

从新的起点找到新动力，给予新的一年美好的开始。
也唤醒了瑞丰人一年的憧憬与期待。
春天，是积蓄能量的季节，她不仅唤醒大地的生机，
一年之计在于春，早作安排迎春耕。



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



播种希望，辛勤耕耘，收获未来……

立春

SPRING

瑞丰银行2014年关键词搜索
我行召开2015年度工作会议
越努力，越幸福——2015，我们来了！

1 | 2015
总第30期

百年瑞丰
HUNDRED YEARS OF RUIFENG



推荐亲友办信用卡 乐享50元 供销超市消费券

推荐人乐享50元供销超市消费券

1分钟快捷推荐 多推多送

2015年2月8日至2015年12月31日，我行信用卡主卡客户推荐1位亲友成功申请我行信用卡，被推荐人在活动期间成功激活卡片，且有1笔任意金额的刷卡消费，推荐人**即可获赠50元供销超市消费券**！多推多送，每人每月最多可获得150元。

活动细则：1、本活动推荐人资格为我行信用卡已持卡客户（仅限主卡）。活动期间，推荐人每月最多可获得150元。2、本活动被推荐人资格为未持有我行信用卡的新户。3、本活动推荐人与被推荐人账户状态均须为正常。4、被推荐人在进行信用卡申请时，须正确填写推荐人姓名、手机号码、身份证号。5、推荐人的手机号码以推荐人留存在我行系统中的手机号码为准。如推荐人在活动期间变更我行系统内手机号码，应及时告知被推荐人，由此造成的损失由推荐人自行承担。6、被推荐人的激活时间和首笔消费时间均须在2015年2月8日至12月31日，具体时间以我行系统记录的时间为准（北京时间），消费数据以我行业务系统为准。7、本活动推荐人数按月统计，兑换码按月发送。每个兑换码限兑一次，2016年2月15日前未领取，视推荐人自动放弃。8、我行员工不可作为推荐人参与本活动。9、在法律许可范围内我行对本活动拥有最终解释权及随时变更、终止的权利。

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
沈帅帅 谢莹 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1月20日

要闻速递 NEWS EXPRESS

- 05/ 我行连续四年荣获柯桥区行风评议第一名
- 05/ 我行召开2015年度一月份工作例会
- 06/ 柯桥区委常委、副区长何小华一行莅临我行调研指导
- 06/ 我行开展2014年度工作专项督查
- 07/ 火爆上市 日销破百——我行“瑞丰金沙”迎来热购潮
- 07/ 我行首个“银校通”项目成功落地
- 08/ 我行举办“相约金昌美院 共建和谐社区”金融业务沙龙活动
- 08/ 我行开展“金融知识走进农村文化礼堂”宣传活动
- 09/ 我行开展“瑞丰留学俱乐部”校园行活动
- 09/ 我行成功举办个人贸易外汇管理改革试点工作座谈会
- 10/ 我行借央视活动平台宣传支农惠农举措
- 10/ 我行成功发行瑞丰银行第一期小微金融债

特别关注

- 12/ 瑞丰银行2014年关键词扫描
- 15/ 保持发展定力 实施创新突破 强化文化引领
持之以恒走零售银行深度转型之路——我行召开2015年度工作会议
- 17/ 实施四大创新，实现零售银行深度转型
——解读2015年度工作报告

瑞丰论道 DISCUSSING WAY

- 20/ 塑造差异 培育特色——着力实现门店金融特色化
- 22/ 根植社区 普惠民生——扎实推进社区金融便捷化
- 25/ 顺势借力 搭建平台
——积极推动电子金融平台化

幸福瑞丰 HAPPY RUIFENG

- 28/ 越努力，越幸福——2015，我们来了！
- 31/ 早谋划 早布局——各支行贯彻落实工作报告精神，积极谋划新一年度工作思路
- 34/ 瑞丰暖心节日季
- 37/ 品牌的力量
- 38/ 迎贺新年

微拍世界 SHOOTING WORLD

- 44/ 晒娃大赛

荣誉时刻

我行荣誉 2014 年度柯桥区级机关部门和行业行风评议第一名

我行荣获 2014 年度绍兴市及柯桥区银行执行外汇管理规定 A 级评价

我行荣获 2014 年度绍兴市及柯桥区国际收支统计申报工作优胜行、称号

我行荣获人行 2014 年反洗钱工作考核 A 等行、称号

我行荣获 2014 年度绍兴市反假货币工作最佳组织奖



今日瑞丰，正是击鼓奋进时

“一元复始山河美，万象更新锦绣春”。踏着改革的鼓点，和着梦想的节拍，我们送走了充满变革挑战的 2014 年；迎着新春的曙光，播撒希望的种子，我们迎来了充满生机活力的 2015 年。在这辞旧迎新之际，我谨代表瑞丰银行党委、董事会向长期以来为瑞丰的改革恪尽职守、奋发有为的全体瑞丰人致以崇高的敬意！向一直以来默默付出、无私奉献的瑞丰家属致以诚挚的问候！向关心支持瑞丰事业发展的各级领导、广大客户和社会各界致以由衷的感谢！

2014 年，对于瑞丰银行而言是不同寻常的一年。面对宏观经济发展的新常态、金融业深化改革的新趋势、区域经济复杂严峻的新挑战，我们坚定零售银行战略转型，大力实施“328 工程”，各项业务实现稳健增长。截止 2014 年末，我行各项存款余额 534.26 亿元，比年初新增 22.09 亿元；各项贷款余额 388.13 亿元，比年初新增 24.99 亿元；市场份额分别为 35.83%、29.35%，比年初分别上升 2.07 个百分点、1.34 个百分点。存款规模居全市银行机构第三位。全行资产总额 733.68 亿元，较年初增加 119.02 亿元；不良率 1.51%，远低于全区平均水平；缴纳税款 4.64 亿元，位居全市独立企业纳税排名第二；行风建设连续四年蝉联柯桥区机关部门第一名。可以说，过去的一年，是我行爬坡越坎、成效显著的一年；是全行贯彻各级政府、管理部门决策，聚神聚力、奋发有为的一年；是我行适应经济金融发展新常态，抢抓机遇、开拓奋进的一年。在这一年里，瑞丰人用勤劳和汗水、智慧和坚韧、责任与担当，赋予了瑞丰精神新的内涵，谱写了瑞丰事业新的华章。对此，我们每一位瑞丰人都理应感到自豪和骄傲。

激情与汗水铸就过去的荣耀，坚韧与拼搏书写未来的精彩。面对挑战和机遇并存的 2015 年，我们要顺应经济发展的新常态、把握金融业市场化改革实质推进的大趋势，全面贯彻落实“四大创新”工作总布局，积极打造“一体两翼”业务新格局，坚定实施零售银行深度转型，积极探索特色社区银行的发展路径，坚持走特色化、差异化发展之路，为继续走在全国“标杆银行”前列和打造百年瑞丰奠定扎实的基础。

新的征程孕育新的希望，在新的一年里，不甘平庸、追求卓越的瑞丰人将永不满足、永不懈怠，每一位瑞丰人将始终高扬“一起打造百年瑞丰、共同建设幸福瑞丰”核心价值观，知难而进、抢抓机遇、奋勇争先、提标提速，用勤勉、睿智和担当，共同演绎瑞丰新的精彩。

人勤春来早，策马再扬鞭。今日瑞丰，正是击鼓奋进时……，让我们迎着新春的旭日，带着羊年的期盼，擂响战鼓、砥砺前行、勇往直前、再铸辉煌！

最后，恭祝大家新春快乐、阖家幸福、吉祥安康！

俞信涛
二〇一五年一月二十日

我行连续四年荣获柯桥区行风评议第一名

2015年1月

近日，从柯桥区政府纠风办传来捷报，我行在 2014 年度民主评议政风行风活动中，排名位居 38 个区级重点部门第一名、名列 16 家金融机构之首，实现行风评议“四连冠”。

2014 年，我行坚持以客户为中心，以“328 工程”为载体，立足服务社会、服务企业、服务客户，深入推进普惠金融、主动履行社会责任，努力优化服务环境、全面提高员工素质，全力支持地方区域经济转型升级，得到社会各界一致好评。

一是着力构建行风建设保障机制。制定《关于深入开展 2014 年行风效能建设实施意见》，把行风建设摆上重要议事日程，实现“一把手”亲自抓、分管领导牵头抓、各室具体抓。全面开展行风建设“六大行动”，使行风建设与经营发展有机结合，不断规范广大干部员工的行为作风。

二是着力创新信用风险防控机制。2014 年，面临较

为复杂的区域经济形势，作为一家地方性银行，我行主动履行社会责任，创新推出“四重保险”政策，对重点帮困企业给予信贷帮扶，有效切断担保链风险，全力维护区域金融生态环境。

三是着力深化廉洁合规防范机制。严格贯彻落实中央“八项规定”和省委“六个严禁”；始终按照“勤俭节约”的原则，强化硬性规定的落实执行；集中开展案件风险排查、员工不规范行为排查、重点环节重点岗位重要部位操作风险排查等工作，有效杜绝风险隐患，保持全行干部职工队伍的纯洁性。

四是着力构建监督检查协作机制。认真落实《营业网点服务规范》和《员工行为规范》，通过开通行风热线、聘请特邀行风监督员、召开行风评议座谈会，广泛听取意见和建议，自觉接受社会监督；强化外部监督评议，严防不正之风、消除突出问题。

我行召开2015年度一月份工作例会

2015年1月



1 月 8 日，我行召开 2015 年一月份工作例会，章伟东行长对新年开局工作作全面布置，行领导、专家布置各条线工作，首席财务官、人力资源部就各支行在工作报告讨论中提出的有关绩效考核和定编定岗问题作逐

条反馈。会议由钱荷根副行长主持。

会议上，章伟东行长强调，俞董事长在 2015 年度工作会议上所作的工作报告是我行全年工作的总战略、总方向、总目标，我们要按照俞董事长提出的目标、要求和部署，鼓足干劲、乘势而上，切实抓好新年首月首季工作，为落实全年目标任务开好局、起好步。章行长指出，当前我行要重点抓好以下六方面工作：一是要抓好工作会议精神的学习传达工作。二是要抓好开门红，早布置、早行动、早出成效。三是要抓好条线部门提振信心、强化执行工作。四是要打好风险化解处置和利息清收的持久战。五是要抓好预算编制、定编定岗、绩效考核制定工作。六是要抓好安全防范和慰问工作。

柯桥区委常委、副区长何小华一行莅临我行调研指导

2015年1月



1 月 9 日，柯桥区委常委、副区长何小华，在区府办副主任胡斌钦、区金融办副主任孙利人等相关人员的陪同下，莅临我行调研指导。

党委书记、董事长俞俊海对何区长一行的到来表示热烈欢迎，向区委、区政府一直以来对瑞丰银行发展的关心和支持表示感谢，并就我行的基本情况、零售银行转型、支持地方经济、党风廉政建设、社会责任实践及 2015 年度重点工作等内容向何区长作了专题汇报。

