

农行平顶山分行大力支持县域涉农企业

截至2014年末,全市6个县域支行涉农贷款余额39.34亿元

本报讯(记者魏新伟 通讯员边朝领)农行平顶山分行立足服务三农的定位,持续推进三农金融事业部改革,创新三农金融服务,支持县域涉农企业做大做强。最新统计数据显示,截至2014年末,全市6个县域支行涉农贷款余额39.34亿元,较年初增加1.22亿元,占全行贷款余额的39.97%。

2014年伊始,该行就提出当年度县域公司类客户存款、贷款业务的总体目标,明确了在县域的世界500强、全国500强企业、农业产业化龙头企业等相关重点客户的年度服务计划。在做好存量客户的维护、新客户拓展的同时,建立起客户分层经营管理体系,筛选并最终确定14个客户作为市分行直营直管的农产类客户,主动开展营销、调查、走访、检查等全程服务工作,

客户经理工作机制更加紧凑、灵活,增强了针对性、反应力,为客户提供更加到位、贴心的服务。截至2014年底,直营直管客户的贷款余额16亿元,较上年增加1.43亿元,占县域对公贷款余额的39.82%。

该行持续推进三农金融事业部改革,促使社会效益进一步凸显,支农贷款成效显著,金融服务覆盖面不断扩大。截至2014年底,全市6个县域支行存款余额118.92亿元,各项贷款余额52.85亿元,涉农贷款余额39.34亿元。重点支持了河南巨龙生物工程股份有限公司、河南梦想食品有限公司等县域企业,促进县域经济发展。同时,该行持续加大在农村乡镇布放电子机具的力度,大力推广短信、网上银行、转账电话等新业务,加快推进转账电话村村通、POS机具商户通、ATM机具

网点通等“三通”工程,设立“惠农通”助农取款点,农村金融服务覆盖面不断扩大。组织实施农村产业金融“135工程”,增强县域支行市场竞争力。“135工程”是农行河南省分行在农行总行“千百工程”的基础上,结合河南实际提出的推动农村产业金融发展的重点工程。该行积极按照“135工程”标准服务企业48个,授信总额35.88亿元,贷款余额26.95亿元,较年初增加9740万元。

针对县域小微企业,该行按照“优化政策、简化流程、有效激励、管住风险”的思路,改进内部管理体制机制,构建起“工厂式”的信贷业务流程体系,实现了小微企业信贷业务的“一次调查、一次审查、一次审批”,有效提高小微企业申贷获得率。针对小微企业“短、小、频、急”的融资

需求特点,该行从“简”、“便”入手,突破传统思维,创新推出了“小企业简式快速贷款”等一系列特色金融产品和服务,小微企业贷款手续明显精简,贷款覆盖率稳步提高;针对县域三农客户,连续下发多个适合三农和县域业务需要的制度、办法,拓宽了信贷服务范围,提高了服务能力。在担保创新方面,积极为县域三农法人客户办理存贷抵押贷款、国内信用证项及信用证项下贸易融资等信贷产品。此外,该行还维护广大小微企业、三农客户的利益放在第一位,坚决执行“七不准”、“四公开”要求,不该收的费用一律不收,能减免的费用一概减免,切实降低小微企业、三农客户的发展负担,使农行成为广大小微企业、三农客户的贴心银行、满意银行。

市郊联社全力打造农信服务“金字招牌

准确 高效 务实 便民

本报讯(记者魏新伟 通讯员王重阳 赵沛)为进一步提高服务水平和质量,增强核心竞争力,2014年以来,市郊农村信用合作联社积极贯彻落实银行业服务提升活动,在规范化建设基础上,参照《中国银行业文明规范服务百佳示范单位考核标准》,从更高起点出发,组织开展了扎实的创建活动,全力打造农信服务“金字招牌”。

