# 有关各行各业服务行业的口号通用

来源：网络 作者：雾凇晨曦 更新时间：2024-10-09

*有关各行各业服务行业的口号通用一xx部门负责的客户大体上可以分为四类，即现金管理客户、公司无贷户和电子银行客户客户。结合全年的发展目标，坚持以市场为导向，以客户为中心，以账户为基础，抓大不放小，采取“确保稳住大客户，努力转变小客户，积极拓展...*

**有关各行各业服务行业的口号通用一**

xx部门负责的客户大体上可以分为四类，即现金管理客户、公司无贷户和电子银行客户客户。结合全年的发展目标，坚持以市场为导向，以客户为中心，以账户为基础，抓大不放小，采取“确保稳住大客户，努力转变小客户，积极拓展新客户”的策略，制定详营销计划，在全公司开展系列的媒体宣传、网点销售、大型产品推介会、重点客户上门推介、组织投标和集中营销活动等，形成持续的市场推广攻势。

巩固现金管理市场地位。继续分层次、深入推广现金管理服务，努力提高产品的客户价值。要通过抓重点客户扩大市场影响，增强现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内重点客户、行业大户、集团客户进行调查，深入分析其经营特点、模式，设计切实的现金管理方案，主动进行营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决存在的问题，提高客户贡献度。今年争取新增现金管理客户185200户。《20xx年下半年工作计划》由找范文网原创首发，机密数据纯属虚构，

深入开发公司无贷户市场。中小企业无贷户，这也是我行的基础客户，并为资产业务、中间业务发展提供重要。20xx年在去年开展中小企业“弘业结算”主题营销活动基础上，总结经验，深化营销，增强营销效果。要保持全公司的公司无贷户市场营销在量上增长，并注重改善质量;要优化结构，提高优质客户比重，降低筹资成本率，增加高附加值产品的销售。要重点抓好公司无贷户的开户营销，努力扩大市场占比。要加强对公司无贷户维护管理，深入分析其结算特点，进行全产品营销，扩大我行的结算市场份额。20xx年要努力实现新开对公结算账户358001户，结算账户净增长272430户。

做好系统大户的营销维护工作。针对全市还有部分镇区财政所未在我行开户的现状，通过调用各种资源进行营销，争取全面开花。并借势向各镇区其他政府分支机构展开营销攻势，争取更大的存款份额。同时对大中型企业、企业、世界10强、纳税前8000名、进出口前7334强”等10多户重点客户挂牌认购工作，锁定他行目标客户，进行重点攻关。

(二)加强服务渠道管理，深入开展“结算优质服务年”活动。

客户资源是全公司至关重要的资源，对公客户是全公司的优质客户和潜力客户，要利用对公统一视图系统，在全面提供优质服务的基础上，进一步体现个性化、多样化的服务。

要建设好三个渠道：

一是要按照总行要求“二级分公司结算与现金管理部门至少配置3名客户经理;每个对公业务网点(含综合业务网点)应当根据业务发展情况至少配备1名客户经理，客户资源比较丰富的网点应适当增配，”构建起高素质的营销团队。

二是加强物理网点的建设。目前，由于对公结算业务方式品种多样，公司管理模式的差异，对公客户最常用的仍然是柜面服务渠道。我行要加强网点建设，在贵宾理财中心改造中要充分考虑对公客户的业务需要，满足客户的需求。各行部要制定详细的网点对公业务营销指南，对不同网点业态对公业务的服务内容、服务要求、服务行为规范、服务流程等进行指导。

三是要拓展电子银行业务渠道，扩大离柜业务占比。今年，电子银行业务在继续“跑马圈地”扩大市场占比的同时，还要“精耕细作”，拓展有层次的目标客户。各行部应充分重视与利用分公司下发的目标客户清单，有侧重、有针对地开展营销工作，要在优质客户市场上占据绝对优势。同时做好客户服务与深度营销工作。通过建立企业客户电子银行台账，并以此作为客户支持和服务的重要依据，及时为客户解决在使用我行电子银行产品过程中遇到的问题，并适时将电子银行新产品推荐给客户，提高“动户率”和客户使用率。

