焦作日报
中国工商银行焦作分行 焦作日报社 联办
2011年6月8日 星期三
第9期

# 工商银行专刊

特邀统筹：蒋正忠
特邀编辑：邱桂枝 湛冬梅
统　　筹：芦凤海
责任编辑：翟　艳
组版编辑：李新战
责任校对：李　兰 梁秋菊
周刊热线：2281467

9

# 银政合作 共进共荣

## 焦作工行与中站区政府战略合作协议签订

**本报讯**（记者**李冬露**　通讯员**勾文革**）为进一步扩大银政合作，助推地方经济发展，近日，工行焦作分行行长张书宝出席中站区2011年银政企合作签约仪式，与该区政府签订了10亿元的政银战略合作协议，全力支持地方经济又好又快发展。

图为工行焦作分行行长张书宝（前排左二）与中站区区长王付举现场签约。

勾文革　摄

◆权威发布

## 工行蝉联全球金融业品牌价值第一

近日，“BrandZ全球最具价值品牌100强”排行榜在全球正式发布。榜单显示，中国工商银行今年名列全球最具价值品牌100强的第十一位，其品牌价值为444.4亿美元，在全球金融企业中处于首位。这已经是工商银行连续第三年位列该排行榜全球金融业品牌价值第一位，进一步巩固了该行全球金融业品牌市场地位。

据了解，“BrandZ全球最具价值品牌100强”排行榜是由全球著名广告传播公司明略行（Millward Brown）制作和发布，具有相当的权威性。该品牌排行榜主要依据三个关键指标：一是品牌的经济价值；二是品牌贡献，即品牌对企业赢利能力的贡献，它将消费者对品牌的观点计入价值评估体系，根据品牌对顾客购买决策的影响来计算品牌价值；三是品牌动力，反映出品牌价值近期的增长前景。

## 工行一年国际结算量超一万亿美元 跻身全球领先国际结算银行之列

据统计，2010年工商银行办理的国际结算业务量首次超过1万亿美元，达到10649亿美元，比上年增长了44%，不仅继续处于国内同业的前列，更已跻身全球领先国际结算银行之列。今年一季度，工商银行的国际结算业务继续快速增长，国际结算量超过3000亿美元，较去年同期增长约40%。

## 工行个人网上银行客户过亿 电子银行业务占比超60%

统计数据显示，截至3月末，工商银行的个人网上银行客户数达到1.02亿户，成为国内首家拥有“亿级”个人网上银行客户群的商业银行，进一步确立了“中国第一电子银行”的市场地位。与此同时，电子银行业务在工商银行全部业务量中的占比超过了60%，电子银行已成为客户办理业务时的首选渠道。

李　辑

工行焦作解放路支行

## 积极创建群众满意基层站所

**本报讯**（记者**李冬露**　通讯员**张琳**）今年年初以来，工行解放路支行按照“贴近市场、贴近客户”的原则，积极开展“群众满意的基层站所”创建活动，通过深化党风廉政建设、金融创新和服务管理，着力增强全员综合素质，提升客户满意度，取得了明显成效。

扎实开展作风建设。该支行认真组织学习上级党委、纪委关于加强党风廉政建设和领导干部廉洁从业的各项规定要求，严格落实党风廉政建设责任制，切实加强领导干部队伍建设和作风建设，定期开展党员干部党章教育、警示教育和员工理想信念教育，深入开展员工行为动态排查和行风评议各项工作，强化全体干部员工的执行力，为各项业务发展提供了有力保障。

着力提速业务发展。该支行坚持以深入践行科学发展观为统领，以“实施提升工程、构建优秀分行”为目标，不断加大存款、贷款等基础业务的工作力度，强力推进中间业务的跨越发展，积极拓展各类优质客户，着力培育新兴业务市场，进一步了解企业服务需求，加强银企沟通对接，密切银、政、企之间的良好合作关系，为加快我市经济社会发展作出积极贡献。

