邳州农商行“四个着力”助推精准扶贫

今年是打赢脱贫攻坚战的收官之年，脱贫攻坚工作面临最终大考。江苏邳州农商银行以大蒜、银杏、粮食、花卉苗木、养殖等农业主导产业和优势农业产业等为扶持重点，创新扶贫模式，下沉扶贫重心，走进村组主动帮扶贫困农户，通过“四个坚持”，勇当精准扶贫“主力军”。

着力“阳光信贷”，锁定目标群体。邳州　农商银行结合网点分布广的优势，要求客户经理在开展“阳光信贷”走访的同时，对包片村组贫困户开展帮扶调查，对贫困户建档立卡。基于此，解决客户能不能贷、贷多少、怎样贷的问题。借助走访，精确识别农户的贫困情况，确保把“金融扶贫”资源用到最需要的地方，切实提高小额农户扶贫贷款的精准性和有效性。截至目前，该行共走访建档立卡农户43218户，涉及人口112264人。

着力机制创新，务求扶贫成效。在匹配信贷产品上，邳州农商银行推出小额信用贷款、农户联保贷款、新型经营主体循环贷款、创业贷款、扶贫贴息贷款等贷款品种，有效地破解贫困群众贷款难、贷款贵问题；在帮扶主体上，针对专业大户、家庭农场、农民专业合作社、农业产业化龙头企业以及镇村两级农业发展公司，制定《新型农业经营主体贷款管理暂行办法》，创新建立支持新型农业经营主体的模式，与政府签署“新型农业经营主体产业发展基金”合作协议，进行专项资金扶持；在资金筹措渠道上，积极向人民银行申请扶贫再贷款资金，将该部分低利率资金重点用在小微企业生产经营上，激发小微企业及新型农业经营主体参与精准扶贫的积极性，出现了“公司+农户”、“龙头企业+基地+农户”等产业扶贫方式。目前，该行对乡镇龙头支柱企业发放扶贫再贷款6户、金额5000万元，有效助推建档立卡农户增收脱贫。

着力渠道建设，下沉服务重心。邳州农商银行在辖内建设500余处金融综合服务站，实现行政村的全覆盖，实现基础金融服务不出村、综合金融服务不出镇。依托金融综合服务站，在每一个村组选拔一名政治素质高、责任心强的精准扶贫联络员，负责与管片客户经理共同对扶贫对象开展金融扶贫工作。推行客户经理驻村工作模式，对管片客户经理驻村时间进行固化，提高贫困群体金融服务的便利性和可得性。充分利用与邳州市委组织部互派干部挂职交流的契机，派出优秀干部到驻地乡镇挂职，实现政府、企业、农户等信息的多方联动和无缝对接。

着力精准帮扶，转变扶贫模式。邳州农商银行借助多年扶贫小额贷款投放的经验和行之有效的工作措施，侧重与扶贫户进行交流沟通，主动介绍经济政策、产业政策、行业政策，以及该行信贷支农政策，与客户一起想办法找项目、做经营。从思想上、从脱贫致富方法上帮助客户，不再局限于仅向客户输送扶贫资金，主动向客户输送致富理念，增强客户自身的“造血”功能。截至3月末，该行扶贫贷款余额达到2.08亿元，惠及农户5695户，帮助3000余户贫困户脱贫致富。　（李 军）

南通农商行全力开展合规管理队伍建设

2020年以来，南通农商银行以防范合规风险为目标，突出健全合规管理组织架构、优化合规管理队伍建设、完善合规考核激励机制，全力开展合规管理队伍建设，努力实现合规风险管理全覆盖，进一步推动南通农商银行更好更快发展。

该行自上而下突出完善合规组织架构。首先是合规从高层做起。以“合规由最高层做起”为理念，整合现有的合规架构，构建了董事会最终负责、监事会全面监督、高级管理层直接领导的“高层基调”，坚持“业务发展是第一要务，风险控制是第一要事”的经营思路，从制度建设到人员配备，从业务培训到实务操作，大力倡导和支持合规管理工作。

其次为合规覆盖每个层级。该行按照“前中后台相互分离，三道防线互相制约”的原则，完善合规组织体系。各专业部门是合规管理的第一道防线，做好本条线业务的自查和自纠；第二道防线通过合规审查、咨询、建议、提示等有效识别风险；内部审计作为第三道防线对第一、二道防线履职情况进行评价，有效形成管控合力。