深入开展“结算优质服务年”活动。要树立以客户为中心的现代金融服务理念，梳理制度，整合流程，以目标客户需求为导向。加快产品创新，提高服务效率，及时处理问题，加强服务管理，提高客户满意度，构建以客户为中心的服务模式。全面提升xx部门服务质量，实现全公司又好又快地发展目标。

(三)加快产品创新步伐，加大新产品推广应用力度

结算与现金管理部作为产品部门，承担着产品创新、维护与管理的责任加强营销支持系统建设。做好总行全公司法人客户营销、单位企业级客户信息管理和单位银行结算账户管理三大核心系统的推广工作，为实施科学的营销管理提供技术手段。

**有关各行各业服务行业的口号通用二**

奶牛养殖业作为高效畜牧业，以其独特的发展优势和潜力，近年来引起了各地的高度重视。这一产业对于带动农村经济结构调整、深入实施围封转移战略目标起到了积极的作用。但从\*\*年下半年开始，奶牛养殖出现了前所未有的困境，不仅牛奶价格波动幅度巨大，而且奶农宰杀、“贱卖”现象时有发生。这是市场自发地调节和市场供需形势的变化促成的?还是其它被人忽视的问题呢?在基层调研中我们发现，奶农关心收益，但对奶价充满忧虑;企业关心效益，但对奶源抱有疑虑;消费者关心自身权益，但对产品的品质怀有顾虑。奶牛养殖业何去何从值得我们深思。

一、奶牛养殖的滑坡

由于受“三鹿事件”影响，奶牛业出现全行业不景气，全省奶牛业更是处于低迷状态，随之而来的是出现了大量养殖户“卖牛”现象。

据阳泉市统计局对全市规模以上养殖户和奶牛养殖企业的监测数据表明，到2季度末，全市规模养殖户和奶牛养殖企业共有奶牛901头，比一季度末的1384头，减少483头，下降34.9%，也就是说，二季度末存栏数比一季度末减少三分之一。郊区康源奶牛场一季度末存栏74头，6月份全部卖到河北，平均售价为每头3000元;盂县先文奶牛厂一季度末存栏87头，二季度全部出售到忻州，最低价每头4000元，最高也只有7000元，与购买时每头14000元相比，共赔钱近17万元;平定县华润乳业有限公司是阳泉市规模较大的股份制奶牛养殖企业，设计能力为500头，一季度末存栏408头，到二季度末仅剩56头。

造成奶牛养殖滑坡的原因，除受“三鹿事件”影响之外，主要还有以下因素：

一是售价过低，不能维持正常生产。近期，奶牛养殖户出售的牛奶一般在每市斤0.5-0.94元之间，阳泉郊区康源奶牛养殖基地是较大的奶牛企业，与田园乳业签订了长期销售合同，每市斤奶卖到0.94元，但仍低于成本价，而其他没有签订合同的养殖户只能随市场奶价波动，一般只能卖到每市斤0.5-0.7元，卖奶收入根本不能保障生产所需的正常费用。

二是“压款”现象严重，养殖户不能及时回收货款。养殖户卖出牛奶后，一般拿不到现金，有的牛奶收购企业甚至拖欠奶农售奶款达半年以上，直接影响到养殖企业的资金周转。

三是售奶渠道不畅，收购企业太少。目前，阳泉市牛奶收购企业只有田园乳业一家，有很多养殖企业只能把奶销往邻近的太原和河北，而这部分奶的价格既低又不能得到政府补贴。

四是政府补贴不能及时到位。据了解，去年政府对每斤牛奶分别由市、县(区)两级各补贴1毛钱，而这些补贴款至今仍有3个月的没有到位。今年是否补贴至今尚无定论，直接影响到养殖企业(户)的积极性。

