

行业动态

工行忻州分行依托“工行驿站”关爱户外劳动者

本报讯 为深入践行“金融为民”理念,切实解决户外劳动者“喝水难、休息难、如厕难”等急难愁盼问题,近期,工行忻州分行依托辖内“工行驿站”“工会驿站”,持续升级便民服务,并开展专项慰问活动。

针对环卫工人、快递员等新就业

形态劳动者坚守一线的实际需求,该行深耕便民场景,优化驿站功能。目前,全辖网点驿站均已配齐饮水机、手机充电器、应急雨伞、针线包及急救药箱,并在季节交替之际备足热水。这一举措将银行网点打造成为了户外劳动者“累了能歇脚、渴了能喝水、手机

能充电”的温馨港湾。

日前,工行忻州分行组织志愿服务队走进辖区快递网点,为50名一线快递员送上毛巾、纸巾等实用慰问品,对他们风雨无阻保障城市运转的辛勤付出表示敬意。一位收到慰问品的快递员表示,能在网点喝口热水、给手机

续上电,心里感到很踏实。

工行忻州分行相关负责人表示,将持续发挥“工行驿站”“工会驿站”阵地作用,不断丰富服务内涵,将金融服务的温度延伸至社会生活的末梢,以实际行动彰显国有大行的责任担当。
(郝晋传)

基层连线

神池农商银行——

走访一线问需秋收 金融活水精准滴灌

本报讯 连日来,神池农商银行主动作为,组织工作人员深入县域粮食收储、加工重点企业及种植大户开展专项调研,通过精准摸排需求、定制金融产品、优化服务流程,为秋收季粮食产业稳产增收注入金融动能。调研中,工作人员先后走访神池

县旭通农业发展有限公司等近十家农业经营主体。调研组深入生产车间、仓储库房及粮食收购站点,实地察看粮食储备、设备运行、场地配套情况,与企业负责人面对面交流,详细了解本年度秋收收购计划、购销价格、货源组织及市场销路,全

面掌握企业经营难点与发展规划,系统梳理产业链发展堵点,为精准定制金融服务夯实基础。

针对秋收时节经营主体资金周转“短、频、急”的突出特点,该行坚持需求导向,主动摸排企业融资痛点,广泛征集市场主体对金融产品、

办贷效率的意见建议,建立专项服务台账与需求清单,实现靶向对接、精准响应。

在充分调研基础上,该行紧扣秋收产业融资需求,量身推出“粮食收购贷”,持续优化授信审批机制,压缩办贷时限,合理降低综合融资成本。同时,开通秋收助企绿色通道,提供上门对接、线上申贷、快速审批、随借随还一站式服务,全力满足粮食经营主体多元化、时效性资金需求,保障企业抢抓农时、稳健运营。
(张伟)

繁峙农商银行——

“爱心驿站”便民服务获赞誉

本报讯 今年以来,繁峙农商银行工会秉持“职工至上、服务为本”理念,深化“精准帮扶+多元赋能”双向服务体系,切实提升职工获得感、幸福感与归属感。

精准帮扶,传递组织温度。该行工会建立困难职工动态监测与快速响应机制,截至目前已累计为3名困难职工落实帮扶政策,缓解生活压力。常态化组织职工体检,坚持开展“夏送清凉、冬送温暖”慰问活动。针对职工子女升学、家庭变故等情况,工会第一时间上门走访,及时伸出援手,解决职工后顾之忧。

多元赋能,搭建成长平台。该行工会围绕业务技能、服务素养等内容,常态化开展技能比武、岗位练兵、业务培训等活动,以赛促学、以练促干,帮

助职工夯实业务基础、提升专业能力,为全行高质量发展积蓄人才动能。

丰富载体,凝聚奋进力量。结合职工兴趣爱好,组建各类文体兴趣小组,定期开展篮球赛、书法摄影展、趣味运动会等活动,丰富职工业余生活,增进沟通交流。举办“书香伴我行”读书分享会,营造浓厚学习氛围;针对女职工开展插花艺术培训,提升个人修养与生活品质。