何区长在听取汇报后，对我行近年来所取得的成绩给予了充分肯定，希望我行能进一步做深“企业品牌”和“社会效益”两篇文章，在全区金融同业中继续发挥先锋表率作用，让更多的人感受到来自瑞丰的温暖。何区长表示，政府将会进一步转变工作职能，减少干预，更多地让市场来决定资源的优化配置，为维护良好的金融生态、打造“幸福柯桥”创造更加公平的环境。

我行开展2014年度工作专项督查

2015年1月

为认真贯彻落实董事长工作报告精神，确保一季度工作取得“开门红”，1 月 19 日至 21 日，行长章伟东带领前台各业务部门负责人，赴东、南、西、城区等四片区召开年内工作现场督查会，重点督查工作会议贯彻落实、旺季回笼、劳动竞赛等工作。督查组每到一处都详细听取支行行长、团队长对开年工作特别是劳动竞赛开展情况的工作汇报，对反映的问题及时予以解答、反馈。会议由吴志良副行长主持。

督查会上，章行长指出，面对经济新常态，各支行要从建设品牌的高度开拓业务。近年来，行风金名片是我行最有成效的服务品牌，只有与客户同愿同行，才能稳基础、保市场，做强瑞丰事业。适应金融新常态，各支行要有新的思维、新的对策，干字当头、狠抓落实。一年之计在于春，打响一季度“开门红”，意味着全年工作胜券在握，各支行网点要集中精力，把更有力的措施落实在行动上，抓实抓好一季度工作。对于一季度劳动竞赛，章行长又从精准谋划、精准营销、精准管理、精准督查等方面提出了四点要求。

火爆上市 日销破百 ——我行“瑞丰金钞”迎来热购潮

2015年1月

为丰富我行贵金属产品种类,把握春节送礼旺季机遇,我行与中国印钞造币总公司旗下中钞国鼎公司合作设计开发了新款工艺金产品——“瑞丰金钞”系列。该产品自1月15日上市销售以来,客户反响强烈,开售当日即销售132张,实现销售额11万元,多家支行当日库存一度售罄,迎来了一波热购潮。

此次推出的“瑞丰金钞”共有三款,分别为“富贵有福”、“开运送福”、“五星聚福”,分为横、竖两种版型,每张由纯度Au99.9的2克黄金打造,其所采用的双面超薄压印及彩印工艺,属于业内领先水平。其中“富贵有福”,运用传统工笔画“富贵牡丹”为主要元素,寓意富贵即将临门;“开运送福”运用传统年画风格,描绘出童子驾麒麟而来的景象,寓意五谷丰登、财富满园;“五星聚福”运用传统剪纸风格的福禄寿喜财“五星”为主要元素,寓

意福禄双全、长寿富贵、招财进宝。

“瑞丰金钞”的火爆上市为2015年我行贵金属销售打开了开门红,也为下阶段开发新型产品提供了新的启发与经验。今后我行将继续积极根据贵金属行情,科学开发符合市场需求的产品,进一步打响我行贵金属业务品牌。



我行首个“银校通”项目成功落地

2014年12月

“只需在自助充值机上轻按几下,校园卡的充值、挂失就轻松完成了。”柯桥中学的一位学生兴奋地说道。原来,我行与柯桥中学联合开发的首个“银校通”项目——银校一卡通系统顺利通过上线测试。今后学校能通过该系统,为学生提供校园卡自动充值、挂失、密码修改及查询消费明细等功能。

柯桥中学是省级重点中学,现有在校学生3500余名。一直以来,该校校园卡业务始终依赖线下人工操作,现金充值工作量大,挂失、密码修改等业务程序较为繁琐,错账、

乱账问题时有发生。为解决校方的实际难题,我行经过数月的反复测试,成功为柯桥中学搭建了银校一卡通系统,布设了3台校园自助充值机,实现了校内学生校园卡自动充值、挂失、密码修改及查询消费明细等功能,有效地提高了学校的后勤管理效率。

据悉,这是我行首个“银校通”项目,下阶段,我行将在鲁迅中学柯桥校区、鉴湖中学、钱清中学等学校推进该项目,利用银校一卡通系统,加强借记卡发卡,进一步提升瑞丰在师生中的品牌知名度。

我行举办“相约金昌美院 共建和谐社区” 金融业务沙龙活动

2014年12月



为加快推进我行零售银行转型,进一步做深做透社区金融,12月9日,我行在金昌美院金湖社区二楼会议室举行“相约金昌美院 共建和谐社区”金融业务沙龙活动。活动紧紧围绕社区金融这一主题,来自越州、新城、华舍、柯桥、陶堰等五家支行的社区管理人员、金融服务员及其所辖社区主任和物业经理共27人出席参加。

座谈会上,我行相关人员详细介绍了社区有人值守自助银行的定位及发

展方向,并通过PPT演示,汇报了金昌美院社区自助银行开业三个多月的运行情况,展示了我行打造“社区好管家”的各项服务。随后,与会人员就如何进一步加强银行、社区、物业之间的有效联动,为社区居民提供一站式的金融服务发表了各自观点,并希望我行社区自助银行能进一步加强宣传、创新特色,提升服务品质。

此次业务沙龙活动,不仅拉近了我行与社区之间的距离,架起了银社合作的桥梁,也为社区金融服务员提供了业务交流的平台,为我行社区金融的下一步发展提供了思路与方向。

我行开展“金融知识走进农村文化礼堂”宣传活动

2014年12月

为加强农村文化礼堂建设,丰富农村文化生活,我行积极响应柯桥政府的号召,于12月19日,组织兰亭支行、湖塘支行走进位于兰亭镇紫洪山村、湖塘街道铜井村的农村文化礼堂,开展“金融知识走进农村文化礼堂”宣传活动,将金融知识送到农民朋友的村庄里、家门口,得到了广大村民的热烈欢迎。

活动通过设立展板、分发宣传资料、面对面讲解等方式向村民宣传金融知识,耐心回答群众提出的业务问题。活动现场分发宣传资料500多份,现场接受群众咨询300余人次。此次活动不仅让金融知识走进了文化礼堂,更让金融知识走进了老百姓的心里,进一步加强了当地村民对普惠金融、对瑞丰银行的认识,提升了他们的金融知识水平。

我行开展“瑞丰留学俱乐部”校园行活动

2014年11月

为进一步加大我行出国金融品牌宣传力度，增加品牌知名度和认可度，近期，我行与出国业务合作伙伴联合成立了瑞丰留学俱乐部，并于 11 月 20 日在文理学院开展了一场瑞丰留学俱乐部校园行留学讲座活动。

活动前，我行成功申请了“瑞丰留学俱乐部”专属微信公众号，通过在校园中进行海报、宣传页推广宣传，共吸引了该校 200 余名学生前来参加讲座。讲座现场，专业老师详细介绍了各国留学情况、英美留学申请流程和银行在出国金融业务等方面的专业知识，详细解答同学们的疑问，现场反响热烈。



通过本次瑞丰留学俱乐部校园行活动，使得我行出国金融服务品牌在校园中得到了较好的宣传，为下阶段出国金融业务的进一步推广奠定了良好的基础。

我行成功举办个人贸易外汇管理改革试点工作座谈会

2014年11月



11 月 21 日上午，个人贸易外汇管理改革试点工作座谈会在我行三楼一号会议室成功举办。此次座谈会由外汇局绍兴市中心支局牵头，我行协调承办，绍兴市各外汇支局、银行同业及个体工商户代表参加。

会上，省市外汇局经常项目领导对个人贸易外汇管理试点政策进行了详细解读，柯桥区外经贸局领导对我区外贸结构和形势进行了分析。我行吴志良副行长作为银行代表作表态发言，他表示我行将从组织学习、调查营销、服务管理等方面，层层落实、

逐步推进，积极推动个人贸易外汇管理试点工作，发挥好外汇政策传输的纽带作用，为广大个体工商户提供更便捷、高效的服务。

此次座谈会，不仅向与会人员解读了个人贸易外汇管理改革试点的具体内容和重要性，同时提升了我行在外贸企业中的知名度，是我行客户培训营销的又一亮点工作。

我行借央视活动平台宣传支农惠农举措

2014年11月

11 月 21 日，由中央电视台农业频道《致富经》栏目承办的“农信银”杯 2014CCTV 创业致富榜样评选推介活动之“榜样到身边”创业峰会在我市举行，活动旨在盘点 2014 年度百姓创业榜样，通过榜样力量，启迪创业智慧，分享致富经验。

CCTV7 农业节目、中国农业电影电视中心党委书记、主任傅玉祥，浙江省农信联社主任金丽丽，绍兴市委常委、宣传部长何加顺等领导出席本次活动。受赞助商农信银资金清算中心和省联社的委托，我行与恒信银行共同承担活动现场外围宣传工作。



在活动前夕，我行监事长俞广敏带领相关部室人员实地踏勘活动场地，就现场外围宣传工作作出具体部署。在活动现场，与会人员一出电梯门便能看见宣传我行特色产品、创新服务的易拉宝；在会场主入口，我行工作人员热情接待前来咨询的与会人员。省联社金丽丽主任一行在我行宣传台前驻足询问，对我行所承担的相关工作表示充分肯定。在活动现场，我行的特色产品、支农举措、品牌文化、周到服务给与会人员留下了深刻印象。

我行成功发行瑞丰银行第一期小微金融债

2014年11月

11 月 27 日下午 3 点，随着中央国债登记结算公司招标发行室宣布竞标结束，我行首期 15 亿元小微企业金融债券成功发行。此次 15 亿元 3 年期小微企业金融债成功获得 30 亿元有效投标，全场投标倍数达到 2 倍，中标收益率 5.0%，作为绍兴农信系统首单小微企业金融债，所募得的资金将全部专项用于发放小微企业贷款。

经过发行方和主承销商的前期路演、广泛推介，最终 20 家机构踊跃参与认购，充分彰显了我行的软实力和良好的同业合作关系，有效提升了我行在银行间市场的声誉。

我行一直致力于金融产品的创新突破，此次小微企业金融债的成功发行不仅有效拓宽了融资渠道，更构建了我行服务区域经济发展的新模式，彰显了我行全力支持小微企业的信心和决心。

我行获批小微企业金融债 40 亿元，本次首期发行 15 亿元，由中信建投证券公司与中信银行联席主承销。

特别关注

Special Attention



瑞丰银行 2014 年关键词扫描

文：总行办公室 林宝

2014 年，是变局纷呈的一年，也是励精图治的一年。面对互联网金融的强势冲击、利率市场化的稳步推进、存款保险制度的即将出台以及各大银行的重心下沉，压力与挑战与日俱增，根植会稽大地的瑞丰银行坚定执着、攻坚克难，锐意进取、开拓创新，用智慧和汗水浇灌出了一个瑞丰梦想和瑞丰精彩。

关键词 01 328工程

2013 年底，我行领导深入基层广泛调研，积极听取意见，经过充分研究讨论，科学谋划制定了 2014 年度全行工作的总体思路，提出实施“328 工程”，即完成“门店金融、社区金融、电子金融”三大策略布局，打造“小微”和“风控”两项核心技术，完善“团队合成、激励机制、精致管理、流程银行、产品开发、客户服务、人才保障、瑞丰文化”八个体系。