二、奶农的困惑

“奶牛不像生猪，生猪短缺了，国家一给扶持政策，几个月就可见效。而奶牛养殖周期要长得多。现在奶价这么低，而且奶站收的少，如果这样下去只能将奶牛当耕牛使用或是当肉牛杀了……”，话语中充满了奶农对奶牛养殖现状的无耐和担忧。但纠其根源，我们调研发现，奶农不仅是奶价下跌的直接承受者，同时也是奶价下跌成因的主要制造者。

1、养殖数量逐步扩大，养殖成本不断提高

前两年各地政府在调整农业产业结构中，大力号召发展草食畜，牛、羊等草食畜存栏快速增长，与此同时国内一些知名奶品加工企业为抢夺市场四处寻找奶源，导致一时间奶源紧缺。热闹的奶业景象以及前期收获颇丰的先行者促使更多的农户满怀憧憬的加入到奶牛养殖的行列，其中多数农户根本没有考虑“以草定畜、以财定畜、以技定畜、以销定畜”的养殖原则，以我省为例，\*\*年全省奶牛存栏为12.7万头，占到牛存栏的5.6%;到\*\*年奶牛存栏29.9万头，占到牛存栏的比例增加到12.2%;而到了\*\*年，全省奶牛存栏数达到了34.5万头，占牛存栏的比重上升到36.8%。通过整理历年奶牛养殖成本调查资料，发现养殖成本也呈现同样增涨的趋势。\*\*年奶牛如按每天40斤奶产量的平均水平计算，每年养殖成本约合10000元左右(含饲料、饲草及其它费用，玉米按1.65元/公斤)较\*\*年的养殖成本高出约1500-20xx元左右(玉米按1.3元/公斤)。而同期的牛奶收购价格虽然各地有所不同，但较\*\*年均有不同程度的下降，而且收购门槛儿也高于前期。\*\*年源料奶最高收购价曾达到2.8元/公斤，而现阶段只有\*\*年的一半左右的水平。伴随着奶牛养殖数量的逐步增加，区域内的源料奶需求必然发生变化，而同时受养殖成本提高的影响，农户不仅要承担资金周转的压力，同时在经营管理和渠道销售面前也遭遇到一系列的问题。奶农们面临的已不在是丰收的喜悦，而是“白花花”牛奶该如何处理的忧愁。因此，奶农杀牛、倒奶现象也就不难理解了。

2、品种来源渠道多样，牛奶品质参差不齐。

我们调研了解到，目前，农户奶牛的来源大致有四种渠道：一是直接从国外引进;二是到国内奶牛主产区购买;三是靠胚胎移植或冷配改良获得;四是自养公牛，自繁自养。出于对购置成本和技术要求上的考虑，多数农户主要通过第二种和第四种途径购置奶牛。但由于我国培育的中国荷斯坦牛，系纯种荷斯坦牛与我国各地黄牛的高代杂交种，遗传基础广泛，育种历史较短，尚处于改良过程中，因此牛群质量参差不齐，产奶量普遍较低。第四种途径是靠自养种公牛、自繁自养来获得产奶母牛，质量自然无法保证。这种奶牛养殖品种上的多样化造成的直接后果，导致即使原料奶中都不含有害成份的化学物质，通过奶站收集到的原料奶也未必满足企业所需的奶质要求。

3、养殖环境强差人意，卫生防疫令人担忧。

奶牛业的直接经济效益取决于产奶量和产犊率。由于引牛、修建圈舍等一次性投资过大，再加上养殖户的思想认识也存在一定的差距，一些先进的生产管理方法和配套技术不能及时投入到生产中，青贮氨化技术、配合全价饲料、奶牛繁育新技术和品种改良、规范的防疫和疫病监测等措施没有配套实施。多数农户不建专门牛房，有的因陋就简，在低矮破旧的房屋或窑洞中将就着饲养，通风光照不好，阴暗潮湿，空气污浊，运动场地不足;有的在规划后的庭院中饲养奶牛，空间狭小，奶牛长期处于栓系或“站桩”，难有充分的运动。即使一些较大的规模奶牛场，也为节约用地，也常采用限位饲养、栓系，减少奶牛运动场面积。步入奶农的养殖场，基本上都是粪便满地，蚊虫肆意，卫生条件极其恶劣，奶牛常期在这样的环境里生存，健康状况让人堪忧。而卫生防疫工作基本上都是由奶农自已完成，绝大部分奶牛户不知道饲养奶牛还有什么“标准”，喂料、用药，还要遵守什么“规矩”，防疫、消毒还有什么制度……所有这些问题，不仅会影响奶牛产奶量，更重要的是会影响牛奶的品质和安全性，对消费者的身体健康造成威胁。

