

北京阳光消费金融股份有限公司
ESG 社会责任（环境、社会、治理）报告
（2025 版）

关于本报告

报告说明

本报告是北京阳光消费金融股份有限公司（简称“阳光消费金融”或“公司”）对外发布的第五份 ESG 企业社会责任报告，重点披露公司 2025 年下半年在经济、社会和环境等领域坚持普惠金融社会责任的主要工作与成效。

（一）编制依据

本报告根据全球永续标准理事会（GSSB）发布的《可持续发展报告标准（GRI Standards）》作为报告的指导性参考。

（二）数据来源

为确保报告数据的有效性和及时性，本报告披露的信息及数据跨越 2025 年 7 月 1 日-2025 年 12 月 31 日。部分数据考虑到连贯性问题采取跨越 2025 年 1 月 1 日-2025 年 12 月 31 日。

（三）发布范围

报告以电子版形式发布，可通过本公司官方网站或公众号浏览下载（网址：<https://www.cebscf.com/>、公众号：光大阳光消费）

公司概况

北京阳光消费金融股份有限公司由中国光大银行股份有限公司（以下简称“光大银行”）、中青旅控股股份有限公司（以下简称“中青旅”）以及王道商业银行股份有限公司（以下简称“王道银行”）共同发起设立，2020年1月10日获原中国银保监会批筹，2020年8月17日正式开业，注册资本金10亿元。阳光消费金融作为光大银行专业化布局消费金融板块的先锋军，秉承光大文化基因，坚持“以人民为中心”的发展思想，积极探索数字化金融科技，聚焦普惠客群，提供小额、分散、高频的消费信贷产品，致力于为广大客户提供安全、便捷、可信赖的金融服务，满足人民群众日益增长的多元化金融服务需求。阳光消费金融始终坚持以客户为中心，努力践行普惠金融，积极探索数字化金融科技，普惠金融下的可持续发展路径，以安全、便捷、可信赖的信贷产品与服务满足人民群众日益增长的多元化金融服务需求。

主要股东情况

公司目前共有三个股东：光大银行、中青旅以及王道银行。根据《商业银行股权管理暂行办法》关于商业银行“主要股东”的界定，三个股东均为公司的主要股东，光大银行持股 60%，中青旅持股 20%，王道银行持股 20%。公司主要股东数量及各自持股比例自成立以来未发生变化，保持稳定。

公司治理架构

公司成立了董事会、监事会、高级管理层，下设 11 个一级部门。公司成立了党委，下设 5 个党支部。截至 2025 年 12 月 31 日，公司在岗员工共计 140 人，其中硕士及以上占比 47.86%，本科占比 52.14%，党员占比 51.49%。

公司建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的企业法人治理结构，在董事会下设 5 个委员会，在高级管理层下设 14 个专业委员会和领导小组，形成决策机构、监督机构、执行机构之间权责明确、运作规范、有效制衡的治理体系。

引言

2025年是“十四五”规划的收官之年，是“十五五”的谋篇布局之年。阳光消费金融始终以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的二十大、二十届历次全会精神、中央金融工作会议和中央经济工作会议战略部署，聚焦主责主业，助力扩大内需，提振消费，推进高质量发展，为推进中国式现代化、实现“十五五”良好开局贡献金融力量。

回望过去一年的探索与实践，作为金融国家队控股企业和消费金融领域的积极探索者，阳光消费始终坚持落实国家双循环战略。通过深耕消费场景，支持商品与服务消费，培育新型消费，助力扩大内需；通过践行普惠金融要求，服务长尾客群，打通内循环堵点，促进金融与消费良性互动，为双循环注入动能；通过健全公司治理、强化风控能力、深化金融科技应用，助力消费金融行业可持续发展，以普惠金融新实践为中国式现代化注入强劲动能。

本报告即可视作阳光消费金融于上述经营基调在业务和工作中的具体体现，全部报告共分为六个部分。

第一部分，治理篇 行稳致远；第二部分，担当篇 守正创新；第三部分，赋能篇 智创未来；第四部分，人才篇 惜才聚才；第五部分，环境篇 绿色发展；第六部分，消保篇 利民为本。

第一部分 治理篇·行稳致远

助健全治理机制

力普惠金融 赋利大众生活

阳光消费金融坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的二十大、二十届历次全会精神，深刻领悟“两个确立”的决定性意义，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，紧密围绕推进中国式现代化的伟大实践，坚持把金融服务实体经济作为根本宗旨，将社会责任与公司发展紧密结合，做好金融“五篇大文章”，积极践行普惠金融，以高质量发展为中国式现代化贡献“光大力量”。

