



追求完美 成就你我



主办：晋城银行战略部 / 山西省内部资料准印证第 K189 / 内部资料 免费交流

雷锋大学校训：

行胜于言

总行地址：山西省晋城市文昌西街1669号
投稿邮箱：hb@jinchengbank.com
电 话：0356-2626729

（上接三版）尤其是在考核和分配机制方面做出根本性变化。我们要转变分配机制，要围绕产品考核，将分配方式由“从上至下”向“从前到后”进行转变。“机制先行”、“机制开路”将是我行下一步改革的主旋律和最强音，体制要给机制让步，体制变化不能动摇机制落地。我们要让那些勇于蹚路子、辟新径，敢于涉险滩、动奶酪、善于破难题、闯难关，甘去做奉献、苦耕耘的雷锋式好员工，有激情、快乐地工作，有尊严、体面地生活。我们不能让他们只奉献、没收获，只付出、没回报。我们要以奋斗者为本，让奋斗者得到合理的回报。

我们要重塑产品价值链，将产品作为最重要的主线贯彻始终，并且由其决定各主体的职责定位和考核导向。

我们要用“积分制”来对全行动作进行计量和管理。积分制是一种良性机制，把倡导正能量的行为、动作以积分的形式记录下来，同时将我们摒弃的、反对的行为和动作，以负分的形式记录下来，把积分与荣誉和薪酬挂钩，从精神和物质两个方面来保证雷锋式员工得到应有回报，从机制上保证雷锋式的员工会越来越多、越来越好。而且这个机制保障不能放在每年的年底，要放在年初，并且体现在过程中。我们要让员工在晋行感受到“大学校、大家庭、大舞台、大赛场”的工作氛围，要让企业内部处处都呈现出“学雷锋”的正能量。

我们要强化“人均”、“网均”效能，充分提升员工的单兵作战能力和协同作战能力。敏捷小组就是一个源源不断地“生产”雷锋式员工的组织，是新时代的“学雷锋小组”。抓产品、增业绩、促发展，为企业攻坚克难“打山头”，从一个胜利走向另外一个胜利。我们希望“学雷锋”在晋行不是作秀，更不是走过场、一阵风，而是能够扎扎实实与员工的工作和生活融为一体，能够切实切实让员工体会到“学雷锋”所带来的收获和提升。我们也会在晋行这个大舞台上给足员工空间，让雷锋式的员工能够施展拳脚，大有作为。

三、新时代如何学雷锋

习近平同志 2018 年 9 月 28 日在辽

宁抚顺考察时指出：雷锋是时代的楷模，雷锋精神是永恒的。它是五千年优秀中华文化和红色革命文化的结合，“积小善为大善，善莫大焉。”这与我们党“为人民服务”、“做人民的勤务员”都是一脉相承的。所以，雷锋精神永远值得弘扬。总书记这段话，对于我们在新时代坚持学雷锋、把雷锋精神持续深入地纳入我行企业文化建设，具有重要指导意义。

过去，我们在众多雷锋式员工身上发现了他们的闪光点。他们忠诚、谦逊、内心纯净、持续追梦，他们因工作性质看似刻板，实则时尚而又充满活力。他们身体可能早已不再年轻，但心却永远年轻美丽、富有朝气，能够跟上晋行改革创新步伐，成为晋行的中流砥柱。复杂多变的内外环境决定了我们当前必须弘扬雷锋。新时代学雷锋，我们需要延续，也需要创新；我们需要传承，也需要突破。我们将赋予新时代雷锋更多新的含义。

我认为，新时代的雷锋，一定是忠诚的追梦人。雷锋的忠诚，体现在对党和人民的无限忠诚上。目前，市场经济下行，我行正处在改革创新的攻坚阶段，雷锋式的忠诚员工是我们的创业基石。晋城银行成立十余年，我们周围有太多的老员工，他们从成立之初一直到现在，默默无闻、兢兢业业，他们的事迹也许不是那么轰轰烈烈，却一样感人肺腑。他们耐得住寂寞，守得住繁华，我们珍视这样忠诚的员工，也相信他们会带着对晋行的热爱和忠诚书写传奇。新时代的雷锋，忠诚依旧。

