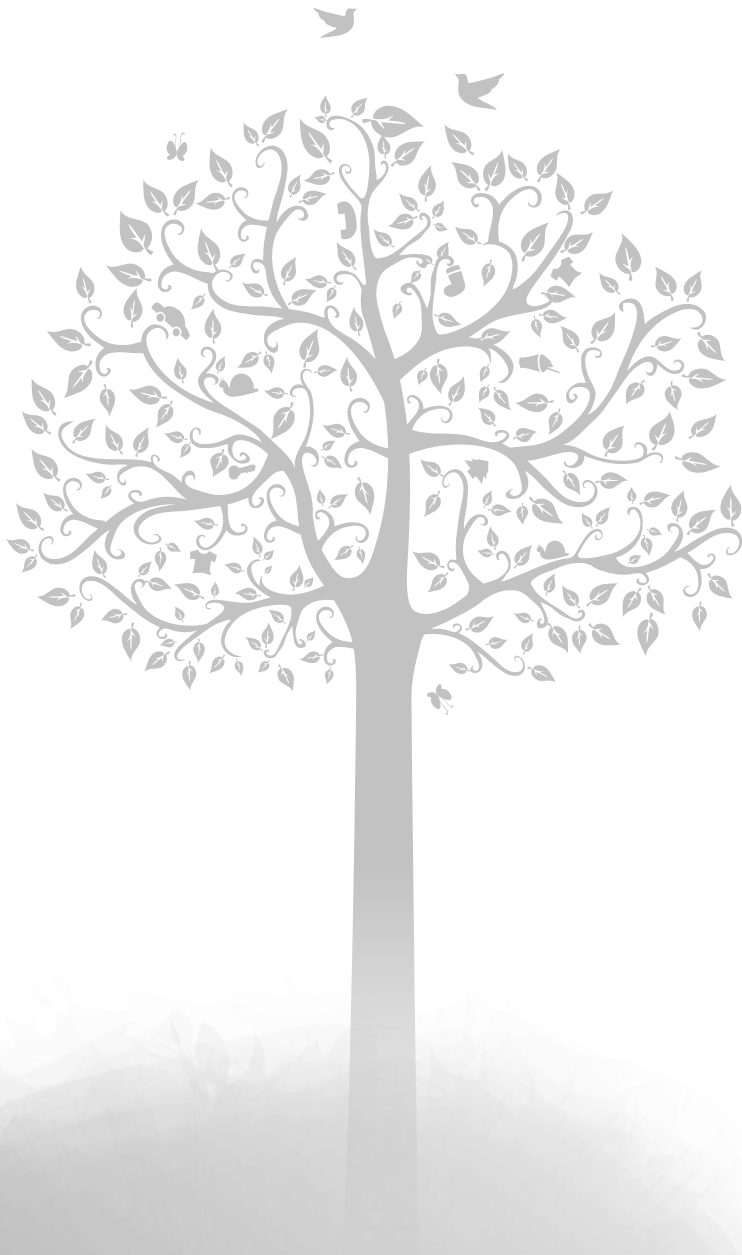


社会责任报告

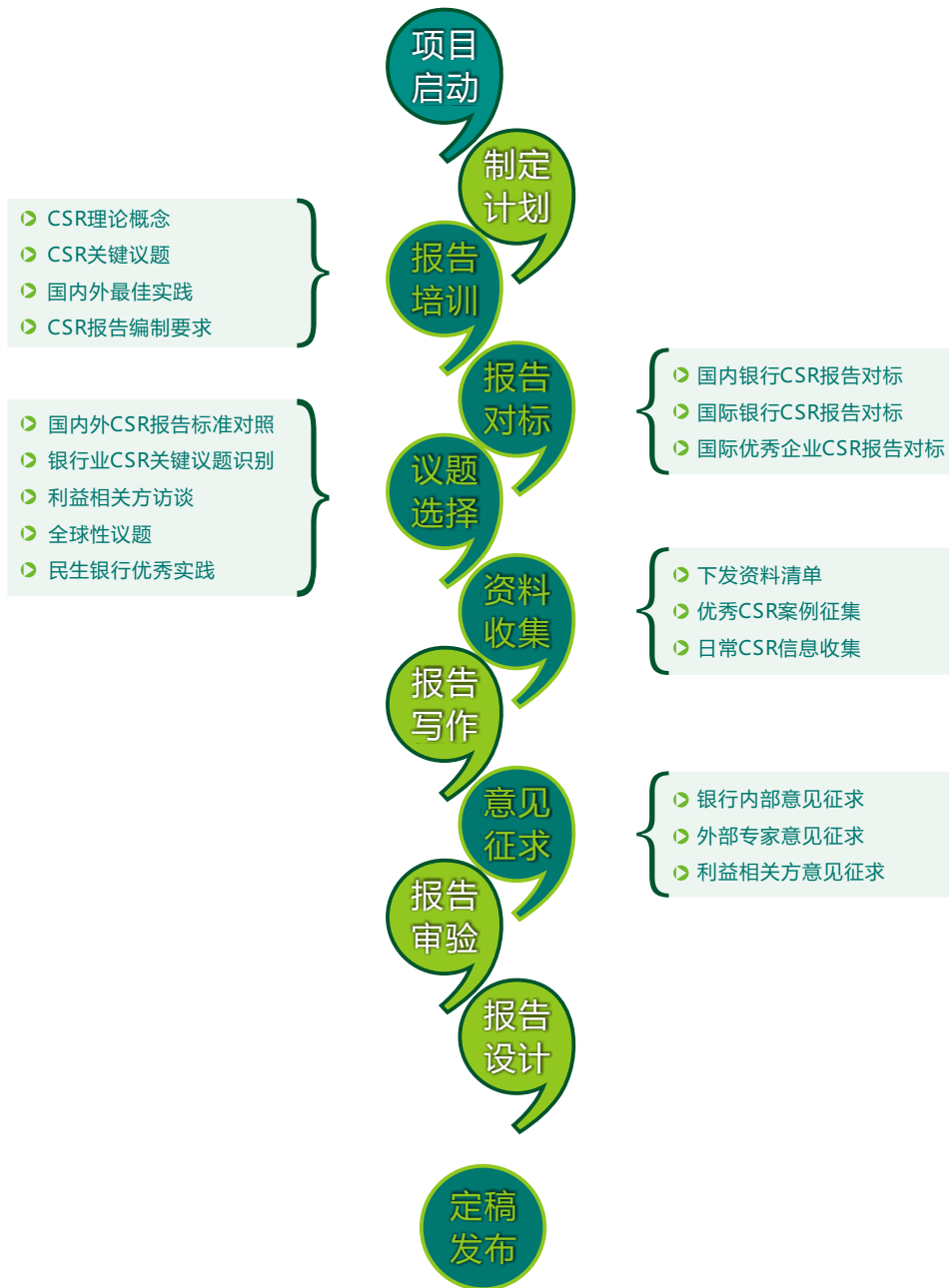
Corporate Social
Responsibility Report
2009





本公司董事会及全体董事保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，
并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

报告编制流程



董事长致辞 02-03

行长致辞 04-05

关键绩效表 06-13

社会责任工作对比表

关键绩效数据表

公司荣誉表

民生银行概览 14-15

未来展望 70-71

附 录 72-80

报告规范

审验声明

评级报告

专家评审意见

意见反馈表

注释

责任管理 16-27

责任治理

责任推进

责任沟通

守法合规

市场绩效 28-35

投资者责任

助推民营经济发展

“商贷通”助力小微企业

支持三农发展

全面风险管理

和谐共赢 36-49

情系客户

情系员工

情系伙伴

绿色金融 50-57

应对气候变化

绿色信贷

绿色办公

绿色采购

环保公益

慈善公益 58-69

成立公益捐赠基金

促进贫困地区发展

金融服务进社区

支持青年就业创业

捐助教育科研卫生事业

支持文化体育事业



2009年，对于中国民生银行来说，是业务结构调整和经营战略转型取得重大成果的关键之年：公司业务事业部改革取得重大突破，体制优势充分显现；小微企业金融服务全面突进，“商贷通”成为小微企业贷款首选品牌；成功实现H股上市，完成香港资本市场年度最大IPO。

2009年也是民生银行社会责任工作取得全新进展的丰收之年：在持续为国家缴纳税收、为股东创造财富、为客户增加价值、为员工改善福利的同时，民生银行在绿色信贷、公益捐赠、信息扶贫、艺术公益等众多领域作出众多举措，并通过“商贷通”让3.2万户小微企业享受到现代金融服务。

民生银行之成立以来，一直秉承“情系大众、服务民生”的理念，在业务快速健康发展的过程中，在持续股东创造价值的同时，不忘回馈社会、客户和员工，把履行社会责任视为一项重要工作。2009年，民生银行在履行社会责任方面有很多举措，如：积极推进绿色信贷，限制对“两高一

资”及产能过剩行业的支持，大力支持节能减排项目；公益捐赠基金当年支出1.22亿元，用于扶贫和社会文化艺术等众多项目；2006年至2009年，累计出资5800万元，帮助全国304个县市播出免费广告，解决了520亿公斤农产品的销售问题；捐助运营的炎黄艺术馆先后举办徐悲鸿艺术大展、刘海粟艺术大展、黄胄绘画大展等一系列大型艺术活动，弘扬了中国优秀艺术文化，等等，这些举措都受到了社会各界的广泛关注和好评。

大力开展小微企业金融服务，让更多小微企业享受到现代金融服务，对民生银行来说，既是业务结构调整的重要内容，也是履行社会责任的重要目标。2009年我们在这方面取得重大突破：2月份开始推出小微企业贷款产品“商贷通”，到年底，

“商贷通”贷款余额达到448亿元，贷款客户达到3.2万户。粗略计算，2009年“商贷通”直接支持小微企业创造了近20万个就业机会，间接带动了他们的上下游小微企业创造了近60万个就业机会。我们在成功实现业务结构调整的同时，为市场繁荣和社会稳定贡献了力量。

在勤勉尽责地为股东提供长期、稳定回报的同时，作为一个负责任的企业公民来持续回馈社会，这正是民生银行社会责任工作的理想和追求。

中国民生银行董事长





2009年，民生银行以“服务大众，情系民生”为理念，积极履行社会责任、努力追求可持续发展的理念、实践和成效，履行社会责任的广度和深度不断拓展，成果丰硕。在自身取得行业良好绩效的同时，使“民生现象”广受社会关注。

取得良好市场绩效。2009年，民生银行成功实现H股上市，为“二次腾飞”打下良好基础；继续支持民营企业发展，推动特色银行战略实施，助力小微企业，开展“商贷通”业务，支持中小商户3.2万户，直接吸纳就业20万人，间接创造就业岗位10万个，从而实现经济效益和社会效益双丰收。

推进社会责任管理。2009年，民生银行初步建立社会责任联络人制度，对总行部室、事业部及各分行80余名社会责任工作联络人进行了社会责任培训，举办“社会责任中的民生现象研讨会”，开展守法合规、反洗钱和反腐败培训，使全员的社会责任意识进一步提高。

努力共建社会和谐。2009年，民生银行持续推进以客户为中心的事业部改革，不断优化服务流程，提高服务质量，客户满意率达99%；坚持以人为本，加大员工培训力度，实现员工与企业共成

