

# 葵花向阳 撒向中原点点金

## ——招商银行郑州分行成立5周年侧记

晚报记者 来从严/文 赵楠/图

5年在历史长河中不过沧海一粟,然而在你争我赶并在全国金融系统缔造“郑州现象”的绿城,招商银行郑州分行以其鲜明的经营理念、创新的产品服务、优秀的企业文化而让市民对这朵金葵花爱不释手。

回望5年发展历程,作为招商银行“问鼎中原”的郑州分行,自从2002年12月26日开业的5年来,面对各国银行网点星罗棋布、众多股份制银行已先行抢滩的激烈竞争局面,郑州分行秉承“因势而变,因您而变”的经营理念,坚持产品、服务创新,服务全省经济发展,服务居民金融需求,实现了持续健康快速的发展。

截至2007年12月,郑州分行各项资产近300亿元,5年来累计发放贷款700多亿元,实现经营利润7亿多元,缴纳各类税金近3亿元;累计发放各类银行卡近90万张,其中发行招商银行信用卡35万多张,位居郑州金融同业第一;目前已开业支行10家,建成各类营业服务网点55个,服务网络不断扩大。近年来,招商银行郑州分行的发展,也赢得了政府和社会各界的肯定。2005~2006年该行连续两年被河南省政府授予“完成责任目标先进单位”,2007年被河南省政府评为“2006年度全省金融工作先进单位”,还多次被省内主流媒体和有关机构评为“河南最受尊敬企业”、“十佳魅力品牌企业”、“年度最具发展力企业”、“中原地区最佳服务银行”等多项殊荣,树立了良好的企业形象。

### 因您而变,服务大过天

说起招行与金葵花的渊源,应该始于招商银行总行马蔚华行长曾经的一个形象比喻:把客户比作太阳,把招行比作葵花,“葵花围着太阳转”,并把“为客户提供最新最好的金融服务”作为自身的使命。

“葵花”是招商银行的象征。在招行人的眼里,客户就是太阳,招行就是葵花。葵花向阳,生动地诠释了招商银行的服务理念——因您而变。

而招行郑州分行成立这些年来,在该行潘新民行长看来“因您而变”的内涵,就是真正以客户为中心。

“要想在激烈的市场竞争中把握先机、稳操胜券,就必须从客户的需求出发,把握住市场的趋势,不但要适应市场的变化、满足客户的需求,还要引导时代的潮流,发掘客户的潜在需求,使产品和服务始终走在市场和客户需求的前面。”

实际上,从细节来看,他们也是始终秉承“因您而变”这一经营理念,从细节入手为客户创造一个温馨的、精品化的服务环境,使客户心情愉悦,让客户有一种宾至如归的感觉。

在招行宽敞、明亮、洁净的营业大厅内,有气质优雅、业务精通的大堂经理为客户引导、答疑,休息区有可口的咖啡、果汁;配置的叫号机又免除了排队等候的辛苦和烦恼;业务人员满面笑容和快捷服务又让客户感到亲近和认同。

招行在继续做好大众服务的同时,致力于为高端客户提供量身定制的“一对一”的尊贵服务,不断提高金融服务的专业化水平。第一个推出了专门针对都市高收入群体的理财指数——“金葵花”指数,率先推出理财俱乐部并组建财富管理专业团队……并不断赢得了高端客户的青睐。2005年以来,在胡润百富“中国千万富翁品牌倾向调查”中,招行已连续三年蝉联富人“最青睐人民币理财银行”和“最青睐银行信用卡”等殊荣。

2007年4月29日,招商银行郑州桐柏路支行荣获“中国银行业文明规范服务示范单位”称号,并作为河南银行业的唯一代表单位出席了在北京举行的颁奖大会,更是对郑州分行几年来服务工作的认可和肯定。

### 植根中原,服务经济

“立足中原大地、服务河南经济”,自成立之初,招



招商银行郑州分行行长潘新民

商银行郑州分行就树立以支持地方经济发展为己任的经营思想,担负起支持地方经济发展的重任。伴随“中原崛起”战略的实施,河南经济蒸蒸日上、飞速发展,郑州招行主动以多种形式介入与地方经济合作,各项业务均取得了持续平稳健康发展,综合竞争能力稳步增强。

“自2002年以来,招商银行郑州分行已累计发放贷款700多亿元,大力支持了河南省交通、电力、通信、煤炭、钢铁、食品、教育等基础产业、重点行业、重点项目的建设,有力支持了河南省重点企业发展,促进了中原崛起战略的实施。”

5年来,在不断巩固发展传统的存贷款业务的基础上,郑州招行大力开拓创新业务领域,先后推出网上企业银行、点金公司理财、离岸联动、网上信用证、银关通等特色公司业务,有力助推了我省企业的发展。

### 创新让他们保持领跑地位

尽管从2002年以来,招商银行的资产规模已位居中国银行业第六位、股份制银行第一位的位置,但与一些传统大行相比,招商银行在资产规模上还有一定的差距,但招行坚持以创新求发展,尤其是在互联网领域。目前,招商银行网上对公和对私业务的交易量已位居国内银行业前列。在这个金融蓝海领域里,招商银行已变成了领跑我国金融业的“大行”。

