

利宝保险有限公司

2024 年度消费者权益保护信息披露报告

一、 消费者权益保护工作重大信息

公司始终践行消保工作的政治性和人民性，将消费者权益保护纳入公司战略发展核心地位，公司一直秉承“诚信为先、以人为本、开放包容、履约负责、保持简单、追求卓越”的企业文化，贯彻消费者权益保护理念，坚持诚信经营，聚焦客户需求，优化客户服务，严把产品适当性管理、规范信息披露、强化营销合规审查、优化理赔服务、加强金融宣教、健全投诉处理机制，深度融入公司治理体系，贯穿经营管理全流程，全方位保障消费者权益。

1. 完善体制机制建设，提升消保工作效能

公司持续健全长效管理机制，构建纵向贯通、横向协同的消保工作体系，坚持“抓服务、严监管、防风险、促发展”的经营理念，坚持稳中求进，以完善制度体系为基础，2024年我司新增及修订《消费者权益保护管理办法》《客户信息管理办法》《营销宣传行为管理办法》《产品开发管理办法》等12项工作制度，进一步夯实消保工作基础，确保“行动有依据、执行有落地”，通过“强操作、重执行”的工作方针，不断提升消保工作的精细化、标准化管理水平，切实保障消费者权益，推动消保工作质效全面提升。

2. 健全长效管理机制，强化全流程管控

一是建立高层沟通机制，通过定期专项汇报（董事会报告、高管层简报），强化董事会战略指导和高管层执行推动。二是完善动态评估机制，结合客户投诉、满意度分析，迭代更新消保审查标准与服务规范。三是强化全流程管控，事前：将消保审查嵌入产品研发全流程，严守消保底线，事中：对中介机构合作实施“双随机”检查，重点监测营销宣传合规性。事后：将消保监管评价结果纳入各部门、各机构综合绩效考核，并与个人晋升直接挂钩，实行“一票否决”制。

3. 深化投诉治理，推动源头防控

建立投诉熔断机制，设置各机构年度投诉熔断指标，及时对异常机构、高频投诉业务做警示提醒，并纳入机构月度绩效考核指标，每月进行投诉分析总结，以压降重点投诉为基础，以监督检查和整改问责为抓手，深化投诉整治工作，加强与条线部门及分公司的联动配合，深入查找重大、频发、典型投诉事件体现的根源性问题，主动发现和揭示风险，推动潜在风险的前端化解和源头治理。

4. 积极开展金融教育宣传，增强消费者赋能

通过多元化、精准化的金融知识普及教育，让消费者“懂金融、明权益、会维权”，全面提升金融素养和风险防范能力，一是创新宣传形式，扩大覆盖范围，积极开展“五进入”活动（进校园、进社区、进企业、进农村、进商圈），发挥线下

面对面宣传的细致亲民，保障宣传成效；对重点群体进行差异化宣教，针对新市民、老年人、青少年不同群体实施精准宣教；二是打造立体化宣传网络，营业网点设置"消保宣教专区"，便于上门客户阅览，线上通过官网、微信公众号、短视频平台、直播、媒体网站等开展宣传教育活动，扩大覆盖面，同时，将金融宣教纳入年度消保考核，确保教育宣传常态化开展。

二、 客户投诉分布情况

2024 年，我司共受理消费投诉 1809 件，其中，监管转办投诉 409 件，自收投诉 1400 件。

从险种分布看，车险类投诉占比 83.3%，意健险投诉占比 11.89%，其他非车险投诉占比 4.81%。从投诉事项分布看，理赔类投诉占比 78.22%，承保和销售类投诉占比 21.01%，其他类投诉占比 0.77%。

从投诉地区分布看，主要集中在山东、广东、河南等地区，山东占比 23.83%，河南占比 12.6%，广东占比 12.11%，天津占比 9.51%，重庆占比 8.13%，陕西占比 7.63%，四川占比 4.86%，浙江占比 4.81%，北京占比 3.87%，河北占比 2.6%，云南占比 0.94%，总部业务占比 9.12%。

利宝保险有限公司

2025 年 4 月 30 日