



平原农商银行
RURAL COMMERCIAL BANK OF PINGYUAN

念好“四字经”，助推精准扶贫显实效

今年以来,平原农商银行牢固树立普惠金融理念,主动作为,围绕“早、建、准、好”四个字下功夫,做好精准扶贫大文章。截至目前,已向各类贫困群体、经营主体发放扶贫贷款1.32亿元,较年初增加1600万元,带动319户贫困户脱贫致富。

“早”字为先,夯实基础。一是做好组织保障。成立以董事长为组长的工作领导小组,负责扶贫工作的总体指导和部署,领导小组下设执行办公室,办公室设在零售贷款部,明确将工作任务分配到各支行、部室,上下统一联动,密切配合,确保扶贫工作取得实效。二是制定扶贫工作“战略图”。以支行为单位划分25个服务区域,明确支行行长为扶贫责任人,对划定区域内的贫困村和新型农业经营主体做到需求调查、产品营销、金融服务“三项覆盖”,并将扶贫工作纳入综合考评,日总结、周报、旬通报。三是开展结对帮扶助力脱贫。组织全辖党员开

展“党员+贫困户”结对共建活动,由各支部党员对接贫困户,建立登记台账,并将贫困户的身份证号、授信金额等信息录入到扶贫系统,实现精确对接;逐户走访慰问贫困户,相应县政府号召,捐赠清洁煤12吨,开展各类捐款活动7次,捐赠金额20余万元,用于保障贫困户生活。

“建”字引领,真抓实干。一是畅通支付结算“高速路”。实施“金融服务村村通”工程,设立普惠金融服务点,加大农金通、自助终端布放力度和使用效率,提升涉农金融服务水平。截至目前,共布设普惠金融服务点140个,新增ATM机8个,POS机56个,农金通7个。二是建立扶贫工作平台。构建“政银企”协同工作平台,通过座谈会、签订合作协议等方式,塑造全新的扶贫模式。截至目前,已召开银企座谈会9场,邀请23家小微企业参加,收集有效建议12条;与扶贫办和省农担、县农担两家担保公司签订三方合作协议,并发放

央行资金产业扶贫贷160万元。三是建立“信用工程-金融服务中心”模式。以信用评级“联姻”精准扶贫,目前已确定21个村为“信用工程”示范点,并与13个特困村建立长效帮扶机制;建立金融服务中心,发挥乡村“能人致富”效应,为农民工返乡、残疾人的创业就业提供信贷支持,有效改善脱贫环境。

“准”字为策,力求精准。一是瞄准对象。依托“网格化”营销模式,组织客户经理进村入户,对全县5180户贫困户进行拉网式摸底排查,“走访一户,记录一户,对接一户”,精确调查贫困人口信息,摸清致困原因,针对性的提出帮扶措施。如对劳动能力弱的贫困户,与政府合作,扶持发展庭院经济;对有劳动能力的,帮助其进城务工获取工资报酬;开展定期交流会13场,并邀请到县农业局技术专家为贫困户技术性指导,从思想上拔掉“穷根”,增强扶贫针对性。二是找准

载体。发挥各类新型经营主体的引领作用,通过“公司+农户”、“公司+基地+农户”等模式的产业链信贷业务,鼓励龙头企业与农户签订协议,收购贫困人员生产的农副产品,将贫困人员纳入农业产业链,强化与贫困人员的利益连接。截至目前,已与春之恒扶贫基地、嘉鑫草莓种植扶贫园区、西马庄蔬菜种植扶贫种植园区、恩城镇蔬菜大棚产业园区等10余处产业扶贫示范园区建立合作关系,注入信贷资金1248万元,贫困户收入平均增长1.2万元。三是选准产业。立足乡村资源禀赋、产业基础、传统习惯等因素,在做优、做精、做特上下功夫,重点扶持大棚、苗木种植、畜牧水产养殖、家庭农场等产业,提供生、加、存、销一条龙服务。如为平原县鑫源粮食种植专业合作社发放富民生产贷款200万元,用于购买种子、化肥所需,有效缓解合作社的资金难题,节约融资成本17万元,同时带

