



宁波银行
BANK OF NINGBO

宁波银行股份有限公司 2015 年度社会责任报告

编制说明

本报告是宁波银行股份有限公司连续第八年发布的社会责任报告，回顾了公司在 2015 年全面履行社会责任的总体成果。

(一) 报告范围

报告组织范围：本报告以宁波银行股份有限公司为主体部分，涵盖总行、各分行、宁波地区支行，部分内容涉及全资子公司永赢金融租赁有限公司。为便于表述，本报告中“宁波银行股份有限公司”也以“宁波银行”、“我行”、“我们”表示。

报告时间范围：2015 年 1 月 1 日至 2015 年 12 月 31 日。

报告发布周期：本报告为年度报告。

(二) 编制原则

中国银行业监督管理委员会《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》

中国证券监督管理委员会《上市公司治理准则》

深圳证券交易所《中小企业板上市公司规范运作指引》、《中小企业板信息披露业务备忘录第 2 号：定期报告披露相关事项》（2016 年 1 月修订）

(三) 数据说明

本报告财务数据来自《宁波银行股份有限公司 2015 年度报告》，其他数据来自宁波银行内部文件和相关统计资料，若与年报数据有差异，以年报数据为准。

(四) 可靠性保证

目前，本报告采用自发布级别，在适当时间将引入第三方审核验证。

(五) 发布形式

本报告以印刷版和电子版下载两种形式发布。电子版可在宁波银行官方网站下载，网址：<http://www.nbc.com.cn>。

目 录

致 辞.....	1
关键绩效表	3
一、公司概况	4
(一) 公司简介	4
(二) 公司治理	4
(三) 风险管理	7
二、 社会责任治理	12
(一) 社会责任理念	12
(二) 社会责任观	12
(三) 社会责任的文化内涵	12
(四) 社会责任管理体系	12
(五) 强化责任意识	14
(六) 利益相关方沟通	14
三、 服务民生，繁荣经济	17
(一) 社区金融，惠及大众	17
(二) 个人金融，情系百姓	18
(三) 小微金融，关注实体	19
(四) 公司金融，推动发展	21
(五) 金融租赁，助力转型	22
四、 感受金融，体验美好	25
(一) 创新产品，前沿体验	25

(二) 拓展渠道，便捷体验	30
(三) 客户互动，极致体验	32
(四) 保障权益，安心体验	36
五、快乐工作，幸福生活	40
(一) 保障权益，促进公平	40
(二) 能力提升，促进发展	40
(三) 敬业文化，人文关怀	41
六、绿色金融，创就美丽	43
(一) 绿色信贷，贷动未来	43
(二) 绿色服务，便捷环保	45
(三) 绿色运营，节能降耗	45
(四) 绿色公益，播散希望	47
七、宁行有爱，助飞梦想	49
八、社会认可	50
九、未来展望	52
(一) 2016 年企业社会责任工作展望	52
(二) 2016 年企业社会责任工作推进目标	53
附：意见反馈表	54

致 辞

2015 年是我国全面深化改革的关键之年，是经济金融形势复杂多变的一年。这一年，金融变革强劲有力，银行业砥砺前行，宁波银行坚持以客户为中心、以市场为导向，主动探索差异化经营的商业模式，积极推进综合化经营落地，不断完善盈利结构，持续为股东、客户、员工和社会创造价值。截至 2015 年末，全行总资产为 7164.65 亿元，较年初增长 29.29%；全年实现净利润 65.67 亿元，同比增幅为 16.56%；基本每股收益为 1.68 元，比上年提高 0.10 元。

2015 年，经济结构调整步伐更加坚定，银行资产质量持续承压，宁波银行坚守风险底线，经受住市场考验，在主要经营区域持续消化过剩产能、经济结构大幅调整的情况下，2015 年末不良率为 0.92%，是 16 家上市银行中不良率最低的银行之一。

在激烈的市场竞争中，宁波银行拥抱变革，开拓经营，同时不忘肩负的社会责任。一年来，宁波银行坚持“公平诚信、善待客户、关心员工、热心公益、致力环保、回报社会”的社会责任观，将银行经营管理与履行社会责任紧密结合，努力回馈社会。一是主动适应经济新常态，促进实体经济发展，推动民生改善；二是致力普惠金融，服务小微企业，服务社区居民；三是创新金融产品，优化业务流程，提升客户体验；四是大力发展移动金融，继续完善微信银行、网上银行，为客户提供便捷的金融服务；五是维护股东和投资者的合法权益，提高价值创造能力；六是注重员工能力提升，关注员工发展，提升员工的归属感和幸福感；七是推进绿色信贷，优化信贷结构，倡导绿色低

碳办公；八是扶贫济困，关爱弱势群体，弘扬主旋律，传递正能量。

宁波银行的努力和真情付出得到社会各界的广泛认可，2015 年先后获得中国银监会等权威机构和媒体授予的“全国银行业金融机构小微企业金融服务‘先进单位’”、“最佳内部治理上市公司”、“最佳公益慈善贡献奖”等殊荣。

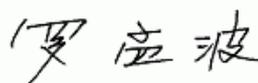
2016 年是“十三五”的开局之年，也是宁波银行“苦干新三年”的起始之年，宁波银行将主动迎接挑战和机遇，不断创新产品和服务，提升服务实体经济的效率和质量；稳健经营，守住风险底线，提高资产质量；大力践行普惠金融，紧随互联网金融时代潮流，不断提升客户体验，满足多元化、个性化的金融需求。

我们深知，勇于承担社会责任的企业才能赢得尊重，这样的企业才是富有竞争力和长远战略眼光的企业。在新的一年里，宁波银行以反哺社会的心态，积极践行经济、社会、环境三重责任，致力于将宁波银行建设成为一家令人尊敬、具有良好口碑和核心竞争力的现代商业银行。

董事长：



行长：



关键绩效表

指标类别	具体指标	单位	2015 年	2014 年	2013 年
经济 绩效 指标	总资产	亿元	7164.65	5541.13	4621.88
	存款余额	亿元	3556.86	3065.32	2552.78
	贷款余额	亿元	2556.89	2100.62	1711.90
	营业收入	亿元	195.16	153.57	127.61
	利润总额	亿元	80.15	70.69	60.51
	净利润	亿元	65.67	56.34	48.47
	纳税总额	亿元	32.79	27.85	24.64
	总资产收益率	%	1.03	1.11	1.16
	加权平均净资产收益率	%	17.68	19.45	20.41
	基本每股收益	元/股	1.68	1.58	1.40
	不良贷款率	%	0.92	0.89	0.89
	资本充足率 ¹	%	13.29	12.40	12.06
	拨备覆盖率	%	308.67	285.17	254.88
	社会 绩效 指标	营业网点总数	个	283	246
客户调查满意度		%	98	88.4	97.77
员工总数		人	9543	7503	6310
女性员工比例		%	59.44	58.7	58.9
管理人员中的女性比例		%	48.02	47.4	46.3
公益捐赠额		万元	962.83	1364.69	1050.97
全球 1000 强银行 排名 ¹		位	196	220	248
环境 绩效 指标	节能环保行业贷款	亿元	17.19	16.13	15.84
	人均用电量 ²	度/人	2003	2009	2110
	人均用纸量 ³	千克/ 人	6.60	9.25	9.63
	人均用水量 ⁴	吨/人	6.49	6.76	6.96

(备注：1 据英国《银行家》评选结果；2、3、4 均以总行大楼办公消耗为统计口径，不包括分支行)

一、公司概况

(一) 公司简介

宁波银行成立于 1997 年 4 月 10 日，2007 年 7 月 19 日成为国内首家挂牌上市的城市商业银行。

截至 2015 年末，宁波银行除了在宁波地区经营之外，已在上海、杭州、南京、深圳、苏州、温州、北京、无锡、金华、绍兴和台州设立 11 家分行，营业网点 283 家。2013 年 11 月，宁波银行发起设立永赢基金管理有限公司；2015 年 5 月，全资子公司永赢金融租赁有限公司正式开业。

成立 19 年来，伴随中国经济的快速增长，在广大客户和社会各界的大力支持下，宁波银行各项业务取得长足发展，已经发展成为一家资本净额超 450 亿元，总资产超 7160 亿元的区域性股份制上市银行，跻身全球前 200 家大银行之列。

