



Corporate Social Responsibility Report 2008

中信银行股份有限公司
二〇〇八年度社会责任报告

目录

	公司概况	02
	公司社会责任概述	06
	公司远景规划	07
	公司社会责任建设规划	08
	公司治理	09
	完善公司治理	10
	致力于惩防体系构建和党风廉政建设	13
	认真做好反洗钱工作	14
	公司社会责任实践	15
	保障股东权益，创造价值回报	16
	响应政府号召，支持国家建设	18
	围绕客户需求，创新产品服务	22
	关爱员工成长，保证各项权益	31
	关注社会和谐，支持公益事业	36
	提升同业协作，促进行业发展	43
	支持环境保护，建设绿色银行	46
	公司荣誉	52
	公司社会责任案例	57
	活动背景及意义	58
	活动亮点及特色	59
	活动形式及传播	62
	活动结论及效果	63
	第三方评价	64



经过二十多年的发展，中信银行已经成为国内资本实力最雄厚的商业银行之一，是一家快速增长并具有强大综合竞争力的全国性商业银行。

公司概况

Corporate Social
Responsibility Report 2008

公司概况

法定中文名称:	中信银行股份有限公司（简称“中信银行”，下称“本行”）
法定英文名称:	CHINA CITIC BANK CORPORATION LIMITED（缩写“CNCB”）
法定代表人:	孔丹
注册和办公地址:	北京市东城区朝阳门北大街8号富华大厦C座
邮政编码:	100027
互联网网址:	bank.ecitic.com
香港营业地址:	香港皇后大道东1号太谷广场三座28楼
授权代表:	陈小宪、罗焱
董事会秘书:	罗焱
联系电话:	86-10-65558000
传真电话:	86-10-65550809
电子信箱:	ir_cncb@citicbank.com
信息披露报纸:	《中国证券报》、《证券时报》、《上海证券报》
信息披露网站:	刊登A股年度报告的中国证券监督管理委员会（简称“中国证监会”）指定网站： www.sse.com.cn 刊登H股年度报告的香港联合交易所股份有限公司（简称“香港联交所”）网站： www.hkexnews.hk
社会责任报告备置地点:	中信银行总行办公室
公司其他有关资料:	首次注册登记日期：1987年4月7日 变更注册日期：2006年12月31日 首次注册登记机关和变更注册登记机关：中华人民共和国工商行政管理总局 企业法人营业执照注册号：1000001000600 金融许可证机构编码：B0006H111000001 税务登记号：110105101690725 组织机构代码证：10169072-5

本行简介:

中信银行（601998.SH、0998.HK）成立于1987年，原名中信实业银行，是中国改革开放中最早成立的新兴商业银行之一，是中国最早参与国内外金融市场融资的商业银行，并以屡创中国现代金融史上多个第一而蜚声海内外。伴随中国经济的快速发展，中信实业银行在中国金融市场改革的大潮中逐渐成长壮大，于2005年8月正式更名“中信银行”。2006年12月，以中国中信集团和中信国际金融控股有限公司为股东，正式成立中信银行股份有限公司。同年，成功引进战略投资者，与欧洲领先的西班牙对外银行（BBVA）建立了优势互补的战略合作关系。2007年4月27日，中信银行在上海证券交易所和香港联合交易所成功同步上市。经过二十多年的发展，中信银行已经成为国内资本实力最雄厚的商业银行之一，是一家快速增长并具有强大综合竞争力的全国性商业银行。

中信银行拥有一支业绩卓越、经验丰富的管理团队，他们在金融领域平均拥有超过二十多年的从业及管理经验，均为业内知名专家，具有创新的管理理念及全面的操作经验。近几年来，在这支优秀管理团队的带领下，中信银行秉承“坚持效益、质量、规模协调发展”、“追求滤掉风险的利润”、“追求稳定增长的市值”和“努力走在中外银行竞争前列”的经营管理理念，积极发展公司银行业务、零售银行业务、国际业务、资金资本市场业务、投资银行业务、汽车金融业务、托管业务、信用卡业务和私人银行业务等，并以拥有一流的对公客户服务能力，领先同业的国际贸易结算业务、物流融资业务和资金资本市场业务，极具创新能力的投资银行业务以及特色鲜明的零售银行发展战略享誉业界。

中信银行的业务辐射全球70多个国家和地区，全国540多家分支机构战略性地分布在经济发展迅速的中国东部、沿海地区以及内地的经济中心城市。16000多名员工为客户提供最佳、高效、综合的金融解决方案，以及优质、便捷的网上银行、电话银行和信用卡客户服务中心等电子银行服务。享誉海内外的中信品牌及独具优势的综合金融服务平台推动着中信银行的发展。与欧洲领先的西班牙对外银行的战略合作将使中信银行在汽车金融、零售银行、风险管理等多个领域如虎添翼。



公司概况

中信银行建立了独立、全面、垂直、专业的风险管理体系，追求滤掉风险的效益，不断提升量化风险的技术能力，以全面实施《巴塞尔协议 II》风险管理要求为目标，不断提升资产管理水平。近几年来，中信银行信贷资产不良率大大低于上市银行的平均水平，资产质量日益提高。

凭借业务的快速发展，优秀的管理能力、出色的财务表现和审慎的风险控制，本行近年来的成就广获业界认同，并深受国内外权威机构的肯定。在英国《金融时报》公布的“2008年全球市值500强企业排行榜”中，本行首次入榜即排名第260位。在英国《银行家》杂志公布的2008年度“世界1000家银行”排行榜中，本行一级资本排名位居第77位。在英国《银行家》杂志评出“全球2008年金融品牌价值500强”排行中，本行的品牌价值排在第99位。在中国《银行家》杂志推出的《2008中国商业银行竞争力评价报告》中显示，本行的全国性商业银行核心竞争力排名和财务评价排名中均获得第五名。同时，本行整体品牌形象获得“年度最佳股份制银行”、“年度最受尊敬银行”、“中国金融营销奖”之“最佳企业社会责任奖”和“北京奥运会、残奥会运行保障突出贡献单位”、“2008年度中国CFO最信赖银行大奖”等荣誉称号。不仅如此，本行在专业领域还获有2008“亚洲十佳商业银行最佳公司业务奖”、“年度中国最佳现金管理银行”、“最佳财富管理奖”、“最佳理财品牌塑造奖”、“年度最佳人民币理财银行”、“2008读者最关注的零售银行”、“交易量最大做市商”、“做市交易量最大做市商”、“年度最佳风险控制银行”、“中国股票组合管理最佳私人银行奖”、“2008年度最具投资能力私人银行”、“最佳发卡银行奖”、“中国最佳呼叫中心”、“金融行业十大最佳雇主”等奖项和称号。

公司社会责任 概述

Corporate Social
Responsibility Report 2008

本行以科学发展观统领全局，坚持具有中信特色的经营理念、管理理念、改革理念和竞争理念，努力创建一家在中外银行竞争中走在前列的现代化商业银行。

公司远景规划

公司愿景

本行的愿景是：以科学发展观统领全局，坚持具有中信特色的经营理念、管理理念、改革理念和竞争理念，努力创建一家在中外银行竞争中走在前列的现代化商业银行。

经营理念

坚持效益、质量、规模的协调发展，追求滤掉风险的利润，追求稳定增长的市值，努力走在中外银行竞争前列。

管理理念

坚持以客户为中心，以市场为导向。

改革理念

坚持以短期效益与长期效益均衡发展为目标，不断优化管理模式和运作体系。

竞争理念

坚持依托中信综合金融平台的优势，以先进的激励约束机制和风险管理机制为保障。

在中外银行竞争中走在前列，即是：

- 要在可比经营业绩和管理绩效上走在竞争前列；
- 要在满足股东、客户、员工需求上走在竞争前列；
- 要在为客户提供最佳的综合金融解决方案上走在竞争前列；
- 要在风险管理文化、体制和技术建设上走在竞争前列；

- 要在塑造卓越的银行服务品牌和企业文化建设上走在竞争前列；

- 要在金融创新能力和核心竞争力打造上走在竞争前列。

结合这一努力的方向，本行强化八大能力：

- 以追求持续、稳定、健康增长的利润为核心；
- 以创新为动力；
- 进一步强化风险控制能力；
- 采取积极稳妥的市场策略；
- 实现业务的协调发展；
- 建立具有竞争力的激励约束机制；
- 建立科学高效的资源配置机制；
- 创建一流的服务和良好的品牌形象。

公司使命

本行的使命是：促进社会可持续发展；促进环境及生态可持续发展；促进经济可持续发展。

公司价值观

本行的价值观是：追求经济效益；注重社会贡献；树立公众形象；体现社会责任。

公司社会责任建设规划

社会责任总体目标

本行积极履行社会责任，建设最受尊重的企业。

社会责任核心理念

本行贯彻科学发展观，严格落实国家产业和环保政策，按照中国银监会《中国银行业金融机构企业社会责任指引（2009）》的要求，切实履行作为银行业金融机构所应承担的经济责任、社会责任、环境责任，促进经济、社会、环境的和谐可持续发展。

- “坚持信贷环保合规、建设绿色信贷银行”的长期经营发展战略，适时加入赤道原则，塑造绿色银行；
- 坚持和谐发展，关注员工的身心健康，推动员工帮助计划，塑造人文银行；
- 坚持回报社会，积极参与建设和谐社会的扶贫、教育、环保、救灾等项目，塑造爱心银行；
- 坚持“诚信经营，以客户为中心，为客户创造价值”的经营理念，细化服务方式、深化服务内涵，切实保障客户财产安全，认真履行反洗钱义务，构建合规文化，塑造诚信银行；
- 坚持以实现股东价值最大化为目标，坚持效益、质量、规模的协调发展，追求滤掉风险的利润，追求稳定增长的市值，努力走在中外银行竞争的前列，塑造价值银行；
- 坚持以客户为中心，致力于打造卓越的品牌，通过在产品服务、业务开拓、风险管理和信息技术等方面的改革，切实提高产品质量和服务水平，树立诚信、稳健、亲和、卓越的品牌形象，积极投身于各个层面的

社会公益活动，塑造品牌银行。

社会责任体系建设

本行要建立相应的决策与执行机构，依托战略、组织和流程的支持，建立履行企业社会责任的长效机制，加强企业社会责任制度化管理，建立企业社会责任披露制度，建立健全内外部评价机制，定期评估社会责任履行情况。



公司治理

Corporate Social
Responsibility Report 2008

2008年，本行在公司治理结构中嵌入社会责任的目标。在经营管理上，将企业社会责任要求嵌入业务条线的政策、程序、流程中。致力于惩防体系构建和党风廉政建设，维护国家金融稳定，认真履行反洗钱工作的职责和义务。



完善公司治理

公司治理整体情况

本行积极贯彻落实监管要求，加大改善公司治理工作力度，在进一步完善公司治理组织架构，保证总分支机构的独立运作和有效制衡的制度安排，建立科学、高效的决策、约束和激励机制等方面取得了实质性进展。建立了以股东大会为最终决策机构，董事会为主要决策机构，监事会为监督机构，高管层为执行机构的有效治理机制，引入了独立董事、外部监事和职工代表监事制度。

本行深信，完善的公司治理架构是保护投资者和存款人利益、实现本行高质量可持续发展的重要基础。自2007年4月中国内地、香港同步上市以来，本行严格按照中国《公司法》、《中华人民共和国证券法》、《香港联交所上市规则》等中国内地和香港的法律法规、监管要求及本行实际，建立了较为完善的公司治理结构，以股东大会、董事会及各专门委员会、监事会、高级管理人员等机构为主体的组织架构和保证各机构独立运作、有效制衡的制度安排，并致力于按照国际最佳惯例不断提高公司治理水平。

2008年，本行严格遵守相关法律法规，并结合本行实际情况，不断完善公司治理结构：

- 组建了董事会各专门委员会专项工作小组，制定了工作小组工作制度，为董事会各专门委员会的工作提供有力支持。进一步完善了董事会及下设专门委员会的机构设置，为董事会高效决策夯实了基础。
- 制定了《审计与关联交易控制委员会工作规程》和《独立董事年报工作制度》，以制度化形式强化了董事会审计与关联交易控制委员会的监督职能，切实保障独立董事履行勤勉尽责的义务。

- 完善了《关联方授信管理实施细则》，制定了《关联交易管理办法》，进一步规范本行关联方授信管理，控制关联交易风险，切实保障本行和股东利益。

- 制定了《信息披露管理制度》、《信息披露管理制度实施细则》、《重大信息内部报告制度》，为合法合规地开展信息披露工作提供了制度保障。

- 积极贯彻落实中国财政部、中国证监会、中国银监会、中国保险监督管理委员会及中华人民共和国审计署等五部委联合发布《企业内部控制基本规范》，进一步优化内部控制环境，改进内部控制措施，促进本行各项业务的健康、平稳、安全运行。

- 根据中国证监会《关于开展加强上市公司治理专项活动有关事项的通知》要求和北京证监局的部署，开展了公司治理持续改进活动。根据公司治理整改计划，本行认真实施整改，经董事会审议批准，完成了公司治理整改报告，包括落实组建支持董事会各专门委员会运作的工作组、制定《中信银行信息披露管理办法》的实施细则和《重大信息内部报告制度》、加强监事会办事机构的设置和功能等三项整改工作。上述公司治理自查报告和整改计划、公司治理整改报告在中国证监会指定网站、本行网站及本行信息披露指定媒体上进行了披露。

股东大会、董事会、监事会情况

2008年，本行按照《公司章程》的规定召开了股东年会、1次临时股东大会、8次董事会、8次监事会。股东大会、董事会、监事会的召开均符合本行章程规定的程序。

股东大会

股东大会是本行的权力机构。本行建立了与股东沟通的有效渠道，确保所有股东对本行重大事项的知情

权、参与权和表决权。2008年，本行召开了2007年度股东年会和1次临时股东大会，审议通过了12项议案。本行股东大会依法对本行重大事项作出决策，对董事会工作报告、监事会工作报告、利润分配预案、财务预算方案、章程修订、董事和监事改选、聘用外部审计师和审计费用、未来三年部分持续性关联交易上限等事宜进行审议，维护全体股东的合法权益，保证股东能够依法行使职权，对推动本行长期、稳健、可持续发展具有重要意义。

董事会

(1) 董事会

孔丹	董事长、非执行董事
常振明	副董事长、非执行董事
陈小宪	执行董事、行长
窦建中	非执行董事
居伟民	非执行董事
张极井	非执行董事
吴北英	执行董事、常务副行长
陈许多琳	非执行董事
郭克彤	非执行董事
何塞·伊格纳西奥·格里哥萨里	非执行董事
白重恩	独立非执行董事
艾洪德	独立非执行董事
谢荣	独立非执行董事
王翔飞	独立非执行董事
李哲平	独立非执行董事

2008年，本行董事会共召开会议8次（包括通讯会议方式），审议通过了修订《公司章程》、独立董事年报工作制度、审计委员会工作规程、财务预算方案、筹建分行、利润分配、2007年年报、选举董监事、聘用会计师事务所及其费用、部分持续关联交易未来三

年上限、2008年度不良贷款核销额度等25项议案。另外，董事会还听取了高级管理层关于经营情况的多次工作报告。

(2) 董事会各专门委员会

本行董事会下设4个专门委员会，分别为战略发展委员会、审计与关联交易控制委员会、风险管理委员会以及提名与薪酬委员会。

- 战略发展委员会

2008年，本行战略发展委员会共召开3次会议，审议通过了2008年度财务预算方案、分行购置新办公楼等议案，并听取了本行经营计划和财务预算报告、零售业务发展状况及下一步战略方向选择的报告和IT建设情况的汇报等4项汇报。

- 审计与关联交易控制委员会

2008年，本行审计与关联交易控制委员会共召开7次会议，主要审议了本委员会议事规程、独立董事年报工作制度、聘用会计师事务所、职权内关联交易审核等事项。此外，委员会监督审计师客观独立地完成了2007年度财务审计工作，审议通过了2007年度按国内和国际会计准则编制的会计报表和审计师报告，并审阅了本行2008年季度业绩、财务信息及其披露。委员



会亦持续加强本行关联交易管理和控制，根据境内外监管要求，进一步修订了《中信银行关联方授信管理实施细则》，还对本行与中国中信集团及其下属关联企业间的持续关联交易、年度上限及公告进行了审议，并由委员会独立董事发表了独立意见。

- 风险管理委员会

2008年，本行风险管理委员会共召开2次会议，主要审议了信贷政策和信贷政策执行情况等事项。

- 提名与薪酬委员会

2008年，本行提名与薪酬委员会共召开2次会议，主要审议了董事会提名与薪酬委员会年度报告披露履职情况汇报、关于向董事会建议提名李哲平先生为独立董事候选人和关于建议董事会战略发展委员会增补居伟民先生为委员等事项。

