

兴业银行股份有限公司 2008 年度社会责任报告

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。

兴业银行股份有限公司（下称“公司”）认真贯彻科学发展观，全面履行银行社会责任，推动社会和环境的可持续发展，通过多年的社会责任实践，公司在发展战略、经营管理和企业文化等方面初步形成具有兴业特色的社会责任体系，根据中国银行业监督管理委员会办公厅《关于加强银行业金融机构社会责任的意见》、中国银行业协会《中国银行业金融机构企业社会责任指引》以及上海证券交易所《上市公司环境信息披露指引》的要求，制定本报告。

一、社会责任体系

（一）社会责任内涵

银行社会责任是指银行在遵循经营行为准则、提供金融产品服务、追求利润目标、创造长期价值的同时，对股东、客户、合作伙伴、员工、环境与资源、社区等利益相关体负责，并推动经济社会的可持续发展而应承担的经济责任、法律责任和道德责任。

公司结合自身行业属性、企业特点和文化内涵，以诚信为核心，以股东、客户、合作伙伴、员工、环境和资源、社区等利益主体为基本维度，在经营管理中逐渐构建起具有自身特色的社会责任体系，并将其贯穿到商业模式、企业使命、核心价值观、员工行为准则等各个方面。

（二）社会责任主体

对股东的责任——稳定回报 价值增长：以股东的稳定回报为责任，悉心市值管理，以价值增长满足股东的根本利益要求。

对客户的服务——服务为本 创造价值 共同成长：以服务客户为宗旨，正确把握客户需求及其变化，竭尽所能帮助客户实现价值增长，帮助客户成就伟业。

对合作伙伴的责任——优势互补 互利共赢：创造合作共赢平台，积极实施

蓝海战略。

对员工的责任——创造发展平台 培养职业能力：以员工成长为己任，尊重员工及其价值贡献，始终致力于提升员工成就感，帮助员工实现成长。

对环境与资源的责任——促进人与自然的互相和谐：有效发挥金融机构在社会资源配置中的枢纽作用和影响力，支持节约资源、保护环境。

对社区的责任——回馈社会 服务国家：勇于承担社会责任，守法合规，遵从最高商业道德，促进社会和谐。

（三）社会责任实践方向

战略：公司制定适应企业发展的战略规划，确立了“建设一流银行 打造百年兴业”的长远目标，努力建设经营稳健、管理规范、成长快速、服务领先、特色鲜明、回报一流的综合性银行。通过加强社会责任的规划、组织和管理，将经济责任与社会责任进行有机统一，将社会责任纳入可持续发展战略目标之中，用以指导经营管理和业务活动。

文化：以责任、诚信为宗旨，建立包括使命、愿景、核心价值观、运营观、企业精神的文化体系，打造有效承载社会责任理念的企业文化，培育履行社会责任的企业文化氛围。通过倡导建设可持续金融的文化，树立全面社会责任管理理念，把社会责任贯穿于经营管理理念和行为方式之中，在银行内部树立正确的道德观，形成规范员工行为的道德标准，把承担社会责任、成为优秀企业公民纳入企业生存的根本条件之一。

组织：公司第六届董事会将“研究拟定银行社会责任战略和政策，监督、检查和评估银行履行社会责任情况”作为董事会执行委员会的一项职责予以明确，将其正式写入《董事会执行委员会工作规则》，同时成立以行领导为核心的社会责任领导小组，系统推进公司社会责任工作。

经营管理：在业务拓展中，以社会责任为行动准绳，积极响应国家宏观调控与产业发展政策，充分发挥信贷杠杆功能，优化资源配置，全面构造符合收益稳定、运行安全、经营和社会效益良好的信贷资产结构，积极开发促进社会进步和环境保护的金融产品与服务，满足金融消费者的多层次需求，促进社会资源的合理配置，进而保持国家经济的可持续发展与社会的不断进步。积极与各利益相关者构建互相支持、互利友好的合作共赢关系。多层次参与和支持社会公益事业，

关注环境保护及公共利益，通过把金融服务与社区公益事业相结合，共同创建公平正义、和谐有序的美好生活。

二、社会责任实践

认真处理股东、客户、环境与资源、社会、合作伙伴、员工等多元化利益主体之间的关系，促进社会责任目标的实现。

（一）对股东的责任——稳定回报 价值增长

公司认真贯彻落实股东大会、董事会决议和全行工作会议精神，持续推进公司治理规范运作，主动开展资本营销，严格按照监管规定履行信息披露职责，维护投资者利益，树立公司透明负责的良好市场形象。

