

从“养在深闺”到名扬海外

——山西汾阳市支行放贷4.5亿元打造核桃产业

核心阅读

在“核桃贷”后,为了解决收购大户“融资难、融资贵”的问题,邮储银行山西省汾阳市支行又推出农保贷,解决了核桃收购大户在抵押、担保环节的难题。现在,核桃产业链上的客户如需要资金,已经可以从手机上一键申请,后台审核过后,很快就能收到贷款。从最早的三户联保,到后来的极速贷、家庭农场贷、农保贷,支持核桃产业的金融产品一直在丰富,便利性一直在提高。

恐怕很少有人知道,因汾酒闻名的山西省汾阳市也是我国的“核桃之乡”。这个小小的县级市,已经成为全国最重要的核桃集散地,不但把原产的纸质核桃

种植业和苗木繁育业做大,而且吸引全国核桃产区如新疆、甘肃、云南等地把核桃运输到汾阳,加工后再发往全国乃至土耳其、俄罗斯和中亚地区诸多国家。汾阳市这个中国“核桃之乡”从“养在深闺”到名扬海内外,背后除了种植农户的坚持、企业家的魄力,更有邮储银行等金融机构的大力支持。

汾阳至今已有2000余年的核桃种植历史,这里出产的“汾州核桃”以其个大、壳薄、肉厚、营养丰富等特点而闻名,当地一直就有购销加工核桃的传统,但是多年来由于受行业特殊性限制,经营规模一直做不大。为了支持当地特色产业,帮助经营户做大做强,让更广阔的市场认可“汾州核桃”这个品牌,邮储银行汾阳市支行2016年推出“核桃贷”,介入了当地的核桃产业。当年,汾阳市支行一个月就给核桃经销户放了4000万元贷款。很多农户从此成了商户,并按要求对自己的财务情况进行了规范,成为邮储银行的忠实客户。

截至2021年底,汾阳市支行针对核桃产业累计投放贷款4.5亿元,在助力核桃特色产业兴旺的同时,带动当地1.5万农户就业增收。

在汾阳演武镇西河堡村外,一片白色厂房非常惹人注目,这里是鹏达正隆食品有限公司。院里停着几辆带拖车的大型卡车,每辆车上摆成小山一样的编织袋里装的都是从新疆、甘肃等地拉回来的核桃。在车间里,已经剥好的核桃,经过人工清分好完整度后,被送到核桃仁色选仪里,根据颜色深浅快速分选,然后再根据客户需要按不同的分量打包。公司负责人侯德鹏说,做核桃经销,收购季节资金充裕与否是关键因素。这几年,他依靠邮储银行50万元的“核桃贷”起步,现在不但在新疆包了3000亩核桃园,而且经营范围也涵盖了核桃购销、加工等产业链。客户从国内发展到海外,每年出口2000多吨核桃仁,占产品总量的80%。

张晓青来自平遥县香乐镇北官地村。48岁的她每天坐着接

送车到汾阳上班,已经在鹏达正隆公司工作了6年。赵红燕是史家堡的,刚进厂20多天。她俩表示,拣核桃仁是计件工作,挑拣1斤2毛钱,熟练的人一天能挑拣1200到1300斤,不熟练的1000斤左右,公司管接送、管饭,还能挣到钱,大伙儿都挺开心。

核桃加工其实是劳动密集型产业。在进厂挑拣前,企业把核桃送到村里的加工点,不方便到厂里上班的村民在村里就做了砸核桃和剥核桃的工作,让不少人增加了收入。

在汾阳栗家庄乡田村的一个农家大院里,从一楼堆到二楼顶的箱子满满当当挺震撼。王维龙的加工点就在自家院子里,出口核桃仁的车间在另一个村子。王维龙刚起步时,在邮储银行通过三户联保贷了50万元,之后企业越做越大,贷款也越来越。现在的产品卖到了吉尔吉斯斯坦等国家和地区。

这几年,随着金融科技的不断发展,汾阳市支行扶持核桃产

业的产品也不断推陈出新。为了解决农户“融资难、融资贵”的问题,汾阳市支行与山西省农业融资担保有限公司合作,推出农保贷业务,担保公司的介入解决了核桃收购大户在抵押、担保环节的难题,简化了贷款流程,缩短了放贷时间。截至目前,该支行农保贷业务已累计支持经营主体约1.5亿元。汾阳市支行行长樊建星表示,现在,他们的客户再需要资金,已经可以从手机上一键申请,后台审核过后,很快就能收到贷款。从最早的三户联保,到后来的极速贷、家庭农场贷、农保贷,产品一直在丰富,便利性一直在提高,客户满意度也在提升。

