

中国平安
PINGAN

保险 · 银行 · 投资

绿色承诺

2010企业社会责任报告



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：资产增值、稳定回报

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

关于本报告

欢迎阅读《中国平安2010企业社会责任报告》。在这份报告中，我们依然采用分业务系列披露的方法，以让我们的利益相关方更加清晰地了解到不同业务系列在可持续发展战略中发挥的作用。报告集中体现了我们在对利益相关方关注的议题方面的回应、行动以及面临的挑战。

为了减少资源消耗，支持环境保护，今年我们精简了印刷版报告的内容，您现在阅读的是报告完全版，您也可以登录www.pingan.com/csr阅读我们的网上报告。

我们还继续将全球报告倡议组织的G3指标及金融行业补充指标作为我们信息披露的指导性原则，并使用独立的AA1000保证标准来确保我们的报告。

本报告数据范围涵盖集团所有业务系列，我们的财务业绩的详情载于《中国平安2010年年度报告》。

本报告做了一部分的规划和预测，但不排除对趋势预测有一定的不确定性。

本报告披露的所有内容和数据，已经中国平安保险（集团）股份有限公司董事会审议通过。

目录

- 2 董事长致辞
- 6 公司概况
- 9 战略与管理

股东

- 12 我们的价值观
——对股东负责：资产增值 稳定回报
- 14 我们的关注
- 15 我们的行动
- 19 绩效成果
- 20 问题
- 21 2011年的计划和目标

客户

- 22 我们的价值观
——对客户负责：服务至上 诚信保障
- 24 我们的关注
- 25 我们的行动
- 32 绩效成果
- 36 问题
- 37 2011年的计划和目标

员工

- 40 我们的价值观
——对员工负责：生涯规划 安居乐业
- 42 我们的关注
- 43 我们的行动
- 48 绩效成果
- 51 问题
- 52 2011年的计划和目标

环境和社会

- 54 我们的价值观
——对社会负责：回馈社会 建设国家
- 56 我们的关注
- 57 我们的行动
- 66 绩效成果
- 67 问题
- 67 2011年的计划和目标

合作伙伴

- 68 我们的价值观
——合作伙伴：互惠互利 实现共赢
- 70 我们的关注
- 71 我们的行动
- 74 绩效成果
- 75 问题
- 75 2011年的计划和目标

- 76 社会认可
- 78 GRI指标对照表
- 80 指标附录
- 87 第三方审验声明
- 92 联系我们

董事长致辞



中国平安保险（集团）股份有限公司
董事长兼首席执行官
马明哲

展望2011年，我们将牢牢把握时代脉搏，夯实基础，在公司向“综合金融、国际领先”的战略目标迈进时，为股东、客户和社会、环境创造更加长期稳定的价值，共同期待更加美好的未来。

全年净利润

179.38

人民币亿元

产险服务承诺达成率

99.86%

2010年，是中国平安落实企业社会责任五年建设规划的第二年。回望过去的两年，我们对企业社会责任对企业可持续发展的价值的认识更加清晰，任务更加明确。更加深刻地认识到企业要承担起对环境、社会、经济的责任，要对各利益相关方关注的议题进行认真、积极、有效的回应，就要将环境、社会、经济的议题融入到自身的业务运营中。

为了实现这个目标，我们不断加强自身的长期能力建设，加强与利益相关方的沟通。在2010年，首次申报了DJSI（道琼斯可持续发展指数），以认识现状，寻找差距，制定更清晰的发展计划。事实证明，DJSI的申报结果与我们日常工作中发现的问题是一致的，并由此制定了相应的改进计划。我们还启动了企业社会责任绩效指标体系搭建工作，以将企业社会责任工作分解到各部门的日常工作中，从制度上保障企业社会责任工作的落实；同时，针对不同类别的员工，开发了企业社会责任培训课程，在组织中建立一种可持续经营的文化。在建立绩效指标体系的过程中，我们也与利益相关方进行了有效的沟通互动，进一步了解了利益相关方的关注重点。

与此同时，我们在2010年，首次全面、完整、系统地回应了环境责任，推出了“绿色承诺平安中国”低碳100行动，使平安的责任体系更加完善。金融是现代经济的核心，是经济运行的血脉和经济发展的引擎，我们的目标是使平安成为绿色金融的标杆企业，充分发挥金融行业经济血脉的作用，推动低碳经济、低碳社会的建设。通过运营、业务、公益三个层面的行动，将对环境的承诺落实到了我们的日常运营、产品开发以及与社会互动的各环节。比如，在运营层面，努力减少自身的资源消耗，在全系统范围内推行节能减排、低碳环保措施，2010年，公司自有物业人均单位水、电使用同比减排达10%；在业务服务层面，通过创新科技，推广电子化服务，2010年，电子保单、电子帐单的使用，共节约纸张用量89.2吨；在公益层面，关注对客户和社会大众行为的影响，通过“百万森林”计划，以60万车险客户的身份，捐赠了300万元，捐种了60万棵沙棘树用于西部气候恶劣地区环境的改善。

我们深知企业社会责任是完整的公司使命的承担，我们在对股东、客户、员工、社会责任等多个方面持续努力，实现公司价值的持续增

董事长致辞



“绿色承诺 平安中国” 低碳100行动

长。2010年，全球金融危机的影响还未消退，“突破”成为我们的主题词。在股东责任方面，“保险、银行、投资”三大业务均实现了快速、健康、超越市场的发展，公司整体盈利能力得到较大提升，全年实现净利润179.38亿元，较去年同期大幅增长，业务品质、风险管控、经营水平也稳步提升。2010年，我们成功投资控股深发展，在银行业务领域取得重大突破，基金公司获批，综合金融服务和产品平台进一步完善。

公司良好的盈利能力和综合金融服务平台，是我们不断提升综合金融服务能力的保障。我们始终以客户为核心，以满足客户的需求为己任，将客户置于可持续发展的优先事项的核心位置。多年来，我们不断拓展、搭建综合金融服务平台，就是希望所有的客户在平安切实的感受到一站式服务的乐趣和便利。在2010年，

以资源共享为更高目标的后援二次集中项目顺利推进，运营成本进一步降低，服务水平不断提高，核心竞争力持续增强，综合金融的业务模式更加清晰。此外，2010年，我们升级了“你的平安 我的承诺”承诺运动：车险承诺“万元以下，资料齐全，一天赔付”；寿险继续“信守合约，为您寻找理赔的理由”推出“保单E服务”；银行推动低柜业务和产品延期服务，在保证客户信息的私密性的同时免除客户延期期间的费用；信托落实“客户导向”的经营理念，组建专业高素质的理财经理为客户提供一对一的投资理财服务。同时，我们正逐渐开始将ESG因素纳入到产品的开发中，推出与环境、社会有关的可持续性金融产品。例如平安船舶污染责任保险、食品安全责任险，以及关注社会议题的多个微保险产品。

节约纸张用量

89.2

吨

捐种沙棘树

60

万棵

为玉树地震灾区捐款

1000

人民币万元

员工始终是我们最重要的财富之一。2010年，提出的 SCC（strategic、continuous、challenging）绩效理念，帮助各级员工制定组织及个人目标，使它成为员工绩效的发展指南。关注员工绩效的同时，我们也关心员工的切实需要。我们进行了企业文化绩效调研，在员工重点关注的薪酬、制度等方面形成了改进方案，以此推进企业文化的凝聚力。此外，我们通过横向、纵深处开展员工沟通辅导、心态培训、业余活动、困难慰问及职场环境建设等，推广“平安EAP（员工关爱）计划”深入开展员工关爱行动。

在社会公益方面，我们将企业的核心价值观贯彻在教育、环境、红十字、社群、灾难救助等公益慈善事业中。截至2010年12月31日，我们完成了100所希望小学的援建布点；在全国平安希望小学设立的“中国平安希望奖学金”，截至2010年12月31日，已有3120名同学获得168.25万元的奖励；连续七年开展的中国平安励志计划，已奖励学生3080人，奖金总额达到人民币1069万元；我们连续九年组织无偿献血活动，员工无偿献血量近3600万毫升；我们还为近2000名造血干细胞捐献者无偿提供了一年期重大疾病、意外伤害及住院安心保险保障计划，捐赠保额累计近7亿元；2010年，青海省玉树藏族自治州发生7.1级地震，我们捐赠1000万支持青海省玉树藏族自治州地震灾区重建；8月，甘肃省甘南藏族自治州舟曲县发生特大山洪泥石流灾害，我们向甘南藏族自治州舟曲县捐赠110万，用于灾区学校或卫生医疗系统重建项目。

回首2010年，我们积极履行企业社会责任的努力取得了一定成效和社会各界的认可，一举囊括三项国内企业社会责任重量级奖项：第五次

蝉联“中国最具责任感企业”称号，第六次成功当选“中国最佳企业公民”，同时二度荣获“第一财经·中国企业社会责任榜杰出企业奖”。

2011年，国内外宏观经济形势和金融业环境正在发生深刻变化，国内通货膨胀给企业带来了一定的成本压力，对我们的经营发展提出了更高的要求。我们会继续扎实地履行对股东、客户、员工、社会的使命。按照既定的“综合金融、国际领先”战略目标，继续增强各业务线核心竞争实力，保持各项业务业绩的健康稳定增长；继续推出“承诺”活动，并推出“财商指数调研”，力求帮助客户更好地管理他们的风险及把握机会，帮助不同的群体实现他们的理财期望；我们会加大对员工的投入，在激励员工追求高绩效的同时，更多地关注员工生活和工作的平衡，关爱员工的身心健康；我们会以更具战略性的视角、更创新的手段、更广阔的合作平台使我们的社会公益项目更好的回应社会议题。

展望2011年，我们将牢牢把握时代脉搏，夯实基础，在公司向“综合金融、国际领先”的战略目标迈进时，为股东、客户和社会、环境创造更加长期稳定的价值，共同期待更加美好的未来。



中国平安保险（集团）股份有限公司
董事长兼首席执行官

公司概况

中国平安保险(集团)股份有限公司（以下简称“中国平安”，“公司”，“集团”）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、投资等金融业务为一体的整合、紧密、多元的综合金融服务集团。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。



注：1. 深圳发展银行于2010年5月开始成为本公司的联营企业； 2. 2010年12月28日平安大华基金正式获监管批准成立。



国际领先的综合金融集团

截至2010年12月31日，集团总资产为人民币11,716.27亿元，权益总额为人民币1,168.83亿元。

集团总资产

11716.27

人民币亿元

权益总额

1168.83

人民币亿元

中国平安的企业使命是：对股东负责，资产增值，稳定回报；对客户负责，服务至上，诚信保障；对员工负责，生涯规划，安居乐业；对社会负责，回馈社会，建设国家。中国平安倡导以价值最大化为导向，以追求卓越为过程，做品德高尚和有价值的人，形成了“诚实、信任、进取、成就”的个人价值观，和“团结、活力、学习、创新”的团队价值观。集团贯彻“竞争、激励、淘汰”三大机制，执行“差异、专业、领先、长远”的经营理念。

中国平安的愿景是以保险、银行、投资三大业务为支柱，谋求企业的长期、稳定、健康发展，为企业各相关利益主体创造持续增长的价值，成为国际领先的综合金融服务集团和百年老店。

中国平安通过旗下各专业子公司及事业部，即保险系列的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（平安养老险）、平安健康保险股份有限公司（平安健康险），银行系列的平安银行股份有

限公司（平安银行）、平安产险信用保证保险事业部（平安小额消费信贷），投资系列的平安信托有限责任公司（平安信托）、平安证券有限责任公司（平安证券）及中国平安证券（香港）有限公司（平安证券（香港））、平安资产管理有限责任公司（平安资产管理）及中国平安资产管理（香港）有限公司（平安资产管理（香港））、平安期货有限公司（平安期货）等，通过多渠道分销网络，以统一的品牌向超过6000万客户提供保险、银行、投资等全方位、个性化的金融产品和服务。

中国平安拥有约45.3万名寿险销售人员及13万余名正式雇员，各级各类分支机构及营销服务部门超过4400个。截至2010年12月31日，集团总资产为人民币11,716.27亿元，权益总额为人民币1,168.83亿元。2010年，集团实现总收入人民币1,894.39亿元，净利润人民币179.38亿元。从规模保费来衡量，平安寿险为中国第二大寿险公司；从保费收入来衡量，平安产险为中国第二大产险公司。

公司概况



中国平安在2010年《福布斯》“全球上市公司2000强”排名中名列第466名，同时获选《金融时报》“全球500强”称号，名列《财富》杂志“全球领先企业500强”第383名，并成为入选该榜单的中国内地非国有企业第一名。

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。中国平安遵循“集团控股、分业经营、分业监管、整体上市”的管理模式，在一致的战略、统一的品牌和文化基础上，确保集团整体朝着共同的目标前进。中国平安拥有中国金融企业中真正整合的综合金融服务平台，位于上海张江的中国平安全国后援管理中心是亚洲领先的金融后台处理中心，公司据此建立起流程化、工厂化的后台作业系统，并借助电话、网络及专业的业务员队伍，为客户提供专业化、标准化、全方位的金融理财服务。通过业界首创的客户服务节及万里通、一账通等创新的服务模式，为客户提供增值服务。

作为“中国企业社会责任同盟”的发起人之一，中国平安致力于承担社会责任。在依法经营、纳税的过程中创造企业的阳光利润；在社会中尽到道德责任与慈善责任，将企业的核心价值观贯彻在教育、环境、红十字、社群、灾难救助等公益事业中。教育公益方面，截至2010年12月31日，中国平安完成了100所希望

小学的援建布点；中国平安还出资人民币1000万元在全国平安希望小学设立了“中国平安希望奖学金”，截至2010年，已有3120名同学共获得168.25万元的奖励；连续七年开展中国平安励志计划，已奖励学生3080人，奖金总额达到人民币1069万元，2009年，中国平安启动了励志创业大赛，鼓励大学生自主创业，最高创业基金达10万元；环境方面，中国平安于2010年全面启动“绿色承诺，平安中国”低碳100行动，将100条具体的低碳举措贯穿到日常运营、业务开发及社会公益三大方面中。其中在公司运营方面，2010年全年自有物业人均单位水、电使用同比减排达10%，在业务服务方面，推出了电子保单、电子帐单，2010年节约纸张用量约89.2吨，物流运力也相应减少；在公益合作方面，为60万车险VIP客户捐赠沙棘树苗，用于改善西部气候恶劣地区的环境，捐赠款项达300万元；红十字公益方面，连续九年组织无偿献血活动，员工无偿献血量近3600万CC；我们已为近2000名造血干细胞捐献者无偿提供了一年期重大疾病、意外伤害及住院安心保险保障计划，捐赠保额累计近7亿元；社群方面，2010年，中国平安成立了由50万内、外勤员工队伍组成的“员工志愿者协会”，广泛开展志愿者活动；灾难救助方面，2010年，青海省玉树藏族自治州发生7.1级地震，中国平安捐赠1000万支持青海省玉树藏族自治州地震灾区重建；8月，甘肃省甘南藏族自治州舟曲县发生特大山洪泥石流灾害，中国平安向甘南藏族自治州舟曲县捐赠110万元，用于灾区学校或卫生医疗系统重建项目。

中国平安因此获得广泛社会褒奖：公司连续十年获评“中国最受尊敬企业”、连续六年获评“中国最佳企业公民”、连续四年获评“最具责任感企业”、两年获评“第一财经·中国企业社会责任榜杰出企业奖-社会贡献奖”。

战略与管理

我们完全有能力利用我们的产品与投资，推动各种社会与环境问题的解决。但要做到这一点，我们就必须对可持续发展进行行之有效的管理，并将其纳入我们的业务活动当中。围绕公司的长期目标和企业社会责任五年规划，在2010年，我们的CSR管理团队继续推进企业可持续发展战略融入日常经营行为。我们认为有两个重要的方面能帮助我们实现这个目标：

长期能力建设

我们需要掌握、分析、对比与标杆的差距。我们认为积极参与国际交流，参与标准的制订，会对我们认识自身、完善行动具有重要意义。2010年，我们首次申报了道琼斯可持续发展指数（DJSI）问卷，以全面、客观掌握我们在可持续发展方面存在的不足。我们根据问卷反馈的结果，制定了相应的改进计划。

并且，我们完善了员工的CSR网络培训教育。截至2010年上半年，我们已基本完成CSR培训体系搭建，该课程体系针对全系统品牌宣传员，全系统中层管理者、基层管理者及一般管理人员，全系统高层管理者三类群体编排设计。2010年，课程配送已全部完成，据统计，各课程学习完成率均在80%以上。

利益相关方沟通

要应对可持续发展领域内的各种挑战，我们必须具备丰富知识。这意味着不仅要向专家学习，也要倾听各利益相关方意见，这样我们就能解决各方真正关心的问题。2010年，我们继续延续我们基本的利益相关方沟通机制，运用此机制指导相关工作的开展。

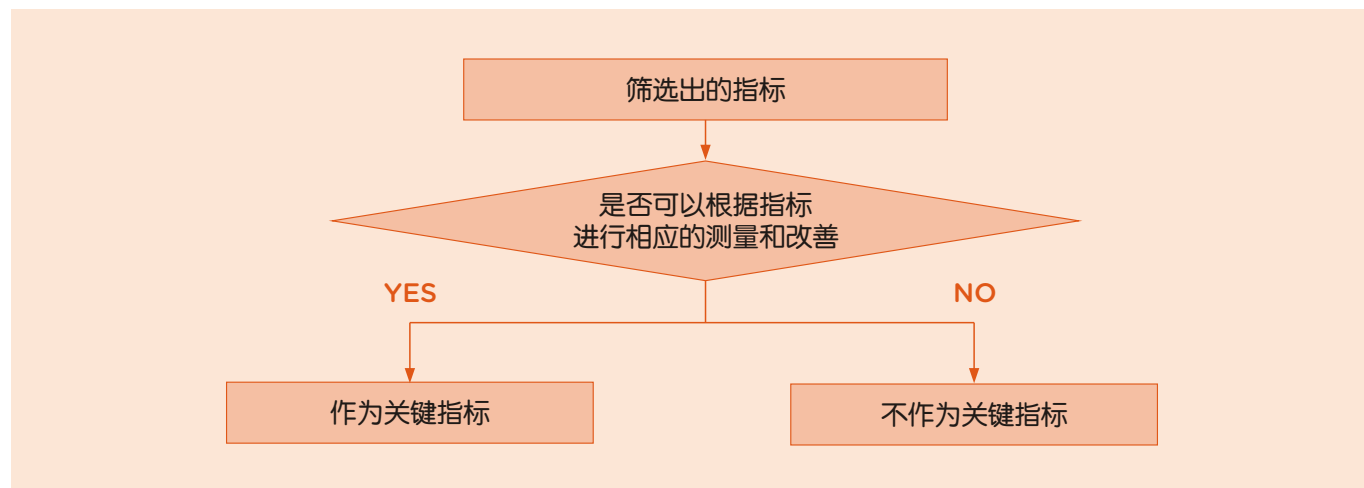
战略与管理

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

在与利益相关方不断的沟通过程中，我们更加清楚地认识到，对利益相关方关注议题的回应有效性需要稳定而持久的机制和方法去保证。于是，2010年，我们启动了企业社会责任绩效指标体系建设工作，目标是建立起一套与利益相关方关注密切相关的动态、稳定的企业社会责任绩效指标体系，使企业社会责任建设的方向、目标更加清晰。在2010年，我们完成了企业内

部访谈和利益相关方访谈，范围覆盖与企业社会责任相关的所有集团管理部门及所有专业公司的总部，共计28个单位。调研在深圳、上海及北京三地开展，初步确定了“预确立指标群”。2011年，我们会确定企业社会责任绩效指标体系，并将相关指标的完成落实到相关部门的工作中。我们也计划将这项工作作为一项常规工作稳定下来。

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：资产增值
稳定回报**





股东大会



股东



从左至右依次为：

集团副总经理 李源祥 集团总经理 任汇川 集团副总经理、首席财务官 姚波 集团副总经理 王利平
集团董事长、首席执行官 马明哲 集团副总经理 顾敏 集团副董事长、常务副总经理 孙建一

