

滋养蓄满能量的种子，让美好的希望如雨后春笋，破土而出！
在此万物滋润的季节，瑞丰人把握时机，将努力与汗水化作春泥，
人们在此春播作物，一切事物蓄势待发。
谷雨，时至暮春，寒潮结束，越冬的植物在此返青拔节，
雨生百谷，润物无声。

 **瑞丰银行**
BANK OF RUIFENG

客服：400-88-96596 网址：www.borf.cn

浙江绍兴柯桥笛扬路1363号
No.1363 Diyang Road, keqiao.
Shaoxing, zhejiang, china



瑞丰银行
BANK OF RUIFENG

润物无声，滋生能量，破土而出……

谷雨
GRAIN RAIN

“瑞丰慈善”助力“幸福柯桥”

——我行举行2015年慈善爱心活动

适应金融新常态 争做卓越瑞丰人

——我行召开深化作风建设会议

卓越瑞丰人应具备的十种能力

2 | 2015
总第31期

百年瑞丰

HUNDRED YEARS OF RUIFENG

信用卡分期还款， 手续费5折来了！



活动时间：4月1日—6月30日

手续费明细

分期期数有3、6、9、12、18、24期六种，对应手续费率如下：

期数 费率	3期	6期	9期	12期	18期	24期
优惠前	1.7%	3.3%	5.0%	6.8%	10.8%	13.6%
优惠后	0.85%	1.65%	2.5%	3.4%	5.4%	6.8%

活动期间，凡成功申请**灵活分期**
和账单分期的信用卡客户，均享
受**手续费5折优惠**。



扫一扫
有惊喜

CARD 瑞丰卡
好卡好生活

活动指定
参与卡种：



活动说明：1、本活动仅限卡片正常的我行信用卡主卡持卡人参加，公务卡、副卡及因各种原因卡片被管制、支付的持卡人无法参加本活动。2、灵活分期，是指客户单笔刷卡消费满500元（含），即可在消费次日至近一期账单日前，申请将该笔交易分为若干个月偿还。申请方式：（1）编辑短信（FQLH+卡号末4位+分期期数+申请金额），发送至1069000796596即可，短信内容不含“+”号。（2）登录浙江农信网上银行申请。（3）拨打4008896596转人工服务申请。3、账单分期，是指客户在账单日次日至还款日前三个工作日内，申请将账单未还金额的部分或全部分为若干个月偿还，账单分期最低申请金额为500元。申请方式：（1）编辑短信（FQZD+卡号末4位+分期期数+申请金额），发送至1069000796596即可，短信内容不含“+”号。（2）登录浙江农信网上银行申请。（3）拨打4008896596转人工服务申请。4、手续费自分期付款申请成功后的第一个账单日起一次性收取。总手续费=分期总金额×手续费费率。每期应还本金=分期总金额÷分期期数。5、本活动持卡人须近六个月信用卡无逾期记录。分期付款行为发生后，如持卡人用卡有逾期、套现等其它银行认为提前偿付分期未分摊金额的行为，我行有权主动中止分期业务。6、我行在法律许可范围内享有对本活动的最终解释权。

目录 Content

编委会主任：俞广敏
主编：孔张海
编辑：李宝福 林宝 章国江 余力丰 潘亮 王颖 郭杰 潘璐越 谢莹 沈帅帅 嵇伟娜 何少君 徐丹岚
主办：总行办公室
设计：发展规划部
截稿日期：2015年3月20日
投稿邮箱：bainianrui Feng@163.com

要闻速递 NEWS EXPRESS

- 04/ 徐国龙书记羊年首个工作日来我行慰问指导
- 05/ 我行党委书记、董事长俞俊海新春首个工作日深入基层调研
- 05/ 我行召开三月份工作例会
- 06/ 省农信联社纪委高建军书记赴我行调研指导
- 07/ 我行党委书记、董事长俞俊海赴瑞丰商学院指导工作
- 08/ 我行实现网点免费WIFI全覆盖
- 08/ 我行成功举办“享‘瘦’美体”女性中高端客户活动
- 09/ 我行召开社区共建经验汇报会
- 10/ 我行举行“案防大讲堂”
- 10/ 我行成功获得首批债券净额清算会员资格

特别关注 SPECIAL ATTENTION

- 11/ “瑞丰慈善”助力“幸福柯桥”——我行举行2015年度慈善爱心活动
- 13/ 适应金融新常态 争做卓越瑞丰人——我行召开深化作风建设会议
- 15/ 卓越瑞丰人应具备的十种能力

瑞丰论道 DISCUSSING WAY

- 18/ 小微金融“信贷工厂”模式浅析
- 21/ 我行发展财富管理业务的优势分析
- 23/ 社区银行零售业务综合积分模式探究

幸福瑞丰 HAPPY RUIFENG

- 30/ 功成由勤 业精于勤
- 31/ 心有多大 舞台就有多大
- 32/ 踏实做人 务实工作
- 33/ No “作” No Chance
- 34/ 经验分享 心得交流——优秀客户经理的一次真诚告白
- 41/ 书香瑞丰
- 42/ 读书妙处无穷，书香熏染人生
- 44/ 秩序之美
- 46/ 又见荀子
- 47/ 能力以外的职场素养
- 49/ 职场手机礼仪

微拍世界 SHOOTING WORLD

风云榜 BILLBOARD



徐国龙书记羊年首个工作日来我行慰问指导

2月25日

2月25日,农历新年的第一个工作日,柯桥区委书记徐国龙亲自来我行慰问指导,给我行带来新春的祝福和勉励。行领导班子陪同慰问。

党委书记、董事长俞俊海对徐国龙书记一行羊年首个工作日的到来表示热烈欢迎,感谢区委、区政府对瑞丰银行的支持和重视。俞董事长就我行的发展情况向徐书记作简要汇报,指出我行在区委区政府的正确领导和大力支持下,始终坚持服务三农和支持小微的市场定位,通过实施第一次零售银行战略转型,客户数量成倍增长,客户结构持续优化,支农支小集中度不断加大,得到了社会各界的广泛认同,连续四年位列柯桥区行风评议第一名。

徐书记在听取俞董事长的汇报后,对我行所做的工作和取得的成绩给予了充分肯定,认为我行一是在自身发展上取得了优异的成绩,成为了业内的标杆银行;二是在服务全区经济发展上做出了很大贡献,在规模、质量、服务本地企业等方面都是其它银行无法相比的;三是在维护区域金融稳定上做出了重大贡献,自身不良率低,在关键时刻率先为其他金融机构作出了表率;四是在支持区委区政府重大决策部署上做出了很大努力。徐书记对我行为柯桥区经济发展繁荣所做的工作表示感谢,相信瑞丰银行在新的一年里会更加努力、取得更大发展、做出更大贡献。同时,徐书记也表示区委区政府将一如既往支持瑞丰发展,并给予瑞丰更大的支持。

徐书记一行还参观了我行总部大楼,实地体验了窗口服务,对我行标准化的网点装修和员工亲和的服务给予了高度评价。



我行党委书记、董事长俞俊海 新春首个工作日深入基层调研

2月25日



节后上班第一天，我行党委书记、董事长俞俊海亲自带队深入基层鼓干劲、听思路、解难题、促发展，助推全年工作实现“开门红”。俞董事长每到一家支行就亲切地慰

问干部员工，祝大家新年好，随后便立即召开座谈会，认真听取支行负责人及业务骨干的工作汇报，详细询问开年以来各项工作开展情况及今年工作发展思路，详细了解辖内企业开工情况及不良处置进程，主动为支行出谋划策排忧解难。

俞董事长指出，2015年是我行实施零售银行深度转型的关键之年，各支行要咬住目标不放松，紧紧围绕年初工作会议上提出的“四大创新”工作，根据时间表、任务表、责任表的要求，用强有力的措施推进工作落地。俞董事长强调，一年之计在于春，各支行要珍惜时间，不要等，立即干，全面理清工作思路，大胆创新方式方法，适应新常态，采取新思维，系统有序推进各项工作，为把瑞丰建设成为有社会责任感、有企业文化内涵、有特色差异的卓越银行贡献自己的力量。

我行召开三月份工作例会

3月3日

3月3日，我行在瑞丰大厦三楼一号会议室召开三月份工作例会，党委书记、董事长俞俊海出席会议并作重要讲话，章伟东行长主持会议并作工作布置，行领导、专家布置各条线工作。各部总经理、支行行长、机关副经理以上干部参加会议。

俞董事长指出，当前经济的不断下行，尤其是近期央行连续二次下调存贷款基准利率，一方面表明我国经济发展的速度在放缓，另一方面也显现出国家要求金融让利于民的决心，对银行业的发展带来了深刻的影响。俞董事长强调，面对如此严峻的经济金融形势，我们广大干部员工必须发

扬勇于当先、敢于担当、善于谋划、精于效果的精神，为保持瑞丰“好银行”的标准，为把瑞丰建设成为有社会责任感、有企业文化内涵、有特色差异的卓越银行贡献自己的力量。

章伟东行长在布置工作中强调：一是要全面把握业务态势，保持业务健康发展。继续加大对实体经济的支持，强化支农支小力度，尤其是要做好核心客户准入和“四进社区”工作。二是要全力化解风险难题，保持风险可控局面。对风险企业要制订“一厂一策”的多套化解方案，要将责任分解到团队、个人，同时



加大不良贷款责任追究力度。三是要全力推进精细化管理，提升好银行的标准。要通过流程银行、财务管理系统、绩效管理系统等的建设，提升精细化管理的水平和能力。

省农信联社纪委高建军书记赴我行调研指导

3月5日



为切实推进整改落实工作，促进业务稳健发展，3月5日，省农信联社纪委高建军书记冒雪赴我行进行调研指导。省农信联社绍兴办事处主任林雨青、风险管理处科长蔡平川、我行领导班子陪同调研。

俞俊海董事长对高建军书记一行的到来表示热烈欢迎，并就我行经营发展情况向高书记作简要汇报。俞董事长指出，我行在全省农信系统2015年工作会议结束后，迅速召开专题行务会议学习传达工作会议精神，及时向柯桥区主要领导汇报工作会议主要内容，得到了相关领导的高度认可与大力支持。同时，我行紧密结合自身实际情况，坚定推进零售银行深度转型战略，科学制定工作目标，重点实施“四大创新”，全力构建“一体两翼”业务新格局。2015年，我行将在省农信联社的正确指导下，推进社区共建、培育利润中心、主动反哺社会、强化文化熏陶，努力把瑞丰打造成具有社会责任、企业文化、差异特色的“百年老店”。俞广敏监事长就我行在教育实践活动整改落实中，落实“两方案一计划”和整改工作责任，建设长效机制、强化正风肃纪等方面的相关情况作了汇报。

高书记对我行贯彻落实省联社工作会议精神、扎实开展教育实践活动后续整改工作给予充分肯定，认为我行传达会议精神反应迅速、制定工作计划目标明确、各项重点工作措施新颖、落实整改举措扎实有效。高书记指出，作风建设永远在路上，希望我行要将正风肃纪和党风廉政建设抓紧、抓好，继续深入开展督察督办工作，做到警钟长鸣、防微杜渐。随后，高书记还就我行设立上海同业中心、财政存款竞争性存放、种粮大户信贷支持与不良贷款批量转让等业务工作进行了指导。

我行党委书记、董事长俞俊海赴瑞丰商学院指导工作

3月19日

为更好地发挥瑞丰商学院在人才培养与战略研究方面的基地作用,有效助推我行各项业务发展,3月19日上午,党委书记、董事长俞俊海一行专程到瑞丰商学院听取了学院及相关部门的工作汇报,并对商学院下一阶段工作作出了重要指示。

会上,商学院从助力零售银行深度转型、培训质量与数量并重、培训项目线上与线下并轨、加强与各部门有效协作及商学院团队建设等五方面,详细汇报了2015年的工作思路与工作重点。人力资源部从各级干部培训、专业梯队打造、管理培训生进阶培训、新员工培训及培训质量提升等方面,着重汇报了今年人才梯队培养的整体思路。总行办公室就加强物业人员管理、环境卫生、菜品质量、绿化等方面,重点汇报了商学院下一阶段后勤保障方面的工作。

在认真听取各部门的工作汇报后,俞董事长对商学院下一阶段工作提出了“四点要求”。一是要有定位、有规划、有宗旨地办好学,有效提升学院定位,向专业化、特色化、品牌化摸索前进。二是要大力做好相关教材的研发工作,要研究有层次、有深度的教材,深入学习外界专业机构的专业能力与专业知识,根据市场经济变化和当今社会关注的热点问题,研发匹配我行重点工作与中心课题的教材,对全行不同层级的干部员工开展筛选性训练。三是要积极做好师资力量保障工作,建立一批长期为瑞丰服务的师资队伍。四是要坚持提升团队管理与培养,商学院的员工队伍既要有专业知识,更要会讲课,能引导全行员工更好地学习、工作。同时商学院要在办学过程中,与各部、支行形成良性互动,不断提高培训的针对性与实操性。



