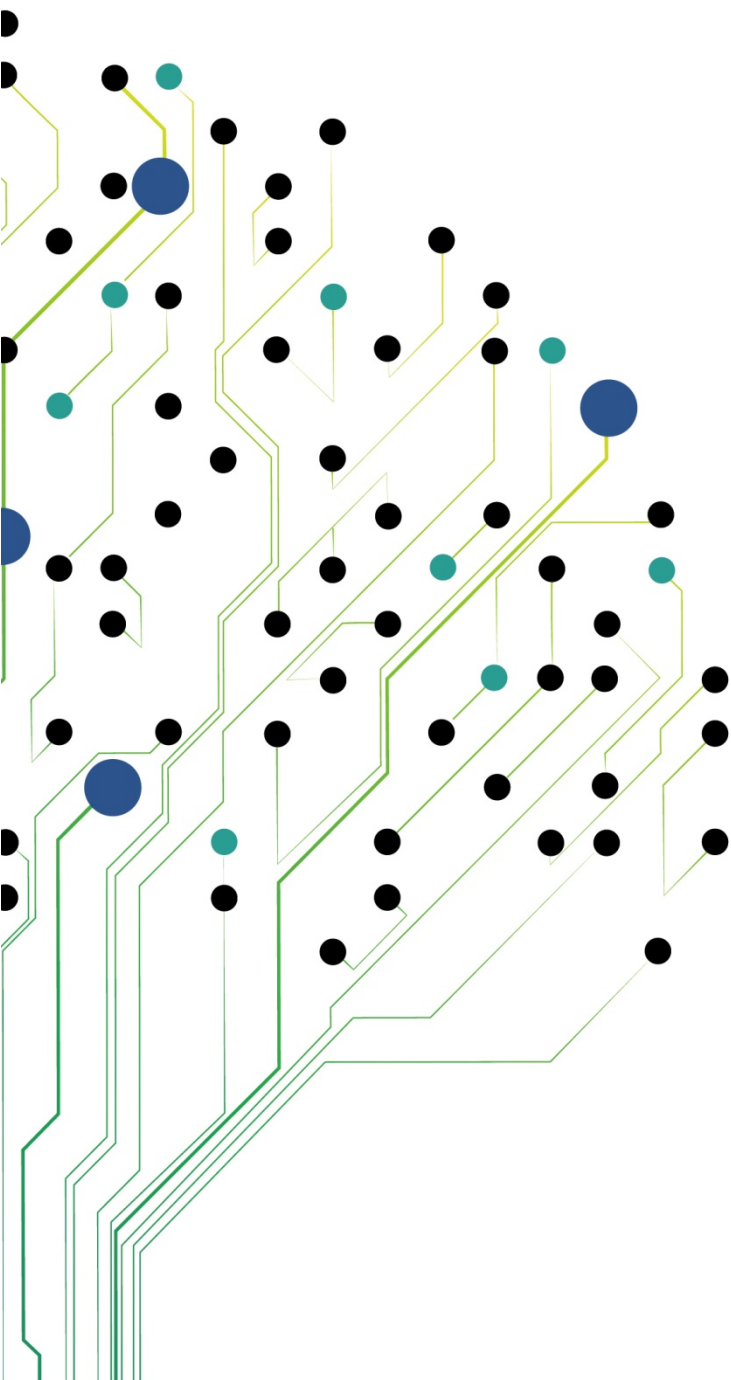




# 2011年社会责任报告

## Corporate Social Responsibility Report 2011



## 项目启动

## 制定计划

## 报告对标

- 国内银行CSR报告对标
- 国际银行CSR报告对标
- 优秀企业CSR报告对标

## 议题选择

- 国内外CSR报告标准分析
- 银行业CSR关键议题识别
- 利益相关方访谈
- 全球性议题
- 民生银行优秀实践

## 资料收集

- 下发资料清单
- 日常信息收集

## 报告写作

## 意见征求

- 银行内部意见征求
- 外部专家意见征求
- 利益相关方意见征求

## 报告审验

## 报告设计

## 报告评级

## 定稿发布

### 报告承诺：

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。

# 目录

## Table of Contents

董事长致辞	03
行长致辞	05
关键绩效表	07
民生银行：特色银行、效益银行	12

### 责任管理

完善责任治理	15
加强责任推进	18
创新责任沟通	19
促进合规经营	21

### 市场绩效

流程银行改革创新	25
做民营企业的银行	28
做小微企业的银行	29
提升农村金融服务	33
推进全面风险管理	35

●	<b>和谐共赢</b>	38
	以客户为中心	39
	以员工为根本	45
	以伙伴为依托	49
●	<b>绿色金融</b>	51
	发展绿色信贷	53
	实施绿色运营	54
	参与环保公益	56
●	<b>慈善公益</b>	58
	支持文化公益事业	59
	帮扶贫困地区发展	63
	带动青年创业就业	65
	开展员工志愿活动	66
●	<b>未来展望</b>	67
	<b>附 录</b>	69
	附1 报告规范	70
	附2 验证声明	71
	附3 评级报告	73
	附4 意见反馈表	74
	注 释	76



2011年，中国民生银行“二次腾飞”战略实施进入新阶段，在建设“特色银行”和“效益银行”的征程上前进了一大步，履行企业社会责任的绩效持续提升。

这一年，民生银行的业务发展和改革创新取得突出成绩。竭力服务实体经济，“民营企业银行”、“小微企业银行”、“高端客户银行”战略扎实推进。事业部改革和流程银行改革继续深化，管理水平和服务能力显著提升；民营企业信贷支持力度加大，与民营企业的战略伙伴关系有效建立；小微金融2.0升级版正式推出，战略向“小微综合金融服务商”转型；全方位着手打造服务品牌，客户服务质量持续改进；完成新资本协议第一支柱项目，健全的风险管理体系引导各项业务健康发展；强化绿色信贷风险管理，加大对节能减排、新能源的信贷支持力度，以金融之力促环境美好。

这一年，民生银行的社​​会责任工作呈现出诸多亮点。在定点扶贫、信息扶贫、教育扶贫等方面积极贡献力量，有效提高扶贫地区的经济发展水平和生产生活水平。持续推动文化的发展繁荣，通过捐资创建民生现代美术馆、捐助运营炎黄艺术馆、支持专项文化活动等方式，大力弘扬中华传统

文化，展现中国和世界当代艺术。捐助中华红丝带基金，开展了多个防疫项目及全国艾滋病防治公益讲座宣传，参与发起设立非公募基金会——瀛公益基金会，为青年创业提供服务和技术支持。积极参与中国企业社会责任理论建设，为《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR2.0）》中银行业指标体系的构建提出专业建议。

这一年，民生银行的社会责任管理体系更加完善。在中国银行业率先成立了社会责任管理委员会，社会责任管理的科学化和专业化水平不断提升；健全内外部利益相关方沟通交流机制，企业社会责任信息披露水平被评为“领先者”地位。坚持守法合规经营，全员普及新版“职业操守”和“行内小法”，健全反洗钱工作组织体系与制度体系，培养反洗钱专业队伍，反洗钱风险防控能力有效提升。

作为遵循价值规律的金融企业，民生银行是冷静理性的，同时作为富有责任理想的企业公民，民生银行又是勇于担当的。我们愿与整个社会相依相伴，共同迎接美好的明天！

中国民生银行 董事长：董文标





2011年，面对国内外纷繁复杂的宏观经济形势，民生银行坚决贯彻执行国家各项金融政策，坚定理想、开拓创新。“二次腾飞”战略实施进入新阶段，公司治理水平跃上新台阶，经济效益指标获得新突破，履行社会责任取得新成绩。

市场绩效跨越发展。2011年，民生银行继续深化事业部改革和流程银行建设，导入“客户之声”、“六西格玛”和“平衡计分卡”等三大管理工具，有效提升全行科学化、精细化管理水平。坚持“做民营企业的银行”，通过“金融管家”和“主办行”业务建立起与民营企业的战略伙伴关系。小微金融2.0提升版正式推出，向“小微综合金融服务商”转型，“商贷通”贷款余额突破2300亿元，服务各类小微企业客户超过45万户。继续深入推动村镇银行建设，成立“现代农业金融事业部”，努力打造“农业特色银行”。健全风险管理制度，完成新资本协议第一支柱项目，各分行全面建立风险管理委员会，引导各项业务健康发展。

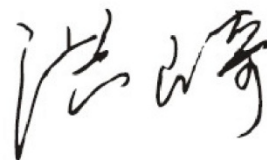
和谐共赢成效显著。2011年，民生银行从组织、制度、渠道和流程着手，着力打造服务品牌，成立“全行服务管理领导工作小组”，细化服务管理规范，优化服务渠道，保护客户信息，普及金融知识，积极应对客户投诉，客户满意度达到99.42%。坚持正确的用人理念和科学的人才策略，保障员工基本权益，引导员工职业生涯发展，全年培训覆盖率100%，职业发展双通道持续完善；重视员工工作生活平衡，努力建设“民生家园”。与合作伙伴积极建立合作机制，加大战略合作的广度、深度和力度，实现多方共赢。

绿色金融稳步推进。2011年，民生银行继续强化节能减排授信与绿色信贷风险管理，大力支持节能减排技术、新能源项目，节能减排授信金额23.5亿元，绿色能源领域贷款余额近70亿元。日常运营方面，大力发展电子银行业务，推行无纸化办公、绿色办公，人均用电量和用水量较去年均有显著下降。健全绿色采购制度，2011年总行绿色采购总额达到7.85亿元；积极支持环保公益，各地分行纷纷开展以环保为主题的公益活动，创建绿色家园。

慈善公益再谱新篇。2011年，民生银行继续扎实推动文化发展与繁荣，炎黄艺术馆全年举办各项展览18个，接待来自全国11个省、市、区观众达20多万人次；上海民生现代美术馆以中国当代艺术为主线，对中国和世界当代艺术进行了专业呈现，全年共举办大型展览8场，展览参观人数总计达60余万人次。定点扶贫、信息扶贫、教育扶贫等扶贫事业稳步推进，员工共向4个定点扶贫县投入资金近800万元，信息扶贫广告全年共播出全国14个省32个县市的应急销售免费广告，推销滞销农产品58亿多公斤，切实帮助了贫困地区发展。我行高度关注青年就业问题，参与发起设立“瀛公益基金会”，捐赠2000万元为青年创业提供服务和技术支持，带动青年就业5万多人。大力支持员工志愿活动，弘扬“奉献、友爱、互助、进步”的志愿者精神，在关爱社会弱势群体，推动教育环保事业等方面做出了贡献。

2012年，民生银行将以更加透明和道德的行为，在更高的水平上履行社会责任，再起征程、再创辉煌。

中国民生银行 行长：洪崎





# 关键绩效表

## Key performance indicator matrix

## 社会责任工作对比表

责任领域		2010—2011年表现	对比
责任管理	责任治理	责任理念更加明确	▲
		全行对社会责任的认识提高	▲
		成立“社会责任管理委员会”	▲
	责任推进	参与修订《中国企业社会责任报告编写指南2.0(CASS-CSR2.0)》	▲
	责任沟通	企业社会责任报告质量优秀 责任实践收录MBA课程教材 健全社会责任内部沟通机制	▲ ▲ ▲
合规经营	完善合规经营管理 提升反洗钱能力	▲ ▲	
市场绩效	股东责任	深化事业部改革	▲
		提升管理的水平	▲
		加强投资者沟通	▲
		优异的财务绩效	▲
	民营企业银行	实施民企战略 创新服务模式	▲ ▲
小微企业银行	推出“小微金融2.0”升级版 成立“小微金融售后服务工作委员会” 扶持特色行业	▲ ▲ ▲	
农村金融服务	创立“现代农业金融事业部” 继续开办民生村镇银行	▲ ▲	
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	客户责任	坚持产品服务创新	▲
		持续改进服务质量	▲
		普及金融知识	▲
		保护客户信息	▲
确保资费透明		=	
员工责任	维护员工权益	=	
	加大培训力度，促进员工发展	▲	
	加强民主管理	▲	
伙伴责任	关注员工身心健康	=	
绿色金融	绿色信贷	完善绿色信贷制度 支持绿色节能减排	▲ ▲
环保公益	完善绿色采购制度 参与支持环保公益	▲ ▲	
慈善公益	慈善公益管理	公益捐赠制度正规化	=
	慈善公益活动	支持文化公益事业 促进贫困地区发展 促进青年创业就业	▲ = ▲

备注：=代表不变，▲代表改善

## 关键绩效数据表

责任管理指标	2011年	2010年	2009年
守法合规培训人次 (人次)	23,400	7,250	1,720
守法合规培训次数 (次)	468	145	27
反洗钱培训次数 (次)	238	133	158
反洗钱培训覆盖率 (%)	100	100	100
市场绩效指标	2011年	2010年	2009年
总资产 (亿元)	22,290.64	18,237.37	14,263.92
归属于母公司净利润 (亿元)	279.20	175.81	121.04
基本每股收益 (元)	1.05	0.66	0.53
不良贷款率 (%)	0.63	0.69	0.84
资本充足率 (%)	11.36	10.44	10.83
和谐共赢指标	2011年	2010年	2009年
IVR调查客户满意度 (%)	99.42	99.60	99.58
员工人数 (人)	40,820	31,454	26,039
社会保险覆盖率 (%)	100	100	100
劳动合同签订率 (%)	100	100	100
少数民族员工占全员比例 (%)	2.8	2.6	2.5
中高层管理人员男女比例 (男:女)	1:0.6	1:0.6	1:0.6
绿色金融指标	2011年	2010年	2009年
绿色采购金额 (万元)	78,500	76,000	65,778
人均用电量 (度/人)	2,135	3,207	2,786
人均用纸量 (千克/人)	10.4	10.2	15.1
人均用水量 (吨/人)	15.6	30.5	43.9
办公废弃电脑回收处理量 (台)	4,316	2,650	1,550
慈善公益指标	2011年	2010年	2009年
信息扶贫推销滞销农产品 (亿公斤)	58	60	83.8
员工定点扶贫捐款 (万元)	770	613.4	586.8
公益捐赠额 (亿元)	2.98	1.49	1.22

