



咸宁农商行:服务地方高质量发展



2020年,咸宁农商行1700余名奋斗者在金融回归本源的号角中,在服务乡村振兴的大旗下,在“三大银行”建设的鼓声里,全力践行助推地方经济高质量发展。

这一年,面对疫情大考,咸宁农商行深入开展“万名员工进小微金融服务我先行”活动,持续为小微企业纾困解难。

这一年,咸宁农商行以“小微金融店小二,三大银行农商行”为主题,扎根农区、深耕园区、服务商区、生根社区,深度推进普惠金融。

这一年,咸宁农商行发挥党建的引领作用,服务实体经济,防控金融风险,推进转型发展,实现业务规模的扩大和发展质效的提升。



2020:回归本源,转型发展,描绘新景

业务经营再上新台阶。全市农商行业务规模稳步增长,存款余额433.5亿元,比年初净增43.57亿元,增幅11.17%,完成省联社任务的100.17%;各项贷款余额298.53亿元,比年初增加37.72亿元,增长14.46%,完成省联社任务的97.98%;全年实现净利润3.32亿元;收息率5.35%,付息率1.95%,净利差达3.4个百分点。

支农支小取得新成效。全市农商行民营企业和小微企业余额186.56亿元,累放88.17亿元,占比62.49%,比年初净增20.8亿元,增幅12.55%;涉农贷款余额205.74亿元,累放24.17亿元,比年初净增18.07亿元,增幅9.63%;小微扶贫贷款余额1.55亿元,新发放6132万元。

主业指标迎来新跨越。全市小微贷余额60.6亿元,比年初净增37.28亿元,增幅159.87%,占当年各项贷款净增的98.83%,完成全年计划的169.45%;其中咸宁小微贷余额15.14亿元,比年初净增10.06亿元,增幅197.65%,占当年各项贷款净增的131.13%,完成年初计划的182.91%。全市农商行小微贷客户数27126户,比年初增加14843户,完成全年计划的168.67%,户均贷款22.34万元;福e贷签约客户达到20832户,比年初增加11626户,完成全年计划的105.69%。

电银推广赢得新突破。全市农商行手机银行签约43.64万户,比年初新增5.33万户,活跃率为18.06%;全市农商行累计拓展扫码支付商户6.58万户,比年初净增2.94万户,完成全年计划4.33万户的152%;月活跃商户7.88万户,月动户率64%;累计交易金额47.8亿元,累计交易笔数1880万笔,笔均交易金额254元。

风险防控取得新进展。全面贯彻落实10月10日全省农商行信贷风险化解工作会议精神,制定落实系列清收化解措施。全市农商行资产质量较好,风险总体可控,不良贷款余额8.29亿元,占比2.78%。清收处置表内不良贷款1.95亿元,完成任务占比163.32%;清收处置表外不良贷款1.17亿元,完成任务占比95.16%。主要监管评级指标达标,资本充足率12.6%,拨备覆盖率160.3%。

党建引领彰显新成效。全市农商行“不忘初心,牢记使命”主题教育深入推进,扎实开展。基层党组织建设加强,对基层党支部进行了标准化改造,强化支部的战斗堡垒作用,党支部175个,基层支行支部覆盖率100%,其中咸宁行本级党支部由36个增加到47个。村银党建互联互助工作全面展开,建立65个“村银共建”示范点。

社会形象展现新面貌。全市农商行大力宣传农商行责任银行建设,省级以上宣传报道78篇次。及时挖掘“金融卫士”抗疫故事,在中国农村金融等媒体平台上发表。积极开展金融消费知识宣传和教育活动,维护金融消费者权益,咸宁农商行被评定为“湖北省消费教育基地”,是《湖北省消费教育基地名录2019》全省70家被评定企业之一。