1、完善公司治理，促银行规范运作

2008 年，公司组织安排 1 次股东大会，召开 10 次董事会和 19 次委员会会议，累计审议听取议题 126 项，立足于全球金融危机这一大的背景，突出发挥董事会在战略规划、风险控制和经营计划等方面的决策职能。组织安排董事深入开展调研，分赴资金营运中心、信息科技部，调研资金业务开展情况和信息系统建设情况，与一线员工交流经验与心得，深化对公司竞争优劣势的理解，提高董事会决策科学性，为银行经营管理工作提供建议。修订《董事会各委员会工作规则》、制定《对外股权投资管理办法》、制定《独立董事年报工作制度》等若干制度，完善公司治理基础运行机制和基本制度，为进一步健全公司治理、规范银行运作、促进综合经营和维护全体股东利益发挥了重要作用。基于在公司治理方面的积极实践和不断探索，公司董事会荣获《董事会》杂志主办评选的“2007 年度董事会建设特别贡献奖”；公司于 2008 年 6 月入选上海证券交易所主办的中证公司治理指数。

2、高效保质完成信息披露工作

经过上市后近两年来的严格实践和经验积累，公司信息披露工作、相应制度和流程进一步完善，信息披露质量不断提高。

（1）贯彻执行股票上市新规则，持续加强信息披露事务建设。公司恪守信息披露监管要求，按照时限规定和保密纪律，规范公告制作与审核流程，修订《信息披露管理办法》和《信息披露内部报告制度》、拟订《信息披露事务管理制度》，

完善内部信息披露流程，提升对外披露的有效性及合规性。全年累计完成各类定期报告和股东大会、董事会、监事会决议等 25 项公告，保证投资者及时掌握银行重大决策和业务动态，全面展示公司治理和经营管理成效，引导投资者正确认识公司的经营状况和投资价值。认真维护公司投资者关系中文和英文网络平台建设，及时更新公司信息，确保各项公告信息与证券交易所同步发布，以满足投资者的知情需求。

(2) 落实监管要求，加强持续监管信息的维护。根据监管要求更新董事、监事、高级管理人员身份信息和持股状况，并对其近亲属和控制企业等近 200 人的信息进行归集，形成较完整的关联人数据库；定期跟踪汇总关联方资金往来情况；集中收集填报境外投资、应用公允价值计量金融工具投资、内控制度实施、公允价值计量方法等情况，协助防控金融工具风险。

(3) 关注资本市场舆情报道，客观、真实传递信息。公司结合定期报告信息披露与推介计划，以凸显亮点、传递价值为主线，在主流财经媒体及网站投放评论文章，条分缕析公司在发展转型、风险管理、特色业务、节能减排、创造股东价值方面的努力，塑造稳健负责的银行形象。持续开展资本市场媒体监测，跟踪境内外财经媒体报道，及时澄清影响公司股价波动的不实信息，引导舆论正面报道。针对市场有关公司的负面信息，在第一时间组织相关部门和机构了解情况，核实公司可能遭受的损失，及时向媒体和投资者提供真实的情况，避免舆论误导。

3、因应市场变化，多渠道多方式开展投资者关系

2008 年复杂多变的宏观形势与 A 股市场的深幅调整，对公司投资者关系管理提出新的要求。公司根据投资者的群体属性与阶段性心理特点，采取日常沟通保障与针对性活动相结合的投资者关系策略，切实维护公允透明的银行形象。

(1) 高管率队路演，增进投资者对公司的正确认知，有效传递公司价值。公司建立了高级管理层与投资者面对面的沟通渠道，由公司董事长、行长以及各主要业务部门负责人组成的投资者关系管理团队保证与投资者沟通的质量与效果。2008 年度，公司组织召开包括 2007 年度、2008 年中期以及三季度业绩报告暨投资者交流会，分别就投资银行、同业业务、银行服务中心、零售银行等组织 4 场专项现场调研与反路演，参加境内外证券服务机构组织的资本市场会议 16 场。同时，公司结合特定事件和要求开展针对性投资者关系活动，高管不定期走

访重要机构和分析师，有效引导市场预期。

(2) 拓宽投资者关系交流互动平台，增进投资者对公司的认知。公司专设投资者接待室，开辟专用电子信箱、投资者专线电话传真，接待投资者的来访和来电来函咨询。投资者关系部门认真记录、整理投资者对公司的关注问题，结合定期报告披露及分析师研究方法，在广泛征求相关部门意见基础上，整理形成《投资者问题与备答》，为开展各项投资者关系活动提供基础素材，并动态更新完善，有效统一对外信息发布口径，规避选择性信息披露风险。

