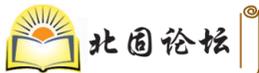


优化营商环境是项系统化工程

辛平



国庆长假后上班第一天，市委主要领导就召开优化营商环境专题会议，既凸显了这项工作的特殊重要性，也彰显市委、市政府持续优化营商环境的决心。

营商环境的重要意义不言而喻。它是地方发展的核心竞争力所在，特别是在当前疫情防控常态化、宏观环境不确定性增强的大背景下，企业投资意愿不强，项目招引竞争更加白热化，一个地方要赢得人才和项目青睐，成为要素资

源地，营商环境的作用更加突出。在持续优化营商环境方面，围绕让国企敢干、民企敢闯、外企敢投，中央、省委出台了一揽子政策，全市上下一定要强化思想认识，真正把优化营商环境工作作为稳住经济大盘、为全省“勇挑大梁”多作镇江贡献的一项迫切任务，锚定市场化法治化国际化“三化目标”，持之以恒、常抓不懈，不断增强市场主体和人民群众的获得感。

营商环境有两个特点。一个是比较性。即：谁的营商环境好，是要跟别的地方一起比较而得的，自己比有进步意义不大，关键是要一直领先于别人。另一个是易碎性。即：营商环境说到底是个品牌效应，打造品牌需要

久久为功，而毁掉品牌则可能只需“一个失误”。针对这两个特点，必须把优化营商环境作为一项系统工程持续推进。只有把“全链条”服务提升一个档次，才能促成环境的整体变化。这就决定了优化营商环境不是少数部门、少数工作人员的事情，而是全部相关部门、部门全体人员的事情。项目的前期服务提速了，后期的配套也要跟上；招引人员的服务能力提升了，审批人员的服务也要跟上来。从实际情况来看，当前的营商环境竞争，越来越考验全流程服务水平。

应该说，近年来，我市营商环境有了长足进展，但仍有不少地方需要改进。在一些项目

服务环节上，仍然与先进地区有差距；在一些职能部门工作人员身上，仍然存在主动服务意识不强的现象。正是这些“少数环节”“个别点”“服务跟不上”，钝化了企业群众的获得感，影响了一个地方整体营商环境的形象。因此，下一步营商环境的改进，必须紧扣企业发展的“急难愁盼”，严格对照最新评价体系，找准影响全流程服务的关键“症结”做到靶向发力，坚持挂图作战、对账销号，着力解决各类痛点堵点难点，持续深化“放管服”改革，把“不见面”审批、“一件事”改革等重点工作抓实抓好，持续擦亮“镇合意”品牌，让市场主体在镇江投资如意、发展惬意、干事顺意、创业满意。

但无锡自有韧性。2015年8月10日至11日，无锡市委十二届九次全会举行，在这次全会上，梳理了当时无锡需要直面的13个方面的问题和不足，其犀利程度十分罕见。也是在这次全会上，无锡提出，必须坚定不移走产业强市的发展道路。自此，无锡上下齐心协力，真抓实干，走出了一条负重爬坡、到奋力攻坚，再到突破跨越的转型之路、变革之路、重塑之路，自裂痕中找出了自己的光。“奔流财经社”近日文章《这十年来，你不知道无锡有多拼》便讲述了这一段的无锡故事。

“破局”在基础设施建设。2015年，无锡决定启动第二轮地铁建设；2016年，长期议而不决的锡东垃圾电厂复工；2017年无锡制定锡澄澄宜重大基础设施分年度建设计划，太湖隧道开工。“破局”在区划调整。无锡启动区划调整，新吴区成立，原来的崇安、北塘、南长三区合并，设立梁溪区，市域初步形成“一轴一环三带”和“一体两翼两区”空间结构，体制机制经历了一次前所未有的创新重构。“破局”在产业项目。2017年，华虹、SK海力士等行业龙头项目相继落地，一个是最大制造业投资项目、一个是江苏省最大外资项目……后面的故事无须再说了。

城市的发展，犹如长跑。回看宁波、东莞、无锡这三座城市，都曾经有过旧日的辉煌，也都曾经有过憋屈的困境。但城市的韧性，最终使他们走出一度笼罩着的雾霾，重新赢回了属于他们的城市荣光。伴随着泪水和汗水的荣光背后，我们看到了一条毅力和耐力的坚韧赛道。于是，想起了四个“争”——永葆英雄之志、勇走争强之路、多出争优之举、齐聚争光之力。

