

周口市 2016 年“三下乡”活动启动 把实惠送到百姓手中

□晚报记者 王凯

本报讯 1 月 27 日，在商水县舒庄乡扶苏村，周口市 2016 年“三下乡”（科技、文化、卫生）活动正式启动，市直 16 个单位的 140 名志愿服务队员现场解答村民关心的农业、医疗卫生、文化教育等问题，并把健身器材、药品等价值 60 多万元

的物品送给村民。
当日 9 时许，在扶苏村文化广场，村民围着农业专家和医疗专家问个不停。由

于近日天气严寒，瞥大爷发现他家的小麦好像被冻坏了，连续几天愁眉不展。不过，经过农业专家现场解释，瞥大爷提着的心终于放了下来，脸上露出笑容。张大娘最近总感觉头晕，去医院检查被告知各项身体指标都正常。由于查不出病因，张大娘担心起来。“现在家里没什么农活，我也没有干过重活，医生也检查不出什么病，但我还是经常头晕，这是咋回事？”张大娘急切地问。医疗专家告诉张大娘，现在气温变化大，对老年人来说是心血管

和呼吸系统疾病的高发期，既然没有什么病，就不要随便吃药。你平时要注意保暖，不要有心理负担。
在另一边，河南省越调剧团的戏台前早已被围得里三层外三层。“我们俩都喜欢听申小梅唱的戏，以前在电视上见过她，没想到今天在家门口见到了她，真高兴。”两位老戏迷笑着说。
据市文明办相关负责人介绍，今冬明春，我市开展的“三下乡”集中服务活动还有文艺工作者下基层慰问演出活

动。针对农村发展的新情况和农民群众的新需求，他们将不断改进活动形式，拓展活动渠道，充实活动内容，丰富活动内涵，增强活动的针对性和实效性。通过文艺表演、专家讲座、科技咨询等丰富多彩的活动，他们将进一步加大“送”的力度，不仅送理论、送政策、送优秀精神文化产品，还要送项目、送技术、送服务，让广大农民群众得到实实在在的好处。

市民政局：

福彩公益金助困迎新春

□晚报记者 张劲松 文/图

本报讯 1 月 27 日上午，市民政局驻村帮扶工作队组织的“福彩公益金温暖助困迎新春”救助金发放活动，在郸城县城郊乡冷庄村举行，活动为该村 79 户困难户送去了慰问金和生活用品。
“谢谢，非常感谢党和政府的关怀。”领到款物的困难群众冷艳勤连声道谢。据了解，冷庄村共有居民 445 户，其中有贫困户 96 户。这些贫困户主要以单身老年、残疾、因病致贫和因病返贫者为主。

周口驻郑团工委给家乡人送温暖

□晚报记者 马治卫 实习生 李孟哲 文/图

本报讯 1 月 27 日，商水县农民吕方特别高兴，爱心企业家不但从郑州来看望自己，还送来了米、面、油等物品。与吕方一样，淮阳、太康、西华等县的困难群众，也将陆续收到周口驻郑团工委送来的大礼包。
吕方今年 58 岁，家住商水县新城办事处处算张行政村。吕方身体有病，妻子智障且患有糖尿病，女儿胳膊有轻度残疾，儿子没文化又不懂技术，一家人生活十分

困难。正当吕方为过年犯愁时，周口籍爱心企业家在驻郑团工委书记于深深带领下，为他家送来了米、面、油等物品。“有了这些东西，俺家过年就不愁了！”吕方高兴地说。
于深深介绍，为了回馈家乡的厚爱，在周口驻郑团工委的倡导下，在郑州发展的周口籍爱心企业家筹集资金，购买了米、面、油等生活用品，于近日陆续送到商水、淮阳、太康、西华等县的困难群众手中。



慰问现场



上门慰问

沈丘县农行坚持全员做客户、做账户、做产品、做服务的总体思路，走内涵式发展之路，核心竞争力不断提升。截至 2015 年年底，该行各项存款日均余额 63.49 亿元，存量市场份额连续 3 年超过 70%；各项贷款余额 4.4 亿元，实现中间业务收入 2414 万元，市场份额均超过 50%。该行居农业银行总行重点县域支行绩效考核第 20 位，连续 5 个季度居河南省农行县域支行综合考核第一位。
沈丘县农行制订出台《客户建设扩户提质实施方案》，明确了对公、对个人两大类 6 种重点营销客户，分类明确了营销措施、路径和激励办法，确定并及时更新重点客户营销目录。在实际工作中，该行实行客户差异化维护，分别落实支行行长、主管行长、网点主任和客户经理等对不同客户的管理维护责任，对对公类和机构类客户建立定期互访机制，开展经常性的

沈丘县农行做实客户“文章”提升核心竞争力

“问需求、送产品、送服务”活动，深度挖掘客户潜力，综合运用信贷、结算、理财等多类工具，提供“信贷+”一揽子金融服务；对个人贵宾客户组织高端客户答谢相关活动，订制专属产品包，提供组合式多元化专业服务，提高客户的认知度和忠诚度。该行还注重发挥渠道对客户的吸附作用，在全市率先完成 14 个网点的标准化改造和“6S”软转固化导入，领先同行业在所有网点布放了超级柜台和自助发卡机等现代金融自助设备，在大型社区、重点村镇建成 9 个高标准自助银行，在偏远乡村铺设惠农通助农取款点 235 个，渠道竞争优势充分显现。截至 2015 年年底，该行已拥有对公资产

存量客户 9 个，对公结算类客户 45 个，个人贵宾客户 20010 个，各类客户均超同业总和。
为充分激发全员拓展客户的内生动力，该行从 2002 年开始，率先在全市乃至全省陆续推出万元工资含量的计价模式，采取业务指导性计划与网点主任年底津贴和员工年底综合奖挂钩的模式，以及“凭贡献得报酬，按表现定去留”的考核模式。经过长期探索调整，该行构建了涵盖网点考核、网点转型、机关部门考核、综合绩效考核等各个层次的一整套机制考核体系，为全行的稳健快速发展注入不竭动力。为营造比学赶超氛围，该行每年公开表彰一批在客户拓展和业务发展中作出突出贡献

的单位和个人。该行搭建员工、大学生员工和客户经理等 3 个微信群，鼓励员工主动分享交流工作经验，大力挖掘、宣传典型事迹，进一步激活全员干事创业的氛围。该行致力家园文化创建，每年为员工至少做 10 件实事，开展经常性的员工家访活动，切实解决他们关注的热点、难点和焦点问题。该行开展多种形式的集体文娱活动、岗位练兵和业务技能竞赛活动，使他们心有所依，增强归属感和凝聚力。该行领导带头转变作风，实实在在在经营，坚决杜绝经营发展中不计发展质量的短期行为，开展员工经常性的培训和警示教育，认真落实各项风险防控措施，倡导按制度、按权限、按程序办事，促进合规经营。从 2013 年 11 月开始，该行各项贷款持续保持零不良，资产质量持续保持全市农行第一位。
(陈高翔 彭涛)