公司依托科技之力优化信贷服务，精准契合民生消费所需，让普惠金融惠及普罗大众；坚守合规底线，筑牢廉洁防线，为稳健经营提供坚实保障；立足央企定位，积极履行社会责任，以实际行动诠释国有金融控股企业的初心与使命担当。

一、企业文化

阳光消费金融赓续光大集团红色基因，打造具有鲜明“光大特色”的企业文化体系。我们始终将服务实体经济作为立业之本，以履行社会责任为价值追求，精准对接人民群众对美好生活的金融需求，擘画“打造具有蓬勃向上生命力”的消费金融标杆企业，建设具有光大特色的“金融+服务+

生活”的消费金融公司。

二、公司愿景

传承全行建设数字化引领、具有特色优势的一流股份制商业银行的战略愿景，致力于打造“小而精、小而美”，具有特色优势的银行系消费金融子公司。

三、战略思路

“十五五”期间，公司以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的二十大和二十届历次全会精神，贯彻落实中央金融工作会议、中央经济工作会议，以及中央关于金融工作的一系列决策部署，完整准确全面贯彻新发展理念，全力支持构建新发展格局。始终坚守金融工作的政治性、人民性，深刻领悟“**专注主业、完善治理、错位发展**”总要求，坚持**稳中求进**工作总基调，聚焦消费金融主责主业，全面深化与银行的**错位发展、分层经营**，依托母行优势形成公司**自营业务发展特色**。坚守合规经营底线，锚定“**稳经营、调结构、强管理**”三大发展主线，坚持“**降本、提质、增效**”发展策略，走内涵式、差异化、特色化发展道路，推进公司长期可持续、高质量发展。

三、坚持党建引领 以高质量党建助推转型发展

阳光消费金融公司党委以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持党对金融工作的集中统一领导，做好金融“五篇大文章”，将深入贯彻中央八项规定精神学习教育作为重大政治任务，坚决扛起政治责任，与巩固提升党纪

学习教育成果相结合、与中央巡视“回头看”整改相结合、与以案促改促治相结合、与公司监管达标和转型发展中心任务相结合，涵养风清气正政治生态，坚定不移推动全面从严治党，以高质量党建引领公司高质量发展。

公司突出组织建设保障，提升政治组织功能，严把党员发展质量关，引导党员干部增强使命意识，推进干部人才队伍“选育管用”全链条建设。截至 2025 年底，公司党委下设 5 个党支部，党员 72 人，党员占比 49%。**一是发挥公司特色党建学习平台作用。**自开业 5 年以来，“每周一学”作为公司特色党建平台，公司共开展“每周一学”212 期，成为开展党的创新理论学习的重要载体，为党员干部员工搭建展示、分享的平台。**二是党建与业务发展相融共进。**在公司党委班子成员带领下，成立 6 支党员先锋队，在公司转型发展攻坚期、冲刺期鼓励党员骨干冲锋在前、发挥模范作用，集中优势力量、打破部门壁垒，攻克制约转型发展的重、难点问题，有效推动公司业务结构转型升级。**三是践履行金融央企职责使命。**作为国有控股金融机构，公司党委始终坚守金融工作的政治性、人民性，立足国家所需、群众所盼、金融所能，秉持新时代国有金融企业的大局意识和社会责任，着力提升消费金融服务的可得性，强化金融服务对弱势群体的关怀，努力扩大普惠金融政策受益群体。立足公司实际，做好“五篇大文章”实践，构筑阳光消费“绿色金融生态圈”，

强化普惠导向，加强消费者权益保护工作，积极响应政府及监管机构关于服务新市民的要求。

四、公司治理 淬炼治理效能升级规范运作水准

阳光消费金融积极落实“推进国有企业在完善公司治理中加强党的领导”的要求，持续优化公司治理架构，确保党的建设与企业发展同频共振、相互促进。阳光消费金融形成了“决策科学、执行有力、监督有效、运转规范”的治理体系。公司持续深化“三会一层”体系建设，强化党的领导与规范运作，不断提升公司治理水平，为公司高质量发展提供坚实保障。

2025年，全体董事恪尽职守、勤勉尽责，认真审阅议案，审慎发表意见。全年共召开股东大会会议3次、董事会会议9次、董事会专门委员会会议14次，切实保障公司治理相关重点工作顺利推进。全年结合履职需要，召开监事会会议2次。

五、严守合规红线 搭建全流程风险防控框架

公司全面学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，始终坚持以党的政治建设为统领，按照监管、集团、总行、公司要求加强内控合规管理工作，深化“三道防线”协同机制，培育合规文化，坚守红线底线，全面践行主动合规。