2008 年，公司共接待来自境内外证券公司、基金公司及其他投资机构的投研人员来访 60 余人次，召开与境内外机构的电话会议 40 余场次，与超过 350 位境内外投研人员进行交流，回复电子邮件逾 300 封，寄送印刷品资料 500 余人次，接听个人投资者来电咨询逾 1000 人次。据统计，长期跟踪公司的分析师已超过 80 位，全年共有超过 200 份关于公司的分析报告得以发布。公司还充分发挥网络互动平台功能，全面改版上线投资者关系专栏（中英文），方便投资者“一站式”了解银行经营动态。同时，拓展运用全景网络“股民呼叫中心”等媒介，在更大范围内为投资者解疑释惑。

针对 2008 年 2 月公司限售股份解禁问题，市场投资者普遍担忧公司大小非减持问题，公司召开了 6 场次座谈会，并通过电话、邮件和走访等多种形式加强与投资者的沟通互动，做好限售股份解禁及股权维护工作，认真解决股权遗留问题，积极采取措施维持股权结构总体稳定。

(3) 借助监管机构及业内 IR 专家，提升公司投资者关系管理意识和水平。公司持续强化与证券业监管部门的日常联系，保持监管沟通渠道畅通有效，维持与 IR 咨询机构、财经公关和金融同业的良好交流合作关系，邀请业内 IR 专家来公司研讨，组织相关职能部门和人员学习监管新规，灌输为投资者负责的理念，梳理公司内部投资者关系工作流程，达成共识。同时，通过《兴业人》投资者关系专刊，从上市历程、股权管理变迁、信息披露要求、机构分析师沟通等不同角度普及投资者关系常识。

(4) 审慎制定股利分配政策，维护投资者利益。公司综合考量资本市场各方面因素，听取各类投资者对于公司股利分配政策的建议和意见，制定公司股利分配政策，提交股东大会审议。同时，从维护银行整体利益和全体股东利益出发，

耐心做好投资者沟通工作，引导投资者树立正确预期。

公司 IR 工作得到社会各界的好评。在年度上市公司投资者关系专项评选活动中，专家给出的评语是：公司“在沟通渠道易达性和有效性、响应速度、反馈质量和互动效果中都表现得很出色”，“专注于沟通质量的提升，具有很强的信息反馈能力、信息处理能力，能够有效地整合投资界的意见提交公司高层参考；能够高效地回答投资者、分析师和基金经理的问题和质询。”

4、推进与战略投资者合作，助力银行转型

加强公司与恒生银行、国际金融公司和新加坡政府投资公司等三家境外投资者的高层会晤，商讨银行业务发展战略。持续推进与恒生银行在风险管理、零售信贷、电子银行和同业机构业务等领域开展实质性合作，通过培训、互访考察等方式，交流探讨机构业务和对公产品创新的合作思路，以及提高公司零售业务与电子银行的产品创新与科技运用，推进公司经营转型，并促成公司天津分行与恒生银行天津分行探讨业务合作的机会。协调安排恒生银行介绍香港房贷按揭业务管理等经验，尤其是应对 1997 亚洲金融危机时采取的管理策略，建立双方零售信贷风险防范定期交流机制，提升公司应对经济周期不同阶段的风险管理能力。深化与国际金融公司合作，推动节能减排项目和采纳赤道原则。借鉴国际金融公司环境社会风险评估办法，就深圳相控科技垃圾填埋、南山污泥干化及恒立华清洁服务等项目开展调研，推动公司提高环境社会风险管理水平；与深圳市政府和香港商界环保协会共同创建“节能减排产业联盟”，联合非银行金融机构、节能减排设备生产商、服务商等单位，通过输出各自核心的产品、服务和技术，创建节能减排新型产业链发展模式，共同推进节能减排产业发展。

（二）对客户的服务——服务为本 创造价值 共同成长

兴业银行坚持以市场为导向，以客户为中心，不断拓展和调整基本客户群，以此巩固业务基础，扩大业务规模，增强持续发展能力。

1、专业服务，创造价值

（1）机构业务

集团客户：公司以集团授信为切入点，以推动分支行与大型集团客户下属公司合作为主线，成功介入一批大型集团客户。目前，与公司合作的央企已有 22 家，并与多家大型企业集团建立了紧密的业务联系；同时积极推动业务向集团客