新时代的雷锋，一定是有大爱精神的人。董志斌在上任朔州分行行长的四年里，连续四个春节没有回家。他心里满满地装着员工，给员工梦想、平台和关爱，主动担当员工的教练员，亲自给员工授课，讲思想，谈理念，传方法，让员工热爱工作、学会工作，在传、帮、带中帮助员工快速成长。矿区支行特意成立“老年客户上门服务”小分队，上门为老年人量血压、帮助老年人买菜、打扫卫生，给客户进行产品的讲解和业务处理，还应邀上门为客户进行婚庆礼金的登记等。做草根银行，大爱雷锋是最基础的要求，也是永恒的要求。

新时代的雷锋，一定是拥有高情商的人。所谓高情商，就是让每一个与他打交道的人都感觉到舒服、舒心。雷锋就是一个情商极高的人，而我们一线的员工，也是情商极高的人，能够非常容易地与客户打交道，甚至成为好朋友，让客户充分信任。与社区的客户打交道，就是一件需要极高情商的工作。秀水苑社区支行的宋军才，锦绣苑社区支行的李慧，都是扎根社区，服务社区的雷锋式员工，他们将亲情化服务作为一种常态化服务，无缝衔接到为客户服务的工作中去。这样的员工，无论是做特色化还是普通的下沉营销，他们都能够利用自身的高情商，将我行的正能量、服务、产品、品牌，通过社群和客群进行传播。

新时代的雷锋，一定是能为企业创造价值的人。雷锋是企业文化的化身，在雷锋身上可以将企业文化的一切要义集中体现。他也是一面镜子，我们每个晋行人都应该以他为参照，去对标自己，找差距、补不足，看看自己是否真正具有价值。交易银行部作为 2018 年新设部门，积极创新我行对公业务发展模式。一是积极对接投行牌照，先后取得债权融资计划副承、合格投资人、分销商，委托债权委托行、受托行、投资行资格；二是通过理财直融、债权融资计划等方面积极开拓投行业务，通过贷款审批 3 笔，金额 22 亿元；三是短短两个月时间内助推我行首期债券融资计划发行 1.5 亿元。产业金融平台部马不停蹄地推进我行自主风控的“美团贷”，短短 2 个月完成了产品模式、系统改造、模型方法论、模型开发的全系列工作。开展业务两个多月以来，交上了一份不错的答卷。我们讲，“一流的人才带来资源，二流的人才利用资源，三流人才浪费资源”。我们需要的，就是像交易银行部、产业金融平台部一样的，能够为企业带来资源，或者能利用企业资源创造

价值的人。各位同仁，各位校友，十年雷锋情，逐梦新时代。雷锋精神是一面永不褪色、永放光芒的旗帜。我相信，在雷锋大学的积极推动下，在全行上下共同学习、践行下，雷锋精神将再次在全行发光、发热，点燃每一名晋行人再出发、再突破、再创新的激情！

新时代的雷锋，一定是坚毅果敢的人。在我们行一直存在一种不好的现象，在一线工作不顺心了，对岗位没有

新鲜感了，或者与同事相处不融洽了，就到处托关系、走后门，要求调整岗位到总分行中后台。现在我们提倡做大零售，就是提倡更多的人走向社区，下沉到农村，今年还要把人往下放。即便是来总行，你也要明白，总行不是权力的代名词，也不是让你来享受的。总行应该是专业团队、服务团队，应该比基层工作更艰苦，更需要钻研再钻研，都要具备“能想、能讲、能写”的素质。总行的人员要从模式上、流程上、风控上来攻艰克难，严格要求自己，坚毅果敢，勇挑重担，去完成大部分人完成不了的工作，真正去为一线做支撑、做服务。

今天，我与大家一同回顾了十年来我们学雷锋都学了些什么，跟大家共同探讨了面临的现状、我们目前要做的事情，也发出了对新时代雷锋式好员工的期许。有人说，十年像一个段落，应该有个句号。我觉得，十年太短，我们还有很多事情大有可为。所以，这里只能轻轻地点上一个逗号。未来，我们要在机制上保障雷锋式的人不受委屈，受表扬、受表彰，让晋行涌现一排排、一群群的雷锋。

