

共绘绿富同兴的时代画卷

绿水青山就是金山银山！浙江金融监管局积极落实国家金融监督管理总局关于金融支持林业高质量发展的政策部署，指导金融机构围绕林下经济、木本粮油、花卉苗木、森林康养等产业发展需求，强化林业重点领域金融投入和服务保障。衢州金融监管分局立足衢州“七山一水二分田”的实际和衢州全国首批绿色金融改革创新试验区的契机，指导辖内金融机构大力支持林业产业链发展。

通讯员 朱颖 徐璇 本报记者 郑谦

“碳汇”金融 解码林业共富秘籍

清晨，开化县马金镇花园村的油茶林里，村民们正忙着除草、修枝。村支书看着连片的山林，笑容满面地说：“多亏了那笔300万元的‘零碳相伴’贷款，我们的油茶基地改造和山林抚育才能顺利推进。以前守着绿水青山，却难换来金山银山，现在森林碳汇也能‘变现’了！”

这是以金融创新撬动林业产业链发展的一个生动缩影。面对花园村5244亩山林养护资金短缺的困境，开化农商银行突破传统信贷模式，率先在全省将森林碳汇价值作为质押标的，发放了首笔森林碳汇价值质押贷款，执行利率低至4.35%，切实为林业经营主体减负增效。

开化县地处钱塘江源头，拥有林地274.1万亩，省级以上公益林136.4万亩，森林覆盖率高达97.55%，素有“浙西林海”美称。在衢州金融监管分局的指导下，开化农商银行作为本地唯一一家法人银行，紧扣“钱江源头”重要生态功能区定位，围绕“人人有事做，家家有收入”生态发展目标，将金融之眼放在如何让森林资源“动起来”以实现共富目标上。在大力推进绿色金融，金融支持林业高质量发展等政策指导下，该行创新质押模式，破解融资瓶颈，与县林业局联合出台《“零碳相伴”贷款管理办法》，创新性地将碳汇评估价值作为质押依据，额度最高可达评估价值的20倍，一举盘活全县286.6万亩森林资源，同时，将林权、公益林补偿收益权一并纳入担保范围，既提高授信额度，又为质押风险加上“双保险”；该行围绕林业产业链，打出金融组合拳，针对油茶、茶叶、中药材等特色产业，推出“富茶相伴”“诚信相伴”等专属产品，贷款期限最长5年，有效匹配林业生产周期，以此精准滴灌产业链，激发乘数效应；该行政企协同，共建绿色生态圈，同县两山投资集团深度合作，提供5亿元专项，构建起“资源—资产—资金—产业”的转化通道。通过优惠利率（最高优惠100BP）、一事



一议等机制，引导资金精准流向林业抚育、林下经济等关键环节。

目前，该行已向212户农户及经营主体投放1.37亿元绿色信贷支持林业产业发展。苏庄山茶油成为地域名片，中药材等产业蓬勃发展。金融活水的持续灌溉，让当地村民人均增收超1000元，真正实现追赶奔富。

“移动办贷” 遍植苗木信用经济

“没想到不用跑银行，在家门口半小时就办好了30万元贷款，采购款总算有着落了！”近期，龙游县塔石镇后舒村苗木经营户王师傅望着自家400亩苗木基地，紧锁多日的眉头终于舒展。这是稠州银行衢州分行走深本土苗木产业，以“移动办贷”模式优化普惠金融服务的生动实践。

龙游县气候温润、土壤肥沃，苗木产业已形成规模化发展格局，罗汉松等品种畅销市场，带动众多当地农户依托苗木种植增收、但苗木培育周期长、样品垫资大，且经营户白天忙于田间管护与全国工程对接，无暇到银行办理业务，资金周转难题成为产业发展的“拦路虎”。针对这一产业痛点，稠州银行衢州分行主动下沉服务重心，推出“错时服务+上门办贷”组合模式，依托移动签约设备将金融服务延伸至田间地头。得知王师傅因采购款到期陷入资金困境，该行客户经理第一时间响应，下班后携带贷款资料与移动设备驱车赶往后舒村。现场沟通中，该行客户经理详细了解其经营情况，基地内仅三棵迎客松样品就需垫资3万元，常年承接绿化工程的他虽收入稳定，

