编辑：侯杙璠 2025年1月21日 E-mail：zhgnxb@126.com 中国农村信用合作报

尧都农商银行
主动作为力争“增量扩面”

2025年首季“开门红”正在如火如荼地进行中，山西尧都农商银行紧抓大额客户资金回笼和外出务工人员返乡的营销有利时机，全员上下一心、主动作为，努力实现“增量扩面”，强化“提质增效”。

该行各分支行紧抓员工技能培训和业务学习，全面提升员工综合素质，利用每天晨、夕会时间，由业务骨干带领学习存贷款产品知识，开展营销话术演练，增强全员营销能力；常态化深入辖内商场街道、广场社区等人流量集中的地方，进行“地毯式”宣传，积极推广首季“开门红”活动，抢夺先机；充分发挥绩效考核“指挥棒”作用，调动全员营销积极性。同时，该行严格用制度规范员工行为，引导全员各司其职、通力合作，努力打造成一支业务过硬、作风优良、营销能力强的队伍，全力奏响首季“开门红”营销强音。 **陈萍**

三门农商银行
量身定制“共富·冲锋贷”

随着冰雪运动的兴起，冲锋衣逐渐成为冰雪装备的重要组成部分。浙江省台州市三门县依托得天独厚的地理条件与坚实的产业根基，逐步成为全国冲锋衣生产的领军之地。据最新数据显示，三门县现汇聚了近300家冲锋衣生产企业，年产量高达8000万件，年销售额更是突破120亿元。其产品在国内市场的占有率高达60%，赢得了“十件冲锋衣，六件出自三门”的广泛赞誉，声名远播全国，其产品在冰雪运动领域广受好评。

在冲锋衣行业及冰雪运动装备产业快速发展的背后，中小微企业和个体工商户也面临着资金短缺、融资难、融资贵等诸多挑战。为了破解这一难题，浙江农商联合银行辖内三门农商银行与县市场监督管理局携手，为其量身定制了“共富·冲锋贷”这一金融产品。该产品是以县市场监督管理局提供的名单和数据为基础，由三门农商银行进行实地调查和审核，向符合贷款准入条件的冲锋衣生产企业发放生产经营贷款，具有手续简便、利率优惠、随借随用的特点。同时，该行开设贷款“绿色通道”，不仅缓解了企业的融资压力，还促进了冲锋衣产业及冰雪运动装备产业规模的扩大和品质的提升。

截至目前，三门农商银行已累计发放“共富·冲锋贷”212户、金额1.22亿元，为冲锋衣行业及冰雪运动装备产业的蓬勃发展注入了强劲动力。 **李悦 包重阳**

龙州农商银行
为客户兑换“火烧币”

“您好，我存在家中的现金被烧成炭了，还有救吗？”近日，一位客户神色焦急地来到广西龙州农商银行营业部，拿出两箱被火烧得黑乎乎的纸币交给临柜工作人员。

原来，客户家中因遭遇火灾，使存放在家中的纸币被烧，他抱着试一试的心态来到龙州农商银行，看能否挽回一些损失。

在了解情况后，该行营业部会计主管一边安抚客户，一边组织工作人员对纸币进行查看和鉴定。由于部分纸币受损比较严重，再加上面额较小，兑换难度非常大，营业部立即向总行汇报并申请支援。最终，由8名工作人员经过3天的清点、剥离、粘贴、鉴别，成功为客户兑换残损币约14万元，尽最大可能降低了客户的经济损失。

为表示感谢，客户送来一面锦旗，并激动地说：“真的太感谢你们了，原本我都不抱希望了，是你们的用心和负责，帮我挽回了损失，你们的服务太暖心了！” **农梓萱**

启东农商银行
发放首笔“金北e信融易链”贷款

近日，江苏启东农商银行成功向启东悦峰建筑材料有限公司发放首笔“金北e信融易链”贷款492万元。

“金北e信融易链”是启东农商银行与启东翼信供应链有限公司联合开发的一款金融产品，旨在全力拓展供应链管理服务，为广大企业提供更好的金融服务。该产品是以“金北e信”系统的电子债权凭证为依据，由启东国投融资担保有限公司提供担保，采用单笔单缴的形式，专门向以启东国资企业为核心企业的链属企业发放贷款。贷款金额根据电子债权凭证金额确定，最高可达3000万元，操作简便快捷，放款速度快，

