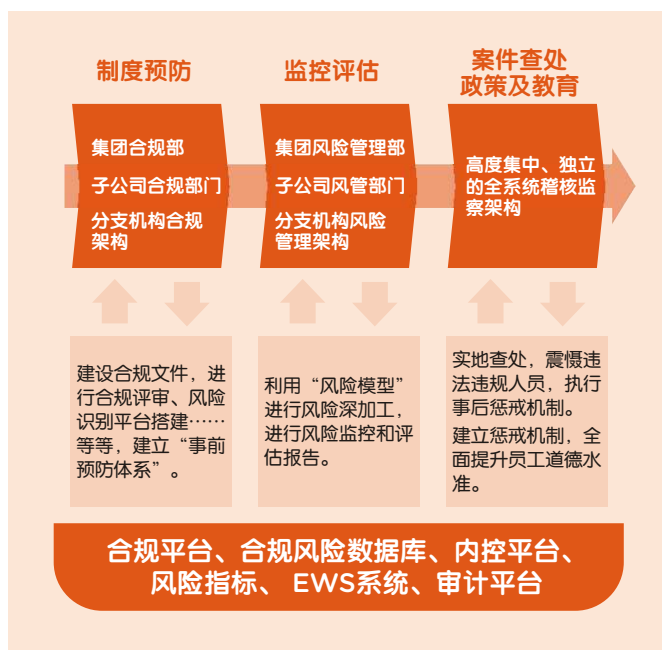


事前管理：集团**合规部**通过制度建设、合规检视、内控合规自我评估、平台建设等职能发挥，夯实事前风险防范的基础，完善制度流程，实现对风险的事前管理。

事中监控：集团**风险管理部**通过制订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，实现对风险的事中管控。

事后监督：集团**稽核监察部**实行垂直化集中管理，保持高度独立性。通过对稽核系统资源进行高度整合和集中调配，稽核内部与管理层之间实时高效互动，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。

我们采用风险导向审计方法，在分析评估风险分布状况的基础上进行风险排序，明确审计重点，对重点区域、重点业务的控制活动进行有效评价。我们搭建了远程稽核所需的稽核数据库平台、各系列的日常审计工作平台以及以TeamMate为核心工作平台的稽核项目管理体系等完善的稽核平台，为事后稽核监督的有效开展提供了合理保证。



通过上图这种“事前/事中/事后”三位一体的风险管理体系，更加有效协助集团管理层对全系统经营进行管理，同时监督子公司、机构高管的行为操守符合监管要求，为集团和专业公司满足监管要求提供合理保证。

为了更加有效地完善合规制度，全面降低风险，2008年，我们发布了《中国平安保险（集团）股份有限公司合规管理办法》和《新业务合规评审制度》。



《中国平安保险（集团）股份有限公司合规管理办法》旨在自我检视、持续改进、自我完善，监督、指导、推动公司业务增长和管理活动按照依法合规、安全稳健、审慎经营、有效控制的原则进行，不断倡导培育良好的合规文化。《新业务合规评审制度》的颁布，有利于进一步规范新业务合规评审流程，保障新业务严格遵守国家法律法规、监管部门规定和审慎经营的原则，有效降低新业务合规风险，不断提高内部控制水平，满足集团全面合规和风险管理要求，合理保证公司发展战略和经营目标的实现。

2008年5月14日，我们设立了标准化委员会，旨在促进业务持续、稳健、快速发展，整体提升标准化水平，充分发挥标准对业务发展的技术支撑和基础保障作用。标准化委员会设立后，着手建立健全了较完善的标准贯彻实施的管理和运行机制，有效保证标准的贯彻落实，重点实施一批业务发展急需、实用性强、可操作性强的保险标准，提升保险技术、产品、业务、管理和服务水平。

标准化委员会成立以后，制定了《平安保险贯彻实施行业标准的管理规定》、《平安标准化委员会工作章程》、《引进软件的标准化审查管理办法》和《保险业务代码集管理办法》等一系列规章制度，明确了我们标准化工作的目标、组织机构和运作规程、保险行业标准贯彻实施的原则和要求，细化步骤，优化了现有的业务需求管理、采购管理、测试管理等流程，确保我们的标准实施工作有章可循和高效运作。

反洗钱

我们通过事前防控、事中监控、事后稽核的统筹管理模式，已搭建了以集团统筹、各子公司为直接主体的有效反洗钱监控体系。我们通过制定了《反洗钱监控制度》、《客户身份识别管理办法》、《大额及可疑交易筛查、报告管理办法》、《客户风险等级划分管理办法》等系列规章制度及其实施细则，明确了反洗钱宣传培训、客户身份识别、大额及可疑交易上报、客户风险分类、反恐怖融资监控等具体做法，有力促进了反洗钱工作的规范运作，为我们开展反洗钱工作提供了合法、可靠依据。

我们高标准搭建了反洗钱AWBS系统，除承担依照法规《金融机构大额交易与可疑交易报告管理办法》对保险类、证券期货类、银行类各公司的不同要求之外，全部子公司在法规生效时已能马上按法规要求向中国人民银行反洗钱监测分析中心上报大额交易与可疑交易数据。同时，在过程管控中再加一道防线，通过设置不同业务部门的“反洗钱岗位”，严格执行“人工”对“可疑交易”的筛查，确保上报数据的完整性。

在银行、保险、证券、信托、资产管理、期货各类金融业务中凡与客户接触的各环节，针对客户的地域、资信、恐怖融资风险特征的类型不同，认真识别客户身份，收集客户（个人、单位）信息，了解客户及其交易目的和性质；并按照安全、准确、完整、保密的原则，收集并妥善保存客户身份资料 and 交易记录，确保能足以重现每项交易。

自2007年以来，稽核部门每年开展针对“反洗钱监控有效性”的多次专项稽核；在各级合规部门，每年对下属的分支机构评估后，针对性抽查部分机构，督促其不断改善；各子公司在不同层面组织“自查自纠”，促进各子公司及时发现问题并加以整改。对检查中发现的“不执行”重大失误，坚决给予“亮牌”处罚，绝不手软。

股东



中国平安入围《财富》世界500强

我们做得怎样？

2008年成果

为推进集团综合金融战略，实现组织架构和运作模式的优化完善，进一步推动后援集中项目，确立“一个客户，一个账户，多个产品，一站式服务”体系，2008年我们按照最高公司治理准则的要求，对事业部实行公司化、市场化运作。按此原则，我们新成立了平安科技（深圳）有限公司、平安数据科技（深圳）有限公司、深圳平安渠道发展咨询服务有限公司、深圳平安财富通咨询有限公司等多家子公司。各子公司根据公司业务规模、经营管理的需要，本着合理、精简、高效的原则设立分支机构，并依据相互监督、相互制约、协调运作的原则设置部门及岗位。

我们深知，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。历年来，公司的盈利能力获得了股东的认可，但2008年由于受全球金融危机及投资富通的影响，一定程度上拖累了公司的整理业绩。除此之外，我们在各项主营业务上，基本保持了稳健发展。寿险保费收入保持稳定增长，个险销售代理人队伍稳步增长，周单元经营试点在提高队伍产能方面初见成效；产险成本控制得到提高，市场占有率稳步提升。

2008年我们加大了对稽核项目发现问题的后续整改跟踪力度，由监察室对稽核处罚的执行情况进行100%跟踪，由集团稽核监察分部在对保险类机构进行常规检查时对上一年度发现问题进行逐项跟踪，由稽核监察地区对2007、2008年度开展的所有机构项目逐月追踪整改进度，对未按时整改的情况及时予以分析追踪。截至2008年12月31日，2007年稽核发现问题已整改5278个，累计整改率为99%；2008年稽核发现问题已整改6221个，累计整改率为70%。

在本报告的披露时间段内，中国人民银行对我们的控股子公司进行了反洗钱管理工作检查，抽查超过120家分支机构，没有发现一例洗钱犯罪案件。

2009年目标

2009年，公司将研究通过董事会完善企业社会责任管理体系，由董事会负责公司的企业社会责任政策的制定和规划，建立企业社会责任职能部门，着力建设企业的ESG（环境、社会及治理）风险评估能力。

本着更加审慎、对股东负责的态度，我们也将对富通的每一项议案提出自己的建议并慎重行使投票权，要求富通遵循公司治理的基本原则，与所有股东一起共同探索可行的方案，使其继续保持持续经营的能力，以确保股东价值的最大化。

2009年，我们将继续本着为股东提供长期持续价值回报的宗旨，集中精力发展国内市场，拓展综合金融服务，把握中国未来金融业发展的机会，将中国业务做强做大。

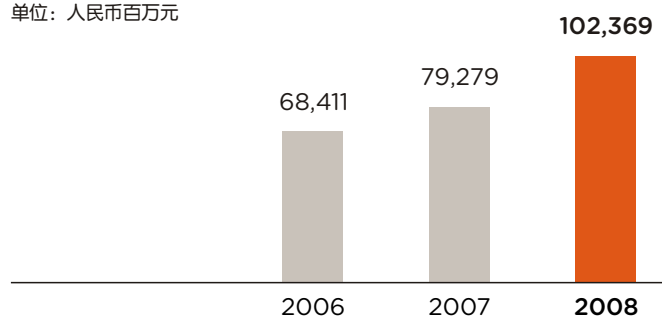
2009年，我们将继续完善内控管理架构，构建统一内控管理系统平台框架；遵循《企业内部控制基本规范》要求，建立健全内控自评体系；打造专业高效内控管理团队；不断创新内控管理手段；加强合规文化建设，增强各级员工“守法+1”意识；全面开展集团风险管理工作。在风险管控上加强保险、市场、信用等单一风险指标超标情况的督办，监控集团偿付能力保持率、担保上限、流动性等可整合的风险，并完成风险管理监控平台相关咨询项目。