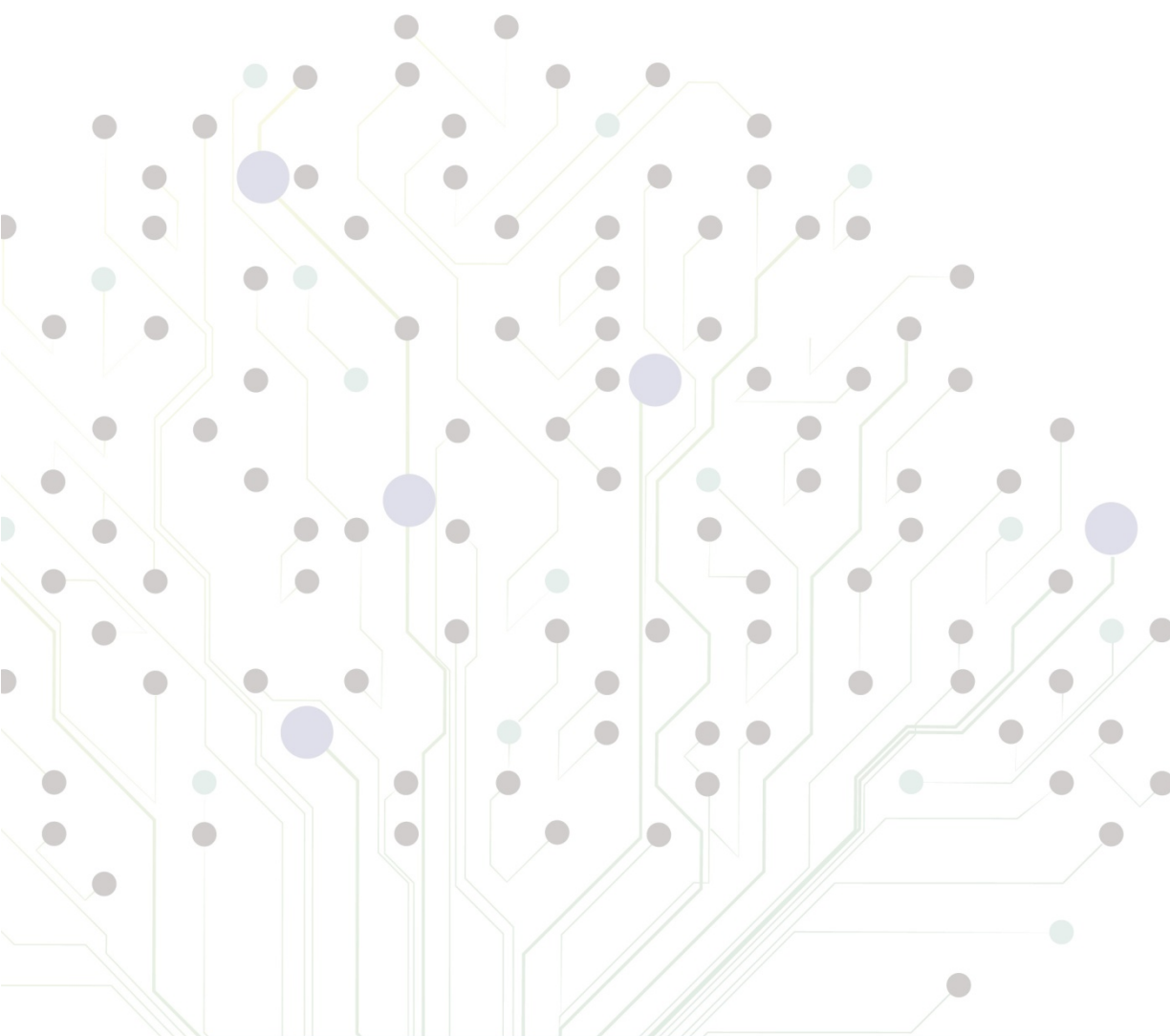
备注：绿色采购金额以总行为统计口径；相关数据为集团口径，如有出入以年报为准。

## 社会责任荣誉表

名称	评价活动及组织
董事长董文标获得“年度中国杰出银行家”	2011年度中国财经风云榜评选
董事长董文标获“中国最受尊敬企业家”	华德奖-全球企业家公众形象满意度调查
董事长董文标获“中国100金融企业家公众形象满意度调查第一名”	第十三届中国上市公司高峰论坛
董事长董文标获“金牛最佳企业领袖奖”	第七届中国上市公司董事会“金圆桌奖”颁奖盛典
董事长董文标获“2011中国最佳商业领袖之年度创新人物奖”	美国CNBC亚太电视台、第一财经电视台
行长洪崎获“中国文化遗产保护特别贡献奖”	国家文物局、中国文物保护基金会
中华慈善奖	国家民政部
全国扶贫开发先进集体	国务院扶贫开发领导小组
年度最佳公益慈善奖	中国银行业协会
公益大使奖	中国扶贫基金会
中国文化遗产保护杰出团队	中国文物保护基金会
民营企业100强排名第一位	《企业社会责任蓝皮书2011》
中国100强系列企业社会责任发展指数(2011)排名前十大企业	中国社科院、《证券时报》
中国上市公司非财务信息披露指数(2011)排名前十大企业	《经济观察报》、北京大学管理案例研究中心
中国最受尊敬企业十年成就奖	《华夏时报》、北京大学中国企业法律风险管理研究中心
2011金盾奖-中国上市公司最佳信息披露奖	2011中国上市公司最佳董事会价值管理论坛
2011中国主板上市公司最佳董事会10强	哈佛《商业评论》
管理行动金奖	中国汽车流通行业2011年年会
支持汽车行业发展突出贡献奖	第十八届中国国际广告节
中国媒介创新营销奖	中国经营报社、中国社科院工业经济研究所
卓越竞争力资产管理银行	《21世纪经济报道》
最佳资产管理银行	第43届国际保理商联合会(FCI)年会
2011年度全球最佳保理市场发展奖	金融时报社、中国社科院
2011中国中小企业金融服务十佳机构 年度最具创新力银行	“财资天下2011”第五届中国企业金融创新论坛暨2011年度中国CFO最信赖的银行评选颁奖盛典
最佳行业服务奖	

## 社会责任荣誉表

名称	评价活动及组织
2011年度最佳电子银行 2011中国电子银行最佳用户体验奖	2011东方财富风云榜、2011（第九届） 中国互联网经济论坛
民生U宝-2011年度用户满意十大电子金融品牌 2011年度最佳银行金融客服中心	第五届中国电子金融发展年会评选活动
2011年度优秀理财品牌奖 2011年度最佳银行产品创新奖	2011年度中国理财高峰论坛暨第四届中国 “金理财”奖颁奖活动
2011年中国最佳贸易金融创新银行	英国《金融时报》
影响中国2010-2011最佳供应链金融银行	第五届中国（苏州）国际物流与供应链合 作发展高峰论坛
全国金融五一劳动奖状 全国金融系统工人先锋号	中国金融工会全国委员会
2011中国绿色公司百强	中国企业家俱乐部道农研究院、《绿公司》 杂志



# 民生银行： 特色银行、效益银行



中国民生银行股份有限公司（简称：民生银行）于1996年1月12日在北京正式成立，是中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，同时又是严格按照《公司法》和《商业银行法》建立的规范的股份制金融企业。作为中国银行业改革的试验田，民生银行锐意改革、积极进取，为推动中国银行业的改革创新做出了积极贡献。

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。

民生银行始终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。成立伊始，民生银行就建立了良好的公司治理架构，明确了股东大会、董事会、监事会和经营管理层的职责，聘请国际会计公司对财务进行审计。在A股上市过程中，民生银行创新性聘请外部董事；A股成功上市后，民生银行成为国内第一家披露季报的上市公司。民生银行已形成董事会、监事会、高层管理者有效分工、各司其职、各负其责、相互配合、高效运转的公司治理机制，为企业长期健康发展提供了重要保证。

民生银行始终坚持“规规矩矩办银行，扎扎实实办银行和开动脑筋办银行”。2007年，民生银行在中国银行业创新性启动公司业务事业部制改革。2009年，民生银行确定了“做民营企业的银行、小微企业的银行、高端客户的银行”的战略定位，积极推动管理架构和组织体系的调整、业务结构的调整 and 科技平台的建设，努力实现“二次腾飞”，打造“特色银行”和“效益银行”。2011年，民生银行“二次腾飞”战略进入全面实施阶段，以“战略转型”为目标，以“流程银行”为主线，持续推进改革创新，构建“以客户为中心”的科学化、精细化战略执行体系，促进业务发展方式转型和管理方式变革，为利益相关方创造更大的价值和回报。

截至2011年底，民生银行设立了32家分行，在香港设立了1家代表处，机构总数量达到590家。



# 14 责任管理

## Responsibility Management

CMBC Corporate Social Responsibility Report

民生银行持续强化责任理念，加强责任组织体系建设，成立“社会责任管理委员会”，增强社会责任管理的科学化和专业化；持续参与中国企业社会责任理论建设和推进工作，社会责任报告内容质量逐年提升；围绕战略转型与业务特色，加强合规风险管理，健全反洗钱工作组织体系与制度体系，提升全行反洗钱风险防控能力。



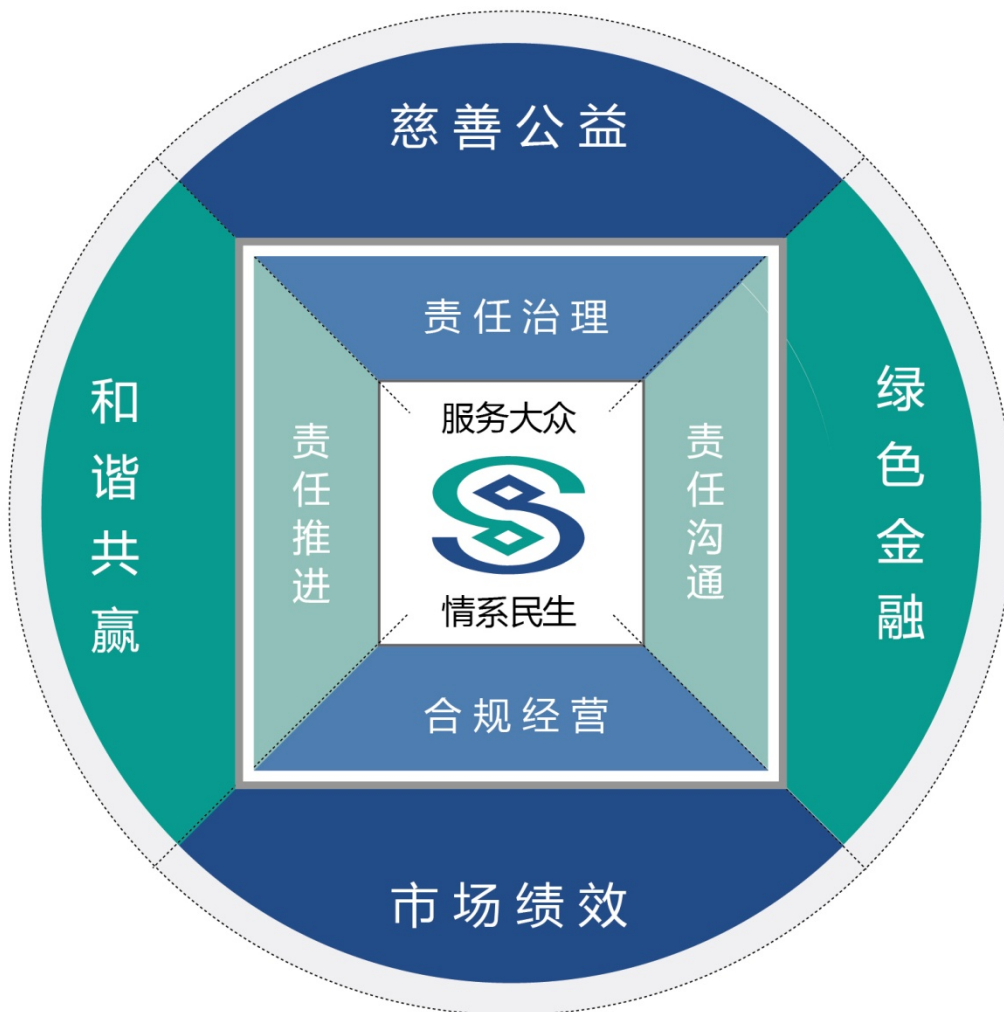
# 完善责任治理

## Better reponsibility management practices

### “服务大众，情系民生”

“服务大众，情系民生”是我行长期秉持的经营理念，其凝聚自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我行十六年的实践。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，表达了我行的履责对象，履责重点和履责愿景，成为我行企业社会责任行动的核心和原点。

- 民生服务社会大众。服务客户、善待员工、回报股东、尊重伙伴、回馈社区、响应政策，是我行与生俱来的责任。
- 实践情系民生事业。我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。
- 大众情系民生银行。我将一如既往地努力，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！



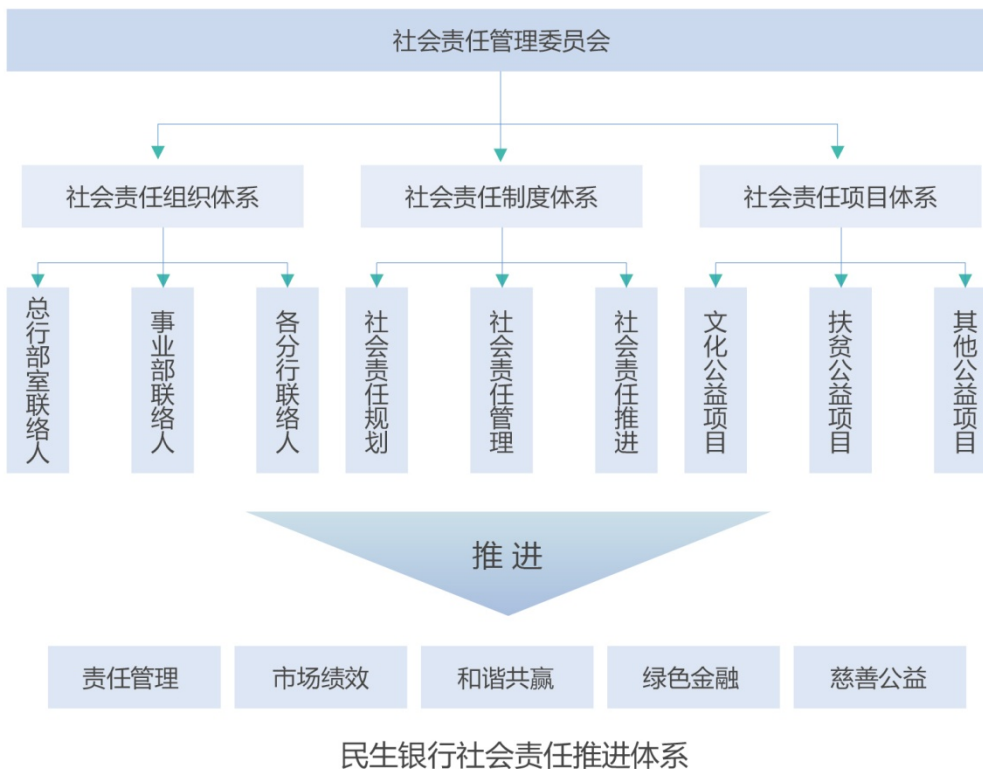
## 责任模型

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，既暗合我行提供金融服务的主业，也表达我行对内重管理、讲规矩，对外创和谐、求圆满的责任立场。

