编辑：吴叶琪 2023年1月17日 E-mail：zhgnxb@126.com 中国农村信用合作报

开门红

辽源农商银行
多措并举推进“开门红”

为把握市场先机，牢固全年工作基础，吉林辽源农商银行上下一心，全力以赴，力争上游，稳步推进“开门红”各项工作进展。

2022年末，辽源农商银行下发“开门红”活动方案，紧紧围绕“深转型，调结构，稳发展”经营规划，明确工作目标，细化职责分工，健全分层考核机制，动员全员力量，凝聚发展共识。同时，该行积极营造氛围，引流客户，精准把握“双节”期间资金回笼的有利时机，在营业环境、礼品配备上下功夫，烘托节日氛围，推出“存款有礼”“进门有喜”“同庆新年”等主题活动，吸引客户关注，提升宣传效果。此外，该行在优化服务和提升质效上下足功夫，树立“以客户为中心”的服务理念，加强与客户的沟通，了解客户金融服务需求，简化操作流程，规范柜面服务，提高质效，为客户提供快捷、便利、安全的优质服务，以效率提升作为业务的动力引擎。 王金山

香河农商银行
确保实现“开门红”目标

为深入贯彻落实省联社廊坊审计中心2023年首季“开门红”工作的部署，近日，河北香河农商银行召开2023年首季“开门红”启动大会，号召全行干部职工统一思想、凝聚力量，高标准、高质量、高效率开展首季“开门红”。

会上，香河农商银行党委副书记、行长李雅卓从任务分解、奖惩措施、工作要求、营销评比等方面，对《香河农商银行2023年首季“开门红”营销活动实施方案》进行了全面解读，号召全行紧盯核心指标，全面开展营销，按月考核推进，切实通过此次营销活动带动业务推广和发展。

香河农商银行党委书记、董事长华国旺作动员讲话，他强调，全行干部员工要统一思想，明确目标，正视形势，提高政治站位，切实将思想统一到“开门红”工作部署上来，坚定“开门红”必胜信心，克服畏难情绪，为全年工作开好头、起好步；要强化机制，严格考核，鼓励各部室、各网点结合实际，量化奖惩，充分调动广大员工的积极性和创造性，圆满完成“开门红”任务目标；要对照方案，严格执行，全行按照《实施方案》规定的时间要求，认真落实相关工作内容，确保首季“开门红”实现预期目标。 任娟娟

靖宇农商银行
掀起“开门红”营销热潮

吉林靖宇农商银行对标旺季营销任务指标，提前谋划、迅速部署，积极开展“开门红”活动，辖内16家网点凝心聚力提质增效，全范围内掀起工作热潮，全力迎战“开门红”。

2022年12月31日，该行线上组织召开2023年存款营销“开门红”动员大会，会议重点解读了靖宇农商银行2023年“开门红”考核方案、营销方案，以及“开门红”的目标任务分解。切实将全员的思想统一到旺季营销工作安排部署上来，通过更加详细的解读方案，层层分解目标，层层传导压力，充分调动全员工作积极性，切实形成旺季营销新格局。

新春佳节尚未到来，节日氛围已经点燃。为大力营造节日气氛，靖宇农商银行各网点开始精心布置，发挥集体的力量，从材料、内容、色彩、客户便利等多方面着手，对营业厅进行“美颜”，各网点面貌焕然一新，给客户营造出浓浓的新年氛围。

靖宇农商银行通过微信朋友圈、微信公众号、发放宣传单等方式，积极宣传该行“开门红”惠客活动，为掀起“开门红”活动热潮蓄力。 任鹤

古县农商银行永乐支行
加强服务誓夺“开门红”