（一）加强组织领导，落实监管要求。公司不断完善内控合规管理组织架构。在董事会及董事会风险管理委员会领导下，充分发挥高级管理层下设风险管理与内控合规委员会

作用，加强内控合规组织领导，针对监管新政统一部署，积极采取措施落实通知要求。

(二) 重检规章制度，形成执行指南。聚焦“立改废释”全生命周期，强化制度管理，2025年组织新建制度13项，修订制度66项，废止制度88项，进行制度合规性审查72项。组织重点领域形成流程管理手册，将静态规则转化为动态执行指南，提升协作效率和组织能力。

(三) 强化监督检查，夯实合规底线。公司定期通过自查、现场抽查、访谈等方式开展规章制度执行情况检查，敦促各部门强化制度的落实执行。同时，根据内外部管理要求，积极开展专项合规和重点管理领域检查。

(四) 广泛开展宣教，深化合规意识。公司借助线上渠道向广大公众普及网络安全基础法律知识及应对策略，向老年人、青少年、大学生、留学生等群体普及反电诈、反非法集资知识，帮助社会公众增强风险防范意识。

(五) 丰富管理举措，防范洗钱风险。公司持续完善反洗钱管理规章制度，探索多样化反洗钱宣传及培训方式，积极分享反洗钱最新政策与良好实践，提升员工专业能力素养，强化反洗钱宣传质效。通过开展反洗钱专项检查等方式，持续优化反洗钱管理机制及措施，防范洗钱风险。

(六) 优化工作机制，做实防非打非工作。公司建立完善防范和打击非法金融活动工作机制，严格落实防非打非工作要求。开展常态化防非宣传，向广大消费者普及非法金融

基础知识、非法金融预防、非法金融新型案例等防非打非基础知识。

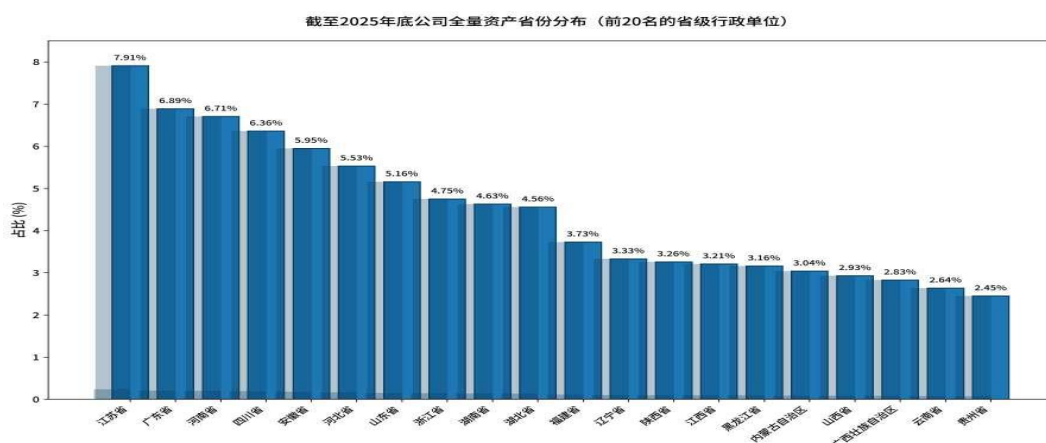
第二部分 担当篇·守正创新

精准发力

普惠服务提质增效出实招

在服务中国式现代化的新征程上，阳光消费金融将“金融为民”理念深度融入发展血脉，以实际行动将普惠金融实践转化为可触可感的民生温度，在满足人民群众对美好生活向往中彰显国有金融企业的责任担当。

公司全面落实“大力提振消费、激发消费活力”政策导向，将金融服务深度嵌入消费升级场景，聚焦消费金融领域深化服务创新，强化金融科技赋能，提升服务质效，助力释放消费潜能，为消费金融行业高质量发展注入持久动能，以稳健步伐迈向更加光明的未来。