关键词 02 路线教育



2014 年 2 月，省农信联社党委统一部署全省农信系统第二批教育实践活动，这是全省省属企业中唯一的一家。作为省联社姚书记联系点，我行积极做好“动员活动、学习教育、征求意见、查摆问题、开展批评、整改落实”等六项重点工作，深入开展群众路线教育实践活动，以作风建设的新成效助推瑞丰事业的健康发展。

关键词 03 金融夜市

3 月 28 日，我行在柯桥支行万达广场分理处推出了首家延时服务网点，将营业时间延长到晚上 8 点，这不仅开创了绍兴银行业夜间办理金融服务的先河，在全省农信系统中也是第一家。



关键词 04 流动银行

2014年8月，我行率先投放全市第一辆流动银行服务车，该辆流动银行服务车专门为辖内现有渠道尚未有效覆盖的农村偏远地区、集团公司厂区提供便捷金融服务，客户可在流动服务车内办理存款、取款、转账、改密、账户开设与销户、电子银行签约等柜面业务，真正为客户带去了便利。



关键词 05 普惠金融

2014年3月，伴随柯桥区普惠金融工程推介会的启动，我行全面拉开了普惠金融工程的序幕，陆续在全区各镇（街道、开发区）开展了普惠金融工程活动，将普惠精神、普惠理念以及普惠金融产品和服务送达到了全区各个村镇及农户家中，有效推动了创业普惠、阳光普惠、便捷普惠，助推了金融服务的均等化。



关键词 06 四重保险

2014年，伴随国内外经济增速放缓，区域经济下行压力剧增，企业资金链、担保链风险日益抬头，作为根植一方的本土银行，我行主动履行社会责任，创新推出服务实体经济的“四重保险”政策，对200家优质企业实施免担保授信；释放10.89亿元股权用于其他银行质押置换担保；创新担保方式发放贷款，最大限度满足实体企业融资需求；主动服从政府统一协调，对重点帮困企业给予信贷帮扶，有效切断担保链风险，全力维护区域金融生态环境。



关键词 07 产品创新

2014年，我行大力加强产品创新，全市首创了农村经济合作社股权承诺贷，激活农村数十亿“沉睡”资产。同时，积极开展农业产业链金融与农户信用贷款，推出农链贷、圈链贷、股权承诺贷、农户信用贷、白领消费贷等15款新产品，助推三农金融与社区金融服务。



关键词 08 行风第一

在全区38家重点部门与16家金融机构行风民主评议中，我行再度荣获双项第一名，实现行风评议“四连冠”。2014年，我行坚持以客户为中心，以“328工程”为载体，立足服务社会、服务企业、服务客户，深入推进普惠金融、主动履行社会责任，努力优化服务环境、全面提高员工素质，全力支持地方区域经济转型升级，得到社会各界一致好评。

关键词 09 幸福瑞丰

2014年，我行进一步推进幸福瑞丰行动计划，优化“孝德1+1”亲情福利项目，将员工孝德金额从原来的每月600元提高到900元，提升了对员工父母的关爱力度。此外，我行还深入实施EAP项目，积极开展员工俱乐部、节日庆祝、各类慰问以及外地员工关怀等日常性关怀活动，切实提升了员工幸福指数。



关键词 10 四大创新

应对新常态，顺应新金融，经过深入调研分析和形势研判，我行于2014年底制定了2015年工作思路，全面实施“四大创新”，以“328”工程为指导，紧紧围绕零售银行深度转型的战略定位，创新业务布局，创新盈利模式，创新协同管理，创新系统支撑，着力打造“一体两翼”的业务新格局，走差异化定位、价值创造、创新驱动、稳健致远的可持续发展道路。

2015

年是全面贯彻党的十八届四中全会的开局之年，也是我行全面深化零售银行转型的关键一年。面对错综复杂的形势和外部挑战，我行将不畏艰难、坚定信心，把握机遇、励精图治，再攀瑞丰事业发展的新高峰，为区域经济转型升级发展再做贡献。

保持发展定力 实施创新突破 强化文化引领 持之以恒走零售银行深度转型之路

——我行召开 2015 年度工作会议

文：总行办公室 章国江

为回顾总结全行 2014 年度各项工作，分析研判当前经济金融发展形势，全面部署 2015 年度工作任务，我行于 12 月 27 日、28 日召开 2015 年度工作会议。行领导班子、各支行正副行长、行长助理、本级营业经理、分理处主任、网点负责人、团队长，总行机关经理助理及以上干部、独立审批人、派驻风险经理、会计主管、审计员和部分科员共 300 余人参加了此次会议。

会议首先由党委书记、董事长俞俊海作题为《保持发展定力 实施创新突破 强化文化引领，持之以恒走零售银行深度转型之路》的工作报告。报告全面、客观地总结了全行 2014 年所取得的成绩。在经营业绩上，主要业务稳中有增，客户结构持续优化，利润目标达到预期；在“328 工程”推进上，普惠金融理念进一步深化，网点渠道优势进一步提升，电子银行业务进一步拓展，客户集聚步伐进一步加快，流程银行建设进一步提速，文化引领作用进一步彰显。同时，报告就新常态下银行业面临的新挑战作了全面的分析，要求全行干部员工必须深刻理解我国经济正在走向由高速发展转为中高速增长，经济

结构不断优化升级，投资驱动向创新驱动转型这一新常态的内涵与外延，正确认识和把握宏观和微观两个“三期叠加”的挑战与机遇，做到思想上跟牢形势，战略上顺应趋势，工作中掌控局势。

报告对 2015 年全行工作进行了全面部署，明确了 2015 年全行的业绩指标，并将总指导思想明确为：应对新常态，顺应新金融，深入贯彻落实中央经济工作会议精神，以“328”工程为指导，紧紧围绕零售银行深度转型的战略定位，创新业务布局，转变盈利模式，增强协同管理优势，提升系统支撑能力，着力打造“一体两翼”的业务新格局，走差异化定位、价值创



造、创新驱动、稳健致远的可持续发展道路。2015 年，全行上下要紧紧围绕“四大创新”开展工作，一是要创新业务体系，着力打造“一体两翼”新格局，即继续深化门店金融、社区金融、电子金融、小贷金融等传统“一体”业务，创新发展微贷业务、财富管理新兴“两翼”业务。二是要创新管理体系，着力打造“协同作战”新思维，即着力提升对风险的系统管理能力、对团队的协同管理能力和对执行的统筹管理能力。三是要创新盈利模式，着力打造“多元驱动”新引擎，即要通过构建金融创新盈利模式、巩固优势业务盈利模式、优化资源整合盈利模式、完善管理增效盈利模式，打造资本节约、稳定持续、多元驱动的瑞丰特有盈利模式。四是要创新支撑机制，着力打造“转型发展”新保障，即要建设与经济转型、零售转型

相适应的人才队伍、绩效考核、科技支撑和企业文化机制。

行长章伟东主持会议并作会议小结。针对此次会议，他提出了三点要求：一是要提高思想认识，切实把思想统一到“四大创新”上来。此次会议的内容，是总行党委、董事会经过多次调研、讨论和研究决定的，各支行、部门要立即组织专题讨论，把俞董事长的主题报告和这次会议的精神吃准吃透，层层传达到每一位员工心里。二是要深化行动落实，切实把行动统一到“四大创新”上来。各支行、部门要根据会议要求，量化工作指标，分解工作任务，层层签订绩效合约，做到人人有任务、人人有责任、人人有压力。三是要讲究发挥实效，切实做好年底收官和明年开局工作。2014 年已进入最后倒计时阶段，各

单位要紧盯年度经营管理目标，重点抓好存款组织、不良化解和利息清收工作，确保全面按时完成年度工作目标，为 2015 年开好局奠定基础。同时，年关将近，各单位要高度重视抓好春节旺季存款回笼工作。

27 日下午至 28 日，与会人员对俞董事长的工作报告、2015 年度工作目标及考核办法、中心课题及重点课题进行了分组讨论，并于 28 日下午召开分组讨论专题汇报会，集中听取支行反馈意见，确保总行的各类方针政策能更接地气，促使全行干部员工凝成一条心、聚成一股力，为瑞丰零售银行深度转型奠定扎实基础。

实施四大创新 实现零售银行深度转型

——解读 2015 年度工作报告

文：总行办公室 余力丰

2014 年 12 月 27 日，瑞丰银行党委书记、董事长俞俊海在 2015 年度工作会议上，总结回顾了 2014 年各项工作，科学分析研判当前发展形势，确立了实施“四大创新”，全面实现零售银行深度转型的工作要求，为 2015 年转型升级发展指明了方向。



何为四大创新？

面对经济金融“新常态”下的新挑战，瑞丰银行将紧紧围绕零售银行深度转型的战略定位，实施业务体系、管理体系、盈利模式和支撑机制“四大创新”，着力打造“一体两翼”新格局、“协同作战”新思维、“多元驱动”新引擎、“转型发展”新保障，走差异化定位、价值创造、创新驱动、稳健致远的可持续发展道路。

创新业务体系 着力打造“一体两翼”新格局

“一体两翼”：“一体”指我行门店金融、社区金融、电子金融、小贷金融等传统业务，是我行业务发展和利润贡献的核心主体；“两翼”指微贷业务和财富管理业务两项新兴业务，是支撑我行今后业务发展新的增长点。在经济金融的“新常态”下，我们既要巩固优势、确保存量，更要短腿拉升，提升增量，通过打造“一体两翼”的业务新格局，推动瑞丰实现更快更高更强发展。

创新管理体系 着力打造“协同作战”新思维

科学系统的管理体系，是一家银行得以长期平稳高效运行的内在基础。只有内在基础坚实稳固，才能为客户提供便捷、高效、亲和的服务，才能实现瑞丰打造“百年老店”的梦想。2015年，我行将有效提升对风险的系统管理能力、对团队的协同管理能力、对执行的统筹管理能力，全面加强管理的科学性、系统性与协同性，着力打造“协同作战”新思维。

创新盈利模式 着力打造“多元驱动”新引擎

盈利模式创新事关一家银行的未来，面对传统存贷业务增速放缓、存贷利差收益空间收窄的现实挑战，我行将突出多元化盈利模式建设，在做大做强金融市场业务的基础上，加强实现多元化盈利的探索，巩固优势业务，优化资源整合，积极打造资本节约、稳定持续、多元驱动的瑞丰特有盈利模式。

创新支撑机制 着力打造“转型发展”新保障

我们要在“一起打造百年瑞丰，共同建设幸福瑞丰”核心价值观的引导下，全面建设与瑞丰转型相配套、相适应的人才队伍、企业文化和科技支撑机制，为零售银行深度转型提供新的保障，全方位提升瑞丰银行可持续发展能力。



编者按：2015年，我行需在做好精门店金融、做深社区金融、做广电子金融的基础上，继续加强“三大金融”建设，着力实现门店金融特色化、社区金融便捷化、电子金融平台化，持续推进三大金融稳步发展。

