

(上接第一版)到自动化生产线,再到“绿电”“零碳”智能工厂,一场推动实体经济转型升级、绿色发展的产业革命正在加速推进。

奥迪一汽新能源工厂就是世界工业巨头在中国的新尝试。据介绍,这一全新工厂将利用信息技术架构使所有流程联网。工厂欲实施“零排放计划”,通过二氧化碳中和方式进行汽车制造。除了冲压、焊装、涂装、总装车间等生产区域外,工厂还将配备自己的电池装车车间。

项目建成后,将打造汽车生产制造的全价值链,附近30公里内将集聚50%的项目配套供应商,发挥强链延链补链的巨大作用。

自主品牌“红旗”的生产车间,也已经为新能源智能生产做好了准备。记者在红旗工厂看到,只用十几秒时间,车轮装配工位的机械手臂就能将车轮精确地安装在车身上,轮胎输送、抓取、拧紧全程自动化。而被称为“大黄鸭”的大型工业机器人,搭载精准视觉引导系统,可以将涂装车间运送来的车身快、准、稳地转运到总装车间工作线上。

同时“更新”的还有汽车产业链。今年,一汽弗迪新能源汽车科技有限公司动力电池项目在长春正式开工。这家由中国一汽集团、比亚迪股份有限公司共同注册成立的企业,是吉林省加快打造现代新型汽车和零部件万亿级支柱产业的重要举措。动力电池项目总投资135亿元,建成投产后每年可满足20万辆电动汽车配置需求,年产值150亿到200亿元。

“动力电池项目距离奥迪、红旗两大新能源整车厂不到5公里,这就是产业链的同轴布局、近点协同。”一汽弗迪新能源科技有限公司工程部部长贾增博说。据介绍,一汽弗迪新能源汽车动力电池项目将采用比亚迪最先进的2.0生产设备,配备最前沿的动力电池工艺技术,平均每3秒就可以下线一颗电芯。一期厂房按照8条生产线规划,电芯日产能可达9.6万件。

对于吉林省而言,汽车产业“一业独大”也是导致经济抗风险能力较弱的痼疾。布局新赛道,吉林省谋划更多产业“新能源化”。设计生产了“复兴号”、京张高铁智能动车组的中车长春轨道客车股份有限公司,多年来也是吉林省工业制造的“金名片”。抢抓“双碳”时代机遇,加快绿色低碳发展。

今年初,从签约到开工仅用了100天的中车松原新能源产业基地项目全面启动。这一项目是吉林省环长春四辽吉松工业走廊的重要组成部分。项目二期总占地面积80万平方米,分为产业项目和风光资源开发两大板块。智能化、数字化、低碳化新能源装备产业园将布局整机、叶片、塔筒、发电机、储能设备、电气设备、智能运维等产业,全部建成后可为东北地区风电企业提供设备保障。

11月12日,中国石油吉林石化公司炼油化工转型升级项目120万吨/年乙烯装置建设开工仪式在吉林市举行。该项目建设投资达37.29亿元,年可生产聚合级乙烯120万吨、聚合级丙烯58.7万吨,同时副产氢气、混合碳四、粗裂解汽油、裂解柴油和裂解燃料油等产品,是吉林石化炼油化工转型升级项目的一部分。

据悉,吉林石化转型升级项目总投资339亿

元,将新建120万吨/年乙烯、60万吨/年ABS等21套炼油化工装置,是“十四五”以来国家批准的首个大型石化项目,于今年2月8日全面启动。此次开工建设的120万吨/年乙烯装置是吉林省与中国石油联手打造中国炼化企业“减油增化”“绿色低碳”的重要环节。项目投产后,吉林石化乙烯总产能将达到190万吨/年。

“新能源”风劲吹,消费者的消费理念也不断更新,更多消费者开始关注新能源、使用新能源。如今在长春街头,绿色牌照的新能源出租车和私家车越来越多。2021年,吉林省启动“旗E春城 绿色吉林”项目,2000多台红旗新能源换电出租车上线运营。