我行实现网点免费WIFI全覆盖

3月19日



近日,我行基本完成全行所有网点的免费WiFi铺设,为客户现场体验网银和手机银行带来便利,各网点摇身一变成为“智慧营业厅”。

一走进我行营业网点,抬头就能看到醒目的无线WiFi标识。客户使用手机、平板电脑或笔记本电脑,选择“iborff”连接,打开浏览器任意页面,自动跳至登录界面,然后输入手机号码点击“获取验证码”,即可享受免费无线网络服务。

铺设网点免费WiFi后,客户可以在排队等候时刷微博、逛淘宝、发微信,大大缩短“心理时间”,服务体验得到有效提升。同时,免费WiFi更为客户在营业厅现场体验网银和手机银行服务带来了便利,通过强化客户分流引导,有效缓解了柜面的业务压力。据统计,网点铺设WiFi后,可分流20%以上前来办理业务的人员,而通过网银、手机银行办理业务平均可节省近30%的排队等候时间。

我行成功举办“享‘瘦’美体”女性中高端客户活动

3月19日

为促进零售银行业务发展,全面开展社区共建工作,深入挖掘社区零售高端客户,提升白金卡客户对我行的忠诚度和满意度,总行财富管理中心联合柯桥支行于3月19日,在瑞丰商学院成功举办“享‘瘦’美体”女性中高端客户活动。

集聚中高端客户群体,是我行发展财富管理业务的重要保障。因此,我行邀请了15位白金卡客户和45位潜在目标客户,希望通过活动吸引部分优质客户回流,强化异业合作,进一步扩大我行中高端客群体。活动中,工作人员详细介绍了我行金卡、白金卡的各项增值服务,传达我行“专注于家、福瑞通达”的高端客户服务理念。香港专业身材设计医生为现场客户着重讲述了“女性身材保养”方面的专业知识,现场还穿插精彩的舞蹈表演和走秀表演节目,氛围轻松愉快。

此次活动的开展,赢得了现场女性高端客户的一致好评,纷纷表示活动有特色、有创意。柯桥支行在活动现场安排了10位理财客户经理及网点负责人进行现场营销,通过“分组



承包”、全程互动,积极开展客户维护和营销工作,深化与客户间的情感,取得了显著的效果。

我行召开社区共建经验汇报会

3月20日

为认真总结社区共建试点经验，全面推进各支行社区共建工作，3月20日晚，总行召开了社区共建经验汇报会。总行有关部总经理、各支行行长、分管业务副行长、支行本级营业部主任、二级支行行长、分理处主任、网点负责人、社区客户经理、理财客户经理等共215人参加会议，行长章伟东、副行长吴志良出席会议。

会议首先由零售银行部负责人、社区金融部负责人对社区共建试点情况进行汇报，通过PPT演示，深度解读社区共建工作的内涵，图文并茂地阐述了关系进社区、宣传进社区、服务进社区、业务进社区——“四进社区”的推进模式和试点过程。柯桥支行和钱清支行两家试点单位负责人也分别结合支行试点情况，对社区共建推进过程中的团队建设、工作要点、工作成效和工作体会作了经验介绍。

会上，章行长对两家支行的试点情况表示肯定，并指出此次社区共建试点工作既有规定动作，也涌现出了很多新思路、新方法，包括社区金融志愿者、大数据的应用、网点沙龙、异业合作四个亮点。针对下阶段社区共建工作，他提出了三方面要求：一是要深刻认识社区共建的意义，各支行要正确认识到社区共建工作是我行未来发展各项业务的有力抓手和应对新常态经济金融形势的有效保障。二是要迅速行动，各支行要全面理解、消化会议精神，借鉴学习试点支行的先进经验，开展社区共建的具体工作。三是要做到上下联动，密切配合，对推进过程中存在的问题及困难，要加强沟通协调、快速解决，同时要不断优化已有的流程和模式，总结方法、积累经验，发挥出社区共建工作应有的成效。



我行举行“案防大讲堂”

3月21日



为进一步提升员工合规意识，规范员工行为管理，增强案防内生动力，切实防范案件风险，3月21日，我行邀请绍兴市公安局经侦支队钱国农副支队长对全行300余名客户经理开展了一次发人深醒的“案防大讲堂”培训。

针对2014年绍兴地区查处的金融案件情况，钱队长将案例与法条相结合，详细讲解了非法集资罪、非国家工作人员受贿罪、违法发放贷款罪、信用卡诈骗罪以及其他非阳光操作类犯罪的典型案例及构成要件；重点剖析了绍兴地区曝光的多起客户经理“违法圈钱”案件。他指出，这些被曝光的信贷人员，基本都以“帮助客户转贷、放贷和理财”为由，向其亲属和客户许诺高额利息回报，涉及金额从数千万元至数亿元不等，最后均因涉嫌“集资诈骗”或“非法吸收公众存款”等罪名获刑，广大客户经理需要引以为戒，警钟长鸣。

同时，钱队长对我行的案件防控工作提出建议，希望我行从注重职业操守、优化考核制度、加强动态监控、强化自查自纠等四个方面，进一步提升合规管理水平和案件防控能力。通过此次“案防大讲堂”培训，再次为我行客户经理敲响警钟，案件防控工作任重道远，任何时候都不能放松警惕、麻痹大意。

我行成功获得首批债券净额清算会员资格

3月27日

继2013年12月15日正式成为省联社系统内第一家现券净额清算会员之后，经过2个月的悉心准备，瑞丰银行于2015年3月27日再次通过上海清算所审核，获批成为第一批共30家银行类债券净额清算会员之一，同时也是浙江省农信系统内第一家且唯一一家获此资格的清算会员。第一批债券净额清算会员资格的取得，进一步提升了我行在银行间市场的声誉，丰富了我行的债券结算手段，更是提升了我行在银行间市场债券交易的结算效率及抗风险能力。据悉，到目前为止，成功申请成为上海清算所债券净额清算会员的市场成员共56家，其中银行类机构30家，券商类机构26家，农村商业银行仅4家，分别为上海农商行、成都农商行、东莞农商行和瑞丰银行。



“瑞丰慈善”助力“幸福柯桥” ——我行举行 2015 年度慈善爱心活动

文：总行办公室 李宝福

2月9日，在羊年新春即将来临之际，我行情系低保家庭、贫困乡村，在柯桥蓝天大剧院举行隆重而简朴的慈善爱心活动，向全区低保家庭发放“幸福专款”261万元，向“美丽乡村”建设项目捐助360万元，设立1亿元瑞丰扶贫基金。柯桥区委副书记、区长阮建尧，副区长周树森等领导出席。

在低保户捐赠仪式上，我行向全区5207户低保户每户发放500元的“幸福专款”，当现场低保户代表从柯桥区慈善总会会长赵六四先生手上接过261万元的“捐款支票”时，脸上洋溢着幸福的微笑，台下也响起了热烈的掌声。在随后举行的“美丽乡村”建设项目捐赠仪式上，我行向柯桥区18个行政村每村捐赠20万元，作为“美丽乡村”建设项目专项资金，资助我区部分乡村的基础建设和资产

购置。在我行1亿元扶贫基金的揭幕仪式上，柯桥区委副书记周树森和党委书记、董事长俞俊海共同为瑞丰扶贫基金揭幕，今后我行将把扶贫基金的运作收益全部用于柯桥区社会公益事业。

柯桥区委区长阮建尧在致辞中高度评价了我行的大爱善举，认为我行的慈善爱心活动如冬日暖阳让



人倍感温暖，指出我行作为一家本土金融机构，在不断发展壮大自身的同时，不忘回报社会、回报家乡，充分体现了企业强烈的社会责任感。阮建尧区长也呼吁全区广大企事业单位、机关团体、社会各界积极传递瑞丰善行，投身社会公益，让更多弱势群体得到关爱与帮助，为构建“幸福柯桥”助力添彩。

作为一家本土金融机构，我行始终坚持“瑞行百年 丰泽万家”的企业哲学，大力践行“反哺于民、回报社会”的慈善理念，从2005年捐助100万成立“三农扶贫基金”资助南部山区贫困农户以来，慈行善举从未间断，十年间已累计捐助2400多万元。先后出资2000万成立留本冠名慈善救助基金，捐赠100万元定向救助弱势群体；在成功改制为瑞丰银行时，追加“三农扶贫基金”捐款100万元；在义乌支行开业典礼上向义乌慈善总会捐款50万元；在总部大楼落成之际出资200万成立“丰基金”，开展三农扶贫、贫困助学、关爱残疾儿童、支持小企业创业等一系列的慈善公益活动；成立“山娃子助学基金”，帮助贫困家庭孩子解决上学问题；2012年向绍兴县慈善总会捐款200万元，用于扶贫济困、安老助孤、救灾解困。2013年以来，我行更是将金融惠民的覆盖面持续扩大，连续三

年向全区所有低保户发放春节慰问金，仅此一项三年累计发放800多万元。在此基础上，今年又追加“美丽乡村”建设项目捐助专款，两项叠加今年捐款额高达620余万元。“多年来，瑞丰银行积极承担社会责任，主动让利企业，热心社会公益，今年面对复杂的经济形势，瑞丰银行又推出慈善爱心捐款的‘倍增长’，这样的责任担当和大爱善行值得大力弘扬！”一位受捐助村代表如此感慨！俞董事长在致辞中表示“现代金融的核心是普惠，慈善是普惠的一种形式，作为一家本土银行——瑞丰银行将始终坚持支农支小、扶贫扶弱，将慈善公益理念熔铸于企业文化，用点滴善举回报全区父老，以自身行动助推社会向善。”

人民银行绍兴市中心支行、绍兴市银监分局、浙江农信联社绍兴办事处相关负责人，柯桥区机关相关部门负责人，各镇（街道、开发区）分管民政工作负责人，行政村（社区）书记、村长，低保户代表、受捐助村代表、客户代表，我行干部员工代表共计800多人参加慈善活动。

适应金融新常态 争做卓越瑞丰人

——我行召开深化作风建设会议

文：总行办公室 章国江



召开深化作风建设会议

3月5日，我行在瑞丰大厦三楼一号会议室召开深化作风建设会议，表彰过去一年为我行发展作出突出贡献的优胜单位和优秀个人，号召全行干部员工学习先进、争当先进，进一步提升作风建设的能力和水平，为瑞丰新一年转型发展提供强大动力。行领导、专家，各支行正副行长、行长助理、分理处主任、网点负责人、四大派驻人员，总行机关经理助理以上干部，先进代表、十佳团队长、二十佳客户经理等合计300余人参加会议。

先进集体和先进个人的表彰

会上，章伟东行长宣读了区委区政府等上级部门对我行先进集体和先进个人的表彰，宣读了《关于表彰二〇一四年度优胜单位、专项优胜单位、先进工作者、十佳团队长、二十佳客户经理的决定》；俞广敏监事长宣读了《关于表彰二〇一四年度工会先进集体和先进个人的决定》。大会现场对获奖的优胜单位进行了颁奖表彰。

全面提升作风建设

党委书记、董事长俞俊海出席会议并作了题为《敢担当 善创新 重实干 扬正气 全面提升作风建设的能力和水平》的报告。报告从应变能力、担当能力、操作能力、管理能力、学习能力、协调能力、洞察能力、创新能力、拒腐能力、激励能力等方面阐述了作为一名卓越瑞丰人应具备的十项能力。俞董事长指出，这十种能力是经济金融“新常态”对银行从业者的新要求，也是瑞丰人追求卓越的新标准，更是瑞丰人提升作风建设水平的新保障，我们每一位瑞丰人都应该对照标准，努力实践、不断提升，朝着“一起打造百年瑞丰，共同建设幸福瑞丰”的宏伟蓝图迈进。

行长章伟东主持会议并作会议小结，他就贯彻落实俞董事长的讲话精神提出三点要求。一是要学习领会好，要把俞董事长重要讲话精神作为当前学习的重要内容，深刻领会精神实质，切实提高思想认识，增强责任感和紧迫感，积极探索新思路，新方法。二是要认真贯彻好，各单位要及时召开专题会议传达俞董事长的重要讲话精神，使每个干部员工投身到百年瑞丰的事业上来，紧紧围绕年度工作会议的工作要求，努力实现新起点上的新跨越。三是要加快落实好，各单位要根据全行中心、重点、创新、难点工作层层签订绩效合约，要重点抓好业务拓展、劳动竞赛、社区共建、不良化解和利息催收等工作。