人民银行汾阳市支行行长赵聪毅表示:“邮储银行汾阳市支行市场定位准确,和‘三农’结合得非常好,2016年起步‘核桃贷’时,就支持了800户农户和个体户,起到了示范带动作用。现在,周边平遥、孝义等地农民也到汾阳从事核桃产业,可以说,邮储银行金融助推乡村振兴做得非常到位。” □许超

贵州省分行 数字化赋能小微成长

在金融供给侧结构性改革的要求下,金融应如何发力助小微企业破解融资困境?邮储银行贵州省分行以创新普惠金融发展模式作答。该分行通过提升服务体验,以数字化赋能普惠金融,让金融服务走进企业、走进田野,加速为小微企业纾困、“解渴”,“贷”动小微企业迈入发展快车道。

科技“添动力”

“以前,像我们这样的小微企业常面临‘不敢贷、不能贷’问题。现在,不用担保抵押就能贷款,利息还比较低,非常契合我们的需求。”谈及邮储银行给予的支持,贵阳一印刷厂负责人张楠非常满意。

去年上半年,张楠正准备扩大经营大干一场,突然遇到资金周转难题。正当犯愁时,没想到邮储银行提供了满意的解决方案——一天之内100万元的贷款就完成办理与发放。解了燃眉之急后,张楠的印刷厂迅速扩大了经营,业务范围从印刷书籍拓展到酒盒包装,发展的信心与底气十足。

聚焦小微企业普遍面临融资慢、融资难的问题,贵州省分行借助数字化赋能普惠金融,推出“小微易贷”,借助互联网、大数据等先进金融科技手段,并结合企业纳税信息、增值税发票信息等,发放短期全自助流动资金贷款,为小微企业快速“解渴”。截至目前,该分行已面向全省600家中小微企业提供线上贷款逾7亿元,为小微企业茁壮成长注入“金融活水”。

金融“及时雨”

“不托关系不找人,银行自己上门推荐贷款。”遵义市从事有机食品行业的马建对邮储银行的服务由衷赞叹。马建所在的企业属于国家级农业龙头企业,去年,在向上游方订购原油来满足储备时,因下游方货款不能按时支付,造成流动资金不足,货款不能及时回笼,一度面临经营资金短缺的困境。

正在发愁的时候,恰逢邮储银行客户经理上门服务。在了解企业现状后,邮储银行遵义市分行开设审批“绿色通道”,在5个工作日为其发放了无还本续贷800万元。

近年来,贵州省分行加大对小微企业的支持力度。截至去年底,已累计向小微企业发放贷款近1500亿元,为超10万户小微企业提供金融支持。

创新“加速度”

进入“十四五”,贵州省将巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接摆在头等位置。聚焦该项工作,贵州省分行积极作为。

该分行去年开展大走访活动,强化与贵州省财政厅、省农业农村厅、省乡村振兴局、省融资担保公司、黔西南州政府等单位和合作,不断夯实普惠小微企业服务基础。目前,共结存政银合作项目50个,贷款余额20亿元,助推仁怀白酒、湄潭茶叶等一批当地特色产业走出贵州、飞向全国。

瞄准当地12个农业优势特色产业及500亩以上坝区农业,贵州省分行创新发力,聚焦中药材、生猪、水果、家禽产业生产经营主体“融资难、融资贵、融资慢”问题,对应开发出“中药贷”“黔猪贷”“水果贷”“贵禽贷”,已累计发放贷款85.5亿元。

为提高农村小微企业获得贷款的效率,贵州省分行接续开发小额贷款E捷贷、小额极速贷、网商贷等互联网金融产品,实现线上申请、线上审批、线上放款。目前,为涉农客户线上发放贷款44.51亿元,推动乡村振兴事业呈现欣欣向荣的景象。

□凌眉 张彦



“虎爸”迎来“开门红”

江苏省金湖县邮政分公司涂沟支局局长武永林与虎有缘,于2010年虎年春节喜当新郎,当年又喜得“虎宝宝”。到如今,他已当了12年的“虎爸”,业绩也是虎虎生风。

今年以来,武永林以CRM系统为抓手,对春节返乡人员进行重点营销。截至1月底,涂沟支局在全县网点中率先以保标计划完成率100%的业绩,提前40多天实现金融跨赛“开门红”。图为武永林(前排右二)进村送福,受到村民欢迎。 □吉尔云 乔晓飞 摄影报道

获客变活客

——河南南阳邮政代理金融交出“硬核”答卷(下)

从网点获客到场景获客

在金融竞争日渐激烈的当下,如何获取更多客户资源?南阳市分公司坚持“客户为王”的理念,把客群活动融入日常工作中,促进客群与效益相互促进、相互提升。

丰富客户活动,强本固基,为金融发展积蓄能量。卧龙邮政分公司工业路支局与南阳美团外卖建立联系,分批邀约外卖员到网点体验,为美团小哥建立“夏日炎炎,邮美团超甜”微信交流群,赠送夏季直饮杯伴手礼,实现新增开卡50余户,沉淀资金500余万元。