来自吉林省统计局的数据显示,2021年,吉林省新能源汽车制造业实现工业总产值219.4亿元,同比增长1.6倍,新能源汽车产量达到10.7万辆,同比增长1.4倍。

生态蝶变:“无烟产业”打造绿色发展新引擎

12月10日,世界自然保护联盟在加拿大蒙特利尔更新世界自然保护联盟绿色名录,吉林长白山国家级自然保护区等11处中国自然保护区入选。

白山松水,沃野千里,吉林省生态资源丰富。东部长白山地林海茫茫,松花江、图们江、鸭绿江“三江”发源于此,是东北亚地区重要的生态屏障,也是世界重要的“物种基因库”;中部松辽平原一望无际,是我国重要的黑土地“大粮仓”;西部草原湿地河湖互济、渔兴牧旺,是全球气候变化东北样带和调节气候变化的重要区域……

党的二十大报告指出,提升生态系统多样性、稳定性、持续性。以国家重点生态功能区、生态保护红线、自然保护区等为重点,加快实施重要生态系统保护和修复重大工程。

筑牢生态安全绿色防线,吉林省戮力实现生态变革。

深入实施第三个“十年绿美吉林行动”,吉林全面启动林草湿生态连通工程,林网成格、草地连片、湿地镶嵌、交错连连的高颜值生态连通格局正在形成,万里绿水长廊建设全面启动,保护水资源、强化水安全、改善水环境、守护水岸线、修复水生态、弘扬水文化,逐步做强水经济正成为生态优先绿色发展的新引擎。

位于吉林松原的查干湖是我国十大淡水湖之一,这里是吉林河湖连通工程的核心。肥美的鲜鱼,是查干湖的标签。然而离开纯净的湖水,鱼鲜不了,没有科学的捕捞,鱼也难肥。近年来,查干湖周边全力消除影响水体的经营活动。引来水库水,修建农田退水自然沉降区,启动建设湿地恢复工程,在库区里种荷花、芦苇。与嫩江、松花江通联,湖水变成“活水”,三年就可整体置换一次。

渔民们世代使用的捕鱼方式,也发生了改变。“以前,有啥就捞啥,渔网织得密,大鱼小鱼‘一辆

要闻

吉林:老工业基地的“绿色”蝶变

端”鱼把头张文说。眼下,细眼渔网都改成了宽眼大网,抓大放小,“育”“捕”结合,遵循生态规律。

吉林全省共有各级各类自然保护区156个,总面积378万公顷,占全省幅员的19.78%。近年来,吉林省持续开展“绿盾”专项行动,截至目前,自然保护区违法违规问题整改率达到98.99%。如今,越来越多的野生动物旗舰物种在吉林安家,正是吉林自然保护区监管不断强化,野生动物生境不断提升的成果。

长白山自然保护区拥有目前世界上保存完整和极具代表性的温带原始森林生态系统,是“世界生物圈保护区”和国家级自然保护区,被称作中国东北的“生态绿肺”。

随着东北重点国有林区全面停止商业性采伐,长白山林海间轰鸣了数十年的电锯声消失了。打“绿色牌”、念“生态经”,停伐之后,长白山区开始系统性森林保护、林下产业经营、生态旅游多管齐下的“绿色创业”。

长白山脉停止红松果林承包,历时5年拆除核心区多家酒店,并恢复植被。长白山管委会做过统计,取消承包每年少收入5000多万元,拆除酒店支出2亿元,但换来了生态环境明显好转。借助国家山水林田湖草生态修复等政策支持,长白山保护区累计投入50多万元,实施了70多个生态保护和修复项目。

东北虎豹国家公园体制试点启动,截至目前,试点区内连续记录到虎、豹繁殖家族,其中新繁殖的东北虎幼崽12只以上,东北豹幼崽11只以上。试点区森林蓄积量由2.12亿立方米增加到2.23亿立方米,生态修复总面积近4.3万公顷,林(参)地清收还林2130公顷。

长白山保护开发区积极开展长白山自然保护区的信息化建设、野外调查监测和野生动植物栖息地保护等工作。长白山自然保护区构建了“天空地”一体化林业监测预警体系和集生态保护、森林防火、应急处警等多功能为一体的数字化指挥平台,实现“人防”向“技防”的历史转变,夯实了长白山绿色发展基础。