我行党委书记、董事长俞俊海在3月5日召开的深化作风建设会议上重点阐述了在经济金融“新常态”下，一名卓越瑞丰人应具备的10种能力，分别是应变能力、担当能力、操作能力、管理能力、学习能力、协调能力、洞察能力、创新能力、拒腐能力和激励能力。

01 应变能力

在这个互联网时代，提升应变能力的关键在于形成科学的思维方式，瑞丰人要积极导入互联网思维，将互联网及时、高效、互动、透明的特性融入日常的经营管理，不断提升自身应变能力，科学研判发展趋势、积极调整工作布局、有效优化工作方法，果断应对当前经济环境和互联网金融带来的影响与冲击，为客户提供个性化、差异化的产品与服务，为瑞丰零售银行深度转型提供保障。

02 担当能力

担当，是一种责任、一种勇气，更是一种能力。它不只需要迎难而上、挺身而出、敢于出手的激情和勇气，担当更需要的是实力、能力和智慧。勇气解决的是“敢不敢”的问题，能力解决的是“能不能”的问题。如果讲起来头头是道、天花乱坠，干起来稀松平常、表面文章，或者也想有所担当，但不知如何担当，没有担当的真功夫、硬本领，必将于事业无补、于个人有害。要成为一名卓越瑞丰人，既要有敢于担当的勇气，更要有善于担当的能力。

03 操作能力

增强操作能力，不仅仅是要求一线柜员、客户经理要提高业务技能，更多的是希望全行员工都能提高规范化、标准化操作水平，将自己职责范围内的工作做到位。一是要强化对政策制度的理解。每位员工都要提高对政策制度的理解水平，这是增强操作能力的前提与保障，只有充分理解、掌握，才能确保动手执行到位。二是要强化对业务操作的训练。银行业务日新月异，各项规章制度也在不断调整，员工要根据管理部门、条线的要求，加强对新业务、新技能的实际操作训练，不断匹配、超越所在岗位的操作能力要求，努力提升业务能力水平。

04 管理能力

要实施系统化管理，无论一线员工还是各级管理层，要进一步加强统筹管理能力，全面提高我行的管理效率。管理能力的核心是领导能力，管理能力的关键是计划能力，管理能力的本质是问题解决能力，管理能力也包括服务能力。

05 学习能力

学习是一种追求，是我们把握方向、增长才干的重要途径。优秀人才必备的条件之一，就是拥有持续不断学习的能力。在当前这个快速发展的市场经济大背景下，现有知识很快就不足以应付明日的工作挑战，况且，对企业而言，我们需要的是业务专家、权威，需要的是“多面手”、是“救火兵”，是拥有“七十二变”的孙悟空。所以，不断重新学习是十分必要的。

06 协作能力

团队协作能力，就是要求发挥团队精神，互补互助，达到团队最大工作效率的能力。对于团队中的成员来说，不仅要有个人能力，更需要有在不同的位置上各尽所能、与其他成员协调合作的能力。团队协作力的关键在于培养全局意识，团队协作能力是要靠团队的领导来激发的，管理者要注重激发团队中每个成员的内在潜力，让团队的力量发挥到淋漓尽致。

07 洞察能力

洞察能力指的是对任何特定情况做出预见的能力，它结合了经验与分析能力，是管理者制定决策的关键能力之一。对瑞丰，洞察力能够帮助寻找机遇、发现问题、采取行动；对员工，洞察力能帮助自己在职责范围内找到问题的根源所在，发现别人忽略的甚至从没有看到过的机会和优势。我们每个瑞丰人都是所在岗位的决策者，都需要培养自身的洞察能力，提高洞察客户的能力，提高洞察市场的能力。

08 创新能力

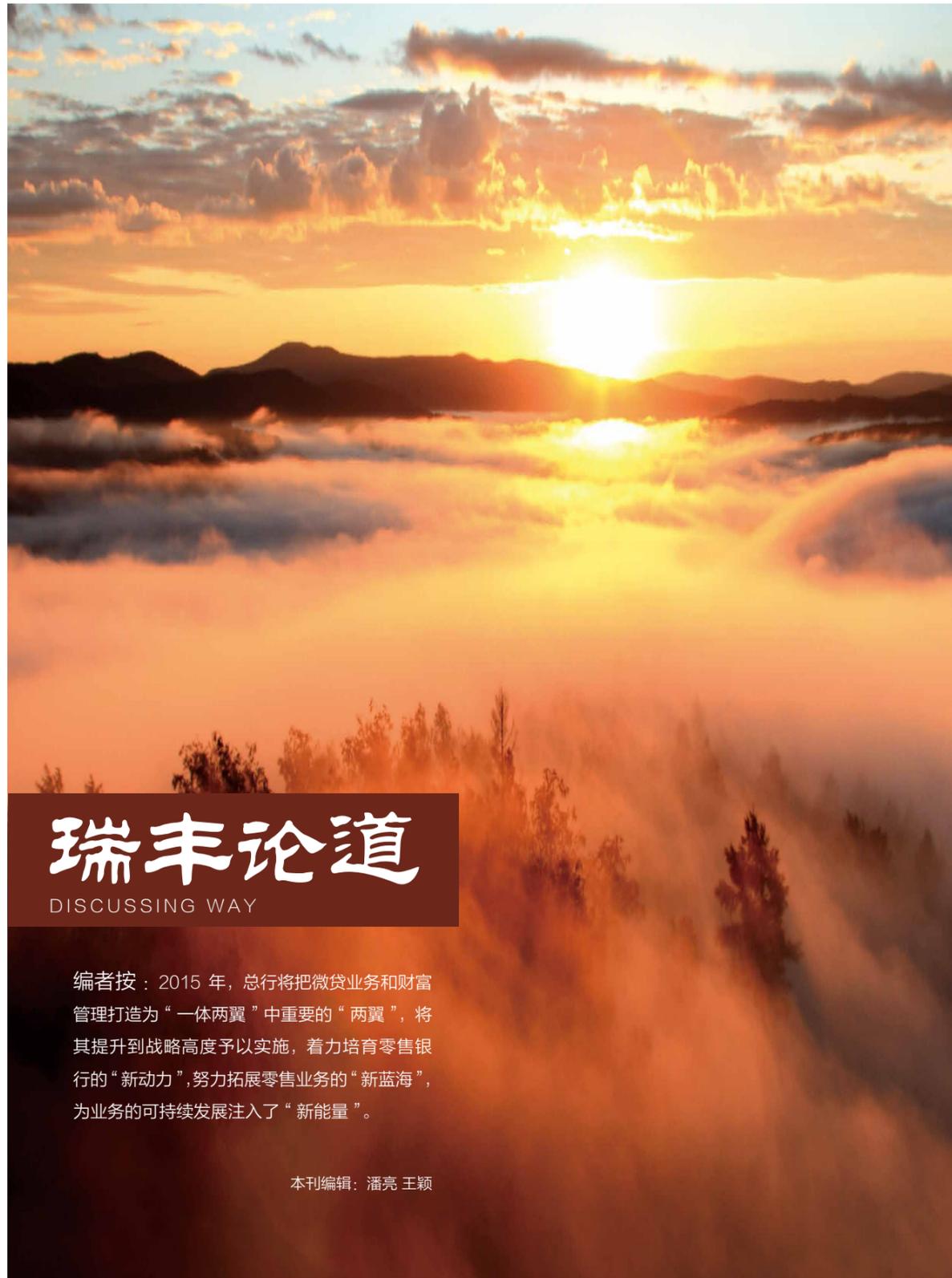
创新是衡量一个人、一个企业是否有核心竞争能力的重要标志。创新能力对企业的发展甚至是生存起着关键性的作用。每位员工要清楚创新无极限，唯有创新，才能生存。创新的成效有大有小，而凡是能为瑞丰创造价值、提升品牌的创新都是应该被提倡、被鼓励、被肯定的，这也正是我们所要培养和提高的创新能力。

09 拒腐能力

拒腐能力是对领导干部的刚性要求，是一条不可逾越的红线。任何腐化、腐败行为都是从思想的蜕化开始的，都有一个思想演变的过程。因此，警钟长鸣，防微杜渐是提高拒腐能力最有效的方法。要以廉政建设为中心，全面提高合规意识；要以作风建设为抓手，不断增强抵抗能力；以法纪素养为保障，深入推进依法行政。

10 激励能力

经济金融环境越复杂、区域经营环境越严峻，就越是需要提振发展信心。因此，学习激励方法，掌握激励艺术，提高激励能力，是新形势下提高领导水平的必然要求。作为一名优秀的领导、优秀的管理者，不仅要善于激励员工，还要善于自我激励。通过激励员工的把“要我去做”变成“我要去做”，提升员工工作的积极性、主动性。通过自我激励，把压力转化成动力，增强工作成功的信心，提高工作效率，达到事半功倍的效果。



瑞丰论道

DISCUSSING WAY

编者按：2015年，总行将把微贷业务和财富管理打造为“一体两翼”中重要的“两翼”，将其提升到战略高度予以实施，着力培育零售银行的“新动力”，努力拓展零售业务的“新蓝海”，为业务的可持续发展注入了“新能量”。

本刊编辑：潘亮 王颖



Small micro-enterprise credit

全新的小微企业
信贷业务模式

小微金融“信贷工厂” 模式浅析

文：微贷事业部 姜冰清

过去，国内银行在小微企业信贷业务领域通常有两种运作模式。一种是大企业信贷业务模式，即银行在为一些小微企业办理信贷业务时，按照大企业的标准进行贷款受理和审批，贷款的门槛相对较高，能成功得到贷款的小微企业相对较少。另一种是个人贷款业务模式，即银行在办理小微企业贷款时，通过迅速扩张的方式，提高客户数量，占领市场份额。

第一种模式虽然可以有效控制不良率，但却无法迅速提升客户数量和业务量；第二种模式则恰恰相反，业务量可以在短时间内迅速提升，然而不良率却也会随之升高。在这两种模式各有利弊，难以权衡之时，信贷工厂模式的出现，无疑有效的解决了银行在发展小微企业信贷业务时的瓶颈问题，使其能更高效的处理贷款审批流程，同时有效控制风险，降低损失。

信贷工厂模式又被称为淡马锡模式，是由新加坡淡马锡（Temasek）控股集团首创的一种致力于解决小微企业融资难的业务新模式。其特点包括：产品标准化、作业流程化、生产批量化、队伍专业化、管理集约化、风险分散化，由此做到在既定的风险容忍范围内，提高效率、扩大规模、降低成本。一方面能够满足小微企业客户信贷融资“短、频、小、急”的需求，另一方面又能使银行实现小微企业信贷业务的战略发展目标。



信贷工厂作为一种全新的小微企业信贷业务模式，其流程主要包括产品开发、流程设计、批量生产和队伍建设四个部分：

01 / 标准化的产品开发

产品设计有一个前提，即必须在充分了解市场的基础上确定目标客户群体，针对不同客户群体、基于客户不同成长阶段的差异化需求进行设计。同时在开发和设计金融产品时内嵌风控机制，根据小微企业创业起步、成长发展等不同阶段的需求，将“以客户为中心”和“小微企业全面金融服务”理念真正嵌入制度和流程，基于客户细分、市场细分设计多样化需求的产品组合。

02 / 作业流程设计

作业流程设计是针对小微企业客户数量多、资金需求“短、频、小、急”的特点，在信贷业务的流程中引入工厂流水线，将小微企业信贷操作的前、中、后台业务分离，使“部门银行”成为“流程银行”，按统一的流程标准分岗操作，以提高小微企业融资服务和风险控制效率。

03 / 批量化生产

小微企业个体风险相对较大，但具有组合风险分散功能，因此需以流程和品牌优势拓展市场，以产品带动、客户群挖掘来形成规模效益。要进行信贷产品的批量化生产，在完成了产品开发及标准化的作业流程设计后，还必须解决风险定价、核算、考核及队伍建设等问题，即实现银监会提出的“六项机制”建设：“科学的利率风险定价机制、自成体系的内部核算机制、高效的贷款审批机制、完善的激励约束机制、专业化的人员培训机制、准确的违约信息通报机制”。

04 / 专业化队伍建设

专业人才不足、核心技术缺失是小微企业信贷工厂规模化经营的最大障碍。队伍建设的关键在于组建一支优秀的管理团队、专业的风控团队和高效的营销团队，同时也需制定合理的招聘、考核、培训、晋升、淘汰制度，最大限度地提升每位员工的专业化管理能力，提高业务运作效率和质量，保证信贷工厂模式优越性的充分发挥。

