



2015年度 社会责任报告

SOCIAL RESPONSIBILITY
REPORT



客服 : 400-88-96596 网址 : www.borf.cn

浙江绍兴柯桥笛扬路1363号
No.1363 Diyang Road,keqiao.
Shaoxing,zhejiang,china

瑞行百年 丰泽万家

瑞行百年 丰泽万家

瑞丰银行2015年度社会责任报告

关于本报告

本报告是浙江绍兴瑞丰农村商业银行股份有限公司（以下简称“瑞丰银行”或“本行”）发布的第四份社会责任报告。

报告期间

本报告的时间跨度是2015年1月1日至2015年12月31日。

编写标准

本报告的撰写参照了全球报告倡议组织（GRI）的可持续发展报告指南（G3）及其金融服务行业报告补充指南（FSSS）。经过自我评估，瑞丰银行认为信息披露已经达到GRI所规定的B级。同时满足中国银监会《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》的相关要求。

内容选择

本报告内容选择遵循GRI的重要性、完整性、可比性以及利益相关方参与的原则，并结合了本行的实际情况，通过企业发展战略分析、关键社会议题的识别和利益相关方访谈，确定了报告的具体内容。

数据收集

在披露指标的选择方面，本报告主要考虑了与主要议题绩效披露相关的各具体指标的相关性、实质性以及可获得性。所采用指标都符合以下特点：与社会主要议题高度相关；能够有效反映出本行在相应议题的绩效表现；能够通过本行现有的管理体系精确的进行搜集。

如无特别说明，本报告中所提及的金额均为人民币。
更多治理、经营和财务等信息，请详见本行信息披露报告。

CONTENTS

目录

01
CHAIRS 'STATEMENTS
董事长致辞
..... 03

02
ABOUT BANK OF RUIFENG
关于瑞丰银行
..... 05

03
KEY INDICATORS
关键指标
..... 07

04
THE STRATEGY OF
SOCIAL RESPONSIBILITY
社会责任战略
..... 09

优化服务体验，成为客户首选
关爱员工成长，成为员工首选
提升股东价值，成为股东首选
履行社会责任，成为社会首选
践行绿色倡议，成为环境首选

05
2015 HONOR ROLL
2015年荣誉榜
..... 29

06
LOOK FORWARD
TO 2016
展望2016
..... 30

07
INFORMATION
FEEDBACK
信息反馈
..... 31

01

CHAIRS 'STATEMENTS

董事长致辞

融资 融智 融天下

在中国的哲学语境中，融是一种上等智慧。

我们所言“融会”、“融合”、“融洽”等等，皆涵括其间。我的理解，“融”之于我们，就是将瑞丰发展置于经济金融生态链之中，倡导一种圆融哲学。

所谓“圆融”，旨在将各种道理、规则融会贯通，注入整个组织的血脉，植入每个员工的基因，从而达到实战时的从容不迫、应对裕如、得心应手和出神入化。

比如，“从心所欲，不逾矩”，古人所言的做人智慧，就可应用于今日之瑞丰发展。在中国这个大经济金融生态圈中，我们既要熟谙其间运作规则，又要腾挪出更多自主空间，游刃有余地实施改革和创新。

于此，融是一种生存哲学，更是一种发展智慧。

但我们的认知不能仅仅停留于哲学层面，因为人类有史以来最伟大的发明——互联网，正从现

实里改变我们生存的生态，包括政治、经济、社会、文化等举凡一切的基因。

这样的改变已经带来了什么？更将带来些新的什么？

托马斯·弗里德曼无疑是伟大的。他率先看到了科技和通信领域如闪电般迅速的进步，使全世界的人们可以空前地彼此接近——在《世界是平的》这本全球化的基本读物中，他解释了世界的平坦化趋势是如何在21世纪来临之时发生的，这个趋势对于国家、公司、社会和个人而言意味着什么。