户下属公司延伸，拓展集团下属公司 70 家，较年初增长 44 家。公司还主动为企业的直接融资提供服务。2008 年，公司为 21 家企业主承销发行 27 只短期融资券，发行承销总规模约 300 亿元；作为首批中期票据主承销商试点单位，公司联合主承销发行中期票据 30 亿元，同时，完成盛京银行 12 亿元次级债的主承销发行。2008 年，公司为 100 多家企业提供财务顾问业务服务。

中小企业客户：2008 年，公司修订了《中小企业授信业务管理办法》，完成中小企业贷款定价模型系统的升级和“金芝麻”中小企业产品包的升级框架；加强中小企业信贷投向管理，下发《关于进一步做好中小企业金融服务工作的通知》，布置过渡期阶段中小企业的各项工作。从信贷规模、组织体系、经营管理上保证中小企业业务的有力拓展和健康发展。

(2) 零售业务

面对国内居民个人财产性需求不断加大、不断变化的特点，公司加大零售信贷、综合理财等产品的推出力度和额度，改善服务质量和服务能力，加强品牌建设和产品创新，尽可能满足零售客户的业务需求。2008 年，零售贷款余额达到 1289.37 亿元；其中按揭贷款余额达到 1147.45 亿元，占比 88.99%；拓展第三方存管个人客户 134.69 万户，比年初增长 32.58%；信用卡新增发卡 185.56 万张，发卡量达到 490.6 万张，累计发卡量比年初增长 60.85%。

2、服务网络

公司按照有形网络扩张和无形渠道延伸相结合、自主设立和市场化并购相结合的方式，建立起覆盖全国、衔接境内外、虚实结合的服务网络，为各类业务发展提供了强大的渠道支持。

(1) 有形网点：2008 年，哈尔滨分行顺利开业，正式筹建石家庄分行。目前，已在全国主要经济中心城市设立 40 家分行，441 家分支机构。在上海、北京设立资金营运中心、信用卡中心、零售银行管理总部、资产托管部、大型客户业务部和投资银行部等总行派外业务性机构。全年新增布设取款机 276 台，新增布设存取款一体机 464 台，截止年末公司自助机具运行总数达到 2711 台。

(2) 无形网络：2008 年，公司加大与国内一流的专业电子商务网站、第三方支付平台、专业资讯网站、移动支付服务商的战略合作，提升电子银行综合服

务能力和服务附加值，网上银行、电话银行、手机银行的客户数、交易笔数和金额均有较大幅度的增长。截至 2008 年末，公司企业网银客户累计达 35758 户，累计交易金额 10 万亿元；个人网银客户累计达 161 多万户，累计交易金额 1961.28 亿元；电话银行客户累计达 273 多万户，自动语音累计受理业务 2766 多万通，人工累计受理来电 923 多万通，主动外拨总量 86 多万通，累计交易金额 127.27 亿元；手机银行客户累计达 53 多万户，累计交易金额 5.07 亿元；短信平台累计发送短信 1.13 亿条。

3、服务规范

规范新开办业务操作。2008 年，公司开办依托小额支付系统办理结算类业务，并制定《兴业银行依托小额支付系统办理银行本票业务操作规程》、《依托小额支付系统业务办理华东三省一市汇票业务操作规程》等操作规范文件。

在银行同业中，公司率先推出专门针对网上企业银行的服务品牌“在线兴业五星导航”，以系统、规范的服务流程和服务标准赢得客户的好评和媒体的赞誉。2008 年，进一步对电子银行产品及服务体系进行全面整合升级，推出电子银行整体服务品牌“五星导航”，在业界树立了服务领先的电子银行品牌形象。

4、服务品质

2008 年，公司信用卡中心成立服务品质监督委员会，设立服务品质室和各部门服务品质监督员，专司服务品质管理职责，使服务品质改进工作植根于信用卡中心的各个流程环节。

2008 年，公司客户服务中心正式通过中国呼叫中心行业性标准 CCCS 五星级认证，确立公司在行业内客户服务和呼叫中心运营方面的领先地位。同年，公司开始实施六西格玛电话银行品质管理，通过指标体系建设、营销流程优化、投诉处理流程优化、产品设计流程优化，提升客户服务中心的运营管理水平，为实现提高顾客满意度、降低资源成本、增加市场占有率等目标奠定了基础。

2008 年，公司国际结算业务顺利通过瑞士 SGS 公司审核、英国皇家认可委许可颁发的 ISO9001 质量管理证书的换证审核。

（三）对合作伙伴的责任——优势互补 互利共赢

公司不断完善与合作伙伴的业务合作基础，通过银银合作平台，实现银行与

信托、基金、保险等各类金融机构之间的优势互补、互利共赢。

1、银银合作，管理输出

公司大力开展与城市商业银行、农村合作银行、农村商业银行和农村信用社等中小金融机构的整体合作。在国内率先建设“联网合作、互为代理”平台——银银平台。通过商业银行信息系统的开发，为国内中小银行提供产品和服务。