长，全年举办各类培训项目2471个，培训129877人次，培训时间累计7587天。

大力发展绿色金融。2009年，民生银行不断健全绿色信贷机制，严格执行节能减排授信控制措施，支持环保项目，为节能减排提供信贷支持89.1亿元；开展绿色办公、绿色采购，努力减少自身运营对环境的影响，为创建“绿色银行”稳步向前迈进。

积极投身公益慈善。2009年，民生银行积极参与扶贫助教、慈善捐助等社会公益活动。在公益捐赠基金的保障下，项目涉及教育、扶贫、科研、卫生、文化、就业等多个领域，民生银行凭借朴实的责任理念与创新的责任实践，获得政府监管机构和第三方权威机构等利益相关方的高度认可，囊括

社会责任领域的多项大奖，其中包括最高政府奖——“中华慈善奖”。

2010年，民生银行将继续秉承自身的理念，努力创造对社会、环境、客户负责的产品与服务，并与各利益相关方携手合作，实现经济效益与社会效益的统一与双赢，从而让自觉履行社会责任的“民生现象”扎根成长。

中国民生银行行长





关键绩效表

2009年，中国民生银行发展良好，积极履责。公司治理、风险管控、事业部改革等方面取得了一定的成绩；大力推进“商贷通”、“村镇银行”等惠民业务，服务民营经济和小微企业，发展前景良好。

——北京银监局

社会责任工作对比表

备注：= 代表不变，▲ 代表改善

责任管理领域工作对比表

责任领域	2008—2009年表现	对比
责任治理	责任理念更加明确	▲
	全行对社会责任的认识提高	▲
	完善责任组织，明确各单位社会责任联络人	▲
责任推进	开展社会责任培训	▲
	建立健全社会责任指标统计体系	▲
	组织全行社会责任优秀案例评选	▲
	支持《中国企业社会责任报告编写指南》	▲
责任沟通	发布社会责任报告	=
	召开“社会责任中的民生现象”研讨会	▲
	建立健全社会责任内部沟通机制	▲
守法合规	完善守法合规制度、措施	▲
	开展守法合规培训	=

市场绩效领域工作对比表

责任领域	2008—2009年表现	对比
投资者责任	完善投资者关系管理制度	▲
	H股成功上市	▲
	取得良好财务表现	▲
助推民营经济发展	完善民营企业信贷制度	▲
“商贷通”助力小微企业	小微企业服务流程进一步优化	▲
	“商贷通”助力小微企业	▲
支持三农发展	服务三农	▲
	继续开办村镇银行	▲
全面风险管理	完善全面风险管理体系	▲
	推进新巴塞尔资本协议	▲

和谐共赢领域工作对比表

责任领域	2008—2009年表现	对比
客户责任	重视产品服务创新	▲
	持续改进服务质量	▲
	创建良好客户关系	▲
	保护客户信息	▲
员工责任	进一步维护员工权益	▲
	加大培训力度，促进员工发展	▲
	关注员工身心健康	=
伙伴责任	与合作伙伴加强战略合作	=

绿色金融领域工作对比表

责任领域	2008—2009年表现	对比
应对气候变化	开展环保信贷及绿色经营	▲
绿色信贷	完善绿色信贷制度	▲
	支持节能减排	▲
绿色办公	建设绿色银行	▲
绿色采购	完善绿色采购制度	▲
环保公益	支持环保公益	=

慈善公益领域工作对比表

责任领域	2008—2009年表现	对比
慈善公益管理	公益捐赠制度更加正规化	▲
慈善公益活动	促进贫困地区发展	=
	金融服务进社区	▲
	支持青年就业创业	▲
	捐助教育科研卫生事业	▲
	支持文化体育事业	▲

关键绩效数据表

责任管理指标数据表

责任管理指标	2009年	2008年	2007年
守法合规培训人数(人)	1,720	700	100
守法合规培训次数(次)	27	31	2
反洗钱培训覆盖率(%)	100	100	100
反洗钱培训次数(次)	158	149	25
反腐败培训人数(人)	5,000	4,000	4,000

市场绩效指标数据表

市场绩效指标	2009年	2008年	2007年
总资产(亿元)	14,263.92	10,543.50	9,188.37
净利润(亿元)	121.04	78.85	63.35
基本每股收益(元)	0.63	0.42	0.36
不良贷款率(%)	0.84	1.20	1.22
资本充足率(%)	10.83	9.22	10.73

和谐共赢指标数据表

和谐共赢指标	2009年	2008年	2007年
IVR调查客户满意度(%)	99	99	99
专利授权(项)	3	0	2
商标授权(项)	58	1	7
著作权授权(项)	3	2	0
员工人数(人)	22,064	19,853	17,766
中高层管理人员男女比例(男:女)	1:0.6	1:0.6	1:0.6
少数民族员工占比(%)	2.5	2.4	2.01
社会保险覆盖率(%)	100	100	100
劳动合同签订率(%)	100	100	100
总行困难员工帮扶投入(万元)	6.3	3.4	0.8

绿色金融指标数据表

绿色金融指标	2009年	2008年	2007年
绿色采购金额 (万元)	65,778	57,437	44,965
人均用纸量 (千克/人)	15.1	15.6	15.8
人均用电量 (度/人)	2,786	3,043	2,913
人均用水量 (吨/人)	43.9	47.8	51.7
回收处理旧电脑 (台)	1,550	1,478	467
回收处理硒鼓 (个)	2,267	1,925	1,709

慈善公益指标数据表

慈善公益指标	2009年	2008年	2007年
信息扶贫推销滞销农产品(亿公斤)	83.8	161	210
公益捐赠 (万元)	12,200	5,900	3,100
定点扶贫 (万元)	586.8	117.5	566

备注：我行2009年开始构建全面的社会责任指标统计体系，部分指标的历史数据无法准确采集；
相关数据如有出入以年报为准。

公司荣誉表

责任实践荣誉表

荣誉	评价单位
董文标董事长当选"2009CCTV中国经济年度人物"	中央电视台
董文标董事长荣获"最受关注企业家"称号	中国企业联合会、中国企业家协会
董文标董事长、洪崎行长荣获"百强企业领袖奖"	华顿经济研究院、《上海经济》杂志
中国上市公司董事会"金圆桌奖"最佳董事会、董文标董事长当选"最具战略眼光董事长"	《董事会》杂志
董文标董事长荣获"中国创意产业杰出贡献奖"	第四届中国文化创意产业年度高峰会
2009年度最具影响力企业	中国企业联合会、中国企业家协会
2009年中国最受尊敬银行	《理财周报》
中国品牌百强榜"自主创新品牌20强"	人民网、《中国经济周刊》
《亚洲银行家》中国区贸易金融成就奖	《亚洲银行家》
2009年度最佳投资者关系上市公司	和讯网
2009年亚洲最佳风险管理银行	第四届21世纪亚洲金融年会
2009小微金融服务创新奖	《21世纪经济报道》
2009中国中小企业金融服务十佳机构	中国中小企业协会
中国最佳私人银行	第六届中国国际金融论坛
2009第一财经金融价值榜"最佳小微企业服务奖"	《第一财经》
2009年度最佳公司银行	《金融时报》、中国社科院金融研究所
中国网上银行最佳网银安全奖	中国金融认证中心(CFCA)
最佳服务创新奖	《首席财务官》
中国企业文化建设十大功勋单位	中国文化管理学会
全国企业文化建设示范基地	中国企业文化促进会
银团贷款最佳业绩奖	中国银行业协会银团贷款与交易专业委员会
中国扶贫基金会20周年特别贡献奖	中国扶贫基金会
金融行业卓越贡献奖	金融界、中国社会工作协会

责任管理荣誉表

荣誉	评价单位
洪崎行长荣获"责任领袖"称号	首届中国企业社会责任年会
2009年度中华慈善奖	民政部
优秀责任建言奖	成都市政府、《南方周末》
2009胡润企业社会责任50强	胡润品牌价值榜
入选"上证社会责任指数"	上海证券交易所
2009第五届中国优秀企业公民	中国社工协会企业公民委员会
2009中国民营企业100强社会责任发展指数第三名	中国社科院CSR研究中心
2009第一财经中国企业社会责任榜"杰出企业奖"	《第一财经》
2009最具社会责任感企业奖	第三届中国电子金融发展年会
2009中国企业社会责任特别大奖	中国企业报社、中国企业CSR研究中心
2009中国企业履行社会责任优秀案例奖	中国企业报社、中国企业CSR研究中心
中国最佳企业公民	《21世纪商业评论》、《21世纪经济报道》
2009中国品牌社会责任贡献奖	第二届中国品牌论坛

民生银行概览

中国民生银行股份有限公司（简称民生银行）是我国首家主要由非公有制企业入股的全国性股份制商业银行，同时又是按照《公司法》和《商业银行法》建立的规范的股份制金融企业。

2000年12月19日，民生银行A股股票(600016)在上海证券交易所挂牌上市。2004年11月8日，民生银行通过银行间债券市场成功发行了58亿元人民币次级债券，成为第一家在全国银行间债券市场成功私募发行次级债券的商业银行。2005年10月26日，民生银行成功完成股权分置改革，成为国内首家完成股权分置改革的商业银行。2009年11月26日，民生银行成功在香港联交所上市。

民生银行坚持“团结奋进，开拓创新，培育人才；严格管理，规范行为，敬业守法；讲究质量，提高效益，健康发展”的经营发展方针，努力提高管理水平，积极进行体制创新，实现了低风险、快增长和高效益。

截至2009年12月31日，民生银行已在全国29个城市设立了29家分行，在香港设立1家代表处，机构总数量为434个。

发展战略

民生银行将逐渐发展成为以商业银行业务为核心的国际金融控股集团，向客户提供全方位的金融产品和服务。同时，积极推进流程银行建设和事业部改革，确保依法合规经营，继续完善法人治理结构，加强风险管理和控制，稳步推进国际化战略，将民生银行打造成为国际市场的合格竞争者。

公司治理

民生银行高度重视完善公司治理，严格遵守国家有关法律法规，准确、及时披露信息，充分尊重、保护利益相关方的利益。

民生银行按照国家法律法规的要求，明确董事会、监事会、高层管理者之间的职权边界，形成有效分工、各司其职、各负其责、相互配合、高效运转的银行公司治理机构和治理机制，为企业长期健康发展的重要保证。

民生银行由董事会行使银行的经营决策权和对经营层的监督权，对银行的经营计划、投资与分配方案、重要人事聘任或解聘、机构设置和管理制度的制定与修改行使决策权，对以行长为首的经营层的经营业绩进行考核，对他们的经营行为进行监督，决定行长的聘任或解聘；监事会专职行使监督权，负责对银行报告、财务状况、高管人员的合规性进行监督；行长负责董事会决策、方案、计划的贯彻执行，主持银行的日常经营工作，在董事会授权范围内行使相关经营管理人员的聘任提名权和解聘提请权(报董事会审批)及投资决策权，向董事会负责，并定期报告工作。





责任管理

有效的责任管理是实现企业可持续发展的基石，只有建立全面系统的责任管理体系，才能使履行社会责任成为全体员工的自觉行动，融入日常生产经营活动，推动企业与社会、环境协调发展。民生银行以“服务大众、情系民生”为原点，加强责任治理，推进社会责任工作，积极与利益相关方沟通交流，健全合规管理制度，规范员工行为，为全面履责奠定坚实的管理基础和制度保障。



责任治理

1. “服务大众，情系民生”