但高额垫资时常导致资金“卡壳”。

结合苗木产业特性，该行为其精准匹配“乡村振兴贷”产品，细致解读贷款政策、还款期限及计息方式，在严格完成身份核验、资料审核等合规流程后，“手把手”指导王师傅完成电子签约，从资料核对到贷款到账，全程仅用半小时高效解决了王师傅的燃眉之急。

截至目前，稠州银行衢州分行已累计发放林业相关贷款近1000万元，通过移动办贷、上门服务等务实举措，帮助数十位苗木经营主体纾解资金压力。

衢州金融监管分局指导辖内金融机构开展“大走访大调研”活动，意在实地了解实体经济真实金融需求。在深入研究分析难点堵点的基础上，优化信贷产品和服务模式，解决客户急难愁盼问题，进一步提升金融服务的适配性和满意度。

融资协调机制 拓宽林地生态旅游之路

六春湖位于龙游县庙下乡境内，是龙游县第一高峰，这里有雪海雾凇、绿葱湿地、山地草甸、象形山石、星象气候，享有“四海奇景，六合同春”之美誉。每年四、五月间是杜鹃花盛开时节，在海拔1100~1400米的山脊上，五彩缤纷的杜鹃花把六春湖装扮成花的海洋。冬季来临时，山顶便披上银装，南方少有的雪景吸引着八方来客。这时候，六春湖景区的索道缆车便承载着这份将游客安全运送到这座山的山顶与山下的“艰巨”任务。索道下站位于毛连里村东北侧，上站为海拔1302米的巅峰尖，索道平均距离2879.66米，线路高差874米，线路斜长3009.37米，无论是长度还是高差，都堪称

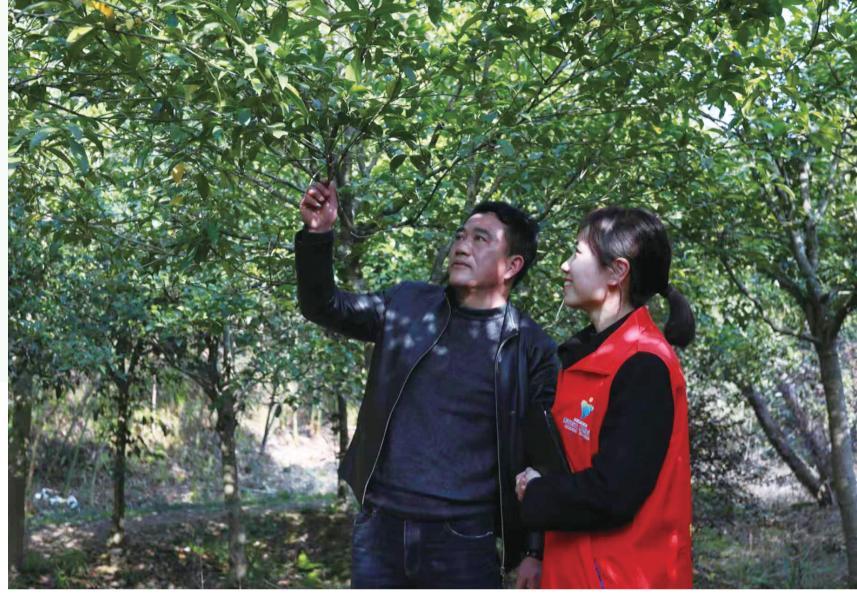
“浙江第一索”。

龙游县六春湖客运索道运营有限公司是一家高新技术企业，主要为六春湖提供配套服务。随着景区旅游旺季的到来，为确保游客的安全，景区索道缆车的日常运营与维护成本逐渐提升，同时为加大对自然保护区的运营建设，改善保护区环境，企业在市场拓展、生产经营等方面面临着较大资金压力。