监事会

王川	监事会主席
王栓林	监事会副主席
庄毓敏	外部监事
骆小元	外部监事
郑学学	监事
林争跃	职工监事
邓跃文	职工监事
李刚	职工监事

2008年，本行监事会召开了8次会议，审议通过了监事会年度工作报告、定期报告等相关议案。此外，监事会通过列席董事会、赴分支机构调研、审议各类文件、听取管理层汇报等方式，对公司的经营管理活动进行监督检查。

高级管理层

高级管理层是本行的执行机构，对董事会负责。本行高级管理层由11名成员组成：

陈小宪	执行董事、行长
吴北英	执行董事、常务副行长
欧阳谦	副行长
赵小凡	副行长兼总行营业部总经理
苏国新	副行长
曹彤	副行长
曹斌	纪委书记
王连福	副行级工会主席
曹国强	行长助理、财务负责人
张强	行长助理
罗焱	董事会秘书

本行高级管理层与董事会严格划分职责权限，根据董事会授权，决定其权限范围内的经营管理与决策事项。董事会对高级管理人员进行绩效评价，作为对高级管理人员的薪酬和其他激励安排的依据。

致力于惩防体系构建和党风廉政建设

本行自1987年成立以来，始终坚持将党风廉政建设和反腐败工作放在突出位置，以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，以贯彻中央纪委全会精神为主线，以围绕“健全制度、强化教育、惩防结合、常抓不懈”为思路，从严治标、着力治本、综合治理，逐步构建了适合本行特点和发展要求的纪检监察工作体系，积极探索了深化党风廉政建设责任制和领导干部廉洁自律工作新的有效途径，开创了党风廉政建设和反腐败工作新局面。2008年，本行致力于惩防体系构建和党风廉政建设，各项工作在继承中发展，在改革中创新，取得了明显成效。

大力推进惩防体系建设

2008年，本行学习贯彻中央纪委《建立健全惩治和预防腐败体系2008年-2012年工作规划》，进一步完善本行党委惩治和预防腐败体系建设工作领导小组和办公室等组织机构。按照新《劳动合同法》有关规定，修订了《中信银行员工违反规章制度处理办法》；根据中国银监会《商业银行操作风险管理指引》规定，制定了《中信银行操作风险和案件防控管理工作奖惩办法（试行）》。

进一步落实党风廉政责任制

本行建立了党委统一领导，纪委组织协调，业务部门各负其责，群众积极参与的领导体制和工作机制，把党风廉政建设责任制的落实与业务工作紧密结合起来，基本形成了“一岗双责”的工作格局，推动党风廉政建设和反腐败工作的深入开展。2008年，本行认真贯彻执行中央纪委《关于2008年党风建设工作的实施意见》精神，重点查找了管理上存在的漏洞和薄弱环节，检查了发生不正当交易行为和商业贿赂的重点领域和环

节，检查了群众反映强烈的问题、损害群众利益的问题和领导干部落实廉洁从业各项规定的情况等，做到边检查边整改，扎实推进党风建设各项工作。

开展形式多样、内容丰富的反腐倡廉教育活动

本行各级党、纪委围绕本单位党风廉政建设的实际，开展了学习贯彻第十七届中央纪委第二次全会精神的活动，组织专题学习讨论会议，引导广大党员全面理解和正确把握中央关于反腐倡廉工作的要求；在全行集中开展以禁涉黄行为、禁涉赌行为、禁涉毒行为、禁经商办企业、禁与地下钱庄发生往来和禁上班时间炒股为主要内容的“六禁”教育活动，加强员工教育，提高员工对“六禁”行为危害性的认识，使员工个人修养、遵纪守法意识得到有效提高；举办深入人心的警示教育，组织干部员工观看了全国金融系统大案要案纪实教育片，部分分行组织重要岗位员工参观监狱，突出合规合法教育和警示教育，使本行员工进一步牢固树立了廉洁从业意识，做到警钟长鸣；开展形式多样的廉政文化建设，“廉洁从业条规知识答题”活动、“合规经营促发展”、“廉洁文化在中信一大家谈”征文活动等。



认真做好反洗钱工作

为打击犯罪，维护国家金融稳定，本行严格遵守、执行国家反洗钱的法律法规和监管部门反洗钱的制度要求，履行反洗钱工作的职责和义务，认真做好反洗钱工作，积极配合司法部门打击洗钱犯罪活动。

高度重视反洗钱工作

2008年，本行从维护金融秩序、打击洗钱犯罪、保障经济金融健康发展的高度，充分认识反洗钱的重要性，将反洗钱工作放到保障本行依法合规经营的重要位置上，高度重视，切实遵循和落实《反洗钱法》及反洗钱监管要求，及时研究解决反洗钱工作中遇到的问题，有效防止发生反洗钱操作风险事件，确保本行反洗钱工作的合法合规性。

建立健全反洗钱内控制度

2008年，根据《反洗钱法》和中国人民银行有关监管法规的要求，本行建立健全了全行反洗钱内控制度，确保反洗钱内控制度具有严密性和有效性。反洗钱内控制度覆盖本行各相关业务部门，贯穿于相关的业务流程之中，避免存在漏洞和盲区；同时，反洗钱内控制度实行责任制，有专门的岗位和人员去执行和落实相关制度，以防止制度形同虚设或流于形式。

审慎做好客户身份识别和资料保存工作

2008年，在与客户建立业务关系或者提供有关金融服务时，本行严格按照《人民币结算账户管理办法》、《储蓄实名制管理规定》和国家外汇管理局相关要求识别客户身份，审核并登记客户及其代理人、受益人的身份证明文件和有关资料，不与身份不明的客户进行交易，不为客户开立匿名账户、假名账户。同时，按规定保存客户身份资料和交易记录，客户身份资料

自业务关系结束后、交易信息自交易关系结束后至少保存五年。

严格执行大额交易和可疑交易报告制度

2008年，本行把依法报告大额交易和可疑交易作为反洗钱工作的核心和重点，在履行反洗钱义务的关键环节上，严格执行相关的监管法规和内控制度要求，确保尽职尽责，不出任何纰漏。

加强反洗钱监督检查

2008年，本行将反洗钱内控制度的执行情况纳入常规性的监督检查工作中，有计划地开展反洗钱专项检查或抽查活动，确保各项反洗钱内控制度和工作要求在本行各网点得到切实有效的落实和执行。

强化反洗钱工作的宣传和培训

2008年，本行采取多种方式加强反洗钱宣传和培训工作，切实提高各级管理人员、业务人员的反洗钱责任意识和相关技能，通过培训提高一线操作人员和反洗钱岗位人员识别和报告可疑交易的能力和和经验。

积极开展反假防伪工作

2008年，本着对客户负责、对银行信誉负责的高度使命感，本行通过培训、检查及宣传三位一体的方式在网点等公共场所，积极推进反假防伪工作，确保一线人员100%持有中国人民银行颁发的反假货币上岗证、确保险钞设备能够辨伪能力达标、确保日常反假宣传及定期社会宣传到位，确保了给客户支付的现金均为真币，同时对收到现金中发现的假币均按中国人民银行要求及时没收。此外，通过积极向公众宣传，加强公众对假币的认识，提高自觉抵制假币的行为。

The background features several abstract, hand-drawn yellow geometric shapes on a grey background. These shapes include a cube, a sphere, a cylinder, and various polygons, all rendered with thick, textured yellow lines that give them a three-dimensional, sketch-like appearance. The shapes are scattered across the page, with some overlapping.

公司社会责任 实践

Corporate Social
Responsibility Report 2008

近年来，本行盈利能力和竞争地位逐年大幅提升，不仅为股东创造了最大的价值回报，也大大提升了本行承担社会责任的能力，为政府、客户、员工、社会、环境等各利益相关方履行了企业的社会责任。

本行以实现股东价值最大化为目标，逐步建立了具有中信特色的经营理念和经营战略，逐步夯实了长期、持续、较高盈利能力的基础，综合盈利能力跨入国内中小股份制商业银行竞争前列。近年来，本行盈利能力和竞争地位逐年大幅提升，不仅为股东创造了最大的价值回报，也大大提升了本行承担社会责任的能力，为政府、客户、员工、社会、环境等各利益相关方履行了企业的社会责任。

保障股东权益 创造价值回报

自在中国内地、香港同步上市以来，本行始终坚持追求股东价值最大化，保护境内外中小股东利益，增强经营透明度，提升资本市场的社会公众形象。建立了完善的公司治理架构，在制度和运行上保证了经营管理、监督约束，以及激励机制的合理分工和有机制衡。按照两地监管规则，本行制定了关联交易管理办法，加强信息披露的高效管理，做好境内外投资者关系的精心维护和管理，保证上市公司公开、公正、透明的经营运行。

盈利水平进一步提升

截至2008年12月31日，本行2008年净利润为133.20亿元，比上年增长60.68%；总资产收益率达1.21%，比上年增长0.24个百分点；净资产收益率超过14.84%，比上年提高0.54个百分点；成本收入比32.98%，比上年下降1.91个百分点，成本费用控制良好。

本行总资产为11,878.37亿元人民币，比上年增长17.46%；资本充足率为14.32%；各项存款余额10,544.40亿元人民币，比上年增长19.30%；各项贷款余额6,649.24亿元人民币，比上年增长15.60%。

本行资产质量持续双降，拨备覆盖率进一步提升。克服去年初雪灾、汶川地震和9月份后金融风暴的影响，不良率1.36%，比上年下降0.12个百分点。同时，风险抵御能力迅速提升，拨备覆盖率从上年的110.01%大幅跃升至150.03%。

2008年，本行当年应缴税费85.06亿元人民币。

加强信息披露管理

本行按照上市及发售股份所在地颁布的各种证券监管规定进行信息披露活动，依法公开对外发布各类定期报告及临时公告，确保信息披露的及时性、公平性、准确性、真实性和完整性，以保护境内外投资人及相关当事人的合法权益。特别是在中国内地、香港两地同步上市以来，本行严格遵循上市地监管规定，在进行信息披露时将遵循孰高、孰严、孰多的原则以保证公平对待所有投资者。

2008年，本行根据境内外监管规定，共发布了66项公告，包括2007年年报、2008年第一季度报告、2008年半年报、2008年三季度报、2007年度股东大会决议公告、董监事会决议公告、持续关联交易公告等。

为加快推进信息披露体系建设，进一步提高信息披露的透明度，规范信息披露行为，保护本行、股东、债权人及其他利益相关者的合法权益，根据两地相关法律、法规及监管机关的要求，2008年，本行在2007年



制定的《中信银行信息披露管理制度》的基础上，制定了《信息披露管理制度》、《信息披露管理制度实施细则》以及《重大信息内部报告制度》，对信息披露的内容、形式、程序、管理等进行了进一步规范。在总行和各分行建立了重大信息报告的有效沟通渠道，从体制上完善了信息披露的相关工作流程，以确保本行信息披露的及时、准确、完整。

此外，为落实好信息披露方面监管要求，提升本行信息披露工作人员业务水平，保障合法合规地开展信息披露工作，本行积极推进信息披露培训工作，先后组织了两次全行信息披露培训视频会，邀请境内外知名律师和专家对总行部门和各分行信息披露小组相关人员进行了专题培训，理顺了披露信息的收集、管理、披露和保密工作机制。

加强投资者关系管理

自上市以来，本行管理层对境内外投资者关系始终给予高度重视。2008年，在严格履行上市公司信息披露要求的前提下，秉持合规性、保密性、公平性、高效性的原则，本行投资者关系管理工作取得了良好的市场反响。

围绕定期报告的发布，本行策划实施了大型业绩发布会、全球路演、媒体宣传等活动，范围覆盖了欧洲、北美、中东、中国香港和大陆，以及亚太等区域，与投资者、分析师展开了广泛而深入的交流，为本行树立良好的资本市场形象做出积极贡献。

针对持续性关联交易上限申请事宜，本行开展了专项路演活动，加强了与投资者的交流，积极完善并利用本行与投资者的沟通平台，充分实现本行与投资者价值最大化的目标，赢得了投资者的好评，稳固了投资者的信任。

在日常投资者关系管理中，本行通过多元渠道和方式与投资者保持密切交流，召开一对一、一对多见面会近百次、电话交流会数十场、受理境内外投资者热线5000余次、邮件千余封等。在不断的积累过程中，本行的投资者关系网络已经初步搭建，并与境内外投资者建立起日益稳固的友好关系。

本行的投资者关系管理均是在严格履行上市公司信息披露及投资者关系管理要求的前提下进行的，具体可分为两方面：建立健全投资者关系管理制度及配套办法，本行积极推进投资者关系的制度建设，起草了信息披露管理办法、信息披露实施细则、重大信息报告制度、投资者关系管理办法、投资者交流会议组织原则和注意事项等文件，并在实践中不断完善制度体系；严格遵循投资者关系管理的合规性、保密性、公平性、高效性原则，规范开展投资者关系管理的各项工作。

无论大型活动还是日常交流工作，本行均本着诚信自律的原则进行充分有效的信息披露和投资者关系维护，在提高本行透明度的过程中，促进了投资者对本行的了解与认同，逐步实现公司价值与投资者价值最大化的最终目标。



响应政府号召 支持国家建设

本行积极支持国家各项建设，将维护国家金融稳定和国民经济持续健康发展的理念落到实处，注重实现社会效益，为国家建设贡献自己的专业力量。2008年，本行积极应对宏观经济形势变化，面对经济金融环境的挑战，主动调整信贷结构，加大优质客户营销力度，积极支持交通、电力、采矿业等关系国计民生的基础性、资源性行业。

支持国家基础设施建设

2008年，本行为国家基础设施建设提供了持续不断的支持，为国民经济社会发展贡献了源源动力。

本行积极支持涉及国计民生的基础性、资源性行业，水、热、气的供应业，积极支持国家中长期铁路网规划中的主干线和主要铁路枢纽，发达地区的高速铁路、择优支持《国家高速公路网规划》的“7918”网的建设，择优支持国家的骨干枢纽机场项目，在公交、发电、机场、地铁、高速、煤气、排水等基础设施的建设方面提供了强有力的信贷支持和全方位的金融服务。

本行作为牵头行成功筹组了7个银团贷款项目，如中国黄金集团20亿银团贷款、中国玻纤股份有限公司10亿元人民币银团贷款等，签约金额156亿元。其中由本行在2008年联合牵头安排的印尼PLN5.9亿美元出口信贷银团贷款项目是本行在1996年牵头伊朗地铁之后再次筹组的大型出口信贷银团贷款。

本行设计推出了与中国第二重型机械集团重型装备股份公司公开型保理业务模式、与国电电力等电力公司设备销售回租的应收租金债权保理模式等，并抓住银行系金融租赁公司成立的机会，在业内首先推出回购型应收租金债权保理业务模式，与工银、交银、民生金融租赁公司合作项目金额迅速达到40亿元。



支持我国中西部、东北地区经济建设

截至2008年末，本行机构网点总数544家，其中一级分行30家，二级分行20家，支行493家，财务公司1家，遍布全国50余个大中城市。

近年来，在机构发展上，本行积极响应国家“中部崛起”、“西部大开发”和“振兴东北老工业基地”的政策，重点加强了在中、西部和东北地区的机构布局，为当地的经济建设提供了大量的资金和信贷支持。

自2007年起，本行相继开设了太原分行、呼和浩特分行、南昌分行三家一级分行以及唐山分行一家二级分行，2008年先后有南宁、哈尔滨、莆田、南通和洛阳5家分行实现开业，57家支行实现开业，并计划再开设若干家分支行，从而动员全行人力、物力、资金资源投入到开发中西部地区经济建设上来。与此同时，本



案例

2008年4月，某公司特高压电网建设项目中首笔6334万欧元信用证顺利在本行开出，标志着本行在关系国计民生项目上再次担任重要角色，使本行跻身为该公司的国际业务合作银行之列。

长期以来，本行一直立足于北京市场，积极服务于地区经济建设，尤其对北京市的基础设施建设始终保持着高度的关注。特高压电网建设工程是全国重点基础设施建设工程，已通过国家发改委的审批，建成后将有巨大的经济效益和社会效益。为更好地服务于客户，本行总行营业部组成专项工作小组，深入了解客户需求，研究产品方案和营销策略，并派出单证专家详细解答该公司对于合同中各项咨询，逐条把关信用证条款，最大限度地保护该公司的利益，保证了项目的顺利开展。

行还不断优化在东部沿海地区的机构布局，充分发挥本行经营、管理和服务方面的优势，为当地政府、企业和居民提供优质的金融服务，积极参与和支持地方经济建设和社会事业发展，为促进地方经济社会又好又快的发展做出应有贡献。

支持我国新农村建设

2008年，本行认真贯彻中央精神，对农贸龙头企业和粮食加工企业提供与其相匹配的金融支持，为企业的做大做强，加强对周边地区的辐射力，促进当地农民的就业，带动农民脱贫致富提供相应的支持。本行深入挂钩扶贫点了解当地的农村金融服务需求，与地方乡镇企业进行座谈，并积极参加由各省银监局组织的“金融知识送下乡”活动，面对面地向农民们介绍各类实用的金融知识和服务，充分展现了新时期金融干部的优良作风。

