

在济南,这是一家“新”银行,进驻济南才两年多;也是一家“小”银行,现在员工也不过百人;却是一家“快”银行,两年来一年一个台阶,进入济南城商行的领跑者行列;更是一家“文化”银行,都说银行要抓企业文化,但具有这样鲜明文化特色、有效融入生活的银行,业内并不多见。

这家银行,就是日照银行济南分行。

# 用文化打造核心竞争力

## 日照银行济南分行业务崛起探秘

□记者 周爱宝 程立龙

谈到日照银行,大家好像只是知道这家银行在济南有分支机构,可他们有什么样的特色,进入省城之后发展怎么样,不少人还是印象模糊。偶然听一位业内人士说,日照银行济南分行这两年业务做得不错,更突出的特色是把儒家文化引入了银行的经营管理中。于是,记者决定前去感受一下。

### 打造“儒家文化”特色银行

在一个初秋的早上,迎着蒙蒙细雨,记者来到了位于经八路八一立交桥东北角的日照银行济南分行。

“银行竞争,说是人才竞争、产品竞争或者管理竞争,说到底,其实是企业文化的竞争!”日照银行济南分行田中胜行长说,“日照银行济南分行的企业文化,就是坚持仁义礼智信,把儒家文化引入到经营管理当中。”

儒家文化的治世哲学体现在“仁义礼智信”五层含义中,结合银行的工作,又有了新的发挥。仁者爱人,引申为爱员工、爱客户、爱岗位;义者,意为在别人困难时帮别人一把,引申为团队建设,团队文

化;礼者,已弯腰则人高,引申为同事和谐、和谐相处;智者,引申为熟悉本职,蓄势待发;信者,引申为诚信。

据介绍,日照银行总行董事长费洪军曾提出:两手抓,两手都要硬;业务工作、思想工作都不能放松,要把济南分行的文化建设搞得有声有色。根据总行的部署,2012年,济南分行确定了“办文化型金融,建学习型银行”的文化建设主题。办文化型金融的目的是用文化引导企业,用文化铸就灵魂,靠文化凝聚人心,靠文化提高素质,靠文化建立品牌,打造企业核心竞争力,实现文化金融。

谈到自己为什么这么重视企业文化建设,田行长说,企业文化不是口号,一个成功的企业,不仅为社会创造财富,更应为社会营造具有生命力的文化。保证企业持久的力量,只能是文化,文化成功了,企业成功是早晚的事。

### 企业文化“落地”有声有色

听了田行长的介绍,心里更想看看日照银行济南分行的企业文化到底怎么“落地”。

在文化建设上,据介绍,日照银行济南分行办公楼的1至5层,就

借鉴了儒家文化的治世哲学,体现了“仁义礼智信”5层含义。每层一个主题,而且结合金融工作实际,还进行了发展和发挥,分别定义为“辉煌篇”、“和谐篇”、“理念篇”、“风采篇”和“开拓篇”。

在工作人员引领下,我们走进办公楼内,发现一楼员工通道墙上画着一颗“心”,更准确地说是一颗由近百张笑脸组成的心形图案,旁边还有一句口号“我们一路同行”,整个图案占了半面墙。看着一张张发自内心的笑脸,确实很有感染力,据介绍,这近百张笑脸都是分行的员工。

“笑脸墙”的旁边是一面“仪容镜”,“以铜为镜可以正衣冠,以古为镜可以知兴替,以人为镜可以明得失”的故事都知道,一日三省吾身,更能让人成长吧。

办公楼的二楼是日照银行的“金海岸贵宾理财中心”,这不仅仅是个面向贵宾的理财场所,还专门设立了“文化沙龙园地”,园地中设立了“书吧”、“水吧”、“网吧”等活动场所,特别值得一提的是还有专门的“书画苑”,里面不仅有名家字

画,墨香芬芳,更可以现场泼墨,笔走龙蛇,以文会友。

三楼的特色是走廊上的宣传画,把儒家文化的“仁义礼智信”五个要素与日照银行济南分行的特色相结合,进行深入探讨。四楼文化墙上张贴的是对新旧两个时代济南金融业的对比摄影。

最后,我们问建设企业文化会不会与正常的经营工作冲突时,田行长说,建设企业文化,以文化为引领,提高员工素质,提高营销水平,更可以提高服务质量,提高日照银行口碑,树立良好的企业形象。“建设企业文化,最终的落脚点是人,”田行长表示,“银行不仅是为百姓服务,为股东挣钱的地方,‘仁者爱人’,更是一个使用人,培养人的地方,让员工实现业务和学习的双丰收。”

在离开日照银行的时候,正巧一行红色的楷书大字映入眼帘,“一家人,一条心,一股劲,一个目标”,银行“家人文化”的感染更是润物无声。或许,对于日照银行济南分行,我们可以期待他们做得更多、更好。

