

2014

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT
| 社会责任报告





联合评级社会责任模型

联合评级社会责任理念

联合评级始终坚持“以专业为使用者尽责，以真诚为委托人服务”的核心价值观，秉承“责任、契约、团队、超越、一体”的企业文化，坚定“成为伟大的公信力公司”的企业愿景，用客观专业的服务、公正科学的态度赢得客户和社会的信赖，在“依法经营，合规作业”中成长，并在发展中逐渐形成完整的社会责任体系；在完善自身建设的基础上，将社会责任理念融入到企业文化、发展战略与经营管理中去，在成长和实践中不断回馈社会，最大限度地满足各利益相关方的期望与需求，最终实现公司的可持续发展。



CONTENTS | 目录

报告说明

总经理致辞

上篇 / 修身 ➔

1 梦想 · 绽放之处

- 1.1 公司概况
- 1.2 发展战略
- 1.3 公司治理
- 1.4 组织架构

2 责任 · 内化于心

- 2.1 聚焦责任管理
- 2.2 利益相关方
- 2.3 关键议题

3 内修 · 价值基础

- 3.1 缔造专业品质，呈现信用价值
- 3.2 建设温馨团队，夯实人员基础

05

06

07

09

10

12

14

15

16

17

18

19

20

21

24

中篇 / 传递 ➔

4 契约 · 真诚服务

- 4.1 合规的经营管理者
- 4.2 给力的信用服务商

5 超越 · 成就品质

- 5.1 技术创新，提升实力
- 5.2 专家梯队，专业服务
- 5.3 积极沟通，交流融合

下篇 / 共进 ➔

6 一体 · 共创辉煌

- 6.1 助推信用体系建设
- 6.2 加强合作互利共赢
- 6.3 提升行业国际影响

7 伟大 · 源于奉献

- 7.1 身体力行实践公益
- 7.2 坚持践行低碳运营

未来展望

27

29

30

35

39

40

46

51

55

57

58

59

61

63

64

65

66

附录1：利益相关方评价-67 附录2：报告指标索引-69 附录3：读者反馈-75

报告说明

本报告是联合信用评级有限公司（以下简称“联合评级”或“公司”）发布的第一份企业社会责任报告，主要回顾了联合评级2014年度在承担社会责任、实现可持续发展方面的实践与绩效。

时间范围

本报告时间范围为2014年1月1日至2014年12月31日，部分内容根据需要适当追溯以前年份。

组织范围

本报告所使用的综合性指标和案例仅涉及联合评级。

数据说明

除特殊说明外，本报告中的数据均来自联合评级内部报表和相关统计。报告中所有财务数据符合国家颁布的《企业会计准则》和《企业会计制度》的规定。联合评级本着对社会负责的态度审慎发布社会责任报告，确保报告数据的真实和精确。

发布形式

本报告公开发布，在联合评级网站上即可获取：<http://www.unitedratings.com.cn>

发布周期

本报告为年度报告，自第一次发布起每年发布。

名称说明

为方便表述，本报告中“联合评级”、“公司”均指联合信用评级有限公司；“联合信用”指联合评级母公司联合信用管理有限公司；“联合”指以母公司为主导的整个联合体系（包括联合信用及其全部分公司和子公司）。

参考标准

本报告参照全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告指南（G4）》、ISO26000标准和《中国社会责任报告编制指南（CASS-CSR3.0）》编制。

总经理致辞



联合评级成立于2002年，陆续取得了中国人民银行、国家发改委、中国证监会和中国保监会相关业务资质认可。多年来，伴随中国社会信用体系建设和债券市场的快速发展，联合评级在监管部门及社会各界的关心和信任下，秉承“独立、客观、公正”和“一致性”的原则，在各项评级业务领域取得良好的业绩，市场占有率位居前列，得到了债券市场相关主体的认可和好评。目前，联合评级已建立了有效的评级方法体系和高素质的分析师队伍，形成了以公司债券和资产证券化评级业务为主导，配合其他多种非标产品评级的业务模式，业务范围覆盖全国。

当前，随着国内债券市场扩容、固定收益类产品品种的不断创新、信用风险的逐步显现以及投资者风险意识的增强，信用评级行业受到前所未有的关注。作为国内处于市场领先地位的评级机构之一，联合评级一直致力于信用风险研究与实践，秉承“依法经营、合规作业”的经营理念，以真诚为委托人服务，以专业为使用者尽责，为社会提供真实、有用和有价值的信用服务产品——这也是我们社会责任所在。我们将努力在当前资本市场发展大潮中勇担重任，与各界同仁和朋友携手合作，为中国信用体系建设和债券市场发展尽绵薄之力，并立志成为国内最具公信力的信用评级机构。

修身

修身

修身一做好自己,是联合履行社会责任的第一层次。修身以强己,强己以利人。

联合评级以成为伟大的公信力公司为愿景,坚持发展战略方向,严格公司治理,缔造专业品质,为股东创造价值,为使用者呈现产品稳定的信用价值,为员工营造良好的发展环境,夯实自身履行社会责任的基础。





1.1 公司概况

1.2 发展战略

1.3 公司治理

1.4 组织架构

挑战

我国信用市场逐步放开，信用评级的使用者越来越多，对信用评级产品和服务提出更高要求。

应对

联合评级迎接市场挑战，规范发展，提供更具公信力的信用评级结果，可以树立自身良好形象，赢得市场信任。

1.1 公司概况

联合信用评级有限公司是一家全国性的专业信用评级机构，业务范围主要包括主体信用评级、债券评级（公司债、可转债、政府债券、市政公司债、可交换债、私募债、金融债、资产证券化等）、债权投资计划评级、信托产品评级、资管计划评级、信用衍生产品评级、国家主权评级等，以及拟上市企业风险评析、企业社会责任评价、公司治理评价、私募股权基金风险评价、基金评级等业务，在中国资本市场得到了发行主、投资者和监管机构的广泛认可。

公司前身为2002年5月成立的“天津中诚资信评估有限公司”，2009年7月经国家工商局核准后更为现名。

公司注册资本3000万元，股东为联合信用管理有限公司。

联合评级母公司联合信用管理有限公司（以下简称“联合信用”），成立于2000年1月，在全国设有40家分支机构，拥有专职人员1000余人，是目前我国最大的信用服务机构之一，业务范围包括资本市场信用评级、信贷市场信用评级、担保机构信用评级、征信、信用风险咨询和培训等。

2009年9月，公司成为了中国证券业协会会员单位。



2008年5月，公司取得了中国证监会颁发的《证券市场资信评级业务许可证》。

2013年10月，公司获得了中国保监会对于外部信用评级机构能力的认可。



2009年9月，公司重新领取了变更（更名）后的《证券市场资信评级业务许可证》。



2013年11月，公司通过了天津市科学技术委员会、天津市财政局、天津市国家税务局和天津市地方税务局的高新技术企业认定。

行业发展

自1902年穆迪公司对当时美国内发行的铁路债券进行评级开始，信用评级行业已发展百年有余。在评级行业发展过程中，在国际上形成了以穆迪(Moody's)、标普(Standard & Poor's)、惠誉(Fitch Rating)三家为主的格局。

目前，信用评级对象已涵盖国家、银行、基金、债券、工商企业等，为国家主权、债券、各类经济主体的信用水平提供了一个良好的衡量尺度。评级行业已成为债券市场的核心，信用级别直接影响到各类债券、信用衍生品等金融产品的价格。

中国信用评级业起步于20世纪80年代后期，早期行业发展缓慢。进入21世纪，伴随我国资本市场的快速发展，信用评级行业也迎来了春天。2003年，证监会颁布《证券公司债券管理暂行条例》，拉开了交易所市场信用评级的大幕；2007年，证监会发布《证券市场资信评级业务管理暂行办法》，对交易所市场信用评级进行严格规范；2009年，《征求评级行业自律公约》由五家评级机构在京签署，行业自律走上轨道；2012年，证券资信评级专业委员会发布《证券资信评级机构执业行为准则》，规范评级机构的执业行为。截止2014年末，国内有8家公司从事资本市场评级业务，评级行业进入快速发展的阶段。

近三年来，公司业务呈现迅速发展趋势，资产总额和所有者权益逐年增加，营业收入和净利润，也取得了突破性增长。



联合评级2012—2014年资产、负债和所有者权益情况（万元）



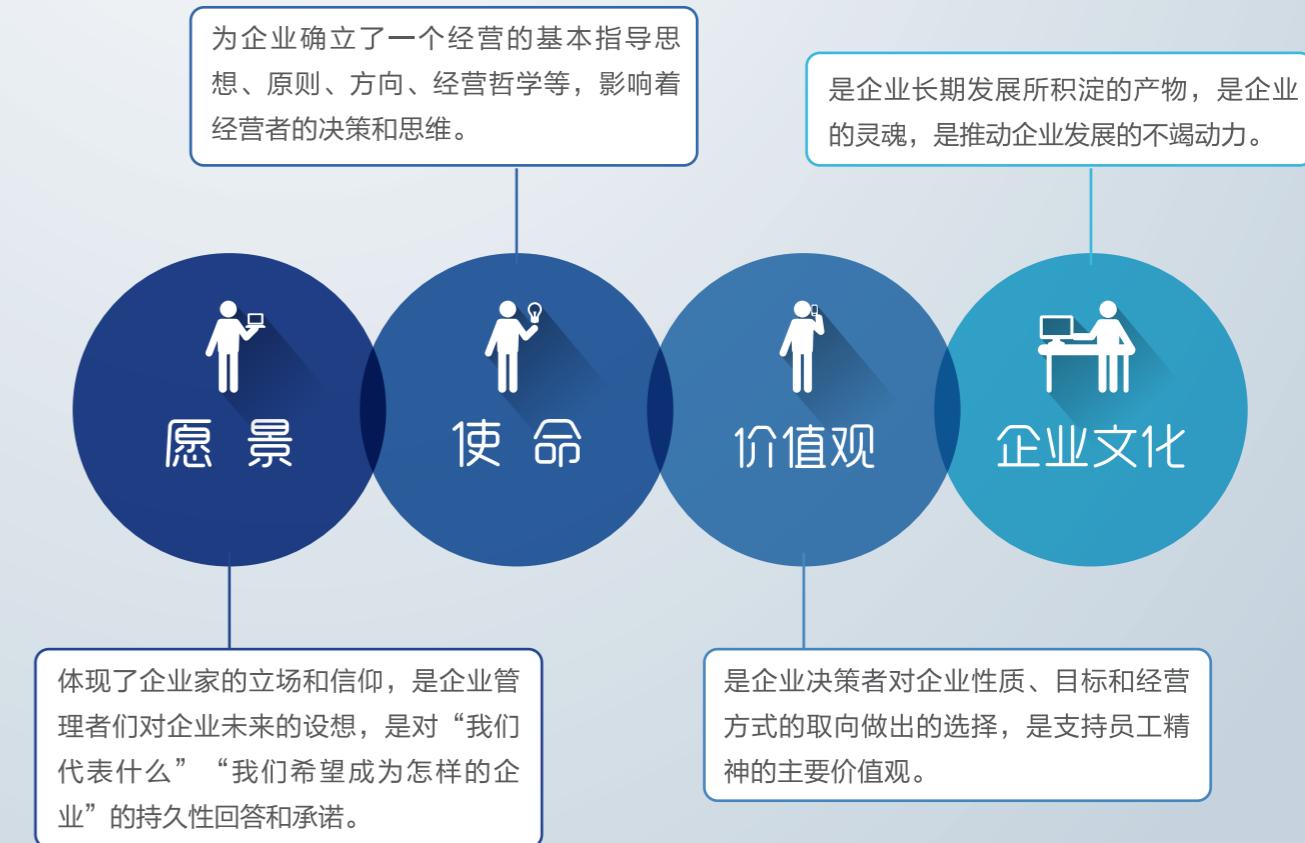
联合评级2012—2014年营业收入和净利率情况（万元）

1.2 发展战略

联合评级是联合大家庭中的一员，坚定执行与母公司一致的发展战略。

联合的发展战略体系以“愿景、使命、价值观、企业文化”为基础和导向，以“联合精神系统”为指引，由“目标系统、行动系统、危机管理系统”三大系统导出年度计划，再通过管理层落实到日常经营中去，从而将企业文化深深融入到企业管理与经营的每一个环节，最终形成联合的核心竞争力。

联合的精神系统是联合长远发展的顶层设计与思想模式，是所有联合人凝聚共识的地方。通过“愿景、使命、价值观、企业文化”构成了联合发展战略框架的第一部分，是联合发展战略框架其余三大部分“目标系统、行动系统、危机管理系统”的核心与指引，也是公司发展战略体系与思想方法形成的基础。





1.3 公司治理

联合评级依据《中华人民共和国公司法》（以下简称《公司法》）及有关法律、法规的规定，健全企业法人治理结构，形成了股东、董事会、监事会和经理层各司其职、协调运作的规范化和现代化的公司治理体系。

