

# 晋城银行社会责任报告（2015年）

## 一、企业概况

### （一）企业概况与经营业绩

#### 1、企业概况

晋城银行前身是晋城市商业银行，是中国银监会山西监管局于2005年12月27日核准设立的，2011年4月8日更为现名。总行设在山西省晋城市，下设晋城分行、太原分行、朔州分行、运城分行、吕梁分行、忻州分行（筹），从业人员1800余人。截至2015年末，我行资产总额为625亿元，各项存款余额336亿元，各项贷款余额190亿元。监管评级和发展质量在山西和中西部城市商业银行中均位居前列。

2015年来，我行战略管理和执行模式取得重大突破。在互联网思维的引领下，我行持续探索社区型草根银行战略落地的平台、渠道和具体模式，全力推动全行上下开展“五进”，即进社区、进农村、进商圈、进学校、进医院，坚定把业务和服务向下沉，并积极探索银行生活化、生活银行化的经营模式，在产品研设和互联网金融方面取得了积极进展。

晋城银行自成立以来，盈利能力稳步增长，能够按监管要求足额计提各项风险准备，而且每年资本充足率、拨备覆盖率、一般风险准备金等指标均符合监管要求，能够切实保护存款人的利益。2015年9月16日，中国银行家（重庆）高峰论坛暨2015中国商业银行竞争力评价报告发布会召开，晋城银行继2014年获得“最具经营效益城市

商业银行”和城市商业银行财务评价排名“第三名”两项大奖后，我行再次获得 2014 年城市商业银行“最佳公司治理银行”大奖。

## 2、经营业绩

2015 年，是我行奋力打造社区型草根银行新常态的一年。在山西经济持续下行的严峻形势下，在利率市场化的全面推进中，在互联网金融的迅猛冲击下，全行上下在互联网思维的引领下，紧密围绕董事会的战略部署，积极推进五进展略，各项经营指标基本完成。截至 2015 年末，我行资产总额为 624.83 亿元，较年初增加 114.79 亿元；负债总额为 575.21 亿元，较年初增加 101.32 亿元；所有者权益 49.62 亿元，较年初增加 13.46 亿元。我行实现拨备前利润 12.22 亿元，提取拨备后，实现净利润 6.17 亿元。资本利润率为 14.39%；资产利润率为 1.09%；成本收入比为 39.47%。

## （二）公司治理

### 1、 公司治理情况

晋城银行根据《公司法》、《商业银行公司治理指引》等法律法规以及监管机构的部门规章制度，构建了“三会一层”的现代公司治理架构，董事会下设五个专门委员会：战略委员会、执行委员会、提名和薪酬委员会、风险管理与关联交易控制委员会、审计委员会。各委员会制定相应的工作细则，由具备专业能力和经验丰富的董事担任各委员会主席和委员，按照工作细则要求履行职责，提出建议，做好

董事会授权的其他事项。

我行股东大会能够严格行使职权，参会股东对提交股东大会审议的事项认真审议进行决策。在 2013 年度股东大会上，依据《公司法》、《商业银行法》、本行《章程》，我行对股东大会会议事规则进行了修订，确保股东大会有效履行职责，保障股东合法权益。我行在《公司章程》予以明确：股东大会是本行的权力机构，董事会对股东大会负责，承担我行经营和管理的最终责任。董事会通过定期听取经营层经营管理工作报告、风险管理工作报告了解全行经营管理、风险控制情况；通过战略绩效回顾和评估，监督战略再全行的贯彻执行；通过督办督导等履职工具促进各项工作的落地；通过对高级管理层述职评价等对经营层进行监督指导，对全行的经营和管理承担最终责任。

2015 年共召开 7 次董事会，7 次监事会，1 次股东大会。董事会各位董事以对股东高度负责、对晋城银行事业高度负责的强烈责任感和使命感，勤勉忠实的履行各项职责，尽到了董事的职责，发挥了重要作用。