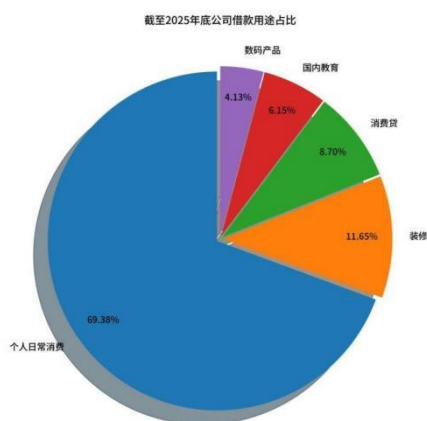
资产分布占比

公司聚焦小额分散、高频使用、广域覆盖的消费金融服务，以“金融活水精准滴灌”为理念，让更多长尾客群共享

金融发展红利。通过构建多层次产品矩阵，以差异化服务满足人民群众对美好生活的多元化需求。

2020 年开业至 2025 年末，阳光消费金融累积服务基础客户数 1860+万人，覆盖各省区市，交易笔数 2680+万笔，放款金额近 1300 亿元。

在 2025 年的借款占比中，公司继续通过服务优化与产品创新精准满足多样化金融需求，推动社会经济的健康发展。



借款用途占比

一、赋能实体民生 拓宽金融服务触达边界

阳光消费金融始终坚持金融的政治性人民性，多策并举推动金融服务创新发展，深耕普惠金融实践领域，以实际行动在新时代波澜壮阔的征程中诠释新时代金融企业的责任担当与价值追求。

在业务发展上，阳光消费金融支持实体经济，加大重点消费领域信贷支持。践行“以人民为中心”的理念，立足专业化消费金融公司的功能定位，针对家用电器、装修、旅游、教育、健康医疗等重点消费领域，公司 2025 年累计发放贷

款近 90 亿元，持续提升服务实体经济的精准性和有效性。

积极发挥金融央企“正规军”作用，下调平均贷款利率，让“长尾客群”获得适当、有效、可负担的金融服务，截至 2025 年末，公司贷款平均综合利率较年初调降 1.18 个百分点。发放贷款优惠券，激活消费活力，公司协同合作机构开展线上促消费活动，2025 年度活动期间累计发放贷款优惠券金额 400+万元，服务客户数 28,000+人，有效服务新市民群体，积极填补金融服务空白，提高居民消费能力，实现对商业银行零售金融服务的差异化补充。通过减费让利，践行普惠金融。

在产品创新上，紧密围绕国家战略导向及社会民生需求，从战略高度出发，构建了一套完整且灵活的产品体系，在保障金融安全的前提下，扩大服务范围，为用户提供便捷、透明的金融服务，解决生活难题，提升生活品质，让普惠金融的阳光照亮每一个角落。自营产品“欢喜贷”聚焦中低收入者的长尾客群，致力于提供简单、便捷、高效和可负担的普惠金融服务。

融入民生消费场景，强化与光大集团、银行客户的联动协同，积极融入集团、银行成熟合作场景，面向云缴费体系内客群打造专属的“欢喜贷”产品，完成“欢喜贷省心花”迭代及大额缴费场景“缴费分期”产品上线工作。“欢喜贷省心花”为缴纳水费、电费的生活缴费类客群提供委托缴费信贷支持；“缴费分期”产品为灵活用工群体提供缴纳医疗

金、养老金的分期服务，让便民金融服务更精准、更温暖，切实增强人民群众的获得感、幸福感。

二、深耕普惠领域 厚植民生幸福沃土

（一）打造差异化轻量化客户端。阳光消费金融聚焦“获客”核心目标，构建便捷易用的 H5 服务平台，突破传统金融服务时空限制，通过移动端快速触达客户，在数字化转型浪潮中，实现精准获客与初步服务，为后续深度服务奠定基础。

（二）升级个人隐私保护与合规适配。阳光消费金融持续完善个人隐私保护体系，多措并举守护数字时代的个人信息权益。自营产品持续适配政策变化，调整消费者信息保护授权流程，优化对客端用户使用体验。一是根据《个人信息保护法》，要求用户数据“最小必要采集”“去标识化处理”，自营产品改造数据采集流程，定期针对 APP 开展安全检测，及时发布新增内嵌 SDK 信息，更新承诺时限内受理用户关于个人信息相关投诉、举报表述等。二是阳光消费 APP、H5 在授信、用信、人脸识别环节新增风险提示，提醒用户注意财产安全。

（三）以普惠为内核，以责任为导向。自营产品布局紧扣“普惠金融”国家战略，立足消费金融服务本质，聚焦“痛点解决、需求适配、风险可控”三大核心，形成清晰的布局逻辑：坚守普惠初心、锚定民生需求、践行社会责任、依托科技赋能。2025 年下半年结合小程序等轻量化服务载体，

提升服务效率，降低服务成本，实现“低成本、广覆盖、高效率”的普惠金融目标，同时助力公司降本增效，践行可持续发展理念。

（四）推进自营产品推广及对客权益搭建为深化普惠金融服务实践，切实提升长尾客群金融服务可得性，阳光消费金融以“降成本、强粘性、优体验”为目标，通过设计息费优惠政策、创新营销活动等形式，助力新市民等长尾客群获得可负担的信贷支持，同时培养客户良性用款习惯，实现客户价值与公司服务的双赢。