股东是公司的权力机构。股东依据《公司法》第三十八条第一款做出所列决定时，应当采取书面形式，并由股东签名后置备于公司。

公司设董事会，由股东任命产生；董事会设董事长一人，由董事会全体成员过半数选举产生。董事会依据《公司法》第四十七条行使职权。

公司监事对公司的经营管理活动以及董事会和高级管理人员实施监督。

公司管理层由董事会聘任或者解聘，管理层对董事会负责，并依据《公司法》第五十条行使职权。

愿景



成为伟大公信力公司

使命



让信用呈现价值

价值观



基本价值观：
依法经营、合规作业
核心价值观：
以专业为使用者尽责
以真诚为委托人服务

企业文化



以责任文化为灵魂
以契约文化为基础
以团队文化为依托
以超越文化为导向
以一体文化为归宿



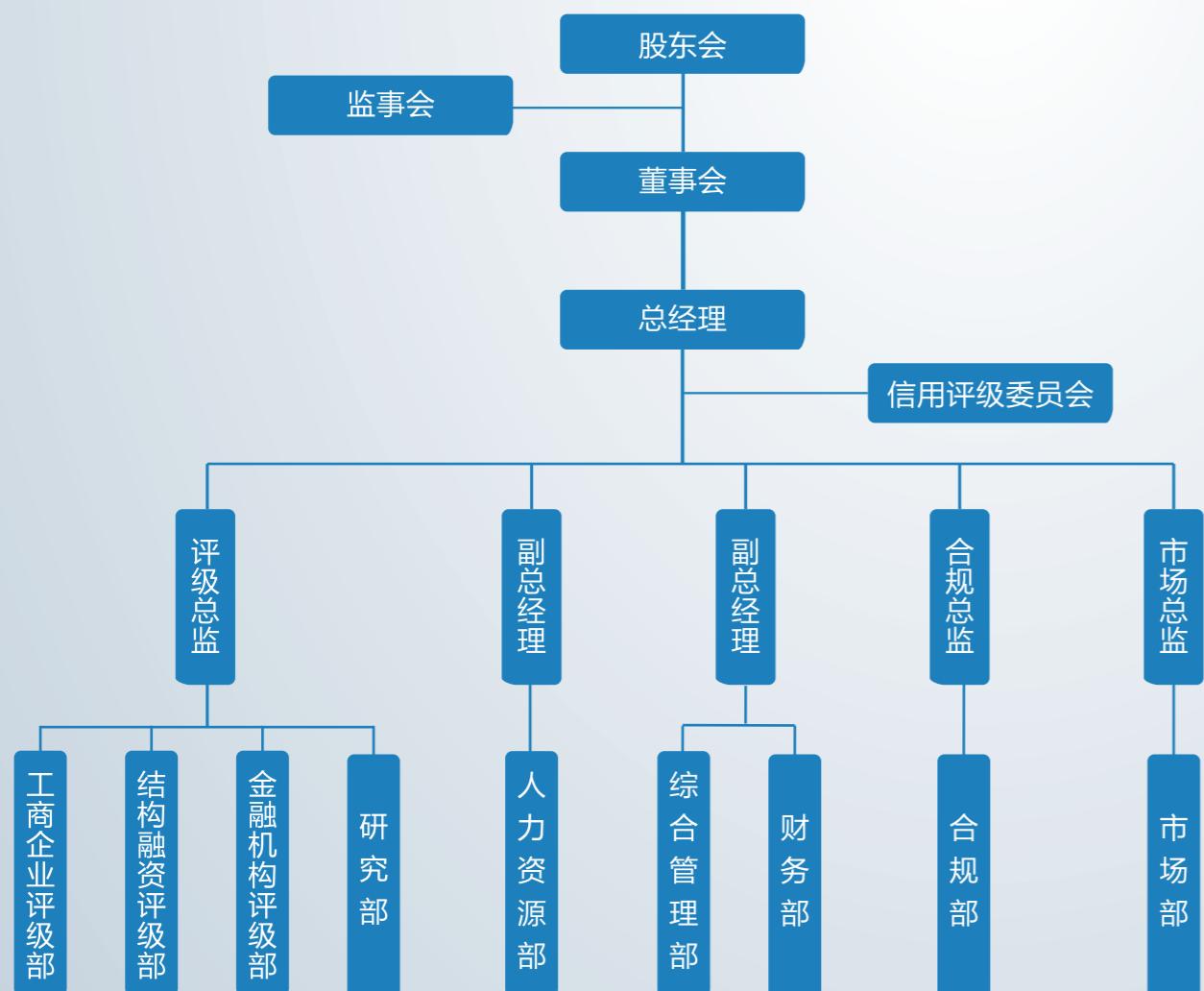
1.4 组织架构

经过多年的发展，联合评级已经形成了适合自身实际发展情况和行业特色的组织架构。

公司设总经理1名，负责全面工作。

公司设副总经理若干名，分别主管评级业务、评级技术和评级研究工作、市场营销工作以及内部管理与内部控制工作。公司设总经理助理一名，协助业务管理。

公司设信用评级委员会，负责管理评级产品质量。



2.1 聚焦责任管理

2.2 利益相关方

2.3 关键议题

挑战

利益相关方责任意识深化，要求企业承担社会责任。
国内违约事件爆发，社会对评级公司成为负责任、有公信力的
公司提出要求。

应对

积极履行社会责任，树立良好的企业形象。
将责任与公信融入企业文化，以专业为使用者尽责，以真诚
为委托人服务。

2.1 聚焦责任管理

联合评级始终坚持“以专业为使用者尽责，以真诚为委托人服务”的核心价值观，秉承“责任、契约、团队、超越、一体”为关键的企业文化，坚定“成为伟大的公信力公司”的企业愿景，用客观专业的服务、公正科学的态度赢得客户和社会的信赖，并在发展中逐渐形成完整的社会责任体系；在完善自身建设的基础上，将社会责任理念融入到企业文化、发展战略与经营管理中去，在成长和实践中不断回馈社会，最大限度地满足各利益相关方的期望与需求，最终实现公司的可持续发展。



联合评级秉承母公司联合信用的社会责任体系，在履行社会责任方面形成了“联合号”帆船模型，该帆船承载着各个利益相关方的期望和要求，坚持“责任、契约、团队、超越、一体”的企业文化，以“让信用实现价值”为自身使命，全力实践“以专业为使用者尽责，以真诚为委托人服务”，向“成为伟大的公信力公司”的方向不断前行。

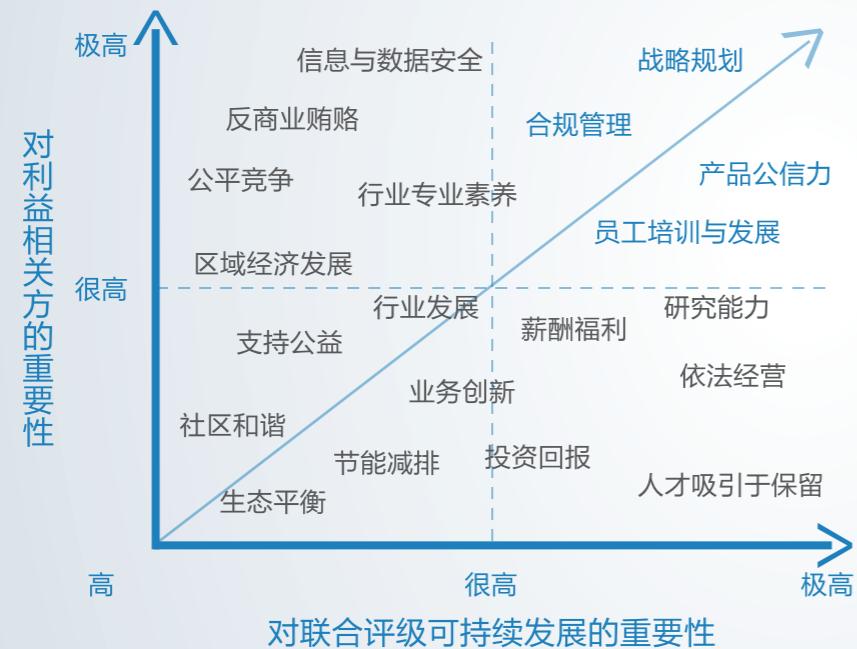
2.2 利益相关方

了解利益相关方的需求并创造其所需的价值是企业履行社会责任的核心。对于联合评级而言，行业、监管部门、使用者、委托人、股东、合作伙伴、员工和社区均是其重要的利益相关方，这些利益相关方紧紧相扣，相互关联，缺一不可。

联合评级认真聆听和回应每一方的诉求，充分做好各个利益相关方的沟通与协调，并采用多种方式认真回应或解决利益相关方提出的问题。



2.3 关键议题



根据与利益相关方的沟通与回应，联合评级通过波士顿矩阵，从“对利益相关方的重要性”和“对联合评级可持续发展的重要性”两个维度，甄选出最为关键的议题，作为公司当年履行社会责任的关键议题。

联合评级坚持PDCA循环的计划、设计、检查、行动四步骤，对已实施的关键议题进行评价，反思自身在社会责任履行方面的不足，不断改进，从而不断提升公司在社会责任履行方面的绩效。

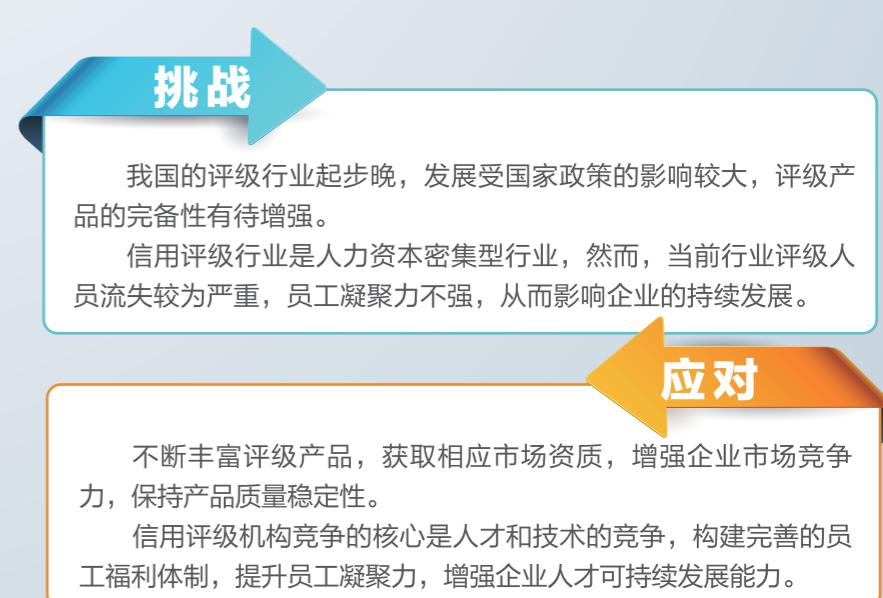
关键议题评价和新目标				
关键议题	2014年主要成果	对已有行动的评价	2015年的方针和目标	
明确公司战略	公司坚持贯彻母公司联合信用的战略决策和精神系统，在母公司的带动下首次明确了公司的发展战略与方向。	▲	坚定执行公司发展战略，在公司精神系统的指引下，完成目标系统、行动系统和危机管理系统导出的年度计划，落实母公司的经营管理决策。	
保持产品公信力	严格公司业务流程，执行产品质量管理制度；深化课题研究，为产品改进奠基；建立博士后工作站，提升专业水准。	▲	进一步执行质量管理制度，坚持违约检查与统计；强化研究能力，拓展研究方向与课题；加强与高校的合作，充分发挥博士后工作站的作用。	
坚持合规管理	明确公司内部合规管理制度，包含业务操作、信息管理等各个方面。	▲	通过临时抽检等方式，进一步完善和提升公司合规管理质量，切实落实各项合规制度。	
促进员工发展	组织内外部培训，提高员工专业素养；营造温馨活泼的工作氛围。	●	积极组织或参与行业交流会与培训；做好员工关怀，保持温馨的工作氛围。	

符号说明：●表示进展超过预期，▲表示按照预期进展。



3.1 缔造专业品质，呈现信用价值

3.2 建设温馨团队，夯实人员基础



3.1 缔造专业品质，呈现信用价值

联合评级经过多年的发展，已经形成了全面的服务体系，并以专业尽责的服务态度，提供高品质的信用产品，揭示信用风险，让信用呈现价值。

3.1.1 全面布局价值服务体系

联合评级业务范围广泛，为市场提供了各种具有价值的信用服务产品。

联合评级的评级服务，主要包括非金融企业评级、金融企业评级、结构融资评级、主权评级、地方政府评级和公司治理评级等六大业务板块。

其中，非金融企业评级、金融企业评级和结构融资评级所包含的具体业务种类如下图所示。



01 非金融企业评级

- 公司债券
- 可转换公司债券
- 可交换债券
- 中小企业私募债
- 主体信用

02 金融企业评级

- 商业银行
- 保险公司
- 基金公司
- 证券公司
- 担保公司
- 信托公司
- 财务公司
- 金融租赁公司

03 结构融资评级

- 信托产品
- 保险公司债权投资计划
- 保险公司资产支持计划
- 银行理财产品
- 证券公司资管计划
- 路桥收费收益支持证券
- 航空客票收益支持证券
- 供水、电、热等应收款支持证券
- 门票等受益凭证支持证券
- 信用卡应收款支持证券
- 小额贷款支持证券
- 个人住房抵押贷款支持证券
- 商业房地产抵押贷款支持证券
- 银行对公贷款资产支持证券
- 汽车抵押贷款支持证券
- 租赁资产支持证券

业务资质是评级公司进入我国评级市场、从事相关业务的前提，也代表了监管机构对其能力的认可。联合评级自发展以来，始终走在国内市场前列，能够在第一时间获得市场认可，取得相应的业务资质。

联合评级的业务资质

2004年5月，获得国家发展和改革委员会认可，从事中小企业的资信评级和担保机构资信评级业务。

2005年5月，获得人民银行总行认可，从事全国范围内的信贷市场资信评级业务。

2008年5月，中国证券监督管理委员会《关于核准天津中诚资信评估有限公司从事证券市场资信评级业务的批复》（证监许可【2008】714号文），核准联合信用评级有限公司（2009年8月更名）从事证券市场资信评级业务。2008年6月，联合评级获得中国证监会颁发的《证券市场资信评级业务许可证》。

2013年10月，据中国保险监督管理委员会《中国保监会关于加强保险资金投资债券使用外部信用评级监管的通知》（保监发【2013】61号文）规定，保险资金可以投资经联合信用评级有限公司评级的债券。