为帮助企业快速解决这一难题，民泰银行衢州龙游支行主动下沉服务，深入企业调研走访，了解企业的生产经营、市场销售情况以及企业实际的融资需求。在衢州金融监管分局的指导下，民泰银行衢州龙游支行运用小微企业融资协调机制为该企业量身定制了金融服务方案，通过产品创新、信贷支持、优质服务、减费让利等一系列举措，为企业匹配了流动资金贷款产品，迅速发放950万元贷款，帮助企业解决资金难题。“有了民泰银行的支持，让我们在这个寒冬更加有信心面对市场的挑战。”企业负责人在收到该笔贷款后说道。

小微企业融资协调工作机制是解决小微企业实际困难的一项金融支持举措。为帮助小微企业、个体工商户、农合合作社等经营主体解决银行融资难题，衢州金融监管分局联动本地专班，定期汇总分析推进情况，适时组织会议分析推进难点，指导机构将小微企业融资协调机制落到实处。

针对林业产业链的金融支持，衢州金融监管分局指导机构充分运用现有利好政策，创新森林“碳汇”质押贷款，将小微企业融资协调机制、小微企业信用贷款等与原有产品充分融合，充分保障林业经济发展。截至2025年三季度末，衢州辖内农林牧渔业贷款余额412.96亿元，衢州林业总产值突破600亿元，人均林业收入增幅逾8%。



筑牢营销合规根基 践行金融为民使命

——关于加强营销行为管理的思考与实践

□ 詹晓华

金融是现代经济的核心，关系国家发展与人民福祉。保险作为金融体系的重要组成部分，其营销活动直接面向广大人民群众，事关消费者切身利益与保险行业形象声誉。全面加强营销行为管理，不仅是公司稳健经营的基石，更是公司履行国有企业社会责任、践行“金融为民”初心的必然要求。

深化认识 筑牢“金融为民”的营销管理基石

一是必须坚持以人民为中心的发展思想。

“金融为民”是中国特色金融文化的核心理念。保险机构应站在客户的角度，以满足其真实、合理的风险保障和财富管理需求为根本目的。营销行为是否合规、是否适当，最终的评判标准是能否切实维护好、实现好金融消费者的合法权益。

二是必须恪守诚实守信、以义取利的职业操守。

诚信是保险行业的立身之本。在营销过程中，必须杜绝任何形式的销售误导、虚假宣传、承诺不实回报等行为，要秉持“以义取利”的中华优秀商业文化，将合规诚信融入企业文化和发展血脉。

三是必须坚守公平竞争、审慎稳健的经营原则。

作为国有控股的保险企业，应带头维护公平竞争秩序，不搞恶性竞争，不诋毁同业。营销活动必须把握度，确保与公司的风险管理能力、客户服务能力相匹配。

四是必须严守法律法规、商业道德和社会公德的底线。

合规是经营的底线要求。营销行为不仅要严格遵守法律法规和监管规定，还要自觉遵循商业道德和社会公德，主动承担社会责任，公司将合规管理贯穿于营销活动的全过程、各环节。

多措并举 构建规范高效的营销管理体系

在国家金融监督管理总局台州监管分局的领导下，中国太保寿险台州中心支公司近年来持续加大营销行为管理力度，从制度建设、流程管控、人员培训、合作管理等多方面入手，构建了一套较为系统的管理机制。