2008 年 11 月，由公司包入建设的河南新乡市商业银行新一代核心系统正式上线运行，这是继 2007 年公司以出售模式为山东东营市商业银行量身定制核心业务系统之后，首次以包入模式为国内中小银行提供信息系统建设服务。

截至 2008 年底，共新增银银平台上线产品 65 个，累计办理银银平台结算 276.5 亿元；银银平台累计签约客户 202 家，上线客户 138 家，柜面通联网网点近 1 万个，遍及国内大部分二、三线城市。通过银银整体合作，公司与各类金融合作伙伴建立起资源共享、优势互补的合作机制。

2、与其他类别金融机构的广泛合作

公司按照“宽领域、专业化”战略思路，广泛与保险公司、基金公司、财务公司、信托投资公司、邮储系统合作，发挥各自在专业领域的优势，取长补短。银证合作，不断提高证券资金结算效率，加大第三方存管系统联网上线力度，完成第三方存管系统扩容，并针对融资融券业务进行优化，年末共实现第三方存管联网 87 家；银信合作，建立并完善合作信托公司准入机制，全年核准 38 家信托公司进入合作名单；银财合作，与中国社会科学院金融研究所就银财合作课题进行专题研究，在全行范围推广银行与财务公司成功合作案例，全年上线银财直联客户 7 家。

3、参与上市公司及金融同业交流与活动，积极向全社会倡导承担社会责任

公司率先在福建辖区上市公司发起“积极承担社会责任”的倡议，积极参与中国银行业监督管理委员会福建省监管局开展的“福建省银行业社会责任年”活动。2008 年 9 月，公司主办 2008 年股份制商业银行行长联席会议，以“中国股份制商业银行社会责任”为主题，向社会展示全体股份制商业银行社会责任建设情况。在此次会议中，全体股份制商业银行共同签署了《社会责任宣言》，郑重承诺主动承担应尽的社会责任，与社会各界携手推动经济发展和社会进步。

(四) 对员工的责任——创造发展平台 培养职业能力

公司坚持以人为本理念，围绕银行中心工作，为业务发展提供坚强的人才保障。

1、职业化队伍建设

注重与员工发展规划相结合，组织形式多样的教育培训。针对新员工、高中层管理干部、营销队伍和专业技术人才队伍的不同特点，分类指导、因材施教。对新员工，强调对新岗位职业转换、基础专业知识等内容的培训；对高中层管理干部，强调职业道德、经营管理能力、团队管理能力等方面的培训；对业务骨干，强调职业能力、专业能力提升等方面的培训。2008 年，总行层面共举办 114 期各类培训班，选派 7500 多人次参加行内外各项业务及管理类培训，组织 3100 多人次参加各类职业资格认证考试。

2、员工薪酬福利体系

公司按照国家有关法律、法规和政策规定，充分考虑员工切身利益与人才引进的需要，形成具有一定外部竞争力，符合金融企业标准的薪酬福利体系。

加强薪酬精细化管理，充实完善固定薪酬与绩效薪酬考核管理办法，积极调整绩效薪酬的考核指标，使员工个人发展目标与企业长期目标相一致。进一步完善员工的综合福利保障，制定《企业年金实施细则》和《兴业银行员工福利计划》，对企业年金管理、补充医疗保险、工作/生活平衡、团队建设及子女教育等内容进行安排。严格按照有关法律、法规和政策为员工缴交住房公积金、养老保险、失业保险、医疗保险等福利保障。

3、员工权益与职业健康

积极组织员工开展多种形式的体育活动。重视员工健康与安全保障，定期组织员工进行健康检查，对女性员工、大龄员工以及离退休人员增加体检项目。提倡科学的生活方式，举办压力与情绪管理培训班等各类健康讲座以及心理咨询活动，缓解员工由于工作和生活带来的精神压力。

4、企业文化建设

构建多层面、多维度的文化建设组织体系，实现文化建设工作日常化，使企业文化理念融入到日常经营管理活动中，深化企业社会责任意识，形成社会责任自检机制。

组织开展“五四”青年节主题活动；以纪念行庆 20 周年为契机，开展丰富多彩企业文化宣传活动；筹划 20 周年行庆文艺晚会；组织开展行歌推广活动，举办“唱行歌，庆行庆”——兴业银行成立 20 周年歌咏比赛。

