



# 百年紹合

HUNDRED YEARS OF SCCB  
| 2010年 第五期 |

## 冬之蘊華·合創未來

### 攬動態

党委书记、董事长俞俊海深入支行调研指导  
我行首家标准网点钱清支行开业

### 大視野

企业文化回音壁  
百话“业务技术”

### 精英社區

营销之星——“星”语录  
拒做职场橡皮人  
学着像杜拉拉一样成功

文艺栖息地  
转念  
读女儿教科书所想到的

真情相伴 合力成长



地址:浙江省绍兴县金柯桥大道1418号  
客服热线:400-88-96596  
网址:www.zjxcrcb.com 邮编:312030



# 丰收卡 支付宝卡通业务

让网购更简单



主编：章伟东

责任编辑：秦晓君 丁晓闻

编辑：王永 何仲凯 冯新红 钱利琴

肖纯 潘卓君 潘鹤越 周萍 何少君

本刊截稿日期：2010年10月15日

主办：战略企划部

电话：84788392 84788346

投稿邮箱：bainianshaohe@163.com

## 1 攪動態

### 要聞速遞

- 01 > 党委书记、董事长俞俊海深入支行调研指导
- 01 > 我行开展内控合规建设大检查
- 02 > 我行举办“职业道德与内控合规”专题培训
- 03 > 我行首家标准网点钱清支行开业
- 03 > 我行举办客户经理培训班
- 04 > 我行召开企业文化建设座谈会
- 04 > 我行召开十月份工作例会

## 2 大視野

### 特別報道

- 05-10 > 企业文化回音壁

### 非常關注

- 11-16 > 百话“业务技术”

## 3 精英社區

### 精英故事

- 17-20 > 营销之星——“星”语录

### 百家爭鳴

- 21-22 > 加息周期来临，教你合理调整存款

- 23-26 > 当前宏观经济背景下的债券市场分析

- 27-28 > 低碳经济：金融业的历史性机遇

- 29-32 > 贷记卡营销之我见

### 職場人生

- 33-34 > 工作，并快乐着

- 35-36 > 拒做职场橡皮人

- 37-38 > 学着像杜拉拉一样成功

## 4 文藝栖息地

### 休閒驛站

- 39-42 > 一场趣味十足的运动会

### 品味生活

- 43-44 > 转念

- 45-46 > 读女儿教科书所想到的

## 5 風雲榜

- 47-50 > 支行第三季度业绩排行榜

存款业务排行榜

贷款业务排行榜

经济效益排行榜

资产质量排行榜

中间业务排行榜

三季度支行存款擂主赛



## 党委书记、董事长俞俊海 深入支行调研指导

9月27日至28日，党委书记、董事长俞俊海带领副行长章伟东和有关业务部门负责人，对越州总部、齐贤支行、钱清支行、柯桥支行、轻纺城支行等进行调研。每到一处都召开由支行行长及部分团队长参加的座谈会，全面、深入了解当前业务开展情况、总行政策传达落实情况以及支行在经营管理中碰到的困难等。

俞董事长在调研时指出，面对当前业务发展现状，我们务必冷静思考，沉着应对。一是要树立长远发展的理念；二是要明确目标客户的定位；三是要推进机构网点的转型；四是要发挥团队协作的精神。

## 我行开展内控合规 建设大检查

为切实推进“内控与合规建设年”活动，进一步增强全行内控与合规意识。9月9日至20日，我行组成10个检查组，在全行范围内开展了一次内控合规建设大检查，全面评估各支行信贷业务、财务会计、制度执行等方面现状，查找内控建设中的薄弱环节，并督促整改落实。

本次大检查在传统检查手段的基础上进行了大胆创新，体现出以下三个特点：一是现场检查与非现场检查相结合；二是内部检查与外部延伸相结合；三是严肃纪律与高标准相结合。

## 我行举办“职业道德与 内控合规”专题培训

为进一步加强职业道德教育，切实推进内控合规建设，更好地适应我行改革与发展新形势、新任务的要求，我行于8月12日在干校举办“职业道德与内控合规”专题培训，支行行长、团队长、信贷主管、客户经理等共240余人参加。

本次培训由副行长章伟东授课，他从理论层面阐述了职业道德、内控与合规的内涵，详细讲解了职业道德与内控合规的基本准则，并就加强职业道德和内控合规建设提出要求。





## 我行首家标准网点 钱清支行开业



9月22日，钱清支行正式搬迁至新大楼试营业，以新的形象、新的面貌服务广大客户。新大楼位于钱清永通大楼D座，一共分为3层，总建筑面积达2648平方米，是我行的首个标准化样板网点。

在布局与设计理念上，网点从“以业务处理为中心”向“以客户为中心”转型，即注重细节设计，从客户的视角和感受出发，科学划分功能区域，最大限度地方便客户，提高服务效率和质量。同时，该支行也是目前我行设施、功能最全面的网点之一，能全方位提供对公、对私、理财等各类金融服务。

## 我行举办客户经理 培训班

为进一步加强客户经理队伍建设，不断提高客户经理的业务知识水平和实践操作技能，增强市场拓展能力，8月、9月，我行共分三批在钱清永通度假村举办2010年客户经理培训班，团队长、信贷主管、客户经理及信贷内勤等共215人参加培训。

为提高培训效果，本次培训从股份制银行中邀请具有丰富操作经验和理论知识水平的业务专家授课，给大家讲解客户市场细分与差异化营销、客户关系管理、贷后管理与问题贷款预警、团队建设与团队营销等内容。培训结束后，对培训人员进行了闭卷测试。

## 我行召开企业文化 建设座谈会

为建设先进的企业文化，进一步增强我行凝聚力、竞争力，9月7日，我行在摩尔城二楼会议室召开企业文化建设座谈会，邀请40余名干部员工参加，上海盖德管理咨询公司资深顾问吴光伟进行现场点评。党委书记、董事长俞俊海，监事长于庆国出席座谈会。

会上，大家畅谈企业文化在企业发展中的重要意义及对我行企业文化建设的建议与想法。俞董事长在会上作了讲话，他要求相关部门对员工所提出的意见与建议要实实在在抓好落实，并对我行企业文化建设提出了殷切的希望。

## 我行召开十月份 工作例会



10月4日，我行召开十月份工作例会，支行行长、机关经理以上干部参加会议。

党委书记、董事长俞俊海作了讲话，他提出了六大转变的战略思想：一是经营思想的大转变；二是市场定位的大转变；三是营销手段的大转变；四是风险控制的大转变；五是考核机制的大转变；六是管理方式的大转变。

会议期间，各分管领导就分管工作进行了布置，财务会计部通报了各支行前三季度综合业绩定量指标完成情况，四家支行作了经验介绍，六家支行作了表态发言。

本刊编辑：办公室 何仲凯



# 企业文化回音壁

## ENTERPRISE CULTURE RESPONSE

众所周知，通常意义上的企业文化是指企业的精神文化，即企业所形成的具有自身特色的思想、意识、观念和心态，以及与之相适应的制度、组织和行为模式。企业文化由表及里体现于物质、制度、精神三个层次，经过与各部门的沟通，我们将企业文化座谈会中涉及的主要内容归类于这个架构分别给予回应。

**企业文化精神层：是企业文化的核心，包括了企业的使命、愿景、价值观三个方面，企业文化的精神层要解决的是“我们是谁”，“我们要做什么”，“我们要怎么做”，“我们要达到什么样的目标”等企业发展的根本性问题。**

**建议：**我们行经过那么多年的发展，其实已经形成了许多可贵的企业文化，并且这些文化已经深深地植根在我们广大员工的心中。比如说，我们在精神作风方面的“艰苦奋斗、坚韧不拔”，在服务客户上的“真诚、贴近、快捷”等等。但是，这些文化没有经过系统的梳理，广大员工也没有很具体的认识，重点不够突出。而且，我们认为，随着银行业竞争的不断加剧，仅有这些文化也是不够的，必须在此基础上进行传承和创新，总行要在这方面加以考虑。

回复：战略企划部

诚如所言，自发形成的文化具有层次多、主题不清晰等特点，而优秀的企业文化是在企业自发形成的文化积淀基础上经过有意识的挖掘、筛选、梳理、精炼、升华而形成的文化体系按照工作规划，我们将于明年上半年完成对企业使命、愿景和

价值观的提炼和升华，届时我们将会与广大员工共同分享我行企业文化的价值导向和精神内涵。同时，我们也将针对我行目前的文化现状，植入特别需要我行在今后管理中加强的一些文化因素，积极加以倡导，使我们的企业文化更加适应现代商业银行的发展要求。

**建议：**企业文化中内部文化建设需要建立家文化，我们行很早前就有这种文化，企业和员工之间不仅仅是简单的雇佣关系，员工更像是家庭的成员。在我们看来，企业最大的责任首先是关爱员工，培养领导与员工之间的亲和力，员工同样厚爱企业，这样才能相辅相成，形成强大的向心力和凝聚力。

回复：人力资源部

如大家所言，家文化是我行企业文化建设中必须去重视、

编者按：

随着现代企业经营管理向着更高层次发展以及企业间竞争的加剧，企业文化越来越为经营者所重视，企业文化作为企业的软实力，在经营发展中发挥着越来越显著的作用。纵观我行几十年来的发展，从信用社到今天的农村合作银行，再到现在的农村商业银行改革，毋庸置疑，我们已经沉淀、积累了丰富的自有文化。但是，在如今大步迈向现代商业银行的征途上，如何将我们的企业文化加以提炼、宣扬，使之成为我行的行为导向和精神符号，已经成为摆在我们面前的重要课题。

九月份，总行召开了以“企业文化”为主题的座谈会，来自总行各部门和支行的各路精英聚集一堂，大家踊跃发言，畅谈了自己对我行企业文化的看法和建议。从座谈会现场气氛和所谈内容可以看出，大家都非常关注我们的企业文化建设，对我行的企业文化建设报以了很高的期望，这越发让我们感到自己的使命和责任。为此，今天我们特借助《百年绍合》这个平台，将企业文化座谈会中谈到的部分问题向大家做一反馈，这既是对提出问题者的答复，同时也是对我们工作的督促和要求。当然，企业文化是一个涉及面广而层次较深的问题，在这里我们无法做到面面俱到，只是结合大家的疑问将我行企业文化的现状进行介绍，从企业文化物质层、制度层、精神层三个层面展开，浮光掠影、难尽其详。对于企业文化建设工作，我们任重道远，希望藉此抛砖引玉，收到大家更多的意见和建议，让我们戮力同心，共同构建我们美丽而富饶的精神家园。