规范服务标准,完善便民设施。该联社以《中国银行业文明规范服务百佳示范单位考核标准》为新的规范建设标准,按照该标准的190条明细条目对全辖网点进行全方位检查对比,进行大规模的整改,一次性配备便民物品及标示1900余件,并对各营业网点进行现场环境规划布置,进一步完善了营业场所便民设施和服务设施。

强化服务意识,创新服务管理方式。该联社提出“联社为基层服务,基层为一线服务,一线为客户服务”的“大服务”格局。一方面,针对客户需求创新服务方法,建立“三位一体”服务体系,即信用社主任为服务管理第一责任人,副主任包管理,负责人跟网点考核,形成“主任+副主任+网点负责人”三位一体管理模式,确保网点文明规范服务工作顺利开展。另一方面,细化工作职责,将优质服务各项指标量化、细化,任务分解到个人,纳入员工目标考核体系。该联社还通过聘请暗访公司,以普通客户的身份,通过看、听、查、问等方式,经常对营业网点的服务环境、服务态度、服务质量等进行明察暗访,每月图文并茂通报前台服务情况,通报时附图、定环境、定人,让被通报人亲自看到自身的不足;每季度召开一次服务分析会,对前台服务情况进行分析指导,帮助每一个前台员工不断提升服务水平,确保规范化服务标准落到实处到每一个临柜人员。

强化员工培训,提高服务技能水平。通过组织辖内各营业网点临柜人员学习最新服务规范文件,开展服务礼仪培训,培养员工良好的服务习惯,用专业的服务礼仪、服务水平提升客户满意度。通过坚持晨会制度,学习服务规范,让服务意识深入员工内心;通过分享、学习优秀服务案例,交流服务感想,学习服务技巧,增强服务技能。

以客户为中心,打造服务“金字招牌”。以客户为中心,围绕客户需求开展好服务,着力打造准确、高效、务实、便民的特色服务品牌。办理业务时,在符合操作流程前提下,增强业务办理的高效性、准确性和便捷性;营业厅布置干净整洁,着重增强客户体验舒适度,并突出农信文化,打造农信服务品牌。

工行积存金投资黄金 最低每月200元即可

本报讯(记者魏新伟)随着黄金价格的降低,黄金投资受到不少投资者关注。工行平顶山分行有关人士说,工行积存金以积少成多、成本均摊的定投方式,每月200元即可投资黄金,受到投资者欢迎。

据介绍,积存金是工行与世界黄金协会联合创新推出的黄金投资产品,也是目前国内唯一一款真正实现以日均价格进行黄金投资的金融产品。该产品采用积少成多、成本均摊的定投方式,最低每月200元(日均10元)即可投资黄金。在交易策略上,积存金采取每日定额购买的先进交易策略,能够分散客户投资成本,规避金价短期波动产生的风险,适合需要长线稳健投资黄金的个人和公司投资者。

根据积存金客户的实际需求,工行提供买金、卖金、融金、储金等一条龙服务,投资交易非常便捷。

比如在买金方面,投资者只需在工行开立积存金账户并签订定期积存协议,约定每月扣款金额,工行就会自动按交易日平均分配客户的资金,并根据每日金价为客户购买相应份额的黄金。在卖金方面,投资者积存一定数额的黄金后,既可以选择赎回获取现金,也可以到工行各售金网点兑换黄金实物。工行早在2012年就在全国范围内实现了积存金互通,客户不仅可以通过工行网点柜台、网银、手机银行等多个渠道随时随地办理黄金积存业务,还可以凭积存金账户在工行全国各实物贵金属销售网点兑换实物黄金。

数据显示,2014年以来,工行的积存金业务始终保持良好的发展势头,积存量和客户数继续保持高速增长。截至2014年末,工行积存金的业务规模已超过250吨,同比增长超过150%,积存客户数量已超过100万户。