意味着什么？我认为就是一个字：融。所有的界限、阻隔都将被“融”。我们能选择的，要么是融入，要么是被“熔”。

比如，马云通过互联网融合渠道资源，成功打造了阿里生态圈，风光无限；但众多处于守势的线下零售实体店，却一夜之间遭遇中国股灾一般的“熔断”，前景暗淡。

面对这样一个史无前例的“融时代”，瑞丰人绝不能关起门来搞改革、谋创新，必须睁大双眼看世界，敞开胸怀融天下。

我们不孤芳自赏，但亦不妄自菲薄。

我们何其有幸，能参与书写中国第十三个五年计划的开篇，融入中国金融业全面深化改革的洪流。长江三角洲这方经济舞台，提供了足够的回旋余地和 innovation 空间。

无论践行“一带一路”等宏大国家战略，还是参与县域经济向城市经济转轨升级；无论助力传统产业向新兴产业转型，还是履行“扶持三农、助力中小”农商行使命，每一项都足以让人热血沸腾，全力融入。

我们何其有幸，七年零售银行转型革命，为我们奠定了“融之坚实根基”。

在中国经济和金融业全面深化改革的今天，在瑞丰向着更高目标进取的今天，我们更加需要树立“融会”的理念，增进“圆融”的智慧，有“融智”的眼光，有“融资”的胆魄，有“融界”的勇气，更要有“融天下”的雄心。

这不仅是对渠道和业务而言，更是基于我们建构企业文化的更高要求。站在时代的风口，我们不仅要对内融合，更要促进对外融合，聚瑞丰

人之力量，顺全球化之势，谱一曲精彩纷呈的“大合唱”。

融是集聚、融是多元、融是和谐、融是智慧。只要我们看清时代的趋势，融入脚下这方沃土，融入日新月异的这个世界，定能创造更多的瑞丰奇迹。

下一个五年的辉煌，从打造融时代开始。



02

ABOUT BANK OF RUIFENG

关于瑞丰银行

瑞丰银行是一家经中国银行业监督管理委员会批准，由辖内自然人、农村工商户、企业法人和其他经济组织自愿入股组成的股份有限公司，成立于2011年1月18日，前身是绍兴县农村合作银行。现有注册资本12.94亿元，员工1900余人，总部设有20个管理部，辖内拥有24家支行和83家分理处共计营业网点107家，以及22家无人银行，4家社区金融便民服务点，分布在柯桥区各个镇（街）、绍兴市区和义乌，同时在嵊州作为主发起行设立嵊州瑞丰村镇银行。

瑞丰银行以“瑞行百年、丰泽万家”为企业哲学，以“服务社会、发展经济”为己任，全力支持地方经济发展。截至2015年末，我行各项存款余额为588.72亿元，比上年末增加54.46亿元，各项贷款余额为393.45亿元，比上年末增加5.32亿元，全行资产总额862.63亿元，负债总额733.68亿元，所有者权益71.33亿元，资本充足率13.09%，五级不良率为1.5%；综合实力位居柯桥区金融同业首位、绍兴市金融同业前列，2013年经浙江银监局推荐，成为全国农村金融机构“标杆银行”，2015年再次荣膺“标杆银行”称号；荣获“2012年度十大品牌中小银行”、“中国农村金融企业最佳社会责任践行奖”、“全国县域

经济金融服务十佳农商行”；被浙江省财政厅和浙江省发改委等多部门联合授予“浙江省2012年度小微企业贷款服务先进单位”；多次被浙江农信系统评为“特级银行”、“十强农村银行”、“优胜单位”；被绍兴市人民政府授予“绍兴慈善奖”机构奖；被绍兴县人民政府授予“绍兴县慈善奖”机构奖、绍兴县首批“敬老文明号”单位称号，评为“服务经济优胜银行”、“企业评部门、群众评行风”优胜单位；2011至2015年，始终位居柯桥区机关部门行风评议第一名，实现“五连冠”。

2016年，瑞丰银行以转型升级为核心主线，以改革创新为根本动力，以提高发展质量和效益为首要目标，全力推进“135”行动，即坚持以零售银行转型升级这一个主体不动摇，加快培育大零售、大资管、小微贷三大引擎，着力提升组织变革、效益创造、风险经营、科技创新、人才发展五种能力，努力打造风险可控、可持续发展的全国一流农村商业银行！

