

咸宁农商行2019年度总结表彰会暨2020年党建工作会议提出要求

# 全力开展“六个年”活动 着力解决“三贷”问题

本报讯(记者 叶和平 赵忠志 通讯员 左利华)1月13日,咸宁农商行召开全市农商行2019年度总结表彰会暨2020年党建工作会议,学习传达了省联社三届三次社员大会的会议精神,全面总结了全市农商行2019年工作,并对2020年党建工作和各项业务进行了安排部署。

会议首先学习传达了李亚华理事长在省联社三届三次社员大会上的讲话。李亚华理事长讲话指出,全省农商行围绕“七个年”活动,扎实开展“春天行动”十大举措、夏季攻势四大战役,取得了十个“前所未有的”成绩;要求全省农商行2020年面对三大机遇、四大挑战的情况下,全力开展“六个年”活动,加快推进高质量发展。

会议认为,咸宁农商行2019年围绕省联社工作部署,坚持存款立行,夯实了资金实力;坚持回归本源,全力支农支小;坚持微贷推广,调优了信贷结构;坚持风险防控,优化了资产质量;坚持电银推广,加强了渠道建设;坚持规范管理,提高了治理能力;坚持党建引领,凝聚了发展动力。

会议要求,2020年全行务必围绕省联社“六个年”工作总要求,做到坚定不移全面加强党的建设。要把加强政治建设摆在首位,推进全面从严治党

党;把强化理论武装扛在肩上,全面筑牢思想根基;把加强组织建设放在心上,激活党建神经末梢;把党风廉政建设抓在手上,营造风清气正氛围。坚定不移推进“三大银行”建设。要大力弘扬宣传鼓劲、争先进位、真抓实干的精神,争做讲好故事、解放思想、执行有力的表率。坚定不移扩面增效高质量发展。要从抓发展的高度,抓好稳存增存扩面增效;从创效益的精度,抓好贷款投放扩面增效;从守底线的角度,抓好风险防控扩面增效;从谋长远的角度,抓好电银产品扩面增效;从铸品牌的厚度,抓好服务提升扩面增效。坚定不移推广微贷支农支小。要着力解决“能贷”的问题,着手解决“愿贷”的问题,着重解决“敢贷”的问题。坚定不移强化内部精细管理。要精心谋划,推动治理体系转型;精准施策,推动管理机制转型;精雕细琢,推动业务模式转型。坚定不移防范化解各类风险。要强化清收化解、员工排查、合规教育不懈怠。坚定不移加强企业文化建设。要推动企业文化由销售文化向服务文化转变、由精英文化向团队文化转变、由绩效文化向价值文化转变。

会议还强调2020年党建工作务必扎实推进,以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,准确把握党建工作



的新要求新变化,增强做好新时期党建工作的使命感和责任感。以政治建设为统领,把方向管大局保落实。以提升党建质量为重点,把基层党组织建设成为全市农商行稳健可持续发展的战斗堡垒。以落实党建工作责任制为抓手,用好考核评价指挥棒,切实履行管党治党责任。以完成各项经营指标为出发点和落脚点,彰显党建工作成效,持续推进全市农商行稳健可持续发展。

会议宣读了咸宁市政府领导贺信,通报了2019年度先进单位、先进支行、先进个人及“最美农商人”的表彰决定,并对各获奖单位和个人进行了颁奖。崇阳农商行、咸宁农商行温泉支行、通

城农商行银山支行等3家单位代表和嘉鱼农商行茶庵支行叶蓉兰、咸宁农商行张公支行徐宇轩、赤壁农商行新区支行张娜、通山农商行横石支行祝小敏等4名同志进行了典型经验交流发言。会后,由陈继华行长对各一级支行进一步召开会议,对“春天行动”进行再动员、再部署、再加压、再添举措,确保各项工作任务圆满完成。

咸宁农商行党委班子成员,各一级支行行长、资产经营部负责人、二级支行行长,市行机关各部门副科级以上人员;各县行班子成员、支行负责人,全行受表彰先进单位代表和个人等120余人参加总结表彰暨党建工作会。

## 做活小微贷大文章

# 嘉鱼农商行微贷营销开启“零售银行”新模式

通讯员 杨惠春

面对金融行业的新形势、新要求,嘉鱼农商行立足“零售银行”发展战略,不断加大小微贷开发与投放力度,优化信贷结构,推动全行信贷业务转型发展。截至去年底,全行小微贷余额3.55亿元,占各项贷款余额8.99%,小微贷客户数1987户,户均贷款余额不到20万元,不良率仅0.62%。