笔者认为，将信贷工厂引入我行微贷业务，优势及关键在于依托强大的 IT 系统、依靠合理分工和微贷客户经理的流程化密集劳动以及审批环节的严格把关，来支撑微贷产品的批量化营销和单笔业务的高效率放款，并通过标准和非标准化的监控，做好贷后监控。这个生产过程可以称为“放宽两端、审批把关、后期管理”，也就是在“生产”环节中的贷款调查分析、贷款审批、贷款发放、贷后管理、贷款收回等五个环节中，贷款审批环节可根据具体情况进行权限约束，设置一定的审批人员，而在其他环节根据业务发展目标和市场情况，对人员进行充分配置以促进微贷技术的快速提升，从而实现规模和效益的双重提高。

在客户市场方面，我行所处的地区行业集中度高，客户共性特征明显，同一区域内客户分布也较为集中，而且区域内银行之间的竞争也十分激烈。因此，发展微贷业务成为我行提高市场业务量、扩大市场份额、快速分摊成本、提升业务利润率的关键。2015 年我行把微贷业务作为“一体两翼”中的重要“一翼”，上升到战略高度进行布局，为加快战略落地，我行需逐步探索实施信贷工厂模式。

1

第一，我行微贷业务要充分加强与德国 IPC 公司的二期合作，加强人员培训，加速人员成长，优化完善微贷技术，提高技术分析效率、降低贷款成本。

3

需要强大的 IT 系统作为支撑。IT 系统更像是工厂的“流水线”，强大的 IT 系统使得生产、加工、服务变得更加严谨高效。大量的业务审批需要强大的 IT 系统支持。此外，IT 系统可以代替人工、人脑进行预测、记录、分析，节约了成本，降低了风险。

2

“原材料”的标准化十分重要。这里的“原材料”指的是标准化后的“产品”，微贷产品标准化过程是在进入信贷工厂的“生产环节”以前完成的，产品标准化就是将微贷客户细分市场，分成序列，进而通过科学的内部流程分工来确保每笔贷款发放的安全。以流水线操作来实现对小微客户标准化、批量化、规模化的营销、服务和管理，充分利用全流程系统化的作业达到有效控制风险、降低成本、提高效率的目标。

4

“工厂”要有大量合格的“工人”，即需要客户经理、审批人员、后台人员等相关人员。这需要建设一批管理高效、业务能力强、综合素质高的微贷业务人员，“人海战术”是保证微贷业务可持续发展的第一要素。同时，应注意的是，在基于市场范围与生产目标一定的情况下，流水线上人员分工和各个环节人员需根据情况合理配比。



「我行发展财富管理业务的优势分析」

文：零售银行部 阮玲玲

随着近几年零售转型，我行面临着业务内容和服务模式转型升级的难题，作为零售银行业务格局中的重要一极，财富管理业务的培育和发展同样是衡量零售银行转型升级成效的关键。

所谓财富管理是指通过专业化的团队向客户提供系列化的顾问式服务，帮助客户制定一系列的财富解决方案，从而使客户实现财富保值增值的一种服务方式。相对一般的个人理财而言，财富管理业务有三方面主要特点：

一是服务对象更高端。

财富管理业务服务的对象是为银行带来盈利贡献的高端客户。银行针对高端财富客户，配备专职的理财人员，为其提供专业化、个性化、差异化的综合理财服务，通过私人财富管家式的服务增强客户的忠诚度和满意度。

二是服务内容更广泛。

财富管理业务内容十分广泛，涵盖结算、投资、保险、信托、抵押、基金管理、保管箱、信用卡、税务策划、外汇服务、个人贷款、退休规划、资产组合管理、商业事务建议等内容。同时，财富管理业务还包括专门提供给高端客户的优先服务、优惠服务、便利性服务和亲情服务等增值服务。

三是风险管理更全面。

财富管理业务中的理财产品多是由原有的产品与业务组合而成，因此，财富管理业务的风险管理，既要披露有关产品的风险，了解和评估客户的风险偏好，降低声誉及法律风险，又要将理财产品所涉及的信用风险、操作风险等纳入理财产品的相关业务整体风险管理中，风险管理更为全面。

随着利率市场化的推进以及存款保险制度的出台，零售中高端客户的维护显得尤为重要。作为让渡客户价值的重要抓手，财富管理业务有助于增强客户粘性，提升客户满意度和贡献度。作为本土银行，我行对当地市场和客户有着更深刻的了解，在发展财富管理业务方面有着显著的竞争优势。

A 强有力的品牌支撑

我行自 2011 年改制及更名以来，致力于优质服务、口碑及品牌建设。“瑞丰银行”已具有较高的文化品牌价值，能够吸引高端客户的关注，而通过财富管理体系的建立，又极大地提升了我行的品牌价值，二者互相促进，可持续发展。

B 独一无二的“一级法人”资格

作为柯桥区唯一一家具有一级法人资格的商业银行，组织机构健全，通过实行扁平化管理，进一步缩短决策半径，更加贴近市场、了解客户，能够针对市场变化灵活、高效地调整竞争策略，赢得主动地位。

C 遍布全市的网点覆盖

我行 106 家营业网点几乎覆盖全绍兴，提供全面的零售银行产品和服务，可以为各支行的零售中高端客户提供更高品质的产品和服务。

D 良好的产品库资源

近几年来，我行不断加强产品创新，逐步构建了包括自主研发和代销在内的多样化产品体系，产品丰富度得到大幅提升，中高端客户进行投资规划和产品组合的基础条件更为成熟和便利。

E 逐步完善的客户细分

客户分层和分级服务是开展财富管理服务工作的基础，我行近几年一直在加强这方面的工作，从最初的客户无分级，到现在的客户细分和分级、分层服务，并逐步构建针对中高端客户的差异化服务体系，差异化服务能力得到显著增强。同时，我行不断加强增值服务体系建设，建立了包括机场贵宾厅、免费洗车、免费观影、生日问候、赠送洗衣卡、赠送面包牛奶卡等增值服务，为财富管理工作今后开展差异化服务和增值服务创造了良好的基础条件。

显然，在区域市场上，我行财富管理业务具有较为明显的优势，今后，需充分发挥这一优势，不断优化完善财富管理体系，加强财富管理人才培养，创新推出丰富多样、覆盖客户全生命周期的金融服务与产品，增强财富管理能力，让渡客户服务价值，塑造财富管理品牌，进一步提升财富管理的区域影响力，努力将我行打造为区域首选的财富管理银行，实现全行零售业务新的突破。

社区银行零售业务综合积分模式探究

文：总行办公室 孔张海 林宝

摘要：本文从零售业务综合积分的概念和作用出发，分析了单产品营销模式与综合积分模式的区别，研究了国内商业银行零售业务综合积分的应用实践，为社区银行构建零售业务综合积分体系提供了良好的范本，具有一定的借鉴意义。

一、零售业务综合积分的内涵

（一）零售业务综合积分的概念

零售业务综合积分是一种客户关系管理媒介，是商业银行客户办理零售业务所得积分的统称，如存款积分、贷款积分、理财积分、贵金属积分、电子银行积分、银行卡积分、营销活动积分、代理业务积分等。综合积分可以按照一定比例折成现金使用，也可以直接在银行积分商城兑换实物礼品，或者在利率定价方面给予优惠。

（二）零售业务综合积分的作用

零售银行综合积分是加强客户分类维护，增强客户全生命周期管理的重要工具，也是应对利率市场化，以积分营销代替利率上浮的有效手段，有助于增强客户产品持有率、忠诚度与贡献度。其以客户办理的各类零售业务对银行收入贡献作为积分计算的依据，这种积分奖励的反馈会激励客户办理各类零售业务的积极性。一方面银行可以从零售业务量的大幅提高上增加收入；另一方面由于客户产品关联度与交叉持有率的显著提高，客户对银行的忠诚度也会相应的提高，从而使得银行保有比较稳定的优质个人客户群体。

二、零售业务单产品营销模式与综合积分模式比较分析

（一）零售业务单产品营销模式分析

商业银行零售业务类型较多，产品品类也较为丰富，涵盖居民存款、消费贷款、电子银行、银行卡、理财、贵金属、保管箱、保险、代收代缴等。目前，国内大多数零售银行采取的都是较为传统的单产品营销模式（如图1），即围绕某类产品开展针对性的宣传和营销活动，通过一次性或阶段性的活动促进产品的迅速推广。该模式下，银行通过开展营销活动、付出营销成本进行营销激励，营销人员对客户进行业务和产品营销，促使客户办理各项业务、购买各类产品。然后，客户从营销活动中获得礼品、折让或各种优惠，银行从各类业务中得到业务收入，营销人员获得营销奖金。该模式在新业务新产品推出阶段有助于促进客户与银行建立业务关系，但一旦业务或产品的营销活动到期，营销激励中断，则客户吸引力将会降低。甚至在其他银行营销活动引导下，客户会流失。

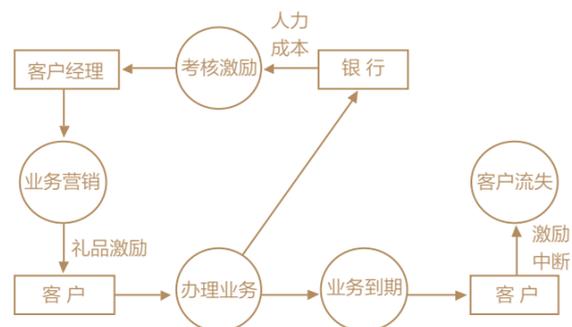


图1 零售业务单产品营销模式图

通过上述分析，可以看出，零售业务单产品营销模式在新业务新产品初始推广阶段具有较好的效果，但也存在着一定不足。

1 业务营销过分依赖营销人员和营销活动

零售业务单产品营销模式下，银行通过营销人员和营销活动向客户进行业务营销，营销效果取决于营销人员的个人能力与营销活动的力度，如果营销人员个人能力不足、营销力度不够大、营销期限不够长则很难实现既定的营销效果。同时，由于银行对客户没有其他方式的激励，一旦营销人员离职，客户资源很容易随营销人员流失；营销活动一旦结束，由于激励中断与疏于维护，客户会有产品持有意愿下降或潜在流失可能。

2 对客户的激励很难和客户贡献挂钩

单产品营销模式下，银行通过营销人员和营销活动对客户进行营销激励，但零售客户基数庞大，客户经理精力有限，较难进行分层管理和有针对性的营销服务。由于信息壁垒的存在，营销人员也较难关注到不同客户对银行的贡献，难免按照统一的标准对各类型客户办理的同种业务进行激励。这种情况下，贡献少的客户会过多占用银行的激励和服务，造成营销成本的浪费；贡献多的客户会少享有银行的激励和服务，造成客户的满意度下降甚至客户流失。

3 难以提升客户的产品关联度与持有率

零售业务营销时，客户若只办理单一种类的业务（产品），那么，业务到期后，客户容易流失。如果客户办理多类业务（产品），同时这些业务之间具有一定的关联性，即客户具备一定的产品关联度，这样可以在一定程度上提升客户的忠诚度，避免客户流失。在单产品营销模式下，银行通过营销人员进行业务和产品营销，营销人员各自为政，难以全盘统筹各类产品的关联营销，很难有针对性的提升客户的产品关联度与持有率。

4 银行营销成本核算过于粗放

单产品营销模式下，银行按照各支行和营销人员的业绩情况，将营销成本进行分摊，在进行营销成本核算时，很容易知道各支行和营销人员的成本情况。然而，再要向下将营销成本细分到具体客户相当困难。在此情况下，银行只知道要将营销成本及费用和业绩挂钩，但怎样挂钩，多少费用挂钩多少成本，难以形成一个有效的标准，只能是按照既有的经验来设定标准，这种粗狂的核算方式容易造成成本的浪费，资金效率的降低。

（二）零售业务综合积分模式分析

上文对单产品营销模式下的零售业务营销模型进行了描述，同时分析了该模式下业务营销的不足。针对这些不足，我们对单产品业务模型进行了改进，增加了两个新的业务逻辑：积分系统和客户积分，从而形成了现有银行零售银行综合积分模型（如图2）。