据悉，启东悦峰建筑材料有限公司是一家专门从事建筑材料销售的企业。近日，由于订单量持续增加，该企业面临资金短缺的问题。启东农商银行汇龙支行在了解情况后，客户经理第一时间上门收集材料，协助企业完成一般存款账户和专用存款账户的开立，并开通“绿色通道”，仅用三个工作日，便为其发放“金北e信融易链”贷款492万元，有效缓解了企业的资金压力。 **杨金燕**

独山农商银行发放“脱贫人口小额信贷”
为返乡创业人员“添砖加瓦”

在贵州省黔南布依族苗族自治州独山县基长镇董秧村秧寨水泥柱加工作坊（以下简称：加工作坊），一排排水泥加工石柱立在地上。据了解，加工作坊主要生产水泥围栏、水泥罗马柱护栏、水泥金剑式围栏等相关的水泥石柱，一般用于农村自建房屋的阳台、屋顶室外装修等。加工作坊位于罗先生家里，他就像一位建筑艺术家，精心雕琢着每一件作品。

罗先生之前常年在浙江务工，有一次回家看到家乡周边的农户修建自建房时需要用到罗马柱，他感觉这是一个商机。于是，在家人的支持下，他利用外出务工期间的积蓄返乡创业，投资了水泥制品加工作坊。所谓万事开头难，在创业之初，他面临着许多难题，生产的水泥制品不合格、工人生产技术不纯熟、产品销售困难等。但罗先生没有退缩，他不断摸索，反复试验，经常与同行业的致富带头人共同研究改良生产技术。经过不断努力，加工作坊产品质量得到大幅提升，在村“两委”和朋友的帮助下，渐渐打开了销路，质优价廉的水泥制品获得了大家的认可，在董秧村周边有了不小的名气。加工作坊每个月都能收到十多笔订单，罗先生逐渐产生了成就感。

近期，由于加工作坊需要购进一批模具及水泥原材料，罗先生资金周转出现了困难，他主动联系董秧村村“两委”。经村委会调查，罗先生属于建档立卡脱贫户，符合贵州独山农商银行“脱贫人口小额信贷”的准入条件，在村委会网格员的推荐下，独山农商银行基长支行客户经理立即上门开展实地调查。在完成资料收集、建档评级等程序后，该支行成功为其发放“脱贫人口小额信贷”资金5万元，每季度可享受财政全额贴息。这笔贷款既满足了罗先生的资金需求，又降低了经营支出，政府和独山农商银行的一系列政策让罗先生高兴得合不拢嘴。

近年来，独山农商银行始终坚持支农支小的市场定位，通过精准洞察农村居民的发展诉求、产业需求，积极谋划创新策略，推出了一系列惠民利农的金融政策。下一步，独山农商银行将精准信贷投向，围绕特色农业产业发展需求，持续为助力乡村振兴注入源源不断的金融“活水”。 **陈海峰**

近期，山西晋城农商银行紧抓网点客流高峰期，强化厅堂内外联动营销，在厅堂开展微沙龙、互动游戏等趣味活动。该行围绕首季“开门红”，以布放展架、走访宣讲等形式，进社区、进校园、进企业、进商圈开展特色营销活动，全面推进“存贷”业务、结算业务、电子业务一体化营销。截至目前，该行各项存款较2024年初净增2.44亿元，各项贷款较2024年初净增2亿元。图为该行工作人员向客户营销产品。 **钱柯宇**

盐山农信联社多措并举
全力推进首季“开门红”

为进一步推进2025年首季“开门红”工作取得实效，日前，河北盐山农信联社通过搭建顶层架构、完善保障体系、强化督导考核等举措，全力推动业务发展，力求在新的一年实现良好开局，为下一阶段发展奠定基础。