## 成立“社会责任管理委员会”

民生银行持续强化责任理念，加强责任组织体系建设，2011年成立“社会责任管理委员会”，增强社会责任管理的科学化和专业化。

社会责任管理委员会是全行社会责任工作的综合协调和议事、决策机构。委员会由行领导及总行部室负责人组成，董事长任委员会主席。其主要职能包括：审议、批准全行企业社会责任事业发展规划及年度工作计划；审议、批准企业社会责任管理相关政策和制度；指导全行各经营单位和附属机构履行企业社会责任；负责文化公益机构的统筹管理和综合协调。社会责任管理委员会的成立标志着我行社会责任管理工作进入了全面推进的新时期。



# 加强责任推进

## Responsibility promotion

民生银行持续支持中国企业社会责任研究，以自身的履责实践参与中国企业社会责任理论建设。我行积极支持《中国企业社会责任报告编写指南(CASS-CSR2.0)》编写工作，为银行业指标体系构建提出专业建议。该书于2011年3月份出版，其中多项银行业指标示例来自我行实践。



中国民生银行对《中国企业社会责任报告编写指南》的支持，是民生银行企业社会责任意识的重要体现，也为中国企业社会责任理论体系建设做出了重要贡献。

—— 中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心

# 创新责任沟通

## New approaches to responsibility communication

民生银行的利益相关方		
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。	依法诚信经营； 及时、准确的信息报送； 响应国家政策； 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。	严格的风险控制； 保持良好的信用等级； 投资者关系管理。
客户	优质服务； 提供丰富的金融产品； 资费透明； 客户信息保护。	提供差异化服务； 提供专业咨询与指导； 持续产品创新； 较高的客户满意度。
合作伙伴	诚信互惠； 合作共赢。	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。
供应商	公平采购、诚信履约； 战略合作、实现双赢。	推进责任采购； 坚持“三公”原则，严格履约； 较高的供应商满意度。
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。	公益捐赠； 促进贫困地区发展； 支持教育、科研、卫生事业； 支持文化公益事业； 救助重大自然灾害； 志愿者服务。
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。	绿色信贷； 绿色采购； 绿色办公； 与社会团体保持良好关系。

## 发布企业社会责任报告



民生银行自2007年起开始持续发布企业社会责任报告，报告质量逐年提升。在中国社科院2011年11月发布的《中国企业社会责任研究报告（2011）》（社会责任蓝皮书）中，我行责任管理与社会责任信息披露在民营企业100强中排名第一位，处于“领先者”地位；在“中国100强系列企业社会责任发展指数”排名中，我行入选前十大企业；同年12月发布的《中国企业社会责任报告白皮书（2011）》中，《中国民生银行2010年社会责任报告》处于四星级优秀水平，位列民营企业第一名。

## 民生责任实践进入MBA教材



民生银行积极传播责任理念，分享责任实践，配合中国MBA教学活动，分享我行社会责任管理与实践。我行企业社会责任实践被收录到MBA系列教材《分享责任》一书中，为建立中国企业社会责任理论体系和推动企业社会责任教育做出了贡献。

## 加强企业内部社会责任沟通



民生银行充分利用各种宣传平台，整合行内外资源，促进全行员工树立责任理念。2011年，利用内网和内刊专题栏目，披露社会责任工作信息，宣传工作成果。《民生时代》“民生责任”专栏积极刊发各分行、各事业部的社会责任相关文章。通过内部宣传，增强了员工的荣誉感和凝聚力，提升了员工责任意识，为我行更好地履行社会责任打下了坚实的基础。

# 促进合规经营

## Operated with integrity and legal compliance

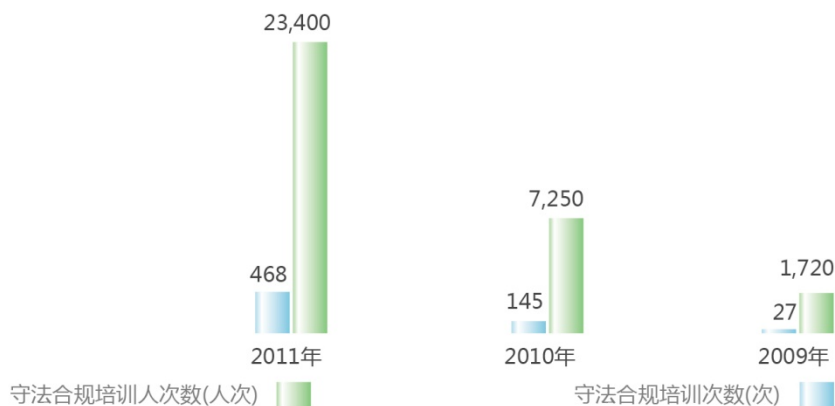
### 加强合规管理

民生银行围绕战略转型与业务特色，持续加强合规管理。为进一步规避经营管理风险，确保合规运营，2011年，民生银行全员普及新版“职业操守”和“行内小法”，组织全员逐级签署《员工岗位风险防控责任书》，认真实施《员工重要事项报告制度》和《员工异常行为监督报告制度》；加强合规培训，并以区域竞赛形式在全行举行第四届“规规矩矩办银行”知识竞赛活动。此外，各级机构还针对员工道德风险这一引发经济案件的基本成因，开展了两次员工道德风险集中排查。风险防控各项工作有效夯实了合规经营的基础，提升了全体员工的认识水平，取得了显著成效。

反腐败与反商业贿赂也是我行常抓不懈的重要工作。2011年启动“重操守、防风险、促腾飞”反腐倡廉宣传教育活动，组织全行500多名纪检监察专兼职人员参加了《中国纪检监察报》举办的廉政知识测试；下发了金融反腐倡廉宣教光盘并组织全行学习。全年未出现操作风险案件和重大违规事件，合规管理在业内做出了特色。



2009-2011年守法合规培训



## 提升反洗钱能力

民生银行按照“风险为本、提升价值”的工作思路，健全反洗钱工作组织体系与制度体系，培养反洗钱专业队伍，优化和改造监测报送系统，提升全行反洗钱风险防控能力。

- 健全反洗钱工作组织体系。总行设立反洗钱领导小组及办公室，各分行成立反洗钱工作领导小组及办公室，支行设立反洗钱岗位。
- 完善反洗钱制度。印发《中国民生银行员工洗钱行为风险排查管理办法》、《中国民生银行新设经营机构反洗钱工作指引》、《中国民生银行事业部分部反洗钱工作指引》，修订《中国民生银行反洗钱客户名单管理办法》、《中国民生银行客户洗钱风险等级划分管理办法》等制度。
- 培养反洗钱专业队伍。分行设反洗钱专岗30人，全行设反洗钱兼岗2018人，反洗钱专家23人。2011年，反洗钱培训次数238次，培训覆盖率达100%。
- 加强风险防范。发送反洗钱风险提示，撰写反洗钱论文和分析报告，发送高风险洗钱客户名单，开展员工洗钱风险排查，防范客户和员工洗钱风险。

在央行首次开展的全国金融机构反洗钱先进评选中，总行法律合规部反洗钱中心、西安分行法律合规部、太原分行法律合规部、济南分行法律合规部荣获反洗钱工作先进机构荣誉称号，另有七家分行的七名反洗钱岗位人员荣获先进个人荣誉称号。



2009-2011年反洗钱培训

指标	单位	2011年	2010年	2009年
反洗钱培训次数	次	238	133	158
反洗钱培训覆盖率	%	100	100	100

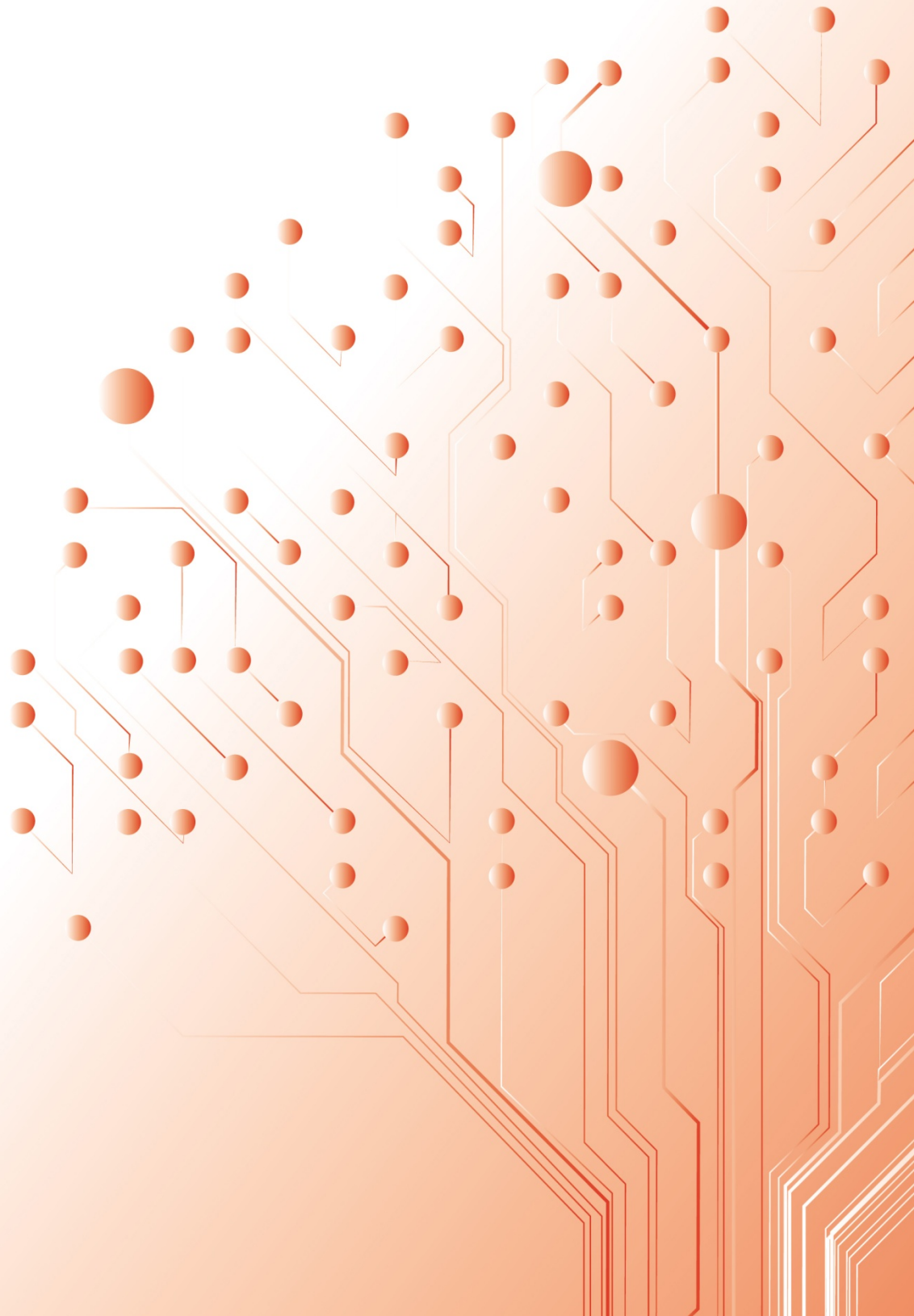


# 市场绩效

## Economic Performance

CMBC Corporate Social Responsibility Report

2011年，民生银行继续推进流程银行改革创新，完善事业部运行机制，导入先进管理工具，为投资者创造优异财务绩效；加快实施民企战略，建立与民营企业的战略伙伴关系，帮助企业做大做强；大力提升小微综合金融服务能力，推出“小微金融2.0”升级版，助力特色产业；创立“现代农业金融事业部”，大力发展村镇银行，打造“农业特色银行”；完善风险管理制度，推动新资本协议实施。



# 流程银行改革创新

## Process reengineering

民生银行持续推进流程银行改革创新，推动战略转型和“二次腾飞”。2011年，我行深化事业部改革，为全面流程再造打造坚实基础；围绕战略目标，推动重点领域的改革创新；引入先进管理工具，促进管理科学化、精细化；推动变革管理工作，保障新核心平稳上线。

### 深化事业部改革

自2007年开始，民生银行深入推进事业部改革，持续优化运行机制。2011年，我行进一步做实“公司银行管理委员会”，充分发挥统筹协调作用；在人力资源管理、全面风险管理、资源配置和考核评价等方面完善事业部公司化运行机制，提升事业部金融资源整合能力；规范落实管理服务，调动分行服务事业部积极性，提高服务效率和质量。



### 案例

#### 成立“文化产业金融事业部”

为拓展业务领域，助力重点产业发展，提升经营效率，优化运行机制，2011年，民生银行成立“文化产业金融事业部”，通过创新性的方式为文化产业发展提供金融支持，推动金融业与文化产业全面对接；组织开展文化产业市场调研，形成《立足国家发展战略，推动文化产业大发展》等重要报告，获得社会广泛关注。

## 促进管理科学化与精细化

金融服务能力的提升必须以先进的管理为基础。2011年，民生银行导入三大管理工具“客户之声”、“六西格玛”和“平衡计分卡”，提升全行科学化、精细化管理水平，有效支撑“战略转型”和“二次腾飞”。我行开展了小微“客户之声”、信用卡“客户之声”调查以及全行客户满意度调查项目，为经营管理活动提供决策依据；实施了冶金事业部信贷管理、中小业务客户关系与风险管理、办公室公文管理六西格玛流程改进项目，实现流程优化的制度化和常规化；平衡计分卡建立了全行一级经营机构的指标体系和配套管理制度，并实施了年度绩效考核。



### 案例

#### 小微企业“客户之声”调查

“客户之声”是以客户为中心的流程银行建设的起点。我行通过小微企业“客户之声”调查，了解了小微商贷通客户的满意度及影响因素，确立了满意度调查基线；将小微客户按需求特征细分，提出相应的客户价值定位，及产品、定价、渠道、服务和流程策略。小微客户调查既为小微业务战略转型提供了指导，也为金融产品创新、流程梳理和优化指明了方向。

## 加强投资者沟通

民生银行持续创新工作思路，加强投资者信息沟通，通过股东大会、投资者关系专刊、网络交流会等多种手段及时披露信息，保护投资者利益。2011年，我行结合战略转型和再融资等主题，有效开展了一系列投资者活动，尤其注重加强同中小投资者的沟通，先后在中国证券报和上海证券报（中国证券网）举办了投资者网络交流会，在香港举办路演系列活动。2011年9月，我行以中国区第二名获得第十三届投资者关系全球排名（IR Global Rankings, IRGR）中国投资者关系大奖优秀奖。



