



上海公关通讯

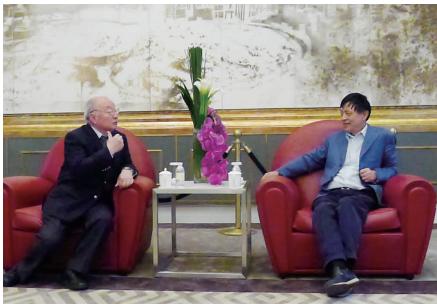
Shanghai PR Newsletter



上海市公共关系协会主办

2013年4月 第3期(总第105期)

胡炜会长接待中国国际公关协会李道豫会长一行



4月25日上午，胡炜会长接待了中国国际公共关系协会会长李道豫和副秘书长章兰一行。胡炜会长首先感谢中国国际公关协会对上海公关协会工作的指导和支持，并在介绍了上海公关协会工作情况后，双方围绕面临现

代社会和信息技术迅猛发展的过程，如何在和谐社会建设中发挥公共关系组织作用等问题进行了广泛的交流，并就有关工作交换了意见。名誉会长毛经权、协会领导张贤训、张黎明、张安腾参加了接待。

李道豫会长充分肯定了上海公关协会的工作，认为上海公关协会工作是全国同行的主力，做得是最好的。李道豫会长希望上海公关协会牢牢地把握当前政府职能改变和政社分开的发展机遇，加大理论创新和发展战略研究，积极应对挑战，充分发挥好公共关系协会的平台和纽带作用。

在交流中胡炜会长表示，随着现代化社会的发展需要，今后非政府组织将会更多参与和承担社会管理的职能，协会要积极探索，找准定位，有所作为，加快推进对上海公共关系行业专业化、规范化和国际化的发展。



协会领导走访副会长单位



坚持用正确的方式传递正能量

4月11日上午，协会副会长张贤训、张黎明、张安腾走访嘉利公关上海顾问公司，了解公关企业的发展现状和发展需求。在听取了嘉利公关上海顾问公司总经理赵建武、副总经理李军汇报后，协

会领导还就协会要加强行业管理、为企业服务等相关工作进行了广泛交流和征求意见。并希望公关行业积极发挥在企业、社会、政府之间的互动，坚持用正确的方式、正确的信息传递社会正能量。

在访谈中，嘉利公关赵建武总经理提出四点建议：一是希望协会在调研基础上对公关行业研究制定客观公正的评价体系，有利于行业的健康发展；二是建议协会为公关行业搭建对内对外的交流平台，进一步拓展行业发展的视野；三是鉴于目前行业优秀人才紧缺现状，建议协会制定鼓励公关人才培养的激励措施；四是建议协会在公关行业不同专业

类型公关公司之间提供培训交流的平台，共享企业运作中的成果，提升整个行业管理运行的能级和社会影响力。

会员的需求是协会的生存之道

4月9日上午，协会副会长张贤训、张黎明、张安腾走访蓝色（下转第2版）



(上接第1版)光标传播集团,张贤训副会长在座谈开场时表示:协会换届后安排走访会员单位,关键是要了解公关企业需要政府做什么?需要协会做什么?并强调协会的活力在于会员,会员的需求是协会发展的生存之道。

蓝色光标传播集团潘飞总经理介绍了企业发展状况和主要业绩,在介绍中潘飞认为,公关公司要成为名牌公司,关键在于要建立企业自身的诚信。针对当前上海公关企业的发展现状,潘飞建议:上海公共关系协会可以发挥行业协会优势,借鉴国际公关评价体系,研究相应的客观标准,制定行业规范,促进公关行业的健康、可持续发展。

在座谈中副会长张黎明、张安腾表示:协会要依托公关企业的优势,加强与国内外一些著名公关企业合作,积极推介、包装、宣传中国、上海城市形象和企业发展需求,加强公关行业的自律和行业规范。积极发挥协会平台优势,通过论坛、讲

座等形式,推介和宣传公关行业成功案例,拓展公关理念在全社会的影响力,促进公关行业在社会经济发展中的贡献度。

在与会员互动中体现优质服务

4月8日下午,协会副会长兼秘书长张黎明、副会长张安腾、会长助理徐闯在协会接待了安信信托投资股份有限公司原董事长张春景和公司顾问张美娟女士,期间,就公关协会的发展和协会如何为会员提供优质服务进行了深入的座谈。