瑞行百年 丰泽万家



03

KEY INDICATORS

关键指标

2015年瑞丰银行业务关键指标

总资产	资本充足率	净利润	资本利润率
862.63亿元	13.09%	8.79亿元	12.64%

2015年瑞丰银行客户服务关键指标

网点数量	便民服务中心	ATM 机数量	自助服务终端	POS 机数量
107家	366个	275台	359台	10543台

2015年瑞丰银行员工成长关键指标

员工数量	人均净利润	女员工数量	本科及以上学历的比例	人均培训时间
1924人	457.22万元	1094人	73.13%	30.74小时

2015年瑞丰银行公益活动关键指标

捐款金额	结对数量	慰问人数
1292万元	5020户	10000余人



04

THE STRATEGY OF SOCIAL RESPONSIBILITY

社会责任战略

瑞行百年、丰泽万家，瑞丰银行决心以专业、高效、亲和的金融服务，用心为千家万户的幸福助力，与员工、客户、股东和社会各界共同成长，努力承担社会责任，坚持与环境和谐相处，为社会创造物质财富和精神财富，实现瑞丰“区域首选零售银行”的战略愿景。

瑞丰银行社会责任战略框架——“五大计划”

客户首选计划

让区域内的零售客户获得诚信、专业、高效、亲和的金融服务，成为零售客户首选的金融机构。

员工首选计划

让员工获得高于同业水平的薪酬福利并获得良好的职业发展规划，成为员工首选的金融机构。

股东首选计划

让股东持续获得超过同业水平的投资回报，成为股东首选的金融机构。



社会首选计划

让社会感受到瑞丰更多的关爱、责任与社会价值，成为社会首选的金融机构。

环境首选计划

持续践行绿色倡议，打造“绿色银行”，实现可持续发展，成为环境首选的金融机构。

一、优化服务体验，成为客户首选

(一) 加强渠道建设

1. 继续推进网点标准化建设



2015年我行继续推动网点的装修工作，加速推进全行网点的标准化建设工程，至12月末，全行完成标准化装修的网点已达到99家，占比达92.52%，为广大客户提供更好的金融服务场所。

2. 实施网点分类转型



为适应我行零售银行转型需要，加强网点分类和分级管理，我行从2015年开始对各网点进行分类分级，根据网点层级及网点提供的整体金融功能类型，将各网点细分为旗舰型、综合型、社区型三类。网点分类有助于进一步推动资源的差异化配置，促进网点差异化发展。

3. 深化乡村金融服务点建设



按照“基础金融不出村”的要求，我行扎实推进金融服务点进驻乡村便民服务中心工作。2015年，将全行366个乡村金融服务点分成“村中店”和“店中店”，其中村中店316家、店中店50家，并新增了100台助农终端，累计布放助农pos机385台，助农终端257台，进一步提升了社区金融服务能力。

4. 开展社区共建活动



2015年，我行将“社区共建”作为一项重点课题推进，制定了详细的推进方案和考核办法，对照创业普惠、便捷普惠和阳光普惠的普惠金融工程建设三大目标，开展关系进社区、宣传进社区、服务进社区和业务进社区的“四进社区”活动，将金融服务和非金融服务充分结合起来，优化社区金融服务供给。

瑞丰银行立体化渠道建设情况

渠道类型	具体内容	渠道数量	覆盖区域
物理渠道	营业网点、便民服务中心	473家	绍兴、义乌
电子渠道	ATM机、网银机、自助服务终端	746台	绍兴、义乌
虚拟渠道	网上银行、手机银行、POS机	588343户	绍兴、义乌

(二) 创新金融产品

1. 创新支农支小信贷产品

2015年，本行以农业产业链金融服务模式为中心，先后推出了一批富有创新的信贷产品，有力地解决了小微企业贷款难的问题。如推出“纺城电商贷”贷款，以信用贷款支持电商发展；推出“车链贷”贷款，批量支持农民购买生产致富的农用车；与税务部门合作推出“税银贷”贷款，积极支持纳税信用良好的小微企业。至12月末，本行农业产业链贷款201户，贷款余额8422万元。



2. 创新银行卡业务产品

一是创新发卡模式，积极拓宽贷记卡发卡渠道，以厅堂营销、客户经理营销、精准营销、设摊营销、网络营销、微信营销等六大发卡营销渠道体系，吸引更多有需求、有能力的年轻客群办理我行贷记卡。