## 为投资者创造价值

2011年，民生银行持续改进资产质量，不断为投资者及利益相关方创造价值。我行报告期的每股社会贡献值为4.17元。

### 财务业绩概要

指标	单位	2011年	2010年	2009年
总资产	亿元	22,290.64	18,237.37	14,263.92
归属于母公司净利润	亿元	279.20	175.81	121.04
基本每股收益	元	1.05	0.66	0.53
不良贷款率	%	0.63	0.69	0.84
资本充足率	%	11.36	10.44	10.83

# 做民营企业的银行

## A bank for private sector enterprises

### 坚持实施民企战略

民生银行积极贯彻国家“十二五”规划，大力实施民企金融战略，着力解决民营企业融资方面的突出问题，帮助民营企业发展壮大。

2011年，在信贷额度紧张的大背景下，我行坚持将绝大部分对公新增信贷资金投向民营企业，给予民营企业充分的业务增长空间；发布《“十二五”时期民生银行民企金融服务策略研究》和《七大战略性新兴产业金融服务策略研究》，引导民企金融业务方向；调整激励机制，提高民企客户数量、规模等业务占比在各类考核指标中的权重，给予民企业务充分的资源保障。截至2011年底，民生银行贷款支持的对公民企客户已达11353家，同比增长38.59%；对公民企一般贷款余额4841.62亿元，同比增长24.58%。同期，对公民企客户规模及业务规模分别占全部对公业务的84%和59%，均较去年有较大幅度提高。



### 持续创新服务模式

民生银行坚持开动脑筋办银行，紧跟民营企业需求，创新服务模式。

2011年，通过“金融管家”和“主办行”业务建立起与民营企业的战略合作伙伴关系，有效帮助民营企业做大做强，荣获“2011中国中小企业金融服务十佳机构”。

“金融管家”专业服务团队致力于为民营企业提供全面的、综合化的、定制化的一站式金融服务，其内涵可以概括为：专业团队、战略认同、整合金融、创造价值。它采用“1+2+N”的服务方式，“1+2”是客户专属的服务团队；“N”是基于客户战略性金融需求，专门配置的专业支持团队，以此充分挖掘、快速响应、高效满足客户多元化金融需求。

中小企业“主办行”业务是我行在详细分析近2万名中小企业客户金融需求的基础上推出的，通过为“主办行”客户提供“挚友专享服务”和“白金挚友尊享服务”两大类型八项服务，满足了企业客户对融资“速度、额度和便利度”的要求，有效提升了中小企业客户的服务水平。



# 做小微企业的银行

## A bank for small businesses

民生银行积极响应国家宏观政策，大力提升小微综合金融服务能力，“商贷通”业务开展三年多来，与小微企业“同成长、共见证”，为小微客户提供着强有力的支持。截至2011年，“商贷通”业务的贷款余额突破2300亿元，2011年当年新增贷款732亿元，服务各类小微企业客户超过45万户，其中贷款户接近15万户。据不完全统计，“商贷通”通过支持小微企业，吸纳就业人数逾百万人。

### 推出“小微金融2.0”升级版

2011年6月，民生银行为加大支持小微企业发展力度，正式推出“小微金融2.0”升级版。2.0升级版在五个方面提升了服务能力：

- 服务范围从简单的信贷服务向综合金融服务转变。
- 提高保证、信用等非抵押方式在贷款结构中的比重，让更多无法提供抵押物的小微企业获得金融支持。
- 改进授信定价体系，实现客户价值和风险识别的统一，发展长远的客户关系。
- 加强售后服务。
- 优化运营模式，以“工厂化”手段强化业务效率和服务品质。

“小微金融2.0”升级版的发布，标志着我行小微金融服务已超越单一信贷服务，向小微企业综合金融服务转型。



## 以创新提供多方位支持

民生银行密切关注小微客户需求，打造“小微金融战略地图”，为客户提供更加专业、高效的金融服务。2011年，总行成立“小微金融售后服务工作委员会”，分行设立小微服务专区，将小微“专区”、“专柜”及综合柜员模式有机结合，为小微客户提供“一站式”综合金融服务；改进账户管理措施，推行预约开户制度，推广开户申请书打印系统，提高小微企业开户效率；在“小微金融2.0”版本下推出了“乐收银”、“商票通”、商户版网银等系列产品，让交易更加便捷、高效；同时，创新合作方式，为难以提供抵押品的小微企业提供信贷支持。2011年，民生银行小微金融获《环球金融》颁发的“最佳小企业贷款银行”奖和中国中小企业协会授予的“第五届中国中小企业节”年度大奖；董文标董事长被中国银监会授予“小企业金融服务十大领军人物”荣誉称号。





## 案例

### 商户版网银助力小微企业快速发展

继全面开通网上申贷业务、推出小微金融服务专线后，2011年我行又针对小微客户结算特点量身定制了商户版网上银行，为小微客户提供账户查询、公私账户集中管理、跨行账户管理、伙伴账户、短信付款、Email汇款等功能，显著降低小微客户的结算和运营成本，提高账务管理效率。



## 案例

### 以大带小，新模式助力昆明螺蛳湾市场数万商户

螺蛳湾国际商贸城是昆明的重要商贸圈，建成后将有6万余商户进场经营。针对许多商户面临的贷款难问题，我行与市场方开展深入合作，商户们只需简便手续，即可申请贷款。同时，螺蛳湾支行还发放了“昆明螺蛳湾国际商贸城联名商户卡”，方便商户办理各类费用代收。螺蛳湾支行对进驻“新螺蛳湾”市场的商户发放的商贷通业务累计超过1.7亿元，累计投放安装POS结算终端2000多台。



## 案例

### 推介网上银行重点产品，提升小微客户服务水平

为使广大小微客户充分了解、使用网上银行产品，提高资金管理效率，我行大力开展“电子银行进商圈”活动。活动中，网银跨行资金归集作为方便小微客户管理资金的利器，受到了商圈客户的高度好评。2011年全年累计归集资金超300亿元。截至2011年底，我行有贷小微客户网银覆盖率为77%，交易替代率达85%。



## 扶持特色行业

民生银行近年来加大了对特色行业的金融扶持力度，积极培养专业人才、组建专门的核心团队，不断强化对市场的研究、分析和规划，提升服务特色行业小微客户的能力。2011年以来，我行连续召开了翡翠、海洋渔业及茶叶三大行业的金融论坛，形成了较大影响，赢得了政府、学界和企业的尊重，实现了在特色行业服务方面的突破。



### 案例

#### 成功举办首届“海洋渔业金融国际论坛”

2011年10月，在《全国渔业发展第十二个五年规划》出台之际，我行在青岛成功举办首届“海洋渔业金融国际论坛”，承诺将推出六项措施扶持海洋渔业发展，包括：将海洋渔业金融服务纳入全行战略重点；针对海洋渔业特点制定专门信贷政策，投入专项信贷额度给予专项支持；实施特色银行发展战略，设置专门机构、组建专业团队服务海洋渔业发展等。



# 提升农村金融服务

## Financial services provided in rural areas

民生银行积极响应《全国农业和农村经济发展第十二个五年规划》，把创新金融服务支持农业发展作为长远发展战略的一项重要内容，从战略高度出发，建立多元化的农业金融服务体系。

### 创立“现代农业金融事业部”

为做大做强做实现代农业金融服务，促进农业发展、农民增收和产业升级，民生银行2011年成立了“现代农业金融事业部”。该事业部负责统筹全行对农业金融实施专业化、产业链开发，带动各区域分行做大做强农业产业金融，满足农业产业链中包括中小企业和小微企业在内的不同农村金融服务对象的需求，建立创新性、可持续、快速发展的支农金融服务机制和机构，打造“农业特色银行”。



### 案例

#### 深入调研农业行业

2011年，民生银行成立专门的调研小组对农业行业展开深入研究和实地考察。自7月起，调研小组历时88天对部分农业行业和领域进行了深入调研，共计实施访谈297人次，涉及政府部门及科研机构17家，金融同业14家，农业企业51家，覆盖北京、大连、深圳、广州、上海等10多个城市。调研工作的深度和广度、涉及人次之多，在业界尚属首次，展现了民生银行倾力服务三农的使命感。

## 大力发展村镇银行

为有效解决农村地区资金供给长期不足的问题，促进农村经济社会和谐发展，民生银行大力发展村镇银行。民生村镇银行以服务“三农”、支持当地小微企业发展为宗旨，不断探索灵活、特色经营模式。截至2011年底，民生银行发起设立的村镇银行共计18家，其中，2011年民生银行新增设立宜都民生村镇银行、嘉定民生村镇银行、钟祥民生村镇银行、蓬莱民生村镇银行、安溪民生村镇银行、阜宁民生村镇银行、太仓民生村镇银行、宁晋民生村镇银行、漳浦民生村镇银行等9家民生村镇银行。



### 案例

#### 慈溪民生村镇银行财税库行计算机横向联网系统上线运行

2011年12月9日，宁波慈溪民生村镇银行财税库行计算机横向联网系统（以下简称“财税库行系统”）正式上线运行，这是民生村镇银行系统内首家介入财税库行系统的村镇银行，标志着民生村镇银行基础系统平台的建设取得了新的突破。财税库行系统的上线运行，解决了慈溪民生村镇银行开户客户无法缴税以及不能进行财政款项划拨等业务短板，提升了村镇银行对外形象和服务水平，为其他业务的进一步拓展提供了有力保障。

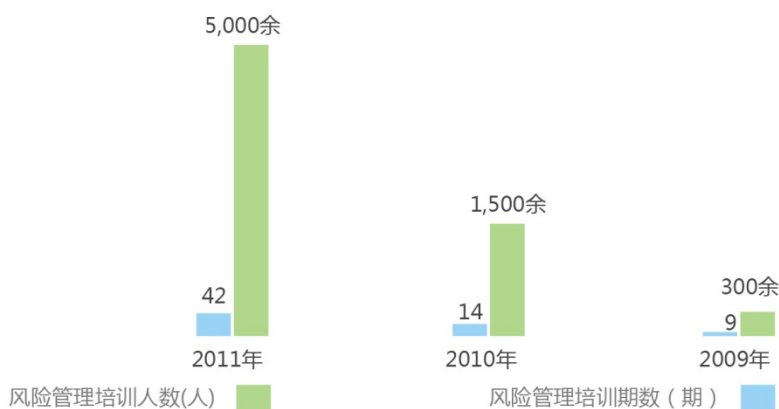
# 推进全面风险管理

## Total risk control

### 完善风险管理制度

民生银行践行主动经营风险、全程风险管理的理念，不断增强风险管理能力，建设全面风险管理体系，引导各项业务健康快速发展。2011年，出台《中国民生银行2011年风险政策指导意见》、《中国民生银行案件（风险）信息和案件处置管理办法》、《中国民生银行市场风险管理制度》以及《关于加强柜台业务操作风险管理工作的通知》等制度，进一步完善风险管理制度体系；开展风险管理培训，对全行新建机构风险管理情况进行专项检查，找出薄弱环节，提出政策建议和措施，检查覆盖面100%。我行客户风险信息报送质量首次在19家银行中排名第一。

2009-2011年风险管理培训



### 案例

#### 自主研发中小企业风险管理数据库系统

为加强中小客户动态监控，有效防范中小业务系统性风险，北京管理部创新风险管理手段，自主研发了中小企业风险管理数据库系统。该数据库系统有效整合了贷前、贷中、贷后各个风险控制环节的数据资源，并可通过有效的查询掌握授信企业的系统性风险、行业构成、提款率、产品分布和各机构动态等，以便及时掌握授信客户的系统性风险，为中小企业授信决策和全流程风险管理提供依据。

## 推进新资本协议实施

民生银行持续按照新资本协议实施规划既定的目标及实施路线图，推进各项目建设。2011年，完成了新资本协议第一支柱项目，各分行全面建立风险管理委员会。

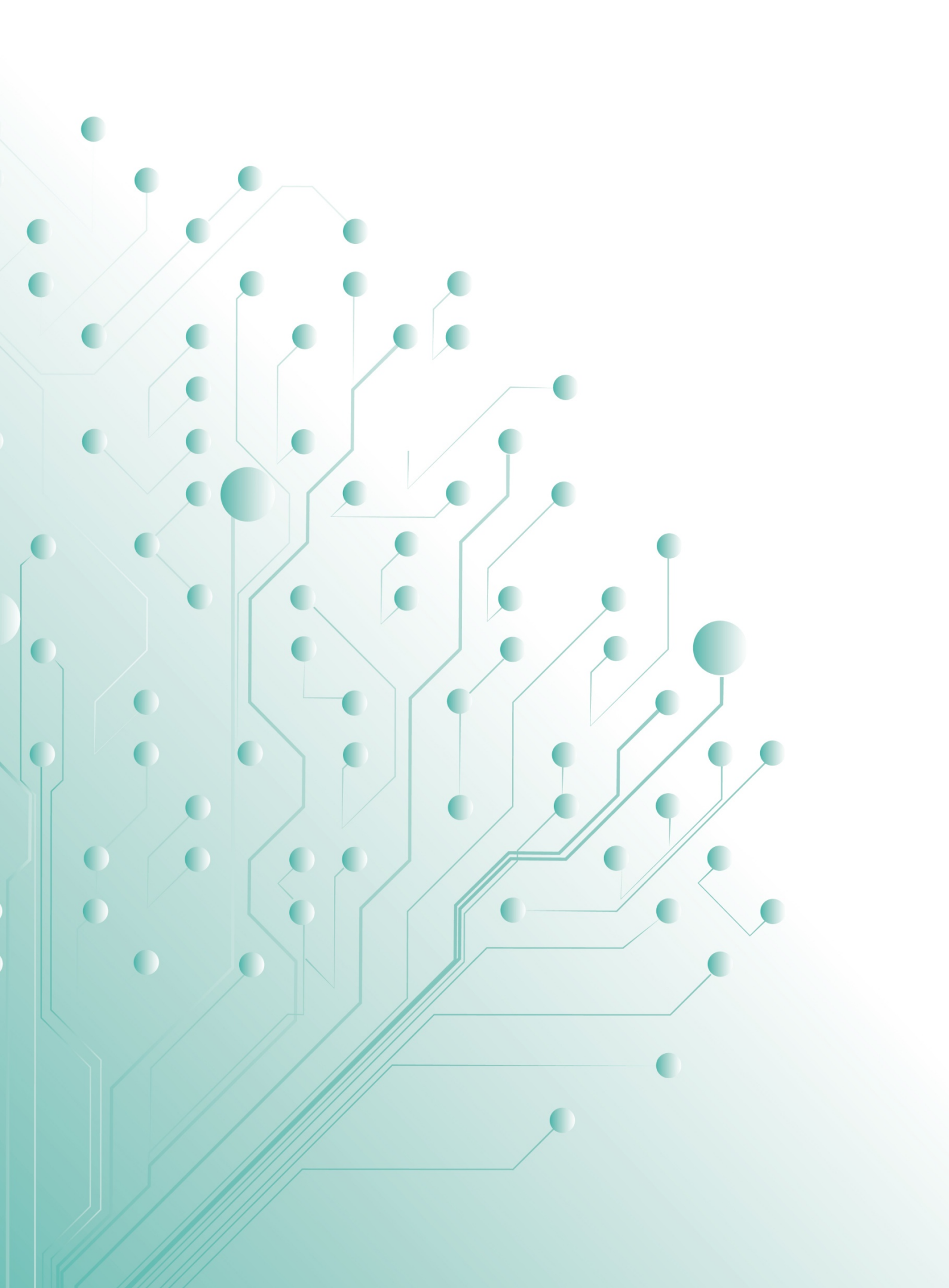
- 信用风险模块。内部评级体系项目建设及运用取得突破性进展，非零售客户评级与限额管理体系、债项评级体系设计完成，内部评级核心应用与高级应用深入推进；零售内部评级项目在数据分析平台搭建、数据采集与分析、评分模型设计与开发等方面取得实质性成果。

