



# 关于本报告

《中国平安2016企业社会责任报告》回顾了中国平安自成立以来以来的企业社会责任（以下简称“CSR”）发展脉络，并阐述了2016年1月1日至2016年12月31日期间所承担的企业社会责任具体实践工作。关于本报告的披露内容，说明如下：

## （一）报告范围

**报告的组织范围：**本报告以中国平安保险（集团）股份有限公司为主体，涵盖平安旗下各专业公司机构。

**报告的时间范围：**2016年1月1日至2016年12月31日。

**报告的发布周期：**本报告为年度报告。

## （二）报告编制原则

本报告根据香港联合交易所《环境、社会及管治报告指标》编制，同时参照全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告指南》G4及其金融行业补充指引为信息披露的指导性原则，并使用独立的《AA1000原则标准（2008）》来确保报告的包含性、回应性、实质性。

## （三）报告数据说明

报告中的财务数据摘自《中国平安2016年年度报告》，该财务报告经普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）独立审计。其他数据来自公司内部系统或人工整理。本报告中所涉及货币种类及金额，如无特殊说明，均以人民币为计量单位。

## （四）报告保证方式

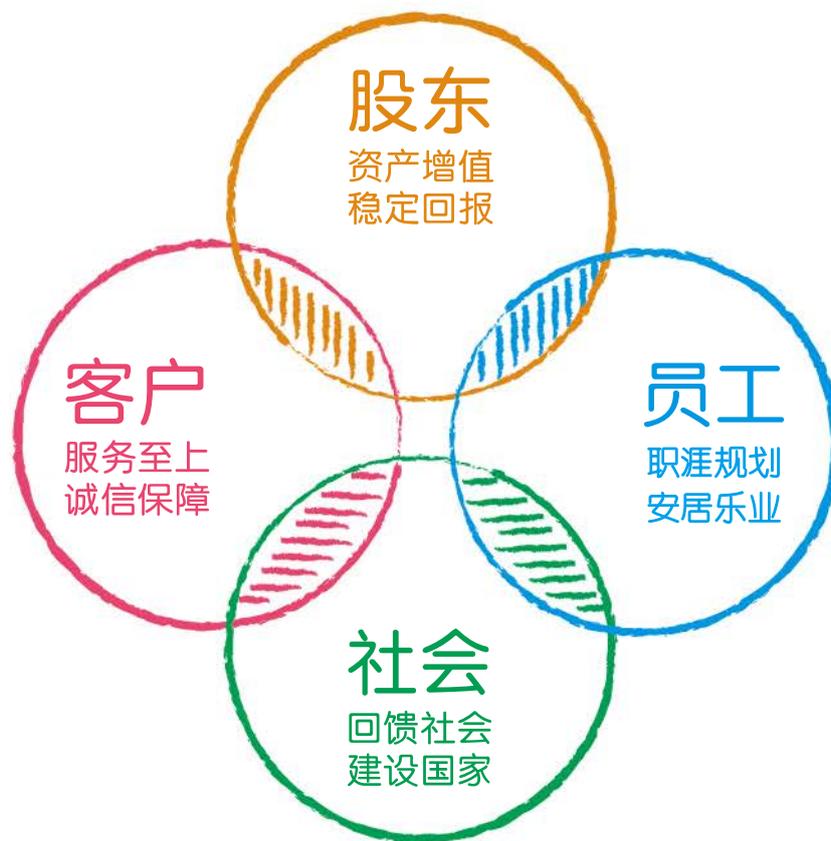
本报告披露的所有内容和数据已经中国平安保险（集团）股份有限公司董事会审议通过。同时，德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）按照《国际鉴证业务准则第3000号：历史财务信息审计或审核以外的鉴证业务》（“ISAE3000”）的要求对本报告进行了独立第三方鉴证。

## （五）报告发布形式

报告以印刷版和网络版两种形式发布。网络版可在本公司网站[www.pingan.cn](http://www.pingan.cn)查阅。

# 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。



# 目录

- 01 企业使命
- 03 公司概况
- 04 董事长致辞
- 08 利益相关方感言
- 12 战略与责任
- 16 目标与实践

## 股东

- 24 进展
- 30 展望

## 客户

- 34 进展
- 50 展望

## 员工

- 54 进展
- 62 展望

## 社会 与环境

- 66 进展
- 78 展望

## 合作 伙伴

- 82 进展
- 88 展望

- 90 社会认可
- 92 第三方审验声明
- 94 指标对照表
- 98 指标附录

# 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”）于1988年诞生于深圳蛇口，是中国第一家股份制保险企业，至今已发展成为融保险、银行、投资三大主营业务为一体、核心金融与互联网金融业务并行发展的个人金融生活服务集团之一。公司为香港联合交易所主板及上海证券交易所两地上市公司，股票代码分别为2318和601318。

中国平安致力于成为国际领先的个人金融生活服务提供商，坚持“科技引领金融，金融服务生活”的理念，通过“综合金融+互联网”和“互联网+金融与生活”两个模式，聚焦“大金融资产”和“大医疗健康”两大产业，围绕保险、银行、资产管理、互联网金融四大板块，为客户创造“专业，让生活更简单”的品牌体验，获得持续的利润增长，向股东提供长期稳定的价值回报。在用户、客户及迁徙方面，持续以客户为中心，为客户提供完善的金融服务，以实现“一个客户、一个账户、多个产品、一站式服务”为目标，积极推进用户、客户间的迁徙。核心金融业务方面，向客户提供专业的一站式金融服务，并利用互联网升级综合金融模式，扩大服务范围，提升服务效率和体验。在互联网金融业务方面，围绕用户的“医、食、住、行、玩”需求，不断完善线上平台，提供多种服务和产品，将金融嵌入线上生活服务。

中国平安拥有111万名寿险销售人员和约31.86万名正式雇员。截至2016年12月31日，集团总资产约5.58万亿元，归属母公司股东权益为3834.49亿元。从保费收入来衡量，平安寿险为中国第二大寿险公司，平安产险为中国第二大产险公司。

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。公司一直遵循对股东、客户、员工、社会和合作伙伴负责的企业使命和治理原则，在一致的战略、统一的品牌和文化基础上，确保集团整体朝着共同的目标前进。通过

建立完备的职能体系，清晰的发展战略，领先的全面风险管理体系，真实、准确、完整、及时、公平对等的信息披露制度，积极、热情、高效的投资者关系服务理念，为中国平安持续稳定的发展提供保障。

中国平安秉承“专业创造价值”的文化理念，在为股东、员工、客户创造价值的同时，也积极履行企业的社会责任，追求与各利益相关方的合作双赢，共同进步，在教育公益、环境保护、重大灾难救助及扶贫等公益事业中持续投入，深耕发展。公司因此获得广泛的社会褒奖：连续十五年获评“中国最受尊敬企业”称号，连续九年荣获“最具责任感企业”赞誉；在上市公司社会责任报告评级中，平安企业社会责任报告连续五年夺得第一；参评CSR中国教育奖，获得“最佳可持续发展奖”。在2016年《福布斯》“全球上市公司2000强”中名列第20位，蝉联中国保险企业第一位；美国《财富》杂志“全球领先企业500强”名列第41位，居中国保险企业第一位。除此之外，在英国华通明略品牌研究机构(Millward Brown&WPP)“BrandZ100最具价值全球品牌”榜单列第57位，位列全球保险品牌第一，“BrandZ最具价值中国品牌100强”位前10，居中国保险品牌第一；在全球最大的品牌咨询公司Interbrand发布的全球品牌100强《FutureBrand Index 2016》居第17位，位列全球金融企业第一品牌，在中国上榜企业中排名第一。

# 董事长致辞

我们这一代，父辈是满目疮痍、一穷二白的旧社会的过来人，我们自己亲历了建国后改革开放带来惊天动地的巨变，而我们的子辈则是在我们过去完全不可想象的繁荣中学习、成长。也许是这种人生经历，让我们大都有了一种渴望、追求民富国强的浓烈情结。民富国强是一种责任，儒家的“穷则独善其身，达则兼济天下”，讲的就是责任。国家经济的腾飞，背后必然有一大批负责任的企业，胼手胝足、戮力奋斗。商之大者，兼济天下。企业逐利是本能，但只是微小的起点。企业的本分，是做大、做强，拥有反哺社会的能力，企业的境界，在于用自身的能力为国家、为民族撑起众安道泰的一片天。

有更强的能力，才能担负起更大的责任。平安是一家有情结的企业。成立近30年来，这种情结驱使我们每日醒来都充满斗志。时至今日，140万平安人夜以继日地埋头苦干，将平安建成《财富》世界50强、《福布斯》全球20强，锻造出一个全球第一保险品牌。来自国际上的认可，让我们在自豪的同时，深深感受到肩负的沉甸甸的责任。落其实者思其树，饮其流者怀其源。早在公司成立之初，我们就提出了平安企业使命的四大责任：对股东负责，资产增值，稳定回报；对员工负责，生涯规划，安居乐业；对客户负责，服务至上，诚信保障；对社会负责，回馈社会，建设国家。回顾平安创立以来的28年，我们无时无刻不紧随时代变革的步伐，大胆创新、勇立潮头、与时俱进。比起当初那家蛇口小小的、只有13名员工的财产险公司，平安的变化真大，但永远不变的，是我们“在竞争中求生存、在创新中求发展”，在发展中始终坚守责任、践行承诺的决心和行动。

平安的使命和责任落在对社会的点滴贡献上。

我们相信，教育可以改变未来。1994年，平安第一所希望小学在安徽六安落成。20多年来，我们在全国31个省份援建了114所希望小学，帮助逾30万乡村儿童接受教育。我们全面投身国家的扶贫攻坚计划，形成了独具平安特色的教育扶贫，通过希望奖学金、校长老师培

训、特色志愿支教、网络电教室、图书捐赠、乡村教师心理培训等众多公益行动，软硬结合，全面提升偏远地区的教育水平，用教育挖“穷根”。

我们坚持，创新带来简单生活。我们通过移动互联、大数据、云服务等新科技、新思维，从社交化、移动化、专业化、场景化切入，把复杂留给自己，让客户的生活更加简单、便捷而有品质。在重大灾难发生时，平安保险代理人和查勘员始终冲在最前方，陪伴在客户和家属身边，用专业和担当，送去“平安”和保障。我们重视对人才的培养，平安金融管理学院的“知鸟”APP上线超7万门课程，不断推进全员移动化学习进程，进一步完善面授及线上课程体系。我们通过“快乐平安”的移动办公平台，让员工使用到快捷、方便的掌上办公环境；我们新启用的深圳平安国际金融中心，为员工创造一个温馨的工作环境。

我们追求，专业创造更多价值。我们聚焦医疗健康管理和金融资产管理两大领域，始终以“专业”为追求，持续稳健提升经营业绩，为股东创造更多价值，同时积极创新与股东、投资者的沟通交流方式，提升公司透明度。截止2016年年末，我们资产规模约5.58万亿元，归属于母公司股东权益为3834.49亿元。在为股东创造价值的同时，我们合并缴纳的税收达到了

611.47亿元，使得我们成为深圳第一，国内领先的纳税大户。

以不息为体，以日新为道。新的一年，随着公司地位、实力的进一步提高，我们履行社会责任的能力及意愿也在进一步提高。我们将继续加大教育扶贫攻坚力度，全面组织、统筹规划、上下动员，持续深入开展以支教为核心的教育扶贫工作。我们成立了中国平安教育公益理事会，统筹公司的教育公益项目，我本人担任该理事会的理事长。我们会在平安金融管理学院下面建立社会公益事业发展研究中心，全面指导、管理社会公益事业发展研究、教学、学术交流等工作。未来，我们将更加聚焦在平安希望小学及平安支教行动上，全面升级支教行动，围绕弥合城乡教育差距的1个核心理念，利用线上和线下2个渠道，通过师资、科技和创新3大战略，提供硬件、技术、组织和奖金4种支持，把平安教育扶贫工作做深、做透、做实，让每个孩子成为最好的自己，让每一个贫困的乡村早日并且持久地脱离贫困。

2017年是平安的服务年，我们期望，通过极致服务与科技创新，我们能为股东持续稳健增值，让股东充满信心；为客户提供更优的服务体验，得到客户信赖；为员工提供更舒适的工作环境，激发员工动力；为合作伙伴创造更多价值，实现互利共赢。我们更期望，社会与环境在我们的积极努力和实践下，得到更大的改善与进步。

功崇惟志，业广惟勤。新的一年，我们在积极追求企业更快更好发展的同时，也一定会把平安的企业使命牢记在心。让我们期待平安领先的世界排名的同时，看到更加扎实有为的企业社会责任的精彩篇章。



中国平安保险（集团）股份有限公司

董事长兼首席执行官



# 平安在你身边

2016年，我们依然以专业为追求，让平安在股东、在客户、在员工、在社会、在合作伙伴的身边。

2016年，我们跻身世界50强。企业越强大，责任越厚重。我们过去取得的所有成绩，离不开各利益相关方的支持和帮助。因此，我们将股东、客户、员工、社会和合作伙伴视为公司宝贵的财富，我们应该付出更多去回馈社会、回馈公众、回馈利益相关方。所以，我们追求极致而专业的暖心服务，努力让各利益相关方感知到平安的温度。

世界  
50强

## 平安在你身边

我们积极做好投资者关系的沟通，持续提升公司经营业绩

## 平安在你身边

我们坚持极致服务、科技创新，把复杂留给自己，让客户的生活更加简单、便捷而有品质

## 平安在你身边

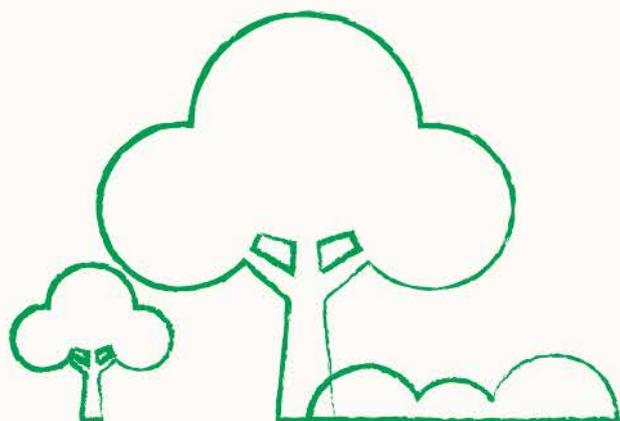
我们为员工安居乐业提供保障，关注员工的成长

## 平安在你身边

我们坚守承诺，积极践行社会责任，用教育改变未来

## 平安在你身边

我们重视与合作伙伴的互利共赢、共同成长





## 平安在你身边

不仅仅是一个理念  
它将成为平安的基因  
融入每一位平安人的日常工作中

# 利益相关方感言



## 股东

深业集团2003年参股中国平安，作为长期战略股东，我们见证了中国平安的快速发展，也在过去十几年的时间获得了投资资产的大幅度增值及稳定的现金分红回报。中国平安长期以来始终秉承对股东负责的治理原则，公司管理层充分听取和采纳股东的意见和建议，公司不断创新发 展，业绩长期保持健康稳健增长。深业集团作为长期战略股东以及我本人作为中国平安的非执行董事，都非常信任并认同中国平安的管理团队，相信平安将朝着既定战略目标稳步前进，实现持续稳健增长，为股东带来更为丰厚的投资回报。



深业集团有限公司副总经理 中国平安非执行董事 刘崇

## 客户



平安车险客户 陕西电台及电视台主持人 秦永翔

在平时主持节目的过程中，常常会遇到发生事故的车主对于保险理赔问题的诸多感慨。而在今年1月我的车发生碰撞事故时，从95511客服发来的短信中可以非常清楚地看到查勘员的轨迹，得知他们正在火速赶来，并一步一步离我越来越近，平复了我的焦虑心情，让我感到特别安心。虽然只是理赔服务中一个小小的细节，却让我亲身感受到平安体贴入微的服务，体会到平安其实时刻就在我们的身边。

我是一位平安人寿的客户，多年来平安给予了我们全家全方位的保险服务，除了各种节日问候、定期的保单检视，还通过“金管家”APP提供全方位的线上服务。不仅如此，还让我有机会参与到平安的公益活动中，2016年10月，我参加了韶关乐昌三溪平安希望学校的支教行动，支教的每一天都是非常愉快的，我和同学们同吃同住，一起学习，一起玩耍，一起唱我教会他们的英文歌《Merry Christmas and Happy New Year》。感谢平安让我有机会参加这么有意义的活动，让我能为公益事业献上一份力量！



平安寿险客户 饶芬

## 员工



平安银行佛山分行万锦支行内控经理 黄文德

平安是我职业生涯的起点，感谢平安给予的平台和机会，为我奠定了坚实的基础。平安的综合金融战略使我们得到更全面的培训和更广阔的发展空间，成为一名支行的内控经理使我掌握更全面的风险防控意识和专业的银行业务知识，为客户提供更专业的金融服务，感恩平安给予我的成长机会。



平安产险北京分公司车险理赔部查勘定损员 魏辰

作为一个入职七年，连续六年参与平安春节护航行动的平安车险定损员，每逢春节值班时，我都深知自己责任重大，因为在路上的每一位客户都迫切希望能早点与家人团圆。我会尽最大努力提高自己的专业技能，为车主提供更快更好的服务，守护在每位客户身边，让他们踏踏实实的过好每一个平安年。



平安金服产险客服中心产险报案线区域报案二区二组组长  
客服坐席 桂培培

2016年9月15日中秋节，福建厦门等地遭遇“莫兰蒂”台风侵袭，日报案量突增至日常的50倍，我们95511电话中心快速响应，第一时间回访已报案的12009位受灾客户，针对事故现场指引客户拍照，并安排救援车辆及时施救。我是当天的晚班值班长，我们仅用10分钟就完成了1万多条回访数据的分配，直至当晚深夜10点，职场内仍旧是回访声音不断。历经2个小时35分钟，我们电话中心完成了1万多通电话回访，并达到75%的接通率。保险，就是给予我们的客户最可靠最贴心的保障，在客户最需要的时候，我们把平安带到了客户身边。

## 社会



河北省邯郸市涉县井店镇三街平安希望小学老师 吕晓娟

我是一名普通的希望小学的老师，每年平安对我们学校都给予了极大的帮助，从支教活动、到学校硬件设备的捐赠，让我们的教学环境得到较好的改善，孩子们特别盼望支教老师的到来。今年12月份，我带领学校两名学生参加了平安为我们开办的足球训练营，活动让我们耳目一新，也受益匪浅，特别是看到孩子们在球场上那种顽强不服输的精神面貌，让我很激动也很欣慰。感谢平安，你们不仅将关爱传递给了我们，也让我们的孩子学会了拼搏，学会了为集体而战。



中国青年发展基金会理事长 王剑

中国平安是一家富有社会责任感、有爱心有担当的企业，是希望工程的重要合作伙伴和坚定支持者。早在1994年，中国平安就支持希望工程在安徽六安顺河建立了第一所希望小学。从那时起到现在，平安已经在全国建立了114所希望小学。同时，还围绕希望小学开展希望奖学金、教师培训、平安支教行动等公益项目。尤其平安支教行动已经开展十年，总支教时长超过20万小时。长达二十多年的坚持，真的是难能可贵，没有几家企业可以做到。平安做公益的风格是一旦做了，就会持续不断地坚持。平安用实际行动向全社会树立了责任担当典范。

## 合作伙伴



平安寿险深圳分公司第二营业部业务总监  
平安人寿代理人 吴晋江

我们营业部成立于1994年7月，是平安人寿的第一批营业部，我1995年3月加盟平安，2000年我晋升为营业部经理。在平安走过了20多个春秋，平安给予了我们全面发展的空间，不仅专业技能得到了极大提升，收入及各项保障也有较大改善，我的职业生涯也开创了一片新天地。在为客户提供保险服务的同时，我们非常热衷于参与公益活动，从2008年开始，我和我的团队以及客户就一直持续参与各项公益活动，并以个人、团队伙伴和客户的资金在广西岑溪河六援建了广西平安仁爱希望小学，每年我们会与学校进行沟通和交流，关注孩子们的成长，并组织业务伙伴、客户赴学校开展帮扶活动。人寿保险本身就是一种商业慈善，“执善心，筑大业”，我们一直在路上。