同时构建合规网格管理。该行着力构建横向到边、纵向到底的无缝隙治理网格体系，横向覆盖总行每个职能部门，纵向覆盖每个支行网点。通过跨部门、跨支行加强各个网格日常事项沟通与培训，使得信息和意见交换充分，合规意识和技能进一步提升，降低了“灯下黑”的风险，确保合规防控工作不留死角。

南通农商银行通过点面结合重塑合规管理队伍。一是优化专职合规管理团队。根据部门设置及岗位职责，对合规部的人员和职责进行调整，将原先分散化的管理模式调整为团队化运作模式，建立了审查、检查、案防三大团队，分别负责事前预防、事中控制、事后整改提升，实行单线组织、循环运作、闭合提升，确保工作贯穿于合规管理的各个环节，充分发挥团队整体效能，形成工作合力。

二是稳抓兼职合规员队伍。每年年初根据上一年度兼职合规员履职情况，组织持证上岗和年检工作，从严抓准入，确保此支队伍具有良好的专业性和连续性。建立兼职合规员工作手册，制定工作任务清单，明确其员工异常行为管理、风险检查、问题整改等工作职责。强化工作监督，定期以合规报告形式向合规部门汇报履职情况。

三是配套搭建联动模式。该行建立合规管理联系人模式，合规部门专职合规员分片区、分部室落实对接部门联动机制，及时做好与对接条线的日常联络，有效开展制度建设、检查、整改等保障工作。 以专职带动兼职，以兼职辐射各部室、支行，以点带面促进全行合规经营，有效提升全行合规管理的覆盖面和渗透度。

该行奖优罚劣突出强化合规考核机制。一是健全合规准入机制建设。为加强本行合规管理队伍建设，提升合规管理质效，年初在建立风险合规员管理办法的基础上，进一步建立健全合规岗位专项考核办法，规范人员配备、任职标准，各支行和部室任职人员均为该单位业务骨干，并倡导鼓励大家参加银行业从业人员职业资格考试，逐步实现持有风险管理证书率达到100%的目标。

二是推动合规考核有效实施。专兼职风险合规员考核实行百分制考核方式，按季考核，次季按月兑现。细化各项考核指标，将合规履职、合规风险排查、合规管理系统运用、合规文化建设、是否发生重大舆情及风险案件等纳入考核，并增加突出贡献加分项，做到不走过场、务求实效，提升合规岗位工作责任心。

三是开展合规人员评优评先。为进一步强化合规人员管理，提升整体素质，充分发挥专兼职合规员在合规建设和人才培养中的重要作用，促进“质量提升、内涵带动”战略实施。该行在合规队伍中树立你追我敢、争先创优的良好氛围。在全行合规队伍中树立合规典型，并加大考核奖励投入，不断提升专兼职合规人员履职的积极性和工作主动性。　（鲍颖专）

沛县农商行推广线上贷款助力复工复产

为有效解决群众小额贷款难、担保难的问题，降低疫情风险，沛县农商银行积极推广“惠民e贷”线上纯信用贷款产品，客户扫码自助申请，系统后台自动审批，客户在手机银行自主使用贷款，真正实现与客户零接触，贷款纯信用。截至3月底，该行“惠民e贷”累计注册户数突破5万户，余额4.91亿元，较年初净增0.75亿元，有效解决了小额贷款抵押、担保难的问题，助力辖内群众复工复产。

加大宣传力度，做到家喻户晓。疫情发生以来，该行在做好疫情防控的同时，积极加大“惠民e贷”产品的宣传力度，让辖内群众知晓自主线上扫码申请贷款的便利，让客户明白贷款不用找关系，找熟人介绍，只需微信扫码，通过大数据、云计算，根据自身征信状况和银行交易记录，自动授信额度和生成优惠利率，让贷款比存款还方便。该行结合疫情防控形势，通过微信、短信、客户群等渠道，积极宣传线上贷款产品特点和便利，努力做到家喻户晓，人人皆知。

支持春耕生产，践行普惠金融。疫情发生后，沛县农商银行把做好特殊时期支持春耕生产和普惠金融服务作为工作的重中之重，及时提出全力支持春耕生产和搞好惠农服务就是对战“疫”前线的最大支持的口号，各支行积极响应，充分利用线上“惠民e贷”产品，帮助辖内农户商户在蔬菜种植、畜牧养殖、春耕生产、农资销售、商超经营复工复产，全力支持新型农业经营主体和和广大农户，不误农时，不误农需，为搞好春耕生产提供强有力的资金保障。同时该行还主动对接夏粮收购商户，收集资金需求信息，帮助其筹备夏收资金，积极引导客户通过线上进行申贷授信，对资金需求较大客户进行线下对接，快速办理线下贷款手续，有效满足客户生产经营资金需求。