二是银行卡新业务不断上线，微信银行、现金分期、账单分期、丰收家、丰收购等业务功能进一步丰富，提升了用户体验。三是营销活动向品牌化方向发展，打响8元系列活动，通过“8元观影”、“8元洗车”等标志性营销活动，加大品牌传播，提升品牌形象。

3. 创新理财业务、中间业务产品

一是健全理财条线产品。为满足客户多样化理财需求，瑞丰银行已建立保本型、非保本型、定制型三大产品体系，产品期限覆盖32-365天，每周保持4-6款产品的发行频度，确保每天有产品销售。



二是丰富贵金属产品。贵金属产品涵盖投资金、工艺金等几十款产品，2015年新增了瑞丰金钞、“节节高升”金银算盘等工艺金产品，深受群众喜爱。

三是拓展基金产品体系。与南方基金、嘉实基金、汇添富基金、易方达基金等知名基金公司建立了广泛的合作关系，目前共代理销售基金产品几百款，涵盖各类型基金产品，为客户提供了多样化的产品选择。

四是实现保险代理业务全面发展。2015年，引入宝宝安康、白领丽人、安行宝等众多险种，为不同年龄层客户提供多样的理财管理工具，创造了我行代理保险业务新的增长点。



五是创新推出出国留学金融业务。我行与杭州沃美、杭州汇加签订合同，将其作为我行移民合作机构，并对我行现有产品进行补充和整合，配套为客户提供一站式出国金融服务。

(三) 提升服务品质

1. 提升标准化服务能力

在优化“7+7”柜面标准化服务营销模板、出台神秘人检查标准的基础上，加强服务营销专项培训。2015年，共对理财客户经理、营业经理、大堂经理开展业务培训30场，对新员工开展3期共计168场业务培训，切实提升了各类型客户经理的标准化、专业化服务能力。



7+7服务：

即“望相迎、笑相问、双手接、快速办、双手递、巧营销、望相送”7个标准动作和“您好！请坐！请问您需要办理什么业务？请稍等！请核对，请签名。请收好，请问还需要办理其他业务吗？请收好，请慢走！”7句标准用语。

2. 塑造差异化服务特色

通过建立完善客户关系管理系统，中高端客户分层服务机制，以及“贵宾产品、贵宾生活、贵宾优惠、贵宾通道、贵宾医疗、贵宾关怀、贵宾礼遇、贵宾品鉴”八大增值服务体系，切实提升差异化服务水平。2015年，我行相继开展“享‘瘦’美体”女性中高端客户活动、保险产品高端客户增值服务报告会、“财富与

机遇”——2015年投资市场展望高端客户活动、“预见世界，遇见未来”——高端客户出国留学活动、“私人订制”——高端客户资产配置活动、以及“财富1+1”高端客户活动，进一步加强了与中高端客户之间的联系，提升了中高端客户的忠诚度与满意度。



二、 关爱员工成长，成为员工首选

(一) 员工招聘和培养

1. 积极打造雇主品牌

一是与专业招聘公司合作，多渠道发布招聘信息；二是开展校园宣讲，赴省内外六所高校举行现场招聘，建立应届生雇主品牌；三是实施网络招聘，提升招聘效率，强化网络传播。

2. 优化选人技术

采用先进人才选拔技术和人才评价体系，在校园招聘中引入无领导小组讨论、专业知识考试、现场情景模拟、行为事件面谈等选拔方式，并实施管理培训生、营销培训生、柜员培训生以及专业岗位等分类招聘，提高选人的针对性。

3. 加大中高端人才的引进力度

完善人才推荐奖励制度，向推荐人发放人才推荐奖金，并为引进人才提供协议薪酬、安家补贴、住宿安排、生活便利、保障基金等配套福利，营造良好的引才氛围。

4. 加强后备人才建设

加强后备人才建设。建立总行和支行二级后备人才库，并积极启用后备人才，让一些德才兼备的年轻后备人才在担当重任中尽快成长起来。

5. 实施民主化选人用人制度

在干部和员工竞争上岗中积极实施“民主推荐”制度，即对报名人员广泛开展民主推荐，推荐票数达不到比例的，则不予推荐，充分体现群众认可度。



(二) 员工培训和发展

1. 多措并举，优化培训体系

一是实施分层分类培训。建立基于胜任力模型的分层分类培训体系，通过对全行管理、专业、营销、操作和新员工五个不同岗位序列胜任能力的分析，结合各岗位能力需求匹配培训课程，提升培训的针对性和有效性。

