

2015佛山金牌理财师大赛我行喜获“双亚军”



本报讯 11月13日，第二届佛山金牌理财师评选大赛总决赛在佛山绿地璀璨天城举行。经过一番激烈角逐，我行理财师郭顺子脱颖而出，荣获个人组亚军；由尹倩倩、雷丽华、杨秀园、卢泳欣等组成的“点金胜手队”则勇夺团队组亚军；我行代表杨诗泉以及由孔泳朋、钟伟民、张婷婷、曾琪等组成的“南海淘金队”分别获得“十佳金牌理财师”和“十佳金牌理财团队”光荣称号。

据了解，今年已是佛山金牌理财师大赛举办的第二年。佛山金牌理财师大赛由南方报业传媒集团和国家理财师俱乐部指导，南方都市报和北京东方华尔金融咨询有限责任公司佛山分公司联合主办，自9月11日正式启动以来，受到了业界的广泛关注。经过紧张的初赛和复赛，共有15名优秀个人以及10支精英团队入围总决赛。其中个人总决赛于13日上午举行，15名人围选手分别针对“经济新常态下家庭理财策略”、“延迟退休来了，如何做好养老规划”、“高净值人士如何合理配置海外

(总行 郭顺子)



金牌理财师个人组亚军：
郭顺子

个人简介：南海农商银行理财师，曾任南海农商银行平洲夏储支行理财顾问。
理财宣言：好好理财，好好生活。



金牌理财师团队组亚军：
点金胜手队(卢泳欣 尹倩倩 雷丽华 杨秀园)

团队简介：点金胜手队是一支素质高、业务精、理财经验丰富的理财团队，团队成员具有AFP等专业理财资格认证。我们秉承“顾问先行”的理念，为客户量身制作专属其的个性化全面理财规划方案，助客户实现财富自由。
理财宣言：做您贴心的财富管家，助您实现财富自由。



十佳金牌理财师：
杨诗泉

个人简介：现任南海农商银行桂城鹿璟村支行理财顾问。
理财宣言：鸡蛋分篮装，财富智慧涨！

十佳金牌理财团队：
南海淘金队
(孔泳朋 钟伟明 张婷婷 曾琪)

团队简介：我们团队致力于更专业更科学更适合客户的理财规划，为不同的客户提供最匹配的理财规划方案，以客户实现更美好的生活为最终服务目标。“专业、专注、专心”为您——我们拥有专业的金融理财师，专注金融理财事业，专心为每一位客户做好理财规划，请记住我们！
理财宣言：专业理财，创造未来！



以“四个要有”践行“三严三实”

——论以作风建设助推改革发展

习近平总书记在一次推进作风建设的讲话中，提到“既严以修身、严以用权、严以律己，又谋事要实、创业要实、做人要实”的“三严三实”重要论述，为干部加强修养、改进作风、健康成长指明了方向。

在我行一次会议上，李宜心董事长曾经提出，全行干部员工要保持“四个要有”，即：要有危机感和紧迫感、要有责任感和使命感、要有信心和勇气、要有目标 and 措施。“四个要有”是我们践行“三严三实”、以作风建设深化经营改革的基本要求。

古语云，“居安思危，思则有备，有备无患，敢以此规”。近年来，我行乘着改革的东风，取得了前所未有的巨大的发展成绩；在新的形势下，“四个要有”作为我行作风建设的新标尺，是我们“从胜利走向胜利”的有力武器。

一、突出“三个导向”落实“三严三实”要求

(一)突出责任导向，强化干部管理。李宜心董事长强调，“要树立责任意识，增强使命感，以促进地方经济发展、促进企业发展，满足员工发展的角度把事情担当起来，把事情做好”，李董事长讲话的深层含义就是要突出责任导向，强化担当精神。习近平主席曾指出，“是否具有担当精神，是否能够忠诚履责、尽心尽责、勇于担责，是检验每一个领导干部身上是否真正体现了共产党人先进性和纯洁性的重要方面”。作为管理者，作为领导干部，在关键时刻一定要敢于站出来，以第一责任人的意识和担当，履行好企业 and 客户交予的使命重任。