立足于我国实际情况，联合评级所提供的信用产品，正在发挥揭示信用风险、为投资者的决策提供参考的重要作用。目前，联合评级的信用评级结果已然成为企业进入资本市场的通行证，是银行、担保机构等认可的独立的第三方意见，也是监管机构的监管参考依据。

3.1.2 稳步累积声誉资本

声誉是资信评级机构首要的资产，而声誉需要长时间的积累。联合评级基于准确、及时、公正提供评级信息的一贯作风，对使用者和委托人、对市场、对社会高度负责，多年来以稳定的评级质量在行业中积累起稳固的声誉资本。

为保证公司各项评级结果的稳定，呈现给客户稳定的信用产品，联合评级每年都会对其承做的、已公开发行的公司债券发行主体的信用等级做等级迁移检验。

根据联合评级构建的静态池，对跟踪评级的主体信用等级迁移数据进行统计，计算迁移概率，建立迁移矩阵如下。

2014年联合评级公司债跟踪评级主体信用等级迁移矩阵

2014 2013	样本数	AAA	AA+	AA	AA-	A+	A	A-	BBB	合计
AAA	13	100%								100%
AA+	14		92.86%	7.14%						100%
AA	44		2.27%	93.19%		2.27%			2.27%	100%
AA-	3			33.33%	66.67%					100%
A+	1					100%				100%
A	1						100%			100%

迁移矩阵说明：2014年度联合评级对公司债首评主体信用等级调整的有6家，调整比例约为4.92%，信用等级保持了较高的稳定性，出现调整主要是由于发债主体出现重大变化所引起，说明联合评级能够保证信用产品内在价值的平稳，为委托人提供客观公正的资信等级证明，同时降低使用者寻求风险情况的信息成本。

提供高质量信用服务，维护公众利益

公司债是我国公开市场的主要债券品种，按照监管规定，达到AAA信用级别的公司债可面向公众出售和流通。作为公司债的主要评级机构，联合评级不但承担着为专业的投资机构提供信用信息服务的责任，更要面对广大社会公众，为他们提供准确、稳定、及时的信用信息服务，维护社会公众信用信息获得权，保障他们的投资利益。

截至2014年底，联合评级所评AAA信用级别的债券持续保持稳定，未发生信用级别调整的情况，联合评级以高质量的信用服务维护使用者利益。

3.2 建设温馨团队，夯实人员基础

员工是公司提供服务，实现产品价值的基础。所有员工的辛勤付出成就了公司一次又一次的飞跃，联合评级也期望为员工带来成长和喜悦，不断探索人才培养机制，尽力免除员工的后顾之忧，营造“快乐工作，健康生活”的和谐氛围，以优秀的团队夯实提供优质服务的人员基础。

3.2.1 员工薪酬与保障

联合评级致力于为员工提供优越的福利待遇，提高员工的生活品质，通过薪酬绩效改革，持续提升员工待遇水平。联合评级的薪酬体系包括薪金、奖金、福利和股权认购等四个方面。

联合评级为所有员工缴纳社会保险，商业保险。员工享有公司年假、带薪病假、工作餐、员工购股计划等各项福利。

通过为员工提供较为完善的薪酬与保障计划，联合评级建设了一个稳定而充满活力的团队，倾力为客户提供风险预警服务，将用心的服务贯穿于产品生命周期的各阶段。



3.2.2 人才机制与员工关怀

公司坚持“以人为本，人性化管理”的人力资源管理原则，通过建立有效的人才发现、人才培育、人才激励和人才制约机制，“联合人”在不断完善自身的同时，更为社会发展做出应有的贡献。

联合评级充分尊重、关心女性员工，依法保障女性员工的各项权益、在人员聘用、薪酬待遇、职级职位晋升等方面，均给予女性员工同等的待遇和发展机会，为女性职员搭建良好的职业发展平台。截至2014年底，联合有女性员工27人，占员工总数的43.55%，其中，女性管理者5人，占公司管理者总数的8.06%。



联合评级·快乐之家 专题一

联合评级通过开展各项文化活动，增进员工之间的交流与沟通，为员工搭建了一个轻松和谐的工作环境，员工在团队里像蓝精灵们一样，发挥所长，存异共处，无论遇到什么艰难险阻，都齐心协力共同面对困难，在快乐中工作和成长。

“扬帆破浪 勇立潮头”▶

联合评级2014年度总结表彰大会暨2015迎春联欢会隆重举行



联合评级注重倾听员工声音，重视员工感受，关爱员工的身心健康。工会倡导“快乐工作，健康生活”，使员工释放工作压力，以更饱满的状态回归工作之中，在平日工作生活的点滴中凝聚团队力量。



联合评级倡导员工家庭、事业的平衡发展，为员工家庭、事业双丰收营造良好的环境。联合评级通过组织年会、体检等活动，以生日会的形式增进员工间互相了解，为员工营造良好地工作氛围，培养员工对企业的认可与集体荣誉感。



传递

中篇

传递一向使用者传递产品价值，是联合履行社会责任的第二层次，也是信用评级行业的使命。

联合评级严格履行与客户的契约，做合规的经营管理者和给力的信用服务商，以不断超越的技术优势、精锐的专家团队、真诚的客户交流打造服务品质，提升客户价值。





4.1 合规的经营管理者

4.2 给力的信用服务商

挑战

国内违约事件频发，要求信用评级行业提高产品的客观与公正程度。

应对

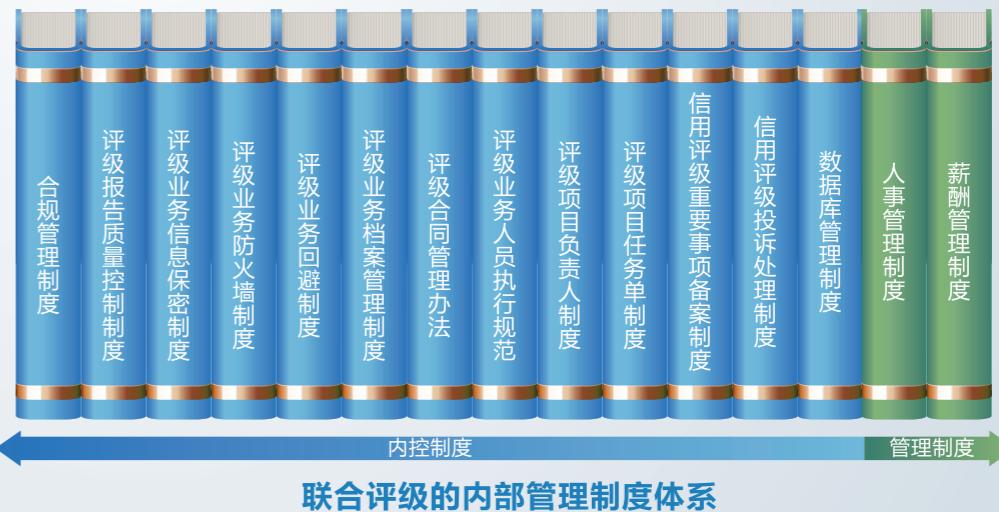
严格把控评级产品质量，提高信用评级的客观性与公正性，成为产品最终使用方的可靠参考依据。

4.1 合规的经营管理者

信用评级行业的特性，决定了其业务必须在合规经营的基础上展开，以保证评级结果的客观性与公正性，为产品最终使用方提供决策的参考，从而实现信用产品的价值。联合评级始终把“合规”作为公司经营的底线，并将这一底线价值观传递给客户。例如，联合评级通过将公司制度变更情况及时在中国证券业协会网站和公司网站公告，来完善公司合规管理，强化公司制度建设、信息披露，最终保证评级程序与评级结果的独立性。

4.1.1 制度建设规范化

联合评级在发展过程中不断完善自身的内部管理，于2014年6月对公司内控制度进行了全面修订，从而形成了较为完善和健全的内部管理制度体系，分为内控制度和管理制度两大类。



联合评级的内控和管理制度内容符合法律法规的要求，涵盖了评级业务全流程，并针对评级业务易发风险环节嵌入了相应的控制措施。在公司坚持执行各项内控管理制度的情况下，联合评级内部管理情况良好，各项业务规范发展，为公司在行业研究、业务创新等方面拓展，打下了坚实的内部基础，也为联合评级的产品发挥价值创造了条件。



典型案例

2014年6月末，公司根据新修订的《证券评级业务合规管理制度》增设了合规部，协助合规总监加强公司的合规管理和检查工作，完善公司的合规运营机制。合规总监每季度向监管部门报送合规检查表，每半年提交一次合规检查半年报或合规检查年报。目前，合规部有3名成员，各项合规运营工作开展顺利。

4.1.2 信息披露透明化

联合评级在《评级信息发布制度》中明确了信息披露的内容和渠道，《评级业务信息保密制度》则明确规定了信息保密的内容和要求，以规范公司信息披露制度，使得应披露的信息透明化，维护产品使用方的知情权，不应披露的信息实行严格保密，保护信息方的合法权益。

截至2014年12月末，经合规检查，联合评级未发现信息披露行为中有不合规或影响评级公正的行为。



4.1.3 评级流程公开化

在符合法律法规要求的基础上，联合评级努力完善公司评级业务管理制度。

公司从公开信用评级方法、信用等级划分及定义和信用评级程序等业务操作基本信息角度，规范评级业务尽职调查工作，建立信用评级委员会对产品信用等级进行独立地审核与把控，定期跟踪评级、及时发布评级信息和适当复评，明确违约率和违约损失率计算方法，并从加强员工业务培训和研发工作等方面入手，建立起一整套公开化和透明化的评级业务流程操作体系。

这一整套公开、透明的评级业务流程，有助于公司实时关注评级业务中的潜在问题，并在发现问题时及时改正或处理，也有助于客户了解公司评级的操作流程，监督公司的各项工作，从而使客户对公司提供的信用产品更加信任。



4.1.4 评级独立客观化

为了保证公司评级的客观性与公正性，联合评级设《评级业务回避制度》和《评级业务防火墙制度》，以规范利益冲突管理。

公司《评级业务回避制度》明确规定评级工作组成员、信用评级委员会成员及其他相关人员应主动向公司报告因个人关系可能产生的利益冲突，以及需遵循的相应回避制度。

《评级业务防火墙制度》则明确了信用评级的业务部门与市场部门在人员、业务、档案等各方面保持独立。市场营销人员不得参与报告撰写和级别评定，不得干涉分析师和信评委独立、客观、公正地进行评级分析和决定信用等级。市场营销人员不得以承诺级别的方式承揽业务，评级业务收费标准、费用支付不得与评级对象的最终信用等级级别、受评证券能否成功发行等相联系。评级分析师和信用评级委员会成员不得参与评级业务营销活动，不得参与评级收费谈判；信用评级委员会主任不得在市场部门和评级部门兼任任何职务，市场部门人员不得兼任信用评级委员会委员。评级分析师的考核和薪酬不与其市场开发业绩和其负责或参与的评级项目的评级结果挂钩，不与该评级分析师所评级的证券发行成功与否、公司从委托方处获得的收入高低相联系。

截至2014年末，经合规检查，联合评级及相关业务参与人员与发债主体之间均不存在利益冲突，可以保证公司信用评级结果在这一环节的公正性。



4.1.5 违规整改及时化

面对公司日常运行中出现的问题，联合评级始终保持良好的态度接受和及时改正，强化公司经营管理的合规性。

2014年6月30日至7月4日，联合评级接受了中国证券业协会和中国证监会天津证监局的年度现场检查，提交了现场检查汇报材料。天津证监局对公司进行全面检查后提出了宝贵的整改意见和建议。



中国证监会2014年度现场检查

对于检查组提出的问题，联合评级极为重视并及时进行了整改，于2014年7月底开展内部合规培训，强化业务人员的尽职意识，对评级业务流程全线条进行梳理，并再次强调工作底稿的详尽性与完整性、归档及时的重要性。通过开展合规教育和培训，联合评级的管理人员和员工的合规意识进一步提高，各项工作质量明显提高。

4.2 给力的信用服务商

联合评级主要从事证券市场资信评级业务。作为信用服务商，联合评级始终坚持“信未来，用当下”的理念，力争做具有前瞻性的评级研究者，紧盯市场需求，积极探索和开拓，在评级对象不能按约定提供相关信息时，及时终止评级，尽心服务的同时，不受客户和市场束缚，关注评级对象社会责任的履行情况，从而最大限度地发挥其作为信用产品提供者的作用，并将其产品价值传递给客户。

4.2.1 紧盯市场需求

联合评级自成立以来，专注于信用评级工作，为交易所市场、私募债权产品等提供了大量客观、科学、公正的信用服务产品，为使用者充分揭示信用风险、传递产品使用价值，为委托人提供优质服务、提升交易效率。同时，联合评级始终保持敏锐的市场嗅觉，在做好传统业务项目的同时，能够紧盯市场发展现状，以专业人员的开拓为先导，满足市场新兴评级需求，实现信用产品市场价值。

目前我国形成了较为规范的公开市场债券评级，为公开市场发行的债券提供了信用风险揭示工具。但以“非标”为代表的产品，其规模与公开市场债券市场不相上下，却鲜见类似的评级。

鉴于这一情况，联合评级在非标产品评级方面努力探索和研究，尤其是在信托计划和保险、券商的资管产品上不断深入，针对该类产品已经形成了较为完善的评级体系，且该类业务的业务量随着市场的认可迅速增加。公司自开展信托计划评级以来出具的报告数量从2013年的32篇到2014年的56篇，增长幅度达75%。



