

报告编辑原则

诺亚(中国)控股有限公司(以下简称诺亚)自成立以来,围绕客户需求,布局综合性财富管理服务,我们以人为本、立足于长远的思维,以严谨的道德标准、高规格的风险管理及多元化的全方位服务,为高净值客户创造价值,我们秉持善尽社会责任理念,透过各项管理措施及作为不断为社会大众付出,2015年发行第一本《诺亚可持续发展报告》,诺亚期望藉由我们的率先行动,透过每年可持续发展报告的发行,让更多关心我们的利益相关方,了解诺亚致力于履行企业社会责任,及创造经济、环境及社会面向上可持续价值上的努力。

报告书范畴及边界

本报告揭露诺亚2014年度(2014年1月1日~12月31日)在经济、社会、环境各面向的管理思维,以及关键议题绩效及成果。内容及绩效数据涵盖诺亚总部信息,今年因应G4对组织边界的要求,未来我们将逐步将数据涵盖范围扩大至子公司及组织边界外信息,以完整组织揭露范围为追求目标。

同时为展现项目成效,及相关指针趋势,部份绩效数据亦回溯至2012~ 2013年,详实呈现诺亚在履行企业社会责任上的具体行动与进展。

下一本可持续发展报告预计发行日期: 2016年5月

报告书参考依据

本报告参考全球报告倡议组织(Global Reporting Initiative, GRI)G4版纲 领,及AA1000(2008)标准撰写,符合AA1000中度Type1,及GRI 4核心选项指标。

本报告将每年定期持续发行,并提供电子文件于诺亚网站供下载浏览。

联络我们

诺亚财富品牌部 联络人: 章嘉玉

地址:上海市杨浦区秦皇岛路32号东码头园区C栋

电话: +86-21-38600624 网站: www.noahwm.com



章节目录 CONTENT

- 10 报告编辑原则 Editorial Policy
 - 04 经营者声明
 - 92 G4 Index 指标对照表
- 06 认识诺亚 About NOAH
 - 08 集团架构
 - II 诺亚的愿景
 - I4 企业价值观
 - 16 诺亚企业文化
 - 18 诺亚的成就
- 表任治理 Sustainable Governance
 - 21 諾亞财务绩效速览
 - 22 公司治理
 - 24 风险管理
- **28** 可持续发展管理 Sustainable Management
 - 29 诺亚可持续发展管理策略
 - 30 实质性考虑面与边界
 - 31 诺亚可持续发展实质性矩阵
 - 32 利益相关方沟通

- 34 勇于创新 Making Innovation
 - 36 引领行业金融变革和产品创新
- 正直诚实 Integrity
 - 39 严格管理宣传推介材料
 - 40 反洗钱
- 42 客户关怀 Customer Care
 - 44 以客为尊
 - 48 服务至上

- 52 专业主义 Professionalism
 - 53 透明化的员工招募流程
 - 55 具竞争力的薪酬制度
 - 56 完善员工关怀体系
 - 60 员工培育训练
 - 66 保障员工权益
 - 68 倾听员工声音
- 环境可持续管理 Environmental Protection
 - 71 能源与资源管理
 - 75 健康职场
 - 80 环境公益行动
- N表成长
 Learning and Growth
 - 85 基金会的愿景与使命
 - 86 诺亚 CARE
 - 88 其他社会参与总览
 - 91 外部公益合作对象列表

这是我们第一份,也是作为中国首家在美国纽约证券交易所上市的独立财富管理机构正式发 布的第一份《企业可持续发展报告》。尽管刚刚起步,但对于我们,却有着特别的意义。

12年前,乘着中国经济腾飞的翅膀,我们怀揣一个简单的梦想,团结了一群人,打造了一个 企业,从零开始,开创了中国独立财富管理行业,引领了这个行业的发展。12年来,我们承载梦 想,迎接挑战,克服困难,凝聚著超过7万名高净值客户,数百位合作伙伴,近2千名员工深厚的 信任与期许, 踏实前行。

一路上,在我们努力地为客户与股东交出亮丽的成绩单,向国际企业学习,建立並持续优化 公司治理,打造开放,平等及创新的工作环境的同时,也深刻感受到周遭环境变化给企业经营带 来的难以逾越的挑战,看到人心的浮躁、贪婪与妄为给社会环境带来的负面冲击。食品安全的危 机、雾霾的不断加剧外,水资源的匮乏和污染,甚至行业的不良潜规则,更深刻长远地影响著我 们的生命之源,企业之本。

2014年,我们更清晰地描绘并践行我们的愿景——「成为可持续发展的伟大公司,在中国创 建最著名和令人尊重的品牌,以激发和孕育人文精神,为中国富而有爱的高净值私人、家族及有 社会责任感的机构管理财富,与客户、员工、股东一起,实现高尚、富有、快乐的人生梦想。」

当打造百年企业、可持续经营,成为我们矢志的目标,我们知道我们的动能将再积蓄,我们 的责任更重大。除了保持增长,与客户站在一起寻求最佳财富管理解决方案外,我们必须更清晰 地理解如何与我们的员工、合作伙伴、股东、同业、社会与环境更有意识、有责任地共处,以真 正实现可持续梦想、碧水蓝天下人人幸福地生活。

行动比批评更有价值,再伟大的事情也是从微不足道的小事开始的。我们必须开始,从身边 做起, 从小事做起。

2014年是我们自省、行动的年份。

这一年,我们加强公司治理,强化管理及团队建设;员工培训中,除了技能训练外,更注 重价值观和心灵成长培训:我们选定8月26日,这一诺亚当年注册成立的日子,作为企业价值观 日,通过一系列活动让价值观更深入人心。

这一年, 我们要求供应商签署「反商业贿 赂承诺书」: 我们积极参与行业协会的申请与 筹建,以行动強化企业与行业的自律。

这一年, 我们加大与阿拉善SEE公益机构 的合作,与客户一起推动「一亿棵梭梭」公益 项目,整治荒漠,发动员工内部捐款,支持该 项目的公益基金。

这一年, 我们正式成立上海诺亚公益基金 会, 主要关注心灵成长、环境保护、素质教育 和弱势帮扶等领域。

这一年,成立的以诺教育陪伴客户游学以 色列, 领略极致创新文化; 漫步沃顿商学院, 拜访百年传承家族, 探寻家族财富传承的奥 秘……一个个触及灵魂的心灵成长课程和给予 心灵滋养的人文素养课程, 带给客户物质财富 之外的精神饕餮。

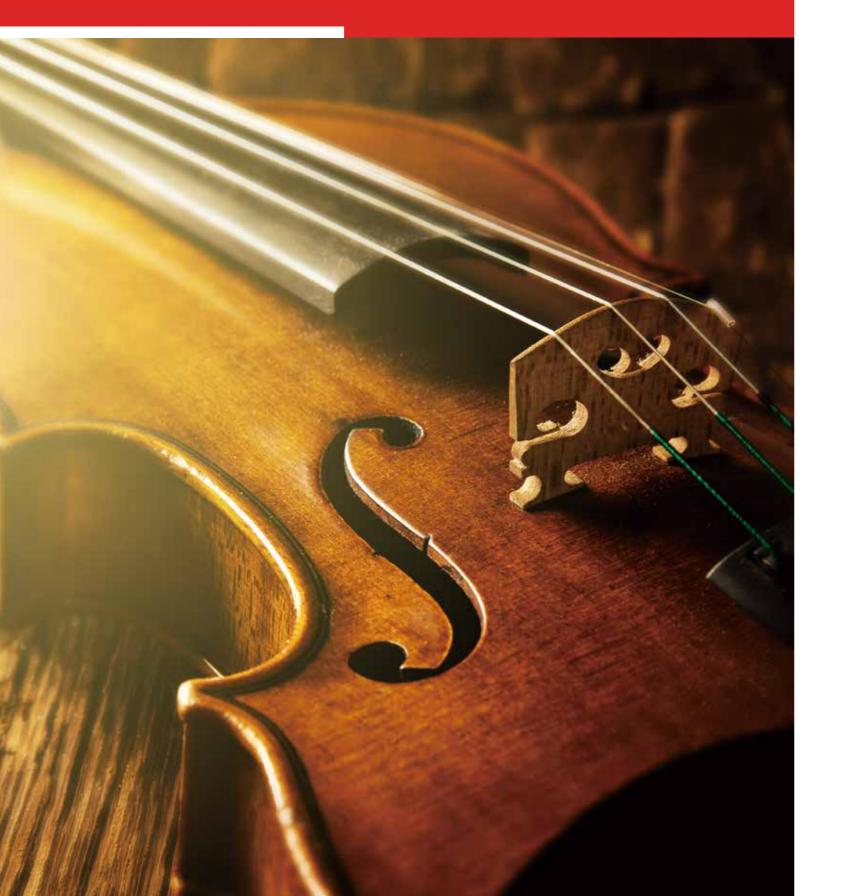
这份报告把我们的梳理与建设作了总结, 作为我们朝向企业可持续发展的起步证言,也 將成为未来自我检视成长进步的指标。路漫漫 其修远兮, 吾将上下而求索, 我们深知, 这只 是一个开始: 我们也了解, 独木难成林, 更期 望更多企业加入这个行列。



认识诺亚 About Noah

诺亚财富─中国第一家独立财富管理机构

我们不隶属于任何金融集团, 没有利益纽带。跨 越金融子行业(银、证、保、基、信、另类投资), 以独立、客观的视角,为客户配置来自于全市场的财 富管理产品。从基础资产开始,深入了解基础资产、 独立尽调、独立风控、全生命周期的产品存续服务, 保证客户得到最佳的资产配置组合。



诺亚财富核心板块

诺亚(中国)控股有限公司创始于2003年,是中国独立财富管理行业的开

诺亚控股于2010年11月10日在美国纽约证券交易所成功上市(交易代码

我们跨越金融子行业(银、证、保、基、信、另类投资),以独立、客观

截至2014年底,诺亚已在上海、北京、广州、温州、杭州等63个城市设有

诺亚筛选的产品均为国内外稀缺的私募投资产品,为客户提供顾问式理

财, 尽力充当「财富管家」的角色。诺亚为客户进行全方位的资产配置, 根据

客户的需求、从独立、客观、专业的角度、为高净值人群提供横跨信托、公募

创者和领导者。定位于中国新一代的综合金融服务提供商,是拥有资产管理能

NOAH.NYSE),是中国首家也是唯一一家在纽交所上市的独立财富管理机构。

的视角,为客户配置来自于全市场的财富管理产品。从基础资产开始的,深入 了解基础资产、独立尽调、独立风控、全生命周期的产品存续服务、保证客户

力的、领先的独立财富管理机构。以专注之心,守护您的财富和幸福。

分支机构, 为超过7万名高净值人士提供专属财富管理服务。

财富 管理

得到最佳的资产配置组合。

基金、私募基金、一级市

方案。

认识诺亚

资产 管理 投资 银行

互联网



63 城



94家 分公司



779名 专业理财师



1,802亿 财富管理规模





财富管理规模 2亿元 高净值客户规模 502人

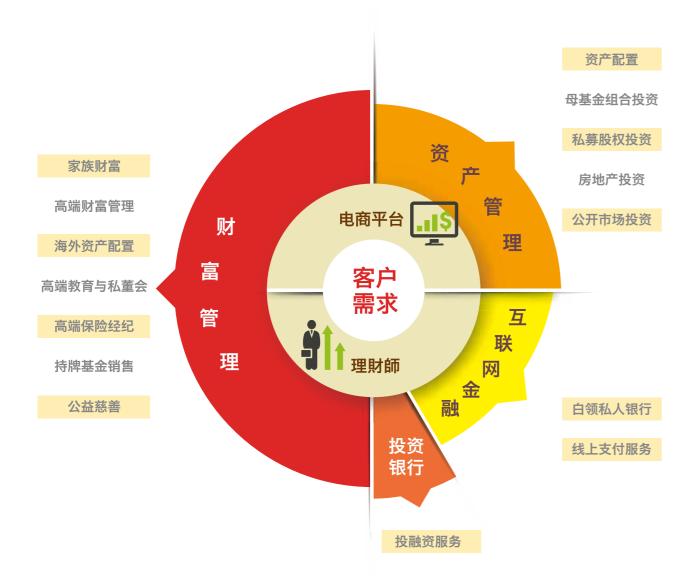
财富管理规模 1,802亿元

高净值客户规模 70,557人

集团架构 诺亚的愿景 企业价值观 诺亚企业文化 诺亚的成就

集团架构

为实现业务多元化布局, 诺亚建构了多元化金融服务集团架构。诺亚布局高端财富管理产品; 歌斐资 产布局PE母基金、房地产基金、家族财富管理;诺亚正行布局基础财富管理产品;诺亚香港布局海外财富 管理产品;诺亚荣耀布局高端保险经纪服务;互联网金融透过诺亚易捷、诺亚金通支付,打造短期融资服 务、白领私人银行服务员工宝等。总体上具备为中国高净值人士实现全球化、全面资产配置服务的能力。



围绕客户需求,布局综合性财富管理服务



歌斐资产,作为诺亚集团旗下全资 子公司,于2010年3月成立,是国 内领先的全能型资产管理领航者。 自成立以来, 歌斐资产发展迅速, 以母基金为产品主线,不断创新, 资产管理规模快速成长, 公司各资 产类别业务于所在领域处于领先地

诺亚控股(香港),是诺亚集团境 外全资子公司,于2012年1月4日获 得香港证监会批准的第1类(证券交 易)、第4类(就证券提供意见)和 第9类(提供资产管理)牌照, 是 诺亚集团的海外金融产品的设计与 筛选平台。

诺亚正行,为2012年首家经中国 证监会核准, 取得独立基金销售牌 照的基金销售公司。目标定位为公 募基金中的私人银行, 在投资公募 产品时, 专享私募资产管理服务品 质,基于五维模型严格筛选优质公 募基金, 提供专业的精品推荐、配 置建议及动态组合建议等服务,为 客户打造更多元的新财富机会。

诺亚荣耀,是全国性保险经纪有 限公司,于2008年获得中国保险 监督管理委员会业务经营许可、基 于客户立场, 秉持"独立、客观、 专业"的服务标准,为诺亚集团高 净值客户量身定制各类综合保障计 划,包括人身保险、财产保险等, 同时提供风险管理咨询服务。

诺亚保险(香港),是诺亚集团境 外的全资子公司。2014年取得香 港保险顾问联会(CIB)牌照,为客户 提供各种理财规划、财富传承及个 人保障等保险方案,满足不同客户 的需求。管理团队拥有超过20年保 险服务经验,业务拓展团队拥有美 国精算学会注册精算师(FSA)、 CFA、MBA及CFP等专业资格。

方舟信托(香港),成立于2014 年10月,是诺亚集团境外的全资 子公司,香港政府认证的公众信托 公司, 并且是目前国内唯一一家独 立财富管理机构在境外注册的家族 信托服务公司。致力为国内高净值 客户提供更全面的全球资产配置服

诺亚的愿景

成为永续发展的伟大公司,在中国创建最著名和令人尊重的品牌,以激发和孕育人文精神,为中国及全球富而有爱的高净值华人、家族及有社会责任感的机构管理财富,与客户、员工、股东一起实现高尚、富有、快乐的人生梦想。





诺亚易捷,是诺亚财富集团旗下, 提供互联网金融综合服务的子公司,致力于为中国广大白领用户提 供优质的综合金融服务以及为诺亚 会员提供融资服务,通过互联网提 升金融生态系统效率,让金融更平 等、更普惠。

上海诺亚金通,是诺亚集团旗下全资子公司,于2014年3月在上海自贸区注册成立。致力于为集团客户、企(事)业单位及个人客户提供安全、灵活、便捷的综合支付解决方案,提供精准的数据挖掘服务,提供多层级、全方位的会员(积分)管理系统服务。

诺亚家族财富管理中心, 致力于服务超高净值家族客户的精英团队, 以全权委托投资服务为重点, 整合集团资源, 提供全方位的家族财富管理, 包括资产配置、顾问咨询及增值服务, 从而达到金融资本的保值增值, 同时亦能使得家族人力与智力资本的荣耀传承。

以诺教育,在诺亚集团倡导服务客户、提升员工、回馈社会理念下孕育而生。以诺教育精选全球最有价值的商业教育课程,全球最尊享的健康医疗项目,能触及灵魂的心灵成长课程及能给予心灵滋养的人文素养课程,构成核心课程模块。

诺亚公益基金会,是由诺亚财富发起的一家地方性非公募基金会,2014年在上海市民政局正式注册成立,注册资金400万。宗旨是:「怀感恩之心;行善念之举;引富而有爱的人生;立企业社会责任」。主要关注领域:心灵成长、环境保护、素质教育和弱势帮扶。

诺亚创始人团队



殷哲 创始合伙人 歌斐资产CEO





张昕隽 创始合伙人 无锡分公司总经理

韦燕 创始合伙人 上海区常务副总经理

汪静波

创始合伙人 董事局主席兼CEO





客户

- 客户利益至上,每一位客户,都是我们最重要的客户
- 下单只是服务的开始, 精心提供全程服务
- 有心症供生性服务 · 合法、合规,绝无例外
- 客户的需求和反馈是公司创新源泉所在
- 引导客户学习和成长, 与客户建立起长远恒久 的信任关系



员 工

- 注重聆听一线伙伴
- 关爱彼此,将爱传递营造创新文化
- 价值观至上
- · 了解认可的力量,充分 给予他们认可,彼此鼓 励不懈地努力



合作伙伴

- 坚守专业主义
- 合作、共赢,放眼合作为重
- 鼓励与价值观相同的
- 合作伙伴合作
- 专业投入,用心承诺公司的客户利益至上, 而非产品收入



股东

- •长期、稳健的回报增值, 引领行业发展
- 完善的治理结构
- · 给予我们价值的,也是我 们要创造价值回报的人
- 用长久的企业战略和企业价值成长来满足股东的利益,不急功近利
- 通过可持续运营的理念, 向所在社区和社会贡献 社会价值



诺亚企业文化

诺亚从自我的发展进程中, 提炼了五条核心价值观: 「正直诚实、客户关怀、勇于创新、专业主义、 心灵成长」。诺亚希望,每一位诺亚人都有共同的核心价值观。只有这样,我们才能久远地共同行走,成 为紧密凝聚在一起的团队。

