

新常态下农商银行业务转型发展策略

□ 江涛

当前,随着利率市场化改革进程的推进、互联网金融的不断发展以及一些民营银行参与市场竞争,给农商银行的发展带来前所未有的挑战和机遇。在充分考虑自身的历史积淀、政策导向和客户基础,农商银行要坚定自身的市场定位,围绕主要客户群体,着力在“三农”、中小微企业等领域精耕细作。同时,农商银行要主动拥抱“互联网+”,不断探索契合新型经济形态的发展模式和扩张策略,走出一条与国有银行、股份制商业银行等金融机构互为补充、又独具地域特色的经营发展之路。

坚定市场定位 农商银行发展的源头来自县域,也是现今发展的主阵地,要牢固树立“农”的宗旨,坚定“支农助小”的市场定位,打响“农”字品牌,继续充分利用地缘优势,深耕县域,在“支农助小”中拓展市场份额。一是紧跟农业人口城镇化转移,农村土地和农业产业集聚化趋势,深挖农村基础设施建设项目的资

金需求,积极参与到农业现代化发展中来,以支持农业产业龙头企业为依托,加大对农业产业链条企业的信贷支持,为农业现代化提供“一揽子”金融服务。二是深耕“草根金融”服务,积极企业和个人经营者是农商银行重要客户群体,在为其提供金融服务时,要开展针对微观主体的“小、快、灵”“草根金融”服务,积极创新面向农民、面向小微企业、面向个体经营者的特色贷款产品和模式。

创新服务渠道和方式 一是新常态下,农商银行要主动顺应“互联网+”的便捷和高效,在优化网点布局,建立助农服务点或金融服务站的基础上,积极探索直销银行和社区银行经营服务模式,通过手机、互联网等电子渠道,为客户提供不以柜台为约束,不以时间、地域、网点为限制的操作更便捷,价格更优惠的金融服务体验。二是在城乡范围内居民相对集中,金融服务相对空白的社区开设“自助+咨询”式社区网点,打造“社区金融便利店”,为客户提供更多便捷服务。三是农商银行要主动下沉服务,变

“坐商”为“行商”,通过开展消费者权益保护和金融知识普及等活动,向客户传达金融服务理念,架起客户与农商银行沟通桥梁,积极主动地为客户提供金融服务。

创新金融产品 在利率市场化改革以及互联网金融的冲击下,农商银行应积极迎合市场需求,不断强化产品创新,打造出能够满足不同类型客户需求和更“接地气、人气”的金融产品,不断提升客户认知度和满意度。一是加快存贷款产品创新,不断提高中间业务收入。农商银行要在风险可控、合规经营前提下,积极拓展业务范围、增加业务品种,创新抵押担保和还款方式,切实提升客户信贷可得性、满意度。二是加快资金业务类产品创新。农商银行要扩大与域内其他金融机构,如证券公司、信托公司及国有商业银行的互补合作,开拓与资本市场相关的业务,提高资金使用效率,力争同业收入成为主要的收入增长点。通过营销、抵押担保、信贷模式创新,推动农商银行发展成为社区便民金融服务商、小

微企业批量金融服务商、县域小额信贷供应商和村镇银行投资商。三是加快电子银行产品创新。农商银行要积极推进信用卡、“易贷卡”等互联网金融产品环境建设,不断提高电子银行业务替代率。四是农商银行在开展传统业务的基础上,应向多元化经营转型,积极搭建与客户双向互动交流的平台,为客户提供多样化、全覆盖的金融服务,提高市场渗透的广度和深度,如通过“社区e银行”平台实现线上线下对接模式,将银行、客户、实体商户联系起来,形成多赢的O2O营销体系,实现资源的优化配置。

总之,转型发展是农商银行应对市场挑战的必由之路。既不能不切实际盲目追风,也不能默守陈规步履缓慢,应充分考虑自身的市场定位,着力在主要受客户群体和综合服务能力上下功夫,回归本源,努力成为城乡便民金融服务商、小微企业批量金融服务商、县域小额信贷供应商。

(作者单位:安徽青阳农商银行)

强化农金员队伍建设的三个关键点

□ 郭迎春

近期,笔者开展了一次农金员专题调研,实地深入农金员家中,与XXX农商银行农金员管理岗位人员进行了面对面交流,并发放了调查问卷,掌握了第一手真实资料。经实地调研,笔者认为,要强化农金员队伍建设,必须抓好三个关键点。