动40个贫困户全年累计增收16余万元。

“好”字对标,确保实效。一是产品创新好。针对不同经营主体,在创新富民农户贷、富民生产贷的基础上,推出“农资贷”、“农机贷”等系列信贷产品,截至目前,已累计发放各类贷款1.53亿元,信贷产品影响力逐步加强。二是政策宣传好。构建“线上+线下”宣传渠道,通过微信公众号、手机银行、微信群、“金融夜校”、宣讲会、“智e购”等形式,多方宣传扶贫政策,介绍贷款品种和利率优势;在全辖180个社区布设736个农商宣传栏,公示联系方式,畅通渠道,目前已实现预授信7500万元。三是信贷服务好。严格落实限时办结制度,对于扶贫贷款,在保证贷款资料合规合法的基础上,严格按照办结时限办理,单户10万元以下贷款,办结时限原则上不超过3天,最长不超过5天,确保贷款资金第一时间发放至贫困户手中。

(刘中帅)

平原农商银行

坚持“三个三”,开拓零售类贷款市场新“蓝海”

今年以来,平原农商银行坚持以服务实体经济为出发点和落脚点,依托“网格化营销”,坚持“三个三”,开拓零售类贷款业务市场新“蓝海”。截至6月底,全行共发放零售类贷款18.77亿元,较年初增加2.9亿元,新增占比76.24%。

坚持夯实“三大基础”,形成营销合力。一是夯实考核基础。制定网格化营销方案,倾斜零售类贷款日均和户数考核,并对按揭类贷款占比高于70%的支行按30%的系数折算;设立最佳团队奖、包挂达成奖、突出贡献奖,给予现金、带薪休假等奖励,按月兑现,激发营销活力。二是强化业务培训。印发“营销九问”和“百问百答”营销红宝书500余份,并建立“晨学、日练、晚总结”的学习模式,一日一复盘,对出现的问题及时进行沟通解决;零售贷款部对每项贷款品种、创新业务均制定业务管理办

法和操作细则,实行“一品种一制度、一制度一流程”的精细化管理;组织培训和测试,检验和提升学习成果。目前已对全行104名客户经理,组织培训17场、测试9次,覆盖面100%,成绩在80分以上的比例达到59.7%。三是落实过程调度。实行简报报送制度,每月5日前,由各支行报送上月营销活动简报,内容涵盖活动开展概况、营销对象和过程、营销成果等内容,由班子成员进行批示,按月印发;按月进行营销业绩排名统计,通报工作情况,开展支行评比,对成绩排名靠后的支行行长进行约谈,目前已对5家支行行长进行谈话,了解实际问题12个,已协商解决7个。

坚持发动“三大引擎”,做实精准营销。一是调研引擎。找准零售类贷款营销“空白

点”,对价值客户、潜在客户进行摸底,开展评级授信,逐步建立动态档案;沟通农金员,发挥人缘地熟优势,初步筛选诚信户,进行“掐尖营销”;开办推介会,对登记客户及时受理调查。截至6月25日,共召开推介会25场,登记需求客户1659人,预授信413户,金额2365万元。二是公关引擎。与政府部门合作,获取客户清单,实现精准营销。目前,通过与税务、工商局、房管局、医院等部门的对接,已成功获取客户清单650户,营销390户,授信5725万元;建立与房地产商、车辆经销商、家电商场等经营主体的常态化联系,重点推广“乐享消费贷”和分期付款业务。截至目前,已与12家

房地产商、2家家居联盟达成合作关系,成功授信2341户,授信金额5.47亿元。三是服务引擎。在营业网点显著位置公示监督电话,承诺阳光办贷,接受客户监督;布设农商公告栏,张贴“普惠金融卡”,公示客户经理联系方式,推行“一对一”的全天候服务。截至目前,已在180个社区767个村庄布设公告栏,普惠金融卡张贴15000张;实行批量授信,对5万元以下的贷款当日即可办结。

坚持聚焦“三大方面”,增强客户黏性。一是延伸服务链条。借助“智e购”商城平台优势,推行一体化营销,为客户提供多样化贴心服务;推出

“优享贷”优惠政策,对信誉良好、贡献度大的客户,适当给予5%-10%的利率优惠,巩固客户资源,目前已有123户享受到利率优惠。二是突出特色活动。开展零售类贷款营销活动,利用亲子活动、茶道会、电影下乡、金融夜校、青年联谊会等形式进行覆盖式营销。截至目前,该项活动共营销零售类贷款368户,1.13亿元。三是做好跟踪服务。梳理贷款台账,细分到期类、即将到期类客户,及时进行对接服务,确保存量客户不流失;对急于用款的客户,加班加点整理资料,第一时间发放贷款。

(刘中帅 王希孟)