“服务大众，情系民生”是民生银行长期秉持的经营理念，其凝聚了中华民族数千年的民生文化、中国改革开放三十年的探索和民生银行十三年的实践。在科学发展观与和谐社会理念的指导下，“服务大众，情系民生”蕴涵着更为丰富的内涵和外延：“民生服务社会大众；实践情系民生事业；大众情系民生银行”，这三者紧密扣接，表达了民生银行的履责对象，履责重点和履责愿景，实践中互为因果，螺旋演进，科学发展，成为民生银行企业社会责任行动的核心和原点。

首先，民生服务社会大众。著名管理学者德鲁克说过“没有任何组织机构可以独立于社会并以自己为目的，我们的每一个机构都是社会中的一个组成部分，为社会而存在。”诚如斯言，银行业是服务业，为客户提供更好的服务，带给他们更愉悦的金融体验是民生银行的首要责任。不仅如此，大众有着更为广义的内涵，它也是企业所有利益相关方的统称，因而，服务客户、善待员工、回报股东、尊重伙伴、回馈社区、响应政策都是民生银行与生俱来的责任。

其次，实践情系民生事业。厚民生，则养金融，支持民生事业，关注人民之生活、社会之发展就是培筑金融业自身发展的根基。民生银行健全服务体系，积极进行产品创新，为民生事业提供优质的金融服务，满足人民之生活、社会发展所需要的金融需求，为整个经济社会的又好又快发展贡献力量。

最后，大众情系民生银行。鱼水情深，银行的发展需要大众的支持。争取社会的信赖与肯定，“成为人们首选的银行”是民生银行的终极愿景，民生银行将一如既往的努力，为社会大众创造最优化价值，实现人的价值、社会价值和环境价值三者的统一，成为客户长期首选的合作银行，成为投资人、优秀人才、合作伙伴等利益相关方的首选银行！

2. 责任模型



民生银行责任模型

民生银行以“服务大众，情系民生”为核心和原点，构筑了“责任管理矩阵”，以推行责任理念，落实四大责任实践。整个责任模型始于点，固于柱，终于面，形似一个内方外圆的古钱币，既暗合民生银行提供金融服务的主业，也表达民生银行对内重管理、讲规矩，对外创和谐、求圆满的责任立场。

3. 责任组织

2009年，民生银行继续完善社会责任组织体系。在社会责任中心基础上，我行建立社会责任联络人制度，总行部室、各事业部及各分行的社会责任联络人成为我行社会责任推进的重要力量。



民生银行社会责任推进体系

责任推进

1. 开展社会责任培训

为提升全行员工社会责任意识，将社会责任工作融入日常经营，使履行社会责任成为每位员工在工作中的自主选择，我行在民生培训学院举办为期一天的“中国民生银行2009年社会责任工作培训”，邀请中国社会科学院企业社会责任研究中心、必维国际检验集团对总行部室、各事业部以及各分行80余名社会责任工作联络人进行了社会责任理论概念、关键议题、国内外最佳实践的专门培训。

通过参加这次培训，我学习了解了国内外社会责任发展现状及趋势，对我们民生银行“服务大众，情系民生”的理念有了更加深刻的认识……在今后的工作中，我将以更加负责任的态度来组织工作，将“服务大众，情系民生”贯彻到工作中的每一个细节。

风险管理部员工 郭代



2. 建立健全社会责任指标统计体系

企业社会责任覆盖面广、变化快，我行原有的社会责任指标统计体系在内容上还未能覆盖绿色金融、环境管理，统计口径以总行部室为主，未能覆盖事业部及各分行。2009年，我行在原有的SA8000社会责任管理体系的基础上，进一步研究、开发、建立、健全了社会责任指标统计体系，使其符合国际标准、中国特色和我行实践。

3. 组织全行社会责任优秀案例评选

为了推动相关职能部门和下属机构的责任实践，民生银行组织开展“2009年社会责任优秀案例评选”活动，在全行范围内选拔优秀社会责任实践。此次评选活动极大提升了我行内部责任文化氛围和干部员工的责任意识。

4. 支持《中国企业社会责任报告编写指南》

建立中国特色的企业社会责任理论不仅我国企业社会责任研究者的职责，也是我国企业界的重任。民生银行以自身的履责实践大力支持中国特色企业社会责任理论建设，为我国第一本社会责任报告编制指导手册——《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR 1.0）》的编制建言献策。我行2009年社会责任报告编制将主要参考该指南，以支持中国的企业社会责任理论体系建设。

中国民生银行对《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR 1.0）》的支持，对建立中国特色社会责任理论，争取我国在国际企业社会责任运动中的话语权有重要意义。

中国社会科学院企业社会责任研究中心

1. 发布社会责任报告

2009年4月23日，民生银行发布社会责任报告——《中国民生银行2008年社会责任报告》。报告系统总结了民生银行成立十三年的社会责任之路，提炼出民生银行社会责任模型。报告呈送到相关政府部门、主要客户、研究机构、合作伙伴以及其他利益相关方，引起了广泛的社会关注。



2. 召开“社会责任中的民生现象”研讨会

2009年6月15日，民生银行与中国社科院联合主办召开了“社会责任中的民生现象研讨会”活

动，洪崎行长对我行的社会责任工作进行了系统介绍，来自中国银监会、人保部、全国工商联、中国银行业协会等研究机构、社会团体和学术界的专家学者探讨了后金融危机时代银行业应如何履行社会责任。

研讨会上我行首次公布并研讨了《中国民生银行社会责任白皮书（征求意见稿）》，从责任背景、责任历程、责任理念、责任模型、责任体系、责任承诺和责任规划七大方面系统阐释了我行履责十三年的心路历程和内在动因，表达了我行履行社会责任的决心。

此次研讨会是中国银行业的一次头脑风暴、思想盛宴，为我国银行金融机构全面履行社会责任提供交流和沟通的平台，民生银行独特的责任理念和卓有成效的责任实践为其他企业提供了借鉴作用。

——中国金融网

3. 建立健全社会责任内部沟通机制

2009年，民生银行进一步建立健全社会责任内部沟通机制，建立社会责任联络人制度，在公司网站和《民生时代》期刊上建立社会责任专栏。

民生银行的利益相关方

对民生银行的期望

回应措施与成效



监管机构

- 合规经营与风险防范；
- 响应国家宏观调控政策；
- 支持新农村建设；
- 完善中小企业贷款服务。



- 依法诚信经营；
- 及时、准确的信息披露；
- 支持国家政策；
- 支持和配合监管。



股东

- 稳定的信用等级；
- 合理的收益回报；
- 及时准确全面的信息披露；
- 流动性强。



- 持续产品创新；
- 严格的风险控制；
- 保持良好的信用等级。



客户

- 贷款发放及时、利率优惠、期限灵活、服务配套；
- 长期合作。



- 提供差异化服务；
- 提供专业咨询与指导；
- 加强贷后管理；
- 较高的客户满意度。



合作伙伴

- 优势互补；
- 互惠合作；
- 诚信互惠；
- 信息共享。



- 坚持诚信、互利、平等协商原则；
- 合作领域和方式创新；
- 良好的合作关系；
- 高信誉度。



供应商

- 公平采购、信息透明、诚信履约；
- 战略合作、实现双赢。



- 实行集中采购和绿色采购；
- 坚持“三公”原则，严格履约；
- 较高的供应商满意度；
- 采购成本持续下降。



员工

- 保障合法权益；
- 满意的薪酬激励；
- 良好的工作环境与职业发展空间。



- 员工参与管理；
- 员工权益保障；
- 关注员工发展、改善薪酬激励；
- 较高的员工满意度；
- 较低的员工流失率。



社区

- 关注社会发展；
- 共建和谐社区。



- 社区文明共建；
- 公益捐赠；
- 志愿者服务；
- 支持教育与农村发展。



社会团体

- 推进可持续发展；
- 积极参与行业标准、规范建设；
- 保护环境。



- 支持节能减排；
- 与社会团体保持良好关系。

守法合规

1. 合规管理

2009年，民生银行以“规矩办行，合规行事，人人尽责”为目标，在守法合规管理方面主抓四项工作：

● 制度建设：结合我行改革对法律合规制度进行全面清理与调整，制订了《中国民生银行合规手册》、《中国民生银行合规管理标准》等一系列规章制度；

● 过程控制：根据业务流程监控五个重点，提出流程合规公式，即合规的客户+合规的产品服务+合规的客户经理+合规的内部操作+合规的流程=合规的银行；

● 文化培育：开展合规教育，将“规规矩矩办银行”、“主动接受监管”、“办最具特色商业银行”等合规理念融入日程工作；

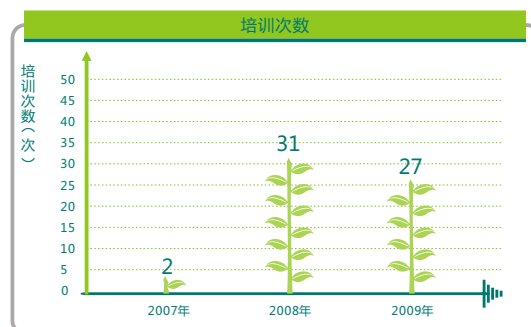
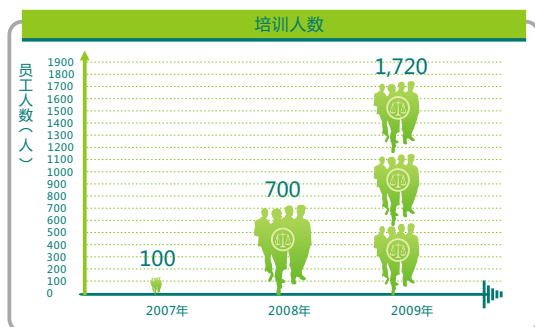
● 专业团队：建立一支独立、尽职尽责的合规工作团队。

2. 合规培训

为全面提高员工的法律合规意识，民生银行以举办“规规矩矩办银行”知识竞赛为契机，组织22,000多名员工（占全行员工90%以上）学习了新版“行内小法”。2009年10月21日，第三届“规规矩矩办银行”知识竞赛活动在北京电视台综合演播厅成功举办，增强了全员合规意识，普及了金融业务知识，展现了民生银行“规规矩矩办银行”的良好形象。



2007—2009年守法合规专项培训人数及次数



案例

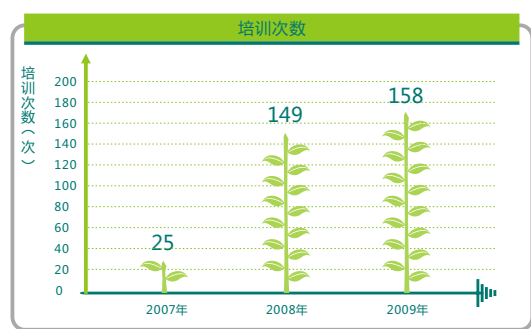
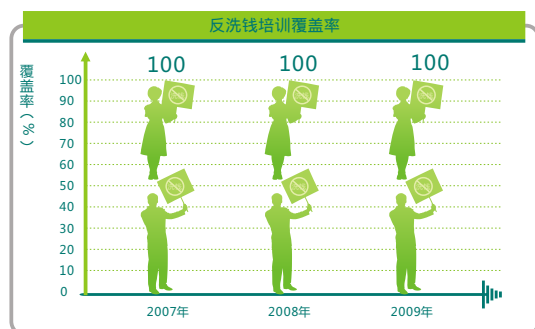
开展合规意识调查