我们的关注

- 根据我们的战略发展不断完善公司治理结构，为公司可持续发展夯实基础。
- 从机制与平台、制度与流程上打造风险管理的信赖工程，为公司风险防范提供有力保障。
- 反洗钱监控合规体系的进一步整合和优化，为公司防范洗钱风险、促进金融秩序的稳定提供有力保障。
- 反腐败体系的健全是防止滋生腐败行为的有效壁垒，为公司健康发展提供坚实屏障。

我们的行动

优秀的经济绩效表现

2008年全球金融危机后，我们以“突破”为核心，致力于推动各项业务的发展，为经济的增长做出贡献，为推动行业的发展做出表率。2010年我们在不确定的市场环境中不断突破，迎难而上，综合金融之路迈出了坚实的步伐，各项业务呈现出百花齐放的局面：寿险保费突破1500亿，其中个险首年规模保费同比增速超过40%，首次领跑同业；产险保费突破600亿，市场份额突破15%，保费收入稳居市场第二；信托私人银行业务高速发展，累计了超过10000人的高价值银行客户，第三方资产管理规模突破1500亿；证券投行业务居亚太行业前十；银行信用卡发卡突破600万张，战略投资深发展使银行业务利润贡献率显著提高，进一步强化银行业务支柱；健康险引进战略投资者南非最大的健康险公司Discovery Holdings Limited并进行自由的整合，开拓新兴私人医疗保险市场；新渠道综合金融业务全面发展，车险、寿险、信用卡、小额消费信贷等各项业务均取得佳绩，其中车险电话销售、网络销售收入突破120亿保费，较2009年增速达208%；养老年金受托和投资管理资产增至近700亿，客户增至16000余家，受托管理企业数占全市场的52%，受托服务职工人数占全市场26%，两项指标均达市场第一；小额消费信贷业务全国门店拓展至161家，覆盖全国25个省，44个中心城市，门店数和贷款余额均稳居行业领先地位。

2010年，我们的基金公司获批，进一步完善了综合金融的产品平台。我们以资源共享为更高目标的后援二次集中项目顺利推进，运营成本进一步降低，服务水平不断提高，核心竞争力持续增强，综合金融的业务模式更加清晰。

2010年，在全球股市均出现大幅震荡的背景下，我们的股价依然保持稳健增长。2010年全年上证综指下跌14.31%，其中金融板块各股亦纷纷走出下行态势，而平安A股股价依然保持增长，跑赢了大盘及行业；平安H股股价2010年全年增长27.28%，远高于恒生指数全年5.32%的涨幅。基于公司清晰的发展战略、科学的治理结构以及稳健的经营实践，截至2010年12月31日，几乎全部A股保险行业分析师及大部分H股保险行业分析师均给予我们“买入”或等同于买入的评级。

公司治理不断完善

一个健全的治理体系核心是公司的基本治理组织结构。2010年，我们在继续保持原有的股东大会、董事会、监事会“三会”规范运作和独立董事制度基础上，对董事会下设的专业委员会做了调整。自富通投资后，我们一直致力于如何健全我们的投资决策程序、改进运作机制，提高董事会对公司战略与投资决策的效率和质量，10月27日，我们在董事会下新设立了战略与投资决策委员会，并制定了《董事会战略与投资决策委员会工作细则》，从制度和流程上对投资决策进行加强和规范提升。2008年的全球金融危机进一步警示我们，金融企业的社会责任不仅仅是提供先进的金融产品和服务，更重要的是积极地管理风险。因此，我们将董事会下设的原审计委员会更名为审计与风险管理委员会，将风险管控提升到公司治理的更高层次，并相应修改制定了新的《董事会审计与风险管理委员会工作细则》。董事会下设战略与投资决策委员会、审计与风险管理委员会、提名委员会、薪酬委员会四个专业委员会，公司治理组织结构更加健全和完善。

与投资者建立透明、公开、长效的沟通机制，是公司治理的重要组成部分。2010年我们通过公开说明会、视频及电话会议、路演及网上路演等形式，就我们的年度、半年度及季度业绩进行说明，并针对特别项目或活动，采取电话会议、反向路演、股评家聚会等形式，主动向市场进行推介，加深了资本市场对我们的深入了解。

同时，我们努力优化内部流程及制度建设，加强了对资本市场分析报告及股东信息收集，针对投资者关注的每一个问题和建

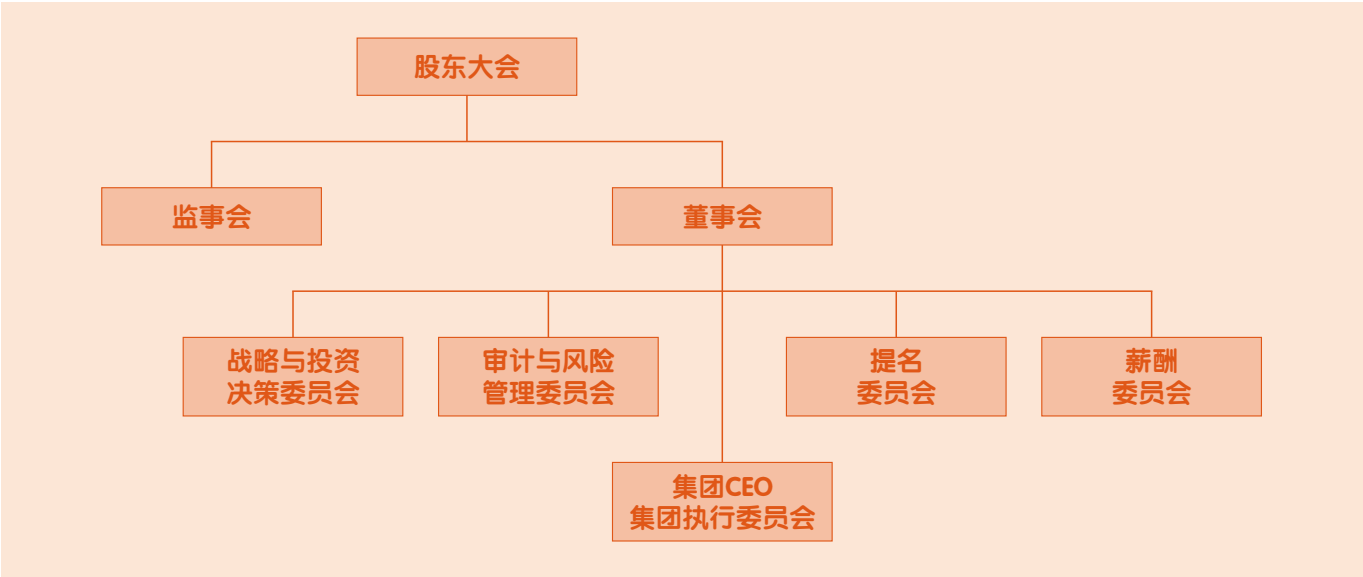
股东



平安三度蝉联最佳董事会奖

基于长期以来良好的公司治理，2010年我们荣获由知名财经杂志《亚洲货币》（Asia money）颁发的“中国最佳管理公司”称号；荣获香港上市公司商会和香港浸会大学公司治理与金融政策研究中心联合颁发的“2010年度香港公司管治卓越奖”；在由知名证券媒体《大众证券报》和新浪财经联合主办的第五届“大众证券杯”中国上市公司竞争力公信力TOP10调查，荣获“最具持续投资价值上市公司”第一名；第四次获得亚洲著名公司治理杂志《Corporate Governance Asia》颁发的“亚洲公司治理杰出表现奖”。

公司治理架构图



股东

内控管理体系打造“信赖工程”

如上所述，对于金融企业来说，内部控制和风险管理是应当履行的重要社会责任之一。2010年，我们的内控管理中心在董事会审计与风险管理委员会的指导下，着力打造“平安信赖工程”，遵循“务实整合”核心原则，依照“以制度为基础、以风险为导向、以流程为纽带、以内控平台系统为抓手”思路，将信赖建立在制度与流程上，将信赖建立在机制与平台上，整合升级内部控制体系和运行机制。

- 我们形成了符合内控法规要求和公司实际情况的内部控制评价自评方法论和运行机制，内控体系进一步整合升级。
- 在制度层面制订了《内部控制评价管理办法》、《内部控制自评手册》等内控评价管理制度；
- 确立了以“合规协调推动、业务主导实施、审计独立评价”为核心的“合规人人有责、内控人人参与”的常态化内控评价机制，控制活动持续日常性维护，发现事项及时跟踪改进。
- 构建了内控评价系统平台，明确内控评价的角色和职责，通过系统内控评价信息流和工作流驱动，为内控评价全过程提供系统记录，各部门的内控管理责任及其履职情况具有可验证性，为内控考核、内控鉴证提供依据，为管理层了解、评估风险状况及决策提供支持。
- 事前、事中、事后“三位一体”的风险管控机制持续加强，合规风险预警、合规评审等进一步标准化、规范化，合规的事前风险管控职能持续有效发挥，合规内控管理有效支持我们综合金融战略发展，促进了保险、银行、投资三大支柱业务及整个集团有效益可持续健康发展。
- 初步建立全面风险管理体系，自主改进压力测试技术并完成测试，确立了全集团风险并表监管的方法、工具和手段，为集团单一和累积风险管理提供有效的定量分析基础；初步建立了集团并表监控全系统金融同业敞口风险的管理机制，进一步有效防范风险传递。
- 不断创新稽核手段，强调风险导向审计，侧重综合金融项目，突出舞弊专项和高风险，风险识别、发现高风险问题的能力更加提升，以风险为导向合理分配稽核资源成效显著，稽核建议对促进管理的价值更为明显。2010年稽核发现问题5718个，计划整改率95%。
- 全面推行风险评级项目，初步实现风险评级在专业公司的覆盖，分支机构对风险管理的自觉性、主动性和管理水平因此有极大提升。



中国平安公布2010中期业绩

反洗钱

洗钱问题是我们金融企业乃至整个行业所面临的挑战。2010年我们持续从制度、流程、机制等方面进一步完善反洗钱管理体系，进行反洗钱系统的整合与优化，完善反恐怖融资恐怖分子及黑名单库，组织覆盖全系统的各类反洗钱培训，开展反洗钱稽核、检查及自查自纠工作，积极配合全系统金融类公司的分支机构接受当地人民银行的监管检查并对检查结果及时回复、改进与落实。2010年，我们的分支机构配合当地人民银行的现场检查、非现场监管、调研等共计166次，无一例洗钱犯罪案件。

反腐败

2010年，我们进一步加大反腐败力度，针对系统违规违法案件新情况，统筹修订全系统集团与子公司《“红、黄、蓝”牌处罚制度（2010版）》、《违法违规案件管理办法（2010版）》以及《案件责任追究管理办法（2010版）》，完善了反腐败机制的制度基础，通过多种形式加强宣导，检视落实情况；同时，增加了反腐败监察人员资源的投入，初步建立案件预防控制机制，资源向高风险领域倾斜，建立商业贿赂案件查处的协调合作机制。

我们认识到，反腐工作不应局限于某个层级，而应该是全体员工，我们努力让每位员工加强廉政自律意识以及对腐败问题的重视和警觉。2010年我们开展了形式多样、内容丰富的廉政教育工作，主要包括开展廉政教育专题活动、编发廉政教育电子期刊《廉·诚·决》、挂网廉政教育类文章、发布集团廉政教育期刊、治理商业贿赂专项工作、廉政教育展览参观、《保险机构案件责任追究指导意见》宣导、廉政教育视频学习、廉政教育专题培训、法律活动月工资等多项活动，总体覆盖率达到了100%；同时鼓励员工认真做好自查自纠工作，在责任追究机制中落实自查从轻等事项。

股东

绩效成果

在全系统推广合规内控管理问责机制

持续进行中

2010年我们发布内控评价管理办法，要求各子公司将内控评价结果与绩效考核挂钩，养老险、银行等子公司已开始试点。

采取系统化、规范化的方式加强合规风险提示

持续进行中

2010年形成合规风险预警、合规评审及内控评价识别风险提示机制，并定期和不定期进行合规风险提示及管理建议参考。

优化总分公司管理模式、合规评审机制、反洗钱管理平台

持续进行中

2010年开始推进总分公司合规管理标准化、规范化；发布集团合规评审管理办法，优化评审流程和标准，联合评审、合议制有效运行；继续完善、整合反洗钱系统平台。

制定完善全面风险管理体系相关制度，完善压力测试方案，制定风险容忍度和风险偏好

持续进行中

已初步建立全面风险管理体系，自主改进压力测试技术并完成测试。

搭建风险评级模型，使审计资源继续向高风险业务、人员和区域倾斜

持续进行中

2010年主要推行风险评级项目，通过实现业务条线评级、评级维度深化和多样化，支持风险导向审计。

以风险为导向，集中有限的资源向高风险的业务倾斜

持续进行中

2010年通过内控评价和风险评级，合理分配内控资源。

股东

绩效指标

2008 – 2010规模保费情况表

单位：人民币百万元	2010年	2009年	2008年
人寿保险	164,448	134,503	102,369
财产保险	62,507	38,774	27,014
合计	226,955	173,277	129,383

2008 – 2010中国平安经济绩效表

单位：人民币百万元	2010年	2009年	2008年
集团总资产	1,171,627	935,712	704,564
归属于母公司股东权益	112,030	84,970	64,542
营业收入	189,439	147,835	108,516
归属于母公司股东的净利润	17,311	13,883	1,418
基本每股收益（元）	2.30	1.89	0.19
股息	4,204	3,395	1,469

注：

- 1. 数据根据公司执行《企业会计准则解释第2号》后的会计政策编制。
- 2. 股息包括末期股息及中期股息，2010年股息42.04亿元已包含将提呈年度股东大会批准的2010年末期股息30.58亿元。

问题

2010年我们在实践过程中发现我们的工作存在以下问题：

- 内控评价与绩效考核挂钩与联动机制需进一步优化；
- 综合金融内控队伍的建设和人才培养需进一步加强，内控人员金融专业知识和综合管理技能有待持续提升。
- 内控管理平台知识库、统一的模板与工具建设需进一步加强，风险热图和风险评级机制需优化，内控管理系统平台对内控评价过程的持续支持需强化；

2011年的计划和目标

我们意识到，确保各项业务的增长、提升公司治理透明度、有效管控风险是我们的基本职责，提升股东、客户、员工与社会的信赖，树立行业典范，促进公司乃至行业的健康发展是我们的最高目标。2011年，我们将继续致力于促进各项业务的增长、公司治理透明度建设，并在制度与标准、流程与机制上持续打造平安信赖工程，促进公司有效益、可持续健康发展。

■ 继续确保各项业务的快速增长

我们将通过完善“一个客户、一个账户、多个产品，一站式服务”的系统平台、进一步提升各渠道、产品、平台、客户群的交叉销售渗透率、推进第二阶段后援集中和前中后台改革、大力发展电销、互联网新渠道业务、积极稳妥地推进战略投资深发展、探索现代科技与金融高度融合的创新发展模式等各种途径确保各项业务的快速增长。

■ 进一步提升公司治理透明度

我们将进一步致力于完善与投资者的沟通机制，进一步提升公司治理的透明度，加强信赖。

■ 进一步打造信赖工程

• 优化内控及风险管理体系、架构和平台建设，将内控及风险管理融入业务经营活动中

持续优化和完善内控评价体系 and 运行机制，全面推广内控考核及机构风险评级。升级合规管理工作的标准化，优化各类内控及风险管理系统平台。继续开发风险并表系统，合规风险预警和合规评审平台。进一步完善案件防控体系，持续提高重大案件预防和控制能力。深入组织实施内控评价，确保内控符合监管要求。

• 持续完善全面风险管理，强化对风险的量化与监控

搭建集团风险偏好体系，设计集团并表监控管理指标，搭建以偿付能力/资本充足性为核心和覆盖投资风险等主要风险的风险量化及预警机制，建立基于风险调整的绩效衡量指标，建立对子公司超标督办管理流程。

• 继续加强内控文化建设，持续提升事前风险管控的效果

持续加强廉政教育建设；组织开展“2011平安内控合规年”活动，加强合规文化建设与内控品牌塑造。

客户

我们的价值观

**对客户负责：服务至上
诚信保障**







2010中国平安人寿第十五届客服节开幕式

我们的关注

- 践行对客户的承诺，进一步提升客户满意度，拓展我们的综合金融服务能力，为我们的客户创造更高价值。
- 积极开拓与客户沟通的多种渠道，强化我们的服务能力，完善网络、电话、移动保全等多种服务渠道和服务的品质，让我们的客户充分感受到服务带来的快捷便利和安全可靠。
- 以客户为中心，依托我们完善先进的后援技术平台，为客户提供专业化的服务。
- 根据我们客户群体的不同类别以及多种需求，开发具有创新性的产品，提供给客户全面完备高附加值的服务。

客户

我们的行动

服务层面

2010年，我们继续深入推行“你的平安 我的承诺”服务行动，在保险、银行、投资领域将“践行承诺”进行升级，将服务渠道梳理得更为便捷安全，为客户提供一站式的金融服务。

保险

践行服务承诺 提升服务品质

2010年，我们产险进一步提升服务品质，业内率先推出“平安车险，万元以下，资料齐全，一天赔付”的服务承诺，较2009年推出的三天承诺赔付时间缩短了两天。截至2010年12月31日，服务承诺达成率为99.86%，困扰车险客户多年的保险理赔繁琐耗时的问题，终于获得了突破性进展，理赔时间的提速，有效地提升了客户满意度。我们产险在监管部门组织的多家产险公司客户满意度调研中，满意度名列行业榜首。

我们寿险在2010年继续实行“信守合约，为您寻找理赔的理由”服务承诺，将客户的切身利益作为理赔服务的首要考虑因素；积极遵循在合约范围内“有利于客户原则”，主动帮助客户寻找理赔的理由。我们不断优化理赔流程、革新理赔服务模式，个险理赔10日内结案率达到96%，客户的服务感受和信任度也大大提高。我们还努力提高服务时效，新契约出单时间平均在3个工作日内，柜面保全作业件均时效11.98分钟，客户满意度调查的层面也覆盖到二级机构，每月均抽取一定数量客户进行电话问卷调研，客户服务综合满意度指标较2009年提升了1.8个百分点。



平安产险查勘车行进在洪灾查勘路上

案例：

2010年8月7日晚，甘肃省甘南藏族自治州舟曲县发生特大山洪泥石流灾害，导致山洪泥石流淹没县城，造成重大人员伤亡和财产损失。2010年8月24日上午，我们甘肃分公司得知客户毕女士在舟曲泥石流事故中身故，准备申请理赔。客户家属于2010年8月24日上午报案并提交了理赔申请资料，我们接到申请资料后，立刻进入“理赔绿色通道”流程处理，该案从报案、受理、物流、扫描到理赔结案，仅用时5小时，用最短的时间让客户家属拿到平安的理赔保险金5万元。

拓宽服务渠道，创新特色服务

创新意味着不断思考客户需求变化，通过新的方法满足客户需求。

我们产险2010年启动对个人车险客户的需求调研项目，全方位、深层次探求客户需求，并开发出新的服务模式。酒后开车一直是困扰客户的一大问题，2010年，我们推出了酒后代驾服务，分别在上海、温州、合肥三地进行服务试点，依据试点，根据地域性以及适用人群进行调整，有针对性地展开该服务。

2010年我们寿险秉承P-STAR五星服务理念，让客户感觉主动、简单、及时、方便、可靠，开发了金领移动展业新模式（简称MIT），这种移动展业销售模式将现代科技和保险销售结合在一起，传统销售模式中客户获得一份保险保障最少需要5天，而在MIT移动展业模式下，客户从了解产品、完成投保，到获得核保结果、现场交纳保费、现场获得保险保障，整个过程仅需半小时，不仅为客户节省了时间，也为客户带来高科技特色服务，我们的这项移动展业模式在国内乃至国际人寿保险销售领域，均处于领先地位。

2010年我们寿险全面推广电子保单服务，即将传统的纸质保险合同以数据电文的形式代替。传统纸质保单承保后需经过打印、物流才能送达投保人，这其中需消耗大量的纸张和物流运力。而电子保单在承保后即可发出，且在电子化送达过程中没有人为干预，降低客户信息泄露的风险，客户可随时随地通过平安官网查询保单内容，不用担心保单的保存、遗失、破损。在办理电子保单的保全、理赔业务时，客户只需提供证件即可办理。

