

2016, 厉害了word公积金

□谷敏

2016,是公积金加快转型、攻坚克难的一年,是公积金再创佳绩、硕果累累的一年。

科技的进步、效能的提升,资金安全得到保障。2016,市住房公积金管理中心踏上发展新路。

市领导充分肯定的批示手书,省内外50家单位的参观叹服。全省两次培训在焦成功举办,先进材料被住建部工作会议交流。

2016,公积金人扶贫攻坚不怕苦,驻村工作队吃住在农户。修路、招聘会、送书圆梦行动,20户脱贫加快整体脱贫脚步。

多措并举举旗扩面成效显著。千名农民贷款购房,服务型执法保障职工权益,失信举措利住骗提骗贷风。

四大赛事提升员工整体素质,内训师团队创造服务新模式。人人事事处处创新氛围浓厚,飘扬起公积金管理六部法的旗帜。

科技创新单据盖章自助,网上大厅办事足不出户。自主研发适时改进提升,新长征突击队非他们莫属。

2016,公积金业务指标持续攀升,新增归集住房公积金169859万元,发放个人住房公积金贷款188485万元。

提取住房公积金109861万元,新增缴存单位218户,新增缴存18673人,覆盖面达90.1%。

2016已经过去,不忘初心,奋勇前行;2017,公积金人撸起袖子加油干。



着力创新 勇攀高峰

——市住房公积金管理中心独创管理六部法、领跑全国同行业纪实之一

本报记者 高新忠

焦作市公积金管理六部法,是市住房公积金管理中心全体干部员工,特别是一线员工,通过自身的服务实践,创新探索出的精细化管理方法,被广泛运用在窗口和科室管理工作中,在推进行政审批改革、提高工作效率、提升服务质量和增强人员素质方面发挥着重要作用。

该中心推行管理六部法以来,凝聚人心、鼓舞士气,中心上下焕发勃勃生机,各项工作全面提升,业务指标快速增长,制度效用显著发挥。仅2016年,省内外同行及窗口服务单位就有50家来该中心参观学习;全省公积金行业综合服务培训两次在焦举行,该中心的服务经验在全省推广;住建部公积金监管司领导两次专程来该中心调研,赞誉其为行业标杆;该中心题为《打造优质服务品牌 促进房地产市场平稳健康发展》的材料入选全国住房和城乡建设工作会议经验交流材料,面向全国推广经验;市委书记、市长等领导对此专门作出批示,表扬市住房公积金工作成绩突出,成效明显,群众满意,上级部门肯定。近年来,该中心先后获得全国青年文明号、全国巾帼文明岗、全国工人先锋号和全国青年文明号示范集体4项国家级荣誉称号,获得全省住房和城乡建设系统优秀委局、河南省住房公积金服务工作先进单位、河南省住房公积金管理工作先进单位、省级优质服务窗口单位和焦作市“十佳”红旗集体等80余项省、市级荣誉称号。

公积金管理六部法最大的亮点就是创新,其本身也是创新的结果。推行管理六部法的过程,就是催生创新智慧无穷迸发、形成创新思维习惯和氛围的过程,创新也成为推动事业不断跃上新台阶的强大动力。

激活人员内在动力,实现人人、事事、处处创新。该中心运用管理六部法理念,对服务现场的人员、物品、设备、设施、环境等要素进行科学管理,严格按照整顿、整理、清洁、安全、服务和素养6个部分的标准,将色彩管理、定位管理、标签管理、分类管理、状态管理、看板管理等十几项管理内容融入日常工作、服务、环境的每个细节。一是人人创新。该中心引入全员参与式管理,所有的管理技法、措施、制度规定、家具设计、设施陈列等内容全部由干部员工自己完成。自创自我管理长效机制,从每件物品的管理到区域环境的管理,划分责任,明确目标,每项工作、每个角落都有专管员、责任人。如设立窗口单位信息专管员、档案专管员、网络专管员等;悬挂柜员管理晴雨表,柜员轮值当监督员,评价当天柜员的服务优劣,服务