为掌握我行员工合规意识状况，查找守法合规管理存在的问题或不足，2009年面向全行组织了一次合规意识调查。在1个月调查期间，共回收有效问卷13,981份，其中管理人员类问卷2,010份，员工类问卷11,971份。通过调查，基本掌握了我行员工意识和守法合规管理成效，找出我行守法合规管理存在的问题或不足。

3. 反洗钱

民生银行将被动履行反洗钱义务转变为主动实现反洗钱工作“防风险、促业务”的价值，全面建立了“1+2+6”的反洗钱工作制度体系，2009年我行新出台了六项反洗钱制度，全行29家分行中有20家在分行层级设立了反洗钱专岗，分支行共计127人通过了反洗钱岗位资格认证考试取得上岗资格。

2007—2009年反洗钱培训覆盖率及培训次数

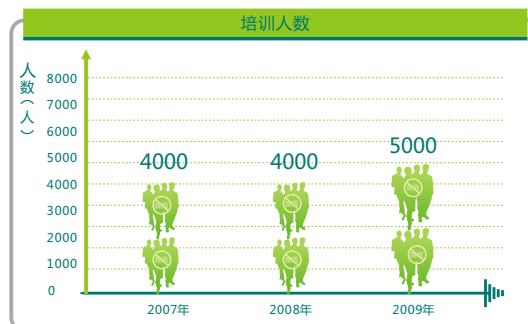


4. 反腐败与反商业贿赂

民生银行努力构建和完善反腐倡廉制度体系，出台了《中国民生银行党委贯彻落实《建立健全惩治和预防腐败体系2008—2012年工作规划》实施方案》。我行组织总行机关和北京管理部全体员工3,000余人参观了银行业反腐倡廉警示教育巡回展；举办全行高管人员廉洁从业培训班；对员工进行反腐风险警示教育。民生银行坚决反对商业贿赂，将治理商业贿赂的有关政策措施渗透到新制度体系的构建之中，通过体制改革从源头上治理和杜绝不正当交易行为和商业贿赂。



2007—2009年反腐败培训人数



备注：以总行为统计口径，人数为不完全统计数。



市场绩效

2009年, 民生银行深化事业部改革, 强化投资者关系管理信息的披露, 成功实现H股上市融资, 进一步完善“三道防线”的风险管理架构, 积极推动特色银行战略的实施, 大力推进村镇银行建设, 满足市场多样化需求。



投资者责任



长期以来，民生银行以较高的收益率积极回报投资者，及时披露投资者责任信息，不断强化责任沟通，较好地满足了投资者对民生银行的期望。2009年，我行进一步强化了投资者责任信息的披露与沟通，成功实现H股上市融资，财务绩效表现优异。

1. 投资者关系管理

长期以来，民生银行十分注重投资者关系管理制度的建立健全。2009年，我行强化了“信息披露联系人制度”，夯实了内刊《投资者》，改版升级了投资者教育网络学院平台，制度化投资者交流活动。

2. H股成功上市

2009年，民生银行仅用六个月时间，成功实现H股上市，成为香港市场当年度最大融资项目。H股成功上市，为我行拓宽了融资渠道，培养了广泛的海外投资者群体，对我行拓展国际国内市场具有极其重要的战略意义。

3. 优异的财务绩效

2009年，国际金融危机对全球金融行业的影响仍未消退，民生银行及时调整策略、持续改善管理，充分发挥自身机制优势、科技优势和产品优势，实现资产规模平稳增长，持续增强盈利能力，有效控制经营成本，各项财务业绩保持了良好的发展态势。

我行报告期的每股社会贡献值为2.29元。

财务业绩概要

	2009年	2008年	2007年
总资产（亿元）	14,263.92	10,543.50	9,188.37
净利润（亿元）	121.04	78.85	63.35
基本每股收益（元）	0.63	0.42	0.36
不良贷款率（%）	0.84	1.20	1.22
资本充足率（%）	10.83	9.22	10.73



助推民营经济发展

民生银行作为民营银行，有责任、有义务支持一批民营企业做大做强，以此实现民生银行的社会价值。2009年我行成功主办“民营经济发展论坛”峰会，制定《中国民生银行关于实施民营企业发展战略的指导意见》，筛选和确定战略合作民营企业名单，理顺民营企业绿色通道审批机制。2009年，我行通过多种形式向非公有经济提供近4千亿元的信贷支持。

案例

杭州分行与浙江省私营（民营）企业协会签订30亿元战略合作协议

2009年3月26日，杭州分行与浙江省私营（民营）企业协会签订了支持民营企业发展战略战略合作协议。依据协议约定，杭州分行将提供30亿元专项贷款资金，为协会推荐企业提供全方位优质金融服务。



“商贷通” 助力小微企业

“商贷通”是民生银行在金融危机的背景下，为个体工商户等融资需求在500万元以下的小微企业提供的快速金融服务项目。2009年全年，我行累计支持中小商户3.2万户。据不完全统计，商贷通支持的中小商户直接吸纳就业20万人，间接创造就业岗位10万个，帮助抵御金融危机冲击，维持小微企业经营的稳定性。



案例

建立“信贷工厂”，加快评审流程

为提高中小企业服务效率，实现业务发展“专业化”，评审流程“工厂化”，我行以“信贷工厂”为出发点，建立了小微企业“评分卡模型”和“客户行为评分模型”，最大限度、最快速地满足客户需求，形成服务小微企业的专营机制和工作流程。



中国民生银行 | 商贷通
CHINA MINSHENG BANKING CORP., LTD.

有了商贷通 生意更轻松

商贷通, 小微企业融资解决方案
三大特点轻松满足您的资金需求
• 申请手续简便 • 担保方式多样 • 额度循环支用
注: 详细情况请向我行营业网点咨询, 最终解释权归中国民生银行所有

95568
www.cmbc.com.cn

支持三农发展

民生银行积极响应国家政策号召，大力推进新型农村金融机构建设。作为我国首家发起设立村镇银行的股份制商业银行，我行2008年设立彭州、慈溪两家村镇银行，2009年又在上海松江区设立村镇银行，并计划在中国东、中、西部设立若干村镇银行，我行还不断研究创新村镇银行的支持和管理模式以及组织架构。同时，我行还积极探索农村及欠发达地区的金融服务发展之路，不断拓展农村金融市场空间，推动特色银行和效益银行战略的实施，并注重金融造血工程与地方经济发展特色相结合，服务三农，支持社会主义新农村发展。

案例

长春分行突出“农”字特色 积极履行社会责任

长春分行突出“农”字特色，设立粮食金融部，对省内的粮食企业提供必要的授信支持。2009年，长春分行适时推出粮食动产融资产品，为吉林省18户企业提供18.9亿元的授信支持；配合“吉林省‘粮食增产百亿斤工程’”项目建设，为吉林省投资（集团）有限公司提供1亿元的授信支持；对“农村电网改造”、“化肥、农机经销”项目分别提供了1.2亿元和3.3亿元的授信额度。



全面风险管理

风险防范是银行业健康持续发展的基石。民生银行秉持“规规矩矩办银行、扎扎实实办银行”的办行原则，树立全面风险管理理念，制定科学的风险决策、监督、激励和约束制度。2009年，我行初步形成“三道防线”的风险管理组织架构，覆盖全机构、全业务、全风险、全员、全过程；出台《2009-2011年全面风险管理体系建设规划》；创办《民生风险管理》内刊，使风险管理经验内部交流常态化、正规化；制定《中国民生银行审计问责管理办法》、《中国民生银行不良资产问责办法》，进一步完善稽核问责制度。

案例

推进新巴塞尔资本协议

2009年，民生银行被中国银监会正式确定为首批实施新资本协议银行之一，制定了《中国民生银行新资本协议实施工作方案》，规划了44个实施子项目，按照“依据标杆、建立体系、实现目标、全面应用”的指导思想进行实施。

案例

完善IT灾备

目前，民生银行拥有同城灾难备份中心和异地的灾难备份中心两大灾备中心，对核心业务系统实行二级灾难保护，制定了《灾备机房日常管理规定》、《灾备系统运行维护暂行规定》、以及《灾备系统运行维护手册》等相关制度，形成了完善的IT灾备体系。



和谐共赢

民生银行坚持以客户为尊，不断优化服务流程，积极进行产品服务创新，为客户提供金融知识培训，提高客户满意度，确保社会日益增长的金融需求得到满足；坚持以人为本，加大员工培训力度，关爱员工生活；倡导诚信经营和公平竞争，与合作伙伴共同成长。



情系客户

良好的客户关系是民生银行赖以生存的基础，也是社会和谐的重要内容。2009年，我行进一步深化以客户为中心的事业部改革，完善客户关系管理体系，创新服务措施，积极应对客户投诉，保护客户信息，加大金融产品创新力度，努力创造满意客户。

1. 重视产品服务创新

民生银行以客户需求为导向，坚持金融产品创新，2009年在各项业务快速发展的同时，我行推出商贷通等新型业务，赢得客户好评，创新成为我行增强竞争力的重要战略举措。

案例

借记卡网上商城全面上线运营

2009年6月15日，我行借记卡网上商城正式上线运营。客户可在我行网上商城选购包括化妆品、手表、箱包、3C数码等5000余种商品，商城支持客户使用我行网银在线支付以及用网银积分兑换全商城商品，这也是国内首家能够使用全商城兑换、并提供5000余种商品的网上商城。



案例

非凡财富—全面金融解决方案

2009年，我行推出非凡财富金融解决方案，由理财团队通过专业化服务，为个人客户进行一揽子财务规划，提升和扩大财富客户金融资产，逐步打造“非凡财富-全面金融解决方案”综合金融理财服务模式。



案例

举办“2009我的梦想”大型活动

在建国60周年之际，为帮助更多国人实现梦想并为社会创造更大价值，民生银行启动非凡财富“2009我的梦想”大型活动，正式颁布建国60年来首次、也是最大规模的国人梦想调查——《中国人梦想白皮书》。各分行借助活动平台，积极宣传“商贷通”业务及“非凡财富”品牌内涵，诠释了我行“服务大众，情系民生”的品牌形象。



2. 持续改进服务质量

民生银行不断完善客户关系管理体系，推进服务质量改进，优化服务流程，鼓励服务创新，确保为客户提供优质、高效的服务。2009年，我在全行范围内实施SOP项目，达到“三个优化”：关键客户服务流程优化、内部管理流程优化和网点改造及硬件优化。为持续提升客服热线服务质量，我行对客服人员开展知识管理、培训管理和质量管理。我行还聘用第三方拨测公司监测95568服务质量和态度，从客户角度寻找自身存在的问题进

行改善和提高。通过上述管理措施，我行客户服务各项指标均有明显提升，整体服务表现较年初提升9.58%。



案例

400对公服务专线

2009年5月31日，我行400对公服务专线面向全国推出，成为国内首家专门针对企业客户推出服务专线的金融机构。400企业客户服务专线的成功运行，扩展了客户服务系统支持的座席容量、自助语音线路，提升了我行的客户服务能力、多渠道互动能力、交易类业务处理能力及运营管理水平。