## 强化宣传造势

走在南嘉大地上,无论是偏僻的农村山区,还是繁华的城镇街道,到处都可见嘉鱼农商行宣传小微贷的“身影”。

为全面推广小微贷产品,提高社会公众对小微贷产品知晓度,该行在全县城乡开展了多种形式的宣传活动,重点宣传小微贷政策、产品、申办程序、金融服务等知识。一是开展墙体广告、横幅、宣传册等形式宣传;二是通过摆摊、发放宣传品、路演、车辆巡回广播等方式有的放矢开展集中宣传;三是定期与不定期召开个体工商户等各类客户参加的对接会、座谈会,进一步宣传小微贷信贷优惠政策,并广泛征集社会公众客户的意见建议;四是采取系统数据抽取、电话回访、实地核实等方式,对小微贷服务、产品要求、金融服务情况进行抽查、监督、检查,加深公众亲活力。

为强化队伍素质。该行配备一支

业务素质过硬的小微贷专业队伍。一是着眼零售客户营销,定期不定期聘请小微贷专家,加强客户经理培训指导,尤其加强对数据采集、营销技能、贷款产品、行业常识等方面业务知识培训,全方位提升小微贷专业队伍的综合业务素质。二是以网点转型为契机,在全县员工中陆续选拔优秀员工充实小微贷团队,迅速推进微贷技术的复制和推广。三是按月评选营销先锋和业务营销标兵,使其发挥示范带动作用;对业绩较差、营销意识淡薄的小微贷客户经理严格落实淘汰机制,进一步净化营销队伍,提高微贷团队的战斗力。

## 强化渠道建设

为加快小微贷的推广,不断完善营销“渠道”,围绕零售贷款服务组织部室改革,成立小微零售业务部,畅通小微零售贷款业务管理渠道。

一是加强支行渠道建设。各支行配备小微零售管理员一名,小微零售客户经理若干名,小微零售客户经理不营销传统公司贷款,专门营销小微贷产品;二是加强网营渠道建设。改造和优化小微零售信贷系统,引进第三方评分卡技术成果,深化了网营渠道,将本地区域化产品线上化,并覆盖外出务工客户群;三是加强电营渠道建设。各支行明确一名小微零售专职电销员,负责收录下发的白名单客户信息,定期不定期开展电话联系等工

作,精准获得客户,实施数字化转型,让金融服务更精准。

为进一步提高客户服务水平,加速推进网络金融服务转型升级,提升办贷效率。该行开发推出了小微贷产品网上“闪电申贷”平台,小微贷客户申请贷款只需通过平台提交,该行客户经理便会上门服务、上门签约,符合条件的3天内可成功办理贷款;优化贷款流程,各类微贷客户小微贷申请通过网上预审批、进度查询、咨询交流等,实现了系统、渠道、流程、信息、管理等多方面整合,提高了客户办贷智慧化程度,推进了农商行个贷业务模式的转型。实行“首问负责、限时办结、阳光办贷”制度,严格执行限时办结制,客户经理为客户提供服务实行“一杯水”原则,出现不遵守“阳光信贷”、“一杯水”原则嫌疑的,纪委和监察部门介入,严查重处。推行“无缝隙”续贷模式,对到期贷款提前入手,实现贷款无缝对接,减少客户因还款续贷形成的资金成本压力,加快办贷效率。

## 强化市场开发

为拓宽小微贷客户,该行组织信贷人员长年深耕四区。

一是做好网点圈环客户建档。各支行以本网点2公里为半径,逐户拜访建立客户档案,建档率至少在80%以上后,逐步向外扩展一公里,继续开发新客户建档。二是做好金融网格化管理要

求,小微贷客户经理服务辖内行政村组、社区的金融网格员,广泛对接辖内小微贷客户,每月金融网格员至少要拜访一次村(社区)委会,并认真收集或分析客户潜在需求信息及意见建议。三是逐步推进整体授信。按照三年内要向全县家庭授信全覆盖的任务目标,结合实际,大力推进整村、整街、整单位的授信,提高微贷覆盖面。四是开展活动促销。利用节假日外地客户返程、商户集会、村组开会等活动,目标客群比较集中的场合,批量营销、批量获客,做到事半功倍、百花齐放。

为逐步满足各类客户的小微贷需求,该行按照省联社的产品进件要求,在完善省联社通用产品基础上,逐步推出区域性小微贷产品。一是引导推广组合产品。对按揭、ETC客户推广福e贷、车主e贷产品;对全县纳税AB类客户,对小微企业个体工商户,推广税e贷;对公司高管,推广白领贷;对公司员工,推广亲情贷和市民e贷;对公司上下游客户,推广工资代发、缴费易等业务。二是主推场景化产品。结合辖内特色产业特点,针对蔬菜、水稻、鱼、螃蟹、鳝鱼、莲藕等农副产品产、供、销特点,针对性地开发一批产业营销专案,用亲情贷、福e贷、嘉农贷等产品对接一批,对于规模需求量大、特征明显、与现有产品不配套的,积极申报新产品开发需求,将专案升级为专项区域产品。

目前,该行累计推出小微贷产品30余个,满足了各类客户的需求。