

# 2014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



# 报告编制说明

## 报告期间

本报告的时间跨度为 2014 年 1 月 1 日至 2014 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。

## 数据搜集

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。  
更多公司治理、经营和财务等信息，请详见本行 2014 年度报告。

# 目录

## CONTENTS

|    |                                                                                   |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------|
| 01 | 董事长致辞                                                                             |
| 02 | 关于瑞丰银行                                                                            |
| 04 | 关键指标表                                                                             |
| 05 | 社会责任战略                                                                            |
|    | 提升股东价值，成为股东首选<br>优化服务体验，成为客户首选<br>关爱员工成长，成为员工首选<br>履行社会责任，成为社会首选<br>践行绿色倡议，成为环境首选 |
| 20 | 2014年所获荣誉                                                                         |
| 21 | 2015年展望                                                                           |
| 22 | 信息反馈                                                                              |

## 董事长致辞

2014年，面对我国经济发展的新常态、金融业深化改革的新趋势、区域经济复杂严峻的新挑战，瑞丰银行始终与时代使命同行，不断改善金融服务，切实履行社会责任，为促进经济与社会和谐稳定做出了重要贡献。

这一年，我们坚定零售银行战略转型方向，大力推进“328工程”，加快渠道建设，创新服务产品，精准营销成效显著，客户结构不断优化。我们坚持“服务三农，支农支小”的市场定位，支持区域经济转型升级，助力小微企业快速成长，以可持续金融推动经济的持续发展。

这一年，我们把员工的职业发展作为我行发展壮大的根本，尊重员工的价值、劳动和创造，保障员工的合法权益，通过实施能够充分体现员工价值的行员等级制度、推进企业文化建设等多方面工作，实现了员工与企业的共成长。我们坚持以人为本，通过优化忠诚基金制度，进一步激发员工的积极性和忠诚度；深化亲情福利体系，进一步增强员工的责任心和归属感。

这一年，我们认真贯彻落实国家产业政策和环境保护政策，大力推行绿色信贷，通过有效配置信贷资源，加大对循环经济、节能减排等绿色经济的支持力度，严控“两高一剩”行业信贷投放，有力支持了“五水共治”与节能减排目标的实现。我们持续加强对员工的节能环保教育，努力践行绿色运营。

这一年，我们把回馈社会作为自身的当然责任。我们时刻关注社会弱势群体，开展“渊源共生，同愿同行”慈善爱心活动，共向全区5420户低保家庭一次性捐款271万元，使越来越多的绍兴人过上幸福生活；我们积极支持教育事业，通过向浙江省金融教育基金会捐款，为贫困学生提供资金帮助。

责任在肩思奋进，扬帆起航助圆梦。我们坚信，企业的成长发展与承担社会责任相辅相成，密不可分。瑞丰银行将一如既往地致力于社会责任建设，积极履行企业和公民的各项义务，努力践行普惠金融工程，为员工、客户、股东、社会尽我们更大的责任，为实现经济社会可持续发展做出更大的贡献！





# 关于瑞丰银行

1987 年 5 月，绍兴县信用合作联社进行了与农业银行完全脱钩的改革试点，逐步形成了自负盈亏、自担风险、自求平衡、自我发展的自主经营格局的集体金融企业。2005 年 1 月 28 日，绍兴县信用合作联社改制为绍兴县农村合作银行，迈入了一个新的历史发展阶段。2011 年 1 月 18 日，绍兴县农村合作银行改制为浙江绍兴瑞丰农村商业银行股份有限公司（简称：瑞丰银行），成为浙江省首批农村商业银行。现有注册资本 11.98 亿元，员工 1795 人，总部设有 18 个管理部，下设一个二级管理部及 21 个职能中心（大队），辖内拥有营业网点 104 家，以及 19 家无人银行，分布柯桥区各镇（街）、绍兴市区和义乌市，同时在嵊州作为主发起行设立浙江嵊州瑞丰村镇银行。

瑞丰银行以成为独具特色的区域首选零售银行、成为全国一流的农村商业银行、成为历久恒新的百年金融老店为愿景，以让金融不断改善人们的生活、让金融不断优化企业的财务、让金融的增益不断普惠社会为使命，坚持“服务三农、支持中小”的市场定位，秉承“人才第一、最高志向、不断变革、正道经营、追求共赢”的核心价值体系，致力于探索跨区域经营之路，健全内控管理，加强队伍建设，塑造企业文化，竭力服务支持区域经济建设发展。