# 战略与责任

## ▶ 经济效益

较2015年底增长

**17.0%**

基本每股收益为

**3.50元**

总资产约

**5.58万亿元**

## ▶ 客户体验

引入NPS（用户净推荐值）检视客户体验，

全集团NPS值：**30%**

平安产险  
车险理赔获赔率  
**99.85%**

平安寿险  
客户综合满意度  
**93.5%**

## ▶ 互联网金融平台注册客户数

（截至2016年12月31日）

“平安好医生”APP  
用户超过  
**13,000万**

“平安金管家”APP  
用户超  
**9,800万**

金融壹账通  
用户  
**18,673万**



## 社会与环境

首支“教育发展慈善信托计划”  
初始资金

1,007万元

平安希望小学

支教志愿者服务时间

28,665小时

奖学金发放金额

184.85万元

运用科技化服务全年减少碳排放

36,433吨

绿色信贷授信总额

590.35亿元

参与猴年新春让爱回家活动

寿险代理人人数

55万人

## 员工成长

移动学习平台“知鸟”APP

上线课程

71,163门

课件总播放量超过

4,866万余次

福利总额

115.44亿元

薪酬总额

455.42亿元

## 合作伙伴

壹钱包

全年交易规模

28,039亿元

平安健康互联网

签约外部合作医生

6万名

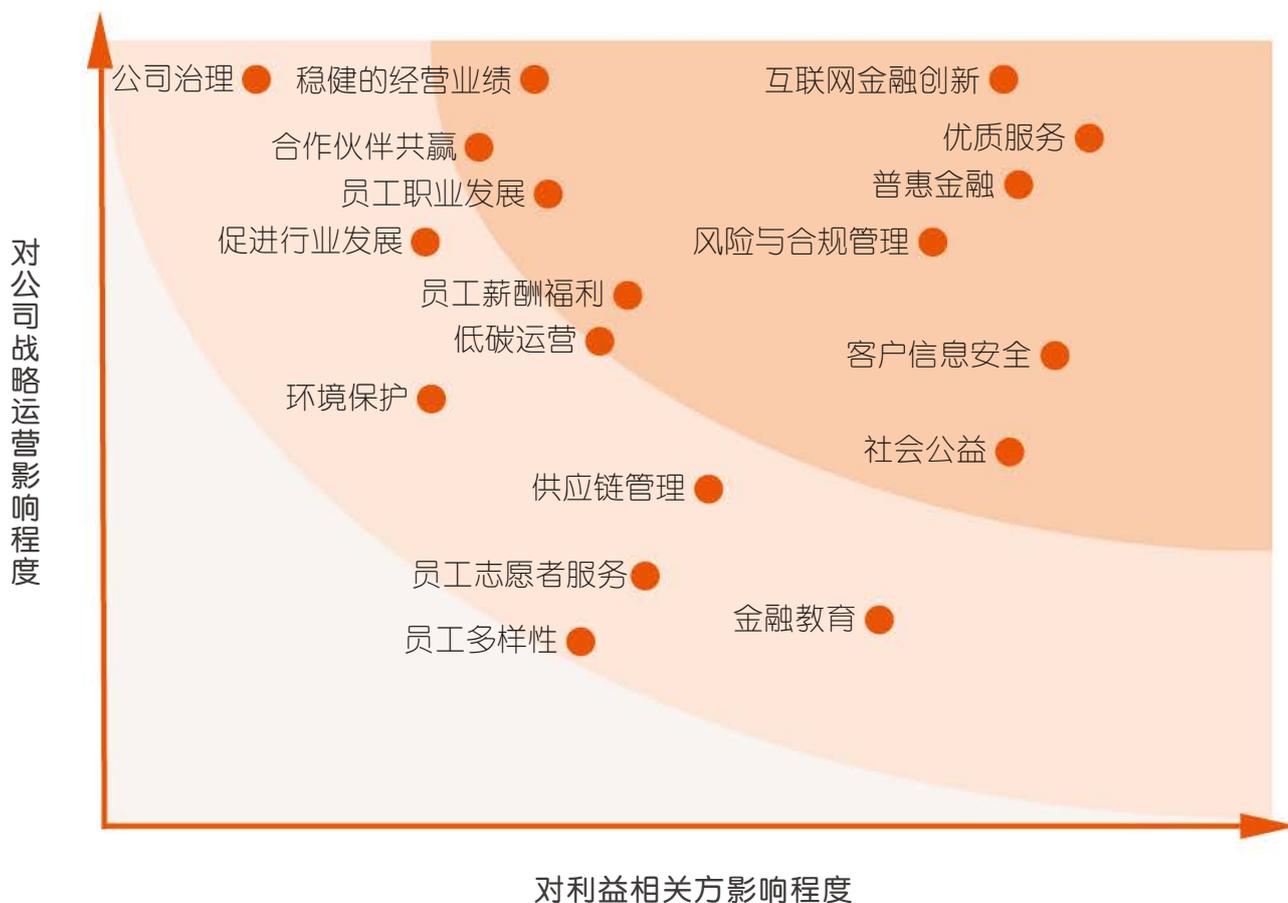
签约三甲名医

5,000名

## 责任议题

### 互联网时代的利益相关方管理

2016年，我们根据香港联合交易所《环境、社会及管治报告指标》（以下简称“指引”）的要求，以及GRIG4中的报告内容确定的相关原则，对公司在本年度的可持续发展议题进行梳理，将利益相关方重点关注的议题，从对公司战略运营影响程度以及对利益相关方影响程度两个方面进行分类、排序与筛选，确定了年度企业社会责任议题。



## 利益相关方的关注与沟通渠道一览

利益相关方	利益相关方的关注	沟通渠道
股东	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 公司业务是否持续稳健提升</li> <li>- 公司治理能力的规范及完善</li> <li>- 是否能有效防范风险及内控</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 召开股东大会</li> <li>- 年度/年中业绩发布会/国内外路演</li> <li>- 日常投行会议/券商策略会</li> <li>- 日常公司调研</li> <li>- 邮件/电话沟通</li> </ul>
客户	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 服务渠道和产品的创新</li> <li>- 是否可以提供便捷、周到的服务体验</li> <li>- 是否提供具有社会效益的金融服务</li> <li>- 金融服务是否能让生活更美好</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 网站、微信、APP等E化渠道</li> <li>- 互联网金融生活平台搭建</li> <li>- 财神节、车主节主题活动</li> <li>- 95511服务热线</li> <li>- 引入 NPS，客户满意度调查</li> <li>- 各系列客户服务节</li> <li>- VIP客户活动</li> <li>- 财富管理和健康管理</li> </ul>
员工	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 健康积极的工作氛围，便捷高效的办公渠道</li> <li>- 合适的薪酬与福利和完善的保障计划</li> <li>- 个人发展平台以及晋升空间</li> <li>- 技能提升培训及简单方便的培训渠道</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- “快乐平安”APP、“财酷”APP、工会职工代表大会</li> <li>- 申诉邮箱、申诉工作小组，廉政信访举报邮箱、举报电话、传真号码</li> <li>- 员工成长互动平台</li> <li>- O2O新型互动学习、“知鸟”移动培训平台及面授培训</li> <li>- 电视晨会、电子内刊、内网、内部邮箱</li> <li>- 绩效管理沟通机制</li> </ul>
社会与环境	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 关注贫困及弱势群体，积极参与社会公益</li> <li>- 运用互联网技术的革新助力减碳环保</li> <li>- 发挥金融杠杆作用促进环境和社会的可持续发展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 互联网平台和公益众筹的进一步运用</li> <li>- 社区服务活动</li> <li>- 内外部志愿者组织</li> <li>- 微博、微信、APP等移动公共平台</li> <li>- 与各类NGO定期拜访、电话会议和邮件往来</li> <li>- 跨界合作及各类资源利用</li> </ul>
合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 代理人队伍建设及能力提升</li> <li>- 提升合作伙伴的经营效率，提高盈利水平</li> <li>- 建立长期、稳定的合作关系</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 优才计划、SAT沟通渠道</li> <li>- 银行同业、医疗、房地产行业的合作，公开、透明、公正的集中采购</li> <li>- 壹钱包合作商圈、陆金所金融资产交易平台</li> <li>- 采购管理系统</li> </ul>

# 目标与实践

## 股东

### 2016年目标

持续提升公司经营业绩，继续做好投资者关系的沟通、维护工作，及时、准确、真实、完整地披露公司各项重大信息，确保所有股东有平等的机会获得信息。

健全集团全面风险管理制度体系并推动实施，持续完善集团风险偏好体系及其运营与维护，改善资产质量，降低经营风险，确保公司稳健经营。

密切关注保监会偿二代关于操作风险管理的监管要求和标准，持续优化操作风险与内控管理体系。同时，健全与持续优化互联网金融合规风险管理体系

支持公司战略，进一步加强投资系列及互联网金融案件风险识别、监测与防控，有效防范案件风险。

### 实现程度

“互联网+金融”模式在全系统展开，经济效益稳健提升。（具体详见《中国平安2016年年度报告》）

按照FSB和IAIS的监管要求，我们全面检视业务及风险变化，专业的全面风险管理体系对风险识别进行了有效管控。建立与业务战略匹配的风险偏好体系，将风险偏好与管理决策和业务发展相联系，促进集团与各子公司的健康经营与发展。

我们立足G-SII监管和偿二代双重监管要求，借鉴国际先进实践经验，积极落实G-SII项目成果运用，持续夯实操作风险与内控基础，建立健全公司操作风险识别、评估、监测、控制/缓释、报告的全面管理体系。在全面管理的基础上，通过出台一系列风险管控指引，加强对共性风险的管控；通过合规检视等措施推动对重点业务特性风险领域的管控。

为应对互联网金融风险，2016年，我们加大互联网金融风险管控，以多种形式进一步提升公众对金融风险的辨识能力，我们的互联网公司全面建立投资者适当性管理体系（KYC2.0），利用大数据技术对投资者风险承受能力进行精准评估，实现投资者风险承受能力与产品风险的精准匹配，将合适的产品卖给合适的人。

# 客户

## 2016年目标

进一步提升NPS，完善业务触点的分析诊断，提高服务品质。

深耕健康医疗产业，“家庭医生+健康管理”服务模式全面升级。

打造一站式新型互联网金融业态，满足客户多样化金融购物需求。

## 实现程度

平安银行完善了客户NPS监测体系，全面布局线上、线下客户监测触点，已对网上银行、口袋银行、营业网点柜面、人工客服等8项重要客户触点进行监测管理，通过建立CEI客户体验提升项目，以项目化的工作方式、闭环式的管理机制推进终端客户服务体验提升。

平安寿险不断完善以NPS为核心的考评监测体系，积极推动28个客户体验提升项目落地。围绕NPS指标，从“产品”、“销售”、“服务”三方面，推动客户体验工作深入持续开展。2016年，寿险NPS值较2015年基准值12%提升9个百分点，提升至21%。

2016年，我们凭借国际领先的医疗管理、健康管理、疾病管理技术，构建了“城市一账通”，为全国20多个省、200多个城市提供医保服务及控费管理、社保帐户管理、健康档案等综合服务。

作为健康医疗服务的平台级入口，平安好医生利用移动互联网平台从预防保健、导医初诊、预约挂号等诊前服务，到复诊随访、康复指导、慢病管理及用药提醒等诊后服务，面向亚健康及疾人群提供一站式解决方案。

平安寿险以健康管理服务为核心，重点向寿险客户覆盖。在“平安金管家”APP开辟了家庭医生、健康测评、健康资讯、健康习惯四大功能为用户提供常态化、定制化的健康顾问服务。

我们搭建全面、开放的金融服务平台，通过“金融一账通”云服务平台为近200家银行和约1500家非银金融机构提供获客、征信、保险、交易、融资、资产交换等各类服务，交易规模超万亿元。同时也为1.5亿个人用户提供账户、财富、信用、生活管理服务。同时，依托大数据云平台，我们为消费金融服务提供信用保障和支持，让金融惠及普罗大众，帮助更多需要帮助的人，帮助更多人实现创业、求学、改善生活。

## 员工

### 2016年目标

丰富EAP活动：关爱员工身心健康，促进员工工作与生活平衡。

优化移动化办公平台，提高员工的工作效率。

优化、完善课程体系，加强精品课程开发：优化及新增学习项目5个，新增案例合集200个，新增优质线上微课5000门，培养中、高级优秀微课讲师410人，新增WEKA企业会员1000个，指导并推动各专业委员会、地区委员会完成年度工作计划，增加WEKA的影响力。我们的“知鸟”用户达到200万（员工+代理人）；平台使用活跃率不低于50%。

提高绩效管理水平和拓宽员工发展通道。

### 实现程度

2016年，继续开展“平安EAP计划”。通过第三方身心健康专业咨询“心情热线”，为全体员工及其家属提供专业、便捷的身心健康管理服务。2016年有效解决员工电话咨询4773例、邮件咨询139例。平安金融管理学院开办压力管理、解码情商与压力等课程，开班140期，参训总人次达3533人次。

持续优化“快乐平安”APP，新增人才地图、外出签到等一系列便捷化服务，更便利员工的使用，进一步提升员工体验。“快乐平安”的总用户数达306468人，满意度为91.82%。“财酷”APP的机票全年流量达5亿，酒店流量达1.3亿，支付报销50万单，报销款超过8亿元，各项指标较上年度均得到大幅提升。

2016年，平安大学优化及新增了鲜橙NEO、管理鹏橙、养老险直销营业部经理晋升养成案例情景演练等3个项目，新增案例合集2351个，新增优质线上微课18016门，培养中、高级优秀微课讲师994人；已促进WEKA成为自运营组织，会员单位通过微信、线下交流拜访持续保持协作关系，体现组织“共享、共建、共创、共赢”核心价值。我们的“知鸟”用户达到224万；平台使用活跃率54%。

实现在移动端开展绩效管理相关工作，方便员工随时随地进行工作沟通与汇报。

## 社会与环境

### 2016年目标

继续推动“互联网+公益”新模式，将传统公益项目引入互联网机制，以带动更多人参与公益活动，持续提升支教参与人数和励志论文提交数量。

进一步搭建公益平台，为员工、客户、代理人及高校年轻人群体开辟不同的公益项目，以契合各个受众群体的公益参与需求，实现人人公益的目标。

拓宽绿色金融业务领域，积极推动创新科技和业务服务的低碳实践，使绿色金融引领行业。

关注热点问题，捕捉社会需求，通过互联网，形成快速响应机制，动员客户和员工快速参与并共同解决社会议题，履行社会责任，回报社会。

### 实现程度

持续探索互联网公益的新模式，关注留守儿童，聚焦教育公益，升级支教行动。有4707人报名参加34所希望小学体育主题支教活动，以互联网众筹方式为希望小学孩子筹集体育器材，并开展了支教冬训营活动；励志计划项目更加注重大学生关注的焦点问题，让高校学生对励志计划平台更加认同，2016年，论文提交数量达760篇。

与各子公司进行公益项目的深度合作，应对热点问题，关注留守儿童、外出劳务工，继续承办“一路平安 让爱回家”众筹公益项目，并包车送千余名外出务工者春节返乡与家人团圆，有55万寿险代理人参与走路筹集里程活动。

推动科技化创新服务，2016年通过34项科技化运用，减少碳排放36,433吨；组织千名孩童参与“青山绿水”大型环保活动，为希望小学捐赠价值近100万元的净水设备。环境污染责任险承保2609笔，保额达52.6亿元；船舶污染责任险承保1508笔，保额达188.3亿元；银行绿色信贷授信总额为590.35亿元，授信余额为223.82亿元，绿色能源业务授信余额为61.2亿元；发行28亿元国内首单可续期绿色债券—北控水务绿色公司债。

为倡导平安车主低碳驾驶，我们利用520节点（5月20日），在产险“好车主”APP承办“爱ta就送ta一棵树”的环保公益主题活动，平安车主用低碳驾驶积分兑换树苗捐种名额，在5月20日当天把树送给心爱的人，向车主用户传递文明驾驶，绿色出行理念，并在青海完成一片万亩平安林的援建，共有3146车主兑换树苗，兑换树苗共计20318棵。

## 合作伙伴

### 2016年目标

全面提升代理人的风险管控水平和业务能力，提高代理人的收入。

完善供应商管理，合理采购。

与合作伙伴实现互利共赢。

促进各行业健康发展。

### 实现程度

发展壮大优才队伍，借助“平安金管家”APP，为队伍开辟“金管家”微店模式，帮助社会大众实现零成本创业，拓展代理人的收入来源，充分释放分享经济红利。

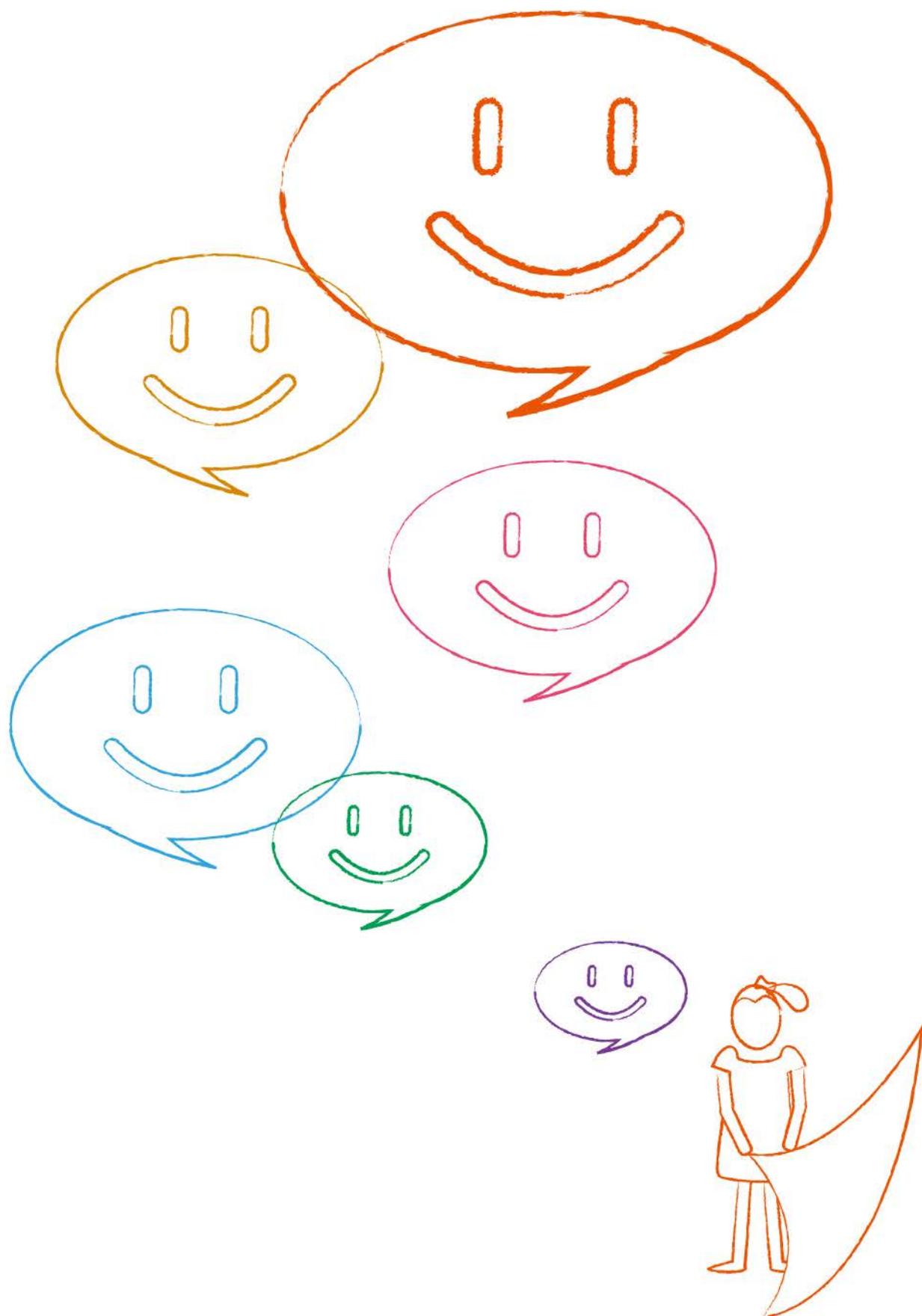
建立各种制度来规范采购行为，严格执行各项采购规章制度，帮助供应商更好的与公司合作，优先就近采购，减少运输环节的能耗，节约率达14.95%。

平安养老险为多地政府医保部门提供异地协查服务，2016年提供5414件异地协查案件，发现违规费用共计408万余元；医疗费用智能审核服务签约168个城市，上线项目146个，覆盖4.8亿人。

壹钱包商城合作商户达144家，合作品牌700个，全年交易规模近3万亿。

健康互联网签约6万名医生，合作诊所超5000家。

陆金所完善P2P业务合规体系，引领P2P行业规范健康发展。平安银行为同业节约交易成本约3900万元，创利2600万元；为新能源汽车产业链打造一体化综合金融服务，为新能源客户审批批复额度超230亿元。



# 股东

资产增值 稳定回报

总资产 (亿元)





## 进展

2016年，我们跻身全球企业50强，市值列居世界金融集团第11位、蝉联世界保险集团首位。这一年，我们不再局限于平安内部的综合金融，而是将“互联网+金融”的发展模式向全行业开放，携手金融同业伙伴，共同利用新科技，打造更加强大的、开放式互联网金融服务平台，稳步持续提升经济效益。我们时刻在你身边，通过业务模式和产品的创新，进一步提升客户体验，持续保持良好的经营业绩，保证股东财富增值；我们与公众保持良好的沟通交流，以创新方式持续公开公司的重要经营数据，我们为做好经营风控，将合规经营和风险管控纳入常态管理，充分识别外部环境不稳定造成的各种风险，运用互联网手段进行风控管理，搭建系统化管理平台，与国际风控管理接轨，合规风控水平保持行业领先。

## 全面提升经济效益

总资产约

**5.58**万亿元

较2015年底增长了

**17.0%**

2016年基本每股收益为

**3.50**元

2016年，中国经济运行平稳，我们以骄人的业绩回报于股东。我们继续以“国际领先的个人金融生活服务提供商”为目标，构建财富、医疗、健康、生活全方位的管理服务平台，持续推动“互联网+金融”发展，通过移动互联网、大数据、云服务等新科技、新思维，从社交化、移动化、专业化、场景化切入，让客户的生活更加简单、更加便捷而有品质，持续为股东创造价值，让平安时刻在你的身边。截至2016年12月31日，我们的总资产约5.58万亿元，较2015年底增长了17.0%，2016年基本每股收益为3.50元，集团总市值在全球上市企业中名列第57位，全球上市金融企业第15位，全球上市保险公司第1位。



上市企业中名列

**第57**位

**全球**

上市金融企业

**第15**位

上市保险公司

**第1**位

## 规范严谨的公司治理

我们严格遵守《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》等相关法律，按照监管部门颁布的相关法规所载的原则，并结合公司实际情况，开展公司治理活动且不断完善公司治理结构。公司股东大会、董事会、监事会及高级管理层按照《公司章程》赋予的职责，履行各自的权利、义务。