二是实施多样化、差异化培训。将常规面授培训、教练式辅导培训、外部考察培训、体验式培训、导师制、职业生涯轮岗学习、条线交流学习等多样化培训渠道相结合，有效开展全年各类培训，不断完善培训机制。

2. 内外并重，完善师资体系

一是加大内训师培养力度。2015年，培养内训师93名，授课401场，授课时长1143.5小时，培训18663人次。

二是加大优质外部培训师引入力度。加强与专业培训机构合作力度，引入优质外部培训师，创新与培训机构及培训师合作方式，对培训费实施弹性管理，对课程风格及内容与本行匹配度较高的培训师，探索直接合作模式。



3. 分层分类，丰富课程体系

本着实用性、针对性、可操作性和系统性的原则，在结合现有岗位类型基础上，将课程细分为通用类、管理类、专业类和技能类等不同类别，促使课程体系日趋完善，满足不同层面员工的培训需求。



（一）员工关怀

1. 新员工关怀方面

新员工报到后，及时召开新员工见面会，对入职流程进行介绍，并在集训期间为其开展人力资源政策解读，为新员工入职做指引；定期或不定期开展新员工座谈会，了解其思想状况，为其答疑解惑，解决实际困难。实施新员工访谈计划，以抽样的方式，对新员工成长过程进行跟踪与访谈，了解其心理状况、工作状态以及组织融入等情况。

2. 在职员工关怀方面

一是加强心理关怀，深入实施EAP项目，通过开展“快乐银行”主题培训，运行员工关怀热线和心理咨询预约热线及发布《员工关怀小贴士》等，提高员工心理健康水平。

二是加强家属关怀，实施丰系列亲情福利制度，把员工的父母、配偶和子女均纳入我行员工关怀体系范畴，使关怀的触角延伸至员工家属，为我行员工父母每月发放一定金额的瑞丰“孝德1+2”，对已婚员工配偶开展生日祝福，对优秀员工子女发放瑞丰奖学金。

三是加强日常性关怀，通过发放节日慰问金、举行节日庆祝活动等，营造和谐温馨的节日氛围；通过每季度召开员工恳谈会，为企业和员工之间的沟通搭建有效平台；同时，做好员工生日慰问、生病慰问，以及婚、丧、育等重大事件发生时的慰问等其它日常关怀活动。

3. 内退、退休员工关怀方面

出台忠诚服务管理办法，对工作满10年、20年、30年员工进行奖励和表彰；实施人性化的内退、退休关怀机制，为即将内退的员工提供“三个一”关怀服务，帮助其实现从岗位到内退的平稳过渡，为退休员工发放退休礼物，感谢其为本行做出的贡献。



（四）员工业余生活

1. 团委活动

为丰富广大团员青年的业余文化生活，增强青年员工的使命感与社会责任，2015年，本行团委与各级团组织开展了一系列团员活动，如金融知识宣传、爱心捐款、爱心助学、关爱老年人、社区服务等。



2. 工会活动

我行总工会下设24个分工会，工会活动覆盖全部24个组织机构和全体员工。2015年，本行各级工会组织了形式多样的活动，如春游、书画展、趣味运动会、厨艺展、关爱退休职工等。



3. 俱乐部活动

目前，总行员工俱乐部活动共设亲子、登山、摄影、乒乓球、羽毛球、篮球、读书等7个俱乐部，并经常性的组织开展各类活动，丰富了员工的业余生活。



三、提升股东价值，成为股东首选



（一）提升股东价值

2015年，本行高度重视投资者关系管理工作，通过强化公司治理、完善信息披露、加强风险控制和提升内部管理等多种措施，进一步构建科学、完善和透明的公司治理架构，取得了良好的经营业绩，提升了股东价值。2015年，本行实现净利润8.79亿元，归属于股东的每股收益为0.68元。