一方面，推进停息停费、免息优惠券功能全面上线，降低用户短期融资成本，为长尾客群（如新市民）提供可负担信贷选择，践行普惠金融的理念。另一方面，通过息费优惠政策长期开放贷款借据末期免息权益，降低客户借款成本，提升客户借款意愿，培养客户良好还款习惯。结合“最后一期免息”权益，推出“美好817”司庆四周年营销活动，让利客户、提升客户还款意愿。结合市场调研和公司实际，形成以息费减免及利率折扣为主，真彩金为辅的权益体系，既切中客户需求，又节约资源，通过精准定位客群需求避免泛化投入，以“主+辅”权益组合优化资源配置，打造“风险可控、效率提升、客户受益”降本增效路径，实现金融服务实体经济与自身高质量发展的双向赋能。

三、深化普惠实践，让金融服务更有暖意

2025年，阳光消费金融始终将社会责任嵌入企业发展

基因，进一步升华“心系民生，向善而行”的价值底色，打造有温度的金融生态，让企业发展与民生福祉同频共振。

（一）传承雷锋精神 践行青春担当。公司青年员工走进首钢园党群服务中心附近街道，开展“传承雷锋精神 践行青春担当”为主题的捡拾垃圾志愿服务活动、金融普法支援互动、“书香送暖，情系银龄”爱心捐书活动等。引导广大干部职工积极参与银行在北京地区开展2025年“幸福工程—救助困境母亲行动”捐款活动。联合中国光大银行信用卡中心青年志愿者来到光大汇晨朝来老年公寓，通过庆祝生日、手工制作等环节，以实际行动践行敬老爱老传统美德。

（二）消费者权益保护教育宣传活动。阳光消费金融开展金融消费者权益保护教育宣传活动联合青年团员开展“进商圈”、“进社区”宣教活动，宣传网络诈骗、投诉黑灰产等违法行为的危害，加强社会公众金融风险防范意识，全面提升金融消费者的金融素养。

第三部分 赋能篇·智创未来

数智融合

升级金融科技服务效能

阳光消费通过“预防-监测-响应-优化”的闭环管理体系，为业务连续性提供坚实保障。依托态势感知、WFA、主机安全监控等各种安全监测及入侵防御平台保障数据全生命周期安全。

一、筑牢网络与数据安全屏障，守好安全底线

阳光消费通过“预防-监测-响应-优化”的闭环管理体系，为业务连续性提供坚实保障。依托态势感知、WFA、主机安全监控等各种安全监测及入侵防御平台保障数据全生命周期安全。

（一）强化网络与数据安全管理工作，护航平稳运营。阳光消费以“网络和数据安全双零事件”为目标，推进网络与数据安全管理工作。顺利完成 GH2025 专项行动、“两高一弱”专项排查整治、科技巡检、科技扫雷行动、安全应急演练等多项重点安全工作，保障各系统安全运行。

（二）开展信息安全综合评估，提升安全管理实力。阳光消费严格落实国家网络安全法律法规及监管要求，持续开展安全综合评估工作，通过开展全员信息安全及数据安全警示教育培训以及有关场景应急演练工作，不断加强全员信息安全意识及应对网络与信息安全攻击事件的自主安全

监测与防御能力。

二、提升一体化安全运维能力，保障系统安全稳定运转
依托 7*24 小时闭环运维体系和 ITIL 管理体系充分利用各种运维工具平台，稳步提升自动化水平和安全运维能力，重大安全及生产事件零发生。业务系统采用同城双活模式部署，实现灾备构架，此外将系统性能，交易响应时间等指标均已纳入监控，保障业务系统的高可用性。

（一）聚焦信创运维替换，推进系统迭代升级。积极响应国家号召并落实监管要求，加速推进服务器、操作系统、中间件、数据库、境外专业软件的国产化替代工作，确保系统和硬件符合信创要求。

（二）开展信息系统切换演练，增强连续性管理能力。完成重要信息系统切换演练和重要信息系统数据备份恢复性测试工作，实现同城灾备机房真实接管业务，切实保障业务连续性管理要求，有效提高信息科技突发事件应急处置能力，满足监管“重要系统切换演练”要求

