



热烈庆祝周口市农商银行（农信社）荣获省农信社首季业务“开门红”活动第一名

周口市农商银行（农信社）

实现“开门红”

本报讯（记者 张艳丽 通讯员 娄庆波）2021年首季“开门红”工作启动以来，全市农商银行（农信社）秉承“凡先必争、凡优必创、上下同心、不畏艰难”的农信精神，围绕目标任务，精心组织，强力推进，苦干实干加油干，实现“开门红”、勇夺“满堂彩”，在全省农信系统中荣获综合考核第一名，获得组织创意一等奖，周口、鹿邑、扶沟、郸城、项城、太康6家行社综合考核成绩进入全省农信系统前30名。同时，周口、西华、郸城、太康4家行社贷款投放工作成绩进入全省农信系统前15名，获得贷款营销奖。鹿邑、扶沟2家农商银行资金组织工作成绩进入全省农信系统前30名，获得资金组织奖，并有13名同志获得全省农信系统先进个人奖。



今年以来，“开门红”工作启动后，鹿邑农商银行全体员工主动营销、积极走访、热情服务，用行动实现了精彩开局。截至3月末，该行存款净增25亿元，完成既定任务的167%，新增市场份额占比69.12%，对公存款增长在全省排名第一，存款、贷款、网络金融综合排名位居全省第三。图为该行表彰先进现场。 朱丽芸 摄

西华联社

调优提质推动实现首季“开门红”

本报讯（记者 张艳丽 通讯员 高少辉 赵亚威）2021年首季“开门红”工作开展以来，西华联社坚守“支农支小小微”市场定位，落实增量计划，调优信贷结构，提升经营效益，“开门红”工作取得优异成果。截至3月31日，该联社各项存款余额达135.98亿元，各项贷款余额达55.5亿元，在省联社评选表彰中荣获贷款营销单项奖和组织创意奖。

坚持及早谋划部署，全面拉开“开门红”序幕。该联社提前谋划2021年首季“开门红”工作，成立领导小组，制订实施方案，召开誓师大会，细化工作重心、考核重点，迅速拉开“开门红”序幕。

坚持创新营销方式，全面扩大“开门红”营销覆盖面。该联社充分利用“双节”黄金时期，全面开展营销活动，在城区设计网格化营销作战地图，每周分组外拓营销；组织全体员工对手机银行、微信银行、金燕e付及“周到贷”等产品开展组合营销；适时组织人员走村入户开展产品宣传、普惠金融宣讲和关怀慰

问等活动，大幅提升营销工作的针对性和有效性；开展形式多样的营销活动，组织客户经理赴外地开展专项信贷营销，全面扩大营销覆盖面。

坚持强调优信贷结构，全面推动信贷结构和信贷质量优化升级。该联社个人贷款占比从2017年的51.56%提升至2020年的74.06%，户均余额从2017年的24.52万元调整至2020年的13.51万元，信贷质量全面优化。2021年首季“开门红”工作期间，西华联社有效营销小微农户贷款9657户、金额12.67亿元，占“开门红”工作期间营销贷款数额的95.33%，小微农户贷款余额累积至45.65亿元，占全县农信社贷款余额的82.47%。

坚持党建金融联动，全面开展金融服务助力乡村振兴。西华联社与县直组织部和县工商联积极对接，召开“党建+金融”金桥工程动员会，深入推进银政合作。截至3月底，该联社建立“党建+金融”联盟273个，涵盖农户17189户，发放贷款10853户、2.76亿元。

项城农商银行

多方发力实现首季“开门红”

本报讯（记者 张艳丽 通讯员 张志华）今年首季“开门红”战役打响以来，项城农商银行强化营销、提升服务、创新宣传，各项工作取得明显成效，多项业务超额完成上级下达的任务，综合考核位居全省农信系统第23名。

提前准备，精心谋划。该行提前谋划“开门红”工作，制订“开门红”活动方案、奖惩办法及管控方案；举办培训班、召开动员大会，拓展营销思路，丰富营销技巧，激发全员奋斗热情；成立内训师团队，加强考核，开展“首爆周”“首爆月”活动，形成创先争优的营销氛围。

多措并举，强化营销。该行转变营销思路，主动送货、送服务上门，建立优质客户档案，客户经理与客户“一对一”对接；落实“5334—1”工作机制，组织员工深入学校、医院、政府部门开展营销；

勇夺“满堂彩”