1. 核心价值观

诚信敬业、合规高效、融合创新

2. 发展愿景

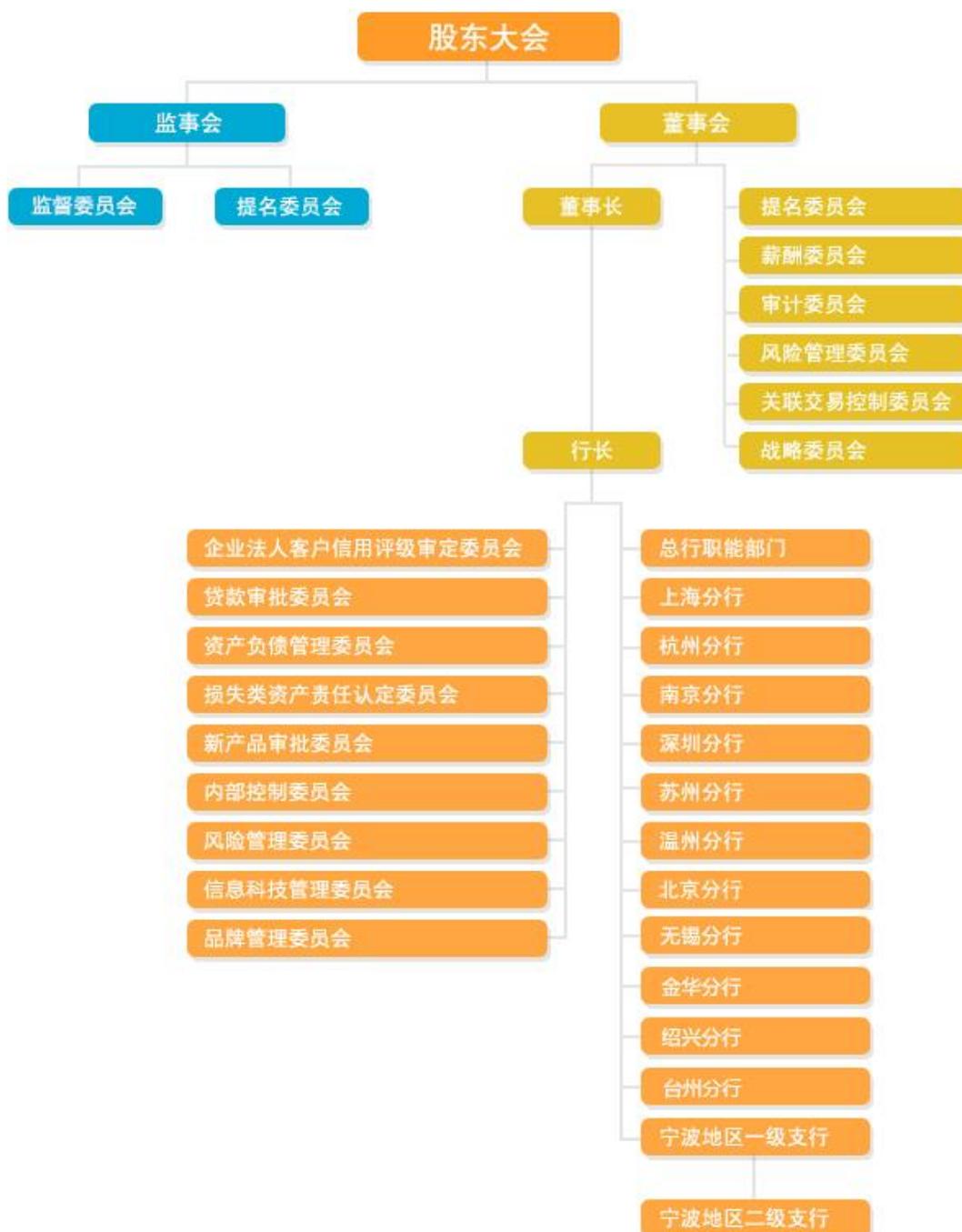
成为一家令人尊敬、具有良好口碑和核心竞争力的现代商业银行。

(二) 公司治理

我行严格遵守《公司法》、《商业银行法》等相关法律和监管部门的相关法规，按照公司章程和有关制度进行运作，不断加强公司治理，持续提升公司治理水平，致力于不断完善公司治理结构，建立以股东

大会、董事会、监事会、高级管理层组成的治理结构，依法独立运行，履行各自权利和义务。

1. 公司治理架构图



2. 2015 年公司治理主要进展

(1) 股东大会

股东大会是我行的最高权力机构，股东通过股东大会行使权力。2015 年，我行召开了 2014 年年度股东大会和 1 次临时股东大会。会议的通知、召集、召开和表决程序均符合《公司法》和《宁波银行股份有限公司章程》规定。股东大会审议通过董事会工作报告、监事会工作报告、年度报告、财务预决算报告等多项重大议案。

(2) 董事会

董事会在公司治理中居于核心地位。2015 年，我行董事会共计召开 4 次例会和 5 次临时会议，审议通过定期报告、财务预算、机构网点规划等重大议案，定期听取业务经营情况、风险管理等报告，充分发挥决策作用。

(3) 监事会

监事会是我行的监督机构，负责对我行的经营状况、风险管理、财务状况、董事和高级管理人员履职情况进行检查和监督，积极维护股东、公司和员工的利益。2015 年，我行监事会共计召开 7 次会议，其中例会 4 次、临时会议 3 次，有效地发挥在经营管理等方面的监督作用。

(4) 信息披露

我行编制发布年度报告、中期报告、季度报告，召开业绩发布会，其中 2015 年度共发布公告 56 项，保证信息披露的及时性、准确性、完整性和合规性。

(5) 投资者关系管理

2015 年，我行通过在官网发布信息、设立投资者电话和电子信

箱等多种渠道，积极主动回应投资者普遍关心的重大问题；通过业绩发布会、投资者见面会等多种形式，与公众进行充分、及时、有效的互动式沟通和联系；日常做好投资者的来访接待工作，认真回答投资者的问题，充分尊重投资者的合法权益。

（三）风险管理

1. 风险管理理念

我行始终坚持“控制风险就是减少成本”的风险理念，建设全面全员风险管理体系，逐步实现风险管理的价值创造功能。通过稳步推进新资本协议监管达标建设，开发应用量化工具和指标，提升以管理信用风险、市场风险、流动性风险、操作风险为核心的全面风险管理能力。

2. 风险管理组织架构

我行认真贯彻落实董事会风险管理战略，不断完善风险管理组织架构：

（1）董事会下设委员会

一是风险管理委员会，负责对我行高级管理层在信用、市场、操作等方面的风险控制情况进行监督。二是关联交易控制委员会，负责我行重大关联交易的审核，从而对关联交易带来的风险进行控制。三是审计委员会，负责检查我行会计政策、财务状况和财务报告程序。

（2）高级管理层下设委员会

总行行长室下设八个委员会，分别是风险管理委员会、资产负债管理委员会、贷款审批委员会、新产品审批委员会、企业信用评级委

员会、损失类资产责任认定委员会、信息科技管理委员会和内部控制委员会。行长室通过各类委员会，定期审查和监督执行风险管理的政策、程序。

(3) 全行风险管理部门设置

总行管理层下设总行风险管理部负责全行风险管理工作，总行授信管理部负责全行授信审批事务，总行资产保全部负责不良资产管理处置，总行合规部负责全行合规、法律、内部控制体系建设及操作风险管理；分支行管理层下设分行风险管理部、支行业务管理部，积极构建全面、审慎的风险管理组织架构。

3. 提升风险管理水平

2015 年，我行以新巴塞尔协议合规达标申请为契机，不断细化各类风险管理工具与管理方法，努力提升我行风险防控能力。

(1) 信用风险管理

一是加强全流程督导，组织专项检查，分支行执行力度显著提升；二是建设独立预警平台，实现行内数据的共享，提升我行早期预警能力；三是建设多维风险监测平台，进一步完善我行贷后预警监控体系；四是完善新产品管理机制，全面识别新产品风险。

(2) 市场风险管理

一是重构全行市场风险管理体系，根据业务的账户属性，设立不同的监测指标，并明确管理流程；二是通过代客系统建设，进一步完善代客业务风险管理；三是完成 RWA 市场风险资本计量（标准法）项目，促进资本管理的精细化、科学化，支持我行满足外部监管要求和

内部资本管理需要。

(3) 流动性风险

一是完善全行流动性风险管理制度体系，对相关办法进行修订，通过召开资产负债管理委员会，决议全行重大政策；二是上线资产负债管理系统，实现流动性指标的每日监测，提升资产负债管理水平和流动性风险管理水平；三是组织全行范围的流动性应急演练，完善应对流动性突发事件的内部沟通、协调和配合机制；四是完善日间流动性风险管理体系，通过上线资金头寸管理系统，控制全行的流动性风险。

(4) 操作风险

为进一步完善操作风险管理体系，我行 2015 年修订《宁波银行操作风险管理办法》，制定《宁波银行操作风险事件管理规定》，持续改进和完善全行操作风险管理，建立符合我行实际的操作风险管理体系，并在符合我行操作风险偏好的前提下，使用有效的工具和方法，对全行操作风险进行统一全面的管理。

(5) 信息科技风险

一是完善信息科技制度和策略，规范信息系统操作流程；二是不断夯实信息系统运行基础架构，保障信息系统安全稳定运行；三是开展信息系统研发过程管理，提升信息系统程序质量；四是定期开展信息系统安全评估，及时发现并修复系统漏洞；五是持续监测和分析系统故障、同业案例、监管风险提示等数据，识别评估潜在风险，针对风险较高的领域，开展专项风险排查，定期对已整改的历史问题

进行“回头看”，不断强化风险防范措施。

(6) 声誉风险

2015 年，我行加强声誉风险管理，积极主动开展新闻宣传，加强新闻舆情管理队伍建设，完善声誉风险管理机制，优化声誉风险全流程管理，不断加强新媒体运用和管理，全年未发生重大声誉风险事件。

4. 合规经营

(1) 构建廉洁自律环境

我行以案件防控五项机制为抓手，切实加强员工廉洁自律管理：一是落实包干制，要求各级包干责任人通过包干会议、员工谈话、员工家访和家属恳谈会等时机，向包干员工及家属开展宣教，告知廉洁自律要求、各项禁止性规定、违规失职行为处罚条款等内容；二是落实报告制，要求各级员工在自律的基础上，加强对同事的监督，一旦发现其他员工违反相关规定，存在利用职务之便收取客户好处费、频繁出入高消费娱乐场、突然间高额奢侈型消费增多等异常行为的，必须及时进行上报；三是落实排查制，通过开展非现场排查、员工征信排查、业务回访排查、办公场所检查等排查，重点检查员工是否存在参与社会融资、收受客户好处费、信用卡大额消费等行为；四是落实监控制，开展神秘人暗访、监控录像抽查，重点检查员工是否存在违规代客操作、高息揽储、精神状态明显异常等情况；五是落实连带制，明确员工连带范围，对于连带范围内员工异常行为应发现未发现、应报告未报告的，追究连带责任。