利用好农金员的天然优势 要充分发挥农金员队伍人熟、地熟、情况熟的优势,建立以营业网点营销服务为主,农村金融代理服务为补充的多层次、可持续的农村金融服务体系,做到网点服务、农金员服务“两手抓、两手硬”,使农金员在巩固、扩大农村金融市场份额方面的作用更加突出。就调研结果看,截至2021

年2月末,XXX农商银行农金员数量较年初增加6人,存款市场占有率较年初提高1.05个百分点;协理存款占比32.81%,门市存款占比67.19%,农金员队伍的扩大提升了网点营销能力。

落实好普惠金融服务理念 一是要将农金员服务质量作为农商银行普惠金融服务理念落实落细的一个重要延伸范畴和达标标准,将普惠金融服务意识作为准入、退出农金员的一个重要门槛;在遴选农金员时重点关注40岁以下的村“两委”成员、致富带头人、优秀创业青年,积极投身于新农村建设的大学、村卫生室医务人员。二是农金员正式上岗前设置一定时间的考察期,通过现场考察、实时跟踪等途径,真正将普惠金融服务理念强的人员选拔为农金员,将农金员队

伍作为践行普惠金融理念的重要依托,向农村客户提供更全面、更优质、更高效的金融服务。三是借助分布于各个村庄的“农金员平台”,打造“物资中转站”“购货便利店”“商品代收点”等一系列便民惠农的新型代理服务点,为农村客户提供金融服务之外的各类增值服务,满足农区客户的生产生活需要。

创建多元化转型模式 一是持续加大对农金员队伍的业务培训力度,对农商银行相关产品、营销话术、办理流程,做到培训到位、解释到位、说明到位。将农金员培训作为习惯性、常规性动作常抓不懈,做到月月有主题,让农金员感受到自身的重要性,并全力解决农金员合理诉求,营造“一家亲”的和谐氛围。二是科学、动态调整计酬、计价标准及奖励

政策,如提高银行卡存款计酬比例,重点调增活期储蓄存款、一年期及以下定期存款的银行卡计酬比例,从源头上引导客户开卡用卡,并创新开发针对农金员的计酬系统,实现“T+1”计酬数据呈现,让农金员第一时间了解自身业务及收入情况,真正调动其积极性。三是引导农金员在开展好常规揽储工作的同时,攻关、开拓新客户和潜在客户,积极向客户提供银行卡开立、社保卡激活、“智e通”、手机支付、银行卡挂入微信和支付宝等服务;通过农金员向农村客户发放《产品需求登记簿》,留存客户需求、联系方式、地址等信息,及时改进或开发适销对路的产品、服务,打造一支职业化、忠诚度高的农金员队伍。

(作者单位:山东莱芜农商银行)

主场外交中主流媒体的对外传播策略

□ 谢润嘉

近年来,中国的外交活动更加积极主动,主场外交已经成为中国外交的一大亮点和全新的“中国名片”。博鳌亚洲论坛年会、亚洲文明对话大会、中国国际服务贸易交易会全球服务贸易峰会等等,主场外交活动已经成为推动世界经济复苏的重要动力,吸引了全球媒体的目光。

主场外交已成为中国主流媒体对外传播、展示“中国智慧”和“中国方案”的重要舞台。在习近平新时代中国特色社会主义思想的指导下,如何利用好中国主场外交这一重要舞台,提高主流媒体的对外传播水平,建设国际一流新型主流媒体,成为当下中国媒体需要思考的问题。

一、主场外交的内涵

“主场外交”(Host Diplomacy)首次提出是在2014年3月8日的全国两会记者会上[1]。外交部长王毅将中国主办的“亚洲相互协作与信任措施”会议和亚太经济合作组织领导人非正式会议称为中国外交的两场重头戏,并以“主场外交”一词来概括2014年中国外交所呈现出的主要特点。

上海国际问题研究院院长陈东晓将主场外交定义为:“在一国(境)内开展的,由东道主政府扮演重要角色,并能对维护和拓展该国国际利益发挥积极影响的各类重要外交活动,包括双边和多边活动。”[2]强调政府在外交活动中对活动议题、进程和效果的主动控制权,以更好地实现本国外交目标,为本国利益服务。举办主场外交活动,东道主国家能够在国际舆论场上掌握主动,增强话语权,增加他国对本国的理解。