本刊编辑：潘亮 王颖

塑造差异 培育特色 ——着力实现门店金融特色化

文：零售银行部 朱兴强

门店金融既是我行长期发展所积累的传统优势，更是我行有效应对同业网点下沉、互联网金融批量获客的关键所在。为此，我行必须进一步增强门店金融的深度、广度和精度，即在过去几年网点标准化建设的基础上，把进一步强化网点的差异化及特色化作为突破口，建立更加贴近客户的管理模式、获客模式和服务模式，有效提升门店的核心竞争力。围绕这个工作目标，2015年，我行将着力推进门店金融特色化，并在以下几个方面重点突破：

传统渠道模式 向分类管理转型

过去，我们都希望将网点建设成为面积大、功能全、人员多的大型网点。但是，随着利率市场化的不断推进，高成本的运营将难以实现网点的有效赢利。而智能因素的日新月异也使网点“瘦身”成为未来发展的方向。所以，我们必须转变对传统网点的认识，向分类管理转型。

一是实施网点分类分级。2015年，在传统网点分类的基础上，将把网点细分为旗舰型网点、综合型网点、社区型网点三类。旗舰型网点要为其其他网点提供业务支撑，尤其要发挥理财客户经理的作用，满足中高端客户个性化财富管理的金融需求，打造成为“高、大、全”的品牌网点。综合型网点要为客户提供一站式综合化的金融服务，打造成为“智、专、精”的全能网点。社区型网点主要发挥社区营销职能，深入社区居民，根据社区特点，提供基础金融服务、民生服务和理财服务，打造成为“广、小、活”的便利网点。今后我行网点建设的主体，是体现小而精、小而专、小而特的趋势，实施大门头、小面积策略。

二是实施差异化的定岗定编。根据网点分类情况，对不同网点实施不同的业务定位和岗位配置，比如同样是支行本级，根据所处网点等级不同，其大堂经理、理财客户经理等关键岗位的配置不同，其核心是把我行的员工力量配置到潜力区域、重点区域和重点客户，以便更好地优化厅堂人力资源配置。

三是实施差异化考核。根据网点分类分级后差异化的业务定位，对网点负责人及营业经理实施差异化的绩效考核，以更好地发挥绩效引领作用，切实提升网点的创利能力。

传统获客模式 向行商服务转型

随着城镇化的不断加快，我们过去与客户天然的联系纽带在逐步消失，新增客户的能力在下降。为此，我们必须改变传统等客上门的服务模式，积极推进网点“走出去”策略，变网点“坐商模式”为“坐商+行商模式”，通过金融与非金融服务的协同提供，实现融入小区居民日常生活，融入小区居民社交关系链的目标，进而有效提升网点获客能力，牢固占有社区客户群体。

一是在共建社区上，各支行要重点抓好那些拥有丰富客户资源、有效金融需求旺盛的社区，这个社区是大社区的概念，既包括传统意义的小区，更包括周边学校、医院、超市、政府局办、餐饮、商业、农贸市场等有批量获客可能的场所。

二是在共建人员上，由所在支行行长牵头，成立包括社区客户经理、理财客户经理、小贷客户经理及网点负责人、营业经理的支行社区共建工作小组，统筹推进支行社区共建工作，各岗位互相配合、联动营销，切实提升社区共建成效。

三是在共建关系上，通过与所在街道、乡镇及相应志愿者组织建立常年合作关系，并与目标社区居委会建立社区共建关系，了解上述组织年度各类社区活动安排，主动要求参与各类社区活动，通过活动融入社区居民生活圈，加强与共建社区各层面各渠道的联系。

四是在共建载体上，以我行现有网点及有人值守自助银行、社区金融服务点（包括村中店和店中店）为依托，通过关系进社区、宣传进社区、服务进社区、业务进社区的“四进社区”模式，积极向周边的大社区辐射，为社区居民提供金融与非金融的协同服务，使我行的网点更接地气、更贴近客户，扎扎实实地做大基础客户群体，逐步形成属于我行的大社区生态圈，使之成为我行下一阶段发展的蓝海。

传统营销模式 向精准营销转型

我行拥有着较大的客户群体，但是各个客户群体对我行的贡献不一。要在有限的资源内，充分提高网点的绩效和产能，必须利用系统、利用大数据，实现网点传统营销向精细营销转型。

一是推进客户细分工作

要进一步深化客户关系管理系统的建设工作，根据各类客户需求及客户贡献度的不同，探索将我行现有客户细分成基础客户、核心客户、价值客户、潜力客户。

二是实施分层管理工作

针对不同层级客户不同的规模、特点，在资源投入、服务引导、产品宣传等方面建立不一样的组合策略，实施差异化营销和维护。同时建立潜在流失中高端客户的数据分析模型，对该部分客户加强大数据应用和绩效引导考核。尤其是在存款保险制度推出后，强化对存款 50 万元以上客户的精准维护工作，提高我行存款的稳定性。

三是强化专岗营销工作

在传统柜面产品全员营销的基础上，根据产品复杂程度及对营销人员专业知识要求的差异，将现有厅堂交叉营销产品分成二类，对网银、手机银行、银行卡、保本理财等产品，继续由柜面人员全员营销；对基金、保险、非保本理财等复杂类产品，由大堂经理、柜面人员转介至理财客户经理专岗营销，由理财客户经理对客户实施跟进和专业服务。

四是切实提升客户满意度

在传统神秘人检查、网点服务量化考核的基础上，导入基于客户净推荐值的客户服务满意度评估方式，对客户建立售后回访机制，同时根据测评结果，分析造成客户满意度及忠诚度下降的原因，进一步提高整体服务水平。



根植社区 普惠民生

——扎实推进社区金融便捷化

文：社区金融部

2015年，我们将紧紧围绕“社区金融便捷化”主题，重点突破“便捷”两字，从老百姓日常生活入手，进一步拓展社区渠道概念，丰富社区电子金融产品，优化社区平台建设，完善业务流程，更好地满足社区客户新需求，构建新型社区金融生态。



加强在社区中的网点布局 建立村中店、店中店

按照“先有效，再提质，边试点、边推进，分层管理”的原则，力争今年有效服务点达到 309 家，有效率达 90%，全年交易量笔数达到 50 万笔。试点建设示范型村中店 20 家（原则上每家支行至少 1 家），将今年交易量不理想的 50 家服务点建设成店中店，安装助农终端 100 台，在农村超市安装商务 POS 机（特约商户）200 台，力争将我行的便捷金融服务延伸至自然村。



一是开展分类指导

以业务交易量为标准，分成村中店和店中店。把上年业务量大于 200 笔的 251 家乡村金融服务点列入村中店；业务量小于 200 笔的 91 家列入店中店。示范型的村中店，要求办公地点在村级便民中心内或附近，办公场所独立，有统一的设计、标识和机具，有固定的工作人员（存单买卖制金融服务员或优秀兼职人员），布放便民助农终端，全天候上班，年业务量在 3000 笔以上。示范型的店中店，要求办公地点在商店或超市，有统一的联合宣传店面，有固定的工作人员，年业务量在 1000 笔以上。

二是加强功能定位

按照村中店“小银行”、店中店“服务站”的要求加强功能配置。首先针对村中店“小银行”，要求有门头和背景墙，统一标识，有条件的要增设自助发卡机、自助终端、信息发布系统等。业务范围以“便民”为宗旨，开展特色服务和金融服务。特色服务主要为农户产品代销（展示）、代加工等提供服务平台。金融服务主要为小额存取款、转账和各类代缴费、贷款推荐，借记卡、贷记卡、贵金属、基金等产品。其次针对店中店“服务点”，要求在有合法经营场所和营业执照的超市商店，统一设计制作门面，在醒目位置悬挂“银行卡助农服务点”牌子，布放助农 pos 机、保险箱、验钞机等机具设备。服务范围主要为银行卡小额取款、转账和各类缴费业务。

做好社区“五步曲” 有效满足家庭金融需求

今年我们将在走访建档的基础上，进一步提升建档成果的应用，通过建档，促进增量扩面的有效提升，把建档成果转化为业务发展成果。

一是 按规范化的步骤建立农户经济档案

我们要按照规范化的建档流程、紧密联动的建档过程，建立农户经济档案。即：会议动员、上门走访、现场拍照、公议授信、识别有效客户、筛选目标客户、确定高端客户等七个步骤，全力完成今年建档 10 万户，筛选目标客户 2 万户的目标，并将这些客户作为今后营销的重点。每个社区客户经理要按照每季 1000 户的进度进行推进。责任部室将对其实行按季考核，重点考核推进进度、授信质量及导入农户建档系统精确性等方面。

二是 大力普及贷款授信证

对普及贷款授信证要有明确的时间限制。即对建档筛选出来的目标客户，社区客户经理要及时移交给小贷客户经理；同时，小贷客户经理要在 10-15 天内完成第二次信息调查核实工作，特别是公议授信额度。小贷客户经理确认后，要及时将相关信息反馈给社区客户经理，由社区客户经理在 3-5 日内负责打印贷款授信证。贷款授信证完成后，小贷客户经理要集中精力，在 15-30 天内将 90% 的贷款授信证亲自送到客户手中，并积极主动开展营销。

三是 大力推广农户小额贷款卡

对已核发贷款授信证的农户，要逐户做好小额贷款卡的发放工作，发卡率要达到 50% 以上，真正做到农户在柜台上可直接办理贷款业务，随借随还。由社区客户经理在授信证额度内，负责信贷资料的收集、借款合同签订及小额贷款卡的发卡工作。小贷客户经理在信贷系统中录入合同信息。客户在柜面办理贷款的过程中（包括异地机构），经办柜员要核实农户的真实身份，联系相关小贷客户经理，确认无信用状况变化后，经办柜员应及时受理客户需求，办理贷款业务。

四是 大力推广农户小额信用贷款

一是做好农村产权抵（质）押担保融资工作。大力推广股权、土地承包经营权、宅基地使用权等抵（质）押担保贷款。二是做好扶贫小额信贷（丰收爱心卡）工作。三是全面实施普惠快车。根据省联社最新精神，30 万元以下农户贷款由系统直接评分，可得出贷款额度，我行要借此技术，大胆试行发放信用放款。2015 年，农户信用贷款计划增加 1800 户，金额增加 3 亿元。

五是 提高农户产品持有率

一是提高目标客户产品持有率。对建档后推荐的高端客户、目标客户要加强营销，使其必须持有我行贷款、代理业务等 3 款以上产品。理财客户经理要通过小贷客户经理回访记录，充分利用农户建档系统和 CRM 系统，对目标客户进行分析，适时开展精准营销，同时及时与小贷客户经理沟通，开展联合营销。二是普及潜力人群持卡率。通过农户建档信息，加强数据的有效应用。对 18 至 30 周岁，未拥有我行借记卡的，要进行全面普及。三是辅导金融服务员开展综合性营销，要以借记卡为突破口，开展网银、贷记卡、理财产品、保管箱、贷款等“一篮子”零售产品的综合营销。

丰富社区电子金融产品 优化社区平台建设

一是有效推进社区共建工作，主动对接社区各类平台，通过喜闻乐见的活动，比如亲子活动、理财致富讲座、养生讲座、烘焙活动、运动会等形式，将老百姓感兴趣的活动和产品营销有效结合，在建立与客户间感情的同时，达到宣传我行产品，树立我行品牌的目的。二是加快社区电子金融产品发展。为更好地满足社区客户需求，要加强推广移动终端、“全民付”等设备，实现在社区网点也能办理借记卡、缴费业务、火车票订购等功能；同时要加强与电商的合作，进一步丰富社区网点的服务范围，借鉴阿里巴巴“乡村服务站”的模式，在社区网点尝试开展货品代购，方便附近居民。