(二)突出目标导向，引领业务发展。

书。爱读书是态度问题；读好书是内容问题；善读书是方法问题。在学习上，我们要做到“三学”：系统学、深入学、共同学。目前，各种微信的段子、分析的帖子很多，光进行这种碎片化的学习是远远不够的，要系统地学习，深入钻研，努力成为某一业务领域的专家；还要组织大家共同学习，共同提高，统一思想的认识，凝聚发展的共识，推动经营管理和业务发展的不断前进。

(二)坚持敢于担当，不辱使命，履行好“三种责任”

一是履行好使命责任。总行新一届党委对业务发展提出了新要求，新举措，这就是我们的使命责任。改制以来，我们体制机制不断完善，企业形象大幅提升，为我们新一轮发展奠定了良好基础。站在新的历史起点上，我们唯有牢记使命和责任，枕戈待旦、奋发有为，才能实现发展的目标，让使命成为现实。

二是履行好岗位责任。各级领导干部要“跳起来谋发展”。“跳起来”，就是要高起点、高标准要求自己，这是领导干部履职尽责的基本要求。以摘苹果为例，有三种情况，一种是苹果掉下来砸到你，你正好接住；还有一种是苹果长得确实茂盛，手随便一伸就可以拿到，这两种情况反映的都不是干部的能力。我们要跳起来摘苹果，甚至还要搭梯子摘苹果，这才是领导干部的岗位责任。

三是履行好担当责任。所谓担当责任就是要在大大非面前敢于亮剑、矛盾面前敢于迎难而上、危机面前敢于挺身而出、失误面前敢于主动承担、荣誉面前保持谦逊，这才是真担当。能否履行好担当责任是领导干部肩膀够不够硬的一个重要体现。遇到困难就“拖、推、躲、

骗”，这绝不是领导干部应有的担当。

(三)坚持立足发展，强化保障，创新推进业务营销

一是“严”字抓好组织推进。营销工作好比一场战役，各条线营销工作指引是全行人员的作战图和时间表，各项考核激励政策、竞赛方案，包括流程优化和系统建设等等都为战役顺利推进提供支持和保障。打赢这场战役的关键，在于严密组织、严谨地实施、严格的落实，也包括严肃的问责。

二是“实”字突出成效检验。实践是检验真理的唯一标准，成果是检查营销的唯一标尺。拿实招，求实效，这是我们取得工作成绩的不二法门。这次各业务条线营销工作指引中，很多措施都非常有针对性，总行各业务部门花费了很多心血来优化经营管理，各支行要认真学习贯彻，对好客户需求，以实实在在的投放做出业绩，体现管理创新的价值。

三是“合”字凝聚发展合力。各条线营销工作指引中，不少都突出了“联席会议”、联动营销、全员营销，这些要求正是“合”字的最佳体现。“合”更要求在格局上、视野上的融合，“互联网+”时代，跨界融合、资源整合才能创造出新的价值。在具体操作上，要注重部门与部门的融合，公司业务、小微业务对个人业务的带动，个人业务向小微业务的延伸等等，都是融合带来的业务增长。

三、做到“三个倡导”，取得“四大实效”

作风建设要紧扣一个“实”字，在全行要进一步做到“三个倡导”，倡导实事求是，真抓实干；倡导功成不必在我；倡导文化引领。结合我分行工作任务和重点工作，当前要着重从以下四个方面狠抓落实，取得实效。

一是全员营销要抓实。在以“营销”为主旋律的转型过程中，培养员工的营销意识非常重要，全体员工都应当关注全行营销重点，并在日常生活中、在亲朋好友交往中、在社会活动中，利用一切机会去搜寻可能的营销机会，去发现潜在的客户资源，让更多的公众了解我行产品和服务。要通过持续的教育培训和营销激励机制的不断完善推动形成“人人撒网，个个捕鱼”的联动营销、全员营销局面，让营销的意识深深地扎在全体员工心中。