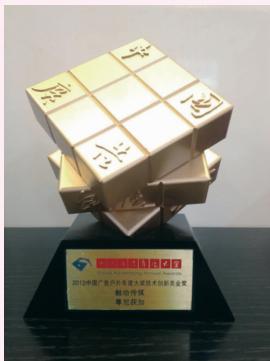
张春景认为:协会换届后,新一届领导班子给协会带来了发展的春天。建议协会要依托有效益的项目和有效益的发展,拓展社会的影响力和贡献度。充分发挥协会自身优势,协调媒体资源,提供相关的舆情报告,满足企业,尤其是上市公司、金融机构的公关需求和服务支持。同时,外资企业国内政府事务类培训以及国内公共关系教育培训等相关工作提出

了很好的意见建议。

在座谈中,副会长张黎明强调:协会的生命力在于协会与会员单位之间的互动,在互动中产生发展的能量,在与会员单位的呼应中,积极做好会员的服务。张黎明副会长要求协会要深层次了解各类企业(包括外资企业)在发展中的需求,着力解决在企业项目投资与政府、社会、政策法规等相关信息的不畅通。通过公关协会和上海公关公司搭建好上海公共关系网络建设的平台,真正体现从企业的要求出发,促进政府做好各项服务。



触动传媒携手尊尼获加斩获“技术创新金奖”



在近期揭晓的“中国广告户外年度大奖”颁奖典礼上,触动传媒自主研发深耕技术,凭借为尊尼获加度身定制的,除了常规广告投放以外的基于地理位置(LBS)的精准投放,最终夺得技术类金奖。

此次活动中,尊尼获加广告在触动传媒互动荧屏上一个循环里的播放频次,会在目标投放人群出现比例高的各个区域相应增加,提升了品牌知名度和回忆度,同时还促进销售。对此,尊尼获加高级品牌经理张伟表示:“我们非常认可户外广告投放有着覆盖面广、广告

冲击力强的优势,同时我们在户外渠道投放人群和区域的精准度也有一定要求。触动传媒的受众中富裕的商务人士所占比例高,而基于地理位置(LBS)的精准投放也与我们的区域定位需求相符,效果也非常令人满意。”

中国广告户外年度大奖(COD AWARDS)由中国第一本广告专业类杂志《中国广告》创立,作为其中国广告年度大奖的一个重要组成部分,是中国目前针对户外营销传播领域最为公正和权威的专业奖项之一。奖项主办方,中国广告杂志社社长张惠辛感慨道:“广告业正在刻骨铭心地感受着数字化带来的业态革命,数字带来的技术革命改变着户外广告的基本形态,户外数字技术和网络技术的发展为现场‘点’的传播力与感染力准备了最好的条件。希望能有越来越多创新数字技术参与到

广告营销事件的实践,丰富我们的视觉和互动体验。”

触动传媒创始人兼执行主席冯晖中透露:“触动传媒作为走在科技前沿的出租车内互动媒体,一直致力于通过创新技术的开发和应用,来帮助客户达到更好的传播效果。我们很感谢主办方和客户对我们努力成果的认可和赞同。”

除了基于时间(TBS)和基于地理位置(LBS)的精准投放,触动传媒引领手机和互动荧屏的整合广告,已成为先锋的代表,并已运用于触动传媒超过40%的互动广告中。目前使用最多的是数据和二维码(QR CODE),但同时冯晖中先生也表示,超声波和NFC技术(近距离无线通信)也是我们开发的方向之一。这些将促进诸如屏上即时购买、追踪和监测促销推广此类的项目,且近期已被成功融入到我们的广告服务中。”

明思力中国“用微信构建影响消费者”上海站成功举办



4月28日,许多来自市场、公关、数字营销和媒体界的朋友一起参加由明思力中国举办的“影响消费者新体系——微信”的座谈,抢先感受和分享了明思力中国即将发布微信白皮书中的内容。作为第一家将微信应用于社交媒体开发,并提供潜在的深入研究和策略性分析的公关公司,明思力认为,很多人会对这一首次尝试产生浓厚兴趣,但今天有超过180人前来参与和了解,整个会场座无虚席,出乎意料。

