

主编 赵羲 编辑 何晶晶 校对 刘明辉
电话 67655206 E-mail: zzbjrlc@126.com

为有源头活水来

——工行河南省分行营业部发展驱动力探寻

本报记者 刘洋 通讯员 江湛 张晓辉 庞海洲

一年好景君须记，最是春和景明时。日前，福布斯全球企业2000强榜单新鲜出炉，中国工商银行超越埃克森美孚，成为全球最大的企业，首次登上全球企业魁首的宝座。

作为全球市值最大、存款最多、利润最丰、品牌价值最高的银行，工行坚持“工于至诚、行以致远”的价值观，一跃成为福布斯榜单上全球最大的企业。作为省会最大的商业银行，工行河南省分行营业部(以下简称“营业部”)，植根中原厚土，服务中原经济，在中原经济区和郑州航空港经济综合实验区建设中，挑大梁走前头，勇担当重实效，注重创新发展，持续提升品质，形成了独特而鲜明的核心竞争力。在推动全面发展的合力当中，创新力则是保证营业部稳健前行、快速发展的源动力。



工行河南省分行营业部党委书记、总经理夏宗福在推介会上致辞

近年来，营业部加快结构调整和经营转型，积极推动经营理念创新、营销模式创新和服务管理创新，加快创新驱动，不断积蓄发展正能量。

创新经营理念，增强发展意识。按照现代商业银行的发展规律和内在要求，树立现代商业银行经营理念，强化“以市场为导向、以客户为中心”的指导思想，围绕“同业第一、系统领先”的目标，加强对市场、对客户服务需求的研究，主动适应新的发展形势要求，以高于总行对重点城市行的发展要求、高于同业先进行的发展速度，快速做大做强做优，提升系统位次，扩大领先优势。同时，正确处理速度与效益、效率、质量的关系，加快推进全面风险管理，强化不良贷款清收处置和信贷结构的优化调整；切实加强操作风险防范，提高风险掌控能力，实现规模与结构、发展与转型的协调统一，确保又好又快发展。

创新营销模式，顺应市场需求。一是围绕重点新项目开展“联动营销”。针对重点项目，组建营业部与支行相关人员参加的重点项目专项小组，明晰管理责任，强化分层营销，纵向实行上下级第一时间联动，横向打破专业分工限制，提升整体营销合力。二是围绕系统大客户开展“链式营销”。围绕核心客户及其产业链、客户链，以拓展客户上下游业务市场为重点展开链条营销，将金融服务贯穿于企业物流、现金流、信息流全过程，为客户提供一站式资金管理、融资管理服务。三是加强公私客户的“综合捆绑营销”。加快对公高端客户与个人、银行卡高端客户之间延伸渗透，积极拓宽产品的业务覆盖领域，实行“1+X”产品营销模式，运用“链式”营销、“集群”营销、“外联”营销等措施，提高组合产品捆绑力度。四是对有特殊金融需求的重点大户推出“量身定做”金融产品的“特定营销”。对河南煤化工、中石化

等大型客户突出以“现金管理+理财”等特定产品，满足客户需求。五是打造功能齐全的“旗舰店营销”。深入推进电子渠道建设，做好网点功能转型和服务升级，增强网点综合竞争能力，优化营销平台。筹建国金融服务中心，实现柜员业务兼顾个人和对公、本币和外币一体化的综合化营销服务。建立分产品的专业客户经理或产品经理队伍，加快“第二旗舰店”对公网站建设，提升对公服务能力。六是依托区位优势，围绕支行定位开展“特色业务营销”。根据支行所处区位和资源禀赋，结合市场需求，细分客户群体，围绕“交通型”、“批发型”、“商业连锁型”等特色业务，有针对性地开展服务营销，发挥特色优势，打造“特色支行”。

调整客户结构，夯实发展基础。把扩大客户总量、优化客户结构作为经营管理中一项十分重要的基础工作来抓。依托工行理财产品、融资产品和结算套餐产品优势，根据不同类型特色需求，采取有针对性的差别化营销策略，加快实施客户发展模式由“零售”向“批发”、由“被动等客上门”向“主动上门营销”的转变。落实总行客户拓展计划，不断扩大客户规模，同时主动适应我国消费升级和财富形态变化，不断发掘、培育、发展贸易融资客户、中小企业客户，扩大财富管理客户、私人银行客户规模。

优化服务渠道，增强服务能力。加大物理渠道、电子渠道和客户经理营销渠道整合力度，构建多层次分类型客户服务格局，使物理网点成为“基本服务渠道”、电子渠道成为“交易主渠道”、客户经理成为“营销主渠道”，不断提升服务能力，力促业务增长方式的转变。一是强力推进电子渠道建设，把电子银行打造成集金融交易、代理销售、理财服务、电子商务和营销推介于一体的综合服务平台。二是深入推进物理网点升级改造，加快在新兴经济区域、批发市场、城乡接合部的网点布局。三是加快构建客户经理营销体系，着力打造个人金融、公司信贷和对公无贷户三支客户经理队伍，实现三支队伍“分兵布阵，各有侧重，捆绑营销，整体联动”的协同作战格局。同时，组建