联合评级的六个“首单”专题二

联合评级在多年的发展中，始终坚持结合市场需求深入研究新的产品种类，开拓新的评级项目，将研究结果应用于产品实践，设计符合该项产品的评级方法和体系。

2012-2014年三年以来，联合评级承做了六个“首单”，在开拓新的市场机会的同时，也满足了市场实际需求，为行业树立了良好的表率。联合评级承做的六个“首单”具体情况如下。

2014年12月4日	备案制落地后，首单资产证券化产品——“中和农信-公益小额贷款资产支持专项计划”，在交易所挂牌发行成功。
2014年6月23日	首单登陆交易所的信贷资产证券化产品——“平安银行1号小额消费贷款证券化”，发行成功。
2013年8月19日	国内首单非上市证券公开发行的证券公司债——“13安信债”，在上海证券交易所发行成功。
2012年12月4日	2009年以来，国内上市公司首次通过资产证券化方式筹资的项目——“侨城收益”发行成功，开启了国内第一款以入园凭证现金流为基础资产的专项计划项目。
2012年11月26日	国内首单B股上市公司的公司债——“12华包债”发行成功。
2012年5月8日	第一单交易所债券市场创业板上市公司私募债——“12乐视01”成功发行。

4.2.2 坚决执行终止

联合评级的“给力”不仅体现其专注于信用评级产品，拓展产品价值空间，积极探索和满足市场需求，不断开拓创新，为行业做表率，也体现在其按照要求严格执行终止评级的尽责态度。

当评级对象无法按照要求提供开展评级所需要的资料时，联合评级将按照双方委托协议的相关内容，坚决执行终止评级，以确保联合评级的每一项信用产品都充分发挥其作用。



典型案例

2014年11月20日，因中海信达担保有限公司无法提供后续开展主体评级所需资料，联合评级正式通知其主体信用评级结果到期已自动失效。因此，由中海信达担保有限公司进行担保的私募债“江苏北极皓天科技有限公司2013年私募债券”、“天津市朝日科贸有限公司2013年私募债券”、“华珠（泉州）鞋业有限公司2013年私募债券”、“山东新宇包装股份有限公司2013年私募债券”、“徐州中森通浩新型板材有限公司2013年私募债券”和“诸城威仕达机械有限公司2012年中小企业私募债券”等六家中小企业私募债的债项等级也随之自动失效。联合评级向上述六家发行人或委托人出具了《债券信用等级失效通知》。

4.2.3 关注客户社会责任

倾听用户的声音，关注用户的社会责任，已经成为联合人传递责任评级服务理念的一种习惯。

作为信用评级公司，联合评级在评级作业的过程中，不仅考量企业的财务状况，还关注客户的社会责任表现，在评级方法中明确提出将评级对象的社会责任履行情况与信用级别挂钩。当客户出现相关领域行业禁止条例的行为时，信用等级将受到限制性调整。

通过这样的举措，联合评级以身作则，将责任评级的理念延伸和拓展，以最直接的方式传递给客户，从而带动客户社会责任意识的提高。

上市公司社会责任评级

专题三

当前，越来越多的企业加入到企业社会责任运动中来，履行社会责任既是社会对企业的普遍期望和要求，也是企业实现可持续发展的外在约束和现实选择。社会责任正成为中国企业强化战略使命，提升管理能力，实现可持续发展的有效途径，也成为衡量企业综合价值的重要标准。

新浪财经 | 新浪财经 > 会议讲座 > 正文

2010上市公司最佳企业社会责任评选结果揭晓

<http://www.sina.com.cn> 2010年10月19日 20:20 新浪财经

弘扬社会责任 共建和谐社会

新浪财经讯 日前，由联合信用评级有限公司主办的《2010中国上市公司最佳企业社会责任评选活动》评选结果正式揭晓，此次评选活动共评选出最佳上市公司20家，最具潜力上市公司15家。

从评选结果看，在本次最佳社会责任上榜企业中，国有企业占80%，行业分布在金融、保险、制造业、采掘业、能源类等行业，记者从联合信用评级公司了解到，全部候选企业中，金融、保险行业整体社会责任表现最好，平均得分65.39分。

近年来，企业社会责任问题越来越受到社会各界的广泛关注，上市公司作为中国优秀企业的代表，其社会责任表现更加引发包括交易所、投资者、中介机构和媒体的关注。此次由专业评级公司主办的，专门针对国内A股上市公司的社会责任表现评选活动，在我国证券市场尚属首次。



联合评级在数十年的实践作业中，摸索总结出一套科学的工商企业社会责任评价方法，依照利益相关方理论和三重底线原则，结合企业信用评级相关技术，开发出《联合—企业社会责任评价方法》，以第三方的视角对工商企业履行社会责任情况进行评价，是对企业社会责任评级方法的崭新探索。



5.1 技术创新，提升实力

5.2 专家梯队，专业服务

5.3 积极沟通，交流融合

挑战

近年来，随着资本市场的进一步扩容，创新产品不断涌现，然而，评级行业处于发展的初期阶段，相关创新性研究仍显滞后。

评级行业在我国仍处于行业发展初期，客户对行业的认知不足，无法及时了解信用产品价值。

应对

加强研究工作，改进和完善评级体系，提升企业可持续发展硬实力。

构建专业高效的信用服务专家梯队，积极推进技术创新，提升为客户服务的专业能力。

积极与客户交流，为使用者和委托人提供多元化产品，传递企业产品与服务的品质和价值。

5.1 技术创新，提升实力

过硬和超前的评级技术是评级行业的核心竞争力之一，联合评级积极改进和完善自身评级体系，深入研究宏观经济及政策，探寻发展之路，在资产证券化评级等领域取得了令人瞩目的成果，提升了客户价值，促进了国内评级行业技术的发展与进步。

5.1.1 科研成果

2014年以来，联合评级在研发工作上取得了重大成绩，累计完成各类研究报告与论文49份，其中，在媒体上公开发表21篇，行业研究报告16篇；同年，联合评级应厦门国家会计学院林华教授、深圳证券交易所的邀请，参与编写《中国证券化手册》和《中国企业资产证券化》两本书籍。

联合评级2014年部分论文公开发表情况一览

作者	论文名称	发表刊物	发表时间
张志军	《强化市场中介功能逐步建立健全市场风控体系》	《金融时报》（专访）	2014年10月27日
万华伟	《强化信用评级确保资产证券化业务健康发展》	《金融时报》（专访）	2014年12月8日
万华伟	《国内资产证券化信用评级方法综述》	《中国证券》	2014年第7期
何苗苗	《2013年中国证券市场资信评级业务发展综述》	《中国证券业发展报告（2014）》	2014年5月
张志军	《我国资本市场信用评级行业现状、问题及建议》	《创新与发展：中国证券业论文集》	2014年10月
欧阳婷/张志军	《债券市场信用风险防控研究》	《传导》	2014年第54期
何苗苗	《2013年公司债市场研究报告》	《联合信用研究》	2014年第2期
欧阳婷	《证券公司及基金管理公司子公司资产证券化业务管理规定（修订稿）解读》	和讯网	2014年9月28日
欧阳婷	《资产证券化备案新规出台全面规范尽调和信息披露》	《联合信用研究》 和讯网	2014年第六期 2014年11月24日
万华伟	《证券化评级主要关注内容》	和讯网	2014年12月30日
万华伟	《解读评级机构面临的技术环境》	和讯网	2014年12月30日

联合评级连续4年为中国证券业协会编著的《中国证券业发展报告（2012）》、《中国证券业发展报告（2013）》、《中国证券业发展报告（2014）》撰写专题报告《中国证券市场资信评级业务发展综述》和分报告。



5.1.2 技术创新

联合评级经过多年的研究开发和评级业务实践经验的积累，已拥有成熟的评级方法体系和前瞻的评级理念，不断推动国内评级行业技术的创新与完善。

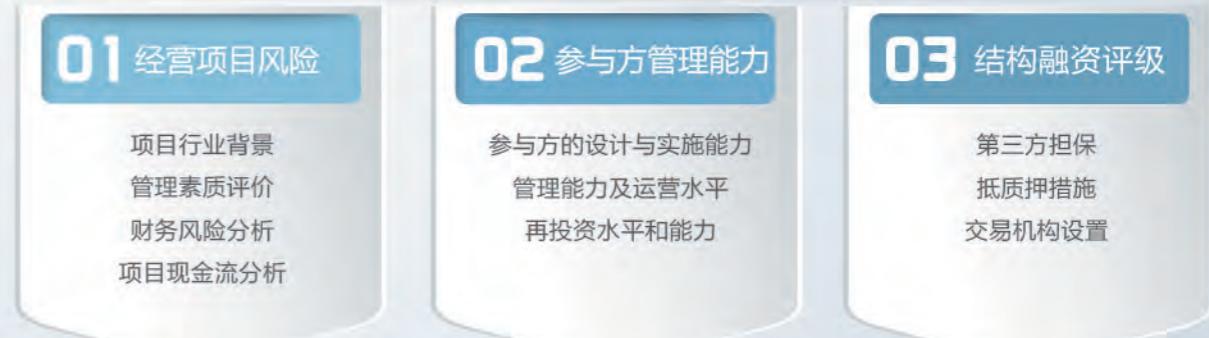
联合评级从事信贷市场及资本市场的工商企业信用评级业务已十余年，积累了丰富的工商企业评级经验，建立了数十个细分行业的评级方法指标体系，除了涉及资源类、制造业、商贸类、金融机构等传统行业和企业外，还包括新能源、互联网、科技型新兴行业的评级方法指标体系。

近年来，联合评级通过对国内外信用评级监管制度、信用评级理论和方法的跟踪、比较研究，在原有公司债、私募债、可转债等债券产品评级方法的基础上，对相关10多项信用评级方法进行了修改和更新，参照国外发达国家成熟市场的评级经验及普遍认识，联合评级已初步构建混合债券评级思路与评级标准，形成了完善的评级方法体系。

联合评级技术理论创新一览

《证券公司资信评级方法》	《评级质量检验方法》
《公司债券信用评级方法》	《工商企业社会责任评价方法》
《工商企业信用评级方法（主体）》	《信托产品评级方法》
《保险公司主体及债项信用评级方法》	《债权投资计划信用评级》
《商业银行主体及债项信用评级方法》	《基金管理公司评级方法》
《融资性担保机构信用评级方法》	《非标准化债权产品信用评级研究》
《小额贷款公司信用评级方法》	《证券公司高管人力资本价值评估》

随着信用评级业务规模的扩大，影子银行相关融资业务的不断涌现，部分非标准化债权产品层出不穷，金融创新产品交易结构的复杂化加剧了使用者的评级需求，联合评级不断提升评级技术以满足市场需求，开展对非标准债权资产的信用评级，有效缓解交易过程中的信息不对称，促使其成为标准化的金融资产而增强流动性。



典型案例：资产证券化系列



路桥收费收益支持证券评级

联合评级从该类证券所面临的政策风险和安全风险入手，针对关于减免高速路收费政策的出台的可能性和收费路段高速路的交通事故发生或自然灾害发生可能造成的损失进行评级，联合评级给予2014年发行的6年期“大成西黄河大桥通行费收益权资产支持证券”，优先级资产支持证券AA+的评级。

航空客票收益支持证券评级

航空客票收益类证券化产品是指以航空公司未来特定期间特定类型的客票收入为基础资产发行的资产支持证券，并以特定类型的客票收入用于资产支持证券的本息偿付。

该类资产证券化产品于近年刚开始出现，市场还没有公开发行的案例，联合评级承做的2015年“海南航空BSP票款债权项目资产支持计划”属于市场首单，联合评级给予其2-5年期的优先级证券AA+的评级。



门票等受益凭证支持证券评级

广州长隆乐园资管计划是国内第二只主题公园入园凭证专项资管计划，同时也是证监会重启企业资产证券化后的首单。目前公开市场上，联合评级承做了2014年发行的8年期“广州长隆主题公园资产支持证券”基础资产的证券化产品评级。



信用卡应收款支持证券评级

该类业务的基础资产是指信用卡应收账款债权，该债权一般是指发卡银行在日常经营活动中对其信用卡用户合法享有的、基于向信用卡用户发放信用卡而产生的在特定期间内存续且按约定应偿还本金、利息等其他应由信用卡用户偿还的款项等全部债权。

目前我国信用卡类证券化产品较少，联合评级已对信用卡应收款作为基础资产的证券化产品进行了深入的研究，对于该类产品的评级已有市场领先的技术和方法。



汽车抵押贷款支持证券评级

ABS是类别广泛的消费信贷应收款项证券化中的一种，该类证券化业务主要涉及的基础资产为金融机构或汽车消费贷款公司向以借款人或第三人的汽车或自购车作为抵押物而发放的贷款。



2013年12月，在上海证券交易所挂牌上市的“2013年汇元一期专项资产管理计划”受益凭证是国内第一单上市交易的汽车抵押贷款资产证券化产品，联合评级开启了国内汽车租赁公司资产证券化的先河，在关注资产池中单笔贷款的信用质量、资产池的组合信用情况、资产池未来现金流表现、交易结构及增信安排、贷款服务机构服务水平、各相关方尽职能力的基础上，给予该优先级证券AAA的评级。

广汇租赁基础资产现金流稳定可预测，以及资产风险极低的特性，是其开展资产证券化业务的先天性优势。“汇元一期”的成功发行，不仅有利于资产证券化试点深化，为固定收益市场提供了新鲜血液，并且也有利于租赁公司优化资产期限结构、化解流动性风险。



租赁资产支持证券化评级

联合评级作为最早一批开展融资租赁资产证券化产品评级的机构，积累了大量的评级经验和数据基础，对于该类资产的评级技术也处于行业领先地位。从租赁合同特征分析、证券交易结构分析、法律要素分析、资产池特征分析、资产池信用表现定量分析、现金流模型和压力测试、信用增级措施分析等定量定性因素考虑，有效的帮助使用者了解产品结构，识别信用风险。



