

# 金融扶贫样板中的“恒丰模式”

## 涉农信贷增量明显，助力精准脱贫攻坚战

实施乡村振兴战略，是党的十九大作出的重大决策部署，是决胜全面建成小康社会、全面建设社会主义现代化国家的重大历史任务，是新时代做好“三农”工作的总抓手。过去一年来，恒丰银行在省委省政府的领导下，创新推进乡村振兴脱贫攻坚工作，取得了卓有成效的进展。

截至2019年6月末，恒丰银行涉农贷款余额1390亿元，其中，普惠型涉农贷款增速明显，达到25.69%，超过全行各项贷款平均增速15.63个百分点，超额完成银保监会各项监管要求，成效显著，成绩卓越。

为了保证金融扶贫战略的有效开展，恒丰银行从总行层面开展“五个一”工程，即：成立一个工作专班，夯实“一把手”责任，建立一套统计制度和目标考核体系，制定一个行动

计划，实行一以贯之落实。

在具体工作过程中，恒丰银行以党建为抓手，切实强化各级党委领导，成立了服务乡村振兴工作领导小组和“4个2”重点区域对口联系领导小组，近期又在总行成立了乡村振兴工作专班，全面强化党委对乡村振兴工作的领导；总行党委把提升服务乡村振兴战略质效，作为深入开展主题教育的重点任务，总行党委班子带头搞调研、谈合作、推项目，全行三级党组织扛起责任，四级书记共同谋划、协调、推动，切实强化党委对乡村振兴工作的领导，在此基础上，由普惠金融部作为全行乡村振兴工作的牵头部门，一方面负责做好党委工作的部署落地，另一方面统筹分支机构乡村振兴的推动工作。

恒丰银行总行党委将乡

村振兴工作作为检验各级党委组织是否树牢“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”的重要内容，由纪检监察部跟进督察乡村振兴工作落实情况，对于不积极担当作为的，相应进行问责。

为坚持规划先行、因地制宜战略部署，2018年11月，该行印发《恒丰银行服务乡村振兴工作方案》，对全行乡村振兴和脱贫攻坚工作作出专项部署，初步确定全行乡村振兴工作的方向。2019年7月，适应乡村振兴工作新形势新需要，又出台《恒丰银行2019年服务乡村振兴助力脱贫攻坚工作指导意见》，明确全行乡村振兴的目标、思路和主要举措。

在前期乡村振兴探索实践过程中，恒丰银行不断总结经验，逐步形成了“一圈一链一生态”的推进路径。“一圈”

就是积极与政府相关部门、公共事业单位、农业企业、农业高校和科研院所、农事服务机构、风险分担机构等各类机构合作，拓展乡村振兴“朋友圈”。“一链”就是围绕农村一二三产业融合发展，以政府任务、重点项目为金融服务切入点，将服务不断向产业链上下游延伸，构建从“田间”到“餐桌”的全产业链金融服务链。“一生态”就是将农村一二三产业客户资源串联整合，推进乡村资金流、信息流、货物流、政策流“四流合一”，将银行服务有效嵌入乡村振兴的各个场景，成为乡村全面振兴的综合服务商。

为提升乡村振兴服务能力，恒丰银行创新研发了多种金融产品，为支持节约集约用地和城乡统筹发展，结合城乡建设用地增减挂钩以及耕地

占补平衡政策，将地方政策流、信息流与资金流集成统一，打造出基于城乡建设用地增减挂钩指标和耕地占补平衡指标开发、流转融资需求的特色信贷业务，地票制业务；以脱贫攻坚为重要社会责任，积极利用金融科技手段和担保措施，与山东农担、山东投融资担保集团合作，向符合要求的农户、涉农小微企业、建档立卡贫困户发放“惠农贷”产品；与光伏设备生产企业合作，推出“光伏贷”产品，助力村民精准脱贫。

未来，恒丰银行将紧紧围绕党的十九大关于实施乡村振兴战略的总体部署，按照产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的总要求，扎实做好“五个振兴”方面的金融服务工作，全面助力乡村振兴发展。

(姜宁)

## 农行山东省分行“扩户提质”提升价值 个人存款存量增量均居同业首位

近年来，农行山东省分行在零售转型、网点转型等“六大转型”全面推开的基础上，又开展了个人客户“扩户提质”工程，围绕固大、扩中、强小的目标，逐步探索出了一些扩户提质的有效模式和方法，取得了良好成效。数据显示，截至7月末，该行新开个人I类账户273万户，总量达到8610万户，增量居全国农行系统首位，新增个人存款556亿元，余额达到6580亿元，存量和增量均居同业第1位，也是近两年全国农行系统保持增量同业首位的两家分行之一。

### 以精细化管理 推动精准提质

落实精准管户。按照个人金融资产的规模，从大堂经

理、客户经理到网点主任，实现“一对一、人盯人”管户、“一对一、专业化”维护。实施精准提升。开展“睡眠”客户唤醒工程、临界值客户越级工程、中端客户提质工程、高端客户挖潜工程，对重点营销客群名单逐户主动对接。建立标准化分群营销模型，以“军人专属理财产品”“教师专属理财产品”销售为契机，设计相应产品套餐，实施特定职业客群营销。将DCRM数字化销售工具作为实施零售业务数字化转型的重要抓手，通过客户经理营销宝APP实现信息推送，实现了全线上闭环销售。今年前7个月，该行累计搭建10余个涉及大额存单、基金、理财等重大产品的精准营销项目，产品数字化销售量居全国农行系统第1位。