顺势借力 搭建平台 ——积极推动电子金融平台化

文：电子银行部

近年来，随着大数据、社交网络、搜索引擎等互联网应用的不断发展，各类电子商务交易异军突起，这种全新的商业运营模式以及由此带来的企业经营数字化、平台化趋势对传统商业经营模式产生了较大的冲击，也给商业银行的金融服务带来了新的挑战和机遇。

互联网企业加速向金融业渗透

随着互联网技术的不断发展和应用，互联网企业不断向金融业渗透，互联网技术与金融产业发展的深度融合已经成为不可阻挡的发展趋势。以网络金融、移动金融等为代表的新兴金融对商业银行传统的存贷汇业务形成挑战，第三方支付公司、电信运营商、互联网公司、电子商务企业等不断从各自擅长的网络购物、手机支付、供应链服务、资金清算等方面向传统银行业务渗透。电商企业在拥有交易平台、交易数据、支付功能之后，最终进入金融领域也就成为必然。

银行业的电子化、移动化加速

每一次技术变革都会对银行业产生深刻的影响，并从根本上加速银行业务模式的转变。电商平台的发展对银行业而言无疑是挑战与机遇并存的双刃剑，一方面电商平台的发展为银行业今后的发展提供了新思路，另一方面银行业也不得不加快基于互联网技术进行金融创新。目前，国内商业银行的创新主要表现在两个方面，一是将传统的柜台业务迁移到在电子银行渠道办理，二是依托互联网优势开展电子商务、线上融资等新型业务。以建设银行为代表的国有大型商业银行开始探索创建自己的电子商务平台。



全力推进电子金融平台化

面对互联网企业银行化和同业竞争加剧的双重挤压，我行应充分把握银行电子化、电子银行移动化的发展方向，顺应大数据和互联网金融的潮流，继续加强电子银行平台化建设，持续推进业务电子化、支付移动化、交易平台化和服务体验化。

一是加速传统业务电子化，实现电子金融单点突破。实现虚拟渠道突破，加强自助银行和电子机具布放，推广移动客户端。实现网上支付突破，推广支付宝、银联在线、网上直接支付等支付业务，实施网上轻纺城直接支付，增加合作电商的覆盖面。

三是建立互联网金融系统服务平台，实现我行与政府的公共平台、企业用户、商户、第三方合作机构、社区、物业等单位的互联互通。通过为客户提供优质的综合化信息服务，从而达到既留住现有客户群，又拓展新的客户群体（尤其是年轻的客户人群）的效果，提升我行的互联网信息技术应用水平。

二是加速网上银行、手机银行、手机支付等业务的推广，占领移动支付市场。开发手机银行自助放款、还款功能，实现手机银行融资、理财的自助交易。在成功与中国移动、中国银联推出 NFC 手机支付的同时，在全行开展移动支付业务推广活动，实现总行、支行联动，推动移动支付业务进入新的发展阶段。

四是培养组建一支专业电子银行客户经理队伍。通过电子银行客户经理为客户提供多媒体、全方位、立体化、零距离的服务，在充分发挥电子渠道方便快捷优势的同时，又能兼备电子银行客户经理人工服务的温馨和体贴。

我行将通过不断创新产品、丰富功能并持续升级优化，实现业务电子化、支付移动化、交易平台化、服务体验化，从而将运营模式从以产品为核心转变为以服务为核心，为客户创造全新的电子银行体验，将电子银行真正打造成为“第二个银行”。





越努力，越幸福 2015，我们来了！

本刊编辑：郭杰

立志欲坚不欲锐，成功在久不在速。从 1987 年 5 月 31 日绍兴县信用合作联社成立至今，我行已走过 28 个春秋。从联社成立之初存款规模不到 3 亿元，到 2013 年存款规模突破 500 亿元大关，专业敬业、优质服务、改革创新、社会责任，真情相伴、合力成长，服务三农、支持中小，经过近三十年的发展，我行深耕会稽大地，收获了丰硕的成果。

发展决定我们能走多快，文化决定我们能走多远。过去的 2014 年，经济形势深度下行、同业竞争日益加剧、互联网金融异军突起，是我行发展历程中极为特殊、异常艰难的一年，但瑞丰人以特有的敬业精神、实干作风和担当意识，迎难而上、奋发进取、爬坡越坎、共克时艰，花百倍努力干事创业、用万份热忱服务瑞丰，全行各项业务稳健增长，特色优势日渐巩固，关键指标始终位居同行前列，为打造百年瑞丰奠定了坚实基础。

百年瑞丰与幸福瑞丰是一个有机的整体，不可分割、相互促进。“百年瑞丰”强调的是“舍”字，在瑞丰发展的关键时刻，我们每位瑞丰人都要能舍、肯舍、愿舍。“幸福瑞丰”强调的是“予”字，在瑞丰发展的每时每刻，我们都要懂得回馈、反哺、感恩，让每一位为瑞丰作出贡献的人不吃亏。百年瑞丰与幸福瑞丰相伴相生，只有打造了百年瑞丰，我们才能分享瑞丰发展给我们带来的美好生活，企业与员工是“利益共同体”，更是“命运共同体”，我们每一位瑞丰人要牢固树立“瑞丰好，我才好”的朴素观念。



毋庸置疑，2015 年，在经济金融新常态下，瑞丰的发展将面临众多的新问题、新困难、新挑战，诸如利率市场化、存款保险制度、不良贷款持续暴露、制造业基础发生变化等。如何迎难而上的关键就在于全体瑞丰人拧成一股绳，坚定“一起打造百年瑞丰，共同建设幸福瑞丰”这一信仰，以瑞丰人的瑞丰精神乘风破浪，直挂云帆济沧海。具体而言，要打造百年瑞丰，我们瑞丰人要从以下四方面做起，绽放最美的自我，肩负起瑞丰赋予的责任和使命。

要打造百年瑞丰，首先要认清瑞丰的未来。银行业将真正进入“剩”者为王的竞争时代，今后银行最大的危机，不在于规模、利润，而在于能否清晰地看清未来。加快推进零售银行的深度转型，坚持“人无我有、人有我优、人优我特”，打造差异化、特色化的社区银行，构建其他银行不可复制的经营模式，这就是我们瑞丰的未来、瑞丰的方向。我们瑞丰人必须牢牢把握这一方向，紧跟总行战略步伐，坚定不移地走出具有瑞丰特色的发展道路。

其次要为塑造“瑞丰名牌”不懈努力。我们每一位瑞丰人都是瑞丰的名片，都有责任维护瑞丰良好的品牌形象。我们的服务、我们的态度、我们的作风、我们的理念等，广大客户都看在眼里并将口口相传。每一位瑞丰人都要牢牢守住正道经营这条红线，努力提高合规意识，使依法合规成为自觉行为；都要高度重视自身行为，切实提升作风建设水平，有效防范道德风险、不良行为和违纪违法案件的发生；都要坚持合作共赢的经营理念，真心、诚心、贴心，不仅要“锦上添花”，更要“雪中送炭”，还要想尽办法满足客户的愿望，不断超越客户的期望。

再次要积极学习吸纳“互联网思维”。毫无疑问，银行业未来的发展趋势在于互联网金融。我们瑞丰人要在第一时间使用并掌握手机银行、微信银行等产品，加大力度学习互联网思维，大力弘扬创业创新精神，将互联网及时、高效、互动的特性融入经营管理，通过管理模式创新，及时满足客户的金融需求，为客户提供个性化、差异化的服务，走出一条属于瑞丰自己的差异化发展路线。

最后要胸中怀有大格局。格局有多大，事业就有多大，格局的大小决定着未来成就的大小。2014年，面对复杂严峻的宏观经济形势和企业经营环境，我行资产质量在全区乃至全市均位居前列，这一成绩的取得着实不易，但我行的目标决不应仅仅如此而已。我们瑞丰要做的绝不是矮子中的将军，我们对自己的定位一定要明确。“成为独具特色的区域首选零售银行、成为全国一流的农村商业银行、成为历久恒新的百年金融老店”本身就是一种大格局，身为瑞丰人，一定要具备这种格局。只要我们能够调整心态，就一定能够为自己建立这样一个大格局。把人生格局放大一些，站在更高的地方看努力、

看奋斗的目标和意义，幸福自会降临。

匣内青锋磨砺久，连舟航海斩妖魑。当我们全体瑞丰人众志成城，壮志未酬誓不休，为着我行“瑞行百年、丰泽万家”这一理念文化核心，为着瑞丰使命、瑞丰愿景和瑞丰核心价值体系这一理念文化主体而共同努力奋斗时，那种由衷的热爱，那份真挚的情感，还有共同的成长，以及百年的瑞丰，将构成我们的长远幸福。越努力，越幸福，2015，我们来了！2015年也将成为百年瑞丰的一个注脚，因为一代又一代的瑞丰人正在并且将要挥洒热血写瑞丰，谱写百年瑞丰这一华美篇章。越努力，越幸福，百年瑞丰，我们来了！



早谋划 早布局

各支行贯彻落实工作报告精神 积极谋划新一年度工作思路

文：总行办公室 李宝福

自我行举行 2015 年度工作会议以来，各支行广泛动员、全员参与，深入学习、深刻领会党委书记、董事长俞俊海所作的《保持发展定力 实施创新突破 强化文化引领，持之以恒走零售银行深度转型之路》工作报告，全行上下掀起了学习新报告、明确新思路、践行新举措、实现新跨越的浓厚氛围。

本刊编辑：沈帅帅 谢莹



轻纺城支行

轻纺城支行围绕报告提出的“四大创新”中的业务创新，已明确四方面九项重点工作，并已落实专人制定具体推进方案。针对门店，针对支行高端客户集中现状，将充分运用 CRM 客户关系管理系统，出台细则、把握时点、细化服务、分层推进；加强机构与团队联动，优化支行内部考

核机制，确保发挥条块员工积极性；适度突破属地原则，加大边界区域服务覆盖面。针对市场，要用传统 POS 业务带动其它业务，完善常态化的市场走访机制，探索与供销超市发放联名卡，通过批量拓户实现合作共赢。三是针对电子金融，要完善厅堂营销、交叉营销、微信营销等六大

发卡体系；探索电子银行批量获客新途径，为电商平台提供一揽子金融服务方案；提前介入有意向落户柯桥的大型商场合作。针对小贷业务，要充分利用好春节前客户原料采购、囤积货物的黄金时间，做好拓户工作，为全年业务拓展打好基础。

柯桥支行



柯桥支行提出要运用大数据思维，打造正能量团队，实施精细化管理，加快零售转型步伐，积极探索可持续发展特色，要新设社区团队和消费贷团队，努力打造社区共建特色品

牌，加强消费贷的拓户增量，有效阻击同业渗透。要强化管理，注重团队联动，将每周三列为“营销联动日”，社区、小贷客户经理联动，消费贷、小贷团队联动，深入社区、营造声势、