国内领先的资产证券化评级方法

专题四

联合评级拥有一批具有数量分析、风险建模及编程能力的高素质人才，已建立并完善了CLO,RMBS/CMBS、汽车消费贷款、信用卡消费贷款等银行信贷资产证券化的评级方法体系及其信用风险量化模型，同时也初步建立了路桥资产、水电气、机场、租赁资产、景区门票、应收账款等企业资产证券化的评级方法体系及其现金流压力测试模型。



部分资产证券化评级方法

- 《融资租赁资产证券化评级方法》
- 《小额贷款支持证券评级方法》
- 《商业房地产抵押贷款支持证券评级方法》
- 《个人住房抵押贷款支持证券评级方法》
- 《商业银行公司贷款资产证券化（CLO）评级方法》
- 《汽车贷款资产证券化评级方法》
- 《信用卡应收款支持证券评级方法》
- 《企业未来应收款项证券化评级方法》

细化评级理论

- 路桥收费收益支持证券评级
- 航空客票收益支持证券评级
- 门票等受益凭证支持证券评级
- 水电\电热等应收款支持证券评级

联合评级参与了数十个证券公司专项资产管理计划的评级工作，通过多个实践项目的相关数据与参数的积累，评级理念与评级模型的不断完善，公司已完成了多种类型的资产证券化评级方法的制订与修订。

同时，通过券商专项计划的评级经验积累，联合评级将上述评级方法运用到信托公司资金信托计划评级、保险公司资产管理计划等产品评级上，并延伸到银行非标准债权产品的评级上，通过不断积累数据、优化评级模型，使相关评级方法得以逐步改进与完善。

5.2 专家梯队，专业服务

信用评级行业是人力资本密集型行业，是以信用评级人员为主导的智力型服务行业。联合评级要求评级人员在从业过程中逐步积累并形成多元化的知识结构和深入的洞察力，以更好地服务客户，传递产品价值。

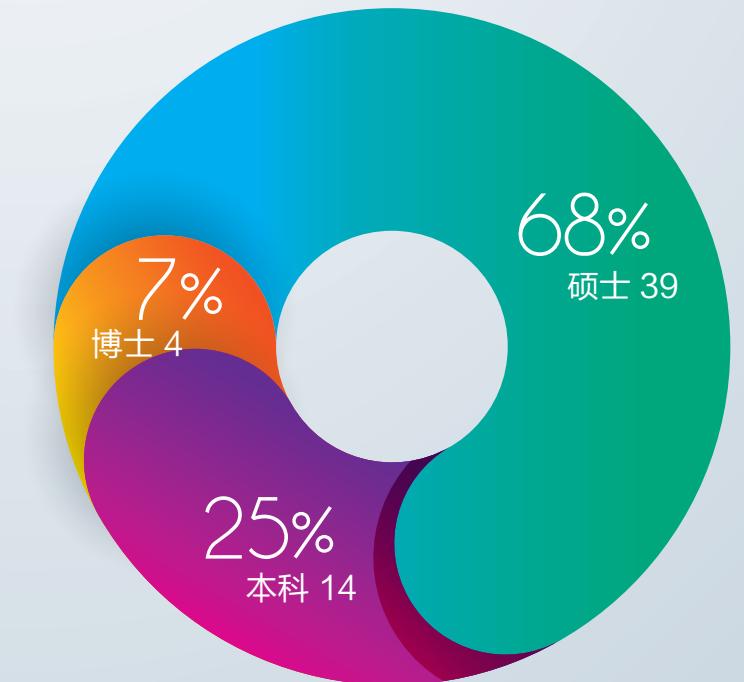


5.2.1 专家梯队

截止2014年12月末，联合评级具有证券从业资格的评级人员总数达到62人；形成了专业合理、年龄梯队完善的人才队伍。

从学历构成来看，6.45%的员工具有博士学历，比2013年末上升1.17个百分点；62.90%的员工具有硕士学历。

从年龄梯次来看，35周岁以下的员工占比达59.68%。



博士 4
硕士 39
本科 14

联合评级目前拥有国内顶尖的信用风险管理专家和资产证券化评级专家，总经理张志军、评级总监万华伟为中国证券业协会证券资信评级专业委员会委员。

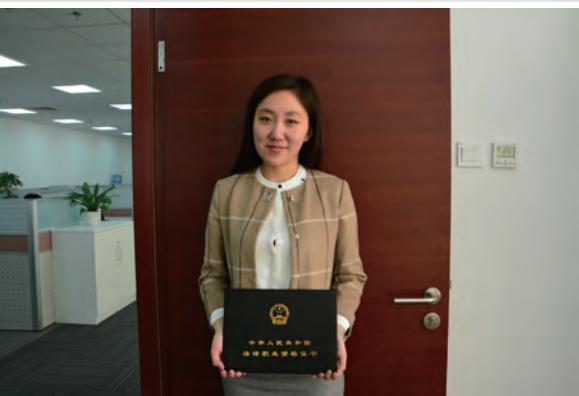
联合评级建立评级人员培训体系，通过开展内部培训、加强行业交流、打造以老带新的业务梯队等多种途径培养评级人员的职业能力，为国内评级行业的后续发展培养了一大批优秀的人才。



联合评级分析师团队精英荟萃目前拥有：
金融领域专家CFA
财务领域专家CPA
具备专业资格的法务人员

培训活动开展情况：

基础教育培训 210人/次
岗位业务培训 105人/次
创新业务培训 168人/次



博士后工作站

专题五

联合信用管理有限公司博士后科研工作站（以下简称“工作站”）成立于2013年12月，是联合信用管理有限公司的创新基地和科研平台。工作站秉承“独立、专业、价值”的原则，针对中国债券市场发展中的重大理论问题和评级行业创新过程中的前瞻性课题，开展深入的研究，为把公司打造成最具公信力的评级机构提供智力支持，为中国资本市场的改革与开放献计献策、为中国金融科学的繁荣与创新贡献力量。



合作单位

工作站于2014年开始招收博士后科研人员，目前已与清华大学、北京大学、中国社科院、西安交通大学、南开大学等著名高等学府、科研院所签署了联合培养博士后科研人员协议，共同开展高水平的信用理论研究与评级技术研究，力争为中国及世界信用评级行业做出新的贡献。



专家队伍

目前，工作站已聘请了18位知名学者和专家组成了工作站专家指导委员会，为工作站的学术活动提供指导。工作站已有三位博士后入站，都已开展相应的工作。



研究课题

- | | |
|-------------------|------------------------|
| 1 中国多层次债券市场建设问题研究 | 6 新型金融交易所风险管控问题研究 |
| 2 企业资产证券化相关问题研究 | 7 我国债券市场违约率及损失率研究 |
| 3 中外评级体系比较研究 | 8 国内外评级行业监管研究 |
| 4 信用价值在互联网时代的体现 | 9 对美国债券市场研究 |
| 5 互联网金融信用风险管理研究 | 10 国外债券市场信用风险对冲及防范机制研究 |

5.2.2 服务提升

在大数据时代潮流的引领下，联合评级遵照人民银行及证监会的相关法规，参照公司内部评级制度搭建了信用评级数据库、评级分析软件和评级流程管理系统等信息基础建设，利用评级数据库积累了大量的有效数据，全面检验和考核公司评级业务的内在质量，树立提升行业整体发展能力与素质的表率。

同时，公司拥有宏观经济、区域经济、行业、工业企业、商品流通、金融市场等综合性数据库，数据来源包括国家统计局、各地方统计局、海关、统计年鉴、CRB等权威统计、发布部门，为专家梯队更好发挥其作用提供后台支撑。

鉴于国内债券市场产品创新的步伐加快，公司评级业务量显著上升，为配合公司内部管理的重构，提高评级质量，联合评级以身作则，将日常评级流程与评级系统数据库整合起来，强调流程控制，以防范管理风险、提高工作效率。



5.3 积极沟通，交流融合

联合评级深知客户作为资本市场的参与者是市场的基石，客户的信任是公司赖以生存和发展的基础。公司引领整个团队积极开展为客户服务的交流活动，聚焦客户需求，提供个性化的产品和服务，为客户提供专业高效的服务体验。



第八届中国企业国际融资洽谈会—“债务融资与信用”论坛由天津市发展改革委员会、中国银行天津分行、中国证券监督管理委员会天津监管局、天津市人民政府金融服务办公室联合主办天津证监局等单位主办，联合信用、联合资信与联合评级联合承办。



在国务院“优化资源配置、用好增量、盘活存量、更好地服务实体经济发展”的精神指导下，2013年资产证券化迎来重启以来深入发展的一年。同时，信用评级作为资产证券化过程的重要环节，相应的评级业务也在不断向前推进。

“资产证券化可供选择的基础资产种类丰富，可参与性很高。在选择基础资产的时候，需要建立一套科学、合理、严谨、细致的量化标准”。

——中国证券业协会资信评级专家委员会专家委员联合评级副总经理一万华伟



第二届中国资产证券化高峰论坛
2014年11月14日 上海中星铂尔曼大酒店

本次高峰论坛对交易所市场的资产证券化产品创新模式，实务操作案例等热点话题进行了广泛深入的探讨。以平安银行小额消费贷款证券化产品为例，解析多个汽车贷款资产证券化产品和商业银行、地方性银行的信贷资产证券化业务的创新与未来发展潜力。



2014中国固定收益俱乐部沙龙
之资产证券化与金融创新
2014年12月27日 北京泛利大厦

本次沙龙上联合评级有限公司评级总监万华伟先生做了精彩演讲。万总对评级机构面临的技术环境做了详细解读，他提出次贷危机里评级机构倍受诟病的是模型风险，其中模型中的参数设置是其中一个主要因素。评级模型中很多参数是基于历史上的最差与最好数据以及其数据分散程度确定的，但历史上最差的数据并不足以代表未来一定是最差的数据，尤其是在金融创新极大发展的当下，因此，就要求评级机构在模型的参数选择上要更谨慎一些，然而过于苛刻的参数设置也会使模型使用上失去经济意义。

联合·共享会

专题六



2014年10月24日，由联合信用评级有限公司举办的“联合·共享汇——资产证券化信用评级专题论坛”，在北京金融街威斯汀酒店隆重举行。券商、银行、保险、资管、信托等各大金融机构的200余位资深人士齐聚一堂。

会上，联合信用评级有限公司的评级总监万华伟先生，展开《资产证券化评级综述》的主题演讲。从信用评级在资产证券化中的重要性、资产证券化信用评级方法、交易结构分析、国内资产证券化评级过程中存在的问题及建议四个方面对国内资产证券化信用评级方法做出了专业详细的解读。



联合评级结构融资部副总经理欧阳婷先生，以《资产证券化评级案例分析》为题，与各位专业人士分享了以融资租赁、收费权为基础资产的证券化产品信用评级案例经验。



联合·共享会（续）

专题六

信用评级就其本质而言就是提供一种信用风险的信息服务，在资产证券化过程中起到了非常重要的作用。对于使用者而言，信用评级起到了信息揭示功能，一定的信用评级等级就是对于投资决策的一个衡量，使用者可以根据自己的风险偏好，选择合适的产品；对于资产支持证券发行人来说，通过科学、合理的证券化交易结构设计，获得一个良好的信用等级就意味着其可以降低融资成本。

“联天下豪杰、合公信贤达”

资产证券化已成为发达国家资本市场的热门金融产品，鉴于证监会推出资产证券化新政以及现阶段国内资产证券化井喷的趋势，独立的、客观的、公正的评级服务越显重要。联合信用评级有限公司成功举办第一届联合共享会与各位投资者、委托人分享了资产证券化业务的点点滴滴。