截至目前,长白山保护开发区全区空气质量优良天数比例达98.4%,优良天数251天,PM2.5均值浓度12微克/立方米;饮用水水质达Ⅱ类以上,主要河流水质保持在Ⅲ类以上;污水集中处理率和生活垃圾无害化处理率分别达到97.7%和100%。

如今,中华秋沙鸭、紫貂、东北红豆杉等重点保护动植物种群数量在稳步增长、珍稀濒危物种栖息地得到了有效保护、生态系统服务功能稳步提高,野生动物得以繁衍生息。

吉林省第十三届人大常委会第二十九次会议表决通过《吉林省人民代表大会常务委员会关于设立“吉林生态日”的决定》,将每年9月26日设立为“吉林生态日”,不断擦亮绿色底色。

在生态优化基础上,吉林推动冰雪资源的生

态价值转换,始终强化冰雪产业发展生态保护屏障,以生态安全格局为遵循优化冰雪产业项目布局,被誉为“无烟产业”的旅游产业迎来大发展。

坐拥松花江雾凇、查干湖冬捕以及长达8个月雪期的长白山,“长吉都市冰雪运动与休闲度假”“大长白山冰雪生态度假”两个产业集聚区效应显现,加之查干湖、冰天莫格格等冬捕文化经济区,吉林省“西冰东雪”的冰雪旅游格局基本形成。

在冰上,深冬的查干湖,冰面温度低至零下20℃,渔民们热火朝天地从湖水中拉出一网网鲜鱼。鱼儿在室外迅速冰冻、分拣、包装,销往全国各地。湖岸边,农家乐里游客摩拳。

在雪上,目前吉林省已经建成54家旅游滑雪场,雪道总长度330.7公里,雪道总面积1139公顷。“万科松花湖”“吉林北大湖”“万达长白山”三个大型滑雪度假区,接待床位数量、缆车数量、雪道总面积和每年冬季滑雪人次,均为全国前列。

能源蝶变:“风光”发电推动能源领域新格局

蓝天之下,湿地之侧,一排排整齐的光伏设备成矩阵排列,远处错落的白色风力发电机缓缓转动着巨大的叶片……这里是吉林省西部,是国家“十四五”规划的九大清洁能源基地之一——松辽清洁能源基地的重要组成部分。

党的二十大报告指出,立足我国能源资源禀赋,坚持先立后破,有计划分步骤实施碳达峰行动。完善能源消耗总量和强度调控,重点控制化石能源消费,逐步转向碳排放总量和强度“双控”制度。推动能源清洁低碳高效利用,推进工业、建筑、交通等领域清洁低碳转型。深入推进能源革命,加强煤炭清洁高效利用。

吉林省政府制定了《吉林省碳达峰实施方案》(以下简称《方案》)印发。《方案》提出,到2030年,非化石能源消费比重达到20%左右,单位地区生产总值二氧化碳排放比2005年下降65%以上,确保2030年前实现碳达峰,提前布局碳中和。

为实现上述目标,《方案》把能源绿色低碳转型作为重中之重,加快构建清洁低碳安全高效的能源体系。立足能源禀赋,推动煤炭和新能源优化组合,提升能源安全底线保障能力,加快构建清洁低碳安全高效的能源体系。

大力发展新能源,吉林推动风电、太阳能发电大规模开发和高质量发展,充分发挥吉林省西部地区丰富的风光资源和盐碱地、河滩地等未利用土地资源,全力推进西部国家级清洁能源生产基地建设,实施“陆上风光三峡”工程,新增跨省区通道可再生能源电量比例原则上不低于50%。鼓励生物质发电、生物质清洁供暖、生物天然气等生物质能多元化发展,以长春、吉林、松原、白城等地为重点,建设生物质热电联产项目。

自2020年吉林银行实施零售变革以来,仅仅2年时间,基本从零起步,从置办车马到机制配套,零售变革的“三驾马车”——财富管理体系、大众客群获客体系、经营体系落地落成

