

中邮消费金融有限公司 2024 年度 社会责任报告

报告说明

一、报告范围	报告组织范围：本报告覆盖中邮消费金融有限公司。 报告时间范围：2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日。 部分内容超出上述时间范围。 报告发布周期：本报告为年度报告。
二、报告编制依据	本报告根据《关于加强银行业金融机构社会责任的意见》、《中国银行业金融机构企业社会责任指引》、《银行保险机构公司治理准则》等相关要求进行编写。
三、报告数据说明	报告中的财务数据与公司财务报表保持一致，其他数据以 2024 年为主。本报告中所涉及货币金额以人民币计量，特别说明的除外。 文中“集团、邮政集团”指“中国邮政集团有限公司”。 文中“邮储银行”指“中国邮政储蓄银行股份有限公司”。
四、报告保证方法	中邮消费金融有限公司对报告的真实性和可靠性进行保证。
五、报告发布形式	报告纸质版置备于公司董事会办公室供公司股东及监管机构查阅，报告电子版根据监管要求进行报送。
六、联系方式	中邮消费金融有限公司董事会办公室 地址：广州市林和东路 281 号天伦控股大厦 电话：020-22361007

一、关于我们

中邮消费金融有限公司（以下简称“公司”、“中邮消费金融”）成立于2015年11月19日，注册资本30亿元，邮储银行持股70.50%。公司经营范围：发放个人消费贷款；接受股东及其境内子公司、股东所在集团母公司及其境内子公司的存款；向境内金融机构借款；向作为公司股东的境外金融机构借款；发行非资本类债券；同业拆借；与消费金融相关的咨询、代理业务等。截至报告期末，中邮消费金融总资产672.29亿元，报告期内，实现营业收入75.41亿元，实现净利润8.04亿元。

积极履行社会责任。中邮消费金融贯彻落实普惠金融政策，提高消费金融的可获得性，将金融服务延伸到更多客户群体。一是根据监管指导要求，稳步推进利率下调，让利消费者，进一步践行普惠金融。在报告期内贷款综合定价较上年末下降1.66个百分点，发放1973亿元普惠贷款，持续加大消费信贷服务供给，促进消费市场的繁荣。为4.3万名客户提供了专项息费减免、延期、展期、信贷支持计划和调解服务等，其中减免息费2.21亿元。二是持续优化消费者权益保护体制机制建设，优化消费者权益保护信息披露与宣传教育培训制度，同时推进金融知识宣传教育常态化，积极承担企业社会责任。累计发布金融知识相关内容的宣传材料共180篇，活动受众覆盖新市民、大学生、青壮年、老年人群体，获得良好社会反响。

高质量发展扎实推进。中邮消费金融紧紧围绕战略目标，加强渠道结构调整，推动实现高质量发展。一是积极探索场景消费

业务模式，全力提升场景业务规模，积极响应国家服务消费高质量发展的要求，提升场景消费业务占比。二是全面推进数字化转型，落实“管理提升年”专项活动，赋能前中后台，助力实现高质量发展。三是紧密围绕经营目标压降风险，同时定位管理短板，聚焦资源逐个完善。

全面推进数字化转型。中邮消费金融落实“科技为先”的战略目标，强化数据驱动，深挖数据价值，深化科技创新与应用。一是完成数据管理能力成熟度三级 (DCMM) 评估认证和 ISO20000IT 服务管理标准认证，并荣获广州市数字金融协会主办的“点数成金”数字金融优秀单位等奖项。累计申请发明专利数超 141 项，全年新增专利 48 项，新增软件著作权 29 项，不断提升科技实力和行业影响力。二是全面强化科技治理体系建设，提升综合治理成效，确保重大信息科技风险事件零发生。三是深入应用大模型技术，“邮远见 2.0”大模型以领先算法和技术持续释放高质量数据价值，进一步强化对内提升效率、对外提升体验的科技赋能之路。C-Eval (大语言模型多层次多学科中文评测) 和 CMMLU (大规模多任务语言理解中文评测) 两大权威评测榜单的最新数据显示，“邮远见 2.0”大模型上榜即取得 C-Eval 排名 TOP7、CMMLU Five-shot (大规模多任务语言理解中文评测的五示例测试) 排名 TOP8 的好成绩，在消费金融领域大模型中排名第一。