在开展支持新农村建设的活动中进行了充分考虑和精心设计，本行按照“贴近农村、贴近农民、贴近生活”的要求反复考量活动内容的各个细节，追求“量少质精、内容丰富、宣传到位”，力求把最符合农民需求的金融知识送下去，把“支持的力量”带到新农村建设中。在组织参与“金融知识送下乡”活动中，

本行专门制作了金融知识展板，向广大农民发放印有金融安全和生活小常识的纪念品，受到了广大农民的热烈欢迎。

为我国小企业提供金融支持

近年来，本行重视促进和改善对小企业融资支持，不仅在资源投入上重点支持，同时也十分注重小企业金融服务的质量，创新或引入多种小企业特色产品。

积极支持我国保障性住房建设

2008年，本行积极响应国家支持保障性住房建设的号召，认真贯彻执行中央关于首套普通住房和改善型普通住房的优惠信贷政策，及时制定了对存量住房贷款和新增住房贷款的有关实施细则，保证符合条件的借款人享受到优惠政策。

截至2008年末，本行新发放个人住房贷款约200亿元，积极支持居民自住购房消费；全行累计发放保障性住房建设贷款20亿元，加大了对保障性住房的信贷支持力度，其中为北京市某“两限”房项目上紧急放款5000万元，截至年末，本行已累计对该项目放款4亿元。

针对房地产市场变化，本行推出了二手房交易直通车、气球按揭、自助质押贷款等新业务，设计了单双周还款、递进还款、宽限期还款、自动提前还款、分段还款等多种新的个人贷款还款方式，使得本行个人贷款客户能够根据自身需要，选择合适的信贷产品，方便快捷地办理信贷业务。此外，本行零售信贷管理系统2.0版的上线，实现了个人贷款数据集中，打开了从分支机构直到总行的电子审批快速通道，实现了网

上银行平台上自助质押贷款、自助提前还款、自助贷款查询等功能。

针对宏观经济特点，本行加大了零售贷款质量监测和不良贷款清收力度。对于业务合规性、虚假按揭、抵押登记办理、2007年房价高涨重点地区的住房按揭贷款等进行了重点监控，对新增不良贷款采取积极措施进行清收和化解，保证了零售贷款的资产质量。

案例

2006年，本行推出“小企业成长伴侣”，这是专门小企业提供的一系列服务方案。为此，本行充分发挥在财务管理、信息咨询、资金理财、贸易便利上的多种优势和区域性特色，针对生产周期不同的各种企业形式，向小企业提供不同种类的产品和服务，以帮助每一个小企业迅速健康成长。这些具有一次性审批、节约财务费用等特点的服务方案一经推出，受到广大小企业的普遍欢迎。截至2008年底，本行为全国6600多家小企业提供，切实为小企业的生存和发展提供了530亿元的金融支持。

2008年，本行以“优选市场、条块营销、搭建平台、创造价值”为经营理念，推出了涵盖流动资金贷款、国内贸易融资等授信品种的九大类三十一种小企业授信产品系列，专门针对小企业客户的特点进行改造，包括扩大授信审批权限、建立信用风险评价体系、简化操作流程、实现业务标准化管理等。在综合考虑小企业信用风险评价等级和小企业授信担保方式的基础上，建立了小企业贷款利率简化模型，并根据区域经济特点，制定明确的业务规划和推进措施。

同年，本行还制定了小企业授信管理办法并实行标准化管理，对小企业授信从授信准入、授信额度核定、担保要求、授信前调查、授信后管理等方面制订明确标准，提高小企业授信工作标准化程度。此外，本行针对小企业提高检查频率，严格贷后检查范围，严格查阅企业帐户支出情况，跟踪掌握授信实际用途，并与企业授信申请时表述的用途核对，严格企业资金流向监控，进一步加强了小企业贷后管理的力度。

积极响应国家扩大内需政策，确保贷款稳健增长

为积极应对国际金融危机对我国的不利影响，党中央、国务院审时度势，及时推出了进一步扩大内需的十项重要措施，以促进经济平稳较快发展。2008年

底，本行积极响应国家扩大内需的政策要求，明确了全行在原有贷款增量计划的基础上力争再增加150亿元信贷投放，切实加大对重点行业和企业的支持力度，有效满足实体经济对金融服务的合理需求，做好保持经济平稳较快增长的各项金融服务工作。具体包括：



- 积极支持基础设施建设。加大对铁路、公路、机场和电网等基础设施建设及铁路设备、工程机械、电网设备等配套企业的信贷支持力度。
- 积极支持保障性住房建设。加大对销售风险小、还款有保障的“双限”房、经济适用房以及廉租住房建设的支持力度。
- 择优支持抗经济波动风险能力强的医疗、教育及日常消费品行业发展。
- 坚持绿色信贷，加大对重点节能减排工程的信贷支持力度，严格控制对“两高”行业的信贷投放。
- 积极履行社会责任，在风险可控的前提下加大对灾后重建、“三农”和中小企业等领域的信贷支持。
- 支持服务业发展，适度扩大服务业贷款占比，支持高技术产业化建设和产业技术进步。
- 主动寻找业务机会，加强与地方政府和客户的沟通联系，及时了解客户金融需求，提高创新能力，积极提供综合金融服务方案。
- 提高贷款审批效率，对国家扩大内需的优质项目，优先审查审批，快速发放贷款。

在落实十项措施的过程中，本行坚持“区别对待、有保有压”的原则，突出重点，在风险可控的前提下加大信贷投放力度，同时注意处理好业务发展与风险管理的关系。对于遇到暂时困难但未来发展仍看好的企业，本行亦积极予以扶持。

确保财政资金及时准确划拨

作为中央财政集中支付代理银行，为保证财政资金及时准确投入使用，本行特别制定了应急支付预案，并成立了由会计、清算、信息技术和业务部门组成的应

急支付工作小组。在2008年特大雪灾、汶川地震以及奥运等重大事件期间，本行多次召开应急支付小组特别会议，明确分工，备足头寸，提出保持系统正常运转和小组成员24小时保持通讯畅通等要求，确保了财政资金的准确及时拨付。

确保第三方存管业务稳定运行

2008年5月发生的汶川特大地震灾情，对四川、陕西、重庆等地部分证券公司及商业银行信息系统运行造成一定影响。为保障有关区域的金融服务特别是社会影响力较大的第三方存管业务顺利开展，本行在前、中、后台部门的全力配合下，组织制定了第三方存管业务应急方案，明确了紧急账务处理流程，做到抗震救灾期间未出一笔账务差错，维护了金融系统运行安全。

2008年6月，为确保奥运期间总行及主要奥运城市分行信息系统安全、持续、稳定运行，本行制定了《本行第三方存管系统突发事件应急预案》和《本行公司网银系统突发事件应急预案》，并依照中国银行业监督管理委员会办公厅发布的《关于开展银行业金融机构重要信息系统奥运专项应急演练工作的通知》，于7月份组织了针对主要信息系统的应急桌面演练工作。奥运期间本行第三方存管系统及公司网银系统运行正常，业务开展顺利，保障了奥运期间的金融稳定。

围绕客户需求 创新产品服务

本行以目标客户需求为导向，积极响应金融消费者不断变化的需求，加大在资金、技术和人力上的投入力度，不断拓展产品和服务范围，完善客户服务体系，秉承“以客户为中心”的理念，提升服务质量，重视客户沟通与反馈，提供安全保证和风险提示，通过各种渠道实时受理客户投诉，进一步提高客户满意度。

零售银行产品与服务

2008年，本行零售银行业务在不利市场形势下稳定增长并且推陈出新。推出VISA奥运卡、中国旅行卡以及彩照卡等新产品，开发第三方存管预约转账和延时交易，优化了银保通系统，启动代理金、期货存管、新储蓄国债等项目的立项、开发工作等。

中信贵宾理财

本行于2005年全面推广的“中信贵宾理财”服务，依托中信控股金融产品门类齐全的优势，充分利用内部资源，为中高端个人客户设计和提供的本地、漫游两系列、多内容的贵宾服务，满足客户个性化、多元化的金融需求，现已成为本行VIP客户服务品牌。2008年，本行继续整合优化贵宾增值服务体系，服务范围涉及现金管理、财富管理和增值服务，一年一度的

“中信银行青少年高尔夫球对抗赛”和“白金之夜”活动也赢得了客户欢迎，有效提升了“中信贵宾理财”品牌美誉度和市场影响力。

各种理财产品

2008年，针对客户对理财产品的认识程度以及不同需求，本行积极调整产品结构，加强理财产品的风险提示和控制，强化客户对理财知识的认识和培训力度。

- 调整产品结构

根据2008年国内经济金融政策和市场的变化，以及银行客户风险偏好，本行及时调整研发方向，加大研发力度，在个人理财产品开发与管理上，拓宽投资方向。率先在理财产品管理中引入主动管理，加强投资管理，重点加强对产品运作过程中的风险监督；根据市场特点及客户需求，以中等及以下风险级别产品为主，以较高及以上风险级别产品为辅，相应采取稳健或较为积极的投资策略。

- 风险提示与控制

在理财产品说明中明示风险，且书面告知投资者，在销售过程中由客户经理对客户进行风险测评，根据客户的风险承受能力进行匹配销售。本行在产品设计环节、运作环节制定了信用、市场、流动性、交易对手、IT系统、操作等各种风险的控制措施，保证了客户权益。本





行还创造性地用颜色对风险度进行标识，极大地方便了投资者选择符合自身风险承受能力的产品。

- 普及理财知识

我国资本市场近年来发展迅速，与之不匹配的是客户对市场的理解和产品的认知仍处于较低层次，为使客户更好地理解资本市场和银行理财产品，本行多次组织总行和分行级的投资报告会，向投资者分析不同投资市场的风险和收益特征，介绍市场上各类理财产品特征和运作模式，使客户在充分知晓产品特点的情况下，作出符合自身实际情况的投资决策。

案例

北京奥运会期间，本行组织人员在7月上旬对奥运城市所在分行进行了奥运金融服务工作检查，包括总行营业部、上海、南京、深圳、杭州、大连、青岛、天津和沈阳等8家分行，涉及35个网点和13个离行式自助银行，并于7月下旬又进行了复查工作，同时对重点旅游城市成都、西安、太原和苏州4家分行进行了奥运金融服务检查，确保了在奥运期间提供文明、规范服务。本行被授予“中国银行业迎奥运文明规范服务系列活动组织奖”，27家分支机构被评为“2008年度中国银行业文明规范服务示范单位”。

客户投诉处理机制

2008年，本行全面加强客户投诉管理，重新制定《中信银行客户投诉管理办法》，总行加大检查和处罚力度，督促各分行及时、全面、准确查找客户投诉处理工作的问题，各分行定期汇报投诉事件处理进展，上报《客户意见簿》。总行服务品质管理工作小组定期对客户投诉进行回访检查，了解客户满意度及分行改进情况。总行定期通报投诉检查结果，并将投诉处理结果纳入对分行的考核。

- 明确投诉处理权限

总行服务品质管理工作小组负责全行客户投诉的管理，分行服务品质管理小组负责本分行的客户投诉管

服务品质建设

2008年，本行进一步推进服务品质体系建设，完成了柜员薪酬与服务评价挂钩、大堂经理配备及考核、客户投诉流程执行及责任人处理、节假日营业网点和自助设备正常运营、网点晨会管理等具体工作；加强了对全行大堂经理的业务和营销培训，提高网点服务营销水平；在全行开展了奥运服务检查工作，保证了网点奥运期间服务质量；实施“神秘客户”调查制度，开展了服务品质和客户满意度调查，及时发现和整改服务问题。

理。由95558客户服务中心负责受理和处理转发到总行的客户投诉，分行服务品质负责人负责受理分行的客户投诉及意见箱、媒体等渠道投诉，并协调处理客户的投诉，将客户投诉在第一时间解决。

- 统一投诉渠道

各分行在营业网点及自助银行显著位置对外公布统一客户投诉电话95558，并24小时接听客户投诉电话，保证客户投诉得到及时有效处理。

- 实行“首问负责制”

第一位接到投诉的员工在其处理权限内负责该问题的解决，对超越权限的问题及时上报，同时全程跟进，

保证“一站式”解决客户问题。

- 按照“限时处理”原则处理投诉

明确规定不同类型投诉的处理时效，严格遵照执行。在客户问题得到解决的第一时间内及时回复客户。

随着本行客户投诉处理机制的规范及成熟，投诉管理工作取得了较大成效。总行受理的客户有效投诉总量逐年下降，投诉处理及时率、按时结案率、客户满意率等大幅度提升。

- 2008年本行接受客户投诉情况

2008年，本行客户投诉的内容主要涉及服务态度、渠道管理、业务水平、产品设计这四大方面，其中有关服务态度方面的投诉仅有37笔，占总量的22%，比去年的296笔下降了87.5%；有关渠道管理方面的投诉86笔，占总量的52%，比去年的122笔下降了29.5%；有关产品设计方面的投诉8笔，占总量的5%，比去年的30笔下降了73.3%；有关业务水平方面的投诉35笔，占总量的21%，比去年的110笔下降68.2%；总行投诉处理及时率达到99%，比去年的85%提高14个百分点，投诉客户满意率和按时结案率均在99%以上，比去年的90%提高大约9个百分点。投诉处理及时率、按时结案率及投诉客户满意度水平都处于业内领先地位。

本行通过95558共受理客户有效投诉189笔，比去年同期的369笔下降了195%，月受理客户投诉数量除2月、7月集中遇到信用卡客户投诉略有上升外，月受理投诉量基本呈下降趋势，并且2008年度下半年的投诉量仅为全年总量的30%。

客户满意度调查

2008年，本行委托专业调查公司从网点执行规范和顾客服务体验感受两个层面对零售网点进行调研，其中



网点执行规范检查采用神秘顾客检查的方法进行，顾客服务体验感受采用顾客满意度调查的方法进行。通过神秘监测，如实反映各网点的服务现状，重点发现零售网点服务过程中存在的问题，为有针对性地提高本行的服务质量提供直接的决策依据。

案例

从2007年至2009年的三年间，本行接受了专业调查公司的三次满意度调查，即2007年5月、2007年12月和2008年9月底。对比三期调查结果所做出的本行与竞争行客户满意度排名来看，本行的客户满意度综合水平始终处于同业竞争行前列，而本行的普通客户满意度一直处于上游水平。

客户满意度调查结果反映出，客户的期望值提高速度远远大于银行服务品质提升速度，本行将不断进行服务创新，力求通过提升服务品质以提高顾客的满意度和忠诚度，最终提高竞争力。



私人银行产品与服务

自2007年8月本行成立私人银行中心以来，本行不断推出各项私人银行业务产品与服务以满足高端客户的需求。2008年，本行搭建了以北京、深圳分中心为主的直接营销体系，服务体系覆盖了华东、华北、华南、西北、东北、西南大部分地区。截至2008年底，本行私人银行客户达到2000余个，管理资产达29.7亿元人民币。

先进的产品设计理念

随着客户对稳健理财产品的需求更加强烈，本行私人银行中心引入了“核心-卫星”资产配置等先进的产品设计理念，以满足客户资产配置的动态需要，集合银行、保险、信托的专业优势，灵活配置多类低风险产品，追求稳健收益，客户的投资目标均可通过度身定做“核心”和“卫星”部分的资产比例，以及产品类别的配置来极具针对性地满足需求。

注重风险控制

在产品开发和引进时，本行严格审核，对产品中的风险点注意分析和列示，并提出相应控制措施。对于风险的承担方在《产品说明书》中明确说明；对于能够量化的风险，同时在产品运作过程中进行观察和控制，尽量提前控制和化解潜在风险。通过制定《私人银行客户经理工作守则》、《私人银行工作规范》等管理办法，要求客户经理销售理财产品时详细揭示产品风险，同时要求办理业务时使用录音电话，确保严格揭示风险。

规范受理客户投诉

通过制定《私人银行客户投诉管理办法》，本行对投诉处理实行分级负责制、首问负责制和限时处理制。

按照重要程度和事件性质将投诉分为三级，并对每一级投诉的处理流程进行细化，规范业务操作。按月统计各私人银行分中心及相关部门被投诉数量、种类和投诉处理质量情况，以通报的形式发至各分行和私人银行分中心，以此作为衡量服务质量的重要依据。

加强售后服务

对理财产品投资情况进行监测，本行对托管资金进行监督，与合作方协调等，定期发布《投资报告》，监控产品运作风险并及时响应应对措施；根据客户的特点，按照产品合约的约定定期寄送产品投资报告。