吉林银行脱胎换骨的一场大变革

- 这是一次从上到下、从里到外的深度改革,绝非简单的换装、变变脸,而是从撬动传统思维方式做起的“思想之变”。
- 这是一次从运行机制到管理体制的双重变革,从经营模式到经营战略的双重转型。从每一步走起,关键环节打磨了千遍万遍。
- 这是一场脱胎换骨的大变革,也是银行业未来之路的“吉行”当前选择。“吉行万家”,零售变革受益的是千家万户。从中,吉林银行也实现了脱胎换骨。

“客户需要啥,咱就有啥。”线上选货如逛淘宝,线下体验金融服务如进超市。现在的银行更像一个金融百货商场,除了存取款、基金、保险、债券业务外,人们还可以在平台上点“套餐”办理多种缴费和投资业务。“客户到银行来选理财产品,跟到超市去购买生活用品没什么不同。产品可劲儿挑,凭自己的喜好自愿购买,相关责任自负也是应当的。”提到商业银行的市场功能,一些有见解有主张的热议值得思考。

就市场经营主体而言,现在的商业银行依然属于传统的商业企业经营范畴,与传统的商业企业一样,在市场流通中有批发、零售、代购代销、联购联销业务,叫法可能不同,销售渠道和形式有些差异或变化,但二者在营销和服务对象上是一样的,面对的都是客户。

“获客,获客,还是获客;服务,服务,还是服务。”把客户捧在手里,放在心上,把服务挺在前面、落在细处。自2020年吉林银行实施零售变革以来,仅仅2年时间,基本从零起步,从置办车马到鞍鞍备料,从选人用人到机制配套,零售变革的“三驾马车”——财富管理体系、大众客群获客体系、经营体系落地落成。

一张业绩单值得晒一晒。截至2022年10月末,5万元以上价值客户107万户,较零售变革之初增长40万户,增幅超过50%,其中,50万元以上以上各客群增幅均超过100%,500万元以上客户增量位居省内同业第一。非存AUM余额突破800亿元,较零售变革之初增长500亿元,增幅达到167.92%,非存AUM占AUM比例从17%提升到25%。财富中收从一年几千万元增加至近2亿元,增幅近10倍。

“吉林第一零售银行,我们来了”

“得零售者,得天下,得未来”,是近年来银行业的普遍共识。面对经济下行压力增大等挑战,银行业息差收窄、利润增幅趋缓,轻资本、弱周期的零售业务成为众多商业银行发力抢滩市场的重要支点。作为省内唯一的一家城商行,吉林银行小步快跑,以“起跑就是冲刺,开局就是决战”的必胜信心和决心,打响了零售变革的“第一枪”。

至今,吉林银行的员工不会忘记零售变革启动会议的场景,那天是“六一”国际儿童节。时任分管零售变革的副行长秦季章当时作了一个形象的比喻:“儿童节意味着新生,蕴含着希望。对吉林银行来说,零售变革恰如新生儿,寄托了全行的希望。”启动会上,“吉林第一零售银行,我们来了!”所有的发言都以此作为结束语,这句成为后来响彻全行的口号。

“推行零售变革,打造吉林第一零售银行”,是吉林银行上下的首战之举和首战必胜的信念。这源于必胜的底气,源于万事俱备、只欠东风的时机。秦季章在接受采访时,分析了零售变革的必要性和可行性:“之所以选择进行零售变革,主要有两方面的原因。一方面,零售变革对于吉林银行的发展意义十分重大。以招商银行为代表的同业证明,一家银行的零售业务做强了,它的盈利能力会大大增

强、风险水平会大大降低、品牌影响力会大大提升,可以说是一好百好。零售变革成功了,一定会给吉林银行带来红利,而吉林银行要成为优秀的城商行,零售变革是必由之路;另一个方面,吉林银行有着零售变革的很多良好条件,比如个人客户的数量超过1000万、网点近400个、员工近万人、储蓄存款超过2000亿,吉林老百姓的认可度也比较高,这些都有利于我们的零售变革取得成功。”

客户没有高低贵贱之分,做老百姓的银行。零售变革,就是把服务的触角延伸到每一个客户,拓展到每一个普通老百姓。

“吉林第一零售银行,我们来了!”零售变革之路,吉林银行已经迈出第一步。

“他乡作故乡,零售新逻辑洒下鸟语花香”