好的、服务差的在晴雨表上一目了然。人人都是管理者,极大地增强基层人员的主人翁意识,他们在参与制定制度和管理的进程中,转变思想、形成共识、自我约束,完全改变以前粗放随意的行为方式。二是事事创新。该中心主要业务科室的同志将三大业务细化成52项子业务,不断精简办事流程,删减审批材料,办结时间不断压缩;综合科室的同志立足岗位,刻苦钻研,出点子、想办法,不断使管理制度更加精细、更加完善,工作效率大大提高;窗口人员结合日常工作,自主创新研究编写了《情绪化客户服务手册》,成为新进人员的岗前培训教材;遍布在综合服务大厅人性化的温馨提示牌匾,均由干部员工自行创作;从无线上网、手机充电等近20项免费服务项目的设置,到每个看板、标签的设计,事事都闪烁着创新智慧的火花。三是处处创新。该中心从办事群众进入服务大厅到办结离开各条行走线路中,引导咨询、柜面服务、功能与设施配置、人工与自助服务、环境与文化氛围等处处有创新。服务大厅的作业台面、每个抽屉、每个文具、每页纸、每个水杯、每块抹布、每个拖把、每盆花、每把钥匙都用创新的方式管理起来,营造了“人造环境,环境育人”的良好氛围,使工作人员养成“规范守纪不违规,认真细致不马虎、保持整洁无死角、安全高效不拖沓”的严谨工作习惯,形成长期保持优质服务环境的良性机制。

革除行业旧制痼疾,创新建立阳光行政体制。该中心将制度建设列为每年的重点工作,针对行业体制中不适应发展需要的矛盾和问题,不是简单地单个解决,而是在制度体制上下功夫,建立长效机制,将权力关在制度的笼子里,形成包括行政审批、风险防控、优质服务、内部管理和机关文化5个方面126项管理制度的标准体系,基本覆盖每个科室、每个岗位和每项业务。该中心每项制度建立后,均通过对外公开、学习培训、稽核科内审、考核办督察、第三方监督、信息系统设置等方式完成落实和固化,确保这些制度能够落地生根。如在风险防控上,该中心将权力分解,形成不同业务环节之间相互制衡、相互衔接和相互协调的公积金权力运行机制;将公积金业务的审批过程分为初审、审核审批和审计三个阶段,对这三个阶段实施分段管理,分别由不同的部门来操作,并且隶属于不同的领导班子成员,任何一个部门或任何一个中心领导不可能完成某项业务的审批过程,更不能产生资金流动。权力的合理分解,避免了滥用权力、人情审批、违规操作的现象。再如,针对公积金账户多、资金分散不便管理调度的弊端,该中心大胆改革创新,作为省住建厅的试点单位对受托银行通过公开招标,建立受托银行准入机制,进一步确立中心

的主体地位,理顺中心与银行的合作共赢关系,增强受托银行的竞争意识和服务意识,规范银行受托业务的办理行为,提高公积金存款利率,降低领导干部的廉政风险。此举受到住建部监管司领导的重视,专门委派专家来焦专项调研,给予高度评价。这一创新举措,被写入新修订的《国务院住房公积金管理条例》,成为全国公积金行规。同时,该中心对财务管理进行改革,实行县区账户零余额,取消县区级财务,推行大财务管理,由以往的市、县二级财务记账改为中心一级财务记账,使资金实现统筹规模化,便于调度、便于保值增值、便于风险防控。目前,该中心连续3年增值收益达1亿多元,增值收益率最高达2.46%,达到全国领先水平。