国际业务产品与服务

2008年，面对国际经济金融形势的动荡不安，本行加强自主创新，推出产品，积极迎难而上应对风险。

创新产品

针对短债趋紧推出进口代付产品，本行拓展与代理行的代付业务合作，推出了ING出口应收帐款转让、美国银行远期信用证合作方案、JP MORGAN银行远期信用证合作方案等替代产品。此外，针对沿海分行开发未来货权质押进口融资产品，本行草拟制定了管理办

法，召开国际物流融资研讨会，力求在物流融资产品中形成新的突破。

风险控制

- 强化风险提示

2008年初，本行把防范风险作为今年国际业务工作的重点，提示分行关注国际金融环境的动荡和国内政策的调整对出口企业的影响，要求分行慎重选择企业，进行风险排查，贷款跟踪和贷后管理，加强对国际方面热点问题和地区的关注，并将各类有关代理行信息和国家风险情况向分行进行各类风险提示和信息传递。

- 加强自查自纠，实现合规经营

本行积极配合稽核的整改要求和审计署审计，监督分行梳理并整改近几年内外部检查中发现的一系列问题，在分行开展内部合规专项检查，保证及时查清问题，未雨绸缪，有利于实现代为监管和防范操作风险。

- 防范市场风险和操作风险

由于世界经济的衰退，大宗商品价格波动幅度加大，国内企业面临的国际贸易摩擦明显增加，单证纠纷屡有发生，本行利用代理行关系，协调各方妥善处理纠纷的基础上，进行制度规范。

资金资本市场业务产品与服务

创新产品

- 人民币利率衍生品做市业务

2008年，本行根据人民币债券市场发展情况，重点推出了人民币利率衍生品做市业务。在有效控制风险的基础上，本行利率衍生品做市业务取得了较快发展，

该业务在复杂市场情况下，坚持提供多品种的双边报价，在同业机构中建立了较好的做市商形象和声誉。

本行继续发挥在外汇业务领域的传统优势，积极进行业务创新，国内银行间外汇做市业务交易量始终排在中外资银行前三名，连续第三年当选《亚洲货币》内地最佳外汇服务提供商，并首次入选亚太地区最佳综合外汇服务提供商前十名，成为唯一一家获此殊荣的中资银行，也是迄今为止该项目评选中中资银行获得的最高名次。

- 债券类理财产品

2008年，本行理财产品创新重点包括债券类理财产品，根据境内外资本市场波动剧烈，客户对固定收益产品需求较大的情况，通过产品创新设计，及时开发投资于银行间债券市场的“月月赢”系列保本类理财产品和“短融利”系列非保本类理财产品，切实控制相关风险，所推出的各债券类理财产品均为投资者实现了较高投资收益。

风险控制和告知

2008年，本行在发售资金类理财产品时，交易前针对投资者的财务状况、风险认知能力和承受能力，切实做好客户评估，对产品相关各类风险进行充分揭示，并对相关产品予以风险评级；交易中做好信息披露和投资者服务工作，定期编制相关投资报告，及时将产品和市场信息向投资者予以详细披露，使客户能充分了解和评估产品投资情况；交易后做好收益分配、到期结算和产品后评价工作，并将收益实现和分配情况向客户进行充分揭示。

质量保证和报告体系

2008年，本行资金资本市场业务进一步加强内控制度，完善报告体系，使得各个决策层级能够在第一时



间获得决策所需的市场信息和投资情况，提高了决策的科学性和透明度。同时本行引入了国际先进的 NUMERIX 系统，提高了本行对各类衍生产品交易定价能力。启动资金资本主线业务信息系统项目和人民币利率产品风险管理系统项目，以实现对相关交易信息、客户信息、授权授信等信息的统一管理，提高交易工作效率和安全性。

托管业务产品与服务

推出国内首个年金品牌

建立企业年金制度是我国社会福利保障制度改革的重要内容之一，将使我国社会福利保障制度的构成更具科学性，对于促进整个社会的和谐发展，进一步落实科学发展观，深入推进我国企业人事制度改革，建立多元化的分配补偿机制，增强企业凝聚力，深化国有企业改革具有重要意义。年金业务的推广是承担社会责任的具体表现。2005年，本行递交了品牌注册申请，创建了我国首个年金品牌——“信福年金”。在相当长的一段时期内，“信福年金”作为市场唯一的年金品牌，通过中信银行的积极推广运作，扩大了整个社会对于企业年金制度的认知。作为首家实现企业



年金管理运作品牌化、规范化的商业银行，本行为我国企业年金制度在全社会范围内的推广、年金行业标准的树立、促进我国社会保障体系建设以及增强企业社会责任、构建和谐社会做出了贡献。

初步构建中信产业（创投）基金托管业务平台

2008年，本行启动各类产业（创投）基金项目27项，签署5项。成功中标云南省科技创新投资基金和山西能源产业投资基金，与11省市发改委或金融办、23家创投相关机构建立联系，协助重庆市发改委制作产业基金方案，协助广东省发改委、四川省国资委和西安高新区等多个省市进行基金发起筹备工作。中信产业（创投）基金托管业务平台的搭建，发挥了当地经济的区位优势和资源优势，加快了当地市政交通基础设施建设的步伐，增强了区域综合实力和可持续发展的能力，对于推动科学发展、促进社会和谐起到了一定作用。

汽车金融服务

2008年，受全球金融危机等不利因素影响，我国汽车销量同比仅增长6.7%，销售增幅同比下降16个百分点。面对不利的外部环境，本行汽车金融业务逆势而上，全年汽车金融经销商融资累计达853亿元，同比增长44%；在支持我国汽车工业发展，拉动内需，刺激国内汽车消费等方面做出了自己的贡献。特别是2008年，北京奥运会之际，本行灵活创新，结合特色服务和部门业务特点，用实际行动支持奥运会。

案例

一汽大众公司作为北京奥组委特许赞助商，负责为奥运会提供贵宾用车。为此一汽大众选择了北京地区的一家经销商作为本次奥运用车租赁项目的载体。然而由于该经销商成立时间较短，实力较弱，资金不足，需要向银行融资购买该批奥运赞助车辆。本行在原传统汽车金融业务模式的基础上，为一汽大众奥运融资车项目设计了多方参与、风险防范措施到位的新模式，给予该项目2.3亿元人民币授信额度，专项用于一汽大众奥运赞助车辆融资业务。通过此项目，一汽大众公司实现了对奥运的承诺，有力地保障了奥运会的正常运行；本行则在风险可控的基础上获得了可观的中间业务收入及保证金账户存款收益；银企双方共同有力地支持了北京奥运会。

为保证奥运期间北京城市环保达到国际规定的要求，确保北京及周边有关地区交通顺畅，北京市在奥运期间实行了交通管制。北京现代汽车有限公司生产所需的部分汽车零配件无法运入北京，公司将临时停止生产，同时其已生产的车辆也无法向外运输。为确保奥运期间北京现代汽车的正常销售和北京现代汽车金融销售服务网络的正常运行，本行向北京现代提供了10亿元人民币奥运临时网络额度，专项用于经销商备足7月至9月的库存。此次奥运临时额度涉及40家经销商，授信金额近6亿元，为经销商储备库存车5390辆。此外，本行通过与生产厂家的积极沟通，协调分行为一汽丰田等网络的北京地区经销商临时提高了融资额度，专项用于奥运期间库存车融资。通过这些项目，为确保北京奥运期间汽车的正常销售做出了贡献。

投资银行产品与服务

债券承销

2008年，本行成功取得首批中期票据主承销试点资格，在首批试点项目中成为唯一一家同时主承销两支中期票据的股份制商业银行，并且积极响应政策和监管创新要求，成为首批成功为中小企业承销发行短期融资券的商业银行。根据WIND资讯和《证券时报》的统计，按全口径计算（银行间市场和证券交易所市场，承销机构包括商业银行和证券公司），2008年，本行债券承销家数达到26家，与中国国际金融公司并列市场第六位。

理财产品

本行结合市场需求搭建了包括稳健型、平衡型和进取型三大系列八大类产品的对公信托理财产品平台，积极推动全行对公信托理财业务的开展，2008年累计销

售179.29亿元对公信托理财计划，与近240家客户开展了对公信托理财业务，其中通过此业务新增对公存款客户50家。

资产管理

2008年9月，本行获得监管机构批准，成为第一批股份制商业银行信贷资产证券化试点银行。2008年10月10日，本行成功完成40.77亿元信贷资产支持证券的发行，信贷资产证券化创新工作取得重大突破，标志着本行资产负债管理水平和信贷管理水平迈上了新的台阶，成为投资银行业务发展的重要里程碑。

指导企业海外投资

为使国内企业更好地了解海外市场吸引投资的动机和激励措施，当地的法律、税收以及监管等，本行与西班牙对外银行（BBVA）合作，于2008年6月共同主办了“中国企业投资拉美论坛”，国内80余家知名企业



的近百位企业高管参加了本次论坛，邀请中外专家对企业海外投资活动给予指导，在促进中国与拉美国家的经济交流方面具有重要的现实意义。

信用卡产品与服务

2008年，本行依靠强大的信息技术自主开发能力，成为国内少数拥有信用卡核心业务系统自主开发能力的信用卡中心之一，目前已累计开发百余款信用卡产品，是国内产品创新最活跃、产品种类最丰富的信用卡之一。开创了多项国内首创、功能领先的增值服务和个性化服务，在重点客户群体中树立和巩固了中信信用卡的品牌形象。以客户需求为出发点，相继推出具有较大市场影响力的新产品：中信国航知音卡、运通卡等商旅产品和中信国航商旅专线，为商旅客户提供了优质便捷的机票、酒店预定服务；中信魔力卡为客户量身定制女性健康保险、亲子保险、品牌特卖场等各种女性专属服务；中信白金卡客户可享受升级后的“36+1高尔夫畅打服务”。

个性化产品与服务

- 拍拍卡

中国大陆首张万事达Magstripe PAYPASS信用卡，创新

结合了接触与非接触双界面支付系统的特点，以小额支付、非接触式刷卡消费功能是其最大的特色，为信用卡用户带来“一拍即走”的便利。

- 国航知音卡

中信国航知音卡“建档新流程项目”的成功上线，标志着本行信用卡中心成为三家国航知音联名信用卡发卡行中首家从根本上解决“国航卡建档不成功问题”的信用卡中心。

- 短信服务

本行在同业中第一家提出短信服务概念，极大地提高了服务速度。2008年10月，实现现场制卡，标志着中信信用卡发卡已突破了发卡时间的限制，率先实现了“快速”发卡。中信信用卡下大力气推动属地化经营，自2008年7月份以来，在全国开展了超过50项有地域特色的市场活动和15个属地化名卡项目，在当地同行中形成了良好的市场口碑。

高质量与高安全性

2008年，本行致力于通过保持良好的信用卡资产质量来回馈广大股东和社会，创造更大的社会效益；通过强化风险管理有效保障广大持卡人的利益，维护金融稳定和社会稳定，同时构建良好的风险文化，确保制度得以不折不扣地贯彻执行。

- 严格遵守国家的各项法律法规

本行认真贯彻落实监管部门的各项监管意见及风险提示。通过执行审慎的客户准入政策，使用严密有效的审批手段，严控对不具备法律民事责任、无偿还能力和不良信用记录的客户发卡。通过制定科学合理的授信政策，合理授予信用额度，避免过度授信，实现信用卡业务良性健康发展。

- 不断完善各项营销管理制度

本行明确要求客户经理在营销过程中通过书面资料、口头告知和其他各种有效途径及手段，向持卡人宣传正确的用卡观念，培养量入为出、避免过度用卡的消费理念。在贷后管理中根据持卡人财力状况、信用状况的变化，采取及时有效的风险管控措施（如风险交易提示、冻结卡片等），严格控制贷中风险。在逾期客户催收过程中，本行严格按照法定程序向持卡人本人催收，杜绝非法催收情况发生，积极履行企业承诺，承担构建和谐社会的重要责任。

- 通过各种渠道宣传信用卡知识

本行努力提高持卡人用卡安全意识及个人资料保密意识，积极联合公安机关共同打击黑中介和利用他人身份伪造申请信用卡的欺诈案件、严控持卡人不良套现行为，始终为营造安全、顺畅、便捷的用卡环境而不懈努力。

- 建立完整的质量保证体系

本行依靠强大的信息技术支持，逐步建立了一套较为完整的质量保证体系，生产运维部门协调各业务部门制定了一套严格的应急响应预案，并对信用卡业务核心系统及对外服务渠道模拟突发事件发生时进行了一系列桌面演练，均取得了良好的效果。

提升服务品质

本行秉承“用心超越期望，服务创造价值”的信用卡服务理念，加强客户接触点管理，关注客户用卡体验，完善服务细节，提升品质管理。完善岗前、岗后培训机制及员工激励机制，始终关注新入职员工的服务理念，特增设新入职员工岗前服务品质培训课程，品质辅导员参与到新员工培训中去，与员工进行沟通交流。

- 客户满意度调查

本行为更客观地了解客户对信用卡服务的认可程度，从2008年7月21日起正式实行语音系统客户满意度调查，客户满意度达到94.15%。本行对不满意客户进行了电话回访，通过有效合理地解答和服务，使客户对本行信用卡服务的满意度提升一个台阶，同时也对满意的客户进行抽样回访，收集有效数据作具体分析。2008年，本行信用卡客服中心服务达标率由69.21%增长到98.77%，客户满意度不断提升。

- 客户投诉处理

目前，客户可通过网络、电话、传真、书面等方式向本行进行投诉，员工在线进行解释安抚，如客户仍表示不满意，应及时将客户投诉内容记录疑难处理系统中，由客户服务支援室统一处理，根据客户投诉的情况，联系被投诉单位或相关主管部门进行核实调查，提出整改意见和措施。客服中心定期将客户投诉情况整理，并出具投诉分析报告，报送给业务管理部门，及时向相关部门反馈客户投诉情况。

- 服务质量认证管理

本行信用卡客服中心是同行业中首家也是唯一通过ISO9000质量管理体系认证的专业客服呼叫中心。标准化的作业管理模式使得整个中心的运营在授权状态下进行，保证任何客户在任何时间都能享受到标准化服务。



关爱员工成长 保证各项权益

2008年，本行通过培育有责任的企业文化，坚持以人为本的管理理念，实施人才兴行战略，建立完善的激励约束机制，为员工提供多途径、多形式的教育培训，搭建广阔的职业发展平台，促进本行业务的全面发展。

完善绩效管理 with 激励机制

本行以效率优先、兼顾公平的原则和市场化分配导向为指导，坚持短期激励与长期激励相结合、精神奖励与物质奖励相结合、有效激励与严格约束相结合，将薪酬与责任、业绩、风险直接挂钩，加大对重要岗位的激励与约束，充分发挥薪酬福利的激励与保障作用。

本行大力加强各级分支机构管理团队的建设，积极推进一级分行和总行部门管理层的调整配备工作，持续优化班子结构，初步建立起了一套适应本行竞争与发展要求，相互配套、有机衔接和较为完备的干部人事

制度体系，锻造了一支有激情、敢竞争、精干高效的管理团队。

根据经营管理需求，本行进一步优化薪酬结构，规范分配体制，完善福利保险体系，保障员工权益，不断完善薪酬体系。在统一全行基本工资制度的基础上，结合组织架构调整和事业部制的探索，充分考虑市场特点和竞争环境，积极探索多元化薪酬方案。按照属地管理原则，从总行到分行，都相继为员工建立了基本养老保险、基本医疗保险、工伤保险、生育保险、失业保险、住房公积金等各项法定福利；按照效益水平和员工需求，依法合规地为员工建立了完备的企业福利。



本行以业绩为导向，建立360度考核体系，形成了多层次、多维度、全方位的评价体系，根据“优秀、良好、一般”三个考核结果，并与绩效奖金分配、职务晋降等紧密挂钩，不断完善绩效考核，规范绩效管理。

保证员工各项劳动权益

重视员工身心健康

- 加强劳动关系管理

2008年，本行修订了《劳动合同书》文本，加强《劳动合同法实施条例》及劳动争议处理技巧的培训，加快配套管理制度的修改完善，积极推进劳动合同的新签工作，努力构建和谐劳动关系。

- 依法规范休假制度

根据国家有关法规政策，结合实际，本行及时修订《中信银行强制休假暂行规定》、《中信银行加班管理规定》和《中信银行员工考勤管理办法》，规范员工加班行为，明确加班费发放标准与条件；制定年假管理规定，明确年假条件，修订调整年假天数，确定未休年假补贴标准。



- 组织员工身体健康检查

本行每年组织员工进行全面的体检，检查项目逐年优化，并针对金融行业职业健康特点，平均每年体检项目每人达40项，对女员工进行妇科专项检查，定期组织员工牙齿健康检查，不定期邀请体检和医疗机构专家对员工进行健康讲座、开展健康调查，建立健康档案，针对体检中所发现的问题，进行指导，不断改善食堂膳食营养结构，逐步建立起良好的员工健康管理体制。