员工士气呈现新风貌。全市农商行进一步转变作风,发扬务实肯干“挎包精神”,锤炼了敢打善打硬仗的作风,“春天行动”“微贷黄金季”“扫码阵地攻坚战”取得胜利;每月涌现出数名小微贷拓展优秀人物,机关部室每周三晚开展“学习日”,形成全员上下共同学习进步的浓厚氛围。

扶贫工作开启新篇章。咸宁农商行扶贫工作队为西坳村办了“十件实事”,包括投资10万元建设20亩高品质种养基地一个;修复2公里灌溉水渠;争取35万元改建一个扶贫微工厂;扩建100亩油茶基地;对原来的药材基地进行补植;发展“135林下养鸡”1500只,鸡别墅24个;争取30万元拓宽2.2公里通村主干道(坳背墩);美化通村主干道4公里;为村党群活动中心捐款10万元等等。通过为群众办好事实事,把党的温暖送到千家万户。



2021年是实施“十四五”规划的开局之年,全市农商行将深入贯彻党的十九届五中全会和省委十一届八次全会精神,践行“小微金融店小二”,在全市农商行开展业务扩面提质增效转型年、党建引领从严治行推进年、智慧管理规范履职提升年“三个年”活动,把“三个年”活动作为全年工作的总抓手,进一步服务好实体经济。

2021:建成支点,走在前列,谱写新篇

坚定不移加强党的建设。一是把加强政治建设摆在首位,推进全面从严治党。聚焦“10种情况”,聚焦中央纪委集中整治形式主义、官僚主义工作意见中明确的4个方面12类突出问题,将意识形态工作纳入执行党的纪律尤其是政治纪律和政治规矩问责内容。二是把强化理论武装扛在肩上,全面筑牢思想根基。深刻认识党和国家取得的各项成就,增强“四个意识”,坚定“四个自信”,做到“两个维护”。三是把加强组织建设放在心上,激活党建神经末梢。以新时代党的建设总要求为指引,继续发挥好党委的领导核心和政治核心作用、党支部的战斗堡垒作用和党员的先锋模范作用。四是把党风廉政建设抓在手上,营造风清气正氛围。压紧压实“两个责任”,认真履行一岗双责,紧盯重点领域、关键岗位,强化对权力集中、资金密集、资源富集部门和人员的监督,坚决查处各类违规违纪违法行为。

坚定不移推进“三大银行”建设。大力弘扬三种精神:一是团结拼搏的精神,争做勇于担当的表率。二是大力弘扬争先先进的精神,争做解放思想、敢为人先的表率。三是大力弘扬真抓实干的精神,争做执行有力的表率。“三大银行”建设就是一场接力赛,要围绕省联社部署,不观望、不争论,力说力行地落实,只争朝夕地推进。

坚定不移扩面增效转型发展。今年,咸宁农商行要把“扩面增效”作为春天行动的主题,通过5个方面“扩面增效”引导全市农商行调整经营策略,转移工作重心,追求更高质量的发展。一是抓好稳存增存扩面增效。细分市场,抢抓机遇,积极对接走访营销,抓实存款开户扩面增效,力争全年净增存款44.5亿元。二是抓好贷款投放扩面增效。把握贷款投放进度和节奏,加大对“三农”、民营和小微企业的信贷投放力度。加大微贷推广力度,全行营销,全员营销。三要持续推动信贷“五个转变”落地。力争全年新增小微贷客户2万户,全年净增贷款34亿元,其中净增小微贷51.3亿元。三是抓好风险防控扩面增效。聚上全下力,政府助力、司法威力、全员群力,落实“四项机制”。四是抓好电银产品扩面增效。通过做好扫码支付扩面增效,提升引流能力;做好行业应用扩面增效,深化智慧场景,力争在一季度拓展银商合作、银企合作、银政合作的行业应用5例以上;做好手机银行扩面增效,优化服务渠道,大幅度提升手机银行客户签约量、活跃度。五是抓好服务提升扩面增效。积极转变服务模式。围绕省联社“三大银行”战略,立足实际、发挥优势、创新产品,突出特色、强化服务,实现服务由同质化向专业化、特色化转变;坚持老百姓的脚步走到哪里,农商行的服务就跟到哪里、延伸到哪里;推进金融服务升级,增强客户体验,大力发展普惠金融,提高城乡居民金融服务的可获得性,提升客户满意度和社会认可度。

