

中国人寿消费者权益保护工作管理办法 (试行)

第一章 总则

第一条 为进一步贯彻以人民为中心的发展思想，加强全集团消费者权益保护工作，根据《关于加强金融消费者权益保护工作的指导意见》（国办发〔2015〕81号）、《关于银行保险机构加强消费者权益保护工作体制机制建设的指导意见》（银保监发〔2019〕38号）和《关于推动银行业和保险业高质量发展的指导意见》（银保监发〔2019〕52号）等相关规定，结合集团公司实际，制定本办法。

第二条 本办法所称消费者是指购买或使用公司产品并接受公司服务的自然人和法人。

第三条 本办法所称消费者权益保护，是指公司应充分尊重并自觉保障消费者的财产安全权、知情权、自主选择权、公平交易权、依法求偿权、受教育权、受尊重权、信息安全权等基本权利。

第四条 消费者权益保护工作应遵循以下基本原则：

（一）以人为本，客户至上。消费者权益保护工作应始终贯彻以人民为中心的发展思想，始终把满足客户需求放在最高位置，不断提升消费者权益保护水平，切实增强消费者获得感。

（二）统一指导、协同推进。消费者权益保护工作应坚持集团公司统一指导，统筹协调集团、总部、分公司等各级机构职责分工，逐步建立跨部门、跨公司协同配合的消费者权益保护工作格局。

（三）标本兼治、务求实效。消费者权益保护工作既要立足当前，解决公司已有短板和弱项，也要谋划长远，建立消费者权益保护工作长效机制，强化源头治理，确保消费者权益保护各项工作取得实效。

（四）依法合规，严控风险。消费者权益保护工作应严格遵守法律法规、监管规定及有关政策要求，强化风险防范意识，加强消费者权益保护相关的风险防范、控制和管理措施，严防客户信息泄露风险、公司声誉风险等。

第五条 本办法适用于中国人寿保险（集团）公司（以下简称“集团公司”）及经营银行、保险、投资业务的成员单位（以下简称“各单位”）。监管机构对消费者权益保护工作另有规定的，从其规定。

第二章 管理架构与职责

第六条 集团公司党委会是全集团消费者权益保护工作的最高决策机构，主要职责包括：

（一）制定集团消费者权益保护工作战略、政策及目标，确

保公平对待消费者，并将消费者权益保护纳入集团经营发展战略和企业文化建设中。

（二）对集团消费者权益保护工作进行总体规划及指导，将消费者权益保护工作开展情况纳入公司治理评价，督促集团消费者权益保护战略、政策及目标的有效执行和落实。

（三）对集团公司总裁室履行消费者权益保护相关工作进行 审议，包括但不限于年度消费者权益保护工作计划、消费者权益保护工作年度报告、信息披露报告及工作开展中的其他重大事项等，并形成相关决议。

（四）法律法规、监管要求规定的相关职责。

第七条 集团公司总裁室应确保消费者权益保护战略目标和政策得到有效执行，主要职责包括：

（一）根据集团消费者权益保护工作战略、政策及总体规划，统筹构建与集团公司组织架构、经营规模相适应的消费者权益保护工作体系，确保消费者权益保护工作资源投入，有效推动工作开展。

（二）落实党委会关于消费者权益保护工作的相关决议，审查消费者权益保护工作计划、方案和任务，听取相关报告，对重大信息披露进行审核和发布，定期向党委会报告消费者权益保护工作开展情况。

（三）法律法规、监管要求规定的或集团公司党委会赋予的相关职责。

第八条 中国人寿消费者权益保护委员会（以下简称“消委会”）负责统筹管理和组织协调全集团消费者权益保护工作，推动将消费者权益保护融入公司治理各环节，工作职责按照《中国人寿消费者权益保护委员工作制度》执行。

第九条 中国人寿消费者权益保护工作委员会负责统一规划、统筹部署全集团消费者权益保护工作，确保消费者权益保护战略目的和政策得到有效执行，工作职责按照《中国人寿消费者权益保护工作委员会工作制度》执行。

第十条 集团公司业务管理部是集团消费者权益保护工作的牵头部门，主要职责包括：

（一）牵头落实监管机构和集团公司关于消费者权益保护工作的各项任务和要求，组织、协调、督促、指导各单位开展消费者权益保护工作。

（二）建立集团公司投诉管理、消费者权益保护审查等工作制度，组织开展消费者权益保护审查工作，推动将消费者投诉纳入公司风险管理和内部控制体系。督促各单位制定投诉管理、消费者权益保护审查等制度，推动相关制度的有效落实。