中行获股票期权资金结算业务资格

本报讯(记者魏新伟)记者1月28日从中行平顶山分行获悉,经中国证券登记结算有限责任公司正式批复,中国银行获得股票期权资金结算业务资格。

股票期权业务是指采用公开的集中交易方式或证监会批准的其他方式进行的,以股票期权合约为标的的交易活动。股票期权交易是继一码通、沪港通之后我国资本市场的又一项重大改革创新措施,也是第一个衍生品交易产品,将于2月9日正式推出。开展股票期权交易有助于完善资本市场的风险管理功能和价格发现机制,有利于丰富交易品种和交易机制,降低市场波动,培育机构投资者,提升行业竞争力。股票期权业务开办后,中行将为期权投资者提供银行转账服务,并为中结上海分公司提供期权资金结算服务。

金融企业涉农贷款和中小企业贷款再获税收支持

本报讯(记者魏新伟)日前,财政部、国家税务总局联合发布政策,延续金融企业涉农贷款和中小企业贷款损失准备金所得税税前扣除以及金融企业一般贷款损失准备金税前扣除的税收政策。

据了解,为促进金融机构加大涉农贷款和中小企业贷款发放力度,财政部、国家税务总局早在2009年就发文给予金融企业涉农贷款和中小企业贷款损失准备金税前扣除的税收政策。2010年底政策到期后,国家再次将政策延续到2013年底。此次新政自2014年1月1日起至2018年12月31日止。由于企业所得额的缴纳方式是按季度或按月预缴,年终汇算清缴,因此,2014年预缴期内未享受该政策的企业在年终汇算清缴时仍可享受。

按照最新文件规定,2014年1月1日至2018年12月31日,金融企业对其涉农贷款和中小企业贷

平顶山银监分局发文明确

消费者首次投诉 银行需出处理结果

本报讯(记者魏新伟 通讯员杨新群)近日,平顶山银监分局下发通知明确,今年起,辖内各银行业金融机构在办理消费者首次投诉事项时,应向投诉者出具纸质《平顶山银行业金融机构首次投诉事项处理意见书》(以下简称《意见书》)。

据介绍,银监会办公厅《关于银监局银行业消费者权益监管工作的指导意见》和《河南银监局银行业消费者权益保护实施办法》明确规定:银行业金融机构是维护消费者权益、对消费者投诉做出快捷、规范、合理应对的第一责任主体,按照“先机构后监管,先基层后总部”的原则妥善处理与消费者的纠纷。省政府也规定,从2014年12月1日起,在全省实施依法逐级走访制度。鉴于此,平顶山银监分局发文决定,从2015年起,辖内各银行业金融机构在办理消费者首次投诉事项时,应按照《意见书》的格式办理并留档,对处理结果应向投诉人出具纸质《意见书》。投诉人对银行业金融机构处理结果不服的,可在自收到《意见书》之日起10日内向平顶山银监分局投诉。

中国人寿推出理财型保险产品“鑫如意”

本报讯(记者魏新伟)为进一步落实保险业“新国十条”惠民政策,承担作为央企的社会责任,中国人寿日前推出一款充满时代气息、惠及百姓生活的理财型保险产品“鑫如意(白金版)组合计划”。

中国人寿平顶山分公司有关人士介绍,“鑫如意(白金版)组合计划”由国寿鑫如意年金保险(白金版)、国寿账户两全保险(万能型)、国寿附加长期意外保障定期寿险(A款、B款、C款、D款、E款)系列产品、国寿保险金转换年金保险(豪华版)组合而成。该产品组合的主要特点有:

- 一、高。举例来说:30岁男性,5年交,选择60岁开始领取年金,年交10万元,其在第一年可领取10000元生存保险金,第二年至59岁每年可领取12530元,60岁以后领取金额逐年递增,可以满足养老需求,80岁保险期满返还所交保费50万元。
- 二、稳。该产品返还稳定,每年按照保险合同只要被保险人生存,即可获得固定返还。其次期满返还保费,这对投资偏好保守的客户来说无疑是极具吸引力的所在,安全第一。
- 三、活。该产品捆绑“金账户”后,客户可选择生存保险金、年金、满期保险金进入万能账户,只要账户有价值,客户可以按照自己需要随时支取,且免收各种手续费,解决了传统意义上保险为“死钱”的观念。