英特宜家购物中心集团(中国)市场部的卜卓说,“我和我的很多朋友一直都在用微信,但是今天才知道它有这么大的潜力可以帮助我们来推广我们的品牌

和活动。同时也了解到明思力中国是第一家通过微信帮助企业进行公关的公司。”

明思力中国的数字营销总监王维对于微信帮助建立和维护品牌方面的介绍还留有悬念。她说,“五月中旬我们会发布白皮书,相信到时候各位会有一个更深入的了解。”我们觉得意犹未尽,还是希望她可以多介绍和分享一些,所以她提出了微信的三大亮点:一、就像所有的媒介一样,微信也会有自身的优点和缺点,所以我们的建议是,微信平台只用来维护和运营你的忠诚客户。二、不要认为微信只是一个即时通讯的应用手段,它很可能将会对全世界媒体的运营产生影响。三、微信和我们的企业有着紧密的联系,将来会成为企业通过手机对客户关系进行管理的默认系统。

总之,明思力正在努力地做这件事。对于五月白皮书的发布,他们已蓄势待发,请拭目以待。

关于明思力中国

明思力中国是中国五大国际公关公司之一,在中国大陆拥有4个办公室和超过200名员工。作为明思力集团在大中华地区最庞大的公关和社会化媒体服务公司,明思力中国提供知识导向性的整合公关咨询服务,涵盖全面的商业领域和服务范围。明思力中国因其富有创造性、高效的战略传播和领先的社交媒体营销服务而广受权威国际行业机构的赞誉,如在过去四年中两度荣获Holmes Report“年度最佳公关公司”称号,在亚洲获“国际商业奖”(International Business Awards),以及中国国际公关协会和中国新媒体艺术节授予的多个奖项。

更多信息欢迎访问 www.mslchina.com.cn | 新浪微博: @明思力中国



环球年度研究显示商界翘楚成为中国最有效领袖人物

> 与其他市场比较,中国对领导者的观感较为良好;欧洲则最为不满

> 就勇于承担和高瞻远瞩方面,商界领袖皆傲视同侪

> 领袖沟通不济可以直接拖累销售表现——在2012年,六成消费者因为对公司领导层的观感不佳而杯葛或减少光顾相关公司

> 一般雇员比行政总裁更得到外界信任,视为更可靠的企业品牌代表

> 科技产业在各项评核中皆独占鳌头,是各行业中企业行为的模范

> 六成二受访者认为“X世代”领袖主宰未来,而并非生于婴儿潮之辈或其他人士

> 坦诚沟通连续第二年成为最重要的领导力元素——但环球的领袖沟通成效按年下跌24%

香港,2013年3月21日——一份全新的环球调查发现,高瞻远瞩的商界领袖足以做为政治人物的学习榜样。世界各地61%的人士认为,商界领袖主要着重长远前景,与企业一向被认为以季度盈利为先的固有形象相反。若企业营运

出现差错,企业领袖亦会挺身而出,承担责任。对比之下,政客在各种领袖类别中敬陪末席,反映政界确应向商界多多学习。

以上是第二份年度《凯旋领导传讯监测》的主要研究结果。《凯旋领导传讯监测》于全球十二个国家访问了六千人,旨在研究领导力、沟通成效,以及两者之间的联系。

尽管商界领袖差不多在各个方面皆名列前茅,但尚待改进的空间仍然不少。只有34%受访者认为商界领袖是有效的领导者,亦只得35%受访者表示商界领袖是有效的沟通者。调查发现,公开、诚恳地沟通连续第二年成为最重要的领导力元素,

(下转第4版)



(上接第3版)商界首领在这方面得分却录得最大跌幅(13个百分点),至于领导层在沟通方面的整体得分则下跌了24%。

不良的领袖沟通可以直接影响企业的表现和销售成绩。六成受访者表示,由于对某公司领导层操守的观感不佳,他们曾在去年停止或减少光顾该公司。另外,恶劣的领导沟通引致的业务恶果远远超出良好领导公关所能为企业带来的好处。