（二）完善公司治理

良好的公司治理是提升股东价值、增强投资者信心的基础和保障。报告期末，本行董事会由19名董事组成，其中内部董事6名，外部董事11名，独立董事2名。董事会下设发展战略规划委员会、风险管理和关联交易委员会、审计委员会、提名和薪酬委员会4个专门委员会。监事会由9名监事组成，其中职工监事3名，股东监事4名，外部监事2名。

1. 持续优化公司治理结构

完善股东大会、董事会、监事会和经营管理层的“三会一层”运作机制，累计召开3次股东大会、6次董事会、12次专门委员会，审议决策事项68个，充分发挥了决策指导作用；修订公司章程、股东大会事规则、董事会议事规则，补充董监事推荐等相关公司治理规定，强化“三会一层”的权力制衡，进一步优化了公司治理机制。

2. 不断健全激励约束机制

不断健全激励约束机制。出台董事、高管履职评价制度，制定高管绩效合约，建立包括董事自评、董事会评价、监事会评价、高管层评价及外部评价的多维度评价体系，对董事和高管的履职情况进行全方位评价，确保扎实有效履行职责。

3. 进一步完善信息披露制度

对内，通过召开员工座谈会、职工代表大会，设立董事长信箱、基层信箱，开展信访接待日等活动，加强员工沟通交流，认真听取意见建议；对外，通过报刊、官网、微信等多种公开渠道向利益相关者公告我行信息，发布《信息披露报告》与《社区责任报告》，接受社会公众及股东的监督；同时，针对我行自然人股东较多的情况，我行不定期深入农村社区，倾听意见建议，形成良好的沟通机制。

5. 动态优化总部管理体系

本行以“前台前移、中台上收、后台集中”为目标，进一步理顺前中后台关系，实现与本行零售银行二次深度转型相吻合的经营体系，形成了以业务发展为中心、以管理指导系统和支撑保障系统为支撑的总部组织管理体系，进一步提升了市场竞争力和可持续发展能力。2015年，我行增设金融市场部，并分设上海业务中心，拓展新兴业务，提升盈利能力；在零售银行部下设机构管理中心和财富管理部，新设支行零售管理岗，进一步推进零售银行二次转型。

