

工行焦作分行前三季度业务经营稳步增长

本报讯（记者李冬露 通讯员蒋正忠）今年前三季度，工行焦作分行按照省行党委全年、半年工作会议的部署和“十个坚持”、“两个高于”的总体要求，明确发展目标，拓展客户市场，强化经营管理，狠抓落实推动，各项业务有了较快发展，管理品质有了较大提升。

经营效益完成进度目标。该行积极应对利率市场化，狠抓盈利水平稳定增长。一方面大力发展低资本消耗和无资本占用业务，积极开辟新的业务增长点 and 多元化的收益来源，广开收入门路；另一方面节约不必要的开支，降低经营成本，将有限的资金运用到最需要的业务发展上。同时，按照总省行战略部署，重点拓展资产管理、资产支持性服务、代理交易和代理销售、融资中介服务等四个方面的金融资产服务业务，推动由持有资产大行向管理资产大行的转变。此外，根据市场形势变化，适时调整利率管理策略，注重保持利率管理的弹性，有效满足市场竞争的需要。前三季度该分行实现拨备后利润1.6亿元，完成进度目标的106%；净利润1.2亿元，完成进度目标的105%。

中间业务收入同业第一。该分行在经济下行和同业竞争加剧的严峻形势下，紧紧围绕客户和市场，着力以优质服务取胜，继续深入贯彻落实“全面发力、重点突破、巩固优势、加快创新”的中间业务16字方针，在严格遵守“七不准”规定、进一步加强各类经营服务的基础上，通过产品创新和高品质服务推动中间业务强势发展。中间业务各部门和各专业条线加强对市场和产品的了解、掌控、分析和发展趋势判断，拓宽服务收入渠道，积极寻找新的服务收入来源。今年前9个月该分行实现中间业务收入8500万元，市场占比40%，持续保持可比银行同业第一。

各项存款实现较好增长。该分行着力构建稳存增存长效机制，加大对重点资金流向的监测力度，着力于存款与各类理财产品和增值服务的良性互动循环，创先争优为民服务，多策并举稳存增存，确保了各项存款可持续快速增长。截至9月末，该分行各项存款余额达110.4亿元，较年初新增14.1亿元，均为可比银行同业第二。其中储蓄存款余额达67.1亿元、可比银行同业第一，较年初新增9.5亿元、可比银行同业第二。

各项贷款发展态势稳健。今年年初以来，该分行积极应对经济下行，狠抓信贷业务健康可持续发展。紧紧围绕焦作市中原经济区经济转型示范市建设，通过积极参加银企洽谈会、实地走访调研等途径积极拓展营销优质信贷市场，支持实体经济发展。按照总省行工作导向，培育战略性新兴产业、先进制造业、现代服务业、文化产业融资“四大新市场”，大力拓展贸易融资、中小企业贷款、个人贷款“三大战略领域”，加快向资本消耗低、信贷结构优调整转变，下功夫抓好信贷业务转型发展。截至9月末，该分行各项贷款余额达78.2亿元，可比银行同业第一，较今年年初新增4亿元，可比银行同业第三；前三季度累计办理票据贴现9.3亿元，同比多办理5.1亿元，增幅122%；累计发放小企业贷款12.4亿元，同比多发放2.1亿元，增幅20.4%。

客户发展提升效果较好。该分行继续贯彻落实省行“客户发展提升计划”的各项要求，把争揽客户尤其是争揽优质客户放到重中之重来抓，逐户制订营销服务方案，采取差异化、多样化的服务策略，实现客户总量和质量的同时快速提高。

并通过客户资源的不断丰富推进产品营销服务，着力增强全行发展后劲。截至9月末，该分行中型有贷户较年初新增10户，增幅17%；小企业贷款客户较年初新增50多户，增幅71%；贵金属客户新增1.6万户，对公结算账户净增550多户，现金管理签约客户新增630多户；信用卡新发卡5900多张，灵通卡新发卡11.27万张；个人U盾有效客户新增3.9万户，新增WAP手机银行客户3.2万户、企业电子银行客户470多户。

管理品质持续提升。该分行认真开展“管理品质提升年”、“合规建设提升年”、“员工行为规范教育”、整治不规范经营等活动，经营管理基础进一步夯实。渠道优化建设工作持续推进，开业2个离行式自助银行，1个网点正在优化改造中。落实省行服务工作“四项制度”，扎实开展客户排队和服务投诉两项治理，整体服务水平明显提高。运行质量平稳，网点综合化建设、存量有效账户电子验印推广建库率、业务集中覆盖率均为100%。同时，全面风险管理、党风廉政建设、员工队伍建设、信息科技、信访稳定等工作均取得了良好成效。