破解事业发展难题,建立科技创新实践体制。一是自主研发上线新一代业务管理系统。该中心大量运用科技手段,通过自主设计方案来解决管理与服务过程中的实际问题,运用指纹授权、银行卡认证、中心业务与银行数据自动匹配、财政供养单位自动核定、跨行结算等30多项创新技术,达到目前国内同行业的先进水平,使中心的服务管理效率大幅度提高。通过多参数配置,该中心在系统内部设置近100项系统控制红线,凡是有逾越红线的行为,系统则自动终止,并发出警示;彻底改变以往的线下纸质审批,所有业务均在系统设置的流程内执行网上审批和网上支付,各环节的职责、权限、操作步骤和核准要件完全固化在操作流程上,实现自动推送、无缝链接,变“我要做什么”为“系统要我做什么”,实现审批流程的标准化;最大限度避免人为因素,业务差错和风险大幅度降低。二是不断拓宽网络服务渠道。该中心开通网上服务大厅,不少业务足不出户就可以办理;开通12329语音服务中心、微信公众平台,在网站上设立咨询、投诉专栏,制定网上留言回复管理办法,并通过短信平台将查询内容、资金到账或扣划、业务办理节点等信息发送到办事群众的手机上,使线上服务实现标准化管理。三是自主研发的小革新不断增多。该中心信息工作人员自主研发了业务知识测试系统、技能大赛系统,并圆满完成了5届全市公积金业务技能大赛;自主研发了自助单据打印盖章设备,可完成缴存证明、结清证明、还款证明等材料的打印服务,投放半年已经打印7000多个单据,减轻了柜面压力,为单位和群众提供了便利;创新建立电子痕迹管理,使每一笔操作都留下痕迹,极大地增强所有业务经办人员的责任意识和自我风险防范意识。2016年,该中心的信息研发团队被团市委命名为新长征突击队;1名信息工作人员被住建部监管司选调上派挂职锻炼。

市住房公积金管理中心 打击骗提 警钟长鸣

本报讯(记者高新忠 通讯员邱昆)近日,记者在市住房公积金管理中心了解到,春节前后,该中心受理的异地购房提取业务陡增,工作人员坚持严格审核每一份材料,警钟长鸣,有效打击骗提住房公积金行为。

春节前后,该中心采取谨慎措施,对所有的异地购房提取业务都严格审核,并采取多种措施调取证据,一经查实,依据中心制定的《焦作市住房公积金失信行为管理暂行办法》处理,依法移交公安机关追究行政责任,性质严重的追究刑事责任。

该中心提醒广大缴存职工,住房公积金的使用和提取受到法律法规的严格限制,不要被个别中介机构或个人在网络等媒体发布的虚假宣传蒙蔽眼睛;骗提住房公积金,不仅严重影响住房公积金的正常管理秩序,而且在社会上造成恶劣影响,骗提职工最终得不偿失。

武陟住房公积金 取得首月开门红

本报讯(记者高新忠)昨日,记者在市住房公积金管理中心武陟管理部了解到,今年1月,该部新增缴存人数294人,新增归集金额1966万元,实现首月业务开门红。

据统计,1月份,武陟管理部财政人员缴存基数和比例都有很大提高;新增贷款143户、3586万元,贷款金额较去年同期上升24%;新增提取金额773万元,较去年同期上升26%。该管理部负责人表示,缴存和贷款数量的增加,是焦作市住房公积金新政和县政府财政补贴契税政策引致的成果。随着国家经济政策对房地产市场“去库存”的总体要求,住房公积金将起到重要的推动作用。

精耕细作是实现目标的底气

——探寻焦作市裕正汽车销售有限公司发展信心之源

本报记者 马允安

初春的天气,依旧寒气袭人。2月6日下午,记者一走进市迎宾路与神州路交叉口南150米路西的焦作市裕正汽车销售有限公司,迎面扑来的是阵阵暖意:大红的春联、条幅,整齐停放的车辆,不时前来看车的人群……

“2016年,我们实现销售车辆900辆,圆满完成了全年目标任务。今年,我们计划销售目标任务是1000辆,目标虽然有挑战性,但我们有实现这个目标的底气和信心。”该公司总经理郭东介绍,公司成立于2013年年底,2014年年初开业,隶属于河南裕正集团,商用车主要经营柳州五菱,乘用车主要经营雪佛兰、别克、凯迪拉克。

郭东说:“之所以说完成年销售1000辆的任务很有挑战性,是因为焦作汽车市场相对省内其他城市来说,容量不是很大,但我们的信心来源于厂家产品结构调整、对客户的精准把握和对市场的精耕细作几个方面。”

据介绍,2017年,雪佛兰重新定位在中国市场的位置,针对市场变化将对旗下产品进行结构调整,淘汰低端产品,增加高端产品。经典科鲁兹、科帕奇两款车型将停产,由全新科鲁兹、探界者两款车型替代,赛欧产量也将下调。增加新车型,使10万元至15万元更有市场空间的车型份额加大,产品结构更加合理。“2017年是雪佛兰进入中国的第十二年,增加中档车、降低低端车产量,在市场上重新定位,将会给公司的销售带来新的活力。虽然面临挑战,但对经销商来说还是充满信心的。”郭东说。