从传播学角度来看,主场外交是由政府组织的一场媒介事件。丹尼尔·戴扬和卡茨在《媒介事件:历史的现场直播》中指出:“媒介事件是指一国或数国甚至全世界范围内令人‘屏息驻足’观看的电视事件,包括政治、体育赛事、重要仪式等。”[3]媒介事件能够赋予该事件以重要性,授予相关组织者以合法性和超凡魅力。借由媒介事件,组织者能够主动进行议程设置,输出意识形态。

二、主场外交对中国媒体对外传播的影响

中国越来越重视主场外交,并利用其独特优势,提高中国的国际影响力,这

也为中国媒体的对外传播提供了便利,带来了挑战。

(一)掌握话语权,主动进行议程设置 中国在国际舞台上的重要性日益显著,但西强东弱的国际传播格局仍然存在。国际话语权主要掌握在美国为首的西方资本主义国家手中,国际舆论场上的话语权缺失是中国媒体在对外传播过程中的一大挑战。举办主场外交活动,话语权掌握在作为东道主国家的中国手中,媒体能够主动进行议程设置和属性议程设置,在对外传播中拥有绝对的信息优势和表达意识形态的更大空间,进而影响国际舆论。疫情期间,主流媒体对服贸会、进博会等活动的融合报道向世界展示了中国抗疫的显著成果,塑造了负责任的大国形象,传达了合作开放共赢的倡议,为因疫情而分裂的国际局势注入一股清流。

(二)受众范围广,扩大国际影响力 主场外交一般涉及多方国家,涵盖各种领域,如2019年的第二届“一带一路”国际合作高峰论坛,来自150多个国家和90多个国际组织的近5000名外宾参会,议题涉及经济、文化、科技等多个领域。东道国媒体在报道此类主场外交活动时,充分利用其规模效应和整体效应,进行报道策划,吸引多国受众,从而增强媒体的国际影响力。第三届进博会期间,中央广播电视总台发挥其全媒优势,使用44种语言推出了“客从海上来”、“听见进博会”等一系列融媒体报道产品[4],全方位、多角度向海外受众展示进博会盛况,传递中国声音。

(三)负面舆论出现,增加对外传播难度 随着中国主场外交活动的增多,美国等西方媒体不断渲染新一轮的“中国威胁论”,指责中国“战狼外交”。如2019年的亚洲文明对话大会,有国外舆论认为,党媒的报道全是中方官员的名字,没有外国嘉宾,质疑亚洲文明大会的举办意图。而周边国家或因地缘政治问题或因慑于美国压力等,面对中国主场外交活动通常怀有复杂心态。这些负面舆论给中国媒体的对外传播增加了不少挑战和难度。

三、中国主流媒体利用主场外交进行对外传播的策略

媒体在主场外交活动中起着很重要的作用。主场外交作为一种媒介事件,离不开媒体的报道和参与;媒体也利用

主场外交的报道来吸引受众,扩大国际影响力。中国主流媒体担负着塑造国家形象,传播中国声音,讲好中国故事的重要任务,而主场外交活动的报道更是中国主流媒体报道的重中之重。面对西方主流媒体对中国的污蔑以及海外受众对中国的误会,如何利用好主场外交的优势,获得良好的传播效果,改变中国形象,成为中国媒体提高对外传播水平的重点。

(一)“借船出海”,用国际声音讲中国故事 主场外交活动中,中国主流媒体已具备了主动进行议程设置的优势。但单靠国内媒体“自说自话”是不够的。根据创新扩散理论,本地渠道的信息传播,相较于外地渠道,对创新的后期采用者更为重要且更能改变他们的态度。因此,中国主流媒体要在对外传播中,有效地传播中国声音,改变中国形象,就要在“坚持以维护世界和平、促进共同发展为宗旨推动构建人类命运共同体”的基础上,学会与参与国的媒体进行合作,协同国内国外两种力量,遵循“以深化外交布局为依托打造全球伙伴关系”的原则,借国外媒体或知名人士讲“中国故事”,把“自己讲”和“别人讲”结合起来,使“中国声音”更多为国际社会和海外受众所认同。