对于违规泄露报告信息或对报告人进行打击报复的员工、经调查确认存在违规失职行为的员工，将根据《宁波银行员工违规失职行为处理办法》给予相应处理；同时，对负有管理责任的上级管理人员、知情不报人员，按照《宁波银行责任追溯办法》连带问责。

(2) 履行反洗钱义务

我行严格遵循反洗钱法律法规，积极落实风险为本的反洗钱监管要求，认真履行反洗钱社会职责和法定义务，努力提升反洗钱和反恐怖融资风险管理水平。

2015 年，我行建立产品洗钱风险评估和机构洗钱风险评估机制，进一步完善从客户、产品到机构的全面洗钱风险评估体系；优化反洗钱系统，进一步落实高风险客户尽职调查痕迹化管理；研发 NRA 账户异常交易监测模型，并升级国际业务制裁黑名单库，进一步强化国际业务反洗钱和恐怖融资事前和事中控制；梳理可疑交易人工分析甄别流程，加大人工分析力度，进一步提升重点可疑交易报告价值，对人民银行和公安部门打击洗钱等违法犯罪活动提供有力支持；开展反洗钱专项内部审计，找出现行政策体系中的问题和不足，积极采取有效改进措施，不断提升洗钱风险管理成效；积极开展反洗钱公众宣传活动，切实履行社会职责。

二、 社会责任治理

(一) 社会责任理念

积极履行社会责任，成长为一家具备高度社会责任意识的银行。

(二) 社会责任观

公平诚信，善待客户，关心员工，热心公益，致力环保，回报社会。

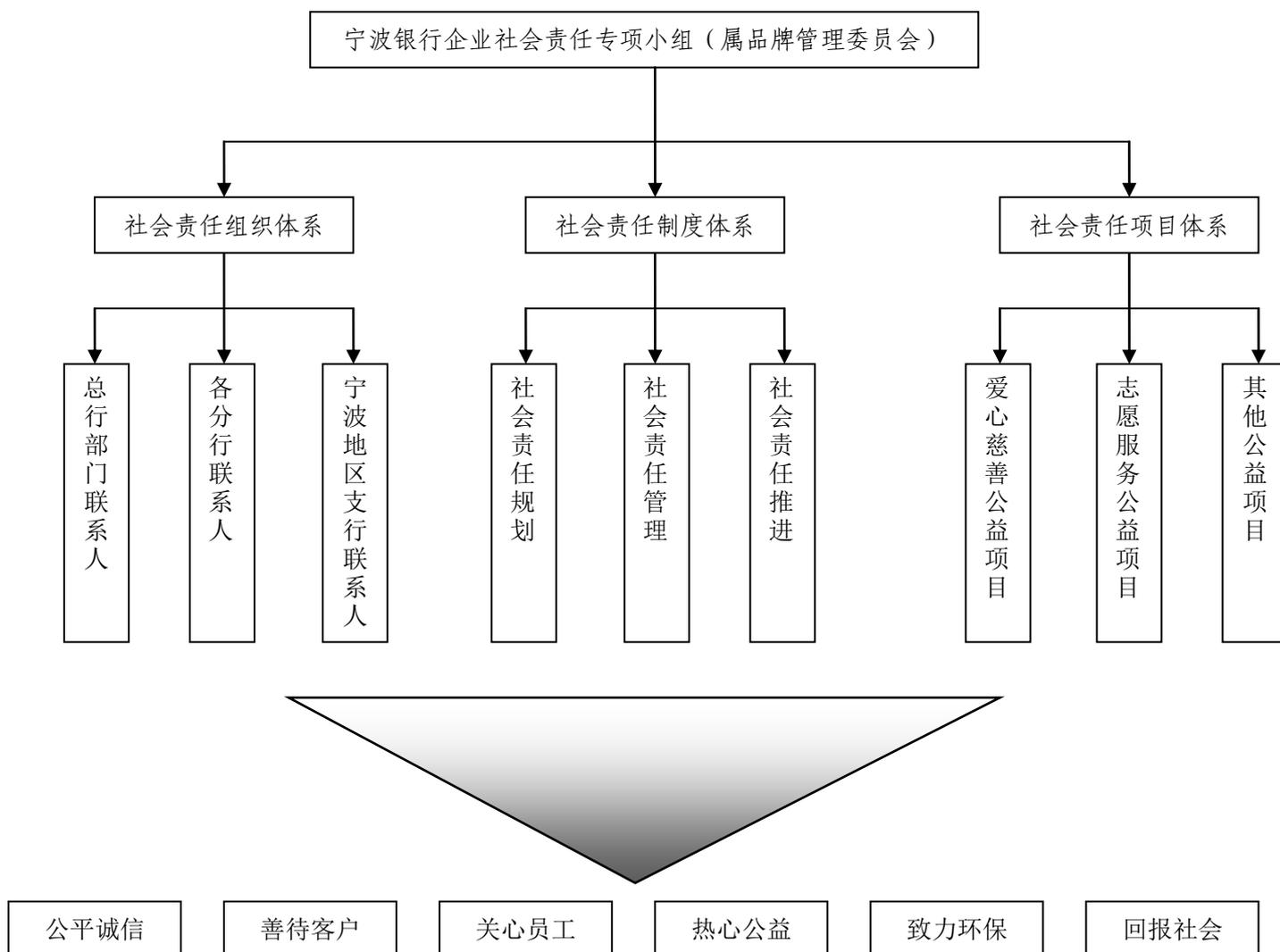
(三) 社会责任的文化内涵

将经营行为和社会责任紧密结合，在获得合理回报的同时，大力回馈社会，创造可持续发展的未来。

(四) 社会责任管理体系

我行建立企业社会责任管理与品牌管理相结合的工作机制，总行品牌管理委员会负责指导全行社会责任工作，品牌管理委员会下设的八个专项小组负责推进各自领域的企业社会责任工作，形成总行办公室牵头协调，总行各部门参与，各分支行推进的社会责任管理架构和工作格局。

1. 企业社会责任工作推进体系



2. 重点项目推进机制

(1) 总行部门（小组）向品牌管理委员会汇报规划、方案，其中总行办公室牵头汇报年度企业社会责任工作方案；实施重大社会责任项目前将具体方案提交行长办公会议审议。

(2) 总行部门将重大项目的工作任务分解至各分行、宁波地区支行，由各分行、宁波地区支行联合或独立实施。

(3) 总行办公室负责跟进了解全行社会责任活动实施进展，必要

时总结提炼经验，在全行范围内推广。

(五) 强化责任意识

我行持续完善社会责任管理，不断强化全行员工责任意识，使社会责任意识成为企业文化的重要组成部分，实现企业的商业价值与社会价值的融合统一。

(六) 利益相关方沟通

我行致力于构建清晰有效的利益相关方参与机制，明确诉求担当，拓宽沟通渠道，增强经营透明度，提高利益相关方的参与度。我行通过与利益相关方建立沟通机制，建立战略互信，形成可持续发展共识，促进和谐共赢。

利益相关方	定义	利益诉求	沟通方式	回应措施
政府机构	各级政府； 人民银行及分支机构、银监会及派出机构、证监会等监管机构； 各级工商局、税务局等行政管理机构	响应国家产业政策；促进地方经济发展；维护金融体系稳定；支持社会民生	专题汇报、 日常沟通等	坚持金融服务实体经济，支持中小微企业发展； 积极创造社会财富和就业机会
股东	本行股份持有人	持续合理的回报；全面及时准确的信息披露； 良好的公司治理	股东大会、公司公告、电话、电子邮件、传真等各种投资者沟通渠道或活动	召开股东大会、业绩发布会，全面及时准确披露信息；健全完善公司治理，实施精细化管理，创造可持续的价值

				回报
客户	本行现有和潜在客户	优质的金融产品, 方便、快捷、专业、人性化的金融服务	客户满意度调查、客服电话、客户活动、产品宣传	增设网点、增加机具配备; 提升电子化服务水平; 推广网点卓越服务; 加大产品创新力度; 开展金融知识宣传
员工	为本行服务的所有在岗人员	稳定的就业、合理的福利、满意的工作环境、良好的成长空间	员工敬业度调研、座谈会、面谈、电话等方式	通过培训培养计划, 晋级晋档等措施, 提升员工满意度和敬业度
社区	本行经营所在地区及其所影响的公众和机构	社会和谐, 增进福祉	金融服务活动、公益活动、联谊活动等	积极开展金融知识宣讲、公益活动、联欢活动等, 提升金融服务辐射能力
合作伙伴	本行供应商; 发生交易活动的其他各类机构	诚信互惠、公平采购	招标采购会等	坚持公平、诚信、平等、互惠原则, 形成良好的长期合作关系
公众与媒体	社会大众及各类传播媒介	信息公开透明、承担社会责任	信息披露、信息公示、举办活动、开展宣传	召开新闻发布会、发布新闻通稿, 在指定媒体、本行官方网站及微博进行相关信息发布
环境	本行经营所在区域及其间接影响	发展绿色信贷、支持低碳经济,	信息披露, 各类环保实践活动	严控“两高一剩”行业客户新增授