五成一受访者表示,他们因为对企业领导层的观感不佳而令至他们减少购买该公司的产品和服务,44%受访者更杯葛该公司;但良好的观感只能令36%受访者增加对该企业的消费,42%则开始光顾该公司。至于有关企业的消息是否可信,受访者认为公司雇员和第三方分析人士是至为可信的消息来源,相比之下,在十二种消息来源的排名中,机构行政总裁只排在第六位,而其他高级管理层则排在第七位。

整体而言,每四名受访者中便有一名表示领袖普遍能够展现有效的领导力。至于领袖在外界期望和实质胜任能力之间的差距为21个百分点。

调查显示,欧洲的不满情绪最为高涨,当地只有8%受访者对领袖能在2013年有效履职较具信心,仅得16%受访人士相信领袖能有效沟通,另只有14%认为,欧洲领袖在表现未符预期时会承担恰当的责任。中国是对领袖抱持最佳观感的地区:58%受访者认为商界首领最具能力与成效,而在去年位列榜首的政界领袖,在今年获得49%受访者认同,位居次席。

在今年,受访者对中国政治领袖的被认知的能力下跌了12个百分点(由61%降至49%);商界领袖后来居上,由53%上升至58%。另一方面,政治领袖的沟通效率大幅下跌,按年下降14个百分点。

中国受访者认为,领袖如能在解决疑难时多加聆听和征询意见,是建立公信力的最佳方法(63%)。鉴于目前时势挑战重重,瞬息万变,58%中国受访者觉得领袖需要提供清晰的总体远景,让人们知道国家经济、企业、其他机构如何能够持续发展与繁荣兴旺。

在中国,企业社会责任、以德营商等公益概念,比起个人价值观念更受重视。四成四中国受访者认同企业社会责任十分重要,比率冠绝调查中的其他国家。

凯旋合伙人兼大中华区首席执行官朱伟基表示:“今年的调查结果显示,领导人物的言行与公司业务的关系确实值得关注。另外更不容忽视的,是一般雇员比高级管理层或领导更能代表公司品牌价值,备受外界所相信。”

虽然大众对领袖人物能够在2013年有所改善的信心依然薄弱,但今年的调查清楚显示,世界各地皆渴望一群与众不同的领导人物,不但能够开诚布公、坦诚合作、乐于聆听,而且勇于谦虚承认过失。全球多地对35至50岁的“X世代”寄予厚望,全球62%和中国58%受访者认为“X世代”领袖会主宰未来发展。

综观调查,科技界领袖在每项评估中皆独占鳌头,并在领导力才能方面,以14个百分点大幅领先最接近的对手行业,可见科技界领袖足以做为领导人物典范。另外,科技界领袖获44%受访者认为是令人印象深刻的沟通者,34%受访者称他们能在公司表现不济时肩负起责任,结果令科技界领袖在沟通成效和勇于承担两方面皆傲视同侪。

凯旋合伙人兼大中华区首席业务官廖国伟表示:“由于中国经济高速增长,加上中国企业在国际市场积极活跃,商界领袖比政治人物相比下富有更强烈的领袖风范。调查显示,中国市场认为科技界别为有效的领导力树立起榜样,58%受访者认同科技界翘楚的领导才华。《企业家日报》1近日一份报告的结果亦与此不谋而合:报告中列出的十二位商界领袖,当中七位来自于科技界别,包括大众耳熟能详,阿里巴巴的

马云、联想的杨元庆,以及腾讯的马化腾等。”

如需《凯旋领导传讯监测》的详情和额外数据,请浏览:www.ketchum.com/leadership-communication-monitor。

关于《凯旋领导传讯监测》

凯旋环球研究及分析部门与益普索旗下的全球策略性商业团队数据采集与处理(Ipsos Observer)于2012年12月21日至2013年1月11日期间,进行一项网上调查,访问来自包括美国、英国、法国、德国、西班牙、加拿大、中国、新加坡、印度、阿联酋、南非,以及巴西等十二个地区的六千名人士。是次环球调查的误差值为+/-1.3%。此研究探讨不同类别的领导人物(商业、政治、小区、非牟利,以及工会/劳工组织)以及来自十八个垂直行业的受访者意见。