高度重视，及早部署严考核。围绕行动、早见效的原则，全市农商银行（农信社）及早召开“开门红”动员会，从业务提升、服务地方经济发展方面强调了“开门红”工作的意义和重要性，并出台了《一季度业务“开门红”活动方案》；围绕目标任务，加大奖惩力度，每日统一排名，评选条线营销明星，延续“百日营销竞赛”活动对营销能手从政治、经济两方面进行激励的考核办法，进一步激发了干劲、提振了士气。

加强宣传，线上线下扩影响。实施“开门红”工作期间，全市农商银行（农信社）主动联合党政部门共同举办春节联欢晚会、元宵节猜灯谜、看望慰问80岁以上老人等活动，发放《致务工人员返乡的一封信》《留守儿童一封家书》，对接

当地工商联、教体局、农业农村局、财政局等开展政银合作，远赴新疆、海南、北京等15个省市，将来自家乡的问候和服务送到周商手中、送进游子心里；第一时间成立新媒体宣传工作组，以群众喜闻乐见的方式，通过美篇、微信、抖音等平台，宣传金融知识和产品，加强与电视台、电台、报社合作，冠名举办了连播15天的周口春晚，并将流动银行车开进闹市、驶入乡村，获得党政部门和社会各界的认可与好评；弘扬先进树典型，组织开展寻找“了不起的周口农信人”“百佳优秀营销能手”“明星大堂经理”等活动，利用内宣平台对涌现出的先进基层单位、优秀个人及好的经验做法予以宣传推广，以榜样示范带动掀起“开门红”热潮。

创新举措，全员动员强营销。全市农商银行（农信社）精准营销举措，实施全员营销、交叉营销、网格化营销，在资金组织上，强化个人存款营销，出台《对公营销“百户工程”实施方案》，有效提高了低成本存款占比；在贷款营销上，扎实推进大数据信贷工程，结合“党建+金融”金桥工程和整村授信工作，实施金融助理派驻和聘任制度，对客户进行批量授信，全力营销推广线上产品“周到贷”，信贷结构得到进一步优化；在网络金融服务上，大力实施银行卡联盟商户工程，强化异业合作，与公交公司、医院、学校等单位对接，搭建金融场景，上线了“周口商圈”，推出了牛年金燕生肖卡，有力拓展了市场，提升了金融普惠水平，实现了营销精准管理和营销全覆盖。



今年以来，沈丘农商银行抢抓机遇、凝心聚力、全力出击，勇夺首季“开门红”。截至3月末，该行各项存款总量突破131亿元，各项贷款总量突破72亿元，存款、贷款规模持续稳占全县金融机构首位。图为该行员工向客户介绍本行存贷产品（资料图片）。 张帆 摄

郸城联社

实现存贷两旺“开门红”

本报讯（记者 张艳丽 通讯员 孙北平）在2021年首季“开门红”工作中，郸城联社22个信用社（部）全部超额完成“开门红”存贷款任务，实现存贷两旺，不良贷款余额和占比实现“双降”目标，并在省农信社首季业务“开门红”活动中荣获贷款营销奖，为2021年各项业务的开展和改革进程的推进开了一个好局。

“党建+金融”，引领首季“开门红”。今年以来，郸城联社以“党建+金融”金桥工程为抓手，先后与县委组织部、县直机关工委、县工商联、22个乡镇、4个街道办事处、489个行政村签订了战略合作协议，累计走访25万户群众，为18万户群众提供了信贷指导、金融知识普及等服务。

专注主业，信贷投放“猛发力”。郸城联社坚持服务“三农”不动摇，围绕脱贫攻坚、乡村振兴战略和当地社会经济发展大局，主动对接中小微企业和新型农业经营主体，强化金融服务，加大贷

款投放力度。截至2021年3月末，全辖各项贷款余额达71.17亿元，增幅为6.65%，存贷款余额、市场份额及新增额均稳居全县金融机构第一位。2021年首季“开门红”期间，贷款授信户数净增2.4万户，每月21日系统自动扣划结息率达96.58%，新增贷款到期收回率达99.02%，信贷资产质量得到稳步提升。

科技赋能，增强创新驱动力。该联社在切实防范风险的前提下，创新大数据信贷产品，实现手机扫码即贷，集签约、授信、用信、还贷全流程操作于一体。自2020年4月11日上线以来，该联社共接到客户申请10.93万笔，授信通过4.77万户、金额21.79亿元，用信11739户、金额5.02亿元。为实现数字化营销，郸城联社探索打造本地生活场景金融，构建了“金燕惠生活”平台，有效带动了客户黏度提升，扩大了业务营销范围。