当前，我们正在全行上下深入开展“改革创新、奋发有为”大讨论，反对形式主义、官僚主义等大企业病，激励全行管理者和每一位晋行人担当作为，弘扬雷锋精神是一个利器。它可以拉升我们每一个人的道德底线，让大爱、忠诚、干净、价值、责任、担当、协同、认真、创新、改变、追梦等等这些我们工作中急需的企业文化元素，从他律变为自律，成为每个人的自觉，成为我们企业的核心竞争力。从这个意义上讲，今天的专题辅导也可以说是一次党课。希望全行共产党员带头学雷锋，党委各位委员和各总支、支部、党小组，都要注重以雷锋为英雄抓好企业文化，真正做到业务和文化两手抓、两手硬。

各位同仁，各位校友，十年雷锋情，逐梦新时代。雷锋精神是一面永不褪色、永放光芒的旗帜。我相信，在雷锋大学的积极推动下，在全行上下共同学习、践行下，雷锋精神将再次在全行发光、发热，点燃每一名晋行人再出发、再突破、再创新的激情！

晋城消息 2019 年 3 月 5

日，雷锋大学举办了雷锋在晋行十周年主题报告会。会上，行党委书记、董事长、雷锋大学校长贾沁林出席并作了题为《以雷锋精神筑梦新时代》的主题报告。监事长、雷锋大学副校长董华斌主持会议，全行各级管理者、员工代表参加会议。

雷锋在晋行十周年主题报告会，不仅对我行十年来学雷锋情况进行回顾总结，更对下一阶段学雷锋工作进行了安排部署。贾沁林“以雷锋精神筑梦新时代”的主题报告，分“雷锋精神在晋行”、“现阶段学雷锋的必要性”、“新时代如何学雷锋”三个部分。在第一部分“雷锋精神在晋行”中，贾沁林对历年学雷锋日主题进行了回顾，对那些曾经感动过我们的雷锋式好员工进行了



再现。在第二部分“现阶段学雷锋的必要性”中，贾沁林对如今复杂多变的经济环境、我行自身的实际情况以及今年我们在机制、分配方式等方面的变化做了强调，希望有更多的晋行雷锋不断涌现。在第三部分“新时代如何学雷锋”中，贾沁林提出，新时代学雷锋，

我们需要延续，也需要创新；我们需要传承，也需要突破。同时，他提出新时代雷锋的几个新含义：新时代的雷锋，一定是忠诚的追梦人；新时代的雷锋，一定是有大爱精神的人；新时代的雷锋，一定是拥有高情商的人；新时代的雷锋，一定是能为企业创造价值的人；新时

代的雷锋，一定是坚毅果敢的人。此外，他还特别强调，要用机制做保障，在晋行保证雷锋式的员工不吃亏。报告中对新时代如何学雷锋进行了阐述，对我行进一步深化企业文化内涵具有十分重要的意义。

最后，监事长董华斌对全行上下学雷锋、弘扬雷锋精神工作进行了安排。他要求，一是要学讲话，学精神。全行上下要将工作会精神和学雷锋主题报告一并深入学习贯彻，融会贯通。二是要大讨论，照镜子。要求各级管理者和每位员工要结合当前全行深入开展的“改革创新、奋发有为”大讨论活动，对照董事长对新时代雷锋的要求，照照镜子，做做反思，进一步解放思想，查找问题，担当作为。三是要学雷锋，学标杆。雷锋是我行的企业文化英雄。要

求要结合 2018 年度双先表彰中推出的先进典型，总结先进事迹，借助“改革创新、奋发有为”大讨论活动，开展交流宣讲，引爆全行学雷锋、学标杆的热潮。四是要两手抓，两手硬。企业文化是晋城银行的灵魂。要求全行各级管理者要肩负起“一岗双责”的重任，业务发展、企业文化两手抓，两手都要硬。既要以身作则，还要创新企业文化建设动作，营造积极向上的氛围，让员工以更加饱满的热情投身到晋行发展和客户服务当中。

大会的召开，对新时代如何学雷锋发出了最强音，号召全行上下以雷锋精神为引领，将雷锋精神内化在每一名员工的实际行动中，为实现晋城银行二次创业的梦想添砖加瓦、增光添彩！（人力资源部 毕晶）