关于凯旋大中华

凯旋大中华为专业传播咨询服务公司,在大中华地区设有五个办事处,分布于香港、北京、上海、广州和台北,并且在亚太区建立了广大的联系公司网络。凯旋在1980年设立大中华区业务,凭借其专业的知识及丰富的经验,为多个不同领域的国际及本地蓝筹企业和中国公司提供全面的传讯咨询服务。凯旋大中华精于企业/财经传讯、时尚生活/品牌推广、食品与营养,以及高科技传播四大领域。凯旋大中华秉持创新服务精神和有效的公关咨询服务,屡获公关界重要殊荣,包括在亚洲权威公关杂志《PRWeek》、中国国际公共关系协会及上海市公共关系协会所颁发的各项公关案例大奖。于2011年,凯旋公司获《The Holmes Report》评选为「2011年大中华区最佳公关公司」。凯旋大中华为宏盟集团旗下成员及全球十大公关咨询企业之一美国凯旋公司属下机构,如欲查询凯旋公司的详细数据及得奖项目,请浏览网站www.ketchum.com/greaterchina

会员单位简介

嘉利公关上海顾问公司



嘉利公关顾问公司 (Marketing Resource Group, www.mrgc.com.cn) 创始于 1996 年, 经过 17 年的发展, 现已成为国内著名的公关服务机构和领先的策略性行销传播机构。嘉利公关顾问公司通过建立国际化服务标准、用领先的理论支持、协助国际客户在中国建立强势品牌、帮助中国企业走向国际化等多种途径实现了在中国传播、行销、品牌等多领域领先。

嘉利公关顾问公司秉承“尊重、开放、共享”的企业文化理念, 以品牌战略、营销传播、沟通管理的策略性建设为企业核心竞争力, 坚持“策略先导、创意制胜、效果为王”的传播作业理念, 不断为客户创造佳绩。2002 年以来, 连续被中国国际公关协会评选为中国十大公关公司之一。

目前, 业务领域涉及汽车、大众消费品、时尚娱乐、机构推广、IT&T、房地产、体育旅游、医疗健康、传媒出版等产业以及政府、非盈利性机构等, 所服务的对象均来自国内领先品牌与国际知名品牌, 嘉利公关同时服务于中国政府机构在海外推广与传播, 在奥运福娃海外推广、北京市旅游局欧洲推广等项目中发挥独有的传播价值。

经历了多年的专业实践, 嘉利公关不仅在品牌形象推广、媒体传播管理、大型活动策划实施等方面实力雄厚, 于品牌建设战略顾问、娱乐营销(体育营销)、市场行销顾问、企业公民 CSR 传播、公关策略咨询、危机公关管理、媒体环境顾问等专业领域更深具见解。公司利用强大的本地化操作能力和行销资源, 与政府职能部门、产业界、新闻界打下了坚实的合作平台。

而在常规业务开展的同时, 嘉利公



关又利用其自身的行业经验与影响力, 开办论坛、组织研讨会、出版公关系系列丛书、与国际同行积极交流, 同专业研究机构合作, 为探索行业的规范性、专业性、理论性而不断努力。2005 年, 嘉利公关顾问公司率新引进了全球著名的行销大师——阿尔·里斯的专著《公关第一, 广告第二》, 在中国引起了极大的行业震动, 也对公关行业的快速发展起到了推波助澜的作用, 得到业界人士的广泛赞誉。

17 年的发展历程中, 嘉利公关打造出一支专业的精

英团队, 并逐步形成集团化运作, 目前, 在北京、上海、广州、深圳、青岛设有办公室, 在东京和伦敦设有工作联络机构, 并在旗下拥有独立的专业网络公关公司和事件营销策划公司。

嘉利公关上海分公司成立于 2001 年, 作为嘉利公关最早设立的分公司, 嘉利公关上海分公司在 12 年的发展历程中, 为嘉利的整体发展奠定了非常坚实的基础。12 年来, 嘉利公关上海分公司从无到有, 稳步发展成为上海乃至华东地区非常重要的专业公关服务机构, 近 5 年来, 分公司每年都取得了 30% 以上的增长。

作为上海市公共关系协会的专业公司会员单位, 嘉利公关上海分公司一直积极参与协会的各项工作, 并与协会合作开展各类的培训与交流活动, 积极为上海地区的公共关系专业发展和人才培养贡献自己的力量。