商水农商银行

以转型发展引领“开门红”

本报讯（记者 张艳丽 通讯员 李涛 娄东坡）今年以来，商水农商银行以省联社“四三二一”工作布局和“调结构、控风险、降成本、提质效”经营管理理念为指导，坚守转型发展理念，在发展中转型、在转型中发展，取得了各项业务的“开门红”。截至3月末，该行存款余额达159.48亿元，较去年末增加17.70亿元；贷款余额达74.21亿元，较去年末增加4.04亿元；不良贷款率、资本充足率、成本收入比等质量效益指标明显向好。

细化帮扶督导。该行建立“战区司令+督导员+内训师”督导团队，将辖内24个支行划分为7个战区，由行班子成员、部门经理担任战区司令、督导员，包区作战；定期对各支行进行现场辅导，分发宣传折页，解答客户问题，提升宣传效率。

加强宣传营销。该行以“党建+金融”金桥工程为抓手，开展亲情大走访，积极宣传低成本存款、“周到贷”、微信银行、场景金融等；在网点利用LED屏滚动播放宣传标语、产品信息、利率优势等，并积极组织开展厅堂微沙龙、电话营销等活动；充分运用微信、美篇、H5等平台推介产品；开展送戏下乡、慰问80岁以上老人活动，拉近与客户的距离。

提高素质和服务。该行加强基层党组织建设，聚焦发挥党建统领作用，充分运用“学习强国”“周口农商网络学院”平台，提高党员干部的政治修养和业务素质；以创建“双十佳”网点为契机，完善基础设施，做好营业厅内外卫生保洁、服务“七步曲”等，全面提升整体形象和服务水平。

周口农商银行

秉承“三牛精神” 喜获首季“开门红”

本报讯（记者 张艳丽 通讯员 汪倩）今年首季“开门红”工作启动以来，周口农商银行在省联社党委和市委、市政府的坚强领导下，秉承“三牛精神”，奋楫笃行，对标勇进，成功新增存款11.28亿元、新增贷款4.19亿元，存款、贷款余额分别为91.64亿元和52.43亿元，在全省138家行社中排名第17位，并获得贷款营销奖。

初心不改，俯首甘为孺子牛。该行立足于服务城乡、服务小微企业使命，坚持以客户为中心，通过科学规划网点布局、优化功能分区、打造特色银行，强化优质文明服务监测考核，不断提升网点效能。面对一季度客流量大、资金交易频繁的特点，该行积极开辟弹性窗口、延长营业时间，以上门服务、线上服务等方式，为客户提供方便，加快服务提升工程建设步伐。

创新引领，善做攻坚拓荒牛。该行持续加大线上贷款产品研发力度，将个体工商户纳入“周到贷”目标群体，

以线上获客+线下把控的方式弥补大数据不足的缺陷，解决以往个体工商户贷款难、贷款贵问题；依托“党建+金融”金桥工程，主动与各级党支部对接，联合开展党建共建活动，通过普惠金融大走访、搭建移动便民服务站为广大群众提供“一揽子”金融服务，增强客户金融服务获得感。一季度，该行“周到贷”增加授信7540户、金额6.79亿元，用信4294户、金额1.86亿元，用信率达57%。

担当尽职，愿为奉献老黄牛。围绕“开门红”工作目标任务，该行成立新媒体营销宣传小组，以线上直播、微电影、节日活动、节气海报等方式，强化“线上+线下”联动宣传；主动创新营销方式，加大对明星产品、企业品牌形象的推广力度；主动参加党政部门举办的春节晚会、元宵节猜灯谜、“五好村民”评选等活动，将普惠金融宣传车开进闹市、把自助发卡机带到乡村，不断延伸服务触角。

扶沟农商银行

党建引领助力“开门红”

本报讯（记者 张艳丽 通讯员 焦洋）今年以来，扶沟农商银行立足新发展阶段，贯彻新发展理念，融入新发展格局，以开展党史学习教育为契机，凝聚力量抓好业务发展，各项业务实现首季“开门红”。