以雷锋精神筑梦新时代

——在雷锋在晋行十周年主题报告会上的讲话

贾沁林

（2019 年 3 月 5 日）

今天是 2019 年 3 月 5 日，又是一年学雷锋日。十年前的今天，我在“向雷锋学习，创商品牌”动员会上，作了题为《弘扬雷锋精神，打造商品牌》的讲话，正式拉开了全行“学雷锋”的序幕。当时希望通过这个动员会，庄重地把雷锋请进来，让雷锋成为我行企业文化的化身

和英雄，让员工带着雷锋精神去工作，让雷锋精神成为优秀员工的价值准则。此后，每年的雷锋日，我都做过一个结合雷锋精神与当年战略需求的主题报告。十年过去了，那些感动过我们的人和事历久弥新，价值依然。所以，首先我想与大家一同回顾一下，这些年我们“学雷锋”

都学了些什么。

一、雷锋精神在晋行

（一）历年学雷锋日主题回顾

2009 年 3 月 5 日，在《弘扬雷锋精神，打造商品牌》的讲话中，我从“为什

么要向雷锋学习”、“为什么今天商行要学雷锋”、“怎样向雷锋学，向雷锋学什么”三个方面阐释了学雷锋的意义和内涵，正式把雷锋请进来，号召员工向雷锋学习。

2010 年 3 月 5 日，是雷锋大学毕业的日子，（下转二版）

像雷锋那样——

平凡的人做好平凡的事，一样拥有伟大的品质。

——贾沁林

以雷锋精神筑梦新时代

——在雷锋在晋行十周年主题报告会上的讲话

贾沁林

(2019年3月5日)

(上接一版) 也是我们在总行大院安放雷锋铜像的日子。我们就是希望让雷锋在晋行落户,成为晋行的一分子,让大家每天都能看到雷锋、学习雷锋,让雷锋精神在每一位员工心里深深扎根。

2011年3月5日,我们举办了“我身边的雷锋”故事会,胡晶、田甜等8名员工上台分享了我们身边的雷锋故事。那一年的故事会,一共收到了130多个雷锋故事,可见当时学雷锋已经成为晋行的一种正能量,我作了题为《践行雷锋精神,培育草根基因》的讲话。

2012年3月5日,我作了《雷锋与企业精神》专题报告。我与大家探讨了岗位学雷锋要学什么——学雷锋,要做勤学善钻、专业精业的学习型员工;学雷锋,要做善于发现问题和解决问题的创新型员工;学雷锋,要做敢于向困难和问题开炮的开拓型员工;学雷锋,要做相互支撑、共同向上的阳光型员工。

2013年3月5日,我作了题为《用文化消除负能量,用行动传播正能量》的讲话。主要讲述了雷锋精神与核心价值观之间的关系,还“晒了晒”与核心价值观相悖的现象和行为。在随后的故事分享中,22名同事上台分享了正能量的雷锋故事。原远程银行中心的陈丽斯,生病发烧,嗓音嘶哑,却不愿意加重其他人的工作量,仍然坚持上班;原电子银行中心的李鹏、马飞、李勇等人在春节期间,放弃了和家人团聚,争分夺秒、克服一切困难为高平的客户安装POS机。他们都是雷锋大爱的人,都是晋城银行最可爱的人。

2014年3月5日,我作了题为《以互联网基因促进雷锋精神升级》的主题报告。2015年3月5日,我们仍以e时代雷锋为主题,将如何把雷锋精神与互联网结合进行了阐释。

2016年3月5日,报告的主题是《弘扬正能量,助推大转型》。2016年是我们深化专业化改革的元年,在那样的历史条件下,我们更呼唤雷锋精神,同时也对雷锋式员工提出了一些新的要求:专业、守纪律、勇担当。杨小丽、常鹏举等事例演绎了这些新要求。

2017年3月5日,我们在全行提倡“自动自发”,那一年的主题报告就是《让自动自发成为专业化转型的探路神器》,在深化专业化转型的过程中,面临种种

障碍,等要靠,眼高手低,发牢骚,不接地气,工作缺乏系统性、先进性、战略性。针对这些问题,我们提出了自动自发,强调民主化管理,打造学习型组织,注重问题管理。

2018的3月5日,我作了题为《让雷锋精神点燃奋斗之火》的讲话。这一年,我们将雷锋赋予了“奋斗者”的含义,婚庆特色项目组、小草银行的那些奋斗者雷锋让我深受感动。

(二)那些曾经感动过我们的雷锋式好员工

十年来,从请雷锋、成立雷锋大学,到“我身边的雷锋”故事会、“雷锋与企业精神”专题报告会,再到“e时代的雷锋”、“弘扬正能量的雷锋”、“自动自发式的雷锋”、“奋斗者雷锋”,大家从最初学雷锋的不理解到接受、认可再到践行,用实际行动诠释了雷锋的大爱精神、钉子精神、协同精神和螺丝钉精神,同时,也衍生出了更多雷锋身上的精神。让我们再来回顾一下这些感人的案例。