山西古县农商银行永乐支行深刻领悟总行党委“开门红”动员大会精神，全体员工满腔热血、精神振奋、群情激昂，咬定目标不放松、誓夺首季“开门红”。

一方面，该支行充分发挥党员的先锋模范作用，支行行长以身作则、率先垂范，全行员工不甘落后、积极跟进，以百倍的干劲投入到营销活动中。另一方面，该支行延伸“三个链条”，即延伸亲朋客群链条，以亲带疏、由近及远，深度挖掘亲朋客户资源，实现最佳营销效果；延伸重点大户链条，以点带面、扩面增量，充分挖掘重点大户周边资源；延伸乡村链条，有效挖掘外出务工人员资源，高效走访、增强互助，充分吸收外出人员闲置资金。此外，在“开门红”活动过程中，古县农商银行永乐支行重点在居民储蓄存款上发力，不断提升柜面服务水平，逐户走访辖内街道商户，以真诚服务换取客户信赖，有效组织客户周转资金。 闫京

唐县农信联社召开动员会
凝聚合力冲刺“开门红”

为认真落实省联社保定审计中心2023年“开门红”工作会议精神，牢牢把握业务发展主动权，激发全员干事创业热情，凝聚业务工作合力，以昂扬奋进的姿态全面决战决胜首季“开门红”，近日，河北唐县农信联社召开2023年业务“开门红”动员会暨营销辅导培训会。该联社领导班子成员、各部室经理、信用社主任及信贷客户经理共计75人参加会议。

唐县农信联社党委书记、理事长宋保财同志作“开门红”动员讲话。他强调，全体员工要顺应形势，高度重视首季“开门红”工作，切实把思想和行动统一到全行的工作部署上来，保持高度的紧迫感和责任感，紧盯目标任务，全员参与、全面出击、全力战斗，以时不我待的朝气、勇往直前的精神，抢抓机遇，为全面完成2023年全行发展目标努力奋斗。对于坚决打赢2023年开年“第一仗”，他提出三点工作要求。他指出，全行干部员工要认清形势、把握主动，坚定“开门红”必胜信心；要紧盯目标，开足马力，营造“开门红”良好氛围；要强化机制，升级服务，落实“开门红”各项措施。

会上，唐县农信联社党委委员、副主任陈云杰对2023年业务“开门红”实施方案进行解读，对奖项设置、评选标准、奖励措施等进行了详细说明。

在“开门红”营销培训会议阶段，培训讲师从营销目标探寻、岗位职责营销、个性化定制服务等营销理论知识入手，围绕管理层履职能力提升、落地精细化管理，引导管理层充分发挥领头羊作用；从一线营销人员营销技巧落地赋能，提升柜面人员开口意识和能力。并逐步导入互联网思维，强化阵地营销，外拓营销，联动营销等手段，从基本客群、特色客群、亲子客群、外出客群、老年客群等内容讲解相关营销经验，通过高频互动、实际案例和现场演示调动起学员的学习热情。

参训员工纷纷表示，此次培训“干货满满”、收获颇丰，他们将会在接下来的“开门红”工作中牢固树立营销和服务意识，保持发展定力，着力弥补个人短板，切实把培训效果转化为实际工作成绩，做到学以致用。

面对2023年的新形势、新任务、新挑战，唐县农信联社全体干部员工将坚持以党的二十大精神为指引，把“开门红”当作一场至关重要的“营销大战”，扎实进取、做强服务、团结一致、全力以赴，用营销开拓市场、用行动创造效益，以高度的责任感和使命感，在助力乡村振兴上下功夫，在助力提振市场信心上出实招，在助力实体经济发展上求成效，为推动地方经济高质量发展贡献源源不断的农信力量。 王丽伟

吉林环城农商银行高管员工热情高涨，斗志昂扬，紧盯任务目标，紧抓有利时机，持续深入践行新发展理念，以饱满的热情、充沛的精力，投身到首季“开门红”工作中，开好局，起好步，为全年工作打下坚实基础。截至目前，该行存款较年初上升4.18亿元，较同期上升9.26亿元。图为客户在环城农商银行办理业务场景。 马坤

高平农商银行立足“早”字谋开局
吹响旺季营销“集结号”