宛城邮政分公司农运路网点以搬迁“周年庆”为切入,通过线上线下相结合进行宣传,吸引客户。线下在周边小区布放电梯广告,破解小区宣传难题;线上以腾讯“朋友圈附近推”、朋友圈点赞、制作抖音转发朋

友圈等方式同步宣传。活动当天为客户免费打印形象明信片、开展游戏互动等,提升客户体验,实现总资产400余万元,新增客户40余户。

从点到面,从网点到场景……众多方略交织映射,迸发出空前的活力,衍生出更丰富的获客路径。南阳市分公司还丰富节日主题营销,开展“多节联动”活动,打造让客户愿意到邮政的高频场景,实现优质客户的转化和留存。

从结果导向到过程管控

“以过程管控去实现结果,以结果导向加强过程管控,以过程管控的确定性应对结果的不确定性。”南阳市分公司认为,“只要把过程做好了,结果就不会差。”该分公司充分发挥金融专业作用,每项工作有人盯、有人干。据介绍,该分公司在夏粮营销、项目代发、点策活

动、宣传走访等方面,都按照为什么、干什么、如何干、谁去干、效果如何保证五个步骤,列出时间表,制定任务书,细化到每月每周每天,做到盯人、盯事、盯项目、盯进度、盯结果,保障金融业务高质量发展。

南阳市分公司还完善金融网点考核制度,充分调动网点积极性。提升绩效分配系数,在保持综柜、普柜绩效分配系数不变的基础上,提升支路经理、理财经理绩效分配系数,增加大堂经理岗位,并设置绩效分配系数,使得“压高增低”解放出来的普柜有临时可管可控的评分体系和抓手。这些举措为金融业务高质量发展提供了动力源泉。

从“习惯领跑”到“敢为人先”,从“不落人后”到“争一流”,南阳市分公司形成逢一必争、逢冠必夺,与强者比拼、与快者赛跑的良好态势。 □刘力扬

洞见

理财经理的好业绩怎么来?

在调研中发现,一些网点的理财经理压力很大,觉得拓展业务很难。笔者认为原因有如下几点:一是我们没有把一些抓手比如CRM工具弄懂弄通。CRM是非常好的营销工具,里面有大量的有价值信息。用好它,既省时省力,又能精准定位客户。二是我们需要对自己的产品熟悉。客户对我们信任的唯一来源就是我们专业的服务。只有对产品熟悉,我们给客户介绍的时候才会专业、专注,才会公允,才能赢得客户的认可。客户对我们有了专业感、安全感,最终才会产生依赖感。三是需要对客户的心理有精准的把握。与客户经过简单交谈之后,就要了解到其风险容忍度、风险偏好以及其家庭背景、财务实力状况等,这需要我们在平常多积累。

理财经理说白了就是一个服务岗位,你给客户服务得好,找你的客户就多,你的业绩也就越好。服务客户,就要把其当作家人,有时甚至要对待自己的父母还要好。这个说法似乎有点不恰当,但是事实就是如此。因为你的绩效奖金全来自他们,你不对他们好对谁好?我们一直在强调零售业务要从卖产品向卖服务转变。以前,我们理财经理就像菜市场里的大妈,背上一箩筐菜,箩筐里有基金、理财、贵金属、保险等等,客户上门后你就推销,是以卖产品为主。今后,我们就得切换我们的营销方式,提高自己的服务技能、服务专业化水平,甚至对于一些特别的客户还需要有特定的服务方案,这样才能满足客户日益增长的金融服务需求。

这就涉及服务内容的定位。我们给客户什么样的服务?服务的程式和标准是什么?笔者认为无外乎有这么几点。一是你服务客户的专业化。这个专业体现在你对售卖产品的精准把握,体现在你与客户的良好互动与沟通,体现在你对营销技巧的操控熟练程度,体现在你对客户心理以及背景还有其诉求点的精确认知。只要你在这些方面下足功夫,你就会在日常工作中变得游刃有余。二是在营销过程中要有“实例验证”。大家在工作中一定会有让自己比较欣慰的一些实例,比如让客户多赚了多少钱、客户得到什么样的满足等等,这些实例平常要善于总结,善于提取,并在实践中不断推广应用。其实,有时候说再多的高深理论和大道理,还不如讲几个好的例子,尤其是自己亲身经历的例子对客户的打动大。三是服务的人性化。我们接触到的客户可能有多种多样,客户的需求也是各种各样。就像马斯洛需求理论中所分析的那样,依据客户各种需求以及客户对我们贡献不同,将其分门别类地加以各种标签化、人性化。喜欢高端服务的我们搭配高端服务,喜欢细节服务的我们就得周到细致,喜欢物质化的我们就可以“投其所好”。如此种种,总体上就能将我们的服务内容确定下来。 □刘剑恩