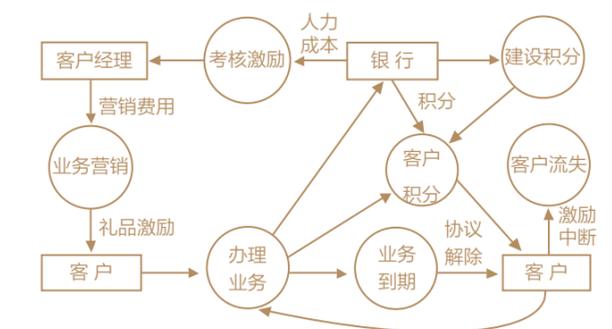


图2 零售业务综合积分模式图

在单产品营销模型的基础上，现有模型增加了建设积分系统和客户积分两个业务逻辑。银行在投入营销成本对营销人员进行营销激励的同时，投入一定的IT建设成本进行积分系统的建设，从而为客户积分活动提供软件应用支持。营销人员对客户进行业务营销以及客户办理业务的逻辑与原有模式相同。在综合积分模式下，客户办理银行各类型零售业务，既可享受产品推广期的营销优惠，又可获取产品办理和使用的综合积分。综合积分可激励客户在办理某种业务(产品)的同时，主动办理其它业务，使用其它产品。

在综合积分模型中，银行通过客户积分活动为客户提供持续的积分激励。相对于单产品营销模型，银行对客户的激励是持续的，即使某些业务到期，客户仍然不会马上流失，而银行通过客户积分不断激励客户，促使客户在银行办理新的业务。通过以上分析，我们可以归纳出，在综合积分模式下银行的零售业务营销所具备的一些优势：

1 多种业务营销模式并行

和单产品营销模型相比，银行除了通过营销人员向客户进行业务营销，客户积分系统也在不断地向现有客户进行积分激励，同时可以针对性的对客户进行业务营销。这样银行业务营销的效果就不完全取决于营销人员个人的社会关系和能力，即便营销人员跳槽，也很难造成现有客户流失。

2 对客户的激励和客户贡献挂钩

和单产品营销模型相比，银行除了通过营销人员对客户进行营销激励，还通过客户积分系统对客户进行积分激励，客户积分系统能够按照客户办理的不同业务，按照一定积分规则合理的计算客户积分。银行在制定积分规则时，会综合考虑每项业务的运营成本及业务收入，将利润的一部分折算成积分，奖励给客户。这样可以保证银行对客户的积分激励和客户对银行的贡献是挂钩的，银行的营销成本得以更合理的分配。

3 提升客户的产品关联度及忠诚度

在零售业务营销时，客户若只办理单一种类的业务，那么，业务到期后，客户容易流失。如果客户办理多类业务，同时这些业务之间有一定的关联性，即客户具备一定的产品关联度，这样可以在一定程度上提升客户的忠诚度，避免客户流失。和原有业务模型相比，银行除了通过客户经理进行个人业务营销，还利用客户积分系统对客户进行各类激励，同时通过短信等方式通知客户办理某些业务可以加倍活动积分等信息，银行可以有针对性的引导客户办理各类业务，实现各类产品的关联营销，以提供客户的产品关联度，从而进一步提高客户的忠诚度。

4 提高银行营销成本的使用效率

和单产品营销模型相比，银行按照各项业务的收入情况制定积分标准，实际上是将银行的经营利润的一部分折算成积分，根据各项业务的收入情况，可以计算出各项业务的单位积分。由于积分和成本及利润挂钩，通过客户积分系统，银行可以清楚地掌握花费到每个客户身上的成本情况。这样，银行可以很清楚地掌握各层次客户为银行提供的收入贡献，以及花费的成本，通过合理的客户层次划分，规划更为合理的营销成本分配方案，从而提高银行营销成本的使用效率。

三、商业银行零售业务综合积分模式的应用实践

目前，国内商业银行都加大了零售业务的拓展力度，并在零售业务综合积分方面做了大量的探索和实践（如表1）。相对过去单产品积分模式来说，各大银行已经有了零售业务经营的系统化管理思维，并迈出了重要一步，在综合积分方面做出了有益的探索和实践，但实践的广度和深度仍有待进一步提升。部分银行综合积分的覆盖面仍然较窄，有些仍停留在银行卡单品积分的阶段，有些虽将积分项目延展到存款、贷款、汇款、个人增值业务、代理业务等项目，但仍未覆盖全部零售业务和产品，综合积分体系仍有待进一步优化和完善。



表 1 国内部分商业银行综合积分系统应用实践

银行名称	综合积分项目内容
工商银行	对借记卡积分与信用卡积分（不含百夫长积分和联名积分）进行合并，统一为“个人综合积分”。
中国银行	个人金融综合积分包括资产类积分和交易类积分。资产类积分是为中行日均金融资产 20 万以上的中高端客户提供的专属回馈；交易类积分分为信用卡积分和营销活动积分，信用卡积分是客户持有中行信用卡，持卡消费或取现时，可获得相应积分回馈；营销活动积分是中行开展积分营销活动期间，客户参与营销活动可获得相应积分回馈。
浦发银行	浦发银行轻松理财综合积分，涵盖了消费、汇款、基金、存款、网银等业务范围，轻松理财系列卡/东方卡的持卡人办理以上业务均可获取积分。
南京银行	南京银行个人客户综合积分涵盖个人储蓄存款、网上银行、手机银行、银行卡、理财业务、基金产品、三方存管等项目的开通积分、交易积分与服务积分。
南昌银行	积分项目涵盖刷卡消费、个人贷款、个人增值业务、网上银行业务、代理业务等。普通客户积分有效期为二年、金级客户积分有效期为三年、白金级客户积分有效期为四年、钻石级客户积分有效期为五年。
东莞银行	积分项目涵盖 VIP 客户奖励积分、借记卡刷卡消费积分、信用卡刷卡消费积分、信用卡生日双倍积分、阶段性活动积分等。

在农信系统内，东莞农商行是应用零售业务综合积分的典型代表。目前，其积分项目已涵盖存款增长积分、日均存款积分、多倍积分活动、刷卡消费积分、基金积分、保险积分等，其它积分项目也在逐步增加，综合积分模式正在渐趋完善（如表 2）。该模式对其零售业务发展起到了很好的促进作用，尤为明显的是，在综合积分系统推出后，其客户集聚数量、单一客户产品持有率以及客户忠诚度等都得到了有效的提升。

表 2 东莞农商行综合积分获取渠道

获取渠道	赠送规则	赠送方式
存款增长积分	贵宾借记卡客户存款余额较上年增长 5 万元或以上，赠送 5000 分；增长 10 万元或以上，赠送 1 万分；增长 20 万元或以上，赠送 2 万分。	次年 2 月赠送积分
日均存款积分	白金借记卡客户，近三月（不含当月）日均存款 20 万元或以上，赠送 4000 分；金借记卡客户，近三月（不含当月）日均存款 5 万元或以上，赠送 2000 分。	每月 1 日赠送积分
多倍积分活动	阶段性举办刷卡多倍积分活动，具体活动内容以我行短信通知及客服解释为准。	借记卡积分次日赠送； 信用卡积分第 3 日赠送
刷卡消费积分	餐饮类商户刷卡消费每 2 元积 1 分；一般类商户刷卡消费每 4 元积 1 分；民生类商户刷卡消费每 8 元积 1 分；汽车销售、房产销售、批发、公共缴费及其他类商户消费不计算积分。	借记卡积分次日赠送； 信用卡积分第 3 日赠送
基金积分	认 / 申购基金（免手续费基金除外）金额 1 万元或以上，可积 500 分；5 万元或以上，可积 2000 分；20 万元或以上，可积 1 万分。定投基金（免手续费基金除外）每定投 100 元，积 30 分。	次季度首月一次性 赠送上季积分
保险积分	交保费（期缴以首年保费计算）10 万元或以上，可积 5000 分；交保费 30 万元或以上，可积 2 万分；交保费 50 万元或以上，可积 3 万分。	次季度首月一次性 赠送上季积分

四、各银行综合积分模式对社区银行发展零售业务的启示

1 加强科技支撑，打造综合积分模式

综合积分模式是推动社区银行零售业务全面发展的重要途径，有助于提升零售业务的系统化管理能力。打造零售业务综合积分模式需要强力的 IT 支撑，而这也正是社区银行的薄弱之处。大多数社区银行目前都处于单产品积分阶段，新业务、新产品的推广大都依靠单独推广和阶段性营销，缺乏系统性、精细化的积分营销模式，也缺乏对客户持有产品的长

期激励和反馈。对于精耕细作的社区银行而言，其主要服务群体为大零售客户，包括农村居民、城镇居民、社区居民及小微企业等，各项业务和产品也是以零售类和社区类为主，因此更应该投入资源，上线综合积分系统，提升科技支撑能力与零售业务系统化、集成化、精细化管理能力。通过系统将存款、贷款、电子银行、银行卡、理财、贵金属、保管箱、保险、代收代缴等一揽子分散的零售业务和产品链接起来、拧在一起，形成系统合力；通过综合积分让阶段性营销变为永久性激励，对客户形成持续吸引力，真正提升社区银行零售业务的核心竞争力。

2 强化客户分层，让渡客户服务价值

综合积分既是营销模式，也是服务模式，其重要价值在于能够根据不同客户贡献度大小进行分类维护，对应给予不同的积分等级作为正向反馈和激励，是对客户分层分类管理的有效工具。尤其在利率市场化快速推进阶段，存款 50 万元以上的核心客户成为各银行抢夺的重点，较之大银行而言，社区银行综合实力相对较弱，核心客户面临流失风险，亟需采取分类管理措施，通过积分工具提升客户忠诚度，推动银行转型升级。这就需要为不同资产规模和贡献度的客户划分不同的积分等级，给予核心客户、重点客户多倍积分激励，给予基础客户、一般客户普通积分激励，通过积分返还让渡一部分价值给客户，提升客户的忠诚度。

3 开展积分营销，提升交叉销售能力

积分营销是为了提高已选择至少一次本产品的客户在未来继续优先选择本产品的期望值的积分的结果；因此，积分营销所进行的正反馈有助于鼓励“未来”的消费行为，客户累积的越多未来的收益就会更高，而且未来正反馈收益的增加速度往往大于积分的累积速度，这样就会使消费者产生“积分越多、积累越久”就越划算的心理预期，从而对积分营销计划产生欲罢不能的紧密联系。因此，从理论上说，积分营销对消费者未来行为的影响并不是一段时间就会结束或者消失，而是永久存在的。这是积分营销与有奖销售、折扣销售的最大差别，有奖销售与折扣销售所产生的正反馈有助于“当前”的销售行为，活动结束后激励也将告一段落，对客户“未来”消费行为的影响十分有限，很难提升客户对产品的粘着度与持有率。积分营销有效弥补了传统营销模式的不足，对消费者行为的影响是持续的、永久的，也是口碑相传的，对于广大居民

的消费行为具有很好的引导作用，是提升自身交叉销售能力与单一客户产品持有率的重要工具。

4 深化社区共建，构建社区金融生态

综合积分是搭建社区平台、整合社区资源、构建社区金融生态的有效工具，社区银行可以利用综合积分将社区居民与周边各类型生活服务类资源联接起来。与社区内大型商场、购物中心、科教文卫机构、生活服务机构等进行全面对接，提升综合积分获取渠道与使用渠道。客户不仅办理银行业务、购买银行产品可以获取积分，也可以通过在各类型与银行合作的商户处获取折让和积分。因此，社区共建不仅是与社区居民的共建，更是与社区各类商户、机构以及合作平台的共建。通过建立全面的合作关系搭建社区金融生态网络，在社区金融网络内，客户可以从不同渠道获取折让优惠和综合积分，商户等机构可以获得所合作银行的大量客户资源，银行可以整合社区资源更好的为客户服务，吸引和激发客户进一步集聚，提升客户的忠诚度和贡献度。





「心系团队 正向前行」

编者按：在瑞丰，业务管理是以团队为基础的，每个团队少则两三人，多则四五人，这些团队就像一面面鲜红的旗帜，遍布各个业务市场，为瑞丰的发展注入无穷的能量。团队业务如何开展？客户关系如何维护？本期栏目小编为大家邀请了瑞丰银行 2014 年度十佳团队队长中的几位嘉宾，请他们聊聊各自的心得体会，并以此共勉。

本刊编辑：谢莹

勤

2014 年我带领的兰亭分理处小贷团队主动发扬“5+2”、“白+黑”工作热情，团队业绩一直位于全行前列。对于成绩的取得，我想主要得益于四个字，那就是“诚、勤、细、新”。所谓“诚”，就是待客户以诚，急客户所急，想客户所想，赢得了客户信赖，换取客户诚心。所谓“勤”，就是要勤谈、勤跑，不怕吃苦，勇于拼搏。去年“建档+公议”贷款试点期间，团队成员利用晚上时间，在村两会成员的带领下逐户走访，摸排情况，为符合条件的村民发放信用贷款，在拓户困难的环境下仍取得了不错的成绩。所谓“细”，就是要细致入微，工作从细微处入手，在做出营销策略前对客户有充分的了解，要知道自己的客户看重的是什么，需要的是什么，努力发掘合作的广阔天地，同时要细心观察，见所未见，想人所未想，捕捉蕴藏在事物背后的新商机。所谓“新”，就是要创新服务方式，营销不能停留在传统的习惯思维和做法上，要将新的营销理念和服务方式有机地结合起来，最大限度地满足客户日益提升的服务需求。如今客户已不再满足于简单的存取款业务了，为此，去年我们重点向企业营销了企业网银和代发工资，不仅让企业体验了足不出户的便捷服务，也节约了企业的财务成本，同时也让企业员工享受到我行丰收卡跨行取款免手续费等多种优惠，真正实现银企互惠互利、合作共赢。



肖国海 ——
功成由勤 业精于勤

心有多大 舞台就有多大

The World Is Your Oyster If
You Wanted It To Be.