提供平等就业机会

截至2008年末，本行共有员工21,385人，平均年龄31.9岁，本科以上学历占65.54%，研究生以上学历2324人，占10.87%。女性员工和男性员工占比分别为52%和48%。少数民族员工705人，包括满族、回族、蒙古族、朝鲜族、土家族、壮族、彝族等20多个少数民族。

改善员工工作环境

2008年，本行积极改善员工工作环境，从实际出发，不断更新办公设备，提高办公手段的科技含量，使员工办公空间更加合理，进而满足业务发展及人员增加的需要。在改善员工工作环境时，特别重视利用自然条件，满足通风、采光等条件；同时，注重改善员工食堂、员工休息室等配套设施，从总行到分行，都力求为员工打造一个舒适、愉悦的办公环境。



案例

从改善办公区通风、采光条件出发，总行办公区对已连续使用9年以上未装修过的楼层进行重新装修，分步骤实施装修与调整，同时满足部门特殊需要（业务操作、设备摆放要求）；取消原东西两侧经理办公室房间，改为活动式隔屏，有利于自然空气的对流，解决员工办公区自然采光较弱问题；调整员工工位方面，更换新式办公桌，使员工办公空间更加合理；改善员工更衣条件，利用楼层中间部位设置员工更衣间，便于员工上下班更衣，同时巧妙利用空间将整体开放式办公区，分割成两个相对独立的办公区，使各部门办公相对独立。

重视女职工权益

2008年，本行认真开展创建“女职工文明示范岗”活动，做好评选推荐“女职工建功立业标兵岗”和“女职工建功立业标兵”的工作，三八妇女节向女职工发慰问信、慰问品，组织女职工各项活动。

关爱员工成长

2008年，本行开通多元化员工成长通道，打开员工职业生涯通道，启动了统一规范专业技术序列项目。加大员工队伍调整力度，疏通员工退出渠道。改进全行招聘调配机制，提高人才甄选质量，优化各类人才配置。在业内首家建立企业人力资源专属品牌——“中

信英才”。创新招聘技术，完善人才选拔手段。全面引入和推广人才素质测评系统，提高人才甄选能力。本行在由中国教育电视台、腾讯教育频道、中国经营报等单位组织的第六届中国大学生最佳雇主的评选中，首次入围并获得“金融行业十大最佳雇主”奖。

充分发挥职工组织作用

2008年，本行坚持以党的十七大精神为指导，深入贯彻落实以人为本的科学发展观，充分发挥职工工会组织在推进和谐社会建设中的特色和优势，开展争先创优及送温暖活动，健全困难职工日常帮扶机制，使送温暖工作做到常态化、规范化，努力做好对职工的慰问工作。

加强工会建设

2008年，本行进一步加强工会自身建设，按照实践科学发展观的要求，把服务科学发展、服务职工群众的要求落到实处。进行了工会换届选举，重新推选了工会小组长，完善了组织机构。制定下发了《本行组建工会暂行办法》、《本行工会换届、增补委员管理办法》，健全了规章，规范了工作。下一步将以职代会建设为重点，在民主管理建设上狠抓落实。充分利用职代会、会员大会等形式，使职工和银行在政治上、经济上成为利益共同体，切实加强人本管理，促进银行的稳健发展。

组织各项文体活动

2008年，本行以“与奥运同乐”为主题，广泛开展了各种职工群众喜闻乐见的体育活动，用实际行动迎接和参与2008年北京奥运会，在全行营造浓郁的体育健身氛围。组织羽毛球、象棋、桌上足球、投篮、台球、乒乓球、跳绳比赛，职工秋游采摘、健步走活动，开办瑜伽培训班，建立文体活动室，各项活动参



与人员多、覆盖面广，全方位多渠道地丰富了职工的业余文化生活，为构建和谐企业，推动群众体育向广度和深度发展贡献了力量。此外，本行每年还为职工购买公园年卡和电影票，组织专场文艺演出等慰问职工，不断丰富职工业余生活。

帮助困难职工

自建行以来，本行在每年春节期间慰问困难职工，平日慰问住院及生病职工，为生病职工联系医院，八一建军节期间慰问复转军人职工，在职工生日时送上贺卡和蛋糕卡。

关爱离退休人员

在做好日常服务和家访慰问工作的同时，本行认真部署全行离退休人员的节日慰问工作，安排为总行65岁以上离退休人员安装“999紧急呼叫器”，组织安排离退休老同志到分行进行实地考察。针对离退休人员不

断增多、收入偏低现状，认真开展调研，增加企业补贴。

创建多层次的人力资源结构

2008年，本行成立了培训中心，继续加大培训投入力度，全年共举办各类集中培训项目8323个，培训29万人次，全行23万人次参加网络学习，累计16万学时。截至2008年末，本行教育培训支出增加，全行人均培训费用2523.2元，比2007年和2006年分别增长44.58%、69.99%。

同年，本行还积极开展与西班牙对外银行（BBVA）的培训合作，组织了12个赴BBVA培训项目，拓展了本行人员的国际化视野，丰富了国际先进银行的实践经验；利用境内外培训资源，进行核心人才培养，全行中高层管理人员和业务骨干的经营管理能力得到提升；推出新员工入职培训体系和贵宾理财客户经理、公司银行客户经理等专业岗位资格认证培训体系，同时充分利用网络学院平台和资源，开展了多种形式的网上培训项目，全员专业化水平进一步提高。此外，为营造良好的学习环境，本行加大了培训基础建设的投入，建立了中信银行培训中心（上海）。

加强员工与管理层的互动

2008年，在经营管理中，本行为提高员工的工作积极性和主动性，使员工及时了解银行的发展情况，以信息发布系统为依托，整合全行资源，建设了内联网系统，实现银行信息资源共享，进一步加大行务公开力度，及时将行长办公会决策事项、领导的重要讲话以及各项经营管理工作的方针、政策、进展情况，发布到内联网上，使员工能够及时了解银行的各项工作，提高员工的主人翁责任感，积极参与到银行的经营管



理工作中去，并自觉贯彻落实各项决策。

为构建和谐的企业内部关系，本行在网上开辟了员工论坛，员工可以随时在论坛上发表对工作的建议和意见，各级领导也可以通过内联网渠道了解员工的思想动态，倾听员工的意见，积极化解内部矛盾，正确引导员工行为，防范内部风险，形成和谐、发展、向上的企业氛围。



关注社会和谐 支持公益事业

近年来，本行关注国计民生，热心参与救助弱势群体、资助贫困学生、救助灾害、赞助公共体育事业等有助于社会和谐发展的公共福利事业。2008年，本行在一系列有利于促进我国建设和谐社会的扶贫、教育、环保和救灾等社会公益项目方面做出了贡献。



积极支持公益事业

本行将参与各项社会救助和慈善事业作为履行企业社会责任的重要组成部分。参与社会公益事业是中华民族的传统美德，也是对每一个公民（包括企业公民）的道德要求。2008年，当我国发生重大自然灾害和突发事件时，本行自觉以大局为重，积极提供财力、物力、人力等方面的支持和援助，妥善应对危机，帮助受灾地区人民度过难关，促进社会和谐。

广泛的社会捐赠

本行通过开展企业文化建设履行企业社会责任，弘扬“一方有难、八方支援”的优良美德，倡导员工热心

公益事业，奉献爱心，形成全行上下积极参与的良好氛围。

截至2008年末，本行向各种慈善机构、公益项目捐款总计为32,558,385.7元，其中雪灾捐款5,430,423.7元，地震捐款24,231,290元，其他社会捐赠2,896,672元。全行参与率达到100%，形成了全行上下踊跃参与奉献爱心的良好氛围。在捐赠项目上，本行重点参与有利于促进我国建设和谐社会的教育事业、贫困群体、残疾事业、环保、救灾、绿化等方面的项目，充分发挥全行力量，积极配合地方政府、慈善机构，承担了广泛的社会责任。



公司社会责任实践

案例

总行营业部：为北京市密云县冯家峪镇石洞子村成人文化学校捐赠电脑、资助村里孤寡老人、捐助困难学生学费；为中国妇女发展基金会建立“母亲水窖”捐赠；

杭州分行：向富阳市慈善总会、绍兴市慈善总会多次捐款；结对帮扶武义县桃溪镇；

苏州分行：向苏州癌症康复中心捐款；

南京分行：向联合国儿童基金会捐款；

沈阳分行：向沈阳希望工程、沈阳慈善总会捐款；

广州分行：向禁毒基金、教育基金捐款；

成都分行：向青羊区爱心慈善会、青羊区民政局、宽巷子社区委员会捐款；

昆明分行：向屏边县民族高级中学及新华乡中信岩峰希望小学捐赠教育设施建设；

青岛分行：帮扶贫困村及敬老院，给患癌退休老员工捐款；

深圳分行：向深圳市绿色基金会捐款；

合肥分行：组织员工到对口扶贫县灵璧县刘圩村开展“送温暖”活动并进行捐助；

宁波分行：向贵州雷山地区扶贫捐款；向余姚晓云村结对扶贫捐款；向宁海胡陈乡扶贫捐款；

……

关注重大灾难

- 2008年初抵御南方冰冻灾害

2008年1月中旬以来，我国南方大部分地区和西北地区东部出现了罕见的持续大范围低温、雨雪和冰冻天气，严重影响了人民群众的生产生活，对当地金融机构的经营发展也形成了较大的压力。本行高度关注这场罕见的灾情和抗灾救灾工作的进展情况。为了及时救助灾区群众，帮助其尽快恢复正常的生产生活，根据集团公司统一部署，本行领导班子成员带头，迅速动员职工向灾区人民献爱心。全行上下积极响应，纷纷慷慨解囊，仅用了半天时间，共向灾区捐款540余万元（其中本行以单位名义捐款300万元，全行干部、员工向灾区人民捐款达240余万元），全部款项均按统一部署在第一时间通过中信集团汇缴民政部。踊跃捐款之外，本行辖属各机构还合理调配人力物力，保证各界向灾区捐款通道的顺畅，加强金融服务。

面对突如其来的恶劣天气和接踵而至的各种困难，本行受灾地区分支机构的全体干部员工全力以赴、积极应对，坚持营业，并且还尽可能地加入到当地铲雪



冰，抛撒盐沙，扫除积雪的工作中去。为防止客户遇堵，本行营业网点还特地准备暖瓶、食物等御寒物品，让客户充分感受到本行无微不至的关怀和温馨细致的服务，做到想客户之所想，急客户之所急，最大限度化解灾害性天气影响，保证了各项业务的正常开展。从除夕到大年初二，本行总行营业部在北京东、南、西、北4个地区，每天都保证有10余家网点开门营业。从大年初三开始，所有网点全部营业，保证办理捐赠赈灾义款。大年三十及初一，包括《北京青年报》、《北京晚报》、《北京晨报》等主流媒体纷纷



发布“中信银行人用热情服务融化无情冰雪”的报道，各大网站纷纷予以转载，树立了本行热心公益事业，关心灾区群众的良好社会形象。

- 救助汶川地震受灾地区

2008年5月，汶川地震，本行向灾区共捐款超过2400万元，其中以企业行为向灾区人民紧急捐款500万元人民币，并发动组织全行员工自发捐款，共募集善款532万余元；在本行广大党、团员积极响应党中央交纳“特殊党费”、“特殊团费”号召的过程中，全行累计交纳“特殊党费”5,549,240.28元、“特殊团费”722,234.98元，共计人民币6,271,475.26元，其他员工捐款680,815.2元；各分行向各地民政机关捐款6,958,999.54元。

期间，本行在信用卡服务上率先作出决定，免除四川地区中信信用卡客户因地震影响而延迟还款所造成的滞纳金和利息，随后又迅速启动主题为“13亿颗心，同一个愿望，只因一家人”的赈灾活动，号召数百万中信信用卡持卡人向灾区献出自己的爱心。在自2008年5月15日到6月12日活动期间，信用卡中心开通捐款热线，所有本行信用卡持卡人只要拨打中信信用卡中心的客服热线，即可向地震灾区捐款，捐款款项将直

接从客户的信用卡账户中扣除。截至6月12日（以扣款时间计算），持卡人通过中信信用卡捐款超过1627笔，捐款金额达到326,245.09元人民币。

与此同时，本行还特别为四川地震灾区的重建设计并销售了一款名为“中信理财快车之爱心计划”的爱心理财产品。该产品自2008年5月28日起发行，运作期限为26天，募集资金用于投资优质信贷资产。与以往同类产品不同，“中信理财快车之爱心计划”爱心理财产品客户最终获取7日通知存款利率的收益，而此收益之外的收益超出部分连同由本行让渡的管理费、托管费，都将以客户名义经由中国红十字总会直接捐赠灾区，所有捐赠款项将用于汶川灾区的灾后重建工作，与捐款一同递交中国红十字总会的还有参与爱心计划客户的名单。

本行还迅速开通爱心捐款绿色通道，个人网银V5.0、白金社区同时上线“爱心捐款”功能，使用该功能捐款全部免除手续费，并提供固定金额捐款、再次捐款、打印捐款证明、查询本人捐款记录、查询所有捐款记录等功能，截至2008年5月20日，爱心捐款已经达到469人次，捐款金额为近17万元。

此外，汶川地震发生后，本行工会第一时间给身处灾区分行发去慰问信，鼓励灾区员工在党政领导下，配合有关部门积极组织职工抗震救灾，主动站在前列，





为坚持生产、经营一线的职工服务，为因地震灾害造成困难的职工排忧解难。本行总行领导亲临成都分行进行慰问，从工会经费中向成都分行工会拨款15万元，用于慰问在地震中的受灾人员。其中员工家属死亡的，每人发放慰问金1万元；房屋倒塌的，每人发放慰问金5000元，其余用于补助困难员工。向重庆、西安两家分行工会各发放慰问金5万元，用于补助困难员工。紧急购买了800余顶帐篷，并速寄至成都分行680顶，重庆和西安分行各40顶。

多种方式参与社会公益活动

- 每年组织职工进行义务献血

本行总行机关工会和各分行团委、工会每年组织义务献血工作，身体力行地支援社会公益事业。各分行除了按照本行总行要求积极组织义务献血以外，还组织参与了诸如骑自行车宣传环保观念的活动。

- 在全行所有营业网点内开设赈灾捐款“绿色通道”

2008年，在全行所有营业网点内开设“绿色通道”，为捐款者提供“无需排队”快速通道，并在抗震救灾期间响应银监会的要求，免除了所有向慈善机构捐款的汇款手续费。在赈灾发生的第一时间，本行就在网银系统上开通了在线捐款功能，并为捐款人士保守隐私。

- 开展“加油！2008”大型公益活动

2008年，本行与中国青少年发展基金会、上海东方卫视合作开展“加油！2008”大型公益活动，通过“加油！2008”电视节目的线上推广和本行510家支行网点的平台推广，“加油！2008”活动最终成功为全国14,000多所希望小学募得善款5.3亿元人民币，全部用于四川灾区希望小学建设和全国既有希望小学体育设施的改扩建工作。此项活动在本行的鼎力支持下，创造了希望工程历史上单项活动募集善款的最高纪录。



支持各种体育赛事活动

本行长期以来注重体育比赛对公众健身的促进作用，大力支持了国内外重大的体育赛事，其中包括中国A1汽车大奖赛、中国网球公开赛、中国青少年高尔夫巡回赛以及国安足球赛等。本行力求通过公众对这些精彩赛事的关注，积极引导公众加强体育锻炼，提高全民身体综合素质。

传播金融知识

本行一直坚持向社会各界传播金融知识，进行公众教育，加强社区宣传营销模式。

2008年，本行充分利用门户网站、网页、广告牌、宣传栏及报刊通讯等，面向社会公众，广泛开展银行业务、金融知识和服务品牌的宣传普及。有组织地开展金融知识进社区活动，加大对广大居民金融知识的普及推广，包括在社区设立金融知识宣传栏、理财讲座、社区金融知识问答、社区金融服务联系点等等，并由专人负责定期对宣传栏内容进行更新，收到了良好的效果。

社区宣传的营销模式立足社区，服务百姓，提高市民的金融素质，引导市民科学理财，提升市民的风险识别和自我保护能力，促进资本市场的稳定运行

和健康发展。此外，本行在营业网点和自助网点发放银行业务或金融知识宣传册和宣传页，宣传和引导社会公众逐步熟悉信用卡、网上银行、电话银行等各种自助设备。

塑造品牌形象

2008年，本行始终坚持以客户为中心，致力于打造卓越的品牌，通过在产品服务、业务开拓、风险管理和信息技术等方面的改革，切实提高产品质量和服务水平，树立诚信、稳健、亲和、卓越的品牌形象。同时，本行通过自身品牌价值、品牌美誉度和品牌影响力的提升，积极投身于各个层面的社会公益活动，不仅贡献了显著的物质力量，也发动社会各方面的力量给予中国公益事业精神上的支持，时时处处体现出本行长期以来秉承的“给您支持的力量”的企业文化。