## 2、信息披露情况

按照监管要求和实际需要，我行制定了《信息披露管理办法》，作为指导我行信息披露的纲领性文件。按照《商业银行信息披露办法》的规定，于 2015 年 3 月将《晋城银行 2014 年度报告》公布于我行的官方网站上，并放置在各营业场所，确保公众能方便地查阅，有助于各利益相关者加深对我行的了解，切实有效地维护了广大投资者的利

益，树立了透明公开的优质企业形象。除了年度报告，我行其它各类产品信息也及时在官方网站、官方微博、官方微信进行披露。

### 3、股东回报情况

我行通过合规、审慎经营，增强风险管控能力，使股东权益的安全得到充分保障；通过增强盈利能力，强化成本控制，努力追求股东利益的最大化；通过认真履行《公司章程》和持续保证分红能力，确保企业发展成果惠及股东。

### 4、2015 年晋城银行取得的部分荣誉

a、2015 年 1 月，晋城银行太原分行营业部获得“中国银行业文明服务千家示范单位”和“中国银行业文明规范五星级营业网点”称号。

b、2015 年 3 月，晋城银行被晋城市文明办、市慈善总会授予“晋城市慈善突出贡献（单位）奖”。

c、2015 年 6 月，晋城银行运城分行被运城市劳动竞赛委员会授予“集体一等功”光荣称号。

d、2015 年 8 月，晋城银行行报《晋城银行》及《渥美》杂志分别获颁《最佳栏目策划》和《最佳美编》奖。

e、2015 年 9 月，中国银行家（重庆）高峰论坛暨 2015 中国商业银行竞争力评价报告发布会在重庆博览中心举办，晋城银行获评“最佳公司治理银行”大奖，成为今年山西省唯一获奖银行。

f、2015年9月，晋城银行荣获中西部地区“最美银行 logo”第一名。

g、2015年9月16日，中国银行家（重庆）高峰论坛暨2015中国商业银行竞争力评价报告发布会召开，晋城银行继2014年获得“最具经营效益城市商业银行”和城市商业银行财务评价排名“第三名”两项大奖后，我行再次获得2014年城市商业银行“最佳公司治理银行”大奖。

### （三）社会责任业绩

2015年，经营层围绕战略定位和要求，在体制机制调整、战略业务推进、互联网金融模式探索等方面投入了很大精力，整个经营管理工作是紧紧围绕“进社区、进农村、进商圈、进学校、进社区”的方向稳步推进，2015年是我行践行社区型草根银行战略，打造品牌银行的重要一年，是我行积极应对宏微观经济环境的重大变化，奋力开拓的一年，较圆满的完成了各项工作。2015年，我行严格执行金融财会各项制度，全年交纳税金4.69亿元，作为金融行业纳税大户，为全省经济发展做出了应有的贡献。

## 二、企业社会责任感

### （一）企业社会责任感

服务客户、奉献社会是银行的天职，草根银行尤其如此。只有像雷锋那样拥有一腔大爱，力倡之，笃行之，才能确保草根银行的定位

不走样、服务不走样、形象不走样。我行的企业社会责任观集中体现为“大爱文化”，我们在行内提出“爱出者爱返，福往者福来”的理念。用大爱来面对客户、面对社会，面对同事，面对企业，像雷锋那样平凡的人做平凡的事，把别人的事情当做自己的事情，把别人的困难当成自己的困难，用自己的智慧去帮助别人，用不图回报的心服务别人。

## （二）企业文化与战略目标

### 1、企业文化

我行自建行伊始就十分重视企业文化建设，具备了“做城市草根银行”的文化基因。搭建了以“草根银行、尊贵服务”的企业使命，“追求完美、成就你我”的企业精神和“品质企业、便捷银行”的企业愿景为一体的企业文化架构。在此基础上，延伸出“用心服务每一天”的服务理念，“我的一言一行代表着晋行的形象，我的一字一句代表着晋行的承诺”的座右铭，“清茶一杯”的授信自律文化，细节最优的“螺丝钉”文化，以变应变的创新文化，风险为先的内控文化，目前形成了比较系统完善的企业文化体系。

### 2、战略目标

2015年，我行董事会对“社区型草根银行新常态”愿景为大家作了详细描述，在思想层面提出了“必须做价值、必须做整合、必须做终端战斗队、必须做市场链、必须做节点直连的网、必须做生态圈、

