

风华二十载 金融报国时

——北京农商银行以高质量发展谱写新时代华章

□ 本报记者 霍云鹏

在历史的长河中,二十年或许只是弹指一挥间,但对于一个肩负着特殊使命的金融机构而言,二十年足以完成一次升华与蜕变。2025年,北京农商银行迎来了改制二十周年的里程碑。回望来时路,从1951年京郊田间的信用合作社萌芽,到2005年成为国务院首家批准组建的省级股份制农村商业银行,再到如今资产规模突破万亿元、服务网络遍布首都城乡的现代化商业银行,北京农商银行发展的每一步,都深深烙印在时代发展的洪流与首都建设的宏图之中。站在新的历史起点上,这家被认定为“北京老字号”的金融企业,正以其深厚的历史底蕴和昂扬的时代精神,再启新程。

稳舵奋楫

高质量发展根基坚如磐石

改制二十年来,面对复杂多变的

宏观经济环境,北京农商银行始终坚持“稳中求进”的工作总基调,以战略确定性从容应对市场的不确定性,展现出稳健的经营态势,彰显出强大的发展韧性。

最新业绩报告印证了其高质量发展的根基愈发坚实。截至今年9月末,北京农商银行资产总额稳健增长至1.3万亿元;存款余额超8700亿元;贷款余额超5000亿元,同比增长近13%。信贷投放的力度与广度持续增强,为实体经济注入了源源不断的金融“活水”。在盈利能力上,今年上半年,该行净利润同比增至42.38亿元,在行业波动中保持了可贵的增长定力。

更为重要的是,规模增长的背后是结构优化与质量提升的双重驱动。北京农商银行将风险合规视为生命线,持续深化风险管理,不良贷款率连续12年保持在1%左右,为其稳健前行筑牢了“安全垫”。

润泽实体

奋力写好金融“五篇大文章”

服务实体经济是金融的天职与宗旨。改制二十年来,北京农商银行深刻把握金融工作的政治性与人民性,将自身发展融入国家战略和首都发展大局,聚焦重点领域和薄弱环节,以金融“活水”精准“滴灌”实体经济,奋力写好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融“五篇大文章”。

北京农商银行将服务科技创新置于战略高地,通过体系化的制度设计、全周期的产品供给和生态化的服务模式,全方位支持首都科创中心建设。针对科技型企业“轻资产、高成长”特点,该行精心搭建覆盖其成长各阶段的产品服务矩阵。截至今年9月末,该行科技型企业贷款余额已逾600亿元,较年初增长超10%。

秉持“绿水青山就是金山银山”的发展理念,北京农商银行将绿色发展理念融入经营管理的每一个环节。截至今年

9月末,该行绿色贷款余额超750亿元,较年初增长超13%。从支持前沿的氢燃料电池产业化,到为城市固废综合利用提供资金,再到成功为二氧化碳捕集利用项目申请到辖内首笔碳减排支持工具,北京农商银行正以坚实的金融行动,为“绿色北京”画卷增添亮色。

北京农商银行敏锐洞察首都人口结构的变化趋势,以前瞻性的战略眼光,精心构筑起一个多层次、有温度的养老金融服务体系。作为北京市养老助残卡的核心服务银行,该行目前累计发卡量已超630万张。借助“养老服务金融、养老金融生态、养老产业金融”三位一体的服务模式,北京农商银行在做好金融服务的同时,不断打通养老服务的创新链、产业链、资金链、人才链,联合法律机构、公共机构、北京老字号企业等单位,积极构建“金融+养老”生态服务体系,以有温度的金融服务,守护老年群体的幸福晚年。

(下转2版)



今年以来,浙江农商银行联合辖内景宁农商银行坚守服务“三农”初心,以源源不断的金融“活水”精准滴灌田间地头,全力保障当地粮食生产和涉农产业发展。图为景宁农商银行共富专员在丰收时节上门走访当地种植大户,了解其资金需求,并送上便捷的信贷产品和贴心的金融服务。

王潇沁

武汉农商行发放商业价值信用贷款

金融赋能激发消费活力

今年以来,武汉农商行聚焦小微企业融资需求,以商业价值信用贷款为主要抓手,累计发放信贷资金15亿元,为数百家小微企业提供融资支持,涉及餐饮、文旅、制造等多个消费相关领域,有效激发了市场活力。