截止 2014 年末，全行总资产 733.68 亿元，存贷规模超 922 亿元，五级贷款不良率仅为 1.51%，拨备覆盖率 203.06%，资本充足率 14.62%，综合实力位居柯桥区金融同业首位、浙江省农信系统前列。2014 年瑞丰银行荣获“亚洲名优品牌奖”，俞俊海董事长荣获“中国（行业）品牌十大创新人物”；被绍兴市柯桥区委、区政府评为“服务经济优胜银行”和“先进单位”，并在全区区级机关部门和行业行风民主评议中连续七年位居前列，最近四年蝉联第一；被浙江省人民政府授予“浙江省城乡居民社会养老保险工作先进单位”；多次被浙江农信系统评为“特级银行”、“十强银行”、“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，被中国银监会评为全国农村商业银行“标杆银行”。





关键指标表

2014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  |
|-----------|--------|---------|--------|
| 733.68 亿元 | 14.62% | 8.67 亿元 | 13.60% |

2014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 |
|-------|--------|---------|--------|---------|
| 104 家 | 345 个  | 252台    | 349台   | 10064 台 |

2014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  |
|--------|----------|--------|------------|---------|
| 1795 人 | 48.32 万元 | 1042 人 | 69.14%     | 32.8 小时 |

2014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    |
|--------|--------|---------|
| 621 万元 | 5420 户 | 10311 人 |

社会责任战略

瑞丰银行以“瑞行百年、丰泽万家”为企业哲学，决心以诚信、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”

|        |                                           |
|--------|-------------------------------------------|
| 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。           |
| 客户首选计划 | 让区域内的客户获得诚信、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机会，成为员工首选的金融机构。 |
| 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、提升股东价值，成为股东首选

（一）提升股东价值

2014 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，2014 年全年实现净利润 8.67 亿元，每股收益为 0.72 元。