> 创新需要我们具备一定的知识, 不怕犯错误的 态度和专心致志、深邃的洞察力, 诺亚人一直 以这样的持续创新精神而自豪





人生中的财富, 并非只限于金钱, 而应该是整个人生的自由、 丰满和幸福, 诺亚人应该保持谦卑, 拥抱变化与新知、不断学习



常务副总经理 韦燕



必定会极大的提升金融系统 的资源配置效率。诺亚的创 新平台一员工宝致力于将稀 缺的理财机会通过互联网分 享给正在努力奋斗的白领精 英,成就他们的人生梦想。

恰如树木笔直生长的能力, 正直诚实 决定了你的人生可以达到怎样的高度

专心、专注、专业,聚焦 于给客户提供解决他们核 心需求的服务, 是诺亚的 「客户关怀之道」



PROFESSIONALISM



在这个专业分工越来越细,变化 越来越快的世界上, 惟有仰仗专 业主义, 才是安身立命之本



总经理 张昕隽

「客户与我是在共同 成长, 一起建立更完善的财 富观、了解投资的真正意 在市场不同节点帮助客户所 要平衡自己的内心, 去觉察 是否理性客观、是否符合客 户需求、是否是其正确的资 产配置。



总经理 陈建宏

有一位客户接触很久没 有下单, 但我们一直坚持用邮 户觉得公司很独特, 无论是产 品、员工还是理念, 从此开始 在诺亚投资, 现在是我们的老 朋友了。有时客户很谨慎, 保 持和他们的交流, 逐步展示我 们的理念,客户觉得这种模式 很负责。



合伙人 谭文虹

如果让我选择作为金融 从业的第一核心价值观,那 就是正直诚实。诺亚财富做 财富管理,本身就是在跟资 信,不能过度贪婪而忘记风 险, 合理的回报应该是在管 控风险的前提下产生。正直 诚实就是这一切的基石。

诺亚的成就



汪静波女士 荣获《中国企业家》 商界木兰年度人物



21世纪经济报道 21st CENTURY BUSINESS HERALD

汪静波女士荣膺《21世纪经济报道》 新领军者25年 | 25人之「新领军者大奖」



Forbes

福布斯2012年已上市高增长企业第16强 福布斯2015中国潜力企业榜第12位





汪静波女士获《环球企业家》组织 发起的2012年度创新领袖大奖



胡润百富

歌斐资产获2014年度中国FOFs创新机构TOP3 胡润百富2012、2013、2015最受青睐独立 财富管理机构



II ERNST & YOUNG

Quality In Everything We Do 汪静波女士获2011年安永企业家奖





中国最佳第三方理财机构



Deloitte. 2013年德勤高科技、高成长500强



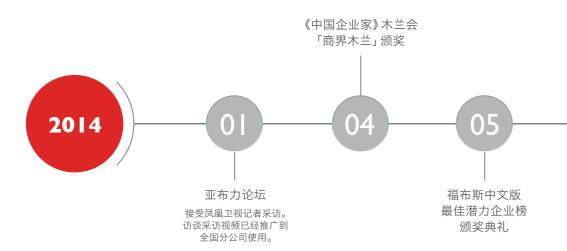


中国财富管理创新服务机构TOP3





2011年,诺亚财富入选清华大学经济管理学院 商业案例 最受投资者青睐财富管理机构

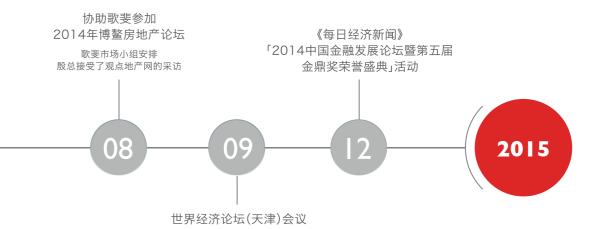




BD 每日经济新闻 NATIONAL BUSINESS DAILY

诺亚

20 4 综合实力最佳资产/财富管理公司 投资收益最佳资产 / 财富管理公司

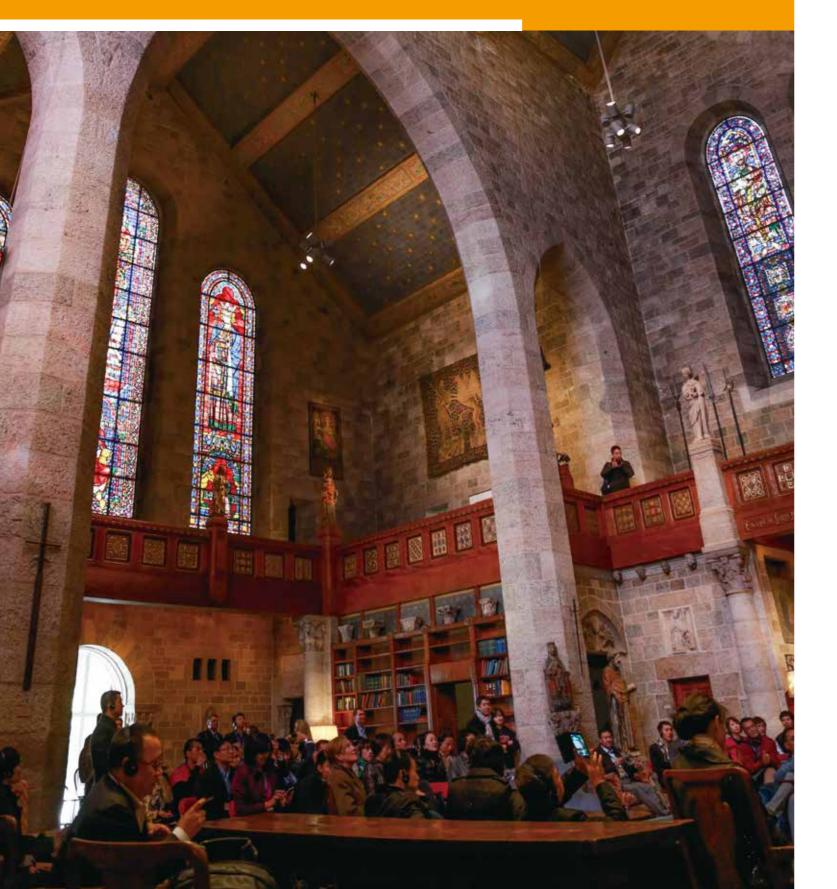


诺亚财富 | 2014 可持续发展报告 21

255万

社会投资/捐赠费用

责任治理 Sustainable Governance



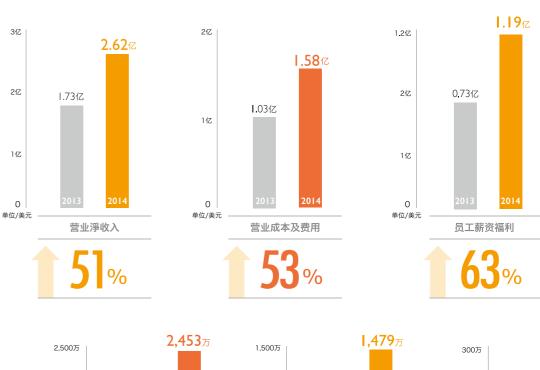
諾亞财务绩效速览

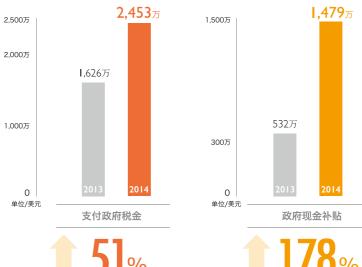
根据波士顿咨询公司全球财富报告及其他公开资料,目前中国的财富管理市场已达40万亿规模,到 2015年中国高净值人群的财富将达58万亿。在老龄化的社会里,一个人要用40年的工作(从20到60岁), 养活自已30年的生活(60-90岁)。财富管理正在成为中国人的刚性需求。

2012年中国的高净值人群(可投资资产1,000万以上)数量超过70万人,人均持有可投资资产约3,100万,共持有可投资资产22万亿。预计2012-2015年高净值人群持有的可投资资产以年均复合增长率18%增长至36万亿,2015-2020年复合增长率降至15%,2020年末可投资资产将达73万亿。

中国高净值人群投资方向包括现金及存款、股票、债券、信托、银行理财、寿险产品等,信托、私人银行等财富管理机构在销售过程中赚取手续费或管理费。预计2020年财富管理机构收入规模超过5,000亿。

身处在这个高成长力、快速变化的行业,诺亚期望可以透过我们的前瞻与专业,为我们所有的利益相 关方创造可持续的高附加价值。







200万

50万



公司治理

作为一家为高净值客户提供综合金融服务的财富管理集团,客户对诺亚的「信任」是我们最珍贵的资产,而信任的基础来自于诺亚正直诚实的企业文化,我们透过谨慎的公司治理、完整的道德作业规范,以及持续的教育训练,建立一个从客户角度出发、提供负责任的产品与服务、并具有社会责任感的诺亚信念、期望能够可持续发展、成为国内独立财富管理行业的领军者!

透明合规的公司治理

诺亚的董事会目前有9位董事 (女性董事比例占33%),其中4位为独立董事,将近一半的独立董事比例,能有效监督董事会运作、并客观给予公司经营的专业建议; 2014年国内外共召开4次董事会、1次法说会,在董事及利害相关人充分讨论、沟通的情况下,有效提升诺亚近年的经营绩效,达到年营业额增加51.3%的成果。

由于诺亚在美国纽约上市,故高阶经营团队的相关制度,皆遵循美国证券交易委员会(Securities and Exchange Commission, SEC)的规定,于董事会设有薪酬、审计及提名三大委员会,由独立董事担任各委员会成员,以增进董事会经营的透明性与效率。董事会成员须经由提名委员会选任,以具备金融行业背景、专业能力的业界人士为主,详细的董事成员背景请详诺亚公司年报。

此外,我们会将所有关联交易个案于每年公司年报中披露,每年也会要求董事会成员填覆问卷调查,了解成员是否有于其他同业任职或担任董事会成员,建立董事会成员的利益回避规范,维系股东及利害相关人权益。

董事会架构及功能说明

诺诺亚具有完善的「三会一层」结构:设有审计委员会、薪酬委员会、公司治理及提名委员会,其中审计和薪酬委员会由独立董事担任召集主任。董事会中独立非执行董事人数占董事会成员人数的三分之一以上。各委员会的成员分述如P.23图示。

董事会成员组成

	男 6 位	女3
30 岁以下	0	0
30~50 岁	4	2
50 岁以上	2	1



*董事会成员: http://noahwm.investorroom.com/index.php?s=114

多元信息揭露管道

诺亚每年皆会依照SEC规定发行公司年报,详列公司过去一年的重大信息及对未来的风险评估、财务 预测等,并于诺亚的官方网站上定期与利益相关方沟通最新信息;此外,我们也将产品信息以及相关的产 业、项目调研报告,也都放在网络上供利益相关方参考。

除了力行财务公开化、信息透明化、贯彻实践严谨的公司治理实务外,诺亚亦相当重视经营高层的道德行操守,力求高管执行职务时应行注意的义务,包括公平对待所有股东,以追求公司整体利益为目标,不得因个人或特定团体利益而损及集团权益。

诚信正直的企业文化

「诚信正直」是金融服务业最重要的基石,为了让诺亚全体员工能够充分理解并遵循,我们制定「合规手册」,并定期更新。合规手册包含诺亚相关管理制度设计的关键点说明,也包含反商业贿赂等行为遵循准则,以及违规处理办法。为了响应环保,节省纸张,诺亚也于2012年将合规手册改成在线版,放在公司内网的「诺亚家园」,并设计强制阅读学习的功能,要求每位员工每年必须完整阅读一次,并且需要通过测验,也额外针对反商业贿赂加强倡导、测验。2014年诺亚并未有任何因为贪污、贿赂等不道德行为而受主关机关裁罚事件。

责任治理

諾亞财务绩效速览 公司治理 风险管理

诺亚财富 | 2014 可持续发展报告 25

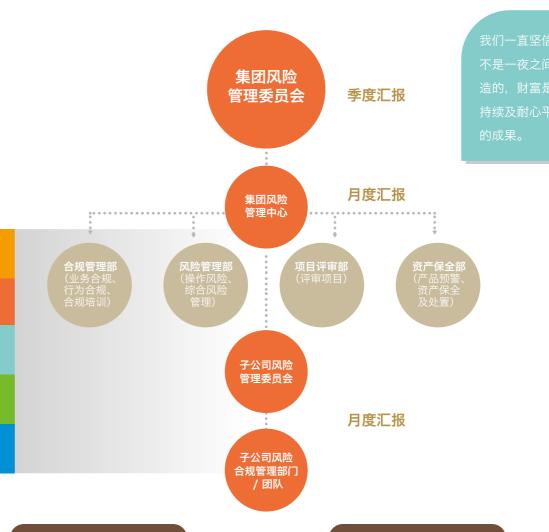
风险管理

金融业只有担负应有的社会责任才能可持续发展,企业要坚守底线思维,我们不追求快速获利,而是以风险控制为核心进行管理,力求运营透明,从社会影响的角度来看待营运与产品,将风险管理思维,内化予企业战略和日常运营活动之中。

也因此,诺亚风险管理的理念遵循五个要点,合规性、全面性、适用性、及时性、全程性。整个风险管理团队基于上述理念开展风险管理工作,努力在风险先行的基础上,支持公司业务的快速合理发展。

诺亚风险管理覆盖诺亚主营的产品业务和销售业务,同时在各个子业务条线也嵌入了风险管理职能,并和集团风险管理中心和集团风险管理委员会,形成一个基本完备的风险管理体系和运作模式。通过这种体系化的风险管理模式的运作,及时有效的掌握各个业务板块的风险信息和风险状况,并通过日常的工作流程和相关委员会的运作,有效合理地识别、评估、管理风险以及研究和落实风险措施。

諾亞集团整体风险管理的架构设置主要四个层次,自上而下分别是集团风险管理委员会,集团风险管理中心各个职能部门,子公司风险管理委员会,子公司风险管理团队。通过四个层面的运作和协作,保证各个子业务的风险信息和风险措施实施情况及效果可以及时上传,管理层的风险措施建议和资源保障措施可以有效下达,从而保证风险理念和风险管理措施落到实处。



诺亚风险管理的理念

合规性

所有业务应该符合监管、公司和契约规定

全面性

风险管理覆盖诺亚的全部业务

适用性

风险管理符合目前客观和宏观环境

及时性

风险点和风险措施可以及时的上传下达

全程性

风险管理可以贯穿全过程

子公司 / 业务板块 风险合规部门 / 岗位

每个子公司和业务板块应该设置风险合规部门 或者风险合规岗位,参与业务的全过程管理、 事前审核、事中管理,事后评估。

子公司 风险管理委员会

- 1. 原则上每月召开,对子公司业务运作和经营管理的风险点进行揭示和汇报,确定相应风险缓释措施并落实集团风险管理委员会的指导性意见。
- 2. 子公司的风险管理委员会成员构成包括子公司 CEO、CRO、COO,集团风险管理中心CRO及 部门总经理。

集团风险管理中心

- 1. 项目评审部门参与产品的日常生活风险管理, 包括事前审核、事中管理、事后评估。
- 2. 风险管理部和合规部只要负责各个业务条线的操作风险、综合金融风险、业务合规性要求、行为合规性要求、合规培训等方面的管理。
- 3. 资产保全部门针对预警产品进行尽职调查,牵头制定和协调落实资产处置方案。

集团风险管理委员会

- . 由集团风险管理中心组织安排,原则上每季度召开,反应各个子公司业务层面及经营管理层面的风险点,对整体的风险进行相应评估,所有委员进行集体讨论并对整体风险出具指导性及原则性意见和指引。
- 2. 成员构成包括集团董事长、CEO、CRO、COO、CFO等高管。

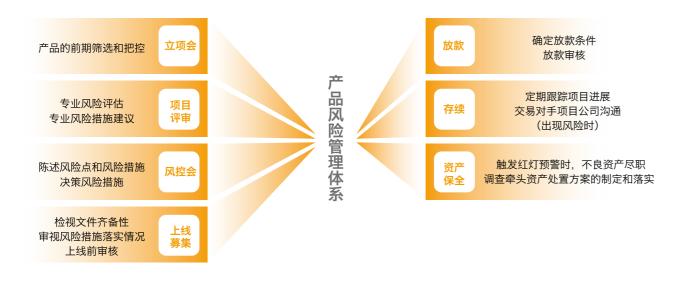
风险管理中心的愿景

诺亚是一家成长型和创新型的财富管理机构,风险是金融业务的本质和收益的来源,管理好风险对于 任何一家金融机构来讲都是一个可持续的课题、诺亚也不例外。技术和艺术的有机结合是风险管理的最高 境界和挑战。因此诺亚风险管理中心的愿景就是站在诺亚的客户和公司股东的角度,学习 和采用更专业的 技能和更艺术的管理方法,去有效识别、评估和管理诺亚各个业务条线和诺亚金融产品的信用风险、市场 风险、流动性风险、合规风险、法律风险、操作风险、财务风险、声誉风险等各类风险,有效地匹配收益 和风险,在一定可承受和客观合理的风险容忍度范围内,帮助诺亚的客户和公司股东实现收益的最大化。

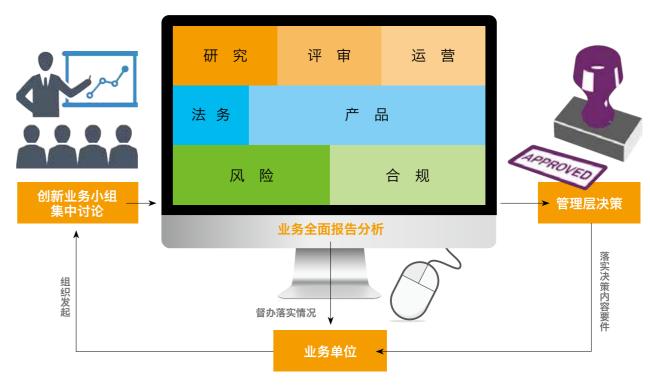
諾亞集团风险管理中心全程参与金融产品的每个环节和全过程,在每个环节履行不同的风险管理职 能。通过产品风险管理体系的落实和全过程管理,有效管理产品风险,保障客户和公司的利益。

创新业务风险管理流程

诺亚是一家创新型的财富管理机构,不断创新,追求卓越是诺亚一贯倡导的企业文化和理念。为了保 障风险先行,同时又更有效支持创新业务的发展,把握和开拓市场机会,为客户提供更好的产品,针对于 创新业务,公司将集聚各方资源,及时有效把握创新业务的风险以支持创新业务的孵化、落地和发展。



风险管理流程



营运持续管理流程

近年来天灾频传,为确保在相关不确性灾难发生后,仍然可以维持运营体系的运作,让IT基础设施和 IT服务能在规定的时间内得到恢复,从而支持公司业务连续性的要求,我们针对连续性管理制订管理流程 与职责描述,期望能降低灾难发生时对公司营运产生的影响,从而达到企业可持续经营及客户可持续服务 的目的。