## 日照银行济南分行系列报道之

1

## 做好假日经济文章

今年“青岛与世界干杯”的结果是,啤酒节期间共接待海内外游客396万人次,同比增长5.04%;消费啤酒1180吨,同比增长80吨,由此拉动青岛GDP增长0.577个百分点。

熟悉青岛气候的人最明白,8月中旬的青岛气候又热又潮,空气中能拧出水来,但是就是这段最难熬的日子,青岛人却做成了让全球为之注目的啤酒节。每年的啤酒节酒店住宿爆满,价格上浮,餐饮娱乐满负荷运转,火爆程度不亚于“五一”、“国庆”等假日。

记得2002年,爱宝作为记者被青岛市政府邀请参加了啤酒节的报道。当时印象最深的是,青岛闷热的天气,但没有意识到青岛人推广青岛啤酒节的深意。今年8月18日,携妻儿再次走进饮酒大棚时,爱宝被现场震撼了:多种不同风格的啤酒交织融

汇、狂放的音乐、豪情的酒客……大棚里游人如织,畅饮扎啤,共享音乐,忘情地释放着自我。

除青岛的国际啤酒节外,潍坊的国际风筝节也非常成功。从我省各地市来看,大部分城市都有独特的文化旅游资源,如济南的泉水文化、烟台、威海的海洋文化,临沂的沂蒙文化。但打造任何一个主题节日的都需要时间和耐心的,不能看见人家啤酒节成功,自己就弄块场地,摆上桌子就搞啤酒节,结果是“照猫画虎反类犬”。爱宝认为,一个节日的打造,需要政府推动,更需要民间团体的商业化运作,这样的节日才更有生命力,更适合大众的口味。



□周爱宝

进入九月,秋风乍起,天气渐凉,只有双休的上班族们也开始期待着国庆长假,渴望着一段休闲度假时光的到来。每年国庆长假,都伴随着一轮消费热潮,成了商家抢钱的“黄金周”。与以往不同,今年的国庆节假期,将迎来首个高速公路的法定假日免费。在经济形势低迷背景下,此类举措或许能提振假日的消费市场。但消费是个习惯,需要相关部门群策群力加以引导和培养。

青岛国际啤酒节就是成功的案例,1991年开始举办的青岛啤酒节最初就是青岛人自己的节日,可是办到现在,成了亚洲最大的啤酒节。

## 8月制造业PMI跌破荣枯线

专家称经济在下行中逐渐筑底

国家统计局服务业调查中心、中国物流与采购联合会1日发布的报告显示,8月份中国制造业采购经理指数(PMI)为49.2%,比7月份下降0.9个百分点。这是该指数自2011年12月以来首度跌破50%荣枯线,去年11月该指数为49.0%。

制造业PMI是国际通行的宏观经济重要先行指标,具有较强的预测、预警作用。其通常以50%为临界点,高于50%时反映制造业经济扩张,低于50%反映制造业经济收缩。同时分企业规模看,8月份中国大型、中型企业、小型企业PMI分别为49.1%、49.9%、47.7%,均低于50%,凸显企业生存困难。

另从11个分项指数来

看,除生产指数略高于50%,其余指数或位于50%或在50%以下。其中,尽管8月份生产指数为50.9%,但比7月份回落0.9个百分点,表明制造业生产仍在扩张但增速趋缓。

纵观今年1月至8月,制造业PMI最高时为4月的53.3%,最低则是8月的49.2%,尽管多数时间在荣枯线之上徘徊,但制造业整体下行趋势不断加剧,特别是钢铁、原材料加工等下行明显。

尤为引人关注的是,8月份钢铁行业PMI为39.9%,比7月份回落4.6个百分点,创2008年12月份以来的新低。其中,生产指数为36.5%,较7月份大跌12个百分点。西本新干线钢铁业高级研究员邱跃

成分析称,这反映出钢铁生产企业由于订单不足,已经出现了减产的迹象。此前,自5月份开始,制造业PMI已连续3个月走低。不过降幅逐月缩小。5、6、7月份的制造业PMI分别为50.4%、50.2%、50.1%。

中国物流与采购联合会分析报告认为,8月份中国制造业PMI数据显示当前经济仍在下行过程中,但结合主要分项指数变化来看,当前经济在下行中逐渐筑底。

制造业PMI在去年10月至12月间也坐过一次“过山车”。当时,在11月份跌至49.0%,比10月份的50.4%下降1.4个百分点后,在12月份就重新回到50%上方,达50.3%。(东方)

### ●财金快讯

### 房地产上市公司存货创5年新高

从2012年中报看,上市公司存货总量创近5年新高。存货总量最大的行业包括房地产、纺织服装、机械设备、建筑建材和轻工制造,但是一些库存严重的行业库存增长已经出现放缓。