案例

西安分行面向特殊客户开展人性化服务

西安分行通过实施人性化服务，确保残疾人、老年人等“特殊顾客”享受优质全面的金融服务，主要措施包括：

- (1) 开设绿色通道，在营业网点专设“特殊客户服务窗口”；
- (2) 实施柜台延伸上门服务；
- (3) 建立健全特殊客户应急服务处理机制、柜面业务应急预案；
- (4) 拓宽服务渠道，应用电子银行服务，简化业务流程，提高服务的便捷性和效率性。

3. 创建良好客户关系

民生银行坚持以客为尊，积极应对客户投诉，为客户开展教育培训，普及客户金融知识，开展客户满意度调查，提高客户满意度与忠诚度。

积极应对客户投诉

民生银行建立了完善的投诉管理制度；规范各渠道受理流程及重大投诉报送处理流程；完善投诉处理授权管理、重大投诉安抚补偿等处理规则；建立完善投诉处理考核制度；规范投诉事后管理要求。



客户金融知识培训

民生银行致力于金融知识普及，通过财富讲堂、专题培训班等形式，积极开展金融教育，努力提高客户投资及理财知识，帮助客户了解金融、善用金融。2009年9月，我行对投资者教育网络学院进行全面改版，从市场分析、产品介绍、投资策略、风险教育等多角度介绍理财知识、讲解投资风险。



客户满意度

民生银行采取多种措施提升客户满意度，坚持客户满意度调查，对“不满意”客户进行电话回访，了解客户问题、制订改善计划、限期改善。我行通过自助语音调查和第三方神秘客户暗访两种方式对客户满意度进行评估，2009年，自助满意调查数据显示，我行客户满意率已达99%，非常满意率已达92%。

案例

“好爸爸，不差钱”理财讲座

在父亲节来临之际，非凡财富讲坛活动推出父亲节理财篇：“好爸爸 不差钱”——加银强债基金专场贵宾讲座，围绕家庭理财和儿女教育金理财能问题对客户做了深入简出的理财知识讲解。



4. 保护客户信息

保护客户信息是民生银行客户关系管理的重要组成部分。为进一步规范管理客户信息，2009年，我行继续执行《关于加强客户服务相关信息安全的紧急通知》，每季度从总行选派专家，组成业务检查组至各分行进行规范性检查，并将检查结果列入考核体系。

案例

民生U宝保安全

我行持续创新网上银行产品，预制证书七彩U宝即领即用，更安全更方便，个性化服务提升显著，客户办理领取U宝后，不需要再花时间下载个人数字证书，可直接使用U宝登录网上银行，更安全快捷地办理网上银行业务。



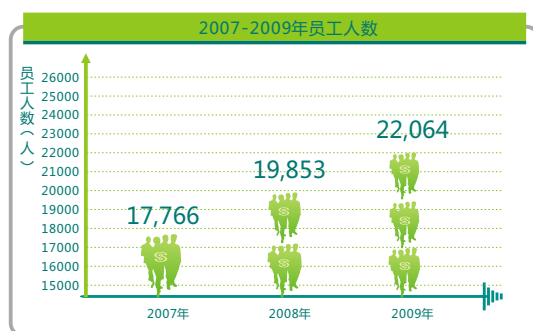
保护客户信息的六大措施

- 严格管控员工权限，从系统权限层面确保客户信息安全；
- 运营区严禁携带纸质媒介以及手机、相机等具备摄影功能的电子媒介，从源头消除客户信息泄露的可能性；
- 对PC设备网络严格布防，对员工网络硬盘个人文件夹实施实名制管理，定期抽检；
- 严格管理业务培训资料；
- 定期组织员工培训，提高员工道德风险意识；
- 对客户坐席电脑全面实施桌面管理系统(SEP)，对坐席电脑的软件、硬件、网络访问进行严格控制。

CMBC
Social Responsibility
Report 2009
和谐共赢

情系员工

民生银行坚持以人为本，维护员工合法权益，加大培训力度，努力打造一支勇于拼搏、善于创新、甘于奉献的员工队伍。截至2009年末，我行在职员工人数22,064人。



1. 维护员工权益

民生银行严格遵守国家劳动法律法规和规章制度，劳动合同签订率为100%；坚决杜绝使用童工，反对任何形式的强迫劳动，不因宗教、种族、性别、肤色等歧视员工。严格执行国家社会保障法律法规，按时、足额缴纳社会保险，覆盖率为100%。各级工会积极开展民主管理活动，鼓励员工为企业发展建言献策，严格遵守国家有关休假的法律法规，制定员工休假规划，切实保障员工的休假权利。努力为员工提供健康、安全的工作环境，关注员工职业健康。



	2009年	2008年	2007年
劳动合同签订率 (%)	100	100	100
社会保险覆盖率 (%)	100	100	100
中高层管理人员的男女比例 (男:女)	1:0.6	1:0.6	1:0.6
少数民族员工占全行员工总人数的比例 (%)	2.5	2.4	2.01

案例

建立职工代表大会制度 维护员工民主管理权益

2009年，北京、广州、上海、深圳等18家分行建立了职工代表大会制度，并召开了当年度职工代表大会；贸易金融部、能源金融部和电子银行部等事业部也召开了职工代表大会。职工代表大会制度的建立，标志着我行在维护员工权益及员工参与民主管理方面上了一个新台阶。



2. 完善培训体系

民生银行秉持“以人为本、持续不断提升员工能力”的培训理念，在推动银行业务发展同时，强化培训与员工能力提升、职业发展的关系，不断加大员工教育培训投入、提高培训工作的质量和效率，建立分层次、分类别、科学化、专业化的培训制度体系，有效促进了员工价值与公司价值的协调统一发展。2009年，我行在梳理各项培训制度的基础上制定并颁布了《中国民生教育培训管理办法》、《中国民生银行岗位资格认证管理办法》，共举办各类培训项目2,471个，培训129,877人次，培训时间累计7,587天。



3. 创建学习型组织

民生银行以创建学习型组织为抓手，以构建科学培训体系、打造公司业务培训品牌为目标，按照“统筹培训规划、人员分类提升、丰富培训形式”的原则，持续推进“1+3”模式建设（1个培训规划和3个体系，即课程体系、师资体系及管理服务体系），营造了全员学习、全程学习、全面学习的浓厚氛围，为推动全行公司业务创新发展提供了有力的智力支持和人才保证。

案例

以人为本经营，打造民生团队

太原分行致力于团队建设，不惜巨资对内部人才进行高层次培训和深度提升，全力打造民生团队。从2008年开始，太原分行全面推行“员工幸福计划”，其中，员工发展关怀方面，实行员工在职学历提升、书报费补助，并组织员工进行系统实用的课程培训，使个人的职业生涯就会与企业的发展愿景紧密相连，使企业和个人跨入良性的双赢机制。



4. 关爱员工生活



CMBC
Social Responsibility
Report 2009
和谐共赢

民生银行从细微处关心员工生活，帮助员工解决实际困难，2009年总行机关共投入6.3万元用于困难员工帮扶；制定定期体检制度，本年度总行机关员工体检覆盖率为100%；关注员工心理健康，缓解工作生活压力；以五四运动九十周年为契机，开展“五四”民生青年系列活动；在建国60周年之际，开展了“向国庆60周年献礼”员工文艺汇演等一系列文化体育活动。



案例

“职工之家” 开业

2009年12月22日，信用卡中心“职工之家”开始试运营。“职工之家”不仅丰富了员工的业余生活，也为各部门员工间的沟通搭建了有利的桥梁。



案例

爱心捐款渡难关

帮助困难员工是民生人义不容辞的责任。温州分行员工孙毅确诊患上尿毒症后，分行全体员工在一周内募集爱心款224,101元，彰显出民生人的无私与爱心。



情系伙伴

民生银行坚持协作共赢原则，诚信经营，反对不正当竞争，遵守国家法律法规和社会公德、职业道德以及行业规则。2009年，我行与各级政府组织、企业集团、供应商、研究机构等利益相关方开展一系列战略合作。

2009年民生银行与利益相关方部分重要合作

与云南省政府开展全面战略合作

与山东省文化改革和文化产业发展工作领导小组办公室开展文化产业合作

与邯郸市政府开展市政、交通、能源等项目合作

与沈阳市政府签署战略合作协议

与唐山市政府签署战略合作协议

与中国移动通信集团签署手机支付业务合作协议

与中国航空工业集团公司开展银企合作

与中材集团开展银企合作

与中国邮政储蓄银行签署银团贷款合作协议

与上海世博土地控股有限公司开展全方位、系统性的业务支持合作

与中国银联开展网上信用卡跨行还款联合营销等活动合作

与天津滨海国际股权交易所开展业务推荐、交易资金托管等合作

与中国（太原）煤炭交易中心开展合作

CMBC
Social Responsibility
Report 2009
和谐共赢





The background is a light green gradient. In the upper left, there are several white silhouettes of birds in flight. At the bottom, there is a dark green silhouette of a city skyline. The text is centered in the middle of the page.

绿色金融

良好的生态环境是经济社会可持续发展的基础，也是科学发展观、和谐社会的重要内容。民生银行大力倡导绿色金融，初步形成绿色信贷机制，积极支持节能减排、推进水能、风能等可再生绿色能源的发展；加强授信项目的环境风险控制；在日常运营中注重节约环保，实施绿色采购和绿色办公；增强员工环保意识，积极参与社区环保行动，推进绿色公益。

应对气候变化

民生银行始终关注环境变化，将环保理念纳入业务规划、日常运营以及业绩考核。在业务发展过程中大力支持节能减排、新能源发展、低碳经济转型、清洁能源项目开发以及能源企业技术升级改造；坚持绿色运营，举办“建设节约型银行，推行电子账单活动”，在日常运营中倡导绿色办公，致力于打造具有核心竞争力的绿色银行。

在2009年12月哥本哈根世界气候大会召开之前，我行能源金融事业部开展《低碳经济背景下中国能源产业趋势分析及能源事业部业务经营发展的建议》的专题调研，形成一系列符合气候变化的业务战略谈判；组织专门人员，对《京都议定书》框架下的能源产业、循环经济下的能源金融以及赤道原则框架下的能源金融业务等专题进行了研究。



绿色信贷

1. 严格执行节能减排授信控制措施

民生银行积极响应国家节能减排战略，严格贯彻银监会《节能减排授信工作指导意见》精神，出台《2009年度授信政策指导意见》，继续贯彻加大节能减排授信政策控制措施，限制支持对“两高一资”及产能过剩等行业中政策不鼓励支持的企业。各经营机构在授信管理工作中能够严格执行有关要求，充分利用“银监会信息披露系统”发布的环保违法企业信息、环境污染项目情况等环保信息，并积极收集政府有关部门发布的节能减排、环保违法等信息，多渠道、多方面检查授信客户环保节能情况。

2009年民生银行节能减排授信政策控制措施

- 严格控制对高耗能、高污染及产能过剩行业劣质企业的授信，
- 严格信贷准入，并进行总量控制；根据国家产业政策及结构调整要求，逐步压缩限制类项目，坚决退出淘汰类项目；
- 提高对技术含量高、节能环保产品的信贷支持力度。

案例

上海分行牵头制订绿色信贷监测工作方案

2009年初上海银监局成立“绿色信贷”监测小组，上海分行被指定为“绿色信贷”行业分析监测小组牵头行，积极召集农行、建行、工行、杭州银行制订绿色信贷监测工作方案，跟踪研究商业银行绿色信贷情况，探索绿色信贷发展方向，完成首份“绿色信贷”行业分析监测报告。