—— 盛丽丹



“十佳团队长”

获得“十佳团队长”的这一殊荣，对我这个业务新人来说是莫大的鼓励与荣幸。初到越州支行，面对较为复杂的营销区域与较为激烈的同业竞争，在拓展新业务时，我首先是牢牢把握我行零售银行的定位方向，将“做小做散”作为开拓业务的主旨，通过积极联系区域内政府及局办单位，参加政府组织的金融对接会，以及优质小企业客户圈推荐等方式，对有资金需求的小企业开展积极主动的营销。

同时，重视政府集团客户等财政性存款的组织，积极与财办人员联系，积极关注其大额资金的流动情况，由于其流动存款大多以活期形式存放账户，可以为我行吸纳较多的低成本存款。对于管户企业，积极做好公私业务联动营销工作，在对客户及其员工产品零售化情况进行摸排后，将原有优质客户做透做深，与企业开展公司业务的同时挖掘潜在的零售业务，尤其是代发工资等覆盖面较广的零售业务，提高企业与我行之

间的粘着度。去年，越州支行创新试点白领信用贷款，我们团队对市区的医院、学校、政府机关、事业团体等进行积极走访营销，与众多大单位签订了合作意向，不仅带动了个贷业务的发展，也为客户集聚打下良好基础。当然，业务的发展离不开团队成员的配合，为此，我会利用晨会等，与团队成员有效沟通，理清思路，齐心协力完成总行下达的各项任务指标。

踏实做人 务实工作

王可伟



进入瑞丰银行快 10 年了，在营销岗位上也有 5 年的时间。近几年由于经济形势的不断变化，业务拓展的压力也越来越大。如何在业务拓展这场没有硝烟的战争中占领自己的一席之地，找到营销的切入点，真正去理解营销的涵义很重要。如今的营销可以说是一个做到老学到老的过程，作为一个营销人员要时刻跟着形势的变化而不断改变营销策略，但是不管外部环境如何变化，务实是很重要的一点。客户的积累是需要一步一个脚印的，在我看来没有什么捷径可走，需要我们不断的走访你所管辖的区域，深入地去了解客户的需求，真诚地去面对你的客户，实实在在地帮他们去解决一些问题。客户的喜好、性格是多种多样的，在和客户的接触当中，我们也要把握好分寸，该近的时候近，该远的时候也要保持适当距离，守好客户经理应有的职业操守。

如果说经济形势变化所产生的信贷风险是天灾的话，那么我们在营销的过程中也要保持良好的心态。遇到挫折与困难时，与其不满和抱怨，不如积极乐观地去面对，或许成功就在不远处。





「宋晖」

大家都说 “No 作 No Die”，但是我有时候会 “作”。对待工作就像对待自己的身体，太安逸而缺少锻炼的生活会使自己的身体慢慢发福，体能下降，疾病增多。太稳定而不试图改变的工作会慢慢变得枯燥，斗志下降，抱怨增多。所以，我宁愿适时地 “作”，不断去尝试，勇于去创新，努力找寻业务发展新增长点。

我们团队本有稳定的按揭贷款业务来源，但是我 “作” 了，跑去村里，摸排情况，仔细调查，为村里新建好房的村民发放 30 万元以下的信用贷款用于装修。总行 “白领贷” 政策一下达，我和团队成员立马跑去与辖内政府机关、事业单位签订合同，开宣传会，发信用证，忙得热火朝天，发起个贷业务小冲刺。

No “作” No Chance

当然，在拓展业务上能 “作” 能 “折腾” 是好事，在风险把控上却是丝毫马虎不得的，我会及时督促团队落实贷后检查工作，对客户的资金流动情况进行跟踪，确保资金的真实用途，定期及不定期对团队内的授信放款资料进行检查，及时将资料归档并上交集中保管。

金融行业日新月异，挑战永远都在路上，我坚信的是 “No ‘作’ No Chance”，保持一颗向上的心，努力拼搏，才能不负青春。

经验分享 心得交流

——优秀客户经理的一次真诚告白

“路漫漫其修远兮，吾将上下而求索”。任何一份工作，任何一个岗位，都是一门学问和一场战役，如何提高自己的工作效率，提升自己战斗力，突破种种困难的束缚，改变以往不利的局面，最终化茧成蝶，成为学习的榜样。本期让我们走近一部分客户经理，听听他们的工作告白。

本刊编辑：沈帅帅



徐琳燕——柯桥支行理财客户经理

在担任理财经理一年的工作中,我总结出来了四个字,那就是“诚、勤、细、新”。

“诚”，就是要讲

诚信。诚信是与客户相互沟通的桥梁,在与客户打交道时只有真诚相待,言行一致,急客户所急,想客户所想,才能赢得客户的一份信赖,换取客户的一份诚心。



“细”，就是要细致

入微。工作从细微处入手,在做营销前对客户有充分的了解,要知道自己的客户看重的是什么,需要的是什么,捕捉蕴藏在事物背后的营销机会。

“勤”，就是要勤谈、

勤跑。只有与客户进行经常性的沟通与交流,了解客户的动向,知晓客户的所思所欲,才能及时调整营销策略,努力促成产品营销。

“新”，就是要创新

服务方式。营销不能停留在传统的习惯思维和做法上,要将新的营销理念和服务方式有机地结合起来,最大限度地满足客户日益提高的服务需求。

以信心耐得寂寞,
以恒心耐得苦寒,
以诚心换得真心,
不断赢得客户的信任和尊重。



倪国伟——安昌支行理财客户经理

理财,一个曾经离百姓很远的一个词汇,现今已经飞入了寻常百姓家。越来越多的人都正在用自己的方式创造并享受着财富,你不理财,财不理你,已经成为共识。而将最适合的理财产品推介给最适合的客户就是我的工作。

理财之道在于积累,工作之道在于累积,作为一名理财客户经理,帮助客户做好理财咨询和

服务是我的职责。而要做好这份工作,帮助客户积累好财富,则要求自己先累积好理财的能力。对于我而言,提供好理财服务的关键在于用心,用心学习、用心积累,通过不断的探索实践摸索出自己的一套方法,点滴细节累积起来就是成功。

我们要坚定一个信念,就是“我们的产品永远是最好的”,有了这个信念才能非常自信地去销

售每一个产品。要学会合理运用我们的一系列产品,包括各种基金产品和投资黄金产品。我们在销售过程中不可能是一帆风顺的,所以需要合理运用各种产品去打动客户,通过自身的努力必会使客户接受至少一款产品。

66

轻纺城支行以轻纺市场为主要发展基业，而轻纺市场内激烈的同业竞争，以及纺织行业相较往年的不景气，都使得营销工作变得更具挑战性。面对充满挑战与压力的工作环境，我始终坚持为客户提供最优质金融服务这一工作宗旨。

想客户所想，急客户所急，在保证工作质量的前提下，尽一切努力满足客户的需求，使客户始终意识到选择瑞丰，选择我，是他们做出的正确选择。在做好客户服务的同时，我改变了以往等客户上门的工作习惯，而是主动出击，对市场内客户开展走访活动，主动推介，主动营销。在做好工作的同时，也注意维护好家庭和谐，和谐的家庭关系，成为我工作上的坚强后盾，使我始终能够保持良好的心态和高效的工作状态。



陈旭巍——
轻纺城支行小贷客户经理



99

慎

总结自己的工作思路，其实也就是两个字，一个是“勤”，还有一个是“慎”。我并不是一个天赋很高的人，甚至一开始，在人际交往上是偏向于内向的一类。但我相信，任何人之间的交往都是建立在真诚、互信基础上，所以我尽可能地去了解自己的客户以及和他有关联的客户，我一有时间就去企业了解情况，根据不同的客户来制定不同的方案以满足客户的需求。客户相信我，自然也会把自己朋友的业务介绍给我。

古人云，君子之交淡如水。和客户打交道、办业务一定要有自己的底线。对于客户提出的要求要谨慎，对于自己办理的业务要谨慎，对于自己维护的相关信贷企业的风险情况更加要谨慎。很多时候要进退有度，明白自己的定位。



孙吉明——
华舍支行公司客户经理





戴文琴——
陶堰支行社区客户经理
 CUSTOMER
 MANAGER

2013 年我们支行的 11 个乡村服务点小额取款有效率为 0%，这与总行要求的 70% 相距甚远，身为社区客户经理的我看着这样的数字，面对这样的背景，我决心通过努力，改变这样的情况。

我沉下心开始对 11 个乡村服务点进行了逐一走访，摸排和了解了各个村的实际情况。通过定期走访，我与乡村服务点的工作人员交上了朋友，在与他们交流过程中了解到，他们对为老百姓取钱一事心存顾虑，我耐心地为他们分析利弊，排除了他们的后顾之忧，并努力向他们宣传普惠金融给群众带来的便利和实惠，使他们明白自身岗位的重要性。同时，我在不断走访农户的过程中也大力宣传乡村服务点的功能，让广大农户看到了服务点能带给他们的便利和实惠。

真诚交往赢得信赖，用心付出赢得忠诚，2014 年我们支行终于在全年乡村服务点考核中实现了 100% 的有效率。



张林——
富盛支行社区客户经理

2014 年我成为了一名社区客户经理，刚开始时，我觉得客户经理工作很累、很烦琐，责任也比较重大。但是，慢慢地，我变得成熟起来，我的工作和职责也变得清晰、明朗了起来。

我明白要做好社区工作就要维护好我行和农村的关系，因此我时常到附近各个乡村与当地村民进行感情交流，我热情和耐心地为村民介绍我们的产品，解答他们在金融上的疑问和困惑，帮助他们解决当下的一些融资难题等等。通过不断深入基层深入群众，我的沟通能力和营销技巧也得到了很大提高，让我受益良多。今后，我将更有信心、更加努力、积极进取、精益求精地完成工作，作出更大的贡献。



书香瑞丰

编者按：在一个风和日丽的日子里，阳光洒满整个房间，一帮好书友三五成群，围坐在一起，一边享受着午后阳光带来的温暖，一边享受着书中风景带来的新鲜气息，思维的火花在空气中互相激烈碰撞，一个看似慵懒的午后忽然变得不那么安分，让人兴奋不已。

瑞丰读书俱乐部——“书香瑞丰”就是在这样美好的日子中成长起来的，它是一个充实而又快乐的集体，成员来自不同的部门、不同的支行、不同的专业，但大家因为同一个爱好相聚在一起，各自抒发着对于书籍、生活、工作、人生的种种感想和见解。

本刊编辑：嵇伟娜

读书妙处无穷， 书香熏染人生

文：风险管理部 郭杰



是有多久没再拿起一本书慢慢品读？是有多久没和友人一起闲坐谈古论今？尽管在电脑、手机或者其他电子设备上，可以直接阅读各类书籍，但我们大多数还是更倾向于拿着一本纸质书籍，嗅着书香，享受着沙沙的翻页声，感受着它的厚重。秉承着这样一种思路，书香瑞丰围绕“解读历史的视角”和“生活中的经济学”这两个主题，主办了两场分享会，大家纷纷畅所欲言。

书香瑞丰之解读历史的视角

历史有正史、野史等，无论是什么性质的历史，都有其解读的视角。该期活动主推两本影响较大但视角不同的书籍，一本是黄仁宇的《万历十五年》，一本是吴思的《潜规则：中国历史中的真实游戏》。

活动中，结合《万历十五年》、《潜规则：中国历史中的真实游戏》以及《明朝那些事儿》等书籍，书友从不同视角对万历皇帝、张居正、海瑞等历史人物进行了解读，重点讨论了万历皇帝为什么会怠政、张居正的历史地位和作用、海瑞的行为动机和效果等。谈古论今、仁者见仁、智者见智，大家纷纷表示读书最关键的不是读了