一碗鸡汤“鲜”气十足

“汪集鸡汤,传承300余年的老味道!”在武汉,“汪集鸡汤”不仅是当地的饮食名片,更承载着一方水土的文化记忆。然而,在企业现代化转型的关键时期,武汉某汤业食品有限公司却面临着“成长的烦恼”。

“我们想建设标准化厂房,引进先进设备,让这份传统美味走得更远,但由于缺少抵押物,融资成了摆在我们面前的一道难题。”该公司负责人说道。

转机出现在武汉农商行新洲支行工作人员的一次入户走访。该支行客户经理通过深入企业生产一线,详细了解其经营状况和发展规划,发现这家老字号企业虽然缺乏传统抵押物,但是拥有品牌价值、稳定的现金流和良好的信用记录这些宝贵的无形资产。随后,武汉农商行新洲支行客户经理依托商业价值信贷平台为该公司进行了评级打分。最终,该公司凭借良好的商业信用,成功获批300万元商业价值信用贷款。如今,该公司的现代化改造正在稳步推进,预计随着生产规模的进一步扩

大,将创造更多就业岗位,为区域农业现代化发展探索出可借鉴的新路。

田园乡野“游”其有趣

秋日的凤凰山下,层林尽染。在武汉某文化旅游公司的果园里,工人们正在为果树追施秋肥。这片830亩的田园综合体集茶园、果园、民宿于一体,已成为武汉市民周末休闲的热门打卡地。

“我们这里春可采茶、夏可垂钓、秋可摘果、冬可赏雪,一年四季都有不同的体验。”该园区负责人介绍道。然而,今年到了关键的生产季节,采购肥料的费用出现了短缺,这让该园区负责人犯了难。

武汉农商行黄陂支行的工作人员在“千企万户大走访”活动中了解到该园区的相关情况后,立即启动商业价值信用贷款快速审批通道,通过大数据分析企业的信用信息、纳税记录、用工情况等多项指标,为其精准匹配金融产品,在最短时间内完成了200万元的授信审批。

“这笔资金确保了果园的及时施肥,为来年的丰收打下了基础。更让我们感动的是,武汉农商行真正读懂了我们农文旅融合发展的商业模式。”该园区负责人表示。

如今,该园区果园里的果树长势喜人,民宿预订持续火热,农文旅融合发展之路也越走越宽了。

黄琪悦 方婧

车轮上的“行”稳致远

在武汉市蔡甸区智能产业园区内,某汽车零部件有限公司的生产线正在高速运转着。这家拥有24项专利技术的企业,是东风本田、神龙汽车等知名车企的重要合作伙伴。

今年9月,受原材料价格上涨和账款周期延长影响,该公司流动资金承压。武汉农商行蔡甸支行的工作人员在了解到该公司的相关情况后,立即组织专业团队进行上门服务,对其开展商业价值信用评估,并匹配了“专精特新贷”产品,最终为其综合授信1000万元,同时提供包括工资代发在内的综合金融服务,给予企业专业的财务管理建议,帮助企业稳定生产节奏、留住重要订单,建立起更科学的资金管理模式。

如今,随着消费市场的复苏,企业的订单量持续增长,忙碌的生产线上,工人们正为新一轮汽车消费热潮的到来加紧备货。

从一碗热汤到一片田园,从周末出游到日常出行,在“吃”的领域,金融支持让传统美食焕发新生;在“玩”的方面,信贷投放助力乡村旅游提质升级;在“行”的环节,资金“活水”保障汽车产业链稳步发展。在这片充满希望的消费沃土上,武汉农商行正以金融之力点亮城市消费的每一个角落。

“银媒融合”大有作为

□ 徐道红

目前,金融机构通过跨界融合开展的业务模式众多且成效显著。然而,在众多可融合资源中,具有极强能量的媒体与银行的融合却长期处于被忽视状态,主要原因是双方均用传统思维模式来看待自己与对方的作用和能量,没有发现彼此的潜在资源、动能和广泛的合作空间。

事实上,如今的银行早已跳出“等客上门”的传统模式。无论是主动下沉服务重心,还是深入村社,走进千家万户,这份高频次的贴近服务早已做到了“狗不叫”的熟捻——银行人对村民(居民)的家庭情况、经营需求乃至生活细节的了解,远超常人想象。