陈月地,从支行行长到晋城分行行助,再到晋中分行行长。十几年来,她不善言谈却满怀激情,她随和质朴却始终奋斗在市场营销的第一线。从晋城到晋中,从筹建到开业,面对陌生的创业环境,面对分行门前修路的困境,她坚韧不拔,带领团队千方百计走出去拓展业务,使各项存款在开业第一年就实现了大幅增长。她坚定不移,统筹公司、零售、小微多条线大联动,把分行率先打造成大平台。她用真诚、交心赢得客户喜爱和社会各界认可。2018年,她带领晋中分行克服地域环境陌生的困难,以便民支付、渠道营销为突破点,推动田森银企直联项目的成功落地,营销代发工资2400多张,月代发金额700多万元。推动瑞阳热力供应收费项目按期上线,缴费用户12000余户,累计缴费金额3200余万元。在撬动存款和客户的同时,晋中分行将“草根银行,尊贵服务”的品牌根植于百姓心中。大家都说她是个好人,这评价也对雷锋精神提出了一些新的要求:专业、守纪律、勇担当。杨小丽、常鹏举等事例演绎了这些新要求。

都说进农村难,但她不怕。原巴公支行行长郭玲霞,作为第一家乡镇支行行长,做调研、做活动、做宣传、做业务、做文化,摸着石头过河,在探索中前行,在竞争中亮剑。她把“做品牌就是做营销”

的理念付诸行动,她将晋城银行的大爱文化传播洒在巴原大地,用实际行动印证了“进农村”战略的可行性。她带着广场舞走村串户,用真情和至善敲开农村百姓的心门,在40多个村子迅速打响品牌。在营销中,她紧盯同业打法,步步为营,寻找战机。巴公镇财政项目招标,某行对这个项目基本是十拿九稳。郭玲霞听说这个消息后,积极对接财政部门准备招标工作,列举我行产品和服务优势,最终竞标成功。这项工作简直是虎口拔牙。在工作中,她又像一位认真负责的班主任老师,给每个员工的成长总结写上评语;她坚持将工作向下授权,给更多人压担子,让年轻人快速成长。她带领的巴公支行成为雷锋大学第一个学习基地,五年来,各种参观和学习络绎不绝,各种赞誉和奖项纷至沓来。五年来,她把巴公支行搞得热火朝天。从她身上,我看到雷锋精神在闪光——这两位都是追求完美的雷锋。

2006年入行的聂丹丹,9年前还是新西支行的大堂经理。虽然处于大堂经理岗位,但她善于学习柜面业务,认真钻研业务技能。在2010年晋城市职工技能大赛金融系统“反洗钱”项目中获得第一名。这个荣誉既是对她勤学善钻,认真练习业务技能的一个肯定,更为我行增了光、添了彩。2016年调入总行从事全行服务提升工作以来,在平凡的岗位上,默默地贡献着自己的智慧和力量。全行服务制度的起草、服务营销方案的拟定、服务竞赛方案的推动、服务工作的检查和督导都能看到她的身影。在2018年的双先表彰中,她凭借在服务培训方面的出色表现,获得了“优秀内训师”荣誉称号——这是认真雷锋。

草根银行生长在严寒之地,有人说注定夭折;雷锋文化去到雁北马邑,有人说水土不服,但董志斌不信邪。他相信行胜于言,夯基固本抓存款,排除万难上业绩,俯下身子促转型!第一年,他践行战略,设立网点,把金融元素和生活场景紧密整合,尽心尽力提升晋行的品牌。第二年,他登台讲课,带头营销,理论联系实际,提升员工各项能力。他扎扎实实扑下身子,亲力亲为,开疆拓土,用永不服输的精神,带领团队实现梦想。经营转型要靠不折不扣的执行力,他带领团队用数字来交账,仅2017年的存款增长是前