关键指标

2006 – 2008保险业务收入

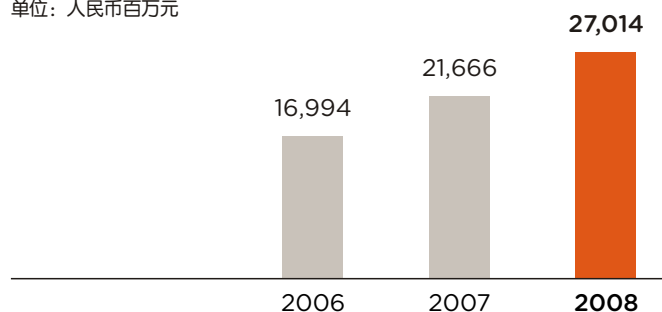
人寿保险

单位：人民币百万元



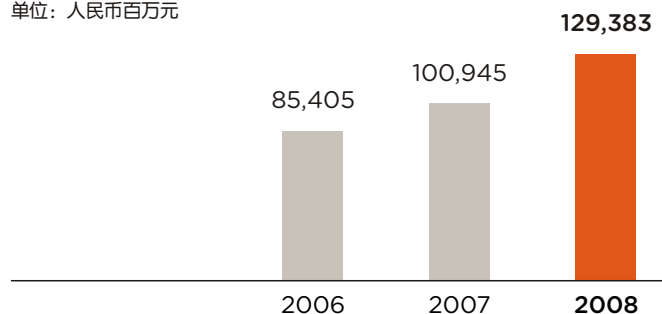
财产保险

单位：人民币百万元



合计

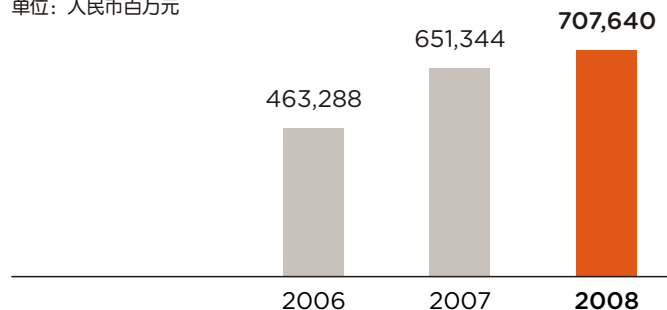
单位：人民币百万元



2006 – 2008中国平安经济绩效

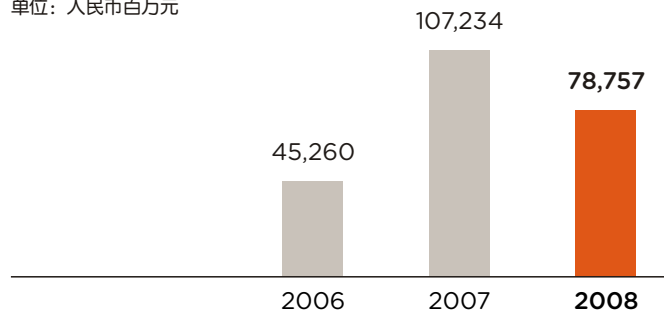
集团总资产

单位：人民币百万元



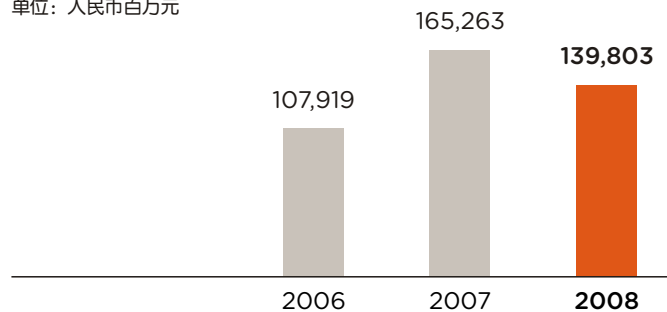
归属于母公司股东权益

单位：人民币百万元



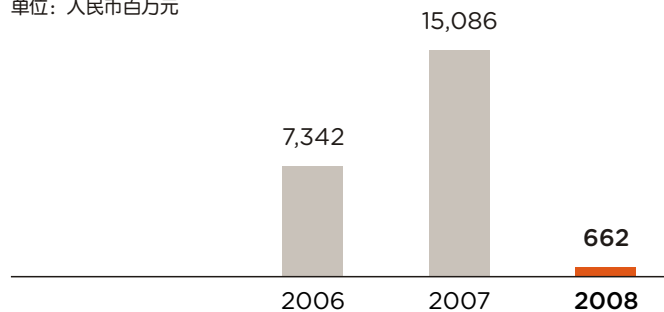
总收入

单位：人民币百万元



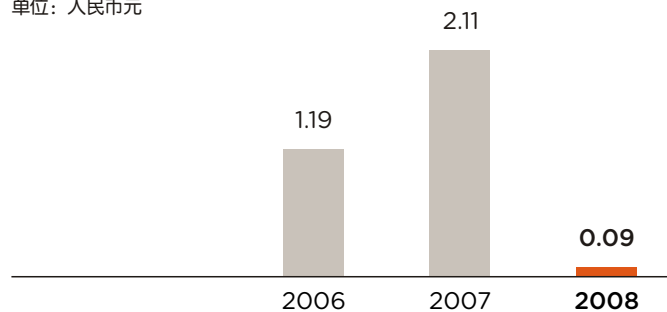
归属于母公司股东的净利润

单位：人民币百万元



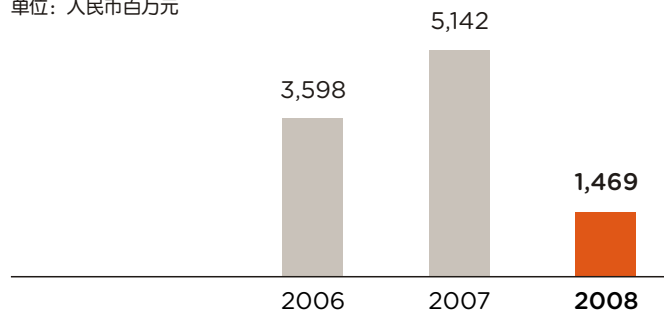
基本每股收益

单位：人民币元



股息

单位：人民币百万元







客户



我们的价值观

对客户负责：服务至上 诚信保障

客户



上海平安人寿第十三届客户服务节开幕式

我们坚信什么？

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

我们为什么要这么做？

“作为一家金融服务企业，同时作为业务规模发展迅速的A+H股上市公司，我们认识到在企业发展的过程中，积极承担对客户责任，以客户需求为出发点，持续创新服务的方式、渠道和产品的种类是企业获得良好业绩及持续发展的动力，也是赢得客户长期信任，打造百年老店的重要保障。”



梁家驹

集团常务副总经理兼
首席保险业务执行官

客户

客户所关心的问题是什么？

我们是否能够提供具备便捷性、专业性、时效性、人性化的服务。

我们是否能够以需求导向作为产品研发的出发点，满足他们多样化的需求。

我们所提供的产品、服务是否能够最大限度保证他们的健康、财务和信息的安全性。

我们是否能够提供有效的沟通渠道，保证他们信息获取的准确性和问题反馈的畅通。

我们的主张是什么？

注重客户的每一次体验

通过技术创新不断优化、完善客户服务体系；通过渗透于售前、售中、售后各个阶段、各种接触渠道的服务措施让客户更便利地获取产品服务。

注重每一个客户的需求

了解客户真正的需求，通过研发多元化的综合金融产品，为客户提供差异化的、可以负担的、可靠的，并能够产生附加价值的服务。

注重客户服务每一环节的安全

建立完善的客户信息管理系统和流程监控制度，保证客户的个人信息、财产、生命健康。

注重客户的每一种声音

建立和完善沟通机制，保证客户获取服务信息和反馈意见的渠道畅通；重视听取客户意见，并提升回应和处理客户诉求的时效。

我们做了什么？

优化新的服务渠道，为客户获取服务提供便捷性

多渠道便利交费平台和保单E服务

2008年，我们大范围推广“保单E服务”。通过网络、电话，给客户提供不受时间和地点限制的服务，11种通知类保单函件也以电子邮件的形式发送给客户，并有网上直接查阅、函件重发等功能。同时与银联易办事公司合作，为续期客户提供了支持多家银行卡的网上交费平台。截至目前，已为客户提供了银行转账交费、公司柜台自助交费终端交费、移动自助交费终端交费、银行网点自助交费终端交费、手机交费、银联易办事、网上银行交费、电话银行交费等多种交费渠道。

2008年，我们在众多城市为信用卡客户开拓并大力推广“易办事”、“信付通”、网上还款等还款渠道，截至2008年12月，每月亲自到平安银行柜面进行还款的信用卡持卡人已不到30%，超过70%的信用卡持卡人通过其他便捷渠道进行还款。

服务时效承诺

2008年8月1日起，我们面向寿险客户试运行“服务时效承诺”。“服务时效承诺”涉及投保、体检、理赔、保全、投诉、预约服务等多个服务环节。当客户申请相关服务时即可得到明确的承诺时效。我们的各个寿险机构客服门店均已公示了该服务时效承诺。2008年7月1日起，我们实现了客户与业务员电话服务的分离，形成了业务员使用4008889000业务员服务专线、客户使用95511客户服务专线的专业服务模式。

E化年金系统、国内首创“统括”模式、首推网上投资转换服务

2008年我们面向年金客户开通了平安年金网上受理功能，在分布全国的近5000名专业服务人员随时提供服务的基础上，推出全套e化年金系统，从受理、运营到后续服务，提供e化解决方案；同时针对养老险个人客户推出企业年金账户管理个人网上投资转换服务；针对大型跨区域集团型客户，在国内首创统括*业务服务模式，目前已为分布全国的近100家大型统括客户配备160名服务专员，为其提供专职的一站式服务。

统括：客户的业务分布在两个地区以上的（含2个地区），称之为统括业务。需要两个地区提供服务的称为统括服务。

新渠道、差异化便捷服务

我们的新渠道服务采取上门送单收费方式，目前已有超过200个城市实现对客户上门送单收费，送单人员配备移动POS机，方便客户进行刷卡付费；我们扩大了收费模式渠道，方便客户购买，完成了信用卡在线收费的系统开发，已在寿险电销做试点；针对部分电销客户理赔在没有4S店代办理赔的情况下，提供上门收取理赔材料的代办服务。平安银行在深圳、上海、福州、厦门、泉州等地的60家网点开通启用贵宾室和贵宾窗口，为贵宾客户提供每周7天，每天9小时的“7×9”全年无休专属服务。

客户

开发个性化、多功能、组合类产品，满足客户多元需求

保险类推出系列个性化产品及产品组合，完善服务功能

2008年，我们持续更新组合类寿险产品，创新满足特定需求的保险类产品，并针对现有保险产品推出了多项增值举措。平安产险当年共开发新型全国性产品156个，涉及医师责任险、汽车生产商成品车损失保险、食品安全责任险、环境污染责任险，国内特定合同贸易信用保险、旅行意外伤害保险、雇主责任险等多个领域。

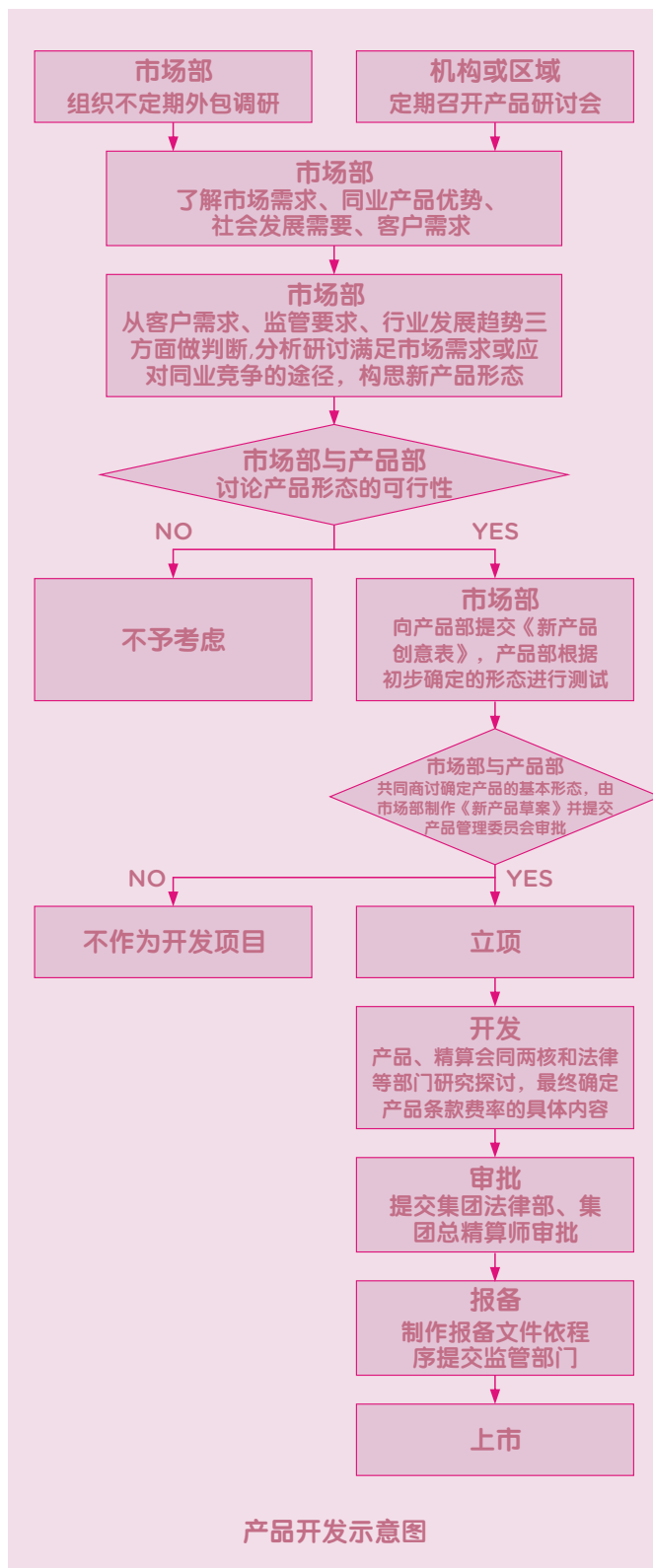
银行类产品关注差异化，加强中小企业产品的创新和应用

2008年，针对个人客户，我们推出了具有保障功能的私家车主专属信用卡以及首张联名借记卡——平安人寿吉祥卡，持卡者可同时享受银行、保险多重金融服务；针对中小企业客户，在2007年推出小额信用贷款的基础上，我们完成了联保联贷、信保融资、有机贷*、房产“快易贷”等新产品开发，并在市场推广上取得突破，推动了中小企业业务的发展。

有机贷：机械设备抵押按揭贷款。如果企业是一家通用机器设备生产企业或销售代理商，我们可提供量身定做的“有机贷”融资服务，为购买该公司产品的客户提供机器设备按揭贷款，直接用于向该公司采购机器设备，帮助企业扩大销售规模，加快资金周转。