由管理层、信息安全部系统、支持总监、系统支持部组成、管理内容包括:识别业务对IT服务的连续 性要求;识别、评估及管理IT基础设施和IT服务所面临的风险、威胁及其对业务的影响;以及,编制并测 试、演练应急预案。

营运持续管理流程

收集连续性要求

收集IT服务连续性要求

01

业务影响分析和风险评估

- 根据现状和业务重要程度,全面识别和分析风险因素, 分析风险发生的可能性。
- 评估变更对IT服务连续性的影响。
- 根据风险范围和影响的严重程度以及风险发生概率, 评估风险的可接受程度。
- 确定各业务功能对恢复时间的要求及连续性策略。

制定/ 维护连续性计划

根据业务恢复要求和业务 功能的相互依赖关系及依 赖程度,确定系统恢复步 骤,制定连续性计划,提 交管理层审批。

连续性计划演练

- · 系统支持总监根据需要, 定期或不定期组织连续性 04 计划的演练。
- 检查连续性计划的可行 性、适宜性和有效性。

演练回顾

- ·回顾连续性计划演练目标和结果是否一致。
- 检查各操作流程的完成情况, 活动的时间进度等。
- 评估演练的操作和业务要求的适应性。
- 提出改进建议。
- 编制演练报告。

IT线上审批流程

05

IT系统建设

将IT的流程固化在IT系 统里,提高IT服务管理 自动化;标准化。

07

可持续发展管理 Sustainable Management



诺亚可持续发展管理策略 诺亚财富 | 2014 可持续发展报告 29

诺亚可持续发展管理策略

诺亚可持续发展管理策略 实质性考虑面与边界 诺亚可持续发展实质性矩阵 利益相关方沟通

诺亚是国内较早开始开展家族财富管理业务的,我们与其他机构最大的不同,就是从一开始起,就不仅只是着眼于物质财富的保值增值,而是认为,精神财富的传承远比物质财富更重要,所以会帮助客户梳理家族精神、家族文化,协助开展家族治理。一个企业家传承给后代、给社会的,最重要的不是多少钱,而是一种精神、一种文化。

也因此, 诺亚持续创造新的产品及服务价值, 为高净值客户提供财富管理的安全感, 并秉持核心价值及社会责任理念, 运用核心能力与专业, 朝着实现社会的可持续发展作出贡献。



我们尽可能在决策过程中,将关环境、社会及治理 (ESG)议题纳入决策考虑

• ESG风险管理

在董事会和执行管理阶层中建立策略,定期评估及管理与运营有关的ESG议题将ESG议题纳入员工招聘,培训和员工参与计划之中 建构足以识别和评估产品与服务ESG风险的程序 将ESG议题整合纳入风险管理程序之中

• 产品与服务

致力降低开发产品和服务时ESG风险 倡议、开发或支持ESG概念的产品与服务

・营销行为

提供员工与市场营销人员产品和服务的ESG议题训练 透明清晰地说明产品和服务的涵盖层面,确保营销信息透明度 在投资决策过程中尽量纳入ESG评估与准则(例如制定负责任投资原则)



与客户和业务伙伴合作,提升其环境、社会及ESG议题的认识、辨识风险并制定解决方案

- ·增进客户及业伙伴对ESG议题的理解
- · 期望和要求,对ESG问题
- ・为客户和供货商提供的信息和工具,可以帮助他们管理ESG问题
- 鼓励客户和供货商透露ESG问题,并使用相关的披露或报告框架



定期展示及披露ESG议题信息及增进透明度

- 评估,测量和控管公司的ESG推展进度,定期主动公开披露相关信息
- ·保持与其他利益相关者的对话,通过诚信、透明、互信的原则进行相互沟通及了解

30

诺亚财富 | 2014 可持续发展报告 3 |

实质性考虑面与边界

诺亚今年首次发行可持续发展报告,即按国际最新版GRI G4纲领,聚焦于关键、重大议题的揭露。为了确认要揭露的重大议题,我们召开内部会议,综合各方利益相关方观点,按1.鉴别、2.排序、3.确证及4.检视等流程,确认出每一年诺亚可持续发展报告关键可持续发展议题,并依此作为可持续发展报告议题揭露的依循方向。

诺亚实质性考虑面判别程序

考虑面判别前置作业



信息来源

财富管理产业信息、GRI建议考虑面、GRI 金融业附加指引、 国际同业关切焦点。



判别准则

各部门代表专业、利益相关方观点、诺亚的可持续发展影响程度。

2014年 诺亚可持续发展报告实质考虑面判别结果

面向

实质考虑面



经 济

经济成果、市场地位、風險管理, 间接经济冲击



社 会

雇用、劳资关系、职业安全健康、員工教育训练、社会合规性 产品与服务的标示、营销传播、客户隐私、产品合规性 社會公益、法规遵循、員工福利



环 境

能源、排放、環境理念教育 产品与服务对环境的影响

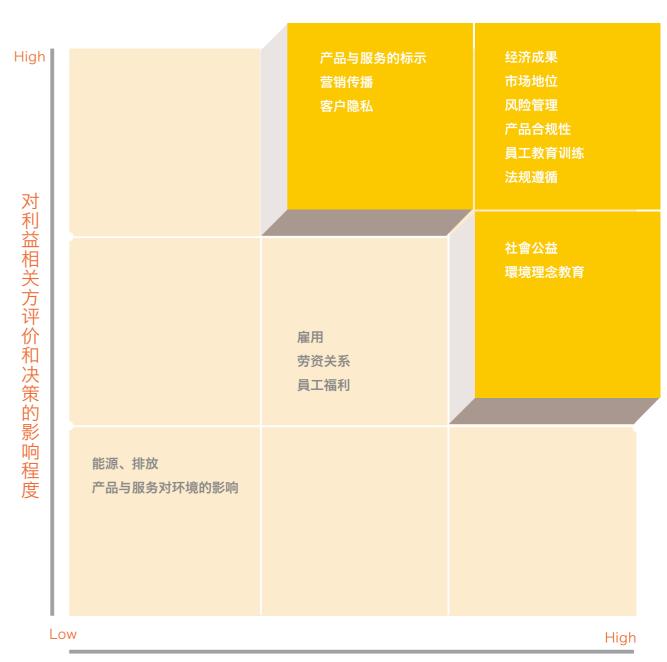


其 它

金融服务业附加指标 (FS6~FS8)

诺亚可持续发展实质性矩阵

诺亚可持续发展管理策略 实质性考虑面与边界 诺亚可持续发展实质性矩阵 利益相关方沟通



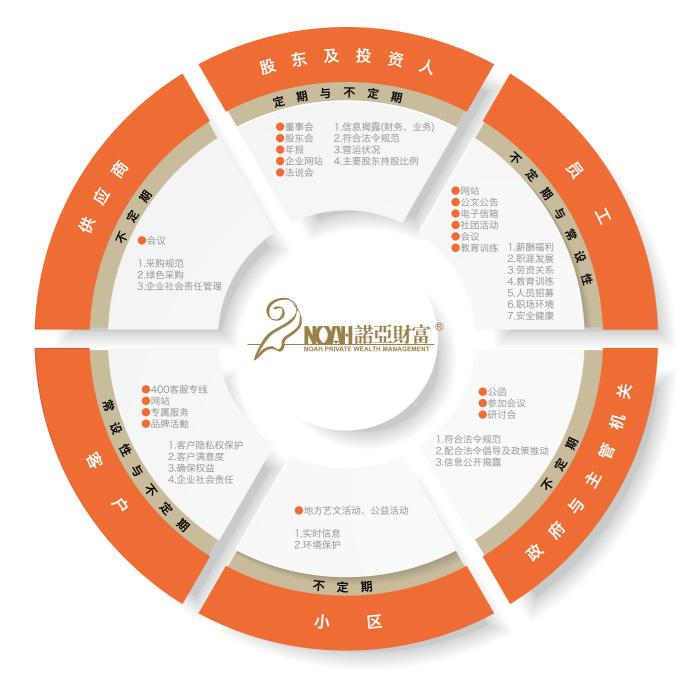
对诺亚营运的影响程度

考虑面 排序

在鉴于出具冲击及影响的考虑面,及其对组织边界的冲击状况后,我们召开内部会议,综合讨论及确认,今年的实质性考虑面矩阵。

利益相关方沟通

在沟通及互动部份,我们透过不同接口及管道与利益相关方沟通,了解他们的期许及需求,并仔细搜集及评估回馈意见,作为企业社会责任政策拟定与推动行动计划的参考。另针对关键利益相关方关心的议题,亦设置相对应的部门及管道,进行实时适当的沟通与响应。





诺亚装修工程的供应商(上海东仓装饰工程有限公司)是诺亚的合作伙伴。热心公益事业,积极参加各类慈善公益活动。工程项目所用建筑材料都会使用绿色环保建材,避免对环境破坏以及对员工的身心健康造成影响。参与杨浦区街道和诺亚公司合办的助老帮困的公益活动,捐赠现金及帮困物品。

诺亚总部3楼诺巴克的餐饮供应商(上海泰奇食品有限公司),也是诺亚的合作伙伴。平时注重食材的新鲜度及进货渠道,避免浪费,加工咖啡剩余的咖啡渣都用于公司办公室驱味用途。所用打包食盒餐具均为可降解材质,以免破坏环境。积极配合诺亚公司的冬季送温暖活动。



供应商管理

为确保员工安全及对环境不会产生危害,诺亚对于提供产品及服务的主要供应商,在选择及要求上非常严格,特别近年来因应据点扩张,写字楼的装修部份,我们首重建筑材料及家具的环保性,除了筛选具一定资质及评价的厂商,亦要求产品必须取得相关的绿色环保认证,并文字化于采购需求中,确实透过行政层面落实管控及要求。

由于诺亚的一般采购属于大宗采购,我们对于供应商的评估是多面向的,包括供应商的品牌形象、对环境、员工人权及社会影响性,进行综合性的评价,如果是在外界具些负面新闻(如不当对待员工或欠薪)的供应商,诺亚一定将之排除,若这状况是在合作过程中发生,我们会在第二年续约时将这样不合格的供应商进行排除。

未来我们也会逐步与良好,且具社会责任的合格供应商持续保持合作,邀请它们响应诺亚社会责任理念,共同参与诺亚所发生的社会责任、环境保护或相关公益活动,一同扩大我们对社会的正面影响力。



诺亚F楼的空气清新工程供应 商(上海越华环保科技有限公 司),也是诺亚的合作伙伴。 我们长期注重环境保护,生产 使用的所有环保产品都是对改 善环境有益、对人体健康无害 的原料。对企业社会责任理念 有深刻认识。

诺亚供应商要求准则

签约前须要承包商提供相应的资质证明

施工期间会有专人查看工人安全防范措施做否得当

拥有良好的售后服务

拥有自己的制造及加工工[

用有国家规定的材料环保认证书 ⑷: Green Guard ISO9001-1994、ISO9001-2000€

评估是否具社会责任理念、原则及实务作为



勇于创新 Making Innovation

持续创新并非仅仅是一个口 号或者凭借一种激情可以长久驱 动的。持续创新更应该同时是一 种文化、机制和使命的结合体。



在勇于创新的内核里,应该有一种将灵魂注入的用心,以及将心注入的,对客户需求的细致关注。 同时又应该是一种全公司上下达成共识的使命感——「诺亚,就要与众不同,就要有超越客户期望的体验。」

诺亚一直以持续的创新而自豪。十年里,十余个业界首创的金融产品,恰似诺亚持续创新的一个个脚印。每年不懈努力与推陈出新,也吸引了越来越多的客户关注诺亚。每年越来越多参加年会的钻石客户,都是诺亚不断创新的体验者、见证者和支持者。

金融商品创新,在开放思维,广泛覆盖的基础上,选择某些前沿领域作为重点,创新产品结构设计技术,做精细分板块,做大板块规模,从而提高诺亚的风险识别与风险管理能力,获得更多更优质的资产,最终目标是为客户提供风险收益配比更好的产品。

比如在资产证券化方面,抓住资产证券化大发展的机遇,寻找银行贷款、汽车金融、融资租赁等优质资产,灵活运用公募、私募多种方式,进行结构化创新,为市场提供风险低、收益适中的产品。供应链融资方面,借助于成熟的软件管理和风险分析技术,结合物流、信息流、资金流的综合管理,做出供应链融资产品的创新。

我们希望,不管是什么时候加入的诺亚人,都能培育出勇于创新的核心价值观,并融入在诺亚人灵魂中,成为一种精神、和质量。为保持持续创新动力,诺亚人透过下列关键举措,持续提供客户全方位的服务与需求其需求,关键举措包括:

- 01 鼓励员工针对问题提出新颖思路和创新方法
- 02 创造创新工作环境和机制,对创新方法和解决方案给予奖励
- 03 聆听与尊重,包容不同意见
- 04 允许失误和犯错,允许员工对标准方法提出怀疑和不同意见
- **95** 勇于挑战权威,善于打破自我,不轻易放弃
- 鼓励建设包容、开放的团队文化



我们跟哪些伙伴 合作开发商品 諾亞合作单位范围广范,基础资产方面包括国内各行业的龙头企业、上市公司等,金融机构合作伙伴包括银行、证券公司、保险公司、基金公司、信托公司、资产管理公司等。

我们的商品为 客户及整体社会 带来什么样的 价值? 諾亞的重要价值在于,通过细分板块、细分产品的 做精、做强、做大,从而使得产品风险可控,收益 较好,产品供给具备一定规模,从而让客户有更多 的好产品可以投资。

引领行业金融变革和产品创新

诺亚发展和获得社会及客户认可的,就是产品持续的推陈出新,目前诺亚的资产配置类别包含现金管理、类固定收益、强化型类固定收益、二级市场、房地产基金、私募股权投资、境外资产配置以及保险经纪8类、共百余项产品销售。

每一项产品都体现了诺亚的理念:我们一直充分理解客户需求,在降低产品风险、提高收益率和保持流动性三者之间找到最佳方案;诺亚也制定《产品创新管理办法》鼓励员工创新,除了将创新产品的绩效乘上5倍计算KPI,每年更设立创新专项奖金100万元,对每年度重大创新产品进行评选奖励,因此我们也发展出多个领先业界的创新产品!

诺亚产品类别	产品特色
资产证券化产品	选择分散性好或有强力担保的基础资产 通过结构化设计为市场提供优质产品
供应链融资产品	运用成熟的管理软件和数量化的风险 分析模型,对物流、信息流进行全面管理



员工宝

诺亚易捷金融科技有限公司 是诺亚财富集团旗下,提供互联 网金融综合服务的子公司,致力 于为中国广大白领用户提供优质 的综合金融服务以及为诺亚会员 提供融资服务,通过互联网提升 金融生态系统效率,让金融更平 等、更普惠。

诺亚易捷致力于提供以白 领理财为核心的优质综合服务, 建立「员工宝」互联网金融服务 平台,所有服务均在诺亚现有面 向高净值客户发行的产品基础 上,根据白领的需求特征做二次 精选。在不同期限下,员工宝投 资机会目标年化收益率可达6%-15%。



员工宝产品核心优势

高收益	预期目标6%~15%年化收益
低门槛	一万元人民币起投
高流动性	支持转受让
低风险	依据诺亚风控体系做二次精选
高透明度	透明完备的信息披露措施,全
	流程第三方银行资金托管
高品质	顶级交易对手和优质金融产品



我们设立微诺亚APP,微信是会员移动端服务平台,可实现 预约产品、存续服务、资金明细查询、金融咨询获取。为增进使 用者满意度,我们通过产品体验改进,上线新版APP,增加了点 评圈功能,通过该模块,会员可与诺亚金融产品专家在线交流。 未来将根据客户需求调研,陆续新添更多功能。

我们透过微诺亚与客户保持良好的互动,透过微信端定期根据节假日、热点事件推出一系列新客户获取、现有客户活跃度提升、产品预售等活动,如世界杯期间上线的竞猜活动,如近期微诺亚赠送《白发魔女传》礼品等活动。2014年下载次数共计3,873次,并已可实现资管产品在线交易,方便客户直接在线支付。

《微谈》:与行业大佬零距离,创新「访谈直播+实时互动」新模式

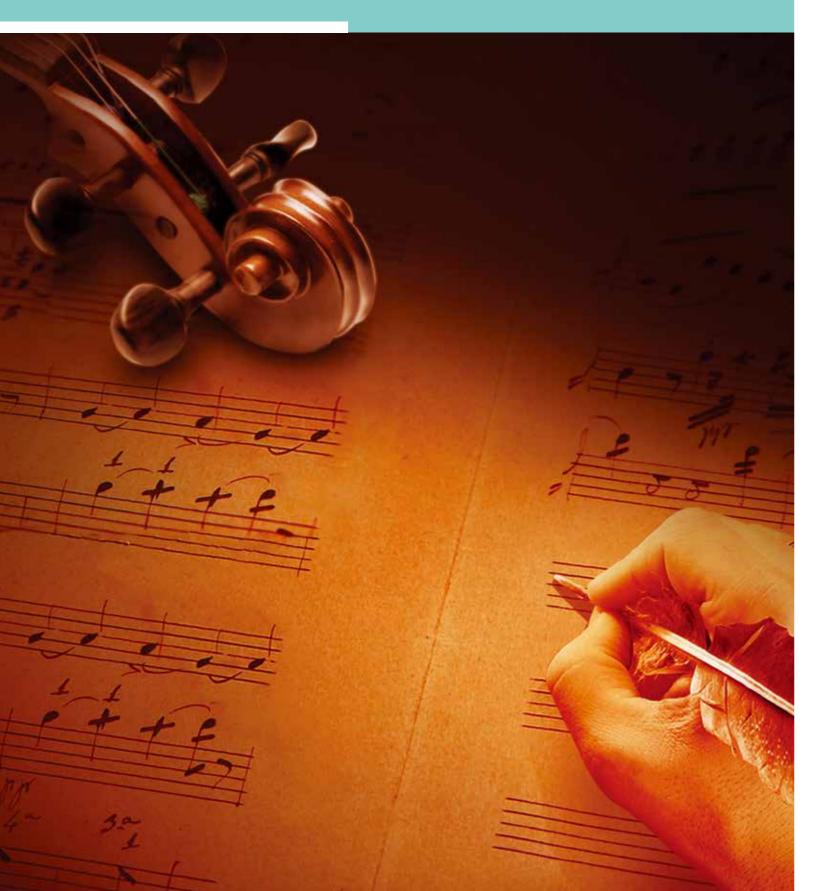
《明哲堂》、《才道》:与诺亚高层面对面,首席产品官一殷哲, 诺亚第一才子一陈昆才,与您一起畅谈财富之道