	的其他地区的自 然环境	促进节约型社会 建设		信，对存量授信 实施有保有压， 加大对节能减排 企业的信贷投放
--	----------------	---------------	--	--

三、服务民生，繁荣经济

服务民生，繁荣经济，是商业银行义不容辞的责任。我行自觉贯彻金融服务实体经济的本质要求，认真落实国家宏观政策，支持经济结构调整和发展方式转变，大力践行普惠金融，服务民生，推动经济社会发展。

(一) 社区金融，惠及大众

我行以“便民、惠民、利民”为宗旨，着力提供全方位金融服务，为百姓创造细致的金融体验；着力打造亲情氛围，为百姓创造温馨的金融环境；着力融合银行网点与社区的关系，携手居民共同打造和谐社区。截至 2015 年末，我行共设立社区支行 52 家，其中宁波区域共有 44 家、分行区域 8 家，占全行营业网点数近两成。

1. 注重体验，提供全方位服务。

社区网点立足居民需求，为居民提供超值、全方位服务：一是接送服务。对于行动或来回不便，需要办理大额存取款业务的客户，提供事前预约的接送服务。二是兑换服务。社区周边有各类市场如菜场，通常需要兑换零钱或回收残破币，我行提供实时零钱兑换、残破币回收、零币清点回收服务。三是延时服务。为了协助部分老年客户完成操作，我行在 8 小时工作外上门指导或是在网点指导客户完成操作。

为了提升服务环境，我行社区网点除了提供各类自助机具设备、便民服务卡、便民手册、雨具、便民箱、环保袋等设施外，还定期组织厅堂美化活动，增加一些温馨的软装饰，按季更换，并根据实际情况在厅堂内播放轻音乐，让居民在舒适、温馨的环境中办理业务。

2. 注重互动，建设和谐家园

我行社区网点不仅承担着提供金融服务的功能，同时担负着普及金融知识的责任，一方面把居民请进网点，开展金融沙龙活动，让居民轻松学到假币识别等知识；另一方面主动走进社区，开展金融知识讲座，通过银行网点与社区的互动，传递“邻里”亲情。一是各类便民活动。我行社区网点最常见的便民活动是在周边社区定期举办反假币、反欺诈知识宣传及残破币兑换等活动。二是社区志愿者活动。我行社区网点的员工争当社区志愿者，积极参与社区内清洁环保、慰问孤寡老人、助残帮困等志愿者活动。三是爱心公益活动。我行社区网点经常组织爱心义卖活动，义卖品包括日用品、书籍、手工艺品等，义卖所得用于帮扶或资助社区，或是联络理发、医疗等服务机构，为社区老人提供免费理发及健康咨询等服务。四是开展普及金融知识活动。我行社区网点联合社区幼儿园等定期举办小小理财师等金融知识普及讲座，培养儿童良好的理财意识。

(二) 个人金融，情系百姓

我行个人银行以优质服务为基础，不断强化储蓄存款、消费贷款、财富管理、支付结算等基础业务，打造“汇通财富·尊享”、“汇通理财”、白领通等业务品牌，力争成为个人客户金融服务最佳选择。

案例：宁波银行率先推出新版市民卡

宁波银行致力于服务民生，为市民百姓提供务实、贴心的服务，在宁波先后推出金融社保卡、慈溪文化卡等特色卡种，2015年12月再次率先推出新版市民卡。

作为宁波市政府的一项民生工程，新版市民卡集银行卡与市民卡的优势于一身，既具备银行卡的功能，支持存取现金、转账结算、投资理财、购物消费等，同时具备市民卡功能，支持电子现金在公交、地铁、出租车、咪表等领域使用。在安全性上，新版市民卡采用目前最安全的银行卡支付手段。

（三）小微金融，关注实体

我行通过信贷政策倾斜、完善服务、创新产品、减费让利等措施，努力为小微企业提供全面、优质、高效、贴心的金融服务，努力为小微企业的健康、持续发展提供更多的金融支持。

2015 年，我行荣获中国银监会“全国银行业金融机构小微企业金融服务‘先进单位’”荣誉奖项。这是继 2013 年之后，中国银监会再次向我行颁发这一奖项。



（2015 年，我行荣获中国银监会颁发的“全国银行业金融机构小微企业金融服务‘先

进单位’”荣誉奖项。)

1. 创新金融产品，紧贴小微需求

我行积极响应“大众创业、万众创新”号召，充分发挥金融支持实体经济作用，加大推广小额信用融资产品。针对小微企业在创业过程中，资产积累较少，有信用无担保，难以从银行融到资金的难题，宁波银行研发了具有多种还款方式的小额信用贷款产品——税务贷，企业无需抵押或保证，仅凭良好的纳税记录，符合相应的贷款条件，即可获得最高达 100 万元的信用贷款，还可灵活选择还款方式，提高企业资金利用率。

为缓解小微企业客户的转贷压力，解决企业经营收入的回款期与贷款偿还期的错配问题，我行设计开发了自动续贷产品——转贷融。该产品主要有三个特点：一是周转快，贷款自动周转，新旧贷款无缝对接；二是成本省，无还本续贷，节省转贷成本；三是手续简单，无需重新审批，转贷手续简便。转贷融产品实现了新旧贷款的无缝对接，大大提高了小企业贷款周转效率，有效节省企业转贷成本。

2. 提升服务体验，提高业务效率

我行创新结算、理财、融资一体化综合金融服务，打造小微现金管理拳头产品，全面提升客户服务体验。基于小微企业对公结算特点和需求，我行推出小微企业捷算卡。捷算卡改变了传统的对公结算方式，企业客户可以凭密码，直接刷卡办理取款、转账等对公业务，还可以在银联 ATM 机上取现。无论是工作日的午休时间，还是双休日、节假日，都能持卡到我行营业网点办理单位账户存取款和转账业务，

实现 7 × 24 小时全年无休的对公结算，大大提升了结算便利性。

（四）公司金融，推动发展

我行着力打造启盈 100 金融综合服务品牌，形成“贸易融资、现金管理、票据业务、投资银行、资产托管”五大业务平台，致力于为大中型企业提供全方位的综合金融服务。

案例：“跨境盈”推动企业走出去

“跨境盈”是我行与华侨银行等境外银行联合打造的境内外一体化跨境金融服务平台，致力于为企业提供长期稳定的境外融资渠道，为企业国际化发展提供全方位金融服务。

针对企业境外融资渠道窄、财务成本高以及不熟悉境外银行流程、风险偏好、法律法规等，而境外银行无法深入调查了解企业这一状况，我行通过创新合作模式、业务流程、金融产品，提供涵盖贸易融资、跨境贷款、投资银行、私人银行和跨境避险五大产品体系。

在跨境金融服务合作模式上，总行设立专业跨境团队，负责统一审核项目，对接境外银行授信审批；所有分支行设立专职产品经理，全程负责境外银行与客户具体业务的沟通协调。华侨银行在新加坡、伦敦以及中国香港、台北设有专业团队、人员，对接我行客户，确保合作顺畅。

我行跨境盈平台服务对象广泛，包括大宗商品交易商、有制造业背景的优质进出口企业，有境外投资并购需求的“走出去企业”，以及上海自贸区、深圳前海地区、苏州园区等区域企业也可按照区内特殊政策实现跨境融资。



（2015年1月15日，宁波银行与宁波市外经贸局签署战略合作协议，将依托宁波银行“跨境盈金融服务平台”，为本土企业“走出去”提供全方位金融支持。）

案例：“退税盈”为出口企业融资提供便利

2015年，我行宁海支行创新推出融资专项产品“退税盈”，并与宁海县国税局合作开展推广，为当地企业提供免抵押、免担保的贷款。

“退税盈”项目根据出口企业前12个月的退税总额、本年度订单量增减情况、产品退税率变化情况等数据，基于企业未来可预期的退税能力，预核未来退税额，按照一定比例确定授信额度，贷款期限1年，最高贷款额度可达1000万元。

(五) 金融租赁，助力转型

作为我行的全资子公司，永赢金融租赁有限公司发挥融资租赁联接金融和产业的本质与特色，不断扩大金融服务的覆盖面和渗透率，有效解决中小企业资金短缺、融资渠道较窄的问题，支持实体经济，推动区域经济社会的转型升级与持续发展。

案例：永赢租赁推动“机器换人”

2015 年 12 月，永赢金融租赁有限公司与宁波市鄞州区经信局签订推动鄞州区“机器换人”的战略合作协议，与中国太平洋财产保险股份有限公司宁波分公司签订“租赁+保险”的战略合作协议，与宁波新松机器人科技有限公司签订了战略合作协议，以战略合作的方式，多方联动，通过融资租赁产品和工业智能产品推广，引导企业加大高端设备引进力度，加快工业机器人、自动化生产线、成套智能控制等设备替代人工操作，达到减员、增效、提质效果，切实推进区域经济转型升级。



（2015 年 12 月，宁波市鄞州区经济和信息化局与永赢金融租赁有限公司签订“机器换人”战略合作协议。）

案例：永赢租赁“微租保”向中小企业“输血”