2. 严格把控新增授信客户，坚决不介入限制和淘汰类项目

民生银行从授信源头严格把控，对授信客户从严把关，对于资源消耗高、污染重的项目坚决不予介入。2009年，我行没有新增任何一家《产业结构调整指导目录》限制类和淘汰类项目客户。

3. 主动调整存量贷款，退出限制类、淘汰类客户，处置环保违规贷款

存量信贷调整方面，我行主动采取措施处置《产业结构调整指导目录》限制类客户、淘汰类客户和环保违规贷款。2009年，主动退出限制类客户2户，授信额0.54亿元；主动退出淘汰类客户4户，授信额2.43亿元；主动压缩淘汰类客户2户，授信额0.27亿元；根据环保部门有关文件及客户环评手续问题，处置收回4笔环保违规贷款，授信额1.87亿元。

	客户数	授信额度
主动退出限制类客户、淘汰类客户	6	2.97亿元
主动压缩限制类客户、淘汰类客户	2	0.27亿元
处置收回环保违规贷款	4	1.87亿元

绿色办公

民生银行高度重视企业运营中的环境管理，致力于减少企业运营对环境的影响，制定了一系列环境管理的制度要求，并采取切实措施加以落实，努力实现绿色办公的目标。

民生银行绿色办公管理措施

- 使用办公自动化系统，实行无纸化办公；
- 在固定资产采购中坚持选用绿色环保、低能耗产品；
- 规定将空调温度控制在25度；
- 提倡双面使用复印纸；
- 设置节水节电督导员岗，加强督导员巡查力度；
- 倡导员工离办公室关灯、关空调、关电脑；
- 减小自来水流量、缩短流水时间；
- 定期检修供水系统，杜绝长流水现象；
- 设置电池、硒鼓等废旧物品回收箱；
- 提出《节能减排倡议书》，倡导节约理念；
- 倡导员工外出时乘坐公共交通工具或骑自行车。

4. 大力新增信贷支持节能减排项目

2009年，全行严格贯彻国家有关对节能减排重点工程和重点推广技术的信贷支持政策，共对华能新能源产业控股有限公司等50多户企业的59个节能减排项目提供信贷支持89.1亿元，涉及十大节能减排重点工程、技术创新、技术改造、产品推广等方面。

案例

海淀区环保园首家银行机构入驻

2009年5月26日，民生银行在北京地区的第45家支行——北京环保园支行隆重开业，这也是海淀区核心区域——中关村环保科技示范园入驻的首家银行机构。中关村环保园位于建设中的海淀区核心区域，是北京市重点建设项目。其园区在规划上充分体现“绿色、生态、环保”开发理念，通过资源循环、高新环保技术的应用，成为目前国内生态与产业可持续性和谐发展的园区典范。海淀区政府领导表示，中国民生银行环保园支行的开业，对完善环保园商业配套环境、实现金融业与高科技环保型产业的对接产生积极影响。

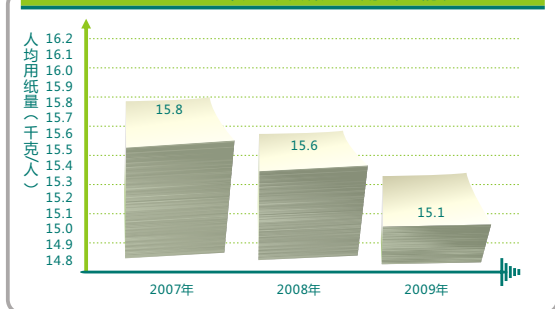
案例

太原分行开展“六个一”绿色主题活动

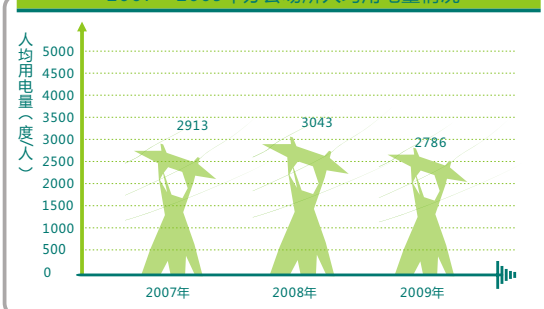
太原分行高度重视“节约能源、增收节支”工作，开展“六个一”绿色主题活动，深化员工“节能、创收、绿化、和谐”意识：平时爱护公用设施，少花一分钱；提高纸张利用率，少用一张纸；杜绝长明灯，少耗一度电；树立节水意识，少用一滴水；不用办公电话办私事，少打一个电话；珍惜粮食，少倒一点剩饭剩菜。

2007—2009年办公场所消耗资源情况

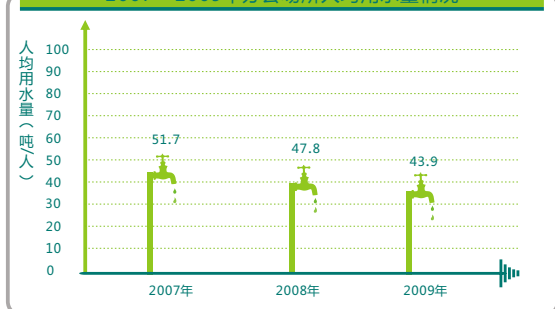
2007—2009年办公场所人均用纸量情况



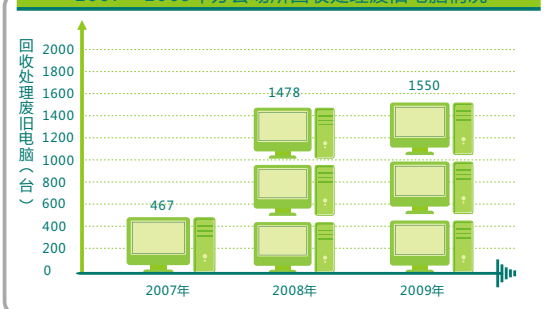
2007—2009年办公场所人均用电量情况



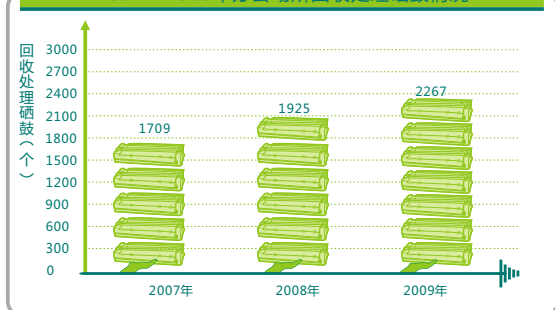
2007—2009年办公场所人均用水量情况



2007—2009年办公场所回收处理废旧电脑情况



2007—2009年办公场所回收处理硒鼓情况

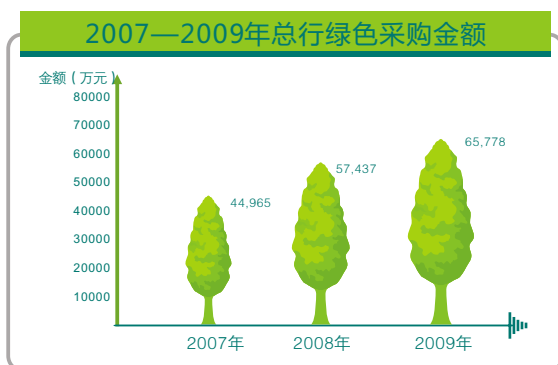


备注：因统计口径原因，其中有三家分行未含计算。
以上数据覆盖我行其他分行机构，数据均为平均数。

绿色采购

民生银行在集中采购中将绿色环保作为重要指标，总行集中采购项目招标文件、采购合约的《技术质量要求》部分，均详细列明了所购产品、材料的技术环保标准，规定优先选用具有能效标识、绿色节水认证和环境标志的产品，减少过度包装和一次性用品的使用。如在选购办公区家具时，坚持环保、舒适、经济、牢固、实用、美观的原则，环保是首要、必备的条件；在装修办公用房及修缮员工宿舍时坚持使用绿色环保建筑材料；在购置车辆时，坚持选择符合环保检测标准的车

型等。此外，总行集中采购部门通过定期发布采购信息专刊，宣传绿色采购相关政策，提供建筑节能、环保技术与产品展会信息，积极引导分支机构采购绿色、环保产品。2009年，总行绿色采购金额达到65,778万元。



环保公益

在自身践行绿色经营以外，民生银行总行和各分行积极组织参与多种形式的环境公益活动，普及环保知识、增强员工和公众的环保意识。

案例

厦门分行的“开心农场”现实版

2009年，厦门分行将“绿色主题”活动延伸至贵宾客户，开展“开心农场”现实版等活动，邀请分行贵宾客户自驾植树，并发放绿色种子做为赠品。2009年3月，厦门分行与美格农艺农场建立友好关系，并不定期地组织贵宾客户到农场种树，全年大约种植近200棵，目前，大部分小树苗正在茁壮成长。2009年11月，厦门分行与厦门宝生园有限公司达成合作意向，分行在宝生园健康基地租赁5亩菜地，分配给贵宾客户自行耕种，将“开心农场”从网络转移到了现实，进一步倡导绿色食品，推进健康饮食，传播绿色理念。





慈善公益

民生银行积极回馈社会，开展扶贫工程，继续推广信息扶贫模式，支持艺术文化事业，提供社区金融服务，促进社区发展。



成立公益捐赠基金

2008年，为充实、规范公益资源，民生银行成立“中国民生银行公益捐赠基金”。2009年，我行继续以公益捐赠基金为保障，科学开展慈善公益事业。

案例

中国民生银行公益捐赠基金

2008年11月20日，经过股东大会会议审议，民生银行在国内银行业第一个建立公开承诺固定比例的公益基金——“中国民生银行公益捐赠基金”，该基金第一阶段的运行时间为2008至2013年。基金由中国民生银行出资，2008年首年按税前利润1%列支，2009-2013年期间，每年按税前利润0.8-1.2%列支。为确保“中国民生银行公益捐赠基金”的高效、规范运行，民生银行成立了由内外部专家组成的“捐赠项目决策委员会”，负责捐赠项目的选择、跟踪、评估以及财务管理。

案例

连续第二次荣获“中华慈善奖”

2010年4月，我行连续第二次荣获中国慈善领域最高政府奖项——“中华慈善奖”，再次成为国内唯一荣膺该奖项的金融机构。同时，我行也是9家入选“最具爱心内资企业”中捐赠数额最大的民营企业。



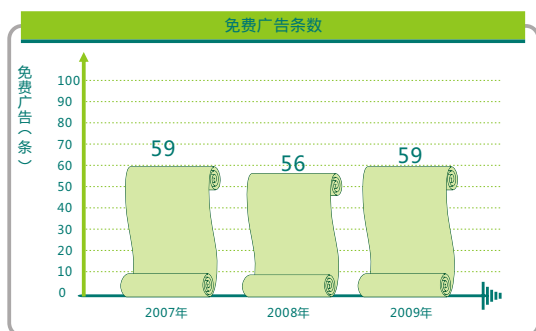
促进贫困地区发展

民生银行持续关注贫困地区发展。作为全国工商联扶贫工作委员会成员单位，2009年，我行捐赠1,000万元用于贵州织金县、四川巴中市和仪陇县三个地区的定点扶贫项目，以帮助贫困地区改善基础设施，促进当地经济发展，提高贫困地区的生活水平。