摸清底数、拓展业务。要出台《行长主管网点联系辅导制度》，明确支行行长和条线主管每周一天赴一个网点蹲点辅导，强化网点员工日常管理。

华舍支行



华舍支行在抓好工作报告精神传达的同时，结合支行实际，着眼当前工作，快人一步落实工作举措。在总行尚未下达支行目标前，该行已向各网点、团队下达一月份工作目标，并

要求按旬反馈；已制定一月份贷记卡专场营销、扫街专场营销、专业市场专场营销等活动方案；结合网点分类，已明确下属三家社区网点的“四进”范围，做好了网点与社区的——

对接，为之后的走访、建档、宣传、业务推进早作准备；对 50 万以上存款客户的维护工作，也已经层层分解落实到网点人员。



齐贤支行

齐贤支行将致力于扭转去年不利局面，在存款组织方面，抓实抓好旺季回笼工作，责任到人、考核到人，切实抓好企业结余归行工作，充分利用柜面力量做好零售客户春节资金回笼工作；有效对接柯开委，协调组织好各类财政资金，加强对村级存款的维护工作；加强营销，扩大结算账户开户面，有效增加

日常结算资金；加大高端客户的维护力度，不断挖掘高端客户，提升产品持有率和客户黏性。在贷款拓户方面，针对区域内有效贷款需求不足的大环境，深入挖掘新的业务增长点，针对不断集聚的高校市场，做好白领消费贷款的拓展工作；进一步完善区域包干机制，明确分区范围，深度挖掘区域内有真实融资

需求的小微企业和个体工商户；加大对已授信的免担保企业和无贷户的营销力度，切实提高区域内的贷款覆盖面；积极探索业务创新点，在遮阳商城、高铁北站寻找合作契机，全面挖掘业务新亮点。

平水支行

平水支行作为一家扎根南部重镇的旗舰支行，面对来自镇内另外 5 家银行的激烈竞争，按照工作报告中提出的“建档、授信、发卡、用信、产品持有”五步骤要求，力争到今年末全部完成辖内 28 个农村社区的 20% 农户的授信工作，在他行有效渗透前提前锁定潜在客户，积极抢占农村市场，确保市场份额

持续上升。积极关注农村市场的新变化、新趋势，主动与平水新城电子商务创业园合作，积极探索服务农村电商的金融方案和模式。切实加强全面风险防控，强化贷后检查，推行贷后客户经理交叉检查制度，通过核对资料、检查档案、电话回访等方式，全面防范员工道德风险、操作风险。

越州支行

越州支行面对区域内不断爆发的信贷风险和公司存款下降压力，坚持在发展中解决问题，用零售增量来弥补不断下行的公司存量，2015 年将重点拓展三大业务。一是加强基础客户聚集，以水费、电费、电话费、煤气费、车险等中间代理业务为突破口，以金昌美院金融便利店为依托并向周边辐射，批量化集聚社区客户。二是将银行卡的发卡数量和发卡质量作为存款组织的重中之重，以移动终端配置为契机，切实加大对市区高校、医院等人群的发卡力度；

加大对公司类客户的代发工资业务营销，利用流动银行车进企业的便利，提升银行卡使用效率；依靠柜面营销力量，加大窗口客户对手机银行、网上银行、基金业务、车辆保险等一揽子产品的持有率。三是要做好专业市场、白领消费贷拓展工作，新设两支营销团队，深耕细拓区域内每一个专业市场和商圈，挖掘潜在客户需求；积极走访机关事业单位、各类学校，全面拓展白领消费贷。

瑞丰暖心节日季

编者按：2014 年已经离我们而去，各种节日也在忙忙碌碌中匆匆翻篇了，在岁末的尾巴上，还是被细心的小编捕捉到一幕幕暖心的画面，这些画面来自于平凡而又忙碌的我们，但着实是被吸引到了，因为这个画面带着温暖和微笑，让我们能在寒冷的冬季停下脚步好好欣赏一番。

本刊编辑：嵇伟娜



平安夜的“微”幸福

文：轻纺城支行 左金霞
孙端支行 徐劭燕



镜头一 轻纺城支行

“单位的福利，好开心！”、“明天圣诞节你去干嘛？我可要去看电影去了！”、“单位发的苹果！祝各位平平安安、健健康康！”……打开微信，一张张照片、一串串表情，满满的都是员工在“晒幸福”，言语间洋溢着骄傲与自豪！是的，这就是来自轻纺城支行平安夜的“微”幸福。

在圣诞节来临前 3 天，轻纺城支行就已经开始谋划着给员工圣诞节的礼物，经过一番商量，最后决定送上当天的主角“苹果”与老少皆宜的电影票。精心准备后，就在平安

夜当天，苹果与三张电影票发到每位员工手中，“还是双胞胎苹果啊！”、“我还正在为圣诞节能不能买到 8 元电影票发愁呢，这下好了”、“我要带我爸妈去看电影咯！”，整个营业厅里都是大家的欢声笑语，节日的气氛顿时升温，空气中弥漫的是幸福的味道！

小小的举动，大大的幸福！这种幸福源自支行的用心，源自对员工的体贴！苹果与电影票这根小小纽带，传达的是瑞丰的人本文化，彰显的是瑞丰的人文关怀！

镜头二 孙端支行

2014 年 12 月 24 日下午三点。随着最后一个平安果送出——孙端支行“幸福平安夜”送苹果活动圆满结束。

当情人节的玫瑰和新年的盆栽年年热销的时候，圣诞节这个最典型的西方洋节也在悄然影响着人们的生活，引得圣诞送苹果祝平安逐渐成为中国人的节日惯例。在平安夜前一日，孙端支行行长安排会计主管和几位员工在办公室将购买来的苹果挨个包装起来。平安夜当天，平安果被一个个送到每个网点每位员工手中，活动总共送出平安果 106 颗，包括所有员工及保安、保洁阿姨。一位员工收到苹果后开心地晒起微信：中午休息时有人悄悄进入银行营业厅，动机不明，警报响



一起，跑过来一看，原来是圣诞老人提前给我们送礼物来了。每人桌上两枚平安果，祝福孙端支行的小伙伴们平平安安过圣诞，红红火火迎新年！

温馨浪漫的平安夜里，送达的不只是“平安果”，更是一种温暖和关怀，这种温暖归属于幸福的瑞丰人。

圣诞节的狂欢 Party

文：总行营业部 韩珍



2014 年 12 月 25 日晚，由总行营业部和广电局团委、质监局团委联合举办的“圣诞狂欢 Party”，在总行三楼一号会议室隆重举行。本着增加瑞丰、广电、质监间的合作，扩大瑞丰夜市的影响力，促进彼此之间的交流，圣诞狂欢 Party 以轻松活跃的气氛，轮番上演的节目，设计巧妙的游戏，增进了彼此之间的了解，为今后的工作开展打下了扎实的基础。

当日会场的布置无不体现着节日欢快的气氛，堆积如山的各种可爱玩偶，五颜六色的各式形状气球，还有盛装打扮的圣诞树。走进 Party 现场，感受到的是浓浓的热情，是甜甜的喜悦，是瑞丰银行家一般的温暖。

狂欢活动在营业部四位漂亮女生的歌声串烧中拉开了序幕，而广电与质监的俊男靓女们也不甘示弱，一首独唱《后来》、一篇诗朗诵《将进酒》将现场的气氛不断推向了高潮。营业部同事接下来献上的《花好月圆夜》和《一个像秋天一个像夏天》，让现场

的观众听得如痴如醉，拍手连连。迎来观众阵阵爆笑的是 Party 的经典节目“指手画脚”，让人意想不到的动作，匪夷所思的怪招想法以及百思不得其解的解释，看的观众捧腹大笑。胆颤、心惊、手舞、足蹈，用什么来形容“踩气球”呢？我想亲身经历过的人会告诉你，更多的还是欢声笑语，无论是我把你的气球踩破还是你把我的气球踩破，我们都会不约而同发出爽朗的笑声，没有工作的压力，只有笑声在一阵阵“嘭嘭嘭”声中扩散开来。而“萝卜蹲”环节，则是现场小嘉宾们的最爱，家长与孩子共同参与完成，爸爸抱着孩子喊着“萝卜蹲”让整个现场都洋溢着浓浓的亲情。在“五毛一块”的男女互动游戏中，随着主持人看似随意报出的数字，三个单位的年轻员工紧张而快速地组合成一个团队，进一步拉近了大家的距离。

Party 的最后一个高潮，也是最贴心的环节是歌曲独唱“兵哥哥”。当天正值质监局团委书记结婚 5 周年

的纪念日，营业部的工作人员在团委书记演唱完“兵哥哥”后为他们秘密准备了一个惊喜。当蛋糕、鲜花出现在他们面前，耳畔响起深情优美的旋律，望着眼前陪伴自己走过这 5 年的人，质监局团委书记夫妻眼角泛起了泪光。这种情感也深深感染了场下的观众，大家纷纷起身鼓掌，为他们送上自己最诚挚的祝福。

本次 Party 最后在欢乐的兔子集体舞中落下了帷幕。活动虽然已结束，但大家收获的远比活动中所举办的项目要多得多，欢笑自然不必说，更珍贵的是那段记忆，是一起开会改策划的严谨，是一起寻觅街头采购的追逐，是一起布置会场的认真，是一起玩互动游戏的喜悦。珍惜这段记忆，分别在所难免，但所有的分别都是为下一次的重逢做准备，期待下一次更精彩的狂欢！

品牌的力量

文：钱清支行 何颖

吃完晚饭，泡上一杯浓浓的奶茶，往椅子上一坐，空气里甜甜的味道让我觉得很满足。窗外的世界虽然寒风凛冽，寝室的小房间倒也是被我布置的暖烘烘的。暮得想起这一期的“瑞丰 E 学堂”还没有“启用”，于是果断地打开电脑，噼里啪啦地把工号和密码对号入座——原来这一期学的是瑞丰的品牌知识。

长达一个多小时的学习，本以为会很枯燥，但居然也被我一口气认真地听完了。从瑞丰



个多月了，从刚开始的不知该如何面对客户到现在能够“哄”客户，我的服务意识和能力得提升相当快。作为服务行业，我们认知服务要好这一点并不难，难是在于如何做好服务。我是这么告诉自己的：我有自己的脾气，但面对客户时我必须是没脾气的，更不应该拿我处事的标准去衡量客户，这是我的工作，那就尽量让自己以真心和热情去对待。其次我觉得是专业度，虽然师傅告诉我，柜台上就没有难办的业务，但我是还没有底气说出这句话的。每次遇到一笔从没做过的新业务，我还是不得不求助于查文件或者问老师傅们，这样不仅耽误办理业务的速度，也容易引起顾客的不满。所以，提升自己的专业度，不断的学习，才能使自己更好地契合瑞丰的品牌形象。再者，我认为是我自己的幸福感。这个乍一想会觉得个人的幸福感同企业的品牌能有什么关系？但其实情感因素的影响也是潜移默化的。能有一个好的工作心境，那面对客户时总是满满的正能量；反过来要是工作负面情绪累计，那装出来的“服务”，质量又能好到哪里去？所以，管理好自己的情绪磁场，做个向阳的人，也是自身品牌的完善方向。