（五）对环境与资源的责任——促进人与自然和谐共生

2008 年，公司继续贯彻落实绿色信贷，调整优化信贷结构，开展节能减排二期项目贷款，并积极探索碳金融，通过金融创新推动节能减排和环境保护。同时切实贯彻赤道原则要求，建立健全内部环境风险管理体系，在提供产品与服务中切实履行对环境和资源的责任。

1、落实绿色信贷，支持环境保护

2008 年，公司认真贯彻落实国家产业政策和环保政策，坚持有保有压、有进有退的信贷原则，着力调整和优化信贷结构。将环境因素纳入公司信贷审查、审批、放款审核及风险监控的范畴，对未达到环保要求的项目采取“一票否决制”，对客户和项目采取名单制管理，尤其加强对环境与社会信息标识的录入与跟踪管理，并通过动态追踪、监测、反馈和分析，及时把握授信客户环境与社会风险情况，强化重点监控项目的贷后管理，防范环境和社会风险。

公司加强信贷投向指引，制定严格的《年度信用业务准入细则》，积极引导对包括环境保护、节能减排在内的国家重点支持行业的投放，同时针对钢铁、造纸、煤炭、铜冶炼、电解铝、水泥等重点行业制定详尽信贷政策和指引，明确提出“严格禁止信贷资金投入技术落后、污染严重、资源浪费、国家明令关停、限制发展和信贷资金禁入的产业与行业，原有对于此类行业的投入，应把握最佳时机，安全退出”。

2、矢志金融创新，推动节能减排

公司与国际金融公司于 2006 年合作在中国首创推出能效融资项目，创新设计风险分担机制，为企业开展节能增效提供信贷支持。该项目首期取得显著成效。2008 年 2 月，双方启动二期项目合作，将融资适用范围从狭义的能源效率拓展至广义节能减排。截至 2008 年 12 月末，公司已累计发放节能减排项目贷款 86 笔，金额 33.04 亿元人民币，预计可实现每年节约标准煤 324.42 万吨，年减排二氧化碳 1373.1 万吨。未来三年，公司自身还计划投入 100 亿元人民币贷款支持中国节能减排事业，所融资项目预计可节约标准煤约 6000 万吨，减排二氧化

碳近 2 亿吨。

依托能效融资项目的知识和经验积累，公司创新金融工具，成功运作碳减排贷款业务，开发针对碳交易买家和卖家的两大产品系列，与国际金融公司、英国瑞碳公司、英国气候变化资本集团、德国复兴信贷银行碳基金等主流碳金融机构建立了合作关系。

3、采纳赤道原则，健全环境风险管理体系

为更好履行对环境的责任，实现可持续发展，公司于 2008 年 10 月 31 日正式对外宣布采纳赤道原则，成为全球第 63 家、国内首家“赤道银行”。

公司制定了为期一年的赤道原则落地工作计划，逐步建立符合赤道原则要求的制度体系和管理流程。一是领导重视，成立以行领导为核心的跨部门工作小组，并特设环保官员，自上而下推动实施赤道原则；二是组织落实，成立可持续金融室，配备专职人员，专司环境社会风险的管理；三是战略支持，制定《环境与社会风险管理政策》，为实施赤道原则提供政策指引；四是全面梳理项目融资制度体系，包括建立项目风险分类标准、筛选赤道原则试行行业、制定试行行业实施细则、更新信贷审查审批流程、制定尽职管理指引、建立专家评审机制、完善项目名单制管理等；五是建立互动沟通机制和环境信息披露制度，加强与非政府组织的交流与合作；六是加强人员培训和能力建设；七是加强国际合作，与花旗银行、瑞穗银行、巴克莱银行等国际赤道银行展开密切交流与学习；八是更新企业文化，健全基于社会责任和可持续发展的企业文化，将赤道原则纳入公司发展战略和企业文化中。

4、建设节约型银行，从身边做起

公司致力于建设节约型银行，在全行发起节能降耗倡议，倡导科学节能。

在内部资源管理上，公司制定资源节约与环境保护计划，鼓励员工树立科学节能意识，在日常工作生活中关注水、电、办公耗材等资源消耗，提倡双面打印、双版复印，使用可再生纸印制名片等。下班后及时关闭电脑、打印机、饮水机等电子设备电源。提倡使用节能产品，提倡办公耗材回收再利用，少用高耗能电器，严格调节空调温度，杜绝长明灯，并在多家分行提供地热资源供暖设备。鼓励员工搭乘公共交通工具，建议通过电邮、电话及视频会议等降低出差频率，减少对社会资源的占用和环境污染。