新产品在线路演圈:新产品路演在线直播,财富机会轻松掌握

存续产品圈:购买同一产品客户的交流平台,投后问题直接问,直接论

正直诚实 Integrity

诺亚财富对「正直诚实」的要求,在于坚持 最高道德标准和社会规范,言行一致、信守承诺、 交付每一分用心。我们希望,每一位诺亚人,都能 够成长为这个国家,这个社会所需要的,「正直诚 实」的栋梁之材。



正直誠实 诺亚财富 | 2014 可持续发展报告 39

严格管理宣传推介材料 反洗钱

严格管理宣传推介材料

诺亚所从事的产业,是个与财富、与资本、与金钱密不可分,与贪婪和恐惧天天同行的行业,比起其它行业来说,更需要「正直诚实」人格品质。

也因此,我们希望每位员工在完成一天的工作,结束一天的辛勤奋战后,都可以对自己说,我是以最严谨的态度,正直、诚实地面一切职业行为。包括对所有的客户和合作伙伴,诺亚人都以正直诚实的价值观,作为最重要的营运行事准则。

为了提供客户值得信赖的服务,所有诺亚人都坚持最高道德标准和社会规范,言行一致、信守承诺、 交付给客户每一分用心。而每位诺亚人的一言一行,都需要用以下的关键举措来要求自己,包括:

- 01 不做有损公司、国家利益的事情,敢于指出违法不良行为,不行贿不受贿
- 02 保护公司的各种机密,拒绝违背准则和价值观的商业交易
- 03 对自己、客户、合作伙伴诚实以对,充分、充足的信息披露与沟通
- 04 正言必行、正行必果;说的和想的一致、想的和做的一致
- 05 坚持最高道德社会规范,言行符合公司规定的行为准则

为促进诺亚基金销售业务健康发展,根据《证券投资基金法》、《证券投资基金销售管理办法》、《关于证券投资基金宣传推介材料监管事项的补充规定》及其他有关法律法规,我们制定《宣传推介材料管理办法》,要求诺亚各级机构制作、分发或公布的宣传推介材料,皆必须遵守此办法,内容必须真实、准确,产品要素应与产品法律文件、监管规定相符;办法中也要求加强对投资人的教育和引导,以建立诺亚客户正确的投资观念。

每项产品推出前,必须要依照诺亚内部订定的「备查表」——检视是否符合相关法规,并经由合规部 检视是否有过分夸大的内容,注意是否有清楚的风险提示及注明相关数据的依据;产品推出后也会进行抽 查,追踪产品发行后的风险与客户风险适配性的匹配状况,若发现落差比较大,在分析原因后,会请资产 管理师向客户进一步沟通,避免认识上的差异带来的误会,以保障客户的权益。



严格管理宣传推介材料 反洗钱

反洗钱

为坚决支持国家反贪腐行动,我们积极配合履行《中国人民共和国反洗钱法》、《金融机构反洗钱规 定》、《金融机构大额交易和可疑交易报告管理办法》、《金融机构客户身份识别和客户身份资料及交易 记录保存管理办法》等法律法规,开展了以下几方面的工作:

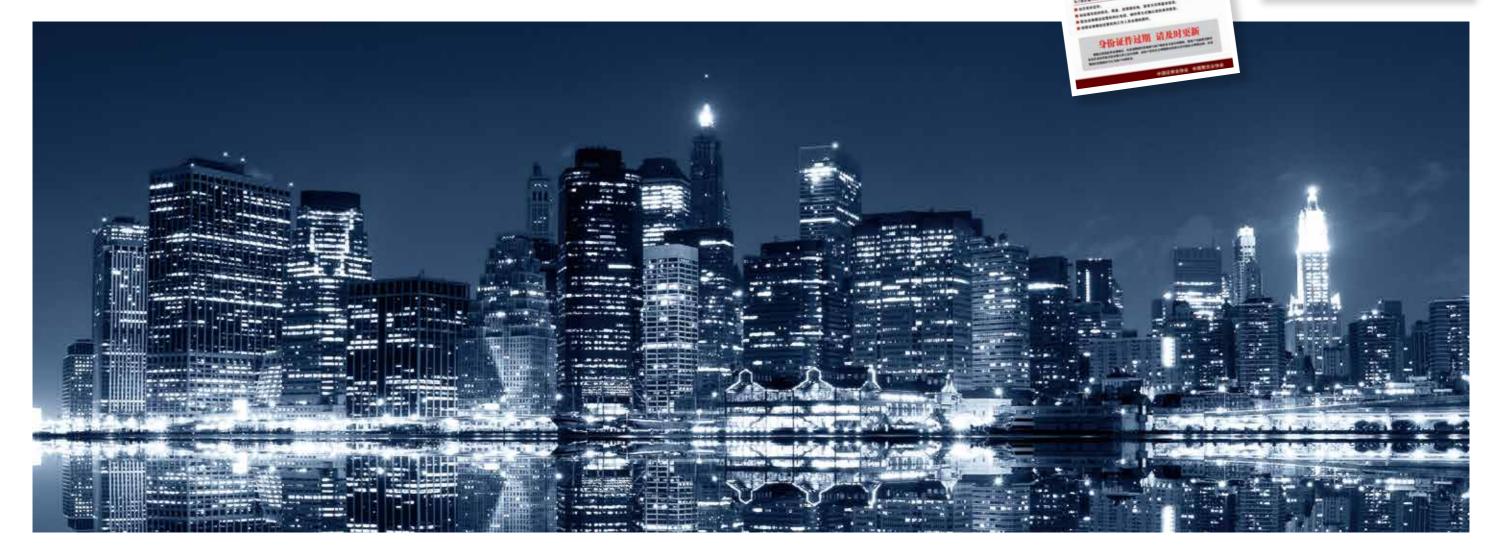
- 在网站上设立反洗钱专栏,普及反洗钱法规,向客户进行反洗钱教育
- 制定反洗钱相关制度,在客户办理入会、开户等手续时通过填写资料、访谈等方式进行客户身份识别
- 客户的交易资金应当由其本人的账户进行支付
- 对于客户身份资料和交易资料进行妥善保存
- 对于发现的可疑交易积极配合金融机构及有关部门进行调查

为预防洗钱和恐怖融资活动, 规范诺亚金通反洗钱和反恐怖融 资监督管理工作, 防止诺亚金通产品和通道被用于洗钱, 我们切实 履行提供支付服务的非金融机构反洗钱和反恐融资义务。

针对市场出现的各类新的贪腐及洗钱行为,我们也将不断优化 完善工作,提升反洗钱的能力,为国家政策的推行略尽绵薄之力。

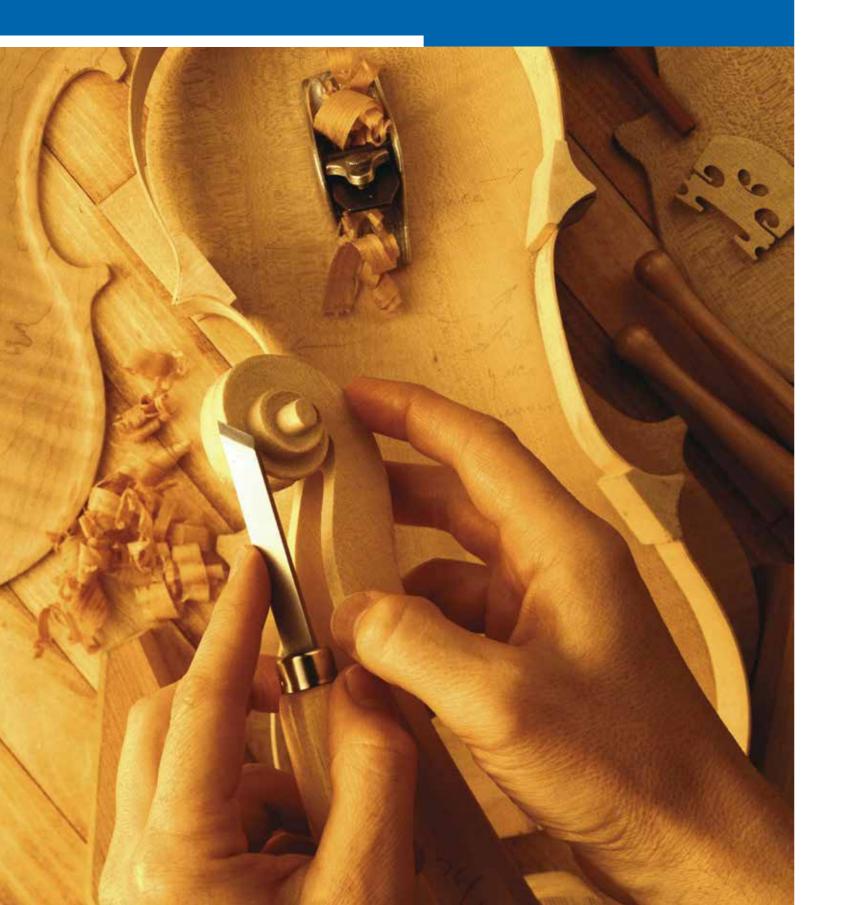
请积极配合证券期货经营





客户关怀 Customer Care

诺亚始终追寻格守专一精到的服务原则,与客户维系恒久互信的关系。最大化的满足客户需求,关怀客户,为客户提供高度个性化的第三方理财专属服务,并将这些经验用于服务我们的客户。





用心专注、专业分享

财富管理行业的核心业务,是财富的管理和传承。为协助客户建立良好的财富观、协助他们主动管理 人生、财富和生活中的风险、提供个性化的资产配置方案,同时提供一定的增值服务,是诺亚倾注心力用 心做好的四项核心服务。

我们紧密围绕客户的核心需求,期待为客户带来惟有诺亚拥有的、不可复制的「客户价值」,提供全方位的CARE服务。我们除了关注客户财富管理和传承,更还关注客户的幸福的本源,期望客户拥有高尚、富有、健康的生活,及精神上的富足和快乐。

我们围绕客户深层需求,开展一系列创新专业服务

- 01 因应部的资金流动性需求,提供短期融资服务的「诺亚融易通电子货币包」业务。
- 02 因应高净值客户「人到中年」的生命周期,我们通过荣耀保险开展了高端医疗保险服务, 以满足他们在这个人生阶段对健康和医疗的刚性需求。
- 03 因应企业家阶层渴求对外部世界的更多了解和更多学习机会的深层需求, 我们成立了「以诺教育」,提供高端的游学和家族财富传承方面的课程。

诺亚客户关怀 (CARE)

- 我们「剪短」传统金融行业的供应链,建立端对端的产品供应能力, 01 让客户可以以低成本直接获得市场上的优质产品。
- 02 我们坚持低成本运营,将省下来的成本变成价值,让渡给我们的客户。 我们的类固定收益产品普遍比市面的产品有更低的风险,略高的收益率。
- 我们通过系统性、周密细致的经济与行业研究,找到最优秀的合作伙伴, 为诺亚的客户带来更多创新产品与稀缺的投资机会。

以客为尊

诺亚认为投资是一门专业技术,而财富管理就好像是一个总体最优的策略,从长远的角度来看,目的是为了替客户创造更好的生活,提高其生活品质。

诺亚的「客户关怀之道」,强调专心、专注、专业,聚焦于解决客户核心需求,提供优化的服务方案。 我们真诚的、从客户角度出发进行沟通与交流,不会过多向客户推销产品,而是结合行业增长情况,结合客户特有的需求,与客户进行沟通和探讨最佳方案。

我们相信拥有全面性的思考,就能更关注目标与方向的正确性,进而减少客户对于短期波动的关注, 我们专注于强化服务而非营销、配置而非销售的商业模式,要求每个产品都有明确的信息披露方案,规避 了客户因产品信息不透明,或理解不当而产生的不良投资决策。

- 01 诺亚承诺为客户持续筛选最优秀的投资经理及投资产品
- 02 诺亚承诺对每一种产品所挂钩的基础资产进行深度的了解和持续的跟进
- 03 诺亚承诺长期与客户保持直接地沟通与分享,让客户了解产品筛选与存续管理过程中的管键环节
- 04 虽然我们不能承诺一定找到表现最好的投资产品,但我们承诺专注于投资经理与产品的长期表现
- 05 虽然我们不能承诺资产配置的最终受益,但我们承诺执业的操守与态度是100%
- PE/VC发展
- 新经济、市场化垄断
- 并购基金年
- ・ 互联网TMT
- 生物医药
- ・公开市场
 ・健康医疗(保险)
 ・別富管理
 ・混合所有制
 全球配置
- 诺亚财富资产配置策略 在风险与收益之间找到平衡



- 刚需、首改、产品为王
- 房地产基金
- 行业集中度加强



严格筛选及掌握产品风险

诺亚财富所累积的品牌信誉,除了源于诚信的企业文化,更来自于优于业界的产品质量。优质资产管理关键,在于充分掌握投资项目的质量,为了确保每个产品的质量、降低产品风险,我们除了制定《产品部风控指引》详列各投资项目评估标准外,更设立专责「风险控制委员会」(简称风控会),控管所有的产品质量。

诺亚风控会由8位诺亚跨部门的资深高阶主管组成,主要针对产品的风险点,销售方式及定价三方面内容进行评估,采取一票否决制,只要有一人不同意,则该项产品就无法上线销售。诺亚每年都会接触、设计数千件产品,但经过一层层检视之后,能进到风控会的产品不到一成。



诺亚为客户实行全面的风险管理







服务至上

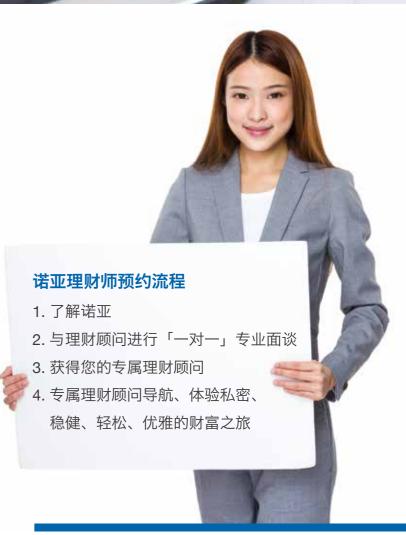
诺亚认为从事财富管理工作的核心,60%是理念沟通,20%是客户教育,而投资产品的选择占20%。 也因此,我们的服务重点,主要在与客户沟通及说明,让客户建立完整正确的财富观念,做好财富传承规划,让自己及家族在各种市场环境下,能够获得长期及稳健获利。

在诺亚,我们始终关注客户需求、深入理解客户,建立长久且牢固的信任关系。甚至,有可能的话,让我们与客户「陷入一场深深的爱恋中去」。我们期望客户不仅仅是客户,还能成为我们的「粉丝」及长久的伙伴。对此,我们期待每一位诺亚人都能做到下列关键服务举措:

- 01 主动向客户征求意见,满足客户需求(包括我们的内部客户)
- 02 不以业绩为导向。以客户利益为先,从客户需求出发,为客户提供资产配置的服务,并定期检视
- 03 理解客户期望,迅速有效地响应客户提出的问题,保护客户知情权,充分而及时地告知客户所需信息
- 04 与客户建立并维护长期、牢固的信任关系,维护客户利益。主动关注客户财富之外的需求
- 05 从容面对投资行业的变动、不确定性,说明客户应对贪婪和恐惧
- 06 关心客户的心、身健康,关心他们幸福的本源:追求自我的人生,与家庭的圆满

第三方专业理财服务

诺亚始终致力于为高净值客户 提供客观中立的理财方案,是目前中 国规模最大的独立第三方专业理财机 构。我们格守专一精到的服务原则, 与客户维系恒久互信的关系。最大化 的满足客户需求,关怀客户。为客户 提供高度个性化的第三方理财专属服 务。并将这些经验用于服务我们的客 户,为客户提供一个私密、稳健、轻 松、优雅的理财环境。





建构专属支付平台

在支付部份,为提供客户安全、灵活、便捷的综合支付解决方案,提供精准的数据挖掘服务,提供多层级、全方位的会员(积分)管理系统服务,我们在2014年3月在中国首个自贸区——上海自贸区注册成立上海诺亚金通数据服务有限公司,为诺亚集团旗下全资子公司。

我们通过自有支付信息处理平台,立志将金通打造为诺亚的「内部银行」,支持诺亚内部结算、客户购买产品支付、产品收益分配等结算信息处理或个性化结算信息服务的需求;通过优化渠道配置,有效的提高业务处理效率,同时为客户降低业务处理成本。

诺亚金通拥有的客户增值服务平台与会员体系服务平台,将大力为客户提供支付服务、账单管理服务、福利计划实施、一卡多账户应用体系服务等,依此为诺亚客户之员工会员系统(主要指授信消费)进行建设,构建诺亚特色持卡人客户群,为诺亚其他条线业务进行客户资源准备。

我们期待透过诺亚金通的设立,为诺亚客户提供全方位的服务

- 01 迅速建设多渠道结算通道,为诺亚现有客户信息流对应配置交易资金信息流,完善诺亚对客户的服务。
- 为诺亚客户所管理的公司推出「员工回馈计划」,协助诺亚客户处理员工福利。 提供高附加值、支付及账单管理服务。
- 03 为诺亚现有客户所管理的员工推出诺亚会员(授信消费)服务,建立诺亚特色服务商圈,服务诺亚个人客户。

客户关怀 诺亚财富 | 2014 可持续发展报告 5 |

以客为尊 服务至上

客户满意度管理

为了了解客户商品与服务之评价,诺亚提供多元的客户申诉途径,客户得以书面、e-mail、电话等方式,向我们沟通及申诉。除了妥善处置及检讨状况外,我们亦会透过加强专业训练、服务礼貌教育等方式,持续提出矫正与预防的方案,提升服务质量。

执行客户满意度调查,听取客户意见,做为改进之参考。我们优先调查与客户第一线接触之公司,针对财富管理师的服务质量,及其商品与服务进行评鉴。针对客户的投诉,会先由客服人员厘清问题,再决定要转由产品部或业务资源部处理,涉及违规事项的投诉,则会交由合规部进一步调查。

专业保安培训 确保访客便利与安全

为确保每一位到诺亚的访客受到尊重,我们严格要求每一个服务据点的保安人员,除了挑选经国家许可、为专业外资保安公司的经营单位,并优先选用军人背景,须提供无犯罪记录证明,亦要求保安公司必须提供专业包括情安、礼貌礼仪职业培训,不允许作出任何与法律冲突的不当行为,此外,我们也要求主要通道与点位都要有监控设备,监控室的保安员须持证上岗消防管理员证书。