坚定不移支农支小回归本源。咸宁农商行将积极探索建立“能贷”“愿贷”“敢贷”工作机制,解放思想,履职尽责,迅速将信贷投放工作抓上去,确保3月末完成全年信贷投放任务的40%。一是明确投向,主动营销,丰富产品,提升效率,着重解决“能贷”的问题。农区支行全面对接乡村振兴战略,按照《全省农商行乡村金融服务工作指导意见》要求,做好“1+5432”金融服务,守好农区主阵地。城区支行对接传统商户、大型

商超和小微企业,围绕大商圈市场,定制金融服务方案,介入信贷业务,重建具有传统优势的小微客户势力范围。二是加大奖励,大小兼顾,优化竞争,简化手续,着重解决“愿贷”的问题。设立“春天行动”新增贷款净投超任务奖和客户拓展完成任务奖,实行弹性利率定价机制,老客户年审机制。三是松绑解套,充实队伍,加强督办,推进微贷,着力解决“敢贷”的问题。落实尽职免责政策,对与客户恶意串通、垒大户、划整为零、冒名贷款等违规放贷行为要加重处罚,但对调查尽职、程序合规、手续齐全的客户经理,按照省联社和咸宁农商行信贷业务尽职免责办法的相关规定,经审计后积极按程序免除相关责任。

坚定不移强化内部精细化管理。持续深入开展精细化管理工作,提高效率效益,提升管理水平,切实增强核心竞争力,为全面打造“内控好、服务好、效益好”、“小而精、小而优、小而美”的现代精品银行奠定坚实的基础。

坚定不移防范化解各类风险。强化政治站位,树立“100-1=0”的案防思想,提高政治站位,提升风险意识,科学研判形势,增强防控风险的预见性。强化风险排查,通过排查重点环节、重要岗位、重要风险点,将风险隐患排查出来,及时处理,防微杜渐。强化制度建设,通过前期制度梳理和后期制度修订,扎紧制度笼子,不断把制度优势更好转化为治理效能;强化合规教育。坚持思想教育,推进以人为本,着力培养“懂规矩、知敬畏、有底线”的员工队伍。开展警示教育,将管理人员带到警示教育基地,接受现身说法,树立警戒线。加强案件教育,通过以案说法,让大家了解风险就在身边,坚决杜绝以信任代替制度,以人情忽略制度的问题,堵塞各类风险隐患,全面提升案防防控水平。

坚定不移加强企业文化建设。通过建设“三个文化”引领“三个发展”,即以服务、团队、价值三个文化建设为动力,推动融合、安全、转型三个发展再夺新战果。一是推动企业文化由销售文化向服务文化转变。强化“以客户为中心”理念,引导员工从关注自己产品营销,转向关注客户需求,提升客户服务上来。二是推动企业文化由精英文化向团队文化转变。要充分发掘人力资源潜能,加强团队建设,突出以任务目标为导向,价值创造为根本,强调团队业绩和岗位贡献,对客户全方位一体化金融服务。三是推动企业文化由绩效文化向价值文化转变。践行“为客户创造价值、为员工创造幸福、为企业创造未来、为社会承担责任”理念,从单一的绩效考核转向对价值创造的综合评价,激励全行上下创造价值,讲求贡献。真正把价值创造作为一种责任、一种工作目标、一种精神境界,在为客户、为社会创造价值的同时,实现自我价值;把做贡献作为一种追求、一种思维定势、一种行动自觉,推动全行提升核心竞争力和价值创造力。