对于2017年的工作,郭东概括了三个字:“走出去。”在销售环节,该公司每一个店对客户都将做到精准把握,具体到每一个车系、每一个车型。“我们将依托县(市)区,以乡镇为单位,对每一个乡镇市场精耕细作。除了展厅提供服务,还要安排专人将我们的服务送到每一个乡镇,提升品牌影响力。”在售后服务,该公司从强化内部管理入手,为客户提供优质、持续、让利服务,对客户实行晋级计划,客

户晋级越高,服务费用越低。 “我们公司现有员工50人,为了保证销售服务质量,我们对员工管理入手,坚持以人为本,给员工提供优质的工作环境。同时,遵循企业发展规律,对员工进行规范科学的管理,从福利、薪资、发展上给员工提供良好的成长空间,确保公司健康发展,服务质量不断提升。”郭东说,“有了厂家更加科学的产品供应,有了我们对客户的精准把握,有了对市场的精耕细作,再加上我们员工队伍对整个服务质量的保障,2017年,我们信心满满!”

图 为焦作市裕正汽车销售有限公司展厅一角。 本报记者 马允安 摄

大,但我们的信心来源于厂家产品结构调整、对客户的精准把握和对市场的精耕细作几个方面。”

据介绍,2017年,雪佛兰重新定位在中国市场的位置,针对市场变化将对旗下产品进行结构调整,淘汰低端产品,增加高端产品。经典科鲁兹、科帕奇两款车型将停产,由全新科鲁兹、探界者两款车型替代,赛欧产量也将下调。增加新车型,使10万元至15万元更有市场空间的车型份额加大,产品结构更加合理。“2017年是雪佛兰进入中国的第十二年,增加中档车、降低低端车产量,在市场上重新定位,将会给公司的销售带来新的活力。虽然面临挑战,但对经销商来说还是充满信心的。”郭东说。

对于2017年的工作,郭东概括了三个字:“走出去。”在销售环节,该公司每一个店对客户都将做到精准把握,具体到每一个车系、每一个车型。“我们将依托县(市)区,以乡镇为单位,对每一个乡镇市场精耕细作。除了展厅提供服务,还要安排专人将我们的服务送到每一个乡镇,提升品牌影响力。”在售后服务,该公司从强化内部管理入手,为客户提供优质、持续、让利服务,对客户实行晋级计划,客

户晋级越高,服务费用越低。 “我们公司现有员工50人,为了保证销售服务质量,我们对员工管理入手,坚持以人为本,给员工提供优质的工作环境。同时,遵循企业发展规律,对员工进行规范科学的管理,从福利、薪资、发展上给员工提供良好的成长空间,确保公司健康发展,服务质量不断提升。”郭东说,“有了厂家更加科学的产品供应,有了我们对客户的精准把握,有了对市场的精耕细作,再加上我们员工队伍对整个服务质量的保障,2017年,我们信心满满!”

图 为焦作市裕正汽车销售有限公司展厅一角。 本报记者 马允安 摄

户晋级越高,服务费用越低。 “我们公司现有员工50人,为了保证销售服务质量,我们对员工管理入手,坚持以人为本,给员工提供优质的工作环境。同时,遵循企业发展规律,对员工进行规范科学的管理,从福利、薪资、发展上给员工提供良好的成长空间,确保公司健康发展,服务质量不断提升。”郭东说,“有了厂家更加科学的产品供应,有了我们对客户的精准把握,有了对市场的精耕细作,再加上我们员工队伍对整个服务质量的保障,2017年,我们信心满满!”