三年存款总和的1.12倍。经营转型要靠四通八达的大平台,他们用行动来说话,搭建水、暖、广播电视代缴平台,为晋行走进千家万户夯实基础。经营转型靠直达客户内心的服务,他带领团队组织零售活动150余场,跑遍70多个核心小区,覆盖朔州3万多草根客户。他们不畏难,不退缩,敢想敢干,不断积淀,用真诚和汗水收获果实。2018年,朔州分行新增存款4.5亿,存款规模突破10亿,成为除晋城、太原以外第三家存款突破10亿元的分行。坚定执行战略、聚焦业务发展、树立品牌形象,他带领团队把晋行这块招牌融入到了塞北明珠的璀璨光辉之中——这是担当雷锋。

原科技总监龙林,2003年城市信用社时期便来到我行牵头核心系统的上线。他用十六载和晋城银行一路走来的情结证明了“奉献”,他用离乡一千二三百公里,每年只回家数次的默默付出演绎了“敬业”,他用365天、24小时对每一个IT系统的时刻警觉书写了“责任”。他是新核心项目群的技术“大总管”,25个新建项目、27个配套改造项目实现无缝对接。他是两地三中心建设项目的总监,53套应用系统平滑迁移,太原机房顺利启用,都凝结着他的心血。近年来,晋行IT架构搭建、新核心项目群建设、“两地三中心”一期和二期项目的推进,都有他忙碌的身影;近年来,IT系统建设效率提升,运营风险降低,建设及维护成本减少,离不开他的专业、格局和汗水。都说IT难,但面对复杂和越来越庞大的系统,他拿出了“比上次更好一点”的态度对待——这是精益雷锋。

产品是一切工作的牛鼻子,一个好产品的推出可以使营销工作事半功倍。“金诚”车贷ABS于2016年推出,产品一经推出,使我行平台化获客场景形成业务增长的旋风,模型化风控手段得到的是批量的优质资产,规范化的发行操作实现41亿资产的流转。该产品盘活了我行的优质信贷资产,完善了资产负债结构,实现了轻资产盈利模式,增加了流动性与利润水平,提高了资金的使用效率与资源的优化配置。在《银行家》杂志社“2017中国金融创新奖”颁奖典礼上,该产品喜获“十佳金融产品创新奖(零售业务)”。而产品推出的背后,离不开研发团队每一名成员对

(下转三版)

(上接二版) 政策制度的勤奋学习、刻苦钻研。产品的创新,离不开每一位成员不断推陈出新,超越自我的勇气,更离不开大家“咬定青山不放松”,积极战胜困难的信念。——“无协同,不成功”,他们是协同雷锋。

惠存钱产品分别获得本行2017和2018年度优秀产品奖,该产品的背后有一段鲜为人知的故事。2015年下半年,“婆婆想买按年付息国债”的举动影响了时任财富管理部负责人的原海霞,“我们也可以做这样一个产品,按年付息、按月付息、按季付息,以应对不同客群、不同场景”的想法在原海霞脑海中油然而生。经过他们大量的市场调研、同业产品对比,如何突显产品优势、如何考虑成本核算、如何进行系统对接,如何进行产品宣传等一系列问题摆在在了以原海霞为团队长的产品小组面前。他们集思广益,抓住每个问题不放手。为了让产品有市场竞争力的思路;为了降低成本核算,他们引入货币时间价值理念,不同支取方式利率不同。

为了让产品名称和广告语朗朗上口,他们选择了“惠存钱,才是真的会存钱”的通俗语言。经过半年多时间的攻坚克难,产品逐步完成内部培训、外部宣传、正式上线各个环节。2016年7月1日,惠存钱产品横空出世,加上前期全方位的宣传和现代化营销模式,产品上市不到一周就销售2亿,迅速成为广受客户赞誉、广受员工好评的拳头产品。2018年,在经济环境下行、同业竞争日趋激烈的形势下,“惠存钱”储蓄产品热度依旧,它凭借“灵活定价、靠档计息、提前取息”的优势快速抢占市场。亮眼的成绩背后,是像“螺丝钉”一样,面对难题不逃避、不退缩,勇挑重担、迎难而上的产品研发团队。他们在丝毫毫没有前人经验可借鉴的情况下,自主研发出了这款产品。这样的团队,这样的员工,正是我们“二次创业”征程中所需要的雷锋式员工,他们用数据说话,用实力证明,用价值加冕——这是价值雷锋。让我们铭记他们的名字:原海霞、朱丹、冯立阳、王宇璇。