本刊编辑：战略企划部 丁晓闻 王永





传承和发扬的文化。为此，我们拟从以下几个环节去努力：一是在员工关怀方面，拟建立起具有我行特色的员工关怀机制。包括建立六必谈、五必访制度，即新进员工必谈心，提拔任用必勉励，岗位变动必鼓励，思想波动必交心，取得成绩必祝贺，表现反常必探因；发生困难必访问，生病住院必慰问，生日节日必祝福，红白喜事必探望，家庭（同事）矛盾必化解。这一制度的实施，考虑前期先在总行营业部开展试点。同时各个分工会将收集工会成员家属联系方式，在员工生日时同时也为其送上祝福；每年年末召开优秀员工家属感恩会及感恩活动，进行褒奖答谢，凝聚员工队伍。二是在领导力方面，我们计划针对中层干部展开领导力和亲和力方面的培训，把我们的干部培养成为更为员工尊敬和拥护的新型领导干部。

**建议：随着银行同业竞争的加剧，服务文化在企业文化建设中显得尤为关键。为此，建议机构网点配备大堂经理进行客户引导和客户关系管理，加强对客户服务及需求的调查工作。**

回复：零售业务部、战略企划部

服务文化是企业文化建设中的亚文化建设，是我行经营管理、企业文化建设必不可少的重要环节，而且我们的服务文化必须紧跟时代发展的要求，紧跟客户服务需求的变化，即更加注重用户体验，更加体现“以客户为中心”。一是通过网点转型来促服务提升。我们计划通过三年的时间实施网点转型，将我行的网点从交易核算型向服务营销型转变。其中，大堂经理将发挥十分重要的作用。目前我们已在钱清样板网点中配备大堂经理，并制订岗位职责和工作流程，后期随着标准网点建设逐步推进，全功能型精品网点均会配置大堂经理。二是通过



“软服务”来促提升。目前我们在临柜服务“六要素”之外，也是更加注重员工服务意识的提升，更加注重员工沟通技能的培养与提高，使我们与客户更贴近、更贴心。

**建议：加强团队管理，调整挂钩考核办法，突出团队长在团队业务拓展、团队管理、团队考核中的核心作用，增强团队的凝聚力和战斗力，构建我们的团队文化。**

回复：公司业务部

团队文化是企业文化中不可或缺的组成部分，是企业精神在员工队伍中的具体体现，包括团队的制度约束、团队合作、团队业绩等。一直以来总行都很重视团队管理，也在不断探索如何通过调整薪酬考核体系来优化团队管理，创造“1+1>2”的团队作用。对此，我们将结合大家的意见，对一些考核进行相应调整。希望通过大家共同努力，营造团队敢打敢拼的士气，共同构建我行特有的团队文化。

**建议：人们常说“榜样的力量是无穷的”，建议总行加强对基层优秀的“平民员工”、“业务能手”的宣传报道，树立良好的员工导向。**

回复：办公室、人力资源部、战略企划部

为了增强广大干部员工的事业心、责任心，树立良好的职业观和价值观，拟通过树立先进典型人物的方式感召广大员工。为此，计划在全行各个层面挑选先进人物，在全行范围内进行巡回演讲，树立先进，弘扬正气。同时积极利用内刊《百年绍合》、《工作简报》等宣传载体，对先进人物进行深度挖

掘报道，以点带面，发挥榜样作用。

**企业文化制度层：是企业文化的中间层，衔接着企业的核心精神和外在物质表现，包括企业法规、经营制度、管理制度等。**

**建议：建议优化我行目前的人力资源管理体系，尽快推出行员等级制，解决员工因行政职务稀缺带来的上升通道问题，使广大员工获得更好的职业发展空间。**

回复：人力资源部

从今年开始，我行专门聘请管理咨询公司对我行内人力资源管理进行重新架构，形成部门组织架构及职能描述，建立岗位说明书体系，积极探索构建以岗位价值为核心的行员等级管理体系。计划于今年年底前建立行员等级制，通过定编定岗工作，对各个岗位进行评估，划分岗位序列，明确岗位等级的能力标准，进行相应的薪酬匹配，实现宽带薪酬。

**建议：实施临柜员工弹性排班制，开通员工服务热线**

回复：人力资源部

目前我们已下发《关于推行弹性排班工作的通知》，要求在全行范围内推行柜员弹性排班工作制，从而保障员工合理的休息时间；拟成立员工关怀中心，开展心理关怀活动，聘请专业心理咨询师，开通心理咨询热线，为员工提供心理压力、发展困惑、家庭（同事）矛盾、亲子成长等方面的咨询辅导。



**建议：近年来，我行实施大规模系统性分类培训，建议将培训变成一种福利，作为对优秀员工的奖励，采用小班化、专业化、集中化的模式展开，提高培训效果。**

回复：人力资源部

首先，在明年年初制定培训计划时，我们将开展培训课程调研，听取员工培训需求，合理设置培训课程，使培训更贴近员工，提升培训的针对性。其次，改进培训机制，实施小班化、专业化、集中化模式，拓展培训课程的可选择范围，推行培训积分制度，同时进一步加强内训师培训，进行合理科学的课程设计。再次，注重培训形式的多样化。从管理、专业、营销、操作等不同序列，挑选具备潜力的优秀员工派往知名培训机构进行脱产培训。

**建议：降低目前对员工消费贷款实施每年回降20%的要求。**

回复：信贷管理部

根据银监等上级部门对住房消费贷款的规定，我行确定员工消费贷款每年按10%-20%比例回降。但对一些特殊情况，经总行审核，可按每年贷款总额的10%予以回降执行。

**企业文化物质层：主要指企业内外部人员都可以通过实体性的载体直接感受到的物质文化，是企业文化的外在表现，包括企业标识、工作环境设施及文化建设平台等。**

**建议：随着银行业市场竞争的加剧，异地城商行、股份制**



商业银行等陆续在本地设立分支机构。对此，我行应该加强对自身品牌形象的宣传，增强对外宣传的统一性。

回复：战略企划部

企业品牌建设与企业文化之间的联系是一种二位一体的关系，企业品牌形象表现、练达于外，企业文化蕴涵、充实于内。近年来，我们已经切实加大了我行对外宣传的力度，包括大量投放高炮、车体、楼宇广告等，建立产品品牌。尤其是近期，我们将以改制农村商业银行为契机，加强对我行新形象、新行名的宣传，包括开展媒介投放、网点宣传和重大事件公关营销等线上和线下的一系列活动，使社会各界和广大客户能在最短的时间内接受我行的全新形象。目前已形成初步的改革策划方案。

建议：随着银行同业竞争加剧，优质客户成为各家银行必争的资源，而客户的忠诚度越来越受到质疑，如果我们的客户经理能增加与客户的沟通、拜访，并赠送一些制作精美、统一设计的宣传品可以更好地体现对客户的关怀。

回复：战略企划部、行政管理部、公司业务部

根据业务发展、与客户联络感情的需要，总行已整理出宣传用品、营销用品目录，今后将对其中部分物件进行统一设计和集中采购。当前，我们正在对全行的新年年品进行设计制作，年底前将向各支行分发。同时公司业务部将考虑采用旅游、会议等形式，与优质企业开展更紧密的活动联系，提高优质客户忠诚度。

建议：随着互联网的普及和网络技术的发展，门户网站已经成为银行重要的形象宣传平台和新的营销渠道，加强网站建设，提高网站信息的即时性显得尤为重要。



回复：战略企划部、产品科技部

我行门户网站的改版于11月1日正式启动，整个项目将经历咨询规划、页面设计、Demo制作、系统开发部署、系统测试、试运行、正式开通七个阶段，预计2011年1月我行的门户网站就将以全新的面貌展现在大家面前。改版后的门户网站将突出网站宣传功能，以丰富的内容和表现方式展现我行的企业文化，同时也将丰富客户服务功能，努力打造成我行客户服务的形象窗口。

建议：我们的网点在农村，我们的优势在农村、在社区，对此，我们坚持定位“中小”的同时，应当加快推出具有我行特有的产品品牌以及明星产品，创新推出符合当前客户需求的产品，并加强产品营销，使我们赢得更持久的竞争力。

回复：相关业务部门、战略企划部

在全球经济危机到来的时候，华夏基金等知名的基金公司，都是通过牺牲其他产品的利润来保证他们的主产品盈利在6%以上。在那样的经济气候中，一只基金盈利6%，必然是最有力的品牌宣传。也就是说，一个品牌的背后必有一个好产品在支撑，让主产品在品牌建设占主导地位。目前零售、公司、国际业务部、已会同战略企划部分线建立了至亲一家、翼起成长、易路通达等三个产品品牌，这三个产品品牌根据我行亲近、专业、使命的品牌特性进行命名，并分别创意了“一家亲，致永远”、“成长路上总有我”和“一路相伴通达天下”的品牌传播语。目前，已经对既有产品进行了部分梳理，拟于12月底前完成对所有产品的梳理，并印刷成宣传单页。目前产品科技部已推出致富理财产品，并发行两期理财产品（致富理财1001期、致富理财1002期），零售、公司、国际业务部将加强对客户、市场的走访调研，努力推出具有我行特色的新产品。☺





编者按：

八月中旬，我行第五届业务技术比赛顺利进行。赛场上，全行选手充分发挥顽强拼搏、勇争第一的精神，比出了精神，赛出了风格，展现了我行员工良好的风貌。纵览赛场，我们在欣喜地看到许多老选手以其过硬的技能素质、顽强的比赛精神驰骋赛场的时候，也不免遗憾地发现，我们一直期盼的新面孔，似乎并不多，成绩突出的更是凤毛麟角。而与此同时，在市办及省联社的业务技术比赛中，许多80后的新入选手取得了单项第一、第二的好成绩，部分项目甚至出现了新人包揽前三名的局面。事实证明，即使是刚刚参加工作的新职工，在业务技术比赛这个领域，只要付出专注和努力，完全可以和我们的老选手们在同一赛场上竞技。“宝刀不老令人喜，新人辈出实乃盼”。本期《非常关注》将把目光投向业务技术，关注技术比武，关注临柜操作技能和服务，更关注我们员工的精神。

# 百话“业务技术”

文：财务会计部 冯新红



## 理论篇

### ——提高业务技术能力是生产力发展的内在要求

探寻现代金融乃至现代化社会生产发展的理论和实践，业务技术水平都是提高生产力和核心竞争力的重要因素。时代越发展，科技越进步，对人的要求也越高。作为服务业的金融行业，尤为如此。

「寻渊源」：科学技术的孪生姐妹

马克思主义政治经济学告诉我们，生产力是人们改造自然、征服自然进行物质资料生产的能力，生产力的基本因素是生产资料和劳动者；现代西方经济学也告诉我们，科学技术是第一生产力，先进的科学技术应用于生产实践，就是强大的生产力。在人类从简单劳动到复杂劳动的进化中，创造了社会的发展，创造了科学技术的进步。在生产资料不断与先进科学技术相结合的同时，作为生产资料创造者和使用者的人，也被提出了越来越高的要求。于是，与科学技术相呼应，另一个名词出现了，那就是“业务技术”。