必须做大平台”的要求，并指导我们只有拥抱互联网思维、狠狠地大开脑洞，运用互联网思维、把资源配置在刀刃上，借力互联网思维、把认真文化做到极致才能支撑和支持新常态的发展。

## （二）企业社会责任观与企业文化和战略目标的关联性

企业社会责任观与企业文化和战略目标是环环相扣的紧密关系。战略决定文化，文化支撑战略。有什么样的战略就有什么样的文化，有什么样的文化，就有什么样的社会责任观。

我行的战略目标是做草根银行，做草根银行就必须要有有一种草根文化。雷锋就是草根英雄的代表。我行在行内开办了雷锋大学，将雷锋这位草根英雄引进我行，把雷锋作为我行企业文化的标杆和化身，将雷锋精神发展为草根银行最重要的企业文化基因。雷锋精神的核心就是大爱精神，大爱精神就是我行社会责任观的核心。像雷锋那样心怀大爱、无私奉献，像雷锋那样互助友爱，排忧解难，像雷锋那样善挤善钻、创新超越，像雷锋那样用心工作、精益求精，像雷锋那样，平凡的人做平凡的事，这样才能满足草根客户小、急、频、远、烦、难的各类金融需求。我们坚信“爱出者爱返，福往者福来”，我行将从上到下，从内向外把雷锋的大爱精神洒向客户、洒向社会、洒向每一个需要草根服务的人。

## 三、经济责任

我行根据经济形势变化，坚决贯彻落实国家和山西省的宏观经济

政策，根据省政府转型和跨越的发展要求，增强大局意识和责任意识，通过经营转型，转变业务增长方式，大力支持经济发展中的薄弱环节和弱势产业，努力实现经济社会和晋行的可持续发展。

#### 1、研判国内经济金融形势，坚定经营转型。

长期以来，我国商业银行一直都在客户集中化、产品同质化、服务低水平化、风险管理无序化以及监管保护下的竞争环境中发展。各家银行在不同程度上存在战略模糊和战略管理落后的情况，随着党和国家逐步推进经济增长方式转变和国内外经济金融形势的深刻变革，越来越多的商业银行开始主动或被动地反思自身的战略定位问题。面对 2015 年的经济形势，我行坚定战略定位，调整发展方式，坚定经营转型，大力发展社区金融、农村金融，提升个微小客户群，提高个人业务和中小企业贷款的占比，提升中间业务收入水平。在日常经营管理中，通过季度业务分析会和调研，不断纠改，狠抓落实，保证经营转型的力度和方向，转型取得了丰硕成果。

#### 2、落实产业和信贷政策，为经济结构调整助力。

支持节能减排行业和新兴行业发展，限制产能过剩行业，倡导绿色信贷和低碳经济，在产业结构以煤炭为主的山西显得尤为迫切。一年来，我行坚决落实国家的产业政策和信贷政策。

2015 年该行持续对宏观经济、行业风险以及客户风险进行调研分析和风险排查，并根据调研与排查结果，及时调整信贷政策，以提升信贷政策管控风险的效果。年初组织制定了年度《信贷政策指引》、



《信贷业务授权与转授权规定》等系列政策。4 月份对煤炭、焦化、电力、房地产等 4 个行业信贷政策进行了调整，8 月份对煤化工、医药、医疗、教育、酒店、旅游、纺织服装、汽车、汽车零部件等 9 个行业的信贷政策进行了调整，9 月份对铸造、煤层气、餐饮等 3 个行业的信贷政策进行了调整。与此同时，对重点存量客户进行了全覆盖风险排查，对存在风险的客户逐户制定了风险化解措施。年末组织相关人员对各个区域市场和主导行业进行了调研，拟订了 2016 年全行的信贷政策。

在贷前尽职调查方面。2014 年，我行制定了《晋城银行公司业务队伍专业化提升方案》，重新修订了《公司业务授信调查报告模板》，并就信贷调查技巧进行归纳总结，形成了《信贷调查技巧系列之核实企业收入》、《信贷调查技巧系列之识别民间借贷》等系列知识，供客户经理在营销过程中参考。