二、所获荣誉

2024 年获得奖项	颁奖机构
------------	------

数字金融优秀单位	广州市数字金融协会、南方都市报
数字金融优秀案例	广州市数字金融协会、南方都市报
年度创新企业	南方日报
2024 年最佳数字化创新消费金融机构	广州日报
第三届“数智港航数据创新应用大赛算法模型赛道一等奖、三等奖	中国交通通信信息中心、中国港口协会、温州市数据局
ISO 20000 信息技术服务管理体系认证	中国网络安全审查认证和市场监管大数据中心（CCRC）

三、党建引领

公司始终坚持以高质量党建为引领，将党的政治优势、组织优势转化为企业的治理优势，通过党建工作引领提升公司可持续发展能力，确保企业在战略规划、运营管理和社会责任履行中始终沿着正确方向前进，为公司实现高质量发展筑牢坚实根基。

（一）夯实组织基础，自研党建平台

公司高度重视党的组织建设，公司设党委 1 个，所属党总支 1 个、党支部 30 个，各党总支、党支部均受公司党委垂直管理。公司党员在员工总数中的占比接近 40%，充分彰显党组织在公司员工中的广泛影响力。

认真落实公司党委关于力戒形式主义、为基层减负的工作部署，推动完成公司自研党建数字化平台正式上线和全面应用，动态完善和开发任务督办、发展党员等新功能。为实现党建项目提质增效，公司明确标准制定《党支部党务工作指引》，提升党支部建设规范化水平，构建全面管理体系；并以党业融合为主线，

开展党支部领题破题和党员“三亮三比三评”活动，健全党员教育体系，开展线下培训与线上网络培训，有效提升专兼职党务干部履职能力。

（二）选树先进典型，发挥榜样力量

认真选树先进典型，公司2名党员分别荣获中国邮政集团“四好党员”和“优秀员工”称号，2名党员和1个党支部荣获中国邮政储蓄银行“两优一先”表彰。公司召开“七一”表彰大会，表彰了50名优秀党员和优秀党务工作者、8个先进基层党组织。深入开展党建重点课题研究，评选19篇优秀研究成果，其中3篇获得中国邮政储蓄银行评选三等奖。聚焦公司先进典型、创新驱动成效等方面加强宣传，共有16篇文稿在《中国邮政报》刊发。公司党业融合案例入选总行最佳实践案例选编。围绕生产经营和企业文化，举办6期青年文化讲堂，开展4次志愿服务活动，公司本部注册志愿者累计服务时长超2500小时，17名青年献血4300毫升。

（三）发挥团委力量，助力青年成长

1. 强化思想引领，筑牢青年信仰根基

聚焦习近平新时代中国特色社会主义思想，建强青年理论学习小组，创新集体与个人同步学、联系实际融合学模式，推动56个小组按季度落实学习任务，并实现青年理论学习小组从学习到资料归集完全线上化、自动化管理。结合党史学习教育，联合金融单位举办“党旗下的红棉”红色剧本杀青年联谊活动，青年同志通过角色扮演，沉浸式汲取革命知识，感悟奋进力量。

2. 壮大志愿队伍，展现青年担当

成功加入天河区志愿者协会，设计“邮爱”团委志愿品牌，公司本部注册志愿者达160人。结合品牌宣传与消费者权益保护，开展“3·15消费者权益日”等5次志愿服务活动。参与邮储银行邮爱公益活动，开展“邮爱自强”结对帮扶活动，组建志愿者团队，前往四川省仪陇县马鞍中学开展走访慰问，积极履行企业社会责任，助力乡村教育振兴。

3. 激发创新活力，引领青年建功立业

团委以“细说创新”为主题组织讲堂活动，分享创新机制、创意竞赛等内容，弘扬开放创新理念。组织公司青年员工参加创新竞赛和技能竞赛，获奖青年员工占比超70%。开展“根在基层”调研活动，成立“中邮钱包App用户体验研究”等青年调研小组，深入调研用户，发力产品优化，强化科技赋能，打造新质生产力引擎。

四、数字普惠

公司秉承“金融为民”初心，坚持服务普惠客群，深化金融供给侧改革和防控金融风险，积极履行普惠金融的社会责任，提升新市民客群消费金融满意度，切实承担起金融机构的社会责任。

（一）落实监管政策要求，推动普惠金融发展

公司严格贯彻落实国家金融监督管理总局《关于做好2024年普惠信贷工作的通知》系列部署安排，坚守消费金融公司普惠金融定位，坚持消费信贷专业化道路，全力推动普惠金融高质量发展。