我们养老险本着“让客户省心、让客户贴心、让客户安心、给客户信心”的服务宗旨，2010年，在业内率先打造“盈管家”年金管家式服务：专属的客户服务团队、为客户量身定制服务方案以及周到的上门服务、专业透明的年金运作和长期稳健的投资理念、化繁为简的年金服务解决方案，为客户轻松管理企业年金。另外，我们还开创了“金保典”保险服务品牌，提供1天报价、168项网络服务、7×24服务热线、950家网络医院意外住院垫付等服务。

加强渠道品质管理，关注客户投诉

随着网络电子化服务的不断提速，消费者对网络的依赖程度更大，要求也更高，目前，由于信息传送及存储带来的隐患问题日益突出，客户信息资料的安全频受侵扰。我们认为，不仅要为客户带来高速高效的综合金融理财服务，更要为客户带来安全的财富保障，因此我们基于原有的《客户应用系统信息安全标准》，参考香港个人资产（隐私）法例PDPO及BS10012，制定了《信息安全隐私标准》，确保我们客户的所有信息不得泄露。截至2010年12月31日，我们没有收到客户资料泄露或遗失的事件报告。

客户信息采集的第一个入口在我们数据科技公司的后援平台，为了保证客户信息安全，在录入客户信息资料时，通过单据切块等模式有效避免了客户信息在录入环节泄露的可能性，每一环节的作业人员无法看到客户的完整信息资料，这一技术手段有效确保了客户信息的高度安全。

关于电话推销

我们对电话销售有着系统、严格的规范，并由我们的后援中心统一管理。针对个别保险代理人的不规范销售行为，我们相关部门制定了《关于落实保监发<关于进一步规范人生保险电话营销和电话约访行为的通知>的指引》。首先严禁业务人员个人及其自聘人员随机拨打电话约访陌生客户，或者假借公司电话中心名义电话约访客户；同时对于业务人员向自有客户、转介绍客户等特定群体提供保险营销或后续服务的电话约访行为，加强宣传引导及教育培训，统一培训内容并建立档案。我们也严格制定了关联部门对此类工作的管理制度，加强规范管理。

客户



辽宁寿险理赔员为客户进行理赔

整合强大后台资源，提供高品质服务体验

我们的“客户服务节”已成为每年开展的传统活动，通过丰富多彩的主题活动，吸引了大批的客户参与其中，每年的活动均让客户在充分体验快乐之余，获取知识、展示才艺，成为客户期待的欢乐盛宴。

2010年我们寿险的“绿色承诺·平安启航”客户服务节，通过少儿比赛、专家巡讲、社区活动等内容，为我们的客户普及环保生活理念，活动吸引了100万客户参与，84%的参与客户对我们举办的活动表示满意；另外，我们还为和公司长期缺乏联系的客户开展了特定客户关爱活动，2010年我们为近40万客户进行了保单维护；我们还向1230万客户赠阅了客户服务年报。

我们的VIP俱乐部汇集了集团旗下各专业子公司的高端客户，2010年会员人数已达114万人。2010年VIP俱乐部以“健康财富 尊崇礼遇”为宗旨，为VIP会员提供一系列具有平安综合金融特色的专属礼遇，通过我们强大的后台资源，为7家专业公司、85家机构、600多场会员活动提供规范指导和运作支持，并通过会员专属刊物、VIP会员专线、短信、电邮等沟通平台，进行超过1000万人次的沟通，传递各类VIP会员专属礼遇，有效地回馈VIP会员并传播综合金融产品和服务，满足VIP会员的需求。

银行

继续深入推行三大服务承诺，优化服务升级

继2009年面对个人客户推出三大服务承诺，即“平安银行借记卡全球ATM取款免费”承诺、“平安银行个人网上银行汇款免费”承诺、“平安银行更安全的个人网上银行，非客户过失，我们赔偿”的承诺以来，2010年，我们银行继续深入推动并创新服务品质，在三大服务承诺基础上，推出低柜业务和产品延期服务，低柜业务可以保证客户在银行柜台获得相关服务时，信息更加私密；产品延期服务，能帮助客户及时利用市场机会，减少收益受损，同时，还给予免除客户延期期间的费用。

支持中小企业金融贷款，扶持中小企业发展

对于小规模企业来说，往往因门槛较高、资信审核严格、缺乏抵质押物而无法向银行融资。我们银行致力于帮助小企业快速发展，在对小企业市场进行深入调研后，我们专门设计小企业信用贷款业务，同时将小企业的信贷业务列入了我们银行的战略重点，制定了一系列小企业信贷政策、营销指引、担保融资等管理办法，加大服务网点的建设。我们已在杭州、上海、厦门、深圳、广州成立了小企业信贷中心。2010年11月26日，我们银行的中小企业存贷款均首次双双突破200亿，截至12月31日，中小企业贷款比年初增加了87亿，增幅87%，我们已帮助近300户小企业获得近2亿元的信用贷款，帮助这些企业获得了成长的机会。

2010年6月，我们银行在深圳成立了广东省第一个科技支行，专门为科技型企业服务，截至2010年12月31日，该支行已经审批通过了113笔贷款，为百余家企业提供了融资服务。

案例：

惠东县某鞋业有限公司是珠三角地区女鞋制造基地的具有较大生产规模和较好知名度的龙头企业之一，但该企业在发展壮大过程中，遇到流动资金紧张的问题。按照传统银行贷款的惯例，抵押率不超过60%，该公司仅能贷款850万元左右，远远不能满足该公司的实际需求。我们银行积极运用“一贷通”产品的优势，组合该企业房产、土地、退税款等各类有效资产，有效地放大抵押率，成功向该公司发放了1220万元的流动资金贷款，缓解了该企业资金的紧张问题，也为解决同类中小企业客户抵押物不足、融资难的问题提供了灵活便捷的金融方案，获得惠东当地中小企业的广泛好评。

投资

完善客户服务渠道，提供增值服务

我们资产管理公司通过持续完善投资报告数据系统，流程合理化改进，提高了客户投资报告的实效性和准确性。通过为客户提供专业的现场培训和网络培训课件等形式，使客户感受到更好的服务体验。调研结果显示，2010年客户服务满意度为98.5%，较2009年稳中有升，充分表明专业全面的服务得到了客户的认可和好评。

我们信托有专业高素质的理财经理为客户提供一对一的投资理财服务，400-8819-888客服热线，为客户实时解答信托产品运作期间的各种信息、损益方面的咨询。2010年开始，我们信托每月为客户发送月度对账单，每月对新购产品个人客户进行电话回访，资金到账短信提醒，加强了与客户的沟通，也将业务信息及时反馈给了客户。同时，为落实“客户导向”的经营理念，2010年采取第三方调研的方式，进行了定期的客户满意度调查。

我们证券为了深入做好客户服务管理工作，制定了《零售业务客户服务管理办法》，对营业部增值服务管理、客户资料管理、客户分类分级管理、客户信息保密及服务工作检查评估等工作，均根据监管要求及公司自身管理需要进行了规范。同时，为了加强对业务人员的服务管理，我们还制定了《投诉举报管理办法》，明确客户分类分级管理原则及标准，建立客服质量检查及评估机制。

客户

产品层面

我们不但立足于满足客户的不断变化的多种需求，并且关注可持续产品的设计和开发，在某些领域已经逐渐开始将ESG因素纳入到产品的开发中，不断设计出与环境、社会有关的可持续性金融产品。

保险

立足可持续金融产品创新，满足客户多层次需求

我们寿险为个人客户不断研发定制专项产品，2010年推出的新产品占当年在售产品（含当年停售产品）的17.7%，并保持产品的持续创新，不断推出适应于市场需求的创新产品，满足客户的需求。面对市场旺盛的养老需求与商业养老保险吸引力不足的现状，我们寿险于2010年10月推出了市场上首款万能型养老金产品“逸享人生”。该产品充分利用万能险稳健理财的特性，有效解决了通货膨胀对养老的影响，真正帮助客户实现养老无忧。同时，万能险保障灵活和附加险多样的特性，又可以让部分想要兼顾保障的客户实现一张保单多种功能的需要，具

有“专款专用、抵御通胀、满期返本、自主灵活”等特性，为客户提供更人性化的养老规划方案。

2010年，我们立足可持续金融产品创新，设计了管理环境和社会风险的创新产品。我们产险参加了第五届中国保险产品创新大赛，参赛的四个产品一共获得了五项大奖：平安个人责任保险获得最具市场影响力保险产品，平安“家财宝”综合保障计划获得最具市场潜力保险产品，平安境外旅行系列保险获得最佳人身意外保险产品，平安船舶污染责任保险获得最佳责任保险产品，平安个人责任保险获得最佳责任保险产品。

船舶污染责任保险

随着海运事业的发展，船舶事故导致的污染也日益增加。在此背景下，我们积极研究船舶污染事故的特点，及时开发了船舶污染责任险，该险种承保被保险船舶在中华人民共和国领土（包括领海）或专属经济区内，由于发生污染物排放或泄漏的事故导致的特定污染损害，依法应由被保险人承担的经济赔偿责任或应承担的费用。船舶污染责任保险是一种有效的环境风险管理的市场机制，能切实保护好我们的水域环境，帮助船舶运输企业恢复生产，及时补偿污染受害人的经济损失。

食品安全责任险

近年来，食品安全事件频发，给消费者带来了人身伤害和财产损失，为此，我们开发了食品安全责任险，当被保险人所生产、销售的食品，或者现场提供的与其营业性质相符的食品，造成消费者食物中毒或罹患其他食源性疾患，或因食物中掺有异物，造成消费者人身伤亡或财产损失时，对于被保险人应当承担的经济赔偿责任，我们予以赔偿。这一险种的推出，是对政府食品安全管制的有效补充，不仅能在食品安全事故发生后，及时地补偿受害消费者，减轻政府的财政压力，而且对于投保企业的安全生产、食品安全责任保险，具有事前的监督和预防功能。

关注低收入群体，创新微保险产品

目前，我国市场上的贷款产品多针对于高端收入者，资金用途多为房贷、车贷。而对于那些急需满足消费需求的中低收入客户来讲，他们想要解决燃眉之急，但却往往因资质问题面临贷款无门的窘境，最后只能将目光投向地下钱庄或者亲友，这对于社会金融体系和个人安全来讲都具有极大的风险。我们产险信用保证保险事业部大胆创新，开发出兼具社会价值和商业价值的个人消费信贷保证保险产品——“平安易贷险”，并独家获批先行试点。个人客户若有日常消费需求，如医疗、购物、结婚、旅游、个人进修等，都可向平安产险及其合作银行分别提出投保申请和无抵押无担保贷款申请。由平安产险及其合作银行对其分别进行投保和贷款审核，审核均通过后将依据保单的保险金额向客户发放贷款，具有“无抵押”“更快捷”的特点。这一产品的推出，为较难从银行渠道获取贷款的中低收入人群，提供了同等的金融服务，也为社会信用体系的建设完善，起到了积极的推动作用。

另外，我们还根据中低收入者的融资需求，开发了各类“期缴保费产品”，新产品提高了客户的资金使用效率，获得了广大客户的欢迎。

一些信用联社、银行推出了小额信贷业务，但因借款人意外身故等原因造成贷款无法清还的情况也随之增加，给金融机构造成了一定压力。为此，我们养老险针对低收入群体，专门开发了借款人意外伤害保险，该产品是与小额贷款相结合的人身意外伤害保险，以借款人为被保险人，保障其在贷款期间的意外伤害事故导致的身故责任，并以不低于贷款余额的额度作为保险金，在出险时将保险金首先偿还债权人的债务金额，余额则作为法定受益金支付给被保险人的法定继承人。这款产品的推出，化解了贷款人和贷款机构均面临的意外伤害事故风险，得到了双方的认可和欢迎，也成为伴随信用贷款成长的主要保险产品。

银行

关注中小企业发展，开发创新型产品

我们了解到，很多中小企业难以获得银行融资支持。针对这个问题，我们银行2010年10月推出了中小企业融资产品组合“平安一贷通”，一定程度上帮助中小企业解决了融资难的问题，使中小企业获得同等融资机会，同等发展机会。截至2010年12月31日，我们银行的审批通过贷款4.5亿，储备贷款18亿，已经在我们银行所在地中小企业信贷市场中引起了强烈反响。2010年，“平安一贷通”产品还成功获得中国企业金融年会金融创新奖、2010投资家年会“金尊奖-杰出金融产品创新奖”等荣誉。

客户



平安银行安盈理财中心

投资

打造投资产品及平台，关注财富持续发展

2010年，我们的资产管理公司在上一年与外部合作伙伴建立良好合作关系的基础上，继续开发出符合市场和客户需求的资产管理产品，第三方资产管理业务取得了显著发展。

我们信托以“产品、渠道、机构”为主轴的发展模式，积极搭建财富稳健的业务发展平台，进一步加大创新产品的开发，并积极探索新能源项目的合作投资。同时，我们信托在投资项目的选择上，重点扶持低碳、环保、新经济的企业，要求我们投资的企业达到或超过国家环保标准、指导企业规范用工，维护员工权利，提高员工收入水平、推动企业加强研发，提高技术水平和运营效率，推动节能环保进步。比如要求山东某集团在2010年累计停工近200小时升级其污水处理系统，目前其污水处理标准已远高于国家标准；推动广东某磁材公司加快其产品升级，采用其磁性材料的电机比普通电机节能30%。

我们证券E点金综合金融终端产品，是国内市场第一个由券商自主设计的高度整合，集成行情、交易、资讯、研究、数据与

投资服务的产品，在2010年完成了基础平台架构的搭建，此项产品的开发引起了业内外人士对于券商营销渠道与服务改革创新的深切关注。另外，我们证券程序化交易平台“平安巅峰智能投资平台”2010年正式上线，满足了高端客户的高端投资个性化需要，提供客户专属策略实施服务，让客户拥有属于自己的智能交易系统。

搭建可持续金融平台，支持公益事业

2008年，我们信托和国家开发银行浙江省分行合作发起设立“平安·汶川地震受灾儿童救助单一资金信托”的公益信托。2010年9月，该信托收益在信托合同到期清算扣除营业税后全额捐出，共计人民币5267801.70元，用于四川省青川地区灾后重建工作。

绩效成果

服务层面

产险进一步提升服务品质， ✓ 已完成
业内率先推出“平安车险 万元以下 资料齐全 一天赔付”的服务承诺

从2009年车险服务承诺“万元以下，资料齐全，三天赔付”，承诺达标率99.87%，到2010年，服务承诺进一步提升为“万元以下，资料齐全，一天赔付”，通过增加资源投入和优化理赔流程，三天变一天后，服务承诺达标率继续维持在原有水平，达标率为99.86%。

寿险继续实行“信守合约，为您寻找理赔的理由”服务承诺 ✓ 已完成

我们寿险个险理赔在10个工作日内完成率达96%以上。

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

“平安银行更安全的个人网上银行，非客户过错损失，我们赔偿”承诺，2010年均无非客户过错损失的赔偿案例。

继续推进农村小额意外伤害保险和借款人意外伤害保险的试点推广 ✓ 已完成

2010年我们养老险重点在十家机构进行农村小额意外伤害保险和借款人意外伤害保险的推动，农村小额意外伤害保险全系统业绩130万，借款人意外伤害保险5826万，同比增长42.4%。

继续完善各系列客户服务能力建设，创新服务内容，持续提升客户满意度

持续进行中

保险

我们产险在2010年8月完成上海、温州、合肥三地的酒后代驾服务试点，提供特色性服务；2010年全面达成定点协作医院的工作规划；2010年我们启动对个人车险客户的需求调研，新契约客户定期抽样回访，通过分析分渠道客户信息，规划产险客户信息，提高信息的准确性；

我们寿险继续推出保单E化服务，保单服务事项逐步实现全部网上自助办理；继续拓展紧急援助医院网络规模，2010年共签约紧急援助医院3266家，提前达成计划目标；我们举办的以“绿色承诺·平安启航”为主题客户服务节活动，为广大客户普及环保生活理念，活动参与人数超过100万；

我们养老险持续完善客户服务体系，开展形式多样的客户服务活动，不断提升客户满意度；

我们健康险积极开拓高端私人健康医疗保险服务市场，吸取先进的国外行业经验，探索富有创新性特色型的服务体系。

银行

我们银行成立小企业信贷中心，积极推动中小企业业务发展，并在服务网点推行低柜服务，为客户提供了更为私密的空间，提升了服务满意度。

投资

我们资产管理在ESG评估投资中，持续关注金融产品募集的资金是否投向于社会责任评估过关企业所发行的基础证券或符合国家产业发展方向的相关项目，为客户提供健康稳健的资产管理服务。

我们信托在ODYSSEY客户管理系统平台上实现了月度客户对账单和资金到账短信提醒并积极落实“客户导向”的经营理念，委托第三方公司定期对客户进行满意度调查，每月对新购产品个人客户进行电话回访；

我们证券E点金综合金融终端完成了综合金融终端产品的后台数据框架搭建以及前端平台集成建设，并将于2011年初正式上线运营。

VIP俱乐部

我们VIP俱乐部联合集团旗下各子公司，2010年以“健康财富 尊崇礼遇”为主旨，为VIP会员举办了600多场会员专享活动，提供了一系列具有综合金融特色的专属礼遇。

进一步深化客户沟通渠道，提升产品竞争力，完善后援渠道建设

持续进行中

我们一账通实现网银服务升级，客户可以通过手机WAP网络平台投保意外险、续保车险、查询健康险和基金等相关信息。

我们银行通过实行产品延期为客户提供利用市场时机减少损失的机会，同时，免除客户延期期间的费用。

我们资产管理持续关注产品风险的揭示，指导产品发行渠道出示产品风险揭示书，同时，合理评估投资者的风险承受能力，努力实现投资者购买到风险适当的金融产品的目标。

我们证券程序化交易平台“平安巅峰智能投资平台”，提前进入试运行阶段，为大客户提供私有策略服务，另外，我们的“平安基金导购平台”正在进一步开发中。

绩效指标

		2010年	2009年	2008年
银行	信用卡卡片寄送时效	100.00%	100.00%	100.00%
	信用卡投诉案件处理时效	100.00%	100.00%	100.00%
	信用卡客服热线服务水平 ¹	78.63%	86.27%	85.50%
	信用卡服务满意度 ²	65.00%	61.61%	60.70%
	零售客户服务满意度 ³	31.00%	30.00%	24.00%
寿险	寿险客户服务综合满意度 ⁴	90.90%	89.10%	93.20%
	寿险新契约平均出单时间 ⁵	2.87天	3.03天	4.98天
	寿险理赔10日内结案率 ⁵	> 96.00%	> 95.00%	> 90.00%
	寿险柜面保全作业件均时效 ⁵	11.98分钟	13.00分钟	13.05分钟
养老险	养老险理赔处理时效	7日结案95.00%	7日结案93.63%	7日结案96.65%
	养老险新契约回访率 ⁶	团体客户100.00%	团体客户100.00%	团体客户100.00%
	养老险投诉处理时效 ⁷	投诉平均回复时效为1.05个工作日，达成率99.00%	2日回复率99.00%，投诉平均回复时效为1.05个工作日	2日回复率98.00%
	养老险客户满意度 ⁸	93.50%	93.00%	93.60%
产险	产险投诉处理及时率	98.70%	98.90%	98.67%
	产险客户满意度 ⁹	理赔满意度90.00%	个人客户：理赔满意度89.73%	90.54%
		门店满意度92.00%	门店满意度91.34%	
		续保满意度94.00%	业务员满意度95.83%	
		业务员满意度95.00%	续保服务满意度93.74%	
			团体客户：理赔满意度88.60%	
信托	信托客户满意度 ¹⁰		68.00%	
新产品占比	养老险 ¹¹	11.76%	68.00%	12.00%
	寿险	17.70%	10.10%	24.30%
	产险	19.40% ¹² /14.90% ¹³	19.00% ¹² /81.00% ¹³	30.30% ¹² /30.70% ¹³
	健康险 ¹⁴	16.70%	36.00%	57.00%
	信托 ¹⁵	4.75%	3.16%	—