在授信评审方面。为改进信贷审批模式，制定《信贷审批组织运行规程》，在授信审批委员会下，设立授信审批小组，根据不同授信业务实行单人审批、双人审批和会议审批三种模式，进一步提高了审批效率。

### 3、互联网金融及渠道建设取得重大进展

2015 年我行以互联网思维为指引，积极顺应互联网金融的发展趋势，在传统金融互联网化、互联网金融以及运用互联网思维拓展业务方面取得较大突破。

直销银行成功上线，进一步打破我行发展的地域限制。8月份，“小草银行”成功上线，我行成为山西省内第一家推出直销银行的金融机构，当时全国拥有直销银行的金融机构也仅40余家。依托“小草银行”网页或客户端，我们就可远程给客户id提供金融产品和服务。凭借这一利器，我行可进一步突破城商行的地域限制，在全国范围内拓展市场，谋求新的生存空间。截至12月末，我行小草银行客户数达到31万户，管理资产突破3亿元，且成为信贷业务异地放款的工具，将促进省外业务的开花结果。

新渠道和线上平台进一步拓展，为远程服务、移动作业提供便利。2015年，我行大力拓宽服务渠道，建设线上服务平台，将传统金融逐步由线下发展到线上。网上银行和手机银行客户覆盖率大幅度提高；7月份，微信银行上线，可在晋城银行微信公众号实现余额查询、营销宣传等功能；引入和推广移动终端，运用到进社区、进农村及小微的“外线战区”等场景中；“光大云缴费平台”上线，可实现山西省内的水费、电费、暖气费、电视费等9种业务缴费；4月份，我行主导推出的本地化生活服务电商平台“七巧汇生活服务平台”上线，线上商户持续增长，为“生活银行化”模式做出了有益尝试。

#### 4、若干新业务成功申办并发行，产品库进一步丰富。

2015年7月，我行成功取得同业存单发行资格，8月第一期规模为5亿元的同业存单顺利发行，为山西省内第一单，该项新业务打通了同业负债的证券化通道；8月份，取得基金代销资格，个人客户金融产品进一步丰富；11月份，信贷资产证券化资格成功取得，对我行打破贷款规模限制和提升资产流动性有重大意义；贷记卡资格成功

获批，未来将填补我行信用卡业务的空白；12月份，取得大额存单发行资格，我行成为省内首批取得发行资格的城商行，在负债领域的竞争方面抢到一丝先机。产品工作方面，总行还通过“产品众筹”、“产品挂牌”等举措，启发和引导大家要收集客户需求，使产品研发更有针对性。

## 5、大力支持地方经济发展，积极做好地方企业的金融服务

作为地方性城商行，我行坚定“做社区型草根银行”的战略定位，支持地方经济建设。除通过信贷业务为企业提供资金外，还通过投行业务、直销银行平台等创新业务为企业融通资金，一大批本地优质中小企业在我行的大力支持下得到发展壮大，为做好地方企业的金融服务不遗余力。

我行充分发挥城市金融的资金优势、制度优势和人力优势，通过发起设立村镇银行来为当地的农民、农业农村经济发展以及小企业提供金融服务。截至目前，我行发起设立了7家村镇银行，分别为陵川县太行村镇银行、汾西县汾河村镇银行、高平市太行村镇银行、交城县太行村镇银行、山阴县太行村镇银行、中阳县太行村镇银行及侯马市太行村镇银行，利用村镇银行这个平台，我行逐步搭建起服务处于弱势地位的农业、农村、农民的渠道，有力扶持了一批乡镇企业的蓬勃发展。

## 6、以精神为支撑，发展“梦之贷”小微业务

做强小微信贷，有三条很重要：技术、流程、精神，其中精神这一条尤为重要。经过两年多的实践，在小微客户经理队伍中逐渐形成

了“不怕苦、不怕低、不怕难、不怕失败、不怕麻烦、不怕吃亏”的独特精神。在此基础上，我们又从客户经理的真实故事中提炼出了“小草宣言”，把微贷精神融入到了每个人的工作中，变成一种本性的自觉行为。在全行大力提倡靠文化、靠精神发展小微信贷的背景下，我们还提出“清茶一杯”的授信自律文化，就是在办业务过程中，不喝客户一杯水，不拿客户一张纸，“干干净净做业务，清清白白交客户”，真正做到了绿色信贷。