产品开发环节严格遵循指标体系和多层审批报备流程

我们对于每一个新产品创意，均通过专门部门审核筛选，判断产品是否符合公司、市场需求以及定位人群等，进行初步评估和可行性分析后，提交公司产品管理委员会进行决策。产品开发过程的每一个重要步骤都有相关部门的充分参与决策。在新产品开发完成后，将新产品审批备案材料按固定流程提交公司决策层审批后，向保监会进行审批备案。



专业后台保证信息安全管理，服务前端保证客户服务环节可靠

完备的IT容灾系统

我们从2003年完成IT系统大集中后启动IT容灾项目。通过高科技手段和设备、制订相应的应对、决策流程，保证公司的关键IT系统和各项服务能够在诸如火灾、地震、大面积停电等重大灾难发生后，及时恢复必要的处理能力，减少IT系统瘫痪带来的业务损失。为提高IT系统的安全性，我们每年都进行IT容灾演习，截至2008年，我们的灾难恢复演习已可以针对多数据库、多系统平台，涉及多个业务系列，数据量达7TB。保监会统计信息部对我们的IT灾难恢复演习给予认可，并认为其对整个保险行业“IT灾难恢复指引”具有借鉴意义。

客户信息安全保障

我们自2005年即建立了信息安全管理体系并通过了DNV认证。客户信息属于信息安全管理体系重点保护的公司敏感信息之一，从客户信息的保密性、完整性和可用性三个方面对其加以保护。

我们在全系统发布了《客户信息交叉使用管理办法》、《客户信息管理办法》，规范了集团内客户及准客户信息在不同专业公司和集团部门之间的交叉使用；制定了客户敏感信息需求采集及审批流程，规范了敏感客户信息采集需求的审批。

在清理现有各类大量接触客户信息的IT系统用户的基础上，我们加强了客户信息数据采集、IT用户管理的制度化建设，规范了现有各类与批次客户信息相关的外包合同，有效降低了客户资料泄密风险。

我们的后台系统访问具有严格的身份认证、访问控制和完善的数据备份。建立《信息分类标准》和《信息安全授权标准》，根据员工工作所需授予其对客户信息访问的最小权限；建立《信息安全隐私标准》明确客户信息的采集和使用原则；建立《信息安全保密性标准》，确保客户信息在传输、存储、使用、销毁时的安全性；建立《敏感信息屏蔽标准》，确保客户信息在脱离生产后的安全性。

账户、交费、结算保障安全

针对信用卡客户，我们完善了以“挂失前72小时消费损失全额保障”为核心的账户安全保障体系，还提供“异常消费主动关怀”、“消费即时短信提醒”等账户保障措施。新渠道信用卡收费系统采用客户在自动语音提示的情况下自己输入卡号等信息，保障客户信息安全。平安银行针对个人工商户推出“收款易”业务，避免了大量使用现金结算的不安全因素。

准确可靠的理赔服务

依靠集团标准化后台和IT技术，我们向客户提供了可靠、准确的理赔服务。在应对重大灾害事件中，通过专业系统，总公司、后援理赔中心、机构在第一时间确定出险客户的保障状况，查询报案、受理、调查等信息，远程调取扫描影像核定事故做出理赔决定，生成详细的赔付报表供公司分析决策。我们利用IT系统强大的查询筛选功能，通过输入名单中记载的年龄、住址等辅助信息，将匹配数据范围缩小以提高工作效率，准确排查到出险客户。

客户获取信息环节的严谨管理

我们制定并下发了《对外广告宣传类材料的内容审核细则》、《行销辅助品管理办法》等明确的管理制度和相关审核流程，对总部和机构都有明确的监督审查机制和职能，要求集团及旗下各级子公司执行，避免出现违规内容，以保证客户信息传递环节的严谨性。目前针对新型产品说明会运作已出台相应制度规范，以规范产说会的运作流程，加强审核，避免出现误导内容。以上管理效果，通过“红黄蓝牌”制度进行内部稽核监督，以保证客户所获取信息的准确性和有效性。

客户

来自2008年产、寿险销售管理情况的数据显示如下：

关键指标	广告宣传、营销辅助品使用、产品说明会等销售过程、手段是否有违法违规行为	采取的管理或改进措施
有无因广告宣传违反广告法、行业规则等引起的投诉或处罚？数量多少？	寿险行政处罚，2008年共计1起，罚款3.9万。	对外广告宣传已有相应制度规范，加强广告宣传的审核力度，避免出现违规内容。
有无因营销辅助品使用不当引起的投诉、退保、处罚事件？数量多少？	寿险行政处罚，2007年共计3起15万，2008年无经济处罚，为1起警告、责令改正处罚。	营销辅助品已有相应制度规范，加强营销辅助品的审核力度，避免出现违规内容。
有无因产品说明会等大规模销售活动引起的误导投诉或处罚事件？数量多少？	寿险行政处罚，2008年共计1起，罚款5万。	新型产品说明会运作已有相应制度，规范产说会的运作流程，加强审核，避免出现误导内容。
违反规管产品及服务的提供与使用的法规及规则所处罚款的总额。	产险2008年因未能遵守产品、服务相关法规而受到的行政或法律制裁共22起，所受处罚金额89.27万元。	产险已加强机构在销售管理、理赔、服务、市场竞争等方面的管理，规范机构产品与服务相关的工作；将在全系统进一步加强合规经营的宣传教育工作。

建立多渠道的沟通反馈平台和测评机制，关注客户的服务感受

完善客户反馈机制

我们面向保险类、银行类的个人和团体客户均有客户反馈机制，包括《业务投诉管理办法》、《团险电话中心服务暨二级机构协作操作手册》等；开通并优化寿险客户服务专线95511、产险客户服务专线95512、银行客户服务专线4006699999，全国统一总机4008866338，加强与客户沟通的渠道，分流不同类别客户，并实行服务首问制管理，内容涉及产品、服务领域，包含咨询、投诉、查询等项目，并通过专门的制度和测评体系从后台监控和管理服务的反馈时效。

定期开展满意度调查

我们针对各系列客户分别采取第三方调研和内部调查方式开展满意度调查，并对历年数据进行比较和分析，作为下年度品牌、服务和产品改进的依据。2007年起，寿险组织开展客户满意度调查，涵盖全系统，以二级机构为单位，每月抽取一定数量客户，进行电话问卷调研，年终累计值作为考核指标之一纳入后援部门年终考核；养老险新老客户每年满意度调查至少1次，回访范围涵盖新承保客户和老客户。

我们做得怎样？

2008年成果

2008年，我们通过在产品创新和服务方式上的改进，已初步建立起可以提供综合金融产品服务的平台，为客户提供一站式、一个账户、多种产品的综合服务。在中国保监会组织的2008年全国寿险公司客户满意度调查中，平安人寿在34家公司中排名第一，这是继2006年后平安人寿连续在此项调查中排名榜首。产险、养老险、银行自行组织了客户满意度调查，结果为：养老险客户满意度93.6%，高于2007年；产险客户满意度90.54%，服务获得客户一致认同；银行零售客户满意度比2007年提升5个百分点。

但我们也从实践中发现我们的客户服务工作仍存在以下问题：

- 缺乏常规而清晰的客户需求洞察，CRM体系尚待完善；多样化产品和服务刚刚起步，尚待完善和提高；
- 缺乏固定高效的沟通机制，与客户沟通的质量有待提高；客户服务质量领先的同时，尚未建立强有力的品牌忠诚度；
- 没有可持续型金融服务产品的开发；
- 电销等销售模式的客户好感度还在接受考验。



平安产险员工为客户现场查勘

关键指标

		2008	2007
银行	信用卡卡片寄送时效	100%	100%
	信用卡申诉案件处理时效	99.64%	90%
	信用卡客服热线服务水平 ¹	85.4%	96.52%
	零售客户服务满意度 ²	24%	19%
寿险	寿险客户服务综合满意度 ³	93.2%	84.4%
	寿险新契约平均出单时间 ⁴	< 4天	< 4天
	寿险理赔10日内结案率 ⁵	> 90%	> 90%
	寿险柜面保全作业件均时效	13.05分钟	15.87分钟
	新产品占当年产品比例	23.5%	35.6%
产险	产险投诉处理完成率	100%	100%
	产险投诉处理及时率	98.67%	98.51%
	产险客户满意度	90.54%	-
	新产品占当年产品比例	30.3%	17.6%
养老险	养老险理赔处理时效	7日结案96.65%	7日结案97.95%
	养老险投诉处理时效	2日回复率98%	2日回复率95%
	养老险新契约回访率	团体客户100%	团体客户100%
	养老险客户满意度	93.6%	92%
	新产品占当年产品比例	12%	22%
健康险	新产品占当年产品比例	57%	100%

指标说明：

1、2007年数据为11月、12月平均值，平安信用卡当时尚处于发卡初期，整体业务量明显低于正常水平，故当年平均服务水平较高，达96.52%。2008年平安信用卡发卡量增长迅猛，制定的整体服务水平指标为高于82%，在人力紧张的情况下，全年服务水平达到85.4%，超额完成指标，并且该指标在行业内属前列。

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、2008年我们针对客户服务综合指标加大了考核力度，满意度指标与相关工作人员绩效直接挂钩，促使服务水平大幅提升。

4、2007-2008年该指标不高于4天。

5、2007-2008年该指标不低于90%。

客户

2009年目标

2009年我们将着力提升客户满意度和服务感受，努力兑现对消费者的承诺，各专业子公司将从产品和服务角度提出对消费者有实际利益的一项或多项举措，并将举措落实为可向客户和社会公开承诺的内容，以此助推公司内部管理、运营和流程的改进。在对市场和客户的沟通反馈中了解到，保险客户对理赔服务尤其是理赔难易及时效更为关心，因此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，产险将做出“平安车险，万元以下，资料齐全，3天赔付”的承诺；我们了解到银行客户对信用卡的安全保障性非常关心，因此，我们做出“平安信用卡，失卡有保障，高达5万元”的承诺。同时，我们还计划在以下方面提升整体的客户服务质量：

- 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；
- 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；
- 加强服务承诺，树立服务品牌（包括：基本服务承诺的改善；设定门店服务考核指标，如等待时间；理赔时效），要求各业务系列制定提供超预期服务和产品工作计划，年终进行考核；
- 加强电销团队及其他新型销售模式的质量管控；
- 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。



平安证券客户服务随访活动

客户

附：2009创新服务规划

手机一账通服务

为了给客户提供多渠道，全方位的电子化服务，2009年我们的一账通服务平台将从电脑进一步扩展至手机上。客户通过平安一账通手机平台，可随时随地进行保单信息查询，同时享受平安手机一账通下辖的银行、证券等其他金融服务。

完善二元化地区体检/医疗服务网点

2008年，为配合全国大型乡镇进行二元化网点的铺设，方便寿险客户体检或就近医疗，我们调整了医院的设置标准，为每个二元网点20公里内设置一家定点医院，提供体检或住院医疗服务，未来将继续完善相关服务。

安全实用推出个性化主题信用卡

2009年，我们将继续围绕“安全、好用、实惠”的经营理念，深入把握信用卡客户的现实需求，适时并针对性地开展产品与服务创新，并计划针对年轻群体推出主题信用卡，针对理财观念相对成熟的消费者推出保险联名信用卡等等。

“步步高”升级提效项目

2009年结合公司发展战略，我们将在提升养老险客户基础服务品质上下功夫，着力促进信息披露、承保、理赔、保全、投诉等各项服务时效。成立“步步高”升级提效项目组，推进各项服务承诺的落实和服务品质的提升。同时将增加附加值服务，推广VIP俱乐部。

紧贴政策推出关注弱势群体的保险产品

2009年我们的养老险服务将响应国家扶持三农、医疗等政策的号召，同时积极配合保监会加快业务结构调整进一步发挥保险保障功能的要求，推出新意外医疗险、农村小额人身保险、小额信贷、补充工伤、高端医疗、新基金医疗等产品。农村小额人身保险、小额信贷都是针对农民等弱势群体的产品，为农民提供基本的人身意外保障以及提供贷款保障，其中农村小额人身保险还承担巨灾风险责任。补充工伤为广大的企业工人提供保障。在农民工养老保险、职业年金、个人账户做实等方面也将开展相应的研究。

我们将继续加大集合计划新产品的推广，拟联合建设银行、招商银行推出“2+1+N”产品；在由劳动和社会保障部、银监会、证监会、保监会的第23号令所颁布的《企业年金基金管理试行办法》修改后，将针对中小企业推出非集合产品。