客户

指标说明：

1. 受平安银行人力管控影响，2010年6-10月信用卡客服存在大量人力缺口，对服务水平有一定的影响。
2. 自2010年7月起信用卡客户满意度调研范围由原来的深圳、上海两地拓宽到全国所有发卡城市。根据各项业务的发展对各商业环节的调研进行了相应调整，同时还增加了客户忠诚度调研。整体而言满意度仍然领先于整体市场水平。
3. 2010年零售客户任然以“非常满意”和“很满意”的客户比例作为满意度指标，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领先整体市场水平。
4. 2008年、2009年满意度回访的问卷和客户评价方式均不同，故满意度结果波动较大。
5. 新契约出单时间平均在3个工作日内，个险理赔96%以上的案件能够在10个工作日内完成。
6. 新契约回访每月固定3600个客户，其中长险新契约100%回访，短险抽访。
7. 投诉回复平均时效为根据全年数据平均计算得出，每月均有统计。
8. 2010年指标与2008年、2009年基本持平。
9. 理赔满意度包括财产险理赔满意度和车险理赔满意度；
理赔满意度、门店满意度问卷对象为结案客户；
续保满意度、业务员满意度问卷对象为新契约客户。
10. 客服部在2010年2月份曾经做过一次问卷调查全部客户（截至2009年12月31日之前的老客户）的“满意度调查回访”，“满意”的比例是68%，2008年和2010年暂无数据。
11. 2009年因为公司经营决定将寿险业务全部转移到养老险公司，即通过养老险公司的产品承保，所以，2009年养老险新产品开发数量占比较高；而2010年因养老险已经进入正常的经营年度，新产品开发与既往年度频次保持一致，新产品占比为11.76%。
12. 全新产品占当年所有在售产品比例。
13. 修订产品占当年所有在售产品比例。
14. 健康险公司产品体系逐年完善，通常新产品的开发数量会逐渐减少，因此2010年新产品占比会比2008和2009年要低。
15. 一般来讲，每个信托产品的交易要素都有一定的区别，都可作为新产品来看待。但为了突出信托公司主动管理能力，强调资产配置、风险控制方面的创新，我们采取从严标准：创新产品应当是在交易结构、法律要素方面与以往产品有重大区别，并且可形成新的业务类别。因此，创新产品在当年的占比会比较低，但是在后续年份则会对公司整体业务发展做出重要贡献。

问题

2010年我们在实践过程中发现我们的工作存在以下问题：

- 我们从平台管理、技术手段、销售队伍建设等多种渠道，进行客户信息安全的管控，还需不断完善和进一步优化。交叉销售的渠道管理有待进一步完善，从业人员在规范经营培训引导方面还有更大的提升空间；
- 我们寿险客户相关活动细节需改善，满意度有待巩固与提升；
- 我们产险各机构与当地寿险、养老险等专业公司在网络医院建设及协作上存在差异，可以进一步提升专业公司的紧密合作和配合，更加合理的利用资源，为我们的客户提供更加广泛的救治医院选择和高水准医疗服务。
- 小企业贷款由于单户授信额较小，银行小企业信贷业务的增长受到阻碍；
- 我们证券还需进一步发挥保荐人对企业督导审核的职能作用；
- 综合金融多元产品的研发还有望进一步符合市场需求、与国外领先产品接轨。

客户

2011年的计划和目标

服务层面

保险

产险

2011年我们将以“承诺不变，服务升级”为主题，推出人性化关怀等10项客户服务项目，加强网络客户沟通平台的建设，完善柜面、电话、网络多渠道的服务内容，加强柜面标准化建设，持续提升客户服务满意度。

产险信保继续拓展服务网点数量，加强与全国性银行的合作，满足更多二三线城市中低收入者的融资需求，计划新增“平安易贷险”服务网点72家，争取累计网点数量达200家。

寿险

2011年，我们将在继续提高保全多渠道服务的同时，实现补发电子保单项目（即客户原来的纸质保单遗失、污损时，客户可通过网络、电话、服务人员代办、柜面亲办等渠道申请补发电子保单）。电子保单有以下几个优势：环保（每份电子保单预计节约纸张30张）、可靠（我们将电子保单上传给客户前会经过国家认可的具有国家级资质的第三方认证中心认证加密处理，经过认证加密的电子保单具有不可篡改性及不可否认性）、及时（电子保单实现了即时生成新保单，省去了纸质保单打印及物流的时间）。该项目计划在2011年全面开展推广使用。

银行

我们银行将继续加大对中小企业的支持力度，2011年保证为中小企业贷款对公贷款的增量达50%以上；继续加大对小企业的扶持力度，2011年拟在泉州和福州成立小企业信贷中心。

投资

资产管理

2011年，我们资产管理将进一步加强客户服务平台建设，通过客户细分，推出个性化服务，丰富服务形式，持续提升服务质量，不断完善客户沟通机制，实现与客户的更多沟通、交流、互动，持续提高客户满意度。

客户



平安人寿答谢客户新年音乐会

VIP服务

证券

2011年，我们证券将进一步对服务渠道进行优化，对客户进行细分，提供差异化服务，规划证券客户服务体系的构成环节，还将提供线上线下互动沟通，投资顾问在线交流，客服经理callcenter服务，以及现场营业部客户经理的三位一体客户沟通机制。同时，通过后台的统一用户管理体系，希望使客户在任何渠道都能获得一致且具有连续性的服务支持。

2011年平安VIP俱乐部将继续以“健康财富 尊崇礼遇”为宗旨，进一步丰富和升级会员专属礼遇，优化服务流程，同时，将推出VIP会员专刊《享·平安》，倡导健康财富的品质生活方式，推介会员专属礼遇，提供最新的金融产品及服务资讯，满足VIP会员的综合金融需求，并继续以“非凡人生 尊享平安”、“幸福人生 平安承诺”为主题，为VIP会员提供丰富多彩的活动，更好的回馈VIP会员。

信托

2011年，我们信托客户服务方面将逐步完善服务项目，通过多元的服务渠道提供给客户，提升服务体验；运用短信与邮件渠道建立公司与客户间的情感联系，持续提升客户满意度。

客户

产品层面

保险

产险

2011年继续进行产品创新，优化产品结构，计划在全国范围内推出“追加贷款”产品，以满足客户的多样化需求，促进客户提升信用意识。

寿险

2011年，我们寿险的产品策略是积极对现有产品进行升级改造，进一步优化产品责任，提升产品竞争力和产品内涵价值；积极开发适合县域大众市场、形态简单的产品，以满足中端大众市场客户群的保险需求；加强保障型产品的改造升级和开发力度，通过降低费率、增加寿险保障额度、优化保险责任等举措，更加突出产品的低保费、高保障的特点，切实提高客户的保险保障水平。

银行

我们银行将进一步推进一贷通产品的营销工作，优化产品管理办法，提升产品竞争力和对中小企业服务的能力。

投资

资产管理

我们将更多关注金融产品募集的资金投资项目是否属于社会责任评估过关的企业发行的基础证券。

证券

我们将在产品功能需求上做进一步提升：E点金综合金融终端2011将推出三个版本，具有不同理念的、服务于不同类型投资者的投资服务产品，同时将推出基于互联网的，与行情交易紧密结合的客户实时在线服务平台。我们的程序化交易平台“平安巅峰智能投资平台”，将进一步提供更高更快更强的系统，创建更丰富的交易策略库。我们还将对现有“基金导购平台”作进一步功能优化，并推出个性化的功能服务，进一步满足客户需求。

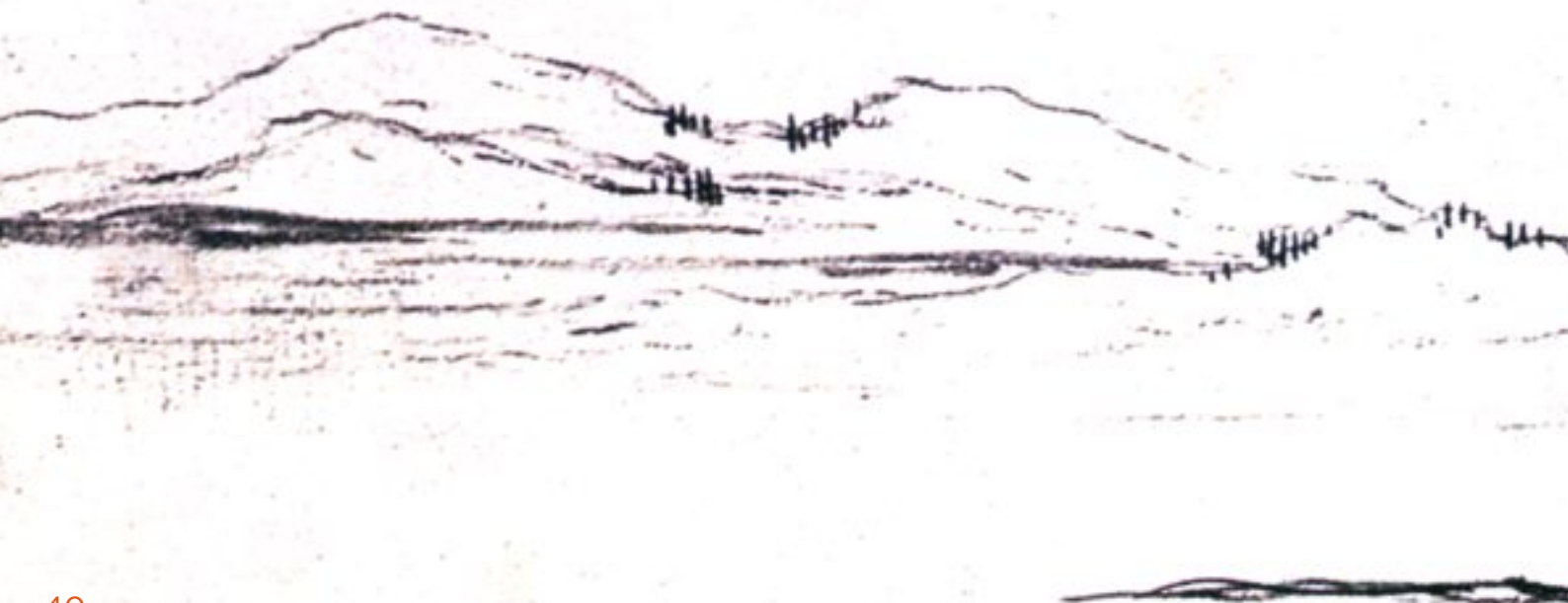
信托

我们信托客户服务方面将逐步完善服务项目，通过网络、邮件等多元的电子化服务渠道提供给客户，提升服务体验；运用短信与邮件渠道建立公司与客户间的情感联系，持续提升客户满意度。

员工

我们的价值观

对员工负责：生涯规划
安居乐业





员工趣味运动会





2010年中国平安礼仪之星总决赛

我们的关注

- 我们关注员工是否安居，通过提供灵活、有竞争力的薪酬福利体系保证并不断提高生活质量。
- 我们关注员工是否实现个人价值，通过先进、科学、有效的培训体系，持续深入推广绩效理念并积极行动，帮助员工提高职业技能和素养，拓宽职业发展空间。
- 我们关注员工是否乐业，通过企业文化调研、专项模块的满意度调查、“高效、主动、亲切”的员工沟通关怀机制了解员工内心的声音，了解员工需求，帮助员工解决实现个人价值过程中的问题。

员工



平安数据科技星光闪耀晚会

我们的行动

2010年，我们进行了企业文化绩效调研，了解员工心声，并就员工重点关注的几个问题形成了下一步改善主要方向及内容，落实了工作推进责任人。

有效的沟通平台

我们认为有效的沟通要从切实关怀员工出发，找准切入点，建立交流的机制，再积极行动搭建沟通交流的平台，通过此平台，员工逐渐缓解了工作、生活压力，以积极的心态健康工作、快乐生活。

企业文化绩效调研

我们正努力让企业文化更好地激发员工的责任感，实现企业与员工的共同成长和快速进步。2010年，我们组织了一次全系统企业文化绩效调研，聘请第三方担任调研执行单位。调研共收到员工问卷内勤9868份、外勤2015份，其中还包括45万字的

开放式问题回答。调研结果显示：我们的整体企业文化绩效优于金融行业平均水平，各主要指标均明显优于中国金融行业平均水平，员工参与度，反馈积极度等均表现出众。

报告同时也指出了不同机构和不同人群对企业文化反馈的较大差异性，特别指出了不同机构、不同学历、资历及专业背景形成的文化“洼地”，可能对员工、公司可持续发展形成的制约。为此，我们针对调研结果调整我们的行动，继续深入开展员工关怀专题活动，提高员工活动参与度，营造良好的内部文化氛围；做好薪酬、培训等相关专题研究及落实；针对不同机构的员工特点组织专题研究，形成专项改进方案；完善和改进骨干员工的职业成长通道；做好员工人文关怀，疏解压力。

和谐的工作氛围

人和，亦即良好的人际关系和工作氛围，包括人与人之间的关系、团队的配合、理念的融通、工作的氛围等，是为人才看重的工作条件之一。我们认为，良好的工作氛围，既是一种条件，也是一种待遇。“没有这个条件，人才不来；没有这种待遇，人才也不来。”

“平安EAP计划”

(Employee Assistance Program /员工工作生活辅导)

2010年，我们围绕“健康快乐”主题，面向全体员工（内勤、外勤）启动推广“平安EAP计划”。我们力争以人性为依托，以文化为导向，以制度为保证，建设“高效、主动、亲切”的员工沟通关怀机制，准确把握员工需求，增强新老员工融入凝聚，营造积极健康工作氛围，持续增进公司与员工的互动与交流。“平安EAP计划”具体包括：

■ 员工工作生活辅导驿站

为关怀员工心理情绪健康，我们启动开通了“员工辅导热线”；提升“成长辅导邮箱”的平台作用；建设以公司资深人力资源及直线主管为主的辅导人队伍；丰富“员工成长互动平台”内容；开发推广“老员工E辅导项目”，关注提升新老员工的融入与凝聚。

■ 情绪管理培训坊

我们积极引进、推广“网络课程”——《4+1情绪管理培训坊》，包括五门系列课程：《认识压力》、《压力与情绪》、《压力与心态》、《有效解压技术》、《压力管理教练》；制定“员工拓展培训项目”方案，拓宽培训内容与形式；按计划开展职场情商管理类的面授课程，努力帮助员工提升情绪管理能力。

■ 员工俱乐部

2010年，我们进一步加强了工会活动体系的建设，举办各种文体比赛活动。各专业公司工会组织了大小活动约70次。深圳和上海地区组织了8次大型体育比赛，如“平安工会杯”的足球、篮球、羽毛球等联赛；积极开展健康讲座，如育儿健康、亲子活动、养生食疗保健、爱自己更美丽健康讲座、心理减压等以健康为主题的讲座；举办节假日特色活动：低碳100主题趣味运动会；户外低碳环保为主题的登山活动；“读书月”主题活动等。丰富多彩的员工活动，让员工感受到集体归属感。

■ 爱心援助站

我们定期慰问困难、特殊员工及家属，全年各级工会共慰问生病、困难、直系亲属去世或重病的员工约250人，慰问金额达50余万元。

另外，我们还特别重视节日慰问，让员工在佳节时感受到来自公司的温暖和关爱。我们尤其关注对女性员工的关怀：组织了茶话会、看电影、赠送鲜花、书籍等国际三八妇女节慰问活动。

■ 员工志愿者协会

2010年3月，由平安近50万内、外勤员工队伍组成的“员工志愿者协会”正式成立。“员工志愿者协会”服务内容从关爱儿童、敬老助残、到参与环保、服务社区，覆盖教育、红十字、绿色环保等领域。在2010年度的平安希望小学支教活动中，共有14家机构参与支教行动，其中寿险机构11家，产险机构1家，养老险机构2家，我们的员工志愿者有190人。

特别要说的是，我们非常关注员工数量庞大、工作单一、压力和强度大的新渠道电话销售员工。我们针对这一群体的特殊性，计划并开展了系列员工关怀工作，如针对外勤人员的心理辅导课程，针对主管的相关培训、业余兴趣小组、心理热线等。

健康与安全

定期体检

为进一步发挥员工健康体检的作用，让员工享受更专业的服务，2010年起员工年度健康体检工作由健康险公司统一承接管理，为集团及各专业公司提供了专业的体检机构，做了周到的体检安排、健康档案管理、健康评估报告，以及乙肝疫苗注射等健康管理服务，让员工享受到了贴心的服务。

中国平安 PINGAN

保险·银行·投资

姓名 杨某

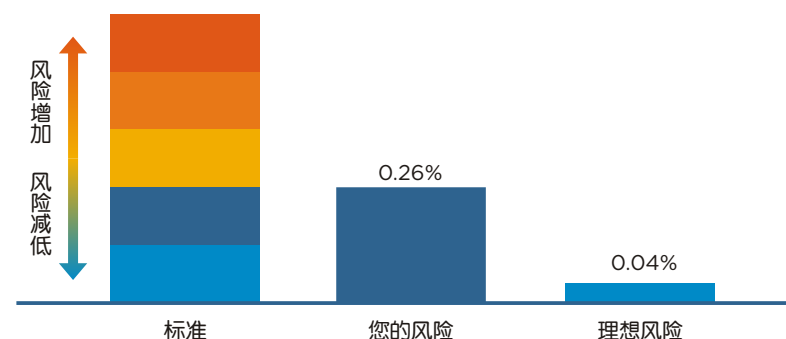
性别 女

编号 XXXX001055

缺血性心血管疾病风险评估报告

危险因素	本次结果 2010-04-12	上次结果 2010-02-26	变化情况	正常范围	低危	中危	高危
年龄	25	25	-	45以上风险升高			
个人糖尿病史	无	无	-	无			
心脏病家族史	无	无	😊	无			
总胆固醇	5.3	4.8	😞	<5.18mmol/L			
收缩压	120	100	😞	<1.20mmHg			
EMI	26.7	19.5	😞	<24			
吸烟状况	不吸	不吸	-	不吸			

风险评估结果：下面列出了您未来十年缺血性心血管疾病的发病风险评估结果。



您患缺血性心血管疾病的风险等级为：

低于一般人群

您未来10年内患有冠心病和缺血性脑卒中的风险为0.26%，是所在年龄组平均风险0.3%的0.9倍，但是如果您将可改变危险因素控制到理想水平，您的风险可降至0.04%。

您可以改善以下因素降低您的发病风险：

血压、总胆固醇、BMI。

理想风险：将所有可改变的危险因素控制在理想水平的患病风险。

您的风险：按照您现有的危险因素水平，未来10年内，您患有冠心病和缺血性脑卒中的风险。

注：我们的健康管理系统每年可以为每位员工提供12次健康风险评估服务，以上为样本。

合适的收入

除继续开展浮动薪酬和奖金管理以及明确保障特殊员工（如哺乳期、孕期、产期员工）外，我们还为员工提供更优质的保障计划；还更加关注低收入员工，为其提供收入保障。

继续推动员工企业年金计划

企业年金计划坚持广大员工与公司共成长、同分享的理念，为员工提供切实有力的养老保障。

2010年，员工企业年金参加率达80%，参加人员50163人，累计基金总额达5.13亿元；我们支付员工企业年金的总额约1亿元，员工每月支出的企业年金占工资比率约为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%。

员工保障计划

员工综合保障计划，保障力度大幅提高；另外，我们还定制了性价比高的养老保险产品，推进员工弹性保障计划开展，帮助员工解除后顾之忧，增强本人或家属的保障，并使之享受更多增值服务。

关注低收入员工

2010年，针对通胀加剧低收入群体的生活压力，我们及时开展了低收入人群薪酬调研工作：筛选合适的保护对象，专项投入，实现员工合规、适度的收入保障。

灵活广阔的发展空间

我们组织员工进行工作目标的纵向分解、横向协同，清晰地向员工传递出公司对各层级的经营期望，增加企业与员工共识，形成合力，推进各项工作开展。我们希望在此过程中，帮助员工有效达成工作目标，实现个人价值。

继续优化绩效管理体系

我们不断优化绩效管理体系。2010年，绩效管理“回到原点”，我们将目光放到驱动组织经营的源头——目标设定上。通过强化目标管理，驱动各级单位、个人直面挑战，迎难而上，最终促进公司和个人目标的实现。为此，我们建立SCC（strategic即战略、continuous持续、challenging挑战）理念，向全系统推广，帮助各级员工以此为指导制定组织及个人目标，成为高效的员工发展指南。