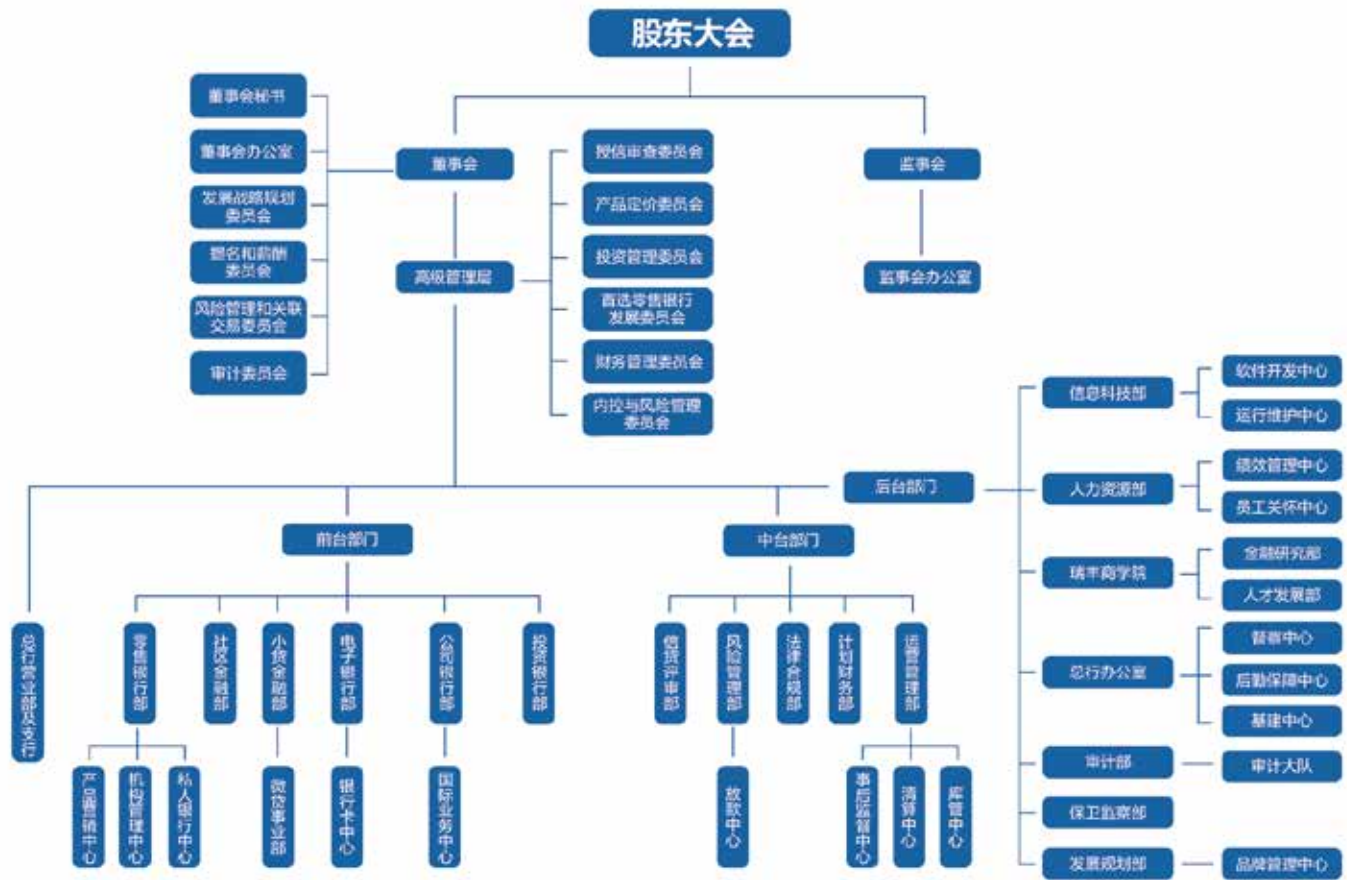
（二）完善公司治理

SOCIAL  
RESPONSIBILITY REPORT

06/07

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 17 名董事组成，其中内部董事 4 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 8 名监事组成，其中职工监事 3 名，股东监事 5 名。

**1.完善信息披露制度。**本行严格按照有关法律法规要求，建立信息披露制度，以确保投资者及时了解本行重大事项，最大程度保护投资者利益，满足投资者需求。同时，充分发挥审计委员会和独立董事在年报编制、审议和披露过程中的监督作用，确保信息披露的及时、准确、真实、完整。



**2.实施总部架构再造。**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转型相吻合的经营运作体系，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。2014 年初，主要通过增设社区金融部、小贷金融部、电子银行部三大前台部门，以进一步推进零售银行深度转型。



(三) 强化风险防控

风险管理是一家银行的生命线，本行始终坚持实施全面风险管理体系，努力把瑞丰银行建设成为一家具有较高风险管控水平的百年老店。根据全面风险管理要求，明确董事会（及其委员会）、监事会、高级管理层（及其委员会）、风险管理部门、业务部门和下辖支行的风险管理职责，并制定《2014 - 2016 年全面风险管理规划》，明确全行全面风险管理三年规划和年度分解目标，逐步建立起完整、规范和有效的风险管理体系。

**1. 坚守系统性、区域性金融风险底线。**2014 年，本行积极服从政府统一协调，主动让利企业，合理追索债权；实施免担保授信防范“两链”风险，对区域内 200 家优质企业实施免担保授信 38.1 亿元，确保经济主体不受冲击。同时，一次性释放 10.89 亿股权，允许股东单位以本行股权作质押，向其他银行融资提供质押担保，置换他行抵押物抵押给本行，用于置换其在本行的外部保证担保。

**2. 加强贷中及贷后管理。**一是充分运用大信贷平台系统，对贷款发放实行集中审核，加大对客户超额授信及用信放款操作风险的系统控制；二是贷后积极完善风险监测和预警机制，对风险预警企业实施名单制管理，建立客户风险信息库，实现风险信息共享；三是进一步加大风险排查力度，开展各类专项检查，有效控制新增不良贷款。

**3. 提高不良贷款管理能力。**对存在潜在风险贷款实施名单制管理，及时制定处置预案，清收处置适度前移。加大不良贷款清收处置力度，完善不良贷款清收激励和惩罚机制，组织开展专项清收活动，加大考核力度，强化问责制度，积极探索实施不良贷款批量转让处置方式，有效提高了不良贷款处置效率。