“业务技术”的提出，在生产力发展和生产效率提高的进程中，渐益被放到了与“科学技术”同样的高度，如同一对孪生姐妹，备受重视。于是，由企业工会及各有关部门组织开展的以提

高劳动者技术素质和操作技能为宗旨、以“以点带面”效应带动更多职工学技术从而推动职工技术素质整体提高为目的的技术大比武竞赛，呈立体状纵横于各行各业，全方位带动着各领域职工的参与行动。

「求意义」：优质服务的必备要素

从历史回到现实，作为现代金融行业，随着市场经济的发展，金融市场的竞争已从原先的以产品创新为主逐渐向以服务创新为主转变，用文明优质规范服务来不断满足个性化的消费需求是银行实现品牌差异化竞争的主要方式。

柜面工作人员作为直接面向客户、对外展示形象的第一窗口，其业务技术水平、服务心态、服务技能对提高柜面工作效率、减少客户投诉、提高顾客满意度和忠诚度、提升银行品牌形象和核心竞争力都起着至关重要的作用。而业务技术水平在很大程度上决定了服务效率和服务质量，是优质高效服务的必备要素。无数的实践证明，业务技术水平是可以通过岗位练兵、通过技术比武来强化训练并检验成效的。



## 实践篇

### ——技术比武和技能考核，一样不能少

目光定位到我们绍兴县农村合作银行。近年来，我行一直把员工业务技能水平作为一项重要工作。从2005年改制成农村合作银行到步入农村商业银行改制的2010年，业务技术比赛已举行了五届；而2008年起，两年一次的员工技能考核则是必修之课。纵览每一次的业务技术比赛或员工技能考核，几乎都是“几家欢喜几家愁”。而这背后，也验证了一个真理，那就是：一分付出，一分收获。

#### 「览赛场」：几家欢喜几家愁

8月14日，我行城南干部培训学校迎来又一届业务技术比赛。今年的比赛和往年相比，有相似，也有不同。不同之一在于今年根据省联社业务技术比赛规则，新设新人奖，规定每个项目都必须有80后的新人参加；不同之二在于今年报名参加的人数为近年来之最，达到150多人次；不同之三则是今年比赛项目改为4项，比往年减少了2项。

纵览赛场，一样的精彩，一样的紧张。噼里啪啦的键盘声，嚓嚓的鼠标声，汇成的是赛场上拼高下的奋战精神。拼的是技术，战的是实力。所谓比赛，就是恰当的方法加以持之以恒的练习和实践浓缩在有限时间内加以展现。结果也可以说是与往年基本一致。但凡平常注重业务技术能力、注重在实践中提高自身业务速度和质量的支行或个人，取得的成绩也优于那些平常重视不够、临时应战的支行或个人。于是，赛场上“几家欢喜几家愁”的现象再次重现。柯桥支行、轻纺城支行一如往昔摘得比赛的好名次；与之相反，还有不少比例的支行俨然一张白纸。

“几家欢喜几家愁”，相信我们的每一家支行，或多或少会因此喜或愁。“喜”或“愁”，对于我们的支行，在一念之间，也在意念之间，意念所指，努力所至，下次的结果自然会重新选择。对于我们的员工，也是如此。

#### 「看考场」：不一样的结果

如果说技术比武是少数人的赛场，那么，每两年一次的员工技能考核就是我行所有临柜一线工作人员的集体赛场。在这个赛场上，没有名额限制，只要有不满足的精神，只要付诸行动，每一位员工都可以是“一级”。

业务技能考核，其实更是日常柜面操作能力和服务效率、质量的一次大检验。检验我



们的员工，也检验我们的支行。不妨看看今年的考场，一样的考场，一样的考核项目，让人切切实实地看到了不一样的结果：37%的一级率，比上次的不足10%提高了27个百分点；与此相反，18%的三级及以下比例，足比上一次的57%骤减了近40个百分点。

这其中，就有不少支行实实在在的措施：如晚上集中新员工进行业务技能练习、定期或不定期地组织员工进行测试、设立支行考核成绩达标线，诸此等等，让人可以充分地相信，常抓不懈和持之以恒，总会实现由量到质的变化。

## 感想篇

### ——在付出中得到，在收获中成长

关注我们绍兴县农村合作银行的业务技术比赛和员工技能考核，不得不提到我行近年来涌现的技术能手和业务尖子。他们，在我们合作银行的普通岗位上，凭着自己对事业的热爱和一腔执着，用心地做好经手的每一件事、经办的每一笔业务；他们，永不满足，敢于自我挑战；他们，也是平凡岗位上最可爱的人。

#### 「说人物」：平凡岗位上最可爱的人

说起业务技术比赛，很多人的脑海中就会跳出李玉静、陈文红、宋娟、杜芹娟等一些技术能手的名字。多少年了，这些赛场“常青树”始终奔跑在比赛队伍前沿，用自己的实力和持之以恒的努力撑起了一片绿荫，他们，在打出自己名片的同时，也为支行乃至我们绍兴县农村合作银行打造了一张亮丽的名片。

李玉静，1990年参加信用社工作的她，93年第二次参加比赛获得冠军乃至98年调入总行机关以来，一直蝉联我行点钞项目冠军，多次在市办、财贸工会、省联社等比赛中取得优异名次。说到李玉静，机关的员工都知道，那么多年，她是如何地“拳不离手、曲不离口”，早上、中午、临下班，李玉静在尽心尽职做好本职工作的同时，总是见缝插针地“玩”起她的练功券。她永不满足，看到人家有好的点钞方法，总是虚心求教，用“学而时习之”的精神来为自己的成功增添砝码。如2005年，李玉静参加了市办的点钞比赛，在



单指项目中，看到当时越城联社的一名选手采用新的方法在速度上取得了显著进步，在被那位选手的新技术震撼的同时，李玉静暗下决心，“她行，我也能行。”于是，摒弃自己的手摺式，开始全新的学习，工作空余时间练，中午练、晚上练、看电视也练，先练指法，再练速度，一天天、一月月，一沓沓崭新的点钞券被练成了一张张陈旧的皱纸，李玉静在多指项目保持冠军地位的同时单指速度也得到了有效地提高，并在继97、99年获得全市农信系统单指项目冠军之后，时隔十多年又获得市办第二名的好成绩。而今，李玉静又正在开始新的学习之旅。

再例如今年在市办业务技术比赛中取得机器点钞项目冠军的陈文红，身边的同事都知道，她是怎样地开始学习点钞技术、又是怎样练习的，从姿势到速度，简单机械动作无数次重复的同时，或许，就连陈文红自己也不知道，多少次练到双手麻木、红肿，多少次手指被磨出泡、被封签纸割破手指，又有多少次眼睛花了揉几下重新开始……直到把点钞的所有动作连贯起来一气呵成。在轻纺市场网点工作17年的工作经历，让她在实践中学习、实践中提高，用陈文红自己的话说，“把柜面当作了自己的工作战场，平时多出汗，战时可流血”，陈文红不仅在业务技能上扎实过硬，经手的现金收付量达到了近百万元，做到安全无差错，同时更赢得了同事和客户的一致好评，也为我行树立了良好的口碑。

这样的榜样还有很多，杜芹娟、宋娟、王慧芳，还有我们的新人陆米娜……每一次收获的背后，都包含着艰辛的付出。而他们身上这种锲而不舍、敢于挑战的精神，无疑是他们对事业热忱、勇于追求自我价值提升的最好体现。

#### 「道精神」：结果之外更重要的内容

不可否认，随着时代的发展，物质越来越发达，而精神作为我们人身上最重要的组成也正经受着越来越多的考验。在业务技术这条道路上，确切地说，精神，是比赛或考核结果之外更重要的内容。

近几年，我行各项业务取得了快速的发展。与此同时，我们对人才引进、培养、挖掘使用的力度也越来越大。我们的很多年轻员工，一方面渴望着自己能在更重要的岗位上发挥特长，一方面却对基础的业务技术能力不以为然，这一点从我们的比武赛场和技能考场上

可窥一斑。事实上，这样的不以为然在某种程度上也是一种精神的缺失。

这里不得不又提到李玉静，98年后一直在机关工作、并不需要使用点钞技术的她，却至今依然保持手工点钞项目全行无人能超越的境界，可以想象，这又需要怎样的专注力。也许有人不屑，有必要这样坚持吗？“那时，正确率、速度上不去始终困扰着我，我也一度有过放弃的念头。夏天晚上热、蚊子咬，我曾经也问自己，都到了不惑之年了，还这么较劲干吗呢？转而一想，拔尖的选手现在真的不多，而其它兄弟行社都赶上来了，我从心里着急啊！从零开始，我练出来，给大家做个榜样，年轻人有这样的心也就一定能成”。这就是李玉静最真实的想法。试想一下，不管我们在什么样的岗位，如果能有这样的精神，又有多少事是干不成的呢？这样的精神，不正是我们比赛背后的意义所在吗？



## 希冀篇 ——长江后浪推前浪

不管技术比武也好，技能考核也好，都只是一种方法一种途径，在更多的意义上，是希望通过这种持之以恒的实践和练习来凸显精神、凸显意志力，在提升业务技能的同时更提升我们员工的整体素质和能力。

然而，有一个现象是值得深思的，那就是在我们的技术比武和技能考核名册中，我们的技术能手，在一定程度上出现了“断层”。如果说，往年的比赛因新老选手同一竞技场对新手不利，那么今年，专设的“新人奖”应当说是为我们的年轻员工开设了一条绿色通道。“新人奖”的缺位和市办比赛新人揽前三的结果，也可谓是“冰火两重天”了。

It's never too late to start. 对我们的员工如此，对我们的支行也是如此。希望有更多的支行、更多的员工从现在开始、从行动开始，立足岗位，立足我们合行的事业。在奋斗中，在前进中，我们即使未有绽放枝头别样的灿烂，也必会收获不一样的风景。

长江后浪推前浪。这不仅仅是愿望，更是一种精神，我们员工的精神，也是我们企业的精神。







## 营销之星——“星”语录

本刊编辑：钱利琴 摄影：何少君

“他们把自己的每一份耐心奉献给他的客户”

“他们把自己的每一份细心倾注于他的工作”

“他们把自己的每一份信心展示给所有的人”

这些获得“营销之星”的勇士们，他们虽然来自不同支行、不同的营销岗位，但是他们有着对工作同样的激情、对合行事业同样的执着坚守。今天《精英故事》栏目和读者共同走进他们，一起感受他们带给大家的平凡中的感动。

