

国宝人寿保险股份有限公司

2024 年消费者权益保护信息披露公告

一、消费者权益保护工作开展情况

公司秉承“进取、责任、严细、健康”的核心价值观，始终致力于将企业文化理念与诚信经营、依法合规、消费者权益保护三者紧密结合。在经营实践中，坚守“客户至上、简便安心”的服务理念，通过组织架构优化、制度体系建立、工作机制完善、教育宣传创新四个方面，不断优化服务流程，提升消费者权益保护工作水平，充分保护消费者的合法权益。

（一）组织架构优化，提升执行效能

消费者权益保护纳入了公司董事会、监事会和风险管理消费者权益保护委员会的议事日程，对消费者权益保护年度工作计划和工作报告进行了审议。成立了以公司高级管理人员和相关部门负责人组成的总公司消费者事务委员会及分公司消费者事务委员会，定期召开消费者事务委员会会议，有力保障了消费者权益保护工作的独立性、权威性和专业性。总公司成立了“运营管理部（消费者权益保护部）”，各分公司成立了“运营部（消费者权益保护部）”，牵头组织开展总、分公司的消费者权益保护工作，配备了充足的人力支持和资源保障，确保消费者权益保护工作走深走实。

（二）制度体系建立，合规管理与风险防范并重

依据《银行保险机构消费者权益保护管理办法》（中国银行保险监督管理委员会令 2022 年第 9 号）等文件要求，结合公司实际，制定了《消费者权益保护工作制度》、《消费者权益保护内部考核管理办法》、《消费者个人信息保护管理办法》、《消费者纠纷调解工作指引》和《投诉案件提级处理与包案管理工作指引》等 12 个消费者权益保护管理制度，并持续对制度进行检视、修订，不断完善消费者权益保护制度体系。

（三）工作机制完善，根源问题治理

不断建立健全消费者权益保护各项工作机制，如消费者权益保护内部审计工作机制、金融知识宣传教育工作机制、消费者权益保护审查工作机制、溯源整改机制等。建立了消费者权益保护内部审计工作机制，将消费者权益保护工作专项审计纳入公司年度审计范畴，确保消费者权益保护审计工作的常态化、规范化；建立了金融知识宣传教育工作机制，开展常态化和集中化教育宣传活动，采用形式多样、内容丰富的宣传形式向消费者宣传保险知识，提高消费者金融素养；建立了消费者权益保护审查工作机制，从产品、营销推介、服务和制度协议四个方面持续开展消费者权益保护审查，保护消费者合法权益；建立了溯源整改机制，对每个消费者的投诉案件进行分析，了解产生投诉的根本原因，对相关问题进行整改，从根源上解决消费者的问题，减少投诉案件的发生。

（四）教育宣传创新，提升消费者金融素养

制定了消费者金融知识教育宣传制度，打造常态化和集中化相结合的金融知识教育宣传机制。在各分支机构营业网点建立教育宣传专区，在公司官网和“国宝E服务”微信服务号上，不定期更新风险提示和保险知识，定期向公司员工发布消费者权益保护知识专刊《消保360》。在公司柜面配备了外语翻译设备，加强对临柜外籍人士的消费者权益保护宣传。组织开展了包括“3.15”消费者权益保护教育宣传周活动和金融联合宣传教育活动等集中教育宣传活动，通过“高管讲消保”系列活动、“光影动人道消保，权益保障入人心”系列观影活动、“保险五进入”现场宣教和“担当新使命 消保县域行”专项宣教行动等多种形式，总分联动，紧密配合，切实提升老年人群和社会公众的金融素养，营造和谐健康的金融环境。

二、消费者投诉处理情况

2024年，我司共受理投诉65件。其中四川地区52件、重庆地区13件。从投诉类型看，销售纠纷40件、理赔纠纷9件、保全纠纷8件、续期纠纷4件、承保纠纷3件、其他环节1件；年度内所有保险消费纠纷均已办结；全年未发生群诉及重大突发事件。