三、持续提升金融科技实力，数据驱动深化赋能

2025 年，公司坚持践行以数字技术赋能消费金融服务理念，通过优化数据治理体系、健全标准规范、强化质量管控、激活数据资产价值，实现对业务全流程、管理各维度的深度赋能，进一步提升数据支撑的精准性与实效性，为公司高质量发展筑牢数据基础。

(一) 强化科技治理，严控科技风险。严格落实监管要求，确保信息科技工作合规稳健管理；严守信息科技风险和合规底线，公司信息科技风险运行数值均在科技风险限额指标范围之内，IT 突发风险事件保持 0 记录。

(三) 推动科技创新，布局知识产权。阳光消费积极开展科技创新工作，有序有效推进实施。目前已获得 20 项软著和 3 项专利授权。

(三) 拓展场景应用，释放效能价值。为信贷资产转让、不良资产转让等场景提供基础资产池、动静态池、历史逾期表现等数据；完善风控特征变量，支持授用信决策调用超 1.2 亿次；通过数据统计分析，提供 100+ 项数据满足各部门管理需要，满足公司各项业务开展要求，提升公司数字化能力。

第四部分 人才篇·惜才聚才

以人为本价值赋能筑根基

协同奋进共启发展新征途

阳光消费金融深刻认识到人才是中国式现代化的基础性战略性支持，坚持党对人才工作的全面领导，积极响应国家“人才强国”战略号召，将大力选拔“政治过硬、勇于担当、锐意改革、实绩突出、清正廉洁”的干部要求作为人才选拔与培养的重要指导原则，坚持“人尽其用，人尽其能”的用人理念，构建全链条、分序列人才成长机制，为员工铺设职业发展宽赛道，创造多维晋升路径；建立精细化、常态化职业发展赋能体系，通过周期性技能测评、个性化培养方案、跨岗位实践历练等多样方式，帮助员工明确成长方向，增强专业能力与综合素养，在协同进步中达成价值共享。

一、强基提质，健全人才发展全周期战略支撑体系

构建人才发展的全周期战略支撑体系是实现公司可持续发展与创新的核心基石。阳光消费金融以“强基提质”为根本导向，不仅注重人才基础能力的系统性建设，更通过全周期、战略化的人才发展机制，为员工成长与企业战略目标提供精准支撑。公司聚焦关键领域人才梯队建设，通过“引进+培养”双轮驱动，打造适应金融科技发展趋势的专业化人才队伍。截至2025年12月末，公司在职人数140人，男65，女75，公司男女比例均衡；博士3人，占2.14%；

硕士 64 人，占 45.71%；本科 73 人，占 52.14%；本科及以上学历员工占比 100%。公司中层及以下员工（不含高管）平均年龄为 36 岁，人才引进呈现“年轻态”特点。

二、全面保障，持续优化员工福利架构

阳光消费金融将员工关怀视为企业发展的精神底色，在深耕主业的同时，以“人”为核心构筑温暖生态，让发展成果真正惠及每位员工。公司立足“员工是企业最珍贵资产”价值观，在福利体系上开启新一轮升级，通过精细化需求洞察与人性化服务设计，将员工关怀从制度层面延伸至情感层面，打造有温度的成长共同体，公司还通过多种文化交流体验将员工情感联系具像化，坚持围绕中心服务大局，以劳模工匠精神激发广大职工干事创业热情。

（一）以赛促学强技能，筑牢消保安全防线。阳光消费金融举办“以赛促学强技能，护航消保践初心”主题劳动竞赛，竞赛设置答题比拼和情景剧展示两大环节，答题比拼环节由 4 支队伍参与竞技，1 支队伍脱颖而出荣获优秀队员奖；情景剧展示环节围绕典型客诉场景，以 10 分钟沉浸式演绎还原客诉处理全流程。本次竞赛以“学”促“练”，切实提升了职工消保业务能力与实操水平，为公司筑牢消保工作根基提供了坚实支撑。

（二）践行核心价值观，彰显责任担当。阳光消费金融积极践行社会主义核心价值观，组织参与 2025 年北京地区银行“幸福工程—救助困境母亲行动”，公司职工踊跃参与

募捐，以实际行动助力困境母亲改善生活。同时，公司组织员工开展关爱基金专项工作，募集资金用于帮扶公司困难职工，搭建起互助共享的帮扶平台，充分彰显阳光消费金融职工的社会责任与使命担当。

（三）赋能女性成长，聚焦“她力量”。公司组织全体女职工举办了“绽放她力量，悦享青时光”多肉景观DIY主题活动，并同步组织线上观看金融工会主办的“三八大课堂——她智慧·她奉献·她美丽”主题庆祝活动直播。通过沉浸式体验与深度交流对话，女职工不仅收获了手作乐趣，更拓宽了职业认知边界，切实增强了女职工的幸福感与归属感。