我们加强绩效能力培训，搭建绩效管理培训体系，培养种子讲师推广相关课程。提高直线经理的绩效沟通辅导技能，提升全员的自我绩效管理意识。

我们更关注人才由“选拔”向“培养”迈进，形成人才梯队培养指引与管理机制，让内部员工更有机会得到晋升和发展。我们启动干部梯队建设工作，推出《人才培养工作指引》，完成多项干部队伍分析报告；我们还重视对重点人群的管理，启动“高级经理人关怀项目”，组织新任高管政策说明会。

深入推广绩效管理文化

建立SCC目标设定理念，通过晨会、海报、培训等形式向全系统推广，推动各子公司以SCC为指导制定预算，全员以此为指导设定目标。

我们持续深入开展号角行动、推广绩效文化，全系统共组织2万余次各类推广活动，绩效辩论赛、技能大比武、绩效英雄榜、征文等形式丰富的个性化推广活动，绩效传播更加深入，帮助员工完成工作目标、实现个人价值。



董事长兼首席执行官马明哲为员工授课

专业良好的学习环境

“你可以搬走我的机器，烧毁我的厂房，但你要留下我的员工，我就可以有再生的机会”。我们意识到人是企业生存的第一劳动生产力，是企业宝贵的财富。如何重视发掘员工更大的主动性和责任感呢？我们认为，培训是最好的方式之一。通过培训可以挖掘员工的潜力、提高员工的工作技能，帮助员工实现个人价值并助力其整个职业生涯发展。

培训设施、运营投入不断增加

截至2010年12月31日，我们在全国范围内共设有90家培训中心。

连续十年，我们投入的员工培训运营费用每年均超过1亿元。2010年增至4.87亿，平均每人花费的金额为3824元；2010年，平安金融培训学院共完成面向集团内勤员工的自主培训1178期，其中参训的内勤员工达33000多人次。

	2010年	2009年	2008年
培训投入（亿元）	4.87	3.87	2.75

完善课程培训体系

基于员工胜任素质要求所构建的课程培训体系，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，使员工和企业不断创新求变，为社会创造更多价值。

2010年，我们在课程库的基础上建立了“平安培训发展课程体系”讲师库。四类*课程通过网络课程、集中面授、授权给各专业公司在当地完成面授等模式开展。通过不同途径、不同方法，全方位的培训，实现帮助员工全面提高职业素养。截至2010年12月31日有面授课程223门，网络课程935门入库。

（*管理技能类、职业技能类、专业技能类、销售技能类）

扩大讲师队伍

我们建立了自上而下的培训文化，子公司CEO都已成为平安金融培训学院的讲师，与员工进行面对面的授课和经验传承。2010年，CEO授课次数达12人次，其中集团董事长兼CEO马明哲授课6次；截至2010年12月31日，全系统有30000名专兼职讲师，其中平安金融培训学院课程兼职讲师531人，2010年全系统兼职讲师活动率达到83%以上。

新员工培训进一步加强

为促进新员工高效融入、健康成长，2010年，我们努力推动了全体新员工培养体系的搭建和完善，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”，以及每门课程完成的时间要求。目前，所有新员工入职三天内就能收到学习计划邮件。

2010年，我们还完成外勤新员工课程体系搭建。加强新晋人员培训推广力度，2010年新入司人员培训覆盖率达到98%以上。

其他

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

我们倡导员工提前规划年休假，并要求各部门合理安排员工在当年度享受年休假。为保证员工充分享受年休假权益，对上一年度未休完的假可以顺延至下一年度3月31日。

绩效成果

沟通平台建设 ✓ 已完成

企业文化绩效调研共收到员工问卷内勤9868份和外勤2015份，其中还包括45万字的开放问题反馈。

	平安	中国金融行业
企业文化综合得分	67%	53%
敬业度得分	64%	55%

员工

工作氛围

持续进行中

“平安EAP计划”

- “员工辅导热线”，截至2010年12月31日，推广到集团、寿险、产险、新渠道，覆盖员工总人数达93,877人，共受理解决咨询40例。
- “成长辅导邮箱”接受员工咨询并解决疑问170多例。
- 以公司资深人力资源及直线主管为主的辅导人队伍初具规模，约计80人。
- “员工成长互动平台”全年共推出倡导健康快乐的12期员工专题，访问量突破45万人次，较2009年净增9万人次。
- “老员工E辅导”：开发上线“老员工E辅导项目”，从5大角度“生涯、技能、人际、压力、心态”主动辅导老员工成长。
- 俱乐部活动累计达2000余次。其中，寿险机构和工会组织当地机构开展一些联谊活动多达20次。

进一步落实员工民主权利

持续进行中

制订了民主管理程序和《中国平安保险（集团）股份有限公司员工（职工）代表大会重要议案审议规则》有关文件，召开5次员工代表大会，审议公司重大制度的制订或修改出台。

健康与安全

✓ 已完成

体检

2010年，我们统筹安排了全国113个城市的员工体检。截至2010年12月31日，实际参检人数54866人。未在统计范围内的城市，当地机构已自行安排组织员工体检。

薪酬管理

持续进行中

我们支付的工薪总额：人民币106.17亿元（全系统内勤全职员工），男女同工同酬

我们支付的福利总额：人民币23.15亿元（全系统内勤全职员工）

截至2010年12月31日，企业年金累积总额达5.13亿元。（支付的员工包括所有与公司签订劳动合同且符合年金参加条件自愿参加的员工）

发展空间

持续进行中

- 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，建立SCC目标设定理念，并向全系统推广，推动各级组织、各级干部以SCC理念为指导制定目标。持续深入开展号角行动、推广绩效文化，加强绩效技能培训，使绩效管理落到实处，有效推动了个人和组织绩效的发展。
- 我们加强员工队伍培养，梳理形成更为明确的人才培养理念，强调满足公司需求和员工自我实现双赢的培养哲学，提出人才培养的漏斗模型和人才发展的基本流程。我们根据自身业务需求开展了潜质人才选拔及培养、“1+1”辅导计划等专项工作，促进员工梯队建设。

学习空间

已完成

加大培训资金投入

数据项目	2010年	2009年
平安在全国范围内培训中心	90家	80家
培训预算总额	4.87亿	3.87亿

进一步完善课程培训体系

已完成

- 目前，我们已经实现全系统二级以下机构在参训平安金融培训学院管理类和通用类面授课程的过程中，讲师、教材和培训流程的普及与统一：讲师由平安金融培训学院统一集中授权，经授权的讲师到各个机构授课，教材统一由平安金融培训学院印刷并邮寄给各地学员。
- 2010年，各专业公司共上线73门“平安综合金融网络课程”，我们通过这些通俗易懂、形象生动的网络课程让员工了解每个产品、服务及经营核心。

相关数据

数据项目	2010年	2009年
入库面授课程	223门	157门
网络课程	935门（其中当年新开发248门）	702门（其中当年新开发327门）
网络课程开发小时数	368小时	347.45小时

扩大讲师队伍	2010年	2009年
全系统专兼职讲师数量	30000人	25000人
平安金融培训学院课程授权讲师	531人	400人
兼职讲师活动率	83%	76%

员工

提升培训覆盖率	2010年	2009年
开班量	1178个	575个
面授课程参训人次	33000多人次	18000多人次
新人面授培训覆盖率	98%	86%
参加一门以上网络课程培训的总人数占内勤员工总人数	95.74%	98.30%
网络学习完成人次	984244人次	667001人次
网络学习小时数	1244897.14小时	965725小时

提升培训覆盖率	2010年	2009年
在线考试	269885人次	122498人次
A类管理人员面授培训覆盖率；	79%	77%
B类及中级经理面授培训覆盖率；	58%	52%
C类及一般管理人员面授培训覆盖率；	61%	58%

问题

2010年我们在实践过程中发现我们的工作存在以下问题：

- 绩效管理在强化驱动目标达成的同时，需要更加关注员工自身的持续发展，提升员工的自我绩效管理意识。
- 对各专业公司人才培养的协助有待进一步加强；机构举办的培训覆盖率仍有可提升空间。
- 进一步、持续关注低收入人群需作为公司的一种常态机制。
- 已开展了员工的社会责任网络培训，但培训形式及渠道单一。

2011年的计划和目标

学习空间

- 继续为员工创造出开放的、先进的学习环境，为社会培养优秀的金融人才。
- 全面推行PS（people soft）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，开发网络课程150小时；2011年网络课程覆盖率计划达95%。
- 平安金融培训学院预计在2011年底实现课程授权讲师人数达到550名左右。
- 新员工培训覆盖率达到95%以上。
- 我们将邀请第三方机构为相关部门的工作人员进行企业社会责任基础知识、工作流程及技能的培训。

沟通平台和工作氛围

- 我们还将定期进行企业文化绩效调研、检视，并据此持续改善相关工作，为员工疏解工作生活压力，营造良好的内部文化氛围。
- 继续深入推进“平安EAP计划”。通过建设推广“工作生活辅导驿站、情绪管理培训坊、员工俱乐部、爱心援助站、员工志愿协会”，切实解决员工疑难困惑，关心辅导新老员工健康快乐成长，营造积极健康氛围。
- 继续做好员工关爱帮扶工作，加强各专业公司和二级机构工会的关爱帮扶行动，加强困难员工的帮扶力度。
- 加强员工俱乐部建设，积极推动俱乐部的日常活动，让更多的员工参与。

员工



“午献爱 无限爱”员工志愿者爱心义卖活动

收入

- 整体目标：总额成本优于市场，个体薪酬高于市场。
- 物价调薪：为减少物价上涨对员工生活的影响，帮助员工降低生活压力，切实保障员工利益，我们在2011年调薪中规划了“通胀调薪”；同时，我们将继续关注低收入员工，并对其予以倾斜。
- 进一步提高员工综合保障计划的保障力度。

发展空间

- 优化普通员工绩效管理培训体系：丰富培训内容，形成网络课程、面授课程、视频课程相结合的绩效管理培训课程体系。
- 研究绩效发展理念，继续开展号角行动。通过绩效管理过程，持续帮助员工提升工作绩效，实现组织绩效和员工成长的共同发展。

环境和社会

我们的价值观

**对社会负责：回馈社会
建设国家**





平安携手百万森林种下60万颗沙棘树



环境和社会



2010年3月24日，平安正式启动低碳100行动

在环境问题日益严峻的今天，作为一家业务涵盖保险、银行、投资的综合金融公司，我们要辨识环境、气候风险对业务发展带来的挑战，提高风险防范能力，在公司的运营和业务中，倡导和实践低碳理念，用实际行动加入到低碳经济的建设中。

同时，我们有责任建设一个健康、繁荣、和谐的社区。我们致力于社区建设，使社区物质生活、精神生活的质量获得提升，帮助他们从我们的活动中获益，同时促进社区的共同发展。

我们的关注

- 我们将低碳理念融入到运营、业务和公益中，注重节能减排，为客户提供绿色金融产品和服务，倡导绿色公益活动，全面促进低碳经济发展。
- 我们关注社区建设，继续推进教育、红十字、灾难救助等公益慈善项目，并通过丰富多样的员工志愿服务活动，带动员工参与企业社会责任建设。

环境和社会

我们的行动

环境方面

气候变化已成为全球关注的焦点问题，对我们的生存环境构成了巨大威胁，同时也对我们的业务带来了风险和挑战。我们越来越强烈地意识到，从战略高度看待环境问题，不仅要注重自身减排，还需要把环境因素融入到我们的产品和服务中，与合作伙伴一起倡导绿色公益，带动社区可持续的发展。因此，2010年我们全面启动“绿色承诺 平安中国”低碳100行动，将100条具体的低碳举措贯穿到我们日常运营、业务开发及社会公益三大方面中，通过加法、减法和乘法，为建设绿色金融企业，积极探索努力实践。

绿公司 站在自身角度做减法

我们希望将我们自身运营的碳排放逐步降低。我们通过各种节能减排举措和技术，减少在日常办公、物业管理、后台作业等各运营环节的能源消耗和碳排放，提高环境管理水平和整体运营绩效。我们将这些减少企业自身碳足迹的行动称为“减法”。

无纸化办公和作业

我们从2006年开始，实施后台集中运营，通过办公和作业的无纸化，每年在核保、核赔和保全等环节节约用纸逾2亿张，约合872吨；同时，通过使用低能耗IT设备与高效能制冷设备，采用虚拟化技术提高设备利用率，降低了整体能耗，并减少了碳排放。

运营及办公减排

我们委托为我们提供物业管理服务的深圳德诚物业服务有限公司，对全国9个自有物业进行灯光改造、节水节电控制、设备物耗改良，积极控制日常运营成本，在管理面积及使用人数相同可比前提下，2010年较2009年人均能耗降低了约10%。自2010年3月开始，我们通过IT平台技术，将全系统的办公电脑设定每天20:00定时关闭，按照我们约10万台内勤电脑测算，一年节省了约4千万度电，相当于减少碳排放3万吨。

我们还在使用再生环保名片、开发低碳型营销礼品等等方面，做着积极的探索和努力。为了缩减日常不必要的费用开支，配合降低公司运营能耗，我们还积极倡议各单位各部门减少不必要的外地出差和会议机会，减少搭乘飞机而产生的碳排放，

积极倡导每位员工身体力行，从身边的点滴小事做起，少开车、少坐电梯、多使用自然光源、及时关闭电器设备等等。

环境管理体系认证

我们聘请专业咨询认证机构，对自有物业进行ISO9001 & ISO14001 & OHSMS18001（质量、环境、职业健康安全）一体化管理体系进行认证，规范管理流程，有效控制环境污染、节能降耗，提高营运效益。2010年，平安金融培训学院的物业管理服务通过质量、环境、职业健康安全一体化管理体系认证，其他大部分自有物业的物业管理服务也都通过了质量、职业健康安全管理体系认证。

绿色采购管理体系

2010年开始，我们正式在《供应商管理办法》中明确规定，合作对象的选择需具有良好的环境表现，以实现公司的绿色采购。供应商同等条件下，取得环境管理体系认证和产品获得环境标志的供应商优先选择；供应商入库的基本条件之一是符合国家相关环保法规要求。

环境和社会

绿金融 站在客户角度做加法

我们在业务飞速发展的同时，也特别关注到各业务模块在销售、服务、渠道运维过程中的低碳运营实践，我们结合业务特点和低碳经济趋势，研发推出了一系列促进环境保护的绿色金融产品，将低碳理念融入其中，我们将这种增加客户金融产品体验的行动称为“加法”。

保险

绿色产品：环境污染责任险

2008年，我们产险作为首家中资保险公司，推出了“环境污染责任险”，这种保险是鼓励被保险人控制污染物扩散，有效保障环境污染带来的风险，及时提供保险保障。环境污染责任保险制度是一项国际上普遍采用的能够较为有效的应对环境污染问题的“绿色”保险制度，环境污染责任险作为保险转嫁环境风险的重要作用，已得到了世界广泛的关注，并产生了深远的影响。截至2010年12月31日，我们2010年全年承保298笔，较2009年增长300%，保费收入达982.4万元，较2009年增长64.4%，履行环境责任，我们在业内率先作出了表率。

绿色服务：电子保单服务

我们寿险积极改良传统业务销售渠道的纸质保单运营模式，通过完善的后台建设，倡议客户选择电子保单服务。电子保单的环保意义在于，将大幅减少纸张的使用量，从而减少木材的砍伐数量。电子保单项目自2010年7月20日在11家机构进行先行试点，2010年10月1日起在全国进行推广以来，一共产生了电子保单16.20万件，占2010年承保总件数（电子保单项目试行后承保总件数）的比例为8.8%。按照每份保单27页A4纸计算，我们一共节约440万张A4纸，以每张A4纸5克计算，共节省22吨用纸。

我们产险率先推出网络化车险查勘模式，以电子化流程替代传统的柜台办理流程，大大降低了其中的碳排放，提高了理赔时效。2010年4月以来，我们产险深圳分公司使用自行车作为查勘交通工具，既提高车险现场查勘时效，又减少了因驾车查勘而带来的碳排放。

银行

绿色信贷

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

绿色账单

我们银行信用卡从2010年4月起，大力推广电子账单，通过赠送消费积分等方式鼓励客户舍弃纸质账单，选择电子账单，以此倡导低碳消费方式。2010年全年，电子账单件数共336万封，占总账单数22.4%，共节省336万封纸质账单，以2张A4纸加1个信封算，每份纸质账单20克，共节省67.2吨用纸，同时还节约了336万次的邮递运力。

环境和社会

投资

IPO保荐项目环保审查

我们证券进一步强化IPO保荐项目的环保审查，特别是在IPO保荐项目的选择上，着重偏向高附加值、低能耗的创新型、技术型和低碳型企业，使我们的上游企业更多的关注自身低碳减排问题，带动社会共同关注低碳经济发展。2010年，平安证券保荐的IPO项目中，高技术含量、高附加值、低能耗的创新型企业占保荐项目的绝大部分。

案例：

以2010年3月23日我们证券在深交所保荐上市的新北洋（002376）为例，该公司拥有多项自主研发的知识产权节能专利，其推出的全球首创身份证卡专用复印机，以独特的热转印方式避免粉尘、空气污染，并有效解决二代身份证双面复印造成的纸张浪费问题。按全国20%的人口每年每人复印身份证两次计算，使用该产品每年可节约纸张超过5亿张。

投资垃圾焚烧发电项目

2010年3月，我们资产管理与江苏天楹赛特集团签订战略合作协议，就垃圾焚烧发电项目展开深层次合作，天楹垃圾焚烧发电项目是我们低碳、清洁能源和循环经济领域的又一投资，项目投资总额2.4亿元。天楹赛特集团是江苏省环保产业发展规划纲要中重点培育的龙头企业，在技术装备、运作质量、项目开发，以及在全国垃圾焚烧行业中均具有较强的竞争力。我们为该公司提供金融支持和管理经验，以“金融资本+产业资本”合作模式来助推再生能源的发展，分享新兴行业高速发展带来的投资机会。我们后续也将继续尝试在其他节能环保产业项目上的探索实践。

投资风电基建项目

2010年，我们信托与风电龙头企业金风科技子公司北京天润新能投资有限公司签署股权转让协议，受让天润新能持有的、位于内蒙古核心风资源区优质风电场达茂公司49%股权，锁定十期风电场，项目总规模为500兆瓦，总投资额预计为10亿元。风电行业符合国家长期新能源发展战略，在目前低碳经济发展建设背景下，这项合作投资项目，为新能源建设和开发做出了我们的贡献。

环境和社会

绿公益 站在社会角度做乘法

我们深信，任何问题单独依靠我们自身的力量是微不足道的，只有联合多方的力量，才能产生合力，推动低碳社会的建设。因此我们与NGO、政府、合作伙伴等利益相关方进行良好的互动合作，共同推动环境建设、倡导环保理念，我们将这些行动称为“乘法”。

地球一小时

2010年3月27日，我们近10万内勤员工和分布在全国各地的办公职场，参加了由世界自然基金会倡议的“地球一小时”熄灯活动，并通过约40万业务员队伍及发送电子传单等方式倡议逾3000万客户参与到该活动中来，积极普及低碳生活理念，倡导低碳生活。

低碳车主活动

我们参与了由气候组织、中国绿化基金会及联合国环境规划署联合发起的“百万森林计划”，推动低碳车主公益活动，代表60万平安车险VIP客户，在西部气候相对恶劣的国家级重点贫困县“甘肃省定西通渭县”种植60万树苗沙棘树苗，以种树的方式抵消我们的客户因驾车带来的碳排放，我们此项活动的捐赠款项达300万元。

健步跑主题活动

我们在全中国17个城市举行了“绿色承诺 平安中国”健步跑活动，倡导客户及社会公众低碳出行、低碳生活。



王励勤带领平安万人健步跑，倡导低碳生活

环境和社会

社会方面

教育公益

我们认为，社区投资项目的发展目标必须与我们的企业社会责任目标保持高度一致性，特别是在与未来息息相关的教育领域，通过制定系统的帮扶计划，进一步在基础教育、高校教育方面帮助社区居民享受更美好的社区服务。