我们董事会有17名成员构成，其中执行董事6名、非执行董事5名、独立非执行董事6名。董事会的人数、构成符合监管要求和《公司章程》规定。

### 公司治理结构



我们董事会已成立战略与投资决策委员会、审计与风险管理委员会、薪酬委员会和提名委员会四个专业委员会，各专业委员会中独立董事占大多数，除战略与投资决策委员会的主任由公司董事长兼CEO担任外，其他各专业委员会的主任均由独立董事担任。公司与股东之间实现高效且顺畅的沟通。

我们监事会由5位监事组成，其中外部监事两名，股东代表监事一名，职工代表监事两名。监事会的人数、构成符合监管要求和《公司章程》规定。

### 集团管理层



谢永林先生 / 姚波先生 / 叶素兰女士 / 任汇川先生 / 陈克祥先生 / 马明哲先生 / 李源祥先生 / 孙建一先生 / 曹实凡先生 / 陈心颖女士 / 蔡方方女士

## 案例

12月9日，我们在福建厦门举行了公司策略日活动，首次对平安寿险的价值，以及平安集团个人业务商业模式及经营成果进行了详细阐述。作为创新股东沟通的方式，我们首次采用了网络直播的形式，与投资者聚集的雪球网上平台合作对策略日进行了微信视频+雪球文字的全程直播。网络直播共创下20.6万的观看量，直播结束后仍有2.1万人收看回放，共留存约5681条网友评论，取得了非常积极的效果。



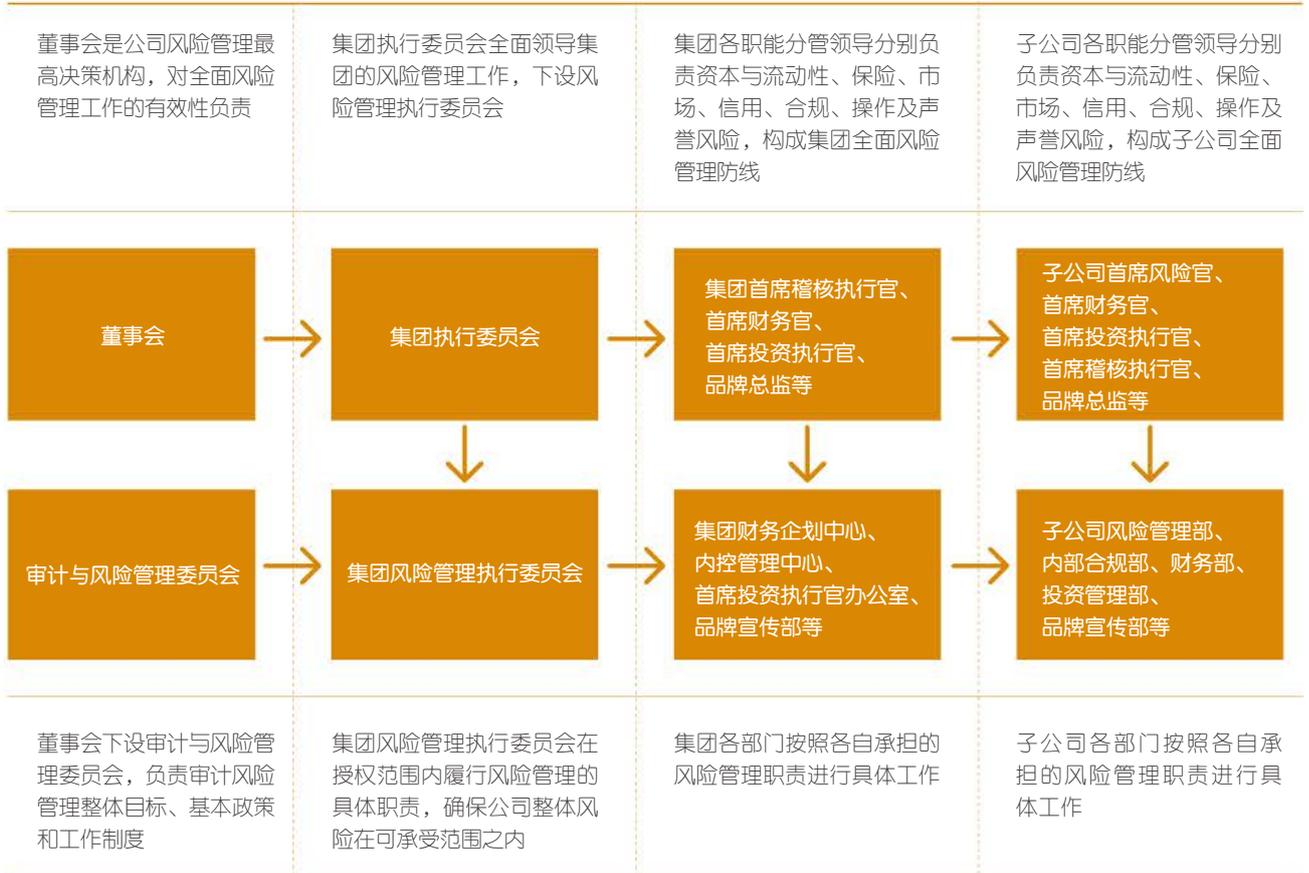
## 完善的风险决策机制

自公司成立以来，我们一直将风险管理视为经营管理活动和业务活动的核心内容之一，稳步建立与集团战略相匹配、并与业务特点相结合的全面风险管理体系，不断完善风险管理组织架构，规范风险管理流程，采取定性和定量相结合的风险管理方法，进行风险的识别、评估和缓释，在风险可控的前提下，促进公司各类业务持续健康发展，为建设成为国际领先的个人金融生活服务提供商的远大目标保驾护航。风险偏好体系是我们整体战略和全面风险管理的核心内容之一，根据公司整体战略布局，考虑各子公司的发展诉求，我们逐步建立与业务战略匹配的风险偏好体系，将风险偏好与管理决策和业务发展相联系，促进集团与各子公司的健康经营与发展。

我们连续两年入选由金融稳定理事会(FSB)和国际保险监督官协会(IAIS)联合公布的全球系统重要性保险机构(G-SII)，在保监会的指导和支持下，我们积极参与国际监管规则的制定，充分反映中国保险市场和金融市场

的客观情况，争取有利于发展中国家的国际监管环境，维护国家和行业利益。2016年，按照FSB和IAIS的监管要求，我们重新评估并更新G-SII系统性风险管理计划(SRMP)、恢复与处置计划含流动性风险管理计划(RRP including LRMP)，结合最新指标数据变化情况，全面检视我们业务及风险变化；经过综合的分析和评估，我们专业的全面风险管理体系对风险进行了有效管控，我们对金融市场的系统性影响有限。同时，我们立足G-SII监管和偿二代双重监管要求，借鉴国际先进行业实践，积极落实G-SII项目成果运用，持续优化完善风控体系及业务规范建设，有效防范风险及潜在传染可能性，为公司综合金融业务发展奠定坚实的风控屏障，尤其为创新业务快速发展保驾护航，同时充分发挥G-SII作为金融市场稳定器的作用，为中国金融业的创新与发展作出更大贡献。

## 风险治理结构



董事会是公司风险管理最高决策机构，对全面风险管理工作的有效性负责。董事会下设审计与风险管理委员会，全面了解公司面临的各项重大风险及其管理状况，监督风险管理体系运行的有效性。



## 持续推进风险管理体系及平台建设

2016年，我们进一步完善集团与子公司法律合规组织架构、政策及管理工作运行机制，集团法律部、合规部整合成立集团法律合规部，资源整合，抓大放小，持续强化法律合规前置管理，有效识别、评估并防范化解法律合规风险，促进集团有效益、可持续、健康发展。持续完善操作风险与内控管理基础，强化执行、建立健全公司操作风险的全面管理体系，优化升级内部控制与操作风险管理系统，加强内控评价工作过程自动管控，提升内控评价工作实效。不断优化关联交易管理体系，加强关联交易识别、审核、公允定价管理，确保关联交易公平公正，推进提升关联交易管理系统化水平，优化关联交易管理平台功能，提升管理成效。强化对集团法律合规共性风险的防控，有效督导子公司完善内控措施及风控长效机制。持续完善诉讼法律事务管理制度，全面提升诉讼案件处理水平，形成统一规范的诉讼管理体系。

同时，我们有序开展年度法律合规内控工作竞赛，并以“知鸟”课件、专题晨会、现场论坛、期刊推送等丰富多样的形式组织开展法律合规宣传月活动，宣导受众涵盖

公司全体员工，全面普及法律合规基础知识，进一步强化员工法律合规意识。

2016年，互联网急速发展形势下，公司知识产权侵权风险、外部违约风险、外部机构假借平安名义虚假宣传风险等进一步提高，为遏制相应态势，我们制定了知识产权管理工作机制，严厉打击假借公司品牌商誉等侵权、犯罪行为，对公司自身对外宣传行为进行检视，宣导强化权利意识，规范使用行为，并在专业公司全面优化知识产权制度建设，明确知识产权无形资产确权保护，提升知识产权保护水平。同时，通过整体提升应诉能力，加强应诉人员队伍建设、强化对诉讼案件的处置等，有效打击外部违约行为，持续提升公司的风险防控能力。此外，我们在既往防范打击假借平安名义虚假宣传措施的基础上，研究制订专项法律合规指引，建立事前、事中、事后全流程管控，为防范虚假宣传及面临名义侵权时提供指导。



## 加强管控互联网金融风险

为应对互联网金融风险，2016年，我们加大互联网金融风险管控，以多种形式进一步提升公众对金融风险的辨识能力，我们的互联网公司全面建立投资者适当性管理体系（KYC2.0），利用大数据技术对投资者风险承受能力进行精准评估，实现投资者风险承受能力与产品风险的精准匹配，将合适的产品卖给合适的人。

平安银行加强对互联网金融重点业务领域的风险排查与管控，仅今年以来就下发了针对电子交易市场等业务的

若干规范性指导意见，并组织了多次检查，努力将风险控制最低的范围。今年国家有关部委和中国人民银行颁布了有关防止电信诈骗和银行账户管理的有关规定，对我们银行相关业务发展提出了新的要求。对此，我们认真执行国家的有关规定，改造升级了相关业务系统，梳理优化了有关业务流程，达到了国家政策法规的要求。

平安普惠公司在审核客户贷款申请时，利用嵌入系统的反欺诈模型-微表情模型，来预测识别客户的情绪，用以

发现是否有金融欺诈行为，以提高风控水平。比如：在与客户视频面谈时，客户开心、不安或者是不清楚，均会获得一定的分值与权重。使用微表情技术可以使负面信息发现率提升4倍，有效识别欺诈风险，当前准确率

已达到85%以上。风控部门未来计划继续优化“微表情”模型，进一步提高“微表情”的准确率。

## 持续优化反洗钱管理

2016年，我们持续优化反洗钱管理体系，强化反洗钱分类分级管理，推进专业子公司尤其是创新类公司、境外分支机构提升反洗钱管控能力；重点推动完善反洗钱内控制度体系，强化全方位、立体化的反洗钱文化培育机制；持续完善全面洗钱风险评估体系，针对性指导专业公司完善各项洗钱风险评估工作配套管控机制；持续优化反洗钱系统功能，进一步落实并巩固异常交易监测

指标建设与优化的长效机制，持续提升异常交易监测的覆盖范围和有效性；优化反恐融资监测及排查机制，完善黑名单数据库和黑名单监测系统的功能；继续深化“三反联动”效能，深入探索大数据技术在反洗钱方面的应用，全面防范洗钱风险。



## 强化推进反腐倡廉

我们一直以来十分注重反舞弊、反腐败、反商业贿赂的相关工作，不断在制度、体系建设、廉政教育活动方面宣导强化，建立24小时案件应急响应机制，积极运用大数据、新科技工具手段，健全业务全流程监测的综合检查分析方法；我们还积极开展各项廉政教育宣传活动，树立员工廉洁自律的价值观，不断提高员工守法合规意识。公司通过开展形式多样的廉政教育活动，推行“合规人人有责”、“法规+1”、“合规创造价值”等合规文化，持续提升全体员工自觉合规意识；完善三反联动机制，统筹推进各专业公司案防体系建设工作，对专业公

司案防工作提出整体要求，并持续追踪进展，就子公司案防组织和运作提出针对性的要求，以推动子公司案防体系建设工作按计划进行，达到全面推动案防制度和体系建设的目的。

同时，我们从制度层面确保稽核监察部门履职不受其他单位或部门的限制或干预，有效保证稽核监察系列工作的独立性、公正性与客观性，保护员工申诉及投诉的合法权益。

# 展望

2017年，我们将：



- 持续稳健提升经营业绩，为股东创造价值，让财富增值。
- 继续做好投资者关系的沟通、维护工作，及时、准确、真实、完整地披露公司各项重大信息，确保所有股东有平等的机会获得信息。
- 完善风险治理架构以及风险管理沟通机制，推动风险指标纳入绩效考核，将风险管理文化融入企业文化建设的全过程。





- 持续开发和完善风险管理量化技术和模型，定性和定量地分析风险暴露程度、评估对公司风险底线的影响，以实现未雨绸缪，及时采取预防措施防范和化解风险。

- 积极探索和研究风险偏好体系，有序推进和搭建与业务发展战略相匹配的风险偏好体系，制定风险管理指引，规范对各子公司的风险管理要求；推进科技助力法律合规工作全面落地，强化操作风险管理，加大转型提升；推进知识产权维权保护工作，健全并持续优化诉讼法律风险防控体系。







# 客户

服务至上 诚信保障

全集团NPS值 **30%**

产险车险理赔获赔率

**99.85%**

寿险客户满意度

**93.5%**

## 进展

2016年，是平安致力以极致服务和科技创新提升客户服务体验的一年。我们以“国际领先的个人金融生活服务提供商”为目标，怀着“让平安在客户身边”的心愿，为客户提供简单、便捷、安全的服务，努力从每一次与客户接触做起，提升服务质量，改善服务体验，满足客户的需求。我们同时坚信“专业，让生活更简单”，坚持科技创新，把复杂留给自己，让客户的生活更加简单、便捷而有品质。

### 极致服务提升客户体验

自2014年我们引入客户净推荐值（NPS）【备注：净推荐值=(推荐者数/总样本数)×100%-(贬损者数/总样本数)×100%】作为检视客户体验提升的核心指标以来，在两年的时间里，伴随着“提升NPS”主题活动深入开展，NPS理念在公司内部得以全面巩固内化，客户体验意识生根发芽。我们构建了多渠道调研平台，灵活机动的运用不同调研方式获取客户声音，调研周期较传统缩短90%，支持互联网公司客户体验快速迭代。另一方面，我们搭建了多层次、全覆盖的客户触点监测体系，用心聆听客户声音，改善痛点问题，同时还建立了丰富的NPS案例与知识库。截至2016年12月31日，我们搭建的触点监测体系已经覆盖全集团92个触点，全集团各专业公司共开展NPS提升项目达329个。通过以上多项举措，我们实现了集团NPS持续提升，由23%提升至30%。

截至2016年12月31日



我们搭建的触点监测体系已覆盖集团

92↑

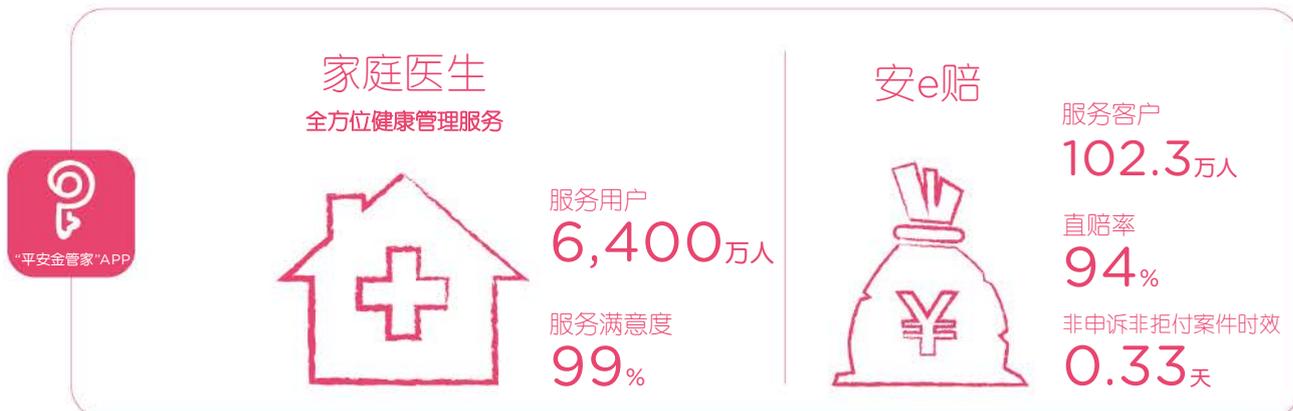


全集团各专业公司共开展NPS提升项目达

329↑

## 平安寿险

平安寿险在业内首创三免服务，以“免等待、免填单、免往返”三项贴心服务为客户打造极致体验。2016年，逾60%的临柜客户享受免填单服务；E化、业务员代办、信函补齐材料等举措助力客户免于往返门店。自2016年5月推广的预约前置服务，通过向预约客户开展主动服务，前置了解客户业务需求，告知门店地址、业务办理所需资料等，切实降低客户等待时长。目前已有近3万客户享受此项服务，满意度高于98%。



## 平安产险

平安产险针对车险理赔、电话坐席、客服门店、道路救援等7大触点开展了10项NPS提升项目。与客户高频接触的车险理赔，NPS 同比增长6个百分点，达到74.43%的行业峰值。“平安好车主”APP业内首创移动理赔服务模式，打通电话、微信等多个理赔入口，使客户在任何理赔场景下，都可以通过APP进行报案，并根据不同案件场景提供最合适的理赔服务。此外，在春节、国庆、高考期间，平安产险还开展了三场大型护航行动，超过5000位查勘员放弃休假，设立超862个护航点为近16万车主提供了理赔咨询、道路指引、紧急简易救援等场景化服务。



## 平安银行

### 监测

客户监测触点由2015年的5个增加至12个，客户调研触发时效由2015年的T+3日降低为实时或是部分触点T+0日，加快了客户信息的收集

### 信用卡中心 客户体验



### 反馈

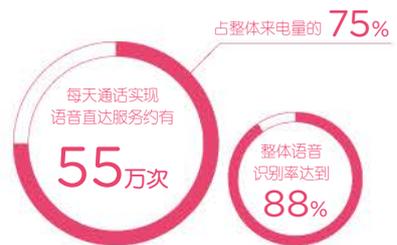
收回的客户之声经过详细的分析后定位客户的体验痛点，反馈给业务部门进行改善。

### 改善

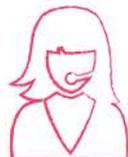
2016年信用卡中心NPS得分为15%，较2015年的6%提升9个百分点。

## 平安金服

平安金服智能语音导航应用后，用户拨打95511之后不再需要层层按键选择，只需直接说出服务需求，系统就能够自动识别、理解用户意图，直达服务节点。相比传统按键式操作，客户通过智能语音导航，平均交互2.2次即可到达服务节点，交互时长较按键减少一半。



2016年全年



95511 热线  
(含4008热线)

### 共计服务

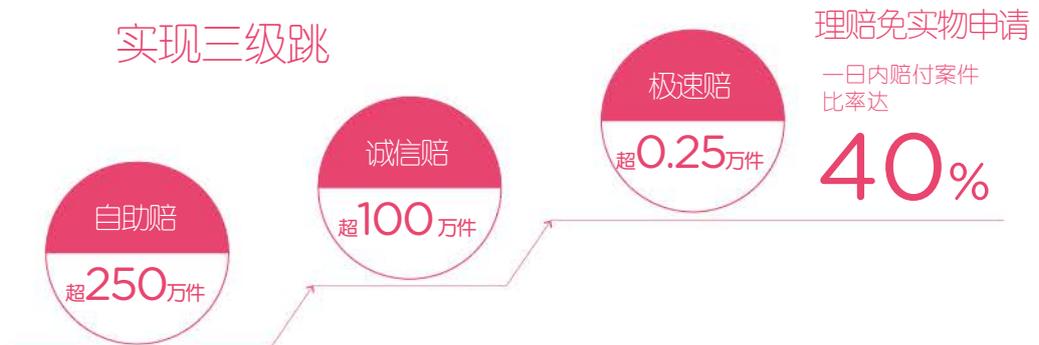
专业公司 **37** 家 | 业务线 **308** 条

接通 **3.4** 亿次通电话  
累计服务时长 **1500** 万小时  
金服整体NPS值全年提升了 **5** 个百分点

## 平安养老险

平安养老险理赔服务

### 实现三级跳



## “好福利”APP实现



2016年养老险NPS 值提升至44%，同比提升19个百分点，客户体验持续保持行业第一。

## 服务案例

## 寿险

在宁夏银川贺兰县的“301公交车纵火事故”中，我们的理赔人员主动为客户家属提供心理疏导并协助申请理赔。其中有一位理赔人员的妻子临盆在即，但他仍第一时间前往现场，彻夜守候医院排查客户信息。在大家的共同努力下，平安寿险不到24小时即为客户赔付了理赔款20万元。



## 服务案例

## 金服



共计完成电话接听

33万通

2016年“莫兰蒂”、“莎莉嘉”相继来袭，车辆在台风下被摧毁，房屋在狂风暴雨中倒塌。台风期间，95511热线产险客服共计完成33万通电话接听，协助厦门机构完成12009次电话回访。坐席中有一位年轻的妈妈，她因工作原因与宝宝分隔两地，本想利用小长假回家陪伴孩子，却临时接到备班通知。她认真的告诉宝宝：“因为南方刮台风了，很多小汽车遇到了危险，妈妈必须赶去支援。”宝宝说：“他们是不是给你打电话了，妈妈你快去吧。公共汽车也需要救援，我跟你一起去救它们。”孩子简单又感人的话语给这位年轻的妈妈带去了温暖和力量。