为更好地支持中小企业，永赢金融租赁有限公司与保险公司合作，面向小微制造企业推出“租赁+保险”模式的“微租保”产品。

“微租保”产品创新引入保险公司履约保证保险，利用机器设备作为租赁物，向中小企业提供融资。通过保险的方式，进一步提升项目保障，扩大产品覆盖面，帮助更多中小企业能通过融资租赁获得资金用于设备更新或经营。2015 年 11 月，永赢租赁召开“微租保”产品推介会，产品首次亮相就受到中小企业关注。

四、感受金融，体验美好

(一) 创新产品，前沿体验

向客户提供优质的产品和服务是商业银行可持续发展的关键，我行始终坚持从客户和市场需求入手，推动产品创新和服务创新，努力提升金融品质，打造宁波银行服务品牌。

1. 公司银行业务

2015 年，我行紧跟市场发展和客户需求，积极进行新产品研发投入。

一是大力推进企业票据池业务，为帮助企业解决票据管理难、银行融资难、集团内部票据额度调度难三大问题，根据企业对票据专业化管理的需求，在传统票据管理功能的基础上，结合互联网思维网上银行，不断创新开发新业务，推出票据池产品。

二是推进跨境外币资金池。跨境外币资金池是银行为跨国公司提供的外币资金池服务，跨国公司可以根据经营需要集中运营管理主办企业和境内成员企业外汇资金，实现外债额度共享、对外放款额度共享及集中收付汇。

三是理财份额转让服务。我行于 2015 年 10 月 20 日推出公司理财份额转让服务，意味着我行固定期限类理财产品自此可以在行内转让，对客户而言可以在享受固定期限理财高收益的同时兼具活期类理财的流动性。

2. 零售公司业务

随着小微企业对于金融服务需求的逐步提升，我行加大产品创新步伐，除了满足小微企业的基本融资需求，更注重小微企业产品线的多元化发展，一方面持续优化和创新融资产品，保持和提升传统产品优势；另一方面，进一步关注小企业在现金管理、互联网金融等新兴领域的金融服务需求。

一是以客户体验为中心，持续优化融资产品。例如，贷易融是我行向中小企业提供的房地产抵押项下的公开授信额度，具有四大特点：一是额度高，抵押率最高可达 100%；二是期限长，额度最长 5 年有效；三是速度快，七折抵押最快一天审批，三天放款；四是提款方便，循环额度，额度内随借随还。贷易融较好地满足了小微企业“快速、便捷、灵活”的融资特点。

二是以客户需求为导向，创新小微产品。针对外向型小微企业轻资产运作，融资需求强烈，抵押物少的特点，我行为此类企业量身打造贸易融产品。贸易融主要具备几大特点：一是适用广泛，信用证、托收、TT 项下均可办理；二是担保灵活，担保方式可为信用、保证或抵押；三是流程简便，额度内网银自助押汇，可网上还款、网上结汇；四是配套齐全，掌上国结、7×24 星光国结、小额汇款直通车等。贸易融有效满足了外向型小微企业的各项需求。

3. 个人银行业务

2015 年，我行继续深化以“客户为中心”理念，加强个人金融服务与产品创新。

一是丰富理财产品种类。推出净值活期型产品，满足客户对于资金流动性的需求；推出 1000 元起投的直投系列，践行“普惠金融”的理念；推出高资产净值专属产品，提升我行专业化服务水准。

二是加强财富管理服务能力。随着利率市场化到来，我行全面提升财富管理能力，丰富基金、保险、贵金属、大额存单、外汇理财等多类产品供应，满足客户多元化金融需求；同时，我行选拔优秀人员，组建投研团队，加强市场研判，为客户提供每日市场咨询、基金产品报告等。

三是升级个贷产品。在顺应“消费升级”趋势、加快贷款投放的同时，加速产品研发，完善个贷产品体系，升级面向城市白领人群的银企通，推出面向农村地区村民的路路通业务，惠及更广泛的人群，为经济注入发展动力。同时，不断优化产品流程，实现白领通合同电子渠道签约、电子账户放款和还款等功能，提升客户体验。

四是多渠道创新服务。我行主动拥抱“互联网+”，打造网点、网银、手机银行、微信银行等多渠道服务体系；稳步推进社区银行建设，打造“小而美”特色化网点渠道，如苏州区域推出“咖啡银行”。在互联网移动化的趋势下，推出黄金微店、微信结售汇、微信理财、热卖场等，增加服务客户“触点”，提升服务体验。

4. 金融市场业务

我行积极借鉴国内外金融市场先进业务模式和发展经验，不断开拓业务链，加强产品开发，拓宽渠道建设，着力推进外汇、债券、贵

金属、融资负债、金融衍生、资产管理六大基础业务，实现盈利来源多元化，力争成为深受中小同业机构欢迎的金融市场业务合作伙伴。

2015 年，我行密切关注监管政策及同业动态，根据客户业务需求适时加大新产品开发力度，全年累计通过新产品 23 款，其中投资拓展系列产品 13 款、资产管理系列产品 4 款、风险规避系列产品 3 款、代理交易系列产品 3 款。此外，结合客户投资、避险需求及我行实际业务拓展需要，2015 年我行优化代客外汇衍生、贸易融资、自营投资等业务模式，改善客户体验和流程效率的同时增强了业务吸引力，提高现有产品的实际利用率。

资产池理财方面，我行各类产品的期限结构、收益类型日臻完善，品种不断丰富，完善净值型产品体系，推出波动性加大的日开放和周期开放式净值理财，推出高净值理财产品体系，大力推广同业理财，提供品种更多类型更优化的理财产品支持。

我行不断发掘市场机会，积极申请新业务资格，先后取得 B 类主承销商、上海期货交易所白银自营交易、大额存单发行、债券借贷等多项业务资格，为金融市场业务持续、健康、稳定发展打下了良好的基础。此外，在全球领先的专业信息服务提供商汤森路透“2015 年中国固定收益市场展望调查”中，我行荣获全年综合奖第一名、上半年综合奖第一名、下半年综合奖第三名以及全年政策及资金最佳预测奖四项大奖。

5. 信用卡业务

我行信用卡业务坚持特色化发展，通过细分市场、精准营销和精耕细作策略，持续为客户提供特色金融服务。2015 年，随着移动互联网技术的发展，我行不断丰富信用卡业务支付渠道，在安全便捷的原则上，推出 HCE 云支付服务，并成为首批支持 Apple Pay 的区域性商业银行，不断提升客户线上、线下支付体验，并进一步完善信用卡电子商城，打通积分支付，开展“疯狂星期三”等特色活动，不断提升商城流量和营收。同时首次与 VISA 国际组织合作，发行全币种白金信用卡，成为首家发行 VISA 芯片/非接信用卡的区域性银行，更好地满足客户境外消费需求。

6. 票据业务

我行票据业务以服务中小企业票据融资为宗旨，搭建涵盖协议付息贴现、商业承兑汇报保贴、电子商业汇票贴现、代理贴现等完善的贴现产品体系，以专业的服务团队、高效的业务流程满足中小企业多元化的票据融资需求。

7. 投资银行业务

我行的投资银行业务已形成结构化融资、债券融资、中层资本、资产证券化和资本市场五大业务板块，是综合服务大中型客户的重要业务手段。2015 年，我行取得非金融企业债务融资工具 B 类主承销业务资格，全年联合注册非金融企业债务融资工具 19 笔，联合注册金额 143 亿元，联合发行金额 50.5 亿元。2015 年，我行发行“永盈 2015 年第一期消费信贷资产支持证券”，在市场上首次采用循环购买的动态资产池；全年我行共发行 4 期资产支持证券，总金额 114.81

亿元，在总金额和品种多样性上均取得突破。中层资本方面，我行将自有客户推荐给合作基金公司或新加坡华侨银行等，开展股权投资业务，支持有潜力的中小企业。

8. 资产托管业务

我行致力为金融机构客户提供优质的资产保管、资金清算、会计核算和估值服务，通过业内领先的托管网银、易托管产品，打造全电子化的业务流程，力争成为国内资管行业领先的托管机构。

2015 年 2 月，我行推出资产托管业务自主品牌——“易托管”及线上客户端，以其“易签约”、“易开户”、“易支付”、“易对账”四大核心服务内容覆盖托管业务全流程，显著提升业务处理效率。通过不断更新，目前系统易用性及智能化程度已居行业领先，受到广大客户的认可。截至 2015 年末，公司重点客户易托管开通率已达 71%。

2015 年 9 月，我行通过私募基金业务外包服务机构备案，10 月推出易托管旗下全新子品牌——“易服务”，聘请安永（中国）企业咨询有限公司对基金业务外包服务人员、设施、专业力、风控等各要素出具尽调报告。此外，我行 2015 年取得证券客户交易结算资金存管资格，进一步拓展了服务范围。

凭借着托管业务的优质服务及产品创新，我行荣获由《21 世纪经济报道》评选的金贝奖“2015 年最佳资产托管银行”奖项。

(二) 拓展渠道，便捷体验

1. 完善机构布局

为充分发挥城市商业银行的区域优势和作用，更好地为地方经

济、本地企业和广大居民提供优质、完善的金融服务，我行按照“完善布局、突出效益、审慎经营、稳步发展”的原则，不断优化网点布局。截至 2015 年底，我行营业机构总数达到 283 家，较 2014 年底增加 37 家，除了继续在宁波地区深入经营外，已在全国 11 个城市开设分行。

2. 增加服务机具

我行拥有 ATM、CRS、自助网银机、自助发卡机、圈存机等多种类型的自助设备。ATM 及 CRS 设备投放 645 台，其中 CRS 设备 258 台，占 40%；自助网银机设备 299 台。