开展『普及金融知识万里行』活动

工行焦作分行

本报讯（记者李冬露 通讯员张七三）为全面落实金融消费者权益保护及公众教育服务工作，近期，根据总省行统一安排，工行焦作分行在全辖范围组织开展了“普及金融知识万里行”活动，向公众宣传金融知识，增强公众金融安全意识，提高公众金融运用技能，营造学金融、懂金融、用金融的良好社会环境，构建和谐金融关系，树立工行良好社会形象。

强化组织推进，大力营造活动氛围。为使“普及金融知识万里行”活动落到实处，该分行专门成立了由分管行行长任组长、各相关部门主要负责人员为成员的活动领导小组，具体负责活动的组织推动工作。活动中，该分行制订了详细的工作方案，各部门、各支行结合自身实际，因地制宜，精心筹划，制定符合本专业实际的活动日程表，分区域、分场所深入居民密集区、商业密集区、学校等场所开展金融知识宣传和服务。同时，该分行举办不同层次的客户沙龙，为客户提供全方位、高质量、多角度的金融咨询服务，并注意将各业务条线的特色营销活动与“普及金融知识万里行”进行有机结合，提升工行产品的普及率和认知感。

明确活动步骤，提升活动开展成效。该分行及时明确活动宣传的内容，包括银行卡、服务渠道、理财服务、个人贷款、中小企业贷款、“三农”服务、特殊客户群体服务等，并制定活动步骤：一是组织开展“金融知识在您身边服务月”活动，在全辖39个营业网点及周边社区设立宣传台并摆放宣传资料，向客户讲解金融知识和金融业务风险。同时，根据客户实际需求，通过设立宣教点、流动学校、商区金融服务站、社区金融服务站和社区关爱等形式，主动为金融消费者提供上门金融知识普及服务，最大限度地将金融知识送到网点覆盖地区的金融消费者身边。二是组织开展“助推小微、三农金融服务月”，主动深入企业、乡镇，根据当地实际情况，结合自身产品特色，大力宣传服务中小微企业和三农的金融服务政策、服务特色、相关产品及服务流程，并现场接受咨询，将宣传活动主动延伸至客户身边，全面扩大活动成果。三是组织开展“特殊群体客户关爱服务月”，向老年人、残障人士、失业人员、下岗职工、农民工、灾区群众等各类特殊群体，宣传银行可提供的个性化服务和产品以及相关扶持政策，同时挑选业务骨干组建志愿者团队，走进聋哑学校、老年人活动中心、福利工厂等举办金融专题講座，主动开展客户关爱活动，全面了解并研究特殊客户群体实际需求，不断改善服务形象，开拓产品创新思路。

注重宣教结合，提升社会公众形象。为确保活动取得实效，该分行按照上级行的统一部署，在网点悬挂宣传横幅、摆放宣传资料，充分利用网点内LED显示屏、液晶电视、多媒体触摸屏、自助设备等宣传载体，向客户讲解金融知识和金融业务风险，构建多层次、多形式的普及金融知识工作格局。同时，各支行通过设立宣传咨询台、宣传展板、举办理财沙龙、专题讲座以及深入社区、学校、企事业单位发放宣传单等多种方式，宣传工行在支持社会发展中的重点业务和创新产品，全面展现工行良好的社会形象，使现代金融知识深入人心。如工行孟州支行深入企业，集中宣传小企业融资、理财等对公业务；工行朝阳路支行走访商业区，为广大商户介绍商友俱乐部、商友卡、汇款套餐协议、商友富理财产品等，受到了广大客户的热烈欢迎和一致好评。

工行武陟支行“五抓”推进业务发展

本报讯（记者李冬露 通讯员王尊法）今年年初以来，工行武陟支行不断加大工作力度，采取“五抓”措施全面推进各项业务发展。前9个月，该支行储蓄存款新增5800多万元，全行排名第二；公司存款新增2200多万元，全行排名第六；各项贷款新增8500万元，全行排名第四。

抓存款，实现稳存增存目标。该支行从夯实客户基础入手，严格按照客户图谱做好客户认领与维护工作，同时加大大客户营销力度，以公司无贷、政府机构客户图谱为主线，全面落实客户发展提升计划，大力拓展各类优质客户市场，较好地实现了对公、储蓄存款的稳定增加。