四、履行社会责任，成为社会首选

(一) 加强渠道建设

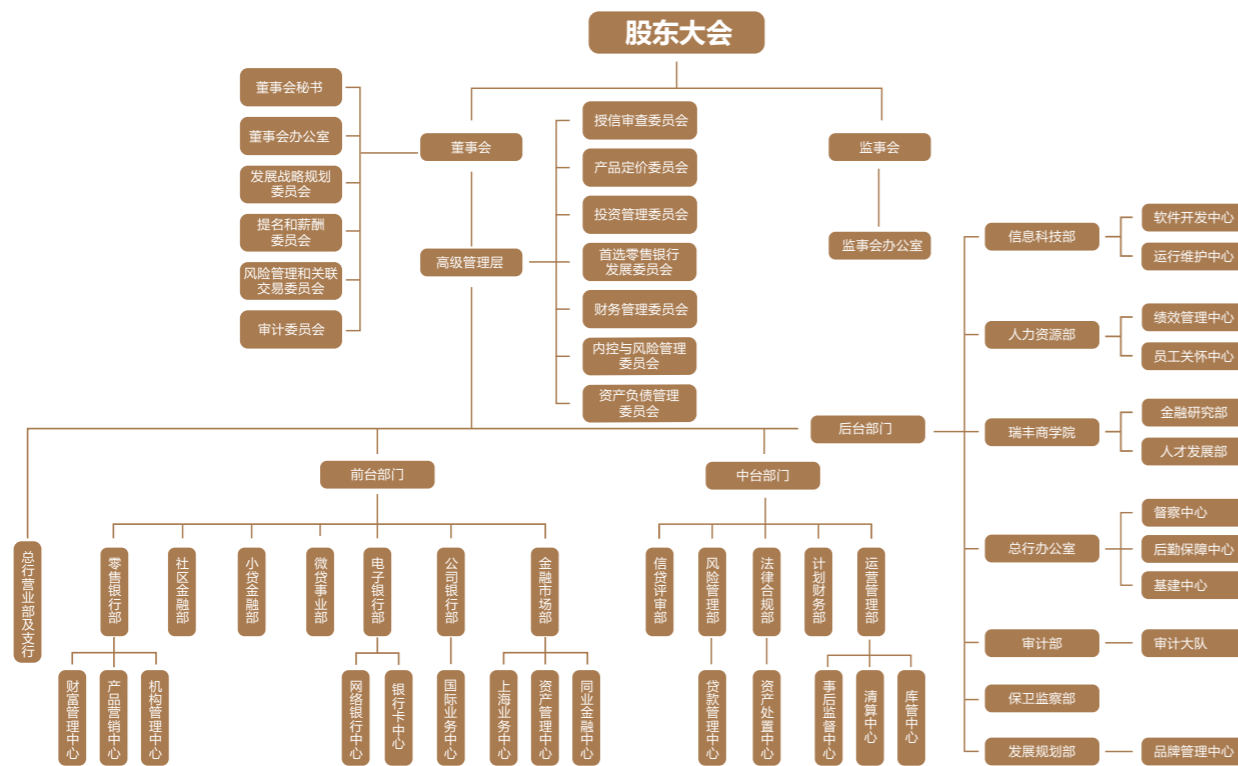
1. 服务三农群体

一是完善组织架构，打造普惠金融队伍体系。在总行设立社区金融部，组建社区客户经理队伍，选派农村金融指导员，将金融知识和金融服务送达至千家万户。二是落实工作机制，强化普惠导向。落实普惠金融三年行动计划，在全区各镇（街）召开普惠金融现场推进会，促进普惠金融工作深入推进。三是塑造服务品牌，强化社区共建。提升乡村金融服务点建设，推出金融夜市和流动服务车，完善农村金融服务渠道；深化社区共建，为社区客户提供全面、多样的社区金融和非金融服务，强化社区客户服务能力。四是创新惠民产品，健全普惠金融产品体系。推出股权承诺信用贷、拆迁承诺信用贷、生态“农链贷”、“金融互助”信用贷、“美丽乡村”贷，中国轻纺城电商贷等惠民产品，满足三农客户多元需求。五是优化金融生态，完善普惠金融信用体系。建立农户经济档案，精简农户贷款审批资料，大力推广农户信用贷款，营造优良信用环境。

截止2015年末，本行涉农贷款余额96.94亿元，比年初增长7.72亿元，涉农贷款增速8.65%，高于全部贷款增速7.28个百分点。

2. 助力小微企业

一是全面推进“普惠快车”业务，以支农支小、普惠金融为引领，通过普惠快车业务的开展，促进小额贷款便捷操作。二是加强小贷产品创新，举办小贷产品创意行动工作坊，在全行范围征集产品创意，为产品开发提供动力。三是引进德国IPC微贷技术，推出瑞丰微贷产品。截止2015年末，微贷客户3888户，贷款余额4.25亿元；小微企业贷款余额2462163万元，比年初增加85569万元；小微企业贷款增速3.60%，高于各项贷款增速7.43个百分点；小微企业贷款户数19651户，比年初增加2301户；小微企业申贷获得率99.14%，比年初增加0.16个百分点。



3.支持社区发展

多年来，瑞丰银行始终根植社区，努力促进社区经济社会和谐发展。通过与当地镇党委、政府沟通，摸清所在镇街道困难户的现状，并经常慰问走访，帮助解决生产、生活中的实际困难。认真贯彻党委、政府的有关精神，做好结对村的结对共建以及贫困户子女的帮扶助学工作；通过对弱势群体的帮扶，维护社区的公平和谐。



(二) 投身社会公益

作为一家扎根绍兴的本土金融机构，瑞丰始终坚持“瑞行百年 丰泽万家”的企业哲学，大力践行“反哺于民 回报社会”的慈善理念，从2005年捐助100万成立“三农扶贫基金”资助南部山区贫困农户以来，慈行善举从未间断，十余年间已累计捐助2400多万元。2015年，在“瑞丰慈善”助力“幸福柯桥”慈善爱心活动中，瑞丰情系低保家庭、贫困乡村，在柯桥蓝天大剧院举行隆重而简朴的慈善爱心活动，向全区低保家庭发放“幸福专款”261万元，向“美丽乡村”建设项目捐助360万元，设立1亿元瑞丰扶贫基金。在“根植柯桥 丰泽万家”瑞丰银行2015年慈善爱心活动中，又向全区低保家庭送上206万元“爱心专款”，向“美丽乡村”建设项目捐助360万元。同时，还积极帮扶贫困家庭子女和大学生，通过“山娃子助学基金”、“青春暖流 关爱农民工子女”新春送温暖活动等，持续向社会奉献爱心。