延伸服务,彰显社会责任。该行工会依托辖区24个营业网点打造“爱心驿站”,统一配备饮水机、充电设备、急救药箱等便民物资,为外卖小哥、环卫工人等户外劳动者提供“冷可取暖、热可纳凉、渴可喝水、累可歇脚”的贴心服务,赢得社会各界广泛赞誉。
(王健)

岢岚农商银行——

举办风险资产清收处置培训

本报讯 8月17日至18日,岢岚农商银行举办风险资产清收处置专题培训会。

培训立足一线清收实战场景,紧扣最新司法政策与监管要求,以典型案例为核心,重点拆解清收全流程关键环节,讲解谈判技巧、诉讼保全及资产处置等实务要点,明确合规边界,传授可复制的实操方法,有效厘清了日常清收工作中的模糊认知。

参训人员围绕处置难点、沟通技巧及法律适用等内容深入交流。大家纷纷表示,培训内容贴合实际,针对性强,既理清了风险防控思路,又掌握了实用清收技巧。

该行相关负责人表示,接下来将扎实做好培训成果转化,坚持学以致用、以学促干,切实将培训成效转化为攻坚克难的实战能力。
(本报通讯员)

特色贵金属产品的核心优势,详细解读社区存单、定期存款的稳健属性及惠民权益。同时,针对社保卡使用、待遇发放等便民功能提供“一对一”答疑,现场收集客户需求,量身定制资产配置建议,切实将活动流量转化为业务增量。

此次活动是该行探索“文化+金融”服务模式的一次成功实践。下一步,支行将持续深化客户分层分类管理,不断创新服务载体,以更专业、更精准的金融服务,助推各项业务实现高质量发展。
(秦浩东)

财政货币政策发力提效



近日召开的中央政治局会议强调,要有效扩大国内需求,适应不同群体消费需求扩大优质供给。金融是国民经济的血脉,是支持提振和扩大消费的重要抓手。当前,金融在促消费、扩内需的过程中,还面临哪些痛点?接下来又该如何深耕消费市场?记者就有关问题采访了业内人士。

政策红利精准赋能

在财政金融政策“组合拳”的推动下,我国消费市场持续扩容。消费市场规模扩大的意义,远不止于数字增长本身,还标志着经济增长主引擎从投资和出口向扩内需的根本性转变。

专家表示,这深刻反映出消费市场正从“有没有”向“好不好”转变,从单纯的规模扩张迈向结构优化升级。当超大规模市场从量的积累转向质的提升,消费对产业升级的牵引力、对就业的吸纳力都将得到系统性增强。

近年来,中国人民银行通过提升信贷政策的结构引导效能,加力推进金融提振消费。中国人民银行等部门印发《关于金融支持提振和扩大消费的指导意见》,从消费供给和需求两端强化金融服务,满足各类主体多样化融资需求。《2026年第二季度中国货币政策执行报告》显示,截至2026年6月末,全国服务消费重点领域贷款余额2.9万亿元;全国住户消费贷款(不含个人住房贷款)余额20.82万亿元。

中国人民大学重阳金融研究院研究员刘锦涛表示,消费信贷本质上具有跨期配置收入的功能,特别是家装、教育、文旅等消费,往往具有单笔支出较大、消费需求集中而收入形成相对分散的特点。金融可以帮助居民在合理负债水平下,平衡不同阶段的收入和支出。居民愿不愿意消费,不仅取决于融资是否便利,也取决于融资成本能否匹配自身收入等因素。