大雪过后 菜价走高

1月29日上午,市民在市区李庄农贸市场购买蔬菜。受近两日降雪天气影响,市区菜价普遍走高,特别是芹菜、大葱、香菜等绿叶类蔬菜。其中,芹菜由前几日的每公斤2.5元猛涨至当日的每公斤4元。

本报记者 牛智广 摄

一天接受车险报案213起

人保财险开通“理赔暖心通道”

本报讯(记者魏新伟 通讯员柳粉霞)记者近日从人保财险平顶山分公司获悉,雨雪天气,保险事故大幅增多,仅1月28日该公司就接受车险报案213起,是平时的两倍多。为进一步做好雨雪保险理赔工作,充分发挥人保财险的品牌效益,维护人民群众利益,人保财险平顶山分公司理赔中心开通了“理赔暖心通道”。

1月28日,该公司车险客户王女士驾车在市区建设路与开发一路追尾前方两车,造成三方车祸。查勘人员简单了解情况后火速赶赴现场,由于对方两车都是外地车牌,不能在我市逗留,所以查

勘人员与他们协商后,进行了现场定损并得到认可。三轮车驾驶员对人保查勘人员主动、迅速、准确、合理的特色理赔给予了极大认可。该公司高度重视理赔工作,将理赔责任具体落实到人、分配到岗,保证任何地区、任何层面出现问题都有相关责任人员负责。特别是理赔咨询、受理、查勘、定损等关键环节的岗位职责,认真落实理赔责任追究制度,坚决杜绝拖赔、借赔和无理拒赔行为。

提高服务质量,树立人保信誉,对于接下来的冰雪恶劣天气,该公司特推出以下几项理赔服务:1.损失不超过5000

元的单方事故,在查勘人员知晓的前提下,可由客户自行拍照现场全貌和损失部位后,直接去修理厂进行定损维修。2.对于双方事故,双方损失都在5000元以下的,且责任明确无任何争议的,也可以在查勘人员知晓的前提下,由客户自行拍照现场全貌和双方损失部位后,直接去修理厂进行定损维修。3.对于恶劣天气下造成的事故导致车辆无法正常运行,人保财险可协助客户联系相应的4S店或修理厂,对故障车辆免费施救和拖车。在这个寒冷天气,人保财险作为行业领跑者,真正设身处地、以人为本,大力提升服务质量。

平顶山银行推动企业文化建设再上台阶

本报讯(记者魏新伟 通讯员王珏)近日,平顶山银行召开企业文化建设成果展评会,细致点评各业务、分支行企业文化建设情况,考核企业文化建设联络员。今年,该行将重点围绕“八个一”深入推进企业文化建设。

企业文化作为一种软实力,在企业的生存与发展壮大中起着“润物细无声”的巨大推力。平顶山银行十分重视企业文化建设,在自身改革实践中形成了独具特色的企业文化。去年,该行在系统梳理历史文化积淀、明确未来发展方向的基础上,明确提出了“惠民盛业、

近悦远来”的使命,“首选的金融伙伴”的愿景,“一切为了客户”、“创新才能超越”等核心价值观,“感恩忠诚、正气实干”的企业精神和“老黄牛精神”的工作作风,并汇编形成了《金融伙伴宣言——平顶山银行企业文化管理手册》。《金融伙伴宣言》发布的同时,该行启动了企业文化落地深植工作。

今年,该行将重点围绕“八个一”有序推进企业文化深植工作。即,一个固定时间:每年5月定为企业文化月;一双善于发现的眼睛:寻找和树立我们身边的榜样;一本文化故事案例集:形成有关