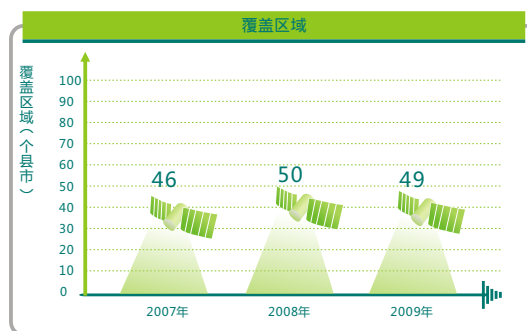
民生银行继续推广信息扶贫模式。为切实解决“农产品售卖难”的实际问题，推动贫困县和全国农产品生产区“乡村品牌”建设。2006年至2009年，我行累计出资5,800万元，以帮助全国304个县市播出了免费广告。其中，农产品应急销售免费广告共帮助全国扶贫县及农产品主产区推销520多亿公斤滞销农产品。



全国农产品应急销售免费广告的社会效益



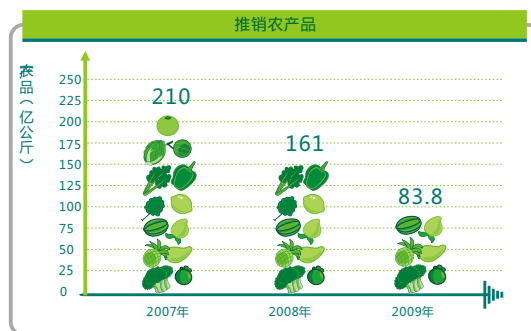
备注：由于信息扶贫广告社会效益的统计需要一定的周期，故2009年数据为1-10月份数据。



备注：由于信息扶贫广告社会效益的统计需要一定的周期，故2009年数据为1-10月份数据。

在贵行的大力支持下，我县红杏应急销售扶贫广告自5月17日在CCTV-7播出，历时3个月……在广告播出前，县内的果农是有好果销不出去；广告一经播出，各地客商主动找上门来。应急销售广告真正为打开红杏销路，下了场“及时雨”。

河北省邢台市巨鹿县扶贫办
2009年8月13日



备注：由于信息扶贫广告社会效益的统计需要一定的周期，故2009年数据为1-10月份数据。



金融服务进社区

民生银行以“社区便民”为己任，从各个方面尽量满足周边社区居民对金融服务的要求，为社区提供便利的金融服务、提供金融知识。2009年，我行以“走进民生”为主题，将民生金融知识送进社区，各事业部及分支行积极开展金融知识进

社区活动，帮助社会了解金融，使用金融。通过组织讲座、财富课堂、金融知识培训等形式向广大社区居民普及金融知识，提高社区居民的理财意识和风险防范意识，增进民生银行与社区的互动。

案例

西安分行打造“如意管家”

为达到“为民、利民、便民、构建和谐社区”的愿景，西



安分行为解决社区居民缴纳、预存各类居家生活费用的烦恼，自主研发社区自助服务系统“如意管家”，目前已上线功能达12项，包括24小时水、电、天然气IC卡的购买与充值，移动、电信、联通、网通的话费代收，物业费代收，民生银行储蓄账户间自助转账、查询，华商报征订缴费和米、面、油、奶订购缴费等，真正实现了“轻松生活一步到位”。



案例

小小银行家

培养孩子的理财能力是民生银行金融进社区的重要主题。2009年，我行继续开展“小小银行家，我是大赢家——2009财商特训营”活动，开展压岁钱理财课堂、财商特训营、快乐大本营、少儿才艺大赛等一系列主题活动，帮助孩子从小树立起正确的劳动和财富观念。



一家银行除了提供优质的金融服务以外，还能为孩子的素质教育做出自己的努力，真的非常难能可贵！

一位家长的感言

支持青年就业创业

“青年就业创业见习基地”是共青团推出的一项组织运行模式与市场经济主体相结合的重要举措。民生银行积极部署，探索民生特色见习基地路径，出台《中国民生银行“青年就业创业见习基地”工作流程》。“青年就业创业见习基地”成为我行服务社会的有效举措和重要载体，为青年团员提供了良好的学习锻炼机会。

我行积极在地方建立创业基金，支持青年创业。2009年，我行捐赠1,000万元与北京市顺义区新城建设管理委员会设立“青年创业基金”，以改善顺义区创业服务环境，支持青年创业，为创业青年和创业项目提供必要的资金支持。

案例

“青年就业创业见习基地”初见成效

民生银行率先在电子银行部华中运营中心启动中央金融机构“青年就业创业见习基地”建设工作，并牵头14家中央金融机构团委在武汉召开了中央金融系统“青年就业创业见习基地”创建工作经验交流会，解决了金融系统创建见习基地过程中所遇到的各类技术性问题。基地建设试点成功后，电子银行部迅速在华北、华南、华东和深圳运营中心开展“青年就业创业见习基地”建设工作。截止2009年12月31日，我行电子银行部、太原分行、信用卡中心等机构共建立见习基地9个，其中，电子银行部接纳了216名青年进入基地见习，89名表现优异者已被聘用。



捐助教育科研卫生事业

民生银行通过教育扶贫、捐助科研基金会和卫生健康基金会等多种形式助力我国教育科研卫生事业。

教育扶贫

2009年，我行员工共捐款586.8万元，用于河南省的滑县和封丘县、甘肃省的临洮县和渭源县

4个定点扶贫县的教育扶贫。其中：在建和完成学校校舍项目11个，投入捐款资金413万元；在4县资助贫困家庭高中学生2,280名，捐款114万元；奖励优秀教师18万元；暑假期间在甘肃省2县组织了1,300人、8个场地的初中教师分学科培训活动，12月在京培训优秀教师104名。



案例

在受助中学会感恩

我出生于甘肃会宁的一个偏僻小山村，2005年以645分的成绩考上了同济大学，然而因家庭经济条件限制，录取的捷报此时也浸润着无助的酸楚，贫困几乎挡住了我求学的道路。……是民生银行的叔叔阿姨们帮助我实现了求学的愿望，在接受物质帮助的同时，我得到了一笔宝贵的精神财富，在这个过程中我学会自立自强，学会了感恩，学会了传递爱心，更学会了做人的道理。

受捐助人：董亚宁，同济大学机械学院
机械电子工程09级硕士生



捐助孙冶方经济科学基金会

孙冶方经济科学基金会是以我国著名经济学家孙冶方命名、由中国社会科学院主管的基金会，是我国经济领域最高交流平台之一。2009年，我行出资100万元支持孙冶方经济科学奖、大型公益性经济研讨会以及重大课题的研究。



捐助中华红丝带基金

中华红丝带基金是由全国工商联和20余家会员企业共同倡议发起筹建的致力于防治艾滋的全国性公益基金组织。2008年我行与中华红丝带基金签署3,000万元的捐赠承诺，每年捐赠金额不低于2%即60万元，以推动艾滋病防治事业，重点支持和促进偏远、贫困地区的艾滋病防治工作。



支持文化体育事业



民生银行倡导艺术融入生活，通过捐助炎黄艺术馆、举办艺术展、捐助艺术团体，继续支持艺术文化事业；积极参与第十一届全运会，支持体育事业。

支持艺术文化事业

2009年，我行捐助的炎黄艺术馆先后举办了徐悲鸿大型艺术展、刘海粟大型艺术展、黄胄绘画大展等多项重大展览活动。其中，持续42天的“中国现代美术奠基人系列—徐悲鸿大型艺术展”吸引了国家领导人、国际友人、各界群众30余万人，社会各界反响强烈，影响远及海外。

我行积极参与艺术和文化建设，与北京当代芭蕾舞团结为“品牌发展协作伙伴”后，2009年出资200万元，以支持当代芭蕾舞艺术的发展。



炎黄艺术馆选择以“中国20世纪美术”为主题是选定了一个立场，美术馆应当承担对现当代美术的研究和推广任务……炎黄艺术馆是在投石问路、抛砖引玉，在我们的努力下，理论界开始引起重视，许多美术馆也意识到这个问题，开始做一些近现代美术史的梳理和研究工作……（这些工作）必定会影响中国美术的长远发展。

中国民生银行品牌管理部

作为一家公益性的艺术机构，炎黄艺术馆承担着双重责任和义务，通过学术论坛及讲座等形式，推动中国美术事业的发展；通过艺术品展览及讲解，普及艺术理念，推动艺术融入生活，提高普通大众的生活品质。

新华网《炎黄艺术馆“徐悲鸿大展”20天迎10万观众》





支持体育事业

2009年第十一届全运会是全国最重要的体育赛事，集体育、经济、文化、环境等多元要素于一体。作为第十一届全国运动会唯一银行服务合作伙伴，民生银行出资3,000万元，并整合各方面资源，全力支持全运会的各项工作。济南分行成立5个全运会专项小组，组织招募300多人的志愿者服务队，提供2万余人次的全运服务。实现了全运会期间安全支付零事故、零投诉，获得“第十一届全国运动会特别贡献奖”，济南分行获得“第十一届全国运动会组织工作先进集体”、“全运银行信息安全保障先进集体”、“全运支付环境建设先进集体”等荣誉称号。



……真切地感受了民生银行非凡的服务设施，非凡的服务团队，非凡的服务效率和蓬勃的服务氛围，他们“情系民生，服务大众”，精心打造优质、高效、文明、规范的服务品牌，我们有足够的理由相信：他们作为十一届全运会唯一银行服务合作伙伴，一定能够提供一流的金融服务。

民生银行, you are ready!

齐鲁晚报《民生银行全方位备战全运金融服务》



SHANDONG CHINA
2009 中国·山东



中国民生银行
CHINA MINSHENG BANKING CORP., LTD.

中华人民共和国第十一届运动会合作伙伴

未来展望

2010年是民生银行“二次腾飞”的一年，我们将继续秉承“服务大众，情系民生”的理念，提高全员社会责任感，将履行社会责任进一步内化到日常经营管理；建设特色银行与效益银行，服务民营企业、小微企业；加强客户关系管理，促进员工价值与企业价值的统一，与合作伙伴和谐共赢；推行绿色信贷、绿色采购、绿色办公和绿色公益，建设绿色银行；加大公益捐赠力度，积极探索公益捐赠的新形式。



责任领域	2010年目标
责任管理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 进一步健全社会责任组织体系； 2. 提升全员社会责任意识，推动履行社会责任成为全员的价值追求和自觉行动； 3. 加强与利益相关方的沟通交流。
市场绩效	<ol style="list-style-type: none"> 1. 提升公司科学管理水平，关注投资人权益； 2. 建立特色银行，加大对民营企业和小微企业金融服务； 3. 建立健全全面风险管理体系，推进新巴塞尔资本协议。
和谐共赢	<ol style="list-style-type: none"> 1. 加大产品创新，持续提升客户满意度，构建良好的客户关系； 2. 进一步加大培训力度，关注员工成长，关爱员工生活； 3. 加强与政府、企业和社会团体的沟通交流。
绿色金融	<ol style="list-style-type: none"> 1. 重视环境保护，关注气候变化； 2. 大力推行绿色信贷； 3. 开展绿色办公，创建绿色银行。
慈善公益	<ol style="list-style-type: none"> 1. 进一步完善公益捐赠制度； 2. 积极参与公益事业，探索公益新形式。