为客户提供优质服务。该支行紧紧围绕“提供卓越金融服务”这一永恒使命，以“网点服务达标”活动开展为契机，不断提升员工的服务意识和以客户为中心的理念，强化服务管理，改善服务环境，打造服务亮点，并广泛征求各类客户的意见和建议，进一步提升服务质量和客户满意度，得到了客户的一致认可和好评。

深入构建企业文化。该支行认真贯彻落实《中国银行业文明服务公约》，牢固树立合规经营意识，严格执行各项金融法规，建立严格规范的管理、监督、奖惩制度，同时按照“以人为本、内外和谐”的理念要求，以构建优秀企业文化为抓手，发挥优秀企业文化的感召作用，增强全行员工的归属感和责任感，使全行形成共同的价值理念，赢得了客户的信赖。

# “客户卫士”巧破诈骗案

□翟和平

事情虽然已经过去一个多月了，至今回想起来，工行三八支行的连晓岚依然难以忘记受骗人那木然、失神的眼睛……

今年4月的一天，到工行三八支行办理的客户很多，客户经理连晓岚照常忙碌着。在从事个人理财业务的22年里，连晓岚积累了丰富的理论与实际操作经验，曾荣膺工商银行总行“财富伯乐杯精英赛”优胜奖和河南省分行“十佳个人客户经理”等。也许正是如此，连晓岚看人的眼睛更具有一丝睿智与犀利。

大约10时，一对夫妻模样的中年人来到支行办理开户业务。在前台开完户后，中年男子又来到自动取款机旁进行操作。这一切在一般工作人员看来也许再正常不过，可连晓岚却从中看到了蛛丝马迹。中年男子进入支行后手持电话机就未停止通话，像是有人在幕后操纵指挥，从其表情看也十分神秘慌乱，开户时与工作人员的对话也是前言不搭后语。通过仔细观察，连晓岚感到一场蒙骗客户银行卡上资金的骗局即将发生。在通知保安加强监控后，她主动上前与该男子搭话：“先生，您要办理什么业务，需要帮助吗？”此时该男子正在自动取款机旁进行操作，对连晓岚的问话无动于衷，手持电话仍然不停对话：“打开页面，全是英文啊！”“不用管，只要按确认键就可以。”由于距离很近，连晓岚清楚地听到了电话那头的回答。瞬间，她脑海里联想到近段时间发生在其他银行的诈骗案，手法与此及其相似。作为一名银行工作人员，必须始终将客户的资金安全放到第一位。一想到此，就在该男子准备按确认键的一刹那，连晓岚一把揪住了他的手臂。

“您知道英文页面是什么意思吗？您在转账！您在把卡上的钱转到别处！”连晓岚大声的劝解镇住了该男子，他吃惊地愣住了：“啊，什么什么，转账？”这时，尾随其后的女子也发言了：“我就知道这是一场骗局，你不信，还不告诉别人！”几人的对话声顿时吸引了许多客户围观。

愣了半天，中年男子才缓过神来：“好险啊！今天多亏有你，要不我卡上的钱就全泡汤了。事情是这样的：早上我接到一个陌生人的来电，对方声称是公安局的，说我的身份证信息被犯罪分子利用了，可能会影响银行卡的安全。他建议我立刻去银行开新户并按照他的指示办理，并特意交代不能告诉任何人。都怪我，太轻信他了！”言语中，该男子悔恨不已。

听完中年男子的一席话，连晓岚长长地舒了一口气，并提高声调对围观的客户说：“现在我市已经发生了几起类似的诈骗案，大家一定要警惕，接到不明原因电话应及时与银行工作人员联系，以保证自己的账户安全。”连晓岚用事实验证了工行员工是“客户卫士”的自觉行为，维护了客户的利益，为大家上了一堂有惊无险、生动鲜活的反诈骗课。

◆服务故事

6月3日，工行焦作分行召开全行存款暨系统营销工作会议，贯彻落实总行、省行存款工作会议精神，总结前5个月存款工作情况，分析研判当前形势，安排部署下一步稳存增存目标措施及系统营销工作。　杨　杰　摄