强化党建引领，凝聚发展合力。该行紧紧围绕省联社“四三二一”工作布局，以市农信办党组“五大工程”为抓手，结合实际，制订“开门红”活动实施方案，将领导班子和机关部室经理绩效工资与包挂支行业务完成情况挂钩。各基层党支部抽调优秀党员、业务骨干组建党员营销先锋队，引导全体做到守岗敬业、爱岗敬业，推动经营管理和各项工作全面提质提速。

拓宽工作思路，创新获客方式。实施“开门红”工作期间，该行大力推进社会美誉度和影响力。

聚焦业务发展，提升服务质量。该行结合“党建+金融”金桥工程，积极走访对接社区、村组、企事业单位等重点客户，开展存款、贷款产品综合营销，提供一站式开户、工资代发等金融服务，深挖财政账户资金，不断优化存款结构；发挥党建共建优势，探索共建载体，创新共建内容，先后与126个村级党支部联合开展主题党日等活动，对困难群众开展走访慰问，切实提升社会美誉度和影响力。

太康农商银行

找准着力点 圆满实现“开门红”

本报讯（记者 张艳丽 通讯员 李岩）今年以来，太康农商银行紧抓旺季营销的有利时机，拓展新客户，提升服务质量，开展联动营销，各项业务保持稳步推进。截至3月末，该行各项存款余额达171.1亿元，较年初增加17.1亿元；各项贷款余额达91.3亿元，较年初增加6.61亿元；经营利润达1.36亿元，各项业务均超额完成序时任务，持续在全市农信系统中排名前列，创造“开门红”历史新高。

布好“先手棋”，早谋划抢开局。为打好首季“开门红”战役，该行提前着手准备，举办“开门红”营销培训班，提升员工业务营销水平；召开“开门红”誓师动员大会，完善“开门红”工作实施方案，健全激励政策，严格工作措施，在全行营造比、学、赶、帮、超的良好氛围；选拔青年骨干充实到基层一线，为决胜“开门红”奠定坚实基础。

打好“机制牌”，夯基础促发展。该

行与政府共建“党建+金融”服务联盟，出台金融管理制度，加强与机关、团体的沟通对接，开展网格化营销等系列活动，对全县乡镇（办）、村（社区）实现普惠金融全覆盖；深化存款“一二五”工程，带动各项业务全面发展；年初完成12个精品网点的改造升级，建设“金融爱心驿站”，突出提升优质文明服务质量和平；开展小小银行家、元宵节送灯笼、流动银行车进社区等活动，突出存款产品个性化创新营销，推动业务走向纵深。

练好“优势拳”，强营销提质效。该行大力推广“周周赚”“月盈盈”等一系列具有市场竞争力的存款产品，并积极吸纳行政企事业单位存款，壮大资金实力；全力营销“周到贷”及车贷、房贷等产品，实现以贷引存；以太康在全国成立的12个对外开放工作站为依托，开展外拓营销活动，为本县外出务工人员提供金融服务。

淮阳联社

多措并举赢得首季“开门红”

本报讯（记者 张艳丽 通讯员 鲁一鸣）今年首季“开门红”工作开展以来，淮阳联社严格按照省联社确定的转型发展“三步走”战略和“党建引领、改革先行、融网智联、固本拓源”工作主基调，突出工作重点，抢抓一季度有利时机，快速抢占重点市场份额，圆满完成省联社、市农信办分配的首季“开门红”任务，为完成全年重点业务经营目标奠定坚实基础。

科技引领，提升业务办理的现代化水平。淮阳联社着力强化科技支撑力量，采购了叫号机、发卡机，普惠金融流动宣传车、智慧柜员机、助农取款终端等一批先进设备，大幅提升了业务办理的电子化、自助化、便民化水平，为打赢“开门红”首战提供了有力

的保障和支撑。政银企协作，优化线上办贷系统。淮阳联社主动加强与政府相关部门联系，获取更多有效信息访问权限，为科学评估授信额度提供有力支撑；联系第三方合作公司，升级优化网贷系统，力争实现线上贷款办理的全自动化，提高审批效率，迈向线上办贷2.0时代。

创意营销，做好产品宣传。为进一步扩大金融产品的市场占有率，让客户享受到优质、高效、便捷的金融服务，淮阳联社因地制宜，充分发挥地缘优势，以太昊陵庙会为契机，在太昊陵广场设置宣传服务台，重点宣传推广信贷产品；主动与学校对接，开展“感恩父母”一封家书对您说”创意营销活动，拉近了与广大群众的距离。