招行首家全面启动的网上银行——“一网通”,无论是在技术性能还是在业务量

方面在国内同行业中都始终处于领先地位,2003年6月,“一网通”作为中国电子商务和网上银行的代表,登上了被誉为国际信息技术应用领域奥斯卡的CHP大奖的领奖台,这是中国企业首次获此殊荣。招商银行“一网通”也被国内许多著名企业和电子商务网站列为首选或唯一的网上支付工具。这种新型的理财消费观念,依托高新科技和时尚的消费方式,给消费者带来了全新的感受,很快便为招行赢得了巨大的市场。

2003年,招行在郑州同业中第一家发行了国际标准的双币信用卡,目前已取得累计发卡35万多张、郑州市场排名第一的骄人业绩。2005年,为整合理财工具,招行推出了“财富账户”,它依托现有的各类银行卡,通过对网络资源的整合,全面实现了对个人资产全方位的管理,彻底解决了多卡多账户的支付需要问题,它利用网上银行、电话银行和营业网点相结合的三位一体的个人理财服务方式也属国际首创,被业界誉为“个人理财由此进入了3G时代”。

还有,2003年招行率先推出国内第一个全面的公司银行业务品牌“点金理财”,并组建了公司银行客户的一个贵宾俱乐部——点金俱乐部。2006年,招商银行又以“善用金融,进步有道”为服务理念,再造“点金|公司金融”品牌,目前“点金|公司金融”品牌已成为了国内批发银行业务中具有一定影响力的整体品牌。2006年5月,针对资本市场的持续高涨,招行在国内银行业率先推出了系列企业理财业务,并填

补了企业客户

受托理财业务的业内空白,开创了国内企业理财市场的先河。至今,招行郑州分行已累计发售点金公司理财计划100多期,发售额24亿多元,发售对象不但有国有大型企业、跨国公司,还有中小型优质企业客户。

无数个第一,使得招商银行的创新理念,成为社会各界广泛关注的焦点。

### 让人“跑起来”的文化向心力

招商银行的服务向来有口皆碑,也是招行制胜市场的法宝之一。是什么使招行人能够把力气拧成一股绳,坦然应对激烈的市场竞争呢?对此,招行郑州分行的员工已形成了这样的共识:“文化,企业文化,是招行郑州分行的生命线。”

5年来,招行郑州分行始终坚持“效益、质量、规模协调发展”的发展理念,在风险管理、内部控制、激励约束机制等方面积极探索并成功推进了从制度管理向文化管理的迈进,营造了富有招行特色的管理文化。在业务发展上,招行顺应形势变化和客户的需求在变革中求发展;在风险管理上,始终视资产质量如生命;在人力资源管理上,倡导“尊重、关爱、分享”的人本理念,营造了一个团结、协作、友爱、和谐的团队文化。

潘新民行长告诉记者,在招行郑州分行,这些都不仅仅是一般口号和简单号召,而是大家的共识和为之努力奋斗的目标。可以说,在招行郑州分行的员工身上,我们总能深切地感受到“挑战、自省、奉献”招银精神的真实闪现,并被招商银行深厚的企业文化所折服!

作为一个重视“企业文化”的带头人,对于企业文化,潘新民行长曾形象的比喻说:“好的文化制度或机制,能让睡着的人醒起来,让坐着的人站起来,让走着的人跑起来。”

### 完美转型更需要颠覆性思维

招行从最高决策层领导到普通员工,都深谙一个道理:要培养自己的核心竞争力、求得可持续发展,必须时刻注意寻找市场的蓝海领域,思想超前半步,行动快人一步,扬长避短,才能永葆领先地位。

而“一卡通”、“一网通”、信用卡、“财富账户”的推出,也正契合了这样的市场理念,正是凭借上述金融品牌,招商银行在绿城百姓心目中树立了“科技领先型”、“理财服务型”新锐银行的良好社会形象。

从某种程度上讲,招行具有较强的创新能力,一个重要的体现就是坚持在战略上主动求变,“力求变得早一点、快一点、好一点。”仔细研读近年来招行的年度工作报告,从2005年“积极稳妥地推进经营战略调整”,到2006年“勇于颠覆传统的经营管理理念与模式”,再到2007年“深入推进经营战略调整和管理国际化”,可以说是实现了创新改革在理念、方法、战略的渐进、协调、统一的辩证发展进程。

基于目前国内商业银行面临的“四个竞争”和“两个脱媒”,面对“贷款利差收窄、资本约束加大”的趋势,招行求新思变、聚势而为的信心和决心已呼之欲出!

用潘新民行长的话说,“变革”已经不足以表现招行战略调整的力度和决心,“创新”也已经无法包容招行在零售银行业务和中间业务上行动的上限。要“颠覆”一切旧思维,彻底扬弃,才能表现招行不同凡响的“战略转型”之役。

“科技兴行,服务创新”,在激烈的市场竞争中,招行郑州分行可以说已经找到了自己的立身之“宝”和发展之“器”,从而成为业界应用新技术和开发金融蓝海新领域的“领跑者”,秉承“坚持创新,才能赢得未来”的理念,该行的变革之路坚定不移,创新之举迭出不穷,在基业长青之路上一次又一次迈上新的台阶。

下一个5年,他们能给我们带来什么呢?我们也充满着期待。