所有保安 与接受保安训练人数 2014年



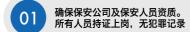
人 所有保安 与接受保安训练人数

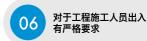


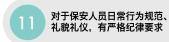
所有保安 与接受保安训练人数

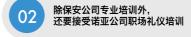


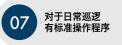
诺亚相关保安措施

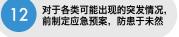


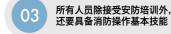


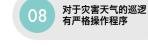


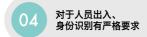


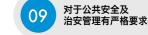


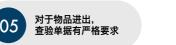


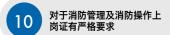








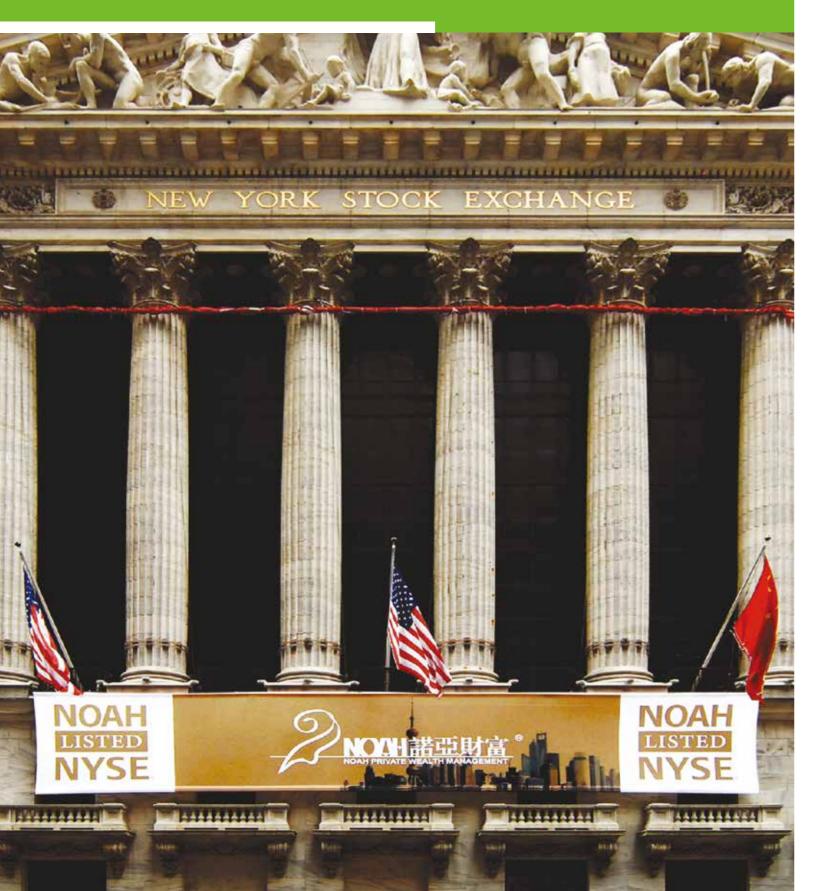






专业主义 Professionalism

诺亚对于员工的价值主张,不止于对员工个体的关爱, 更是对员工和家庭全方位的关爱。希望能始终跟着公司一起成长的人,分享公司成长带来的累累硕果。



透明化的员工招募流程

诺亚作为随着中国的企业家阶层一起成长的一家公司,对于「人」这个字背后的深刻意义,对于每个员工身心灵的成长,有着异乎寻常的深刻洞察。诺亚从自我的发展进程中,提炼了五条核心价值观:「正直诚实、专业主义、客户关怀、勇于创新、心灵成长」。诺亚希望,每一位诺亚人都有共同的核心价值观,成为紧密凝聚在一起的团队。

愉悦工作 福享生活

我们致力于提供富有发展机会的职场环境,自我期许成为最照顾员工的一流标竿企业,使诺亚成为有志投入财富管理领域优秀人才的第一选择。诺亚进行员工招募时,不会因其性别、种族、身体状况、宗教、政治、婚姻状况等立场不同而有所歧视,薪资待遇也不会因为上述理由而有所差异。

诺亚的人员招募乃由需求部门向招聘团队提出招募需求后,由招聘团队进行需求分析后启动招聘机制,发出公开征才讯息,通过HR初步面试后,由需求部门负责人及高管进行复试,确认候选人符合部门需求后,确认薪酬及寄发录取通知,并于3~6个月试用期满后,针对新人进行考核。此外,诺亚员工皆为固定期限的员工,每三年重新评估是否继续聘雇。由于诺亚集团属于服务业,基于产业特性的需求,目前尚无雇用身心障碍人士,以缴纳残障金代之。

□ 1,860人 □ 1,860人 □ 40.6% □ 55.9% □ 346人 □ 41.3% □ 1.9% □ 1.9% □ 1.9% □ 1.6% □ 38.6% □ ★国员工 ○ 58.9% □ 279人 □ 42.3% □ 1.3% □ 59.8% □ 1.3% □

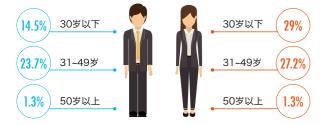
员工年龄分布状况

2014





1,860人



年 度		20	12年	2013年	
		人数	百分比	人数	百分比
	30岁以下	110	10.6%	141	11.1%
男	31~49岁	181	27.5%	342	26.8%
	50岁以上	12	1.4%	26	0.2%
	30岁以下	254	24.5%	322	25.2%
女	31~49岁	347	33.5%	419	32.8%
	50岁以上	24	2.3%	26	0.2%

新进员工状况

2014





1,213人



:	年 度		12年	2013年	
新进	进员工人数	633		659	
		人数	百分比	人数	百分比
	30岁以下	100	15.8%	116	17.6%
男	31~49岁	181	28.6%	183	27.8%
	50岁以上	12	1.9%	14	2.1%
	30岁以下	154	24.3%	180	27.3%
女	31~49岁	167	26.4%	156	23.7%
	50岁以上	19	3%	10	1.5%

具竞争力的薪酬制度

诺亚提供员工优于市场的薪酬,包括一般工资、奖金、福利、股权、股票或是期权,除了依照工作内 容及职级支薪,并依照其年度绩效提供绩效奖金,也会根据不同的工作性质特点,参考季度考核为部分岗 位提供季度奖金,部分有兼任管理的员工可享有分公司监管管理津贴。

此外,诺亚并提供多样生活及工作面向的补贴,包括通讯费补贴、外派补贴等,落实照顾员工的企业 社会责任。





一般员工

中阶主管

高阶主管

员工离职状况

2014

















年 度		2012年		2013年	
离职人数/ 離職率		622/ 60.1%		428/ 33.5%	
		人数	百分比	人数	百分比
	30岁以下	85	13.7%	85	19.9%
男	31~49岁	212	24.1%	126	29.4%
	50岁以上	10	1.6%	3	0.7%
	30岁以下	133	21.4%	112	26.2%
女	31~49岁	175	28.1%	84	19.6%
	50岁以上	7	1.1%	8	1.9%

2014 男女员工缺勤率





缺勤率=总缺勤日数÷总工 作天数×100%

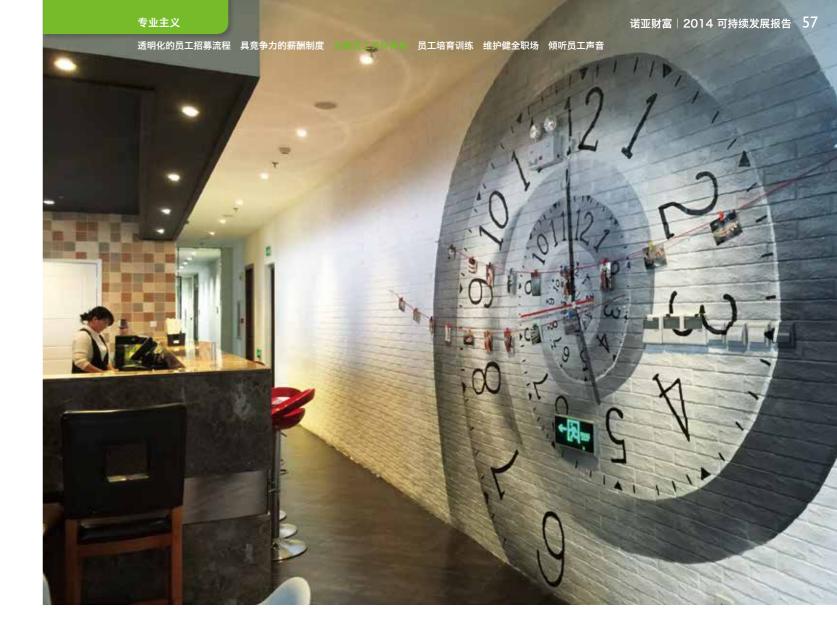


完善员工关怀体系

诺亚把员工当作家人, 诺亚的伙伴和家人们也同样应该是我们最关爱的人, 我们认为提供员工良好的 福利, 将有助于员工在工作上尽情的投入心力, 为此, 我们提供员工多样化的福利措施。









身体健康



年度体检



生活福利

我们每日上午10:15在每个楼层提供食品吧,提供点心牛奶,豆浆,下午3点提供员工健康的下午茶水果,让员工每天在固定时间段可以享有茶歇,下午6点后加班时间提供酸奶,面包,蛋糕等;每月定期举办一次生日PARTY,当月生日的员工皆会收到一份特别的生日礼品作为祝福,此外,我们并提供下列补贴:

- 通讯费补贴: 依其职级提供员工相应的通讯费补贴。
- 外派补贴:提供部分异地派遣人员外派津贴、 房租补贴、探亲交通费,并且额外享有带薪探亲假。
- 独生子女补贴:针对独生子女父母的员工, 提供独生子女补贴。
- 婚丧嫁娶慰问金:员工遇到婚丧嫁娶等事宜, 提供相关礼品慰问金。
- 税优规划:在政府许可的范围内,尽可能为诺亚员工 提供最优的税务规划。



保险福利

我们依据各地相关政策执行社保公积金等法定保险福利,此外, 提供有出差外派行程需求之相应员工享有航空意外保险、为高级管理 人员提供高端医疗保险等保险福利,并推出安家安心项目,以优惠政 策贴补,协助员工成家立业。

关怀名称	对象	备注
员工福利	诺亚全员	为诺亚员工配置方案一 或方案二,并为其配偶/ 子女配置保险方案
高管福利	诺亚高管	高端医疗保险、定期 寿险、重大疾病保险
诺亚老员工福利	为诺亚服务超过5年的员工	配置保险方案
定期寿险	诺亚员工及家属	保费打折



员工关系与身心健康促进福利

我们致力打造具有诺亚特色的员工文化,每年定期规划举办旅游、联谊会、亲子活动、关怀活动等,并提供免费舒适宽敞的篮球场、健身房、瑜伽室、影音室、淋浴间等,供员工于工作闲暇之余使用,确保员工身心健康,瑜伽房亦提供给主题社团组织员工工作时间外的休闲活动之用,同时也开放给诺亚的客户使用,同时照顾员工及客户的身心需求,让诺亚员工与客户一到诺亚就像回到「家」一样的舒适,更创造相关设施的使用价值。

为照顾员工健康,我们提供诺亚员工福利体检,员工每年可到专业体检机构,进行全身健康检查。此外,我们也特别贴心的针对女性提供相关检查项目,提早预防相关健康风险,为员工健康把关。如有重大疾患发生,公司会追踪并提供相应的援助措施,但2014年未发生。

2014年我们于新年举办员工抽奖和员工年会,增进员工关系,并在六一儿童节为诺亚家人提供儿童节礼物和派对活动,母亲节、父亲节、七夕、圣诞、妇女节都有各类活动;并有瑜伽、帆船、太极、羽毛球、篮球、徒步、网球、足球等8个社团,活动频率每周1-2次。









弹性工时

诺亚员工上下班采弹性工作制,上班时间由上午8:45至9:15之间 到达公司,下班时间相应由5:30至6:00之间,按照上午达到时间推至 相对下班时间,让员工可自由安排工作时间,避开交通颠峰时间,并 增加工作效率,提高员工家庭生活品质及弹性。



育婴福利

诺亚照顾女性员工,保障员工工作权,提供女性员工良好的工作环境,女员工可按国家规定享受最高143天的产假;产假期间除国家社保机构给予的生育津贴之外,公司还会提供相当于其原基本工资八成的薪资,使其无后顾之忧的回到工作冈位上;并且在婴儿一岁以内,员工均可申请每天一小时的带薪哺乳假。



诺亚老员工关怀方案

是员工亦是家人, 诺亚对于多年贡献专业及精力, 伴随着诺亚成长的伙伴, 亦透过荣耀与关怀的分享, 让老员工累积新的力量, 再造高峰。



畅通的沟通管道

诺亚鼓励员工表达想法并提供多元沟通管道,使员工的个人意见得以获得适当支持与理解,并增进对公司的认同感与员工间的凝聚力,促进更好的组织发展。

员工对于内部有任何道德或法律上的疑虑,由于内部沟通非常透明,员工除了可以向部门主管、对应部门的主管反应,更可以透过内部网络直接找高阶管理层申诉。

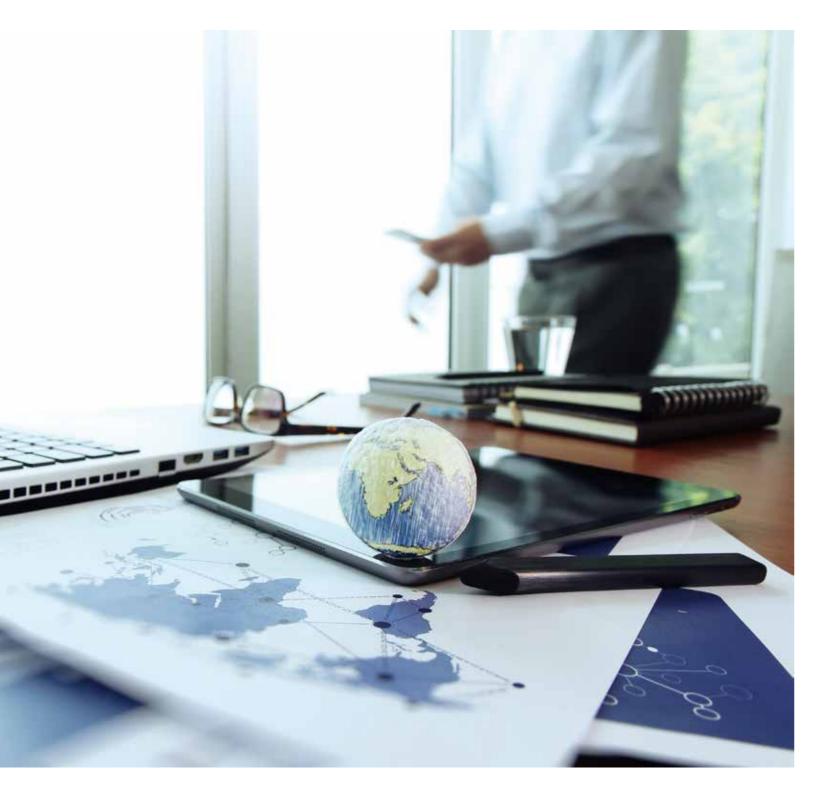
对于客户,我们提供多元的举报申诉机制,客户如有疑虑可先透过专属的理财师反应,或经由官网的客服e-mail与热线(400-820-0025);行动用户也可透过APP进行申诉。无论是从什么管道反应,诺亚都会有专人负责,并遵循内部SOP的流程尽职调查,务求尽快理清事实,若有不当的行为或事件则进行后续的惩处。





员工培育训练

具备专业知识与态度的员工,才能为诺亚的客户提供最优值的服务与价值,因此,我们要求诺亚人展 现高度的专业,包括高度的责任感,勇于承担,系统性地思考,专业、专注、专心致志;用高标准检视所 有工作流程,以诚恳的态度精雕细琢每一项工作,提供满足客户需求的产品和服务。

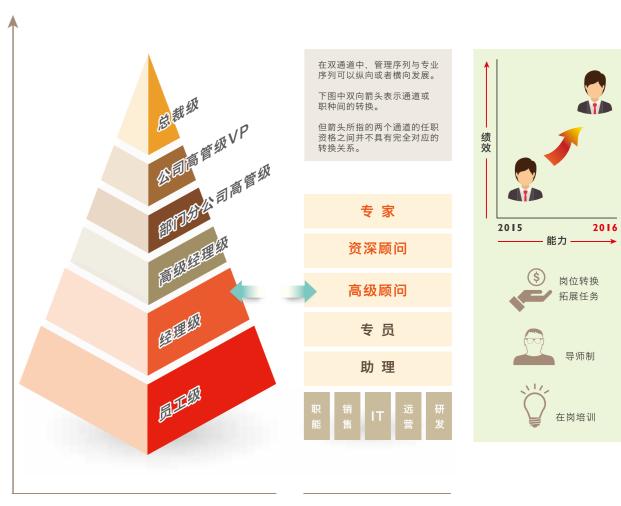


为教育员工展现专业主义,我们针对不同职级规划一系列的员工培训计画,培训类别包括管理阶层培训、企业及核心价值培训、专业训练培训、通用技能类培训、子公司团体培训等,全方位强化诺亚员工的专业核心能力,提升员工专业职能及职场竞争力外,同时确保客户得到最好的专业服务,形成正向循环。

诺亚人才培育发展策略

- 01 体验并认同诺亚文化和核心价值观,坚定职业选择方向,理解企业理念和员工行为规范。
- 02 理解企业战略、组织架构、各中心关键职能、产品知识和业务拓展情况。
- 03 帮助新进员工适应工作群体规范,掌握工作必要职业技能,建立关键性工作关系。
- 04 通过团训,熔炼团队,提升团队合作能力、凝聚力及学员创新能力和主人翁意识。

诺亚关怀员工职业发展



管理序列

专业序列

员工培训除了由内部讲师进行相关专业训练外,我们也委托外部专业顾问及讲师为诺亚量身打造符合 企业文化及产业需求的课程,协助员工面对客户时的沟通与情绪管理能力的提升,提供最佳的专业服务。

	培训类别	培训内容	对 象
	管理阶层培训	诺亚的高管、中层以及技术层面 分总的领导力培训	管理阶层
	企业及核心价值培训	企业文化跟核心价值观方面的培训 三阶段培训	全体员工
\$	专业训练培训	理财师专业训练 图行专业、IT专业、客服专业、 人力资源专业、其他	相关单位员工
	通用技能类培训	沟通技巧 应用与写作 情绪和压力管理(如职场情绪管理) 商务礼仪 演讲	全体员工
$\overline{\mathbf{Z}}$	子公司团体培训	诺多班 一阶班	子公司员工
***	新进员工培训	推动管理培训生项目, 透过在岗训练、轮岗实践、 带教督导、培训研讨及外部 交流策略,强化新进员工能力。	新进员工