### 越州支行 陈羿军



从一名普通员工到信贷员、客户经理、业务辅导员、团队长，营销角色及营销侧重点的不断转换使我在业务拓展中得到了很好地锻炼，对人、事、物的观察力更加敏锐、细致，营销服务能力不断提升，与客户的关系也更加融洽。

回首多年来的工作，有付出，更有收获，觉得很欣慰，也很值得。如果把多年来的业务营销经历比作是一场场的战斗，那我要感谢合作银行为我提供了广阔的战场，感谢行领导将我培养成了一名营销勇士。今后，我会继续发扬我行扎实苦干的工作作风，力争出色完成领导交给的每一项任务。

### 滨海支行 屠晓峰



能连续二个月被评为“营销之星”，是在意料之外的。成绩的取得，要感谢上级的指导与帮助，团队的配合与协作，家庭的理解与支持！而我所做的，其他团队长、客户经理也在做，很多人甚至做得比我好。

成绩只能代表过去，对今后的工作其实更多的是一种责任与压力。六、七月份被评为“营销之星”，之后却默默无闻，是否意味着自己在退步？如果不能超越自我，积极赶超业绩优异的其他同仁，那么，曾经的成绩，也只不过是一闪即逝的流星而已！

要想不成为流星，还有许许多多事等着我去做，等着我去加倍努力，加倍付出……

### 柯岩支行 吴春军



优质的客户资源是我行发展的前提和基础，客户的支持就是对我工作的最好回报。从事客户经理工作多年来，我一直坚持这样的理念，一直致力于优质客户的开发与维护，从合作共赢的角度去宣传和营销我行的各项贷款和理财产品，以自己的真诚与专业去服务好每一个客户，逐渐在客户心目中树立了良好的形象。我的愿望是在我的职业生涯里，通过自己的努力，把优质服务传递给身边的每一位客户，让所有客户都对我行发自内心的认可和赞同。



轻纺城支行 谢庆丰



得知自己获得了8月份的“营销之星”，我感慨万千。有激动和兴奋，但更多的是惶恐，感觉自己离“营销之星”还有很大的距离。2008年9月，当我从网点负责人转到客户经理岗位上时，工作环境和对象都发生了变化，当时自己还是有“朝南坐”的思想的，觉得当客户经理只要把信贷手续办好，懂得业务操作就行了，客户是会主动找上门来的，因而也走了不少弯路。是在领导的指导和同事的帮助下，我才慢慢转变了思路；也是在团队配合和自己的不断摸索下，才有了今天工作上的起色。我想以自己的经历告诉大家，自营业务并不可怕，可怕的是你不能战胜自己，不能克服自身的不足。在今后的工作中，我会以更加积极的心态，更加勤奋的努力，去开创更加辉煌的明天。

漓渚支行 肖国海



作为一名刚参加信贷工作不久的新员工，很荣幸获得了7月、9月两期的零售客户经理“营销之星”，这是总行对我工作的肯定和鼓励。我想用三个词来表达我的心情。

感谢。感谢支行领导做出正确的营销计划和经营策略，感谢团队长对我工作的信任、支持和鼓励。

自豪。人们常说，一粒种子，只有深深地植根于沃土，才能生机无限；而一名员工，只有置身拼搏创业的氛围，才能蓬勃向上！我非常自豪在人生的韶华之年，来到了合作银行漓渚支行的这片沃土。是她培养和造就了我，使我成长，在我人生的画屏上留下一抹绚烂的色彩。

行动。在今后的工作中，我将以“笨功夫+巧心思”，抓深抓实每一项工作，千方百计满足客户需求，勤奋敬业，激情逐梦，在做深做透“三农”的道路上执着前行，努力做到更好。

福全支行 骆勇飏



非常开心能得到“营销之星”的殊荣。成功是每个人的梦想，但在营销过程中，酸甜苦辣，五味杂陈，我觉得最重要的是要有正确的工作态度。合行为我们提供了锻炼和发挥的平台，我们要珍惜和把握。对于工作，我们要始终充满热情，虽然有时过份热情会失去一笔业务，但热情不够却可能失去一百次业务。成功始于合作，合作始于信任，信任始于理解与沟通，无论是营销团队队友之间的沟通还是与客户的沟通都非常重要。

最后，非常感谢合行对我工作的肯定与鼓励，也鞭策我更加努力工作。今后，我将再接再厉，在总结过去经验的基础上更好地提升自己，谱写新的篇章！

夏履支行 宋君



“营销之星”的荣誉，不仅是对我工作的肯定，更是饱含着领导的殷切希望，饱含着我行业务蓬勃发展的期待。希望能够在今后的工作中，不辜负领导的期望，奋发有为，谱写新篇。最后把“机会往往垂青于有准备的人”这句座右铭与大家共勉。

越州支行 张志琴



人生最重要的不是有一副好牌，而是把坏牌打好，在失败中寻找成功。因为我始终相信西方的一句谚语：“上帝在你关上一扇门的同时，也会为你打开另一扇窗”。在竞争激烈的新兴市场中，在总行和支行的正确引领下，在团队的协作配合下，我和我的团队拥有了一批忠实、优质的客户，并通过他们获得了更多的新客户。

如果说新兴市场是海，那么我将带领我的团队以“自信、坚持、勇敢”的态度，以“真诚、高效、团结”的行动融入其中，不只为成绩，更是为作为合行人所特有的那份职责与感动。🌊



# 加息周期来临，教你合理调整存款

文：产品科技部 刘益民

10月19日，央行宣布了34个月以来的首次加息，从10月20日起各金融机构人民币存贷款基准利率均上调0.25个百分点，此次突然加息被认为是未来加息周期的开端。随着加息的来临，不可避免地促使人们对下一步的理财规划进行重新思考。特别是对阵容庞大的拥有定期存款的储蓄一族来说，原有的理财目标、策略及资产配置是否需要调整？笔者认为加息周期来临资产配置的适当调整是必要的，但应在科学合理的前提下，切不可盲目调整。

## 定期转存先算收益账，划算再调整

一听说央行存款利率上调，拥有银行存款的人们首先想到的就是是否需要赶快调整自己的银行存款？许多人会选择把自己的定期存款先提前支取出来再转存。

这样的做法是否是正确的呢？笔者认为，存款利率上调后，定期存款的盲目转存不一定是划算的，定期转存时应充分考虑已有存款的期限，通过计算判断转存是否能够增加收益，再进行相应的操作。例如一张1万元1年期的定期存单11月份即将到期，到期后将获得利息225元，到期

后再存一年定期能得到250元，两年合计实现利息收益475元。若提前支取，按照年0.36%的活期利率，只能得到30元左右的利息收益，即使再转存一年定期得到250元的利息，两年下来也只有300元左右的利息收益。像这个定期提前转存的例子就不但没有增加收益，反倒引起了预期收益的损失。

其实，经过测算后我们会发现定期存款调整存在一定的临界点。定期存款各期限调整的临界日期分别是：三个月定期存款在12天内、六个月定期存款在22天内、1年期定期存款在43天内、2年期定期存款在115天内、3年期定期存款在161天以内、5年期定期存款在282天内。在上述临界日期内提前支取并转存同期定期存款是合算的；超过临界日期后提前支取并转存同期定期存款是不划算的。

## 转存形式要科学，有效应对再加息预期

加息周期内，随着央行的不断加息，有很多人容易走入一个误区，就是不断地随着央行的加息节奏去调整自己的定期存款，不断地提前支取然后转存。这样操作的结果是



如果一年内央行连续加息，而你又不不断地调整转存的话，那你一年以后得到的利息要远远低于定期存款的收益，甚至有可能就是活期利息。

其实定期存款的方式也是有一定技巧的，如果运用得当不仅不影响你的资金流动性，又能抵抗加息风险，还能得到较高的利息回报。定期存款较为常见的配置方式是12存单法和阶梯存款法相结合的方法。

**12存单法：**指每月将月末结余资金存成一年期定期，一年下来你就会有12笔一年期的定期存款，第二年起，每月都会有一笔存款到期，如果有需要使用资金可以将到期的存款取出使用，若不需要使用可以和当月结余合并在一起重新做一笔定期存款，继续滚动存款。12存单法的好处就在于从第二年起每个月都会有一张存单到期供你备用，如果不用则加上新结余的钱，继续做定期，既能比较灵活地使用存款，又能得到定期的存款利息，是一个两全其美的做法。

**阶梯存款法：**一种与12存单法相类似的存款方法，这种方法比较适合单笔大额资金（例如年终奖、货款等）。具体操作方法是假如你拥有一笔大额资金，可以把这笔大额资金分为均等3份，各按照不同期限定存成3份定期存款。例如，年初你突然拥有30万元，并且短期内不会使用，你可以将这30万元分别存成1年期、2年期、3年期的定期存款每笔10万元。当一年过后，把到期的一年定期存款续存并改为三年定期，第二年过后，则把到期的两年定期存款续存并改为三年定期，三年后你的3笔定期就都变成三年期的定期，并且每年年初都会有一笔定期到期，若预计当年有需要大额支出可以将当年到期的定期取出，若不需要大额支出则可以加上上年年末结余一并存为3年期定期，这样操作能够保证每年的大额支出保证，并且获得按照3年期定期利息计算的收益。

12存单法确保了每月的现金流，阶梯存款法确保了每年的现金流。采取“12存单法”与“阶梯存款法”相结合，合理地配置存款资产，既可以满足你每月和每年的现金支出需要，确保流动性，以有效应对加息风险，同时能得到较高的利息收益。





# 当前宏观经济背景下的债券市场分析

文：投资银行部 俞水英



回顾今年以来的国内宏观经济形势，投资持续回落，出口继续增长，消费平稳，而GDP增速缓慢下行，房地产投资不断加速，接替政府投资成固定资产投资主力。二季度后，经济结构调整步伐明显加快，力度明显加大，货币政策明松暗紧，危机时期投放的大量货币开始显示出泡沫化的动力，全球资产泡沫化迹象明显。对债券市场来说，无论是经济基本面还是政策面，都主导着特定时期的债券收益率走势，债券收益率从年初一路下行到年中的快速上行再到7-8月份的快速回落，紧接着第三季度的又一波上行，而后进入四季度后开始急速恐慌性上行。国内国际形势错综复杂，债券市场走势可谓千变万化，此文笔者尝试从近期的经济基本面、物价指数及货币政策面等影响债券市场最主要的几方面展开分析，对后市提出笔者的拙见，以供探讨，不尽之处，望读者见谅。

## 经济基本面：担忧趋于缓解，先行指数企稳回升。

10月份中国采购业经理指数PMI指数上升0.9个百分点至54.7%，连续3个月回升，经济环比已见底回升，较上月反弹0.9个百分点，较7月份的最低值大幅反弹3.5个百分点。