公众形象与品牌建设

本行通过广告和商业宣传，以及卓有成效的新闻传播，正面引导各种媒体准确解读银行业各项政策、正确分析本行各项经营数据指标、积极传播本行经营理念和最新消息，使得本行品牌价值得到了进一步提升，社会影响力进一步扩大。2009年2月，由英国《银行家》杂志公布的“世界银行品牌500强”中，本行以10.43亿美元的品牌价值排在第99位，位居百强行列。





2008年，本行以加强品牌建设为中心，要求每位员工都要以塑造品牌、传播品牌和管理品牌为己任，使本行的品牌形象建立在更高的视野、更快的传播和更强的竞争力之上，以“建立品牌和传播品牌并举，提升品牌知名度和做强品牌实力并举”为原则，加快品牌建设的步伐，努力打造具有中信特色的品牌文化，坚持走具有中信特色的品牌建设发展之路。

在整体品牌的塑造方面，本行深化和延展了“支持的力量”这一品牌理念，以“给您支持的力量”增强与公众的亲合力，做公众信赖的伙伴；以“信念、信赖和信心”充分展现本行的品牌力量，强化品牌的内在实力；以具有高度社会责任的公益形象巩固本行品牌形象的社会认同感，从而使本行品牌在国内外银行信誉的竞争和品牌的角逐中，成为具有强大竞争优势的强势品牌。

在子品牌建设方面，本行于2005年全面推广的“中信贵宾理财”在2008年继续整合优化贵宾增值服务体系，

先后获得了新浪网年度“最佳理财品牌塑造”奖，《理财周报》“最佳银行理财产品设计团队”奖，《环球时报》“2008读者最关注的零售银行”奖等；本行于2007年推出的公司金融服务品牌“中信财富阶梯”，通过扎实的品牌推广工作，其市场影响力和美誉度日益提升，不断丰富品牌内涵，有步骤、有计划地推出了“中信现金管理”、“中信投资银行”、“中信同业金融”等6个子品牌，并先后在19家全国性主流财经媒体和10余家主流网站上进行了强有力的宣传，牵头组织了近20场多种形式的营销推动活动，2000多家本行重点目标客户参加了活动，有效地将品牌推广、方案推介和核心客户营销有机融合，使对公品牌市场影响力和美誉度不断提升，赢得了行业内广泛的赞誉和认可。2007年，本行私人银行中心成立，作为中信银行的一个高端服务子品牌，独家提出的六大私人银行服务，充分地展示了“全球视野、国际标准”的内涵，以管理体制上的优势、专业人才的优势、中信集团的金融平台优势以及境外合作机构

的背景优势，站在了国际化全球化的高起点上，同时也获得了国内多家媒体和社会评价机构的广泛认同；我国银行业第一个年金产品品牌，“信福年金”品牌以本行在金融界的优良口碑、中信集团的品牌优势和本行庞大的公司客户群为重要依托，发挥中信集团整体资源优势，形成了开放式的年金业务综合平台，2009年初，本行在中国银行业协会托管业务专业委员会成立大会暨第一届全体会议上当选为7家委员会常委单位之一。

市场地位和市场份额

2008年，本行公司银行业务存款、贷款的余额和增量均位居中小股份制商业银行前列，三分之二的分行已成为当地中小股份制商业银行对公业务主流银行，并且本行在发展汽车金融业务中实现了国内主流乘用车品牌的全面覆盖，已成为汽车行业的主流银行。

零售银行业务的管理资产和储蓄余额保持稳定增长，储蓄存款日均余额增量保持在中小股份制商业银行第二位，理财产品销售在中小股份制商业银行中处于领先地位，借记卡跨行交易成功率大幅提升，位居国内商业银行第三名。



国际业务全年进出口收付汇量超过1000亿美元，成为唯一一家进出口收付汇量跨入千亿美元俱乐部的中小股份制商业银行，并且本行市场份额已达5.8%，与贸易项下国际结算量增速均位居中小股份制商业银行首位。

资金资本市场业务继续保持了外汇做市业务的行业领先优势，并首次与法国巴黎银行、花旗银行、汇丰银行等一起入选亚太地区“最佳综合外汇服务提供商”前十名，成为唯一一家获此殊荣的中资银行。

信用卡发卡量在中小股份制商业银行中跃居第二位。



提升同业协作 促进行业发展

本行与其他十二家股份制商业银行共同向社会各界承诺：认真履行社会责任宣言，积极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，为中国银行业的进一步崛起，为中国经济、社会与环境的可持续发展，为和谐社会、小康社会建设，不断作出新的更大贡献。

加强同业协作

签署社会责任宣言



2008年9月，在广西南宁举办的“2008年全国股份制商业银行行长联席会议”上，本行与其他十二家全国股份制商业银行共同签署了《全国股份制商业银行社会责任宣言》，主要内容包括：深刻认识股份制商业银行的社会责任，坚持科学发展创造更大价值，依法合规经营维护金融安全和稳定，加强环境保护增进社会公共利益。本行与其他十二家股份制商业银行共同向社会各界承诺：认真履行宣言，积极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，为中国银行业的进一步崛起，为中国经济、社会与环境的可持续发展，为和谐社会、小康社会建设，不断作出新的更大贡献。

协助制订行业规范

2008年3月，本行协助银行业协会修改完善《银行业从业人员离辞职管理工作指引》，引导商业银行切实加强从业人员离辞职管理；协助银行业协会制定《银行业劳动合同示范文本》，推动银行业劳动合同管理的规范化，在保护银行员工利益的同时有效保护银行利益及信息资源；修订《中国银行业从业人员流动公约》，进一步细化银行业从业人员的流动规范，在促进合理流动的同时，加强离辞职管理。

2009年1月，中国银监会主持召开了“社会责任国际标准”研讨会，本行与工商银行、建设银行、交通银行、兴业银行、浦发银行、上海银行应邀参加了本次会议。会议集中讨论了由国际标准化组织制订《ISO2600社会责任指南（草案）》的主要内容、对我国银行业可能的影响以及今后的协调工作。在此次会议上，本行介绍了企业社会责任的践行情况和编写情况，同时本行被中国银监会指定参与研究《ISO2600社会责任指南（草案）》第七部分“组织全面贯彻企业社会责任指南”的修改意见，本行立即组织人员，认真研讨，积极配合。

建立同业联合还款同盟

2004年8月，本行与广东发展银行、深圳发展银行、民生银行共同签订了“四行跨行转账实现信用卡现金还款服务”协议，四家银行信用卡的持卡人可以在全国

各地这四家银行的近千家营业网点进行人民币现金还款，很大程度上解决了单个银行网点数量少带来的持卡人还款难的问题，免去了持卡人奔波之苦，方便了客户的需求，这是内地银行业出现的首个信用卡跨行还款联盟。

2007年11月，本行与建设银行、招商银行、深圳发展银行、光大银行、民生银行、上海浦东发展银行、深圳平安银行7家银行在上海地区成为第一批开通借记卡转账业务的银行，客户只要持有任何一家银行的借记卡，都可以进行信用卡免费转账。

截至2008年末，本行通过多行联合还款渠道，扩大了为客户服务的范围，为更多的客户提供了还款便利。

维护金融秩序 促进行业发展

本行始终坚持“效益、质量、规模的协调发展，追求滤掉风险的利润，追求稳定增长的市值，努力走在中外银行竞争前列”的经营理念，大力加强金融秩序管理，提升金融资源和其他社会资源的凝聚力，有效降低金融风险，构建和维护和谐的金融秩序。

切实履行诚信责任

2008年，本行积极遵守有关的法律法规，诚信经营。作为一家上市银行，严格遵循监管机构对上市公司信息披露的监管规定，同时参考国际惯例，建立起完善的信息披露机制。

加强合规管理职能

2008年，本行根据中国银监会《商业银行合规风险管理指引》的规定，积极倡导合规经营管理理念，推行诚信、正直的行为准则，进一步健全完善合规管理组织体系，大力开展员工合规培训和教育，坚持合规经

营是第一要务、风险控制是本行的最高原则，不断提高合规风险管理水平。

本行初步搭建了由总分行高级管理层、合规管理部门、专兼职合规人员构成的合规管理组织体系。在总行合规审计部内增设合规部；总行各业务条线设置专兼职合规员，分行按照资产规模设立合规部门或岗位，支行设置专兼职合规人员。同时制订了《合规政策》、《合规工作管理办法》、《诚信举报制度》等一系列合规管理规章制度，明确全行合规风险管理目标。

本行积极倡导诚信、正直的行为准则，推行合规经营是第一要务、控制风险是最高原则、认真履行社会责任的合规理念，开展全方位、持续性的合规培训。树立合规从银行高层做起、主动合规、合规人人有责、合规创造价值的理念，通过合规文化宣传和教育活动，促进员工理解合规重要性，培育合规文化。强化合规风险提示，采取合规会谈方式敦促问题整改，防范违规风险。

提升内控管理水平

本行已建立由股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的公司治理结构，并在此基础上建立和形成了一套完整的内部控制体系，形成了对风险进行事前防范、事中控制、事后监督和纠正的内控机制。本行的内部控制管理框架由内部控制决策层、建设执行层、监督评价层三部分组成，并形成由各级行、各职能部门主要领导负责，全体员工共同参与的内控管理架构。本行目前内控制度在内部控制环境、风险识别与评估、主要业务的内部控制措施、信息交流与反馈、监督评价与纠正的方面体现出了较好的完整性、合理性和有效性，能够为公司经营目标的实现和各项业务的稳健发展提供合理的保证。本行内部审计报告向监



事会和董事会完全开放，外部监事和董事会成员可以随时调阅内部审计报告。本行以有效保证经营管理合法合规、资产安全、财务报告及相关信息真实完整，确保战略和经营目标的实现为内部控制目标，充分构建内控三道防线，逐步形成全方位覆盖、全过程控制的内部控制体系。

- 完善内部控制环境

本行健全公司治理架构，加强关联交易规范管理，成立审计与关联交易委员会，明确职责权限，形成科学有效的制衡机制；完善等级行管理体系和激励约束机制，稳步推进FTP利润考核，规范专业技术序列，积极探索多元化分配模式；切实加强内控文化建设，从源头上提高员工抵御道德及操作风险的能力；本行已选定知名咨询企业为合作方，积极组织落实五部委发布的《企业内部控制基本规范》。

- 完善风险识别及持续监控手段

信用风险方面，本行全面应用公司客户信用风险评级系统，启动公司债项评级与违约风险暴露计量项目、零售评级项目；市场风险方面，完善交易风险和市值报告机制；操作风险方面，加强岗位制衡和职能协调，加强操作风险识别及持续监控能力；流动性风险方面，继续完善三级备付制度，完善预警机制。

- 强化内部控制措施

授信方面，本行实行分级授权制度，推进预警系统建设；资金资本市场方面，加强内外部制衡，建立资金交易风险评估和控制系统，完善危机快速反馈机制；会计及柜台方面，实现账务处理集中化、业务流程标准化、风险控制实时化；计划财务方面，进一步明确债券投资多层次止损授权体系，推进以风险资本回报为导向的考核体系建设；中间业务方面，遵循严格的

准入制度，完善三级制度体系；计算机信息系统方面，规范应用开发、质量控制、系统运行各环节。

- 健全内部控制信息交流与反馈机制

本行建立健全投资者关系管理制度及配套办法，加强信息共享与交流，提高监督成果利用率。

- 健全监督评价与纠正机制

本行组织开展全行内控评价，对全行业务条线和分行内部控制情况进行检查、评价和监督；深入推进案件专项治理，全面开展“六禁”教育活动，有效杜绝金融案件的发生。

支持环境保护 建设绿色银行

本行始终服从和服务于国家的宏观调控政策和产业结构调整政策，支持环境保护和循环经济发展，关注“赤道原则”的发展与变化，坚决杜绝向只顾经济利益，不顾社会道德和责任的企业，以及不符合国家环保和产业政策的企业授信，实行“坚持信贷环保合规、建设绿色信贷银行”的长期经营发展战略。



有效运用信贷杠杆

以信贷项目审核为主要渠道，努力为环境保护和节约能源做贡献

在国家严控“两高一资”企业贷款政策出台后，节能环保的理念在宏观政策层面提升到了新的高度。抑制高能耗、高污染和资源浪费型、产能过剩型产业扩张，离不开金融、土地、规划、环保等多个环节，迫

切需要产业政策与信贷政策的良性对接，实现银行与企业更高层次上的互利合作，共同实现经济结构调整和增长方式的转变，这不仅有助于宏观目标的实现，同时也惠及银行自身的良性发展。

- 在信贷政策制订和执行上，始终坚持把支持节能减排、保护环境作为落实国家宏观调控政策、追求可持续发展、履行社会责任的重要内容。



本行切实根据国家陆续出台的各项产业政策，相应调整钢铁、电力等行业的信贷策略，使信贷业务的发展与国家政策导向保持一致。多年来，本行一贯坚持对环境保护型、能源节约型企业提供有力的金融支持，并在制定授信审批政策时明确把环保指标达标作为对大中型客户授信准入和审批的重要依据，要求贷款项目必须符合国家有关环境保护政策的要求，严把准入门槛，防止信贷资金投入存在环保问题的企业，坚持“环保一票否决制”。授信审批中坚持四个“不贷”：一是对未通过环评部门审批的项目不贷；二是对限制类的新建项目和淘汰类项目不贷；三是对“区域限批”、“流域限批”地区的项目不贷；四是对存在环保违法问题的企业和项目不贷。

- 在信贷政策中，本行明确提出要树立环保责任，并充分考虑和评估进行业务往来的企业是否会对环境产生不良的影响，明确规定了不予支持的行业和项目，在信贷投资上向环保企业倾斜，在环境治理、绿色工程等方面给予重点支持。

从严控制对高耗能高污染（“两高”）行业的贷款投放

2008年，本行认真执行国家建设项目环境保护管理的有关规定，坚持差异化的信贷政策，支持先进产能、淘汰落后产能，严格审核项目环境影响评价、节能评估是否符合国家规定，不断优化贷款投向。

在落实国家宏观调控政策和节能减排总体计划方面，本行结合国家产业政策导向和本行实际，及时制定和更新了包括钢铁、水泥、电解铝、焦炭、铁合金等高耗能、高污染行业的信贷政策。在环保依法规的前提下，提高新建项目的授信准入标准，从严控制对这些行业的授信总量，并按照“有进有退、结构调整”的原则，对各行业实施客户分类管理。

上述政策措施的实施，使本行对高耗能、高污染行业的贷款得到了有效控制，贷款结构不断优化，贷款质量进一步好转。

- “两高一剩”行业贷款余额在公司贷款总额中的占比下降，质量得到提高

2008年，本行对重点“两高”行业授信实行总量控制。要求对钢铁、水泥、炼焦、有色金属等行业的贷款增速控制在平均贷款增速之内。新增贷款主要支持“两高”行业中符合国家产业政策、排名靠前、环保达标且竞争优势明显的优质企业。同时，加快退出受宏观调控影响大、技术落后、环保风险高、利润率低、竞争力不强以及国家限制类和淘汰类的“两高”企业授信。截至2008年底，本行对钢铁、水泥、炼焦、有色金属等行业的贷款增幅仅为4.57%，远低于全行平均贷款增速。

从存量贷款结构看，“两高一剩”行业贷款合计315.6亿元，增幅5.8%，比全行对公贷款平均增幅低近10个百分点。本行钢铁、水泥、炼焦、铝冶炼和铜冶炼等“两高”行业贷款不良率1.2%，低于全行平均不良率。其中，占“两高”行业贷款比重68.6%的钢铁行业，贷款不良率为0.24%，比年初下降0.1个百分点。

从新增贷款的结构来看，本行新增贷款的“两高”行业客户主要是竞争力较强，符合国家宏观调控政策的优质钢铁大中型企业，钢铁行业前十大企业集团，核心企业与本行建立授信关系的已有9家。

- 严格控制“两高”行业贷款增长，进一步优化信贷结构

2008年，本行对“两高”行业的授信以维持和结构调整为主。除对本行战略客户可给予适度贷款支持外，对其他客户的授信原则上不再增加。从2008年下半年

起，本行对钢铁、铁合金、铝冶炼、铅锌冶炼、铜冶炼、电石、炼焦、造纸和水泥等行业实行授信核准制，上收了分行对上述行业客户新增授信的审批权。上述行业客户如确需新增授信，一律上报总行核准。对未通过总行核准的客户，各分行不得新增授信。总行上收部分行业的项目贷款审批权，对钢铁等重点行业授信实施总行核准制，确保“两高”行业贷款的适度投放。

- 加大信贷结构调整力度

2008年，本行坚决退出电力、钢铁、建材、电解铝、铁合金、焦炭、化工、煤炭等行业落后生产能力的授信，使“两高”行业存量客户做到符合国家政策、本行信贷政策和“双优双主”的客户标准。