（三）对各单位投诉处理工作开展指导和考核，协调、督促各单位及集团公司相关部门妥善处理各类消费者投诉。推动统一服务平台建设，开展投诉数据运行监测、统计分析，组织各单位定期向监管机构报送投诉数据和相关情况。

（四）组织开展集团消费者权益保护监督检查，对产品和服务

务环节进行监督，确保各单位贯彻金融消费者适当性制度，协助规范营销宣传和信息披露内容，针对发现问题采取有效措施督促落实整改。

（五）组织开展集团金融知识宣传教育活动，督促各单位落实有关监管要求，主动预防和化解潜在矛盾，提高消费者金融素养。开展内部教育和培训，强化集团从业人员消费者权益保护意识。

（六）制定集团消费者权益保护考核规范，对年度消费者权益保护工作完成情况进行总结，定期向总裁室和消委会汇报，适时向党委会汇报。

（七）组织各单位开展消费者权益保护审查工作，确保在产品和服务设计开发、定价管理、协议制定等环节落实保护消费者合法权益的相关规定。

（八）推动各单位落实对存在合作关系的中介机构和第三方机构消费者权益保护的监督评价工作。

第十一条 集团公司各部门在本部门职责范围内，履行消费者权益保护相关职责，对消费者权益保护管理的有效性负责。集团公司相关部门职责分工如下：

（一）集团公司办公室/扶贫办公室负责根据监管机构要求开展全集团消费者权益保护信息披露，督导各单位做好信息披露工作。做好因消费投诉导致的维稳、信访接待等工作。

（二）集团公司战略规划部负责根据监管机构要求，在集团

公司本级的公司治理评价中纳入消费者权益保护工作开展情况，并推动各单位将消费者权益保护工作开展情况纳入其公司治理评价。

（三）集团公司人力资源部负责推动集团公司和各单位将消费者权益保护内部考核结果纳入机构问责体系和人力资源管理体系。

（四）集团公司财务部负责将消费者权益保护内部考核纳入集团公司对各单位考核方案，将考核结果纳入对各单位综合业绩考核考评体系。通过中国人寿年报对消费者权益保护工作整体情况进行披露。

（五）集团公司风险管理部/内控合规部负责对消费者权益保护相关的风险防控和内部控制管理体系进行监督，并就消费者权益保护相关工作提供法律支持。

（六）集团公司投资管理部负责推动各单位做好投资端消费者权益保护工作。

（七）集团公司协同发展部/战略客户部负责推动各单位做好销售端的消费者权益保护工作，强化销售误导等源头治理。

（八）集团公司金融科技部负责建设消费者权益保护相关信息系统，提供系统研发、测试、上线推广、运行维护、数据提取等技术支持。

（九）集团公司品牌宣传部负责集团消费者权益保护工作的舆情监测和研判，及时防范和化解声誉风险，并推动风险事件涉

及职能部门问题整改，提升公司经营管理水平。通过中国人寿社会责任报告对集团消费者权益保护工作整体情况进行披露。

（十）集团公司审计部负责统筹各单位审计资源对消费者权益保护工作进行监督。

第十二条 各单位是本单位消费者权益保护工作的责任主体，应严格按照监管机构和集团公司要求，全面落实各项工作，进一步加强消费者权益保护工作体制机制建设。

第十三条 各单位董事会承担本单位消费者权益保护工作的最终责任，对消费者权益保护工作进行总体规划和指导，监督高级管理层履行消费者权益保护职责情况，对相关工作进行审议。

第十四条 各单位应结合自身实际，在董事会下设消费者权益保护委员会，明确委员会工作职责、议事决策规则和流程，完善委员会工作运行机制，确保各项工作有效实施，实现消费者权益保护工作目标。

第十五条 各单位监事会对本单位董事会、高级管理层开展消费者权益保护履职情况进行监督。

第十六条 各单位高级管理层负责在董事会授权下领导本单位消费者权益保护管理工作，全面组织和推动公司消费者权益保护管理，确保消费者权益保护战略目标和政策得到有效执行。

