

李伟:用爱书写平凡人生

□晚报记者 朱东一 实习生 朱佩佩

李伟是市园林管理处机械队队长。平凡的他为周口这座城市的文明和谐做出了不平凡的事。

1993年,李伟还是周口人民公园的治安管理员。一天下午,他和同事巡查时,突然听到有人喊“救命”。他跳入水中,在同事的帮助下,相继把两个大人和两个孩子从水中托上了岸。有人问他为什么这样做,李

伟说:“保证游客的安全是我的职责,我只是做了我应该做的。”

对待工作,李伟十分认真。1994年,他被调到市园林管理处机械队当汽车驾驶员。工作的原因,他穿梭于市区道路上,运送苗木、抗旱浇水、打药治虫……不管酷暑还是严寒,他从未抱怨工作劳累,每年都圆满完成单位交给他的各项任务。2005年,当上机械队队长的他,有任务时干最辛苦的工作、开最破旧的车辆。在他的带领下,

机械队多次被评为先进班组,他自己也创造了20年来无一事故的安全行车纪录,多次被评为先进个人。

而这位铁骨铮铮的男子汉同样有柔情。在不耽误工作的前提下,李伟照顾瘫痪在床的母亲;妻子患乳腺癌住院,他白天在单位上班,晚上去医院陪护,一天忙到晚。尽管这样,他依然乐观地鼓励妻子与病魔斗争。

照顾母亲是行孝,为妻子分担家务是

爱,努力工作养育孩子是责任,李伟用自己的行动和爱书写着平凡而绚丽的人生。同事、邻居有什么事需要帮忙,李伟同样十分乐意伸出援手。

李伟用行动温暖着邻居、亲友的心。他常说:“拿不出大钱咱出点小钱,小钱也拿不出,咱出点力气!”他是这样说的,也是这样做的。

李伟是一名普通的周口市民,他用自己的言行践行着社会主义核心价值观。

杨传鼎:拾金不昧传递社会正能量

□晚报记者 王凯

从商丘民权县退休后,杨传鼎一直住在川汇区小桥办事处辖区的健康街三高家属院。虽然已经81岁了,杨传鼎仍在用自己的善行义举传递社会正能量。

2014年8月24日,杨传鼎在建设大道与中州大道交叉口附近买菜时,发现路边有一个棕色钱包,里面有近6000元现金、两张银行卡和一张身份证。杨传鼎站在

原处等失主,直到晚上也没见人来找,他才决定回家。到家后,杨传鼎对老伴说:“天晚了,民警可能下班了,我明天把钱包交给民警。”

与此同时,失主刘先生急得像热锅上的蚂蚁,他说:“钱包里有几千元的现金和一些证件,我真不该带这么多现金。”

第二天一早,接到杨传鼎送来的钱包,民警查看后,立即打电话向刘先生核实钱包是不是丢了。随后,刘先生急匆匆地赶到

派出所。“太感谢了,真没想到钱包还能找到。”说着,刘先生拿出包里的钱就往杨传鼎手里塞。杨传鼎说:“这钱我不能要。”见杨传鼎坚持不收钱,刘先生为表示感谢特意买些瓜子、糖果专程送到了他家。

有人说杨传鼎傻:“包里的现金和你3个月的退休工资差

不多呢。”杨传鼎说:“不是自己挣的钱,花着不踏实。尽管我挣得少,但花自己的钱晚上睡觉踏实。”



建行微信银行获“最佳微信公众平台”奖

近日,建行微信银行在中国金融认证中心主办的第三届金融品牌峰会上斩获“最佳微信公众平台”大奖。

为应对互联网金融快速发展的挑战,建行一直高度重视移动金融业务。微信银行更是立足于客户体验,根据“移动优先”的原则,不断将银行传统业务拓展到自媒体平台,服务覆盖全国300多个大中城市,可提供的服务项目逾3500项。截至4月15日,“中国建设银行”微信公众号的关注用户已达1760万,居同业第一。