多少，而是思考了多少；读书不仅需要输入，更需要输出，特别是在和书友之间进行输入、输出即交流的过程中，会有不一样的体会，并可加深对书籍的理解。

一本不厚的《万历十五年》，黄仁宇先生用了整整7年时间，正是因为这种严谨的治学态度、坚持不懈的精神，才有可能写出如此精彩、有影响力的名著。做银行亦如著书，我行自1987年绍兴县信用合作联社成立以来，经过近30载的发展，始终坚持“服务三农，支持中小”，精耕细作，才有可能成为业界有口皆碑的“标杆银行”。

书香瑞丰之生活中的经济学

生活中有许多常见的小事，大到央行的货币政策对我们普通老百姓有什么影响，小到为什么尺码不同的服装有一样的售价，从品味生活的角度来解析，不失为一种乐趣。该期活动主推了六本书：《王二的经济学故事》（郭凯）、《牛奶可乐经济学》（弗兰克）、《经济学是什么》（梁小民）、《魔鬼经济学》（列维特）、《生活中的经济学》（茅于軾）、《卖桔者言》（张五常）。

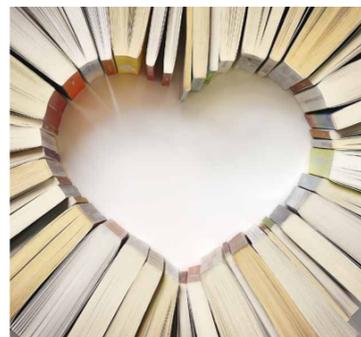
活动中主要阅读了《王二的经济学故事》、《牛奶可乐经济学》和《经济学是什么》这三本书籍。第一本书重点探讨货币政策等方面的大因素可能如何作用于我们的日常生活。作者均以王二的小故事浅进，然后深入分析其背后的原理，书友们在讨论时，讲到了阿里巴巴的上市，深入思考了采取怎样的方法才能解决火车票一票难求的局面等。第二本书则是以我们身边的小事入手，书友纷纷表示该书非常贴近生活，其分析视角之独特让人陶醉，既有牛奶味的也有可乐味的，着实受益匪浅。第三本书则是一本经济类入门书籍，提炼了前两本书中涉及的经济概念，并辅之以通俗易懂的解释和例证，藉此书友们可以补充和完善生活中对经济学的解读、分析框架。

66

书友寄语：

吴光伟： 我总想读书人是世间的幸福人，他不仅拥有现实世界，还拥有更为浩瀚也更为丰富的精神世界。在一个普通的凌晨四点半，哈佛图书馆内已经坐满了静静看书的哈佛学子。身为瑞丰人，在互联网金融时代，更应该努力去读书、多读书、会读书。通过阅读，我们无形间获得了超越有限生命的无限可能性。书香瑞丰这样一个小小的平台应运而生，一来可以定期分享一些好书，二来可以借不同人的视角，把书读慢读透彻。“问渠哪得清如许，为有源头活水来。”我的“源头活水”就是书，让我们一起“以书为友，以书会友”吧！

朱国苗： 读书之裨益，古人早有洞见，文人雅士更视书为知己，常有囊萤映雪、负薪挂角之志。放眼当代，时局之势云谲波诡，唯读书之益亘古不变，或启迪智慧、指点人生，或笃守信念、坚定理想。昔日董事长常荐好书于我曹，今总理盛会亦殷切引导，故余惟愿各书友常开经典之卷、美质之卷，让心灵常沐书墨之香，方可无论人生顺逆，皆坦然也！



宁怡然： 读书是人生永恒的主题，书籍是人生最亲切的伴侣和最珍贵的精神食粮。爱书、品书、藏书、荐书……一切与书的因缘构成书香瑞丰里最为独特的风景。“大浪淘沙聚诤友，高山流水会知音”。多读书，会读书，读好书，愿与诸君在新的一年里每天有书香相伴，一路与幸福同行！

冯卓毅： 彭坦《南方》里唱道，总是忆起不少事，也不知何时再会忆起。回忆有时着实酸涩且永不回归，但该忆起的决不落下。年轻时，我为自己憧憬未来，想来大多梦想皆一一实现，可算是圆梦，而这一切都与书籍带给我的智慧有关。2015年，让我们在书籍的海洋里一起做瑞丰的“梦想家”吧。

99

秩序之美

ORDERING DISORDER BEAUTY OF ORDER

文：柯岩支行 施慧薇



我喜欢一切空旷而简约的物质和景象，比如沙漠，比如海洋，比如高空下的平原。我喜欢观察和欣赏整齐划一的动物和社会行为，蚂蚁合作搬食物，红灯前排成长龙的汽车，阅兵式上壮观的方阵。作为一个理工科学生，我更喜欢标准而严苛的工程图学零件图，更喜欢规则下一行行代码编译出的强大和惊喜。所有这些推动世界前进和演化的力量都来自规则和秩序。

俗话说：“没有规矩，不成方圆。”你无法想象没有规则的世界如何运行。规则是一种约束，反之也是发展和自由的源动力。你可能都无法想象，没有作用力的万物和宇宙，会是怎样的混沌；没有秩序和规则的社会，会怎样混乱。

而如今，规则和秩序又被赋予了更多的意义，在现代文明发展时期，更强的秩序约束力也是更高文明程度的象征。在欧洲，无论是阿姆斯特丹的道路街头，还是斯德哥尔摩的博物

馆，亦或是巴黎戴高乐机场，无论是车队，亦或是人流，所到之处皆是秩序井然，而同时人们也享受着遵守秩序带来的良好生活环境。

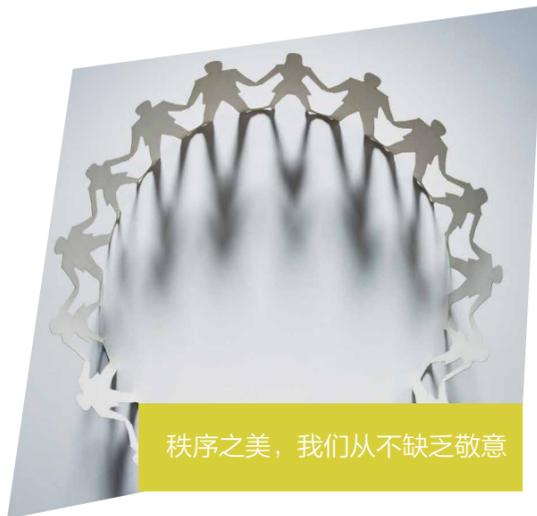
康德说：世界上唯有两样东西让我们深深感动，一是我们头顶灿烂的星空，一是我们内心崇高的道德律。在我看来，制度和规则本身是一种外在约束力，而秩序所产生的自我约束力才是强大而持久的，这种约束力在我看来也是内心道德律的一种体现。秩序是约定俗成根植于心的行为规范，它是和谐的基石，而秩序观念的培养更是需要长期的养成教育和强有力地制度约束才能逐渐实现。

之于社会大家庭是如此，之于企业更是如此。树立秩序性和培养执行力是企业与员工互动的良好平衡点。一方面企业需要制定强有力和完善的制度对员工进行长期的约束和养成教育，另一方面员工要深谙遵守秩序的重要性并且养成良好的

NO RULES, NO RADIUS



66



秩序之美，我们从不缺乏敬意

自我约束力。树立企业品牌和影响力需要两方面互相配合及所有人的共同努力。对于企业而言，建立一以贯之的制度，树立一个共同目标非常重要。如果一个人同时戴两块手表，可能会觉得不适应，因为他不知道该相信哪一块手表；如果在一个企业里出现两种不同的标准，则必将让员工无所适从。因此建立统一的标准是秩序性建立的基础。

对于员工而言，事业成功的根本动因是热爱，爱岗敬业不是口耳相传的呼吁，而是深入骨髓的企业基因。秩序性的贯彻落实是爱岗敬业的重要表现之一。柏格森说：“秩序是主客观之间的一致，是在事物中发现自我的精神。”因此员工的自我要得以最大化实现，最好的途径便是在秩序中生存。尊重秩序，遵守秩序，当每一个员工的目标与企业目标一致，所有人的力量和价值就能得到最大体现。秩序的力量是伟大的，如同阅兵方阵的恢弘盛大，每一个小个体因为保持



ORDERING DISORDER
BEAUTY OF ORDER

高度一致性才得以入选，得以共同展现出这样浩荡的场景。每一个职业人在自己的团队和企业中，保持团队秩序的一贯性和自我约束力，才能逐渐体会出企业秩序的精髓，在秩序下发现自我的精神和价值。遵守秩序并不是抛却自我，而是寻找自我与外在环境的一致性和平衡点，让自我在秩序的约束下散发更深邃的光芒。

秩序是一面中性的、没有色彩的镜子，正是因为人的努力让它变得有血肉，有感情。同事间的相互协作，互谦互让让企业在秩序下更

加富有人情味；陌生人之间的公平和礼让让生活下变得温暖而热忱。秩序之美是尚礼之风的洗礼，是兢兢业业的付出，是高贵久远的文明。

泰坦尼克号沉没的顷刻，妇女和孩子排着生命的长队通往心中的诺亚方舟，绅士和船员们伫立在甲板，生命在天平上被文明征服。自然可以摧残我们的肉体，秩序和文明却让我们昂起高贵的头颅。

秩序之美，我们从不缺乏敬意。



又见荀子

文：总行营业部 张涯

《劝学》，论学习之文也，以为何学，以何学，学之态贯通全文。旁征博引，娓娓道来，为荀子大家之作也。

《劝学》以浅显贴切之喻明深奥难懂之理，形象生动，此乃其脍炙人口传诵不衰之由也。如以“青，取之于蓝，而青于蓝”，“冰，水为之，而寒于水”“木受绳则直”，“金就砺则利”之喻，达“学不可以已”之理，生动鲜明，启人深思，使人欣欣然受其道也。再者，其喻式之多变，正反喻皆有之。以“积土成山，风雨兴焉；积水成渊，蛟龙生焉；积善成德，而神明自得，圣心备焉。”“不积跬步，无以至千里；不积小流，无以成江海。骐骥一跃，不能十步；弩马十驾，功在不舍”便晓以一二。短句排比，正反对比，比比皆是。以“锲而舍之，朽木不折；锲而不舍，金石可镂”之对比，道学而不舍之重。对比鲜明之势，反衬强烈之感，皆增说理之分量也。全文行文简洁，警句迭出，久读不厌，琅琅上口。

至于理也，每每读之，皆有新悟也。

一 为学不可以已也。书山有路勤为径，学海无涯苦作舟。学之无尽也，世界之大，事物之多，宇宙之多变也。人之于天地，犹如草木之于大山。人在于天地之间，犹蜉蝣寄居于天地也，其所知也，渺然沧海之一粟也。闻道百，以为莫若己，学习戛然而止，素不知物，量无穷，时无止，其所得也为天地之一毫，终见笑于大方之家也。

二 为学之法也。夫学，必正其心，精其法，学而不怠。荀子曰：君子生非异也，善假于物也。学也，虽在

乎其心，法亦为重也。学之法也，有提效之功，节时之用也。甚者，借前人之力，助今之大事也。其善法，实有事半功倍之效，然则徒费其神也。今之学者，终日茫然，而不达所望，此盖法之不当也。故善假于物者，以他人之长补己之短，事半功倍矣。

三 为为何学也。今之学者，其于学也，非发至心，修其身，善其德，多为金榜题名名扬四海，亦或汲汲于富贵。此本末倒置焉。学也，入乎耳，着乎心，以修身养性贯之。然则以追名利之心而学，必将流于表，心无所感，岂不悲哉！莘莘学子戚戚于贫贱，汲汲于富贵，不慕荣利者甚少。皆假于所学登恩科，求名利，全然忘乎学之本也。

四 为贵乎恒也。学也，贵乎恒，孜孜不倦，学而不怠。铁棒成针，水滴石穿，皆明坚持之真谛也。古之圣人，坚持不懈，激流勇进者，比比皆是。文王拘而演周易；孔子厄而作春秋，屈原放逐，乃赋离骚；左丘失明，厥有国语。孙子膑脚，兵法修列。不韦迁蜀，世传吕览。韩非囚秦，说难孤愤。江海不拒细流方能成其深，泰山不拒抔土方能成其大。浅尝辄止，不明其理，不可取也。夫学之道也，循序渐进，不可急于求成，一点一滴，积少成多，遂有所成也。人之学也，或燥则退，或急则蹶，此两者，皆为学之大忌矣。