我们选择了走专业化的道路做强小微信贷，采用准事业部制，学习探索专业的技术，深入研究客户的需求，精心组织专业的团队，制定科学有效的激励机制，让专业的人来做专业的事。我们的小微信贷整个流程是流水线般的标准作业，并不断在产品创新、工作流程、授信授权、业务制度方面制定办法和措施，将“快捷、方便、灵活”作为准则，力求满足不同客户的不同需求，形成了与小微企业互依互存、联动发展的良好局面。主要做法有以下几方面：一是细分客户，锁定目标客户群体。二是独立运作，形成小微信贷内生机制。我们根据小微企业的特点，实施了准事业部管理的业务发展模式，总行对小微贷业务实行垂直管理。三是创新技术，有效解决小微信贷难题。微贷方面强调“以分析现金流为主”的交叉检验技术，破除了“抵押物崇拜”，信用贷款得到了长足发展。四是差别授权，及时解决小微企业的信贷需求。我行按照“程序可简、条件可调、成本可算、利率可浮、责任可分”的要求，对小微贷款成立了独立的审贷委，实行“随时召开、矩阵组合、一票否决”的原则，极大地提高了放贷速度，缩短了放贷

时间，做到了快速便捷。五是持续研发产品，满足小微企业多元化的信贷需求。这些产品大多具有免担保、利率低、循环贷等优势。我们还独创了担保商会模式，有效把控住了风险，方便了客户，减少了企业的融资成本，实现了银企双赢。六是制定科学灵活的定价机制，做到了商业、可持续。根据小微企业在我行的贷款次数、金额、信用，可适当降低利率。七是有效激励，全面引导小微信贷热情。采用计件工资，做多少，拿多少，薪酬清晰可见，激励效果明显。八是细心审慎，牢牢把控信贷风险。通过现场调查、交叉验证、分析现金流、自编报表等方式，摒弃“审问式的交流”改为“聊天式”的沟通。

微贷精神进一步升华。我行的微贷业务从无到有，从少到多；从生到熟，从慢到快，促进了整个经营转型工作实现质的突破。经过两年多的实践，在微贷客户经理队伍中也逐渐形成了独特的精神，即处处以客户为中心，“不怕苦、不怕低、不怕难、不怕失败、不怕麻烦、不怕吃亏”的微贷精神。2011年10月，在“做微贷就是做精神”的指导下，我行对微贷精神进行了更加深入的挖掘和提炼，形成了“小草宣言”，即客户就是我们的亲人，客户的电话就是我们的冲锋号，用亲切的话语讲述我们的原则，成就客户就是成就我们自己。在微贷精神的指引下，我行的微贷客户经理就像蒲公英的种子一样，成为联系客户的爱心使者，微贷业务的风吹哪里，晋城银行的爱心就播洒到哪里。

草根性客户群千差万别，对金融需求不尽相同。要实现特色化就必须对市场进行细分，分析客户心理诉求，不断推出一些特别受客户

喜爱的产品，丰富我行产品体系。为了突出产品研究的重要性，我们专门成立了产品管理与业务创新部，统筹推动各条线对产品进行梳理，对市场进行研究，对客户群体进行分析，发行了一系列小微客户喜闻乐见的特色产品。零售业务方面有珠联璧合卡、握美卡、白领通等，这些产品名称有特色有内涵，功能更方便更实惠；小微贷款方面有诚信贷、的哥贷、1+N贷款、供应链融资、商融通、担保商会模式等，这些产品大多具有免担保、利率低、循环贷等优势；此外我行的红椅理财，“瑞泽金”贵金属等都在客户心中有较大影响，成为亲近草根客户的利器。