二、优化服务体验，成为客户首选

(一) 加强渠道建设

1. 加速网点标准化建设。2014 年本行及时启动 17 家网点的装修工作,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 92 家,占比达 88.46%,使广大的客户在家门口也能享受到良好的服务氛围。

2. 积极实施机构升格建设。为有效提升网点的品牌形象,提升网点在同业当中的竞争力,2014 年共对新甸、马鞍等 9 家一级分理处升格为支行。同时,根据网点分类管理办法,升格后的网点功能及岗位配置能力得到进一步加强,竞争力更加凸显。



3. 努力探索网点延时服务。先后选择五家网点探索实施延时服务,宣传“瑞丰夜窗口,等你到八点”的延时服务特色,并根据运营实际情况,最终选定万达广场分理处、总行营业部、越州支行三家网点作为延时服务的实施单位,有效打破了传统柜面服务时间的局限性,真正实现了“你休息,我上班”的服务模式,开创了绍兴市银行业夜间办理金融业务的先河,在全省农信系统中也是第一家。

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     | 449家    | 绍兴、义乌 |
| 电子渠道 | ATM机、网银机、自助服务终端 | 601台    | 绍兴、义乌 |
| 虚拟渠道 | 网上银行、手机银行、POS机  | 416248户 | 绍兴、义乌 |



(二) 创新金融产品

1. 创新支农支小信贷产品。

今年以来,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特质的信贷产品,有力地解决小微企业贷款难的问题。如针对柯桥区农村确权赋权工作,推出村集体经济合作社股份承诺下的信用贷款,有效盘活村集体“沉睡”资产;为农户住宅整体拆迁,推出拆迁承诺下的信用贷款;为解决产业链上下游之间的“三角债”问题,推出“农链贷”、“圈链贷”;通过村民自治,推出“金融互助”贷款;为满足农民公寓建设资金缺口,推出“美丽乡村”助力接力贷等。至 12 月末,本行农业产业链贷款 333 户,贷款余额 1.32 亿元。



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、微信营销实现全方位、立体式的六大发卡营销渠道体系,吸引更多的有需求、有能力的年轻客户群体办理本行贷记卡。二是新业务不断上线,金融 IC 卡、贷记卡分期业务、贷记卡积分商城、微信银行、PAD 银行,不仅丰富了银行卡产品,而且增加了用户体验。三是营销活动向品牌化方向发展,相继推出 8 元系列活动,“8 元观影”、“8 元洗车”等宣传营销活动,用创新宣传手段,提高在客户群体中的知名度,提升瑞丰品牌形象。

3. 创新理财业务产品。

一是丰富理财条线产品。为满足农村社区客户的理财需求，本行已建立保本型、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 款产品发行的频度,每天均有产品销售。

二是丰富贵金属条线产品。产品涵盖了投资金、工艺金等几十款产品，今年在设计开发了一款“招财进宝”金元宝，丰富“祥瑞之宝”贵金属品牌体系的基础上，还开发定制了富有绍兴地方特色和传统文化色彩的“越中灵秀”、“国色天香”两款工艺金产品,深受群众喜爱。

瑞丰银行理财金融服务产品

| 产品类型        | 产品名称         | 产品特点         |
|-------------|--------------|--------------|
| 致富理财人民币理财产品 | 安享型          | 保本浮动收益理财产品   |
|             | 尊享型          | 非保本浮动收益理财产品  |
|             | 高净值系列（私享、机构） | 量身定制专属投资理财产品 |
| 代理实物贵金属业务   | “祥瑞之宝”投资金条   | 投资型实物黄金系列产品  |
|             | “招财进宝”金元宝    | 投资型实物黄金系列产品  |
|             | “越中灵秀”金银牌    | 工艺型实物黄金系列产品  |
|             | “国色天香”金银书签   | 工艺型实物黄金系列产品  |



（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。2014 年，共对理财客户经理、营业经理、大堂经理、新员工开展 43 场的业务培训,力度前所未有。