在2016年的中国金融创新论坛上,我行婚庆存单荣获“十佳金融产品创新奖”。婚庆存单这个产品通过增加存单的纪念意义和定制祝福,给普通存单赋予了新的意义,尤其适应了互联网金融时代小众化、个性化的潮流,从实用性到情感性都与我行服务草根客户的理念高度契合,同时整合婚庆商户,联合开展婚博季活动,满足了客户需求,更加符合互联网金融时代小众化、个性化的产品特点。这是一个充满人情味的产品,宋丽君从参加一场婚礼的现场中找到了灵感,同王宇璇、孔向旗一道设计了这款产品。参与设计这款产品的人,也是充满雷锋精神的人。我们需要的产品是能够符合客户需求、有人情味的产品,那么设计产品

的人也一定要像雷锋一样有人情味——这是创新雷锋。

一位90多岁的老大爷突然晕倒,很多人是不敢扶也不敢管的,但是并南支行保安白玉堂敢。当发现老人晕倒后,他赶忙上前搀扶老人,并与其家人取得联系,直至老人家属赶来将其接回。事后,被救老人专程送来锦旗和手写感谢信。或许很多人说,向晕倒老人施以援手,这就是一件小事而已,不值



一提。但我认为,这恰恰体现了一种雷锋式的大爱精神,展现出我们晋行员工的精神风貌,传递了正能量。我们总说,成就客户就是成就我们自己,白玉堂的善举就是在成就客户,也成就了自己,成就了晋行。我们晋行的品牌也就是在这一点一滴的积累中聚沙成塔、汇滴成海,这种精神值得我们每一个人去学习——这是大爱雷锋。

机会是留给有准备的人,这不是一句空话和套话。面对潜在客户,王凯鸽和团队从调查走访到建立初步业务关系,再持续开展“亲情营销”,寻找合作契机。这需要耐心和毅力,也需要信心和勇气。当机会到来的时候,她清醒判断客户需求、精准匹配产品,迅速制定营销策略,最终两千多万大额存单花落晋行。面对同业对拆迁客户强势的营销势头,王凯鸽和她的团队没有退缩,从盛夏到寒冬,从零到七千万,从陌生的客户到熟悉的亲人,这些都是奋斗者的勋章。“二次创业”是奋斗出来的,美好生活也是奋斗出来的,奋斗不能停留在嘴上,更要体现在实际行动上。面对市场要真刀真枪的去拼、去抢、去干——这是“奋斗”雷锋。

秦爱苗是晋城分行运营战线上的一名员工,自2016年9月23日晋城市反欺诈中心成立起,她的就位代表着晋城银行正式入驻。日常工作中,她能够严以律己、认真负责,以专业的业务水平和良好的职业素质得到了中心领导的好评。在2018年12月“反电信网络诈骗优秀人物”初评中,秦爱苗在驻点的7家金融同业和3家电信运营商工作人员中脱颖而出,成功入围,并最终入选,于2019年2月26日赴北京参加了“2018反电信网络诈骗十大优秀人物”颁奖活动,被授予

“反电信网络诈骗优秀人物”荣誉称号。她是晋行的老员工,但在平凡的岗位上创造了新的成绩。她是不折不扣的“小草”,默默付出,不求回报,对晋行事业无限忠诚——这是忠诚雷锋。

还有一些雷锋式员工向外输出了我行的价值观,赢得了尊重和认可。安全保卫部的杨志峰和靳鹤鸣在2017年面对高速上一辆突然着火的货车,他们迅速跳下车,查看火情,返回车中拿出车载灭火器跑向大货车进行灭火。从冲向火情到离开,短短的几分钟,司机都来不及记住助人为乐人的名字,他只知道他们叫“晋城银行”。随后,货车司机经过多方打听,专程送锦旗来到安全保卫部。这种危难时刻,挺身而出,助人为乐的做法正是雷锋大爱精神的体现。