1. 落实普惠金融政策，提升金融服务可获得性

公司贯彻落实普惠金融政策，提高消费金融的可获得性，将金融服务延伸到更多客户群体。根据监管指导要求，稳步推进利率下调，让利消费者，进一步践行普惠金融。在报告期内贷款综合定价较上年末下降 1.66 个百分点，发放 1973 亿元普惠贷款，持续加大消费信贷服务供给，促进消费市场的繁荣。为 4.3 万名客户提供了专项息费减免、延期、展期、信贷支持计划和调解服务等，其中减免息费 2.21 亿元。

2. 聚焦场景消费，推动业务创新升级

积极探索场景消费业务模式，截至 12 月末，场景消费业务累计放款 55.58 亿元，余额较 2023 年末增长 831%。坚持创新驱动，全年立项三新项目 11 个，上线 9 个；搭建全员创新平台，收到创新点子 104 个，同比增加 19.5%。

3. 构建“1+4+N”体系，提升精细运营效能

聚焦 1 个自营主阵地，围绕客户、产品、触达、活动权益四大体系，实施 N 项精准策略。优化客户运营体系，提升产品适配性，优化触达策略。构建“邮乐荟”活动权益体系，全年开展 8 场主题营销活动，新增放款 21.3 亿元。建设运营数据体系，上线运营可视化报表，支持数据驱动运营。

（二）聚焦新市民需求，践行普惠金融使命

开展新市民优惠活动。公司针对新市民客群就业、出行、餐饮、消费等重点领域的差异化金融需求，通过搭建专属积分权益专区，为新市民客群消费贷款提供生活服务类权益卡券和专享的

息费减免优惠活动。公司全年开展“新市民助力计划—1亿免息补贴”主题活动，为新市民客群提供贷款服务首期9折利息优惠，践行普惠金融社会责任，助力新市民生活消费升级。

（三）整合集团协同资源，激发业务全新活力

公司始终坚守邮政集团与邮储银行的普惠初心，积极融入集团、总行普惠金融发展战略，全力深耕普惠金融领域，为客户提供更广泛、更优质、更便民的金融服务，打造具备竞争力产品，结合业务实际发展情况，及时校准优化活动策略，获取优质客群，同步优化升级活动机制，增加积分兑换权益。

五、消保公益

2024年，公司围绕消费者权益保护工作，严格遵循监管政策要求，立足自身实际，稳步推进消保工作，确保各项工作扎实有效。

（一）切实保障消费者权益，普及金融知识宣传

1. 筑牢消费者权益体系

持续优化消费者权益保护体制机制建设，修订完善公司总括性消保工作制度，优化消费者权益保护信息披露与宣传教育培训制度，修订金融纠纷多元化解及小额补偿制度，进一步明确消保组织架构、组织职责和 workflows。推进金融知识宣传教育常态化，积极承担企业社会责任。常态化开展金融知识普及教育工作，组织开展6次集中性金融知识宣传教育活动。

2. 金融知识宣传，提升金融素养

线上通过公司官网、微博、微信公众号、抖音号、视频号等

平台上线“以案说险小课堂”系列长图文、“反诈科普”系列短视频以及主题宣传海报，利用互联网平台向消费者“零距离”普及金融知识。通过短视频内容，帮助更广泛消费者理解金融知识和使用金融产品。2024年共发布近128条短视频，其中抖音号累计粉丝24.5万，点赞量达192.2万次；视频号累计粉丝11.5万，播放总量达108万次。

线下开展2024年广东“金融教育宣传月”校园行暨华南理工大学金融文化节活动、“悦跑悦自邮”、金融知识进社区暨国庆文艺汇演活动等，通过丰富多彩的活动主题，扩大宣传教育影响范围，增加公司品牌曝光量，打造负责任企业的社会形象。公益活动方面，紧跟年轻潮流文化，携手广州市反诈中心，开展“金融潮市大挑战”“阿Sir反诈脱口秀”“金融反诈全拿捏”等金融知识公益科普活动，并推出2024年国家网络安全“手势密码”，推进消费者权益保护工作。