韧性的城市

华翔

对“外需减弱”，应对则是打通“双循环”，把国外的品牌、供应链引入国内……还有政府主动作为，服务创新。比如充分发挥外贸综合服务平台的作用。在宁波，中基惠通、世贸通等政府认定的外贸综合服务平台已超过10家，每个平台平均服务中小外贸企业超过3000家，像“全能保姆”一样提供全面服务。其更大的作用则是通过打通外贸端到端的供应链，使原本“单打独斗”的中小企业面对国际市场时，有更强的议价能力。再有，今年7月，宁波在全国首创涉外商务往返包机，让两三年都没有出国见客户的企业，到欧洲和客户面对面谈生意，稳订单，鼓信心。文章说：这种包机或组团出海拓市的行径，目前正趋于常态化。然后，便是“路终究是走出来的。有怎样的脚步，就有怎样的路。”

第二座韧性城市曰东莞。“城市进化论”文章《万亿制造业大市，做选择的时候到了》如是开篇——身处万亿制造业大市东莞，企业正在经历一场“细胞代谢”。过去两个月，当地两家制造业大厂爱电竞、库珀电子先后发布公告，宣布停产停业，其原因包括疫情反复、转型新产品投入巨大、跨境电商大卖家货款拖欠、国内外订单严重脱节等。

类似的情况，东莞曾经经历。2008年，在金融危机影响下，经营了13年的东莞最大玩

具工厂——合俊玩具厂倒闭。然后，到2011年东莞3500多家玩具厂倒闭1800家。当时的东莞，选择了“变”，利用危机，推动产业结构调整和优化。2015年，时任东莞市市长袁宝成曾回应，严峻的经济形势事实上造成了企业的分化，但是，创新型企业却在同期经历了快速增长，有上市企业业绩甚至上涨数倍。今日的东莞，再一次选择了“变”。并且，与当时主要是企业自身转型之变更进一步升级，这一次，东莞瞄上了更大层面的转型——培育出足够支撑制造业进一步转型升级的生产性服务业。今年东莞“两会”期间，市长吕成蹊作政府工作报告时就指出：东莞创新能级有待提升，除规上工业企业研发投入占比仅为1/3外，生产性服务业等新动能培育尚需时日，也限制了制造业的进一步转型升级。而研究显示，将生产性服务业发展程度提高1%，制造业效率可以提升39.6%。

看到宁波与东莞的韧性力量，更想起了与我们同省的另一座城市——无锡。

一度领跑的无锡，也曾经在城市发展上仿佛进入了一个“死胡同”。2012年至2014年，无锡是连续三年GDP增速江苏省倒数第一。在周边城市都做加法的时候，无锡却因为太湖蓝藻危机后的腾笼换鸟、转型升级，痛苦地做着减法。

摘要

宁波、东莞、无锡这三座城市，都曾经有过旧日的辉煌，也都曾经有过憋屈的困境。但城市的韧性，最终使他们走出一度笼罩着的雾霾，重新赢回了属于他们的城市荣光。伴随着泪水和汗水的荣光背后，我们看到了一条毅力和耐力的坚韧赛道。

城市的发展，犹如长跑。有坦途，能乘风破浪；有坎坷，需闯关夺隘。领跑者一时松懈，亦会迟滞；落后者全力冲刺，同样能赶超。国庆假期，连续看到文章，讲述了关于城市发展的韧性的故事。

第一座韧性城市曰宁波。“泰朋朋友圈”文章《中国韧性之城：宁波的力量》讲述了他们的外贸故事。其第一章的题目即为“形势太难了”。近年来，宁波外贸硬上了一连串“拦路虎”，包括外需减弱、订单外流、价格波动、客情维护难度加大。难也要做，宁波的态度是迎难而上，恰如宁波外贸“领头羊”中基惠通公司总经理应秀珍所说：“今天，我们宁波也没有过不去的关。因为我们就是为了解决问题而生的。”

克难攻坚，就是创新和转型。针对“订单外流”，对策是“买全球、卖全球”，比如直接给越南的工厂下订单，然后直接出口到美国；针

中信银行35年：新一代价值银行蝶变之路

重构与转型，一直是我国银行业发展中的关键词。从大一统的行政体制向现代银行体制转变，不同经济环境下陆续“登场”的多类型、多层次商业银行们“百舸争流”，奠定了当下银行业的基本发展格局。

“我站起来了，站在广阔的地平线上，再没有人，能把我重新推下去。”诗人舒婷，曾这样讴歌奔涌澎湃的上个世纪80年代——那时候，百废待兴，但处处是青春的活力和追逐梦想的身影。也正是在这样的时代背景下，35年前，作为新兴股份制商业银行的代表——中信银行沐浴着改革开放的春风应运而生。