金融政策“组合拳”集中发力,有助于分担借款人部分融资成本,直接惠及消费者个人。财政部、中国人民银行、国家金融监督管理总局发布了《个人消费贷款财政贴息政策实施方案》,引导银行以“真金白银”提振消费市场活力。今年以来,浙江农商联合银行辖内瑞安农商银行等金融机构发挥贴近县域的服务优势,多措并举推动个人消费贷款财政贴息政策落地。在风险管控方面,该行通过系统自动识别与人工审核相结合,重点审核消费真实性、消费用途合规性,确保贴息政策精准惠及真实消费。

此外,今年8月1日起《个人贷款业务明示综合融资成本规定》正式施行,银行机构须向借款人明示息费成本。“政策引导银行把利息、分期费用等履约成本统一折算为年化水平,让消费者看到的是贷款总价,帮助借款人评估月供之外的真实负担。”南京财经大学经济学院教授李庆海表示,对消费者而言,统一口径提高了不同机构、不同产品之间的可比性,能够减少银行隐性收费和信息误导,提升借款人敢贷积极性,并有助于减少信贷纠纷。

进一步提升促消费“组合拳”效能,刘锦涛表示,一方面应进一步加强财政政策和金融政策协同,把贷款贴息、政府性融资担保、风险补偿与银行信贷结合起来,以有限财政资金撬动更多市场化资金;另一方面继续发挥结构性货币政策工具作用,引导金融资源更多流向养老、托育、文旅、健康等具有较大增长潜力的服务消费领域。

提升信用卡吸引力

从促消费角度来看,信用卡具有不可替代的优势:它同时连接银行授信、消费支付、账单管理和分期服务,能够嵌入大量高频消费场景,是提振内需的天然纽带。

“然而,信用卡行业面临严峻挑战,场景适配不足等问题让消费者用卡意愿持续走低。”苏商银行特约研究员薛洪言表示,部分信用卡产品同质化严重,额度、费率、积分规则高度趋同,缺乏对不同群体的精准画像,难以激发持卡人的高频使用热情。中国人民银行发布的《2026年第一季度支付体系运行总体情况》显示,截至2026年一季度末,全国共开立银行卡102.61亿张。其中,借记卡95.74亿张,信用卡和借贷合一卡6.87亿

张。这相较于2022年的发卡高点来说,存量规模缩水较大。

为此,要想提升信用卡吸引力,银行应当从追求发卡数量和刷卡次数的老路上走出来,进而去推动信用卡从支付工具向综合消费金融服务平台转型。

薛洪言建议,针对不同客群定制权益体系,让每张卡都有清晰的功能定位。年轻群体看重餐饮娱乐、线上消费的即时优惠,可以将权益向文旅、餐饮等高频场景倾斜;中产家庭更关注商旅出行、子女教育、健康医疗等品质权益,可围绕这些领域设计分期优惠和专属服务;银发群体则对操作便捷性和资金安全有更高要求,需简化流程、强化保障。

提升信用卡吸引力不能简单理解为刺激居民增加负债。刘锦涛表示,监管部门此前就提示,信用卡、小额信贷与消费场景深度绑定虽然能够降低即时支付压力,但频繁、叠加使用消费信贷也可能带来过度负债和征信风险。因此,金融机构一方面要提高信用卡服务的便利性和可得性,另一方面也应坚持适度授信和理性定价,避免过度营销诱导消费者超出自身偿付能力消费。

丰富消费金融场景

当前,消费金融场景覆盖明显滞后于消费结构的变化。比如,文旅、康养、教育、体育、家政等服务消费需求蓬勃生长,但金融服务往往未能“在场”——消费者产生消费意愿的瞬间,分期办理繁琐、优惠无从触达,这种场景与金融的脱节直接抑制了消费的即时转化。与此同时,不同群体的消费需求日益分层,适配这些差异化场景的金融产品供给仍显不足。

消费金融要真正发挥促消费作用,关键不只是增加贷款额度,更重要的是融入合适的消费场景。只有金融服务与居民真实、具体、持续的消费需求匹配起来,才能把金融供给转化为消费增量。刘锦涛表示,在这一背景下,消费金融也需要从相对单一的家电、装修等传统大额消费场景,向更加多元、更具生活化特征的消费场景延伸。