10月份PMI新订单、生产指数分别为58.2、57.1，分别较上月上升1.9、0.7个百分点，是今年6月份以来连续

第3个月出现上升，而且，从季节调整后数据看，10月PMI新订单、生产指数趋势周期项分别为57.16、56.29，分别较上月上升3.67、1.19个百分点，分别连续5个月、4个月保持上升趋势。

PMI新订单和生产指数趋势周期项与工业增加值季调环比折年率走势相一致，PMI新订单和生产指数趋势周期项连续数月上升表明工业环比已见底回升，经济正展开复苏之旅。

10月PMI新出口订单小幅回落，出口依然疲软，PMI原材料库存、产成品库存指数双双上升，企业进入再库存阶段。由于外部需求放缓、人民币升值等因素影响，10月份新出口订单指数较上月小幅回落0.2个百分点，达到52.6。此外，PMI原材料库存、产成品库存双双上升，分别较上月上升0.4、0.7个百分点，原材料库存已连续2月反弹，而产成品库存则为首次反弹，这表明始于企业去库存化进程已经结束，企业进入再库存阶段。

整体而言，市场对宏观经济面的看法较以前大为乐观，市场对经济转型的担忧已大为缓解。经济先行指标在三季度开始企稳。PMI、新订单、新出口订单和产成品库存等指标显示经济基本面良好。

物价方面：通胀风险逐步加码。





PMI购进价格指数在连续2月大幅上升的基础上，PMI购进价格指数10月份再上升4.6个百分点至69.9，已经接近05年以来的历史最高水平。美联储在9月份暗示新一轮量化宽松政策，日本政府入市干预日元升值而降息至零利率，并宣布购买5万亿日元的定量宽松政策，全球新一轮量化宽松政策或者政策预期，导致大宗商品价格暴涨，推动PMI购进价格指数继续大幅上升，由于05年以来，PPI环比与购进价格指数走势基本一致，PMI购进价格指数持续大幅攀升，预示PPI 季调环比折年率震荡上升，通胀风险逐步加码。

11月2日至3日，美联储例行货币政策会议召开推出6000亿美元的新一轮量化宽松，兑现了9月份的政策暗示。美元弱势、量化宽松政策释放的流动性将推动有色金属、能源、农产品等大宗商品价格上涨，对债市收益率曲线形成较大的上行压力。国内10月份年内首次加息央行意剑指通胀预期管理。

货币政策方面：由极度宽松回归常态，或预期偏紧。

由于经济增长稳健，而通胀以及资产泡沫化压力较大，澳大利亚央行、印度央行11月以来再次启动加息，澳洲联储11月2日宣布上调基准利率，上调隔夜现金利率0.25%至4.75%，印度联储11月2日宣布今年以来的第6次加息，将其回购利率，即隔夜贷款利率上调0.25%至6.25%，同时将逆回购利率，即借款利率上调0.25%至5.25%。

由于中国经济面临的经济增长和物价组合与新兴市场经济体更为类似，中国价格型工具可能步澳大利亚、印度等新兴市场国家后尘，从而中国央行后续再启动加息可能性不能忽略。

11月2日，央行发布《2010年第三季度中国货币政策执行报告》，三季度报告在政策调控思路上的提法与二季度报告出现显著变化，主要体现在：其一，“引导货币条件回归常态水平”，由于货币条件主要包括货币供应量、信贷规模以及利率等要素，因此，央行未来政策操作将是货币条件趋于收紧，货币供应量增速继续下

降，并可能继续加息；其二，“充分运用有弹性的市场化手段”和“增强价格杠杆调控作用”，并将“增强价格杠杆调控作用”单独成句，这表明未来通胀若居高不下，利率工具将有可能被更多运用，而汇率形成机制也将更市场化，人民币汇率有望缓慢、小幅升值。

多重利空重创债市，后续债市仍不容乐观。

10月，美新一轮量化宽松政策或者政策预期导致大宗商品价格上涨，全球市场通胀预期高涨，10月19日中国央行宣布提高一年期存贷款基准利率25BP，之后，9月份宏观经济数据公布，9月份工业环比增速继续上升，CPI、PPI季调环



比增速保持向上趋势，通胀风险加大。利率市场在10月份遭遇基本面、政策面等多重利空，国债、政策性金融债收益率曲线大幅上行，并呈现出明显的陡峭化趋势。10月份国债、政策性金融债收益率曲线整体分别上升26BP、27BP，中长期利率品种调整幅度较大，5年、7年、10年国债收益率分别大幅上升41BP、48BP、36BP，而5年、7年、10年政策性金融债收益率分别大幅上升34BP、44BP、36BP。

对于债券市场后市判断，笔者认为近期债券市场继续承压，收益率大幅回落的可能性很小，交易性机会不大。基本面，经济和通胀双双保持向上趋势，继续利空债市；政策面，尽管货币政策名义上仍叫“适度宽松”，但是今年4次上调存款准备金率、1次加息表明货币政策实质上已经“适度从紧”。央行《2010年第三季度中国货币政策执行报告》在政策调控思路上提出要“引导货币条件回归常态水平”、“充分运用有弹性的市场化手段”和“增强价格杠杆调控作用”等信号表明央行后续再加息的可能性不可忽略。另外，近期股票市场逐渐恢复活力，股债“跷跷板”效应下，不可避免地会分流部分债市资金。

多重利空下，债市上空近期乃至一段时期仍以“阴冷空气”为主，目前10月CPI是否破4%、即将在12月召开的中央经济工作会议高层对后续经济政策的定调及美国后期对量化宽松政策的态度都是影响后期债市走势的关键时间窗口。



编者按：

据悉，在即将到来的2010年冬奥会上，一种以“电子垃圾”为原料的奖牌将会被颁发给获奖选手。而在我们身边，“低碳”已经成为了一种时尚，充斥着我们的工业和生活。有研究表明，低碳产品及其相关服务行业创造的收入，已经超过了航天业和国防业收入的总和，低碳行业正成为全球经济新的支柱之一。世界经济正迎来一个低碳时代。

而在人类的经济史中，重大技术创新的出现和经济转型的背后，总少不了金融因素的支持，低碳技术的开发以及低碳经济的发展，自然也不例外，低碳经济的巨大前景对金融业而言，同样意味着历史性机遇的到来。下面让我们跟着笔者，一起去领略低碳金融的巨大魅力。

本刊编辑：钱利琴

## 低碳经济：金融业的历史性机遇

文：公司业务部 孙开道

当前，世界经济在历经了工业化和信息化之后，正在走向低碳化，低碳经济被认为是未来国家和企业竞争力之所在。低碳经济的巨大前景对金融业而言，同样意味着历史性机遇的到来。银行业金融机构不仅要成为低碳理念推广的“践行者”，更要成为低碳金融服务的“创新者”。

### 金融政策支持发展低碳金融

早在2007年7月，国家环保总局、央行和银监会联合发布《关于落实环保政策法规防范信贷风险的意见》，首次提出将环保调控手段通过金融杠杆来具体实现的政策，标志着绿色信贷全面进入节能减排主战场，在金融信贷领域建立起准入门槛，严格控制限制淘汰类项目信贷准入政策。随后，银监会制定了《落实减排授信工作指导意见》，各银行金融机构相继制定了一系列绿色信贷政策。2009年12月23日，央行联合银监会、证监会和保监会发布《关于进一步做好金融服务，支持重点产业调整振兴和抑制部分行业产能过剩指导意见》，明确“区别对待、有保有压”信贷政策，加大绿色信贷和对重点产业的信贷支持力度。2010年5月28日，央行和银监会发布《关于进一步做好支持节能减排和淘汰落后产能金融服务工作意见》，突出节能减排和淘汰落后产能的金融支持工作。一系列金融政策出台为银行业金融机构开展低碳金融提供了政策保障。



### 银行发展低碳金融前景广阔

被誉为“第四次工业革命”的绿色低碳经济，对金融业的发展是一次重大挑战，但更是一次历史性机遇，中国政府承诺到2020年单位GDP碳排放比2005年下降40%—45%，节能减排市场潜力巨大，为金融业的发展开辟了广阔的空间。近年来，碳排放权及其衍生品的交易与投资、低碳项目的直接投融资及其它金融中介活动呈爆发式增长，对危机后的经济与金融格局产生了广泛而深远的影响。在向低碳经济的转型过程中，产业结构将重新调整，资源将重新配置，大批传统产业升级改造，大量新兴产业茁壮成长，都将产生巨大的绿色信贷需求，为银行提供了广阔的可持续发展空间。银行业提供低碳金融服务可以通过低碳项目融资、为CDM项目开发者提供信用和咨询服务、开发相关理财产品及金融衍生品等多种途径实现低碳金融支持。同时随着碳交易机制的不断建立完善，市场规模将不断扩大，银行开展低碳金融具有比较优势，既可以直接参与市场，也可以作为中介为各类市场参与者提供金融服务。

### 金融创新是发展低碳金融的关键

低碳金融作为一个新兴领域，无论在提高效能领域还是在发展再生能源领域，加强金融创新，及早赢得发展先机对银行发展低碳金融至关重要。首先应创新低碳信贷业务，支持低碳产业发展，创新开展低碳贷款业务，拓展抵质押类型，开展低碳企业抵质押业务；加强与地方政府合作，开展低碳企业地方政府担保贷款业务；创新担保方式，开展“产业链担保”和“企业联保”贷款业务；加强商业银行间合作，开展联合贷款、转贷款、综合授信、票据融资等创新业务。其次应积极探索“两高”贷款“有进有退”策略，进行“过渡性”高碳贷款业务和列入淘汰客户信贷退出机制创新，开展资质优良客户“治污”项目贷款、产能转换贷款及兼并重组贷款。再者应将低碳金融与中间业务创新有机结合起来，创新低碳产业融资租赁业务、低碳产业保理业务、低碳金融理财产品和低碳金融中介咨询服务，积极探索低碳金融衍生产品创新。





# 贷记卡营销之我见

文：兰亭支行 周晓军

随着社会节奏的加快和人民生活水平的提高，人们的消费观念和消费习惯也已经发生了深刻的变化，贷记卡、网上银行等金融工具日益融入了老百姓的生活，在大家购物、消费的过程中扮演着十分重要的角色。为了抢占广大的消费市场，提高品牌认知度，各家银行也纷纷亮出了自己的绝活，用不同的营销方式吸引老百姓的眼球。而我行的丰收贷记卡

作为贷记卡成员中的后起之秀，拿手好戏也是层出不穷。在贷记卡消费积分活动的基础上，今年又相继推出了“双节双惊喜”、“刷出丰收来”、“刷丰收卡，低碳一夏”、“刷丰收卡看大片震撼优惠”等活动，吸引了一大批优质客户，也起到了较好的宣传效果。但如何从云遮雾绕的市场竞争中脱颖而出，推进我行贷记卡营销工作的长远发展，还是一个很深的课题。笔者作为一名基层银行卡专管员的视角出发（删去），就如何在进一步提高贷记卡营销的积极性和战斗力，谈谈一些看法。



**刷丰收卡  
低碳一“夏”吧!**

2010年7月15日到9月15日，  
在我行约定商户刷丰收卡，  
尽享低碳好礼，  
更有积分双倍奖励!