据数据,A股上市公司2012年中期存货为4.73万亿元,同比增加19.95%,环比增加3.6%。

过去四年A股上市公司的存货规模一直处于增长之中,从2010年到2012年,中报数据存货依次为2.92万亿元、3.94万亿元和4.73万亿元。不过,存货增加的原因之一是上市公司数量的增加。

银河证券首席策略分析师孙建波指出,从工业库存的绝对增速水平看,去库存仍然在进行。但去库存压力较前期出现缓和的迹象。从总体来看,2012年中期上市公司归属母公

司股东净利润同比下滑为1.55%,存货增长与净利润增长出现反向变化。

房地产四朵金花招商、保利、万科、金地的存货总量位于上市公司存货榜单的前20位。存货最多的20家上市公司中房地产企业就有7家,另有6家建筑建材上市公司。据统计,存货总量超过1000亿元的公司分别是中国建筑、万科A、中国石油、中国石化、中国中铁、保利地产、中国中冶。

上市公司中报显示,房地产公司库存增长出现减缓。今年中报房地产库存为14044.7亿元,较2011年年末增长7.65%;而2011年末较2011年中报的增长为17.48%,2011年中报较2010年末增长为20.38%。库存增速放缓的一部分原因是房屋开工面积减少,另一部分是房屋销售有所回升。(高谈)

### 潍坊银行艺术品抵押亮相文博会

本报讯(财金记者 季静静) 文博会上金融业再闪亮点,潍坊银行艺术品抵押贷款业务,获得了众多艺术品经营者和爱好者的关注,成为本届会展上的新亮点。

近几年,随着我国国民经济的快速发展,文化艺术产业正呈现高速发展的态势,为进一步推动潍坊艺术品市场的繁荣和发展,潍坊银行股份有限公司、潍坊中仁艺术品发展有限公司、潍坊市博物馆共同搭建金融支持艺术

品投资与交易的合作平台,建立信贷资金投入机制。

据王贵和介绍,该项机制于2009年启动,不但突破了传统融资的瓶颈,解决了过去艺术品融资难的瓶颈,打破了艺术品融资只能进入典当行的传统模式,而且在创新的同时,也给潍坊银行带来了2000多万的相关业务。据悉,在本次文博会上,此项业务引起了很多人的关注,其中已经有多家客户和相关公司有合作意向,目前正在洽谈中。

### ●财经播报

#### 华夏安康信用债基9月3日起发售

作为公募基金行业固定收益投资管理的龙头,华夏旗下安康信用债基9月3日起在中行、建行、工行、农行、交行等各大银行券商及华夏基金网上直销渠道发行。其中,A类无销售服务费,适合中长期投资者进行资产配置,C类无认购赎回费,适合短期投资者降低交易成本。

#### 嘉实基金适时推出增强收益债基

股市“钻石底”、“玫瑰底”相继被击穿;债市一火再火,尤其是信用债,更是成为债市未来行情中,众多机构最为看好的品种。正在发行嘉实增强收益基金是国内首只明确投资中低等级信用债的债基,通过等级和行业两个维度的严格仓位控制,来分散组合的信用风险,谋取更高收益。

#### 国富“长情”基金经理业绩优异

截至8月20日,成立满5年的基金共计338只,而其中仅有18只产品的基金经理从未更换,国海富兰克林旗下就有两只。在这18只基金中有12只基金收益率逾90%,国富弹性市值收益率逾200%。另外,截至8月24日,国富中小盘基金今年以来收益率10.23%,居业绩榜前列。

#### 首只6个月短期理财债基即将发行

9月6日,国内首只6个月短期理财债基——国泰基金推出的国泰6个月短期理财债基将正式发行,该基金6个月的封闭操作使得该基金能够通过期限匹配的方式可以投资于收益更高的短融债券,另外,还取消了申赎费,管理费和托管费亦低于货基,认购门槛只有1000元。

#### 汇添富借势再推二级债基谋多元收益

正在发行的汇添富多元收益债基,将由业界实力明星基金经理曾刚管理,他管理的债基在三年半任职期间实现28.46%的收益,超越基准16.49%,年化收益高达7.57%。作为一只二级债基,当前可转债和股票的下跌为其提供了低估值的投资机遇,有望实现资产的长期稳定增值。

#### 借道南方金粮油投资大宗商品

8月以来,A股接连下跌,国内市场跟踪一揽子农产品价格综合表现的农产品指数涨近3%,创下下半年来单月最大涨幅。目前正在发行的南方金粮油商品基金主要投资与有色金属和黑色金属、农林牧渔、采掘和化工等行业相关的股票,投资者可借道该基金实现对大宗商品的投资。

#### 德邦优化配置稳健博取组合收益

在大盘震荡见底过程中,分散投资、规避风险无疑才是上佳策略。作为一只优化配置平衡型产品,近日发行的德邦优化配置基金不仅处于良好的投资时间窗口,并根据中国资本市场的实际情况,开发出更具针对性和实用性的独家量化选股模型德邦多因子量化配置模型。