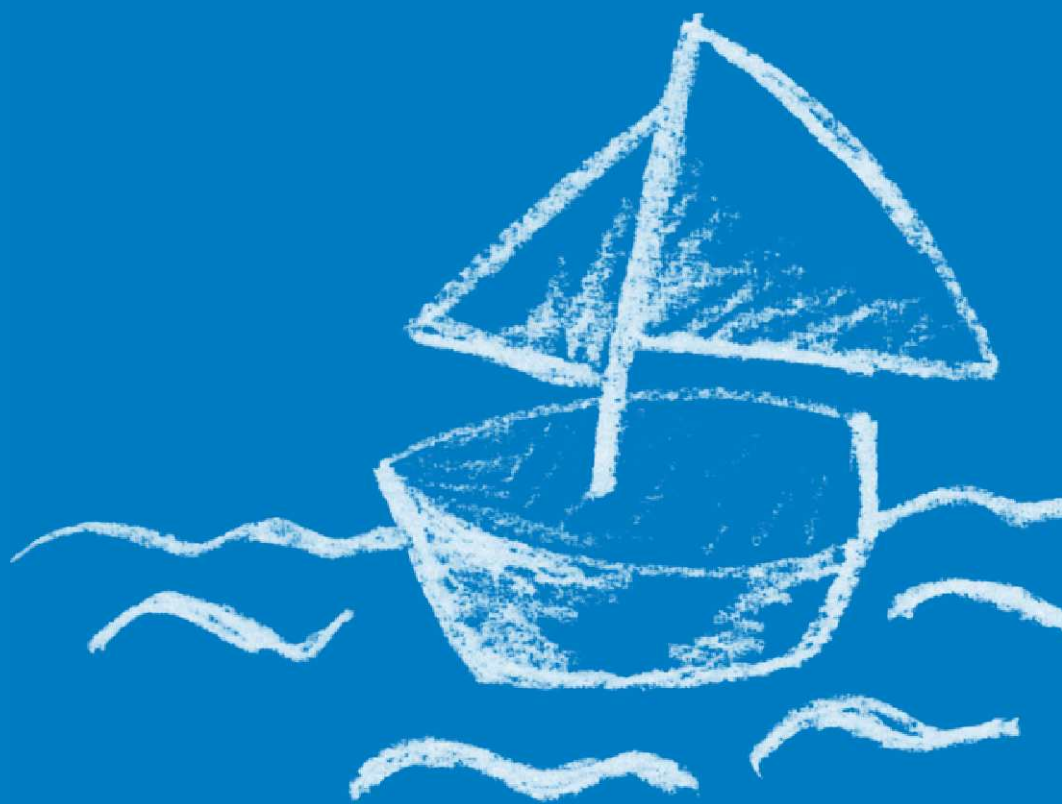
新渠道服务更加便捷可靠

2008年，我们的新渠道服务覆盖三级机构185家，实现222个城市客户上门送单收费。2009年我们将进一步扩大创新举措的范围，基本覆盖产险全部三级机构；我们将逐步完善信用卡、借记卡及其他新型支付方式；进一步推广电销客户理赔上门收取理赔材料。

公益信托

截至2008年，我们通过平安信托已推出新疆公益信托、见义勇信托和中国宋庆龄基金会明远慈善基金信托等公益性质的信托产品；2008年下半年联合国开发银行推出了公益慈善信托，未来拟将全部公益信托收益捐赠于公益慈善事业。





员工

我们的价值观

对员工负责：生涯规划 安居乐业

员工



平安员工参加2008万人健步跑活动

我们坚信什么？

我们认为员工是公司成长的基石，是企业血脉；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。我们主张公司对员工负责，员工奉献于公司，发展于公司，员工价值与公司价值共成长。

我们为什么要这么做？

“在日趋激烈的人力资源市场竞争中，我们意识到员工是企业最宝贵的财富，我们更意识到，员工价值的实现是利益相关方价值创造及实现的基础和驱动力，员工在公司经营发展、战略管理、业务推进等价值链运作中起着非常重要的作用。”



王利平

集团副总经理

员工

员工关心的问题是什么？

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。

我们的主张是什么？

合适的收入

通过灵活的、有竞争力的薪酬福利体系保证员工拥有合适的收入。

宽广的发展和学习空间

通过不断完善的晋升与考核制度为员工提供持续、宽广的发展空间；通过覆盖面广且有效的培训与教育为员工提供持续、深入的学习空间。

开心的工作氛围

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。

我们做了什么？

合适的收入

员工的企业年金计划

企业年金由公司和个人共同缴费，公司额外提供绩效奖励缴费，员工可以享受投资收益，离职时按年限归属，退休时领取。参加基本养老保险且截至每年12月底，入司满一年的员工即可自愿选择参加企业年金。

该计划注重缴费的灵活性，将企业缴费与公司效益、员工个人绩效紧密挂钩，同时兼顾员工的服务年限。

企业年金计划实施情况

2006年

- 1、尚未建立企业年金，公司提供补充养老保险；
- 2、补充养老保险，在符合一定条件基础上，由员工自愿选择参加。公司与员工按照1:1的比例进行固定金额月度缴费；
- 3、有19000余人参加，历年累计帐户余额8900余万；
- 4、补充养老每月人均支出额约占员工每月工资的1%。

2007年

- 1、初步实施企业年金计划，参加率约77%；我们支付的员工企业年金总额约为4000万元；
- 2、员工每月支出的企业年金与工资的比率接近2%；我们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%。

2008年

- 1、企业年金参加率近80%，参加人员33000余人，基金累计总额已达到1.9亿；我们支付的员工企业年金总额约为7000万元；
- 2、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%。

关注并降低员工的生活成本

随着2007、2008年CPI的不断增高，我们实施对普通员工的专项物价调薪，此次对普通员工的调薪幅度约为：2-4%，使普通员工实际购买力不受太大影响。

发展空间

关注员工职业发展

我们对员工进行职业发展分类管理，将员工分为“管理、业务、技术”三大系列，分别制定职业生涯规划 and 人员管理办法，以便不同类型的员工在不同的职业发展通道内可以找到合适的成长路径。

推出管理系列干部新职位地图，扩展干部发展空间，使一岗能多级。

优化绩效管理体系

我们持续贯彻“竞争、激励、淘汰”的用人机制，不断优化绩效管理体系。通过制度的完善与推行，使绩效管理更有效地支持我们的战略目标和员工个人发展目标的实现。绩效考核结果广泛应用于员工薪资调整、奖金发放、年度评优、培训、晋升、降级及淘汰等领域。

培训设施不断完善

2008年，我们在上海张江职场建立培训中心，占地3600多平方米，这是平安的又一重要培训基地。与此同时，各专业公司、分支机构也大大加强培训力度。截至2008年底，我们在全国范围内共设有52家培训中心。

培训运营投入不断增加

连续8年，用于员工培训的运营费用均超过1亿元，2008年培训预算总额为2.75亿元，主要体现在面授覆盖率：平安金融培训学院共完成面向全系统内勤员工的自主培训（备注：自主培训，是指由平安金融培训学院、而非专业公司主办的培训）491期，除新员工培训外，参训的内勤员工达6573人，面授课程覆盖率为84.02%。

员工

我们的各子公司培训也不断加强，以平安人寿为例，2008年组织本系列专业技能培训人数达22995人，销售技能培训达217万人次。

平均每人花费的金额约为：3320.94元人民币（2.75亿元/82808人）。

课程体系及讲师队伍不断完善

“平安培训发展课程体系”课程库、讲师库不断丰富。目前已经设立网络课程、面授课程共620门。基于员工胜任素质要求所构建的培训课程体系，以提升岗位胜任素质、培养人才梯队、提高培训覆盖率为目的，进而提升企业学习能力和组织智商，使企业不断创新求变，达到支持公司战略发展。截至2008年底，全集团专、兼职讲师数量已超过2万人。

统一规划了新员工入职一年的学习计划，该学习计划包含平安金融培训学院提供的公共课程，各子公司提供的“业务课程”和“岗位课程”。目前，已经实现所有新员工入职第三天以邮件形式收到学习计划。

搭建远程教育平台

我们逐步提高网络课程开发能力，2008年全年累计开发网络课程261门，上线课程达到539门。

我们继续推进员工网络学习，网络学习达113536门次；在线考试达84240人次；数字图书使用率53683人次。

我们进一步完善培训管理系统功能，搭建完善的培训管理平台，开发People Soft系统面授管理功能，并实现与“平安学习平台”完全对接。

开心的工作氛围

健康与安全



努力实现员工的合法权益，认真落实员工民主权利

我们根据国家相关劳动法规的要求，并及时调整相关休假制度，相关标准在合法合规的基础上适当优于国家的标准；我们会在员工生日时送上礼品贺卡和美好的祝福，节假日为员工发放福利。

每年定期为所有员工提供身体体检，为已婚女员工进行二次普查普治。

我们为遭受意外的员工或家属发放慰问金并寄去慰问信。



平安员工参加健康体检活动

文娱活动

我们在深圳、上海两总部建立了多个员工业余俱乐部，足球、篮球、羽毛球、乒乓球、游泳、网球、健身、摄影、书法、绘画、棋牌等各种俱乐部，每周安排1-2次的活动。我们还举办了足球、羽毛球、篮球赛、摄影比赛。我们通过内部报刊和“微笑·魅力平安”企业文化推广活动为员工提供积极向上、开心的工作氛围。

每年新年来临之际，公司各地分支机构都会举行平安夜晚会或新春联谊会，全体员工欢聚一堂，迎接新年。

我们做得怎样？

2008年成果

合适的收入

我们支付的工薪总额：55.87亿元；男女同工同酬；

我们支付的福利总额：10.33亿元；

我们支付的员工企业年金的总额约：7000万元人民币。

发展和学习空间

100%的员工接受了定期的业绩考核与评估，并由主管进行阶段性的反馈面谈，指导和促进其个人职业的发展；

我们在全国内范围内设立了52家培训中心；

我们共完成面向总部内勤员工的自主培训491期；

设立网络课程、面授课程共620门；

全集团专、兼职讲师数量已超过2万人；

全年累计开发网络课程261门，上线课程达到539门；

网络学习达1135361人次；

在线考试达84240人次；

数字图书使用率53683人次。

员工



2008年度“平安工会杯”深圳地区职工篮球联赛

开心的工作氛围

2008年，深圳、上海两总部共有5608名员工参加了体检；“新人频道”成长平台的访问量突破28万人次；我们通过“成长辅导邮箱”面向136人次进行了辅导。

5.12大地震，我们在组织抗震救灾的同时，不仅为一线员工提供了应急物资，还提供了心理咨询医生；同时，对内部受灾员工陆续实施了一系列的救灾举措，如“员工及家属受灾慰问金”、“抗灾自救补贴”、“抗震救灾假”等，帮助平安员工和家属共渡难关。期间共有742人次得到了公司的关怀和帮助。

据不完全统计，2008年，我们为深圳地区6名重大疾病困难员工及家属发放了慰问金，约8万元；在上海地区，我们陆续开展困难员工关爱活动，对员工情况进行摸底调查，已慰问困难员工6名，慰问重大疾病住院员工5次。

在2008年初南方特大凝冻灾害期间，为丰富不能返乡与家人团聚共度新春佳节员工的节日生活，我们举办了各种春节联谊会，为员工送去家一般的温暖和新春的祝福。

2008年度内，我们共召开了6次员工代表大会，审议了《员工休假制度》、《红、黄、蓝牌处罚制度》、《员工加班制度》、《员工行为规范管理制度》、《员工新职级管理制度》、《员工奖励管理制度》《信息安全及管理制度》等8个

重大制度，通过会议宣导，广泛听取和收集员工的意见和建议，会后与管理层沟通，达成一致意见，下发落实各项新制度。

但我们也从实践中发现我们的员工服务工作仍存在以下问题：

- 对员工刚性要求多，软性的人文关怀不够；
- 员工办公环境的人性化和舒适性设置需要改善；
- 对员工需求的了解不够深入，员工与公司、管理层对等沟通的平台和渠道还有待于完善；
- 强调一体化和一致性，忽略了个性化和多元化。

2009年目标

现阶段，我们已认识到员工沟通机制非常重要。因此，我们将建立顺畅的员工信息渠道，倾听员工的意见和建议，尊重员工的权利，了解员工的真实需求，分析并解决员工难处或问题。开展员工满意度调查将是我们下一阶段的工作重点，这一调查将为我们日后众多工作的计划实施提供有利保证和重要依据。同时，我们还将开展以下工作：

企业年金

随着员工在平安的司龄的增加，我们给予的缴费也相应增加。随着该项目运营的不断成熟，公司资金投入的不断增大，员工将有更多机会与我们一起分享成长。我们将进一步提高企业年金的参加率，基金累计总额预计将达到3.4亿人民币。