嘉利公关上海顾问公司

地址:延安西路 726 号华敏翰尊国际 24 楼 K 座

总机:(86-21)52402999

传真:(86-21)52402989

[Http://www.mrgc.com.cn](http://www.mrgc.com.cn)



万隆国际咨询集团有限公司



万隆国际咨询集团有限公司成立于1999年12月,经过10多年的发展,通过“万隆”品牌的聚集,汇聚了包括注册会计师、资产评估师、注册律师、注册税务师、注册造价工程师、注册咨询师在内的一批优秀的专业人士和专业机构。2012年被中国企业联合会评选为“中国管理咨询机构50大”的第六名,被上海市工商行政管理局评选为“上海市著名商标”,并获得了上海市企业诚信创建组委会授予的“诚信创建企业”称号。

万隆集团在上市公司和大型国有企业集团审计、企业风险控制和内部基本规范的完善等方面有强劲的服务能力,此外在大型工程预决算的审计、特大型

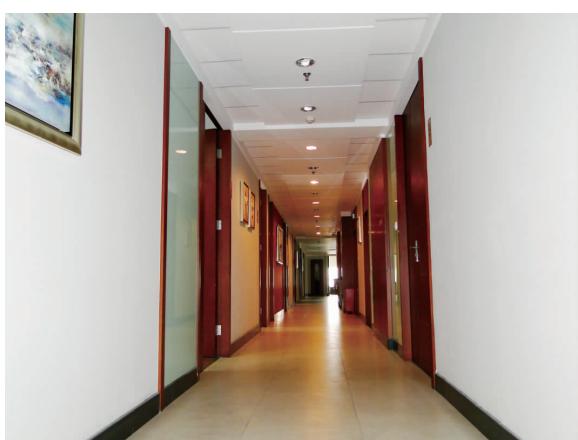
工程造价投资控制;企业上市资产评估、无形资产和商标评估、国有企业经营绩效评估、银行和资产管理公司清理资产的评估;外商投资企业的法律服务、企业重组兼并上市的法律服务企业及个人的房产、工程纠纷的诉讼法律服务;企业连锁经营及连锁品牌创建、连锁企业管理及整合;各类投资项目的可行性分析认证;民营企业及个人合伙企业的会计咨询和代理记帐服务、会计人员的培训服务;企业的重组、兼并、清理、歇业、注销的咨询及代理服务;劳动保障政策法规的咨询、劳动就业中有关事项的咨询;信息系统的投资项目咨询;信息系统投资项目的费用审计鉴证,以及开发事项等

方面有很好的服务业绩。

万隆国际咨询集团有限公司确立了立足上海、服务长三角,辐射全国的地域发展战略,已在全国主要的省会城市设立了分支机构,建立具有了承接大型集团和企业项目的业务能力和跨地域执业的规模实力。在咨询业务方面,我们积极研究和培养综合整体咨询能力和实际操作能力,将相关的会计、法律、管理要求予以落实,为企业防范风险问题、辅助高效规范管理和整体发展提供增值咨询服务。

万隆国际咨询集团 有限公司

董事 长:王晓鹏
总 裁:韩新陆
联 系 人:张 宏
联系地址:上海市黄浦区迎勋路168号17楼;
电 话 总 机:021-63788398;
传 真:021-63766556;
邮 政 编 码:200011;
邮 件 地 址 :wanlong@wanlong-group.com.cn
网 站 地 址 :<http://www.wanlong-group.com.cn>





上海申迪(集团)有限公司
SHANGHAI SHENDI (GROUP) CO., LTD



上海申迪(集团)有限公司

上海申迪(集团)有限公司(以下简称“申迪集团”)是经上海市人民政府批准设立的大型国有企业,于2010年8月8日正式注册成立。

申迪集团由上海陆家嘴(集团)有限公司、上海广播电影电视发展有限公司

和锦江国际(集团)有限公司联合投资设立,下设上海申迪旅游度假开发有限公司、上海申迪建设有限公司和上海申迪发展有限公司三家全资子公司。

经国家和上海市批准,申迪集团与美国华特迪士尼公司合作,投资设立上

海国际主题乐园有限公司、上海国际主题乐园配套设施有限公司、上海国际主题乐园和度假区管理有限公司,共同建设、管理上海迪士尼度假区。同时,申迪集团将负责上海国际旅游度假区的土地开发、基础设施建设和相关产业发展。