## 科技创新造就简单生活

我们聚焦客户的医疗健康管理和金融资产管理两大领域，秉持“专业，让生活更简单”理念，通过移动互联、大数据、云服务等新科技、新思维，从社交化、移动化、专业化、场景化切入，把复杂留给自己，让客户的生活更加简单、便捷、健康而有品质。

### 智慧医疗生态圈

长久以来，医疗健康产业痼疾难除，看病难、看病贵、药价虚高、信息不透明等一系列问题已经成为行业性的沉痾积弊。面对这样的社会性议题，在支付方一端，我们立足于成为智慧高效的管理式医疗服务商，构建了“城市一账通”为社保提供多项综合服务；在服务方一端，我们依托“平安好医生”APP，致力于搭建一站式、全流程、O2O的健康管理及医疗服务平台。从支付端和服务端两端切入，着力构建智慧医疗生态圈，为百姓看病就医、在线问诊、健康管理等提供便利，同时提升政府医疗服务水平，大幅降低医疗成本。

我们凭借国际领先的医疗管理、健康管理、疾病管理技术，构建了“城市一账通”，为全国20多个省、200多个城市提供医保服务及控费管理、社保帐户管理、健康

档案等综合服务。我们将海量复杂的医疗费用审核工作由传统的人工审核抽查转变为系统智能全量审核，帮助政府人社部门建立了一套完整的医疗数据标准，积累海量、连续、高质量、便于深入分析的全医疗数据。

2016年，“平安好医生”累计为1.3亿用户提供服务，日咨询量峰值超过40万。一方面我们提供健康咨询、网上预约分诊、药品配送、医疗O2O等服务，发挥优质医疗资源的辐射作用，降低医疗成本，缓解老百姓看病难的问题。另一方面我们还通过名医直播、健康教练在线授课、健康计划等互动形式，加强疾病的预防，降低疾病发生率。

### 案例

根据厦门人社官网公布数据计算

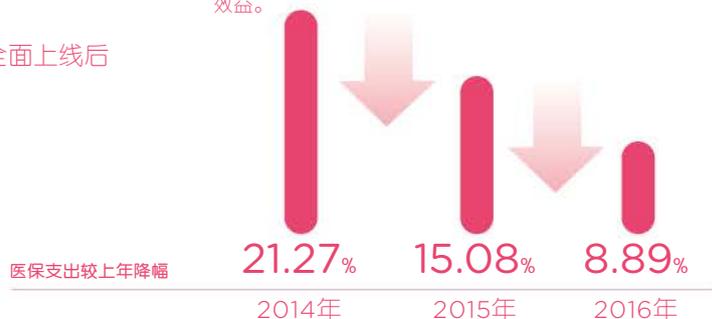
2016年中国平安提供的智能监控系统全面上线后

医保基金支出增幅下降

**6.19%**

医保支出较上年降幅

减少了不合理医疗费用支出，为政府、参保人带来良好的效益。



## 案例

2016年初,“霸王”寒潮席卷全国,儿科医院人满为患



等同于



3个大型儿科医院  
一天的门诊量

寒潮期间,数十万用户借助平安好医生在线问诊,大大减少往来医院频率,降低了寒冬出门加重病情的机率,也避免了挂号排队、就诊过程中的交叉感染。



探视保险客户



慰问敬老院



## 一站式金融服务平台

我们搭建全面、开放的金融服务平台，打造服务近200家金融机构和1.5亿个人客户的“金融一账通”。

### 银行一账通

致力于成为最大的互联网银行解决方案供应商和经营伙伴，为区域性银行提供包含“云平台+金融产品和服务+互联网运营”的全方位直销银行合作方案。2016年银行一账通已签约30家区域性银行，并实现20家区域性银行的直销银行APP上线，为712万消费者提供了多样化的投资理财产品、贷款服务、保险产品和服务，其中投资理财产品销售金额达到100亿。

### 一账通

以“我的私人金融服务”为价值主张，打造以用户为中心、懂用户、值得信赖的金融服务平台。一账通以账户资产管理以及丰富的金融产品作为核心竞争力，持续为用户提供更具竞争力的理财、保险及贷款产品的同时，与合作伙伴共同为2亿用户提供值得信赖的金融服务。



为消费金融服务提供信用保障和支持

让金融惠及普罗大众

帮助更多需要帮助的人

帮助更多人实现

创业、求学、改善生活

## 全新升级的手机客户端智能应用

### “平安金管家”APP

“平安金管家”APP为寿险客户提供了保单管理、财富增值、健康管理、客户活动及生活助手五大服务。

截至2016年12月31日



累计注册超

**9,800**万人

其中，客户注册

**2,114**万人

#### 保单管理

客户可通过APP随时随地查询所持保单的各类信息，还可办理交费账号变更、联系信息变更等常用业务，同时为客户提供及时、贴心的通知服务，真正成为客户的掌上保单管家。

#### 健康管理

“金管家”APP开辟了家庭医生、健康测评、健康资讯、健康习惯四大功能为用户提供常态化、定制化的健康顾问服务；

#### 财富增值

“金管家”财富板块基于海量大数据为客户提供精准化、智能化的产品配置方案；

#### 生活助手

平台上线了法律咨询、教育咨询、查违章及日化、生活类电商服务，为用户提供便捷又富有品质的生活；

#### 客户活动

“金管家”通过鼓励用户参与寿险倡导的“新生活运动”，帮助客户养成日行五千步的运动习惯和健康的生活方式，已吸引多达9500万人次的用户参与。

### “平安证券”APP

“平安证券”APP全面升级，推出智能行情工具和数据中心版块，并推出“在线智能选股”、“智能跟投”、“猜你喜欢”等创新功能，满足客户不同的需求，为客户的资产增值保驾护航。经过2016年全年的不断优化，平安证券APP日活量已突破104万，跃居行业第二。

### “平安普惠”APP

“平安普惠”APP智能客服于2016年7月正式上线，实现客户服务渠道智能化、多元化拓展。通过24小时产品咨询、业务办理、账户查询等服务，为客户带来全新的咨询体验。

2016年11月

服务规模突破

**100**万人次

服务能力增长

**10**倍

超强的语义理解能力

应答准确率

**90%**

全年服务

**519**万人次

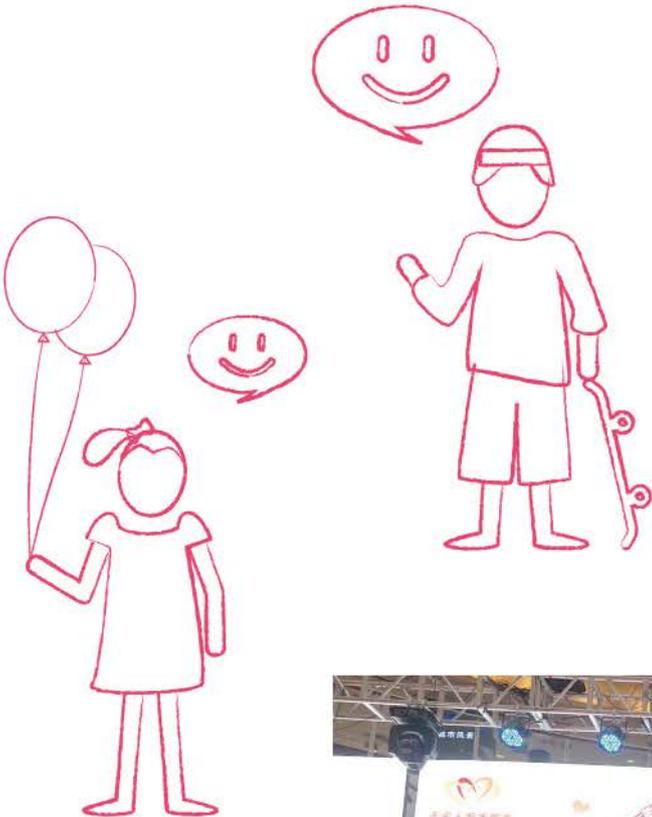
## 产品革新满足用户多样化需求

### 平安寿险

平安寿险的保障旗舰产品“平安福”创新升级，持有“平安福”（2016）有效保单的被保险人，通过参加平安健康险推出的“健康行·平安RUN·健行天下”活动，达成约定的运动目标，即可实现主险及重疾险保障额度增长10%，同时根据运动目标的达成情况还可获得丰富奖励。“平安福”+平安RUN，以保险+健康的理念引领行业发展，在帮助客户养成健康生活习惯的同时，实现与客户的高频互动，有效提升客户体验。截至2016年12月31日，共有40万客户参与平安RUN活动，其中14万客户达成了平安RUN约定运动目标。



平安寿险客户服务节活动



## 平安产险

平安产险秉承集团“保险+健康”理念，特别研发了备受关注的马拉松定制产品。产品包含意外伤害、最突发的猝死、剧烈运动导致的电解质失衡以及急性的运动损伤等责任，涵盖了马拉松过程中的方方面面风险，为参赛人员及赛事工作人员提供全方位保险保障。



此外，平安产险还开发了平安快递包裹延误保险，该险种在中国邮政速递“E邮宝”项目中受到客户青睐，累计为客户提供248万份保障。险种的承保、理赔均由系统自动完成，为广大电商客户提供了高效、便捷、快速的承保、理赔体验。同时还为邮政速递梳理了内部流程，提升了其在业界的品牌、口碑，进而助力客户业务的增长，实现客户与平安的双赢。

## 平安银行

平安银行借助平安集团的3.0平台优势，将互联网概念和传统金融紧密结合。从2016年年中开始，平安银行构建二维码支付体系，以完善移动支付方式，预计2017年初完成二维码支付产品上线。

此外，针对互联网金融背景下B2B、B2C、B2G等多种模式的不同网络支付结算需求，平安银行及时洞悉客户需求，研发了整套互联网电子账户体系“橙e付”为客户提供账户服务，并在此基础上推出了理财、支付结算等功能，为客户提供一揽子互联网金融服务方案，大大提升了客户体验，得到了市场的好评及认可。

陆续首发



成为国内支持移动支付  
最全面的发卡银行

## 普惠金融直面民生难题

2016年，我们秉承“专业创造价值”的理念，从民生实际问题出发，专门设计了多种针对弱势群体以及社会公利的产品。我们同时也积极响应国家战略部署，助力农村脱贫攻坚。利用现代技术发展农村普惠金融，为广大低收入者、农村消费者，提供全面、便捷、低成本、个性化的综合金融服务。

### 为视障群体提供金融服务

“信息无障碍”概念起源于欧美，是指任何人（无论是健全人还是残疾人，无论是年轻人还是老年人）在任何情况下都能平等的、方便地、无障碍地获取信息、利用信息。但是，由于中国的信息无障碍事业起步较晚，长期以来，很多的障碍群体特别是视障群体难以融入社会，享受现代文明创造的各种便捷服务。特别是在互联网高速发展中的今天，视障群体有保险金融需求，却无法上网购买保险享受互联网金融服务。

鉴于此，过去一年，我们在推动信息无障碍事业发展上做出了不懈努力。作为中国第一家宣布加入信息无障碍联盟的保险企业，我们完成了对平安官网的信息无障碍优化工作，让视障群体也可以通过互联网购买我们的保险产品，享受便捷的金融服务。后续，平安产险还将推出多款适合于视障群体的保险产品，为他们带来保险保障。

### 帮助中小企业解决融资难问题

2016年10月，平安普惠与航天信息合作，为中小微企业量身打造的一款无抵押贷款产品——金税贷。以中小微企业主所特有的增值税发票开票记录作为评估资质，为他们定制融资方案。该产品无需抵押，无需担保，无需额外资产证明，凭身份证与营业执照即可申请，最高50万的信用额度，满足了大部分中小微企业主资金周转、扩大经营等各类资金需求。截至2016年12月31日，金税贷共计放款1505.9万元，惠及64家中小企业。



截止2016年12月31日

银行小企业部门服务小微企业客户数

**128.02**万户

较年初新增

**5.08**万户

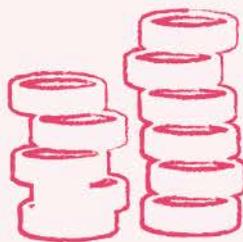
## 全方位的客户信息安全保障

我们高度重视客户信息的管理和自身产品、业务的互联网安全，在集团和各子公司建立严密的客户信息保护制度，明确客户信息在输入、传输、存贮及使用上的安全保护措施，并开展一系列数据泄露防御措施，有效保护客户信息的安全。此外，我们还建立了集团安全应急响应中心，构建业务安全风控等平台，主动感知集团信息安全威胁态势，实现快速响应，为客户提供稳固的信息安全保障。



# 专题

## 平安式扶贫



2016年4月，我们成立了“农村金融服务发展委员会”（简称“农金会”），全面启动农村金融服务体系工作，利用移动互联网以及大数据征信两大现代技术，聚焦保险下乡、医保下乡、银行下乡以及互联网金融下乡四大板块，大力发展农村普惠金融，使县域、农村居民享受到更好的金融服务体验，让各种政策红利及便捷高效的金融服务惠及更多农民。

### “保险下乡”业务

平安寿险持续推进农村保险市场的开拓和建设，针对性地提供小额、简单人身险产品以及移动互联远程服务与管理；平安产险创新开发农村小额财险、农副食品授权商家保真责任保险、农机具保险及天气指数保险等新险种。

#### 平安产险



农村保险市场的各类创新农业保险产品  
总计保额**49.2**亿元



累计服务**189**万农户

截至2016年12月31日

#### 平安寿险



在县域、乡镇地区已开设网点**1,894**个



范围覆盖**30**个省、直辖市、自治区



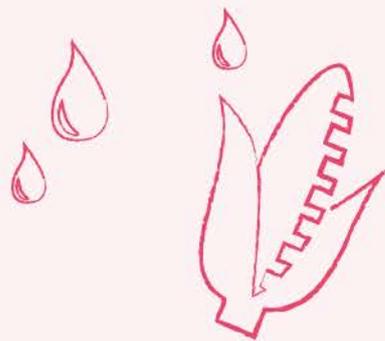
网点保险代理人数量发展至**31.8**万人



## 玉米天气指数保险

我们在河南推出了玉米天气指数保险，在传统玉米种植保险基础上，进一步提升保障程度，增加干旱、降雨等指数保险责任，简化管理流程，实现自动赔付，进一步发挥了农业保险支农、强农、惠农的功效，得到地方政府及参保农户的一致好评，并荣获第十一届保险创新大奖。此外，平安产险还在行业内首推土地流转收入保险、水产品价格指数保险、农真保保险（农副产品保真责任保险）、扶贫保保险（贫困户综合意外应急保险）等创新产品。

在2016年6、7月间长江中下游暴雨洪涝灾害、8月间黑龙江旱灾等大灾面前，我们开通绿色通道、简化理赔手续，积极帮助受灾农户恢复生产和生活，其中黑龙江旱灾赔款达8281万，充分发挥了农业保险精准扶贫作用。此外，平安产险将进一步依托平安综合金融服务优势，联合平安银行、平安信托、平安普惠等兄弟公司，积极推动农业保险+助农贷款+保证保险模式，解决三农发展融资难融资贵问题，助力脱贫攻坚战役。

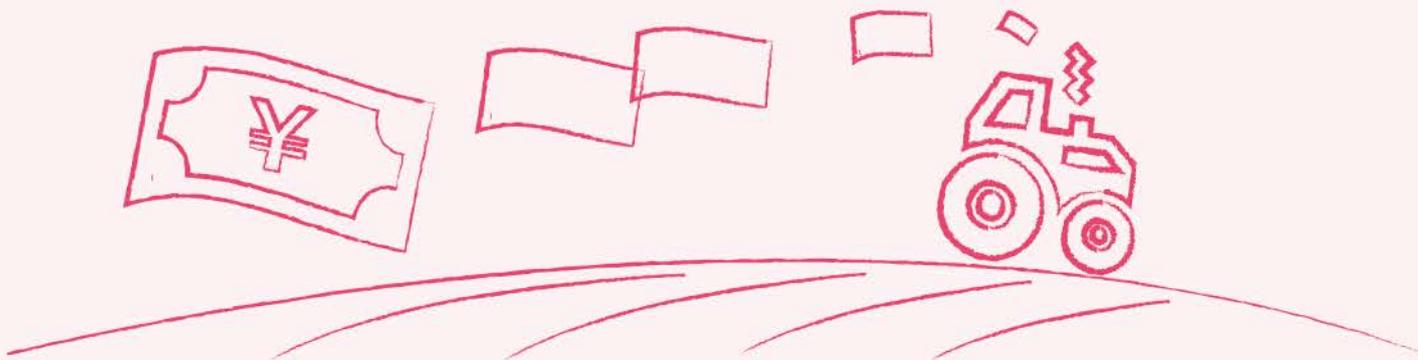


## “医保下乡”业务

平安养老险在提供农村大病医保服务的同时，开展“新农合”服务，为新农合提供医保服务、管理系统建设。作为国内第一批开展基本医疗补充保险业务的专业保险公司，以及最早参与多层次医疗体系建设的商业保险公司之一，平安养老险积极响应国家政策，目前已实现大病保险业务在全国多个地市级城市的广泛覆盖。

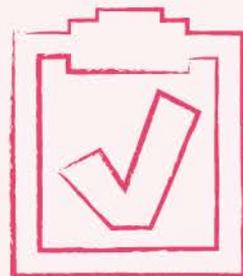
## “银行下乡”业务

银行一账通业务为村镇银行提供移动化前台系统、获客、征信、风控等服务。此外，平安融资租赁也在推广农机具等生产材料的融资租赁服务。早在2014年12月，平安银行就成立了现代农业金融事业部，成为国内少数将现代农业金融板块进行独立“事业部制”运作的银行，并组建海洋渔业、畜牧业乳业、酒业、茶业、特色农业五大行业中心，助力现代农业产业的转型和升级。



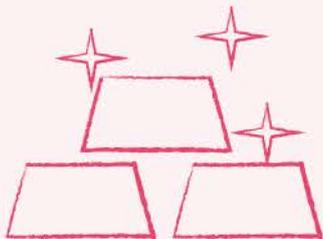
## 代理三方存管业务

由于多数农村金融机构没有三方存管的牌照，无法满足其服务区域客户进入股市的需求。平安银行牌照共享的业务解决了农村金融机构三方存管业务从无到有的问题，满足了农村客户进入股市的需求。截至2016年12月31日，平安银行与164家农村金融机构（含省联社、农商行、农信社、农合行、村镇银行）合作开展代理三方存管业务，覆盖农村金融机构超过25,000万零售客户。



## 贵金属代销业务

很多农村金融机构深入的偏远地区没有金店，但当地老百姓婚丧嫁娶都对贵金属有一定的需求。平安银行与农村金融机构合作，向其提供实物金与投资金产品，把平安金送到农民的家门口，满足当地老百姓购买实物金或投资贵金属的需求。截至2016年12月31日，平安银行与14家农信机构开展贵金属代销业务，逾1,800万名农村金融机构零售客户可以购买平安银行的平安金。



平安金

## 理财产品代销业务

农村地区客户对资产收益的要求日渐提升，存款已经无法满足其需求，因而不少农村地区出现了非法集资的现象。考虑到多数农村金融机构无发行理财的资质且资产管理能力较弱，平安银行与之合作，向其提供平安银行发售的理财产品，从而满足当地老百姓资产保值、增值需求的业务。截至2016年12月31日，平安银行已经与八家农信机构开展理财代销业务，超过8,500万农村金融机构零售客户可以享受平安银行的理财服务。



## “互联网金融下乡”业务

平安普惠、陆金所的平台为农民、农户、小微企业提供小额信贷、P2P、理财、农产品、农场众筹及咨询、支付清算等多项服务，将城镇资金引向广大农村市场。这显示陆金所通过互联网技术手段，可高效地引导大城市金融资源支持农村金融发展。



这显示陆金所通过互联网技术手段  
可高效地引导大城市金融资源支持农村金融发展

# 展望

2017年，我们将：

秉承专业创造价值的理念，积极履行服务责任。2017年，是我们定下的“服务年”，为客户提供极致服务将是全体平安人不懈奋斗的目标。为此，我们制定了全面升级客户体验的战略，从改善客户体验机制的构建，到互联网产品的科技深化，我们致力于让客户在平安体验到专业、完善的保险服务、与众不同的综合金融服务，真正做到想客户之所想，急客户之所急，谋客户之所需，以此兑现我们对客户“服务至上，诚信保障”的承诺。

- 进一步提升NPS，完善业务触点的分析诊断，提升服务品质，提升客户满意度同时提升品牌美誉度。
- 聚焦互联网产品科技深化，以寿险“金管家”APP为核心载体，联合好医生推出360度健康管理升级服务，树立在健康服务领域新形象。
- 推动门店生态建设，实现门店智能化服务，减少客户临柜次数及等待时效，增加客户粘性，提升客户体验。



- 结合当下车险客户理赔服务痛点，开展10分钟极速查勘服务、“一键包办”服务和线上直通理赔三大服务。
- 进一步优化信用卡的场景化调额、互动化调额以及APP一键调额等人性化、智能化调额流程，让客户享受更便捷舒适的调额体验。
- 推进科技创新，构建全媒体一站式综合金融服务系统平台，实现任意渠道互联与智能交互，为客户提供便捷服务体验。