多年来,银行依托地缘、人脉优势

衍生出众多不可多得资源,但受自身条件所限,此类资源被大量浪费或闲置。具有公信力的媒体,其外延能力极强,能对接不同单位、行业、领域的资源。媒体以非金融资源与银行客户对接,能帮助银行降低运营成本并进行获客、留客,还能拓展到银行原本无法拓展的业务,让银行客户省到己原本省不到的钱、享受到原本享受不到的福利,使银行和客户之间的黏合度更强,进而形成排他性的利益共同体关系。

媒体通过“银媒融合”能得到自身无法获取的客户,变现所拥有的资源,从而开拓稳定的营收渠道。“银媒”联手,不仅各自拓展了赋能的外延、丰富了赋能的内涵,还将共同打造一个全新

的服务生态。

“银媒融合”服务客户需求的多样性,决定其模式必然是复杂的。牵头媒体必须熟悉金融行业,拥有广泛且多元化的资源,需建立专业的运营队伍,搭建可多向奔赴的科技平台。参与“银媒融合”的媒体前期需要大量的资金投入,经济实力较差的媒体不易介入。牵头媒体单位的领导还需拥有大格局与大胸怀,在模式设计上要多利他,用利他来形成利己。

“银媒融合”是双向奔赴。金融媒体要主动积极推进,银行也要积极响应。谁率先实现深层次“银媒融合”,谁就能取得业务拓展的主动权,筑牢防范恶性竞争的“防火墙”。

江阴农商银行深耕差异化发展路径

构建“三位一体”金融服务新生态

今年以来,江苏江阴农商银行深耕本土、持续探索差异化高质量发展路径,围绕客户“生产、生意、生活、生命”四个维度搭建金融场景,推动辖内营业网点从交易处理型向服务营销型转变。其中,该行分层分类建设“综合支行、普惠支行、社区型网点”三位一体的服务体系,成为提升金融服务精准度、扩大金融服务覆盖面的关键举措。

服务集群发展

打造综合支行

综合支行是江阴农商银行服务地方主经济、支持产业优化升级的主力军,其核心定位是深度融入地方现代产业集群发展格局。该行紧扣江阴市“345”现代产业集群建设布局、江苏省16个先进制造业集群及战略性新兴产业发展要求,推动综合支行立足地区产业实际,形成“一行一品一特色”的服务格局。例如,江阴农商银行新桥支行围绕高端纺织业探索有效服务路径;云亭支行聚焦高端装备制造产业,要塞支行深耕金属新材料产业……这些支行通过与商会、行业协会、产业园区深度合作,提供批量获客与集群服务,精准对接服务当地的优势产业。针对江阴地区民营经济发展、产业集群特征显著的特点,该行大力发展供应链金融业务,以核心企业为枢纽,沿产业链向上下游延伸,打造“产业链、创新链、人才链、供应链、资金链”五链融合的产融生态。截至今年6月末,该行供应链金融贷款余额8.6亿元,贷款客户445户,其中小微企业客户占比超99%,首贷户占比61%,有效缓解了中小微企业的融资难题。

该行创新实行“全场景产品矩阵+全流程数字驱动”模式,依托“壹链通”

平台实现全流程线上化办理与风控,相关业务始终保持“零不良”。该行成立科创中心,推动高新支行全面转型为服务科创企业的专业支行,通过创新搭建产品矩阵、举办科技金融对接会、构建产学研协同生态等举措,打造“全生命周期+一站式”金融服务体系。截至6月末,该行服务联合银行下发的3700余家重点科创企业成效显著,合作覆盖率达63.8%、授信面30.5%,累计授信规模达168.5亿元。

坚持“做小做散”

打造普惠支行

普惠支行是江阴农商银行践行普惠金融理念、服务面广量大的小微企业和个体工商户的“专门窗口”。江阴农商银行直面当地近17万户个体工商户的庞大市场,将普惠支行广泛布局于专业市场、商贸集中区等小微经济活跃地带。针对小微企业客户“短、频、急”的融资特点,该行持续迭代优化“e经营”“金澄易贷”等线上化、标准化普惠信贷产品,简化审批流程,通过灵活授信手段,显著提升了小微企业和个体工商户的融资可得性。