- 市场风险模块。管理体系建设项目稳步推进，交易账户市场风险限额管理进一步完善，金融工具估值管理体系持续优化，市场风险计量方法评估工作相继完成。

- 操作风险模块。管理体系建设项目基本完成，操作风险管理体系框架初步建立，三大工具引入和推广、业务连续性管理方案设计以及外包风险管理流程优化等工作取得阶段性成果。

新资本协议实施准备工作的深入开展，使民生银行向着加快转型，建立更稳健、更具国际竞争力的一流银行目标又迈出坚实一步。





# 和谐共赢

## Harmony and mutual benefit

CMBC Corporate Social Responsibility Report

民生银行积极建立健全内外部利益相关方诉求表达机制和综合服务体系。坚持“以客户为中心”，不断提供更优质的产品，持续优化服务质量；坚持“以员工为根本”，落实员工基本权益保护，不断提升员工满意度；坚持以伙伴为依托，与合作伙伴互利共赢、共同成长，打造和谐产业链。



# 以客户为中心

良好的客户关系是民生银行“二次腾飞”的基础。客户满意不仅是民生银行的长期目标，也是民生银行建设“特色银行、效益银行”成败的关键。我们着力倾听客户声音，创新金融产品，提升服务水平，保护客户信息，开展金融知识培训，为客户创造更大价值。

## 坚持产品服务创新

在中国经济转型与监管政策提出新要求，企业和个人金融需求呈现新特点的背景下，毫不动摇地创新产品和服务，是民生银行的生存之道和发展之法，也是创造客户满意的当行之策。2011年，我行继续推进“金点子”、“金策划”、“金案例”、“金讲台”和“金摇篮”五项产品经理劳动竞赛，搜集并实施创新方案；成立“产品梳理与创新项目组”，改进原有产品存在的问题，打造新产品，满足客户不同层次的需求。2011年12月，在“2011中国金融机构金牌榜‘金龙奖’”颁奖盛典上，民生银行荣获“年度最具创新力银行”大奖。同时，在“FT-罗兰贝格2011中国金融企业创新成就奖”评选中，我行还荣获“2011年最佳贸易金融创新银行奖”。



## 案例

### 移动身份识别仪

为进一步提升客户体验，满足客户需求，民生银行积极改进服务技术手段，实现“延伸服务”。试点推广了“移动身份识别仪”，实现远程客户身份识别和信息存储，延伸了柜台服务。该产品一经推出，便受到顾客广泛好评。截至2011年底，已在多家分行完成了试点工作。



## 持续改进服务质量

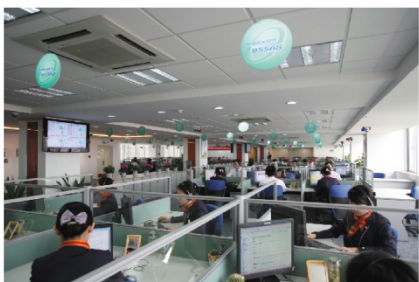


民生银行秉承“无微不至的服务打动客户心”及“服务他人、快乐我心、以客为尊、创造感动”等服务理念，积极转变服务意识，从完善服务管理组织体系、健全制度机制、改进服务渠道和优化服务流程四个维度着力打造民生服务品牌。



## 完善组织体系

我行成立“全行服务管理领导工作小组”，统一领导全行服务管理工作，由此建立了统一管理、分级负责的全面服务管理组织体系，实现了服务工作由条线管理向系统化管理的转变和提升。



## 健全制度机制

为健全服务长效机制，细化服务管理规范，我行制定出台《中国民生银行客户服务管理办法》，各条线相继颁布《标准网点服务规范》、《千佳网点服务规范》、《电话外拨业务管理办法》、《支付结算知识手册》等制度文件。同时为推动服务管理部门、服务支持部门及分行间的沟通 and 交流，共享管理资源，交流信息经验，还制定了《中国民生银行客户服务管理联席会议工作机制》，建立了常态化的服务管理协调沟通机制。

## 改进服务渠道

我行大力优化原有渠道功能，积极建立新的服务渠道。2011年，两次优化升级个人网银理财服务，全面升级改造了基金投资功能，对电话银行同名转账、代缴费、易汇通等交易进行了安全升级改造，还优化升级了网上支付、票据管家、U宝限额和批量签约等服务；同时，大力推动网银服务机和95568电话机的应用，全力研发手机银行和新一代网银。

## 优化服务流程

2011年，我行通过进一步规范、细化厅堂客户分流、客户转介、服务营销、客户维护开发等标准化流程，让不同的客户来到民生银行都能感受到优质服务。并在积极搭建整个客户体系流程地图的基础上，持续收集客户声音，开展回访工作。我行还对信用卡重点业务流程和管理流程进行重新梳理、规范，降低了客户投诉，提高了客户满意度。

民生银行的客户服务质量得到了客户和社会的广泛认可，荣获“2011年度最佳银行金融客服中心”和“最佳行业服务奖”。在《投资者报》的电话银行测评中，我行电话银行业务服务综合质量排名居同业榜首，接通速度和专业性均为行业第一。在中国银行业协会首次发布的29家成员单位客户服务中心运营数据指标中，我行接通率、服务水平排名第一。



## 案例

### 民生服务，服务世园

2011年，“西安世界园艺博览会”期间，西安分行积极开展“服务世园，喜迎行庆——2011年优质服务节”活动。强化银行卡服务管理，创造良好用卡环境；加强窗口文明建设，提升营业网点服务水平；通过多项举措确保金融信息系统安全、稳定运行。为“世园会”提供安全可靠的金融服务。



## 案例

### 举办“卓越服务”客服技能大赛

为提升服务技能，推动客户服务工作再上新台阶，我行成功举办“卓越服务”客服技能大赛，从效率、质量、客户满意度等维度对客服团队知识技能进行了全面测评。经过大赛的洗礼，95568平均通话时长缩短了10秒，客户满意度提升了1.15个百分点。



## 开展金融知识普及

民生银行高度重视企业客户的金融知识教育和培训。2011年，围绕客户最为关心的四大知识“基础金融服务和知识”、“特色区域金融知识”、“特色行业金融知识”和“最新金融服务和知识”，组织开展了100余次客户金融知识培训。活动形式多样、内容精彩，辐射5000多名中小企业客户，赢得了客户的高度评价与肯定。

公众金融知识普及也是民生银行金融教育与培训的重要内容。2011年我行下发《关于2011年持续开展公众教育服务工作的通知》，继续以开展公众教育服务、宣传普及金融知识、强化风险意识、倡导理性消费为主旨，引导大众客户认知、了解、理解、运用金融知识及技能。通过创新工作方式，我行基本形成了健全的金融知识普及体系：与地方银监局沟通协作，开创金融知识进社区新局面；针对老年人，开展讲座类社区活动；针对高端客户，开展座谈类、户外类社区活动。一系列普及活动将生涩的金融知识、产品和服务映射到日常生活中，不仅使客户获得了金融知识，也感受到了金融服务百姓生活的便利。

### 案例



#### 安全用卡宣传

2011年5月，合肥分行参加了由中国人民银行合肥中支和安徽省联合整治银行卡违法犯罪办公室联合主办的“5.15”打击和防范经济犯罪集中宣传暨安全用卡宣传活动。活动普及了安徽省打击经济犯罪成果和防范经济犯罪知识以及伪卡欺诈、信用卡套现、恶意透支等案件的手法和危害性，提高了持卡人、特约商户的安全用卡意识和依法经营意识，营造了和谐、安全的用卡环境。

## 严格保护客户信息

民生银行通过制度完善和技术改进，不断提升安全标准，防范客户信息泄露，确保客户信息安全。2011年，我行相继制定《信用卡中心客户信息安全管理办法》和《中国民生银行信用卡中心系统及信息安全管理办法（试行）》，使客户信息保护工作制度化，规范化。同时，推进三大技术改造：严格“开通业务系统访问权限”的审批手续；对办公网、业务网和互联网进行有效隔离；在业务网段的PC机上部署SEP数据保护客户端。此外，我行与员工、各系统合作服务商均签署了保密协议，确保客户信息的保密性和安全性。

2011年，我行安全工作广受好评。在中国金融认证中心（CFCA）举办的“2011中国电子银行年会”评选活动中，荣获“2011年中国网上银行最佳网银安全奖”；在“第五届中国电子金融发展年会”中，民生U宝荣获“2011年度最佳网上银行安全产品”。



## 确保资费透明

银行资费关乎客户直接利益，是客户最为关心的问题之一。为保障客户对银行收费的知情权，我行采取多项措施，确保服务资费公开透明：

- 严格按照监管部门的相关要求，在全国各营业网点显眼位置公告各项电子银行业务收费标准，并在官方网站予以发布，方便客户查看。
- 积极做好电子银行相关业务定价梳理和调整工作，对电子银行现行收费项目及收费标准进行梳理调整，制定《中国民生银行关于规范电子银行中间业务收费标准的报告》，为分支行更好地开展电子银行业务提供明确的收费依据。
- 实行新收费标准前在网银系统、门户网站等多种渠道对客户进行提示，并发布全行通知，开展培训，让一线员工第一时间知晓新的收费标准，以便准确开展业务和应答咨询。

## 积极应对客户投诉

民生银行高度重视客户投诉，2011年我行相继制定出台《中国民生银行95568客户投诉处理管理办法》、《95568客户服务工单处理流程说明书》及《95568 workflow系统工单填写规范》等制度文件。总经理室定期听取客户投诉处理情况汇报，对一些重点投诉，亲自协调处理；建立专职团队，负责受理并处理各渠道报送的客户投诉问题。

为使客户投诉问题得到有效解决，2011年我行根据客户投诉的性质和影响度，对各类投诉问题分类管理，建立了专门的投诉处理授权机制、客户补充机制以及针对各类重大（紧急）客户投诉的快速响应机制。明确规定了重大（紧急）客户投诉业务范畴及规范了从受理报送到升级处理、紧急督办、问题整改等各环节的处理流程。各机构及业务部门均指定了重大紧急投诉联系人和负责人，确保各类投诉问题得到及时处理。对无法通过电话沟通解决的投诉，或客户明确要求登门道歉的，由营销中心安排专人上门解决。



2009-2011年客户满意度

指标	单位	2011年	2010年	2009年	备注
客户满意度	%	99.42	99.60	99.58	IVR调查
客户非常满意度	%	92.47	92.70	91.71	IVR调查
投诉处理及时率	%	91.23	88.23	83.65	workflow系统

# 以员工为根本

民生银行把开发员工潜能、提高员工素质、提升员工满意度作为企业发展的源动力。坚持以人为本，维护员工合法权益，畅通员工参与、民主决策渠道，完善员工培训体系和职业发展通道，打造一支勇于拼搏、善于创新的员工队伍。截至2011年底，员工总数为40820人。

2009-2011年员工人数



员工人数 (人)

## 保障员工基本权利

民生银行严格遵守国家劳动法律法规和规章制度，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。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。

## 案例

### 荣获“全国金融系统职工代表大会制度建设示范单位”

2011年1月，太原分行被中国金融工会全国委员会评为“全国金融系统职工代表大会制度建设示范单位”，是系统内三家获评分行之一。此次评选由中国金融工会全国委员会在全国范围内发起，共表彰百名“全国金融系统职工代表大会制度建设示范单位”，以加强金融系统职工代表大会制度建设，依法保障职工参与民主管理、民主决策、民主监督的权利。

2009-2011年员工权益				
指标	单位	2011年	2010年	2009年
劳动合同签订率	%	100	100	100
社会保险覆盖率	%	100	100	100
少数民族员工占全员比例	%	2.8	2.6	2.5
中高层管理人员男女比例	(男:女)	1:0.6	1:0.6	1:0.6

## 助力员工职业发展

### 加强培训体系建设

民生银行秉承“人力资源经营”的理念，不断完善人才培养和员工职业发展体系。相继制定出台《中国民生银行培训评估工作指引》、《中国民生银行电子培训档案管理办法》等制度，建立工作实施和流程管理平台，分层级、分对象采用自学、网络、讲座、面授、沙盘模拟、行动学习等多种培训方式，倡导“混合式”培训理念，确保培训效果转化为工作成果。

2011年，我行共完成11个序列的专题课程开发，431个业务课件的制作，为新核心系统开发了8大类培训手册，7大类视频课件以及635个模拟交易课件。继续开发数字教育中心，丰富系统功能模块，在线学习达到13.2万人次，组织在线考试269场，参考116357人次。同时，我行顺利完成培训证书管理系统开发，通过在线课堂、视频会议及海外培训等形式，全年培训员工186394人次，培训覆盖率100%。





## 案例

### 打造“民生百度”，助力员工成才

2011年8月，集全行知识的业务“百科全书”——“95568知识库系统”正式面向员工开放。该系统囊括了零售、对公、电子银行等十二个业务版块，近五千个业务知识类别。浏览量累计已达1260万次，日均浏览量达1.1万人次。11月，在由中国企业家论坛、知识管理联合会共同举办的“知识管理年会”上，民生银行电子银行部和民生银行信用卡中心客户服务部获得“2011最佳知识管理卓越运营奖”。

## 案例

### “送培训到一线”万里行

2011年2月，民生银行“送培训到一线”活动正式启动。活动采用案例教学方式，以创新营销思路、投资银行类重点产品和产业链金融创新商业模式为主要培训内容。活动历时10个月，走遍9个省、市、自治区，培训送到了能源金融事业部、民生租赁及9家分行共11家经营机构，参与的优秀讲师40位，开展培训活动14场次，参训人员累计1200人次。

## 健全职业发展通道

民生银行为员工建立了管理与专业技术职业发展双通道。管理序列包括中级和高级管理岗位，制定了各级管理人员后备制度，建立了后备人才库，并采取培训、轮岗锻炼等系列配套措施加速人才培养。专业技术序列实行“评聘分离”的原则，在能力层级评定基础上聘任，为大量专业优秀、资历深湛、贡献显著的员工提供发展机会，有效引导员工职业生涯发展。