抓市场，做大做强资产业务。该支行以武陟县产业集聚区为重点，深入市场筛选企业，扎实推进贸易融资、中小企业、个人消费贷款三大领域的联动营销，并积极培育景区、医院、学校等新兴市场，做大做强资产业务。

抓产品，着力推进中间业务。该支行认真梳理代理保险、代理理财、资产托管、投行、企业网银、银行卡等重点业务产品，实施分类营销，并按部门、网点落实到人，目标细化到月、周、日，确保中间业务实现稳定较快增长。

抓重点，扩大业务发展空间。该支行紧盯已取得一定进展的重点企业和重大项目以及周边县政府招商引资项目，及时跟进开展深度服务营销，并做好企业和个人网上银行、代发工资、批量办卡、理财等相关产品的及时跟进和推介。

抓机制，调动全员营销热情。该支行进一步修订员工绩效考核办法，细化产品计价标准，并严格兑现到网点和员工个人，通过绩效考核和重点任务产品激励，提高员工争揽中高端客户、营销各类业务产品的积极性和主动性。

基层快讯

工行焦作环城东路支行理财产品营销创佳绩

本报讯（记者李冬露 通讯员刘丽君）为全方位、深层次地满足客户的投资理财需求，工行焦作环城东路支行积极发挥各类理财产品优势，锁定目标客户，大力开展理财产品营销，促进理财业务快速发展。今年前9个月累计营销个人理财产品1.1亿元，近日，该支行又成功营销单笔生利理财1号年金理财产品104万元。

今年年初以来，该支行进一步加大对客户市场的调研工作力度，通过各种渠道深入了解客户信息，高度关注客户的风险偏好和流动性需求，重点锁定持有闲散资金且具有一定理财意愿意识的客户，通过电话、邀约、上门等方式，有的放矢地进行理财产品的服务推介和营销。某客户为该支行的优质客户，个人资产实力雄厚，但理财观念相对保守。对此，该支行理财经理将服务重点放在本金和收益固定有保障的理财产品上，从产品投资方向、比较优势、以往收益等进行全面分析，为客户选定了生利理财1号年金理财产品。该支行的贴心服务得到了客户的认可，最终一次性购买了104万元的生命理财1号年金保险产品。

工行焦作朝阳路支行POS布放广 收单业务忙

本报讯（记者李冬露 通讯员侯文生、李春红）工行焦作朝阳路支行采取点面结合多种措施，有序推进牡丹信用卡收单市场拓展营销工作。9月份，该支行新发展牡丹卡特约商户3户，累计新装POS机具30多台。

为有效扩大商户对POS机业务的知晓面，从9月初开始，该支行积极组织客户经理深入周边医药零售企业、物资城和辖区商户，围绕吃、住、穿、娱乐等热点消费商圈，发放各类宣传资料，有针对性地为客户较为关心的POS机交易、使用、结算等进行广泛宣传和现场咨询，提高广大客户对POS机业务的认知度，增强商家安装POS机具和消费者刷卡消费的积极性，营造良好的用卡环境。同时，举办POS机业务知识专题讲座，使商家对POS机基本知识、操作流程、账务核对和使用风险防范等知识有了详细了解，确保商家正确使用POS机，有效保障了POS机业务的高效正常运行。

工行焦作民主南路支行储蓄存款再上台阶

本报讯（记者李冬露 通讯员琚琳丽）今年年初以来，工行焦作民主南路支行在同业竞争激烈的形势下，强化拼抢意识，制定攻坚措施，举全员之力大抓储蓄存款攻坚战。截至9月末，该支行储蓄存款余额达2.6亿元，较今年年初上升3100多万元，在各网点中排名比较靠前。

该支行一是牢固树立“存款立行、存款兴行”的经营理念，认真分析自身优势和劣势，引导全行员工在发挥优势的同时，找差距、补短板，积极应对挑战，倾全行之力争抢市场份额。二是制订开展储蓄存款营销竞赛活动方案，要求客户经理、主管负责人加大对市场的挖掘力度，在积极维护好现有重点客户的基础上，采取“抓大放小”的营销措施，全员跑市场、抓营销，深挖潜在中高端客户资源，努力增加存款，实现各项业务联动营销、齐头并进。三是在全行继续开展服务标兵评选活动，通过优质服务提升客户贡献度，实现稳存稳存，扩大存款市场份额，提升核心竞争力。四是完善绩效考核办法，提高储蓄存款营销计价考核比重，按量计酬，鼓励多劳多得，进一步激发全员争揽存款的潜能，在全行营造人人重视攻坚、个个狠抓营销的良好氛围，有效推动了储蓄存款业务的快速发展。