该联社在“开门红”筹备阶段，依据对市场趋势的深入研究和自身发展需求，制定了清晰明确的业务目标。在存款业务方面，该联社综合考虑当地经济增长预期、居民储蓄习惯以及市场资金流动规律，确定了具有挑战性的增长幅度；在贷款业务方面，紧密结合区域产业发展动态和小微企业融资需求，设定了相应的投放指标；在社保卡业务方面，依据开展计划和城乡覆盖目标，制定了具体的任务量。

该联社成立了以董事长为核心的旺季营销活动领导小组，制定了详细的营销方案，明确了各部门和网点在活动中的职责与任务。各科室负责提供资源支持、政策指导、数据统计分析及个人营销等工作，基层网点则全力投入客户营销与服务一线工作。该联社通过明确的分工与协作机制，确保营销工作有序、高效开展。

该联社构建了完善的积分体系，对员工和机构的营销成果进行量化评估。在个人积分方面，该联社对于在团队管理和业务推动方面表现出色的管理者，给予20分奖励；对于营销业绩突出、积极创新营销方法的员工，同样给予20分奖励，而对于消极对待营销工作的员工，则扣除15分，以督促其改进。机构积分由督导人员根据每月业务指标完成情况、营销活动效果等多方面因素进行评定，促使各网点积极竞争，提升整体业务水平。此外，该联社对于在“开门红”活动中表现优异的员工和网点，设立了专项奖金和荣誉称号，进一步激励全员奋勇争先。

该联社在人力、物力和信息资源等方面进行合理调配，确保“开门红”期间各项业务的顺利开展。在人力资源上，该联社根据各网点业务量的变化，灵活调配员工，成立敏捷小组，充实一线营销和服务力量；在物力资源方面，及时补充网点所需宣传资料、业务凭证和办公设备等；在信息资源上，建立了专门的市场信息收集和分析团队，为各网点提供最新的市场动态、客户需求信息等，帮助网点制定更加精准的营销策略。 **石金魁**

泰和农商银行念好“三字诀”
跑出发展“加速度”

新年伊始，江西泰和农商银行紧紧围绕江西省农信联社工作部署，集全行之智，汇全员之力，通过念好“早”“细”“实”三字诀，画好“路线图”、定好“施工图”、干好“实景图”，跑出开年发展“加速度”。截至目前，该行各项存款较2024年初净增1.2亿元，各项贷款净增1.82亿元，新增用信520户。

该行党委提早研判形势，由领导班子成员分片带队深入支部网点，开展2025年“春天行动”头脑风暴畅谈会，制定综合营销活动方案并召开动员大会，详细解读方案，明确目标；积极亮化出新，借助社交媒体、短视频、公众号等平台开展创意营销宣传活动，对辖内25个营业网点差异化制作新年宣传视频号、抖音视频，提前布置网点厅堂，使营业网点焕然一新，洋溢着“暖心窝”的温情氛围。同时，该行积极走访辖内村委和创业带头人，对接外出返乡人员和重点客户，针对性开展“群体”宣传，切实做到“宣传进村、员工进群、服务进户”，并在微信公众号、朋友圈、微信群发布存款预约活动与贷款授信政策信息海报，突出产品优势，“存贷”并济、联动发力，形成“线下活动有特色、线上宣传有亮点”的浓厚宣传氛围，唱响“百姓银行”品牌，为开年工作注入“强心剂”。

该行明确工作措施，建立自上而下的领导片区督导、部室包联网点的工作机制，详细划分五大包区包联小组，领导班子成员靠前指挥、督导督战，把方法和思路送到基层，将关怀和鼓励带到网点，为基层解难题、鼓干劲、强信心；通过量化考核得分，设置专项奖励，严格实行“日晒单、周督导、旬约谈、月小结、季表彰” 工作机制，开展“晒绩晾单”大比拼，表扬先进、通报后进，形成“比学赶超”的良好氛围。同时，该行启动困难网点帮扶机制，对后进支行，由领导班子成员挂点进行帮扶督导，厘清原因，共商措施。此外，该行通过重心下移、一线调度，做细“暖服务”，为返乡农民、“银发”客群及创业人员提供社保卡换卡、激活、换零、换新、兑残币等金融服务，以服务“新”换来百姓的真“心”，为开年工作注入“活血剂”。