一是加强全流程管控，压实管理责任。

落实主体责任：明确各级机构负责人是营销行为管理的第一责任人，将合规消保指标纳入绩效考核体系。建立四级机构季度经营风险等级评

价体系，综合评价机构经营结果，对红线问题实行“一票否决”。建立由个险、消保、合规等部门相关人员组成的业务品质管理组，确保职责清晰、执行有力。

强化预算评审：对所有拟推出的营销方案、宣传材料等进行事前合规消保审查与风险评估，确保其内容真实、准确、合法合规，符合社会公序良俗，坚持诚信、公平、专业原则，不存在误导性陈述、夸大宣传或违规承诺，切实维护消费者合法权益。

强化跟踪管控：对营销活动实施事中监测，通过客户回访、录音抽查、数据分析等方式，及时发现和纠正可能存在的不规范行为。

强化内部监督：总公司建立了销售人员风险模型，综合个人参数、业务品质及服务品质等数据分析实现销售人员风险分层，并匹配差异化核保核赔及客户服务政策，引导销售人员重视业务品质和服务品质。对发现的违规问题严肃问责，形成有效震慑。

二是严格规范营销宣传，净化市场环境。

禁止不当营销宣传：严禁对分红类保险产品的不确定利益承诺保证收益；严禁虚假、夸大宣传保险责任或收益；严禁“炒”停售进行饥饿营销。

禁止不当推销保险产品：明确不得混淆产品的性质，如将保险产品与存款、国债、理财产品简单类比，使用“存款”“利息”“复利”“超级余额宝”等误导性字眼；严禁给予客户保险合同以外的利益。严禁片面比较同业产品或以贬低竞争对手的方式进行推销。

禁止违规销售非保险金融产品：严格区分保险产品与其他金融产品，严禁保险从业人员违规销售非保险金融产品，或与其他机构合作进行违规的交叉销售。

三是强化销售合规管理，保障消费者权益。

加强适当性管理：持续推动营销队伍职业化、专业化、数字化建设，“优增优育”、打造康养财富规划师队伍，实行销售人员销售产品授权与销售能力等级相匹配的销售分级管理。销售人员销售产品应满足入职时间要求并通过相应测试。营销人员必须根据客户实际需求与缴费能力推荐保险产品。尤其要对老年人、低收入人群等脆弱人群予以特殊关注，不得引导其购买超出自身经济承受能力的保险产品。

充分履行告知义务：要求营销人员清晰、全面、准确地向客户说明保险产品的责任免除、退保损失、犹豫期权利、投资收益不确定性等关键内容，确保客户在充分知情的前提下作出购买决定。

加强销售行为可回溯管理：严格按照监管要求对销售过程关键环节进行录音录像，确保记录完整、真实、清晰，并妥善存储管理，作为纠纷处

理和责任认定的重要依据。

提供合理增值服务：在合规前提下，积极为客户提供附加增值服务，如公司的“太保蓝本”健康管理服务、“百岁居”和“太保家园”养老服务等，切实提升客户体验和保障水平。

四是加强合作机构管理，规范合作行为。

审慎选择合作机构：与银行、专业保险代理机构等中介渠道合作时，严格进行资质审核和合规评估，选择管理规范、信誉良好的机构合作。

合理确定佣金水平：科学设定佣金比例和奖励政策，避免因支付过高佣金而导致合作机构或其从业人员为获取佣金而进行误导销售、捆绑销售等违规行为。

规范合作行为：与合作机构签订规范代理协议，明确双方在营销宣传、销售行为、客户信息保护、投诉处理等方面的权利、义务和责任。加强对合作机构营销行为的监督与培训，确保其遵守公司的合规要求。

面向未来 持续深化营销行为管理的规划

一是持续深化合规文化建设。

通过“合规管理建设年”活动，将“五要五不要”的理念更深层次地融入企业文化 and 日常经营。通过常态化、案例化的教育培训，提升全体从业人员的合规意识和专业素养。

二是科技赋能提升管控效能。

依托总公司智能合规风控平台、“合规智审”等监测系统，运用大数据、人工智能等技术手段开展常态监控，实现更精准、更高效的实时监测与风险识别预警，从事后纠正向事前预防、事中干预深化。