7、“五进”工作中涌现出一些亮点和有效模式。“五进”工作尽管过程比较艰难，整体效果不理想，但还是有个别经营主体做出了成绩，此外，一些代表性的模式涌现出来，并得到推广。在“五进”方面表现突出的是高平支行，其围绕代理人和代理人门店拓展农村业务的模式，为“进农村”找到一条切实可行的路子。晋城分行在“进社区”方面也有突破，各家支行紧紧依托居民小区、矿区、乡镇等，要客户数，要交易量，促进了业务的扎实发展。截至2015年末，其储蓄存款125亿元，占全行存款余额的69%，储蓄存款市场份额14.4%，在当地金融机构中跃居第一。“五进”模式方面，一是高平支行的代理人进农村模式。高平支行依托与代理人门店（红旗超市）的合作，成功把低频的银行业务嵌入到超市这一高频的生活场景中，拉动了客户数和业务量的增长。二是产品进社区模式。晋城分行将我行“礼金

存单”产品升级为“婚庆存单”，整合晋城市婚庆、家电、旅游、摄影等 30 余家商户形成婚庆联盟，为客户提供流水式服务，增加储蓄存款 9100 万元。此外，通过在社区推广五年定期存款产品，年末五年定期存款余额为 41 亿元，较推广前净增 26 亿元。此外，在董事长指导下，围绕“银行生活化、生活银行化”还有一些创新举措。“银行生活化”指的是有银行牌照，对外是银行形象，但内嵌生活化元素的模式。如三季度，我行推进了与青岛远见集团合作的 52WEEK 便利店项目，在晋城分行的凤台等 3 家社区支行试点。除了内嵌便利店，全行 45 家社区支行自主开展了快递柜、洗衣、儿童乐园等内嵌形式的探索。“生活银行化”，指的是是不需要监管部门报批机构和牌照，对外形象是便利店或其他便民服务点，但布放我行自助机具或网络设备。我行已与运城“邻家铺子”、太原“金虎便利”以及“道易行”门店、“乐村淘”门店合作，围绕合作企业的供应链、资金链、生态圈挖掘客户资源。

#### 四、社会责任

在服务客户，成就股东的同时，我行时刻不忘实现员工利益最大化，时刻不忘回馈社会，承担起一个优秀企业的责任与使命。

##### 1、保障员工权益，关注员工成长

员工是我行最重要的财富，我行一直坚持让每一名晋城银行员工有尊严、体面地生活，有激情、快乐地工作。一方面全面严格执行国家用工制度，保障员工的合法权益。另一方面，加强员工的职业生涯

规划和培训工作，让员工与晋行共成长。

#### （1）薪酬和用工制度

我行认真贯彻落实《劳动合同法》，施行劳动合同制，依法与员工签订劳动合同。员工依法享有平等就业和选择职业的权利，取得劳动报酬的权利、休息休假的权利，享受社会保险和福利的权利等。我行通过工会来维护员工的合法权利，对退休人员和困难员工进行救助。

#### （2）社会保险与福利制度

根据国家社会保险制度和住房公积金的规定，我行为劳动合同制员工缴纳了基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、住房公积金、企业年金。根据我行实际，建立了企业福利制度，为员工发放住房补贴、交通补贴、通讯补贴、独生子女费、并缴纳意外伤害险等福利。

#### （3）充实人才储备，关注员工队伍建设

我行全年重点在四个方面展开了队伍建设工作：一是加强并规范了新员工岗前培训、员工转岗培训、员工晋升培训，提升员工能力素质，建立员工成长计划，加强员工对企业文化的认同，对专业能力的能升；二是打通专业序列晋升通道。2015年，各业务条线共同开展了员工职业晋升通道建立工作，并配套出台了《专业类岗位员工专业能力晋升管理办法》，明确了全行各岗位员工晋升成长渠道，以及专业及管理方面的培训。