每一个品牌的发展之路总是由无数个小故事组成，从无到有，从小到大，从每一个员工的点点滴滴汇聚。不论是工作在一线的柜员、客户经理，还是奉献在幕后的技术人员，我们每一个瑞丰人，就像现实版的“小祥瑞”，会不同程度地代表着瑞丰银行，从而影响客户对瑞丰的认知。就拿我自己来说，作为一名综合柜员，每天都会面对不同的客户，顾客若是来我的柜台办理业务，那么我的服务态度，办理业务的速度，回答问题的专业度，都将是客户认知瑞丰品牌的直接窗口。这么一想，突然觉得自己的工作好重要，每天重复的劳动也是具有重大意义的。

再往深处想想，那么作为一名基层员工，我该如何才能在我的三尺柜台阐释最好的瑞丰品牌呢？我首先想到的是服务：做柜台两

个多月了，从刚开始的不知该如何面对客户到现在能够“哄”客户，我的服务意识和能力得提升相当快。作为服务行业，我们认知服务要好这一点并不难，难是在于如何做好服务。我是这么告诉自己的：我有自己的脾气，但面对客户时我必须是没脾气的，更不应该拿我处事的标准去衡量客户，这是我的工作，那就尽量让自己以真心和热情去对待。其次我觉得是专业度，虽然师傅告诉我，柜台上就没有难办的业务，但我是还没有底气说出这句话的。每次遇到一笔从没做过的新业务，我还是不得不求助于查文件或者问老师傅们，这样不仅耽误办理业务的速度，也容易引起顾客的不满。所以，提升自己的专业度，不断的学习，才能使自己更好地契合瑞丰的品牌形象。再者，我认为是我自己的幸福感。这个乍一想会觉得个人的幸福感同企业的品牌能有什么关系？但其实情感因素的影响也是潜移默化的。能有一个好的工作心境，那面对客户时总是满满的正能量；反过来要是工作负面情绪累计，那装出来的“服务”，质量又能好到哪里去？所以，管理好自己的情绪磁场，做个向阳的人，也是自身品牌的完善方向。

学习完，又写了心得，外面的夜更黑了。深夜的倦意似乎也赶不走我心中对未来的期盼，我想我的瑞丰品牌梦就是我自己的梦。为了这个理由，值得拼一拼！就让我默默的对自己说：晚安，亲爱的！明天又是为梦想奋斗的一天！

迎贺新年

庆贺新年是世界各国各地区的普遍习俗，都对新的一年充满美好的希冀。“百里不同风，千里不同俗”，由于各个国家和地区的历史、文化、宗教信仰、民族习惯不同，因此也都有自己不同庆祝新年的习俗。在这辞旧迎新的日子里，世界各国的人们都以其别出心裁、独具特色的方式迎接新年的到来。

本刊编辑：潘璐越

在中国，传统意义上的新年往往指春节，是中国人民最隆重的传统节日，也象征团结、兴旺，对未来寄托新的希望的佳节。据记载，中国人民过春节已有 4 千多年的历史，它是由虞舜兴起的。春节是指从腊月初八的腊祭或腊月二十三或二十四的祭灶，一直到正月十五，其中以除夕和正月初一为高潮。在春节期间，我国的汉族和很多少数民族都要举行各种活动以示庆祝。这些活动均以祭祀神佛、祭奠祖先、除旧布新、迎禧接福、祈求丰年为主要内容，丰富多彩，带有浓郁的民族特色。

腊月二十三或二十四又称“小年”，是民间祭灶的日子。民谣中“二十三，糖瓜粘”指的即是每年腊月二十三或二十四日的祭灶。有所谓“官三民四船家五”的说法，也就是官府在腊月二十三日，一般民家在二十四日，水上人家则为二十五日举行祭灶。小年是整个春节庆祝活动的开始和伏笔，其主要活动有两项：扫年和祭灶。除此之外，还有吃灶糖的习俗，有的地方还要吃火烧、吃糖糕、油饼，喝豆腐汤。

每年农历的最后一天（月大为 30 日，月小 29 日），称之为“除夕”。它与春节（正月初一）首尾相连，是人们辞旧迎新的日子。由于农历大月有三十天、小月只有二十九天，

中国

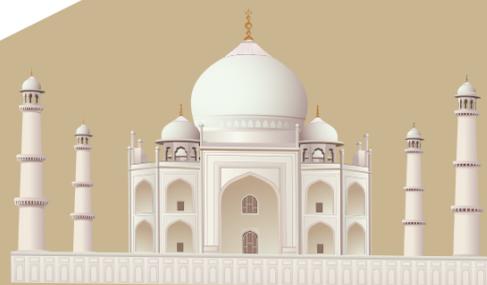


所以除夕的日期也就有廿九、三十的不同了。但是这一天常常不论是二十九还是三十，习惯上都被称为“大年三十”。除夕晚上全家人团圆吃年夜饭（农历一年中最后一顿饭），年夜饭以后有发压岁钱和熬年夜（守岁）的习俗。

每逢春节，无论城市还是农村，家家户户都要精选一幅大红春联贴于门上，为节日增加喜庆气氛。在贴春联的同时，一些人家要在屋门上、墙壁上、门楣上贴上大大小小的“福”字。春节贴“福”字，是我国民间由来已久的风俗。“福”字指福气、福运，寄托了人们对幸福生活的向往，对美好未来的祝愿。为了更充分地体现这种向往和祝愿，有的人干脆将“福”字倒过来贴，表示“幸福已到”、“福气已到”。民间还有将“福”字精描细做成各种图案的，图案有寿星、寿桃、鲤鱼跳龙门、五谷丰登、龙凤呈祥等。

看春节联欢晚会虽然并不是一个古有的习俗，但进入80年代后，由于电视的普及，春节联欢晚会成为中国人必不可少的一道文化“盛宴”，是中国中央电视台在每年农历除夕晚上为庆祝农历新年举办的综艺性文艺晚会，每年全球都有超过十亿人通过电视或者互联网收看春晚。

新年初一早晨，开门大吉，先放爆



印度

竹，叫做“开门炮仗”。爆竹声后，碎红满地，灿若云锦，称为“满堂红”。这时满街瑞气，喜气洋洋。后来一些上层人物和士大夫便使用名贴相互投贺，由此发展出后来的“贺年片”。春节拜年时，晚辈要先给长辈拜年，祝长辈长寿安康，长辈可将事先准备好的压岁钱分给晚辈，据说压岁钱可以压住邪祟，因为“岁”与“祟”谐音，晚辈得到压岁钱就可以平平安安度过一岁。压岁钱有两种，一种是以彩绳穿线编作龙形，置于床脚，此记载见于《燕京岁时记》；另一种是最常见的，即由家长用红纸包裹分给孩子的钱。压岁钱可在晚辈拜年后当众赏给，亦可在除夕夜孩子睡着时，由家长偷偷地放在孩子的枕头底下。

痛哭不吃饭
见面泼墨水。印度从每年10月31日起为新年共5天，第四天为新年。新年第一天，谁也不许对人生气，更不准发脾气。印度有的地区，新年早上，家家户户哭声不断，人人脸上涕泪横流，他们以岁月易逝、人生苦短，用哭来迎新年，是对人生的慨叹。有些地区的人们以禁食一天一夜来迎接新的一年，由新年凌晨开始直到午夜为止。由于这种怪异的习俗，印度的新年被人称为“痛哭新年”、“禁食新年”。印度人在过年前5天，各地都要演出印度史诗《罗摩衍那》（意为罗摩的游行），扮演史诗中的英雄与纸扎巨人“作战”，“英雄”引发点着火的箭，纸扎巨人便在观众的欢呼声中着火烧毁，除夕前，家家户户门前都张贴上各种精美图画。新年早上，人们提着精制的小灯，拿着红粉包，出门向老人和亲友拜年。

见面道喜后，就互相将红粉涂在对方的额上，表示吉祥如意，抬头见喜。年青人把红墨水装进水枪里，射到亲友身上，称为“洒红”，表示吉祥如意。印度青年喜欢在过新年时不管熟悉与否，见面徒手格斗。围观者叫好助威风，往往成为姑娘追求的对象。印度中部土著民族勃希勒人，为庆祝新年，在游戏场中竖立一根圆滑粗大的木杆，杆顶有一只盛着礼品的小袋，姑娘们手持禾竹竿竭力阻挠向杆上爬去的小伙卫子，小伙子们则在杆下围成一圈，努力防御姑娘们对爬杆者的攻击，直到爬竿者夺得小袋取得胜利为止。

迎新年大打出手。每逢新年，秘鲁市场上便成了黄颜色商品的天下。最有代表性的就是黄内裤。秘鲁人不分男女老少都会买上一条穿在身上，期望借此拥有“贴身”的幸运。秘鲁人用拳头迎接新年。秘鲁的库斯科市每年都会举行“打架比赛”。只要有胆量，无论男女老少，都可以上场和对手比拼一番。选手之间并没有深仇大恨，甚至彼此都不认识，人们打来打去就是为了将一年中积攒的怒气发泄出来，怀着一种充满欢乐和希望的心情步入新的一年。虽然是拳脚相加的场合，但现场播放的却是喜庆的音乐。

秘鲁

朝鲜

新年稻草人中塞钞票，黄昏时分烧头发。朝鲜和中国一样，在新年也有贴窗花、桃符的习俗。朝鲜人在新年时，家家户户贴对联和年画。有的人家在门上贴上寿星或仙女的画像，祈求上天保佑，驱走鬼魅，赐给幸福。新年黎明，人们把一些钞票塞进了除夕预先扎好的稻草人中，扔到十字路口，表示送走邪恶，迎接吉祥福星。黄昏，人们又将全家人一年中脱落的头发烧掉，祝愿家人四季平安。新春佳节，朝鲜的妇女穿戴一新。新年日少女们头戴一种麻制的帽子，称为“福巾”，身穿带花纹的五色彩衣，进行荡秋千比赛。她们以一处树花为目标，看谁先踢到或咬到为胜。也有在高处挂上铜铃的，以先碰响者为冠军。新年期间，朝鲜人除了享以美酒佳肴外，还必须要做一种用糯米加上松子、栗子粉、枣泥和蜂蜜等，蒸煮成与我国的八宝饭相类似的甜饭食用，以预示家里人丁兴旺日子过得象蜜一样甜。

德国人钱包放鱼鳞，爬高祈求一年好运。德国人对新年非常重视，他们认为新年过得不好直接关系到下一年的运气。在除夕之夜，人们会点起灯，放起烟花爆竹来“镇妖除魔”、辞旧迎新。德国有句俗话说“丰盛年夜饭，全年鱼肉餐”，所以德国人的年夜饭总是异常丰盛。新年钟声响起前，很多德国人会爬到椅子上，待钟声传来，就跳下来跑到椅子背后，以示甩去灾祸。在德国农村还流传着一种风俗——爬树比赛，据说爬得越高运气就越好，每年爬得最高的人会被誉为“新年英雄”，受到其他人的羡慕。德国人新年还有穿新衣的习俗，他们认为新年换新衣，一切都如意，新年乱穿衣，全年不顺利。此外，他们还会在钱夹里放几片鱼鳞，因为鱼鳞和鱼子都是新年吉祥物，预示着财源滚滚；不少人还把马蹄铁钉在墙上，用来“驱妖辟邪”；这一天，面包和烘饼也被制成圆形、8字形、心形或者辫形，据说这些形状能抵御邪恶。