（二）落实产品责任，维护客户权益

为保障消费者知情权，中邮消费金融严格遵守法律法规，真实、准确、完整、及时、公平地披露信息，坚持“简明清晰、通俗易懂”原则，持续优化披露内容，创新披露形式。

公司与银行金融机构、持牌第三方支付公司开展支付业务合作，实现贷款发放和还款。通过多渠道签约、客户银行卡信息实名校验，确保支付交易真实性和客户授权支付；严格依照支付安全管理和技术要求，确保支付数据传输安全并保证客户信息安全。在防范欺诈风险方面，通过多种防范欺诈策略有效拦截有风险的

支付行为，自营贷款每笔贷款放款都充分提醒客户“谨防电信诈骗”；充分利用数字化手段，多维度监控支付实时交易，实现支付业务的智能化风险识别与快速应急处理，同时保障支付业务连续性，为客户提供安全、稳定、便捷的支付服务体验。

（三）扎实推进定点帮扶，落实乡村政策宣传

公司作为中国银行业协会消费金融专业委员会副主任单位，积极响应《中国银行业协会消费金融专业委员会关于做好2024年定点帮扶工作的通知》的要求，开展了内蒙古自治区乌兰察布市察哈尔右翼后旗的乡村振兴政策宣传项目，扛牢定点帮扶政治责任，扎实做好定点帮扶工作，并做好落地实效跟踪。

该项目通过宣传片形式，以乡村振兴金融帮扶为主题，在突出“党建引领凝合力，做好帮扶一块砖”的主旨基础上重点对乡村振兴帮扶项目及国家现行乡村振兴政策进行宣传，同时展现新时期金融工作的人民性、政治性，以及金融的普惠性与可及性。该项目已于2024年12月在由中国共产党察右后旗委员会宣传部管理的“活力察右后旗”视频号发布，宣传视频名为“火红的果实”。

六、科技引领

（一）科技驱动创新发展，数据驱动效能提升

2024年公司落实“科技为先”战略目标，强化数据驱动，落实“管理提升年”专项活动，全面推进数字化转型。完成数据管理能力成熟度三级（DCMM）评估认证和ISO20000IT服务管理标准认证，全年在金融科技领域在6个行业峰会进行7人次的主

题分享，荣获广州市数字金融“点数成金”数字金融评优活动数字金融优秀单位，累计申请发明专利数超 141 项，全年新增专利 48 项，新增软件著作权 29 项，不断提升科技实力和行业影响力。

1. 数字化转型成效显著

公司围绕数字化转型总规划，结合业务场景优化流程，强化数据驱动和新技术应用，扎实推进八大重点项目，取得显著成效。通过数智化赋能，支撑客户来电量从 189 万上升到 240 万+，消灭 1.1 万还款工单；催收机器人覆盖范围扩大，结算速度从 4 天缩短至 2 天。

2. 数据治理能力显著提升

公司通过数据治理与应用创新，夯实了数字化转型的数据基础。魔盒数据平台升级后，月活跃用户数增长至 227，深度用户占比提升至 40%。同时，推进手工取数转线上化工作，落地 32 个业务场景，显著提升用数效率。

3. 科技创新赋能业务发展

公司积极探索新技术应用，赋能业务创新与运营质效提升。深入应用大模型技术，通过邮远见大模型推动智能机器人及坐席辅助功能优化，大幅提升业务效率和服务质量。自主研发高仿真数字人技术，打造数字人形象邮小宝，提供 7*24 小时的陪伴式客户咨询服务。邮小宝累计通过各渠道为 18000+ 客户提供 24000+ 次优质服务，提升服务质效。

（二）“邮远见”大模型榜单屡创佳绩

公司秉承科技引领理念，升级消费金融行业大模型——“邮

远见 2.0”，在融入更多金融行业专业知识的同时，以领先算法和技术持续释放高质量数据价值，进一步强化对内提升效率、对外提升体验的科技赋能之路。

C-Eval 和 CMMLU 两大权威评测榜单的最新数据显示，“邮远见 2.0”大模型上榜即取得 C-Eval 排名 TOP 7、CMMLU Five-shot 排名 TOP8 的好成绩，在消费金融领域大模型中排名第一。“邮远见 2.0”大模型以高度拟人化水平实现更准确的客户意图识别，大模型完全替代传统自然语言理解（NLU）模型，理解和澄清客户意图的准确率达 97%；大模型智能提取与总结坐席电话信息的采纳率提升至 80%，智能推荐客服话术的采纳率达到 70%，质检准确率达到 95%；通过构建大模型支撑平台，实现大模型应用的快速搭建、调试和部署上线，更好地提升了业务智能化需求的开发效率。