中粮我买网正式入驻建行善融商务平台

日前,中粮我买网在建行善融商务的专营店正式运营。客户在善融商务个人商城即可直接购买中粮的粮油米面、有机食品,以及各种海外直采的进口食品,善融商务还将联合专营店不定期开展团购等优惠活动。

建行荣获上海清算所2014年度五项大奖

日前,建行荣获上海清算所2014年度五项大奖,包括优秀结算成员奖、优秀清算会员奖、外汇清算优秀奖三个集体奖以及两个个人奖。

建行新推手机银行e账户功能

近日,建行手机银行推出e账户功能,该功能支持客户在线提交开户申请和上传身份证件信息,客户通过手机银行客户端可以一次性完成e账户开户申请、身份核实的全流程,解决了原有龙卡通e账户开户后还需另行通过E-mail、微信方式发送身份证件照片的问题,简化了客户身份核实流程,方便了客户对e账户进行查询、管理、封闭转账,与此同时还可购买速盈、基金、贵金属、记账式国债等产品。

建行善融商务企业商城资讯频道亮相

日前,建行对善融商务企业商城资讯频道进行了全新改版,重构了页面栏目和界面布局,丰富了资讯信息组织维度,整体设计更贴近客户需求。同时,新开辟“市场动态”栏目,滚动展示商城最新的询价、供应及成交信息,让用户及时掌握最新商机。持续为客户提供更丰富、更专业、更及时的行业资讯信息,进一步发挥行业资讯对平台交易的促进作用。

(龙涛)



周口农行夯实客户基础提升发展实力

客户对农行品牌形象和产品的认知。

开展活动促客户增长。常年开展“春天行动”、“激情仲夏”、“赢在金秋”等综合营销活动,促进客户增长。积极锁定企、事业单位中高管人群、成功个体业主等,通过公私联动、交叉营销、主题活动等拓展新客户,开展产品组合式营销,建立贵宾客户微信群,及时发布农行最新产品信息、金融动态等内容。以对公客户“扩户提质”为目标,着力抓好财政、社保、国土、公积金四大重点系统客户的营销;设立产业集聚区金融服务工作站,开展“两问一送”活动,确保客户数量、质量并举发展。

广辟源头促客户增长。紧盯县域、城市各层面中高端客户,做好代发工资、第三方存管、跨行POS理财、个人资金归集等个人源头性产品营销;提高保本理财产品、理财类基金、国债等低风险产品在县域市场的渗透能力,不断增加产品粘性,锁定个人

贵宾客户。紧盯符合国家宏观经济政策、切合周口经济转型、政府大力主导、发展前景广阔的重点建设工程、重大招商引资项目、重大产业转移承接项目,重点营销国家级省级产业化龙头企业、县域医院、县域高中、县域优质旅游客户、重点项目、重大工程、重点客户等法人客户和项目。

机制牵引促客户增长。将贵宾客户拓展纳入综合绩效考评,提高考核权重,对完成客户增长计划且排名前三位的单位予以不同程度的绩效奖励,对欠计划的单位实行通报批评、问责、诫勉谈话、考核扣分等惩罚性措施。把存量管户维护纳入工资考核,将新增管户质量及资产变动情况纳入季度考核。通过强化分户管户考核力度,增强客户精细化管控能力,促使存量客户维护挖潜和新拓展客户尽快见效。

强化督导促客户增长。建立常态化督导机制,通过深入落实“包行挂点”制度,召

开业务经营分析会、客户营销推进会等专题会议,加强对支行客户建设的进度督导。利用微信平台、短信平台、经管网等媒介,定期通报客户拓展进度。依托个人优质客户管理系统,每月初提取贵宾客户等級变动清单和潜力客户清单,对于贵宾等級下降的客户,要求管户人员重点跟踪,积极联络,确保存量客户不流失。对有升级为贵宾的潜力客户,积极开展“扩户提质”、“提质增亮”活动,督促客户进位升级。

(李联伟 彭涛)