一是设备数量稳步增加。2015 年，我行增加投放 ATM 及 CRS 设备 55 台，新增自助网银机 51 台，试点投放自助发卡机 5 台，为客户自助办理业务提供方便。

二是服务能力持续提升。2015 年以来，我行加速汰换老旧设备，将原 ATM 设备更换为 CRS 设备，增加自助设备存取款业务办理功能。同时增加自助发卡机设备，可以为客户提供借记卡发卡、换卡、电子渠道签约等一系列自助服务。

三是服务范围不断扩大。2015 年，我行自助设备投放向县域、中心镇、中心村倾斜，累计新增 12 家在行式自助网点，已基本辐射到宁波城乡各区域，同时增加离行式网点 4 家，以更好地满足宁波市民日常需求。

3. 发展电子银行

我行通过网上银行、移动银行、微信银行三种主要方式，为客户

多渠道、全方面的金融服务。

一是网上银行。2015 年，我行发布新版网银 6.0，其中个人网银面向不同客群重点建设差异化的特色功能，推出“白领通”、“薪福宝”、“出国宝”等金融服务专区；企业网银业内首推对公理财份额转让功能，同时全力打造 7×24 全时段服务的星光银行，实现全天候、更便捷的服务体验。2015 年网上银行客户规模逐步扩大，个人网银客户数同比增长 36.41%，企业网银客户数同比增长 26.09%。

二是移动银行。2015 年公司大力打造移动银行 4.0“转账零限制、取款零等待、投资零门槛、信贷零距离”四大优势，不仅推出电子账户、音频 UK、一站式转账等功能，更是业内首推“拍拍取款”特色服务，成为客户贴身的金融工具。2015 年，我行移动银行持续发展，客户数同比增长 110.10%，交易金额同比增长 188.88%。

三是微信银行。2015 年，我行发布新版微信银行，不断优化操作体验，设计全新版面。个人微信推出掌上基金、黄金微店等创新服务；企业微信业内率先推出微视频等服务，显著提升客户使用体验。2015 年，我行微信银行迅猛发展，关注用户数同比增长 165.82%，绑定客户数同比增长 187.99%。

(三) 客户互动，极致体验

1. 温馨专业的厅堂服务

2015 年，我行在卓越服务理念的基础之上，提出真诚服务理念，通过心态塑造，提升服务技能，加强员工客户服务能力，通过各项特色的厅堂活动，提升客户体验度。

(1) 全面推广真诚服务

总行对部分分行运营部员工和新入行的新员工共计 500 余人进行真诚服务的理念宣讲，重塑员工的服务心态。同时开发 10 门厅堂服务体系化课程，拍摄制作《柜面服务礼仪》、《大堂经理的一天》和《厅堂 6S 管理》三门视频课件，有针对性地提升员工服务能力。

(2) 开展“行长厅堂体验日”活动

我行 2015 年度共组织 8 次全行性的“行长厅堂体验日”活动，共有 258 名支行行长亲临厅堂参与体验日。行长们认真倾听客户心声，当天解决客户需求，受到客户的高度好评。很多客户都说，“我还没得到这么高的待遇，行长亲自接待！”



(我行金华分行行长参加厅堂体验日活动。)

(3) 开展各类主题厅堂活动

2015 年组织了 2 次大型的主题厅堂活动——儿童节和国庆中秋节活动，全行共 150 多家网点参与，首次实现厅堂活动装饰、主题、

内容的统一，进一步提升客户进入网点后的体验度。同时，全年还组织各类厅堂活动 18 场，近 200 家网点 50000 多名客户参与活动



(各营业网点开展多种形式厅堂活动。)

2. 全方位的 95574 电话服务

我行客户服务中心 2015 年完成 95574 全国落地工作，为我行区域外业务拓展提供服务支持，为客户办理业务提供便捷。同时在已有个人、信用卡、公司、零售等业务基础上，引入国际结算业务，客户可以通过电话银行完成国际结算账户的查询与咨询。目前客服中心已构建起电话银行、网上银行、微信银行、移动银行、手机短信等多种服务渠道，以满足客户日益多元化的服务需求。

我行客服中心持续优化自助服务渠道、创新服务手段，集合先进的计算机和通讯技术，在电话银行的基础上不断开发新的服务渠道。例如，客服中心 2015 年推出了主动服务功能，当客户刷卡失败、密码被锁等交易受阻时，我行将通过短信或人工外呼的形式主动为客户

解决问题。

同时，客服中心做好客户合理化建议反馈机制，其中 2015 年共梳理客户合理化建议 313 项，解决率达 93.61%，协助总行各部门优化系统、改善服务。

3. 便捷的电子银行服务

在“互联网+”的趋势下，我行重点用好手机银行贴身优势，并发挥微信银行社交特性，网上银行 6.0 做到更精细，通过这三个主要渠道的提升，为客户提供专业全面的金融服务。

案例：手机银行 4.0 版

2015 年，我行全新推出手机银行 4.0 版，为客户提供四个“零”的便捷服务：

一是转账“零”限制。在转账金额上，首批推出音频 UK，客户可以在手机上进行大额安全转账，随时随地满足资金使用需求。在转账方式上，创新推出便捷转账和摇一摇转账，引入触屏滚轮、重力感应等新技术替代键盘输入，提供新潮的使用方式。在操作体验上，实施一站式转账，整合行内、跨行等不同转账菜单，客户输入金额和收款账户，系统即可智能识别转账类型，无需繁琐地选择转账汇路。

二是取款“零”等待。我行在业内首批推出“拍拍取款”，客户通过手机银行预约后，直接使用手机扫描宁波银行辖属 ATM 屏幕上的二维码，即可完成无卡取现交易，即使忘带钱包也能轻松取款。

三是投资“零”门槛。在产品种类上，客户可以购买理财、基金、保险等多项产品，满足各层次、多种类的资产配置需求。在业务流程

上，客户可在手机银行 APP 一条龙完成查询、签约、选购等步骤，操作非常便捷。

四是信贷“零”距离。我行通过与人民银行 MTPS 平台进行对接，客户无需往返营业厅，即可通过手机自助办理贷款、还款等自助信贷服务。同时，在交易过程中使用安全介质 SE 对敏感信息进行保护，保障交易过程的安全性。

（四）保障权益，安心体验

我行始终将金融消费者权益保护和客户体验提升作为提升全行服务与品牌的重要工作来抓。通过加强内部机制建设、落实客户权益保护和普及宣传金融知识等举措，有效保障消费者合法权益。2015 年度，我行消费者权益保护工作取得了良好的成绩，在人民银行宁波市中心支行与宁波银监局组织的“金融知识普及月”暨“金融知识宣传服务月”活动中被评为先进单位。

1. 强化机制建设

我行将金融消费者权益保护工作纳入公司治理和企业文化建设，并体现在发展战略之中。董事会负责制定金融消费者权益保护工作的战略、政策和目标，督促高管层有效执行和落实相关工作。为保障金融消费权益保护工作落到实处，我行专门成立金融消费者权益保护领导小组，指定专门职能部门推动全行金融消费者权益保护工作开展。

2. 产品信息披露

为切实履行告知义务，保护金融消费者合法权益，我行严格贯彻执行《宁波银行产品与服务信息披露管理规定》，要求与客户建立业

务关系后，定期向客户披露相关产品和服务的信息。如，通过短信提醒储蓄账户余额变动情况，信用卡刷卡消费信息、因利率变化导致还款金额变动和还款提示等。

3. 服务收费规范

我行向客户收取的费用均有合法依据，并按照监管要求提前在官方网站和营业网点进行公告，对特定客户收取的费用会在协议中明示或告知客户后再行收取。因执行国家相关规定收取费用或代理国家有关部门或其他机构收费的，均事先明确告知客户，尊重客户对相关服务的自主选择权。

4. 客户交易安全

为确保客户交易安全，我行对相关产品、系统及设备均采取了安全保障措施。例如，我行 ATM 区域设有独立隔间、防窥后视镜和安全挡板，防止信息被偷窥；设备旁边张贴警方提示，提醒客户注意防范诈骗行为等。

同时，我行专门制作了防骗宝典，向社会公众普及电信诈骗、网络诈骗、自助设备诈骗等常见手段及防范措施，并利用短信、微信等电子渠道，定期向我行客户推送风险提示及案例，提升公众防范风险意识。

5. 普及金融知识

2015 年度，我行围绕“金融消费者权益保护”主题，积极开展了“3·15 金融消费者权益日”、“普及金融知识万里行”、“金融知识普及月”暨“金融知识进万家”等一系列的宣传教育活动，

累计开展各类广场、社区、校园、医院、乡镇等宣传 430 余次，媒体宣传报道 10 次，张贴海报 350 张，发放宣传折页 3.5 万余张，受众客户 10 万余人，借助传统渠道和创新渠道深入开展宣传各项活动，保证了宣传活动的覆盖面，并取得了良好的社会反响。

(1) 营业网点宣传

在营业大厅开辟宣传专区、放置展架及展板，向客户发放宣传材料，同时，通过网点 LED 显示屏，液晶电视滚动播放宣传标语、金融知识动漫视频等，宣传金融知识。

(2) 主题活动宣传

将宣传半径从行内延伸至广场、社区、学校、医院、村落等，通过一系列贴近百姓生活，寓教于乐的活动方式，向社会大众普及金融知识。如针对青少年开展“金融普惠，校园启蒙”课程；针对社区群众开展“趣味运动会”、“反假宣传”；针对乡镇客群开展“观影送下乡”等特色活动。