# 员工

生涯规划 安居乐业

我们支付的薪酬总额为

**455.42**亿元

我们支付的福利总额为

**115.44**亿元





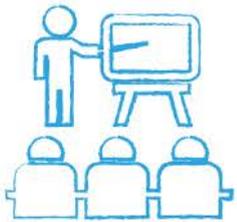
# 进展

我们注重员工发展，让每位员工感受到平安就在身边。我们根据国家相关法规，积极保障员工的基本权益，实现性别平等，杜绝和坚决抵制使用童工和强制劳动等行为。我们充分保障员工福利，不断完善员工薪酬体系，以绩效导向为核心，倡导能上能下，鼓励能者多得，做到公平、公正、公开、透明。



## 员工关爱方面

我们持续开展“平安EAP计划”，为全体员工及其家属提供专业、便捷的身心健康管理服务。开展健步走、马拉松、感恩节、亲子活动等各式各样的EAP主题活动，倡导工作与生活的平衡，丰富员工的业余生活。



## 员工发展方面

平安金融管理学院立足实现“最好的培训在平安”，关注员工的成长，持续投入足够资源，优化培训运营体系，促进人才发展。我们持续升级和改善“知鸟”APP、“快乐平安”APP、“财酷”APP等移动化学习和办公软件的功能与体验，提升员工的工作能力和工作效率。



## 保护员工申诉权益方面

我们设立“申诉邮箱”作为申诉渠道，由专人负责受理员工因违规受罚的申诉请求，对违规事实和责任归属开展独立调查。同时，申诉受理和调查环节全程保密，并确定了申诉不加重处罚的基本原则，最大限度保障员工合法权益。

## 保障员工的合法权益

在保护员工申诉及投诉的合法权益方面,我们设立了申诉工作小组和申诉邮箱,由专人受理申诉,保证员工申诉的合法权益。我们通过多种途径公布通信地址、廉政信访举报邮箱、举报电话、传真号码等信息,并由专人受理、处置所收到的所有信访,保证信访工作人员严格遵守信访人的保密原则。



我们始终要求充分发挥员工代表大会维护员工权益的基本职能,通过员工代表大会审议公司相关制度和重大事宜。2016年,我们共召开20余次员工代表大会,对休假制度、加班管理制度、处罚制度、案件责任追究管理办法、绩效问责管理制度、员工表彰管理等人事或合规方面与员工利益密切相关的管理制度进行审议修订,并且通过员工代表大会对职工监事进行推举和改选,组织职工监事进行口头和书面述职,通过职工监事渠道倾听员工意见,及时向董事会、监事会、行政决策层反映员工心声。

## 关爱员工身心健康

2016年,我们继续开展“平安EAP计划”,通过第三方身心健康专业咨询——“心晴热线”,为全体员工及其家属提供专业、便捷的身心健康管理服务,员工除了可以通过面谈、电话、邮件(2016年全年有效解决员工电话咨询4773例、邮件咨询139例)等方式获取资深顾问提供的专业诊断、指导,还可以参加心晴热线的顾问团队所组织的培训和驻场咨询。此外,为帮助新员工快速适应职场,我们组织开展了“心晴热线—新员工职涯教练陪伴计划”,通过心晴热线为新员工提供主动的关怀服务,及时为新员工解决在初入职场时在工作生活上遇到的各种困难。

2016年,为配合员工关怀计划,平安金融管理学院持续开办压力管理、积极心态、解码情商与压力、职场人际关系等课程,全年开班期数达140期,参训总人次达3533人次。



“慢生活”活动



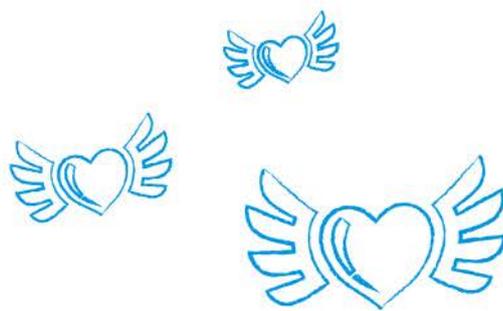
“女神节”活动

我们持续举办跑步、趣味运动会、足球、篮球、羽毛球等体育赛事和活动，积极参与全国各城市的马拉松赛事，倡导低碳生活方式。其中，寿险持续开展“新生活运动”，组织员工开展“平安有约健康行”、平安RUN等活动。产险成立平安跑团，组织跑团成员参加各类专业马拉松赛事，开展健步跑活动，掀起了全员乐跑热潮。

2016年，“平安一家亲”活动在全国44个城市开展，在活动项目与形式上也较往年有所突破，各地区因地制宜，根据地域自身特点对项目活动形式进行优化，将“环保、健康、亲子、讲座、公益”等元素不断注入到活动中，提升员工的参与度和满意度。



“跑团”活动



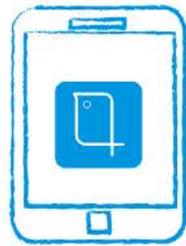
足球活动

## 完善提升“知鸟”培训体系

2016年，平安金融管理学院立足实现“最好的培训在平安”，持续投入足够资源，优化培训运营体系，促进员工的成长与发展。平安金融管理学院搭建培训学习与管理平台，联合各子公司培训管理部门，全方位覆盖管理技能、职业技能、专业技能及销售技能等方面的内容。培训不仅成为公司文化建设、人才吸引的重要手段，也成为公司管理输出的重要品牌。

2016年，平安金融管理学院不断推进全员移动化学习进程，进一步完善面授及线上课程体系，推动培训运营标准化，加强讲师培养和管理，助力战略实施。

### “知鸟”APP平台



总用户数达  
**142**万人

月度活跃率达  
**81.73%**

最高月度活跃率  
**94.8%**

平台全年上线超  
**7**万门课程

课程总播放量达  
**4,866.5**万次

人均完成网络课程  
**36.5**门次

### 平安金融管理学院



培训员工  
**37,022**人次

全集团面授课程总量达到  
**694**门

在全国各地开展面授培训  
**1,318**期

我们首创“知鸟-万里通”学习模式，将“知鸟”与万里通积分相结合，在产险、寿险、银行和普惠四家公司成功试点，试点公司“知鸟”APP月活率实现100%、必修课学习率98.5%、人均学习课程数13.5门，大幅高于往年同期及非试点公司。

我们顺利上线“知鸟”直播平台，并成功完成240场试点直播。我们完成大学课程体系及面授课程分类的梳理，构建全集团培训课程全景图，精准聚焦员工的短板并加以完善。2016年，我们新引进和开发精品面授课程7门，并超额完成公开课授课计划，2016年共完成330期公开课，达成率122%，实现了关键人群的100%全覆盖。

## 2016年数据

培训总人次	37,022 人次
公司培训预算总投入	81,480 万元
平安金融管理学院兼职讲师	779 人
在线考试人次	446,269 人次
网络学习小时数	333,239.54 小时
网络学习完成门次	704,440 门次



## 优化移动办公平台提高工作效率

我们持续优化移动办公软件“快乐平安”APP的功能，为全体员工提供最便捷的内部服务。截至2016年12月31日，“快乐平安”APP已经涵盖签报处理、电话会议和电子会议预定、企业通讯录查询、查看公文公告、查询考勤、绩效、工资、查看人才地图、外出签到等一系列便捷化服务，实现员工内部高效沟通，提升办公效率，如：移动审批签报提升签报处理效率；线上会议缓解职场紧张的会议资源；im及时沟通提升员工办公沟通效率。

2016年“快乐平安”APP数据



我们打造的财务创新服务平台“财酷”APP，以互联网化模式持续推动财务服务与管理的创新和提升。2016年，在已有的机票、酒店服务、快速报销的基础上，我们通过与国内多家知名网约车平台合作，面向员工提供用车服务，为员工的出行提供便利，通过分享经济推动公司车辆改革。我们创新推出票据总对总服务，员工报销无需提供纸质发票，极大提升员工报销体验，简化财务审核流程，提升整体工作效率。我们通过酷社区、酷宝箱等功能，为员工提供在线财务信息查询与解答服务，搭建财务与员工的互动桥梁。

截至2016年12月31日，“财酷”APP已为超过31万员工，30余家平安集团成员企业以及平安客户提供服务，涉及金融、服装、医药等多个行业领域。

2016年“财酷”APP数据



## 人才培养拓宽职涯发展

为适应公司多元化的管理需要，2016年，我们进一步完善了绩效管理方式，对部分互联网公司绩效考核等级及比例做了优化。此外，也已实现在移动端开展绩效管理相关工作，方便员工随时随地进行工作沟通与汇报。

我们一贯坚持绩效结果导向的人员管理原则，员工个人考核始终与个人业绩及贡献关联，高级管理人员及部分关键业务领域中级管理人员每年须滚动制定面向未来三年的问责KPI指标。

2016年，我们还重点推进了人员职涯发展项目，在拓宽人员职业发展通道基础上，进一步丰富、完善了各单位的人员职级体系和配套管理机制，明确了不同类型人员的职业发展通道，完善了晋升调配管理机制和评审机制，使人员发展通道更明晰、机制更科学、管理更系统，不断健全公司的人才培养体系。



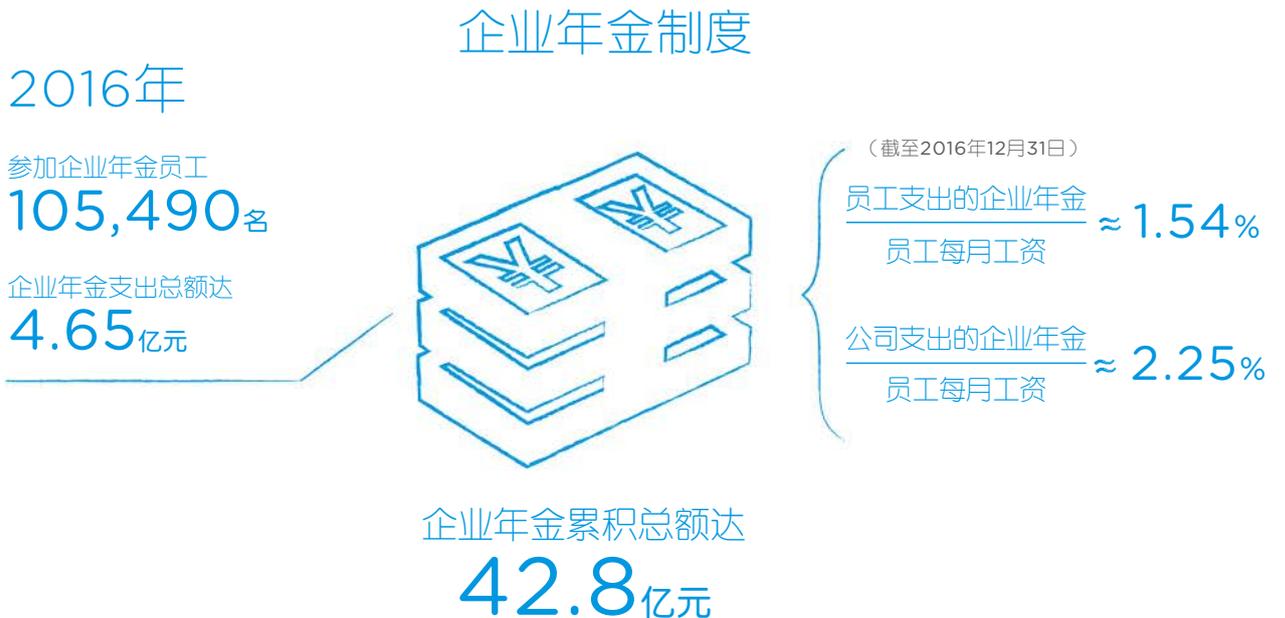
## 完善薪酬管理机制保障员工福利

2016年，为持续吸引、保留优秀人才，我们进一步完善了薪酬管理机制。秉持公平、公正、公开、透明的原则，依据民主程序对各项薪酬制度进行审核，并向全体员工进行宣导。为了保证员工收入合理性，我们定期开展市场薪酬调研，持续检视员工薪酬竞争力水平，保障员工收入合理稳定提升。我们鼓励能者多得，奖金结合个人绩效及贡献度差异化发放。

我们充分保障并加强公司福利保障，除依据国家政策，为所有与公司建立劳动关系的员工足额办理缴纳各项社会保险福利项目外，还为员工发放过节费、取暖/降温费等福利，并提供年度健康体检、员工心理咨询等服务。

我们不仅为员工提供免费的综合福利保障计划，使员工在遭遇重疾、意外、身故及住院等情况时，能得到及时合理的帮助补偿；还为员工家属提供了高性价比的综合保障计划和高端医疗保障计划可选菜单，满足员工家庭人身保障需要，使员工本人及家属可享受更多的健康保障及增值服务，解决员工的后顾之忧，提高员工及家属的幸福感受。

2016年，我们支付的薪酬总额为人民币455.42亿元，我们支付的福利总额为人民币115.44亿元。

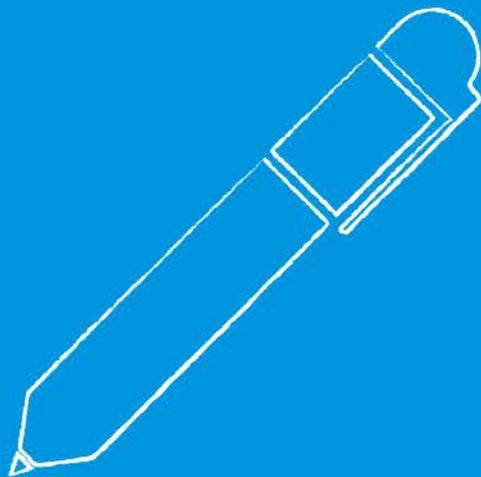


# 展望

2017年，我们将：

- 深化员工关系管理：开展丰富多样的员工关爱活动，提高员工凝聚力和幸福感。继续加强劳动用工体系的合法合规性建设，保障员工权益。
- 优化移动办公工具，创新“知鸟”学习平台：建立掌上大学，实现多种教学方式的创新应用，不断优化现有课程体系，进一步夯实讲师队伍，满足内外部客户的培训需求；探索基于直播的O2O培训新模式，提升培训效果及体验。





- 促进员工职业生涯发展：继续扎实开展员工绩效管理，深入推进员工职业生涯发展，完善发展标准，实现员工数量和质量的更大发展。深入推进人才发展项目，致力于完善从人才识别、盘点到人才发展应用一系列管理平台；持续开展潜才管理及梯队培养工作，指导和促进各级主管开展团队管理、培育人才。
- 完善内部薪酬福利体系建设：持续完善薪酬体系、制度建设，充分发挥薪酬的保留、激励效用。积极关注公司内外部优秀福利实践，持续完善福利体系建设。
- 优化、完善课程体系，加强精品课程开发。





# 社会与环境

回馈社会 建设国家

中国平安希望小学  
支教行动开展志愿服务

28,665小时

绿色信贷授信总额

590.35亿元



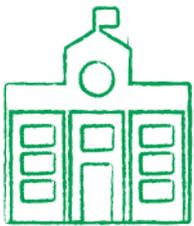
# 进展

我们在业务规模持续壮大、公司实力不断提升的同时，更加注重坚守承诺践行责任。2016年，我们加大教育公益的投入，发挥互联网优势，将支教行动升级；持续关注留守儿童及贫困群体，帮助外出务工人员返乡与亲人团聚；为高校学子提供学术研究支持，鼓励大学生励志创新，我们继续开展励志计划项目；关注环境问题，推进绿色金融的发展，我们积极倡导全社会共同履行绿色责任。此外，我们积极响应党和国家脱贫攻坚战略的整体部署，积极开展平安式扶贫及公益救助工作。我们继续将公益与互联网融合，不断创新公益新思路，升级活动内容，让公益走进我们身边。

## 聚焦教育公益关注青少年成长

### 支教行动

自1994年安徽六安第一所平安希望小学落成至今，平安希望小学项目已进行了22年。



平安希望小学共援建

**114**所

开展支教志愿服务

**10**年



参与支教志愿者共计

**4,810**人

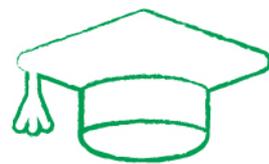
服务时间累计超过

**22**万小时

累计受助学生达

**10**万人

2016年



发放奖学金学生共计

**3,154**名

小学生

**2,815**名

考入初中

**226**名

考入高中

**113**名

发放奖学金总计

**184.85**万元

从硬件建设到软件支持，平安建立起了一套规范化、系统化的帮扶模式，项目主要开展的内容包括：以希望小学校舍等基础设施修缮为重点的百万维护计划；奖励品学兼优、家境困难的学生，鼓励和支持他们完成学业的希望奖学金；以招募志愿者援助乡村师资建设为主的支教行动；开展平安希望小学校长及教师培训，帮助教师提升业务能力为内容的教师培训计划。

2016年是奥运年，我们围绕体育与梦想的主题，组织707位志愿者赴34所平安希望小学开展了支教行动，志愿服务时间达28665小时。我们通过“体育支教”、“圆梦冬训营”、“体育器材捐赠”等活动，帮助贫困地区孩子打开体育世界认知的大门，感受体育竞技带来的快乐与魅力，同时提升乡村学校体育教学的意识和水平。在支教行动的收官活动中，我们联合中国青少年发展基金会组织了全国114所平安希望小学的体育老师和35名学生代表参与足球冬训营，聘请专业体育老师，开展了为期5天的封闭

式训练，同时，恒大球员郜林和于汉超一起参与了冬训营活动，亲自指导孩子们足球小技巧、分享训练心得。此次冬训营较好的提升了农村体育老师的专业技能，让孩子们在专业足球训练中，开阔了视野增长了见识，也学会了对社会的感恩。



恒大球员郜林和于汉超参与冬训营活动



支教志愿者



## 案例

在今年的支教队伍中，有14位来自西安体育学院的体育专业大学生，他们分别在广东、福建、甘肃、山东、辽宁、陕西等14个地区的平安希望小学，担任为期一个半月体育课程的志愿服务，帮助学校开展系统的体育课授课，并为学校组建一支校园足球队。

王毅就是来自西安体院的一位志愿者，他在陕西省志丹县双河乡平安希望小学支教，除了每天下午四点半到五点半的“阳光运动一小时”足球活动外，王毅还负责每天早上六点半开始的足球早训，以及晚上八点左右足球训练。在王毅的教导下，孩子们不但爱上了体育，足球水平得到了提高，行为举止也有了很大的改观。他们不再说脏话了，更有纪律性了，变得懂礼貌了。有次训练，有个孩子不小心撞了别人之后，主动走过去道歉。看到了这一幕，王毅觉得很欣慰，他觉得自己不仅教授了足球技艺，还传授了体育精神。



## 案例

2016年，平安产险聚焦留守儿童的心理问题，向幸福家庭公益基金捐赠105万元，在江西赣州市18个县分别举行留守儿童心理护理种子师资培训，帮助1800所学校的1800名老师们获得更好的心理学培训，帮助留守儿童解决心理问题。



平安寿险发起的幕天公益推出了“捐书助教”公益服务，成为线下覆盖面最广、收书点最多的图书公益项目，是业内首家有此公益壮举的保险企业，不到两个月募捐书籍超过十万本。另外，平安寿险客服节联合中华少年儿童慈善救助基金会共同开展橙色安心行动，为大病医保平安行动捐赠100万元，为孤儿、流浪儿、辍学学生及有特殊困难的少年儿童送上健康保障。

## 让爱回家

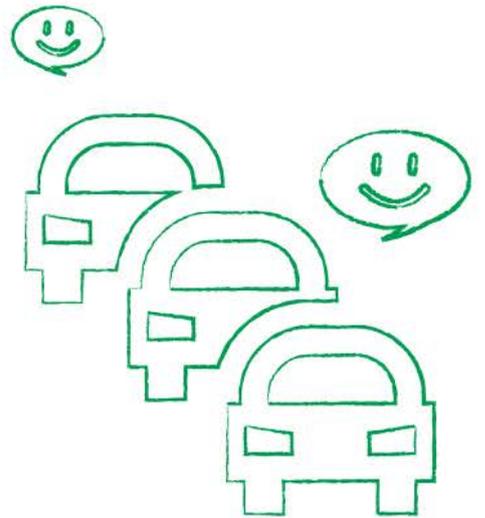
我们一直关注贫困地区留守儿童问题，所以这几年都会在春节前帮助留守儿童与家人团聚，我们连续两年承办“让爱回家”公益活动，帮助外出务工人员解决新春返乡难问题，送他们回家过年与孩子亲人团圆，将温暖送达最基层最普通的城市建设者手中。1月24日，值2016年“春运”的第一天，我们联合携程网和中国青少年发展基金会发起的“一路平安·让爱回家”大型公益活动在深圳宝安汽车客运站举行了发车仪式，组织了14辆大巴车分别从北、上、广、深四个城市出发，前往成都、南

宁、长沙、南昌、济南等全国8个主要城市，送逾千名贫困外出务工人员回家过年。

除此之外，平安养老险还为乘客捐赠出1300份“回家险”，为本次活动提供保额总价达6500万元的安全保障。“平安好医生”则提供1300份问诊礼券，可在“平安好医生”APP内免费体验问诊服务，让乘客在春节回家期间也能远程向名医问诊。



让爱回家活动



### 案例

在1月24日“一路平安·让爱回家”发车仪式这天，“超级寒潮”突袭深圳，深圳的温度骤降到十年以来的最低点。当天，几十年来都没下过雪的深圳竟然下起了冰粒。寒冷的天气，给“春运”回家的旅客带来了诸多不便。

有一位来自陕西的乘客赵海军，他不仅是我们的“让爱回家”公益活动帮助的对象，同时也是平安寿险的客户。赵海军从事厨师职业，因每年都很难买到春节期间的车票，来深三年，只回过两次老家。今年他有幸在微信上看到了我们的公益活动，终于顺利地乘坐免费大巴返回到陕西汉中的老家。