薪酬体现对员工的激励

我们将体现对员工的激励，加强变动薪酬管理，使员工薪酬与个人绩效挂钩，体现“多劳多得”的相对公平付薪。

晋升考核机制、员工职业生涯规划 and 均等

我们将继续坚持“竞争、激励、淘汰”的用人机制，通过制度完善和绩效管理理念的宣贯与培训，使公司的绩效文化深入人心。在员工发展方面，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，不断提升员工的工作技能与工作满意度，为满足公司的人才需求提供保障。

加大培训资金投入

我们将继续加大培训与教育的投入，新增18个培训中心，培训预算增至3.87亿元，并规范各子公司培训管理，保证培训数据的建档及留存。

完善课程培训体系

我们将继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，实现全系统二级及以下机构面授课程的普及与统一。

我们将引进、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。

我们将启动“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，用最简单的语言让广大员工（非专业人士）了解每个产品及经营核心。

扩大授权讲师队伍

我们将建立讲师管理制度、激励机制，推动全平安更多管理人员、专业人员走上讲台，分享自己的工作经验；将积极开展并推动全系统专、兼职讲师技能提升培训，建立候选讲师信息库；预计在2009年我们将实现全年培养357名授权讲师。

扩展远程教育平台

我们将全面推行PS系统面授培训管理功能，实现体系内80%的面授课程系统化管理；推动、统筹平安网络课程库建设，开发综合金融网络课程包；2009年网络课程覆盖率预计达50%，网络课程学习完成4万门次、网络考试完成4万人次。

网络学习数据说明：

2008年我们大力推行远程教育，很多单位集中制作了大量专业类网络课程，并要求员工进行学习，达到“补课”的目的，所以网络课程覆盖率呈现“井喷”，有了很大突破。今后，网络课程学习对象主要针对新入职或新晋级的员工，应学人员总量下降，网络课程制作需求也有所饱和，所以网络课程覆盖率将趋于稳定。

员工

提升培训覆盖率

我们将积极主导提升全系统内勤员工的面授培训覆盖率，全系统内勤员工面授培训覆盖率预计达40%。各类新人包括新员工、新晋基层经理、新晋中层经理、新晋高级经理，每年的培训覆盖率为100%；各级别的潜质人才每年参训覆盖率需达到50%；资深的A类干部、B类干部每年参训覆盖率需达到30%。

员工休假

为使员工充分享受年休假，我们将实施休假规划，要求各级主管充分规划员工休假。

进一步落实员工民主权利

员工代表大会中员工代表由各部门推荐、民主选举产生。未来，我们将进一步明确员工代表产生的方式或流程，以通知的形式传达至各部门；我们将按照国家的法律法规编写反映员工权利与义务的工会会员须知或会员手册，并通过内部网向员工进行宣导。

目前公司尚未与代表员工的工会签订集体合同，未来我们将协调相关部门努力推进此项工作完成。



平安员工在平安金融培训学院接受培训





环境和社会

我们的价值观

对社会负责：回馈社会 建设国家



中国平安员工与5.12地震灾区百姓共度端午节

我们坚信什么？

我们相信企业作为社会的一份子，在创造商业价值的同时，要回馈社会，建设国家。我们认为自然生态系统、社区环境及广泛的社会关系是企业赖以生存的基本条件，也是企业实现社会价值的土壤。企业的发展与自然、社会息息相关，只有做到企业与自然、社会和谐发展，才能实现企业持续发展。

我们为什么要这么做？

“特定的外部环境对企业组织的影响是直接的、迅速的，企业管理不能脱离企业的外部环境而存在，而应在健全的商业道德基础上追求企业的持续利润。”



孙建一

集团副董事长
兼副首席执行官

环境和社会

他们所关心的是什么？

履行环境保护责任是企业的基本要求，也是创建资源节约型社会的需要，更好地履行环保责任，不仅可以改善企业的形象，提高企业的声誉，也可以帮助实现企业的可持续发展。

社会是企业赖以生存的土壤，企业可通过社会公益事业的投入，帮助落后地区逐步发展经济生活、社会生活，从而提升企业的形象和消费者的认可程度，实现双赢。

我们的主张是什么？

减少自身对环境的影响

我们已经认识到企业自身运营对环境的影响，并计划在未来着手进行低负荷营运环境的建设。

面对气候变化，认识我们的机遇和挑战

在全球变暖、人口增长、资产密集及陈旧基础设施易损性上升等多种因素的共同影响下，气候变化及与之带来的风暴、缺水、海平面上升等问题对人类健康和全球环境带来了巨大影响，灾难性事件不断加剧，极端天气现象发生的密度和频率都在增加。金融机构应该意识并做好相应的风险准备，与政府一起肩负起环境保护的职责。

参与社会文明建设，回馈社会、建设国家

我们认识到所有的社会群体都应该享受到科技发展和社会进步所带来生活改善的权利，多样性的群体公平待遇和共同发展是社会文明进步的表现。我们在教育、医疗卫生、社区经济改善等领域以自身的业务专长，为社会进步贡献力量。

参与政策制定，推动行业持续发展

企业的发展依存于行业的发展，我们通过不断的自身经验总结、分享，有效地参与了行业法规立法，为推动行业进步做出努力。

我们做了什么？

减少自身行为对环境的影响

从长远发展来看，生态环境的绿色保护程度是我们能够赖以生存多久的标杆。企业与自然的和谐，即是要求我们在自身发展的同时，必须顾及自然环境和生态的要求，不能以损害自然环境、生态为代价。企业对自身产生的污染，必须花费代价去治理；企业在考虑投资项目时，必须考虑治理污染投资；企业在配置内部资源时，必须考虑自然环境、生态的承受能力。

我们通过以下行动减少公司运营产生的温室气体排放，包括对自有物业的节能改造，减少长途商务出差，实行区域化管理等；我们大力发展电子商务，利用网络科技实现所有商务活动业务流程的电子化，如在全系统建立可视频通话会议室，重要文件实行EPO电子审批，提前申请差旅成本，尽量乘坐公共交通工具往返等，在保证公司正常业务运行的同时，有效减少了商务活动对环境的影响。

面对气候变化，认识我们的机遇和挑战

发展中国家的保险密度仍然很低，因此在自然灾害发生时投保损失与总经济损失之间存在巨大的差距。由于气候变化的复杂性，传统的模式技术已不能提供准确的评估。未来，我们在制定有关风险条款时，需要为这些新的风险做好防范准备工作。

参与社会文明建设，回馈社会、建设国家

公益项目，从输血到造血

我们认为企业参与社会文明建设的目的在于提供人类福利和增进公共利益，其中主要的表现形式是参与社会公益活动，包括提供有形的财物或无形的劳务，对他人表达善意，对社会做有意义的贡献等等。

我们与中国青少年发展基金会、中国宋庆龄基金会、中国红十字会、中国教育发展基金会等多家国内知名的NGO组织建立合作伙伴关系，在教育、医疗卫生等领域广泛开展合作。

从1994年开始，我们已投入资金逾1500万元，在全国各省市边远贫困地区援建了52所平安小学，同时计划在2009年在全

国使平安希望小学的规划达到100所，并在3年内完成新规划学校的建设。每年我们还制定预算帮助现有平安希望小学不断完善教学设备，增添教学器材、电教用品。另外，从2007年开始，我们号召我们的利益相关方采取志愿者服务的形式到学校开展接力式的支教活动，已有平安员工，平安客户近500人加入到活动中，其中法国Coface公司还与我们携手在学校开展平安小学图书室建设，为同学们提供丰富的图书资源。2008年，我们还帮助乡村代课教师进行下岗再就业培训，为甘肃渭源100名被清退代课教师提供培训，同时提供每人4000元的小额贷款援助金。

大学生也是我们特别关注的一个社会群体。从2003年开始我们在全国高校中开展“中国平安励志计划”，包括论文奖评选、励志奖学金、励志论坛、励志同学会等活动，目前已经有1430名学生获得奖励。

自2002年，我们向中国红十字会捐献价值1000万元的38辆献血车后，每年都会定期举行“平安爱心捐血月”活动，号召系统各单位及社会各界爱心人士捐血助人。不仅如此，我们还为2003-2010年期间的中国造血干细胞捐献志愿者无偿提供预计保额超过5亿元的保险。

面对大灾，我们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，同时不遗余力地进行灾难救助，帮助需要帮助的人度过难关。



中国平安希望小学支教行动志愿者宣誓

环境和社会

机构布点，推动当地经济增长

目前，由于高等级县域的经济发展对区域经济贡献的推动更为强烈，我们按照优先选择高等级的县域铺设网点，实现有限资源优化投入的政策，采取省级机构提出可行性分析报告，资源重点分配的政策，进行网点的设置。目前公司业务除城市外，正逐步向县域市场渗透。2008年，我们寿险机构数约2000个，其中新设县市级网点167个，计划2009年新设网点约200个网点；我们产险公司逐步提升发达县域的网点覆盖广度和深度，已经铺设网点1755个，争取三年内基本完成经济发达县域的网点覆盖。2009年计划申请新设约100家县域网点，县域覆盖率提升5个百分点以上；银行目前已在泉州、福州、

上海、厦门、深圳开设分行，广州、杭州分行预计也在2009年获准开业。

参与政策制定，推动行业持续发展

我们认为政府行业政策来源于政策的实施单位，积极参与行业标准的制定，有利于整合行业资源，规范行业管理，提升行业地位，培育行业品牌，引导行业发展，也促进公共环境政策的优化。2008年，我们寿险公司发挥资源优势，积极参与行业标准及监管制度的制定。参与编写《人身保险产品基础知识问答手册》，参与《保险业务代码集》等七个保险行业标准的制定及审核，参与《人身保险新型产品信息披露管理办法》修订，积极为保险法修订草案提供反馈意见。

我们做得怎样？

2008年成果

减少自身行为对环境的影响

2008年，我们签署了《深圳市上市公司环保自律公约》。我们改造自有9个物业的照明系统，将目前99%以上白炽灯逐步改成节能灯，仅上海张江的后援中心，每年节约电能25万多度；我们投入150万元，改造北京平安大厦、大连平安大厦的中央空调系统的冷却塔等工程，减少冷却水的损失、提高空调的效率，将目前80%以上的水泵、风机逐步改造采用变频控制的方式进行节能，同时我们还在深圳总部、上海总部、全系统各二、三级机构推广VOIP电话，将“长话”变“内线”，每年节约省通话成本逾20万元。

从2008年开始，我们已经在平安人寿推出了便捷环保的电子函件服务，平安银行也通过客户电子邮箱发送客户电子帐单，E服务模式将不断完善加强，已可提供17项自助保全服务，并发展逾100万E服务客户，网络保全业务占比达到2.88%。

开发环境保护类产品

我们力推环境污染责任险并完成全国首例理赔。我们在国内推出环境污染责任险后，在年内完成全国首例环境污染责任险理赔，对发展多元化的环保途径、建立和完善环境污染责任险制度提供了重要借鉴。获得全国首例环境污染责任险理赔款的是

湖南省株洲市某化工厂附近的百余村民，湖南省株洲市该化工厂在清洗停产设备时，由于工作人员操作失当，使设备内的氯化氢（盐酸）气体过量外冒，导致周边村民的大量农作物受到污染，依据与公司签订的《环境污染责任险》条款，平安产险在不到15天的时间内就将1.2万元赔款给付到客户手中。

积极投身社会公益

我们在2008年投入约5900万元用于社会公益捐赠，持续在教育公益、红十字公益、灾难救助等公益慈善方向开展工作。

2008年，全员公益理念依托我们的公益活动，影响得到扩大。从2007年开始，每年6-11月份，我们就定时，定点在全国平安希望小学开展“接力式”志愿者支教活动，2008年，约360余人参与活动，每人平均志愿服务时间超过60小时。我们凭借在企业公益领域的创新与坚持，在第五届最佳企业公民评选中，获2008年度最佳企业公益模式创新大奖。

2008年，面对大灾，我们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，同时不遗余力地进行灾难救助，帮助需要帮助的人度过难关。在2008雨雪冰冻灾害中，我们产险湖南分公司于1月31日率先向湖南省电力公司支付600万元预付赔款，2月4日，第二笔预赔款1000万元也已到位，为客户抗灾救灾恢复生产提供了资金支持。支付赔款合计