**2. 提升差异化服务能力。**首先，建立了中高端客户分层管理体系，将现有贵宾卡细分为金卡、白金卡两个不同层级，其中金卡客户由理财客户经理提供一对一服务，白金卡客户由支行理财客户经理和总行财富中心双重维护，并组建形成“贵宾产品、贵宾服务、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。其次，建立了中高端客户高收益理财产品，并通过活动架构与客户沟通的桥梁。2014 年，相继开展“私人订制 · 您离女神只差一步”美容讲座、“享受挥杆 · 品味非凡”高尔夫体验、“未来我主导”出国讲座、以及“冰镇一夏”学制冷饮等活动，进一步密切了与中高端客户之间的关系。

（四）提升履职能力

- 01

**提升营业经理履职能力。**优化出台营业经理工作手册，组织开展营业经理二次转型的专项培训 3 场，对存款管理、服务提升管理、营销提升管理、CRM 系统管理、中高端客户管理开展针对性培训。
- 02

**加大条线队伍建设。**按季组织召开全行营业经理、网点负责人会议，建立各条线的微信群、QQ 群，及时了解支行管理问题和客户问题，对重点工作进行专项解读及布置，通过密切的上下联动，有效提高了我们对网点的扁平化管理能力。



SOCIAL  
RESPONSIBILITY REPORT  
12/13



### 三、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。**一方面，与专业招聘公司合作，多渠道发布招聘信息，尤其通过在浙江大学等六所省外高校开展校园宣讲，报名人员不断增加，取得了明显的效果；另一方面实施招聘网上报名、面试评分系统，有效提高招聘效率，缩短招聘周期。

**2. 优化选人技术。**采用先进的人才甄选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、行为事件面谈等方式，并实施管理培训生、营销培训生、柜员培训生以及国际业务岗、信息科技岗、法律合规岗等分类招聘，有效提高选人的针对性。

**3. 加大中高端人才的引进力度。**实施《人才推荐奖励制度》和《人才引进办法》，为引进人才提供协议薪酬、安家补贴、住宿安排等配套福利，营造良好的引才氛围。



瑞丰商学院

**4. 加强后备人才队伍建设。**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员在担当重任中尽快成长起来。

**5. 实施民主化选人用人制度。**在干部和总部员工竞争上岗中积极实施“海选”制度，即对报名人员，支行要组织开展一次民主推荐，对民主推荐票数达不到一定比例的，则支行不予推荐，总行将不予列入竞争上岗名单，充分体现员工群众认可度。

#### （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体系。2014年，共对管理人员人均培训38.47小时，专业人员人均培训31.92小时；营销人员人均培训37.09小时，柜面人员人均培23.74小时，新工人均培训540小时。

二是形成多元化培训体系。根据培训计划积极开展常规面授培训，根据导师制培养计划开展教练式辅导，根据培训生职业生涯发展规划开展轮岗学习，根据后备干部培养计划开展行动、体验式培训，根据有效竞争机制开展外出考察培训，以及依托瑞丰E学堂开展在线学习等，真正发挥培训1+1>2功效。

三是落实人才培养机制。在新员工入职培训的基础上，对管理培训生与营销培训生进行深入培养、定岗以及实行一定的淘汰机制；为更好地加强人才梯队建设，对本行年轻的后备力量开展领导力培训，对中层干部开展领导力进阶培训，对专业团队人员开展业务跟岗学习。



高校招聘校园宣讲



新员工入职培训



员工培训和发展

##### 2. 内外并重，加强师资体系。

一是加大内训师培养力度。2014年，共培养兼职内训师96名，共授课509场，培训18921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。

SOCIAL  
RESPONSIBILITY REPORT

14/15

**3. 结构细分, 完善课程体系。**本着实用性、针对性、可操作性和系统性的原则,在原按岗位匹配课程的基础上,将原分为通用类与专业类的课程结构细化后分为通用类、管理类、专业类和技能类课程结构。现通用类课程包括《金融职业道德与操守》等 10 门,管理类课程包括《团队沟通与管理》等 4 门,专业类课程包括《大堂服务与营销》等 33 门,以及技能类课程 5 门。

**4. 创新模式, 支撑学习体系。**为更好地完善与支撑培训体系,9 月份,瑞丰商学院上线了在线学习系统——瑞丰 E 学堂,并不断开发视频课程,充实考试项目,完善管理制度,现已有各类网络课程 107 门,全行累计学习 12316 人次,学习时长达 7055 小时;各类考试达 114 场,参加考试达 19427 人次。