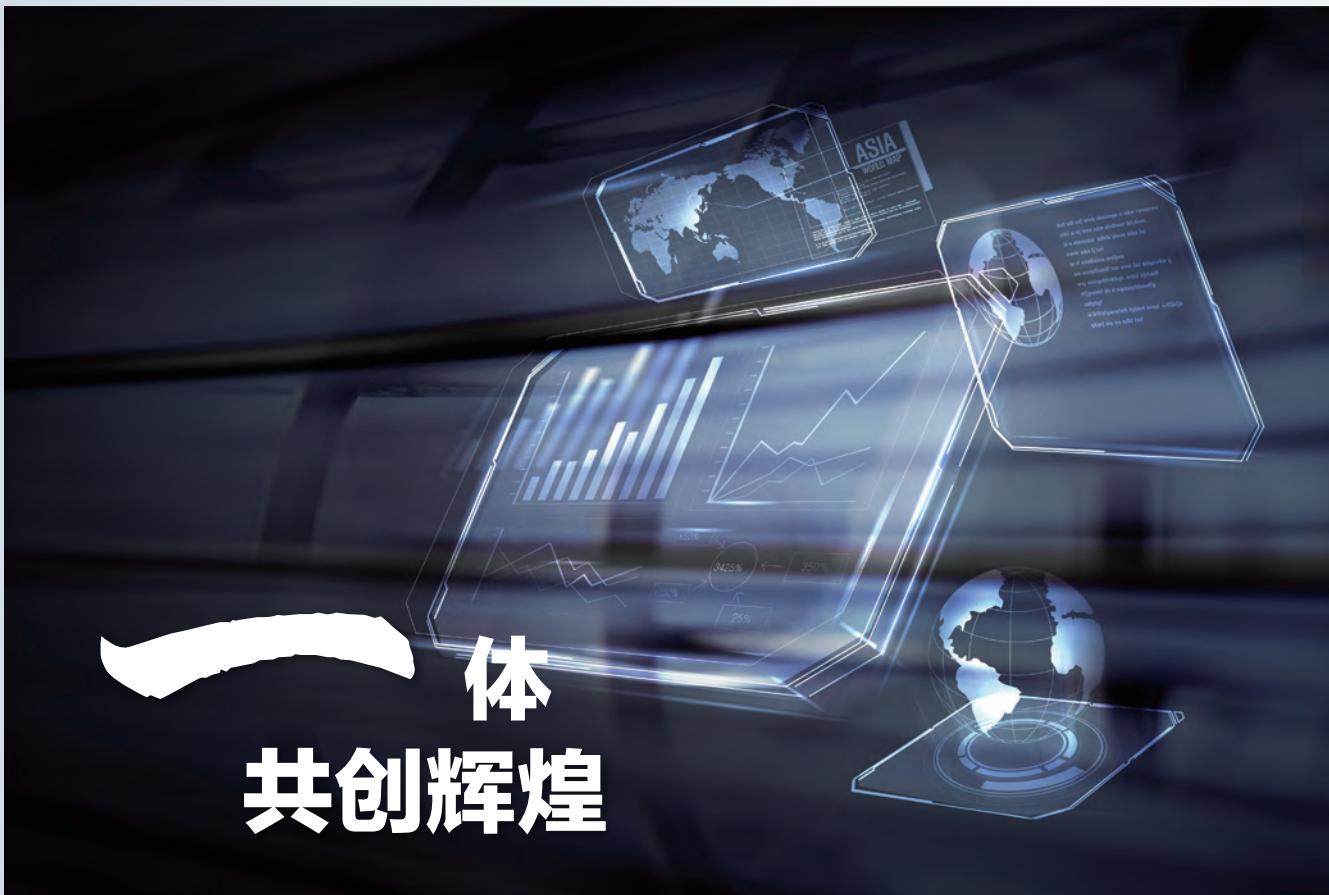
共进

下篇

共进一与评级行业、社会共同进步，是联合履行社会责任的最高层次。公司个体的发展与整个行业、合作伙伴、社会息息相关。

联合评级视自身与行业、社会为一体，不断推动社会信用体系建设，加强与合作伙伴的交流学习和互利共赢，提升行业国际影响，实现与行业和社会共进的伟大理想。





6.1 助推信用体系建设

近几年，我国已经在加快全社会信用体系建设方面取得了一定的成绩，但是总体来看，我国的商业信用环境依旧有待完善，企业信用意识亟待加强。因此，作为评级行业的领跑者，联合评级有义务也有能力为我国信用体系的建设与完善贡献一份力量。

联合评级作为我国信用评级行业的排头兵，与整个信用行业共成长。

联合评级配合政府相关部门推动制定企业信用评级的行业规范、技术标准，制定行业自律公约，维护企业信用评级市场秩序；研究本地区行业发展趋势、融资形势、风险预警等，定期提出宏观、中观、微观的分析报告。

协助中国证券业协会证券资信评级专业委员会起草《证券资信评级机构执业行为准则》，进一步规范证券评级机构的执业行为，促进资本市场信用评级行业健康发展。

同时，联合评级还致力于加强信用专业知识理论与实践的探索，开展信用学术交流，跟踪研究国际先进的信用理论、信用管理经验、信用评审和管理技术，创新信用管理和信用评级体系，搭建业内专家、高校学者、监管部门沟通的平台；携手同业，通过开展前瞻性的研究、参与行业政策制定，为实现行业健康可持续发展添砖加瓦。

6.1 助推信用体系建设

6.2 加强合作互利共赢

6.3 提升行业国际影响

挑战

国家、社会、客户等越来越关注我国信用体系的建设情况。
我国信用评级行业的内部交流不足，阻碍行业的共同发展。
我国信用评级行业发展起步晚，国际影响力有待提升。

应对

提高自身业务水平，为国家信用体系建设和评级行业发展贡献力量。
通过多种形式实现行业交流，从而促进行业互利共赢。
探索国际市场，提升我国评级行业的国际影响力。



6.2 加强合作互利共赢

2014年，随着前期发行的公司债、中小企业私募债相继进入兑付期和回售期，在外部经济环境尚未得到实质改观的情况下，发行人信用风险会逐步释放，部分企业将面临兑付困难的情况，评级机构执业风险也将进一步加大。评级机构通过与合作伙伴的交流与学

习，能够更及时地揭示信用风险，有助于提升评级结果的科学性和权威性，从而为使用者提供更为客观及时的评级服务。

联合评级的发展，离不开合作伙伴的支持与帮助。联合评级与券商、律师事务所、会计师事务所等紧密合作，共同以专业为委托人尽责，以真诚为使用者服务，赢得市场的认可，实现合作共赢。

联合评级一直以来积极参与行业重要制度建设，长期与政府机构、监管机构、学术机构、行业组织等开展各类政策研究，并通过论坛、研讨会、座谈会等形式积极与行业伙伴分享经验，共同促进行业发展。

A decorative graphic in the top right corner consisting of numerous semi-transparent blue spheres of different sizes, some with internal reflections, set against a plain white background.

典型案例

21世纪经济报道记者就中小企业私募债的评级、增信措施、中介机构在发行中的相关责任等问题，专访了联合评级有限公司总经理张志军。

在问到“发行人和担保方出现财务数据造假，虚构担保方式，签订阴阳担保合同逃避担保责任等方式，承销商和评级机构一般如何识别？”时，联合评级张志军评论道：“债券的发行中，中介机构都要承担自身相应的责任。不管是评级机构、承销商、会计师事务所、律所获取的基础资料都来自于发行人，中介机构应在自身职责范围内和作为从业人员一般的实施能力水平下进行鉴别，对重要资料从内容到形式进行仔细审查，而不是流于形式。”

08 市场中介

强化市场中介功能 逐步建立健全市场风控体系

联合评级有限公司总经理张志军

9月底，证监会就《证券公司及基金管理公司子公司资产证券化业务管理规定》（下称“《管理规定》”）向社会公开征求意见。日前，证监会下发正式管理办法，同时配套出台《尽职调查工作指引》和《信息披露指引》，标志我国企业资产证券化业务进入新的发展阶段。

租赁债权、商业物业收益权资产将成为重点标的

《管理规定》中规定的基础资产“为企业应收账款、租赁债权、信贷资产、信托受益权等财产权利，基础设施、商业物业等不动产或不动产权收益权，以及中国证监会认可的其他财产或财产权利。”目前已发行的产品中，租赁债权、信贷资产、基础设施等不动产收益权类作为基础资产的产品较多，就当前市场的实际情况，并随着国内相关REITS试点的逐步展开，未来租赁债权、基础设施及商业物业等不动产或不动产权收益权类资产有望出现较快发展。

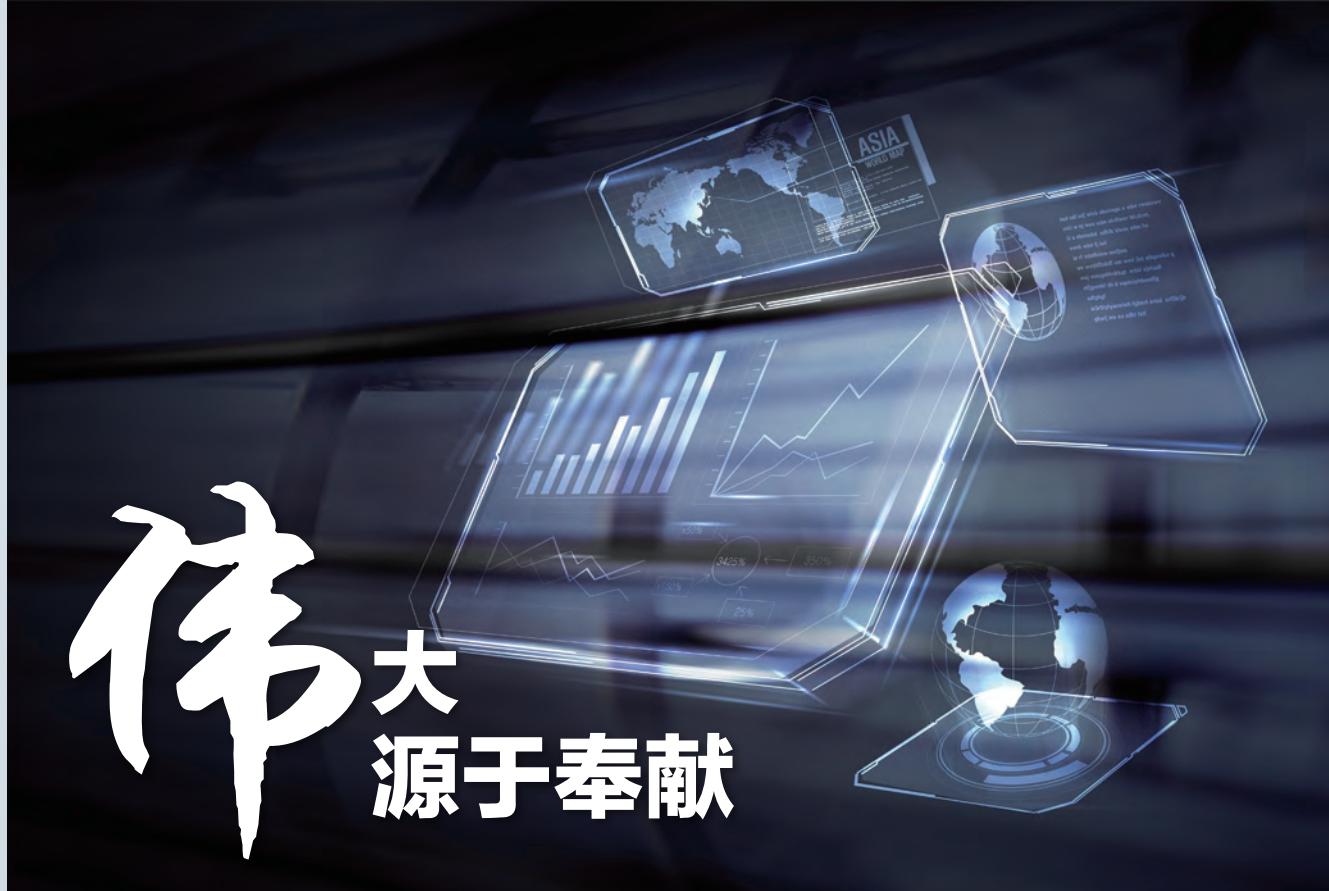
同时，信托受益权作为财产权利，其发展潜力有望进一步释放。受信贷资产证券化发行备案相关政策影响，商业银行信贷资产证券化仍将以银行间市场为主流发行场所，但部分股份制银行及城商行的信贷资产证券化产品可能会倾向于在交易所发行。

6.3 提升行业国际影响

为提高我国评级机构的国际影响力、打破国际评级业寡头垄断局面，同时更好地服务于我国投资者走向国际，联合评级自2012年主动开展国家主权信用评级，先后发布对美国、德国、英国、日本、澳大利亚等国家的持续国家主权评级报告61份。

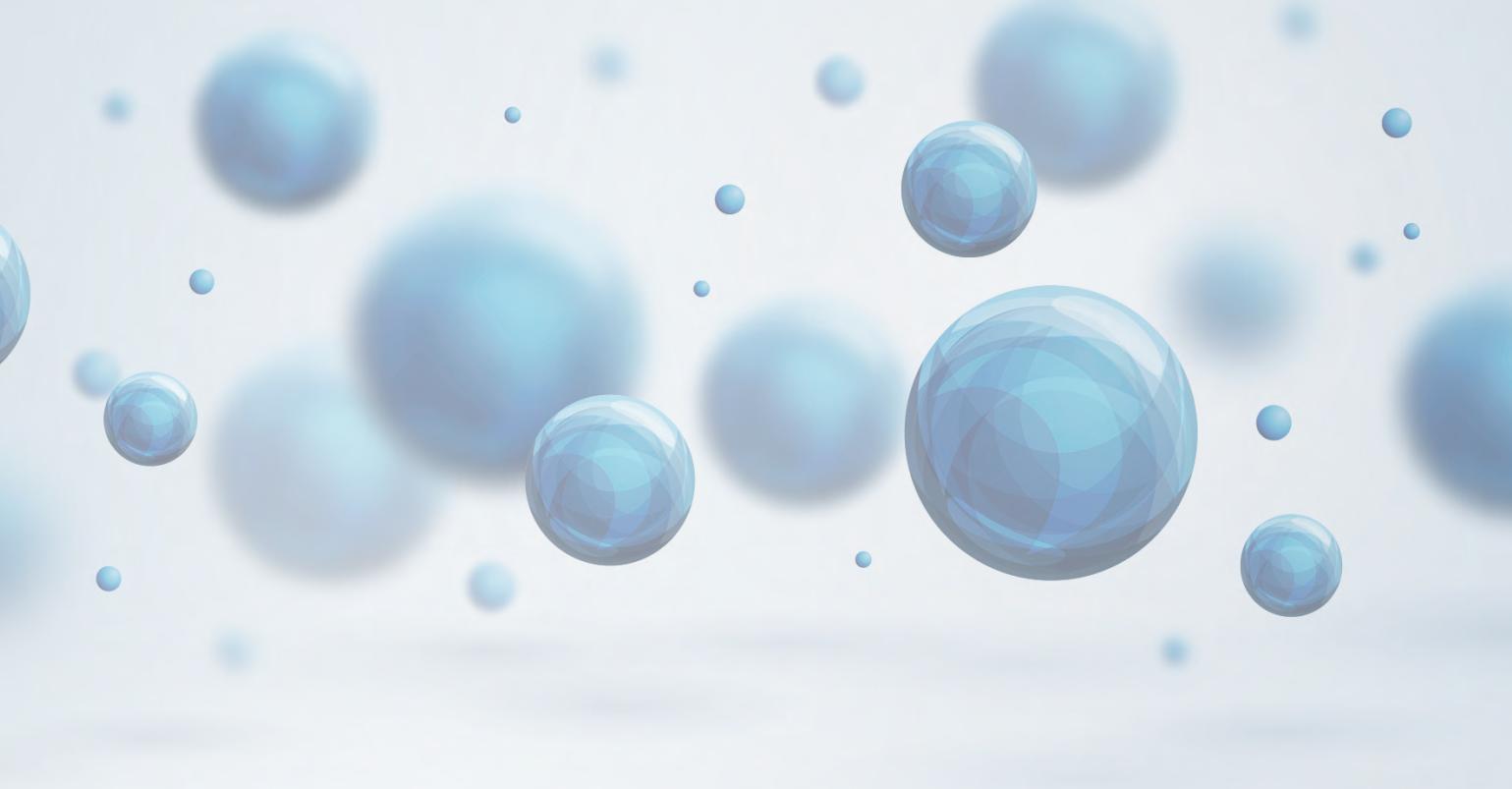
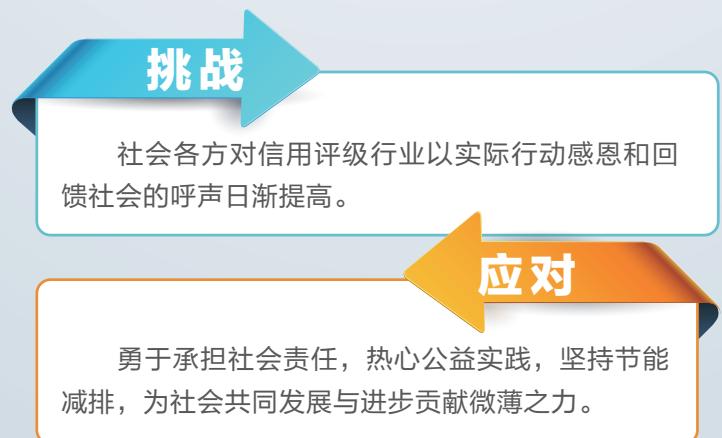
2014年，公司利用可获得的公开信息，对沙特阿拉伯、墨西哥合众国、土耳其共和国和俄罗斯联邦等22个国家进行了主权评级。公司根据内部评级方法和评级程序，同时结合各国的国内生产总值增长趋势、对外贸易、国际收支情况、外汇储备、外债总量及结构、财政收支、财政负担和政策实施等进行综合分析和等级评定。受评主体分布和其长期外币信用等级结果如下图所示。