《走进工商银行，体验现代金融服务》系列报道⑤

# 拥有工行商友卡 理财经营更贴心

**本报讯**（记者**李冬露**　通讯员**孙素丹**）记者日前从工行焦作分行获悉，为更好地服务个人优质客户，近期，工商银行针对各类商品交易市场经营户、中小型私营企业的企业主、民营企业股东和管理人员等商人群体，在牡丹理财金账户卡的基础上，又推出了商友卡这一新的卡种。

对于个体商户来说，最好的金融服务就是能提供方便的融资、快速进行资金结算、优惠的手续费以及让财富保值增值，而这一切都融入到工商银行的商友卡中。商友卡除具有所依附卡种（理财金账户卡）的全部功能外，持卡人可以享受银行汇款最优惠的资金结算服务、更便利的融资服务和更专业的投资理财等“一揽子”金融服务。

首先，商友卡持卡人可以享受包括结算套餐、融资便利、理财服务等多种增值服务。其中，针对广大私营企业主经常使用的转账、汇款业务，商友卡为持卡人提供了7款最优惠的结算套餐服务，包含的汇款笔数分别有100、200、300、500、1000、3000和10000笔（结算套餐协议有效期一年），客户可以根据自己的实际情况选择。如客户选择汇款笔数10000笔的套餐，套餐费用只需3558元，平均每笔汇款只需要0.36元手续费，对于经常汇款的商户来说，相当划算。

其次，对于私营企业主融资难、手续烦琐的问题，工行为商友卡会员提供了包括“卡贷通”、“网贷通”、“循环贷”等在内的一系列创新、便利的融资服务。

第三，当私营企业主有一定的短期结余资金时，可以通过商友卡购买工行的“灵通快线”、“步步为赢”等理财产品，实现经营资金的高流动性、高收益需求。同时，工行还可根据会员的需求，推出会员专属理财产品和个性化理财定制服务。

持商友卡的客户即可成为工银商友俱乐部的会员，会员与会员之间、会员与银行之间、会员与社会各界之间可以进行充分的信息交流，实现信息共享。会员不仅能享受更为丰富的资讯大餐，还为交流信息、寻觅商机找到了更好的途径，有助于个人和事业的发展。

# 构建营销网络 支持外向经济
# 工行焦作分行国际业务奏强音

**本报讯**（记者**李冬露**　通讯员**蒋正忠**）近日，工行焦作分行传出佳音：今年年初以来，该分行国际业务继续保持强势发展势头，1~5月实现国际结算2.3亿美元，较去年同期增加6500多万美元，增幅为40%；实现结售汇6600多万美元，较去年同期增加1400万美元，增幅为27%；外汇中间业务收入较去年同期增长32%；外币存款余额1845万美元，较年初增加近800万美元，增幅76%。

近年来，该分行紧密围绕我市外向型经济发展战略，把拓展国际金融业务作为调整经营结构、转变发展方式的重要着力点，采取有效措施，力促本外币业务同步提升，形成了“全辖办外汇，贡献逐年增”的可喜局面，满足各类公私客户外汇业务需求的服务能力不断增强。该分行国际业务实力在全省工行系统名列前茅，在焦作市国际结算市场的竞争力位居第二。

在经营模式上，该分行在河南工行系统首创“市分行国际业务中心+支行国际业务客户经理分中心”的集约化经营模式，国际业务中心配备7名专业化的精兵强将，承担着管理与营销的双重职责；所辖11个一级支行有10个支行开办了国际业务，29个网点能够办理个人外汇业务。

在营销机制上，该分行实施上下、左右、内外“三维联动营销”举措，构建起尽可能广阔的国际业务营销网络。首先，建立以国际业务中心为核心，上达省分行、工总行，下达各支行的畅通渠道，以确保业务效率快捷准确的四级联动；以国际业务中心为“龙头”，以各支行为依托，形成基础核心联动，组成两级客户经理协同作战的营销团队。其次，在市分行内部，强化国际业务中心与公司业务部、小企业金融业务中心、授信审批分部、个人金融业务部、电子银行中心、银行卡业务中心的横向联络，形成国际业务经营管理合力，进一步完善前、中、后台紧密配合、联合作战的经营管理体制。第三，密切银政关系，加强与市商务局、外管局等职能部门的联系，及时掌握外商投资企业的项目进度，了解资本金账户审批情况，并根据项目特点进行有效服务和支持。