#### （4）引用 E A P 理论，探索员工帮助方法

EAP 英文全称为 Employee Assistance Programs，中文翻译为员工帮助计划。EAP 管理流行于美欧，进入我国大陆也只有十几年的历史。晋城银行在推行十余年“柔性管理”的实践基础上，引用 E A P 理论，并在行内大胆探索和实践。首先，建立了人才的差别观和专业观，开展精英计划和标杆计划，为优秀人才成长提供平台；其次，在常规福利制度基础上建立了员工关怀制度，每逢母亲节、父亲节、感恩节，晋城银行向员工及其父母发送感恩卡和慰问金，向外输出“大爱”、“感恩”等正能量；员工生日当天，会收到行里准备的鲜花和蛋糕；再次，美化物质环境，充分满足员工的生活需求。办公楼的设计体现人文关怀的理念，利用创意装修和园艺花卉的设计缓解员工视力、脑力的疲劳；第四，支持和鼓励员工成立非正式社团组织，如自行车协会、摄影协会等，为其提供活动场地和设备。这些正式、非正式方式提供的员工人文关怀，贴近生活，受到员工欢迎，为夯实员工寻求幸福生活的情感基础做了实事。

同时，我行还积极疏通问题管理渠道，提高员工工作成就感和快乐感。一是让员工民主参与管理。建立多样化的员工民主管理平台，让员工广泛参与企业管理和进步。尽量减少什么事都“压下去”的管理方式，让员工在参与中建立战略眼光、系统思维和大局意识，也能体会管理者所面临的问题和苦恼。二是创新问题管理工具。如通过深度汇谈、晨夕会、企业文化沙龙、条线和部门微信群等渠道，沟通和

交流问题。同时董事会层面还建立了邮箱，如“点子工程”、“问题仓库”、“智慧车间”和董事长“私信快递”，员工可根据需要分别将自己的想法和成果发送以上邮箱。三是积极尝试多种方法。如：无会周、无会日，鼓励有效工作，减少低效会议和工作滞留对员工的伤害。又如：通过晨会散文诗等形式进行员工心理按摩；在特定条线和团队内部巩固情感管理，如支持微贷条线的师徒称呼。再如，改善经营管理细节，让员工体面、有尊严的工作，不强迫员工以个人尊严为代价的拓展业务。

此外，我行还针对员工的个性化需求提供个别救助、特殊救助方案。包括：提供专业心理咨询师服务；招聘心理专业人员，建立本行心理咨询服务职能；建立中层心理援助服务，组成“专家+高管”的内部引导圈子，对中层进行引导和支持。

## 2、普及金融知识和服务特殊群体方面

为建设良好信用环境，我行开展了多次金融进社区活动，支行还与社区政府管理部门合作，采用金融大讲堂形式向普通客户宣传金融知识。业务宣传重点向市民宣传我行的各类金融产品，包括我行的各类存款种类、存款利率业务，各类贷款品种、贷款利率、还款方式等，同时还向市民积极宣传我行的各类理财产品，为客户提供各类理财的保值和增值服务。安全常识宣传重点向市民讲解各类网银、电话银行的安全使用，各类支付密码的设置和保管、各类票据真假的辨别、人民币的兑换和各个防伪特征，以及目前各类电信、网络诈骗的识别手

段等，让广大市民提高安全意识。宣传方式上采取现场讲解和重点宣传相结合。对来往的客户在各营业大厅专门安排人员进行讲解和疑难解答，对人员密集的社区、酒店等场所我行采取发放宣传资料、集中讲解进行宣传，做到了内外结合全覆盖的宣传。

服务特殊群体方面，我行各支行均开通了无障碍通道和绿色通道，便于各类客户便捷地办理业务。我行针对儿童客户成立了睿睿青少年俱乐部，针对老年客户成立了乐者俱乐部，针对女性客户成立了渥美俱乐部，通过俱乐部为客户提供特殊、便捷的服务。对老弱病残等特殊群体，我行与晋城市慈善总会联合设立了“睿睿微慈善”基金，为广大客户提供专属、透明的慈善捐助渠道。

3、举办一年一度风筝文化节。每年一度的风筝文化节引起了社会的广泛关注和参与，2015年4月13日，晋城银行第十一届风筝文化节在晋城泽州公园举办，上千名市民参加了当天的活动。同时，2015年风筝节特别融入了慈善元素，全天穿插举行了“风筝义卖”活动，并将义卖的所有收入现场捐赠给晋城市特殊教育学校的孩子们，使整个活动的“公益性、社会性”作用进一步凸显。