7.1 身体力行实践公益

7.2 坚持践行低碳运营



7.1 身体力行实践公益

以信用促发展，积极投身社会公益事业，是联合人支持政策发展、服务公众的重要举措。联合评级坚持立足评级主业，在参与社会管理等方面进行持续探索，并身体力行，倡导员工和合作伙伴参与公益活动。



联合评级承担起推动社会进步、扶助社会弱势群体等一系列社会责任和义务，在谋求经济利益、令股东满意的基础上，积极回报社会与公众，践行企业公民应有的社会责任。在历次抗灾救灾活动当中，联合人都慷慨解囊，以集体或个人的名义伸出援助之手。

7.2 坚持践行低碳运营

信用评级行业由于不涉及传统意义上的生产制造过程，较一般制造业而言更低碳环保，但联合评级依然持续关注营运过程中的环境足迹，制定了节能降耗相关政策，倡导员工实践低碳环保的生活方式。

联合评级实施集中文印，使得文印输出的质量、效率、便利性以及设备使用率大幅度提升；在日常办公中，联合评级对纸张打印、水电使用均有相关的制度规定，对办公耗材（墨盒、硒鼓和纸张等）强调反复使用，提倡纸张双面利用和二次利用，硒鼓和墨盒加粉/水后多次使用，倡导员工养成节约水、电、纸的习惯；同时，积极优化OA系统，EMS财务管理系统等，倡导无纸化公文审批和财务审批流程。

公司加大对互联网交易、微信等多渠道电子化交易平台的投入，有效的节约了客户办理咨询业务成本，也节约了公司资源建设和人工成本，减少纸质材料的印制、传递流程，不仅方便了客户，也节约了资源。同时，公司于2013年创新性的开始使用视频会议系统进行远程培训，目前已实现异地培训视频化，大大减少了出差和车辆使用次数，为碳排放的减少尽绵薄之力。

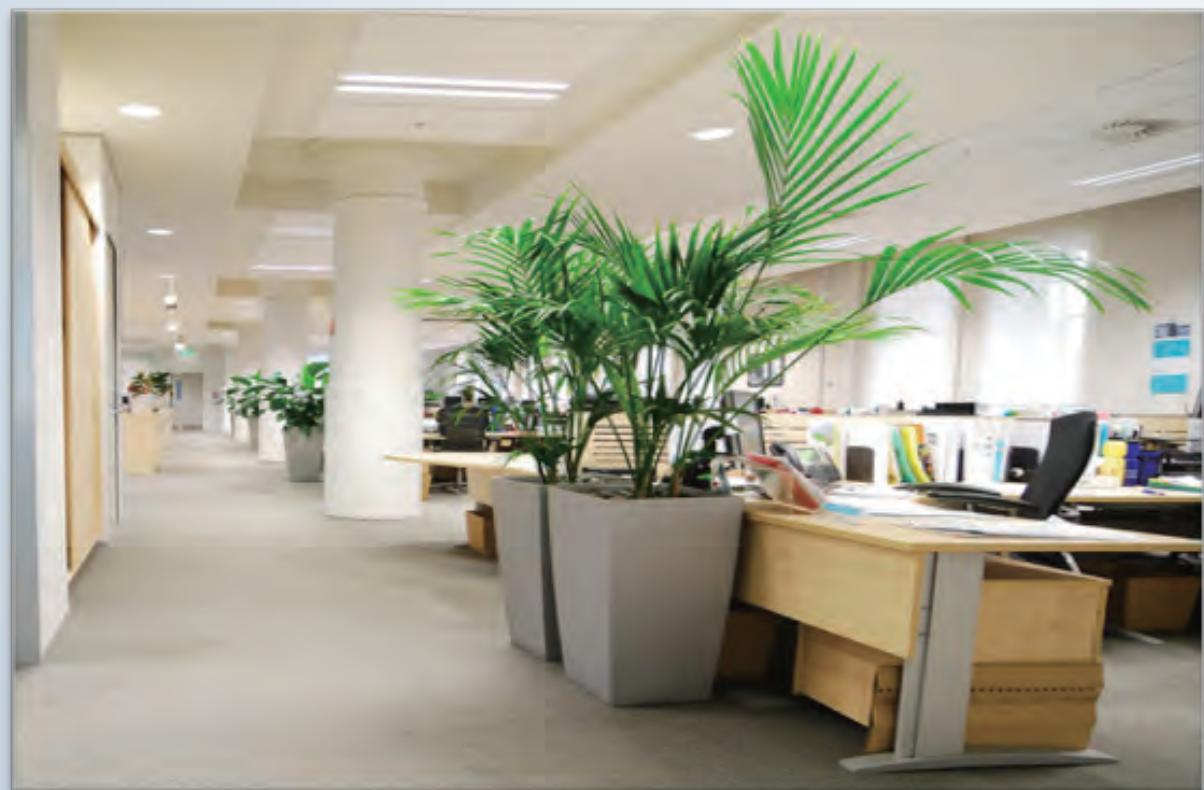


未来展望

作为信用服务企业，联合评级在多年的发展过程中努力提升专业技术水平的同时，积极为股东、客户、政府机构、合作方、员工等利益相关方提供有价值的产品或服务，在成长和实践中不断回馈社会，并获得相关各方的充分信赖。未来随着国内债券市场的扩容、固定收益类产品品种的不断创新、信用风险的逐步显现以及投资者风险意识的增强，信用评级行业所受到的关注度将进一步提升，信用评级价值将进一步体现。

作为国内处于市场领先地位的评级机构之一，联合评级将继续致力于信用风险研究与实践，秉承“依法经营、合规作业”的经营理念，为社会提供真实、有效和有价值的信用服务产品。

未来联合评级将继续在合规管理、服务提供、环境保护、员工关怀等社会责任管理与实践的重要领域进一步探索和规范，使得社会责任与企业使命相结合并使之高度统一，在持续的信用服务实践中不断回馈社会，让商业价值与社会价值都得到公众认同。联合评级将立志成为国内最具公信力的信用评级机构，为中国信用体系建设和债券市场发展尽绵薄之力。



附录一：利益相关方评价>>

客户评价>>

客户意见反馈表

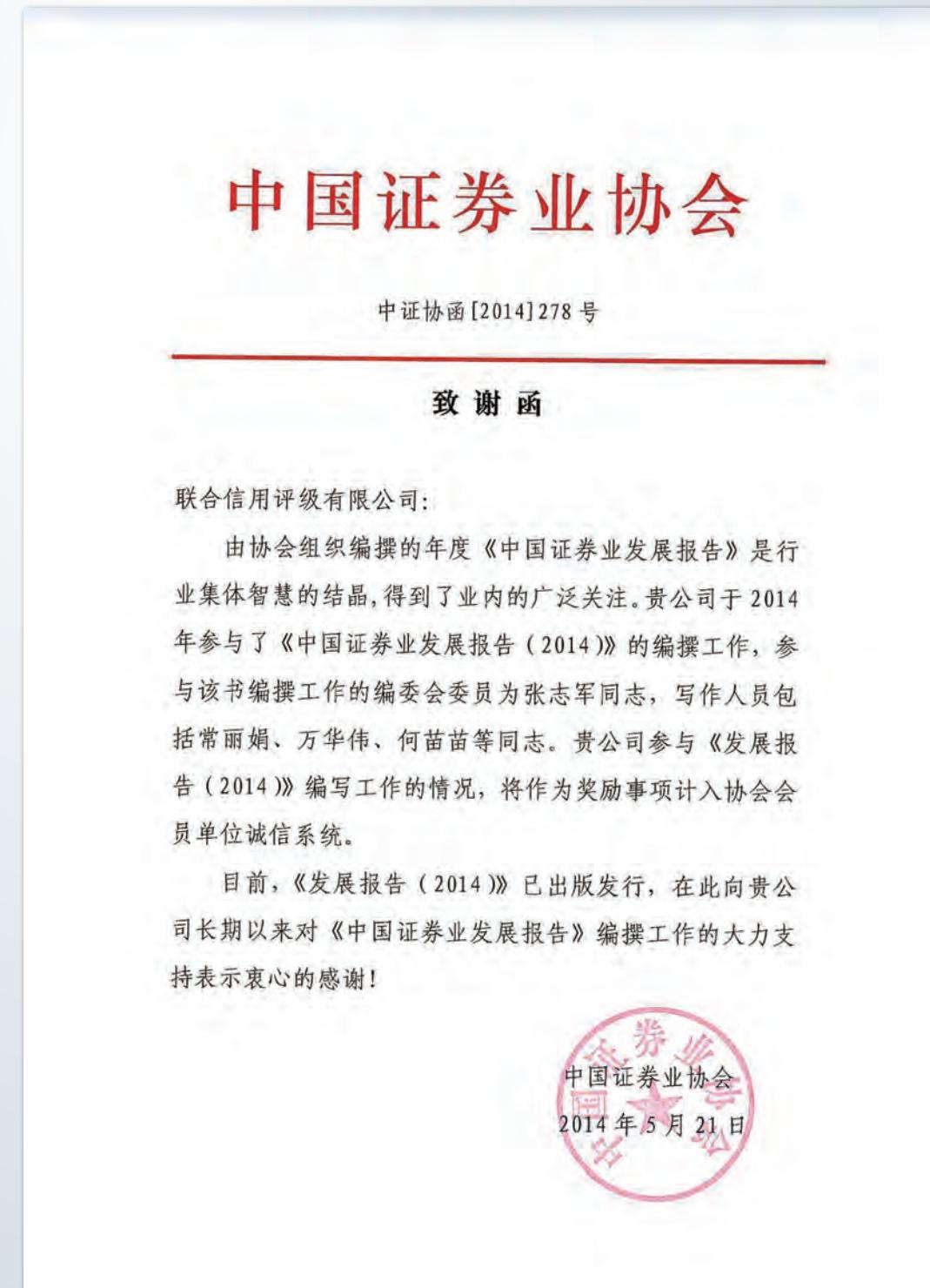
尊敬的客户：

衷心的感谢您对我公司的信任和支持，以及对我公司评级项目组现场考察和访谈工作给予的大力支持！在致以我们诚挚的问候的同时，请您在百忙之中填写以下意见反馈表，以便我们了解评级分析师现场工作情况，加强对分析师现场工作的监督管理，并更好地为贵公司提供评级服务。我们同时热切期盼您对我们的工作提出宝贵的意见和建议，我们将不胜感激，谢谢！

客户名称	广州汽车集团股份有限公司					评级项目	2014年可转债
项目组负责人	李晶					工作期间	2014.8.20-2014.8.20
项目组成员							
评级项目(请在相应项后打“√”)	很好	好	一般	较差	很差	备注	
行为举止	√						
工作态度	√						
专业水平	√						
整体评价	很好，继续保持长期友好合作！						
改进建议 (如空白处不够，可写在背面)							
经办人(签字)						职务	高级分析师
客户名称(签章)							2014年8月21日

请寄至：北京市朝阳区建国门外大街2号PICC大厦1201室 肖海霞(15001381878)
收，邮编100022，或用信封密封并在封口处盖上公章后由项目组成员带回。