## 案例

### 启动员工专业技术发展通道建设

2011年3月，民生银行启动了全行审计、评审专业职称评定工作。经过访谈专业领导和员工，征求条线部门意见，组织行内外专家讨论等方式，制定了评定方案和操作手册，为员工搭建了以能力发展模型为基础的专业发展通道。



## 共建和谐民生家园

民生银行致力于打造一个健康向上、人尽其才、团结友善、充满活力的和谐家园。开展民主管理，建立行领导、业务主管部门与基层员工的信息直通机制。关爱员工生活，确保员工身心健康，丰富员工业余生活，帮助员工解决实际困难。2011年，总行制定员工定期体检制度，全面覆盖总行机关员工。

### 案例

#### 荣获全国精神文明建设荣誉称号

2012年1月，“银监会系统精神文明建设暨评优工作总结表彰大会”在京举行，我行总行营业部首次荣获“全国文明单位”称号，并成为银监会直管金融机构中唯一获此殊荣的单位。南京分行、济南分行荣获银监会系统“文明单位”称号。

### 案例

#### EAP项目关爱员工心理健康

2011年，广州分行引入员工心理健康援助计划（EAP）项目，根据员工实际情况开展知识宣传普及、心理健康测评、专家专题讲座、个体辅导咨询、团体工作坊以及管理心路培训等活动。有效避免了突发的负面情绪导致的心理危机，促进了员工心理健康。



# 以伙伴为依托

民生银行坚持合作共赢，积极与各级政府组织、企业集团、供应商、研究机构等利益相关方建立战略合作机制，实现多方共同发展，为我行战略转型和“二次腾飞”奠定坚实的基础。

## 2011年与利益相关方部分重要合作

与云南省政府签署支持桥头堡建设战略合作协议

与河南省政府签署支持中原经济区建设战略合作协议

与青岛市政府签署战略合作协议

与北京市西城区政府签署战略合作协议

与内蒙古锡林郭勒盟签署合作关系协议

与中国联通总公司签署战略合作协议

与中国北方机车车辆工业集团公司签署战略合作协议

与进出口银行签署战略合作协议

与新华保险签署“荣耀民生”战略合作协议

与华泰保险签署战略合作协议

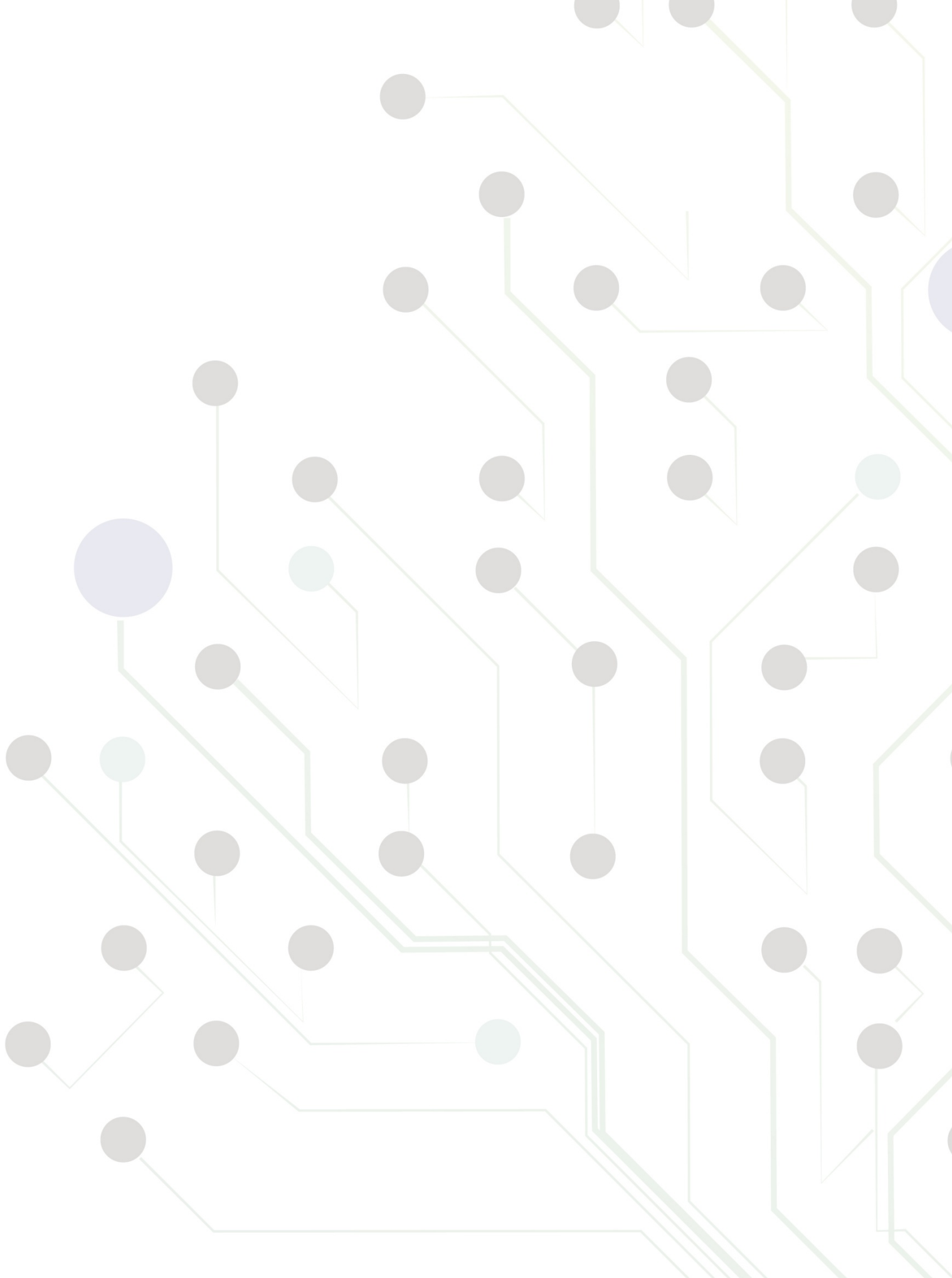
与银联商务有限公司签署战略合作协议

与通联支付签署战略合作协议

与首钢控股签署“海外资源开发”战略合作协议

与华鲁控股集团签署战略合作协议

与BMW签署战略合作协议



# 绿色金融 51

## Green Banking

CMBC Corporate Social Responsibility Report

民生银行高度重视低碳经济，将绿色理念纳入企业发展战略，大力倡导绿色金融，发展绿色信贷，实施绿色运营，推进绿色采购，开展环保公益。



# 发展绿色信贷

## Green banking

民生银行根据宏观经济、货币金融和能源行业形势需求，认真贯彻落实国家节能减排和环境保护等方针政策，从战略规划、相关制度和程序规范等多方面加强环境和社会风险管理，强化节能减排授信与绿色信贷风险管理工作，严控“两高一剩”行业授信。同时，大力支持节能减排降耗技术、洁净煤技术、智能电网以及新能源设备制造等方向，积极树立“绿色银行”的市场形象。

我行不断完善绿色信贷政策，强化问责机制。在《中国民生银行董事会2011年风险管理指导意见》和《2011年授信评审总体导向及行业授信评审指引》中，要求进一步严控“两高一剩”行业授信。在《2011年能源行业授信政策指引》中，以“节能环保、合规合法、结构优化、持续发展”为主要尺度，将可再生能源、清洁能源、节能服务行业、环保行业等绿色金融行业列入鼓励介入类行业。

我行大力支持节能减排技术、洁净煤技术、智能电网以及新能源设备制造。2011年，在对节能减排重点工程、技术创新、技术改造、节能产品推广等提供信贷支持方面，我行信贷支持客户20家，涉及授信金额23.5亿元；根据环保部公告，对8户实施限贷措施，涉及授信额度1.91亿元。

在余热发电、太阳能发电、风电、水电、电网等绿色能源领域的龙头企业贷款余额近70亿元。



### 案例

#### 支持清洁发展

长三角地区污泥热值高，蒸汽需求量大。民生银行大力支持民营企业将热电联产方案与垃圾、污泥的焚烧处理结合起来，利用焚烧垃圾、污泥等固废产生的热能生产蒸汽和发电的举措，为其提供信贷便利。实现了经济效益、社会效益与环境效益的统一。



# 实施绿色运营

## Green workplace

### 绿色办公



民生银行高度重视日常办公中的环境管理，致力于减少公司运营对环境的影响，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，努力实现节约用水、用纸、用电的绿色办公目标。

- 设置节能减排岗，加强节能宣传和督导，对所有能源消耗设备设施进行普查，重新确定运行时间周期及频率；
- 对能源使用消耗的场所加强能源消耗控制，及时发现和制止能源浪费；
- 提高全员的节约意识和责任心，倡导“从我做起，从小事做起，节约和用好每一度电、每一滴水、每一张纸”，在全行营造节约氛围。

2009-2011年办公消耗资源情况

指标	单位	2011年	2010年	2009年
人均用电量	度/人	2,135	3,207	2,786
人均用纸量	千克/人	10.4	10.2	15.1
人均用水量	吨/人	15.6	30.5	43.9
办公废弃电脑回收处理量	台	4,316	2,650	1,550

备注：2011年上述前三项指标覆盖70%以上分行有效数据；办公废弃电脑回收处理量覆盖90%以上分行有效数据。

### 案例

#### 特色业务助力环境保护

为支持国家节能减排政策，降低企业日常经营管理中的能源消耗，我行积极发展电子银行业务。客户可通过我行网上银行、电话银行办理转账、缴费、理财等各种非现金类业务。电子银行业务为客户提供低成本、低能耗、高效率的金融服务，帮助客户降低交通能源的消耗。2011年，仅网银渠道理财销售一项就占全行一、二级低风险理财产品销量的75%，网上银行成为客户购买理财产品的主要渠道。同时，电子银行业务也减少了我行在办理交易过程中的纸张、油墨等易耗资源的使用，环保效应显著。





## 绿色采购

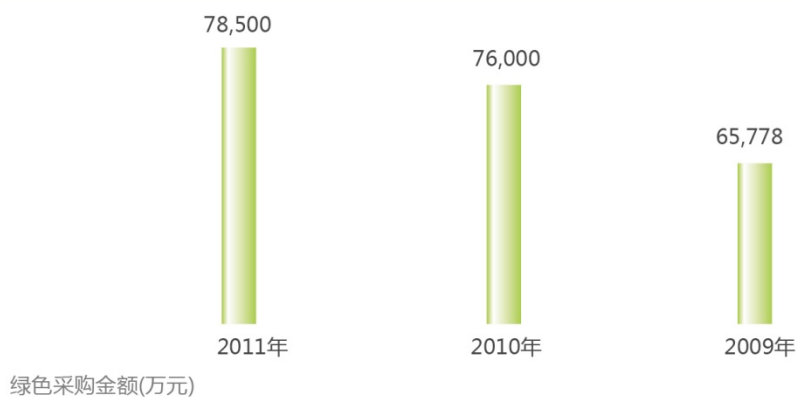
民生银行在集中采购中将绿色环保作为重要指标，总行集中采购项目招标文件、采购合约的《技术质量要求》部分，均详细列明所购产品、材料的技术环保标准，规定优先选用具有能效标识、绿色节水认证和环境标志的产品，减少过度包装和一次性用品的使用。

2011年调整修订了《中国民生银行集中采购供应商监督管理考核办法》，强化集中采购价格管理、质量管理、供货管理、服务管理，提升集中采购综合效益。明确提出：在选购办公区家具时，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。

总行集中采购部门还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。2011年，总行绿色采购总额达到78500万元。



2009-2011年绿色采购金额

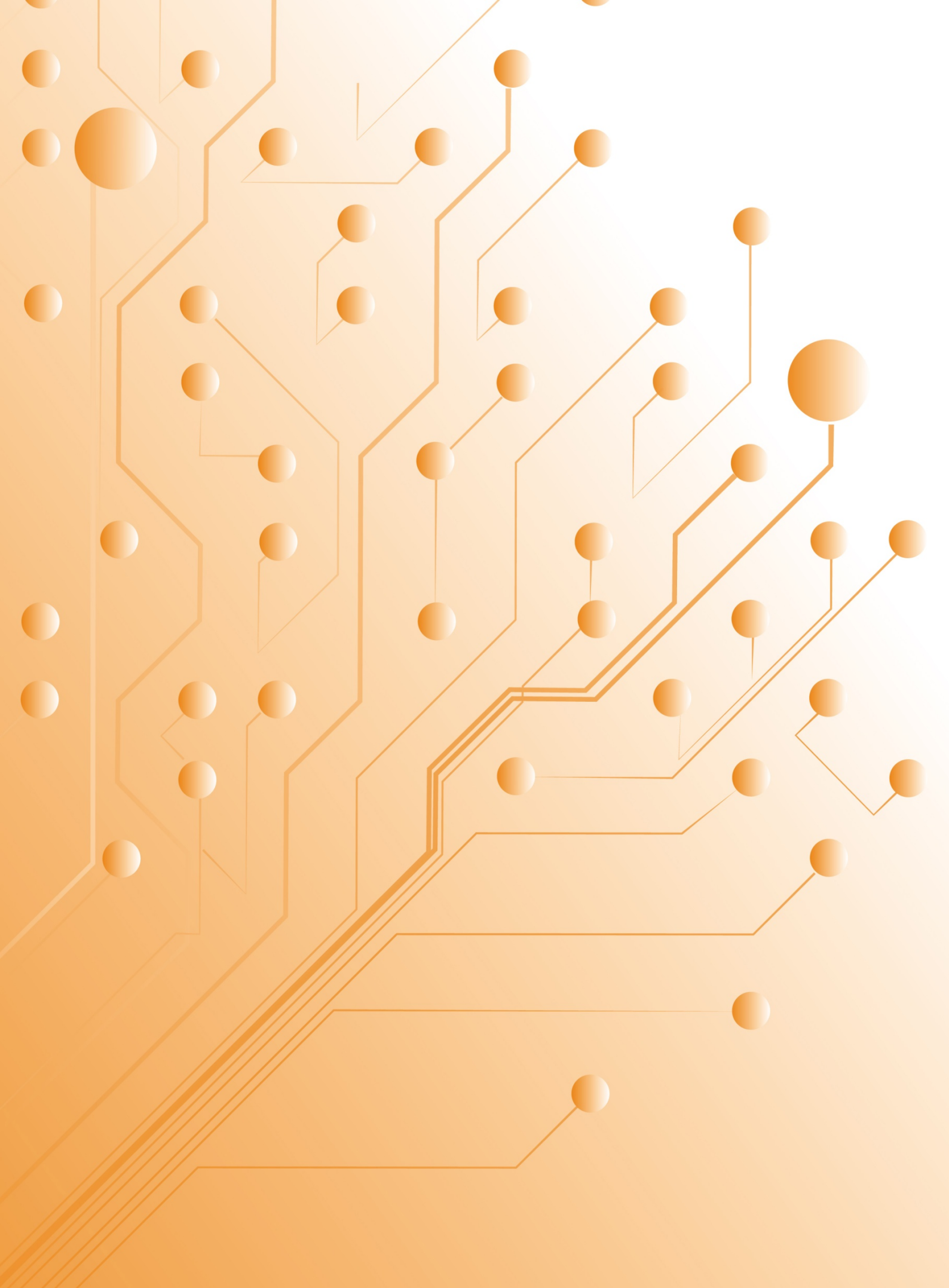


# 参与环保公益

## Environmental initiatives

民生银行积极组织各级单位参与环保公益活动，践行低碳和环保理念。2011年，我行北京管理部、大连分行、杭州分行、长春分行、温州分行、青岛分行、宁波分行等各地分行陆续开展“春满家园情溢民生”、“植树造林，保护环境，展我青年风采”、“共享蓝天，共享家园”、“植树造林，造福民生”、“民生青年林”等为主题的环保公益活动，以实际行动展现了我行员工积极投身绿色环保、为社会尽责任的精神风貌。