二是队伍建设要抓实。业务大发展离不开人力资源的支持保障。要建立一支适应转型要求管理干部队伍，在认识和思维上能够准确领会总行转型的意图，在工作方法和手段上能够契合转型的各项要求；要建立一支具备营销战斗力的基层业务骨干队伍，网点负责人、客户经理、理财经理是营销的中坚力量，要加大培训投入，加大激励，推动基层网点营销能力的提升。

三是风险内控要抓实。当前要抓好管理工具创新，提高风险点非现场监控能力。要建立整改落实长效机制，切实从源头堵塞管理漏洞。要综合利用风险管理的各项成果，持续提升经营管理水平。

四是文化建设要抓实。切实开展好解放思想大讨论活动，凝聚全行人员的智慧，为发展献计献策，进一步统一全行员工发展的共识。要组织开展好各项企业文化宣传、培训活动，有效增强员工的文化认同和企业归属感，为业务发展提供精神动力。

(总行 任博)

积分在个人客户分层应用中的思考

目前，国内大多数商业银行对个人客户进行分层时，基本都将金融资产作为分类的主要依据，这与拥有更多金融资产的高价值客户可以为银行创造更多的利润息息相关。而且，将个人客户按资产级别进行分类也是一个相对简单、直接和清晰明了的分层管理办法。

无可否认，这种方式在银行客户分层管理的初期发挥着积极意义。但是，客户是一个个动态的、立体的个体，客户的需求和客户与银行业务之间的联系也是千丝万缕的，客户管理和客户分层应是一个综合、全面、动态的过程，如仅仅从金融资产的角度对客户进行纵向的分层，那么，随着银行业务的发展、客户管理需求的变化，这样的分类方式显然是片面和粗放的。首先，以金融资产为标准的客户分层模式忽视了客户年龄、性别、职业、家庭、投资偏好、业务需求、社会关系等内在属性；其次，以金融资产为标准的客户分层模式忽略了将客户分层与银行除金融业务外的其他业务相结合；第三，以金融资产为标准的客户分层模式，在目前商业银行以“条线”管理模式的结构体系下，使得在设定各层级客户的整体营销规划时缺乏各业务品种间的关联性，忽略了营销工作的配套性和综合性，割裂了客户的全方位金融需求，在客户维护工作中降低了客户资产业务以外业务的敏感性和协调力等。

多维度、多角度的客户分层标准，在实际操作过程中无可避免地会遇到一个问题：如何整合这一系列的标准，使得一些标准能准确反映客户的需求和客户对银行的价值？笔者认为，需要解决这个问题，首先需要两个基础条件，一个是技术，另一个是基础单位。一方面，从技术

上看，在近年发展迅速的数据仓库技术下，运用数据挖掘技术建立银行全面的客户贡献度分析框架，通过对客户数据的深入挖掘和优化整合，使得构建更为完整全面的客户信息蓝图成为可能。另一方面，各维度的客户分层标准体现着银行的价值偏好和资源倾斜，需要统一一个基础单位发挥纽带作用，将不同维度的分层标准连接起来。笔者认为，这个基础单位可以使用“积分”的概念。

在大多数商业银行，积分最初只用于银行卡刷卡业务，它面向客户，是银行激励银行卡客户刷卡消费、维护银行卡和客户粘度、促进银行刷卡消费手续费收入的一个重要途径。随着积分在提高客户的粘度、积分营销活动灵活性等方面发挥的积极作用日益显著，积分逐渐被应用于银行的其他业务领域，如存款积分、理财积分等。现在，积分不再仅仅是单一业务的积分，积分与客户分层、客户客户分层模式忽略了将客户分层与银行除金融业务外的其他业务相结合；第三，以金融资产为标准的客户分层模式，在目前商业银行以“条线”管理模式的结构体系下，使得在设定各层级客户的整体营销规划时缺乏各业务品种间的关联性，忽略了营销工作的配套性和综合性，割裂了客户的全方位金融需求，在客户维护工作中降低了客户资产业务以外业务的敏感性和协调力等。