积极支持节能环保企业和污水处理项目

2008年，本行积极支持、鼓励中小创新型企业 and 节能环保等项目，加强对企业防污减排能力的评估，对新增信贷项目实施环保政策合规性审查。

积极支持节能环保企业

本行积极支持、鼓励中小创新型企业 and 节能环保等项目。2008年，本行给予北京市某科技公司2.5亿元综合授信，用于支持其以脱硫技术为主的节能环保技术项目；向北京市某高新技术节能环保企业发放流动资金贷款3100万元，贷款企业是集研发、设计、施工安装和调试运营于一体的科技服务公司，在余热发电领域拥有一定技术优势。

大力支持污水处理项目

2008年，本行向8个污水处理项目提供授信2.3亿元。为了解污水处理行业的运行特点和模式，更好地支持污水处理行业，在北京召开了污水处理行业信贷政策



座谈会，进一步明确了对污水处理行业的信贷政策，为持续支持污水处理项目奠定了坚实基础。

大力建设电子化服务渠道

2008年，本行采取传统渠道和电子渠道并重的策略，一方面加快物理网点的建设速度，实行高低柜改造，优化柜面业务流程。另一方面，加大对电子渠道的投资力度，积极开发新的服务渠道。电子银行把传统的柜台业务通过互联网延伸至企业内部、客户身边，将银行与企业系统、客户个体等资源有效整合，极大地提高了双方交易效率，降低了交易成本，顺应了绿色办公潮流。本行电子银行业务发展快速，客户群和交易量快速提高，体系建设取得突破，产品不断更新换代，集中经营平台初显成效，品牌影响力日益提升。

公司网银

本行坚持“以客户为中心、以市场为导向”的设计理念，从系统架构、渠道建设、产品功能、平台服务、安全控制等方面对公司网银等电子银行系统进行升级改造，不断创新电子银行产品功能，提升电子银行系统性能。目前，公司电子银行已向客户推出网上银行、银企直联、支付网关三个服务渠道，内容涵盖账户管理、支付结算等9大类近50项业务服务功能。在不



断完善电子银行产品的同时，网银平台还逐步建立了安全中心、下载中心、帮助中心以及客户服务专区，将网银相关资料和信息一站展示。

截至2008年底，本行公司网银客户共计41,090户，全年交易共计20.4万笔，交易金额5万亿，较柜台渠道账户替代率为16.63%，交易笔数替代率为10.54%，交易金额替代率为21.73%。根据权威机构调查，银行每笔柜台交易的成本是3.06元，每笔网银交易的成本是0.49元，以此测算2008年电子银行替代柜台渠道节约成本共计524.8万元。

本行积极响应海关建设电子化通关作业模式的号召，于2008年6月正式获得海关总署批准在全行范围内开展网上付税担保业务。网上付税担保业务的推出进一步深化了网上付税业务内涵，丰富了网上付税业务的服务内容，适应了不同类型进出口企业无纸化通关的需求。

2008年北京奥运会期间，在业务推广上也融入了公益环保的理念，本行积极引导客户使用电子银行，以“助力北京蓝天计划”为主题的绿色网银营销活动，通过积分回报等活动引导客户少出一次门，少用一张纸，多用一次网银，既能解决奥运期间车辆限行给客户办理银行业务带来的不便，又能与客户共同为奥运蓝天做贡献，用实际行动为2008年的中国多创一片蓝天。在编写《现金管理：数字时代的网络金融服务》书稿时，为家庭贫困的3名大学生提供了勤工俭学机会，让他们参与资料收集等工作。

个人网银

本行致力于打造“让客户用着舒服的网银”，2008年，创新引入客户体验指标模型开发，上线了新版个人网银5.0和白金社区网银。2008年，本行个人网银（数字证书）客户发展到107.63万，客户数是上年的2.43倍，全行个人网银交易笔数为451.09万笔，交易量

达到683.45亿元，是去年全年交易的2.52倍和3.16倍。

新版本自上线以来，社会评测机构对本行网银给予了积极评价。先后获得“第三方证书突破百万”奖、“2008年中国网上银行最佳客户体验”奖、“第三方数字证书安全保障最佳网上银行”奖、首届中国电子金融“金爵奖”-“最佳网上银行”奖、2008财经风云榜“最佳客户感受”奖、第五届（2008年度）“中国网上银行客户最满意品牌”。

本行积极拓展网上消费商户，改善网上消费环境，截至2008年末，本行合作网上商户超过100万户，市场覆盖率95%以上。全行大力拓展网银缴费项目，新增水、电、气、话、手机等费用40项。为打造安全的网银，本行践行“中信网银、安全先行”理念，在业内首家使用专业的第三方数字证书为客户交易提供签名。

信用卡网银

2008年，本行信用卡中心在继续完善电话、短信、纸质账单、信用卡网银等服务渠道的同时，进一步贯彻环保和节能理念，下大力气发展电子服务渠道，电邮及电子账单方面，开展收集电邮地址、促动电子账单使用的系列活动，收到了良好的效果。全年净新增信用卡网银客户数33万，网银点击量每月达370万人次，月访问量达20万人。

自助银行

在自助银行形象规范上，本行制定下发了相关工作指引，组织分行在两年内完成所有自助银行形象的统一规范工作。在跨行交易成功率方面，本行在提高系统运行稳定性和实施用卡环境检查等方面开展了大量工作，借记卡跨行交易成功率排名获得了明显提高，基本保持在所有商业银行中第三名的水平，为银行卡业

务的稳定发展奠定了基础。

截至2008年底，本行自助设备建设管理和服务流程得到提高和优化，已经拥有826家自助银行，比去年增加98家，全行在用取款机、存款机、存取款一体机等与现金有关的自助设备达2787台，比去年增加660台。在行式ATM现金交易替代率达到了66.92%，有效缓解了柜台压力。此外，本行还开发了手机银行，成为继ATM、互联网之后银行开展业务的强有力工具，使本行渠道功能得到进一步丰富，服务能力得到进一步提升。

电话银行

本行通过全国统一的电话银行服务热线95558为客户提供7天/24小时全天候服务。2008年，根据本行客户的特点，95558电话银行从提升客户感受、提供完善服务入手，通过提高系统智能、改善系统结构，实现现代呼叫中心的建设目标。

在奥运期间，客服中心开通了奥运外语服务支持，每天24小时不间断提供中、英、日、韩、德、俄、西班牙语的语言服务；客服中心还选送了13名优秀员工参加了“奥运观众呼叫中心”工作。

本行客服中心还一直作为本行接待客户投诉的标准渠道。2008年，本行做到了投诉受理件件有落实有反馈，并定期向全行通报情况，通过流程化，努力做到快速处理、及时反馈，较为成功地将该类事件对银行的负面影响降到最低程度。

电子票据

2008年3月，本行推出电子票据产品，该产品是对现有银行承兑汇票产品的电子化创新，旨在满足大宗物资生产和销售企业的物流金融需求，特别适合于汽车、钢铁、石化、港口等行业客户。电子票据降低了传统模式下较高的票据保管、交付成本，提高了企业间票





据往来的效率，为企业提供了安全、便捷的票据产品，同时也提高了业务办理效率，满足了大型企业集团的票据业务管理需求。

环保办公

2008年，本行倡导节约办公，在提高银行办公信息化水平的同时，着力塑造资源节约型现代企业形象。向员工发出倡议，教育和引导员工从节约每一滴水、每一度电、每一张纸开始，尽量减少污染和浪费，减轻对能源和环境的压力。

电子化办公

在办公系统建设方面，本行开发建设了全行统一平台的个人办公系统。2005年起，本行开始建设企业内部信息发布系统和个人办公系统。2008年完成了30家分行的推广上线工作，实现了总分行之间公文的电子化传输、存储，以及行内各项工作的电子化审批和运转。系统还集成了即时通讯和短信等多种功能，作为电子化办公的辅助手段，督促各项工作的有效落实。个人办公系统的推广利用是本行办公方式的重大变革，它不仅实现了无纸化办公，提高了工作效率而且节约了大量办公资源，把建立资源节约型和环境友好型社会的国策贯穿在银行经营工作的始终，在注重发展，努力提高经济效益的同时，切实担负起社会责任，树立良好的企业形象。

办公环境管理

本行始终提倡为员工创造环保型办公场所。2008年，本行在对总行办公楼装修改造时贯彻了建设节约型机关办公的要求，有效地推进了节约型机关建设工作。办公楼的整体照明灯具统一更换成节能灯，卫生间抽水马桶更换成节水型马桶、洗手龙头使用感应式节水

龙头，员工餐厅厨房进行节水改造，将厨房灶台的排风系统升级为更加环保的运水型排风系统，有效地解决了厨房油烟对办公环境和公共环境空气的污染。通过一系列系统有效的改造，使总行办公楼变得更加科技与环保。



公司荣誉

Corporate Social
Responsibility Report 2008

2008年，本行获得了一系列社会荣誉与奖励。

日期	颁奖机构	奖项名称
2008年1月	新浪网2007年理财产品评选活动	本行“中信理财”品牌获2007年度“最佳理财品牌塑造奖”
2008年1月	搜狐财经金融理财网络盛典	本行公司网银获得“公司网银卓越创新奖”
2008年3月	《EURO MONEY》举办的“2008年亚太区最佳私人银行评奖活动”	本行获得“中国股票组合管理最佳私人银行奖”
2008年4月	中国外汇交易中心（CFETS）公布的2007年度银行间外汇市场优秀做市商、优秀会员银行和优秀交易员	本行获“交易量最大做市商”、“做市交易量最大做市商”、“最佳交易规范奖”、“交易优秀奖”和“非美元货币交易优秀奖”；并有3名交易员获得年度优秀交易员奖
2008年4月	中国信息化推进联盟客户关系管理专业委员会亚太地区最大规模Call Center /CTI /CRM及相关领域“中国国际呼叫中心与客户关系管理大会”	本行曹彤副行长荣获“2008中国客户服务杰出领袖奖”称号；本行信用卡客户服务中心获得“2008年中国最佳呼叫中心”荣誉称号
2008年5月	《金融时报》“首届中国金融业呼叫中心”评选	本行信用卡客户服务中心荣获“金融业最佳客户服务中心”
2008年6月	香港“亚太地区杰出顾客关系（CRE）与优质顾客服务质量标准（CSQS）峰会”	本行信用卡客户服务中心获“最佳客户联络中心”和“最佳顾客体验”两项杰出顾客关系服务大奖
2008年6月	《THE ASIAN BANKER》“亚太零售金融服务卓越大奖”颁奖典礼	本行荣膺2008年“最佳财富管理奖”
2008年6月	《21世纪经济报道》、西南财经大学信托与理财研究所“金贝奖·2007年度金融理财产品评选”	本行公司金融服务品牌“中信财富阶梯”荣获“2007年度最佳公司理财品牌”称号；“中信理财之新股支打”获得“年度最佳设计创新理财产品”奖；“中信理财之锦绣1号”获得“年度最佳收益表现理财产品”奖；“中信理财之一年期美元股票联系型理财产品0718期”获得“年度最佳外币理财产品”奖；本行私人银行获得“年度中国最具潜力私人银行奖”
2008年6月	中华英才网、中国教育电视台、腾讯教育频道、《中国经营报》“中国大学生最佳雇主”评选	本行首次荣获“金融行业十大最佳雇主”奖

日期	颁奖机构	奖项名称
2008年6月	《证券时报》、南方基金“2007年度中国上市公司价值百强”评选活动	本行当选“2007年度上市公司价值百强”企业
2008年6月	英国《Financial Time》“2008年全球市值500强企业排行榜”	本行首次进入该排行榜就以335.529亿美元市值排名第260位，位列上榜的国内股份制银行第2位
2008年7月	英国《THE BANKER》“世界1000家银行”排行榜	本行一级资本排名从2007年的第160位升至第77位，跻身国内商业银行前六位；按总资产排名本行从2007年的127位升至109位
2008年7月	《经济观察报》“2007年度中国最佳银行”评选	本行荣获“2007年度中国最佳现金管理银行”
2008年8月	中国《银行家》杂志《2007中国商业银行竞争力评价报告》	本行在2007年全国性商业银行核心竞争力排名和2007年全国性商业银行财务评价排名中均获得第五名；同时本行还获得该杂志颁发的“2007最具发展潜力奖”
2008年8月	中国信息化推进联盟客户关系管理专业委员会	本行信用卡客户服务中心各项运营管理项目及绩效指标全部超越《全国呼叫中心运营绩效标准》的测评要求被授予“五星级客户服务中心”称号
2008年8月	《THE ASIAN MONEY》“2008年亚太地区最佳现金管理银行”评选	本行获得“中国本土最佳现金管理银行”
2008年8月	《THE ASIAN MONEY》“2008年外汇评比”	本行再次被评为中国最佳外汇服务提供商（Best Domestic Providers Of FX Services）
2008年9月	上海陆家嘴金融论坛	本行私人银行独家推出的“核心-卫星资产配置理念”获得“2008年最佳金融创新奖”；本行私人银行首推的第一款私人银行专属产品“基金专户”获得“2008年最佳私人银行理财产品奖”
2008年9月	年度呼叫中心展会ACCE（Annual Call Center Exhibition）大会	本行信用卡客户服务中心被评为“全球最佳呼叫中心”
2008年9月	《证券时报》“第九届中国财经证券网站评选”	本行公司网银5.0版荣获“银行类最佳用户体验奖”

日期	颁奖机构	奖项名称
2008年10月	中国电子商会呼叫中心与客户关系管理专业委员会“金耳唛大奖”	本行信用卡客户服务中心荣获“中国最佳呼叫中心”称号
2008年10月	中国金融认证中心“1—100万—第三方证书突破百万新闻发布会”	本行获得第三方证书首家突破百万的殊荣
2008年10月	第29届奥林匹克运动会组织委员会	本行95558客户服务中心被授予“北京奥运会、残奥会运行保障突出贡献单位”荣誉称号
2008年10月	《首席财务官》杂志“2008年度中国CFO最信赖的银行”评选	本行荣获“2008年度中国CFO最信赖银行大奖”；同时还获得“最佳资产托管奖”和“最佳增值服务奖”
2008年11月	和讯网“2008和讯银行卡发展与营销论坛暨中国信用卡测评发布会”	本行信用卡荣获“最佳发卡银行奖”；并同时获得“白金卡奖”、“金卡奖”两项单项奖
2008年11月	《21世纪经济报道》、全球最大的综合性品牌咨询公司Interbrand“2008年度中国最佳品牌建设案例评选”	本行“银证联名白金卡”获得“中国十大品牌”称号
2008年11月	中国银行业奥运金融服务工作总结表彰大会	本行被授予“中国银行业迎奥运文明规范服务系列活动组织奖”；95558客户服务中心被奥组委授予“运行保障突出贡献单位”；多家分行的奥运服务保障工作得到当地监管部门和政府的肯定和表扬；27家分支机构被中国银行业协会评为“2008年度中国银行业文明规范服务示范单位”
2008年11月	中国金融认证中心（CFCA）2008年中国网上银行年会	本行网上银行（含公司网银和个人网银）荣获“2008年中国网上银行最佳客户体验奖”和“第三方数字证书安全保障最佳网上银行奖”
2008年11月	《第一财经日报》“第一财经金融价值榜”	本行行长陈小宪当选2008年度金融家；本行获得“2008年度发展战略奖”；“中信财富阶梯”获得“年度公司金融服务品牌奖”；“中信理财”获得“年度零售金融服务品牌奖”
2008年11月	《21世纪经济报道》、香港中文大学、上海交通大学等研究机构第三届“21世纪亚洲金融年会暨2008年亚洲银行竞争力排名”	本行荣获“亚洲十佳商业银行最佳公司业务奖”

日期	颁奖机构	奖项名称
2008年12月	第二届中国电子金融发展年会暨首届中国电子金融金爵奖颁奖盛典	本行个人网上银行荣获“最佳网上银行”奖
2008年12月	摩根大通银行	本行蝉联美元清算“MT202杰出质量认证”(Elite Quality Recognition Award U.S. Dollar Clearing)奖项, 本行所获奖项为最高档即“杰出质量认证”
2008年12月	新浪网络盛典	本行获得“年度最佳品牌推动奖”
2008年12月	《金融时报》社、中国社会科学院金融研究所“中国金融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评选”	本行荣获“年度最佳股份制银行”、“年度最佳风险控制银行”、“年度最佳人民币理财银行”奖
2008年12月	《理财周报》“2008年中国最佳银行理财产品评选暨首届中国最受尊敬银行评选”	本行获得“年度最受尊敬银行”称号、“最佳银行理财产品设计团队”奖、“2008年度最具投资能力私人银行”奖
2009年1月	中国《银行家》杂志	本行行长陈小宪连续第四次当选“2008年度中国十大金融人物”
2009年1月	《环球时报》“2008读者最关注企业评选”活动	本行荣获“2008读者最关注的零售银行”奖项
2009年1月	《华夏时报》社、《投资家》杂志社“第二届华夏机构投资者年会暨华夏理财总评榜金蝉奖颁奖”	本行获得“2008年最佳私人银行奖”
2009年1月	中国《银行家》杂志2008年度“中国金融营销奖”	本行“加油! 2008”公益活动推广案例获“最佳企业社会责任奖”; 信福年金营销案例、中信国航知音卡案例、香卡案例分别荣获公司业务类和零售业务类“金融产品十佳奖”
2009年1月	2008年度财经风云榜	本行行长陈小宪获得“中国杰出银行家”; 本行获得中国银行业杰出服务奖、北京奥运银行服务奖、最佳投资者关系上市公司、网上银行测评最佳用户感受奖; 中信理财之稳健财富计划1号产品获“最具投资价值银行理财产品”; 公司银行部现金管理获得“银行业营销奖”; 信福年金获得年金类最佳品牌奖
2009年1月	第五届中国品牌影响力高峰论坛年会	本行“中信小企业成长伴侣”金融服务品牌荣获“第五届(2008年度)中国中小企业金融服务十大影响力品牌”
2009年1月	《假日休闲报·高尔夫周刊》“2008高尔夫年度大奖评选”活动	本行荣获“年度对高尔夫影响最大品牌”奖项

The background of the page features a stylized illustration of several interlocking gears. Each gear is held by a hand, symbolizing human effort and the interconnectedness of corporate and social responsibilities. The illustration is rendered in a light, sketchy style against a grey background.