加强考核，充分调动积极性。该行积极动员全行员工，将工作重心转移到贷款营销上来，制定全员贷款营销考核办法，采取正向激励方式，加大奖励力度，加强日常考核和督导，对贷款营销实行旬通报、月排名、季考核，有效地调动员工积极性和主动性。全行客户经理充分利用人缘地缘优势，主动进村组、下田地、进社区、跑商圈、进企业、进园区，开展地毯式营销走访，客户经理负责人员联络，员工分组利用闲暇时间进行对接宣传办理，为支持企业、农户复工复产和践行普惠金融服务奠定了坚实的基础。上述举措既展示了农商银行的品牌形象，又推动了全行的业务发展。

（吕尊帆）

江阴银行一季度经营业绩实现“开门红”

近日，江阴银行发布了2020年一季度业绩报告。报告显示，2020年一季度，该行实现净利润2.1亿元，同比增长8.36%；不良率1.83%，与上年末持平；利息净收入6.48亿元，同比增长6.46%；基本每股收益0.0967元，同比增长5.80%。

2020年一季度，该行积极推进各项战略举措落地实施，一手抓抗疫，一手促经营，以普惠金融引领零售银行转型，不断优化全行业务结构，持续加强金融风险防控，经营发展实现良好开端。

经营业绩开端稳健

今年以来，江阴银行积极应对全球疫情暴发的外部风险，创优产品、调优结构，实现存贷主业和规模稳健增长。截至3月末，江阴银行存款总额983.50亿元，较年初增长52.41亿元，增幅5.63%；贷款总额733.24亿元，较年初增长31.26亿元，增幅4.45%；总资产1317.24亿元，较年初增长53.81亿元，增幅4.26%。

该行紧跟实体经济发展需求，助力稳企业、稳经济、稳发展，全面开展银政、银担、银企、银团合作，持续加大有效户、首贷户拓展力度。截至3月末，该行实体经济、民营企业、制造业贷款占比分别达到89%、63%、40%。

同时，该行进一步聚焦支农支小，通过考核激励、构建产品体系、提高抵押成数、简化办贷手续等举措，引导全行信贷投放继续倾向支农支小。截至3月末，该行母公司普惠型小微企业贷款余额123.8亿元，较年初净增9.2亿元，增速高于各项贷款增速3.44%；普惠型涉农贷款余额101.7亿元，较年初净增7.6亿元，增速高于各项贷款增速3.47%，“两增两控”等各项普惠金融考核指标全面达到各级监管机构考核标准。

硬核举措惠企惠民

作为深耕本土的地方金融主力军，江阴银行勇于担当，接过助力复工复产和打好经济发展总体战的“接力棒”，将服务“三农”、服务民营小微企业、服务地方经济社会发展的初心和使命转化为推动“两手都要硬、两战都要赢”的实际行动。

该行出台疫情期间信贷指引，即“信贷惠企惠民八条”，设立10亿元专项信贷资金，并积极争取5亿元支农再贷款、6.9亿元专项再贷款，定制专属产品、开辟绿色通道，精准扶持中小微企业复工复产、农户春耕备耕。截至3月末，该行累计投放“防疫快速贷”4600万元、“复工复产贷”19.6亿元，为实体经济复工复产注入金融活水。

同时，主动减费让利，通过贷款展期和无还本续贷等方式“一户一策”帮助企业渡过难关，一季度，该行累计为信贷客户提供展期39户、4.6亿元，延期还本2户、2.7亿元，延期付息11户、3.7亿元，借新还旧2户、3750万元；对医疗、民生保障类行业新增用信，医务人员、警务人员等防疫工作人员新增按揭、消费贷款给予利率优惠，累计减收贷款利息近400万元。

零售转型提档升级

零售业务方面，江阴银行建立以“业务发展”为导向，“效益增长”为中心，“风险控制”为抓手的分类分层分级指标管理体系，夯实零售银行转型基础。

面对疫情挑战，一季度，江阴银行有效应用金融科技，畅通线上化渠道，扩展智能化服务，打响了一场与疫情赛跑的“互联网+”民生金融服务保卫战：开通7×24小时小额系统绿色通道；直销银行“江银在线”上线“抗击疫情，在线义诊”主题活动，24小时在线免费问诊；手机银行“惠抢购”对接农户需求，开展抗“疫”助农销售活动；联合农贸市场打造“智慧菜场”项目；力推“全线上、免接触”的“江小鱼”线上消费金融产品，截至3月末，该产品净增授信用户2.2万户，新增授信额度12.8亿元……