监管部门评价>>



附录二：报告指标索引>>

编号	GRI指标	在报告中的位置(页)	披露状态
战略及分析			
1.1	机构最高决策者就可持续发展与机构及其战略的相关性的声明	6	F
1.2	主要影响、风险及机遇的描述	9,16,20,29, 39,57,63	F
机构概况			
2.1	机构名称	5	F
2.2	主要品牌、产品和/或服务	10,21	
2.3	机构的运营架构，包括主要部门、运营公司、附属及合资企业	15	F
2.4	机构总部的位置	10	
2.5	机构在多少个国家运营，在哪些国家有主要业务，或哪些国家与报告所述的可持续发展事宜特别相关	10	F
2.6	所有权的性质及法律形式	10	F
2.7	机构所服务的市场（包括地区细分、所服务的行业、客户/受惠者类型）	10	F
2.8	报告机构的规模	10	F
2.9	报告期内机构规模、架构或所有权方面的重大变化	10	F
2.10	报告期内所获得的奖项	10	F
报告参数设置			
3.1	所提供信息的报告期（如财政年度/日历年）	5	F
3.2	上一份报告的日期（如有）	-	N/A
3.3	报告周期（如每年、每两年一次）	5	F
3.4	查询报告或报告内容的联络点	5	F
3.5	界定报告内容的过程	5	F
3.6	报告的边界（如国家、部门、附属机构、租用设施、合资企业、供应商）	5	F
3.7	指出任何有关报告范围及边界的限制	5	F
3.8	根据什么基础，报告合资企业、附属机构、租用设施、外包业务及其他可能严重影响不同报告期和/或不同机构间可比性的实体	-	N/A
3.9	数据测量方法及计算基准，包括用以编制指标及其他信息的各种估测所依据的假设及方法	5	F
3.10	解释重订前期报告所载信息的影响及重订的原因（例如合并/收购、基准年份/期间变化、业务性质和测量方法变化）	-	N/A

编号	GRI指标	在报告中的位置(页)	披露状态
3.11	报告的范围、边界或所用的测量方法与此前报告期间的重大差异	-	N/A
3.12	用表格确定各标准披露在报告中的位置	69-74	F
3.13	机构为报告寻求外部审验的政策及现行措施	-	NR
治理、承诺及利益相关方参与			
4.1	机构的治理架构，包括最高治理机构下负责特定事务的各个委员会，例如特定战略或组织监督的委员会	15	F
4.2	指出最高治理机构的主席是否兼任行政职位（如有，请说明其在机构管理层的职能及如此安排的原因）	15	F
4.3	如机构属单一董事会架构，请指出最高治理机构中独立和/或非执行成员的人数和性别	15	F
4.4	股东及员工向最高治理机构提出指导或建议的机制	-	NR
4.5	对最高治理机构成员、高层经理及行政人员的报酬（包括离职安排）与机构绩效（包括社会及环境绩效）之间的关系	-	NR
4.6	避免最高治理机构出现利益冲突的程序	-	N/A
4.7	如何决定最高治理机构及其委员会成员的组成，应具备的资格及专长，包括对性别和其他多样性指标的考虑	-	N/A
4.8	机构内部制定的使命陈述或价值观，行为守则，及关乎经济、环境及社会绩效的原则，以及其实施状况	12-13	F
4.9	最高治理机构对报告机构如何确定和管理经济、环境及社会绩效（包括相关的风险、机遇），以及对机构是否遵守国际公认的标准、行为守则及原则的监督程序	14,17	F
4.10	评估最高治理机构本身绩效的程序，特别是有关经济、环境及社会的绩效	14,17	F
4.11	解释机构是否及如何按预警方针或原则行事	12	F
4.12	机构参与或支持的外界发起的经济、环境及社会公约、原则或其他倡议	-	N/A
4.13	机构加入的协会（如行业协会）和/或全国/国际倡议组织的会籍	10	F
4.14	机构的利益相关方群体列表	18	F
4.15	识别及决定选择谁成为利益相关方的根据	18	F
4.16	利益相关方参与的方法，包括按不同的利益相关方类型及组别的利益相关方参与频率	18	F
4.17	利益相关方参与的过程中提出的关键主题及顾虑，以及机构回应的方式（包括以报告回应）	18	F
经济绩效指标			
EC1	机构产生及分配的直接经济价值，包括收入、运营成本、员工薪酬、捐献及其他社区投资、留存收益、向出资人及政府支付的款项	11	F

符号说明：F表示完全披露，NR表示不披露，N/A表示不适用。

符号说明：F表示完全披露，NR表示不披露，N/A表示不适用。

编号	GRI指标	在报告中的位置(页)	披露状态
EC2	气候变化对机构活动产生的财务影响及其风险、机遇	-	N/A
EC3	机构养老金固定收益计划所需资金的覆盖范围	24	F
EC4	政府给予的重大财政补贴	-	N/A
EC5	不同性别的工资起薪水平与机构重要运营地点当地的最低工资水平的比例范围	25	F
EC6	机构在各重要运营地点对当地供应商的政策、措施及支出比例	-	N/A
EC7	机构在重要运营地点聘用当地社区员工的程序，以及在当地社区聘用高层管理人员所占的比例	25-26	F
EC8	机构通过商业活动、实物捐赠或免费专业服务等形式主要为公共利益开展的基础设施投资及服务及其影响	38,65	F
EC9	机构对其重大间接经济影响（包括影响的程度）的理解和说明	35-38	F
环境绩效指标			
EN1	所用物料的重量或体积	-	N/A
EN2	采用经循环再造的物料的百分比	-	N/A
EN3	初级能源的直接能源消耗量	-	N/A
EN4	初级能源的间接能源消耗量	-	N/A
EN5	通过节约和提高能效节省的能源	65	F
EN6	提供具有能源效益或基于可再生能源的产品及服务的计划，以及计划的成效	65	F
EN7	减少间接能源消耗的计划，以及计划的成效	65	F
EN8	按源头说明总耗水量	-	N/A
EN9	因取水而受重大影响的水源	-	N/A
EN10	循环及再利用水的百分比及总量	-	N/A
EN11	机构在环境保护区或其他具有重要生物多样性意义的地区或其毗邻地区，拥有、租赁或管理土地的位置及面积	-	N/A
EN12	描述机构的活动、产品及服务在生物多样性方面，对保护区或其他具有重要生物多样性意义的地区的重大影响	-	N/A
EN13	循环及再利用水的百分比及总量	-	N/A
EN14	管理对生物多样性影响的战略、目前的行动及未来计划	-	N/A
EN15	按濒危风险水平，说明栖息地受机构运营影响，列入国际自然保护联盟(IUCN)红色名录及国家保护名册的物种数量	-	N/A
EN16	按质量说明，直接与间接温室气体总排放量	-	N/A

符号说明：F表示完全披露，NR表示不披露，N/A表示不适用。

编号	GRI指标	在报告中的位置(页)	披露状态
EN17	按质量说明，其他相关间接温室气体排放量	-	N/A
EN18	减少温室气体排放的计划及其成效	65	F
EN19	按质量说明，臭氧消耗性物质的排放量	-	N/A
EN20	按类别及质量说明，氮氧化物(NO)、硫氧化物(SO)及其他主要气体的排放量	-	N/A
EN21	按重量及排放目的地说明污水排放总量	-	N/A
EN22	按类别及处理方法说明废弃物总重量	-	N/A
EN23	严重泄露的总次数及总量	-	N/A
EN24	按照《巴塞尔公约》附录I、II、III、VIII的条款视为有毒的废弃物经运输、输入、输出或处理的重量，以及运往全世界的废弃物的百分比	-	N/A
EN25	受机构污水及其他（地表）径流排放严重影响的水体及相关栖息地的位置、面积、保护状态及生物多样性价值	-	N/A
EN26	降低产品及服务的环境影响的计划及其成效	65	F
EN27	按类别说明，售出产品及回收售出产品包装物料的百分比	-	N/A
EN28	违反环境法律法规被处重大罚款的金额，以及所受非经济处罚的次数	-	N/A
EN29	为机构运营目的而运输产品、其他货物及物料以及机构员工交通所产生的重大环境影响	-	N/A
EN30	按类别说明总环保开支及投资	65	F
劳工实践及体面工作绩效指标			
LA1	按雇用类型、雇用合约及地区划分的劳动力总数，并按性别区分	25	F
LA2	按年龄组别、性别及地区划分的新进员工和员工流失总数及比率	46	F
LA3	按主要业务地区划分，只提供给全职员工（不给予临时或兼职雇员）的福利	-	N/A
LA4	受集体协商协议保障的员工百分比	24	F
LA5	有关重大运营改变的最短通知期，包括指出该通知期是否在集体协议中具体说明	-	N/A
LA6	由劳资双方组建的职工健康与安全委员会中能帮助员工监督和评价健康与安全相关项目的员工代表在总职工人数中所占的百分比	-	N/A
LA7	按地区和性别划分的工伤、职业病、误工及缺勤比率，以及和工作有关的死亡人数	-	N/A

符号说明：F表示完全披露，NR表示不披露，N/A表示不适用。

编号	GRI指标	在报告中的位置(页)	披露状态
LA8	为协助劳工及其家属或社区成员应对严重疾病而安排的教育、培训、辅导、预防与风险控制计划	24,26	F
LA9	与工会达成的正式协议中的健康与安全议题	24,26	F
LA10	按性别和员工类别划分, 每名员工每年接受培训的平均时数	48	F
LA11	加强员工持续就业能力及协助员工转职的技能管理及终生学习计划	47	F
LA12	按性别划分, 接受定期绩效及职业发展考评的员工百分比	-	NR
LA13	按性别、年龄组别、少数族裔成员及其他多元化指标划分, 治理机构成员和各类员工的组成	25,46	F
LA14	按员工类别和主要运营地区划分, 男女基本薪金和报酬比率 人权绩效指标	-	N/A
HR1	含有人权条款或已进行人权审查的重要投资协议和合约的总数及百分比	-	N/A
HR2	已进行人权审查的重要供应商、分包商、其他商业伙伴的百分比, 以及采取的行动	-	N/A
HR3	就经营相关的人权政策及程序, 员工接受培训的总小时数, 以及受培训员工的百分比	-	N/A
HR4	歧视个案的总数, 以及机构采取的纠正行动	-	N/A
HR5	已发现可能违反或严重危及结社自由及集体谈判的运营点或主要供应商, 以及保障这些权利的行动	-	N/A
HR6	已发现具有严重童工事件风险的运营点和主要供应商, 以及有助于有效杜绝童工的措施	-	N/A
HR7	已发现具有严重强迫与强制劳动事件风险的运营点和主要供应商, 以及有助消除一切形式的强迫与强制劳动的措施	-	N/A
HR8	安保人员在运营相关的人权政策及程序方面接受培训的百分比	-	N/A
LA9	涉及侵犯原住民权利的个案总数, 以及机构采取的行动	-	N/A
LA10	接受人权审查和/或影响评估的运营点的百分比和总数	-	N/A
LA11	经由正式申诉机制解决的与人权有关的申诉数量 社会绩效指标	-	N/A
SO1	实施了当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点比例	-	N/A
SO2	已实施腐败风险分析的业务单位的总数及百分比	30-34	F
SO3	已接受机构的反腐败政策及程序培训的员工的百分比	30-34	F

符号说明: F表示完全披露, NR表示不披露, N/A表示不适用。

编号	GRI指标	在报告中的位置(页)	披露状态
SO4	针对腐败个案所采取的行动	33,37	F
SO5	对公共政策的立场, 以及在发展及游说公共政策方面的参与	35,37,40,57-62	F
SO6	按国家说明, 对政党、政治人士及相关组织做出财务及实物捐献的总值	64	F
SO7	涉及反竞争行为、反托拉斯和垄断措施的法律诉讼的总数及其结果	-	N/A
SO8	违反法律法规被处重大罚款的金额, 以及所受非经济处罚的次数	-	N/A
	产品责任绩效指标		
PR1	在生命周期阶段为改进产品和服务的在健康与安全上的影响而进行的评估, 以及须接受这种评估的重要产品及服务类别的百分比	35-45	F
PR2	按结果类别说明, 违反有关产品及服务健康与安全影响的法规及自愿性准则的事件总数	-	N/A
PR3	程序要求的产品及服务信息种类, 以及需要标明这种信息的重要产品及服务的百分比	29-45	F
PR4	按后果类别说明, 违反有关产品及服务信息和标识的法规及自愿性准则的事件总数	34	F
PR5	有关客户满意度的措施, 包括调查客户满意度的结果	31-37	F
PR6	为遵守有关市场推广(包括广告、推销及赞助)的法律、标准及自愿性准则而制定的计划	22-23 51-62	F
PR7	按后果类别说明, 违反有关市场推广(包括广告、推销及赞助)的法规及自愿性准则的事件总数	-	N/A
PR8	侵犯客户隐私权及遗失客户资料的经证实投诉总数	-	N/A
PR9	如有违反提供及使用产品及服务的法律法规, 说明相关重大罚款的总金额	-	N/A

符号说明: F表示完全披露, NR表示不披露, N/A表示不适用。

附录三 读者反馈>>

尊敬的读者：

感谢您阅读《联合信用评级有限公司2014社会责任报告》。为了更好地向您和各利益相关方提供有价值的信息，同时进一步提高联合评级持续经营和社会责任管理的能力，我们殷切期望能够得到您的反馈建议，作为我们提高工作和改善表现的重要参考依据。

请将您的反馈意见通过信件或电子邮件方式发送给我们。

邮寄地址：北京市朝阳区建国门外大街2号PICC大厦12层

电子邮箱：lh@unitedratings.com.cn

反馈意见调查表：

1、您认为报告的总体质量：

- 较好 一般 较差

2、您认为报告的可读性：

- 较高 一般 较低

3、您认为报告披露的社会责任信息是否全面：

- 较好 一般 较差

4、下一份报告，您最希望增加哪方面信息：

- 政府 股东 客户 合作伙伴
 员工 行业 社区

5、其他建议：

联系方式：

姓名：

单位：

电话：

电子邮箱：