### (三) 员工关怀

为提升员工满意度,增加员工归属感,本行坚持人性化管理,不断推出员工关怀举措。

#### 1. 入职关怀方面。

新员工报到后,及时召开新员工见面会,对新员工入职流程进行介绍,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;在每一期新员工培训期间召开一次新员工座谈会,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,对新员工的成长历程进行跟踪式访谈,了解其心理状况、工作状态以及组织融入等情况。



#### 2. 在职关怀方面。

一是深入实施EAP项目,提升员工心理健康水平。每周发布一期《心灵小贴士》,内容涉及心理健康、亲子教育、家庭关系等各方面;开通心理咨询热线和员工关怀热线,为员工提供电话心理咨询服务和政策咨询服务;开展心理健康培训,提升员工在亲子教育、婚姻家庭、人际沟通、压力管理等方面的技巧与能力。

二是通过实施亲情福利政策等举措,积极营造“家文化”氛围。出台亲情福利管理办法,先后实施瑞丰“孝德1+1”、瑞丰奖学金、瑞丰生日祝福等政策,让员工家属享受到来自瑞丰的关爱;开展员工子女才艺展示比赛、员工子女夏令营等活动,丰富员工子女业余生活,让他们一同感受瑞丰文化,提升员工的成就感、归属感和自豪感,将对员工的关怀延伸到对员工家属的关怀。

三是分层分类开展特色活动,丰富员工业余生活。联合工会、团委等群团组织,开展春游、节日庆祝等活动。同时,对员工生日、生病、结婚等各类情况进行慰问,表达组织的关怀。

#### 3. 内退、退休关怀方面。

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。



SOCIAL  
RESPONSIBILITY REPORT  
16/17



(四) 员工业余生活

**1. 团活动。**为丰富广大团员青年的业余文化生活，增加其使命感和社会责任感，2014 年本行团委开展了一系列活动，3、4 月份开展了“做节约达人 看免费电影”活动；4 月份举行了普惠金融青年论坛活动；6 月份，与蓝天集团联合开展了一次青年员工联谊活动；8 月份开展了“普惠金融主题团日活动创意大赛”活动，支行各团支部则以普惠金融进社区等方式将金融知识和金融产品向广大村民讲解，受到了村民的欢迎。

**2. 工会活动。**为积极维护员工的合法权益，本行成立总工会，并下设 24 个分工会。2014 年本行各级工会组织了形式多样的活动，6 月份，组织开展了职工书画摄影比赛；9 月份，举办了全行员工业务技能比赛；11 月份，开展了一场别开生面的趣味运动会，这一系列的活动有效提升了员工组织归属感，积极营造了团结和谐的工作氛围。

**3. 俱乐部活动。**为推进“幸福瑞丰”计划，本行积极支持以“自主管理、自主参与”的形式成立员工俱乐部。目前，总行员工俱乐部共设亲子、登山、摄影、乒乓球、羽毛球、篮球、读书 7 个子俱乐部，并经常性组织有益活动。如在 6 月份、11 月份亲子俱乐部分别举行“亲近自然，分享喜悦”亲子活动和“亲近自然，享受童真”亲子活动；8 月份，乒乓球俱乐部举办瑞丰银行“健康幸福杯”乒乓球比赛；读书俱乐部则开展每季度推荐阅读一套系列书籍活动，并每两周举行一次小组学习讨论，季度末开展主题交流。

四、履行社会责任，成为社会首选

(一) 服务地方经济

1. 坚持服务三农。

一是系统推进普惠金融工程落地，完善组织架构，在总行设立社区金融部，组建社区客户经理团队，将金融知识普及到千家万户。二是完善农村社区金融服务渠道，推出流动银行服务模式，探索有人值守自助银行，完善乡村金融服务点建设，完善配套机具设备，全力打通农村金融服务最后“一公里”。三是大力推进农村信用贷款发放，全面推进辖内农户“建档 + 公议”授信全覆盖。