公司内部建立了节能环保的工作模式，全面使用办公自动化系统，范围覆盖总分支行，实现公文信息在线处理和无纸办公。全行推行视频会议和远程培训，建成全行 IP 电话系统，目前已开通 IP 电话 9000 余部，覆盖全行。2008 年，手机移动办公正式上线，公司员工可随时随地处理公文系统，提高工作效率并减少资源占用。

(六) 对社区的责任——回馈社会 服务国家

1、社会经济价值贡献

2008 年，公司向国家缴纳的企业所得税、营业税等相关税收 44.45 亿元，较 2007 年增长 44.86%，有力支持国家的经济建设。同时，公司加大对社会公益事业的支持力度，对社会公益事业的捐款达到 2550 多万元，是 2007 年的 12.6 倍。

社会经济价值贡献表

单位：万元

项 目	金 额	年增长率(%)
企业所得税	252,203.79	49.32
营业税及附加	186,498.26	41.50
公益事业捐款	2,550.02	1,159.27
企业留存收益和股息	913,502.66	30.77

2、抗震救灾

公司向南方遭受特大雪灾地区群众捐款40.25万元。

5月12日,四川汶川发生特大地震后,公司积极响应党中央、国务院号召,向灾区累计捐款2294万元,其中单位捐款1000万元,员工个人捐款878万元,公司3720名党员交纳“特殊党费”416万元,2555名员工参加义务献血,在全国性股份制银行中第一家发放2亿元灾后重建贷款,在全国同类银行中首家提供灾后重建专项贷款,支持灾区城市道路、排水、桥梁等市政设施的重建以及灾区人民危房拆迁改造。

3、扶贫济困，支持新农村建设

2005年-2008年，公司派出干部到霞浦县贫困村挂职，三年共资助90万元帮助村里架起了“兴业”桥，修通了“兴业”路，兴建了教学楼。

公司定点帮扶福建省霞浦县黄土丘村、铁炉村、上歧村、屏南县南峭村贫困村和漳州平和贫困村，发放扶贫款以及道路建设资金，帮助村里架桥修路，兴建教学楼，兴修饮水工程和“造福工程”。3月，上歧村遭遇火灾，总行机关员工捐款金额 84695 元。

南昌分行定点扶贫吉安市贫困村，筹集帮扶资金 10 万元解决道路修建等新农村建设资金。

宁德分行向闽东贫困村建设投入项目资金 23 万元，支持新农村建设、农村道路建设、农村饮水工程等扶贫开发项目。

福州分行投放贷款 7.42 亿元重点支持农村公路建设“先行工程”和县级供电企业发展。

4、捐资助学

公司借助福建省慈善总会的工作平台捐资 1000 万元设立“兴业银行慈善助学金”，在 2007-2012 年期间每年资助厦门大学、福州大学、福建师范大学、福建农林大学、集美大学五所高校中品学兼优的 100 名贫困大学生完成学业。

北京分行在 2006-2008 年期间，每年为平谷区熊儿寨乡、镇罗营乡 6 所中小学贫困学生筹资 44400 元助学。

成都分行捐款 30 多万元在大邑县金星乡修建的“兴业希望小学”顺利开学，解决了附近方圆 10 多公里范围内适龄儿童的就学难问题。

厦门分行先后两次向厦门大学捐赠 10 万元款项，用于创建金融系国家重点学科建设发展基金及支持金融系开展金融学相关课题研究。

5、关注民生

5月，公司宣布推出国内首张爱国主题信用卡——中国心信用卡，同时随卡推出“中国心”公益计划。每成功申请中国心信用卡，公司即捐赠 1 元钱；使用中国心信用卡每完成一笔消费、分期或预借现金交易，公司即捐赠 1 分钱。所有捐赠款项将通过中国扶贫基金会用于赈灾、扶贫等公益事业。

深圳分行在 2004-2008 年期间与深圳市红十字会合作开展医疗救助专项基金募捐活动，分行在所有网点设立“红十字会捐款专用窗口”，为深圳市红十字会提供多元化的金融服务。

大连分行联合大连人民广播电台、大连红十字会举办“满城尽穿红心恤”大

型 T 恤义卖活动，所得善款 30000 元全部用于支援“加油，孩子”爱心夏令营活动。

漳州分行把每月 18 日定为“兴业献爱心”活动日。14 年来员工自愿捐献的款项近 80 万元。

三、成果与荣誉

2008 年 1 月，在由国务院发展研究中心企业研究所、北京大学中国信用研究中心、搜狐财经及光华传媒共同发起的“2007 年度最佳企业公众形象奖”评选中，公司获评“2007 年度最佳企业公众形象奖”。