五、 践行绿色倡议，成为环境首选

(一) 建设“绿色银行”

1. 实施“无纸化”办公

2015年，本行积极响应节能减排号召，继续实施“无纸化”办公，打造节能、环保的“绿色银行”。通过充分利用OA办公系统、视频会议系统、流程银行系统等各类型电子化办公系统，减少各类文件、材料的印刷和发放，提升会议效率和办公效能。

2. 推进“无碳”银行建设

2015年，本行大力推进网上银行、手机银行、微信银行、电子银行、自助银行的发展，推动“无碳”银行建设。各类电子渠道的建设、推广和使用，一方面有效降低了人、财、物等各类资源的投入和消耗，节约了银行的服务和运营成本；另一方面也降低了客户的使用成本，更重要的是通过对传统柜面办理业务方式的替代，提高了整个社会的效率，减少了资源浪费。



(二) 发展“绿色金融”

2015年，本行主动调整信贷政策，将可再生能源、清洁能源、节能环保等行业作为践行“绿色金融”的重点行业。严格落实“绿色金融”政策要求，将环境保护“一票否决制”贯彻于贷前调查、授信评级、贷款审批的全流程。通过完善的“绿色金融”政策体系，一方面控制和压缩高污染、高耗能及过剩行业的贷款规模，另一方面促进节能环保等绿色产业发展和企业成长。



05

2015 HONOR ROLL

2015年荣誉榜

省级荣誉

- 被浙江省农信联社评为2015年“十强农村银行”
- 被浙江省农信联社评为2015年度浙江农信信息宣传工作先进单位
- 被浙江省农信联社评为2015年度浙江农信服务品牌示范网点
- 被浙江省农信联社评为“2015年度浙江省农信系统优胜单位”
- 被浙江省农信联社评为“2015年度银行卡业务发展优胜行社”
- 被浙江省农信联社评为“2015年度电子银行业务发展优胜行社”
- 荣获浙江农信系统第三届产品与服务创新一等奖

市级荣誉

- 荣获绍兴市农村信用社2015年业务技能比赛团体第一名
- 荣获绍兴银行业金融机构反假暨点钞技能竞赛团体第二名
- 荣获第三届“绍兴慈善奖”机构捐赠奖

区级荣誉

- 连续五年蝉联机关部门行风评议第一名
- 荣获2015年度柯桥区“企业评部门、群众评行风”先进单位
- 被中共绍兴市委、绍兴市人民政府评为2015年度柯桥区金融支持经济发展优胜单位

06

LOOK FORWARD TO 2016

展望2016

2016年，是本行践行《瑞丰银行“十三五”发展规划》的开局之年，也是推进零售银行深度转型的关键之年。在全面落实各项工作的同时，瑞丰将继续提升客户服务水平，着力提供品质化金融服务；扎根社区、服务三农、助力小微，推动地方经济和谐发展；开展社会公益慈善活动，用点滴爱心关爱社会民生。



07

INFORMATION FEEDBACK

信息反馈

尊敬的读者：

感谢您百忙之中阅读《瑞丰银行2015年度社会责任报告》，本报告是瑞丰银行发布的第四份社会责任报告，在编写过程中难免存在瑕疵和疏漏之处，请您不吝指正，以帮助我行以后进一步提升企业社会责任管理工作。

谢谢！

《瑞丰银行2015年度社会责任报告》编写组
2016年3月

您的联系方式：

姓名	电话	邮箱
----	----	----

单位：

对报告的评价（每一评价指标分为5级，1为最低级，5为最高级）

	实质性	完整性	客观性	对利益相关方关注问题反映程度	可读性
--	-----	-----	-----	----------------	-----

社会责任管理

 股东责任

 客户责任

 员工责任

 社会责任

 环境责任

对本报告的评价

在下一份报告中，您最希望我们加强哪一方面的内容？