完整理財師新人培訓

项 目	培训目的	培训对象	培训时间	课程模块	通关方式
启航班	给概念、给基础 给训练、给目标	入司0-2月 的理财师	每月度1次或 每2个月1次 (根据新人招聘量安排)	公司介绍 产品基础 作业运营 主顾开拓	基础测试
领航班	给理念、给方向 给技能、给分享	入司3-6月 的理财师	每季度1次	产品回炉 风控逻辑 业务逻辑 销售技巧 资产配置基础	课件内化整理 在线测评 计划研讨
巡航班	给提升、给表彰 给回炉、给舞台	入司7-9月的 理财师	每年3次	资产配置深入 产品存续 财富传承 客户经营 技能提升	个人盘点 专场分享 计划研讨



2014年理財師培訓成果





受训人数

举办期数



举办期数

36

领航培训



受训人数



98 精兵培训



精英/ 受训人数 分总培训





受训人数

项目经理 培训

合计 举办期数 1,387 受训人数

卓越菁英理財師訓練



财务管理

- 企业报表分析及年报解读
- 企业现金流模型 • 企业融资渠道分析对比
- 税务基础及税务筹划概述
- 了解企业财务报表基础及年度 解析要点
- 掌握企业现金流全过程及来源
- 企业融资渠道的优劣势分析
- 企业税务常见税种和基础筹划 技术了解



产品研发

- ・产品开发策略
- 产品生展过程 • 产品要点及风控
- 了解每个产品背后的细节, 从开发到制造的整个流程
- 熟悉每个产品板块的风控要求
- ・能够掌握个人制造产品全流程



实战演练

• 产品介绍演练 • 资产配置方案演练

- ・产品演练以小组为单位,进行 产品介绍和异议处理,增强实
- 资产配置方案演练,根据客户 模型,制定资产配置方案,提 升资产配置的实战技巧



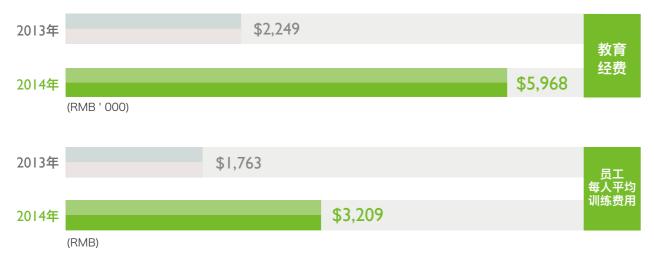
客户关系

- 大客户开发维护
- ・赢在客户关系 • 客户服务及异议处理
- ・高端商务礼仪
- ・高端品鉴专题培训

- ・掌握客户关系维护的基本方 法,及时将客户从简单销售到 关系销售转换
- ・提升客户服务技能,体现私人 银行品质

员工受训时数 54,490hr 48,154hr 64hr 64hr 52hr 37.5hr 20,480hr 3,840hr 2013 2014 2013 2014 2013 2014 2013 2014 培训部 以诺教育 培训部 以诺教育 面授总学时 面授总学时 人均训练学时 人均训练学时

员工训练状况及投入教育训练年度总费用



诺亚内部兼职培训师级别	评聘方式
诺亚「三阶段」助教	在以往「三阶段」毕业学员中按照表现、绩效和职级标准进行感召。
诺亚资深培训师	通过自荐或直线经理推荐的方式。
诺亚高级培训师	1. 总公司员工直接经总部培训部审批同意后即可取得培训师资格。
诺亚培训师	2. 子公司、区域、分公司员工需首先获得本单位培训管理人员审核通过,
储备培训师	再经总部培训部审批同意,方可取得资格。

诺亚CARE学院

除了提升诺亚员工的专业知识外,诺亚也投入大量资源提升诺亚员工的心灵健康,为此诺亚成立诺亚CARE学院。讲座议题涵盖广泛,包括老人养生、孩童教育、心灵成长等。

内部讲师培训制度

为完善诺亚培训体系,加强诺亚培训师管理的专业化和制度化,打造一支具有诺亚教练文化特色、高质量的培训师队伍,更好地服务于诺亚战略、业务增长和人才培养,诺亚设置了内部兼职讲师的培训机制与评鉴制度及办法,透过多层次的专业培训,让具潜力的员工成为种子讲师,传承及提升专业知道及服务技能。



66

透明化的员工招募流程 具竞争力的薪酬制度 完善员工关怀体系 员工培育训练 维护健全职场 倾听员工声音

维护健全职场

诺亚重视员工的工作与自由集会结社的权利,为维护员工的工作权益,我们订有相关人事管理规范及申诉办法,此外,为促进男女平等的工作环境,我们亦订有相关的性骚扰防制政策与申诉处理机制,保障员工不会因为性别、种族等不同而受到不同等对待,确保所有受雇员工在诺亚都受到同样的尊重与对待。



反商业贿赂培训机制

为提供客户最安心的服务,我们重视财富管理师及所有员工的道德行为,并建立完善的反商业贿赂培训机制,我们于2014年聘请律师针对全体员工进行反商业贿赂培训,并将律师的培训情况录制视频,放在诺亚家园网站平台上,使任何员工任何时候均可阅读。

为确保及加强员工考核,诺亚每年在家园网站平台针对所有员工进行反商业贿赂的线上考核,截至 2014年底,考核总人数达1,547人(所有员工1,764人),考核完成率达88%。其中未进行考核的人员中有 一部分属于新员工入职的学习期,暂未进行强制考核。

职务调动

诺亚尊重员工人权,若遇有营运变动导致须进行职务调整或调动之情事,除提早告知员工使其有充裕的时间另外规划,亦会视当时情况提供员工其他职务选择,使其得以继续于诺亚发挥所长。



倾听员工声音

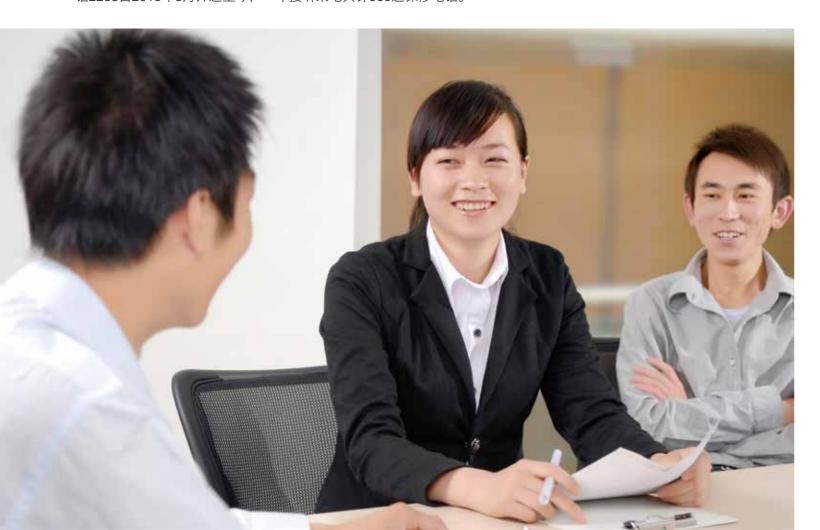
诺亚重视员工心声,我们将员工的心声视为诺亚自我成长前进的重要意见,为鼓励员工表达多元想法,我们提供不同的意见回馈管道让员工有自由开放的沟通平台,包括员工绩效考核与访谈、员工满意度调查、相关物业设施的沟通反应渠道等,员工亦可直接与主管沟通,期望员工在诺亚感受到如家庭般的温暖,共同为诺亚的成长提供正面的意见回馈与贡献心力。

持续的绩效管理

为驱动员工个人目标与组织目标紧密结合,保证企业目标和使命的顺利达成。公司自上而下实现全员 KPI管理,并通过日常辅导与沟通,帮助主管进一步了解员工需要的支持,并适时协助调整,使员工从工作中获得学习与刺激,不断自我成长。同时通过定期或不定期的考核,对员工的目标完成情况进行检视,通过管理者与员工的持续沟通,不断提升和改善员工的绩效表现,使员工得到成长与发展,保持团队活力。

员工沟通与申诉渠道

诺亚提供多样的员工沟通渠道,包括位于诺亚总公司的诺巴克、物业保修电话2288、IT保修咨询电话6677、IT部、行政部、品牌部等都有独立公共邮箱用户企业与员工之间沟通,确保员工的声音如实的沟通与回应。其中,IT保修咨询电话6677一天的接听量约110通,一年约受理回应29,000通电话。物业保修电话2288自2013年8月开通至今,一年接听来电共计960通保修电话。







强化内部沟通与责任意识的高管述职

诺亚倡导开放透明平等的沟通文化, 述职是高管绩效管理的一大特色, 主要目标是通过述职加强高管之间的横向交流, 使高管对各单位的工作有更全面的认识和理解, 确保内部信息畅通, 更具全局观。同时, 通过年度工作总结与规划, 强化高管的目标和责任意识。

诺亚高管述职包括「360度民主评价」和「述职会议」两大环节:360度民主评价关注价值观;述职会议关注工作业绩。我们期望透过价值观与业绩比重的评鉴方式,体现诺亚的企业文化精神。

诺亚高管述职的成果通常包括:

- 1 人力资源中心以会议纪要的形式,将述职会上的相关信息予以记录和传达,并协助推动落实。
- 02 述职综合评分做为年度绩效考核得分,为年终奖金分配、晋升、调薪等后续事项提供参考依据。

环境可持续管理 Environmental Protection



环境可持续管理 诺亚财富 | 2014 可持续发展报告 7

能源与资源管理 健康职场 环境公益行动

能源与资源管理

诺亚从事财富管理行业,尽管产品及服务对环境不会造成重大伤害或污染,然而在财富师服务客户,及内勤人员行政支持过程中,仍不免会使用能源(如电力)及相关资源(如纸张及耗材)。也因此,身为地球企业公民的一份子,诺亚了解「节能减排、环保可持续」重要性,我们从管理层面、经营策略与组织编制开始全面着手,推动各项办公室环保行动方案,致力于减少营运过程对环境所造成的影响。对公司内部;我们通过推动e化、减少纸张用量及采用双面打印等措施,对外;则持续鼓励客户使用网络服务,减少服务过程中的资源损耗。

诺亚可持续家园

为落实环境可持续发展的企业责任,诺亚建构了「可持续家园」蓝图,持续推动各项环境可持续行动,并在公司内部倡议各项环保活动,并发展绿色服务,以具体的行动展现诺亚关怀环境、爱护地球的承诺。从绿色建筑、到节能减碳倡导、办室省水、省电、省纸的落实推动,身为高端财富管理领先者,我们不仅提供客户最安心的财富管理服务,也期望自己成为环境可持续管理的亲善大使!

近年来,能源紧张已经成为全球性的问题,长期对煤、石油等不可再生能源的依赖已经使这些资源濒临枯竭,在人类还没有发现更有效的替代能源之前,能源问题已成为制约国际社会经济发展的关键。

对于以金融服务为主的诺亚来说,诺亚对节能减碳的努力不曾间断,我们积极推动各项软、硬件节能减碳措施来保护环境与节约能源。对内,我们透过行为的改变及电力的控管,来减少对能源的使用,降低温室气体的排放;对外,我们则要求外部的供应厂商,配合诺亚可持续家园行动,提供符合环保需求的产品与服务,共同为环境可持续贡献力量。



72



诺亚办公室环保行动

对金融服务业来说,办公室环境是员工主要的作业场所,尽管有生活垃圾、空气质量、饮用水等议题,但整体来说,我们所使用的资源项目,除了大量纸张之外,还有行政庶务、卫生清洁、会议所需使用之耗材。

对此,诺亚鼓励及积极推动在工作环境中随手做环保,在建筑物能源管控部份,我们采总部统一管理模式,由行政部份负责电力管理、监控、分析及节能;在办公室部份,则以3R为执行原则,亦即减量(Reduce)、再利用(Reuse)回收(Recycle),期望藉此减少资源使用,进而将此良好习惯及具体做法带入家庭、小区。



诺亚上海总部能源使用数据

项目—单位	2013年	2014年
电力—gJ	1,868	3.180
能源强度—GJ/百万美元	11.4	12.8
GHG排放量─tCO₂e	420	716
GHG排放强度—tCO₂e/百万美元	2.6	2.9
水使用量─吨	3,728	7,334
汽油使用量─∟		12,384
保洁费用-人民币	145,454元	1,239,644元

备注: 能源强度 = 电力使用量 / 营业净收入 GHG排放强度 = GHG排放量 / 营业净收入 碳排放转换系数 = 0.8095 tCO₂e / Mwh

持续环境倡导

2013年起,行政部联合作业部,组织了全国行政岗的作业与行政事务培训,在每一次的培训持续宣导职场管理手册。

职场环境管理措施

项 目

说明

电力空调管理

- 将空调定温在摄氏26度。
- 将照明设施更换LED灯管,既符合照明需求,又可节能减碳。
- 物业保安一天进行4次巡逻检查,统一巡视关闭办公及会议区域空调,降低空调电力损耗。
- 物业保安从晚上8点开始进行夜间巡逻,同时关闭办公区域内未使用的照明与空调电源。

水管理



- 在茶水间与卫生间使用感应水龙头, 让省水更有效率。
- 厕纸擦手纸, 宣导适量使用, 避免浪费。
- 鱼池更换下的水会被用于冲洗明沟和路面。

行政控管措施



- 以盆栽绿化办公室,减少空气中的二氧化碳浓度,提高室内空气质量。
- 统一设定屏幕/主机待命时间,系统未动作超过一定时间,则关闭屏幕,或让系统进入休眠模式。
- 影印室设置双面打印回收篮,无机密资料纸张可以放回打印机边的回收篮, 善加利用回收纸。
- 文具用品统一控管及回收,减少不必要浪费。

员工行为改变



- 公司全员宣传节能环保的主题月。
- 员工若需要长时间离开座位, 鼓励随手关闭屏幕电源。
- 中午用餐及下班离开办公室时,顺手关闭空调与灯源。
- 下班离开办公室, 关闭闲置打印机。
- 会议室使用完毕, 关闭所有空调与灯源。

减少纸张使用

财富管理服务需使用大量纸张,为了实现减少纸张的使用, 我们将纸张成本支出数据可视化,进行再生纸的回收利用及纸张使 用倡导,推动全面的纸张管理及减量计划。

我们运用最新打印机科技进行管理,并整合员工打印需求,员工可透过员工证刷卡打印文件,方便统计算每个人用了多少纸张,同时复印机均经过设置,不用的时候会进入休眠状态,减少电力损耗。

鼓励视频会议

诺亚据点及客户偏布全国,为节省因会议沟通而耗费之时间及人力,提升开会效率,建置视频会议设备。透过宽带网络的链接,利用影像及语音的输出入设备,让距离不再是限制,达成信息交换及沟通目的.降低交通往返之排碳量。



健康职场

在多数人的职业生涯中,每天有将近三分之一时间在职场中渡过,因此职场的安全健康与否,将成为 影响诺亚员工的健康与服务质量的重要关键。1999年世界卫生组织西太平洋区的研究指出,建构一个健康 安全的职场环境,可提升员工士气、降低员工离职率及缺勤率、增加生产力、并降低健康照顾与保险的成 本;对员工而言,一个安全健康的工作环境、有助于减少工作压力、增加工作满意度及维护健康,进而强 化服务质量。

为了让每一位诺亚人享有舒适安全的工作环境,我们考虑各单位部门的需求做设计,包括大量的绿植,营造舒适的环境,让绿色与科技办公大楼共生,创造出更贴近自然环境的工作空间。至2014年止,诺亚总部共有市内绿植鲜花522盆,室外绿植鲜花约2,000平米,此外,我们也定期委请第三方环境检测机构检测是否符合员工的工作需求,持续进行改善。





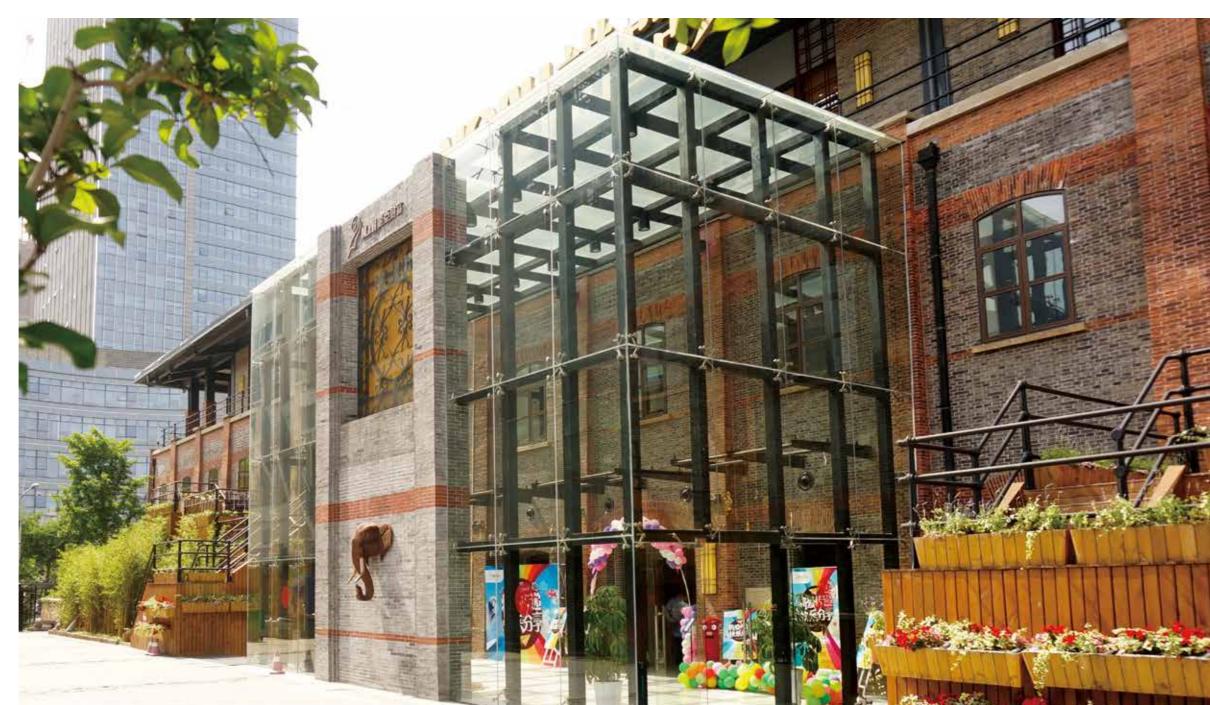
古迹维护与绿化

诺亚财富位于上海市杨浦区秦皇岛路32号 东码头园区C栋,该建筑物为历史保护建筑, 严禁改动, 为了兼顾美观, 给客户及员工较好 的工作环境, 诺亚在政府政策可允许的范围 内,做了最大的创新改造。在没有要求的软装 和绿植等方面, 通过色彩运用和搭配等方式, 将环保和设计感融入,做出最大的成效。