该行领导班子成员积极发挥“头雁”作用，带头走访辖内单位和企业。各支行依托“走遍乡村”大走访，组建“小分队”，积极对接商会、协会，并前往广东、浙江、福建等地开展“党建+普惠金融万里行”活动，常态化推进农区支农支小整村授信、城区支小支微专项行动，大力拓展辖内农户、个体工商户、小微企业和公职人员等普惠客群对接；重点关注授信未用信户、流失他行户，做好名单分配及对接，勤走勤问勤帮忙，让客户切实感受到农商银行“贴心暖心用心”的服务。同时，该行创新金融产品，大力推广“社保贷”“个商易贷”“乡贤贷”等“泰好贷”“泰易贷”普惠金融产品，主动尝试跨界融合赋能，打破行业壁垒，探索与多领域跨界合作，并与知名企业携手打造“异业联盟”平台，为平台商家提供专属融资服务，助力企业扩大经营规模，为农商银行高质量发展注入“催化剂”。 **肖文彬**

太谷农商银行
精准施策冲刺“开门红”

新年伊始，山西太谷农商银行坚持党建引领，对全行战略布局与定位规划进行重新审视，精准锚定目标方向，挖掘当地资源优势，下好“先手棋”，以全方位、多层次的营销策略，强势冲刺首季“开门红”。

该行党委班子带头，持续加强与政府部门的合作协调，积极对接区委办、政府办、财政局、乡村振兴服务中心等部门，了解全区重点项目建设情况及融资需求，及时为项目的顺利落地奠定资金基础；紧盯政府专项资金、单位年终补贴、行政村补助资金等营销源头，划分营销区域，层层压实责任，专人跟踪服务，落实资金归行；引导支行主动对接辖区重点企业，常态化走访高端优质客户，实行清单制精准营销，了解企业回流资金、日常经营资金，围绕客户主体、上下游客户、关联客户，开展差异化金融服务，引导全员通过电话、微信、面谈等“三位一体”的营销方式，提升客户的满意度和黏度；构建机关与网点、网点与网点、网点与客户等多维联动营销模式，通过精心策划营销活动，推出个性化营销方案，结合减免优惠活动同步开展，提升客户的参与度；常态化开展“金融服务日”活动，“网格式”深度营销，精准化触达客户内心，实现精准蓄客、高效获客以及长久留客，为首季“开门红”注入强劲动能。 **马利芳**

西乡农商银行
助力残障人士无障碍取款

前不久，在陕西西乡农商银行杨河分理处上演了一幕令人倍感温暖的画面。一位盲人老大爷手持导盲杖，缓慢而略显迟疑地摸索着走向杨河分理处营业厅，脚步虚浮，神色间满是不安与局促。该行工作人员迅速为其提供了全方位贴心服务。

“老大爷别担心，我们是西乡农商银行员工，会全程协助您办理业务。”该行客户经理迎上前，轻轻搀扶老大爷边走边说。

在了解到老大爷的取钱需求后，柜员特意放慢语速，向其说明取款流程及相关注意要点，并耐心等待老大爷的回应与确认。在业务办理过程中，该行工作人员始终保持高度关注，确保每一个环节都能让其放心。当老大爷顺利取到钱后，他满是感激地说：“没来办业务前，我在家愁得跺脚，到了咱们西乡农商银行，发现是自己想多了，你们如此贴心，让我很放心。”

西乡农商银行一直致力于为特殊群体打造无障碍金融服务环境，通过定期开展员工培训，提升员工服务特殊客户的专业能力与人文关怀意识。此次帮助盲人老大爷取钱只是该行日常服务中的一个小小缩影，却彰显出其在履行社会责任道路上的坚定决心与温暖行动。后期，该行将继续坚持“四心银行”发展定位，为更多特殊群体客户提供平等、优质且充满温度的金融服务。 **董阳 谢超**

隆化农信联社
谋划“首季综合金融服务竞赛”