截止2014年12月末，本行涉农贷款余额89.22亿元，比年初增长9.19亿元，涉农贷款增速11.48%，高于全部贷款增速4.8个百分点。



2. 助力小微企业。

一是加大小微企业金融产品创新。以农业产业链金融服务模式为中心，推出了一批富有创新特质的信贷产品，有力地解决小微企业贷款难的问题。二是引进德国 IPC 微贷技术，推出瑞丰微贷系列产品，截止 2014 年 12 月末，瑞丰微贷贷款客户 1134 户、贷款余额 2.33 亿元。三是加大小微企业还款方式创新，主要采取提前审批授信业务，减少贷款周转时间；延长授信期限，简化企业申贷流程。截止 2014 年 12 月末，本行小微企业贷款余额 237.66 亿元，比年初增长 19.98 亿元，同比多增 0.53 亿元；小微企业贷款增速 9.18%，高于全部贷款增速 2.5 个百分点；小微企业贷款户数 17350 户，比年初增长 3152 户，同比多增 319 户。



(二) 投身社会公益

1. 助力社区发展。

助力所在社区的健康发展是企业回馈社会、履行社会责任的重要表现，也是企业关爱员工、服务客户的间接方式。多年来，瑞丰银行各支行通过与当地镇党委、政府领导沟通，摸清所在镇街道困难户的现状，开展经常慰问走访，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，做好结对村的帮扶共建工作，落实好结对贫困户子女帮扶助学活动；通过对弱势群体的帮扶，维护社区的公平与和谐；通过拓展公益平台，带动更多社会公众参与社区建设。

2. 支持公益事业。

瑞丰银行时刻关注需要帮助的群体，通过多种形式改善弱势群体的生存状态，与社会共享企业发展成果。已连续十年



SOCIAL  
RESPONSIBILITY REPORT  
18/19



开展慈善爱心活动,彰显社会责任,累计捐款 2171 万元,特别是 2014 年举行的“渊源共生 同愿同行”慈善爱心活动,共向全区 5420 户低保家庭一次性捐款 271 万元,使越来越多绍兴人过上幸福生活。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。此外,2014 年本行还通过“瑞丰社区行”、“瑞丰校园行”、“瑞丰市场行”,以及在柯桥明珠广场、绍兴城市广场举办两场“金秋盛典,悦动全城”——瑞丰银行 2014 文艺公演等大型公益活动,进一步增进了群众对金融知识和金融产品的了解,提高了群众现代金融服务接受能力。



五、践行绿色倡议，成为环境首选



（一）推行绿色信贷，支持低碳经济

2014 年，本行继续落实贯彻国家节能环保和淘汰落后产能的政策，以实施绿色信贷为抓手，积极调整信贷结构，大力支持低碳经济发展。

**1. 严格授信审批，加快经济结构调整。**根据《瑞丰银行推进绿色信贷管理办法》要求，限制和压缩对“两高一剩”行业的授信，实施差异化绿色信贷政策，通过“有扶有控、有保有压”，实现信贷结构的“增量优化，存量调整”；充分利用绿色信贷信息平台，提高环境影响和环境保护准入条件，实行环保一票否决；对重点调控的限制类行业和客户，实行有序退出。

**2. 加大绿色供给，优化信贷结构。**2014 年，本行大力支持节能环保产业加快发展，加大对节能减排、循环经济和清洁能源的支持，特别结合区域实际，重点支持全区五大优势产业和三大新兴产业，支持高新技术产业自主创新，支持现代服务业做大做强，降低大纺织行业集中度。

（二）实行绿色金融，发展电子银行

**1. 完善渠道建设，提升服务水平。**为充分发挥电子渠道无纸化、高效率的优势，本行积极发展电子银行，已形成包括网上银行、手机银行、自助银行和电话银行在内的全方位服务体系。2014 年，本行电子银行客户数强劲增长，电子银行业务替代率不断上升，进一步提升了业务办理效率，节约了社会资源。

**2. 加快产品创新，打造电子银行。**为更好地引导客户通过电子渠道办理业务，本行积极开展业务创新，通过特色产品吸引客户，降低业务办理对柜台的依赖度。2014 年，本行推出手机银行转账免费、网银跨行转账限时免费、网银签约购买基金、信用卡微信申请、小微贷款在线申请等一系列特色产品，有效提升了渠道的竞争力。