同时，太原分行也举办了首届风筝节活动，并通过这一活动，大力宣传睿睿微慈善，对邀约而来的一些残障儿童进行梦想的放飞，同时对社会进行呼吁，传承爱心。

4、开展了多种品牌化营销进社区系列活动。我行秉承“做社区型草根银行”的定位，肩负普惠金融的重担，进一步将服务向下沉，

深入到社区居民中间，极大地满足了广大社区居民的非金融服务需求。

2015年，我行太原分行通过参加山西省第二届文博会、举办12场邻里文化节惠民活动，除直接获客外，我行在太原市乃至全省的知名度得到了有效提升。在原有俱乐部运行基础上，读书俱乐部、电商俱乐部、钓鱼俱乐部、骑行俱乐部、赢者之家等多个平台开始运行。其中，蒲公英读书会与藏山书院深度合作，创建了纯公益性的中华传统文化大讲堂，场场爆满；赢者之家引入专业运作平台，已在全省食品行业协会代表大会等场合对我行进行了全方面的宣传，效果明显。

## 五、环境责任

### 1、多措并举，营造低碳绿色的工作环境。

在日常经营管理过程中，我行逐步建立管理体系和制度规范，加强节能减排力度。

办公室、会议室等场所室内尽量采用自然光，尽量少开灯或不关灯。离开办公室随手关灯，做到人走灯灭，杜绝长明灯、白昼灯，下班后自觉关闭各灯电器的电源。杜绝开着窗户开空调，空调温度保持在正常水平。

通过行内OA系统，充分利用办公信息网络功能资源减少纸质文件的制发印制数量。在全行提倡纸张要双面使用，三层以下尽量少乘坐电梯。行内专人负责检查办公区内的电器设备，做到管理责任到人。同时，我行减少办公设备电耗和待机耗电，根据办公情况，计算机、

打印机、复印机等办公设备，做到尽量少开或者减少待机时间，

行内加强用水设备的维护管理，避免水管、热水器发现有跑冒滴漏的现象。

## 2、创新服务，降低业务开展中的能源损耗。

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，推出了电子银行、手机银行在内的多种交易渠道，我行客户可通过网上银行、手机银行等办理转账、缴费等各种非现金类业务，为客户提供了低成本、低能耗、高效率的金融服务。帮助客户降低交通能源的消耗，同时，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。

## 六、履行企业社会责任的自我评估机制及改善方向

近年来，在各级领导的关心和指导下，晋城银行牢牢立足“城市草根银行”的战略定位，并结合时代发展，将战略定位更为“做社区型草根银行”，进一步将小微客户、社区居民以及农村客户作为我行的服务群体，持续加大对他们的金融服务力度，将其作为我行核心竞争力的突破口和着力点，在服务小微、社区、农村客户的过程中，锻造出晋城银行服务实体经济发展的核心竞争力。

晋城银行不断向前发展，新的一年我们也必将承担更多的社会责任。2016年，我们将始终围绕“爱出者爱返、福往者福来”的核心价值观，进一步完善社会责任理念与模式，把社会责任作为彰显和提

升我行品牌价值的基本路径，把社会责任作为衡量我行发展好坏的重要标准，把社会责任的深度、广度和影响力与我行稳健快速的成长实践紧紧联系在一起。

目前我行在创新融资模式、丰富金融产品方面做了一定的探索和实践，并在服务客户的道路上，受到了广大客户和社会各界的好评，取得了良好成效。但与我行的战略定位相比，差距还比较大，整体发展模式也需要进一步完善，要把“草根银行，尊贵服务”的企业使命贯彻到底。2016年我们将继续竭诚为社会大众服务，为股东创造效益，为客户创造价值，为员工创造未来。坚持在社会发展的大潮中担当责任，积极为国家分忧、为百姓谋利。我们将进一步加大对小微企业的支持力度，积极帮助小微企业破解融资难融资贵问题。我相信，在各级部门的指导下，晋城银行一定能在普惠金融的道路上贡献更大的力量。

晋城银行股份有限公司

二〇一六年三月