我们在2008年投入约5900万元用于社会公益捐赠，持续在教育公益、红十字公益、灾难救助等公益慈善方向开展工作。

2008年，全员公益理念依托我们的公益活动，影响得到扩大。从2007年开始，每年6-11月份，我们就定时，定点在全国平安希望小学开展“接力式”志愿者支教活动，2008年，约360余人参与活动，每人平均志愿服务时间超过60小时。我们凭借在企业公益领域的创新与坚持，在第五届最佳企业公民评选中，获2008年度最佳企业公益模式创新大奖。

2008年，面对大灾，我们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，同时不遗余力地进行灾难救助，帮助需要帮助的人度过难关。在2008雨雪冰冻灾害中，我们产险湖南分公司于1月31日率先向湖南省电力公司支付600万元预付赔款，2月4日，第二笔预赔款1000万元也已到位，为客户抗灾救灾恢复生产提供了资金支持。支付赔款合计近8000万元；捐款捐物1200万元；捐赠保险总保额达262亿元。

2008年4月28日，胶济铁路事故发生后，我们立即成立应急处

抗震救灾捐赠数据说明：

5.12四川大地震中平安员工和企业累计捐款总额逾7500万元，其中3500万元由公司向中国红十字会、中国教育发展基金会捐赠，500万元由明园慈善基金通过中国宋庆龄基金会捐赠；员工捐款上报数据统计为3557.8万元，其中2471.02万元，获得了捐赠凭证，其余部分为员工自发通过网络、手机及其他途径捐赠，没有获得捐赠凭证。



5.12地震平安人寿员工爱心捐款仪式现场

关键指标

能源消耗统计

能源类别	2006年	2007年	2008年
CO ² 排放	8182.62吨	10214.91吨	10841.85吨
耗电量	53987872度	66431104度	74887861度
柴油用量	133023公升	96554公升	72670公升
纸张用量	42.15吨	42.17吨	78.98吨

能源消耗数据说明：

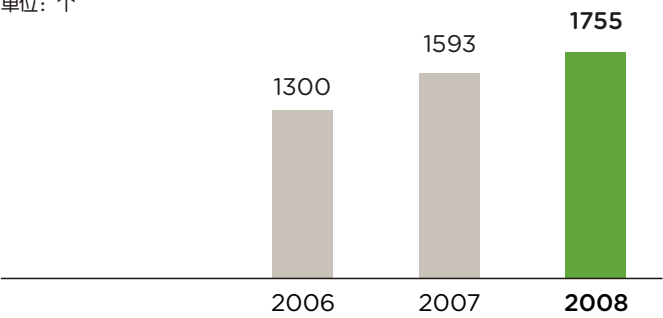
以上数据原始数据采集仅限于平安自有珠海、大连、北京、福州、深圳平安大厦及上海张江后援中心、上海静安广场、平安金融培训学院、深圳826大厦等9个物业。

在报告报告期间，物业所在地区业务单位的业务规模和营运范围都在扩大，因此CO²排放、耗电量、纸张用量等均呈现上升趋势；2007年物业所在地区采取租赁、自购方式结合解决车辆使用需求，汽油用量相对减少。同时，因是首次统计以上数据，采取的是逐级上报的方式，统计口径可能存在标准不一致的情况，待今后将数据采集纳入物业管理体系后，可以进行规范统计。

服务网点开设情况

中国平安财产保险服务网点数量

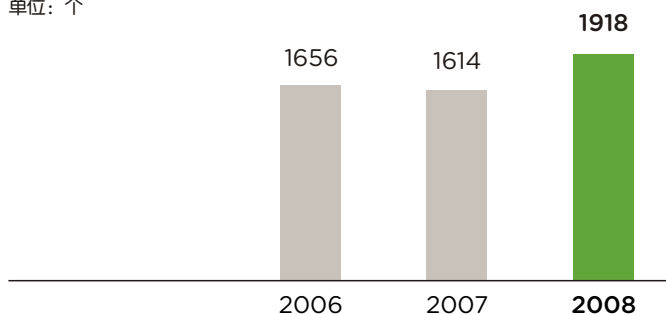
单位：个



环境和社会

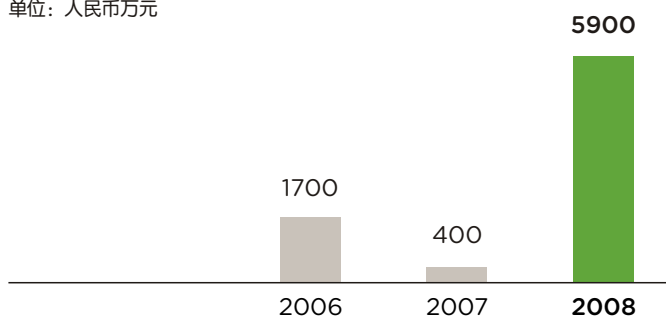
中国平安人寿保险服务网点数量

单位：个



历年公益捐赠金额

单位：人民币万元



公益捐赠数据说明：

由于2008年发生雪灾、地震等自然灾害，与历年同期相比公益捐赠数额大大增加。从2009年开始，我们开始详细制定用于公益捐赠的预算，使社区投资项目的持续发展得到保障。

但我们也从实践中发现我们在环境及社区服务方面存在以下问题：

- 缺乏自身对环境影响的约束的明确目标，没有通过业务渠道的控制参与环保；
- 缺乏从可持续发展的角度开发可持续金融业务及产品；
- 社区投资项目多而散，缺乏长期规划和清晰的目标；
- 缺乏与专业NGO的策略联盟，专业运作和管理能力需要提升。

2009年目标

约束自身对环境的影响，继续建设“绿色大厦”，推行无纸化服务，扩大电子银行市场占有率，扩大客户电子邮件服务的覆盖率。2009年将加大保单E服务的推广力度，网络自助保全服务占比预计达到6%以上。

要求各专业公司提供符合可持续发展的金融产品。

保险系列：开发针对弱势群体，如农民工及其子女等社会低保人群的保险；

银行：针对放贷对象设制绿色贷款标准；

证券：保荐IPO项目注重企业社会责任指标考核；

资产：对投资对象进行企业社会责任指标考查，开发具有企业社会责任导向的金融产品。

继续深化开展中国平安励志计划、平安与希望同行、红十字等公益活动，进行项目长期规划和效果评估，同时开拓环境项目。





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



我们坚信什么？

我们始终相信，合作伙伴的行为是我们自身业绩的重要因素。通过改进合作伙伴的绩效，可以提高我们自身的绩效。

我们认识到作为企业公民，不仅要用ESG（环境、社会和治理）衡量自己，而且需要与合作伙伴们共同在整个供应链中发挥更大的可持续发展作用。

我们的合作伙伴由五个部分组成：

- 再保险公司
- 个险代理人
- 伙伴银行
- 定点医院
- 供应商

我们为什么要这么做？

“金融企业的可持续性，合作伙伴也许不是首要因素，却是需考虑的重要因素。他们的可持续性表现对我们的发展存在风险，我们开始逐步重视与合作伙伴在企业社会责任方面的合作，促进共同的可持续发展。”



马明哲

集团董事长
兼首席执行官

合作伙伴

合作伙伴所关心的是什么？

了解我们的整个供应链是否具有可持续性，是否存在风险。

如果合作伙伴不具有可持续性，那么会存在一定的风险，对我们的绩效会有影响。只有不断推动和促进交流和沟通，才能达到互惠互利、实现共赢。

我们的主张是什么？

公司与合作方关系

合作伙伴分类	对合作伙伴的要求	合作伙伴对我们的要求
再保险公司	诚实守信，具有良好的服务品质，勇于承担社会责任	良好的风险管控能力，遵纪守法，搭建双方有效沟通的平台
个险保险代理人	诚信，认同公司企业文化和经营理念，遵纪守法，无不良犯罪记录，身体健康，具有良好的表达能力和服务意识	诚实守信，为个人发展提供广阔的空间，完善的发展培训机制，完善的薪酬福利计划
伙伴银行	合法合规，具有良好的服务品质，诚信经营，不误导消费，实现双方资源共享	公司规范经营，良好的公司治理，提供优质的产品和服务，与客户搭建有效沟通平台
定点医院	良好的服务品质，管理规范，优质的医疗专业水平和良好的服务口碑	经营合规合法，良好风险管控能力，不影响医院正常的诊疗流程，服务态度优良
印刷、IT供应商	性价比高，具有优秀的售后服务保证	遵守合同，良好的沟通渠道，付款及时

合作伙伴

我们做了什么？

再保险公司

再保险公司作为分入人承接我们转移的保险风险，同时为我们提供各种技术服务。我们通过与再保险公司的合作，提高风险管控能力。

我们的再保险安排包括合约分保和临时分保两种形式。在安排再保险分出前，我们会就标的业务向不同再保险公司发出要约。在选定再保合作方后，双方会以书面形式确认分出业务的内容和条件。再保险公司根据双方约定的分保条件向我们收取分出保费，并承担相应的摊赔责任。

我们的再保险安排会根据公司业务发展战略和不同险种的风险特点，通过系统的风险分布分析，结合本公司资本金及承担风险能力情况，设计科学合理的再保险整体方案并选择不同技术优势的再保合作方。对于地震、洪水等自然灾害的累积风险，通常会借助国际模型公司的专业精算模型进行全面分析和风险评估后确定再保险方案，并在全球范围内安排，以分散巨灾风险。

再保险公司在接受分出业务风险的同时，为我们提供核保、理赔、产品、市场等方面的技术服务，包括咨询、培训、经验和数据共享等。

我们选择再保险合作伙伴时，除比较再保报价方案以外，还会主要参考再保方的公司实力、资信水平、技术服务等多方面因素，并结合公司自身风险管理的要求。在安排再保险业务过程中，我们严格遵守中国保险监督管理委员会《再保险业务管理规定》、《关于再保险业务安全性有关问题的通知》等监管法规。

目前寿险已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；产险已与中国财产再保险公司、中国再保险集团公司、安联集团公司、瑞士再保险公司、英国伦敦劳合社、汉诺威再保险公司等超过60家海内外专业再保险公司建立了长期合作关系。

个险代理人

我们个险代理人的主体是寿险销售人员，人员总计达35.6万名。对于这支创造强大利润额的队伍，我们对其制定了一系列的制度和措施保障他们的权益：制定了以基本法为核心的基础管理制度，规范对代理人队伍的招募入司、职责、从业守则、日常管理、品质管理等事项，根据公司发展打造一支专业规范的销售队伍；我们通过建立科学的佣金和福利保障制度，为代理人队伍提供合适的待遇，给予充分的福利保障，提升代理人队伍收入和持续发展动力；我们通过建立专业的业务考核以及营销组织架构等体系，给予代理人队伍明确的生涯规划和充分的发展空间；我们通过建立专业的培训体系，提供优质的服务，制定各类激励计划，开展各类营销活动，提供各类展业工具支持，为业务队伍的个人技能提升、主顾开拓、展业和日常事务处理等方面提供强大的支持平台；我们通过晨会、培训、宣讲等方式，对代理人进行沟通和渗透，使之理解并且深刻认同我们的企业文化，使之成为自身的一部分。

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

伙伴银行

我们这里说的伙伴银行特指银行保险。

以产险为例，与全国各国有银行、商业银行、股份银行和外资银行均有业务往来，建立了非常广泛的合作关系，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。

为了方便银保业务的开发和拓展，我们与各大主要银行合作，成功开发了银保通系统，实现了在银行网点直接出具保单，使平安和银行之间和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。

我们每个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，制定专门的银保业务管理办法，规范了银保合作业务，从而不断促进业务的积极发展。

我们在与银行的合作中，不断创新，研发适合在银行渠道销售的专业银保产品，如期缴家财险等险种，均为专门为银行渠道所设计，为银保合作的不断发展创造了良好的平台基础。

定点医院

以寿险为例，截止至2008年12月份，我们已在全国与1954家定点医院建立了良好的合作关系，为客户提供安全、高性价比的医疗服务。

为了与医院建立良好的合作关系，我们开发了国内领先的医院品质监控系统，制订了完善的定点医院管理流程，在各地配置了医务主任和医院管理岗负责定点医院的合作。

每个分公司可以通过医院品质监控系统对医院进行了详尽的医疗费用和疾病信息分析，然后有针对性地对医院进行现场和远程的医疗质量审计。

供应商

在供应商方面，主要通过我们的物业公司采购中心管理单元物料采购部与其建立良好的战略合作关系，通过推动和促进双向交流，共同提高绩效，以满足我们的战略发展需要，实现互惠互利、共同发展。