德国

英国



争着打井水，深夜开门迎亲友。在英国，新年似乎没有圣诞节那么隆重，但是根据传统，家家户户都会吃一顿丰盛的除夕宴，因为英国人普遍认为，如果年夜没有剩余的酒肉，来年就会贫穷。待到午夜降临，人们就开始了传统的大拜年活动，每个家庭都把大门打开，拿出早已经准备好的小黑面包招待来宾。第一个来客通常被认为是新一年运气的象征，如果第一个客人是个黑发的男人，或是个快乐、幸福而富裕的人，主人就将全年吉利走好运；如果第一个客人是个浅黄头发的女人，或是个忧伤、贫穷、不幸的人，主人在新的一年里将遭霉运，会遇上困难和灾祸。新年打井水是英国中部乡村流传已久的风俗，据说第一个打到井水的人就是新年的有福之人，打来的水则是吉祥之水，所以新年一大早，人们就争先恐后地拎着桶，向井边进发。除此之外，英国人新年一早出门时，总会带上一大把铜钱，不管遇到熟悉的朋友还是陌生人，都会互相赠送。他们认为这样不但给对方一年有财气，也会给自己带来幸运。

法国

法国的新年本来是每年4月1日，直到1564年，国王查理九世才把它改作1月1日。除夕夜，法国人合家团聚，围桌痛饮香槟酒，按照传统，这一夜每个家庭都要喝掉所有的藏酒，以避免来年有厄运；所有的人都应该喝得酩酊大醉，这样新一年才会有新开始。1月1日一大早，父母会给孩子发“压岁钱”，以表示对子女的关爱。法国人认为新年这一天的天气预示着新的一年的年景。新年清晨他们就上街看风向来占卜：刮南风，预兆风调雨顺，这一年会是平安而炎热；刮西风，有一个捕鱼和挤奶的丰收年；刮东风，水果将高产；刮北风，则是歉收年。



新年是意大利传统的重要节日，意大利人认为，新年前夜响声连天可以驱邪，求得新年如意，所以人们当晚就不停地燃放烟花爆竹，还肆意打碎一切可以打碎的东西，小到碗碟，大到缸坛，并且把碎片统统抛到街上。新年这一天，家家户户都要在屋子里燃一炉旺火，而且整整一天不能熄灭。意大利人认为，火来自太阳，新年断了火，来年就不见天日，会招来厄运。

意大利



在比利时，人们在新年清早要做的头一件事就是给牲畜拜年，比利时人会走到牛、羊、猪以及自己的宠物猫狗身边，煞有介事地向它们问候：“新年快乐！”

比利时

墨西哥

墨西哥的新年习俗有点怪，人们在新年到来的时候是禁止笑的。墨西哥人把一年分为18个月，每月有20天左右，按传统习惯，如果想获得好运气，一年最后五天内是不准笑的。

澳大利亚

澳洲吃馅饼选豆王，加拿大除夕筑雪墙。每年新年期间，澳大利亚都有选豆王的风俗，乡间小镇或者城市社区里的居民聚集在一起吃馅饼，谁能够吃到馅饼里的豆子，谁就成为了当地的豆王，据说来年豆王的运气一定会特别好。

加拿大

加拿大人一直把纯洁的雪视为吉祥的象征，每逢新年到来之际，人们就把道路旁或院子中的积雪扫到自家住宅周围，筑起一道雪墙。他们相信，这样可以阻止邪魔入侵，为新的一年带来幸福。

巴西

新年钟声敲响后，巴西人高举火把，蜂拥登山，他们争先恐后地寻找象征着幸福的金桦果，这个活动被称为“寻福”。据说，只有不畏艰险的人，才能找到这种罕见的果子。在乡村地区，新年期间还有一个独特的风俗习惯——互相揪耳朵，人们在元旦见面时，会使劲揪住对方的耳朵，表示祝福。



日本人非常重视新年，从12月29日到1月3日，全国统一休假。除夕夜，人们纷纷祈求神灵降福，这被称作“初诣”，之后日本人就静坐聆听108声“除夕钟”，而后便早早上床入梦。新年一大早，一家老小围坐一起，互相讲述前一夜的梦，以此来占卜新一年的吉凶。

新年在日本叫“正日”，那一天早上，人们要吃砂糖芋艿、荞麦面等传统“正日早餐”，喝屠苏酒，然后去神社参拜，或者走亲访友。以后一连三天，日本人要吃素祈福。不过日本城里人已经放弃了新年吃素的传统，只在除夕夜吃一顿素面，希望自己健康长寿。

日本

阿根廷

受西班牙人影响，阿根廷人在新年钟声敲完后，也会抢着吃葡萄，不过他们还有另一道新年必吃食物——蒜瓣汤，据说蒜瓣汤可以驱邪避鬼，预示如意吉祥。阿根廷人认为水是最圣洁的，所以元旦一大早，合家老少就成群结队到江河中洗“新年浴”，他们用鲜花揉搓全身，洗去一切污秽，换来幸运美满的新生活。

哥伦比亚

人们用初生婴儿来迎新，应该是公元前600年始于希腊的一项传统，他们在祭祖时除了食物大宴外，会在旁边摆上一个新生儿，用来表示一年复始，万象更新。

希腊

美国这个移民国家的历史并不长，所以新年的民俗庆祝活动和其他国家比起来相对平淡，除了狂欢和吃喝，人们大多呆在家里看电视或睡懒觉。不过加利福尼亚州的元旦庆祝别有特色，新年来临之际，大街小巷到处都摆着玫瑰花，几十辆鲜花装点的彩车载着身着礼服的妙龄少女徐徐而过。人们会在节日期间选出当年的玫瑰皇后和玫瑰公主，在对美的赞赏中迎来新年。

美国

新年前夕，各条街上都制作很大的傀儡——“旧年”，并宣布“旧年遗言”，“遗言”的内容滑稽风趣，以博得人们开心，午夜时将“傀儡”炸毁，在粉碎旧年“傀儡”的爆炸声中，人们载歌载舞，互相庆贺。

2015年
新年快乐
农历乙未年
HAPPY NEW YEAR Chinese New Year 2015
The Year of Horse

敲响的是钟声，
走过的是岁月，
留下的是故事，
带来的是希望，
盼望的是美好，
送来的是祝福，
值此新春佳节，
百年瑞丰祝大家
新春快乐！

晒娃大赛
开始了

瞧！
这家子



配置：宝宝照一张
家长寄语+家长工作照一张



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，发工作沟通给内刊编辑即可！瞧这一家子，大家来看看像不像？！

本刊编辑：何少君 徐丹岚



宝宝：马婉茜 出生年月：2013年4月5日

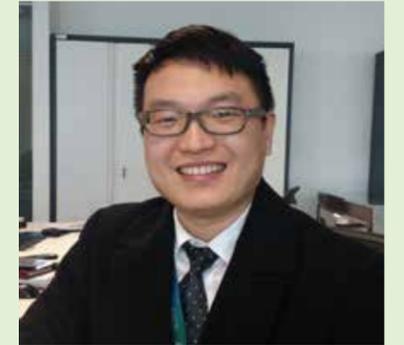


妈妈：陈亚萍 公司银行部
爸爸：马森江 信息科技部

身体健康、快乐成长！



宝宝：张洛宁 出生年月：2013年3月31日



爸爸：张华峰 零售银行部

瞧，小家伙这精气神。忽闪忽闪的眼睛诉说着洞察世界的快乐，捕捉着生活中的点滴。愿笑容常伴，愿健康常伴！爱在你左右，亲亲田田。



妈妈：陈薇
零售银行部

孩子，记忆似乎还停留在你呱呱坠地那一天，一眨眼你都一周岁了，团团，这一年有太多属于你的第一次，带给我们无尽的快乐和惊喜，只是那蹙着的眉头让妈妈心疼得不得了。宝贝，就这样在妈妈身边平安、健康、快乐长大就好，妈妈永远爱你！



宝贝：李振弘 出生年月：2014年1月8日



妈妈：单国琴
电子银行部

亲爱的宝贝，还没来得及好好陪伴你，你已经没有了毛毛头的稚气，妈妈祝你健康、快乐、平安地成长，成为又萌又帅的小小男子汉！



宝宝：朱单洋 出生年月：2013年1月10日

8元观影 天天任性



宝宝：胡依娜 出生年月：2013年9月15日



妈妈：杨波
电子银行部

亲爱的逗宝，你的表情总是那么丰富，要不要这么萌啊。妈妈希望你健康，快乐的成长。爱你逗宝，来啾一个！



妈妈：沈文萍
平水支行

亲妞妞，妈妈瑞丰上班班，妞妞健康快乐成长哦！



宝宝：高亦淇 出生年月：2012年7月29日

刷瑞丰卡 元看大片 专享



扫一扫
有惊喜

CARD 瑞丰卡
好卡好生活



以上为活动指定参与卡种

活动说明：1、参加本次活动的卡种仅限于瑞丰银行发行的借记卡（包括轻纺城卡、蓝天大剧院卡、贵宾卡）和信用卡（包括个人卡、公务卡），其中信用卡副卡可单独参加本活动。2、信用卡、公务卡、贵宾卡客户可每周提取两张优惠券，蓝天大剧院卡、轻纺城卡客户每月可提取两次，参与资格以能刷出优惠券为准，如遇优惠券机器故障，请择日购票。3、持卡人需凭银行卡（蓝天大剧院卡、轻纺城卡客户需同时提供当月或上月有效签购单原件），在影院指定兑换点先提取优惠券，再刷原银行卡以8元或20元兑换当日电影票。单张购物小票只限兑换一张优惠券，一张优惠券只限兑换一张电影票，每个客户每天最多限兑换两张优惠券。4、有效签购单指刷蓝天大剧院卡、轻纺城卡消费且单笔满88元。签购单的消费时间为本月或上月，如：8月份购票，则持有的签购单上消费时间为7月或8月；9月份购票，持有的签购单上消费时间为8月或者9月。签购单上的卡号与持卡人本人的银行卡卡号前六位与后四位须一致。5、本活动优惠兑换票不含合作影院IMAX、VIP厅、情侣座、包场、见面会等特殊场次及影院活动，具体以影院规则为准。本优惠活动不与影院内其他优惠活动同时享受。6、除特别说明外，每家合作影院提供的优惠购票数量有限，先到先得，购完为止。每家合作影院每天限总量50张，未兑换部分累计到下一日。每周限总量350张，如当周优惠券未全部提取完，视为客户自动放弃，当周末提取部分不累计到下周。7、本活动优惠兑换票须持卡人本人使用，不得转让，如遇影院要求，购票时请持卡人出示身份证。8、瑞丰银行不是本次活动的服务提供商，合作影院的服务质量与我行无关。9、在法律许可范围内瑞丰银行对本次活动拥有最终解释权及随时变更、终止本活动的权利。