（三）践行绿色运营，促进节能减排

作为一家负责任的绍兴本地银行，本行在向客户提供优质金融产品与服务的同时，坚持将绿色环保理念贯穿于日常运营的全过程，培养每一位员工的环保意识、责任意识。

1. 全面实施协同办公系统，提倡实行无纸化办公，内部提倡使用即时通讯软件 KK，对外提倡使用邮件、微信等电子渠道方式沟通。

2. 积极推行视频会议系统，在总行与支行安装视频会议系统，用于日常会议和工作布置，提高工作效率，传递节俭理念。

3. 实施总行大厦智能管理系统，尤其对空调、照明等电器设备采取定时管理，有效节约能源。

4. 建立健全废旧纸张、书报、办公耗材统一回收渠道，加强废物回收利用。



# 2014 年所获荣誉



## 国家级荣誉

- 经亚洲品牌协会 ( ABAS ) 专家系统委员会评审, 荣获“ 亚洲名优品牌奖 ”
- 经亚洲品牌协会 ( ABAS ) 专家系统委员会评审, 董事长俞俊海先生荣获“ 中国 ( 行业 ) 品牌十大创新人物 ”

## 省级荣誉

- 被浙江省农信联社评为 2014 年度“ 特级 ”行社, 2014 年度“ 十强农村银行 ”
- 被浙江省农信联社评为 2014 年度全省农信系统信息新闻工作先进单位
- 被浙江省农信联社评为“ 2014 年度银行卡业务发展优胜行社 ”、“ 2014 年度电子银行业务发展优胜行社 ”

## 市级荣誉

- 被绍兴市人民政府评为第四批绍兴市劳动关系和谐企业
- 被中国人民银行绍兴市中心支行评为绍兴市反洗钱工作考核 A 等行, 成为柯桥区金融机构中唯一取得该荣誉的单位
- 被中国人民银行绍兴市中心支行被评为“ 支付结算业务综合评价 A 等行 ”、“ 电子支付业务综合评价 A 等行 ”
- 被中国人民银行绍兴市中心支行评为 2014 年度绍兴市反假货币工作最佳组织奖; 瑞丰银行平水支行被评为“ 人民币收付客户放心网点 ”活动示范点
- 被中国人民银行绍兴市中心支行评为 2014 年度绍兴市银行业金融机构信息工作先进单位
- 被中国人民银行绍兴市中心支行评为 2014 年度绍兴市调查统计先进集体
- 被中国人民银行绍兴市中心支行评为 2014 年度绍兴市银行业金融机构代理国库及国债业务考评 A 级行
- 被绍兴银监分局评为 2014 年绍兴银行业新闻宣传工作一等奖

## 区级荣誉

- 连续四年蝉联机关部门行风评议第一名
- 荣获 2014 年度柯桥区“ 企业评部门、群众评行风 ”先进单位
- 被绍兴市柯桥区委、绍兴市柯桥区人民政府评为 2014 年度绍兴市柯桥区现代服务业企业十强
- 被绍兴市柯桥区委、绍兴市柯桥区人民政府评为 2014 年度柯桥区金融支持经济发展优胜单位
- 被中共绍兴柯桥区委、绍兴柯桥区人民政府评为 2014 年度区级先进单位

# 2015 年展望

2015 年, 是本行践行《 瑞丰银行三年发展规划 ( 2014 年 -2016 年 ) 》的紧要之年, 也是本行推进零售银行深度转型的关键之年。在中国宏观经济迎来新常态的背景下, 瑞丰银行将以更加积极饱满的姿态面对银行业发展的新局面, 始终坚持“ 服务三农、支持中小 ”的市场定位, 着力打造“ 一体两翼 ”的业务新格局, 致力于提升服务实体经济的能力; 推动区域经济和谐发展; 开展公益慈善活动, 用点滴爱心关爱社会民生。

信息反馈

尊敬的读者：

感谢您百忙之中阅读《瑞丰银行2014年社会责任报告》，本报告是瑞丰银行发布的第三份企业社会责任报告，在编写过程中难免存在瑕疵和疏漏之处，请您不吝指正，以帮助我们以后进一步提升企业社会责任管理工作。

谢谢！

瑞丰银行2014年社会责任报告编写组

2015年4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？