# 慈善公益



## Charities

CMBC Corporate Social Responsibility Report

民生银行坚持做实慈善公益领域，创新履行社会责任的方式。2011年，我行大力支持文化公益事业，扎扎实实推动文化大发展和大繁荣，为保护文化遗产，点燃文化热情，启动文化思潮做出贡献。同时，我行继续支持科教文卫事业，带动贫困地区发展，促进青年创业就业，鼓励员工参与志愿者活动。荣获“中华慈善奖”、“全国扶贫开发先进集体”、“年度最佳公益慈善奖”、“公益大使奖”等多项荣誉。

# 支持文化公益事业

文化是国家软实力的重要构成，民生银行积极响应国家“文化振兴”政策号召，关注社会进步，支持文化公益事业。自2007年起，我行持续资助文化公益载体，先后捐助运营炎黄艺术馆，捐资建立民生现代美术馆，体现了我行在积累文化财富、传承优秀文化方面担负的社会责任。

## 夯实文化艺术载体，持续捐助炎黄艺术馆

民生银行捐助运营的炎黄艺术馆，以20世纪中国美术现代性为研究方向，追求艺术品质和学术水准。2011年成功举办了年度精品大展“新中国美术经典—再现收租院大型雕塑展”、“现代中国画开拓者—傅抱石大型艺术展”、“生活是创作的源泉—第二届黄胄师生画展”以及“积厚流光—炎黄艺术馆20周年馆藏精品展”、“刀笔铸魂：炎黄艺术馆馆藏名家版画展”等特色展览，产生了重要的社会影响和显著的社会效益。炎黄艺术馆2011全年开馆290天，举办各项展览18个，接待来自中央及全国11个省、市、区领导和观众达20多万人次，配合展览举办讲座15场，编辑出版两会特刊、展览文集，创办并发行《炎黄艺术馆电子通讯》。我行担负时代责任、贡献文化公益的作为受到社会各界广泛认可和普遍赞誉，被媒体评为“2011年北京十大艺术场馆”。



### 案例

#### “新中国美术经典—再现收租院大型雕塑展”隆重开幕

2011年3月，“新中国美术经典——再现收租院大型雕塑展”在北京炎黄艺术馆隆重开幕。雕塑创作以解放前地主收租为题材进行构思，共塑造了7组群像，114个真人大小的人物和108件道具，以手卷式的叙事手法，栩栩如生的展示出解放前地主剥削农民的主要手段收租的全过程。该展览再次展现了新中国美术的经典，入选《新京报》十大展览。

《收租院》……是中国现代雕塑史上将西洋写实雕塑进行本土化探索的成功范例。这场场面阔大、气势恢弘的群雕，即使在世界美术史上也是罕见的为劳动人民造像的杰作。

——尚辉（《美术》杂志执行主编）

无论是《收租院》所体现的中西合璧的艺术成就，抑或主题精神，都证明该作品应在世界雕塑史上占有一席重要的地位。

——孙闯（四川美术学院教授）



## 拓展文化艺术平台，高效运营民生现代美术馆

民生银行捐资建立的上海民生现代美术馆，以中国当代艺术三十年系列为主线，通过特色主题对中国和世界当代艺术进行了专业呈现。全年共举办大型展览8场，展览参观人数总计达60余万人次。通过举办《中国影像艺术（1988-2011）》、《时空之间——艺术家作为叙事者》、《旅行/相遇 罗伯特·凯恩作品展》、《不朽的阳光 马克·拉菲亚作品展》等展览，推动了国内外艺术文化交流，受到了业内媒体和观众的广泛好评，得到了国外文化艺术圈的高度认可，法国、瑞士、德国等多个国家的重要交流活动陆续在美术馆举行。期间，还举办了包括社会、文化、艺术等各类学术类讲座30余场。2011年，上海民生现代美术馆荣获“文化中国十年”之“最佳艺术机构”。



### 案例

#### 中国当代艺术三十年之一——中国影像艺术20年

2011年9月至11月，“中国当代艺术三十年之一——中国影像艺术（1988-2011）”在上海民生现代美术馆隆重展出，50余位重要影像艺术家的70余组件作品参加了展览。展览立足于从中国立场出发的学术视角，客观、真实、全面地反映当时的文化艺术情境。通过展示上世纪80年代末以来中国当代艺术中影像艺术家的重要作品，对20年来影像艺术脉络、史实与思潮进行系统梳理，成为中国影像艺术20余年来规模最大、最为系统综合的一次呈现。

“民生美术馆精心整合展览呈现、文献整理、学术研究，以及收藏方面的资源，开展了一次对于当代艺术发展历程的梳理与溯源。而这种溯源，并不仅仅停留在技术操作的层面，而是以一种严肃的精神在中国当代艺术领域宣称了一种审美取向和价值选择，无疑是具有开创性的举措”。

——《艺术当代》2011年第1期



为推动中国艺术发展和学术研究，上海民生现代美术馆在中国美术学院发起设立“民生艺术史奖学金”。这是中国美术学院历史上首次专门为在校大学生的艺术史研究设立的奖学金，该奖学金将有效地促进学术发展和理论创新，为文化艺术事业的发展提供理论支撑。同年，上海民生现代美术馆还资助出品影片《金城小子》，该片荣获第48届台湾金马奖最佳纪录片奖。该片由台湾著名电影大师侯孝贤任总监制，为著名艺术家刘小东个展《金城小子》的同名电影。



民生银行对于像我们艺术史之类的研究，给予了支持和关注，这是非常具有远见的。在民生银行的艺术行为后面，我们真的看到了民间的力量，民间对艺术的关注和投入，而不是表面的文化产业，这预示着未来中国文化建设的春天即将到来。

——许江（中国美术学院院长）

我要感谢……中国民生银行、民生现代美术馆，他们给予了这个项目以极大的支持，还有侯孝贤导演这个最出色的团队，谢谢你们！

——刘小东（中国当代艺术家）

## 促进文化学术交流，弘扬中华传统文化

### 搭建校友交流平台

圣约翰大学是中国近代著名教会大学，迄今已130多年历史，因治学严谨，名人辈出，声名远扬。为纪念圣约翰大学，国内外校友相继成立校友会，组织举办联谊活动。2011年10月，圣约翰大学北京校友会在北京举办“第九届世界校友联谊会”，民生银行积极捐赠50万元，以支持其扩大国内外校友交往。我行的举措得到了圣约翰大学校友和社会各界的高度认可，促进了海内外人士的沟通交流和精神文化的薪火相传。

### 弘扬中华诗词文化

中华诗词学会是我国最大的专业性诗词创作团体，成立23年来为我国文化事业的发展做出了巨大贡献。近年来，由于缺少资金制约了学会的发展。为此，民生银行自2011年起，将连续资助十年，每年出资50万元支持学会促进中华诗词繁荣，弘扬中华传统文化。



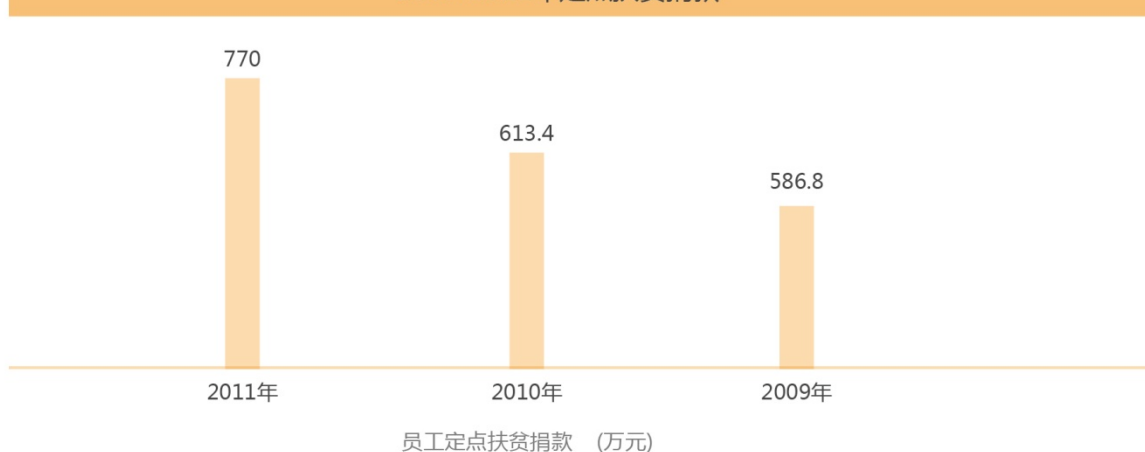


# 帮扶贫困地区发展

## 定点扶贫

为促进落后地区发展，建设和谐社会，民生银行继续开展对河南省滑县、封丘县和甘肃省临洮县、渭源县的定点扶贫工作。通过对定点扶贫地区农业产业化项目的扶持以及对基础设施建设、科技培训、贫困学生帮扶等领域的投入，提高扶贫地区的经济发展和生产生活水平。2011年，我行员工共向4个定点扶贫县投入资金近800万元，捐赠学校建设项目13个，资助贫困生2480人，奖励优秀教师440人，在北京、深圳等地组织培训4个定点扶贫县及云南省禄劝县优秀教师、干部共计150多人。同时，还积极响应银监会号召，捐赠50万元用于甘肃省和政县的定点扶贫项目。

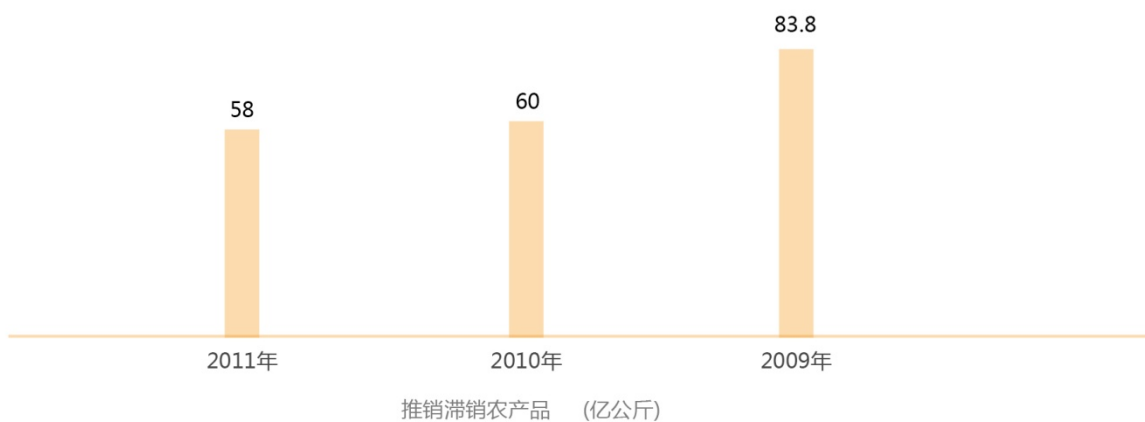
2009-2011年定点扶贫捐款



## 信息扶贫

信息扶贫是民生银行扶贫工作的重要创举，也是被实践证明的有效扶贫方式。2011年，我行继续推动农村地区“乡村品牌”建设，持续推广“信息扶贫模式”。与央视七套农业频道合作播出“全国农产品应急销售免费广告”，根据第三方数据统计，全年共播出全国14个省32个县市的应急销售免费广告，推销滞销农产品58亿多公斤。该扶贫模式帮助农户解决了实际困难，受到社会各界的关注和赞美，收到大量的感谢致电和书面感谢信。

2009-2011年信息扶贫绩效



“中国民生银行去冬今春为我区发布辣椒应急销售免费广告之后，全国各地商客云集我区，五万吨辣椒在短短两个月内销售一空。全区涉农部门对此深表感谢，农民朋友更是交口称赞。”

——山西省忻州市忻府区农业委员会

## 医疗卫生

为推动我国艾滋病防治事业，重点支持和促进偏远、贫困地区的艾滋病防治工作，我行2008年与中华红丝带基金签署3000万元的捐赠协议，承诺每年捐赠金额不低于2%，即60万元。截至2011年，我行捐赠的中华红丝带基金先后开展了云南陇州教学楼建设项目，四川凉山州受艾滋病影响孕产妇、新生儿救助及卫生防疫项目以及开展全国艾滋病防治公益讲座宣传。



# 带动青年创业就业

2011年，民生银行积极响应“保增长、保民生、保稳定、保就业”的号召，将支持青年创业作为帮助解决青年就业问题的战略重点，与共青团中央及国内多家知名企业联合发起设立非公募基金会——瀛公益基金会，并捐赠2000万元为青年创业提供服务和技术支持。通过为有梦想、有潜质的创业青年提供资金支持和“一对一”导师辅导的方式，引导青年进入商业网络，帮助他们迈出成功创业第一步。截至2011年底，瀛公益基金会项目已在全国12个省（区市）建立了37个创业办公室，扶持青年创办了1700多个企业，带动青年就业50000多个，创业企业帮扶期内成活率95%。



## 案例

### 举行“民生就业实习成长基金”捐赠仪式

2011年12月，成都分行“民生就业实习成长基金”捐赠仪式在西南财经大学举行，分行800余名员工共同捐赠50万元，以创造更多的实习机会，解决大学生实习基地和实习经费问题。

# 开展员工志愿活动

民生银行积极支持员工志愿活动，大力弘扬“奉献、友爱、互助、进步”的志愿者精神。2011年，民生银行在各地纷纷开展青年志愿者活动，为关爱社会弱势群体，推动教育环保事业以及支持重大社会活动做出了贡献。

## 案例

### 手拉手捐资助学

2011年7月，冶金金融事业部开展“红色之旅，绿色希望”为主题的内蒙捐资助学公益活动，与内蒙古巴林左旗要尔亚嘎查的十三名贫困大学生结为友谊对，对他们进行学业资助，为其完成学业、实现梦想助一臂之力。