上海浦东发展银行股份有限公司



月9日开业,1999年在上海证券交易所挂牌上市(股票交易代码:600000)的全国性股份制商业银行,总行设在上海。目前,注册资本金186.53亿元。良好的业绩、诚信的声誉,使浦发银行成为中国证券市场中备受关注和尊敬的上市公司。

秉承“笃守诚信、创造卓越”的经营理念,浦发银行积极探索金融创新,资产规模持续扩大,经营实力不断增强。至2012年末,公司总资产规模达31,457亿元,本外币贷款余额15,446亿元,各项存款余额21,344亿元,实现税后利润341.86亿元。目前,浦发银行已在全国除西藏、宁夏、海南外的28个省、直辖市、自治区开设了37家一级分行,共824个网点,包括在境外开设的香港分行,海口分行已获得银监会的筹建批复,架构起全国性商业银行的经营服务格局。

上市以来,浦发银行连续多年被《亚洲周刊》评为“中国上市公司100强”;2010年,浦发银行荣膺《亚洲银行家》评选的“2005—2009亚洲地区最佳上市银行”;在《财富》杂志推出的2011年中国上市公司500强排行中,浦发银行凭借优异的经营业绩排名第72位;2012年2月,英国《银行家》杂志发布“全球金融品牌500强”榜单,浦发银行排名第62位,跳升29位,位列亚洲银行第12位,中资

银行第7位,品牌资产24.5亿美元;2012年4月,在《福布斯》杂志发布的全球企业2000强榜单中,浦发银行成功跻身全球企业200强之列,居第153位,居上榜中资企业第11位以及上榜中资银行第6位;2012年7月,英国《银行家》杂志发布2012年世界银行1000强排名,浦发银行按核心资本计位居全球第57位(较上年上升7位,在上榜中资银行中排名第8),按总资产计位居全球第56位,表现出良好的综合竞争优势和增长势头;2012年8月,国际三大评级机构之一的穆迪投资者服务公司(穆迪)发布浦发银行信用评级报告,其中长期存款评级维持在Baa3,外币存款评级维持在Prime-3,财务实力评级维持在D(对应的基础信用评估为Ba2),所有评级的展望均为稳定,显示出其对浦发银行增长前景和抗风险能力的认可;2012年,浦发银行还被《21世纪经济报道》评为“亚洲最佳风险管理银行”,入围2012年亚洲银行竞争力排行榜十强。

深耕金融服务的同时,浦发银行积极践行社会责任,致力于打造优秀企业公民。先后获评2006年和2007年上海美国商会“企业社会责任实践奖”、“2006—2008年度CSR持续成就特别奖”;2008年6月,评级研究机构Reputex(崇德)公布“中国十佳可持续发展企业”,浦发银行作为中国金融业唯一企业

入选;2009年,浦发银行获评“2009年度中国最佳企业公民”大奖;2010年,浦发银行获“最具社会责任上市公司”称号、“2010年联合国全球契约·中国企业社会责任典范报告”奖、“2010中国上市公司最佳社会责任董事会十强”、“2010第一财经·中国企业社会责任榜优秀实践奖”等,蝉联A股上市公司社会责任报告评级银行业第二位,入选恒生可持续发展企业指数系列;2011年9月,Reputex(崇德)发布香港和大陆内地上市公司可持续发展评级,浦发银行被授予可持续发展评级A级;2011年11月,获评A股上市公司社会责任报告评级AA-级,评级展望“积极”,居上市银行第5位,社会责任信息披露实践位居内地上市企业领先行列;2012年6月,浦发银行获中国银行业协会颁发的“年度最具社会责任金融机构奖”以及“年度最佳社会责任实践案例奖”,同月被《WTO经济导刊》评为社会责任“金蜜蜂”企业;2012年8月,润灵环球责任评级(RKS)发布A股上市公司社会责任信息披露评级,浦发银行在582家A股上市公司中排名第8位,位居银行业第3位,评级展望“稳定”,社会责任信息披露位居领先行列。

浦发银行将继续推进金融创新,因时而变、顺势而为、乘势而上,以“新思维,心服务”为指引,努力建设成为具有核心竞争优势的现代金融服务企业。