### 一、加强培养，完善考核

(一) 注重学习，加强培养。“不积跬步，无以至千里；不积小流，无以成江海”。学习和培训是加强贷记卡营销的前提和基础。作为一名贷记卡营销人员切忌眼高手低，好高骛远。通过贷记卡知识、营销知识、营销技巧、案例分析、市场拓展等方面的培训和学习，有利于提高营销人员单兵作战的能力，使我们的营销更专业，营造一个与客户良性互动的营销局面，切实提高客户的认同感和满意度。同时，临柜人员作为贷记卡业务的辅助营销人员，也要“时刻准备着”，熟练掌握贷记卡的常用业务知识和操作流程，在柜面业务办理中，主动识别并营销客户，当好客户参谋，解答客户咨询，将贷记卡营销融入到日常的柜面服务中。

(二) 完善考核，重在激励。只有充分调动员工的工作积极性，激发员工潜能，才能在贷记卡营销的征途上走得更远，收到更好的效果。为此，要进一步完善贷记卡营销考核机制，摒弃以发卡量为主的绩效挂钩考核机制，消除贷记卡营销考核中重数量轻质量的弊端，科学下达指标，合理分解任务，有奖有罚，按月兑现，实现贷记卡营销数量与质量的齐头并进；切出一定的资金，开展贷记卡“营销之星评选”、营销金点子征集等活动，营造良好的贷记卡营销氛围，加强对业绩突出员工的表彰和奖励。同时，针对我行目前贷记卡睡眠率较高的现状，可以考虑把睡眠卡这块责任田进行划分，打破区域，在全行范围内承包到户（原营销者或受理人），以全新的营销模式，促进我行贷记卡质的提高，进而带动量的提升。

### 二、注重技巧，创新产品

当今社会，贷记卡作为一种能实现人们“今天花明天的钱”的有效工具，得到了人们越来越多的认同。可以说，我国贷记卡的市场已经完全建立起来了。但是贷记卡市场的竞争也是日益激烈，硝烟四起。如何在激烈的市场竞争中赢得一席之地是我们工作的重中之重。

(一) 区别对待，注重技巧。营销人员在营销时，要练就一双慧眼，提高营销技巧，锁定



并攻下一个个优质目标客户。作为贷记卡营销主力军的客户经理，在办理贷款业务时，要对那些有信贷关系且信誉良好的企业股东、高管、财会人员以及小企业客户、个贷客户进行贷记卡捆绑式营销；对那些睡眠卡或潜在卡，回访人员要巧妙结合我行不定期推出的营销活动，进行二次营销，提高活卡率；而对那些暂时不打算开卡，或者即便开了卡也不会去激活使用的人，则不宜采取强攻，而是作为目标客户，定期回访，逐渐培养他的用卡习惯。

(二) 明确目标，创新产品。要把那些乐于接受新鲜事物、消费欲望强烈、用卡活跃的年轻人，如年轻的大学生、公司白领等，作为我行贷记卡的主要营销对象，制定差异化的营销方案，开发多样化的新颖产品，提供优质的附加服务。尤其是要针对年轻人猎奇的心理，添加时尚创新元素，制作一些特色卡，可以将办卡人的照片或纪念照印到卡上，也可以针对不同历史时期的重大事件或节日制作相应的主题卡、节日卡、祝福卡，吸引他们的注意力。例如，根据绍兴每年举办的兰亭国际书法节、黄酒节等节日，制作相应的书法艺术卡、黄酒文化卡等，相信一定能吸引一大批书法爱好者或者黄酒爱好者前来办理；也可以针对四川地震、舟曲泥石流等灾难，制作爱心卡、祈福卡等。

### 三、加强引导，凝聚人气

要加强我行贷记卡的品牌营销策划，进一步完善客户消费积分激励机制和考核办法，凝聚人气，正确引导和培养持卡者的消费习惯。首先，在奖品设置上要富有创意。可以通过报刊、电台及我行的网站发布积分奖品采购公告，营造舆论声势，借助媒体的关注和报道，宣传我行贷记卡品牌；可以定期邀请有关领导、贷记卡持卡人对消费满一定金额的贷记卡进行抽奖，提高奖金金额，唤起持卡人的消费欲望。其次，在活动设置上要细致贴心。可以定期举办我行贷记卡金卡以上用户的沙龙和联谊活动，传递最新资讯，搭建交流平台，增进情感沟通，切实提高高端客户的市场占有率，真正实现我行贷记卡客户“好卡在手，消费无忧”的梦想。





编者按:

身为职场中人，职场就是我们的舞台。有些人，把它当成负担和压力，自己很辛苦，却无人喝彩；而另一些人放下负担，尽情的展现自我，愉悦了身心，也获得了鲜花和掌声。就像下面文章写到的，职场上，是否快乐其实是自己的选择；橡皮人的悲剧在于迷失于这个舞台，找不到通向舞台中央的路；而只有像杜拉拉一样，摆正心态，凭借智慧、勇气和勤奋走向舞台中央才有机会成为这个舞台上绚烂的明星。

在职场这个人生的舞台上，你是自己的导演，也是自己剧中永远的主角，或许不是每个人都能成为明星，但只要勇于展现，总有属于自己的精彩！

本刊编辑：潘卓君 潘璐越

# 工作，并快乐着

文：齐贤支行 赵柳青

古希腊传说中有个西西弗斯，总是一个紧张的身体千百次地重复一个动作：搬动巨石，滚动它并把它推至山顶，经过被渺渺空间和永恒的时间限制着的努力之后，目的地终于达到了，然而瞬间，西西弗斯看到巨石在几秒钟内又向着下面的世界滚下……然而他所受到的惩罚就是将这巨石重新推向山顶，于是他又向山下走去，周而复始这一推石的动作。也许你会问西西弗斯，这样不会感觉到单调吗，不会枯燥吗，难道没有痛苦吗？你瞧，此时的西西弗斯看到一只飞舞的蝴蝶，他开心地跟蝴蝶一起嬉戏，完全将推石的痛苦抛之脑后。

工作亦如斯，单调而压力重重的工

作，也许我们也会问自己，这样不会感觉到单调吗，不会枯燥吗，难道没有痛苦吗？答案也许是不容乐观的。而此时的我们是否也能如西西弗斯般，在推石的单调和紧张中释放出自己与蝴蝶嬉戏的心态，是否也能持一份阳光的工作心态，工作着，并快乐着呢？

现代社会化分工的日益明确，经济轨道的高速发展，伴随着现代生活节奏紧张，工作压力日趋加大，因此快乐工作成了减轻现代人精神压力的重大课题。然而，环境如斯，难以改变，且“愚公移山”般试图去改变周围大环境的“精神”在现代工作生活中也不甚适用，那么，面对这一重大课题，唯独只能改变自己的心

态，“山不过来我就过去”，练就一份阳光心态，适应这个环境，努力做到工作着，并快乐着。

也许，你又会问，那又该如何炼成这种阳光心态呢？曾经在一本心理杂志上看到这样一个寓言故事：一群孩子在一位老人家门前嬉闹，老人难以忍受，于是他想出一个用10美分来支付孩子们嬉闹的费用，每天减少，以至于使得孩子们觉得他们的嬉闹变得越发廉价而失去了嬉闹的动力。在这个寓言中，老人的算计很简单，他将孩子们的内部动机“为自己快乐而玩”变成了外部动机“为得到美分而玩”，而他操纵着美分这个外部因素，所以也操纵了孩子们的行为。

让我们做一个简单的比较，“孩子的嬉戏”与“我们的工作”，“老人的美分”与“我们所得到的报酬”，是否存在某些关联呢，我们是否也存在着“我们的工资是因为我们为别人工作的报酬”这样的思维模式呢？一如寓言，如果我们按照人的内部动机去行动，我们就是自己的主人；如果驱使我们行动的是外部动机，我们就会被外部因素所左右，成为它的奴隶。若我们将外部评价当作参考坐标，我

们的情绪就容易出现波动，而我们感到工作单调，压力大的原因很多情况下往往就在于此。我们控制不了外部环境，它可以很容易地偏离我们的内部期望，让我们不满，让我们牢骚满腹；于是，不满和牢骚等负性情绪让我们痛苦，为了减少痛苦，我们就只好降低内部期望，最常见的方法就是减少工作的努力程度，那么工作强度就被放大了，于是常见的就是，工作压力压迫着我们的身心健康。

所以，我们不难发现，快乐工作的秘诀其实就在于能否发生“外部动机”与“内部动机”的转变。那么，我们何不尝试着改变“为别人而工作”这种外部动机的思维模式呢？努力挖掘我们对工作的内在动机，逐渐将工作视为提升自己的途径，转换适度的压力作为自己的动力，相信这样，我们自然就能达到西西弗斯的境界，持一份阳光心态：工作，并快乐着。





# 拒做职场橡皮人

文：安昌支行 王瑜



最近在手机新闻里看到一个很新鲜的名词，叫“职场橡皮人”。查阅资料才知道“橡皮人”源自王朔的小说，反映了当代都市那一群迷失自我的年轻人的状态。如今，这个词变成了“橡皮白领”，指的是“没有神经，没有痛感，没有效率，没有反应。整个人犹如橡皮做成的，是不接受任何新生事物和意见、对批评表扬无所谓、没有耻辱和荣誉感的职场人们。”在网上查阅了多篇关于职场橡皮人的系列报道，才发现原来职场橡皮化现象已经越来越普遍，离我们越来越近。事实上，身在职场两年到五年内，80%的人变得越来越“橡皮”。不知不觉中，已经跨到了职业生涯的危险边缘，或许下一刻，就会被扫地出门。

在感叹橡皮化进程如此之迅速之余，我倒也开始忧虑起自己是否也会慢慢演变成橡皮人。80后的我们怀着对工作对生活的美好憧憬，打算在职场中大显身手、有所作为。但是，也许用不了太久，大多数的人会逐渐消磨了热情，包上厚厚的橡皮外套。有些人会问“为什么职场里的人都那么虚伪？”、“为什么好心得不到好报？”、“为什么领导那么偏心？”、“为什么像他那种人还会得到领导的重用？”、“我到底哪里做错了？我已经很用心地在做了！”、“为什么他们好像都讨厌我，防着我，甚至排挤我？”……