缘起：有担当的开始

这家银行的故事要从35年前北京国际大厦一间小小的会议室说起。

1987年4月14日，在北京国际大厦，时任名誉董事长荣毅仁先生主持召开新闻发布会，宣布中信银行的前身——中信实业银行成立。这是改革开放后成立的第一家全国性综合性商业银行。

作为我国较早参与国内外金融市场融资的商业银行，成立伊始，年轻的中信银行就走向国际，积极参与境内外金融市场竞争，并代表中信集团在东京、纽约、伦敦等资本市场上成功地发

行了一笔又一笔债券，多次作为国际银团参与行和牵头行参加对国内外企业的银团贷款，为改革开放前期我国大力引进外资发挥了重要作用，书写了中国金融发展史上的多个第一。

历经三十五载芳华，初创时的企业牌匾依旧伫立在中信银行行史展厅当中，但中信银行如今的模样和内在都已发生了“巨变”：截至2022年6月末，中信银行资产总额超过8.2万亿元，存款规模双双突破5万亿元大关，并在国内153个大中城市设有1,423家营业网点，拥有员工人数近6万名。同时不良贷款持续保持“双降”，拨备覆盖率持续提升，资产质量持续向好。在近期英国《银行家》杂志公布的全球银行1000强中，中信银行一级资本攀升至全球排名第19位，在所有上榜中资银行中增长规模排名第一，稳健与杠杆情况位居股份行第二。

换挡价值赛道

回望，是为了更好地出发。

在过去5-10年的计算周期里，从追求“规模”增长转变到探求“价值”突破，成为银行从业者的努力方向。这对于以往习惯于靠大户型、赚快钱的机构而言，放弃“规模情结”很难，“降速换挡”到新的价值赛道更不容易——这意味着放弃简单粗放的“赚钱”模式，需要

时刻以客户为中心，以为客户创造价值为目标，统筹分配对公与零售、信贷与中收、传统业务与金融科技等资源和能力，为市场、客户和社会创造价值。

但形势逼人——在经济结构转型、利率市场化改革以及我国金融体系向直接融资转化的长期趋势下，尤其是后疫情时代市场环境出现一系列新的变化，社会各相关方对银行业在支持实体经济、共同富裕以及加强风险管理方面都提出了更高要求。比如传统上“得零售者得天下”的观点深入人心，但随着疫情反复以及稳增长的压力，需要在零售业务增长放缓的压力下寻求对公等其他板块弥补。如何进行价值创造，实现银行持续稳健发展，这考验着银行管理层经营智慧。

回顾中信银行发展历程的一些重要时刻——2015年，中信银行开始制定、实施三年战略规划，在连续两季三年规划的规划中，中信银行实现了对公、零售、金融市场业务从“一体两翼”到“三驾齐驱”的业务结构转变。2021年，在集团战略领导下，中信银行发布了最新的三年规划，主动布局制定了“342强核行动方案”。该方案聚焦打造“财富管理、资产管理、综合融资”三大核心能力，形成了以财富管理为主体的“财富管理—资产管理—综合融资”价值链和互促体系。其背后就是要通过

条线、业务、客户、产品、服务以及内外资源的协同联动，形成对客户全链条全维度的服务能力。

数据进一步佐证价值赛道生长力，根据2022年中期业绩显示中信银行财富管理、资产管理、综合融资三大核心业务能力建设效果显著。在财富管理端，在外部市场承压的大环境下，中信银行以财富管理为核心牵引打造“新零售”构建起“三全、四环、两翼、五主”的战略体系，截至2022上半年，中信银行个人客户管理资产余额(含市值)达3.70万亿元，较上年末增长6.49%；在资产管理端，中信银行理财总规模1.65万亿元，其中新产品规模占比提升至93.92%；非货币固收类产品规模增长3,318.07亿元；在综合融资端，融资余额达12.15万亿元，较上年末增长5.9%，已构建起完善的生态圈价值体系。

特色经营

成功换挡价值赛道，除了中信银行人自身的努力之外，还离不开“集团的协同”。

不同于一般的商业银行，中信银行35年的发展史从来不是“孤军作战”，更像是兄弟姐妹齐心协力的家族奋斗史。

在十八岁的“成年礼”之前，呈现于银行业和客户面前的中信银行，一直名为中信实业银行；即使十八岁成年“更名”之后，中信银行在面对客户时，还可以拉上自己的大家族——中信集团、中信证券、中信建投证券、中信信托、中信保诚以及更多实业兄弟公司等。