### 以项目运作 推进批量获客

狠抓公私联动项目。该行对代发工资、代收缴费、财政代发、拆迁棚改等十三类重点营销项目，实施重点项目名单制管理，7月末，代发工资交易额达到810亿元。强力推动场景建设项目，与山东省大数据局“爱山东APP”政务平台实现了全面对接，智慧校园、智慧医院、智慧政法全面铺开，无感停车、无感加油由点及面逐步铺展开来。加大专业市场营销力度，建立1040家专业市场名单，以“市场通”作为服务专业市场的统一品牌，推动了专业市场的整体介入、综合营销。今年前7个月，该行市场通布放突

破了3万户。创新推动“个人信贷+”，围绕优质楼盘、优质中介、优质经销商，对公项目与个人客户同步营销，个贷产品与其他产品同步跟进。

### 以团队建设 提升营销效能

加强产品经理团队建设。在省行及二级分行层面开展产品经理队伍建设。强化网点能力建设，出台了《个人客户等级管理办法》《网点绩效和末端分配管理办法》《网点各岗位等级管理办法》，通过营销人员等级动态管理和及时有效的分配机制，进一步激活了人员效能。突出系统引导，省行制定了涵盖管户指引、产品手册、营销话术等整套制度体系文件，建立了基金

业务交流群、贵金属业务喊单群等微信群组，为客户经理和重点客户提供交易策略服务。

### 以资源配置 明确导向、确保效果

该行将“扩户提质”作为全行各项业务的发展引擎，将其纳入2019年二级分行领导班子考核；将个人贵宾客户增量、金融资产占比提升、产品覆盖度等3项指标作为衡量客户管理质量和效果的核心指标，统一纳入综合考评。确保“扩户提质”贯穿到网点，在2019年网点分类考核星级评定方案中，加大“扩户提质”指标权重，增加过程管控类指标，如客户保留率、提醒商机、精准营销联系率、成功率等，树立正确的考核导向。

(薛志涛 郁长亮)

## 选择适合产品，保持理性投资

收益：

四是收益率最高，不等于产品最好。

### 理性投资的“三个了解”

1.了解自己：投资理财前，要先了解自身的财务状况、风险偏好、风险承受能力和预期收益、流动性需求等，配合银行做好风险测评，选择适合自己的产品，量力而行。

2.了解产品：通过银行网点的产品信息查询平台了解产品信息，阅读产品说明书等材料，重点关注产品的投资类型、是否保本、流动性、预期收益率、投资起点金额、产品蕴含的风险以及需要支付的相关费用等，特别要注意其中的风险提示条款。如有不明之处，应及时向银行工作人员咨询。

3.了解机构：了解哪些金融机构可以销售银行理财产品，办理银行代销业务，选择正规的金融服务渠道。

### 什么是专区“双录”？

根据监管规定，凡从事销售业务的银行业金融机构应当在营业网点设立专门区域，在该区域内设立产品信息查询平台，开展销售产品推荐和销售行为，并对销售全过程同步录音录像。

专区“双录”是防范和治理误导销售、私售“飞单”等问题的重要措施，能够督促银行员工规范营销行为。当出现纠纷时，可以还原销售过程，明晰事实，促进公平公正地解决销售争议。

在银行网点购买银行理财产品或代销产品时，请主动到有明显销售专区标识的区域办理业务，并监督银行员工对销售过程进行录音录像，避免违法违规金融活动和非法诈骗活动侵害。

**警示：**理财投资收益率超过6%的就要打问号，超过8%的就很危险，10%以上就要准备损失全部本金。

## 11家爱心驿站厕所对公众开放

## 齐鲁银行为文明城市再添温度

今年5月份，齐鲁银行秉承“市民银行”的责任，在行内网点设立11家“爱心驿站”，为户外工作者提供驻足、歇脚、补给的场所，用关爱传递善意，用温情守护幸福。近日，齐鲁银行充分盘活爱心资源，11家爱心驿站的厕所全部对公众开放，为文明城市再添温度。

如厕问题看似小事，却是最实在的民生。人流如织的城市和街道，市民如厕难是摆在面前的现实问题。齐鲁银行作为市民银行，快速响应，首批免费厕所通过11家爱心驿站先期开放，为出行市民切实提供便利。

成立23年来，在充分发挥金融职能支持地方经济发展的同时，齐鲁银行始终怀有感恩之心，关注民生、热心公益，将践行社会责任实实在在地融入

到企业文化当中。为了给户外工作人员办实事，提供贴心服务，齐鲁银行营业网点开放专门区域，为他们配备了微波炉、休息桌椅、微波炉、饮水机、手机充电器、工具修理箱、报刊书籍、应急药箱、提供免费wifi等服务设施，做到“冷可取暖、热可纳凉、渴可喝水、累可歇脚、伤可用药”，用心筑起温馨港湾。

齐鲁情怀，社会温度。齐鲁银行相关负责人介绍，下一步，将本着更加包容的心态，树立“利人即利己”的观念，持续推进爱心驿站的扩充建设，并将同步开放更多的厕所，让资源共享，为有需要的人提供更多、更有温度的帮助，以实际行动为文明城市贡献一份力量。

(张晓霞)



### 什么是银行理财产品？

银行理财产品是商业银行自主设计并发行，由投资者风险评估后，按照约定的投资策略、风险承担和收益分配方式购买的金融产品。

### 什么是银行代销产品？

银行代销产品是指，银行代理销售由基金公司、保险公司等合作机构设计发行的，并由合作机构承担投资、兑付和风险管理责任的产品。

银行代销产品与银行理财产品最大的区别是，代销产品由合作机构发行与管理，银行不承担产品的投资、兑付和风险管理责任。

### 防范投资风险的四个“不等于”

一是口头承诺，不等于合同约定；

二是别人说好，不等于适合自己；

三是预期收益，不等于实际