七、绿色金融

（一）践行绿色发展理念

1. 数智化办公升级。统筹费用支出全流程需求，打通各业务环节数据，完成公司智能化办公（费用支出）项目架构设计和功能推广，实现 100%零星购买业务、90%集中采购项目管理一体化、管理数据可视化。积极推进数智化办公，引入无纸化办公系统，完成公司会议室投屏和会议终端安装改造。上线智能化会议纪要系统，实现会议纪要标准化、自动化。

2. 绿色办公实践。持续推动绿色办公环保理念，从小事做起，提醒员工双面用纸，墨盒物尽其用、笔勿随意丢弃，积极落实无

纸化办公要求，提倡使用公司 OA 系统办公，会议充分使用电子文档及多媒体系统演示，减少纸张使用。继续推广和落实非现场会议，普通会议和培训尽可能通过线上会议的形式，日常沟通根据需要选用飞邮、邮 E 联、电子邮件等通信方式，常规审批流程都转移到线上办公平台审批，实现绿色办公。加强节能宣传，在打印区、卫生间粘贴绿色办公提示语，强化员工节约意识等。

3. 节能减排行动。公司响应国家节能减排政策，完成照明系统节能改造，优先采购高效能电器，使用 LED 节能灯，办公场地尽量采用自然光，杜绝“长明灯”现象。公务用车遵循经济适用、节能环保原则，优先选用新能源汽车。对于集体出行，提倡集中乘车，降低燃油消耗。对于集体出行的公务活动，提倡集中乘车。

（二）绿色金融营销拓展

1. 践行绿色金融。公司积极践行绿色发展理念，大力推进互联网线上贷款业务发展，取代以纸张为载体的传统信贷流程，减少纸张浪费，低碳运营，截至 2024 年底，公司线上贷款余额占比达 89% 以上，逐渐进入无纸化发展模式，在提高工作效率的同时实现节约资源、低碳环保的目的，不断探索绿色金融发展，推进生态文明建设。

2. “以旧换新”优惠政策。拓展银企政协同，公司携手广东银联云闪付，在云闪付 APP 推出“广东家电以旧换新叠优惠”活动，激发消费新动能，通过前三期 5 折利息优惠福利，大幅降低消费者更换家电的成本门槛。累计曝光 3.4 亿人次，领券 778 人，放款 201.5 万元。获新华网等十余家主流媒体报道，有效提升品牌

影响力。

3. 绿色经济跨界营销。与悦跑圈联合开展“悦跑悦自邮 5 公里欢乐跑”活动，线下报名突破 100 人，垂直运动社群影响人数超过 500 人，曝光 54 亿人次，加强客户行为影响力。活动荣获 2024 年经济观察报“年度杰出跨界营销案例”奖。

八、人才成长

（一）劳动权益保障

本公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等劳动用工法律的相关规定，切实保障员工的各项劳动权利，维护员工的合法权益。公司与员工签订详尽的劳动合同，明确约定工作时间、休息休假、劳动保护、工作条件等内容，并始终如一地履行企业应尽的义务，全力保障员工的职业健康与安全。公司按时足额发放工资，合理安排工作时间，严格执行带薪休假制度，确保员工的权益得到充分保障。在招聘和内部晋升过程中，公司坚持公平公正的原则，不因性别、民族等因素区别对待，依法合规地开展各项工作，为每一位员工提供平等的竞争机会。在平台上增设了员工自助服务问答系统，整合了人力、财务、IT、法规等多个领域的 300 多个常见问题解答，实现了全天候自助问答服务，极大地提升了服务响应速度和效率。提升了员工服务工作效率和员工满意度。

同时，公司高度重视员工的休假权益，全面落实年假、产假、哺乳假、育儿假、独生子女看护假等各类假期，为员工平衡工作与家庭生活提供强有力的支持。通过这些举措，公司全方位营造

了一个温馨和谐的工作环境，让员工能够安心工作、快乐生活。

（二）人才发展与激励

公司以人才为本，重视员工职业发展，不断提升员工精细化管理水平。优化人才结构，建设优秀人才队伍，完善薪酬福利体系，激发组织人才活力。

1. 加强组织能力建设。一是合并简化高级管理层下设专业委员会工作规则，规范委员会运作；二是调整部门设置，加强消费者权益保护、统一运营和客诉管控顶层设计；三是系统性优化前中台部门内设团队结构和职责，进一步提升专业分工和执行效能；四是开展组织和人才盘点，明确人员调整和能力补充措施。