附录



报告规范

- 报告时间范围：

2009年1月1日至12月31日，部分内容超出上述范围。

- 报告发布周期：

中国民生银行社会责任报告为年度报告。

- 报告组织范围：

报告覆盖中国民生银行股份有限公司总部及下属机构，为便于表达，在报告的表述中分别使用“中国民生银行股份有限公司”、“中国民生银行”、“民生银行”、“我行”。

- 报告参考标准：

中国银监会《关于加强银行业金融机构社会责任的意见》

上海证券交易所《公司履行社会责任的报告》编制指引

中国社科院《中国企业社会责任报告编制指南》(CASS-CSR 1.0)

中国银行业协会《中国银行业金融机构企业社会责任指引》

- 报告数据说明：

本报告所引用的2009年数据为最终统计数，财务数据如与年报有出入，以年报为准。

- 报告保证方法：

为保证报告的真实性、可靠性，本报告提请必维国际检验验证集团按照ISAE3000可持续发展报告验证标准进行第三方审核，提供独立的审核声明。

- 报告延伸阅读：

本报告电子版以及中国民生银行更多信息，请访问：www.cmbc.com.cn

- 报告联系人：

曹雪森、杨勇

中国民生银行品牌管理部社会责任中心

地址：北京市东城区朝阳门北大街1号新保利大厦7C

电话：010-64082499

传真：010-64082456

Email：yangyong6@cmbc.com.cn

审验声明

BUREAU VERITAS
Certification



BV必维国际检验集团验证声明

验证目的

必维国际检验集团（以下简称BV）受中国民生银行股份有限公司（以下简称“民生银行”）的委托对《2009年中国民生银行社会责任报告》（以下简称《报告》）执行第三方验证工作。报告中所有信息全部由民生银行提供，BV没有参与报告编写过程。BV的职责是在评审报告信息收集、分析和管理过程的基础上，针对报告披露信息的准确性和可靠性提供独立的验证声明。

验证范围

- 验证《报告》在披露期限(2009.1.1-2009.12.31)内的关键数据、信息及其管理支持系统的准确性和客观性；
 - 对《报告》中数据和信息的收集、分析、检查等管理过程进行评价；
 - 验证现场只为民生银行北京总部，没有访问民生银行其他现场和利益相关方；
- 以下信息排除在验证范围之外：
- 信息披露期限之外的活动；
 - 关于民生银行立场观点、信仰、目标、未来意图和承诺的陈述；
 - 通过第三方财务审计的财务数据和信息。

验证方法

验证过程包括如下活动：

- 访谈民生银行相关工作人员；
- 评审文件证据；
- 数据抽样验证；
- 评价数据和信息的收集及相关管理。

验证活动根据《BV验证程序》进行，同时参考AA1000审验标准、GRI G3和 ISAE3000 进行验证和评价，包括报告内容的完整性、客观性、实质性、适宜性和响应性。

验证结论

- 报告中的信息和数据是可靠的、客观的，BV没有发现任何系统性或实质性错误；
- BV在验证过程中发现，民生银行在社会责任管理方面存在改进和完善的机会，具体建议见下文“完善建议”和BV提交的“中国民生银行验证报告”。

客观性

报告披露的信息和数据是客观的、可靠的。公司由相关社会责任管理部门负责采集数据和信息，并进行检查和整理，具有客观性和可追溯性。



BUREAU VERITAS
Certification



完整性

报告中的数据覆盖民生银行总部和下属机构，报告对于民生银行报告涵盖期限内的相关方关注的问题，如：市场绩效、员工权益、服务质量，绿色金融、公益慈善等方面进行信息披露。

实质性

民生银行综合考虑行业特点和利益相关方关注的问题，参考 GRI G3 的关键指标要求，识别出环境、社会和经济方面的指标并进行披露。

适宜性

报告披露了民生银行在社会责任方面的价值观、方针战略、管理活动和取得的绩效，体现了民生银行的行业特点、企业文化和服务规模。

响应性

报告客观回应了利益相关方关注的部分关键问题。

完善建议

BV 通过验证和评价活动，民生银行在社会责任报告管理方面有以下改进的机会：

- 为提高信息披露的全面性，考虑选择适宜的量化单位和量化指标；
- 为充分获取利益相关方关注的问题，外部相关方参与过程应采用系统化的方式进行；
- 考虑建立系统化实质性问题的判断标准，并综合考虑内部风险、运营机遇和利益相关方的观点。

验证独立性、公正性及能力声明

必维国际检验集团是一家拥有180多年历史，在质量、环境、职业健康安全和社会责任领域提供独立验证服务的机构。验证小组成员与委托方民生银行无任何利益或冲突关系，验证活动是独立的、公正的。

张万洋
大中华区总监
必维国际检验集团认证部
2010-2-20

黄敏
验证组组长
必维国际检验集团认证部
2010-2-20



评级报告

《中国民生银行 2009 年社会责任报告》评级报告

中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心受中国民生银行委托，从中国企业社会责任报告评级专家委员会中抽选专家组成“中国民生银行 2009 年社会责任报告评级小组”。评级小组依据《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR 1.0）》相关标准对《中国民生银行 2009 年社会责任报告》进行评级。

一、评级依据

中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心、WTO 经济导刊、中国企业公民委员会联合发布的《中国企业社会责任报告编制指南（CASS-CSR 1.0）》。

二、评级结论

完整性（★★★★★）

《报告》系统披露了责任管理、市场责任、和谐共赢、绿色金融和慈善公益等领域的责任实践与绩效，较好地覆盖了银行业社会责任核心指标。

实质性（★★★★★）

《报告》披露了银行业的行业特征性议题，并就应对气候变化这一重大时代议题进行了披露，具有较好的实质性。

平衡性（★★★★★）

《报告》披露了民生银行在社会责任指标体系建设方面的不足之处，但对银行业实质性的消极影响披露不足，平衡性有待提高。

可比性（★★★★★）

《报告》披露了多个关键指标的三年连续数据，并就本年度社会责任工作与上年度进行了比较，纵向可比性较好。

可读性（★★★★★）

《报告》结构清晰，语言通俗、流畅，排版设计简洁、明了，具有较好的可读性。

创新性（★★★★★）

《报告》编制过程中开展了全行社会责任优秀案例评选，优秀案例评选结果编纂为《中国民生银行 2009 年可持续发展报告》（案例篇），与主报告共同发布，具有很好的创新性。

综合评级（★★★★★）

经评级小组评价，《中国民生银行 2009 年社会责任报告》为四星，是一份优秀的企业社会责任报告。

三、改进建议

- 1、加强信贷安全、金融服务的披露，提高实质性；
- 2、增加对实质性负面信息的披露，改善平衡性；
- 3、披露同行业关键绩效数据，增强横向可比性。

四、评级小组

组长：中国社科院经济学部企业社会责任研究中心主任 钟宏武

成员：中国人民大学 MBA 中心主任 刘刚

WTO 经济导刊副社长 殷格非

中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心理事 李文

中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心理事 张蕙

陈佳贵

中心理事长
全国人大常委会
中国社科院学部主席团代主席

陈佳贵

钟宏武

评级专家小组组长
中国社会科学院经济学部
企业社会责任研究中心主任

钟宏武



中国企业社会责任报告
专家评级委员会
Chinese Expert Committee on CSR Report Rating

专家评审意见

对《中国民生银行2009年社会责任报告》的评价

《中国民生银行2009年社会责任报告》（以下简称“报告”）以“服务大众，情系民生”为主线，全面反应了中国民生银行2009年的责任管理和责任实践。报告主线清晰、结构合理、内容充实、形式创新，是一份优秀的社会责任报告。

这是一份“全面翔实”的报告。报告全面总结了民生银行在责任管理、市场绩效、和谐共赢、绿色金融与慈善公益等各个方面的责任理念、管理制度、方法措施、绩效指标和典型案例。尤其值得肯定的是绿色金融部分，从绿色信贷、绿色办公、绿色采购等角度系统翔实地反应了民生银行的环境理念和责任实践，可谓中国金融企业环境信息披露的范本。

这是一份“渐入佳境”的报告。作为第三份社会责任报告，报告的科学性、规范性、实质性都有提升，尤其是定量绩效指标数量大幅增加。这表明中国民生银行的报告编写流程在不断改进，报告指标体系在不断完善，社会责任组织体系已初步建立，社会责任工作在不断深入。

这是一份“中国特色”的报告。报告参考了中国社科院编写的《中国企业社会责任报告编写指南(CASS-CSR 1.0)》，这是对中国自己的社会责任报告编制指南的重要支持，对于建立中国特色社会责任理论体系，争取我国在国际企业社会责任运动中的话语权有重要意义。

希望中国民生银行进一步推进社会责任工作，将社会责任内化到企业日常经营活动之中，探索更多中国特色的责任实践，继续充当中国企业社会责任的领跑者！

全国人大常委、中国社科院学部主席团代主席
中国社科院经济学部企业社会责任研究中心理事长

陳佳貴

意见反馈表

尊敬的读者：

本报告是中国民生银行向社会公开发布的社会责任报告，为了不断改进报告编制工作，我们特别希望倾听您的意见和建议。请您协助完成反馈意见表中提出的相关问题，并选择以下方式反馈给我们。

传 真：+86-10-64082456

邮 寄：北京市东城区朝阳门北大街1号新保利大厦7C，

中国民生银行品牌管理部社会责任中心 (100010)

您的信息

姓 名：

工作单位：

职 务：

联系电话：

传 真：

E-mail：

中国民生银行社会责任报告读者意见反馈表

选择题（请在相应位置打√）

	很好	较好	一般	较差	很差
1.本报告全面、准确地反映了民生银行对经济、社会、环境的重大影响？					
2.本报告对利益相关方所关心问题的回应和披露？					
3.本报告披露的信息、指标、数据清晰、准确、完整？					
4.本报告的可读性，即报告的逻辑主线、内容设计、语言文字和版式设计？					

开放性问题

1.您认为本报告最让您满意的方面是什么？

2.您认为还有哪些您需要了解的信息在本报告中没有反映？

3.您对我们今后发布社会责任报告有何建议？

注释

1. “1+2+6”，即“一规”、“两办法”、“六项主要制度”

2. “两高一资”指高能耗、高污染和资源性行业

3. “SOP项目”指支行标准化作业模式，旨在发挥支行网点作为零售业务发展主渠道的作用，建立更专业的销售与服务管理体系和流程，进而改善客户体验，同时，提高员工满意度。

4. 上海证券交易所2008年发布的《关于加强上市公司社会责任承担工作暨发布〈上海证券交易所上市公司环境信息披露指引〉的通知》（以下简称《通知》）中提出每股社会贡献值，即“在公司为股东创造的基本每股收益的基础上，增加公司年内为国家创造的税收、向员工支付的工资、向银行等债权人给付的借款利息、公司对外捐赠额等其他利益相关者创造的价值额，并扣除公司因环境污染等造成的其他社会成本，计算形成的公司为社会创造的每股增值额，从而帮助社会公众更全面地了解公司为其股东、员工、客户、债权人、社区以及整个社会所创造的真正价值。”根据《通知》精神，结合银行业行业特征，我行的每股社会贡献值计算方式如下：

每股社会贡献值=基本每股收益[0.63元]+每股增值额[1.66元]

每股增值额=（纳税额+员工费用+利息支出+公益捐赠额）/期末总股本



 **中国民生银行**
CHINA MINSHENG BANKING CORP., LTD.

地址：中国·北京市西城区复兴门内大街2号 邮编：100031

电话：010-58560666 传真：010-58560690

www.cmbc.com.cn