几乎没有人会指导我们该怎么适应这处处充满机遇与竞争的职场，我们得到的几乎都是关于人情世故的“真理”教诲，逐渐的，越来越多的人学着用“橡皮”保护自己，保住职位，保住薪水，保住自己被提拔，保住自己占据有利的位置。很多人开始“领悟”众多的职场潜规则，认为重要的不是在业绩上做出成绩，而是在人际上保持灵敏和恰当的程度分配。

于是，工作几年后，很多人随心所欲的心情会被日益沉重的现实屡屡践踏，也不再是任何工作都可以自由转换的职场新鲜人，随着年龄的增加，动辄就安慰自己这个工作不行还可以换其他工作的底气越来越弱。脑子里突然闪出了一半身体正在挣扎，一半身体已经橡皮化的模样，思索着在完全橡皮化等待领导裁决之前，要想点什么办法才好。然而，一贯的橡皮化思维与行动却在时间的推动下，使得很多人到最后仍不免落得日益试图说服自己心安理得地变成橡皮人的结果。

橡皮人其实是一种对工作对生活都麻木的人群，他们没有了工作的激情与进取，如同僵尸般机械地维持当前的生存状态。如此之状态永远不会进步，也会断送了他们的前程，是一种相当可怕的懈怠状态。所以我们要拒绝橡皮化进程，随时保持与橡皮人的距离，对橡皮人说NO。

那么，如何拒当橡皮人呢？

面对来势汹汹的橡皮化进程，我们应尽快调整自己的心态。首先，不要自暴自弃，在遇到挫折和困难时不要只想到“自保”和逃避，要勇于承担责任，应该认识到，职场上有些亏，也属于我们工作的一部分，是必须要“吃”的；而且，也不要总站在自

己的角度去看问题，要尝试着换位思考，看看那些优秀的人在处理这类事情的时候，站在一个什么样的立场，会用什么样的方式。其次，敢于给自己定下更高的目标，使自己看到更高更远的东西，在向目标进军的路上，我们会有更多的动力改变自己、突破自己；即使在遭遇挫折的时候，我们也要给自己信心，告诉自己：现代社会充满了机会，这次的机会没有了，只要继续保持活力并提高能力，就一定能抓住下一次机会。

让我们就从此刻开始吧，正确理解职场的机遇与挑战，放下工作，多参加欢乐聚会，让同事关系和朋友友情使自己不对任何事情无动于衷；多和同事交流，多和领导沟通，让自己明白领导和同事的想法，更好更完善地处理自己的工作；每天告诉自己有一个目标，订下当日的工作计划，无论遇到什么问题尽量完成；多看新闻，尝试着写下自己的感想，培养自己对周围一切的独立思考 and 保持感情上的敏锐和联系；加强与同行、业内人士的交往，感受那一种放松和交流。相信如此积极的心态和行动在时间的催化下，会让我们逐渐远离职场橡皮人，在工作的努力中，始终保持朝气蓬勃，成就憧憬中的那一番抱负与作为！🌍





# 学着像杜拉拉一样成功

文：陶堰支行 陶叶青



杜拉拉，从名校毕业，没有社会背景，完全靠自己的努力打拼，在外企经历跨度八年，从一个朴实的行政助理，成长为一个专业干练的HR经理，杜拉拉为什么能成功？带着这样的疑问，翻开《杜拉拉升职记》细细品味，学着像拉拉那样执着、真诚、努力、上进，将自己有限的人生投入到更有意义、更有价值的工作中，赋予我更加丰富的人生，让生命的宽度更有色彩。其中有几个细节让我感触颇深：

## 积极面对，永不懈怠——做一个职场新鲜人

拉拉和众多大学生一样，投递了N次简历、面试了N家公司，终于在屡次失败后找到了一家世界500强企业就职，高档的办公大楼，方便快捷的应用设施，完善的福利待遇，健全的各项制度。尽管月薪较低，拉拉还是每天干劲饱满地出入公司，富有激情地投入高强度工作且从不抱怨，凡是领导交代的任务，她都能尽全力保质保量完成，虽然每天要辛苦加班，但是她相信通过自己努力，未来会更好。

## 点滴积累，善于创新——做一个职场有心人

拉拉起初只是一个小小的行政助理，除了把自己的工作做好外，她还会做一个生活中的有心人，把学习作为一种生活方式，闲暇时在公司的图书馆里翻阅公司的内部杂志，通过查看历年来公司的宣传和报道来进一步了解公司文化和运作。拉拉凭着敏锐的眼光和自身对公司朴实的爱，将她看到的资料精心剪裁一番，费心、费时地制作了一本非常具有创意的DB精彩发展史剪贴本，获得老板的高度赞赏。正如台湾清华大学一位老师写得那样“生命是一种长期而持续的累积过程”，我们在职场中付出的努力也是一个点滴累积的过程，每位员工都可以从细节入手利用自己的技能为公司奉献力量。

## 执着理想，敢于担当——做一个职场现代人

销售部总监王伟问拉拉为什么那么拼命？她的回答是：“人努力拼命了才有成功的可能，不努力连成功的可能都没有。”就

像她说的那样，公司HR经理助理玫瑰因为升职的问题没和老板谈而称病请假，留下的工作特别是公司装修任务没有人愿意接手，都认为这是一个棘手的烂摊子，部门中人纷纷借口手上的工作繁忙而搪塞老板的情况下，资历最浅的杜拉拉却承担了下来，她勇于承担、克服种种困难和挑战，高质量完成DB中国总部上海办为迎接CEO的装修。这项工作的出色完成正是充分展示了她的工作能力。

## 说出意愿，展示自我——勇做一个职场新人王

公司内部竞聘HR主管职位时，拉拉在认识到自己工作能力能够胜任时，勇于竞争、积极争取，主观意愿强烈、充分、真实表明了自己能胜任职位的因素，在主管职位的选拔上，杜拉拉将“竞聘”二字运用得驾轻就熟，拉拉职场一路晋升靠的就是一个不屈不挠的“争”字，这不是与人争得失，也不是为己争好处，而是一种“主动竞争”的良好心态，在被拒绝后也没有一蹶不振，而是凭着自己的聪明和勤奋争取到属于自己的果实。

## 分析总结，善于沟通——做一个职场司马他

拉拉在工作中善于从实践中分析总结，具有较强沟通协调能力，也是使她职场蜕变的重要因素。拉拉初担任广州办事处行政主管时，因为没有读懂领导的要领，不知道什么该汇报，什么该自己做主，结果总是挨骂。但是她很聪慧，在工作实践中看清时局，不断摸索，分析，哪些必须得通知领导，哪些事情不用麻烦她，结果总算平平安安。很好地处理了同上级领导、下属及内外部客户之间的关系。对于驰骋于企业职场中的员工来说，是不得不重视的问题，特别是所处的职场和个人的发展阶段中，我们更需要学会采取不同的与人相处、与人共事的方式与方法。

在当今这个充满挑战与机遇的社会里，没有人能轻易成功，每一个成功的背后，都饱含着对事业的执着追求，对工作的饱满热情和责任，以及坚持不懈的学习和实践。学着像杜拉拉一样努力工作，机会总会垂青有准备的人，职场成功就会离我们不远。🌍





# 一场趣味十足的运动会

文：人力资源部 朱兴强 国际业务部 余力丰



前记：10月24日，一个难忘的日子，我行机关分工会和中心分工会联合举办的一场趣味运动会在柯桥新实验中学的体育馆内拉开序幕。此次趣味运动会以“团结和谐、健康快乐”为主题，项目设置一分钟跳绳、掷飞镖、转呼拉圈、定点投篮、跳跳球、地道英雄、50米运篮球、足球定点射门8个人项目和运轮胎、拔河2个集体项目，妙趣横生的比赛令赛场充满了欢声笑语，少了份紧张、多了份欢乐，少了份对抗、多了份合作。接下来让我们共同分享活动当天的精彩吧！

天公不作美，早晨，天依然阴沉着脸，下着淅淅沥沥的小雨。原以为这场不逞时宜的雨水浇灭大伙参加运动会的热情。谁知一大早，体育馆内早已一片人声鼎沸，大部分运动员们都早早地到达比赛场地，个个轻装上阵，精神抖擞。



## 【开场动员】



随着义勇军进行曲的响起，按照预先分好的组别，各组迅速列队完毕，全场安静，监事长兼工会主席于庆国做动员致辞。于监事长一番激情昂扬的开场动员点燃了全场的热情，场下的运动员们好像已按捺不住兴奋，一个个摩拳擦掌，跃跃欲试。随着于监事长“比赛开始”的一声令下，场馆内立刻炸开了锅，准备道具、选择项目、抓紧练习，大家都忙活起来，运动员们各就各位，准备正式比赛。



## 【速度跳绳——玩的就是心跳】



看这边，人影翻飞，速度跳绳比赛开始了：果然是全民运动，跳绳比赛竟然有四十多人参赛，比赛规则是规定时间内跳得最多者获胜。随着裁判员的一声哨响，比赛正式开始。只见赛场上一个个身轻如燕，飞快地摆动绳子，脚步轻盈地穿梭于绳子来回间。不仅速度快，而且跳法更是花样百出，只看得场下观战的人眼花缭乱，心潮澎湃，也想登场一展身手。几轮比赛后，最终马文英、唐小平、楼慧技胜一筹，共同获得一等奖。





## 【定点投篮——看我百步穿杨】



这边速度跳绳还意犹未尽，那边定点投篮的赛场已经人声鼎沸了：定点投篮限时两分钟，共投篮10次，命中率最高者获胜。男女投篮距离不同，男士要站定2分线外，女士则离目标更近一些。只见赛场周围里三圈外三圈，被围的水泄不通。场上的运动员也早已化身成为篮球明星，在场下一浪盖过一浪的呐喊声中，投得风生水起：男运动员身手矫健，在空中划出优美的弧线，令场下爆发出热烈的掌声和高分贝的尖叫；女队员更是巾帼不让须眉，虽然动作没男队员娴熟，可她们的专注度和认真劲儿同样赢得了场下的阵阵喝彩。最终金鹏程、樊彬、严洪都以十中七高命中率，获得优胜。



## 【运轮胎——速度加技巧是取胜的王道】



咦，怎么运动赛场上还有轮胎？原来是大赛组织者别出心裁的搞了个运轮胎项目：同跳绳比赛一样，运轮胎比赛也采用小组赛制，用时最少的小组为胜。每个小组分成各5个人的两个纵队分别站于赛场两端，由其中一端向另一端滚动轮胎，直至所有人运完结束。一声哨响，比赛开始。只见有的一边跑一边使劲地推，飞快而有序；而有的一边跑，轮胎却偏向了别人的赛道；还有的跑得倒是很快，手却跟不上节奏，轮胎频频倒地。比赛接近终点，两边的呐喊声、加油声更是此起彼伏，震耳欲聋，最终丰收队以娴熟的技术，默契的配合，取得1分27秒的优异成绩而胜出。这回大家算开了眼——原来运轮胎也能作为比赛项目。