(二)用户至上,实现精准化差异化传播 主场外交活动涉及多国、地区,地理位置、政治制度、风俗文化都有差异,既存在“各种文明交流互鉴”的大势,也存在“不同思想文化相互激荡”的现实。文明冲突与价值观独立仍然存在,中国媒体在对外传播时,不能“一视同仁”,既要“坚持以相互尊重、合作共赢为基础走和平发展道路”,又要注意对外传播的公众化和适用性。对外传播要讲究传播者、受传者和传播环境三要素的相互配合、互动和有机结合,不能脱离传播环境去谈信息的传播。目前,我国个别媒体在对外报道主场外交活动时,一定程度上缺乏差异化传播信息环境的分析和认知,影响了海外受众对“中国声音”的认同度、归属感。因此,主流媒体在对外传播中要实行分众化策略,实现国际传播内容与用户场景在跨文化环境下的精准匹配,防止“对空讲话”。

(三)直面西方媒体质疑,从宣传转向对话 中国媒体报道过度重视自我宣传式的“灌输”,缺乏平衡性。主场外交活动的报道中,也极易出现单一聚焦政治、一味宣传正面成就,而对国外质疑

“置之不理”的问题。然而从新闻价值来看,成就属于社会的常态,而妨碍成就产生的因素才是值得关注的。因此,主流媒体在报道主场外交时,既要宣传中国的成就,又要兼顾问题,做到平衡、全面、客观、真实。对国外媒体的质疑和抹黑正面给予及时回应,“尊重新闻舆论的传播规律,正确引导社会舆论”。

(四)坚持有立场的国家话语,发出中国声音“中国必须有自己特色的大国外交”。主场外交作为展示中国特色、中国风格、中国气派的外交活动,要展现“中国声音”和“中国方案”,“坚持以公平正义为理念引领全球治理体系改革;坚持以国家核心利益为底线维护国家主权、安全、发展利益”,提升中国在国际舞台上的话语权和影响力。因此,主流媒体在进行对外传播时要坚持中国立场,不需要掩饰意识形态和政治立场,自觉担负起举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务。当今世界正处于“百年未有之大变局”,西方社会分裂日益严重,西方媒体的公信力也越来越差。中国媒体更要向世界传播中国智慧和方案,向全人类展示习近平新时代中国特色社会主义思想发展远景大前景。

主场外交正向世界展示中国智慧和方案,助力解决国际和地区难题,为全球治理做出新的贡献。主流媒体的对外传播也要充分地利用好主场外交平台,发挥主场优势,转变对外传播方式方法,客观、真实、全面地报道中国,努力成为增信释疑、凝心聚力的桥梁纽带。

(作者系中国传媒大学研究生)

参考文献:

- [1] 王毅就中国的外交政策和对外关系答记者问-新华网[EB/OL]. [2021-2-14]. http://www.xinhuanet.com/politics/2014-03/08/c_119669879_3.htm.
- [2] 陈东晓. 中国的“主场外交”:机遇、挑战和任务[J]. 国际问题研究, 2014(05): 4-16.
- [3] 丹尼尔·戴扬 D. DAYAN. 媒介事件[M]. 北京广播学院出版社, 2000.
- [4] 中央广播电视总台第三届进博会报道全面展开[EB/OL]. [2021-2-15]. <https://news.cctv.com/2020/11/03/ARTIJCZY6EX-mCG6u8YF6tJj201103.shtml>.
- [5] 刘美坚. 中国对外传播:从报道中国到报道世界[J]. 对外传播, 2018(11): 4-7.

浅议“三牛”精神

□ 宋君武

在中华传统文化中,牛作为一种文化象征,往往与踏实、勤奋、厚道、质朴、坚毅、无私奉献等诸多优秀品质相联系。“孺子牛”“拓荒牛”“老黄牛”,因其职责、使命不同,有其不同的精神标识。作为新时代的农商人,应该发扬“三种牛”精神,在新征程中展现新作为。

一是要永当“为民服务‘孺子牛’”。 “孺子牛”任劳任怨、苦干实干,甘当“勤务员”。新时代的农商人要发扬老一辈农信人走村串户、“背包下乡”的优良传统,始终坚持“立足县域、服务‘三农’、助力小微、惠及城乡”的经营理念。哪里需要哪里去,把群众需要什么、怎样让群众更方便,当做工作落脚点,不负使命重托,为社区群众和乡村振兴提供多元化的金融服务,以真心赢得群众的民心。

二是要争当“创新发展‘拓荒牛’”。 “拓荒牛”奋发扬蹄、披荆斩棘,敢踏没走过的路,敢拓没垦过的荒。当前正面临着社会发展模式、经济体制的大变革,新技术日新月异,新事物不断涌现,新问题层出不穷,学习和创