## 案例

### 爱心支教活动

2011年，太原分行积极开展“民生希望小学一日支教”活动，向阳曲希望小学捐赠3000多册图书，设立“民生银行春笋希望图书室”。同时，为进一步支持学校的教育事业，太原分行还出资成立民生“春笋励志奖学金”，用于奖励品学兼优的在校学生。



## 案例

### 关爱特教学生

2011年六一儿童节期间，大连分行组织开展了向大连市甘井子区特教中心捐赠动画片光碟和漫画书活动，分行青年员工积极响应，共收集漫画书252本，动画光碟203套，充分体现了青年员工对公益事业的关注与积极参与的热情。



## 案例

### 关注儿童成长

2011年5月，长春分行组织青年志愿者来到长春公园，肩负起绿化监督员的责任与使命。清理废弃垃圾、引导游人和小朋友保护草坪，不攀折花木，为孩子营造良好的公共环境，指引树立文明风尚。

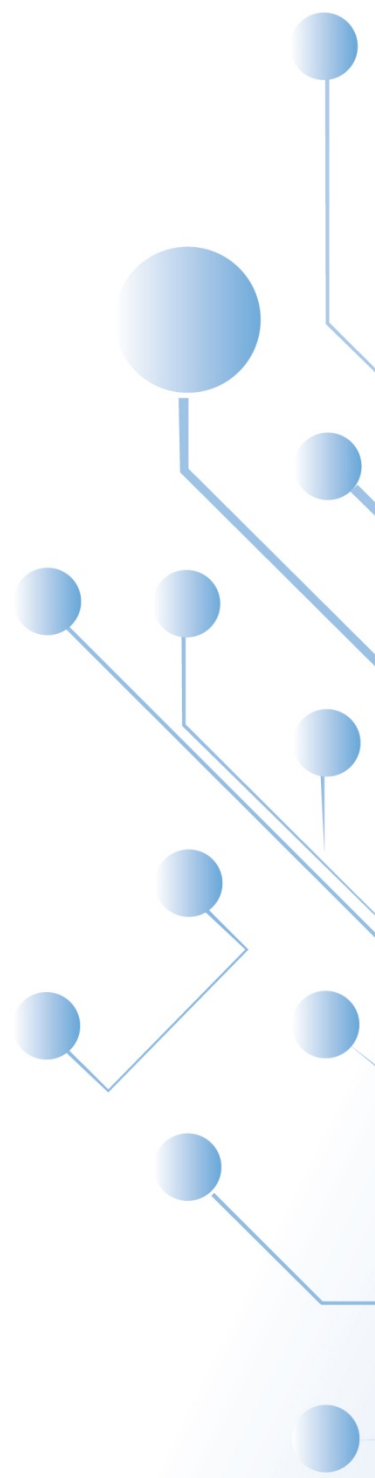
# 未来展望

# Outlook



CMBC Corporate Social Responsibility Report

2012年，民生银行“二次腾飞”战略进入全面实施阶段之际，将继续秉承“服务大众，情系民生”的理念，提高全员社会责任意识，完善责任管理体系，推动中国企业社会责任发展；坚持做民营企业的银行和小微企业的银行，健全多元化的农业金融服务体系；加强客户关系管理，提升客户服务能力，促进员工发展与成长，与合作伙伴和谐共赢；致力绿色金融，发展绿色信贷，强化绿色采购；健全慈善公益捐赠管理，积极探索公益捐赠的新形式，继续在文化公益事业领域做出特色与亮点，在扶贫、科教文卫等领域发挥更大的作用。



责任领域	2012年目标
责任管理	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 增强全行全员的社会责任意识；</li> <li>2. 提升社会责任管理的统筹作用；</li> <li>3. 加强与利益相关方的沟通交流。</li> </ol>
市场绩效	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 深化流程银行改革，提升科学管理水平；</li> <li>2. 完善投资者关系管理，加强投资者沟通；</li> <li>3. 支持民营企业和小微企业，提升农村的金融水平；</li> <li>4. 健全全面风险管理体系，推进新巴塞尔资本协议。</li> </ol>
和谐共赢	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 推动金融产品创新，提升客户满意度，构建良好客户关系；</li> <li>2. 完善员工培训体系，促进员工职业发展，关爱员工生活；</li> <li>3. 加强与政府、企业和社会团体的合作，打造和谐产业链。</li> </ol>
绿色金融	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 重视环境保护，关注气候变化；</li> <li>2. 推行绿色信贷，支持节能减排；</li> <li>3. 加强绿色采购，发展绿色办公，创建绿色银行。</li> </ol>
慈善公益	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 完善公益捐赠制度；</li> <li>2. 探索公益捐赠新形式；</li> <li>3. 提升慈善公益的持续性，增强影响力。</li> </ol>



# 附录

# Appendices

## 报告规范

- 报告时间范围：  
2011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写指南（CASS-CSR 2.0）》  
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2011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](http://www.cmbc.com.cn)
- 报告联系人：  
曹雪森、杨勇  
中国民生银行社会责任管理委员会  
Email：[caoxuesen@cmbc.com.cn](mailto:caoxuesen@cmbc.com.cn);[yangyong6@cmbc.com.cn](mailto:yangyong6@cmbc.com.cn)



BUREAU VERITAS  
Certification



## BUREAU VERITAS 验证声明

### 验证目的

BUREAU VERITAS (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《2011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、分析和过程管理的基础上, 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(2011. 1. 1-2011. 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;
- 验证现场为民生银行总行部门, 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验证管理程序》进行, 同时参考AA1000审验标准、GRI G3和 ISAE3000 进行验证和评价, 包括评价报告内容的客观性、完整性、实质性、适宜性和响应性。验证活动是基于BV认定的合理的、非绝对的基础上进行策划、实施和得出结论。

### 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;

BUREAU VERITAS  
Certification



- 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，公司相关管理部门负责采集、检查、整理和统计 CSR 关键指标数据，并在验证过程中提供了可追溯的证据，因此具有客观性和可追溯性。

#### 完整性

报告阐述了民生银行从 2011. 1. 1 到 2011. 12. 31 期间的 CSR 管理、绩效和行动，信息覆盖民生银行总部和下属机构，报告从责任管理、市场绩效、和谐共赢、绿色金融、慈善公益等五个方面进行了信息披露，具有一定的完整性。

#### 实质性

报告框架和结构比较合理。民生银行根据中国银监会《关于加强银行业金融机构社会责任的意见》，同时结合银行业经营特点和利益相关方关注的问题，参考 GRI G3 关键指标要求，对社会责任关键议题进行了识别和披露，报告内容具有实质性。

#### 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，尤其是为小微企业提供金融服务和支持文化公益事业方面，体现了民生银行的 CSR 管理重点和企业文化。

#### 响应性

报告比较客观地回应了利益相关方关注的 key 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：

- 为了不断提高报告的完整性和响应性，建议民生银行根据 ISO26000 标准和 GRI 的要求，建立更加具体、详实的 CSR 关键指标信息，如：环境社会风险筛查和 不同行业投资组合相关数据等。
- 建议民生银行在现有社会责任管理的基础上，逐步完善非财务信息和数据内部核查机制，不断提高数据和信息的准确性。

#### 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。

Fabien JOLY DE BRESILLON  
中国区总监  
BUREAU VERITAS 认证部  
2012-2-26

黄敏  
验证组长  
BUREAU VERITAS 认证部  
2012-2-26

## 《中国民生银行2011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2011年社会责任报告评级小组”，对《中国民生银行2011年社会责任报告》（以下简称《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、中国企业联合会、中国石油与化学工业联合会、中国轻工业联合会、中德贸易可持续发展与企业行为规范项目、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写指南（CASS-CSR 2.0）》。

### 二、评级结论

#### 完整性（★★★★☆）

《报告》系统披露了责任管理、市场绩效、和谐共赢、绿色金融和慈善公益等方面的责任实践情况，覆盖了银行业核心指标68.9%，行业指标覆盖较为全面，具有较好的完整性。

#### 实质性（★★★★★）

《报告》充分披露了“保护客户信息”、“IT灾备”、“支持中小企业”和“小额信贷”、“绿色信贷”等关键性社会责任议题，回应了利益相关方的期望，具有很好的实质性。

#### 平衡性（★★★★☆）

《报告》披露了不良贷款率、客户投诉情况等负面信息，并且披露了针对性的改进措施，具有较好的平衡性。

#### 可比性（★★★★★）

《报告》披露了多个指标连续3年的定量数据，具有较好的纵向可比性；但未披露与行业平均水平进行横向比较的数据。

#### 可读性（★★★★★）

《报告》结构合理，篇幅适中，突出了企业履责特点；语言通畅、简洁，并对专业词汇进行解释；排版精致、大方，图文并茂，在可读性方面表现很好。

#### 创新性（★★★★☆）

《报告》内容上紧密结合企业发展战略，对社会责任工作经验进行了总结，便于更好沟通；形式上，报告以树的结构为总体设计思路，象征与社会的关系，富有生机，图表设计精美，具有较好的创新性。

#### 综合评级（★★★★☆）

经评级小组评价，《中国民生银行2011年社会责任报告》为四星半，是一份领先的企业社会责任报告。

### 三、改进建议

- 1、增加报告期相关负面信息和常规运营中负面指标的披露，提高报告的平衡性。
- 2、增加关键绩效指标连续多年数据和行业数据的披露，提高报告的可比性。

### 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：上海证券交易所高级经理 杨金忠

商道纵横总经理 郭沛源

环保部环境与经济政策研究中心 杨姝影

中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心常务副主任 张蕙

陈佳贵

中心理事长

全国人大常委

中国社科院经济学部主任

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

# 意见反馈表

## Feedback form

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。

邮 寄：北京市西城区复兴门内大街2号，中国民生银行社会责任管理委员会（100031）

您的  
信息

姓 名：.....  
工作单位：.....  
职 务：.....  
联系电话：.....  
传 真：.....  
E-mail：.....

# 民生银行社会责任报告读者意见反馈表

## Reader feedback form

选择题（请在相应位置打√）

选项	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？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.本报告对利益相关方所关心问题的回应和披露？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.本报告披露的信息、指标、数据清晰、准确、完整？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
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？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 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

## Notes

1. IVR：互动式语音应答（Interactive Voice Response）。

2. SEP：“赛门铁克”终端保护（Symantec. Endpoint. Protection）。可以为笔记本、台式机和服务器提供无与伦比的恶意软件防护能力。它在一个代理和管理控制台中无缝集成了基本安全技术，从而不仅提高了防护能力，而且还有助于降低总拥有成本。

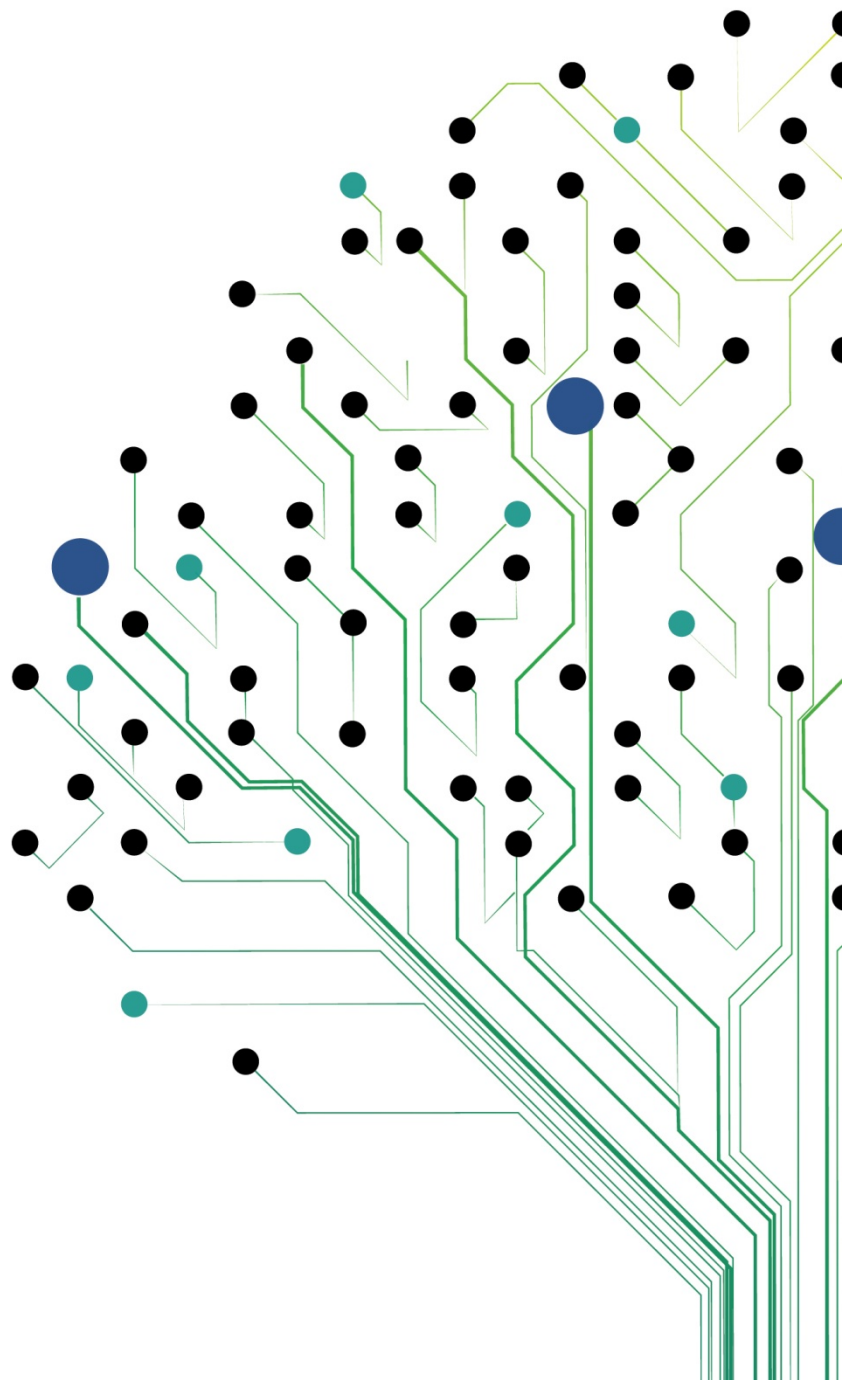
3. EAP：员工心理健康援助计划（Employee Assistance Program）。

4. 小微企业：是指（1）个体工商户；（2）资产总额1000万元（含）以下或年销售收入3000万元（含）以下的企业，单户授信额度不超过500万元。

5. 上海证券交易所2008年发布《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》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[4.17元]=基本每股收益[1.05元]+每股增值额[3.12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



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  
<http://www.cmbc.com.cn>