据介绍,2017年,雪佛兰重新定位在中国市场的位置,针对市场变化将对旗下产品进行结构调整,淘汰低端产品,增加高端产品。经典科鲁兹、科帕奇两款车型将停产,由全新科鲁兹、探界者两款车型替代,赛欧产量也将下调。增加新车型,使10万元至15万元更有市场空间的车型份额加大,产品结构更加合理。“2017年是雪佛兰进入中国的第十二年,增加中档车、降低低端车产量,在市场上重新定位,将会给公司的销售带来新的活力。虽然面临挑战,但对经销商来说还是充满信心的。”郭东说。

对于2017年的工作,郭东概括了三个字:“走出去。”在销售环节,该公司每一个店对客户都将做到精准把握,具体到每一个车系、每一个车型。“我们将依托县(市)区,以乡镇为单位,对每一个乡镇市场精耕细作。除了展厅提供服务,还要安排专人将我们的服务送到每一个乡镇,提升品牌影响力。”在售后服务,该公司从强化内部管理入手,为客户提供优质、持续、让利服务,对客户实行晋级计划,客

户晋级越高,服务费用越低。 “我们公司现有员工50人,为了保证销售服务质量,我们对员工管理入手,坚持以人为本,给员工提供优质的工作环境。同时,遵循企业发展规律,对员工进行规范科学的管理,从福利、薪资、发展上给员工提供良好的成长空间,确保公司健康发展,服务质量不断提升。”郭东说,“有了厂家更加科学的产品供应,有了我们对客户的精准把握,有了对市场的精耕细作,再加上我们员工队伍对整个服务质量的保障,2017年,我们信心满满!”

图 为焦作市裕正汽车销售有限公司展厅一角。 本报记者 马允安 摄

户晋级越高,服务费用越低。 “我们公司现有员工50人,为了保证销售服务质量,我们对员工管理入手,坚持以人为本,给员工提供优质的工作环境。同时,遵循企业发展规律,对员工进行规范科学的管理,从福利、薪资、发展上给员工提供良好的成长空间,确保公司健康发展,服务质量不断提升。”郭东说,“有了厂家更加科学的产品供应,有了我们对客户的精准把握,有了对市场的精耕细作,再加上我们员工队伍对整个服务质量的保障,2017年,我们信心满满!”

据介绍,2017年,雪佛兰重新定位在中国市场的位置,针对市场变化将对旗下产品进行结构调整,淘汰低端产品,增加高端产品。经典科鲁兹、科帕奇两款车型将停产,由全新科鲁兹、探界者两款车型替代,赛欧产量也将下调。增加新车型,使10万元至15万元更有市场空间的车型份额加大,产品结构更加合理。“2017年是雪佛兰进入中国的第十二年,增加中档车、降低低端车产量,在市场上重新定位,将会给公司的销售带来新的活力。虽然面临挑战,但对经销商来说还是充满信心的。”郭东说。

对于2017年的工作,郭东概括了三个字:“走出去。”在销售环节,该公司每一个店对客户都将做到精准把握,具体到每一个车系、每一个车型。“我们将依托县(市)区,以乡镇为单位,对每一个乡镇市场精耕细作。除了展厅提供服务,还要安排专人将我们的服务送到每一个乡镇,提升品牌影响力。”在售后服务,该公司从强化内部管理入手,为客户提供优质、持续、让利服务,对客户实行晋级计划,客

户晋级越高,服务费用越低。 “我们公司现有员工50人,为了保证销售服务质量,我们对员工管理入手,坚持以人为本,给员工提供优质的工作环境。同时,遵循企业发展规律,对员工进行规范科学的管理,从福利、薪资、发展上给员工提供良好的成长空间,确保公司健康发展,服务质量不断提升。”郭东说,“有了厂家更加科学的产品供应,有了我们对客户的精准把握,有了对市场的精耕细作,再加上我们员工队伍对整个服务质量的保障,2017年,我们信心满满!”

图 为焦作市裕正汽车销售有限公司展厅一角。 本报记者 马允安 摄

服务是车商竞争的无形砝码

随着国内汽车消费者的逐渐成熟,对于售后服务的要求将会越来越高,性能和口碑将决定汽车品牌的成功与否。对于消费者而言,服务的重要性不言而喻,差异化的服务也成为品牌之间的核心竞争力。实际上,产品、渠道和服务可谓是品牌的“三驾马车”,而在产品竞争力尚未进入一线品牌的情况下,渠道与服务不仅关系到品牌形象,也同样对销量产生直接影响。进入2017年,不少头脑冷静的车商已找到应对之策:提升服务水平,以服务吸引消费者,让他们对自己的品牌不离不弃。