基础教育事业

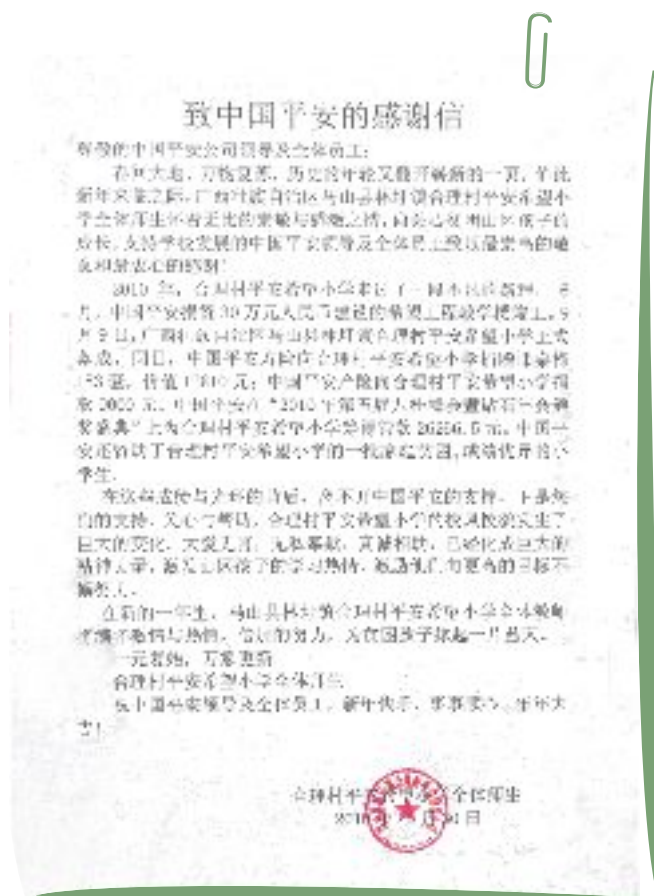
基础教育是教育的根基。我们认识到，公益项目不是为了做而做，更应该注重它的效益规划和社会贡献影响。从1994年第一所平安希望小学援建至今，我们在希望小学教育公益项目上的帮扶已经从简单的硬件设施建设，逐步转向通过系统的知识供应方式提升学校软实力。我们现已完成了100所希望小学的援建布点，因此我们认为规划所有小学的长期发展以及如何有效的管理是我们需要重点突破的。2010年，我们在所有建成的小学中开展了校况调研，从学校校舍情况、师生情况、毕业生情况、教学设备、维护建议、交通情况6个维度全面了解，通过调研来掌握各个学校发展阶段，及时调整资源，为下一步的规划管理提供有效的数据支持。我们的目标是把我们的平安希望小学建设成为最好的小学。

在线了解平安希望小学项目：<http://www.pingan.com/xiwang>

梦想中心

2010年，我们银行在四川北川、四川拱星、贵州、重庆援建了4所梦想中心。梦想中心里面配备了约5000册的图书，连接多媒体的电脑、电视，DVD数码产品。这间集图书室、电脑室、多媒体功能为一体的梦想中心教室，不但为平安希望小学提供硬件升级装备，也通过多媒体的演示途径为学校知识供应系统提供多样性的选择。

一封来自广西省马山县林圩镇合理村平安希望小学师生的信（截至2010年12月31日，我们已经在全国完成了100所希望小学的援建布点，其中已建成学校80所，建设中的学校20



希望奖学金

从2009年开始，我们就出资设立中国平安希望奖学金。项目用持续的方式分小学阶段、小学升初中阶段、初中升高中阶段、高中升大学阶段四个阶段资助就读于平安希望小学的学生和从该学校毕业的学生，使同学们获得长期发展资金支持。截止目前，我们已经为3120名同学提供了168万余元的资金帮扶。



希望工程志愿者形象大使刘涛、张峻宁助力2010中国平安支教行动启动仪式

支教日记

参加中国平安希望小学支教行动的志愿者用他们的支教日记记录下了纯真、快乐的支教时光。

但愿你们可以永远站在我的身边

羊丽华 陕西省咸阳师范学院
中文系学生

“汽车穿行在一座座山之间，连绵晃动的风景如同电影世界中的蒙太奇，纯真、灿烂、懵懂、未知……一张张片子迅速翻过，那些未知的想象和现实的重叠，成为一种独特的色彩在温润的内心长出强大的生命力……我的第一节课是一年级的课程，一群有这天真笑容，好奇眼神、可爱的脸庞，并且是刚刚学会认知世界的孩子。他们没有多功能铅笔盒，没有五彩的水笔，没有漂亮的衣服……，但他们拥有纯真的笑脸、真挚的情感、淳朴的热情。我忘情的在讲台上，讲述自己所知道的一切，那些稚嫩的笑脸和我互动着他们总能看到更多细节，心疼自己和世界之间那孤零零的牵连，比如一道阳光，比如一颗麦穗……。面对他们，我忘却了都市的喧嚣，忘却了学习上的压力，忘却了生活的烦恼，享受的是大山的质朴。但愿你们可以永远站在我的身边！”

未来的希望

马贞玉 广西医科大学
教师

会宁是全国有名的“状元县”，以苦甲天下而著称。这次在牛河平安希望小学支教中，我深深地感受到了“教师苦教”、“家长苦供”和“学生苦读”。其中，“教师苦教”我体会最为深刻。

牛河平安希望小学总共有10位教师，牛校长是全校3个民办教师中的一个，1988年初就在牛家河小学教书，至今已22个年头了。月工资从最初的二三十元涨到如今的两百多元。我也是一名教师，我问我自己，能不能像牛校长这样清贫的坚守自己的教育阵地？如果我热血沸腾的回答可以，那么，又能真正坚持多久？我都不敢回答自己。我问他，他就只是憨憨的笑，说没办法嘛，这么长时间了舍不得这里了。我真的特别敬佩他，我们短暂的支教，大家尚会觉得疲惫和辛苦，在他的22年中，就像过眼云烟一般，太微不足道、太不值一提了……而山里孩子们的求学梦想，正是千千万万个牛校长默默承载起来的，正是有了他们，我们才看到了孩子们未来的希望。

开斋节

潘明杰 平安人寿宁夏分公司
行政部员工

支教的这一周，正逢宁夏回族特有的节日开斋节，是回族最热闹的节日之一。回族同学以炸油香等精致美食互赠或款待亲友。在此期间，许多回族需要分斋。做为支教老师，我们也体会到那些节日的快乐。

中午休息时，办公室的门被推开，几个学生手背在后面，悄悄走到我们身边，然后突然将手拿出，一袋馓子、麻花还有几个玉米，不及推辞小同学一溜烟的就跑了，紧接着四年级五年级的赶着就把自家炸的馓子、油香往办公室里塞，拦都拦不住……一会儿馓子、麻花、玉米、葵花堆成一座小山。我们都觉得不好意思，孩子们在门口还喊着老师，你们快尝尝好吃不，都是家里自己的。我们几个志愿者品尝着这些各家的美味，那一刻觉得无比幸福。那一天，我们努力将孩子们给我们的食品都吃完，真的觉得那是世界上最美的食物。

我们只是短短的过客，带来一些简单的东西，仅仅这一点的付出却换来这么多孩子的纯纯的爱，那是最清澈的赤子之心。

环境和社会



著名电影导演陆川走进2010中国平安励志论坛首站南开大学

高等教育事业

励志计划

高校教育的质量对提升国家的竞争力尤其重要。我们增加在高等教育资源方面的投入，孕育、培养人才的成长，关注学术研究的运用，支持商业模式的创新。我们开展的中国平安励志计划，以评选优秀学术论文、举办创业大赛、设立励志奖学金、组织励志人物论坛巡讲、搭建励志计划获奖同学交流平台的形式，营造轻松、自由的学术研究氛围，推进国家科教兴国战略和人才强国战略的实施。从2003年项目开展7年以来，累计实现奖励学生3080人，奖金总额达到人民币1069万元。

在线了解中国平安励志计划：<http://www.pingan.com/lizhi>

励志计划创业大赛

围绕为青年学子搭建创业梦想实践平台、鼓励商业模式创新的主旨，我们2009年开始推出的励志创业大赛获得阶段性成果。大赛中涌现出一批商业盈利模式实践、探索新思路的学生。截至2010年，共有265名同学获得总计55万元创业奖励金。其中，2009年，一、二等奖创业团队已将大赛获得的5万和10万创业基金投入到市场调研、技术开发、产品生产中，实践着他们的创业梦想。

环境和社会



平安海南寿险员工自发捐款支援玉树重建

红十字公益

从2002年开始，我们持续开展“红十字主题公益月”活动，全系统围绕红十字“人道、博爱、奉献”的精神，通过组织无偿献血、义诊等活动，支持扶危助困、乐意奉献的中国红十字公益事业发展。截至2010年12月31日，我们的员工已经累计无偿献血达3600万毫升。

从2004年开始，我们就通过发放知识问卷，为造血干细胞捐献者无偿提供保险的宣传形式，让更多的人走近造血干细胞捐献事业。截至2010年12月31日，入库志愿者数据超过128万人，实现造血干细胞捐献2000多例。我们已为近2000名造血干细胞捐献者无偿提供了一年期重大疾病、意外伤害及住院安心保险保障计划，捐赠保额累计近7亿元。

灾难救助

当自然灾害发生时，我们除了发挥保险业保险、理赔职能外，还第一时间成立抗震救灾小组，安排快速理赔、抢险救灾、公益捐赠等各项工作。2010年4月14日，青海省玉树藏族自治州发生7.1级地震，我们宣布捐赠1000万支持青海省玉树藏族自治州地震灾区重建；2010年8月7日，甘肃省甘南藏族自治州舟曲县发生特大山洪泥石流灾害，我们通过甘肃省红十字会向甘南藏族自治州舟曲县捐赠110万，用于灾区学校或卫生医疗系统重建项目。这次捐款中的10万元是我们产险、寿险、养老险甘肃分公司员工自发捐赠；2010年10月，海南省发生特大暴雨，我们又再次捐赠50万元，帮助受灾群众恢复生产生活。

环境和社会



湖北寿险：爱心献血支持玉树重建

社群公益

2010年，由我们近50万内、外勤员工队伍组成的“员工志愿者协会”正式成立。

- 我们产险志愿者到贵州织金平安希望小学开展回访帮扶服务，帮助学校搭建了“梦想中心”教室。
- 我们银行及信用卡中心的数十位志愿者到“梦想中心”给同学们授课。
- 在北京国际马拉松赛30周年活动中，我们寿险近8万名志愿者通过爱心认捐马拉松运动员跑步里程的形式捐赠953211.91元，附加公司捐赠62517元，捐赠合计101万余元全部用于平安希望小学办学条件的改善及教师培训工作。
- 我们证券开展了快乐徒步、环保先行的志愿服务活动。
- 我们资产管理公司志愿者利用每周五中午休息时间到位于城郊的农民工子女就读学校——育苗小学开展故事、文体、棋类和生存技能四个小组的教学活动，累计参与志愿者达140人次；此外，志愿者们还在东昌中学和宜川中学开展金融知识普及教育，目前有12名志愿者已经坚持了2个学期的授课。
- 我们信托志愿者把深圳市民爱特殊儿童福利院定为志愿者活动基地，每年抽出一个工作日开展特殊儿童关爱回访。2010年全年，志愿者们通过节日慰问、翻新教舍、亲身探访、康复用品捐助及助养金捐赠等方式，共资助价值46512元人民币帮助特殊儿童走上康复之路。

绩效成果

环境方面

开展绿色运营，创建低碳企业

持续进行中

我们通过一系列技术手段和管理流程，在公司运营的各个环节，持续进行着降耗减排和绿色运营管理的各项举措。2010年我们9个自有物业的人均能耗较2009年降低了10%。

推动绿色服务，倡导客户使用电子化单据

持续进行中

减少纸张用量，节省运营成本和物流运力，大力倡导电子化单据的推广使用，带动客户积极参与低碳生活。2010年仅电子保单和电子帐单两项服务业务，就节省纸张约89.2吨。

发展绿色业务，全面推出综合金融各项业务领域的绿色创新金融产品

持续进行中

我们的环境类保险产品积极为社会经济稳定提供保障，银行、信托、证券等业务也努力将环境责任纳入业务运作及资质审核流程中，影响并带动上游企业积极进行低碳运营的改造，并关注中低层小众市场的保险和信贷需求。

投身绿色事业，履行企业的环境责任

持续进行中

2010年，我们积极与NGO组织合作，投入300万元参与“百万森林计划”，为西部干旱地区捐赠树苗60万棵。

社会方面

对社区投资项目进行品牌化塑造，审视、优化社区投资项目，
树立鲜明的品牌形象

持续进行中

2010年，我们启动社区投资项目品牌化塑造，统一了社区投资项目的传播标识，并在企业社会责任绩效指标中搭建了公益项目绩效指标，希望以此推进社区投资项目的管理水平。

深化公益项目开展，制定合理的传播节奏，扩大公益项目的影响力

持续进行中

组建员工志愿者组织，广泛开展志愿服务

已完成

平安员工志愿者协会已成立，截至2010年12月31日，我们的志愿者服务时间已累计超过7万小时*。

*志愿者服务时间计算方式为，每人8小时/天×9天×1097名志愿者=78984小时

环境和社会

问题

我们在环境方面的实践已经迈出了坚实的一步，各项社区公益项目也在不断深化，2010年我们在实践过程中发现还存在以下问题：

- 我们在运营能耗指标核算管理方面还缺乏一定的平台支撑，有待开发并合理利用的空间。
- 我们在低碳项目中引导消费者及消费者互动方面有待进一步提升和改善。
- 需要建立更加长远的、具有战略视野的社区投资项目规划，并需要整合企业品牌与社区投资项目的传播资源，扩大项目传播。

2011年的计划和目标

环境方面

我们努力探索企业的低碳之路，承诺对环境、社区的共同责任，在企业社会责任与商业运营模式相结合过程中，我们已迈出了非常有益的步伐，我们期望持续前进、永续经营。

继续深入推进低碳100行动

- 初步建立碳管理平台，在自有物业中实施碳管理
- 推动可持续金融产品开发
- 扩大公益活动的影响力，带动公众对环境问题的关注
- 将员工志愿者服务管理平台扩展至环境健康等领域

社会方面

志愿者管理平台搭建

2011年，我们计划搭建志愿者管理平台。依托该平台，在线注册的每一位志愿者都可以随时分享志愿服务的心得，获取志愿服务的知识，获得志愿者协会对志愿者的激励。同时，我们还要结合行业特性，在志愿者项目中加强志愿者能力建设，发挥志愿者在理财规划、社区发展、环境健康等志愿服务工作中的创造力。

对公益项目进行持续优化，重点在满足受助人群的切实需要，解决切实的社会议题

我们在对全国近百所希望小学调研的基础上，归纳整理学校管理规划，根据各小学的援建时间、软硬件设置，形成小学分级管理的资源匹配，从而实现因地制宜、因人制宜的教育帮扶，缩短城、乡两种背景下的教育发展差距，帮助学校建设成为当地最好的学校。

合作伙伴

我们的价值观

**合作伙伴：互惠互利
实现共赢**



招商局保險有限公司
中國平安財產保險股份有限公司
中國平安保險（香港）有限公司

合作簽約儀式



平安与招商局签署战略合作协议



合作伙伴

我们实践企业社会责任的做法多样化并且覆盖范围广泛，我们努力用自己的行动影响我们的合作伙伴，共同促进供应链的可持续发展。

我们的关注

- 我们关注提高代理人金融理财知识的专业性，并为培养能够满足客户，提供多种金融产品需求的综合金融服务经理队伍而努力。
- 我们关注定点医院医疗信息网络化管理，推动行业理赔数据标准化，理赔流程自动化建设。
- 我们通过再保等多种形式提升自身的风险控制能力。
- 我们在采购制度、采购评分、环保产品使用方面帮助供应商提升企业社会责任能力建设。
- 我们关注伙伴银行销售产品的渠道建设，确保消费者享受到更加便捷的服务。

合作伙伴



平安与联通签署战略合作协议

我们的行动

代理人

2010年，我们成立了中国平安个人客户经理俱乐部，并对正式以上职级代理人持续开展综合金融业务及相关产品的培训，培养代理人向客户推荐银行零售、信用卡、证券、信托等业务能力，为客户提供专业化的理财服务。

再保险公司

通过技术培训支持，外部洽谈分享，数据支持共享等多种形式，扩大、发展与再保险公司的合作，提高风险管控的能力。目前我们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、通用再保险公司、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。

伙伴银行

与伙伴银行的合作意味着协同推动不断提升的服务水平。为此，我们运用科技的手段推出了“银保通”IT管理系统，实现银行业务系统与保险公司业务系统的相互连接，为客户提供代理保险服务的业务平台，使客户在一个窗口就可以完成银行业务办理、保险产品购买的服务。我们还与全国各国有银行、商业银行、股份银行和外资银行建立了全面业务合作关系，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，产品范围涵盖财产保险、意外险、机动车辆保险等众多产品。

定点医院

我们的“一账通卡”紧急援助医院网络铺设已完成3266家，客户可以享受到国内规模最大的紧急援助服务。另外，我们与全国2243家定点医院的签订合作协议，确保尽可能全面满足客户就诊的需求。我们还制定了定点医院服务水平的监测制度，协助定点医院不断提升服务质量。

案例

2010年，我们通过对定点医院服务指标的监测，将获取的客户医疗信息进行审计，对不合理的医疗信息形成分析报告并反馈医院，引导定点医院合理治疗、合理用药降低不合理费用支出，定点医院医疗服务效率也得到提升，同时客户也减轻经济负担、降低过度医疗可能导致的健康损害。

- 一、2243家定点医院中，有1410家医院的平均住院日指标下降；有1394家医院的轻微疾病住院占比指标下降。
- 二、在轻微疾病住院占比指标中，定点医院比非定点医院低3.27%；在平均住院日指标中，定点医院比非定点医院低0.88天。见下表所示：

2010年	轻微疾病住院占比			平均住院日（单位：天）		
	定点医院	非定点医院	差异	定点医院	非定点医院	差异
指标值	17.14%	20.41%	-3.27%	12.66	13.54	-0.88

- 三、在定点医院指标中，2010年轻微疾病住院占比比2009年下降0.31%，平均住院日下降0.35天。见下表所示：

定点医院	轻微疾病住院占比			平均住院日（单位：天）		
	2010年	2009年	下降	2010年	2009年	下降
指标值	17.14%	17.46%	-0.31%	12.66	13.01	-0.35

词汇解释：
平均住院日：统计期内住院客户平均每次的住院天数。
轻微疾病住院：患者病情较轻微，通常可在门诊可以进行治疗，不符合正常的住院指征。

合作伙伴



平安产险与一汽丰田经销商签署合作协议

2010年，我们产险公司签订定点医院已达655家，新增网络医院76家。同时，我们不断完善对汇丰客户的代理服务项目。例如，我们完成汇丰425家定点协作医院的维护管理，以确保汇丰客户在中国大陆地区可以获得及时的医疗帮助。

受全国保险业标准化技术委员会委托，我们集团与中国人寿集团、中国人民保险集团、太平洋保险集团联合组成项目组，借

鉴美国国标委X12N、国际电子商务EBXML等国际成熟标准，参考国家卫生部电子健康档案数据集、电子病历数据集、社会医疗保险接口数据集，开展医保数据标准化制定工作。目前《医保数据交换规范（送审稿）》已提交全国保险业标准化技术委员会审核。未来，该标准的实施，将使保险与医疗行业的合作更加紧密，给客户带来更加便捷的服务。

供应商

在供应商方面，我们从制度、采购过程、使用三个层面不断帮助供应商提升企业社会责任能力建设。

2010年，在我们的采购制度《（B2B013）B2B事业部供应商管理办法》中引入“低碳环保，社会绩效”绿色采购制度和理念，帮助供应商提升企业社会责任能力建设。例如，在管理办法中第十五条规定，合作对象的选择上，在同等条件下，对取得环境管理体系认证和产品获得环境标志的供应商应优先选择。

在实际采购过程中，我们启用绿色管理评分系统，对采购物品及供应商进行环保测评，给予代表新技术，体现环保要求的物品和供应商优先选择，逐步增加供应商库中绿色供应商的占比。例如，在集团MIT项目笔记本电脑采购中，制定了“使用LED技术的产品可做优惠，按投标价减去100元计算评标价，非LED技术产品投标价此项不做优惠”的择优条款。