“零售”意味着在经营方式上做细做小做广做深,但绝不是零打碎敲,而是一个战略体系、战略布局。通过这个转型,最终达到“脱胎换骨”。

吉林银行的零售转型,可以概括为十大零售新逻辑:即客户为王,服务为魂,AUM为纲,资产为先,营收为重,成本为限,品牌为魂,科技为器,队伍为本,战略为基。这是秦季章行长总结提炼并作出的战略部署。

“队伍咋建、人员咋管、机制咋设、目标咋定、市场咋抓、业务咋办……”在实施过程中,吉林银行从打磨关键细节入手,破解了成百上千的为什么,回应的成百上千的怎么办。

人得能干活,综合素质和战斗力体现在理财专员与理财经理、个贷客户经理、信用卡DS、大堂经理等一线营销队伍的扩容上,达到400人的每支队伍能打攻坚战是基本要求。当败兵是不行的,因为有金牌黄牌制度在机构考核上频频亮灯。

“爱我吉行、展我能量”不只是口号,在新客获取上全员使劲儿,实施全员营销、全面伙伴“两全工程”,侧重代发、侧重新高端。

据吉林银行财富管理相关负责人介绍,吉林银行对客户实行分级管理、分户经营。实施高净值客户集中到私行中心、财富中心经营,建立客户向上输送机制。“实现当天申请当天放款,上线不到半年即投放50亿。”在个人贷款上,迅速抢占市场,打响品牌。面对住房按揭额度受控的艰难环境,依靠“吉房贷”突围,建立线上线下一体化作业模式和一站式服务客户的运营中心。

这些年,信用卡业务确实让老百姓受益,解决了很多燃眉之急。信用卡等于救急卡、救命卡,这是很多用户的真实表达。吉林银行新组建了6家DS中心,并迅速提升产能,主要地区的队伍人数及发卡分期业务量都为当地同业第一;与广州银行合作的分期业务,跨越式发展;新发行的金鹿卡十几天进件十几万,创历史新高,并引爆市场。

十大零售新逻辑,是招行经验在吉林银行的新版本、新实践。秦季章在他满怀深情的小诗《我把他乡作故乡》里写道:我从南方来到北方/爱上你不一样的风光/冰雪世界/胜

似远方熟悉的鸟语花香/白山松水是滋养满汉各族的故乡。“2001.12.21,正式成为招行、招商人。2022.11.1,正式成为吉行、吉林人。未来,为吉林版招行竭尽全力!”

“客从哪里来,客户留下来”

过去的商业服务行业,把客户视为“上帝”。现在做零售也好,做批发也好,把客户当亲戚处、当家人看最好。吉林银行从构建获客渠道出发,坚持“突破代发,重点收单、布局惠农、升级厅堂”这“四步走”,着力完善大众客群获客与经营体系。

看点一:吉行之“惠”。打造了专业性商户服务平台“吉惠商”。通过全方位支付结算、报表查询、店员管理、商户管理及金融产品购买等为一体的综合化服务,短短一年多时间,即新增有效收单商户5万多户,接近过去十几年的两倍,沉淀活期存款近50亿元。

看点二:吉行之“桥”。构建“线上线下打通、跨金融机构互通、金融与公共领域融通”的新型服务渠道,建立了“一站多能、一网多用”的普惠金融综合服务平台。该业务从2022年2月启动以来,克服疫情影响,截至10月仍签约站点近800家,实现储蓄存款8.91亿元、开卡2.29万张。

看点三:吉行之“美”。红旗街支行、兆华支行精彩亮相,让吉林银行的网点形象从1.0一步跨越至3.0。网点服务的转型,还体现在新投产的ITM设备共集合了9大类75项交易,对柜面业务的替代率达到70%以上。

变坐商为行商。走出去,把客户引进来;走下去,把客户请上来。这是吉林银行的待客、获客之道。

“键对键看着你,面对面伴着你”