《劝学》字句长短不一，形式多变，铺陈扬厉，说理精辟，言之有据，简而有力，无愧于“诸子大成”之美称也。

能力以外的职场素养

WORKPLACE LITERACY

本刊编辑：潘璐越



现今，企业用人已不再局限于传统的学历和文凭等硬实力的比拼，而是更人生化、个性化的“软实力”的较量。职场软实力中，人品与素养依然是企业用人的重要标准。你的人品是需要大家通过与你共事看出来的，是一个长期积累的过程，所以，在单位里，在行业内，树立良好的形象至关重要。

当然，一个好的职场人不是指长袖善舞、八面玲珑，而是一定要学会承担责任，不去做有害他人和组织事情。工作中，有能力的你是桀骜不驯还是顺应潮流，其实取决于你对规则的理解和敬意。这些规则，与能力无关，但对一个人的成功却起着至关重要的作用。

不讲上级坏话

同事之间既有合作也有竞争，当你有牢骚要发或想讲上级坏话时，千万不要当着你的同事的面，即便这是你的“铁哥们”。也许在你逞口舌之快时，你的坏话已传到上级耳朵里，甚至已被加工渲染，这会让你非常被动。

把事做好把人做好

从进入职场开始，就要把塑造自己的品牌作为一项重要的事来做。而把事做好是基本的，同时也要把人做好。把人做好更是一个人品塑造的重要条件，你在职场上的声誉会决定职场的长度和宽度。

尊敬和服从上级

职场之所以会有上下级，是为了保证团队工作的开展。上级掌握了一定的资源和权力，考虑问题是从团队角度考虑而难以兼顾到个体。尊敬和服从上级是确保团队完成目标的重要条件。员工不站在团队的高度来思考问题，只站在自己的角度去找上级的麻烦甚至恃才傲物，这样的员工很难生存更谈不上走得好远。

及时和上级沟通

如果你的工作不能达到上级的要求，一定要及时和上级沟通，要让他知道你的进度和方向。在实际工作中，有的工作需要一定的时间来保证。可能在一定时期内你的工作还没有让别人看到显著成绩，这时不要和你的上级距离太远，要创造条件去和他沟通，要让他知道你的进度计划和要取得的成绩。你这样做了，上级不会责备你，他还会利用所掌握的资源给你帮助，让你提前取得业绩。有的职场新手甚至老手容易犯的错误却是，越是没有成绩越是不愿去找上级沟通，认为自己没有面子，对上级采取敬而远之的态度。其实在每次的淘汰名单中，并不全是业绩最差的人，但不会主动找上级沟通的人却会占很大比例。

学会换位思考

对于团队依照程序所做出的决定如果认为不合理，要通过正常的途径与方式去反馈，并给上级留出时间，同时要执行决定。一个团队的决定有可能是对的，也有可能不太合理。但决定具备一定的权威性和强制力，也是保障一个团队正常运转的必要条件，是从大局和整体的角度出发的。员工先换位思考，如果对团队的利益有保障就要服从。如果有不尽完善的地方，要选择正常的程序和方式提出建议等待回复，只要决定没有触犯法规，员工应该无条件服从。

切忌煽动同事

切忌煽动同事与团队对抗，一个正常运转的团队都会对带头闹事的人“杀无赦”。职场中受委屈甚至不公平的事情都是正常的，员工可以选择合适的方式提出，也可以选择到执法部门寻求帮助。但是采取煽动闹事的方式解决问题，往往把自己推到一

个更加不利的境地，因为这种方式是团队是绝对不能容忍的。结果问题没有解决，自己还被辞退。

不要使用小手腕

如果你不能为一个团队创造一定的价值，起码不要成为制造麻烦的因素。团队里成员形形色色、性格各异，有的员工就是喜欢用小手腕制造麻烦、造谣惑众来达到一些目的。其实，一个人的为人和能力在团队成员的长期合作中，大家都会有所判断。小手腕能让一个人得到短期利益，但长远却很难立足。所以，要想在组织里长期生存下去，大智慧是必要的。

临时工作及时反馈

对于上级安排的临时性工作，一定要及时反馈。有时上级会安排临时性的工作给你，这些工作可能非常紧急，上级会要求随时反馈完成期限，这也是让上级增进对你信任度的机会。一个不会及时反馈的员工，他的工作能力与态度必然会遭到上级的质疑。

成就上级成就自己

职场上快速发展的人无疑都是善于和上级合作的，他们在做好份内事的同时，会积极帮助上级分担工作排忧解难。上级也会把更多的锻炼机会提供给他们，把自己的真经传授给他们。他们会逐步熟悉上级的工作内容和技巧，而这些都是一个人得到快速发展的重要条件。当上级进一步提升时，他首先会把升迁的机会推荐给他们。成就上级从而成就自己绝对是一条重要的原则。当你在为上级偏心而抱怨时，是否该认真反思一下自己遵循了这个原则。机会真的不会从天而降的，更多时候要靠自己去争取。





职场手机礼仪

本刊编辑：潘璐越

无论是在社交场所还是工作场合，放肆地使用手机已经成为礼仪的最大威胁之一，手机礼仪越来越受到关注。在国外，如澳大利亚电讯的各营业厅就采取了向顾客提供“手机礼节”宣传册的方式来宣传手机礼仪。那么，在使用手机的时候应该注意些什么？



手机的放置

在一切公共场合，手机在没有使用时，都要放在合乎礼仪的常规位置。不要在并没使用的时候放在手里或是挂在上衣口袋外。放手机的常规位置有：一是随身携带的公文包里，这种位置最正规；二是上衣的内袋里，也可以放在不起眼的地方，如手边、背后、手袋里，但不要放在桌子上，特别是不要对着对面正在聊天的客户。女士则要注意，手机就算再好看和小巧，也别把它挂在脖子上。



必要时关掉手机

在会议中和别人洽谈的时候，最好的方式还是把手机关掉，起码也要调到震动状态，这样既显示出对别人的尊重，又不会打断发话者的思路。在餐桌上，关掉手机或是把手机调到震动状态也是必要的。避免正吃到兴头上的时候，被一阵烦人的铃声打断。



手机的使用 要注意场合

注意手机使用礼仪的人，不会在公共场合或座机电话接听中、开车中、飞机上、剧场里、图书馆和医院里接打电话。公共场合特别是楼梯、电梯、路口、人行道等地方，不可以旁若无人地使用手机，应该把自己的声音尽可能地压低一下，而绝不能大声说话。

在一些场合，比如在图书馆或在剧院打手机是极其不合适的，如果非得回话，采用静音的方式发送手机短信是比较适合的。



打手机前要考虑 对方是否方便

给对方打手机时，尤其当知道对方是身居要职的忙人时，首先想到的是，这个时间他（她）方便接听吗？并且要有对方不方便接听的准备。在给对方打手机时，注意从听筒里听到的回音来鉴别对方所处的环境。如果很静，应想到对方在会议上，有时大的会场能感到一种空阔的回声，当听到噪音时对方就很可能在室外，开车时的隆隆声也是可以听出来的。有了初步的鉴别，对能否顺利通话就有了准备。

但不论在什么情况下，是否通话还是由对方来定为好，所以“现在通话方便吗？”通常是拨打手机的第一句问话。



能打座机就不打手机

在没有事先约定和不熟悉对方的前提下，我们很难知道对方什么时候方便接听电话。所以，在有其他联络方式时，还是尽量不打对方手机好些。由于手机话费相对较高，而且通讯属于个人私事和个人秘密，因此，联系不熟悉的人时可先拨打其办公室座机，有急事需拨打手机时则应注意讲话言简意赅。如果需要长时间通话，应主动询问对方是否需要拨打其座机电话。



工作期间不要用搞笑彩铃

手机在职场上起着举足轻重的作用，但有的人往往忽略手机的使用礼仪，这主要体现在手机不分场合地响起铃声以及在与交谈中频频接打电话。此外，不恰当的铃声设置和彩铃也会令你失礼于人。公务员、公司管理人员等由于岗位性质的需要，应该以稳重的形象示人。因此，在工作场合中，如果响起“爸爸，接电话”、“汪、汪”这样的手机铃声不仅会显得很严肃，而且与自身身份不符。

同样，在工作期间，如果有人拨打手机联系公事时，却听到“我就不接电话呀，我就不接电话，别人的电话我都接，我就不接你电话。”这样的搞笑彩铃也是会令人反感的。



收发短信的注意事项

不要在别人能注视到你的时候查看短信。一边和别人说话，一边查看手机短信，是对别人不尊重的表现。在短信的内容选择和编辑上，应该和通话文明一样重视。因为通过你发的短信，意味着你赞同至少不否认短信的内容，也同时反映了你的品味和水平。

所以不要编辑或转发不健康的短信，特别是一些带有讽刺他人的短信，更不应该转发。

晒娃大赛
开始了

瞧！ 这一家子



配置：宝宝照一张
家长寄语+家长照一张



亲爱的同事们，不知从何时起，朋友圈里晒自拍的、秀恩爱的渐渐退出，取而代之刮起一股一股晒娃风。于是，新一届瑞丰银行晒娃大赛开始了。家里放着一萌娃，谁不想晒晒啊！还等什么，欢迎来稿，发工作沟通即可！这一期选送了6个家庭，瞧这一家子，大家来看看像不像？！

本刊编辑：何少君 徐丹岗



宝宝：钱晨溢 出生年月：2010年10月12日



妈妈：章鲁萍 计划财务部

亲爱的宝贝，当你呱呱坠地来到这个五彩缤纷的世界时，妈妈第一句问爸爸的是“小家伙，小胳膊、小腿都健全吧。”其实，爸爸和妈妈、爷爷和奶奶最最关注和在乎就是你健健康康、平平安安、快快乐乐的成长。大家都说“不能让孩子输在起跑线上”，但爸爸和妈妈理解的是，人生没起跑线，只希望你能在人生的道路上承担起一个从男孩到男人应该承担的责任。成为一个健康、活泼、诚实、勇敢、担当的男子汉。



爸爸：谢奇 信息科技部
妈妈：盛鸿燕 杨汛桥支行

阳光无处不在，我们对小宝的爱也是无处不在的，希望小宝开心每一天！



宝贝：谢逸宸 出生年月：2013年4月16日



宝宝：朱芷涵（小名一一）
出生年月：2011年7月1日



妈妈：马海燕 公司银行部

一一，现在的你是一个美丽童话的开始，以后的故事不一定包罗万象，但一定美不胜收。我们希望你永远快乐、健康、善良！



宝宝：吴文楷（小名左左，男） 潘文歆（小名右右，女）
出生年月：2014年5月2日



妈妈：潘卓君 社区银行部

宝贝们，爸爸妈妈希望你们能健健康康、快快乐乐做个平凡人，勇敢尝试各种新奇事物，不要胆怯、不要害怕，爸爸妈妈会一直陪伴你们，一起战胜困难和挑战。



妈妈：黄雯雯 新城支行

勇敢宝贝，从当初红扑扑的小肉团子到现在即将学步的小小男子汉，你的每一次进步都让我回味无穷。谢谢你，在我笨手笨脚成为妈妈的路上那么无条件的接纳我并且喜欢我的一切，让我对生活有了另一种感悟。勇宝宝，拥有你，就是拥有世上最好的爱！



宝宝：吴延彬 出生年月：2014年3月21日



妈妈：许娜 信息科技部

感谢你带给我的那些感动和欣喜，让我对人生有了新的理解和勇往直前的力量。我会陪你一起慢慢成长，永远爱你。



宝宝：夏诺一 出生年月：2014年11月28日

全民体验 瑞丰送礼

2015年4月10日-6月30日

一季度支行综合业绩排名前三名



人民币理财 | 贵金属 | 基金 | 保险 | 第三方存管 | 保管箱

活动内容:

1、客户产品体验有礼

活动期间，个人客户办理我行指定产品三种及以上的，且产品种类最少包括二个产品类别的，奖励食用油一瓶。

2、客户资产增长有礼

获得客户产品体验奖励的客户，活动期内账户任一单月月均存款保持在10000元及以上的，再奖励食用油一瓶。

具体产品类型如下:

渠道类产品：贷记卡、网银、手机银行、微信银行、支付宝卡通、POS机；

生活类产品：代收付业务（代理水费、代理电费、代理燃气费、代理电信费、代理有线电视费、代理一户通等，办理任一产品即认可为已办理代收付业务）、三方存管业务、保管箱业务；

理财类产品：理财、基金、贵金属、保险。

有关说明：客户产品体验有礼项目，礼品数量有限，先办先得。