运营条线上的老员工袁海富,脚踏实地、兢兢业业地干好本职工作20多年,从未出过差错。特别是2003年至2016年期间,十三年如一日地负责晋城和团队从调查走访到建立初步业务关系,再持续开展“亲情营销”,寻找合作契机。这需要耐心和毅力,也需要信心和勇气。当机会到来的时候,她清醒判断客户需求、精准匹配产品,迅速制定营销策略,最终两千多万大额存单花落晋行。面对同业对拆迁客户强势的营销势头,王凯鸽和她的团队没有退缩,从盛夏到寒冬,从零到七千万,从陌生的客户到熟悉的亲人,这些都是奋斗者的勋章。“二次创业”是奋斗出来的,美好生活也是奋斗出来的,奋斗不能停留在嘴上,更要体现在实际行动上。面对市场要真刀真枪的去拼、去抢、去干——这是“奋斗”雷锋。

秦爱苗是晋城分行运营战线上的一名员工,自2016年9月23日晋城市反欺诈中心成立起,她的就位代表着晋城银行正式入驻。日常工作中,她能够严以律己、认真负责,以专业的业务水平和良好的职业素质得到了中心领导的好评。在2018年12月“反电信网络诈骗优秀人物”初评中,秦爱苗在驻点的7家金融同业和3家电信运营商工作人员中脱颖而出,成功入围,并最终入选,于2019年2月26日赴北京参加了“2018反电信网络诈骗十大优秀人物”颁奖活动,被授予

十年来,雷锋精神在晋行人身上不断被丰富、被刷新,可以毫不夸张地说,雷锋已经在晋行安了家、落了户,雷锋精

神已经在全行生了根、发了芽。

二、现阶段学雷锋的必要性

十年很短,2009年的主题报告犹在耳畔;但十年也很长,在回顾和梳理的时候,我们感受到了雷锋式员工带来的厚重力量。这些员工在一点一点推动着晋行前行。但同时,不可避免的也有许多人在十年间已经把“学雷锋”学浮了、学木了、学歪了甚至学丢了,还有好多新员工在“学雷锋”的过程中知其然,不知其所以然,觉得学雷锋就是走走形式和过场,就是“雷锋3月来4月走”甚至“3月5号来,3月6号就走”。

不仅是行内,现在社会上也有一些所谓的企业家妄言“做企业不能学雷锋”,认为学雷锋是要吃亏的,利润是要受损的,对于企业是有害无益的。在我们的员工当中,有相当一部分人,认为我们应该看清大形势,去跟体量大的银行一样,做大客户,拿大单子,攻大堡垒,但是果真应该如此吗?今年罗振宇的跨年演讲中,我听到了一个主题词——“小趋势”。什么是小趋势,作为一体量小的银行,我们一直坚持走的差异化、特色化、品牌化的战略,就是在顺应“小趋势”,就是在做市场中的“小草”,是在如今复杂多变的经济环境下,对于市场充分研判后做出的选择。这不仅是我们在今观的市场条件下做出的选择,更是我们将要长期坚持的选择。

去年,我行以“做社区型草根银行、做数据化零售银行”为战略方向,启动了“二次创业”,呼唤“奋斗者雷锋”,持续探索大零售和特色化经营转型的路子,收到了良好效果。但是市场仍然不允许我们太乐观。近年来,互联网对银行产生了巨大的冲击,对人们的金融观念、消费习惯和支付方式等都形成了非常大的影响力。

众所周知,我们是一家“小银行”,资本、区域、资源、科技上都很受局限和约束,这些是不可逃避的问题。特性决定了我们必须选择“个微小”的发展路径,也就决定了我们必须走“差异化、特色化、品牌化”的道路,就是要比别人苦一点,累一点,就是需要有“雷锋式”的员工迈开双腿去蹚出一条路子。所以那些苦的、累的、笨的,大银行不愿意、不屑于去做的事情,我们小银行来做。别人不愿意干的、不屑于干的、干不了的事,我们去干。别人不愿意、不屑于去服务的“草根客户”,恰恰就是我们不能抛弃的、需要我们服务的对象。如果不坚守我们的“小趋势”,如果没有这种雷锋精神,我们的路是走不远的。而如果我们希望这种“小草”雷锋越来越多,就要在管理和绩效上做出匹配,就要让更多的“小草”雷锋能够上阵杀敌而无后顾之忧。

今年,我们要冲破束缚,创造价值,释放全员生产力。

(下转四版)