产品经理队伍，建立“产品经理+客户经理”营销模式，使产品经理成为支持营销的专家，提高市场反应速度和营销效果。

创新服务管理，提升品牌效应。一是推进品牌宣传。加大产品宣传，广泛宣传工行产品的特点、功能和优势，扩大产品的认知度和影响力。二是优化服务平台。依托工行个人、对公、现金管理平台和电子渠道优势，提高服务效率，增强服务效能，实现产品、市场和客户的有效对接。三是着力解决影响服务的突出问题。健全服务机制，规范服务流程，推行内部服务承诺制，提高服务效率，形成协调有序、精简高效的服务新格局。

加快创新驱动，助力经济发展。营业部充分利用投行产品，缓解信贷规模压力，支持企业发展。近两年来，致力于做好从单一客户服务转变为综合服务模式，尤其是大力推进“商行+投行”联动、“表内+表外”联动、“表内+投行”联动等等，通过加强公司与租赁、信托、投行等业务联动，实现为客户提供一揽子全方位以及重点客户的高端服务，实现本外币、存贷款、表内外业务的联动发展。如争取总行“信托+理财”项目，支持了郑州轨道交通1号线一期工程、西南绕城快速通道等16个重点项目建设；利用总行资金池资金支持了京广客专、河南恒星科技、地产集团、河南省电力公司、国电濮阳等项目；利用财产收益权业务创新，支持了某公司财产收益权项目建设；利用租赁业务创新，支持了轨道交通2号线租赁项目建设；利用私募股权项目创新，满足了日照某有限公司融资需求；利用北金所委托债权业务，支持了某农牧集团生产建设；创新使用城投债项目，支持了政府的发债项目，满足了城市建设的融资需求等等。

不断的创新探索，为营业部带来了源源不断的动力与活力，如同诗人笔下那源远流长的活水。正是有了这种工于至诚、与时俱进，勇攀新高、善辟新径，积极进取、超越自我的创新精神，工行这棵大树才能枝繁叶茂、基业长青，才能在激烈的市场竞争中行以致远、永葆苍翠。

信用卡分期付款是指工行信用卡持卡人使用信用卡进行消费时，由银行向商户一次性支付持卡人所购商品(或服务)的消费资金，根据持卡人申请，将消费资金分期通过持卡人信用卡账户进行扣收，持卡人每月按照入账金额进行偿还的业务。

起点低：单笔消费满人民币或港币600元、美元或欧元100元，即可申请分期付款

期数多：3、6、9、12、18、24个月，六个档期任您选择，满足您个人理财的需求。

手续简便：您的任意一笔消费在我行指定商户、营业网点、网上银行或拨打95588转人工帮助即可轻松申请分期付款

还款方便：您可通过网点、电话银行、网上银行、ATM转账还款。

免提前还款手续费：工商银行对分期付款提前还款免收手续费。

特色分期服务——工行汽车分期付款

工行汽车分期付款业务是针对大众消费者推出的一款新型汽车贷款业务，具有受众面广、额度高、期限长、费率低、手续简便的特点。汽车分期付款是以牡丹出行卡为载体，申请人通过工行指定的合作车商申请办理，审批通过并支付规定的购车首付后，爱车即可轻松拥有，提前实现您的驾驶梦想！

咨询电话：63832608

ICBC 中国工商银行
网站www.icbc.com.cn 服务热线 95588

一手在手 一卡在卡 消费再送体验金

我们只做对的事

多币种信用卡

工银多币种信用卡是中国工商银行在全球率先推出的一款多功能信用卡产品，可同时满足人民币、美元、欧元、港币、英镑、日元、新加坡元、加拿大元、澳大利亚元、瑞士法郎和新西兰元在境内外的支付需求。

中国旅游卡

中国旅游卡是中国工商银行与中国银联、国家旅游局合作发行的，为您提供景区、酒店、保险、购物等全方位旅游相关特惠服务的信用卡产品。刷中国旅游卡，乐游中国！

- 办卡有礼**
2013年4月1日至2013年12月31日活动期间，申领工行金卡、普卡，自领卡之日起，消费一笔送20元的体验金(每月赠送20000份)。
- 启卡有礼**
2013年4月1日至2013年12月31日活动期间，凡于2012年12月31日(含)前申领的信用卡，金卡、普卡自启用免有效期年费，白金卡自启用免一年年费(白金卡白金卡除外)，消费一笔送20元体验金(每月赠送20000份)。
- 换“芯”有礼**
2013年5月1日至2013年12月31日活动期间，办理我行银联品牌磁条卡升级芯片卡业务，免收芯片卡的新发卡、换卡和补卡费用，消费一笔送20元体验金(每月赠送50000份)。