(3) 各类媒体宣传

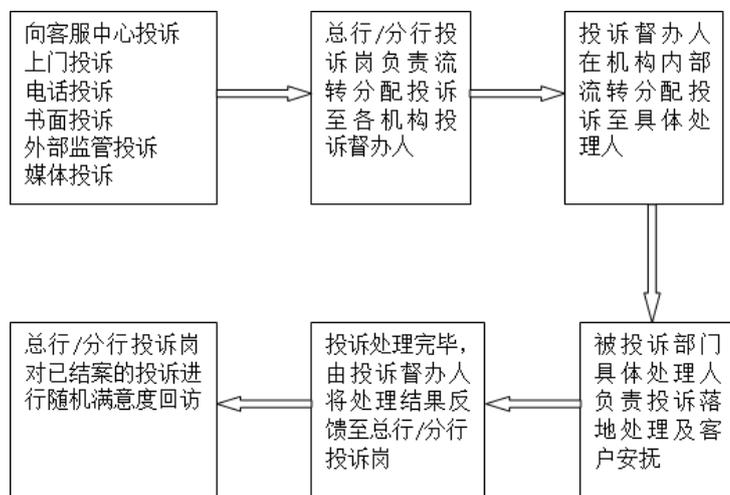
我行在官网上开辟金融知识普及宣传专栏，向公众开展金融知识教育，并积极通过微信、微博等新媒体平台，以消费者喜闻乐见的形式，引导消费者了解相关金融知识。同时，我行在宁波日报等主流报刊及知名网站上对金融知识普及活动进行专题报道，进一步扩大金融知识普及受众面。

6. 保障消费者权益

(1) 建立全流程投诉处理机制

通过优化投诉处理流程，实现投诉事件的有效流转和全过程跟进，保证了投诉事件的“专人跟进、限时处理”。

具体流程：



(2) 完善疑难投诉应对机制

针对疑难投诉，要求各机构建立逐级上报机制，对于分支行无法处理的投诉，及时上报至总行，必要时，总行投诉管理部门应协同业务管理部门、合规部、办公室等部门评估投诉应对方案，指导分支行妥善处理，避免投诉升级。

五、快乐工作，幸福生活

2015 年，我行在保障员工权益、提升员工素质、促进人才发展、做好员工关怀等方面采取全方位措施，持续打造员工“快乐工作，幸福生活”的事业平台。

(一) 保障权益，促进公平

1. 劳资关系

一直以来，我行严格遵守《劳动合同法》等相关法律法规，与所有员工订立劳动合同，依法保护职工的合法权益。同时为所有在岗员工足额缴纳各项法定社会保险与福利，并为员工办理其他补充保险等福利保障，建立和谐的劳资关系。

2. 薪酬福利

2015 年，我行持续优化薪酬福利制度，确保薪酬福利的内部公平和外部竞争力，让员工分享企业经营发展的成果，增强员工满意度和归属感。

3. 关怀体系

我行非常重视员工关怀体系的建设，在员工福利、员工健康、员工激励、员工家庭、员工生活等多方面加大投入，同时鼓励员工积极开展健身活动和健康文娱活动，倡导积极向上、健康规律的生活方式。

(二) 能力提升，促进发展

1. 能力提升

2015 年，我行深入开展员工能力提升工作。为加快人才培养，总行制订全行员工能力提升框架方案，并统一编制标准化员工能力

提升模板，对员工在专业技能、心态塑造、短板提升等多方面制订具体提升措施，加以规范。同时，总分行联动，结合员工实际情况，切实落实员工能力提升工作，取得一定成效，帮助员工快速提升，为总分支行人才供给提供了有力支持。

2. 员工发展

为深化人才梯队建设，促进人力资源可持续发展，2015 年，我行通过人才盘点，持续优化三级人才后备库建设。通过笔试、面试、培养、任用等环节落实入库、储备、出库标准。同时，采用专业培训、课题研究、行动学习等培训方式，加快储备人才在专业能力、领导能力等方面综合提升，确保内部人才的可持续供给，推动了全行管理人员队伍的年轻化、可持续发展。

截至 2015 年底，全行员工平均年龄 29.9 岁，90 后员工占比为 29.4%，管理人员中，80、90 后管理人员占 62.4%。

（三）敬业文化，人文关怀

1. 文化传播

2015 年，我行继续探索实践以故事传播文化的的企业文化建设方式，通过开展“感动宁行·榜样力量”企业文化先进巡讲活动，推动企业文化理念的传播和传承。先后通过组建巡讲团队、提炼先进事迹、开展巡讲活动、沉淀活动成果等步骤，经过 30 余场次的现场演讲，生动传播了企业文化，形成一系列企业文化建设成果，推动企业文化建设与发展。



(我行组织召开“感动宁行·榜样的力量”系列巡讲活动，宣扬敬业文化理念。)

2. 特色活动

为促进员工身心健康发展，推动特色企业文化建设，总分支行联动，积极开展各项特色文化活动，内塑员工素质、外塑职业形象。包括持续开展职场礼仪规范项目、开展丰富多彩的文体活动、亲子家庭活动、党团建设活动等，丰富员工生活，加强工作生活平衡。



(我行持续提升员工行为礼仪规范。)

六、绿色金融, 创就美丽

(一) 绿色信贷, 贷动未来

1. 健全绿色信贷管理体系

《宁波银行 2015 授信政策》要求, 限制和压缩对“两高一剩”行业的授信, 按照“控制总量、择优限劣、有进有退”的原则, 严格控制“两高一剩”行业信贷投放。通过存量信贷业务摸排, 实行产能过剩行业名单制和限额管理, 授信业务审批权限上收总行, 严禁新增高钢铁、水泥、造船、光伏、航运、风电等全行业产能过剩行业授信。

近三年宁波银行“两高”行业贷款情况

单位: 折人民币万元

两高行业	贷款余额			贷款户数		
	2015 年	2014 年	2013 年	2015 年	2014 年	2013 年
棉纺织及印染精加工	50312	69403	69787	42	71	48
毛纺织及染整精加工	24933	25982	25060	14	28	14
麻纺织及染整精加工	6100	6000	6100	1	1	1
丝绢纺织及印染精加工	3266	580	4185	1	2	1
化纤织造及印染精加工	36582	51900	45484	25	51	30
纸浆制造	0	0	0	0	0	0
造纸	15890	16176	20420	7	10	7
涂料、油墨、颜料及类似产品制造	13200	7686	11955	14	17	13
纤维素纤维原料及纤维制造	1000	357	1730	1	2	2
合成纤维制造	23620	90690	58648	22	33	35
炼铁	0	0	0	0	0	0
炼钢	0	9134	603	0	2	1
黑色金属铸造	5200	7210	6530	4	13	5
船舶及相关装置制造	12450	15129	13560	12	14	11
水泥制造		13513		0	8	15
合计	192553	313760	264062	143	252	183

【案例】浙江某造纸企业主营业务为纸浆制造, 位列工信部下发的工业行业淘汰落后产能企业名单, 且基本不具备转型升级条件, 为保持信贷投向与国家宏观经济政策和产业导向一致, 我行逐步压缩退

出该客户贷款，确保不符合国家产业政策的企业在我行信贷量得到严格控制。

2. 支持节能环保产业发展

2015 年，我行鼓励增加对绿色、低碳、可循环的节能环保行业授信支持力度，确保其授信投放增幅高于全行平均增幅。重点支持高效节能设备制造企业、先进环保技术装备以及建立以先进技术为支撑的废旧商品回收利用体系的相关行业，确保授信投放增幅高于全行公司银行平均增幅。

近三年我行节能环保行业贷款情况

单位：折人民币万元

节能环保行业	贷款余额			贷款户数		
	2015 年	2014 年	2013 年	2015 年	2014 年	2013 年
环保、社会公共服务及其他专用设备制造	28259	24856	18004	18	43	14
污水处理及其再生利用	45700	32550	43680	8	12	7
其他水的处理、利用与分配	10250	10180	3540	5	3	2
环境与生态监测	100		100	1	0	1
生态保护	5000	5000	5000	1	1	1
环境治理业	25620	13720	50425	12	14	10
环境卫生管理	0	300	0	0	1	0
城乡市容管理	19600	19600	20000	1	1	1
绿化管理	36820	54455	16860	13	22	6
清洁服务	584	616	769	1	4	0
合计	171933	161277	158378	60	101	42

【案例】宁波某生物质发电公司主营业务为以农作物秸秆、农产品加工剩余物、林业“三剩物”次小薪材等为主要原料的生物质电站的建设、经营，向我行申请项目贷款，授信期限较长，项目前景及现金流存在一定不确定性，受国家新能源政策影响较大，主体固定资产投资较大且担保条件较弱。我行经过审慎分析并经过详细测算，同意

向其提供母公司保证项下授信，支持了项目顺利建设并投产。

(二) 绿色服务，便捷环保

1. 完善渠道建设

2015 年我行重点提升同业比较优势。顺应互联网发展趋势，通过电子渠道“新特色”，实现功能领先、体验优秀的同业比较优势，不断完善线上线下协调的服务体系，实现物理网点和网络渠道互联互通，不断提升为客户全流程、不间断服务的能力，为客户的充分引入和紧密绑定提供有力支撑。