山西高平农商银行“首季开门红”业务竞赛活动正如火如荼地在辖内开展，全辖38个网点共同发力，以“寸土不让、寸土必争”的强劲势头，全方位、立体式开展营销活动，营造了一片红红火火的竞赛氛围，为夺取开门红吹响“集结号”。仅四天时间，该行各项存款较年初净增24417.6万元，储蓄存款较年初净增10356.71万元。

高平农商银行党委提早着手谋划活动方案，精心部署、统筹推进，组织召开“首季开门红”动员会议，解读活动方案，明确工作重点，层层压实责任，号召全员瞄定目标加油干，凝聚全员思想合力。同时，该行班子成员“挂帅”，分阶段时点细化作战目标，建立上下联动机制，开展分层“PK”营销，全员营销微信群每日有“首单奖、晒单奖、清收之星”奖励，从个人到团队，从过程到结果，把奖励机制运用全员营销的每个环节，通过过程激励，持续激发全员活力。

今年，该行结合自身实际，组织开展了“鸿兔报喜 日新月亿”主题营销活动，“存款有好礼”和“首季五重礼”活动精彩纷呈、惊喜不断。与此同时，高平农商银行充分发挥网点员工的创造性和主动性，装扮厅堂，让“亮、红、新”成为吸引顾客驻足咨询的基调。

在客户储备方面，该行开展优质客户专项回访，紧抓“市场主体倍增”的有利契机，开展进市场、进商户、进农村、进社区等，扎实开展储备客户工作，并细化登记到台账，让储备更扎实、营销更有力。

该行除开展厅堂营销、“厅堂微沙龙”外，还积极开展外拓营销，充分借助整村授信和客户“精准画像”系统，走村入户、扫街串巷，提供上门服务，精准对接客户需求，为客户提供存款、贷款、“晋享e付”、手机银行、贵金属等“一揽子”金融服务。

此外，该行党委成立党员先锋队，充分发挥党员的先锋模范作用，机关党员主动到基层网点进行下沉服务，临时补充基层空缺岗位，确保基层服务质量，凝聚起“首季开门红”同频共振的推进合力。 李林

满足乡村振兴多样化金融需求

（上接1版）并充分发挥小额信贷品牌优势，持续提升农户授信面、农户贷款面，持续优化信贷结构，为“三农”提供多层次、立体性、无缝式的金融服务。截至2022年11月末，全市农信社共采集建立农户经济档案22万户，建档面达100%，完成了35个信用乡（镇）、289个信用村、2860个信用组的创建工作。此外，持续推动惠农支付点建设，共建成惠农支付点483个，覆盖全市403个村委会中的385个，覆盖率达95.53%，打通农村客户金融服务的“最后一公里”。

比特色 抓好减负让利

丽江农信社从“国之大者”的高度出发，紧紧抓牢农村金融“主阵地”，把“冷指标”变为“热态度”，广泛开展“金融需求大走访”活动，促成更多金融资源向乡村振兴重点领域和薄弱环节倾斜，不断强化乡村振兴金融服务，用担当书写金融为民的“时代答卷”。

近年来，丽江农信社拓展“四比一创”竞赛活动的深度广度，不断加大金融支农惠农力度，推动金融与“三农”在新起点上共同发展。全市农信社强化金融服务，倾力助企纾困，在前期已支持的53户、贷款金额5.64亿元的基础上，以低至4.05%的利率给企业追加授信4.1亿元；为484户企业办理贷款重组，涉及金额26.28亿元；给予418户企业延期还本付息，涉及贷款本息25.71亿元；发放“首贷”贷款63户、金额4.04亿元。

全市农信社勇当普惠金融事业的“推动者”和“先行者”，全力打造普惠金融新生态，开发更多与农业生产经营需求周期相匹配的贷款产品，探索“农业保险+信贷”新模式，拓宽农业抵质押物范围，发展“存货质押、应收账款质押、股权质押、收费权质押、土地流转抵押”等信贷工具，合理提高信用贷款比重。同时，丽江农信社加强与省农担公司的合作，签订“快捷贷”合作协议，多样化解决担保难的问题，改进农户和新型农业经营主体金融服务。