该行系统化推行“三化六步法”(“三化”即数字化驱动、网格化营销、标准化执行;“六步法”即明目标、选客群、定网格、搭渠道、巧营销、善督导)网格化营销模式,确保金融服务精准触达。这一体系有效推动了客户经理“沉下去”“深下去”,实现了对网格内小微客户的精细化服务,提升了普惠金融服务的深度与广度。截至6月末,江阴农商银行普惠领域贷款规模达363.55亿元,较年初增长10%;有效个人贷款客户4.7万户,较年初增长5.33%。

推进生态共融

打造社区型(零售)网点

社区型(零售)网点是江阴农商银行融入基层社会治理、服务社区居民百姓的“便民驿站”和“邻里中心”,其核心是构建“金融+生活”生态圈。该行积极打造“智慧校园”“乐澄文旅”“智慧医保”等“政银”合作平台与民生场景。截至目前,江阴农商银行已接入332家诊所、431家药店、百余家家旅商户,有效引流客户并沉淀资金,实现了商业价值与社会责任的融合。

该行着力构建覆盖儿童、青年、老年全生命周期的差异化服务矩阵,通过开展儿童财商教育、提供青年创业消费金融服务、定制家庭理财方案,打造专属“银龄”产品体系等方式,引流并服务不同客群。截至目前,该行已建成四家零售特色主题银行,不仅有效提升了客户黏性,还成功将流量转化为营销商机。江阴农商银行与党政、商会、村居、高校等401个党组织结对,将金融服务融入社会治理网格。通过“人才双培”工程,该行选派业务骨干到市镇村挂职,并将全市划分为276个行政网格,推动客户经理深入网格、扎根一线,在参与基层治理的过程中提升服务能力,实现金融服务的精准触达和生态链的深度共融。

未来,江阴农商银行将继续深化网点差异化布局,持续优化综合支行、普惠支行与社区型网点的协同效能,进一步融入地方经济与社会治理脉络;通过强化“政银”合作、拓展场景生态、创新服务模式,不断提升金融服务的适应性、普惠性与可持续性,为区域高质量发展注入更强劲的金融动能。

吴嫣

运城农商银行开展「暖企上门」活动 将金融服务送到客户身边

□ 梁瑞芳 薛武彪

近期,运城各大市场迎来备货高峰。在这一关键节点,山西运城农商银行小微业务营销中心提前部署,主动响应客户需求,组织开展了以“暖企相伴,风歌上门”为主题的专项服务活动。该行客户经理携手有“招财大使”之称的“风歌”走进百余家小微商户,为优质老客户提供贴心、精准、高效的金融服务。

为确保金融服务精准对接,在活动前期,该行小微业务营销中心结合“晋享e付”流水数据与客户信用评级,精准筛选出了一批信用良好的小微企业及个体工商户,并安排专人通过电话提前沟通,详细了解相关商户近期的经营状况与实际困难。随后,该行客户经理携带装有定制“风歌”摆件、“码上贷”宣传物料及金融产品宣传折页的服务礼包,分组分区开展上门走访,以“一户一策、一事一清”的标准,切实把金融服务送到客户身边。

“这是咱们运城农商银行特意为您准备的‘招财大使’,祝您生意兴隆,财源广进。”每走进一家商户,该行客户经理都会送上寓意吉祥的“风歌”摆件,并与商户负责人面对面交流,详细了解其经营商铺近期的客流变化、资金周转及节日备货情况。针对部分商户提出的关于流水查询、贷款额度测算及还款方式等具体问题,该行客户经理现场演示系统操作、耐心解读政策要点;对有贷款意向的客户,则详细记录其贷款金额、贷款期限、贷款用途等,并承诺由专人对接,确保服务不隔夜、响应不断线。

“运城农商银行不仅送来了招财好彩头,还实实在在地帮我们解决了资金周转难题,服务真是太暖心了!”看到运城农商银行的客户经理主动提供上门服务,商户负责人脸上满是认可,纷纷感慨道:“你们把服务送到家门口,真是太贴心了。以后再有金融需求,我们肯定优先选运城农商银行!”

在此次“暖企上门”活动中,运城农商银行在进一步优化客户体验、加深“银企”关系的同时,还通过面对面沟通与一对一服务,全面掌握了小微商户的真实经营动态与差异化金融需求,为后续产品优化与服务升级奠定了坚实基础。下一步,该行将持续开展此类精准对接活动,不断延伸服务半径,提升服务质效,与广大小微商户携手共促发展、同赴新程,为地方经济高质量发展注入源源不断的金融“活水”。