2. 优化激励约束机制。一是健全全面绩效考核体系；二是强化绩效考核结果运用；三是树立以“KPI考核”为核心的评价、分配机制；四是单设创新项目激励机制，考核指标给予更大容错空间；五是建立培训资源分享机制，搭建“邮知快乐学”“中邮大讲堂”线上线下培训平台，组织实施“书香中邮”“大咖说”“内训师大讲堂”等项目，丰富员工培训学习机会。

3. 实施人力数字化赋能。一是优化考核系统，新增指标库、流程强制倒计时以及智能化评价等功能；二是通过员工旅程地图梳理员工从招聘到离职全生命周期的关键活动，提升管理效率和服务体验；三是加强员工服务智能化，员工自助服务交互超过3000次，工单解决率达到99.40%，显著提升了问题解决速度和员工体验。

4. 搭建荣誉体系，完善公司激励机制。制定荣誉体系管理办

法和工作方案，规范荣誉全流程管理，明确 28 个奖项评选规则与标准。组织开展“中邮栋梁奖”“中邮季度之星”“最美巾帼”等 11 个荣誉奖项的荣誉评选，2024 年共计 12 个集体、186 人次获得荣誉奖项。召开年度表彰大会、最美巾帼等表彰活动，发挥各类荣誉的正向激励作用。

5. 打造工会三大平台，增强员工归属感。一是打造暖心平台。举办工委会、职代会等会议 11 次，维护职工权益。开展员工慰问 102 人次，传递组织温暖。针对员工关心热点，开展专题讲座 4 期，传授幸福生活小技能。二是搭建学习平台。统筹、协助开展主题劳动竞赛 2 场，提升员工职业技能。三是搭建活力平台。拍摄《中邮新青年》宣传视频，展示中邮青年的风采活力和进取朝气。举办了三八妇女节、中秋等庆祝活动 3 场，弘扬传统文化。举办歌唱比赛，增设台球桌、乒乓球等设施，开展羽毛球、瑜伽等 5 个兴趣小组活动 350 余次，丰富员工文化生活。

（三）合规与安全保障

1. 合规文化教育

公司持续开展员工合规教育，一是印发《新规快讯》，进一步提升员工的合规意识。二是针对公司全员，通过线下线上平台等方式，每年开展对法律法规和公司制度学习考试活动，不断加强员工对于职业道德规范和各项法律制度的掌握，全面提高公司员工的法律知识水平，筑牢员工自觉自律的思想防线。三是开展防范非法集资和普法宣传，常态化开展扫黑除恶专项斗争，对员工开展反洗钱培训。

2. 安全防控管理

完善安全保卫制度，对现有的安全保卫制度进行全面梳理和评估，修订完善公司安全保卫工作管理制度，确保在突发事件发生时能够迅速响应和处理。全面落实安全生产责任制。组织全体员工签订年度安全生产责任书，逐级压实安全生产职责；持续安全隐患风险排查整治，确保不发生安全生产事故。组织全体员工参加安全培训和应急演练，有效提高应对事故应急能力，不断提高员工安全意识和安全技能。

定期做好安防设施维护保养工作，不断完善安防设备建设，在重要部位安装防入侵语音提示系统、自动灭火装置等。持续加强与物业公司、属地派出所和其他安全机构的合作，共同应对该类安全风险。针对物理性风险，公司及时获取并发布自然灾害预警信息，提示员工做好防范和应对。加强对工程、交通、火灾等安全隐患的排查和安全生产教育，提高员工安全生产及防范意识，确保公司人员和财产安全。

九、公司治理

公司始终坚持党的领导，不断加强党的建设，将党的领导融入公司治理，通过完善公司治理，为不断强化社会责任管理、充分履行国有金融企业的社会责任提供坚强保障。

（一）“三会一层”方面

股东会方面，2024年，公司股东会召开了3次会议（含2次临时股东会议），各股东均出席了全部会议，审议通过了修订公司章程、财务决算方案、利润分配方案、经营计划书、财务预