（四）多彩文体活动，同筑精神家园。2025年，公司已推出新春团队熔炼活动、夏季健康跑、“缤纷六一·爱意同框”儿童节活动、团建趣味运动会、知识竞赛、爱国主义教育活动等十余项活动。这些活动有效促进了跨部门团队融合，激发了员工的奋斗精神与团队协作意识，为构建富有活力的企业精神家园奠定了坚实基础。

第五部分 环境篇·绿色发展

聚势赋能

绘就绿色发展新图卷

作为绿色金融领域的实践者，阳光消费金融始终将绿色发展理念深度融入经营战略，依托数字化技术探索绿色金融创新路径，不断拓展可持续发展内涵，持续提升绿色金融服务质效。公司以金融央企的责任担当为引领，通过将绿色金融发展理念融于创新产品、服务优化、科技赋能之中，助力经济社会绿色转型。

构建绿色低碳金融服务 书写中国式现代化绿色答卷

绿色转型已成为中国经济高质量发展的鲜明底色，既是贯彻新发展理念的核心要义，更是构建人类命运共同体的重要实践。阳光消费金融积极响应国家号召，将绿色发展理念融入企业基因，贯彻落实国家绿色低碳发展战略，系统推进绿色金融体系建设与运营模式转型，持续深化绿色金融产品创新，完善绿色信贷管理机制，拓展绿色金融服务覆盖面。

公司发布《绿色办公倡议》，从节约用电、节约用纸、节约粮食、节约用水、绿色出行、文明办公、数字赋能和部门联动八个方面提倡员工以“节约一滴水、一度电、一张纸、一粒米”为起点，从细节做起，从自身做起，共同为建设资源节约型、环境友好型社会贡献力量。在日常经营中，阳光消费金融全面推行无纸化办公模式，打造绿色低碳职场环境。

在实际业务中，申请、审批、放款、还款等各种服务环节均实现了无纸化操作，合同签订电子化签章，全面实现自动化线上处理。截至 2025 年 12 月 31 日累计签订电子合同超 1.39 亿份，较 2024 年增长 29.91%。在举办内部会议时提倡自带饮用水，会议用水同比减少 60%。组织团员和优秀青年员工组成“反食品浪费青年志愿者监督队”，在公司用餐高峰时段对员工取餐、用餐过程进行实时观察、提醒，有效杜绝餐饮浪费现象，以实际行动助力经济社会全面绿色转型，为美丽中国建设贡献金融力量。

第六部分 消保篇·利民为本

精准施策共治共享

情系民生织密权益保障网

阳光消费金融坚持“以人民为中心”的指导思想，多措并举切实履行消费者权益保护工作主体责任，持续提升消费者权益保护工作质效，以“消费者权益保护”为纽带，连接企业发展与社会责任。公司主动拥抱数智化转型，构建闭环机制，通过技术赋能、制度优化与生态共建，将消费者权益保护从理念转化为可触可感的实际行动力，切实维护消费者合法权益。

一、持续完善工作机制 消保管理能力进一步提升

2025年，各项工作部署落地见效。公司持续推进落实消保工作纳入公司“三重一大”审议范围的工作要求，强化党委对消保工作的全面督导，确保消保工作与公司经营发展同部署、同推进。公司召开董事会消费者权益保护委员会会议，审议消保年度工作总结与计划、消保工作管理办法等重要议案，充分发挥董事会对消保工作的指导监督职责。公司召开消费者权益保护工作领导小组会议7次，持续完善消保制度体系与工作机制，公司消保管理规范化水平不断提升。

二、完善消保管理制度 完善全方位消费者权益保障体系

阳光消费金融建立以《北京阳光消费金融股份有限公司消费者权益保护工作管理办法》为基础，全面覆盖金融信息

保护、金融营销宣传、消保审查、投诉管理等重点领域的消费者权益保护制度体系，包括《北京阳光消费金融股份有限公司金融营销宣传行为规范管理办法》《北京阳光消费金融股份有限公司消费者金融信息保护管理办法》《北京阳光消费金融股份有限公司消费投诉管理办法》等相关制度，将消保工作深入覆盖到经营发展的各个环节，不断强化消保全流程管控，确保将消费者权益工作落实到位。

三、产品和服务审查 强化消保源头管控

阳光消费金融制定《北京阳光消费金融股份有限公司消费者权益保护事项审查管理办法》，建立规范的消费者权益保护审查机制，加强公司内部及合作机构落实金融营销宣传、信息披露等事项的事中管控工作，及时发现并更正金融产品或服务中可能损害消费者合法权益的问题，从源头上加强消保管控，充分发挥消保审查的积极作用。