## 励志计划

为建立高校公益品牌，我们连续13年开展励志计划公益项目，鼓励大学学术创新、社会实践，已累计为5375名大学生颁发逾1790万的奖学金。

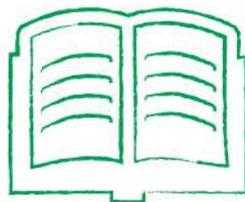
2016年，我们励志计划植根于大学校园，积极利用移动互联网，创新公益形式，开展“互联网+公益”的校园活动。我们发起了“72小时互换专业”的公益体验行动，匹配学生目前所学的专业和各自感兴趣的专业，让学生能够近距离接触并感受自己喜欢的专业。配对成功的学生需要完成一系列的任务，增加对彼此专业的了解与认识，包括“做一次旁听生”、“交换信物，读一遍你的专业世界”、“镜面生活：过一次你的生活”等。公益体验行动一经推出，立即受到高校学子的广泛关注，总报名人数超过6000名。活动结束后，我们还挑选出2对配对成功的学生，参与2016年度励志计划的颁奖典礼，与“奇葩说”第三季冠军黄执中就“大学专业选择”问题进行互动。

在创新活动形式的同时，我们依然保证了励志计划论文奖学术的严谨性。今年励志计划论文奖提交页面的访问超过11万人次，论文奖参评论文数量达到760篇，其中入围评审的论文达430篇，较去年提升50%，覆盖高校超过100所。来自全国30多所知名研究机构和高校的68位学者、教授担任励志计划论文奖的专家评审，通过严格的初审和终审，并接受社会的公开监督，最终评选出120篇获奖论

文，保障了励志论文奖的权威性、公正性及专业性。获奖论文中，在国家一级专业刊物发表的优秀论文明显增多，其中不乏国外专业性强的学术媒体的发表论文获奖，选题也更多地聚焦在城镇化、证券市场和互联网经济等与社会经济发展关联更紧密的领域。



励志计划颁奖典礼



累计鼓励大学生 颁发奖学金  
5,375人 1,790万元

## 案例

作为植根于高校学子的一项公益计划，今年励志计划颁奖典礼基于学生普遍关注的“专业选择”问题，设置了一场辩论赛进行深入探讨。中国两所顶级大学北大和清华的优秀辩手，围绕“当专业与兴趣发生矛盾的时候，是该坚持下去还是该努力追求喜欢的专业”而展开激辩，活动旨在鼓励高校学生勇于思辩敢于创新。



## 关注环境公益倡导低碳实践

我们不断探索环境保护的新方向和新思路，确定节能减排方案、寻求低碳运营实践、关注环境保护实效。我们连续六年开展了“低碳100”环境主题行动，将百条低碳举措贯穿到各业务环节中。2016年，我们面向城市儿童群体，以“环保+艺术”的形式倡导环保理念，以城市孩子的环保行为帮助农村孩子喝上放心水干净水，并通过环保公益的桥梁，建立起城市孩子与农村孩子之间的连结纽带，开展“青山绿水”等一系列“低碳100”环保公益活动。我们的自有物业通过一系列节能减排的实践应用，开展垃圾分类、回收生活用水、节水节电改造，取得节能降耗成效。同时，绿色金融是“低碳100”的重要实践，我们持续创新，提高绩效。

在公司运营和服务实践中，我们更多地借助互联网平台的新科技手段，为客户提供简单便捷的服务，简化了服务流程，提高了服务时效，降低了运营资源消耗和能耗，2016年全年，我们通过34项科技化服务手段，减少碳排放36,433吨。

2016年

科学化服务手段  
34项

减少碳排放  
36,433吨

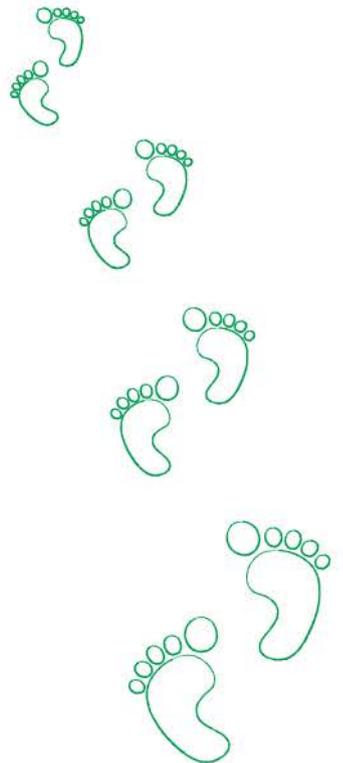


中国平安集团总经理任汇川和品牌总监盛瑞生向希望小学捐赠100万元

## 减少碳排放数据

专业公司低碳潜力	低碳潜力 (tCO <sub>2</sub> e)
产险合计减少碳排放量	22,098.6
寿险合计减少碳排放量	6,208.3
银行合计减少碳排放量	4,547.3
健康险合计减少碳排放量	45.4
养老金合计减少碳排放量	1,021.0
普惠合计减少碳排放量	204.4
陆金所合计减少碳排放量	2,308.0
合计减少碳排放量	36,433.0

备注：2016年，我们根据业务发展情况，对低碳潜力相关业务流程进行细化和优化，并调整了部分核准基数，使低碳潜力数据更合理、更科学。



## 绿金融

在绿色金融领域，我们持续关注环境及再生资源投资、绿色信贷等方面的投入。2016年全年，环境污染责任险承保2609笔，保额达52.6亿元；船舶污染责任险承保1508笔，保额达188.3亿元。

平安产险采购外部权威数据，在DRS鹰眼系统中创新开发环境污染风险地图，帮助企业、政府和保险公司更全面、更客观地了解承保区域的环境污染风险，从而进行针对性的风险管理和核保定价。通过环境污染风险地图，可以方便的查看地图上任意位置的人口密度、企业总产值、企业从业人数、周边交通、周边水体、生态系统类型6类风险情况，并获得环境污染综合风险评价结果。

2015年6月12日，平安大华基金下属子公司平安汇通设立了“平安凯迪电力上网收费权资产支持专项计划”，募集资金11亿元用于受让原始权益人由于从事生物质发电业务而享有的电费收入所对应的电力上网收费权。该项目原始权益人均是凯迪生态环境科技股份有限公司的三家下属子公司。凯迪生态的核心技术及主要收入来源都是“生物质发电”，其技术原理是通过将秸秆等生物质能通过直接燃烧或转化为可燃气体后燃烧，产生热量进行发电。在过去，我国大部分农村地区的秸秆处理方式都是直接焚烧，由此加剧了雾霾问题。借助于“生物质发电”技术，平安凯迪电力上网项目一方面充分利用可再生能源产生了经济效益，帮助农民增收，另一方面也避免了秸秆焚烧带来的环境问题，产生了良好的环境效益。

项目自2015年成立以来，基础资产运行正常，企业经营稳定，并按合同约定，按时完成了到期兑付、付息等安排。凯迪生态2016年全年生物质发电量为598225.34万千瓦时，碳排放为零，创新打造了“农民增收、企业发展、环境友好、多方共赢”的可持续发展模式。

平安银行积极配合国家淘汰落后产能，积极为打造循环经济提供支持，2016年，银行的绿色信贷授信总额为

590.35亿元，授信余额为223.82亿元，贷款余额较年初增加36.46%；

同时，为积极推动新能源产业基金等业务，全面提升业务服务水平，截至2016年底，绿色能源业务授信余额为61.2亿元，其资金主要用于为全球光伏龙头企业支持光伏电站的建设与运营。

平安证券积极响应服务绿色产业发展的政策，深度挖掘发行人融资需求，制订“永续期债券”及“绿色债券”的双创新的融资方案，于2016年9月，成功发行国内首单永续期绿色债券—北控水务绿色公司债。项目由平安证券联席主承销，实际发行规模为28亿元，票面利率为3.68%，募集资金将全额用于绿色产业项目的投资。

北控水务绿色公司债具备“永续期债券”和“绿色债券”双重创新债券特点，通过金融创新丰富了绿色新经济融资渠道。项目超额配售18亿元，有效解决了发行人的资金需求，降低了发行人融资成本，为社会资本投向绿色产业树立了标杆。



## 绿公司

在公司运营上，我们全国12处自有物业在节能降耗、浇灌绿化、垃圾回收等方面较上一年有较大改善，其中，在2016年，上海张江回收包装袋、纸箱、塑料瓶等计38吨；上海平安大厦替换消防电梯LED灯具及拆除了一半车库光源，并加装大金集控系统，节约用电120万千瓦时。同时，低碳节能、节约纸张、节约用水的宣传贴标随处可见，公司全员都在积极履行低碳100条的举措。在新近竣工的深圳平安金融中心的多个运行环节中，已充分体现绿色运营的理念。



### 案例

深圳平安金融中心于2016年12月完成竣工备案，是目前华南第一高楼。大楼采用了窗帘太阳自适应控制系统，根据室外阳光大小自动调节室内灯光的强弱，另外，采用冰蓄冷空调系统等多项绿色技术，使得建筑总体节能绩效显著，比起同等规模的传统建筑，能够节省46%的能耗，比起ASHRAE标准能再节约18-25%的能源。

凭借其卓越的品质与国际影响力，平安金融中心位居美国高层建筑与城市住宅委员会(Council on Tall Buildings and Urban Habitat)盘点的2016年世界十大摩天大楼之首(英国《卫报》报道)，入选美国有线电视新闻网(CNN)“2016年九大定义城市的新建筑”榜单，荣获美国绿色建筑委员会、绿色建筑认证协会授予的“LEED核壳结构金级水平”认证，美国知名纪录片制作商 Discovery 探索频道还就深圳平安金融中心的绿色、智能技术拍摄制作了专题纪录片。2016年，平安金融中心北塔获评国家绿色建筑设计标识三星、深圳绿色建筑设计认证金级、英国BREEAM绿色建筑认证三星，被评为2016年深圳市电机能效提升技术应用试点项目。



## 案例

平安不动产旗下的养生度假项目——悦景庄·西双版纳，地处北纬15度至25度的热带雨林带。项目所在区域由于此前多年的无计划性开发，原始生态环境系统已被人为破坏，水土流失严重。悦景庄·西双版纳项目启动雨林再造工程，使用热带雨林树种及大量珍稀苗木，将“橡胶林”最大程度地还原为约15000亩的原始雨林生态。

热带雨林修复工程将为当地生态环境带来多方面的积极影响：能有效净化空气质量，提高自然防疫能力，制造天然氧气，降低各类噪音，加快空气转换，改变低空气流，有效除尘及过滤污水，防止土壤流失，为多种生物提供栖息地，有利于物种的高效繁育。



## 绿公益

2016年，平安“低碳100”行动迎来“互联网+公益”3.0的新玩法。依托于“平安好车主”APP线上平台“平安行”功能，平安车主用户通过个人良好的驾驶习惯获取低碳驾驶积分兑换公益树苗，我们则以用户的名义在青海地区的万亩平安林捐种云杉树。通过这种互动游戏的方式，此次环保公益活动有效的提升了用户的公益参与感，同时增强了车主客户“文明驾驶、绿色出行”的环保意识。在5月20日当天，我们联合中国青少年发展基金会奔赴青海举行了“中国平安万亩平安林青海站启动仪式”，并种植网友兑换的公益树苗。至此，平安林已完成全国17000亩树木的绿化种植。



作为深圳城市的新地标，深圳平安金融中心一直坚持建筑、人文、社会的良性互动，希望带给都市人们更纯粹、更美好的生活体验。2016年9月24日上午，由我们深圳平安金融中心主办的“青山绿水·平安未来”大型环保公益艺术行动在深圳市会展中心三号馆正式启动。国际知名当代艺术家谷文达先生带领1500名儿童现场创作“青山绿水”巨幅环保画作，以行为艺术的方式唤起公众的环保意识，呼吁社会关注自身赖以生存的“青山绿水”。活动现场，我们还向十所平安希望小学捐赠价值近100万元净水设备，保障3000名希望小学儿童的饮水安全。每个城市孩子作画，就能帮助2个农村孩子喝上纯净水，以艺术为桥梁，让孩子们用实际行动参与到环境保护的行动中来。

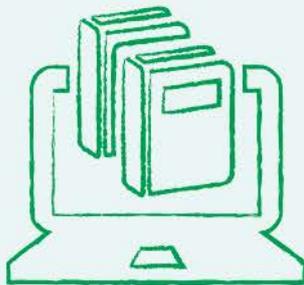


平安集团总经理任汇川在启动仪式上表示，平安作为一家具有社会责任感的公司，在不断创造商业价值的同时，也在持续深化履行企业社会责任。此次举办“青山绿水·平安未来”公益环保艺术行动，希望传递给社会的不仅仅是一场行为表演艺术，更希望能唤起城市居民的公益环保意识。



# 专题

## 平安式扶贫



“十三五”规划提出，未来五年要实现我国现行标准下农村贫困人口脱贫，解决区域性整体贫困。近年来的扶贫工作大有进展，但对于贫困人口精神层面的“扶贫”却远远不够。在政府提出的精准扶贫最新要求下，国家脱贫攻坚更加注重从“输血”式扶贫向“造血”式扶贫转变。

### 中国平安持续22年 聚焦教育公益

为了有效解决教育资源不均衡、贫困地区儿童上学难的问题，我们长期以来持之以恒的教育扶贫，用教育挖掉“穷根”，用“教育”帮助农村孩子们改变观念，并让孩子们自己的双手改变家乡面貌。

全国援建希望小学  
114所

累计帮助乡村儿童完成学业  
30万名

### 连续10年开展平安支教行动

参与立体化支教志愿者近  
5,000名

志愿服务时间超  
22万小时

受助学生约  
10万人



通过希望奖学金、校长培训、定期开展的特色支教志愿服务、网络电教室、图书捐赠、乡村教师心理培训等众多公益行动，从硬件和软件两个方面着手，全面、立体提升边远地区学校的教育水平，弥合城乡教育差距带来的巨大鸿沟。

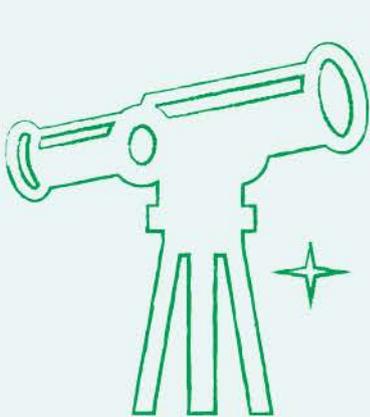
2016年，借助新《慈善法》颁布的契机，我们在教育公益领域构建了一个更有生命力的模式，成立了国内首支“教育发展慈善信托计划”，专注于投向教育领域的慈善项目，首期1007万资金全部来自平安集团、下属子公司及员工。平安信托不仅作为受托人，也以自有资金出资200万元参与。在2016年中，“中国平安教育发展慈善信托计划”首批落地项目5个，投入慈善资金近316万元，包括明园小学网络教室铺设、留守儿童家庭-农民创业接力棒项目、平安励志论文奖及平安希望小学支教-足球冬训营，和平安道路事故教育发展基金项目等。



接受脱贫攻坚任务  
**56**项

公司投入扶贫资金  
**485.55**万元

惠及贫困群众  
**18,325**人



未来，我们将拥抱“互联网+”与“综合金融+”的时代趋势，持续深耕农村金融市场，持续深入以教育手段帮助农村脱贫，为国家扶贫攻坚战略目标的实现助力。

# 展望

2017年，我们将：

- 聚焦教育公益，继续推动“互联网+公益”新模式，将教育公益项目全面升级，从硬件设施建设、师资水平提升、助学、奖学金发放等多个方面着手，围绕弥合城乡教育差距的1个核心理念，利用线上和线下2个渠道，通过师资、科技和创新3大战略，提供硬件、技术、组织和奖金4种支持，扎扎实实推动农村教育事业的发展。
- 继续开拓绿色金融业务领域，积极推动创新科技和业务服务的低碳实践，绿色金融引领行业。

- 进一步贯彻落实国家精准扶贫的工作要求，支持农村摆脱贫困，同时，利用金融企业的业务优势支持农业发展，帮助农民致富。
- 关注热点问题，捕捉社会需求，通过互联网，形成快速响应机制，动员客户和员工快速参与并共同解决社会议题，履行社会责任，回报社会。



# 合作伙伴

互利互惠 合作共赢

“平安好医生”  
签约外部合作医生

6 万名

壹钱包全年交易规模

28,039 亿元





## 进展

2016年，我们为合作伙伴感知平安就在身边，依然重视与合作伙伴的互利共赢关系，通过极致的服务和专业的平台、系统建设，帮助合作伙伴提升效率，提高盈利水平，促进合作伙伴健康、稳定、持续的发展。秉承企业的社会责任使命，我们帮助合作伙伴建立对社会的贡献意识，提升合作伙伴的社会责任感。

## 促进代理人队伍成长

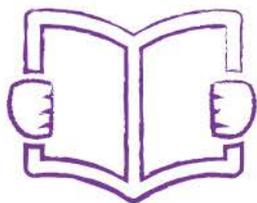
### 为代理人提供全方位学习培训平台

2016年我们依托以“知鸟”为核心的在线学习平台，全面梳理代理人线上、线下培训课程，通过搭建微课、案例学习平台、空中课堂，从而形成与线下课程相结合的培训课程体系，逐步实现以“线上为主”的培训运作模式及管理体系。

在线下培训方面，推动2016年国家理财规划师资格认证及培训春季班和秋季班，2016年共开班127期，累计9115人参训，6721参考。



高峰会会长胡柳与平安集团常务副总经理兼首席保险业务执行官李源祥、平安寿险总经理兼CEO丁当及演员胡歌在寿险高峰会现场



#### 线下培训

累计参训

9,115人

参考

6,721人

## 增员高素质人才充分释放分享经济红利

2016年，我们在代理人方面，除了继续执行过往的优才计划，进一步发展壮大优才队伍之外，还借助“平安金管家”APP提供的丰富产品及服务资源，充分聚合社会大众的闲余劳动力作为增员对象，为代理人队伍开辟了“金管家”微店模式，帮助社会大众实现零成本创业。一方面创新了一种新的增员方式，吸引了跨行业、高素质的人才加入，另一方面也拓展了代理人的收入来源，充分释放分享经济红利。

## 完善供应商管理

### 规范供应商采购流程

2016年，平安集中采购管理中心按照“廉洁诚信，阳光采购”的要求，遵循公开、公正、公平和效益原则，从招标流程、开评标、投诉处理等方面，接受用户及供应商的监督，保障各方利益。

在保障各方利益的同时，我们也持续提高供应商在环境保护方面的准入标准和环保意识。我们所有项目操作均在采购管理系统完成，减少纸张的损耗，节约率达14.95%。我们采购的家具项目的供应商均有“十环认证”，此认证是目前国内对家具企业环境保护情况的最高级别和最权威认证。



## 与合作伙伴实现互利共赢

### 养老金建立标准化的异地协查系统服务平台

为实现“政府满意100%，参保人0投诉”的目标，平安养老金依托全国大运营平台，搭建了标准化的异地协查系统服务平台，为多地政府医保部门提供优质高效的异地协查服务。2016年，我们已为15家机构、31个医保项目提供异地协查案件量共计5417件，发现违规费用共计408万余元。

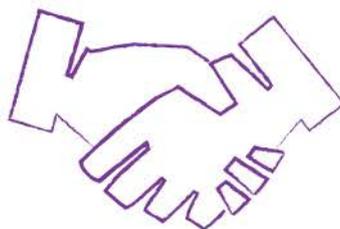
我们利用医疗费用智能审核系统，依托专业的医学知识库和先进的审核引擎，通过对诊疗行为的事前提醒、事中监控及事后审核，识别、监控、管理、统计和分析医疗费用中潜在的欺诈、浪费和滥用行为，减少不合理医疗费用支出。2016年，系统累计签约168个城市，上线项目146个，审核服务覆盖人口约4.8亿。通过对诊疗行为全流程监管，全面监控基金运行风险，控制医疗费用增速，帮助政府实现降低成本，提高保障，提升服务。

## 壹钱包实现跨域积分合作

2016年，壹钱包实现了与多家大中型银行的跨域积分合作，带来了高质量金融用户的潜在客户群，如上海银行、渤海银行、台州银行等共计10家银行达成积分合作并完成上线。其中与建行的积分合作更是连通了建行信用卡积分与万里通积分的换入，该积分项目在上不到2个月的时间里，积分交易即突破60万元。2016年全年，壹钱包年交易规模近3万亿，两年翻了15倍。

壹钱包搭建积分平台，以万里通积分为核心创建积分联盟，从而领跑积分市场的发展，带动行业起步。2016年，在已达成与移动积分合作的基础上，我们实现了与电信、联通的积分战略合作，带动积分的互通互融。此外，我们与航空商旅、酒店、零售电商各行业积极搭建业务合作，全年万里通积分整体交易规模大幅度提升。

我们致力于打造品质电商，引入优质合作品牌，2016年全年，壹钱包商城合作商户达到144家，合作品牌700个。线上商城交易量大幅度提升，2016年商城GMV达到25亿。大型互动营销活动“920”期间商城单日交易峰超过1000万，单日交易量突破21亿。我们挖掘原产地直供合作模式，不断满足用户品质购物需求。



## “平安好医生” 打造医疗生态圈

2016年，“平安好医生”积极打造医疗生态圈，成为现有医疗体系的有益补充。通过与重庆西南医院、南方医科大学深圳医院、佛山市中医院等大型公立医院合作，打造互联网医院。“平安好医生”在国内第一家参股诊所“盈健诊所”正式开业，打通线下就诊及保险支付就医闭环，将管理式医疗HMO模式落地中国，组建“互联网+保险+医院”新模式，与合作伙伴实现互利共赢。