日前，河北隆化农信联社紧紧围绕首季行动任务目标，精心谋划“首季综合金融服务竞赛”活动，全力推进首季业务实现“开门红”。

该联社早在2024年11月就开始酝酿筹备业务“开门红”。该联社立足全局思维和问题导向，从前期准备、组织实施、总结表彰三个阶段进行讨论，逐项落实，确保“首季综合金融服务竞赛”活动方案的科学性、合理性；通过“千企万户大走访”活动，提前开展基层调研、市场调研、同业调研，做到“知己知彼，百战不殆”；组织辖内网点负责人、客户经理召开动员部署会，解读活动方案，全员统一思想，全力以赴，确保打赢“首季综合金融服务竞赛”战役，促进业务实现“开门红”。

该联社组织辖内客户经理及委派会计召开“代理保险旺季营销启动会暨与中国人民人寿对接会”，由其相关业务人员讲解产品及适用群体的销售技巧，总结产品的亮点及营销话术，丰富销售技能；召开专题培训，结合“开门红”宏观背景及痛点解析、贷款营销、存款营销、中收营销等四大模块，从农区、沿街商户、公职人员、专业市场、小微企业、社区、存量等方面讲解营销七部曲，旨在通过培训，使员工能够准确掌握活动流程、批量营销技法、宣传活动及选定市场等营销工作要点，充实员工营销思路，增强赢战“开门红”的信心，提振营销士气。 **崔利凡**

松滋农商银行
找准关键点实现稳存增存

自2025年“春天行动”以来，湖北松滋农商银行锚定高质量发展目标，合理统筹提升质量和做大总量的关系，因地制宜抓好稳存增存工作。截至目前，该行实现存款净增2.31亿元，较“春天行动”考核基数净增4.85亿元。

2024年8月，松滋抽水蓄能电站项目通过国家审批，落户松滋市卸甲坪土家族乡。得知消息的卸甲坪支行积极对接政府项目指挥部，全面优化企业开户和资金结算服务，在2024年12月成功引流项目资金1.1亿元，有力推动了存款增长和结构优化。某公司与该行营业部合作多年，因特殊原因导致经营举步维艰。营业部得知后，通过降低利率、增信等举措帮助公司渡过难关。后期，该公司新产品上市后，经营逐渐恢复，该公司在营业部沉淀资金3000余万元。在类似客户的支持下，营业部存款增长位列该行第一位。

该行大岩咀支行规模较小，人员配置相对薄弱。2024年12月以来，支行合理调配内外勤和保安人员，充实厅堂服务力量，充分挖掘前来办理业务客户的潜力。同时，该行充分发挥人缘地缘优势，坚持“以老带新”，结对营销。此外，该行新江口支行为减少客户往返奔波，安排专人上门服务，以优质的服务赢得客户信赖，成功引存500余万元。 **苟学菲**

祁阳农商银行
召开“开门红”业绩竞标会

近日，湖南祁阳农商银行组织召开“开门红”业绩竞标会，该行领导班子成员，各支行行长、会计主管、客户经理代表等150余人参加会议。

为确保此次业绩竞标有序且有竞争性，该行根据支行等级划分为一级支行、二级支行、三级支行、定时定点支行，并分别为每个等级设定了起拍价与加价幅度。这种差异化设置，既贴合各支行实际业务基础与发展潜力，又激发了各支行你追我赶的拼搏劲头。同等级支行之间的竞争围绕四大核心业务——低息存款净增、贷款净增、保险中间业务收入、“福祥e支付”有效收单商户净增展开激烈角逐。为深度激发员工争先奋进的干事精神，竞标规则中融入了顺位规则与越级规则，全力营造了“你追我赶、相互超越”的浓厚氛围。

随着主持人宣布竞标开始，举牌声此起彼伏，各支行目光坚定、志在必得，一次次加价犹如一次次吹响冲锋号角，将竞争态势推向高潮。最终营业部、金穗支行、城关支行、三吾支行获得一级支行“标王”，浯溪支行、观音滩支行获得二级支行“标王”，凤凰支行、白竹塘支行获得三级支行“标王”，下七渡支行、石坝支行、石梓塘支行、白果市支行获得定时定点支行“标王”。 **陈彦宗**