2008 年 4 月，在由《董事会》杂志社发起的第四届(2007)中国上市公司董事会金圆桌奖评选中，公司获评“董事会建设特别贡献奖”。

2008 年 4 月，公司客户服务中心被信息产业部、中国信息化推进联盟客户关系管理专业委员会、CCCS 客户联络中心标准委员会联合授予“2008 中国最佳呼叫中心”。

2008 年 5 月，在《金融时报》主办的“首届中国金融业呼叫中心评选”中，公司客户服务中心荣获“金融业最佳客户服务中心”奖。

2008 年 5 月，中国红十字会基金会向公司颁发“为支持中国红十字人道救助事业慷慨捐赠人民币壹仟万圆”和“为支持中国红十字人道救助事业慷慨捐赠救灾肆佰贰拾万贰仟肆佰柒拾圆肆角人民币”捐赠证书。

2008 年 6 月，在由新浪网和《大众证券报》联合主办的“中国上市公司竞争力公信力 TOP10”调查中，公司荣获“2007 年度十佳最具成长前景上市公司”第一名。

2008 年 6 月，在由《证券时报》和南方基金联合主办的“2007 年度中国上市公司价值百强”评选中，公司荣获“2007 年度中国上市公司价值百强”称号。

2008 年 7 月，在由《经济观察报》主办的“2007 年度中国最佳银行评选”活动中，公司荣获“绿色银行创新奖”奖项，这是中国国内首个关于绿色银行和绿色金融的奖项，对推动银行等金融机构参与环境保护具有开拓性的意义。

2008 年 7 月，在由《银行家》杂志主办的 2008 中国商业银行竞争力评价活动中，公司荣获“2007 年最佳盈利能力银行”以及“2007 年 IT 引领业务创新银

行”。

2008 年 8 月，在《证券时报》主办的“第九届中国优秀财经证券网站”评选活动中，公司网上银行荣获“最佳网上银行奖”。

2008 年 9 月，在新浪网主办的金麒麟奖评选中，公司获“银行业最具服务精神奖”。

2008 年 9 月，公司与广西壮族自治区人民政府联合主办的“2008 年全国股份制商业银行行长联席会议”在南宁隆重召开，会议围绕“中国股份制商业银行社会责任”的主题展开讨论，与会银行共同签署了《全国股份制商业银行社会责任宣言》。

2008 年 10 月 31 日，公司在北京举办新闻发布会，正式公开承诺采纳赤道原则，成为全球第 63 家、中国首家“赤道银行”。

2008 年 10 月，公司客户服务中心被中国电子商会呼叫中心与客户关系管理专业委员会授予“2008 中国最佳呼叫中心”。

2008 年 11 月，在 A 股上市公司投资者关系评选中，兴业银行荣获“投资者关系百强第二名”、“最佳沟通奖”和“最佳社会责任贡献奖”三项大奖。

2008 年 11 月，在《第一财经日报》主办的“2008 第一财经金融价值榜(CFV)”评选活动中，公司金融品牌“兴业财智星”凭借丰富的产品组合、贴近客户需求的金融服务方案和卓越的服务水平，荣获“2008 年度公司金融服务品牌”奖。

2008 年 11 月，在《21 世纪经济报道》主办的“2008 年亚洲银行竞争力排名”中，公司凭借出色的盈利能力荣获“中国内地最佳股本回报奖”，连续两年蝉联中国内地银行收益指标第一名。

2008 年 11 月，在中国金融认证中心(CFCA)举办的“2008 放心安全用网银联合宣传年”活动中，公司网上银行荣获“2008 中国网上银行最佳风险防范奖”。

2008 年 11 月，公司荣获人民银行、公安部联合整治银行卡违法犯罪专项行动“风险防范奖”。

2008 年 11 月，公司电子银行在 2008 年中国本土银行电子银行竞争力评比中获“最佳电子银行奖”。

2008 年 12 月，在 21 世纪报系主办的“2008 年中国企业公民论坛暨 2008 年第五届中国最佳企业公民颁奖典礼”上，公司再次荣获“最佳企业公民”大奖。

2008 年 12 月，在《金融时报》和中国社会科学院金融研究所联合主办的“中国改革开放最具影响力 50 件大事暨 2008 中国最佳金融机构排行榜发布仪式”上，公司荣获“年度最佳股份制银行”奖。

2008 年 12 月，在国际权威杂志《投资者关系》举办的“2008 年度中国年会及颁奖典礼”上，公司获得“投资者关系杰出表现奖”。