第十七条 各单位应指定相关部门牵头开展消费者权益保护各项工作，配备必要人员和经费预算，保障开展消费者权益保护工作的独立性、权威性、专业性。

各单位消费者权益保护工作牵头部门应组织、协调、督促、指导本单位其他部门及下级机构开展消费者权益保护工作，明确职责分工。

第十八条 各单位应通过开展案例通报和警示宣传、发布风险提示等方式，不断强化各级机构对于消费者权益保护工作的重视程度。

第三章 决策执行和监督机制

第十九条 各单位应结合自身情况，建立完备的消费者权益保护产品和服务销售审查、投诉管理、金融知识宣传教育、突发事件应对等工作制度，并根据监管要求、业务发展和市场变化，及时更新相关业务流程、操作标准和员工行为规范，有效加强业务经营行为管理。

第二十条 集团公司和各单位应进一步强化工作协同，确保涉及消费者权益保护工作各部门之间的横向信息共享以及工作协调配合机制有效运行，确保消费者权益保护工作政策和要求的纵向传导和执行机制有效运行，有关工作要求应贯穿机构政策执行、业务经营和监督审查全过程。

第二十一条 各单位应充分发挥监事会的履职监督作用，监事会认为有必要时，可列席董事会消费者权益保护工作相关会议，开展消费者权益保护工作落实情况的专项监督检查。

第二十二條 集团公司和各单位应发挥内部审计对消费者权益保护工作的监督作用。将消费者权益保护工作内部审计纳入年度审计范畴，针对消费者权益保护工作情况，建立常态化、规范化的内部审计工作机制。

第二十三條 集团公司依托统一服务平台等信息系统，对各单位消费者权益保护工作开展监测、评估和预警，加强对各单位消费者权益保护工作的监督与管理。各单位应充分发挥信息系统作用，保障消费者权益保护各项工作有序开展。

第四章 内部审查机制

第二十四條 集团公司和各单位应健全消费者权益保护审查工作机制，将消费者权益保护审查纳入本单位风险管理和内部控制体系，线上线下并重，风控关口前移。

第二十五條 各单位应严格落实“一个客户，一个国寿”要求，不断强化产品和服务供给能力，优化供给结构，提升供给质量，实现综合金融产品和服务的按需供给和分类施策。在内容建设方面，为消费者提供综合化、智能化、线上化的产品服务供给；在触点建设方面，强化跨触点、跨渠道、跨公司的体验设计，让客户享受到更加通畅、快捷、智慧和贴心的服务。

对面向消费者提供的产品和服务，各单位在设计开发、定价管理、协议制定等环节应就可能影响消费者的政策、制度、业务

规则、收费定价、协议条款、宣传文本等进行评估审查，对相关风险进行识别和提示，并提出明确、具体的审查意见。

第二十六条 各单位应建立专门的消费者权益保护审查制度，明确审查主体、审查范围、审查要点、审查流程等内容。审查要点应充分覆盖消费者权益保护各项要求，确保审查工作有效性。

第二十七条 各单位应结合产品和服务销售相关投诉、诉讼、舆情、满意度调查等情况，对消费者权益保护审查要点进行更新和完善。

第二十八条 各单位应将消费者权益保护相关要求纳入中介机构和第三方机构的准入、清退条件，并在合作协议中予以明确，防范外部风险向内部传导。

第五章 内部考核机制

第二十九条 集团公司和各单位应完善消费者权益保护内部考核机制。以保障消费者各项基本权益为目标，对下级机构、相关部门消费者权益保护工作开展效果进行全面考核，提高考核评价的刚性，做到责任清晰、奖惩分明，督促内部自律，依法合规经营。

第三十条 集团公司和各单位应结合自身实际，制定消费者权益保护内部考核规范，明确考核对象、指标、方式、周期等重

点内容。

考核内容应突出产品和服务管理、营销推介与信息披露、客户信息安全保护、网点服务质量、理赔给付、投诉处理、金融知识宣传教育、特殊消费者群体保护等内容，重点关注消费者权益易遭受侵害的“销售误导”和“理赔难”等重点业务和关键环节，督促各单位紧盯问题源头，提出根本性、长远性的解决方案。内部考核应至少以一年为一个考核周期。