2. 加快产品创新

2015 年我行重点围绕“手机、电脑、网点和上门”四个客户触点，将电子渠道打造成营销服务的利器。一是移动服务全面化：2015 年我行推出手机银行 4.0，从开户、转账、理财、取现切入，打造四大同业比较优势。二是网上服务专业化：重点建设网上营业厅 2.0，打造综合性服务平台。三是网点服务自助化：重点推进自助发卡机项目，有效分流柜面压力，降低人工成本。四是上门服务高效化，通过流程优化，实现单人上门营销，提升生产效率。

(三) 绿色运营，节能降耗

作为一家上市银行，我行在向客户提供优质金融产品与服务的同时，坚持将节能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. 绿色办公

(1) 推行视频会议

2015 年总行召开视频会议总计 1124 场次，视频会议占总行会议次数近 50%。

(2) 空调使用

室温控制：冬季在 18℃左右、夏季不低于 26℃。提倡下班前 20 分钟关闭空调。

(3) 电脑使用

显示器亮度过高不仅增加耗电量，而且会伤害视力，我行将办公电脑显示器亮度保持适度，同时为电脑设置合理“电源使用方案”，办公人员休息期间，电脑显示器自动关闭；较长时间不使用时，电脑自动启动“待机”模式；更长时间不使用时，启用电脑“休眠”模式。我行要求下班后及时关闭总电源，避免插座及显示器的电源消耗。

(4) 打（复）印机使用

日常复印、打印尽量双面使用，提倡并施行无纸化办公；日常 OA 系统已经实行全覆盖，内部沟通减少电话使用，尽量使用内部即时通讯平台沟通；外部沟通尽量减少使用传真机频率，提倡使用邮件等电子渠道方式沟通。

(5) 废旧回收

在充分使用办公器材、充分利用废旧纸张的前提下，建立废旧纸张、书报、电脑灯办公耗材统一回收渠道，加强回收利用。

(6) 车辆使用

加强机动车管理力度，合理调度，减少车辆出行频率和空驶里程，有效降低油耗；加大车龄较长的老旧机动车处理，同时定期对在用车

辆检查保养，做到上路车辆尾气排放达标，实现绿色出行。

(7) 推行节能灯具

节能灯管改为 LED 灯节能灯管，目前已开始推广。相关措施推行后，仅灯具即可节能 25%，预计整体可节能 20%。

2. 绿色采购

一是在我行设备设施采购过程中，优先选择国家有关部门颁布的节能采购目录中的绿色环保产品；二是倡导业务审批电子化，搭建采购管理系统，实现业务流程审批电子化；三是采购系统与外网互通，实现供应商资质审查电子化。

(四) 绿色公益，播散希望

为宣传环保理念，倡导全社会关爱环境，我行开展了多种形式的环保公益活动，组织低碳实践创意活动，鼓励“从我做起”，“从身边做起”，共同推动环境建设。

案例：南京分行“守护我们的家园”活动

在 2015 年 6 月 5 日世界环境日到来之际，宁波银行南京分行联合江苏网络电视台共同开展为期一个月的宁波银行“感恩南京·守护我们的家园”公益环保活动，呼吁人人行动起来，从自身做起，从身边小事做起，减少超前消费、炫耀性消费、奢侈性消费和铺张浪费现象，实现生活方式和消费模式向勤俭节约、绿色低碳、文明健康的方向转变，倡导践行绿色低碳生活，拒绝使用一次性木筷，拒绝过度包装，尽量少用一次性物品，做到一水多用，双面使用纸张等。



案例：温州分行环保登山健步活动

2015年5月17日，宁波银行温州分行在温州登山活动基地大罗山举办一场环保登山健步活动。7支登山队准备好手套、钳子、垃圾袋，在规定时间内小组集体到达终点，并以捡拾的垃圾量颁发奖励，身体力行“创新、低碳、乐活”生活方式。

七、宁行有爱，助飞梦想

我行积极投身公益事业，不断拓宽公益视野和渠道，加大公益支持力度，促进社会和谐，增进社会福祉。

一是慈善捐款，奉献爱心。2015 年，全行各项捐款总额 962 万元，当年荣获中国银行业协会颁发的“最佳公益慈善贡献奖”。

二是定点扶贫，授人以渔。2015 年，我行向宁波市宁海县胡陈乡岙里王村捐款 20 万元。此前，我行已连续数年向岙里王村捐款，帮助当地改善交通、饮水条件，扶持当地经济林基地开发等，进一步提升当地经济发展能力。

三是结对助学，爱心筑梦。苏州分行连续七年开展“圆梦行动”。这一活动不仅得到了分行全体员工的大力支持，也引起了全社会的广泛关注。七年来，全行百余名员工倾情奉献、热心助学，踊跃投入捐助，资助学生超过 300 人次，每年收到上百封学生的成绩单、感谢信，并被授予“爱心基地”称号。

四是敬老助孤，送去温暖。2015 年，我行各分支行在中秋节、重阳节等传统节日组织开展慰问孤寡老人、关怀福利院儿童等活动，给弱势群体送去关怀和温暖。

八、社会认可

1. 英国《银行家》杂志发布的 2015 年全球 1000 强银行排行榜中，按照一级资本排名，我行列全球 196 位。

2. 美国《财富》杂志公布的“2015 年中国 500 强上市公司排行榜”中，我行列第 320 位。

3. 2015 年 10 月，我行荣获中国银监会颁发的“全国银行业金融机构小微企业金融服务‘先进单位’”荣誉奖项。

4. 2015 年 6 月，我行荣获中国银行业协会颁发的 2014 年度“最佳公益慈善贡献奖”。

5. 在 2015 年度宁波市级金融机构综合评价中，我行被人民银行宁波市中心支行评定为“A 等行”。

6. 在 2015 年宁波市银行业金融机构金融消费者权益保护工作评估结果中，我行被人民银行宁波市中心支行评为 A 等。

7. 在 2015 年“金融知识普及月”暨“金融知识宣传服务月”活动中，我行被人民银行宁波市中心支行评为“优秀单位”。

8. 2015 年 8 月，我行荣获 2014 年度“金牛理财银行奖”。

9. 2015 年 8 月，我行在第八届 21 世纪资产管理“金贝奖”评选中荣获“2015 最佳资产托管银行”奖项。

10. 2015 年 11 月，我行荣获《每日经济新闻》2015 中国上市公司口碑榜“最佳内部治理上市公司”奖。

11. 2015 年 12 月，我行在金融界主办的年度评选中，荣获“领航中国”2015 年度杰出中小银行奖。

12. 2016 年 1 月，我行荣获网易颁发的“2015 年度移动金融建设奖”。

九、未来展望

(一) 2016 年企业社会责任工作展望

2016 年是“十三五”规划的开局之年，金融变革持续推进，银行业的分化势不可挡。我行将主动适应经济发展新常态，坚持以客户为中心、以市场为导向，主动迎接挑战，守住经营底线，提升专业经营能力，保持盈利能力稳定增长，努力创造更大的经济价值、社会价值和环境价值。

我们将继续完善资产负债管理、全面风险管理、人力资源管理，加强服务渠道、信息科技、运营平台等基础建设，提升服务小微企业、促进区域协调发展的能力，提升银行经济价值，回报股东和投资者。

我们将继续坚持以客户为中心，革新业务管理流程，加强业务产品创新，增强客户体验，持续为客户创造价值。

我们将继续坚持以人为本，保障员工权益，关怀员工成长；充分利用自身资源条件，发扬志愿者精神，开展关心弱势群体、扶贫帮困、结对助学等社会公益活动。

我们将积极发展绿色金融，节约资源、保护环境，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。

(二) 2016 年企业社会责任工作推进目标

责任领域	2016 年目标
责任管理	1、强化全行员工社会责任意识 2、提升社会责任统筹管理力度 3、加强与利益相关方沟通交流
经济责任	1、合规经营，稳健发展，提高价值创造力 2、丰富产品，完善服务，提升客户满意度 3、服务实体，支持小微，促进经济转型发展
社会责任	1、深耕社区，服务居民，提高金融便利性 2、关爱员工，加强培训，激发员工创造性 3、投身公益，热心慈善，增进社会和谐度
环境责任	1、加强绿色采购，发展绿色办公，厉行节约节能机制 2、推行绿色信贷，支持低碳经济，大力发展电子银行 3、弘扬绿色理念，践行环保责任，重视自然环境保护

附：意见反馈表

感谢您阅读《宁波银行股份有限公司 2015 年度社会责任报告》，为促进我行提升履行企业社会责任的能力和水平，衷心欢迎您能够对本报告提出真知灼见，并通过以下方式反馈给我们：

传真：0574-87050027 电邮：dsh@nbcab.cn

电话：0574-87050028 邮编：315100

地址：浙江省宁波市宁南南路 700 号董事会办公室

1、您属于以下哪类利益相关方？ _____

A 政府 B 监管机构 C 股东和投资者 D 客户

E 员工 F 供应商与合作伙伴 G 社区 H 公众与媒体

2、您认为本报告是否完整覆盖了您对宁波银行的期望？ _____

A 是 B 否，您认为您还有哪些期望在本报告中没有反映？

3、您认为宁波银行是否很好地回应了您的期望？ _____

A 是 B 否，您认为您的哪些期望没有得到很好地回应？

4、您认为本报告的内容编排和版式设计是否方便阅读？ _____

A 好 B 较好 C 一般 D 差

5、您对宁波银行社会责任工作和本报告还有哪些意见和建议？

再次感谢您的参与！