2016年，平安健康互联网

签约社会化医生

6万名

合作公立医院

2,000家

包含

三甲医院

760家

合作诊所超过

5,000家



2016年数据



一键呼叫

三甲名医

5,000位

合作体检机构

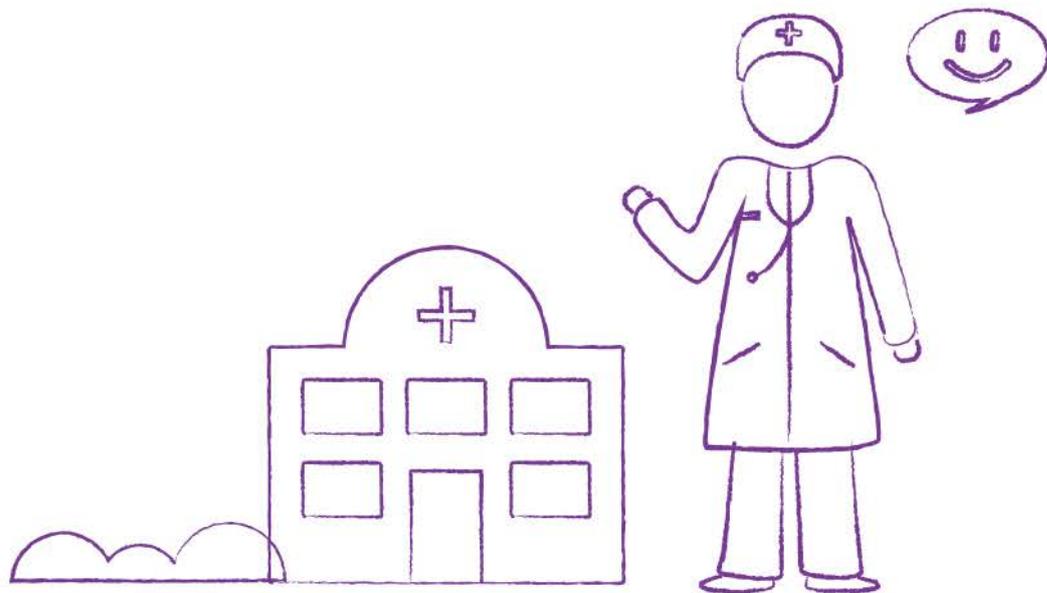
700个

合作药房达

4,000家

覆盖全国城市

160个



## 促进各行业健康发展

### 陆金所引领P2P行业规范健康发展

2016年，陆金所推出“众盈-安e”产品，该产品是在传统稳盈产品基础上，借助平安普惠十年消费信贷经验及陆金所产品创新，独创Fintech（金融科技）手段替代传统担保、保险进行增信，可实现轻资本运作。该模式风险收益对等，可帮助实现全社会投资者的风险教育，引领整个网贷行业步入良性运营轨道。

与此同时，陆金所积极响应《网络借贷信息中介机构业务活动管理暂行办法》的要求，建立P2P业务独立运作机制，完成P2P资金银行存管对接，完善信息披露标准和流程，引领P2P行业规范健康发展。



### 平安银行打造“行e通”综合金融平台

平安银行积极响应国家“互联网+战略”，打造“行e通”综合金融平台，致力研发以金融机构为主要目标客群的同业线上金融产品，从牌照、渠道、客户、增值服务四维度出发，建立国内首个一体化、交互式金融服务及产品销售体系。同业线上金融产品不仅针对产品本身的开发、

交易与服务，还包括了与产品相关的客户管理、产品管理、交易清算、营销管理、数据管理、资讯服务等一体建设，通过优质的线上化同业产品向全国中小银行及非银金融机构输送服务。

2016年，同业线上化金融产品对国内同业客户合作、活跃金融市场、扩大资产管理和融资渠道、提升中间业务收入以及同业品牌建设具有重大意义。

截至2016年12月31日



因交易线上化产品，为合作的金融机构节约交易成本约 **3,900** 万元

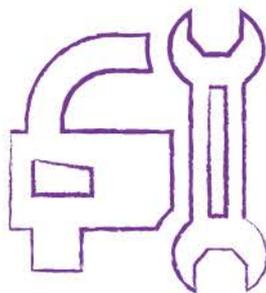
因流程优化和电子化带来的效率提升，为合作机构带来收益增加约 **2,600** 万元

## 平安产险业内首推修理厂全流程自助理赔

2016年，平安产险以保险事故维修为切入点，携万家核心合作修理厂，业内首推修理厂全流程自助理赔，构建“理赔—维修”全程代办无接触客户的自助服务模式，实现理赔/维修全过程透明、维修结果实时线上评价反馈、维修质量承诺三大核心功能，已有超过100万客户体验该服务。通过使用该自助系统，修理厂可直接通过“平安好车主”APP协助客户报案，同时帮助客户完成定损、收单，无需再等待定损员抵达处理，大大提升修理厂工作时效。2016年度，修理厂全流程自助理赔案件量达18.9万，整案时效比标准案件降低7.5天。

此外，借助“平安好车主”线上平台，2016年度，超过3800家合作修理厂开展多场优惠修车活动，累计点击量450万，客户累计领取优惠券21万张，提升合作伙伴获客量。

同时，平安产险积极推进汽车后市场发展，与NSF（美国全国卫生基金会）联合成立专业认证公司，并联合汽车配件B2B交易平台“车件儿”提升修理厂网络核心服务能力。该平台实现全国零配件库存的共享与集合，通过该平台，修理厂可提高配件选购准确度，保证配件品质，采购配件更加省钱、省时、省力、省心。截至2016年12月31日，累计注册修理厂34824家，总交易额突破2亿元。



累计注册修理厂  
**34,824**家

总交易额突破  
**2**亿元

## 平安好房助力开发商销售

2016年，平安好房继续助力开发商销售。依托公司内部资源，平安好房与万科、碧桂园、绿地、华夏幸福等33家百强开发商建立总对总合作关系，具体合作项目合计达595个，总货值约6392亿。凭借公司内部丰富的客户资源、强大的渠道整合能力，平安好房成功助力各大房企实现业绩跨越式增长。

具体合作项目合计达  
**595**个

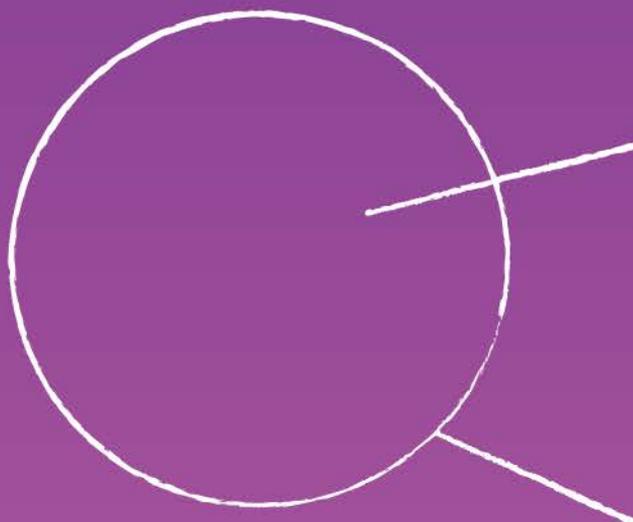
总货值约  
**6,392**亿



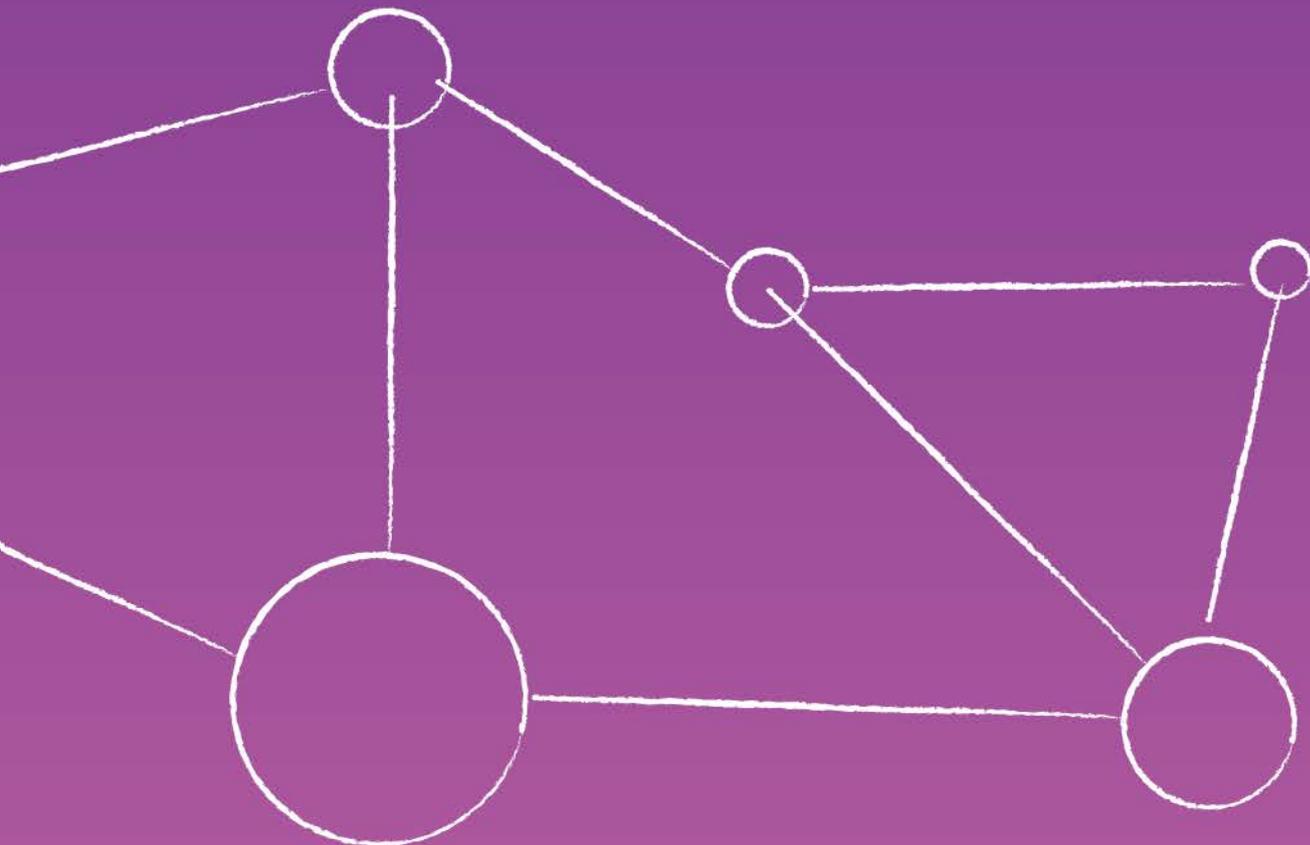
# 展望

2017年，我们将：

- 全力推动“双圈”经营模式，在以“金管家”为核心的平台上，充分释放“产品+”、“科技+”的力量，帮助代理人打破发展瓶颈，通过产品优化、组合销售、客户经营、绩优推动等措施提升代理人收入。通过“知鸟”、远程高清视频等方式，充分实行代理人培训线上化，直播平台每月预计直播1万场。落实监管风险排查及销售经营合规管理要求，加强代理人销售队伍合规品质宣导教育，搭建并完善风险管理系统，系统化管控代理人风险。
- 采购中心继续执行在同等条件下对环保产品及供应商的优先选择的原则，加强对采购过程的合规监督，平均节约率达13%。



- 壹钱包继续领跑积分市场，带动行业发展：包括提升积分会员的忠诚度管理服务、积极与航空商旅、酒店、零售电商等各行业搭建业务合作、继续提升引入优质合作商家和品牌，为合作商家创利。
- 陆金所继续完善P2P网站，完成全部P2P产品的资金存管，根据监管细则完善信息披露机制，引领P2P行业健康发展。
- 平安健康互联网积极签约全国知名中医，联合知名中药厂商进行中药颗粒生产及配送上门；鼓励大量传统媒体和自媒体入驻健康头条产生优质内容。



# 社会认可

## 荣誉和奖项

2016年，平安品牌价值继续保持领先，在综合实力、公司治理和企业社会责任等方面广受海内外评级机构和媒体的认可与好评，获得多个荣誉奖项。



## 企业实力

<p>美国 《财富》(Fortune) 世界500强企业第41位 居中国保险企业第1位</p>	<p>美国 《财富》(Fortune) 中国500强企业第8位 “最受赞赏的中国公司” 排行榜第20位 居中国金融业首位</p>	<p>美国 《福布斯》(Forbes) 全球上市公司2000强第20位 蝉联中国保险企业第1位</p>	<p>中央电视台 2016年度 “中国十佳上市公司”</p>
<p>美国 《机构投资者》 亚洲最受尊敬企业 (Most Honored Company)</p>	<p>中国企业家协会 &amp;中国企业联合会 中国企业500强榜 排名第9位</p>	<p>深圳市质量大会 荣膺“深圳市市长质量奖” 唯一大奖</p>	

## 公司治理

- 美国《机构投资者》
  - 最佳投资者关系公司
  - 最佳分析师日
  - 最佳网页
  - 最佳首席执行官-马明哲
  - 最佳首席财务官-姚波
- 香港《财资》
  - 3A企业大奖白金奖
- 中国上市公司协会、上海证券交易所、深圳证券交易所共同主办的“上市公司监事会最佳实践评选活动”
  - 上市公司监事会最佳实践奖
- 香港《亚洲企业管治》“亚洲卓越大奖”评选
  - 最佳首席执行官（投资者关系）
  - 最佳首席财务官（投资者关系）
  - 中国区最佳投资者关系公司
- 《董事会》杂志
  - 第十二届中国上市公司董事会金圆桌奖之“最佳董事会奖”

## 企业社会责任

- 《经济观察报》&北京大学管理案例中心
  - 中国最受尊敬企业
- 世界环保大会
  - 国际碳金奖 - 碳金生态实践奖
- CSR中国教育奖
  - 最佳可持续发展奖、CSR新媒体传播视频特别奖
- 《第一财经》中国企业社会责任榜
  - 杰出企业奖
- 《南方周末》年度盛典
  - 年度责任贡献奖
- 人民网
  - 第十一届人民企业社会责任奖·年度案例奖
- 第六届中国公益节
  - 2016年度责任品牌奖

## 品牌

### 英国华通明略品牌研究机构(Millward Brown&WPP)

- “BrandZ100最具价值全球品牌”榜单第57位，全球保险品牌第一
- “BrandZ最具价值中国品牌100强”前10，中国保险品牌第一

### 品牌咨询公司FutureBrand

- 全球品牌100强《FutureBrand Index 2016》第17位，位列全球金融企业第一品牌，在中国上榜企业中排名第一。

### 世界品牌试验室 (World Brand Lab)

- 入选2016年《世界品牌500强》，位列255名。

### 胡润研究院

- “2016胡润品牌榜”最具价值中国民营品牌10强”第6位

# 第三方审验声明



## 独立鉴证报告

中国平安保险（集团）股份有限公司董事会（以下简称“董事会”）：

我们受中国平安保险（集团）股份有限公司（以下简称“中国平安”或“贵公司”）董事会的委托，对中国平安编制的自2016年1月1日起至2016年12月31日止的2016年度社会责任报告进行有限保证鉴证。

## 董事会的责任

董事会负责根据全球报告倡议组织（GRI）发布的《可持续发展报告指南（G4）》（以下简称“G4”）的披露建议编制2016年度社会责任报告，并对其中的表述（包括报告准则、报告局限性及报告所载的信息和认定）负责。

董事会负责确定社会责任绩效表现和报告的目标，包括识别利益相关方以及确定利益相关方所关注的重大问题，负责建立和维护适当的社会责任绩效表现管理系统和用于生成社会责任报告中披露的绩效表现信息的内部控制系统，以及负责保留足够的记录。

## 我们的责任

根据与中国平安的约定，我们负责实施有限保证鉴证工作（以下简称“鉴证工作”），对社会责任报告中披露的2016年度关键社会责任指标实施有限保证鉴证程序，并对报告是否遵循了G4要求的实质性和包容性原则进行评价。本报告（以下简称“鉴证报告”）仅为董事会编制，除此以外，并没有其他责任。我们不会就我们的工作或本鉴证报告的内容，对任何第三方承担任何责任。

## 我们的独立性和质量控制

我们遵守国际会计师职业道德准则理事会《国际会计师职业道德守则》（“Code of Ethics for Professional Accountants”）对独立性和其他道德的要求。我们的质量控制采用《国际质量控制准则第一号》（“International standard on Quality Control 1”）。

## 工作的基础

我们按照《国际鉴证业务准则第3000号：历史财务信息审计或审阅以外的鉴证业务》（“International Standard on Assurance Engagements 3000”）执行鉴证工作。我们在策划和执行鉴证工作时，均以取得一切我们认为必需的信息和解释为目标，使我们能获得充分的凭证作出结论。

## 工作程序、范围及局限性

社会责任报告鉴证工作的内容包括与主要负责社会责任报告信息编制工作的人员进行询问，并恰当地实施分析和其他证据收集程序。我们所实施的工作包括：

- 与贵公司负责收集、整理和披露信息的管理层和员工进行访谈，以了解在识别利益相关方、确定关键利益相关方所关注的重大问题方面的程序，以及编制企业社会责任报告流程的有关控制；
- 通过访谈、查阅相关支持性文件，了解贵公司与利益相关方的沟通机制，利益相关方的期望和需求，贵公司如何落实并回应这些期望和需求；
- 与贵公司确立2016年度企业社会责任报告独立有限鉴证工作所包括的关键社会责任指标及相关的评价标准；
- 抽样测试贵公司2016年度关键社会责任指标与我们的工作成果一致性及编制企业社会责任报告流程的有关控制。

有限保证鉴证为获取有限保证而实施的程序旨在确认信息的可信性，该程序的范围会小于为获取合理保证所实施的程序的范围。我们的工作和鉴证报告并不会就中国平安社会责任报告管理系统和程序的有效性及其绩效信息发表意见。

除贵公司深圳、上海本部外，我们没有对中国平安的其他分支机构及子公司实施上述鉴证工作，且不会访问外部利益相关方。历史比较数据也不在本次鉴证工作范围内。同时，本次鉴证范围不包括对中国平安社会责任报告中披露的关键社会责任指标中的财务信息与数据。

**结论**

- 根据我们上述的鉴证工作，我们并没有注意到任何重大事项，使我们相信中国平安编制的2016年度社会责任报告不符合G4要求的实质性和包容性；及
- 根据我们上述的鉴证工作，我们并没有注意到任何重大事项，使我们相信中国平安在2016年度社会责任报告中披露的的相关的关键社会责任指标存在重大错报。

德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）

2017年3月22日



# 指标对照表

## ESG指标对照表

编号	实质性	指标披露程度	在报告中的位置
<b>A1 排放物</b>			
一般披露	高	完全披露	社会与环境 / 绿公益
A1.1	高	完全披露	社会与环境 / 绿公益; 指标附录
A1.2	高	完全披露	社会与环境 / 绿公益; 指标附录
A1.3	不适用	未披露	
A1.4	中	未披露	
A1.5	高	完全披露	社会与环境 / 绿公司、绿公益
A1.6	中	部分披露	社会与环境 / 环境保护、绿公司
<b>A2 资源使用</b>			
一般披露	高	完全披露	社会与环境 / 绿公司、绿公益; 员工 / 持续优化移动办公平台, 提高员工的工作效率
A2.1	高	完全披露	指标附录
A2.2	高	完全披露	指标附录
A2.3	高	完全披露	社会与环境 / 绿公司、绿公益
A2.4	低	部分披露	社会与环境 / 环境保护、绿公司
A2.5	不适用	未披露	
<b>A3 环境及天然资源</b>			
一般披露	高	完全披露	社会与环境 / 绿金融、绿公益
A3.1	高	完全披露	社会与环境 / 绿金融、绿公益
<b>雇用及劳工准则 -B1 雇用</b>			
一般披露	高	完全披露	员工 / 进展、健全人才培养体系, 拓宽员工发展通道、充分发挥员工代表大会的职能, 保障员工权益、完善薪酬管理机制, 加强员工福利保障、推进企业年金计划, 实施员工及家属综合福利保障计划
B1.1	高	完全披露	指标附录
B1.2	高	未披露	
<b>雇用及劳工准则 -B2 健康与安全</b>			
一般披露	高	完全披露	员工 / 关爱员工身心健康, 倡导低碳生活方式
B2.1	高	未披露	
B2.2	高	未披露	
B2.3	高	完全披露	员工 / 关爱员工身心健康, 倡导低碳生活方式
<b>雇用及劳工准则 -B3 发展及培训</b>			
一般披露	高	完全披露	员工 / 完善“知鸟”平台, 实现“最好的培训在平安”
B3.1	高	完全披露	员工 / 完善“知鸟”平台, 实现“最好的培训在平安”
B3.2	高	完全披露	员工 / 完善“知鸟”平台, 实现“最好的培训在平安”
<b>雇用及劳工准则 -B4 劳工准则</b>			
一般披露	中	完全披露	员工 / 进展
B4.1	中	部分披露	员工 / 进展
B4.2	中	部分披露	员工 / 进展