“你来与不来,我就在这里;见与不见,我就在这里。”拿出的是诚心,收到的是实意。

老人喜欢啥,吉林人的做法是,搭建“吉惠商城”“充值中心”“影票频道”三大高频消费场景,从用户视图、易用性、智能化、生活服务四方面为老年人提供便利,“既能键对键,也能面对面”,手机银行受到长尾客户和老年客户的青睐。

“明知人家不图啥,但咱也得做点啥。”都说东北人实在,吉林人人心肠也是热的。坚持线上线下两手抓、同步走,能为客户提供的权益回馈服务一点也不差,多渠道满足大众客户的支付需求。目前,手机银行用户超过288万户,柜面业务替代率达到70%以上,并且成为探索大数据营销的重要渠道。

从这几年的发展实践看,作为本土银行,吉林银行的科技步伐走得也不慢。以“吉服务”“吉金融”“吉生活”三大板块全新布局的微信银行,为客户提供到账提醒、账户查询、预约取款、网点查询、活动推送等零门槛服务,通过打造轻资产的获客工具,将微信银行建设为线上线下的融合平

台。让不少客户更加看好的是,以“智能外呼批量触达+人工坐席精准营销”相结合的远程银行,逐步开通远程视频服务、优化智能外呼功能、打造“远程陪伴式”管户团队、探索与客户“屏屏互动”,打造“数据+远程+网点+企业微信”一体化经营体系。

值得一提的是,万名员工齐上阵的热烈场面,吉林银行干部员工至今仍心潮澎湃。两年来陆续开展了“万人绑卡季”“吉行超市季”“社区团购季”“双十一购物季”“冬季洗衣季”等主题营销活动,“周年庆年货节”“充值观影季”“小吉养成记”“MGM推荐礼”“百万锦鲤拆盲盒”等拉新促活活动,以及“千元户晋级”“代发薪大作战”“理财签约有礼”等大众客群晋级活动。

有笔账可算:截至2022年10月末,共组织开展活动43场,实现浏览量925.57万次,参与人数185万人,拉动新开客户34万人,手机银行AUM88万户,增幅76%,月活率28%,理财投资交易额近730亿元;绑卡客户达363.42万户,累计交易笔数17014.01万笔,交易金额626.32亿元,2022年创造中收1100万元。

“信用卡分期遥遥领先同业,金鹿卡、水果卡发卡屡创新高;大堂经理产能成倍增长,首年即实现盈亏平衡;远程智能化营销顺利破冰,理财销售产能达到中等分行水平;商户收单业务迅速上量,几个月时间超过过去十几年的总量;惠农点建设雷厉风行……”一份份亮眼成绩单亮在吉林银行万名奋斗者的心里。

“根据大家的提议,为了和零售条线的广大干部员工特别是年轻人建立零距离沟通渠道,我们的微信公众号《零售新逻辑》去年7月正式问世。发表的内容已经不少,但我记忆最深的还是最佳实践案例访谈,因为这些案例的主角都深深地打动过我。”秦季章行长微信公众号《零售新逻辑》记录了几位吉行奋斗者的奋斗点滴:

年过五十的理财经理孙晶,学习、工作、生活的劲头“比年轻人还年轻”,主动钻研信托、保险等复杂业务的知识,刻苦学习考AFP金融理财师;

私行客户经理张杉,开拓营销保险新实践,从了解熟悉产品、筛选目标客群、多次邀约铺垫到做好异议处理、意向客户落地,百万保险单背后是五步出单法的专业营销;

个贷客户经理张春丽,取得个贷全行第一的成绩,不是靠偶然也不是靠运气,而是靠方法、靠修炼、靠勤奋,她说努力一定有收获,一定会被认可;

信用卡客户经理于海洋,扛起家庭的重担,遇到挫折不气馁,从国企到外包、从北京到吉林、从生手到销冠,印证了营销需要百折不挠;

90后大堂经理孙皓用每一个会心的微笑、每一声诚挚的问候、每一个细心的举动,真诚服务,最终赢得客户的信赖;

被大家亲切称为“张妈”的原二级支行行长张宇虹,用实际行动诠释对吉林银行、对零售深沉的爱,吉行人用一封封感谢信一朵朵小红花回馈这份真情。