在中信集团“一个中信、一个客户”的原则下，中信银行可以依靠集团“金融牌照”和“产业全覆盖”的差异化优势开展特色经营，创新服务产品，提升金融服务能力，从同质化竞争中突围。

值得一提的是，2022年在中信银行成立35周年的特别节点，也成为中信金控元年。伴随中信金控的成立，发现大机遇：一是有利于做强综合金融服务，比如由各家金控子公司共同参与设立了财富管理委员会，群策群力，共同制定方案推进营销；二是有利于做优客户服务体系，提升客户体验，逐步形成团队融合模式；三是做实全面风控体系，包括在更大范围内更早地捕捉风险点，并且协同处置已经存在的问题等。

有温度的传承

金融背后站立的是千家万户，坚持金融为民，永远是其初心和使命。立足新发展阶段，践行新发展理念，是新时代金融建设和发展的重大命题。

在此背景下，作为我国金融体系核心的商业银行将肩负“新金融”的更大使命——广度上，要覆盖最广泛的大众，包括传统金融可能忽略的普惠和弱势群体；温度上，不只是考虑“商业利润”，还要转向“人本”，承担相应的社会责任。“跳出金融做金融”，用“金融+社会”的双重视角去审视所有的金融服务，去满足大众对金融服务和美好生活的期待。

回望中信银行35年的发展史，服务大众的新金融理念一开始就植入在其基因中，并在时代发展中始终保持初心和温暖，并在金融科技等力量的加持下，愈发具有影响力。

在零售领域，近年来，中信银行在保持对公优势的前提下，零售业务突出温度“异军突起”，构建了特殊的客户分层体系，在出国、养老、高净值客户、信用卡等细分市场客户上另辟蹊径，并通过“引进来”和“走出去”与合作伙伴一起构建了能够充分满足用户不同需求的生态圈。

在普惠金融领域，面对全球性的小微金融服务难点、痛点，中信银行以科技能力为支撑，建立起一套贯穿企业全生命周期的服务体系——营销获客精准化、产品服务人性化、风险管理智能化和运营管理数字化，借助于手上“温柔的手术刀”去解决社会难点，让自己变身一位有温度的“社会医者”。

导游词新写法，爱镇江更多一点

谭芝婷

浪漫的、有意义的事，一群人做，更浪漫、更有意义。近期，由市委宣传部、市阅读办、市文广旅局、市旅游协会和镇江报业传媒集团联合开展的“创意写作全城接力(第二季)我为镇江写一句导游词”活动正从全面征集阶段进入网络投票阶段。从第一季的中秋接力写诗到这次为镇江写导游词，集体创作的体量和质量不断提升，全程接力创作再度掀起推介镇江文化旅游的热浪。诸多参与者将极富人文化底蕴、饱含深情的文字融入创作的“导游词”中，传递了大伙儿对家乡的热爱和期许。

行动，由创意而来。不论是第一季的“最是中秋忆乡愁”诗歌接龙创作活动，还是这次的“我为镇江写导游词”创作活动，必定是创意策划执行的精彩呈现。从第一季的市文明办、市阅读办，到第二季的市委宣传部、市阅读办、市文广旅局、市旅游协会，参与活动联办的单位在扩容，这也意味着越来越多的单位加入这份创意策划行动中。这是各单位开门办活动，形成纵横合力，灵活高效开展工作的态度展现，也是官媒开门办报开拓进取的意志体现，是大家劲往一处使、集群众智慧和需求，为美丽家乡多出一份力、推进高质量发展的工作新思维、新打法。

喜爱，从关注与了解开始。两季活动持续开展以来，必定是希望吸引更多人的关注、博得更多人的了解，最终赢得更多人的喜爱。凡是参加活动的名家学者，或是普通市民，必定对所写的内容有所研究或者了解，最起码也提前做功课。其过程必定是“复盘”、深度了解镇江旅游的过程，参与者带着思考，将所学所见所闻，转化成富含人文情感的导游词，活动再将民间的见解广泛传播开来，对镇江的关注与爱就这样被激发、扩散、升级。

随着活动的不断推进，相信越来越多的镇江人会更爱自己的家乡，更多的人会关注到镇江，并且真正爱镇江。

中信银行 CHINA CITIC BANK

中信银行，让财富有温度

全国统一客服热线 95558 www.citicbank.com

广告