公司社会责任 案例

Corporate Social
Responsibility Report 2008

- 案例： 中信银行“加油！2008”大型公益活动
- 活动主办方： 中信银行
SMG上海文广集团（东方卫视）
中国青少年发展基金会（希望工程）
- 活动时间： 2008年4月—8月
- 活动范围： 全国，重点为北京、上海、青岛、沈阳、天津等奥运城市
- 活动成效： 近3个月内筹集善款5亿元



活动背景及意义

2008年8月8日，第29届奥运会在北京开幕，但是中国农村小学的孩子们，却还在渴望最基本的体育设施，他们想上正常的体育课，他们渴望快乐地运动！

2008年4月，中信银行、中国青少年发展基金会、上海文广新闻传媒集团共同发起的集公益、奥运、娱乐于一身的大型电视活动——“加油！2008”大型公益活动正式启动，此行动计划用三个月的时间为希望小学

募集不低于3亿元的善款，并在北京奥运会开幕前，让全国14,000余所希望小学能够正常开设体育课。

在“加油！2008”节目播出和活动进行中，“5.12”汶川大地震突然发生，无数校园倒塌，儿童失学。强烈的使命感和责任感让中国青少年发展基金会、上海文广新闻传媒集团和中信银行等一致决定借助本次活动为受灾地区的孩子们送爱心、送温暖。“加油！2008”的节目和活动目标也紧急调整为在随后的2个多



月，动员社会各界尤其是国内各大企业的力量，募集不低于5亿元的善款，全部用于地震灾区希望小学重建和失学儿童返学。

自1987年成立至今，在短短的21年中，中信银行在改革开放的春风中诞生，在良好的宏观经济环境和国家政策支持下茁壮成长，在发展规模和经营业绩上取得了令人瞩目的成绩，为促进我国社会主义经济建设发挥了积极的作用。与此同时，中信银行始终坚持履行社会责任，不断以利润回报社会、回报客户，尤其是在经历了2005年的成功更名、2006年的股份有限公司成立和2007年的香港和上海两地成功上市后，中信银行不断增强社会责任感和历史使命感，在实践中不断总结经验，以“坚持以客户为中心，塑造诚信银行；坚持维护股东利益，塑造价值银行；坚持贯彻国家产业和环保政策，塑造绿色银行；坚持追求卓越，塑造品牌银行；坚持和谐发展，塑造人文银行；坚持回报社会，塑造爱心银行。”赢得社会尊重，积极履行社会责任，走具有中信银行特色的可持续发展之路。

“加油！2008”大型公益行动主旨符合中信银行的价值理念，鼎力支持“加油！2008”大型公益行动正是中信银行具有强大责任感的具体体现。特别是在汶川地震灾难后，社会上每一个有良知和爱心的企业和个人都积极投身到社会公益事业中来，社会各界更加关注企业履行社会责任的实际行动，也更加关注灾区孩子们的救助和安置工作，“加油！2008”大型公益行动成为了此间唯一一档在电视上播出的有灾区孩子们参与，并关注他们灾后生活和学习的节目。正是通过这个活动，中信银行积极调动内部各种资源奉献企业爱心，动员社会各界树立公益观念，为促进我国公益事业的发展贡献了一份力量。

活动亮点及特色

积极履行社会责任：参与和推广公益事业

“加油！2008”活动主旨的公益性是中信银行履行社会责任的重要内容之一，尤其是在活动进行中遇到的突发地震灾难，使中信银行由单纯地从自身做起参与公益活动发展为动员社会力量共同参与和推广的社会性公益活动。

从我做起：中信银行从自身做起，带头履行社会责任，充分体现企业公民意识和高度的社会责任感。

为使中国农村的孩子们能在奥运之年拥有最基本的体育设施，中信银行首先从自身做起，与主办方共同设计、推广“加油！2008”大型公益活动，并通过东方卫视节目全程推进。面对突发的特大地震灾难，中信银行鼎力支持的“加油！2008”活动没有停止，强烈的使命感让中信银行与主办单位果断决策、迅速实施、高效率地将活动进行了调整，借助本次活动也为受灾地区的孩子们送上一份爱心与温暖。

在此期间，中信银行不仅发动全行积极踊跃捐款捐物，在全国500多个网点迅速设立“抗震救灾捐款专柜”，承诺对所有赈灾款项免收手续费，以及相继推出了网上捐款、刷卡捐献、爱心理财计划、信贷政策支持等多项措施。中信银行网银5.0和白金社区及时上线“爱心捐款”功能，为中信银行广大客户提供了网银捐款渠道。截至11月7日，通过中信银行个人网银和网上支付的捐款已达到2680人次，金额累计432,993.54元人民币。同时，中信银行还携手中国青少年发展基金会和参与东方卫视节目的小选手（其中包括汶川地区的孩子）一同走入希望小学，为孩子们送去了正规的体育用品，与孩子们一起用爱心描绘未来，为孩子们搭建了安全、快乐的体育锻炼平台。



当全国人民逐渐走出地震灾害哀痛，重建家园、恢复生产的时候，中信银行在全行开展的“加油！2008”活动推向高潮。奥运期间，中信银行实现了帮助“加油！2008”活动获胜小选手到北京看奥运会的承诺，实现了孩子们的奥运梦想！

动员社会力量：中信银行充分运用营业网点等自有资源，使之成为“加油！2008”公益活动的推广阵地，吸引客户和社会公众积极参与到“加油！2008”活动和节目中来。

活动期间，中信银行遍布全国的近500多家营业网点成为“加油！2008”公益活动的最主要的推广阵地。中信银行对全国网点进行了统一包装，开设专门的爱心通道、悬挂统一的海报、吊旗等宣传品、主题广告片轮播、开展营业厅劝募活动，将“加油！2008”活动的影响力扩充到最大化。

不仅如此，中信银行还先后在上海、青岛、沈阳、天津和北京等奥运城市举办了包括营业厅爱心通道、志

愿者爱心传递、爱心手拉手等一系列公益活动，部分分行的员工还亲临东方卫视节目的活动现场，担当“加油！2008”活动的推广大使，把一张张心型爱心贴亲手贴在进场的观众和嘉宾胸前。中信银行广泛的宣传和参与性，激发了全社会的慈善义举，使更多的公众参与到这项活动中来。

树立品牌形象：开辟品牌营销新模式

中信银行将鼎力支持的“加油！2008”作为2008年企业品牌传播的主线，主动与节目主办方联手设计、完善、推广“加油！2008”活动，筹划了一次完整的以广告项目为源点的品牌整合传播，真正实现了从广告合作到媒体与企业品牌整合、从单纯借力到合力造势的转变。

品牌营销（企业层面）：中信银行为“加油！2008”活动打造整合传播多平台系统，启动全行资源，全力支持这项社会公益活动。

通过内部资源整合，中信银行的500余家营业网点实体、对外门户网站、各种期刊读物、短信平台系统全部集中在一起，对中信银行上百万的企业客户和数以千万计的个人用户进行多媒体的、多元化的、多平台的公益理念推广。每天到银行营业网点办理业务的客户通过全行统一派发的宣传物料和展播的电视广告片、宣传片更加直观地了解了“加油！2008”活动的意义和目标，通过中信银行的短信通知平台系统了解了活动的最新进展情况，也通过中信银行网上银行系统的捐款通道更加便捷地献上了自己的爱心。另外，中信银行还利用自身高水平的理财产品设计能力，为客户量身打造了既能保障客户收益率，又能为公益事业献爱心的特殊理财产品，受到了广大客户的赞许。同时，中信银行总行还发动全国各分行的力量，利用各分行在当地的社会影响力配合总行开展走入希望小学、普及金融知识等多种多样的公益活动。

整合营销（媒体层面）：在“加油！2008”活动中，中信银行综合利用各种广告资源和公关手段，营造出了全面立体的传播攻势。

在此次活动中，中信银行综合利用包括CCTV黄金资源招标段、常规资源、全国各分行所在地的地方电视媒体、大量的路牌、国航班机上的座椅枕片、官方网



站、自购门户网站等多家媒体进行“加油！2008”的主题宣传。邀请公关公司专门撰写与活动和品牌相关的新闻稿件并在大众媒体以及专业媒体上刊发并进行网络转载。形成了立体、多元的传播构架，从而带来了巨大的声势以及社会影响力。

此外，活动期间，东方卫视倾全台之力打造“加油！2008”，并最大程度地配合中信银行进行“加油！2008”的宣传，除全天20余次的赞助商广告宣传外，还增加了晚会现场的大量巧妙植入、专属环节的开辟、花絮节目对于地面活动的全力支持、新闻、娱乐节目等对于中信活动的追踪报道，品牌传播可谓立体、多元，全天候、全覆盖。

联动营销（三位一体）：中信银行（企业）、青基会（公益组织）、东方卫视（媒体）三方真正实现了无缝隙密切互动，实现了全方位、多元化的联动营销，真正体现了广告行动化的目标。

中信银行在“加油！2008”三位一体的联动营销中，开创了业界品牌营销的新模式。一方面在东方卫视投放了品牌形象广告，并充分利用自身在央视购买的黄金资源和东方卫视广告资源投放进行融合，同时以自身网络和户外广告资源作为公益活动的宣传阵地。另一方面，在东方卫视播出的现场晚会节目中，中信银行全方位介入活动现场，以大量的软性植入元素丰富了中信银行参与社会公益活动的关联度。最后，在与青基会的全面合作上实现了企业行为与社会主题相结合，使联动营销达到了一个新的高度。

中信银行与“加油！2008”的深入合作，以崭新的品牌营销模式使爱心得到了传递，使公益事业得到了弘扬，也使社会公众更加全面地认识了中信银行所一直秉承的价值取向和道德准则。

活动形式及传播

在5个奥运城市先后推出“爱心传递活动”

活动期间，中信银行先后在上海、青岛、沈阳、天津和北京等奥运城市举办了包括营业厅爱心通道、志愿者爱心传递、爱心手拉手等一系列线下公益活动，与东方卫视线上活动形成良性互动，使中信银行“给您支持的力量”的品牌形象内涵借助“加油！2008”得以丰富和深化。东方卫视“加油！2008”节目落幕后，中信银行和青基会共同在各地开展的志愿者爱心传递活动仍在不断继续。

在上海，中信银行开通首家爱心通道。

中信银行选择了在上海首先开展开通“爱心通道”活动，活动不但引起了客户的关注，而且许多行内员工也纷纷捐款。东方卫视专门进行了采访报道。

在沈阳、天津、北京，中信银行相继开展“爱心传递”活动。

继上海分行之后，中信银行先后在沈阳、天津、北京等地逐次展开“爱心传递”活动，在各地掀起一轮又一轮公益热潮。

在青岛，中信银行与希望小学爱心手拉手，以实际行



动向希望小学的师生献出爱心。中信银行青岛分行在中国青基会的帮助下，组织客户和员工子女赴希望小学，与希望小学的师生共同上体育课，向该校捐赠体育用品。中国青少年发展基金会秘书长、共青团青岛市委副书记以及来自四川地震灾区的小学生代表共同参加了本次活动。

充分利用银行网点的营销推广作用

中信银行在银行品牌传播中首开先河，将银行特有的营业网点资源作为媒体平台使用，不仅有效地扩大了“加油！2008”的影响力，而且精准地向核心目标受众（现有客户）传达了中信银行热衷社会公益、富有社会责任感的企业形象，并进一步提升了内部员工对于企业理念的认同，增加了凝聚力和向心力。

环环相扣的电视广告片引导品牌传播步步深入

中信银行根据活动期间社会舆论导向的变化，紧扣热点、分阶段安排传播工作，共拍摄了《共度危难》、《重建家园》、《加油！2008》三条主题广告，与中信银行原有的《信字篇》形象广告共同形成一条较为完善的播出线，引领电视品牌传播步步深入。

TVC1—《共度危难篇》

5月12日，震惊中外的“汶川地震”发生了，举国哀悼中，中信银行在第一时间高效创意、制作了《共度危难篇》TVC，并在两天后的5月14日开始在央视和东方卫视投放。灵活高效的应变机制和高效的团队合作使中信银行走在了舆论的前面，走在了同业的前面。

TVC2—《重建家园篇》

6月中旬，距汶川地震发生已一月，舆论慢慢开始从“震痛”中恢复和清醒过来，工作重心即将转变到灾



后重建。中信银行迅速创意、制作了《重建家园篇》TVC，并于6月12日替换了《共度危难篇》。

TVC3—《加油！2008篇》

7月初，社会舆论渐渐开始由汶川地震转移到北京2008奥运会的预热，中信银行随即决定用早已拍摄完毕的《加油！2008篇》替换《重建家园篇》，以“加油！2008”为主题拍摄的主题广告，不仅表现了此次大型公益活动的主旨，也为在大众媒体进行的主题宣传奠定了传播基础。

综合利用各种广告资源，营造立体传播攻势

中信银行在此次活动中，综合利用包括CCTV黄金资源招标段在内的所有广告资源，作为“加油！2008”的宣传阵地，不仅包括CCTV的黄金、常规资源、全国各分行所在地大量的路牌广告、国航班机上的座椅枕片广告、官方网站、门户网站等等丰富的媒体，几乎一夜之间全部更换为“加油！2008”的主题宣传，

有效策应了品牌宣传，形成强大的声势。

“加油！2008”活动期间，东方卫视倾全台之力打造“加油！2008”，并最大程度地配合中信银行的宣传，全天20余次的赞助商广告宣传，使活动期间的总次数达到了4015次之多，此外还增加了晚会现场的大量巧妙植入，包括：现场观众明星嘉宾粘贴中信银行加油爱心贴、现场捐赠支票、主持人口播，晚会现场开关板及片尾中信银行鼎力支持信息、赞助标版及特别节目开关板等软性植入。专属环节的开辟、花絮节目对于地面活动的全力支持、新闻、娱乐节目等对于中信活动的追踪报道，使中信银行的品牌传播做到了全天候、全覆盖。

活动结论及效果

打开Google.com搜索引擎，搜索“加油”两字，“加油！2008”高居榜首，搜索结果高达9100多万条结果。而搜索“超级女声”，所有的搜索结果总计也就1700多万，从中国网民对“加油！2008”的极大关注，也侧面证明了“加油！2008”节目的成功。

“加油！2008”作为中国近年来获得最大捐款额的单体公益项目（2006年中央电视台“圆梦行动”当年筹款4.5亿元；2007年“春暖2007”行动9个月筹款4.15亿元），在短短的近3个月的时间内，在中信银行的鼎力支持下，共募集善款高达5.37亿元，成功帮助灾区的大批失学儿童重返校园和希望小学重建。同时通过东方卫视节目的播放，“加油！2008”倡导的公益模式及中信银行“给您支持的力量”的价值理念深入人心。“加油！2008”大型公益活动影响的广泛性为我国公益事业发展谱写了浓墨重彩的篇章，为奥运献上了一份意义深远的大礼，同时也进一步彰显了中信银行作为企业公民的社会责任感。



第三方评价

2009年1月，在《银行家》杂志主办的2008年度“中国金融营销奖”评选上，本行“加油！2008”公益活动推广案例获“最佳企业社会责任奖”。





Corporate Social Responsibility Report 2008



电话: 86-10-65550800

地址: 北京市东城区朝阳门北大街8号
富华大厦C座

服务热线: 95558

网址: <http://bank.ecitic.com>