线上化运营、综合化服务带来零售业务提档升级。江阴银行手机银行用户规模和使用率实现有效提升，报告期内，新增收单商户2087户，完成季度任务的417%；新增手机银行4万户；3月末，全行电子银行柜面替代率93.74%，同比提升2.3个百分点。

同时，江阴银行积极推进相关资质申请，成为全国首批利率期权获批金融机构，以及省内第二家、全国第三家拥有利率互换实时承接业务资格的农信机构，业务创新已成为江阴银行高质量发展的强大动能。

（杨婧 记者 徐良）

姜堰农商行上线客户信息动态跟踪系统

近日，姜堰农商银行开发上线客户信息动态跟踪系统（简称CIF系统），支行行长、客户经理和相关管理部门登录系统可及时查询客户、录入、变更客户信息资料，为积极策应同业竞争态势，及时把控客户动态信息，有效对接客户需求提供了有力的科技支撑。

该系统设置了客户分类、银行授信、授信状态、客户转化、客户信息变更、客户信息录入、客户信息查询、系统管理等八大模式。该系统的及时上线，改变了客户经理采用手工登记台账方式保存客户信息的传统模式。自3月初该行开展客户走访工作以来，CIF系统中已录入走访客户5493户，其中：授信客户1668户、金额达25.9亿元，用信客户1667户、金额18.39亿元。

该行副行长祁斌昌表示：“CIF系统具备客户分类管理、银行授信监测、客户转化跟踪、客户信息录入、客户信息查询、统计图表展示等六大功能模块，实现了客户分类明晰化、信息录入在线化、客户信息动态化、客户查询便捷化、银行授信全面化、授信状态实时化、分析管理系统化、统计数据图表化，为促进客户信息台账电子化应用、客户走访成果转化、加快客户授信提供了极大的便利。”

（陈 沧）

大丰农商行8亿元转贷资金助力实体经济发展

近日，大丰农商银行与国家开发银行江苏分行举办转贷款业务合作签约仪式，并举行银企集中授信及金融支持实体经济座谈交流活动，以实际行动为地方经济高质量发展注入源头活水。

国开行江苏分行是全省最大的非个人中长期信贷银行，一直践行“增强国力、改善民生”的使命，发挥品牌引领和集团架构优势，打造助力全省中小企业发展的金融“新引擎”。此次双方创新合作方式，签约办理8亿元转贷款业务，将开发性金融政策、资金优势与地方农商行市场、服务优势有效结合，主动服务实体经济和中小企业。在随后举办的银企签约活动上，大丰农商银行将转贷资金向143家小微企业客户进行集中授信，推动国家优惠政策落到实处，积极服务企业复工复产，助推转型升级，有效降低疫情带来的影响。

近年来，大丰农商银行贯彻上级金融工作部署，围绕“两海两绿”“四大经济”及“3+3+3”产业布局，持续加大信贷投放，强化科技支撑，创新服务产品，提升办理效率，支持民营小微企业发展壮大。近期，该行一手抓疫情防控，一手抓金融服务，主动推出助企惠民“十条措施”，研发“复工复产贷”产品，开办信用保证基金业务，开展各类银企对接活动，提供“绿色通道”融资服务，目前已发放复工复产贷款8.8亿元。

大丰农商银行将进一步深化金融合作，发挥桥梁纽带作用，用好再贷款、转贷款等政策，在支持乡村振兴、民营经济、小微企业、重大项目等方面持续发力，主动履行社会责任，不断优化金融服务，帮助客户排忧解难，为区域经济发展提供高质量、高效率的金融支撑。

（陈勇　国平 沈飞）

泗洪农商行创新推出“惠民助力贷”

为有效助力受新冠肺炎疫情影响的农户、养殖户、个体工商户以及小微企业发展，近日，泗洪农商银行创新推出“惠民助力贷”，重点支持县域涉农领域发展。

该产品贷款用途广，重点支持脱贫攻坚、农副产品种植、粮食购销、水产及畜禽养殖、产品及服务的经销与提供等一二三产业生产流通领域资金周转需求；授信额度高，最高授信额度可达1000万元；使用期限长，根据生产经营周期合理设置流动资金贷款期限，对小微企业发放的普惠型中、长期贷款期限为1年至5年；贷款利率低，以2020年4月20日一年期贷款市场报价利率（LPR）为基准，利率最低至5.55%；担保方式活，采用抵押、保证、信用等多种方式进行发放。据悉，该行“惠民助力贷”推出首日就已发放4户、金额118万元。