合作伙伴

我们做得怎样？

2008年成果

再保险公司

2008年寿险与中国人寿再保险股份有限公司、科隆再保险公司、瑞士再保险公司、慕尼黑再保险公司等再保险公司进行了合作；产险与中国财产再保险股份有限公司、安联集团、Everest Re、瑞士再保险公司、汉诺威再保险公司等再保公司进行了合作。

伙伴银行

2008年产险全国性伙伴银行数量为9家。

定点医院

2008年寿险定点医院有1954家；产险定点医院487家；养老险定点医院约2000家。

个险代理人

2008年寿险个险代理人流失率为6.5%，持证上岗率接近100%。

供应商

供应商管理系统方面我们主要涉及印刷品供应商和IT设备供应商，根据我们业务的发展变化，供应商的产品质量和服务水平，我们对供应商进行分类，分为：年度指定供应商，专项供应商，临时供应商。



我们的合作伙伴之一——瑞士再保险公司

合作伙伴

2009年目标

2009年,我们将密切关注中国经济转型和国家医疗改革带来的健康险发展的历史机遇,研究国际先进的医疗信息管理系统,按照国际标准的医疗信息采集和医学编码方法,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;启动对内外部客户进行满意度的调查,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;我们也正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。

在伙伴银行方面产险计划成立专门的银行保险部,对银行渠道业务进行专门管理和推动;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;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;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。



我们的合作伙伴之一——中国银行

社会认可

2008年12月

2008年12月，我们获得由国际知名投资者关系刊物IR Magazine主办的中国大陆投资者关系奖项中的大市值、非国有企业组别的最佳企业管治等四项大奖，并成为入选企业中唯一的保险金融集团。

2008年12月，我们因持续不断地推进商业模式创新以及提升管理质量，在由著名财经杂志《财富》中文版与全球四大管理咨询公司之一合益集团共同评选的2008最受赞赏中国公司评选中，同时入选了最受赞赏的中国公司全明星榜和保险行业榜，并成为入选前25强的唯一保险金融集团。这是我们继2006年后，再次得到该榜单的垂青。

2008年12月，我们在由国际著名财经杂志《欧洲货币》推出的年度亚洲最佳管理公司排名中，再获亚洲最佳管理保险公司奖。

2008年12月，我们凭借在企业公益领域的创新与坚持，在第5届中国最佳企业公民评选中获得2008年度最佳企业公益模式创新大奖。

2008年12月，凭借在慈善领域的“深耕细作”，我们再次获颁“中华慈善奖”，荣膺最具爱心内资企业称号，并成为排名最前的保险集团和非国有企业。

2008年11月

2008年11月，旨在挖掘领先企业实战经验的“中国最佳领导力培养企业”十强出炉，我们凭借对战略实施、业务发展与领导人培养的良好整合，成为入选十强的唯一综合金融集团。

2008年11月，我们以优良的业绩、良好的社会形象和社会责任感获得了第四届中国证券市场年会颁发的蓝筹上市公司奖项——“金鼎奖”，是保险行业唯一一家获奖企业。

2008年10月

2008年10月，在国际知名财经刊物《财资》（“The Asset Magazine”）杂志组织的3A公司治理奖项（Triple A Corporate Governance Awards）年度评选中，我们再度荣获“中国最佳治理公司”奖。

2008年10月，国内知名人力资源服务商前程无忧发布“2008中国最佳人力资源典范企业”榜单。作为国内唯一入选榜单的综合金融集团，我们继早前入选“中国最佳人力资源典范企业”后，再获“最佳招聘管理典范”、“最佳绩效管理典范”和“最佳企业培训典范”三个单项大奖，与壳牌中国、上海通用汽车一道成为获奖数最多的企业。

2008年10月，我们以成立20年来，对深圳人生活方式和生活品质改变的贡献，获得由深圳广电集团颁发的三十年“最具影响力金融功勋品牌”称号。

2008年9月

2008年9月，我们凭借卓越的品牌实力荣获第三届亚洲品牌盛典颁发的“中国十大最受尊敬品牌”，并蝉联“亚洲品牌500强”称号。

2008年9月，我们在由证券时报社主办、山西证券协办的“首届中国金融机构CIO年会暨第九届中国优秀财经证券网站”评选中，荣获“中国优秀财经证券网站十佳管理团队以及综合大奖保险类第一名”。

2008年8月

2008年8月，著名商业杂志《福布斯》中文版发布针对中国大型非国有企业的2008“中国顶尖企业榜”，我们首次上榜即荣列第一。

2008年7月

2008年7月,《财富》“世界500强”排行榜公布,我们以2007年180亿美元的营业收入,首次进入全球500强,位列第462位,并成为入选该榜单的中国非国有企业第一名。

2008年6月

2008年6月,我们凭借国际化标准、专业透明的治理特色成功蝉联由亚洲著名杂志《Corporate Governance Asia》主办的亚洲公司治理2008年度杰出表现奖。

2008年6月,平安养老保险股份有限公司获得由《21世纪经济报道》主办的2007年度金融理财产品评选中企业年金领域的最高荣誉“最佳企业年金管理机构奖”。

2008年6月,《2008年中国上市公司100强公司治理评价》报告出炉,在100家入选企业中我们排名第一。

2008年6月,在由《经济观察报》主办的2007中国最佳保险公司评选中,我们一举夺得中国最佳人寿保险公司、中国最佳投资管理保险公司、中国最佳保险公司企业文化三项大奖。

2008年4月

2008年4月,在由经济观察报社与北京大学管理案例研究中心主办的第七届“中国最受尊敬企业”评选中,我们自奖项创设以来七度蝉联“中国最受尊敬企业”荣誉。

2008年4月,在由中国民政部指导,中国社会工作协会主办的2008中国慈善排行榜中,我们以2007年9811万元的高额捐赠以及在教育、助学方面的多项成就,荣膺“2008年度中国十大慈善企业称号”。这是我们首次在国内获得“慈善企业”的称号。

2008年4月,平安银行信用卡客户服务部再次在“中国最佳呼叫中心及CRM年度系列奖项”评选中,荣获“2008中国最佳呼叫中心”称号。这是该部继去年9月荣膺“2007年中国最佳呼叫中心”称号后,再次获此殊荣。

2008年4月,我们凭借卓越的品牌声誉、多元化的综合金融产品及持续创新的服务,在国际著名金融杂志《欧洲货币》全球保险业调查中,作为上榜的唯一一家亚洲保险公司,当选“中国最佳保险公司”和“最佳理赔及定价保险公司”。这也是自2006年来连续两年入选《欧洲货币》“亚洲最佳管理保险公司”后,全球保险业对我们的再次认可。

2008年4月,我们凭借国际化标准、专业完善的公司治理及规范、高效的董事会运作,在第四届中国上市公司董事会“金圆桌奖”评选中名列前十,获颁“最佳董事会”殊荣,显示我们先进的公司治理模式与运作再受专业认可。

2008年4月,我们凭借优异的经营业绩、强劲的利润增长再次进入《福布斯》全球上市公司2000强较去年猛进147席名列第293位。在151家上榜的中国企业中,排名第9,蝉联非国有企业第一名。同时,在全球102家上榜保险公司中,较去年前进8席位居第28位。

2008年1月

2008年1月,在由《中国新闻周刊》和中国红十字基金会联合主办的“2007最具责任感企业”评选中,我们再次荣膺“最具责任感企业”。

2008年1月,我们在国内唯一将公众综合评价引入企业评价领域的“最佳企业公众形象奖”评选中,荣获“2007最佳企业公众形象奖”,并凭借在投资者关系管理领域的优异表现,被授予“2007最佳投资者关系年度企业”荣誉称号。

2008年1月,国际著名财经杂志《欧洲货币》(Euromoney)公布2007年度亚洲最佳管理公司排名,我们荣获中国最佳管理保险公司奖。

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从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。	N/A
	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。	NR
	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要影响。	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。	NR
	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。	F
	EN17	按重量计的有关非直接温室气体排放量。	F
	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。	P
	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。	NR
	EN21	按质量和目的地计的总排水量。	NR
	EN22	按类型和处置方法计的废弃物总重量。	NR
	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
	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。	NR
	EN30	按类型计的环保总开支和总投资。	P
劳工 措施及 合理工 作指标	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、误工率、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。	P
	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退职事宜的计划。	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
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
	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
	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
	HR4	发生歧视事件的总次数及采取的措施。	F
	HR5	被确认为可能会行使结社自由和集体谈判权面临高度风险的经营活动、及为支持这些权利所采取的措施。	F
	HR6	被确认具有可能使用童工事件高度风险的经营活动、及为消除童工所采取的措施。	F
	HR7	被确认具有强制与强迫劳动事件高度风险的经营活动及为消除强制和强迫劳动所采取的措施。	F
	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
	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
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。	P
	SO2	已作腐败风险分析的业务单位的总数及百分比。	P
	SO3	已接受机构的反腐败政策及程序培训的雇员的百分比。	F
	SO4	回应腐败个案所采取的行动。	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
	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
	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
	SO8	因违反法规处巨额罚款的总和及非罚款惩处的总次数。	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。	P
	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
	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，包括客户满意程度调查的结果。	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

GRI	ID	指标描述	披露情况
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
	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
	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款罚款的总额。	P
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
	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。	P
	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。	NR
	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。	P
	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
	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。	P
	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。	NR
	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。	NR
	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。	NR
	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。	NR
	FS11	根据正面及负面的环境或社会筛查，得出的资产百分比。	NR
	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。	NR
	FS13	按照类别在人口稀疏或经济欠发达地区的接入点。	P
	FS14	使更多弱势群体享受受到FS的倡议。	NR
	FS15	对于FS及产品进行公正的设计及销售的政策。	NR
	FS16	根据不同受益人类型，提高金融基本认识的倡议。	NR

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

2006 – 2008中国平安经济绩效表

单位：人民币百万元

	2008年	2007年	2006年
营业成本	142,110	148,096	100,208
支付的工薪总额	5,587	6,212	3,302
支付的福利总额	1,033	1,147	906
缴税总额	5,416	5,144	1,983
全面摊薄资产收益率	0.8%	14.1%	16.2%

	2008年	2007年	2006年
集团偿付能力充足率	308.0%	486.7%	N/A
寿险理赔金额	19,723	16,083	9,504

员工

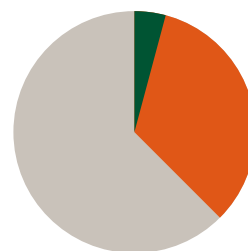
员工人数及多样性

单位：人

时间	员工总数	正式	非正式	内勤	外勤	数据范围
2006	52721	49633	3088	32592	20129	全系统
2007	66325	62336	3989	43713	22612	全系统
2008	82808	79476	5632	54810	30298	全系统