算方案、变更会计师事务所等 16 项议案。

公司董事会致力于不断完善公司治理架构，健全公司治理机制，持续提升公司治理的规范性和有效性，公司治理水平进一步提升。截至 2024 年末，公司董事会共有 8 名董事，下设战略规划委员会、提名与薪酬委员会、风险管理委员会、审计与关联交易控制委员会和社会责任与消费者权益保护委员会等 5 个专业委员会。2024 年，公司共召开董事会会议 7 次，审议及听取相关议案和报告共计 84 项。

董事会高度重视环境、社会、管治（ESG）建设，探索将 ESG 理念融入公司发展战略、治理结构、企业文化和业务流程，重点推进普惠金融、消费者权益保护、服务实体经济等方面工作，积极履行国有金融企业责任担当。

董事会下设社会责任与消费者权益保护委员会，负责拟定、监督实施、检查评估公司社会责任与消费者权益保护战略、政策、目标和基本管理制度。

监事会深入贯彻落实国家经济金融决策部署和监管政策，以维护股东和员工利益、保障公司长期稳健发展为核心目标，扎实开展监督工作，有效履行董监高履职、内部控制、风险管理、财务管理、风险管理、消费者权益保护等领域的监督职责，持续完善公司治理。截至 2024 年末，公司监事会共有 2 名监事。2024 年，公司召开监事会会议 6 次，审议通过议案 13 项，听取和研究报告 66 项。

高级管理层是公司的执行机构，对董事会负责，接受监事会

监督。高级管理层与董事会权限划分严格按照法律法规、公司章程、各项规定等执行。截至 2024 年末，公司高级管理层由 4 名高级管理人员组成。2024 年，公司经营层尽责履职，组织召开 40 次总办会，审议 126 项议题，推动各项重要经营事项有效落地。

（二）信息披露

报告期内，公司严格遵守法律法规，真实、准确、完整、及时、公平地披露信息，坚持“简明清晰、通俗易懂”原则，持续优化披露内容，创新披露形式。参照商业银行对信息披露的要求，除向监管部门、投资者披露以外，公司还按照《银行保险机构公司治理准则》对相关信息进行公开披露。

（三）投资者关系

作为有限责任公司性质的非银行金融机构，公司高度重视投资者关系，与 6 位投资者保持密切沟通。报告期内，在董事会和高级管理层高度重视与积极指导下，公司采取现场会议方式召开 3 次股东会会议，向投资者报告公司经营情况，展示公司发展战略和长期价值。

（四）风险管理

以符合监管要求为底线，价值创造为导向，优化业务结构，提高资本回报率。坚持资本约束理念，保持规模增长与风控能力和资本承受能力相匹配，持续开展业务监测、预警和额度管理，确保资本充足。

加强对客户及资产的全面穿透管理，强化源头风险的管控能

力，提升风险政策的针对性和预测性。健全完善风险管理体系，建立联防联控的工作机制，以打造风险管理的核心竞争力，实现业务健康可持续发展。

强化对重点流程及关键环节的监督力度，强化源头治理，推进案防合规长效机制建设，对业内案件“零容忍”。坚持防范化解金融风险，牢固树立底线思维，严格落实合规要求。

（五）监督职责

公司深入贯彻习近平总书记关于加强新时代廉洁文化建设的重要论述，坚持纠“四风”树新风，锲而不舍落实中央八项规定精神，纵深推进全面从严治党、党风廉政建设和反腐败工作。公司坚持“零容忍”态度惩治腐败，精准运用“四种形态”，持续保持“不敢腐”高压震慑；抓好以案促改促治，加强对监督检查、专项检查的成果运用，进一步织密“不能腐”制度笼子；持续创新廉洁宣传教育形式，强化清廉金融文化建设，开展系列警示教育，推动干部员工敬畏纪法，营造学纪知纪明纪守纪氛围，筑牢“不想腐”思想根基。

公司内部审计发挥三道防线作用，聚焦监管要求和公司重大决策部署的落实，聚焦重点领域、重点产品、重要系统、重要环节，严格执行内部审计制度，规范、有序实施审计项目，审计项目重点关注内控机制、制度体系建设、制度落实情况、信息安全与技术保障、消费者权益保护、薪酬绩效等多个方面。落实公司数字化转型工作部署，推动建设智审系统，通过运用审计模型，实现非现场审计，提升审计工作质效，充分发挥内部审计的监督

作用。