攸县农商银行
党建引领夯实业务基础

近日，湖南攸县农商银行组织召开2023年“开门红”暨表外不良清收风暴启动会，总行党委班子成员、总监、片区支委、各部室负责人，支行行长、客户经理、会计等共计200余人参加。

会议强调，做好2023年“开门红”工作是贯彻落实党的二十大精神的重要举措，是奠定全年高质量发展的重要基础，是抢夺发展先机的重要保证。攸县农商银行广大干部员工要深刻认识做好“开门红”各项工作的重大使命，站在讲政治、顾大局的高度，全力以赴确保“开门红”活动取得实效。

会议要求，全行要认真领会省联社“开门红”竞赛活动动员部署会议精神，全力冲刺“首季开门红”。

一方面，要提高站位，在党建引领中把牢方向，充分发挥党建引领作用，把党建优势转化为竞争发展态势，做到党委掌舵，发挥带头引领作用；支部聚力，强化战斗堡垒作用；党员先行，发挥先锋模范作用。另一方面，要吃透政策，在锚定目标上主动出击，全行员工要在其位谋其职，在其位负其责，把初心落在行动上、把使命担在肩膀上，做到目标要明确，政策要熟悉，配合要紧密。在此基础上，还要狠抓落实，在抢挖市场上敢干敢为，面对新形势、新要求、新任务，要舍弃眼前利益，坚持“让利不让市场”的原则，做到工作思路要新，工作督导要严，工作氛围要浓。

战鼓擂擂催奋进，踔厉奋发启新程。2023年“开门红”的“冲锋号”已经吹响，攸县农商银行将以党的二十大精神为指引，以时不我待、只争朝夕的意识和姿态，加大马力、加快速度、加紧进度，为实现首季“开门红”、赢得全年“满堂红”打下坚实的基础。 武昭

阳城农商银行
“四项举措”开展特色营销

为抢抓一季度营销黄金时间，确保各项业务实现“满堂红”，山西阳城农商银行上下齐心、内外联动，营造出浓厚的营销氛围，全面夺取“首季开门红”。

活动前夕，该行成立“开门红”领导小组，划分“四大战区”，采取“领导组主导、各战区主战、专项工作小组协同、工作专班督导”四方联动机制，将总行党委、部室与各支行紧密捆绑，形成“上下合力、全员营销”的良好氛围。

“开门红”启动以来，阳城农商银行制定线上特色营销方案，通过公众号推文、短信推送、短视频营销等形式，提前锁定目标客群，加大特色产品宣传，包括“灵活存取 坐享收益”的七天通知存款，“足不出户 定存互转”线上定存业务，“投资灵活 收益高”的“鑫系列”保险产品等，让客户在特殊时期有更多选择，进一步强化线上拓客能力。同时，该行面向新客户推出多重好礼，包括“线下扫码立减，线上优惠满减”等，引导客户尽享新年优惠。

不仅如此，阳城农商银行各营业网点充分发挥主观能动性，以“中国红”为主题，打造特色厅堂营销主阵地，为竞赛活动营造浓厚的节日氛围。同时，结合传统佳节，推出“元旦进门有礼”“暖心腊八节”“元宵猜灯谜”“巧主妇大赛”等活动，进一步提升“娘家人”银行属性，拉近与客户距离，充分借助特色活动开展综合性营销。

在“开门红”营销活动中，阳城农商银行开启业绩“晒单”大比拼，建立晒单群，全行员工在群里晒出当日业绩，根据晒单情况，高管班子成员及时对营销人员进行“红包”奖励，进一步强化员工危机意识与赶超意识，营造创先争优的良好氛围。 张雁敏