鉴于此，笔者认为，银行可以尝试设立客户积分账户表，为每个客户建立一个客户层级的统一的积分总账户（一级账户），根据客户分层维度，在积分总账户下设立二级积分账户；根据分层维度中的不同角度，在二级积分账户下设立三级积分账户。三级积分账户下可按需要在设置四级积分账户，如此类推。下一级的积分账户积分总额汇总至上级的积分账户。不同账户的积分情况可反映客户的个人情况，同时反映客户在积分账户对应的业务领域的需求偏好程度。

以及客户对银行不同业务的参与度和贡献度。从另一个角度看，积分数量较低的客户积分账户对应的业务领域，体现出了银行营销中的短板。每个积分账户内积分可增可减、可正可负。

客户积分账户表不但可以完整、全面地将银行个人业务简单地罗列，而且根据业务对银行的贡献度，以及银行战略规划、业务规划赋予相应业务一定的基础价值，从而计算客户对银行的综合贡献度，得出客户的等级，便于银行提供差异化服务。另外，客户积分账户表也可以清晰获得客户的营销维护工作重点是营销拓展工作突破点。

以个人客户内在属性、业务规模、风险状况三个维度作为分层的标准为例，设立客户积分账户(见附表)。假设每个客户对应的业务或情况对银行的贡献度都是一样，设定为1，附表例子中的客户对银行的综合贡献度得分为15分，且该客户具有很大的业务挖掘潜能，例如，该客户处于家庭成长期，但是资产配置较保守，都是存款和购买理财产品，可以对客户进行保险产品和其他投资产品的营销；该客户信用卡出现M1逾期，可以以此为契机，引导客户开通短信通知和微信银行业务，及时关注信用卡账户使用和还款情况，提高信用状况；等等。

客户积分账户表还使银行向特殊客户(集团客户成员)提供个性化服务成为可能。也以附表该男性客户为例，该客户的社会关系是某政府单位员工，该政府单位通过银行进行代发工资，通过数据挖掘技术，可以整理、分析出某政府代发工资的所有员工在银行使用产品和服务的通性，从而银行可以为该政府单位及其员工量身设计一套个性化服务或产

客户积分账户表(例子)											
一级积分账户		二级积分账户		三级积分账户		四级积分账户					
项目	总得分	项目	得分	项目	标准	得分	项目	标准	得分		
客户积分总账户	15	内在属性	5	年龄	30-40岁	1					
				性别	男	1					
				职业	公务员	1					
				家庭状况	已婚	1					
				社会关系	某政府单位员工	1					
		风险状况	-1	洗钱风险							
				信用卡逾期风险	M1逾期	-1					
				贷款逾期风险							
		业务规模	11	个人存款	——	4	活期存款	1万元	1		
							一年定期存款	1万元	1		
							五年定期存款	1万元	1		
											
							汽车贷款				
			个人贷款	——	1	房屋按揭贷款	借款总额100万	1			
						住房装修贷款					
						小额信用贷款					
						综合性消费贷款					
											
			银行卡	——	2	信用卡	季月均消费1万元	1			
						借记卡	季月均消费5千元	1			
其他业务	——	1	网上银行	年有效用户	1						
			手机银行	年有效用户	1						
			微信银行								
			自助设备								
											
			第三方存管								
			理财产品	5万	1						
投资理财	——	1	贵金属业务								
			黄金业务								
			基金业务								
			保险								
			保管箱								
											
			短信通业务								
其他业务	——	1	代付业务	某政府单位代发工资	1						
			外汇业务								
											
											