消费金融是激发消费的重要力量,多地消费金融机构积极拓宽消费场景,下沉金融服务。中原消费金融聚焦文旅新型消费赛道,创新打造特色文旅金融服务场景。该公司依托中原消费金融App,重磅上线景区门票抽奖惠民活动,将金融服务与文旅惠民深度融合,通过打破传统金融服务边界,以轻量化、趣味化、普惠化的惠民活动为载体,助力激活文旅消费市场。海尔消费金融相关负责人表示,海尔消费金融加快打通金融赋能家电消费全链条,其智家分期业务已入驻2000余家海尔线下门店,全面赋能空调、冰箱、洗衣机等家电消费,有效适配消费者家电换新等多元需求。

丰富消费场景,核心在于打通“消费即金融”的无感体验。比如,在文旅消费中,从机票酒店预订到景区门票、餐饮购物,金融服务可以贯穿整个行程,让分期、优惠、积分权益在每一个触点自然呈现。在新能源汽车消费中,金融不应只出现在事后的贷款审批,而应前置到选车、试驾、充电等环节,提供一站式解决方案。

消费场景的丰富离不开数字化支撑。金融机构与电商平台、线下商户、政务服务平台实现联动,将金融服务“隐身”在消费过程中。中央财经大学中国互联网金融研究院副院长陈阳日辉认为,培育消费金融新场景,政府应做好“筑基”工作,推动政务数据、公共信用数据向合规金融机构有序开放,打破数据孤岛,降低金融机构场景嵌入的信息成本;金融机构需从等客上门转向主动场景,依托人工智能实现“钱找人”的精准滴灌;平台企业和实体商户要开放场景接口,与金融机构共建消费—支付—信贷—服务闭环。

从更长远看,金融促消费最终要形成一个完整生态。刘锦涛表示,未来应进一步推动银行、保险、消费金融公司与文旅、体育、养老、医疗等行业深度合作,把金融资源更多投入有真实需求、有优质供给、有持续消费潜力的场景中,通过支付、信贷、保险等金融工具提高交易效率,降低消费成本,充分释放消费潜力。

(据《经济日报》)

定襄农商银行西大街支行——

小驿站彰显大温情

山西银行忻州七一路支行——

聚焦客户需求 提升服务质效

本报讯 近日,山西银行忻州七一路支行创新营销思路,举办“锦遇非遗·宋锦雅集”主题沙龙,以非遗文化为媒介,将传统工艺体验与财富管理服务深度融合,为客户搭建了一个集文化交流、财富规划于一体的综合服务平台,有效调动起了客户的积极

性,提升了服务质效。

活动邀请客户参与非遗宋锦团扇制作,在专业老师的指导下,客户们沉浸式感受传统工艺的独特魅力,现场气氛融洽。支行巧妙依托这一轻松场景,将金融知识普及嵌入互动全过程,围绕“科学配置、稳健增值”

主题,用通俗易懂的语言讲解家庭资产配置策略,引导客户确立长期投资、多元配置的理念,在潜移默化中提升客户金融素养,实现服务质效与客户体验的同频共振。

针对客户关注的财富管理需求,工作人员重点推介代销理财、保险及

图片新闻



8月19日,保德农商银行组织开展“情系职工子女·助力农信学子”金秋助学活动,以实际行动关爱职工,为职工子女圆梦求学保驾护航,生动彰显了“以职工为中心”的暖心企业文化。

本报通讯员摄



为进一步做实做细职工关爱工作,传递企业温度,近日,五寨农商银行组织开展2026年“金秋助学”活动,为职工子女送上助学金与美好祝福,将组织的温暖精准送达职工心坎,以实际行动护航农信学子扬帆起航。

本报通讯员摄