## 【拔河——团结就是力量】



拔河比赛应该是参与度最高、最受欢迎的项目了：比赛采用淘汰制，在几轮淘汰赛后，场上只剩下快乐队和丰收队。决赛采用三局两胜制，决赛前两队都气势高涨，一幅志在必得的样子。第一局比赛，快乐队一上来就占了体能优势，原来是因为丰收队刚刚比赛完，还没来得及休息，快乐队一鼓作气获得第一局胜利。第一局的失利显然没有让丰收队服气，第二局，丰收队稍作休息后，明显在底气上足了一些。比赛一开始，丰收队就爆发出惊人的毅力，绳子一度往他们那边倒，这让场外观众似乎也看到了他们获胜的希望，心也跟着提到嗓子眼。可好景不长，快乐队在观众的加油声中，又起死回生了。他们憋红了脸，似乎使出了浑身的力气，绳子开始向快乐队偏移。在长时间的僵持后，丰收队的体力已经消耗殆尽，最终因体力不支负于快乐队。快乐队以全胜的优异战绩，成为最后的大赢家。



后记：虽然比赛结束了，但欢声笑语却留在我们记忆里久久不散。年轻员工挥洒汗水、努力拼搏，传递的是年轻的力量和坚定的信念；而老前辈们的经验加技巧还有不服输的意志，令他们再现了当年的风采。大家相互合作，相互打气，就像北京奥运会主题曲《我和你》中唱到的一样：来吧！朋友，伸出你的手，我和你，心连心，永远一家人。那一刻，我们都真正地感受到了团队力量的伟大。让我们携起手来，共同努力，相伴成长，共创合作银行美好的明天。🌟



# 转念

文：安昌支行赵鑫君  
本刊编辑：王永

《深河》是日本作家远藤周作晚年的作品，汇集了他对生命、信仰、宗教的思索，是其代表作之一。小说描绘的是前往印度旅行的一群日本游客，每个人都有不同的经历，都怀着不同的目的聚集到印度的恒河——一条充满宗教神秘色彩的圣河，沉浸在亡妻之痛不能自拔的矶边一心寻找转世的妻子、曾经迷失的美津子憧憬着高中同学的纯真之爱、通话作家沼田渴望再次遇见充满灵性的犀鸟、在缅甸战争中历尽炼狱之苦的木口来完成战友的愿望，而另一个主角大津怀着对上帝的信仰背负年迈的异教徒不断的走向恒河……作者以悲天悯人的胸怀和宽广平和的心态思索信仰与爱，以当下的凡俗眼睛仰望苍穹，在静谧沧桑的恒河边突然苏醒。

《深河》是那种令人读完情绪依然深陷其中的文学作品，那气息有宗教的神秘、有隐隐的忧伤、有淡漠的虚空，而在这之外是每个人不同的思索和顿悟。转念——是出现在我脑海里的词汇，《深河》中每个人在恒河面前获得的启示都在“转念”间。

在书中，大津是一个被嘲弄的对象，笃信上帝而不被教派接受，却依然践行着自己的信仰，他纯净而执着，有自己的信念并勇敢坚持。在恒河的河边他是一个贱民，是一个异教徒，日复一日的背负着年迈力弱的生命前往恒河，他圆满了无数生命的愿望，他的归宿也依然是这条具有神秘力量的河流。

远藤周作借大津阐述了一个洋葱理论——上帝（或者所谓生命真谛）就好比是洋葱，人们穷其所有、终其一生，试图寻求到洋葱的内核，然而在洋葱皮被一层层剥落之后，除了满脸的泪水，散落的葱皮，洋葱也消失了，哪里有什么内核呢？

很难想象大津那样的生活，现实世界中更多的人为欲望所驱使，你争我夺、穷尽心智，挣扎于心中的物欲，不断攀登在欲望的高峰上，来不及体会生命、欣赏生命的风景，到头来一场虚空，得到的只是追悔已失去的爱人、已流逝的时光。当我们转

念，生命不就是洋葱本身？一层层的积累、一层层的包裹组成了完整生命，脚踏实地，走一步再走一步，认真书写人生历程，用心体会生命体验，快乐要珍惜，磨难也要经历，没有什么好抱怨，所有蹉跎的日子都是完满人生的一部分、都是美好回忆的积淀。

转念，可以发现，原来那些让自己痛苦的是一系列错位的想法，以及这些想法所形成的习惯性视角；转念，可以让我们有效地冲破自我思维的局限，发现自身问题或找到修正的机会，并最终完成心智以及人格的发展。

书中写到：“恒河，各种各样的宗教，他们从不同的道路汇集于此，只要能到达同样的目的地，即使我们走的是不同的道路也无妨。”信仰并不是执拗于某个“神”，而是人间大爱——这或许是远藤所要表达的，这不就是信仰的“转念”吗！《深河》告诉我们的是一种韧性的追求，这让我想起沈从文先生当年被批斗时的境遇，对于一个及其敏感的文学大师来说，沦落到如此地步应该是一件痛心疾首的事了吧？但沈先生却从容的对前来拜访的人淡淡说道：“池塘里的荷花开了，很美”，他把人生目标暂时性的降到一个凡夫俗子闲弄花草，殊不知，那个年代让多少人在强烈的境遇反差中精神崩溃，而“转念”使沈先生把文学坚守到生命的最后一刻。

我们或许永远不能如圣人般洞察世事、圆融通达，但我相信每个人都有“转念”的智慧和勇气，转念——对外在世界学会通达和顺应，内心则要拂去微尘，坚持自己的追求而不随波逐流。在生命的征途中、思想困顿时，不妨“转念”，你的视界会豁然开朗。



# 读女儿教科书所想到的

文：保卫监察部 胡忠华



星期天，读高一的女儿交给我一项任务，读读她语文课本一、二单元的文章，然后写篇读后感。这可着实为难我了！虽说我现在的工作总是会与材料打交道，也少不了自己动手写一些，但这样的文体真是多年不“操练”了，怕是文思枯竭、词句枯涩。于是我想偷懒不写算了。可女儿却对我循循善诱起来，“妈妈得给我做榜样哦。”

哎，没办法，女儿的事、尤其是她读书的事，无疑是“一号工程”，我只得硬着头皮接下她递过来的语文课本。

先粗略翻了一下，咦，现在的语文课本怎么与我们当年的大不一样了！我开始在记忆中努力地搜寻二十六年前自己读高一时的语文课本。

我们那时的语文课本也是分单元来安排课文的，但分单元的标准似乎是课文的体裁，譬如记叙文、说明文、议论文、文言文。而现在的单元各有一个主题，象“向青春举杯”、“获得教养的途径”、“月是故乡明”，每一单元的课文围绕这个主题选编，有诗歌、散文、议论文等各种文体，有古今中外不同的名篇，更给人赏心悦目之感。

我理解，这一变化实质是从侧重于传授知识到侧重于培养人的变化。按记叙文、说明文、议论文、文言文来选编课文，更多的考虑是介绍各种体裁文章的写作方法和技巧，而按诸如“向青春举杯”等主题选编课文，则更多的考虑是引导学生认识生命、珍爱青春、获得教养、学会做人、感悟人生。我想，这应当是教育理念在发生变化，带给学生的则是关于读书与人生更深层次的思考。读书是掌握知识的途径和方法，但如果仅仅停留于此，那是低层次的，知识便只

能是分隔而零散的。只有当用知识来丰富和充实人生，从知识中体悟并学会做人的道理，知识才会系统起来，转化为教养，使人成为自尊、善良、正直、能担当、有益于社会的人。做人需要读书，而读书不仅是为了读书。

如果把读书的目的设定为考高分或者获取某种利益的手段，读书无疑成了负担，读过、用过，目的实现，书中的东西也就随书一同丢弃了。由心而发，将读书视作完善自我的过程，或许书读过之后细节不再有记忆，但书中蕴含的文化因子已融入生命，物化为人物的修养、学识、能力，并将伴随人的一生。

由此，推想到我们对待工作的态度，上学时把读书看作负担、毕业后把工作当成压力，这也是多数人自然延续的思维。诚然，工作是谋生的手段，但它也是我们生命价值所系，通过努力工作得到社会的认可，通过努力工作实现自我价值的升华；换个角度看工作，用心工作其实就是用心生活，工作的过程就是完善人生的过程。想至此，刚才还在为之烦恼的加班加点材料，竟然释怀了。

再捧起女儿的书：“可我懂得，我没有权利逃避在给我生命的同时所给予我的责任。”“我知道，人要是能够期待，就能够奋力以赴。”“我怀着希望播种，那希望决不比任何一个智者的希望谦卑。”“真正的教养不追求任何具体的目的，一如所有为了自我完善而作出的努力，本身便有意义。”……一段段鲜活的文字在我眼前跳跃，放松心态、卸掉负担，读女儿的教科书，竟然让我这个已过不惑之年的人有了许多新的感悟。🌍



支行第三季度综合业绩排行榜



经济效益排行榜



存款业务排行榜



资产质量排行榜



贷款业务排行榜



中间业务排行榜





# 三季度支行存款擂主赛

第一擂台擂主金牌得主为



第二擂台擂主金牌得主为



第二擂台擂主银牌得主为



第三擂台擂主金牌得主为



第三擂台擂主银牌得主为



第四擂台擂主金牌得主为



第四擂台擂主银牌得主为



# 刷卡收卡看大片 震撼优惠

**导演:** 我行持卡人

**演员:** 丰收贷记卡、丰收借记卡

**开业篇:** 2010年11月18日, 在蓝天国际影城刷我行丰收卡尽享15元超低票价;

**高潮篇:** 11月19日-25日, 刷我行丰收卡全场票价低至20元,

**花絮篇:** 活动期间刷卡购票更有精美礼品赠送;

**未完篇:** 11月26日起, 每逢周二、周三、周四, 在蓝天国际影城刷我行丰收贷记卡、借记卡, 全场票价低至5折。

蓝天国际影城地址: 绍兴县柯桥群贤路和笛杨路交叉口 服务热线: 0575-81188222

1. 本活动适用于我行所有丰收卡持卡人。
2. 本次活动每天所赠礼品数量有限, 领完即止。
3. 持卡人持单张丰收卡购票每日只限两张。
4. 持卡人刷卡购票方能享受本活动优惠。
5. 如无特别说明, 本活动所说票价均为蓝天国际影城。
6. VIP放映厅不参与此次优惠活动。
7. 本次活动不得与影城其它优惠同时享受。
8. 浙江绍兴县农村合作银行和蓝天国际影城保留对本次活动的最终解释权。