新职场建设环境考虑

- 新职场建设初期,施工单位会严格按照施工规范,将排水排污管道铺设好,避免对环境的不良影响
- 施工过程中,建材会采用有绿色环保的材料。地毯及板材类会安排送样至政府有关部门检测,确保安全品质
- 03
- 施工场地配备灭火器以防火灾
- 在施工结束,家具进场后,会请专业空气检测公司进行空气质量检测,防止有害气体超标 会添置大量绿植吸附净化有害气体,同时会请专业机构用专用设备对职场进行空气净化工程,确保员工身心健康





我们深信「人才」是企业最重要的资源,也因此,如何让每一位员工享有健康舒适的工作环境,是诺亚所努力追求的目标。我们致力打造一个完善的职场环境,提供所有员工在食、衣、住、行、育、乐等各方面完善优质的环境,期望每一位在此工作的诺亚人,都能乐在工作、无后顾之忧。为了了解员工对工作环境的满意程度,我们定期针对行政与物业相关服务进行满意度调查,员工的满意率均达90%以上。







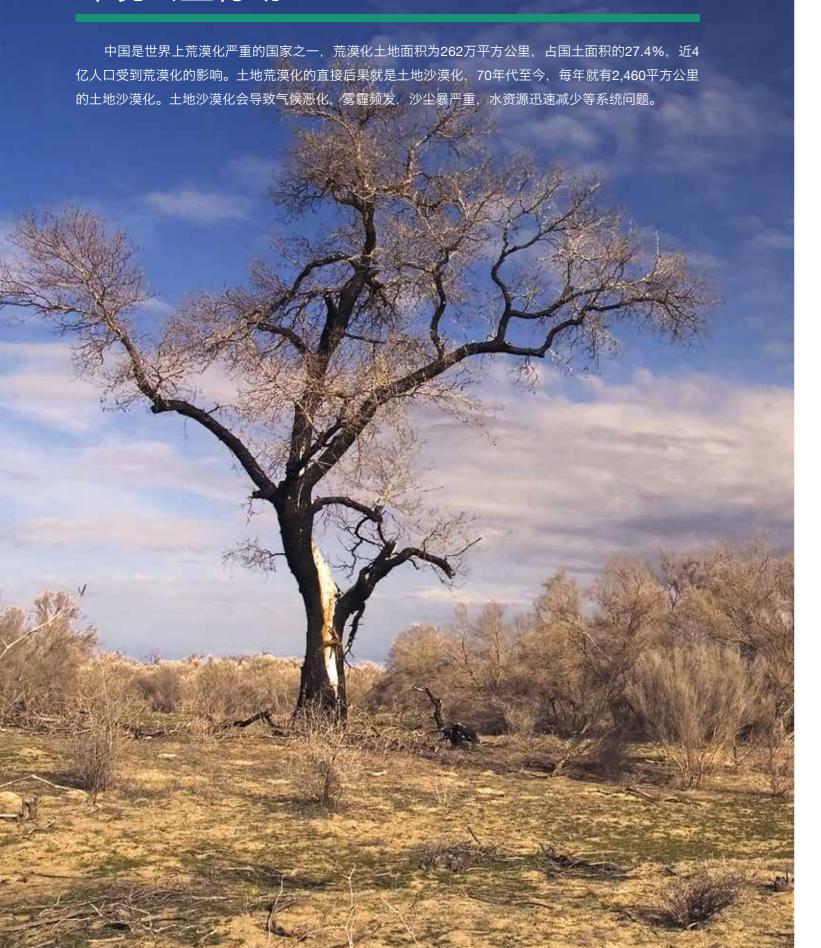
消防及紧急应变机制

为保护员工安全,降低灾害发生率及伤亡率,我们与消防单位建构网络平台,每年均举办1~2次的消防演练,倡导火灾预防及紧急应变措施,教育避难逃生的基本常识要领,强化大楼办公人员防火、防灾等应变能力。

除了倡导演练,我们要也要求物业及保安必须具备一定的消防知识,必须知道灭火器确切位置及使用方法,并提供灾害发生时的疏散引导,协助办公室人员尽快撤离。诺亚服务据点办公楼均按照相关规定,每年都会对所有设备定期做消防的检测,并与专业消防机构联网,万一灾害发生,或有人触发烟杆或喷淋装置,消防机构会在第一时间赶来,确保员工安全。

环境公益行动

80

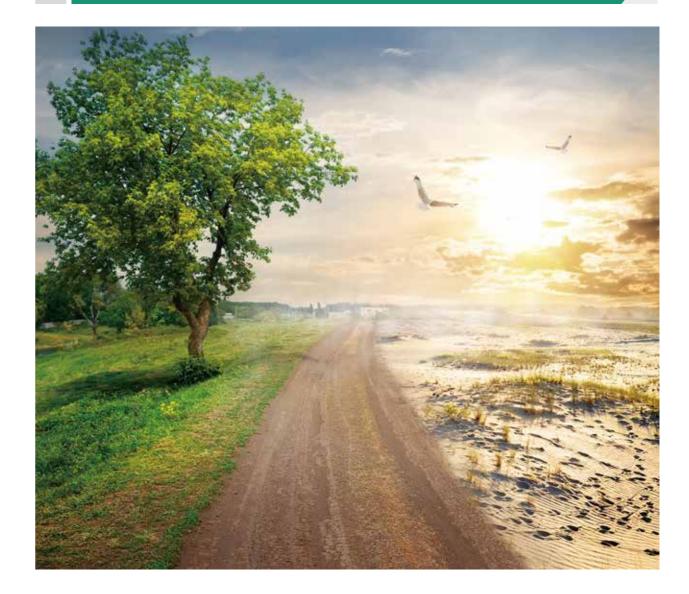


阿拉善SEE公益机构(简称「阿拉善」)是中国首家以社会 (Society) 责任为己任,以企业家 (Entrepreneur) 为主体,以保护地球生态(Ecology)为实践目标的公益机构,由阿拉善SEE生态协会 (简称「SEE协会」) 与北京市企业家环保基金会 (简称「SEE基金会」) 组成,是国内最具号召力和影 响力的环保机构之一。

2014年初,阿拉善发起「一亿棵梭梭」公益项目,计划向社会募款10亿元(栽种梭梭树的成本是10元 /棵), 在腾格里沙漠东缘栽种1亿棵梭梭树, 项目完成后, 将形成一道长5公里、宽2公里的林草锁边带, 截至2014年底,「一亿棵梭梭」已募款600万元,恢复梭梭林7.5万亩,完成200万亩目标的3.75%,后续 的年份会逐步增加。

通过「一亿棵梭梭」项目, 諾亞致力於:

- 同时探索民间环保组织、政府、社区合作开展荒漠化防治、生态恢复和牧民生计改善的有效机制和成功模式



诺亚携手阿拉善推动「一亿棵梭梭」

2010年起,诺亚就加入SEE协会成为会员,与SEE协会并肩走在环保公益的路上,每年投入至少10万元用于支持公益环保项目,并积极参与各类环保公益活动。2014年,又成为阿拉善发起的「绿色供应链行动」首批企业会员,并协助举办阿拉善十周年庆典音乐会。4年多来,诺亚以环保为承诺,不断在金融专业领域和企业文化中注入可持续性发展理念。

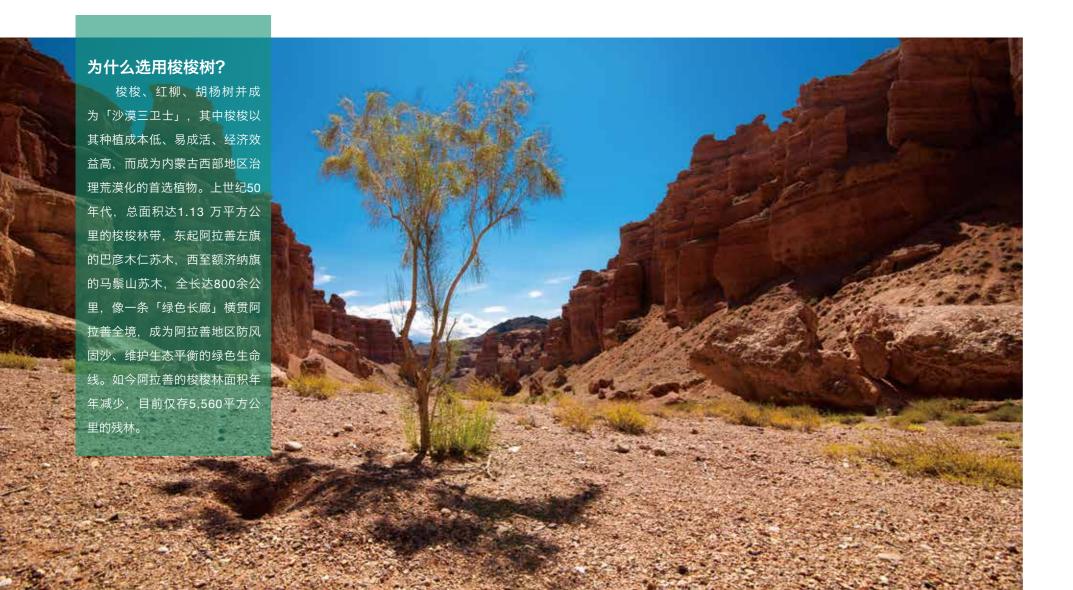
保护千里之外的山水,就是保卫脚下的家园,为了每一片蓝天都有人关心,每一条河流都有人守护,诺亚也携手阿拉善推动「一亿棵梭梭」公益项目,以扩大社会影响力,除了首次将公益捐赠与传统中秋答谢结合,规划「从地标看到你的爱」的活动,也发动员工内部捐款,总计捐出60万人民币作为该项目的公益基金。



诺亚财富中秋答谢活动: 从地标看到你的爱

每年诺亚都会在中秋佳节之际,传递节日问候并回馈下客户,彰显诺亚的专业、品质服务。2014年中秋佳節,诺亚为响应阿拉善「一亿棵梭梭」的环保公益项目,體現社会责任,首次在中秋节礼品中加入慈善捐赠的概念,以客户的名义捐赠梭梭树55,000棵,共计55万元善款用于支持阿拉善盟的沙化地区种植固沙保土的梭梭树林,形成「诺亚心之林」,将这份爱传递给诺亚的高净值客户,点燃大家参与环保,共护地球的点点爱心。同时与NGO协调配合开展阿拉善文献展、穿越贺兰山、诺亚心之林捐建仪式等,期望让客户收到一份与众不同、别出心裁的環保中秋贺礼。透過一系列的活動,层层递诺亚财富重视企业社会责任、积极践行公益的企业價值。

诺亚也采购超过4,000份阿拉善当地产的节水小米,作为中秋礼物,每位钻石级客户皆会收到阿拉善节水小米2包、阿拉善「诺亚心之林」中以客户名义捐赠并栽种的10棵梭梭树、以节水节能技术或自然农法培育的有机健康谷物。配合朴实温馨的外包装,传递诺亚财富一贯倡导的健康、环保富有社会责任感的生活理念。此活动投入1,261,550元。







心灵成长 Learning and Growth

人生中的财富,并非只限于金钱,而应该是整个人生的自由、丰满与幸福。 诺亚财富在早年创业时就提出,诺亚会与客户一起走, 由富而贵,过上富而有爱的人生。



心灵成长 诺亚财富 | 2014 可持续发展报告 85

基金会的愿景与使命 诺亚CARE 其他社会参与总览 外部公益合作对象列表

诺亚公益基金会

世界是美好的,并不止于商业和财富。诺亚提倡每一位诺亚人关心身边的每位同事和合作伙伴、以及我们身处社区的需求,让世界更为美好地可持续发展。诺亚鼓励员工要保持谦卑,拥抱变化与新知、不断学习。与富而有爱的客户一起,积极参加公益慈善,为世界更美好而尽心尽力。获得身心灵各方面的成长、丰富与健康。

诺亚公益基金会是由诺亚财富发起的一家地方性非公募基金会,2014年2月21日,基金会在上海市民政局正式注册成立,注册资金400万,基金会的宗旨是:「怀感恩之心;行善念之举;引富而有爱的人生;立企业社会责任」。

- 01 主要关注领域:心灵成长、环境保护、弱势帮扶
- 2 行为准则:公开、透明、 诚信、传爱

目前,我们是国内少有关注国人心灵成长的基金会,致力于推动中国社会的中坚力量形成富而有爱的幸福领袖圈,将爱返爱、由己做起、关爱世界。同时,基金会与SEE企业家环保基金会、南都公益基金会、基金会中心网等具社会影响力的组织均有深度合作,诺亚Care、阿拉善诺亚心之林等项目逐步成为了新的公益品牌形象。

当每一个诺亚人都能够持续提升自己的时候,我们才能够稳稳的走在事业的道路上,并将这份光和 热,带给整个中国社会。我们认为做到「心灵成长」的关键举措包括了:

- 为富而有爱的个人,及为有社会责任感的企业提供服务
- ・追求身心灵各方面的成长、丰富与健康
- 积极参与公司内的相关培训,同时也让同事 、家人、客户积极参与
- 积极参加公司以外的公益、慈善活动





诺亚CARE

2013 年年初,诺亚与福布斯所联合调研联合发布的针对企业家群体的「幸福指数白皮书」,清晰地指出「财富并非是幸福的第一要素,尤其是对已经达到财富自由的人群。相反,家庭、婚姻、子女关系、自我实现等非物质追求,是幸福的重要来源。」

诺亚独辟蹊径推出的系列「诺亚CARE」身心灵课程,包括亲子关系、夫妻关系,以及父母关怀等课程,几乎每场都爆满。充分证明,在物质生活达到一定的品质之后,大家对内在身心灵成长的追求,要强烈得多。

从2010年起,截止2014年,在中国的21个城市举办了39场深入心灵的课程,4000多个家庭获得幸福的体验,并且有750名学员捐献了9万小时志愿时间。



诺亚CARE 2014开课情况统计总表

课程	地点	时 间	参加人数	投入资源	捐赠统计
	宜兴	4/29-30	102	79,979	102,480
	南通	5/17-18	99	76,915	10,000
丰石泰田	烟台	5/29-30	136	80,734	135,000
幸福密码	沈阳	6/21-22	93	80,000	14,500
	泉州	7/12-13	123	80,000	11,000
	广州	7/26-27	143	80,000	35,000
先知舞者	杭州	5/23-25	78	170,207	245,300
总 计			774人	RМВ 647,835 元	кмв 553,780元





基金会的愿景与使命 诺亚CARE 其他社会参与总览 外部公益合作对象列表

其他社会参与总览

公益筹款「一个鸡蛋的暴走」

为协助多个儿童领域的民间公益项目筹款,诺亚成立平台性的公益募款活动,参与者需要徒步完成 50KM, 并在暴走前与自己的亲朋好友打赌筹集善款: 「如果我为孩子们暴走50KM, 你是否愿意跟我打 个赌?」活动筹集的「打赌钱」将全部用于支持中国儿童领域民间公益项目。暴走结束后一个月,主办方 「联劝」将召开总结会,发布筹款数据和善款流向。

透过此活动诺亚邀请民众一起深切关注儿童最迫切需求,一个鸡蛋8毛钱,100元可以让一个乡村小学 孩子,在一个学期里每天上学都能吃到一个热乎乎的鸡蛋。一个一公斤小药箱约150元,十个小盆友全学年 每天吃上一个鸡蛋约1,760元。

6月7日, 「一个鸡蛋的暴走」公益活动举行总结大会。首次参加活动的诺亚财富队伍, 共获得203位 爱心人士的支持,加上诺亚财富公司捐款,一共80,371元。为孩子们筹得鸡蛋100,464个鸡蛋,帮助913个 孩子吃上营养鸡蛋。





携手诺亚, 凉山儿童快乐六一

四川凉山州喜德县晨光小学位于西昌市和喜德县的交接处,靠 近成昆铁路线,是一所在民族地区办学的民办学校、长期以来面临学 校硬件环境落后和学校师资薄弱且不稳定的状况。学校占地2380平方 米,校舍比较简陋,均为平房,且没有专门的办公室。

目前学校有10名教师, 其中8名为代课教师、2名公办教师。学 生315名, 学生绝大部分为彝族, 主要为凉山其它地方搬迁至此的家 庭, 家人大多外出打工, 孩子和老年人一起生活。

诺亚财富希望为这群孩童送上希望与祝福,2014年5月30日上 午, 萤火助学项目人员郑国泉和诺亚财富成都分公司一行5人到达凉 山州晨光小学,在六一儿童节来临之际,为晨光小学的孩子们献上爱 心礼物, 祝贺他们节日快乐、健康成长。





参与SEE十周年环保公益论坛

2014年6月5日世界环境日当 天, SEE协会举行「从沙尘暴到雾 霾-SEE十周年环保公益论坛」。SEE 历任会长畅谈SEE十年历程。从沙尘 暴到雾霾,十年时间里,SEE生态协 会累计投入超过2亿元,资助超过400 个公益环保项目团队,是中国民间环 保公益行业最大的资助方。2014年是 阿拉善成立10周年,诺亚又捐赠10万 元用于支持「阿拉善十周年森林音乐 会」,不遗余力地响应社会责任。





「中医传承项目」汇报考评会

诺亚公益基金会举办「中医紧缺专科、特色诊疗技术传承人才培养」慈善公益项目汇报考评会,9个中医传承项目的负责人汇报了近期项目发展情况,并和与会嘉宾热烈讨论了新时代下中医传承的现状和发展趋势,为弘扬传统中医文化献计献策。

在诺亚资助下,上海市慈善基金会与上海市卫生局联合开展了「中医紧缺专科、特色诊疗技术传承人才培养」慈善公益项目。首批申报了119个项目,经形式审核、专家评审及出资方共同研究,9个中医传承项目获得资助。