洪湖农商银行
聚焦“五大目标”决战“春天行动”

近日，湖北洪湖农商银行召开2023年“春天行动”动员大会，贯彻和传达湖北省、市行社“春天行动”会议精神，要求全行上下聚焦“五大目标”决战决胜“春天行动”，确保2023年“春天行动”取得胜利。

该行抢抓元旦、春节期间资金流旺季，积极做好柜面客户稳存、重点大户公关、渠道资金引流、优质客户拓展、返乡客户服务等工作，持续开展班后走访、集中拉练、进村入户、进园入企等活动，挖掘潜在客户，拓展竞争性客户，把新增客户储备好、跟踪好，增强发展后劲，确保不折不扣完成一季度存款任务。

今年，洪湖农商银行计划在获客上建好“五本账”，通过城区“六进”、农区“六抓”、社区“六联”，全力拓面、增量、强链、提质，确保“微贷”占比提升10%、客户数提升20%、市场份额占比不低于30%、链式微贷贡献度达到40%以上。

与此同时，洪湖农商银行利用主流媒体、微信公众号、朋友圈、宣传展牌、流动屏、宣传单、户外广告、抖音平台等形式，对各类产品和优惠政策开展线上线下、多种形式的立体宣传，进一步提升公众产品知晓率。并积极组织扫码回迁培训，确保每位员工懂业务、会操作、成专家，按序开展扫码回迁工作。

今年，该行进一步加强内外联动，充分运用“清收二十法”，切实提高资产质量，持续开展领导班子包户清收、机关员工点据清收、支行人员全面清收活动。并运用现金清收、委托清收、司法清收、政府优质资产置换清收等方式，充分调动多方清收合力，实现不良贷款有效压降。

为实现业务效益再提升，洪湖农商银行紧盯利润目标，找准信贷投放突破口，加快投放进度，提高贷款利息收入，加强富余资金运用，压降票据等低效资金投入，提升资金业务综合贡献度。此外，该行重点加强延期还本付息贷款管理、表内外贷款贷后管理，做到应收尽收、能收尽收。 张敏

南县农商银行
统筹规划全力奋战“开门红”

为争取工作主动权，湖南南县农商银行坚持早动手、早部署、早安排“开门红”工作，通过精心准备，认真谋划，全力备战，确保实现“开门红”，为2023年工作开好局、起好步、铺好路。

该行高度重视“开门红”工作，提出了“坚持加大有效投放与降低经营成本、不良贷款清收齐头并进，在稳步拓展业务、加强风险控制的同时，努力提高经营效益”的“开门红”工作思路，并精心安排部署。

进入2022年11月以来，该行就对2023年“开门红”工作进行了安排部署，要求相关部门结合一季度工作重点，出台具体实施方案，并全面细化考核方案。活动开展前期，南县农商银行坚持总行统筹规划，支行认真谋划，并结合自身实际制定“开门红”实施细则，创新活动方式和内容，全面提升服务质量。

为营造“开门红”活动营销氛围，该行在2022年12月中旬就对辖内各营业网点进行了统一氛围设计，对厅堂内外进行统一装饰，烘托活动气氛。同时，南县农商银行还统一制作了“开门红”产品宣传折页，为推广产品，强化宣传做好准备。此外，为确保“开门红”工作取得实效，从2022年12月份开始，该行就全面梳理辖内重点行业“银企”对接名单、联万企名单、稻虾全产业链协会名单、新型农业生产经营主体名单。并将走访任务分配到各支行，由包片领导和联点部门同志带领支行深入开展走访活动，全面了解各类市场主体金融需求。在此基础上，由业务部门创新推出符合地方产业需求的信贷产品，有针对性为目标客户提供优质金融产品和服务。

今年，南县农商银行在大力倡导效益“开门红”的同时，打破定式，转换理念，改变“‘开门红’就是搞活动、送礼品、加利率”的固有观念，倡导节俭“开门红”。 周建光