四、金融知识普及 提高全民风险防范意识

（一）积极响应监管要求 深入开展集中宣教活动

阳光消费金融积极响应监管部门工作要求，结合消费金融业务特点，积极参与“防范非法集资宣传教育活动”“3·15消费者权益保护宣传周”“5.15全国投资者保护宣传日”“护好钱袋子·护好幸福家”“全民反诈在行动”“金融知识普及月”等集中教育宣传活动。

（二）构建常态化宣教机制 持续提升工作质效

阳光消费金融积极开展常态化教育宣传活动，利用线上线下结合的宣传方式，充分发挥消费金融全线上化的业务优

势，通过官方公众号、视频号、官方网站、社交媒体等多个渠道，发布金融知识普及、以案说险、风险提示等宣传文章、视频。

截至 2025 年 12 月 31 日，阳光消费金融通过官方网站、微信公众号共发布文章 190 篇，推送视频 30 条，宣教内容涵盖了反洗钱法、个人信息保护、打击黑灰产、清廉金融文化等金融知识，进一步提高消保教育宣传的影响力和宣教知识全面性。

五、强化投诉管理 提升消保质效

（一）客户投诉管理架构

1.公司董事会下设消费者权益保护委员会，组织召开董事会消费者权益保护委员会 2 次，审议听取年度消费者权益工作计划和总结报告等包括消费投诉在内的相关事项。

2.公司高级管理层设立消费者权益保护工作领导小组，召开 9 次消保工作领导小组会议，议题涉及压降消费投诉方案，组织修订消保相关制度，安排部署集中宣教活动等。

3.阳光消费金融法律合规部设置投诉管理专岗，运营管理部设置专业客诉处理团队，及时高效响应客户诉求，妥善处置化解投诉。

（二）客户投诉管理机制

公司以健全治理体系、压实各级责任为消保工作核心，确保各项工作部署落地见效。公司持续推进落实消保工作纳入公司“三重一大”审议范围的工作要求，强化党委对消保工作的全面督导，确保消保工作与公司经营发展同部署、

同推进。公司召开董事会消费者权益保护委员会会议，审议消保年度工作总结与计划、消保工作管理办法等重要议案，充分发挥董事会对消保工作的指导监督职责。2025 年公司召开消费者权益保护工作领导小组会议 7 次，持续完善消保制度体系与工作机制，公司消保管理规范化水平不断提升。

（三）2025 年公司受理消费投诉情况

2025 年度公司受理消费者投诉量 1,012 件，办结率 100%。投诉总量排名前三的地地区的投诉原因为催收、定价收费和征信相关。

（四）客户投诉渠道及处理流程

1.畅通客服电话、在线客服、客服邮箱等投诉受理渠道，及时受理并处置客户投诉。

内部客户投诉渠道包括 4008900817 客服热线、电子邮箱、微信公众号、官方网站、信函、现场来访。

外部客户投诉渠道包括金融管理部门、政府相关部门

2.制定优化投诉处置流程，高效响应客户诉求，妥善处置客户投诉。

（1）消费者通过北京阳光消费金融股份有限公司（简称“公司”）公布的投诉渠道提出投诉。

（2）各投诉受理渠道收到投诉事项后，及时转交相关投诉处理部门。

（3）投诉处理部门调查核实投诉事项。

（4）对于普通投诉，收到投诉之日起 5 个工作日内完成投诉处理并答复投诉人；对于需合作机构配合处理的消费

投诉，可根据实际情况适当延长处理时间，应于收到投诉之日起 15 日内完成投诉处理并答复投诉人；对于征信相关投诉，应在 20 日内处理完毕并答复投诉人；对于复杂、重大投诉，收到投诉之日起 15 日内完成投诉处理并答复投诉人；对于征信相关投诉，应在 20 日内处理完毕并答复投诉人；投诉事项涉及疑难、复杂问题的，适当延长至 30 日；情况特别复杂或有其他特殊原因的，可以再延长 30 日，最长处理期限不得超过 60 日。

(5) 如投诉人对投诉处理结果提出异议，可自收到处理决定之日起 30 日内通过书面形式提出申请核查。

(6) 在收到申请核查材料之日起 30 日内作出核查决定并告知投诉人。

(7) 投诉人对投诉处理结果不满意、不接受的，可告知投诉人可以向合作的金融消费者纠纷调解组织申请调解，或通过仲裁、诉讼等途径解决纠纷。