92

G4 Index

			未揭露信息
旨 标	描述	页次与说明	不 拘路 信息 与原因说明
传略及	分析		
G4-1	提供组织最高决策者的声明(如CEO、董事长或等同的高阶职位者)	4~5	
G4-2	描述关键冲击、风险及机会	21	
组织概	兄		
G4-3	组织名称	诺亚(中国)	
34-3	组织有例	控股有限公司	
64-4	主要品牌、产品与服务	7~10	
34-5	组织总部所在位置	上海	
34-6	组织营运所在的国家数量及国家名	+	
34-0	(包括主要营运所在国或与永续发展议题有关的所在国)	中国大陆	
G4-7	所有权的性质与法律形式	7	
G4-8	组织所提供服务的市场	7	
G4-9	组织规模	7~10	
G4-10	员工总数	1,860人	
34-11	受集体协商协定保障之总员工数比例	100%	
G4-12	组织的供应链	33	
G4-13	报告期间有关组织规模、结构、所有权或供应链的任何重大变化	无重大变化	
G4-14	组织是否具有因应相关之预警方针或原则	24~27	
G4-15	经组织签署认可,而由外部所制定的经济、环境与社会规章、原则或其他倡议	82	
G4-16	组织参与的公协会(如产业公协会)和国家或国际性倡议组织的会员资格		
鉴别重:	大考虑面与边界		
		請參考諾亞	
G4-17	组织合并财务报表或等同文件中所包含的所有实体	Form 20-F的	
		Exhibit 8.1	
G4-18	界定报告内容和考虑面边界的流程	30	
G4-19	所有在界定报告内容过程中所鉴别出的重大考虑面	31	
G4-20	针对每个重大考虑面,说明组织内部在考虑面上的边界	30	
G4-21	针对每个重大考虑面,说明组织外部在考虑面上的边界	30	
G4-22	对先前报告书所提供之任何信息有进行重编的影响及原因	无	
G4-23	和先前报告期间相比,在范畴与考虑面边界上的显著改变	无	
刊益相	、 关方议合		
G4-24	组织进行议合的利益相关方群体	32	
G4-25	就所议合的利益相关方,说明鉴别与选择的方法	32	
G4-26	说明与利益相关方议合的方式,包含依不同利害关系群体及形式的议合频率,	20	
	并说明任何的议合程序是否特别为编制此报告而进行	32	
	说明经由利益相关方议合所提出之关键议题与关注事项,以及组织如何响应		
G4-27	这些关键议题与关注事项,包括透过报告。说明提出每一关键议题与关注事项	30	
- · - /	的利益相关方群体		

一般标准揭露				
指 标	描述	页次与说明	未揭露信息 与原因说明	
报告书	基本资料			
G4-28	所提供信息的报告期间	2014/1/1~		
04-20	기보다 ID 전 10 M ID	2014/12/31		
G4-29	上一次报告的日期	今年是第一本		
G4-30	报告周期	每年一次		
G4-31	可回答报告或内容相关问题的联络人	章嘉玉 +86-21-38600624		
G4-32	组织选择的「依循」选项	核心		
G4-33	说明组织为报告寻求外部保证/确信的政策与现行做法	报告编辑原则		
治理				
G4-34	组织的治理结构	22~23		
G4-36	组织是否任命经营管理阶层负责经济、环境和社会议题,	20		
G4-50	并是否直接向最高治理机构报告	22		
G4-38	按分类,说明最高治理机构及其委员会的组成	22~23		
G4-39	最高治理机构的主席是否亦为经营团队成员	是		
G4-41	最高治理机构如何确保避免及管理利益冲突之流程,	22		
0111	及是否有向利益相关方揭露利益冲突	22		
G4-48	最高层级委员会或职位,其职责为正式检视及核准组织永续性报告书,	董事局主席		
01 10	并确保已涵盖所有重大考虑面	至于/01上/10		
G4-54	在主要营运据点的每个国家中,组织中薪酬最高个人之年度总收入与组织	28.74倍		
	在该国其他员工(不包括该薪酬最高个人)年度总收入之中位数的比率	20.7 114		
	在主要营运据点的每个国家中,组织中薪酬最高个人年度总收入增加之百分比			
G4-55	与组织在该国其他员工(不包括该薪酬最高个人)平均年度总收入增加百分比	37.71倍		
	之中位数的比率			
伦理与	城信			
G4-56	组织之价值、原则、标准和行为规范,如行为准则和伦理守则	22~23		
G4-57	对伦理与合法行为征询意见及组织诚信相关事务之内外部机制,	59		
2.01	如服务专线或咨询专线	33		
G4-58	对于举报有违伦理或不合法行为及组织诚信相关问题的内、外部机制,			
	如透过直属管理向上报告、举报机制或是专线	59		

特定标准揭露					
指 标		描述	页次与说明	未揭露信息 与原因说明	
类别: 经	济				
经济绩效					
管理方针	G4-EC1	组织所产生及分配的直接经济价值	21		
22	G4-EC3	组织确定福利计划义务的范围	56~59		
市场形象					
〜	G4-EC5	在重要营运据点,不同性别的基层人员标准薪资与当地最低	4.1		
管理方针	U4-LC3	薪资的比例	4:1		
53	G4-EC6	在重要营运据点雇用当地居民为高阶管理阶层的比例	53		
间接经济	冲击				
管理方针	G4-EC7	基础设施的投资与支持服务的发展及冲击	82		
81	G4-EC8	显著的间接经济冲击,包括冲击的程度	82~83		
类别:环	境				
排放					
管理方针	G4-EN16	能源间接温室气体排放量(范畴二)	72		
71	G4-EN18	温室气体排放强度	72		
交通运输	j				
管理方针	C4 EN20	为组织营运而运输产品、其他商品、原料以及员工交通			
74	G4-EN30	所产生的显著环境冲击	74		
类别: 社	会				
劳雇关系	:				
	G4-LA1	按年龄组别、性别及地区划分新进员工和离职员工的总数及比例	53~54		
管理方针	G4-LA2	按重要营运据点划分,只提供给全职员工	56~59		
53	UT-LAZ	(不包括临时或兼职员工)的福利	50~59		
劳资关系					
管理方针	04144		E E		
67	G4-LA4	是否在集体协商中具体说明有关重大营运变化的最短预告期	是		
训练与教	育				
	G4-LA9	按性别和员工类别划分,每名员工每年接受训练的平均时数	64		
管理方针	G4-LA10	强化员工持续受雇能力以及协助其管理退休生涯的职能管理	62		
60~61	S. D.(10	与终生学习计划	<u> </u>		
	G4-LA11	按性别和员工类别划分,接受定期绩效及职涯发展检视的员工比例	68~69		
员工多元	化与平等机	슾			
管理方针	G4-LA12	按性别、年龄层、少数族群及其他多元化指针划分,	54		
53	2.20.	公司治理组织成员和各类员工的组成	J '1		

## ## ## ## ## ## ## ## ## ## ## ## ##	特定标准揭露						
女男同酬 6年2月計 55 G4-LA13 按员工类例和重要营运搬点划分、女男基本薪资和报酬的比例 55 不核視 管理方計 59 G4-HR3 歧视事件的总数、以及组织采取的改善行动 无相关情事 反意腐 日进行资腐风险评估的营运幅点总数及百分比、以及所鉴别出的显著风险 40-41 以及所鉴别出的显著风险 40-41 不相关情事 40-41 不相关情事 反意の表示方 23 日確认的宽阔事件及采取的行动 无相关情事 大規差情事 反竞争行为 23 方4-SO7 及其结果 水及反竞争行为、反托拉斯和垄断行为的法律诉讼之总数 无相关情事 活規連信 管理方計 23 64-SO8 违反法规被处巨额罚款的金额、以及所受罚款以外之制裁的次数 无相关情事 产品及服务标示 依组织信息与标示程序所划分的产品与服务信息种类、以及需要符合此种信息规定的重要产品及服务类别的百分比 2事件数量总数 无相关情事 100% 营销沟通 64-PR4 控结果类别划分,违反有关营销推广(包括广告、推销及费助)的法规及自愿性规的 无相关情事 无相关情事 营销沟通 64-PR7 39 按结果类别划分,违反有关营销推广(包括广告、推销及费助)的法规及自愿性规则的事件总数 无相关情事 营销方数 64-PR8 51 经证实与侵犯顾客能私权或遗失顾客资料有关的投诉次数 无相关情事 营销沟通 64-PR8 51 经证实与侵犯顾客能私权或遗失顾客资料有关的投诉次数 无相关情事 活规递储 6年更好 日本的是与服务的提供与使用而违反法律和规定被处巨额	指 标	描述		页次与说明			
	类别: 社会						
大板規	女男同酬						
 管理方計 59 G4-HR3		G4-LA13	按员工类别和重要营运据点划分,女男基本薪资和报酬的比例	55			
反合胸 反名内容 反名内容 反名内容 人名日本的公司 人及组织采取的改善行动 无相关情事 6理方针 64-S03 已进行贪腐风险评估的营运据点总数及百分比、以及所鉴别的的盈著风险 40-41 40-41 64-S04 反贪腐效策和程序的沟通及训练 40-41 无相关情事 反竞争行为 逻辑方针 无相关情事 无相关情事 反竞争行为 涉及反竞争行为、反托拉斯和垄断行为的法律诉讼之总数及互动。 无相关情事 法规遵循 管理方针 23 34名-S08 违反法规被处巨额罚款的金额、以及所受罚款以外之制裁的次数 无相关情事 产品及服务标示 64-PR3 依组织信息与标示程序所划分的产品与服务信息种类。以及需要符合此种信息规定的重要产品及服务类别的百分比39 100% 39 依结果类别划分,违反商品与服务信息标示的法规及自愿性规范之事件数量总数 无相关情事 营销沟通 管理方针39 好结果类别划分,违反有关营销推广(包括广告、推销及赞助)的法规及自愿性准则的事件总数 无相关情事 原常路私 管理方针51 经证实与侵犯顾客隐私权或遗失顾客资料有关的投诉次数 无相关情事 法规遵循 管理方针51 因产品与服务的提供与使用而违反法律和规定被处巨额 无相关情事	不歧视						
管理方针 G4-SO3 已进行贪腐风险评估的营运据点总数及百分比, 以及所鉴别出的显著风险 40-41 40 G4-SO4 反贪腐政策和程序的沟通及训练 40-41 G4-SO5 已确认的贪腐事件及采取的行动 无相关情事 透現方計 23 G4-SO7 涉及反竞争行为、反托拉斯和垄断行为的法律诉讼之总数 及其结果 无相关情事 产品及服务标示 G4-SO8 违反法规被处巨额罚款的金额,以及所受罚款以外之制裁的次数 无相关情事 管理方针 39 G4-PR3 依组织信息与标示程序所划分的产品与服务信息种类。以及需要符合此种信息规定的重要产品及服务类别的百分比 2事件数量总数 100% 营理方针 39 G4-PR4 依结果类别划分,违反商品与服务信息标示的法规及自愿性规范之事件数量总数 无相关情事 营理方针 39 G4-PR7 按结果类别划分,违反有关营销推广(包括广告、推销及赞助)的法规及自愿性准则的事件总数 无相关情事 顾客隐私 管理方针 51 G4-PR8 经证实与侵犯顾客隐私权或遗失顾客资料有关的投诉次数 无相关情事 法规遵循 管理方针 51 因产品与服务的提供与使用而违反法律和规定被处巨额	59	G4-HR3	歧视事件的总数,以及组织采取的改善行动	无相关情事			
 管理方针	反贪腐						
G4-SO5 已确认的贪腐事件及采取的行动 无相关情事 反竞争行为 沙及反竞争行为、反托拉斯和垄断行为的法律诉讼之总数 及其结果 无相关情事 法规遵循 管理方针 23 G4-SO8 违反法规被处巨额罚款的金额,以及所受罚款以外之制裁的次数 无相关情事 产品及服务标示 依组织信息与标示程序所划分的产品与服务信息种类。以及需要符合此种信息规定的重要产品及服务类别的百分比 100% 39 G4-PR3 依结果类别划分,违反商品与服务信息标示的法规及自愿性规范之事件数量总数 无相关情事 营销沟通管理方针 39 64-PR7 按结果类别划分,违反有关营销推广(包括广告、推销及赞助)的法规及自愿性准则的事件总数 无相关情事 顾客隐私管理方针 51 64-PR8 经证实与侵犯顾客隐私权或遗失顾客资料有关的投诉次数 无相关情事 法规遵循管理方针 51 因产品与服务的提供与使用而违反法律和规定被处巨额	管理方针	G4-S03		40~41			
反竞争行为 医理方针 23 涉及反竞争行为、反托拉斯和垄断行为的法律诉讼之总数 及其结果 无相关情事 法規遵循 管理方针 23 违反法规被处巨额罚款的金额,以及所受罚款以外之制裁的次数 无相关情事 产品及服务标示 依组织信息与标示程序所划分的产品与服务信息种类,以及需要符合此种信息规定的重要产品及服务类别的百分比 以及需要符合此种信息规定的重要产品及服务类别的百分比 之事件数量总数 无相关情事 100% 营销沟通 管理方针 39 按结果类别划分,违反商品与服务信息标示的法规及自愿性规范 之事件数量总数 无相关情事 营销沟通 管理方针 安结果类别划分,违反有关营销推广(包括广告、推销及赞助)的法规及自愿性准则的事件总数 无相关情事 顾客隐私 管理方针 51 经证实与侵犯顾客隐私权或遗失顾客资料有关的投诉次数 无相关情事 法规遵循 管理方针 因产品与服务的提供与使用而违反法律和规定被处巨额	40	G4-S04	反贪腐政策和程序的沟通及训练	40~41			
管理方针 23 G4-SO7 及其结果 无相关情事 法規遵循 管理方针 23 运人送规被处巨额罚款的金额,以及所受罚款以外之制裁的次数 无相关情事 产品及服务标示 (G4-PR3 以及需要符合此种信息规定的重要产品及服务类别的百分比 39 100% G4-PR4 依结果类别划分,违反商品与服务信息标示的法规及自愿性规范之事件数量总数 无相关情事 营销沟通 管理方针 39 按结果类别划分,违反有关营销推广(包括广告、推销及赞助)的法规及自愿性准则的事件总数 无相关情事 顾客隐私 管理方针 51 G4-PR8 经证实与侵犯顾客隐私权或遗失顾客资料有关的投诉次数 无相关情事 法规遵循 管理方针 因产品与服务的提供与使用而违反法律和规定被处巨额		G4-S05	已确认的贪腐事件及采取的行动	无相关情事			
	反竞争行	为					
管理方针 23 G4-S08 违反法规被处巨额罚款的金额,以及所受罚款以外之制裁的次数 无相关情事 产品及服务标示 (依组织信息与标示程序所划分的产品与服务信息种类,以及需要符合此种信息规定的重要产品及服务类别的百分比 100% 萱琪方针 39 G4-PR4 按结果类别划分,违反商品与服务信息标示的法规及自愿性规范之事件数量总数 无相关情事 萱琪沟通 管理方针 39 G4-PR7 按结果类别划分,违反有关营销推广(包括广告、推销及赞助)的法规及自愿性准则的事件总数 无相关情事 顾客隐私 管理方针 51 G4-PR8 经证实与侵犯顾客隐私权或遗失顾客资料有关的投诉次数 无相关情事 法规遵循 医理方针 因产品与服务的提供与使用而违反法律和规定被处巨额		G4-S07		无相关情事			
23 64-S08 违反法规被处巨额罚款的金额,以及所受罚款以外之制裁的次数 无相关情事 产品及服务标示 依组织信息与标示程序所划分的产品与服务信息种类,以及需要符合此种信息规定的重要产品及服务类别的百分比 100% 39 依结果类别划分,违反商品与服务信息标示的法规及自愿性规范之事件数量总数 无相关情事 营销沟通 按结果类别划分,违反有关营销推广(包括广告、推销及赞助)的法规及自愿性准则的事件总数 无相关情事 顾客隐私 管理方针 51 G4-PR8 经证实与侵犯顾客隐私权或遗失顾客资料有关的投诉次数 无相关情事 达规遵循 医理方针 因产品与服务的提供与使用而违反法律和规定被处巨额	法规遵循						
管理方针 G4-PR3 依组织信息与标示程序所划分的产品与服务信息种类,以及需要符合此种信息规定的重要产品及服务类别的百分比 100% 39 G4-PR4 依结果类别划分,违反商品与服务信息标示的法规及自愿性规范之事件数量总数 无相关情事 营销沟通 按结果类别划分,违反有关营销推广(包括广告、推销及赞助的的法规及自愿性准则的事件总数 无相关情事 顾客隐私 管理方针方用 G4-PR8 经证实与侵犯顾客隐私权或遗失顾客资料有关的投诉次数 无相关情事 法规遵循 医理方针 因产品与服务的提供与使用而违反法律和规定被处巨额		G4-S08	违反法规被处巨额罚款的金额,以及所受罚款以外之制裁的次数	无相关情事			
管理方针 G4-PR3 以及需要符合此种信息规定的重要产品及服务类别的百分比 100% 39 依结果类别划分,违反商品与服务信息标示的法规及自愿性规范之事件数量总数 无相关情事 营销沟通 按结果类别划分,违反有关营销推广(包括广告、推销及赞助)的法规及自愿性准则的事件总数 无相关情事 顾客隐私 管理方针 51 经证实与侵犯顾客隐私权或遗失顾客资料有关的投诉次数 无相关情事 法规遵循 因产品与服务的提供与使用而违反法律和规定被处巨额	产品及服	务标示					
营销沟通 管理方针 39 按结果类别划分,违反有关营销推广(包括广告、推销及赞助)的法规及自愿性准则的事件总数 无相关情事 顾客隐私 管理方针 51 G4-PR8 经证实与侵犯顾客隐私权或遗失顾客资料有关的投诉次数 无相关情事 法规遵循 管理方针 因产品与服务的提供与使用而违反法律和规定被处巨额	管理方针	G4-PR3		100%			
管理方针 39 好结果类别划分,违反有关营销推广(包括广告、推销及赞助)	39	G4-PR4		无相关情事			
39 G4-PR7 的法规及自愿性准则的事件总数 无相关情事 顾客隐私 管理方针 G4-PR8 经证实与侵犯顾客隐私权或遗失顾客资料有关的投诉次数 无相关情事 法规遵循 因产品与服务的提供与使用而违反法律和规定被处巨额	营销沟通						
管理方针 G4-PR8 经证实与侵犯顾客隐私权或遗失顾客资料有关的投诉次数 无相关情事 法规遵循 医理方针 因产品与服务的提供与使用而违反法律和规定被处巨额		G4-PR7		无相关情事			
51 G4-PR8 经证实与侵犯顾客隐私权或遗失顾客资料有关的投诉次数 无相关情事 法规遵循 管理方针 因产品与服务的提供与使用而违反法律和规定被处巨额	顾客隐私						
管理方针		G4-PR8	经证实与侵犯顾客隐私权或遗失顾客资料有关的投诉次数	无相关情事			
	法规遵循	i					
39 罚款的金额 无相关情事		G4-PR9		无相关情事			

金融业附加指标					
指 标		描述	页次与说明	未揭露信息 与原因说明	
签Ⅲ→41	FS1	包含具体环境和社会要素的营运政策	27		
管理方针 24, 45	FS2	评估和筛选营运面与环境和社会风险有关的程序	24~25		
24, 45	FS7	为提供特定社会福利而设计的产品或服务的金钱价值	37		

创新・可持续・责任金融