汽车市场不可能无限扩容。近年来,汽车经销商的数量不断上升,车市洗牌加剧,集团化商家凭借手中丰富的资源牢牢把握住了市场,竞争力得以提升,使汽车经销商的发展呈两极分化:经营状况好的商家不断发展兼营,状况不佳者不断收缩。不过在日趋成熟的汽车经济环境中,市场为车商带来了新的机遇和挑战,特别是售后服务领域的竞争,已经成为车商综合竞争力的重点之一。

这方面不少品牌就占得了先机。遍布全国各地的销售网点及维修站点,为汽车的维修和保养提供了便捷。那些未占得先机的厂家也纷纷打出个性化服务的旗号。于是,不少品牌售后服务的含金量越来越高,一系列增值、延升服务纷纷推出,免费检测保养、俱乐部会员优惠服务等也吸引了不少人的眼球。最近一段时间,汽车厂商纷纷推出各自的服务品牌,不仅凸显了车企对服务品质的重视,也为消费者购车提供了一项重要的参考标准。而对于车市的后来者,品牌服务正是其与顾客建立良好关系的最佳途径。

如今恐怕没有人愿意去买一辆售后服务欠佳的车,车市竞争激烈,汽车售后服务水平逐渐成为汽车厂商竞争的焦点,客户满意度在目前已经被绝大部分汽车经销商纳入发展规划之中。调查显示,口碑和美誉度已成为多数消费者选择商家的依据。将服务和关怀有效地延伸至车友俱乐部,已经成为经销商树立市场口碑、保持和扩大维修保有量、带动销售非常有效且流行的做法。如何快速有效地提升服务水平,以服务带动销量达到共赢,应成为当下车商必须实现的目标。

信息化时代,要打动一个消费者固然有很多方法,但同样也面临很大困难。无论是营销还是售后,不紧跟用户需求将会丧失生存和发展的机会。当然,服务的提升和创新并非一日之功,需要持之以恒地改善,经销商未来的竞争力还在于其管理能力和人力储备上。当销售利润开始下降,售后等领域成为最主要的利润来源时,汽车市场将从发育转向成熟。一个品牌一旦形成了高质量、稳定的销售和售后服务体系,得到了消费者的肯定和市场的认可,必将脱颖而出,收获更多。

图 为焦作市裕正汽车销售有限公司展厅一角。 本报记者 马允安 摄

7家车企被暂停申报 新能源汽车推荐车型资质

工信部日前下发行政处罚书,暂停金华青年汽车制造有限公司、上汽唐山客车有限公司、重庆力帆乘用车有限公司、郑州日产汽车有限公司、上海申沃客车有限公司、南京特种汽车制配厂有限公司、重庆恒通客车有限公司7家车企申报新能源汽车推荐车型资质。工信部责成上述公司进行为期2个月的整改,整改完成后,将对整改情况进行验收。

工信部称,在7家被处罚企业中,金华青年汽车制造有限公司2014年销售给上海巴士公交(集团)有限公司245辆新能源汽车,实际安装电池容量小于公告容量;上汽唐山客车有限公司2015年度申报中央财政补贴资金的新能源汽车中,80辆新能源汽车不符合申报条件;重庆力帆乘用车有限公司申报2015年度中央财政补助资金的新能源汽车中,有1353辆车电池芯数量小于公告数量等。

我国去年汽车召回突破1000万辆 气囊、安全带问题居多

国家质检总局在2016年缺陷产品召回工作发布会上表示:截至2016年12月25日,我国累计实施缺陷产品召回1295次,涉及车辆3668万辆;2016年度召回汽车1132.56万辆,创历史新高,气囊、安全带问题成引发召回的主要缺陷问题。

2016年,缺陷产品召回呈现三大特点:召回数量首次在一年内突破千万辆大关。从召回数量看,从2004年至2013年,我国累计召回汽车数量达到1000万辆;从2014年至2015年,两年累计召回汽车数量达到1000万辆;2016年一年时间,召回汽车数量超过1000万辆。

气囊、安全带问题成为引发汽车召回的主要缺陷问题。从召回涉及的问题所在来看,召回数量排名前三位的分别是气囊