工行焦作轮胎支行满足客户黄金理财需求

本报讯（记者李冬露 通讯员刘艳刚）工行焦作轮胎支行充分利用双节前后黄金销售旺季的大好时机，以精细化服务为抓手，有效满足不同客户的黄金理财需求。近日，该行成功单笔营销实物黄金1550克，实现了银客双赢。

工行焦作轮胎支行在走访维护客户过程中了解到，某优质客户需要向供货方提供资产质押业务，但该客户不想使用自身的房产作质押，而存款质押又有现金贬值的风险。针对这一情况，该行为客户量身制订了黄金理财服务方案，建议其购买实物黄金，并以实物黄金作质押，达到既能满足生产经营需求，又能实现资产保值增值的目的。该支行行长多次上门和客户沟通，面对面讲解推介工行实物黄金产品的优势，使客户充分感受到工行个性化的优质服务，赢得了客户认可，最终成功营销积存实物黄金1550克。



日前，工行焦作分行举行现金中心库房建设项目奠基仪式，该行行长张书宝、副行长王菊红为项目开工奠基。

王军喜 摄

工行焦作新华街支行突出重点强化营销

本报讯（记者李冬露 通讯员董丽、湛冬梅）今年年初以来，工行焦作新华街支行认真落实上级工作会议精神，抢占客户市场，突出发展重点，取得了较为显著的营销成效。截至9月末，该支行各项存款较年初增长4500万元，累计办理票据贴现2.1亿元、销售个人理财产品8800多万元、代理销售货币基金3800多万元，新增灵通卡发卡3100多张，开立黄金积存账户近2000户，多项业务指标名列工行焦作分行前茅。

突出稳存增存重点。该支行今年年初就重新制定和完善了存款工作管理考核办法，每月拿出全行绩效工资工资的50%和存款挂钩，进一步加大绩效考核力度，并对每月提拨前五名的员工分别进行阶梯奖励。同时，该支行

安排专人每天关注客户资金动向，实时监测客户资金变动情况，及时跟踪维护，并通过大堂经理和柜员的优质服务争揽和挖转他行高端客户。

突出客户提升重点。该支行以细分市场、细分客户为抓手，根据不同客户的性格、爱好等差异化特征，采取不同的营销和维护方式。在营销客户方面，该支行力推工行的优质理财产品，使客户的资产保值增值，形成存款和理财产品的良性互动；在日常营销和维护客户过程中，和客户交朋友，如客户的生日和有重要活动时及时拜访，做到用心维护客户。

突出资产业务重点。该支行积极克服二级支行融资业务规模小、开办品种少等不利

条件，变坐商为行商，印制了小企业、个贷和信用卡融资业务宣传折页，组织员工走向周边商铺和大型批发市场，开展面对面营销，先后发放了多笔小企业贷款和个人消费贷款，既做大了资产业务规模，又带动了多项业务的同步发展。

突出机制建设重点。该支行坚持人性化管理，领导班子以身作则，率先垂范，工作上严格要求自己，生活中关心爱护员工，员工遇到困难及时帮助解决，想方设法提高员工幸福指数，使员工免除后顾之忧，全力以赴投入工作。同时，该支行建立科学、公平、公正的绩效考核机制和激励约束机制，充分调动员工的营销积极性，促进了业务的全面发展。



10月19日，工行焦作分行召开渠道优化建设工作会议，及时传达省行会议精神，部署下一步渠道优化建设工作。该分行纪委书记董梅在会上进行专题部署。

杨杰 摄

工行“工银商友俱乐部”会员超500万

截至今年8月末，工商银行新型商户服务平台——“工银商友俱乐部”的会员规模已经超过500万户，达到509.67万户，同比增加83%。通过这个平台，该行积极创新金融产品，完善服务模式，有力地促进了分布在县域、城郊等新兴经济区域的商品交

易市场及广大中小经营商户的发展。

据了解，自2010年4月8日第一家“工银商友俱乐部”在浙江海宁成立以来，截至今年8月末，工商银行已在全国37个省、市、地区组建了超过3000家商友俱乐部，为全国5000余家商品交

李 辉

◆权威发布