新显得尤为重要。因此,农商人要紧跟时代步伐,牢记使命担当,增强学业务、学技能的自觉性和主动性,不断丰富知识储备、优化知识结构,切实提高自身认识问题、分析问题、解决问题的能力,不断在实践中创新产品、优化流程,通过“线上+线下”全方位服务,更好地满足群众金融服务需求。

三是要甘当“艰苦奋斗‘老黄牛’”。 “老黄牛”是勤勤恳恳、埋头苦干的代名词,也是农商人扎根基层、甘于奉献的生动写照。新时代的农商人要把普惠金融、业务转型当做光荣使命,苦练本领、甘于吃苦、乐于奉献,像钉钉子一样,以锲而不舍的精神状态,一锤接着一锤敲,一项接着一项干,善始善终,久久为功,向着既定目标前进。

“三种牛”精神,蕴含着中华民族自强不息的精神“密码”。征途漫漫,唯有奋斗。新时代的农商人要发扬“为民服务‘孺子牛’、创新发展‘拓荒牛’、艰苦奋斗‘老黄牛’”的精神,立“牛志”拼“牛劲”,干“牛事”做“牛人”,勇于担当担,砥砺奋斗,踏上新征程,再创新辉煌。

(作者单位:吉林磐石农商银行)

如何防范银行金库管理风险

□ 谌争勇

银行是经营货币的行业,与广大人民群众的生产生活息息相关。同时,银行也是经营风险的行业,每个环节、每项业务都应谨慎合规。长期以来,“铁账、铁款、铁规章”的“三铁”原则高度涵盖了银行的账目、现金以及规章制度的精准和刚性。然而,近年来,个别银行机构相继发生了金库款项监守自盗的案件,令人震惊、发人深省。深刻剖析案发原因,根本在于管理制度未得到严格执行,存在以信任代替制度,以习惯代替规章的现象,内部控制流于形式,导致库款安全防线层层崩塌,致使国家财产遭受损失,也有悖于银行“铁账、铁款、铁规章”的“三铁”原则。笔者认为,按照审计署、财政部、银保监会等部委发布的《企业内部控制基本规范》的相关规定,银行机构应从内部控制五要素入手,采取以下内控策略,防范库款被盗风险,确保国家金融安全。

优化内部控制环境,夯实内控建设基础 内部控制环境是内控的前提和基础。一是银行机构要成立由“一把手”任组长的内部控制管理领导小组,交接、库存实物核对、组合锁及钥匙管理、同进同出同操作、技防监控、保卫查验等各项制度执行情况,评价内控制度是否完善、岗位职责是否落实、重要事项审批是否完备、人员履职是否到位,及时纠正不规范的操作。二是要加强对内控过程的监督,监督相关业务部门是否有效落实岗位责任制,是否严格执行业务交接、审批权限、业务授权、操作管理等制度,是否规范各类登记簿、监督检查记录和各类档案资料的管理,使内部控制活动贯穿于各项业务的全过程。三是要把“缺陷的纠正”纳入内部控制的范畴,对自查和各类监督检查发现的违规问题,要建立台账,逐笔登记,实行销号管理,做到落实有措施、过程有记录、约束有手段、结果可追溯、问题可持续、问题必改进;对逾期无故未整改的,要严肃问责。

加强内部控制监督实效,强化信息沟通

成果运用 内控监督,重在实效。一是银行机构查库检查是对金库管理进行内控监督的一种重要方法,要杜绝个别管理主体查库检查流于形式、发现问题不充分、纠偏功能失效的现象,不断完善查库措施,将现场检查与非现场检查相结合,突出非现场检查;现场检查实物、登记簿、库容库貌等,非现场检查调看录像,核查相关业务操作规程等执行情况。二是要严格落实实库存实物开袋抽查制度,针对不同类型包装箱(袋)采用不同抽查方式,强化内控监督实效。三是改进重要岗位人员异常情况排查方式,实行内部排查与外部调查相结合,内部排查主要采取谈心谈话、日常观察等方式,并结合对管库员信用报告进行审核分析,了解掌握重要岗位人员经济状况、社会活动等情况;对负债多、还款有问题或不符合从事金库管理工作的人员应及时调离,避免和化解异常状况与潜在风险的发生。外部调查主要与地方纪委监委、公安司法、市场监管、扫黑除恶等相关部門沟通核对,定期查漏补缺,并加强监督信息交流,实现信息共享和成果运用。

(作者单位:中国人民银行湖南省益阳市中心支行)