三是优化考核与激励约束机制。

进一步完善绩效考核体系，逐步提升合规质量、客户满意度、继续率等指标的权重，降低单纯业绩指标的短期刺激。加大对合规先进团队和个人的正向激励，同时对违规行为“零容忍”。

四是强化消费者教育与沟通。

大力推进“保险+社区”建设，积极开展多种形式的金融知识普及和保险消费者教育活动，提升消费者金融素养和风险识别能力。践行“枫桥经验”，畅通客户投诉渠道，完善纠纷多元化解机制，及时回应客户关切，将消费者反馈作为改进营销管理和服务质量的重要依据。

五是动态完善制度流程。

密切关注监管政策动向和市场变化，针对业务环节和风险点，定期进行评估，完善内控制度和操作流程，确保与最新的监管要求保持同步。

（作者系中国太平洋人寿保险股份有限公司台州中心支公司党委书记）

金融支持，万箱集装箱船交付



本报讯 近日，由进出口银行浙江省分行融资支持的11500箱LNG双燃料集装箱船CHB2034顺利交付。

该系列船舶为浙江省近10年承接的首批万箱集装箱船订单，平均交付期较原计划提前约3-4个月，体现了浙江船舶企业在建造技术及提升生产效率方面的不断突破。

近年来，进出口银行浙江省分行省内多家船舶龙头企业提供金融支持，积极助力浙江船舶企业出海。下一步，该行将继续发挥专业优势，为支持浙江省制造业转型升级、加快建设高能级开放强省作出更大贡献。 张颖博

温州民商银行经营转型成效显现

本报讯 随着银行“期末大考”落幕，温州民商银行各项指标也浮出水面。该行经营转型成效逐步显现，2025年信贷投放精准锚定绿色贷款、数字贷款、科技贷款、普惠贷款等国家支持的导向型贷款，健全营销网络，优化目标客户库清单，精准发力，“聚焦普惠、服务小微”的定位日渐清晰。

2025年，该行不断加大对温州民营经济的研究和投入，全部信贷增量均投向民营企业，民营企业贷款增量占全部贷款增量的100%。该行尤其注重电器、汽摩配、设备制造、纺织等支柱行业产业升级，工作人员深入市场调研，及时获得地方政府及行业协会的相关政策信息，并适时锁定目标市场、目标客户，出台政策指引，全面深化“核心企业+产业链”金融模式，有效推进小微贷款批量增长。针对民营企业融资痛点，该行积极探索创新，推出20余款特色金融产品，构建起覆盖企业全生命周期的服务体系。

截至2025年末，该行总资产524.04亿元，存款余额340.15亿元，贷款余额299.55亿元。普惠型小微企业贷款、制造业贷款、科技企业贷款、绿色贷款增速分别为24.27%、27.12%、55.37%、19.62%。

该行相关负责人表示，2025年，该行积极响应国家“减费让利、惠企利民”政策号召，主动下调贷款利率，切实减轻企业融资成本，与市场主体共克时艰。2025年末，该行平均贷款利率较年初下降125个BP，助力客户财务上减负。该行还积极推广无还本续贷、预审批、信用贷款等工具，全方位稳定客户预期，巩固银企的伙伴关系。同时，该行有效加强精细化管理，强化账销案存资产的回收，在营收下降、存贷利差收窄的形势下，净利润同比实现了正增长，增长率18%；ROE同比上升0.65个百分点，ROA同比上升0.05个百分点，不良率同比下降0.05个百分点，较2025年三季度最高峰时下降0.39个百分点，其他各项监管指标也均符合要求，取得圆满收官。

随着滨江CBD温州民商银行大楼正式落成，该行将以打造开放金融生态链为抓手，持续深耕本土市场，坚定走“小而美”的特色化发展之路，推动普惠金融提质增效。 李秀素