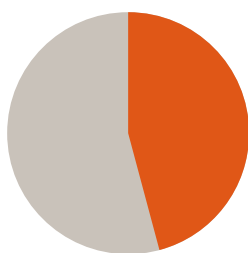
按年龄比例

■ 30岁以下	60%
■ 30 – 50岁	37%
■ 50岁以上	3%



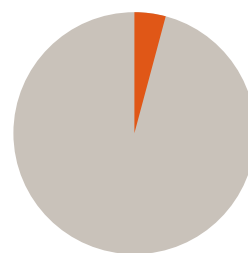
按性别比例

■ 男性	54%
■ 女性	46%



按民族比例

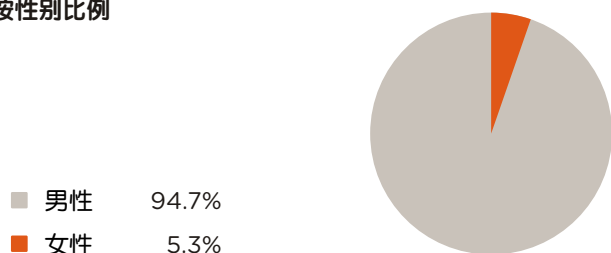
■ 汉族	96%
■ 少数民族	4%



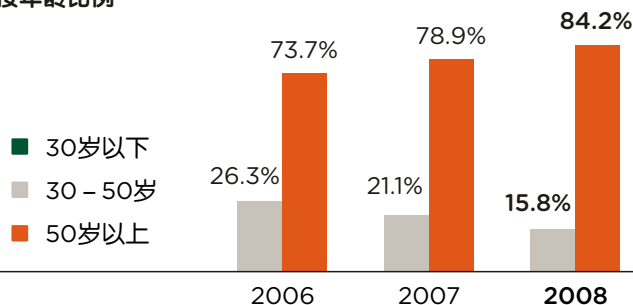
三大管理委员会人员结构比例

董事会

按性别比例

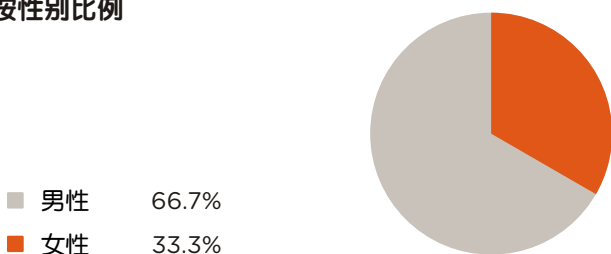


按年龄比例

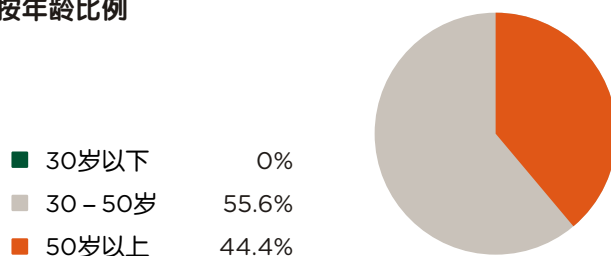


监事会

按性别比例

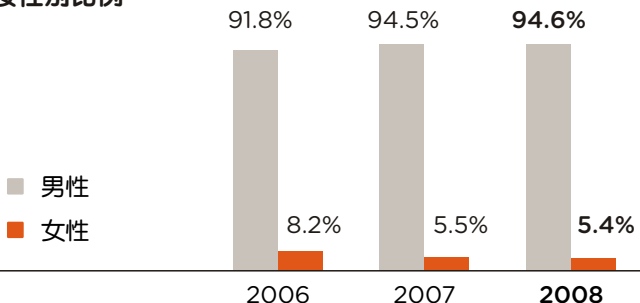


按年龄比例

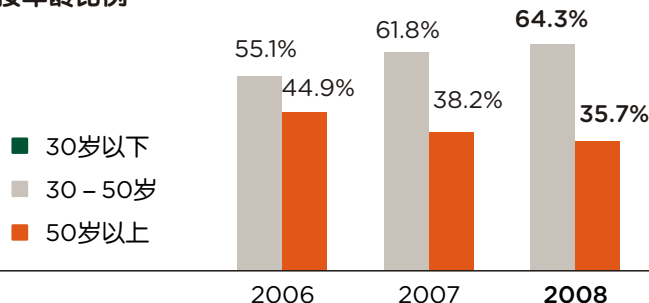


执行委员会

按性别比例



按年龄比例



内勤员工流动情况

单位：人

	2008年	2007年	2006年
女性	6051	3634	2625
男性	6014	4382	3326
流动总数	12065	8016	5951

单位：人

时间	20岁以下	21-30岁	31-40岁	41-50岁	51-60岁
2006年	67	3374	1958	481	71
2007年	84	5078	2192	583	79
2008年	278	8470	2514	692	111

数据范围：全系统（其中有部分公司因各种原因数据不齐全）；因系统不够完善，因此无法对流动原因作出说明。未来我们将完善管理系统。

指标附录

全职员工福利情况

时间	内勤全职	临时工	数据范围
2006年	各单位均有如下项目： 五险一金、综合保障、 过节费、年休假、补充 养老等	临时工没有补 充养老，部分 项目标准有所 降低	全系统
2007年			
2008年			

通报重大业务变化的最短通知期

时间	内勤全职	数据范围
2006年	—	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
2008年		

职业卫生与安全数据

公司	2008年		2007年		2006年	
	工伤率	误工费	工伤率	误工费	工伤率	误工费
集团	0.00087%	0.09614%	0	0	0	0
寿险	0.00021%	0.01067%	0.00016%	0.00933%	0.00027%	0.01891%
产险	0.02737%	0.04046%	0.00025%	0.01582%	0.00017%	0.02816%
养老险	0.00080%	0.01934%	0.00007%	0.01643%	无法提供	无法提供
信托	0.00094%	0.08477%	0	0	0	0
证券	0	0	0.00023%	0.01117%	0	0
资产	0	0	0	0	0	0
物业	0.00158%	0.05381%	0.00098%	0.00784%	0.00054%	0.00054%
平安科技	0	0	—	—	—	—
数据科技	0.00012%	0.00225%	—	—	—	—
新渠道	0	0	—	—	—	—
银行	0.00016%	0.00820%	0.00015%	0.00146%	—	—
信保	0	0	0	0	—	—
财富通	0	0	—	—	—	—
健康险	0	0	0	0	0	0

单位：人

	2008年	2007年	2006年	数据范围
职业病率	0	0	0	全系统
缺勤率	0.0166%	0.0207%	0.0120%	
死亡人数	19人	16人	16人	

说明：

死亡人数的数据来自“综合保障计划”索赔的员工死亡人数。（包括各种原因导致的死亡）

加班制度及费用

时间	费用	数据范围
2006年	发生加班费2500余万 占人力成本不到1%	全系统
2007年	发生加班费1700余万 占人力成本不到1%	全系统
2008年	发生加班费不到1000万 占人力成本不到1%	全系统

说明：

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。

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
2006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
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

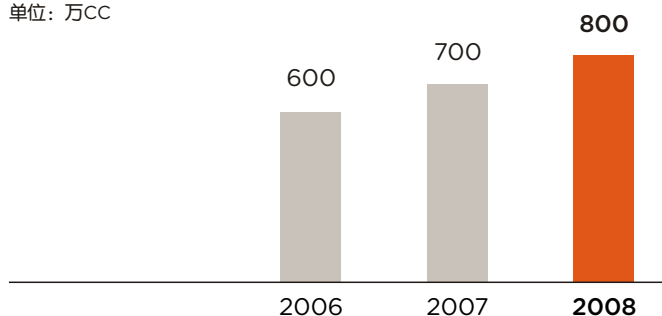
社会

E服务模式变化数据

时间	提供E服务保全应用	E服务客户人数
2006年	0	0
2007年	提供5项保全应用。实际服务业务量占保全服务总量的0.04%	6万
2008年	提供17项保全应用。实际服务业务量占保全服务总量的2.88%	137万

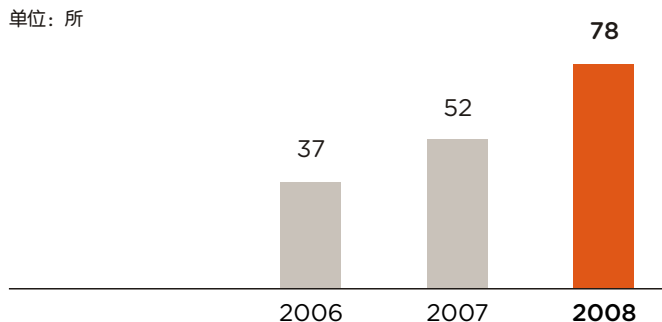
员工参与无偿献血量

单位：万CC



援建希望小学数量

单位：所



说明：以上学校数据包括规划数量

第三方审验声明

DNV挪威船级社审验声明



中国平安2008企业社会责任报告

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”）的委托对《中国平安 2008 企业社会责任报告》（以下简称《报告》）进行独立审验。

《报告》是中国平安在连续五年发布企业公民报告的基础上首次公开发布的企业社会责任年度报告，并邀请第三方机构进行独立审验。

审验范围

DNV 的工作范围是对《报告》中所披露的关键信息、数据及其管理支持系统进行原则符合性审验。

审验的局限性

- 审验的现场为位于深圳的中国平安总部，没有访问中国平安的其他现场和外部利益相关方。
- 审验不包括《报告》中披露的绩效指标的准确性评价。

审验方法

本次审验的时间为 2009 年 3 月。审验的策划和执行依据《DNV 可持续性发展报告审验标准》(VeriSustain)进行。

参考《AA1000 审验标准》(2008) 和 GRI(G3)的要求进行原则符合性评价，包括包容性、实质性、回应性、完整性、可比性、可靠性、中立性原则。

为了得出审验结论，DNV进行了下列工作

- 通过相关媒体收集与中国平安有关的公开信息；
- 使用《DNV 可持续发展报告审验标准》(VeriSustain)对中国平安企业社会责任实质性风险进行评估及排序，以辨识审验的关键点；

- 与中国平安高层管理人员进行访谈，以便了解中国平安的可持续发展战略内容和对社会的承诺；
- 与中国平安相关部门的代表进行访谈，以便了解中国平安的可持续发展政策和管理流程，及其执行的情况；
- 通过现场对资料查验和数据追溯，以便了解中国平安《报告》中相关数据统计和报告的方法；
- 对比了中国平安历年企业公民报告，以便了解企业社会责任绩效的变化趋势。

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，DNV未发现任何不真实的系统性的或实质性的陈述。

在审验过程中，DNV也辨识出了一些中国平安在可持续发展方面的可改进事项，这些改进建议将在报送中国平安的审验报告中予以描述。

包容性

《报告》承诺了中国平安负责任的对待利益相关方，保证其共同参与企业社会责任相关问题的识别，并寻求解决方案。宜进一步完善利益相关方参与的政策、流程及其关注的核心问题筛选机制，以统筹和平衡各利益相关方的期望。

实质性

《报告》披露的中国平安企业社会责任绩效信息，考虑了对主要利益相关方的影响。宜基于金融行业特点细化实质性问题判定的原则和标准，并实施动态管理，以更多量化的方式来表达实质性问题的管理状态。

DNV挪威船级社审验声明



中国平安2008企业社会责任报告

回应性

《报告》通过阐述中国平安的使命、价值观、目标、行动及结果系统地回应了利益相关方关注的主要核心问题，并规划了未来的企业社会责任行动。期望中国平安能通过战略规划、能力建设更加系统的披露企业社会责任绩效。

可靠性

《报告》中披露的中国平安社会责任绩效信息具有相应的采集流程，由专门的管理部门通过管理支持系统和人工报告系统进行信息的搜集、集成和整理，信息系统可靠。但是根据双方约定，未对绩效信息的准确性进行验证。

完整性

《报告》中披露了2008年报告期内的关键企业社会责任事件和绩效，覆盖了中国平安总部及下属的各级机构。同GRI G3相比，宜重点改善战略与概况类指标、社会类指标（产品责任：如在产品营销活动中的风险管理）和GRI金融业补充指标（如在金融产品中关注对环境、社会的影响）。

中立性

《报告》中所披露的信息是不含偏见的，能够通过总结自身的不足为将来的改进提供明确的方向，均衡地反映了企业社会责任管理绩效。

可比性

《报告》中披露的中国平安企业社会责任绩效指标，与历年的数据进行了比较，能够看出企业社会责任绩效的纵向发展趋势。宜进一步加强与同业的横向比较。

我们确信中国平安会持续完善企业社会责任管理体系，不断提升企业社会责任报告的整体质量。

独立性声明

DNV通过审验人员管理程序及以下原则确保参加中国平安《报告》审验的项目组成员和审验的独立性：

- 审验人员工作的独立性；
- 对被审验单位的商业和敏感信息保密；
- 审验人员和被审验机构没有利益关联。

DNV对任何第三方根据此报告审验声明，做出的无论是在投资还是其他方面的决策不负有责任或义务。

徐帅军

徐帅军
副总裁
DNV挪威船级社
2009年3月

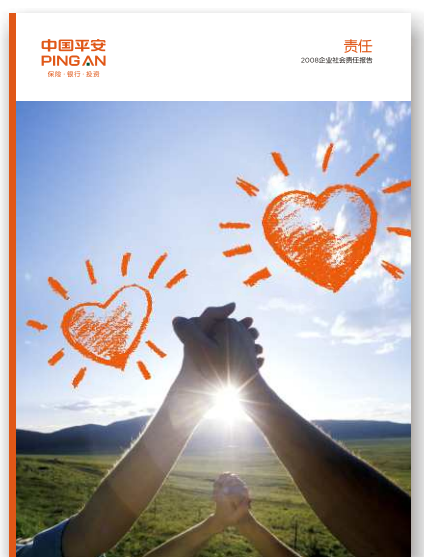
王学柱

王学柱
中国区CSR服务经理
DNV挪威船级社
2009年3月

张峻

张峻
审验组组长
DNV挪威船级社
2009年3月

联系我们



中国平安2008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

中国平安保险（集团）股份有限公司

深圳市福田区福华路星河发展中心大厦 邮编 518048

全国统一总机 400 8866 338

全国服务热线：寿险 95511 产险 95512 银行 400 669 9999
www.pingan.com