第三十一条 集团公司和各单位应根据有关监管要求和市场变化，不断丰富完善消费者权益保护内部考核指标设置和实施方案，建立评估整改机制，实现科学精准的评价。

第三十二条 集团公司和各单位应强化消费者权益保护内部考核结果在经营管理中的运用：

（一）纳入综合业绩考核体系。消费者权益保护内部考核在综合业绩考核考评体系中的占比权重应与其重要性合理匹配，充分发挥消费者权益保护内部考核在规范经营行为和提升消费者权益保护工作质效方面的激励约束作用。

（二）纳入机构问责体系。对于在消费者权益保护内部考核中发现严重侵害消费者权益的，应由相关部门进行问责。

（三）纳入人力资源管理体系。将消费者权益保护内部考核结果纳入绩效评定、岗位调整、职业发展等人力资源管理体系，有效提升全系统对消费者权益保护工作的重视程度，确保消费者权益保护工作各项要求落到实处。

第六章 信息披露机制

第三十三条 集团公司和各单位应建立完善消费者权益保护信息披露管理制度，明确党委会/董事会、高级管理层、消委会 和相关 部门职责。

第三十四条 消费者权益保护信息包括消费者权益保护工作重大信息、产品和服务、投诉管理等相关信息。消费者权益保护工作重大信息包括但不限于银行保险机构消费者权益保护工作重要政策、重大举措、重点事项、重要事件等消费者权益保护工作有关的信息。重大信息披露应至少以一年为一个披露周期，通过年报、社会责任报告等方式进行。

第三十五条 各单位在进行产品和服务信息披露时，应至少明确性质、收费情况、合同主要条款，特别是免除本单位责任的条款等内容，真实、准确、合理揭示风险。风险揭示和收费标准的披露应做到有据可查，准确客观。

第三十六条 消费者权益保护信息披露应使用通俗易懂的语言，遵循真实性、准确性、完整性和及时性原则。对影响消费者决策的关键信息，还应遵循简明性和易得性，用规范、标准化的格式进行披露。

第三十七条 消费者权益保护信息披露需充分考虑消费者需求，应有利于消费者在接受产品和服务前充分了解其特点和风险，使消费者能更加理智地决策。信息披露应覆盖售前、售中、

售后全流程。

第三十八条 集团公司和各单位应通过营业网点、官方网站、移动客户端等渠道对本单位投诉渠道和处理流程进行披露，通过年报、社会责任报告等方式对年度投诉数量、投诉业务类别、投诉地区分布、消费者信心指数等进行披露。

第七章 信息报告机制

第三十九条 集团公司消费者权益保护工作牵头部门应定期分析、评估全集团消费者权益保护工作情况，形成年度工作报告，提交党委会、总裁室和消委会审议。

各单位应定期分析、评估本单位消费者权益保护情况，于每年1月31日前向集团公司报送上一年度消费者权益保护工作报告。

年度工作报告包括但不限于以下内容：消费者权益保护管理架构和董事会/党委会、高级管理层、消委会履职情况；消费者权益保护制度、流程建设情况；监管年度通报情况；消费者权益保护内部考核、自评估和审计结果；银行消保考核评价或保险公司服务评价情况；监管投诉转办和自受理客户投诉处置情况；消费者权益保护重大负面舆情、重大突发事件、群体性事件等。

第四十条 集团公司应积极挖掘各级机构消费者权益保护工作经验，并结合各单位情况，推动跨公司的经验分享和交流，将

优秀实践经验复制推广至其他机构和区域。

各单位应组织开展本单位系统内的经验分享和交流，并建立逐级报送机制，将优秀实践经验及时报送集团公司。

第四十一条 各单位应积极运用客户之声等信息系统进行满意度调查、客户需求采集等工作，加强大数据分析研究，及时发现公司在消费者权益保护工作中的薄弱环节，强化落实整改，不断优化客户体验，建立闭环演进机制，形成研究分析报告并及时报送集团公司。

第四十二条 各单位发生因重大自然灾害、安全事故、公共卫生事件等引发的消费投诉，涉及人数超过 20 人以上的消费者投诉，或其他引发重大负面舆情的事件，应在发生之时起 24 小时内向集团公司办公室和业务管理部报告相关情况，并于 10 日内形成专项报告报送集团公司业务管理部。

第八章 附则

第四十三条 本办法由集团公司业务管理部负责解释。

第四十四条 本办法自印发之日起施行。