在经营策略上，该分行坚持实施本外币一体化和分层次、分客户、分产品多方位推广并“重点突破，梯次推进”的策略，充分发挥全辖雄厚的客户基础和人民币业务的拉动作用，细分客户市场，按照“一户一策”的原则，实现目标客户锁定和业务占比提升计划。另外，针对我市进出口企业的不同情况，该分行按照企业所属行业、年销售额、结算量大小等将其划分为不同的客户群体，依照“属地管理，包干营销服务”的原则，分包给各个支行，分行逐月通报国际业务发展进度，及时查找业务发展的薄弱环节和存在问题，指导承办支行及时予以解决。同时，该分行根据各支行周边外向型企业的主要特色，重点发展既能满足企业金融服务需求又具有支行自身特色的国际业务产品，着力打造国际贸易融资、国际结算、个人外汇等特色支行，以典型带动全辖大力发展国际业务。

与此同时，该分行将国际业务主要指标纳入激励考核机制中，以提升市场占比为重点和导向，加大国际业务市场占比考核权重，进一步提高考核结果与经营资源配置和个人绩效工资的关联度，使发展国际业务成为各支行和营销人员的自觉行为；在全辖范围内开展国际业务劳动竞赛活动，拨付专项费用用于国际业务结算、外汇中间业务、新产品推广应用等，充分调动全辖办外汇的积极性。

经过全辖共同努力，2009年以来，工行焦作分行国际业务的经营规模和营业贡献快速增长。据统计，截至2011年3月末，在两年多的时间里，该分行国际业务的品种发展到30余种、法人客户发展到95户；累计办理国际结算9.5亿美元、结售汇业务2.4亿美元、国际贸易融资1.9亿美元；国际结算市场占比由2008年的22%上升到2010年的30%多，高出省分行平均水平6个百分点；国际业务综合考评在全省系统内的排名由2008年的第九位跃升至2010年的第二位，大跨步前进了7个位次。

◆基层快讯

工行焦作电厂支行

## “财税库银”专项营销成效显著

**本报讯**（记者**李冬露**　通讯员**王海青**）工行焦作电厂支行抢抓地税“财税库银”横向联网的大好时机，科学安排，强力攻关，成功与该市解放区地税局达成合作意向，并抽调两名业务素质高、营销能力强的员工进驻对口地税部门，在为纳税人办理签约事项的同时，引导他行客户尽快到工行开立对公结算账户，深入挖掘辖内优质客户资源，优化对公账户结构。仅一个多星期，该支行就成功签约100多户，“财税库银”专项营销取得显著成效。

工行焦作广场支行

## 成功营销单笔“如意金”3000克

**本报讯**（记者**李冬露**　通讯员**李艳丽**）为了满足广大客户对贵金属业务的投资理财需求，工行广场支行强抓有利时机，积极组织开展贵金属营销，采取在营业大厅悬挂宣传条幅、摆放宣传折页、利用LED显示屏等方式广泛宣传。同时，该支行客户经理根据贵金属业务的投资特点，对客户群体进行分析、筛选，锁定重点推介目标客户，对其实行“一对一”和“面对面”的宣传推介，激发中高端客户的购买热情。近日，该行成功营销单笔“如意金”3000克、共计人民币100万元的黄金积存，实现了支行贵金属业务的新突破。

工行焦作大学支行

## 二季度联动营销活动效果好

**本报讯**（记者**李冬露**　通讯员**程运明**）在二季度全行开展的联动营销活动中，工行焦作大学支行开展走出去营销战略，了解客户的各项业务需求及市场动态，并通过老客户介绍新的优质客户，以此来推动市场占有率和优质客户占比。同时，该支行定期召开联动营销讲评会，及时总结经验，分析解决营销中的各种疑难问题，引领带动全员共同进步。5月份该支行公司、机构和个金“三大板块”联动营销在全行保持领先地位。