绩效成果

成立综合开拓个人客户经理俱乐部，持续推动个险代理人向能够提供客户保险、金融等全面服务的客户经理转变

持续进行中

在成立的中国平安个人客户经理俱乐部中，我们寿险代理人已分别有63人获得中国平安个人客户经理，3240人获得资深会员，4620人获得高级会员，15581人获得会员的资格。

继续深化与中国银行、中国工商银行、中国建设银行、中国农业银行、交通银行主力渠道的合作，维持中小渠道业务规模，保持渠道经营持续发展

持续进行中

不断完善、拓展合作银行渠道建设一直是我们努力的方向。2010年我们通过进一步扩展银保通系统的铺设范围，帮助客户实现在多家银行服务窗口完成银行业务办理、保险产品购买的便捷服务。

完善银保渠道基本法，有条件的机构全部成立银保专属组织；不断创新产品和营销模式，推动业务健康、稳健快速的发展

持续进行中

我们与各银行签署了总对总、分对分代理合作协议，并且成功中标中国工商银行、中国农业发展银行、中国建设银行、交通银行四家银行自有资产保险项目，同时对全国各分公司都下达了银行保险渠道销售的基本法，36家分公司都成立了专属银保部门，开发银保产品。

继续拓展紧急援助医院网络规模，力争网络可以覆盖全国主要的旅游城市及开设平安营业网点的城市，为客户提供一流的紧急援助服务

持续进行中

我们产险新增紧急援助医院网络76家。在公司综合金融后台的支持下，医院网络资源共享项目正在有条不紊的推进中。

与中国人寿集团、中国人民保险集团、太平洋保险集团等单位，完成保标委委托的《医保数据交换规范》项目

持续进行中

定点医院编码的拟定将与医保数据交换规范项目保持同步计划推进。目前，该项目正在数据资料整理过程中。

实施绿色采购，逐步实施在招标等环节对采购物品及供应商进行环保测评，推动供应商的绿色发展，为低碳经济贡献力量

持续进行中

2010年，在我们的采购制度《（B2B013）B2B事业部供应商管理办法》中引入“低碳环保，社会绩效”绿色采购制度和理念，帮助供应商提升企业社会责任能力建设。

合作伙伴

问题

2010年我们在实践过程中发现我们的工作还存在以下问题：

- 在环境、健康、安全与雇佣实践等企业社会责任方面需要对供应商设定一定的预期与目标。
- 在采购制度中，我们还需要强化绿色采购理念融入的系统性和规划性，绿色环保产品的开发及运用需进一步强化。
- 在定点医院网络建设需求上，各专业公司有一定差异，我们需整合需求协调合作，加强配合的密切度。

2011年的计划和目标

■ 提升代理人队伍管理的合规性及代理人素质的专业性

我们要根据外部监管条件的变化及业务开展的需要，适时修订调整金融业务管理办法，试点开展《银行从业资格考试》、《证券从业资格考试》等授权考试，提升代理人队伍的专业性及合规性。

■ 加深与再保公司在可再生能源产品方面的合作

■ 研发多样性的银行渠道销售产品，满足客户需求

我们要进一步推动各层级伙伴银行专属销售队伍的建设，通过渠道、网点、产品、客户等方面的改进举措，推动银保业务的发展规模，满足客户日益增长的多样性需求。

■ 实现各系列定点医院资源共享及管理一体化

我们计划优化定点医院评价指标，将定点医院服务水平按照多指标、多因子的规则进行分析和管控。同时，我们将推动医保数据交换规范项目试点，实现寿险、产险、养老险等专业公司定点医院资源网络管理的一体化。

■ 在采购流程中逐步纳入企业社会责任主动筛选原则

我们要在采购流程中逐步纳入企业社会责任主动筛选原则，有针对性地在采购过程中提出低碳、环保的制度要求。同时，我们还要总结、整理环保产品开发的经验，对内，积极宣传符合环保要求的产品的使用；对外，加强与供应商的沟通，鼓励供应商推荐符合需求的环保产品。同时，我们还要根据需求和市场发展趋势，丰富各层次环保产品的采购目录。

社会认可

2010年12月

2010年12月，我们旗下的产险在由搜狐评选的“搜狐2010金融理财网络盛典年度榜单”中获得“理赔最迅速的保险公司奖”，旗下的寿险的“平安智盈人生终身寿险（万能型）”获得网友最喜欢的投资理财险产品奖。

2010年12月，我们获得由《投资者关系杂志》(IR Magazine)颁发的“最佳投资者关系—首席执行官”“最佳投资者关系网站/网络传播”、“最佳投资者关系-非国有企业”三项大奖。

2010年12月，我们在由南京大学工程管理学院、宜众财经联合承办的第五届中国投资者关系年会大奖中获得IR百强奖及社会责任贡献奖。

2010年12月，我们获得由财经杂志《亚洲货币》(Asia money)颁发的“中国最佳管理公司”称号。

2010年12月，我们获得香港上市公司商会和香港浸会大学公司治理与金融政策研究中心联合颁发的“2010年度香港公司治理卓越奖”。

2010年12月，我们二度蝉联由《资产》(The Asset)杂志颁发的“综合卓越白金奖”。

2010年12月，我们在《亚洲金融》杂志(Finance Asia 100)最佳蓝筹股排行榜中名列38位。

2010年12月，我们获得由《亚洲货币》杂志(Asian Money)颁发的年度最佳公司治理、年度最佳交易等三项大奖。

2010年12月，我们获得由第一财经评选的“2010第一财经·中国企业社会责任榜杰出企业奖”。

2010年12月，我们第六次在由《21世纪商业评论》和《21世纪经济报道》主办的“中国最佳企业公民”评选中获得“中国最佳企业公民”。

2010年11月

2010年11月，我们凭借“绿色承诺 平安中国——中国平安低碳100行动”项目荣获第六届中国公关经理人年会组委会颁发的“2010企业社会责任优秀案例大奖”。

2010年11月，我们在国际权威财经报章《华尔街日报》(Wall Street Journal)评选的2010年“亚洲企业200强”(2010 Top Asia 200)排行榜中获得中国十大“最佳财务信誉”(Financial reputation)企业。

2010年10月

2010年10月，我们在新加坡知名杂志Asia Insurance Review举办的“第14届亚洲保险业大赏”评选中入围“企业社会责任奖”(Corporate Social Responsibility Award)前三。

2010年10月，我们的“绿色承诺 平安中国——中国平安低碳100行动”案例获由国内知名财经传媒《21世纪经济报道》与全球最大的综合性品牌咨询集团Interbrand联合评选的第六届“中国最佳品牌建设案例”贡献奖。

2010年10月，我们在《财资》杂志(The Asset Magazine)举办的“3A 投资大奖”评选中，获得“年度投资者—保险公司”大奖。

2010年10月，我们旗下的银行在国际知名杂志Global Finance公布的“2010中国之星”(Stars of China 2010)最佳银行与企业名单中荣获年度“最佳治理银行”大奖。

2010年10月，我们在Financial Times(金融时报)揭晓的2010年第三季度(7-9月)全球市值500强中名列88位。

2010年10月，我们旗下银行的“平安一贷通”项目在由《投资家》杂志携手国家行政学院经济学部、《华夏时报》、中央电视台财经频道共同评选的“金尊奖-2010杰出金融产品创新奖”。

2010年9月

2010年9月，我们旗下的资产管理公司蝉联国际知名财经杂志《机构投资者》(Institutional Investor)评选的2010亚洲百强资产管理机构(Asia's 100 Biggest Money Managers 2010)，并以862.51亿美元的资产管理规模，跻身中国四大资产管理机构的行列。

2010年9月，我们旗下的银行在由北京银联信息咨询中心等联合评选的“中国现金管理行业白皮书问卷调查暨竞争力评选活动”中荣获“最佳现金管理银行-营销之星”大奖。

2010年9月，我们在由《理财周报》主办的“第三届中国上市公司最佳董事会评选”中荣获“2010中国主板上市公司最佳董事会”以及“2010中国上市公司最佳治理董事会”两项大奖。

2010年9月，我们入选了由南方报业主办的“巨潮-南方报业低碳50指数”成分股。

2010年9月，我们的企业社会责任报告再次以最高得分名列所有A股企业榜首，二度荣膺年度最佳社会责任报告大奖。

2010年9月，我们在由《每日经济新闻》举办的“2010中国企业环保清誉奖”颁奖活动中获得“清誉低碳经济贡献奖”。

2010年7月

2010年7月，我们在由《中国证券报》主办的“第12届中国上市公司金牛奖百强”中荣获2009年度上市公司金牛奖综合百强、2009年度上市公司收入百强金牛奖、2009年度上市公司市值百强金牛奖等三项大奖。

2010年7月，我们在由《证券时报》报社主办的“第三届中国优秀信托公司评选活动”

中获得“中国优秀信托公司”，“中国优秀信托经理”，“最佳证券投资类信托计划”，“最佳房地产信托计划”，“最佳组合投资信托产品”，“最具影响力品牌（产品）”六项大奖。

2010年7月，我们在第三届世界环保大会公布的“世界低碳环境（中国）推动力100强”榜单中入选百强榜单。

2010年7月，我们获得由经济观察报社和经济观察研究院共同评选的首届“中国最佳低碳企业”的“中国最佳低碳企业”称号。

2010年7月，我们旗下的银行在21世纪亚洲金融年会上获得亚洲银行竞争力排名“企业网上银行业务创新奖”殊荣。

2010年7月，我们入选恒生A股可持续发展企业指数，流通系数65%，占比为10.3%。

2010年7月，我们在美国《财富》杂志2010世界500强排行榜中位列第383位。

2010年7月，我们在由《福布斯》中文版联合国际领先的综合性品牌战略顾问和设计集团Interbrand共同举办的“2010年度最佳中国品牌价值排行榜”获得“2010年度中国最具价值品牌”。

2010年6月

2010年6月，我们旗下的证券在由《证券时报》主办的第三届中国最佳证券经纪商暨中国明星证券营业部评选中获得“中国最具特色证券经纪商”，并被授予“中国最佳投资者教育证券营业部”荣誉称号。

2010年6月，我们在由知名证券媒体《大众证券报》和新浪财经联合主办的第五届“大众证券杯”中国上市公司竞争力公信力TOP100调查中获得“最具持续投资价值上市公司”第一名。

2010年6月，我们第四次获得亚洲著名公司治理杂志《Corporate Governance Asia》颁发的“亚洲公司治理杰出表现奖”。

2010年6月，我们旗下的数据科技在第三届中国服务外包合作大会中蝉联“2010年度中国服务外包企业榜单”。

2010年6月，我们入选深圳市福田区2009年度纳税双百企业。

2010年6月，我们旗下的信托在由《21世纪经济报道》、21世纪研究院金融研究中心主办的第三届金融理财“金贝奖”评选中蝉联金贝奖“年度最佳服务团队奖”，并在由《上海证券报》、中国证券网举办的“2010中国信托业峰会暨第四届‘诚信托’奖”中获得“诚信托”综合实力大奖“卓越公司奖”。

2010年5月

2010年5月，我们旗下的产险在由《首席财务官》杂志社主办的“中国CFO最信赖的百佳服务机构评选”中获得“中国CFO最信赖的财产保险机构”大奖；旗下养老险的“盈管家”服务获得“中国CFO最信赖的企业年金服务机构”大奖。

2010年5月，我们获得金融杂志《亚洲金融》（FinanceAsia）颁发的最佳管理公司、最佳投资者关系、最佳企业社会责任及最致力维持优厚派息政策四项企业卓越大奖。

2010年5月，我们在由深圳报业主办的“深圳报业指数5周年高端研讨会暨首届深报指数优质上市公司”的评选中获得“深报指数最具经济影响力上市公司”、“深报指数行业领军奖”、“深报指数最佳投资者关系上市公司”、“深报指数最佳品牌营销上市公司”四项大奖。

2010年4月

2010年4月，我们入选由中国企业家俱乐部评选的“中国绿色公司百强榜”。

2010年3月

2010年3月，我们在由国际著名财经杂志《欧洲货币》（Euromoney）主办的“最佳亚洲管理公司”评选中蝉联亚洲最佳管理保险公司。

2010年1月

2010年1月，我们蝉联由《银行家》杂志颁发的最佳企业社会责任奖。我们的“平安车险，万元以下，资料齐全，三天赔付”服务承诺以及银行“个人客户三大服务承诺”荣膺各自领域的“最佳品牌营销活动奖”；旗下寿险“世纪赢家终身寿险（万能型）”、“平安鑫利两全保险（分红型）”以及银行“深圳大学校园卡”分获各自领域的“金融产品十佳奖”。

2010年1月，我们在由业内知名商业财经媒体《理财周报》以及中国保险行业协会组织评选的“2009年中国百万中产家庭首选保险产品榜”中荣获中国十大最佳保险公司，旗下“聚富年年投连险”荣获中国十大最佳理财产品。

2010年1月，我们四度蝉联由中国红十字基金会及中国新闻社下属中国新闻周刊联合颁发的“最具责任感企业”。

2010年1月，我们在第三届“2009年金蝉奖”中获得2009最佳中资保险公司，旗下的银行荣获最佳成长性银行称号。

2010年1月，我们旗下产险的环境污染责任保险分获综合类“最具市场影响力保险产品”和单项类“最佳责任保险产品”两项大奖，全球医疗保险获“最佳健康保险产品”。我们旗下寿险的智盈人生终身寿险（万能型）荣获最畅销保险产品奖，富贵人生两全保险（分红型）荣获最佳理财保险产品奖，鑫祥两全保险（分红型）荣获最佳养老保险产品奖，我们的聚富年年投资连结保险荣获最具投资价值保险产品奖。

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。	P
	EN3	按主要能源来源划分的直接能源消耗。	P
	EN4	按主要能源来源划分的非直接能源消耗。	P
	EN5	通过采取节能措施和提高使用效率而节省的能源通过采取节能措施和提高使用效率而节省的能源。	P
	EN6	提供节能或再生能源的产品与服务的措施，及这些措施在降低能源需求方面的成果。	P
	EN7	减少非直接能源消耗的措施及取得的成果。	P
	EN8	从来源抽取的水的总量。	N/A
	EN9	因抽取用水而受重大影响的水源。	N/A
	EN10	循环再用和再用水的百分比及总量。	N/A
	EN11	在保护区内或在保护区毗邻地区及保护区外生物多样性价值高的地区拥有、租赁、管理土地的位置和面积。	N/A
	EN12	描述机构在保护区内及保护区外生物多样性价值高的地区的活动、产品和服务对生物多样性造成的重要影响。	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。	N/A
	EN15	按物种灭绝的风险，列出处于受营运活动影响地区的国际自然及自然资源保护联盟红色名录(IUCN Red List)和国家保护名录的物种及其生境。	N/A
	EN16	按重量计的直接和非直接温室气体排放总量。	P
	EN17	按重量计的其它相关非直接温室气体排放量。	P
	EN18	减少温室气体排放的措施及取得的成效。	P

GRI	ID	指标描述	披露情况
环境 指标	EN19	按重量计的臭氧消耗物质的排放量。	N/A
	EN20	按类型和重量计的氮氧化物（NO _x ）、硫氧化物（SO _x ）和其它重要气体排放物。	N/A
	EN21	按质量和目的地计的总排水量。	N/A
	EN22	按类型和处置方法计的废弃物总重量。	P
	EN23	重大溢漏的数量与体积。	N/A
	EN24	按重量计列出根据《巴塞尔公约》附录I、II、III、VII的条款定为有毒的废弃物的运输、进口、出口或处理的数量、及国际范围内运输废弃物的百分比。	N/A
	EN25	受报告机构排水和径流影响严重的水体及相关生境的特性、规模、保护状况和生物多样性价值。	N/A
	EN26	减轻产品与服务对环境影响的措施及其减轻影响的程度。	P
	EN27	按分类计，列出售出的产品及其包装材料可回收的百分比。	N/A
劳工 措施及 合理工 作指标	EN28	违反环境法规所处的重大罚款的货币价值及非经济处罚的总次数。	NR
	EN29	产品、其它货品及用于机构营运活动的原材料运输，以及劳动力运输所造成的重大环境影响。	N/A
	EN30	按类型计的环保总开支和总投资。	P
	LA1	按雇用类型、雇用合同和地区划分的员工总数。	P
	LA2	按年龄，性别和地区划分的员工流动总量及比率。	P
	LA3	按主要业务划分，只提供予全职雇员（不提供予临的或兼职雇员）的福利。	F
	LA4	集体谈判协议覆盖的员工比例。	P
	LA5	向员工通报重大业务变化的最短通知期，包括其是否在集体谈判协议内订明等事项。	P
	LA6	协助监察、指导职业卫生与安全计划的正式劳资联合卫生与安全委员会中作代表的员工百分率。	NR
	LA7	按地区划分的工伤率、职业病率、误工率、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。	F
	LA11	向员工提供技能管理与终生学习课程，以支持员工提高继续受聘能力和帮助员工处理退职事宜的计划。	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。	F
	SO2	已作腐败风险分析的业务单位的总数及百分比。	NR
	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。	NR
	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。	NR
产品责任指标	PR1	为改进之目的而对产品和服务的健康与安全影响进行评估的生命周期阶段、及需要经过这种评估程序的重要产品与服务类别的百分比。	F
	PR2	按结果类别划分，违反法规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。	NR
	FS3	客户对于协议或交易中包含的环境及社会规定的执行和遵守情况的监控流程。	P
	FS4	提高员工执行环境及社会政策能力的相关流程，以及运用到业务条线中的具体步骤。	NR
	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。	NR
	FS7	根据不同目的、在各产品条线中传递特定环境效益的产品及服务的货币价值。	N/A
	FS8	根据不同目的、在各产品条线中传递特定社会效益的产品及服务的货币价值。	N/A
	FS9	评价环境及社会政策执行情况的审计工作的覆盖范围和进行频率，以及具体的风险评估步骤。	N/A
	FS10	机构投资组合中、报告部门曾就环境或社会问题与其进行过互动的公司百分比及数量。	P
	FS11	根据正面及负面的环境或社会筛查，得出的资产百分比。	N/A
	FS12	环境或社会问题方面的表决政策，涉及报告部门持有表决权或表决顾问的股份数。	N/A
	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到FS的倡议。	P
	FS15	对于FS及产品进行公正的设计及销售的政策。	N/A
	FS16	根据不同受益人类型，提高金融基本认识的倡议。	P

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

2008 – 2010中国平安经济绩效表

单位：人民币百万元	2010年	2009年	2008年
营运成本	167,122	128,254	109,856
支付的工薪总额	10,617	7,876	5,587
支付的福利总额	2,315	1,733	1,033
缴税总额	7,732	6,325	5,377

单位：人民币百万元	2010年	2009年	2008年
集团偿付能力充足率	197.9%	302.1%	308.0%
寿险理赔金额	17,177	16,736	19,306

说明：数据根据公司执行《企业会计准则解释第2号》后的会计政策编制。

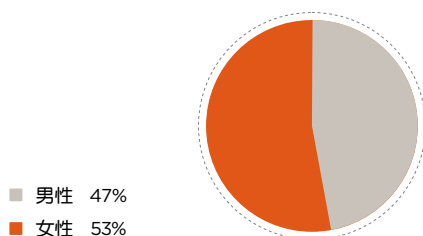
员工

员工人数及多样性

单位：人	员工总数	内勤	外勤	数据范围
2010年	127,353	63,025	64,328	全系统
2009年	100,267	53,723	46,544	全系统
2008年	82,808	50,820	31,988	全系统

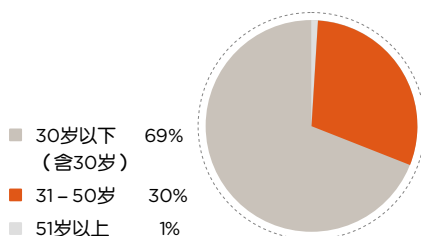
说明：内外勤区分主要用于公司内部管理。外勤主要是指与业务直接关联的人群。内外勤员工管理属于不同的统计体系，报告中的个别数据提取于内勤员工的统计体系，暂无法统计到外勤人员数据。

按性别比例



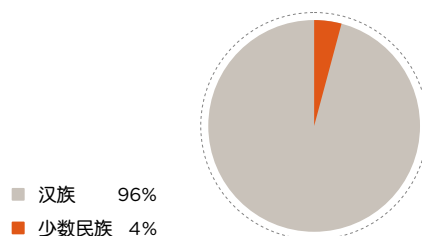
说明：2009年按性别比例——男48%，女52%
2008年按性别比例——男54%，女46%