编号	实质性	指标披露程度	在报告中的位置
<b>运营惯例 -B5 供应链管理</b>			
一般披露	高	完全披露	合作伙伴 / 完善供应商管理
B5.1	中	未披露	
B5.2	中	完全披露	合作伙伴 / 完善供应商管理
<b>运营惯例 -B6 产品责任</b>			
一般披露	高	完全披露	股东 / 健全风险管理机制, 加大风控力度; 客户 / 极致服务提升客户体验、科技创新造就简单生活
B6.1	不适用	未披露	
B6.2	高	完全披露	客户 / 极致服务提升客户体验
B6.3	中	部分披露	股东 / 资源整合, 法律合规可持续推进
B6.4	不适用	未披露	
B6.5	高	完全披露	股东 / 健全风险管理机制, 加大风控力度; 客户 / 科技创新造就简单生活
<b>运营惯例 -B7 反贪污</b>			
一般披露	高	完全披露	股东 / 强化反腐教育, 倡导廉洁自律、资源整合, 法律合规可持续推进、持续优化反洗钱管理, 全面防范洗钱风险
B7.1	高	未披露	
B7.2	高	完全披露	股东 / 持续优化反洗钱管理, 全面防范洗钱风险、资源整合, 法律合规可持续推进、强化反腐教育, 倡导廉洁自律
<b>社区 -B8 社区投资</b>			
一般披露	高	完全披露	社会与环境 / 教育公益
B8.1	高	完全披露	社会与环境 / 教育公益 / 支教行动、让爱回家、励志计划
B8.2	高	完全披露	社会与环境 / 教育公益 / 支教行动、让爱回家、励志计划

## GRI 4.0指标对照表

编号	实质性	指标披露程度	在报告中的位置
<b>战略与分析</b>			
G4-1	高	完全披露	董事长致辞; 战略与责任
G4-2	高	完全披露	董事长致辞
<b>机构概况</b>			
G4-3	高	完全披露	公司概况
G4-4	高	完全披露	公司概况
G4-5	高	完全披露	封底
G4-6	高	完全披露	公司概况
G4-7	高	完全披露	公司概况
G4-8	高	完全披露	公司概况
G4-9	高	完全披露	公司概况
G4-10	高	完全披露	指标附录
G4-11	中	完全披露	员工 / 关爱员工身心健康, 倡导低碳生活方式
G4-12	高	完全披露	合作伙伴 / 完善供应商管理
G4-13	高	完全披露	公司概况
G4-14	高	完全披露	公司概况
G4-15	高	完全披露	公司概况、社会认可
G4-16	高	完全披露	公司概况、社会认可

	编号	实质性	指标披露程度	在报告中的位置
确定的实质性方面与边界	G4-17	高	完全披露	战略与责任
	G4-18	高	完全披露	战略与责任
	G4-19	高	完全披露	战略与责任
	G4-20	中	完全披露	战略与责任
	G4-21	中	完全披露	战略与责任
	G4-22	高	完全披露	战略与责任
	G4-23	高	完全披露	战略与责任
利益相关方参与	G4-24	高	完全披露	利益相关方感言；战略与责任
	G4-25	高	完全披露	利益相关方感言；战略与责任
	G4-26	高	完全披露	利益相关方感言；战略与责任
	G4-27	高	完全披露	利益相关方感言；战略与责任
报告概况	G4-28	高	完全披露	关于本报告 / 报告范围
	G4-29	高	完全披露	关于本报告 / 报告范围
	G4-30	高	完全披露	关于本报告 / 报告范围
	G4-31	高	完全披露	关于本报告 / 报告发布形式
	G4-32	高	完全披露	第三方审验声明
	G4-33	高	完全披露	关于本报告 / 报告数据说明、报告保证方式
	G4-34	高	完全披露	股东 / 公司治理规范严谨
G4-35	高	未披露		
G4-36	高	未披露		
G4-37	高	完全披露	利益相关方感言；战略与责任	
G4-38	高	完全披露	指标附录	
G4-39	高	完全披露	股东 / 公司治理规范严谨	
G4-40	高	完全披露	指标附录	
治理	G4-41	高	完全披露	股东 / 健全风险管理机制，加大风控力度
	G4-42	高	完全披露	企业使命、战略与责任
	G4-43	中	部分披露	战略与责任
	G4-44	中	未披露	
	G4-45	高	部分披露	战略与责任
	G4-46	中	未披露	
	G4-47	高	未披露	
	G4-48	高	未披露	
	G4-49	高	未披露	
	G4-50	高	未披露	
	G4-51	高	未披露	
	G4-52	高	未披露	
	G4-53	中	未披露	
	G4-54	中	未披露	
	G4-55	中	未披露	
商业伦理与诚信	G4-56	高	完全披露	企业使命
	G4-57	高	完全披露	股东 / 健全风险管理机制，加大风控力度
	G4-58	高	完全披露	股东 / 强化反腐教育，倡导廉洁自律

	编号	实质性	指标披露程度	在报告中的位置
管理方法披露	G4-DMA	高	部分披露	股东 / 健全风险管理机制，加大风控力度；客户 / 极致服务提升客户体验、产品革新满足用户多样化需求、倡导普惠金融；员工 / 完善薪酬管理机制，加强员工福利保障；社会与环境 / 绿公益；合作伙伴 / 促进代理人队伍成长
	经济绩效			
	G4-DMA	高	完全披露	股东 / 提升经济效益，创造商业价值
	G4-EC1	高	完全披露	股东 / 提升经济效益，创造商业价值；员工 / 进展、充分发挥员工代表大会的职能，保障员工权益、完善薪酬管理机制，加强员工福利保障；社会与环境
G4-EC2	高	部分披露	社会与环境 / 绿公益	
G4-EC3	高	完全披露	员工 / 实施员工及家属综合福利保障计划	
G4-EC4	低	未披露		
经济	市场表现			
	G4-DMA	高	完全披露	股东 / 提升经济效益，创造商业价值
	G4-EC5	高	部分披露	指标附录
	G4-EC6	高	未披露	
	间接经济影响			
	G4-DMA	高	完全披露	客户 / 倡导普惠金融；社会与环境 / 绿金融、支教行动、让爱回家、励志计划
G4-EC7	中	完全披露	客户 / 倡导普惠金融；社会与环境 / 绿金融	
G4-EC8	高	完全披露	客户 / 倡导普惠金融；社会与环境 / 绿金融、支教行动、让爱回家、励志计划	
采购行为	G4-DMA	高	完全披露	合作伙伴 / 完善供应商管理
	G4-EC9	高	完全披露	合作伙伴 / 完善供应商管理
	物料			
G4-DMA	不适用	未披露		
G4-EN1	不适用	未披露		
G4-EN2	不适用	未披露		
环境	能源			
	G4-DMA	高	完全披露	社会与环境 / 绿公益
	G4-EN3	高	完全披露	指标附录
	G4-EN4	高	未披露	
	G4-EN5	高	部分披露	指标附录
	G4-EN6	高	完全披露	社会与环境 / 绿公益
	G4-EN7	高	完全披露	社会与环境 / 绿公益
	水			
	G4-DMA	高	完全披露	社会与环境 / 绿公益
	G4-EN8	高	完全披露	指标附录
	G4-EN9	中	未披露	
	G4-EN10	低	未披露	
生物多样性				
G4-DMA	低	部分披露	社会与环境 / 绿公司	
G4-EN11	低	部分披露	社会与环境 / 绿公司	
G4-EN12	低	未披露	社会与环境 / 绿公司	

# 指标对照表 (续)

	编号	实质性	指标披露程度	在报告中的位置		编号	实质性	指标披露程度	在报告中的位置	
环境	G4-EN13	低	部分披露	社会与环境 / 绿公司	劳工实践和体面工作	劳资关系				
	G4-EN14	不适用	未披露			G4-DMA	高	完全披露	员工 / 关爱员工身心健康, 倡导低碳生活方式	
	废气排放						G4-LA4	高	完全披露	指标附录
	G4-DMA	高	部分披露	指标附录		职业健康与安全				
	G4-EN15	高	部分披露	指标附录		G4-DMA	高	完全披露	员工 / 关爱员工身心健康, 倡导低碳生活方式	
	G4-EN16	高	部分披露	指标附录		G4-LA5	高	未披露		
	G4-EN17	高	未披露			G4-LA6	高	未披露		
	G4-EN18	高	未披露			G4-LA7	中	未披露		
	G4-EN19	高	部分披露	社会与环境 / 环境保护		G4-LA8	高	未披露		
	G4-EN20	不适用	未披露			培训与教育				
	G4-EN21	不适用	未披露			G4-DMA	高	完全披露	员工 / 完善“知鸟”平台, 实现“最好的培训在平安”	
	污水和废弃物						G4-LA9	高	完全披露	员工 / 完善“知鸟”平台, 实现“最好的培训在平安”
	G4-DMA	低	未披露			G4-LA10	高	完全披露	员工 / 完善“知鸟”平台, 实现“最好的培训在平安”	
	G4-EN22	低	未披露			G4-LA11	高	未披露		
	G4-EN23	低	未披露			多元化与机会平等				
	G4-EN24	不适用	未披露			G4-DMA	高	未披露		
	G4-EN25	不适用	未披露			G4-LA12	高	完全披露	指标附录	
	G4-EN26	不适用	未披露			男女同酬				
	产品和服务						G4-DMA	高	未披露	
	G4-DMA	高	完全披露	社会与环境 / 绿公司、绿公益		G4-LA13	高	未披露		
	G4-EN27	高	完全披露	社会与环境 / 绿公司、绿公益		供货商劳工实践评估				
	G4-EN28	低	未披露			G4-DMA	不适用	未披露		
	合规						G4-LA14	不适用	未披露	
	G4-DMA	中	未披露			G4-LA15	不适用	未披露		
	G4-EN29	中	未披露			劳工问题申诉机制				
	交通运输						G4-DMA	不适用	未披露	
G4-DMA	中	完全披露	合作伙伴 / 完善供应商管理	G4-LA16	不适用	未披露				
G4-EN30	中	完全披露	合作伙伴 / 完善供应商管理	投资						
整体环境情况					G4-DMA	不适用	未披露			
G4-DMA	高	部分披露	环境与社会 / 绿金融	G4-HR1	不适用	未披露				
G4-EN31	高	部分披露	环境与社会 / 绿金融	G4-HR2	不适用	未披露				
供货商环境评估					非歧视					
G4-DMA	中	完全披露	合作伙伴 / 完善供应商管理	G4-DMA	高	未披露				
G4-EN32	中	未披露		G4-HR3	高	未披露				
G4-EN33	中	部分披露	合作伙伴 / 完善供应商管理	结社自由与集体谈判						
环境问题申诉机制					G4-DMA	不适用	未披露			
G4-DMA	中	未披露		G4-HR4	不适用	未披露				
G4-EN34	中	未披露		童工						
雇用					G4-DMA	高	部分披露	员工 / 进展		
G4-DMA	高	完全披露	员工 / 进展	G4-HR5	高	未披露				
G4-LA1	高	完全披露	指标附录							
G4-LA2	高	完全披露	员工 / 完善薪酬管理机制, 加强员工福利保障							
G4-LA3	高	未披露								

编号	实质性	指标披露程度	在报告中的位置
<b>强迫与强制劳动</b>			
G4-DMA	高	部分披露	员工/进展
G4-HR6	高	未披露	
<b>安保措施</b>			
G4-DMA	低	未披露	
G4-HR7	低	未披露	
<b>原住民权利</b>			
G4-DMA	中	未披露	
G4-HR8	中	未披露	
<b>评估</b>			
G4-DMA	中	未披露	
G4-HR9	中	未披露	
<b>供货商人权评估</b>			
G4-DMA	中	未披露	
G4-HR10	中	未披露	
G4-HR11	中	未披露	
<b>人权问题申诉机制</b>			
G4-DMA	高	未披露	
G4-HR12	高	未披露	
<b>当地社区</b>			
G4-DMA	高	完全披露	社会与环境/教育公益
G4-SO1	高	部分披露	社会与环境
G4-SO2	高	未披露	
<b>反腐败</b>			
G4-DMA	高	完全披露	股东/强化反腐教育, 倡导廉洁自律
G4-SO3	高	未披露	
G4-SO4	高	完全披露	股东/强化反腐教育, 倡导廉洁自律
G4-SO5	高	完全披露	股东/强化反腐教育, 倡导廉洁自律
<b>公共政策</b>			
G4-DMA	不适用	未披露	
G4-SO6	不适用	未披露	
<b>反竞争行为</b>			
G4-DMA	不适用	未披露	
G4-SO7	不适用	未披露	
<b>合规</b>			
G4-DMA	高	未披露	
G4-SO8	高	未披露	
<b>供货商社会影响评估</b>			
G4-DMA	高	未披露	
G4-SO9	高	未披露	
G4-SO10	高	未披露	
<b>社会影响问题申诉机制</b>			
G4-DMA	高	未披露	
G4-SO11	高	未披露	

编号	实质性	指标披露程度	在报告中的位置
<b>客户健康与安全</b>			
G4-DMA	高	未披露	
G4-PR1	高	未披露	
G4-PR2	高	未披露	
<b>产品及服务标识</b>			
G4-DMA	高	未披露	
G4-PR3	中	未披露	
G4-PR4	高	未披露	
G4-PR5	高	完全披露	指标附录
<b>市场推广</b>			
G4-DMA	高	未披露	
G4-PR6	高	未披露	
G4-PR7	高	未披露	
<b>客户隐私</b>			
G4-DMA	高	完全披露	股东/健全风险管理机制, 加大风控力度; 客户/科技创新造就简单生活
G4-PR8	高	未披露	
<b>合规</b>			
G4-DMA	高	完全披露	股东/健全风险管理机制, 加大风控力度
G4-PR9	高	未披露	

GRI金融行业补充指标

<b>经济</b>			
G4-DMA	高	完全披露	社会与环境/教育公益
G4-EC1	高	完全披露	社会与环境/教育公益
<b>环境</b>			
G4-EN15	高	部分披露	指标附录
G4-EN16	高	部分披露	指标附录
G4-EN17	高	部分披露	指标附录
G4-EN23	低	未披露	
<b>社会</b>			
G4-DMA	高	完全披露	股东/持续优化反洗钱管理, 全面防范洗钱风险
G4-FS6	高	完全披露	客户/倡导普惠金融/帮助中小企业解决融资难问题
G4-FS7	高	完全披露	客户/倡导普惠金融/为弱势群体提供金融服务
G4-FS8	高	完全披露	社会与环境/绿金融
G4-FS10	高	未披露	
G4-FS11	高	未披露	
G4-FS13	高	完全披露	客户/为弱势群体提供金融服务
G4-FS14	高	完全披露	客户/为弱势群体提供金融服务
<b>人权</b>			
G4-HR1	高	未披露	
<b>产品责任</b>			
G4-DMA	高	完全披露	客户/产品革新满足用户多样化需求

# 指标附录

## 经济

2014-2016中国平安经济绩效表

人民币百万元	2016	2015	2014
总资产	5,576,903	4,765,159	4,005,911
总收入	712,453	619,990	462,882
基本每股收益(元)	3.50	2.98	2.47
支付的薪酬总额	45,542	43,321	32,071
缴税总额	61,147	55,641	37,936
集团偿付能力充足率(%)	210.0	195.4	205.1

董事会、监事会人员结构比例

年份	董事会					监事会				
	性别比例		年龄比例			性别比例		年龄比例		
	男性	女性	30岁以下 (含30岁)	30-50岁 (含50岁)	50岁以上	男性	女性	30岁以下 (含30岁)	30-50岁 (含50岁)	50岁以上
2016年	88.2%	11.8%	0	18%	82%	80%	20%	0	60%	40%
2015年	88.24%	11.76%	0	29.41%	70.59%	80%	20%	0	60%	40%
2014年	84.20%	15.80%	0	26.30%	73.70%	85.70%	14.30%	0	42.90%	57.10%

# 客户

绩效指标	绩效指标	2016年	2015年
寿险	NPS值	21%	16%
	12月滚动投诉率	0.044%	0.06%
	客户综合满意度	93.5%	93.7%
产险	NPS值	47%	47%
	车险理赔万元以下案均支付时效	14.42天	15.38天
	车险理赔获赔率	99.85%	99.24%
养老险	NPS值	44%	25%
	客户满意度	4.62分	4.63分
健康险	NPS值	22%	21%
	12个月滚动投诉率	0.02%	0.02%
	预约4小时答复率	95.15%	93.06%
银行	NPS值	23%	23%
	零售客户满意度	79.00%	77.00%
信用卡	NPS值	15%	6%
	信用卡客户满意度	83.00%	81.00%
信托	NPS值	51%	~
	客户服务电话接通率	96.73%	~
证券	NPS值	3.50%	~
	电话服务客户满意度	98.06%	~
健康互联网	NPS值	52%	~
	客户满意度	98.69%	~
普惠	NPS值	21%	~
	时效内投诉结案率	92.00%	~

说明：

平安信托、平安证券、平安健康互联网、平安普惠四家子公司，因2015年末全面铺开NPS工作，故无2015年数据。

# 员工

## 人数及多样性 (数据范围: 全系统)

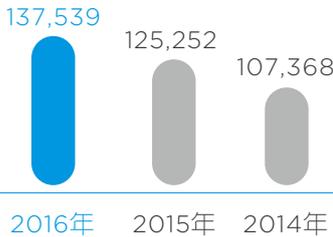
### 员工总数

单位: 人



### 内勤数量

单位: 人



### 外勤数量

单位: 人

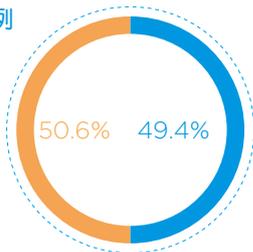


说明:

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。

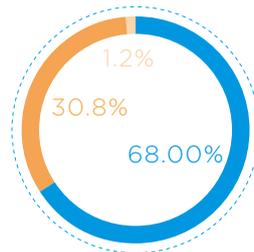
### 按性别比例

■ 女性  
■ 男性



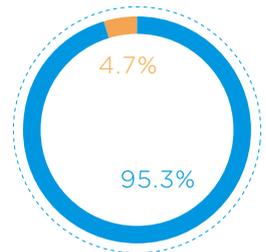
### 按年龄比例

■ 30岁以下(含30岁)  
■ 31-50岁(含50岁)  
■ 51岁以上



### 按民族

■ 汉族  
■ 少数民族



时间	男性	女性
2016年	50.6%	49.4%
2015年	50.07%	49.93%
2014年	48.4%	51.6%

30岁以下(含30岁)	31-50岁(含50岁)	51岁以上
68.00%	30.8%	1.2%
65.89%	32.76%	1.35%
69%	29.8%	1.2%

汉族	少数民族
95.3%	4.7%
95.5%	4.5%
95.6%	4.4%

### 加班制度及费用

时间	费用	制度	数据范围
2016年	26,714.72万元, 占人力成本0.59%	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
2015年	19,802万元, 占人力成本0.46%		
2014年	13,643万, 占人力成本不到1%		

说明: 人力资源数据部分来源MIS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。

## 环境

### 能源消耗

能源类别	2016年	2015年	2014年
	自有物业(含平安金融管理学院)	自有物业(含平安金融管理学院)	自有物业(含平安金融管理学院)
用电总量(单位:度)	87,104,719	73,589,670	73,198,213
用水总量(单位:吨)	816,488	754,597	836,571
总人数(单位:人)	45,894	38,256	38,888
人均用电(单位:度)	1,898	1,924	1,882
人均用水(单位:吨)	17.79	19.72	21.512
碳排放量(单位:千克)	79,988,263	67,577,394	67,217,919
备注:天然气消耗导致的碳排放(单位:千克)	4,871,571		
2016年碳排放量(单位:千克) 含天然气	84,859,835		

#### 说明:

- 2016年统计范围与2015年统计范围相比,增加了上海平安大厦,包括:上海平安大厦、平安金融管理学院、深圳平安大厦、深圳826大厦、深圳星河大厦、上海张江、上海静安广场、上海中国平安金融大厦、北京、大连、珠海、合肥、福州平安大厦合计13个自有物业项目。
- 平安金融管理学院、深圳826大厦、深圳星河大厦除常驻办公人数外,将2016年全年接待量按照比例折算为常驻办公人数(全年接待学员、业务员数量/365天),与2015年计算口径一致。
- 北京、大连、珠海、福州、合肥平安大厦除平安员工外,有外租客户办公,能耗统计按照每月实际发生的水费、电费计算,无水表分表的按照人数比例计算,剔除了非平安员工的用量。
- 用电量统计不含张江、学院、深圳平安大厦三地的机房用电,与2015年统计范围一致。
- 深圳星河项目的统计范围说明:由于统计量方法不同,其电量统计不含空调用电,耗水量不含空调用水,与2015年统计口径一致。
- 碳排放折算:本报告披露的二氧化碳排放包括电量数据统计折算,根据报告截止时间最新的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0.9183千克二氧化碳。

### 节省纸张数据(单位:吨)

	MIT移动展业模式	电子保单	电子函件	电子账单
2016年	1,081.91	0	768.87	2,886.16
2015年	1,259.09	65.45	597.03	1,765.42
2014年	911	18.71	477.74	1,115

#### 备注:

MIT移动展业模式、电子保单、电子函件数据来源于寿险业务,电子账单数据来源于信用卡业务。

## 合作伙伴

### 壹钱包商圈合作指标

时间	累计发放积分		
	2016年	2015年	2014年
指标值	142.45亿	65亿	15亿

备注:

### 平安银行同业合作指标

时间	“行e通”平台汇聚同业机构		
	2016年	2015年	2014年
指标值	1410家	515家	329家

备注:



本报告由再生纸印刷

**中国平安保险（集团）股份有限公司**

深圳市福田区益田路平安国际金融中心 邮编 518048

全国统一总机 400 8866 338

**全国统一客服热线：95511**

[www.pingan.cn](http://www.pingan.cn)

更多精彩，请关注  中国平安官方微博  
weibo.com/pingan

**中国平安 平安中国**