（姚 刚）

睢宁农商行多举措助力地方经济复苏和发展

为更好助力疫后产业复苏，睢宁农商行坚持以差异化定位、特色化服务、精细化管理的理念，不断调优信贷投放结构，加快完善具有地方特色的金融服务供给体系。

该行首先加大对实体经济的支持力度。一是围绕县委县政府主导产业布局和“四上”企业发展，加大对白色家电、棉纱纺织等特色产业及新能源新材料研发企业、智能制造业的支持力度。二是组织人员持续对辖内民营企业、中小微企业开展名单式走访宣传，明确走访责任，分片序时走访。三是根据前期“百行进万企”走访中发现的优质客户，实行名单化管理，常态化联系，及时发现并满足其金融需求，提高金融服务水平。

同时，突出新型农业主体扶持强度。以推进县委、县政府提出的“11841”新型农业经营体系建设为抓手，认真落实有关加快发展农业产业化经营的文件精神。一要维系存量。对已建档授信的新型农业经营主体分类制定走访计划，定期组织对辖内家庭农场、合作社、种养大户深度走访联系，提供优质金融产品和服务；二要拓展增量。积极与工商部门及农业管理部门协调，按月获取辖内新注册新型农业经营主体名册，按照属地管理规则分配支行开展走访建档授信与营销，保证对新农主体服务无死角；三要重视客户的意见和建议。加强与客户沟通交流，改进金融服务措施，解决其发展中的难题，提高客户金融服务获得感。

该行致力满足普惠金融有效资金需求。结合普惠型银行建设规划，加大信贷有效投入和支农服务力度。一是抓农户小额贷款需求服务。对农村产业、人口等生产要素进行分析，摸透辖内经济结构和发展趋势，发现信贷需求，确保及时、足额发放；二是抓好季节性农业生产及农产品收购有效需求的满足。紧跟农业生产、季节收购、旺季进货、节日备货、订单周转的临时性资金需求，早介入、早调查，提前满足客户临时授信需要；三是持续打好脱贫攻坚战，满足贫困、失业客户群体的创业发展资金需求，有效实现帮贫济困。

（魏 威）

灌云农商行精准发力支持普惠型小微企业

今年以来，灌云农商银行紧扣疫情防控新形势、复工复产新政策、金融服务新业态，加大重点领域金融供给，深化对制造业、民营和小微企业的金融服务。一季度末，该行全面完成了小微企业贷款“两增两控”目标，小微企业信贷计划完成率163.12%，其中：授信金额1000万元（含）以下的普惠型小微企业贷款余额较年初增量3.26亿元，较年初增速18.08%，较各项贷款增速高11.61个百分点；有余额的户数较年初增加1935户。

该行一方面注重政策落实和工具运用，通过摸底排查企业融资需求清单，全力对接监管、货币、财政、融资担保等政策，落实减费让利、征信宽限和延期还本付息等金融政策，用好用足再贷款、再贴现等金融工具精准帮扶企业，支持各类企业复工复产。另一方面注重数据治理和数据应用，通过开展信贷管理系统对公客户信息数据治理，对需要核实的字段进行数据完善，为数据应用夯实基础；以构建完整的客户全景视图作为应用基础，建设涵盖营销、授信、风控、贷后等线下全流程为工作重心，打造移动端APP——灌云数字银行、微信小程序——普惠灌云，并批量下发“集中年检、集中授信、扫码收单”等客户数据，以有效、精准的大数据，主动对接融资需求，加大线上线下贷款融合营销。

此外，该行还重点推动分类施策、精准营销，加大对小微企业目标客户群的信贷投放，将贷款已归还未用信客户、集中授信未用信客户、扶贫小额贷款客户、批量年检客户以及新型农村经营主体、生产性电商企业、纳税企业等目标客户群作为实体走访营销对象；围绕特色种植养殖、新型农村社区项目、餐饮行业、烟草销售行业等开展产业行业调研，出具产品模型，推动新产品的配套研发；结合“百行进万企”融资对接、重大项目及重点企业名录等，对中小微企业实行名单制管理，实行“一企一策”、“一户一策”的融资帮扶方案，建立客户经理结对帮扶机制，推动小微企业金融服务“扩面”、“增量”、“提质”、“降本”。　（开军义）