平顶山银行员工创新、服务方面的文化故事案例集,一个礼包:在全行范围内的每一位新员工入职时,发放领导寄语、文化手册、规章制度、学习要求等统一资料;一个文化传播日:设立“平银人感恩节”;一次全员宣讲:统一制作课件和宣讲稿,对员工统一进行培训;一个传播平台:建立以“平银微文化”命名的微信公众平台;一个反馈机制:通过各种载体,随时接收客户、员工的意见建议。通过企业文化落地和深植、品牌的推广,增强员工的归属感和自信心,用文化凝心聚力,推动企业发展。

建行信用卡特色产品优质服务受欢迎

发卡量达6500万张,跨行交易率先破万亿

本报讯(记者魏新伟)中国银联近日发布数据,2014年度建行龙卡信用卡跨行POS消费交易金额达到12094亿元,成为国内首家突破1万亿元的信用卡发卡机构。建行信用卡为何如此受欢迎,建行平顶山分行有关人士说,建行信用卡产品有特色、服务优质是重要原因。

据介绍,建行信用卡从百姓生活入手,围绕“衣食住行”消费热点创新产品和权益。2014年推出全系列的龙卡全球支付卡,到全球任何一个国家消费都可以用人民币入账,免兑换手续费,比如,到欧洲消费1000欧元,就可以免去约15欧元的货币兑换手续费。在此基础上,建行信用卡更针对港澳台、日韩、欧洲等旅游热点地区,推出专属权益的全覆盖旅行产品,境外消费额和增速居四大行首位,成为上千万客户境外消费

的首选产品。在注重权益的同时,建行极具特色的产品也让持卡人尽显自我个性。2014年,建行业内首推龙卡热购信用卡,将城市商圈、旅游景点、交通出行权益进行整合,用一张卡玩遍全城,成为一个城市的靓丽名片。更有中国好声音龙卡将金融与音乐跨界合作,变形金刚信用卡开启与好莱坞合作的先河,世界杯信用卡、奥运信用卡畅享世界体育的饕餮盛宴,所有这些专属特色,为龙卡信用卡刷卡消费增添了个性化印章,成为持卡人彰显个性的贴身标签。

建行信用卡不仅注重产品创新来推动刷卡消费,更注重培育持卡人积极乐观的消费理念,推出快捷灵活的信用卡分期金融服务。比如,通过与汽车厂商、汽车销售集团开展购车分期业务,对总合

作、合作厂商达到37家,合作经销商近两万家,合作品牌和车型数量同业第一,更以“零利息零手续费”或“零利息低手续费”等优惠帮助客户消费升级,早日实现购车梦。目前建行已形成龙卡信用卡循环信贷和专项信贷两大产品体系,分别满足日常信用卡理财需求以及家庭大宗消费需求,用途涵盖汽车、装修、车险、旅游、留学、培训、家电、百货等各类民生领域,帮助上千万持卡人提供了超过3000亿元的消费信贷资金支持,将未来的购买力提前实现,有力促进消费增长。

频繁的刷卡消费离不开贴心的客户服务。建行信用卡以“为客户提供最佳服务体验,打造信用卡客户第一品牌”为目标,2014年在业内率先启动“智慧客服”平台建设,形成了囊括人工电话、自助语音、在线客服、短信、网上银行、手机银

行、电子邮件、网点ATM、微信等服务渠道,实现客户服务渠道的全覆盖,客户信用卡碰到任何疑问,可以随时随地提供全天候的贴身服务。这个月花了多少钱,上建行微信银行;网络支付怎样才能更安全,打开“龙卡信用卡”订阅号;周边有什么特惠商户,打开“掌上龙卡”APP……建行信用卡以客户满意度度行第一、客户投诉率同业最低的品质服务,让客户用卡无忧,尽享消费乐趣。

数据显示,截至2014年底,建行信用卡发卡总量突破6500万张,客户总量突破5400万户,实现了3年翻番增长;贷款余额、业务收入等核心业务指标为三年前的近3倍。新增客户、新增发卡、资产质量等核心指标连续3年同业第一,消费交易笔数已两年保持同业首位,业务收入、新增商户当年跃升同业第一。