按年龄比例



说明：2009年按年龄比例——30岁以下63%，
30-50岁35%，50岁以上2%
2008年按年龄比例——30岁以下60%，
30-50岁37%，50岁以上3%

按民族比例



说明：2008年、2009年按民族比例相同

三大管理委员会人员结构比例

	董事会					监事会					管理委员会				
	性别比例		年龄比例			性别比例		年龄比例			性别比例		年龄比例		
	男性	女性	30岁 以下 ¹	30-50 岁 ²	50岁 以上	男性	女性	30岁 以下 ¹	30-50 岁 ²	50岁 以上	男性	女性	30岁 以下 ¹	30-50 岁 ²	50岁 以上
2010年	84.2%	15.8%	0%	36.8%	63.2%	85.7%	14.3%	0%	57.1%	42.9%	85.7%	14.3%	0%	66.7%	33.3%
2009年	89.5%	10.5%	0%	26.1%	73.9%	85.7%	14.3%	0%	57.2%	42.8%	90%	10%	0%	70.8%	29.2%
2008年	94.7%	5.3%	0%	15.8%	84.2%	66.7%	33.3%	0%	55.6%	44.4%	100%	0%	0%	8.3%	91.7%

说明：1、含30岁，2、含50岁

内勤员工流动情况

单位：人		2010年		2009年		2008年		2007年		数据范围
		数量	比率	数量	比率	数量	比率	数量	比率	
离司总人数		17,571	12.37%	11,926	9.27%	12,065	13.74%	8,016	12.36%	全系统
年龄	20岁以下（含20岁）	1,190	6.78%	791	6.6%	278	2.30%	84	1.05%	全系统
	21-30岁	13,556	77.15%	8,647	72.5%	8,470	70.20%	5,078	63.35%	
	31-40岁	2,023	11.52%	1,431	12.0%	2,514	20.84%	2,192	27.35%	
	41-50岁	496	2.83%	325	2.7%	692	5.74%	583	7.27%	
	51-60岁	178	1.02%	152	1.3%	111	0.92%	79	0.99%	
性别	男性	8,564	48.74%	5,866	49.2%	6,014	49.85%	4,382	54.67%	全系统
	女性	9,007	51.26%	6,060	50.8%	6,051	50.15%	3,634	45.33%	

说明：公司业务保持健康快速增长的同时，人力增长也同步上涨，因此导致离司总量同比上浮。

指标附录

全职员工福利情况

时间	员工（所有和公司签订劳动合同）	数据范围
2010年	各单位均有福利项目主要有：五险一金、综合保障、过节费、年休假、年金、取暖/降温费等；	全系统
2009年	各单位均有福利项目主要有：五险一金、综合保障、过节费、年休假、年金、取暖/降温费等；	全系统
2008年	各单位均有福利项目主要有：五险一金、综合保障、过节费、年休假、年金、补充养老险、取暖/降温费等；	全系统

说明：五险一金包含生育保险、工伤保险、医疗保险、养老保险、失业保险、公积金

职业卫生与安全数据

	2010年			2009年		2008年	
公司	工伤率	误工率	缺勤率	工伤率	误工率	工伤率	误工率
集团	0.00000%	0.00000%	1.52303%	0.00000%	0.00000%	0.00%	0.10%
寿险	0.02273%	0.01453%	0.16866%	0.03191%	0.02860%	0.00%	0.01%
产险	0.00764%	0.01161%	0.14649%	0.02027%	0.00624%	0.03%	0.04%
养老险	0.04129%	0.00000%	0.02748%	0.02788%	0.00050%	0.00%	0.02%
信托	0.00000%	0.00000%	0.28167%	0.00000%	0.00000%	0.00%	0.08%
证券	0.00000%	0.00000%	0.05855%	0.00000%	0.00000%	0.00%	0.00%
资产	0.00000%	0.00000%	0.88276%	0.00000%	0.00000%	0.00%	0.00%
平安不动产	0.00000%	0.00000%	1.85391%	0.20744%	0.00000%	0.00%	0.05%
平安科技	0.00000%	0.00000%	0.62870%	0.00000%	0.00000%	0.00%	0.00%
数科	0.00051%	0.00000%	1.26247%	0.00000%	0.00000%	0.00%	0.00%
新渠道	0.00154%	0.00106%	0.66661%	0.00213%	0.00213%	0.00%	0.00%
银行	0.01980%	0.00438%	0.58520%	0.00231%	0.00000%	0.00%	0.01%
信保	0.01506%	0.00239%	0.04015%	0.00000%	0.00000%	0.00%	0.00%
健康险	0.00000%	0.00000%	1.83373%	0.00000%	0.00000%	0.00%	0.00%

通报重大业务变化的最短通知期

时间	全日制劳动合同员工	数据范围
2010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
2009年	会提前一个月以上与员工沟通；相关制度：《用工规范管理手册》。	全系统
2008年	会提前一个月以上与员工沟通；相关制度：《用工规范管理手册》。	全系统

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
2010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
2009年	不强制规定各子公司标准起薪点与当地最低工资的固定比例，但集团明确要确保合法合规，并定期了解市场数据，检视付薪水平。	全系统
2008年	不强制规定各子公司标准起薪点与当地最低工资的固定比例，但集团明确要确保合法合规，并定期了解市场数据，检视付薪水平。	全系统

说明：关注国家及市场行情变化，定期检视付薪水平。

加班制度及费用

时间	费用	制度	数据范围
2010年	实际发生约2669万，占人力成本不到1%	所有单位均制定了加班管理办法，并经员工民主讨论后公布；公司不鼓励不强制员工加班，如确有工作需要，履行内部审批等管理程序后方安排加班，如发生加班，则按照国家劳动法规定支付加班工资。	全系统
2009年	预计发生加班费2700万占人力成本不到1%	部分单位制定了个别岗位的加班管理办法并向员工公布；公司不强制加班，并强调不提倡加班，同时对加班行为严格管理；	全系统
2008年	预计发生加班费2500余万占人力成本不到1%	部分单位制定了个别岗位的加班管理办法并向员工公布；公司不强制加班，并强调不提倡加班，同时对加班行为严格管理；	全系统

说明：人力资源数据部分来源NIS系统提取

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

指标附录

环境

纸张消耗

能源类别	2010年	2009年	2008年	数据备注
用纸量	41.95吨	36.30吨	78.98吨	2008年数据从自有9个管理物业中提取，但数据不完全覆盖9个物业，2009年数据统计范围仅为深圳星河中心职场（平安集团深圳总部）、深圳平安大厦，2010年数据统计在2009年基础上新增了平安金融培训学院数据。
可再生纸	2,807.97吨	1,441.34吨	1,260.68吨	再生纸使用范围比较少，根据我们现有的状况，目前统计的再生纸数据指公司内部发行的新闻纸，包括《平安报》、《客户服务报》。

各种能源消耗

		2010年		2009年		2008年	
能源类别		自用物业	平安金融培训学院	自用物业	平安金融培训学院	自用物业	平安金融培训学院
总量	电（单位：度）	52,556,823	19,989,200	56,578,975	20,122,720	38,429,761	18,639,840
	水（单位：吨）	528,574	152,795	629,959	201,392	406,975	217,223
总人数	（单位：人）	25,640	287,209	21,351	268,221	9,560	189,234
人均	电（单位：度）	2,049.80	835.18	2,649.94	900.27	4,019.85	1,182.02
	水（单位：吨）	20.62	6.38	29.50	9.01	42.57	13.77
能源类别		自用物业	平安金融培训学院	自用物业	平安金融培训学院	自用物业	平安金融培训学院
总量	柴油（单位：升）	5,272	146,005	2,571	134,315	0	143,830
	天然气（单位：立方米）	968,578	0	1,220,000	0	1,120,728	0
柴油使用总人数	（单位：人）	3,800	287,209	2,613	268,221	0	189,234
人均	柴油（单位：升）	1.39	0.51	0.98	0.50	0.00	0.76
天然气使用总人数	（单位：人）	12,198	0	9,030	0	7,003	0
人均	天然气（单位：立方米）	79.40	0.00	135.11	0.00	160.04	0.00

说明：为使数据更加合理准确，2010年将数据重新梳理，分自用物业在职工和平安金融培训学院培训人次两部分统计人均能耗，并将电、水和柴油、天然气能耗分开统计。

1、人均数测算方式：自用物业人均数=一年能耗总数/员工总人数；平安金融培训学院人均数=一年能耗总数/（全年培训总人次/12个月）注：平安金融培训学院人员总数含在职员工160人-230人之间；

2、自2009年开始，自用物业数据已涵盖9个单位：深圳星河、深圳平安大厦八卦岭、深圳826大厦、上海张江、上海静安广场、北京物业、大连物业、珠海物业、福州物业。

碳排放量

单位：千克

来源	2010年	2009年	2008年
自用物业+深圳金融学院能耗碳排放	72,712,378.08	76,831,600.1	57,276,665.1
全系统用车碳排放	302,499,750	13,624,852.5	11,306,480.6
合计	375,212,128.1	90,456,452.6	68,583,145.7

说明：

1、碳排放测算：

根据国家公布的能源转化数据，二氧化碳转换公式为：

消耗1度电=排放0.997千克二氧化碳；

消耗1升油=排放2.63千克二氧化碳；

汽车行驶的二氧化碳排放量（千克）=油耗公升数×0.785

2、汽车行驶的二氧化碳排放量100公里消耗汽油约10公升进行测算，统计范围为全系统自有车辆

3、本报告披露的二氧化碳排放包括电量、柴油消耗、汽油消耗量三个部分数据统计折算

4、自2009年开始，自用物业数据已涵盖9个单位：深圳星河、深圳平安大厦八卦岭、深圳826大厦、上海张江、上海静安广场、北京物业、大连物业、珠海物业、福州物业

办公设备报废

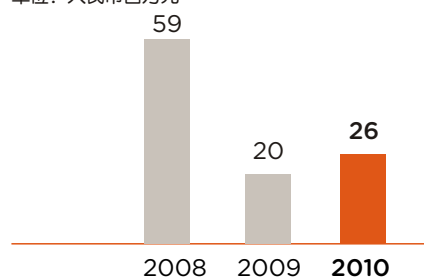
单位：台	PC报废数	各种打印机报废数	报废设备的处理方式
2010年	5,633	3,486	捐赠到公益单、拍卖、转让到需要的下级机构使用
2009年	1,744	2,856	捐赠到公益单、拍卖、转让到需要的下级机构使用
2008年	6,258	3,489	捐赠到公益单、拍卖、转让到需要的下级机构使用

指标附录

社会

公益捐赠金额

单位：人民币百万元

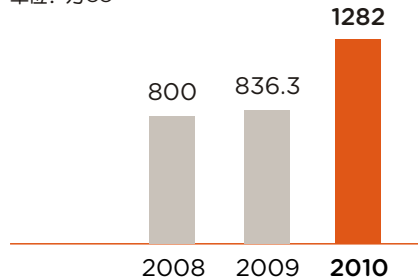


说明：

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

参与无偿献血量

单位：万CC

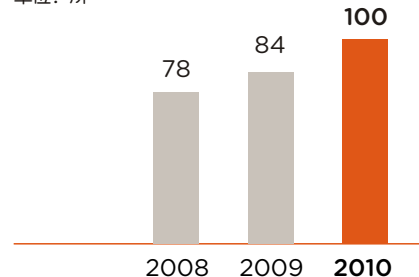


说明：

此数据是截至每年12月31日累计献血量。

援建希望小学数量

单位：所



营业网点开设

单位：个

系列	2010年	2009年	2008年
产险	1,868	1,860	1,755
寿险	2,224	2,070	1,918
银行	74	69	61
信托	11	8	6
证券	33	25	22
养老险	105	101	99
资产管理公司	0	0	0
健康险公司	4	3	3

说明：

1. 以上数据范围指具有营业资格的各分支机构（信托除外）。
2. 本表所列信托数据为向客户提供售后服务的区域服务中心。

第三方审验声明



安永华明会计师事务所
中国北京市东城区
东长安街1号东方广场
安永大楼16层
邮政编码: 100738

电话: +86 10 5815 3000
传真: +86 10 8518 8298

社会责任独立鉴证报告

中国平安保险（集团）股份有限公司董事会：

一、鉴证范围

中国平安保险(集团)股份有限公司（以下简称“贵公司”）2010 年社会责任报告（以下简称“报告”）由贵公司管理层编制。收集和披露报告内容，包括根据 AccountAbility 组织发布的《AA1000 原则标准(2008)》和全球报告组织（GRI）发布的《可持续发展报告指南（G3）》要求的原则编制报告，保留充分的证据，以及设计、实施和维护与报告编制相关的内部控制是贵公司管理层的责任。

我们的责任是根据贵公司管理层的要求，对报告是否遵循了《AA1000 原则标准(2008)》要求的包容性、实质性和回应性原则，以及对报告中披露的 2010 年度关键数据的可靠性实施中度保证（即有限保证）* 鉴证程序。

根据双方的业务约定条款，本报告仅为贵公司董事会编制。我们的工作仅限于就上述约定事项向贵公司董事会进行汇报，而非其他目的。我们不会就我们所实施的工作、出具的报告或做出的结论对除贵公司董事会以外的任何第三方承担任何责任。

二、鉴证工作

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》和《AA1000 审验标准(2008)》所定义的鉴证业务类型 2 的要求计划和执行鉴证工作。《AA1000 审验标准(2008)》的包容性、实质性和回应性是我们用于评估报告的标准。为了得出鉴证结论，我们执行了下列工作：

根据贵公司管理层的要求，我们选取了如下地点进行现场工作，对报告中披露的 2010 年度关键社会责任指标实施鉴证程序：

平安集团总部

中国平安人寿保险股份有限公司

中国平安财产保险股份有限公司

平安银行（深圳总部）及平安银行信用卡中心

注*：AA1000 原则标准（2008）中的深度保证和适度保证分别等同于国际鉴证业务准则第 3000 号中的合理保证和有限保证。

第三方审验声明



二、鉴证工作（续）

平安养老保险股份有限公司

平安资产管理有限公司

平安健康保险股份有限公司

除此以外，我们没有在其他地点实施鉴证程序。

我们所实施的鉴证程序仅限于以下方面：

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，了解贵公司履行社会责任的总体情况，以及报告的编制程序；

通过访谈、查阅相关支持性文件，了解贵公司主要的利益相关方，利益相关方的期望和需求，贵公司如何回应这些期望和需求，以及双方具体的沟通渠道；

通过收集特定相关行业、其他同业以及媒体关注的焦点问题，结合贵公司实际情况，检查报告中是否涵盖了重要的社会责任事项；

了解贵公司与报告中披露的关键数据相关的 IT 系统，以及有关控制环境和存在的内部控制措施；

对报告中披露的关键数据执行分析性复核；

收集和评估其他能够判断报告遵循 AA1000 原则（包容性、实质性和回应性）以及支持关键数据的证据资料和管理层声明；

在选定的地点，抽样测试有关社会责任事项和数据的准确性。

三、鉴证的局限性

我们的鉴证工作不包括：

鉴证除上述七个地点的关键社会责任指标外，其余信息或数据的准确性及公允性；

鉴证贵公司管理层的预测性声明；

鉴证历史比较数据。

四、保证水平



ERNST & YOUNG
安永

我们的鉴证程序是为得出中度保证的鉴证结论而设计的，执行这些程序并不会使我们获取为得出深度保证（如财务报表审计）的结论而所需的全部鉴证证据。尽管我们在决定鉴证程序的性质和范围时会考虑贵公司内部控制的有效性，但我们的目的不是就贵公司内部控制的有效性发表意见。

五、结论

基于本鉴证报告所述的范围、实施的程序和上述局限性，我们的鉴证结论如下：

包容性

贵公司是否在制定成为负责任金融保险类公司的政策过程中与利益相关方一起进行沟通、讨论和合作？我们没有注意到任何重大事项使我们相信贵公司在制定成为负责任金融保险类公司的政策过程中不符合《AA1000 原则标准(2008)》要求的包容性原则或将任何重要的利益相关方排除在外。

实质性

贵公司是否在社会责任报告中平衡地描述了重要的社会责任事项？我们没有注意到任何重大事项使我们相信贵公司不符合《AA1000 原则标准(2008)》要求的实质性原则或者贵公司没有运用筛选重要社会责任事项的流程或在报告中遗漏任何重要的社会责任事项。

回应性

贵公司是否就利益相关方关注的社会责任事项作出了回应？我们没有注意到任何重大事项使我们相信贵公司在回应利益相关方关注的重要社会责任事项上不符合《AA1000 原则标准(2008)》要求的回应性原则。

关键数据

我们没有注意到任何重大事项使我们相信贵公司编制的 2010 年社会责任报告中披露的 2010 年度关键数据存在重大错报。

六、观察所得

除上述结论外，我们还观察到以下情况。这些情况不构成上述结论的一部分，亦不会对上述结论产生影响。

实质性

第三方审验声明



我们认为贵公司基于行业特点，有效分析了重要利益相关方对社会责任议题的关注焦点，并从自身角度出发对重要利益相关方的影响进行了说明，披露了相关信息。贵公司可以考虑不断充实实质性的判定原则，以实现更为深入的利益相关方管理。

包容性

我们认为贵公司已经建立起识别重要利益相关方期望的流程，筛选出其关注的核心问题，同时积极完善与重要利益相关方的沟通，促进重要利益相关方的期望与企业战略和核心业务领域的融合，并在报告中进行有效回应。

可比性

我们认为贵公司在报告中所披露的连续多年的绩效数据，可以帮助重要利益相关方实现对公司不同时期同一绩效的比较分析。部分数据可以帮助重要利益相关方实现将公司某一绩效与行业平均水平比较分析。

时效性

我们认为贵公司定期发布社会责任报告，报告周期能够满足重要利益相关方及时了解公司社会责任绩效表现的目的，且报告披露的信息（不包括连续多年绩效数据和背景信息介绍）符合公司有关社会责任报告周期的承诺。

清晰性

我们认为贵公司基本实现报告披露的信息可以为重要利益相关方有效获得，并利用图表、综合绩效数据等方式协助重要利益相关方对信息的理解。贵公司可以考虑对部分行业用语进行更为详细的描述。

平衡性

我们认为贵公司适当地披露了相关社会责任绩效的正面与负面的趋势和信息，以使重要利益相关方能够全面了解公司的社会责任表现。

七、独立性



ERNST & YOUNG
安 永

我们是第一次为贵公司提供社会责任报告独立鉴证服务。我们遵循了安永全球独立性政策，安永全球独立性政策是根据国际会计师联合会的要求而制定的，在某些方面还超越了该要求。我们相信没有任何事项或其他项目服务的提供会损害到我们社会责任报告鉴证服务工作的独立性。

八、鉴证团队

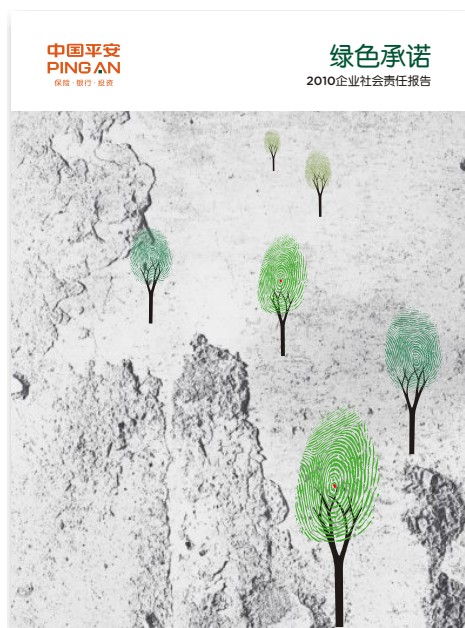
本次鉴证服务工作人员包括来自我们社会责任报告鉴证服务领域的专家，他们在国内或国际上从事类似的鉴证服务，我们的鉴证团队满足了本项目要求的工作能力和工作经验。

安永华明会计师事务所

中国 北京

2011年3月25日

联系我们



中国平安2010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



- 1、感谢阅读本报告，本报告的精简版由再生纸印刷。
- 2、欢迎登录 www.pingan.com/csr 阅读本报告的完整版。

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