4、经营管理各自为战，饲养方法粗放随意

在农户调研时，问及一头奶牛的年收入情况，无一人能说个准确数。追问有无各项生产记录时，往往会说只要记清卖多少奶就行了，还要什么记录，那多麻烦。购母牛不知道索要系谱资料，搞不清所买母牛的生产性能;生产过程中没有用料、用药、发情、配种、妊娠、分娩、产奶、防疫、消毒、治疗、饲料消耗等记录。其后果直接导致生产经验得不到及时总结，该降的成本降不下来，该加强的环节得不到加强，管理水平提不高。因此，生产水平上不去，降本增效更无从谈起了。调研中我们还发现，奶农在奶牛饲养方式上随意性较大。大部分奶牛饲喂方式仍用传统养牛方法，饲草主要是作物秸秆，饲料主要是玉米、麸皮等，饲草料品种单纯，营养不全。多数养殖区没有饲草基地，草料贮备不足，并且没有按照奶牛不同生长时期的营养需要进行饲料的营养调配。饲喂方式主要是：一是拿奶牛当黄牛养，饲料粗多精少，甚至喂已经变质的作物秸杆;二是单喂青贮料，优质干草搭配少;三是精料多，粗料少。这种粗放的生产方式必然造成奶牛营养不均衡，进而影响到产奶量和原料奶的品质，经济效益难以进一步提高。

通过分析我们不难发现，当前这种松散的生产模式所引发的农户各自为战的问题;简陋的生产条件所引起的卫生防疫安全问题;养殖数量的增造成的饲料、饲草资源的匮乏所引来的养殖成本提高的问题;粗放的养殖方式所带来的原料奶品质不确定性的问题。是我省奶牛养殖业生产的症结所在。因此，在市场供需发生变化或其它突发情况产生时，奶农为了个人的利益必将展开无序的市场竞争，甚至运用其它非正常手段来维护自身的利益。从而当步入企业原料奶收购价格走低、奶农收入减少、奶农降低饲养成本、牛奶品质下降、企业原料奶收购门槛提高、奶农收入进一步减少的恶性循环的怪圈时，奶农也应承担无法推卸的责任。

三、乳制品企业的尴尬

1、乳制品企业“抢占”市场行为是促成了奶牛养殖业非常规发展的主因。

随着蒙牛、伊利、田园等乳制品加工企业先后入驻我省奶牛养殖区建站、建厂，随之便展开了为抢占市场份额对奶源的争夺，这种企业行为直接导致了原料奶收购价格一路走高，收购价一度达到2.8元/公斤，这个时候乳制品加工企业对奶源数量的需求远高于对原料奶质量的需要。可以说，奶源的紧缺促进了奶牛的价格水涨船高，前期奶农丰厚的回报似乎给了尴尬“场外”的农户某种暗示，只要养奶牛就等同于有了“摇钱树”，养殖奶牛的热情也就空前高涨起来，在这种背景下良莠不齐的有“奶”的牛就加入到了原料奶的生产中。但随着三鹿事件爆光，乳制品企业不得不高度重视奶源标准、安全问题，因此，提高原料奶收购标准、减少收购量是其面临着市场的压力必然选择。以发展的眼光看，如果乳制品企业的操作重点从开始就着重于原料奶质量的要求而非对奶源数量的需要，那么奶牛养殖设定的技术规范将不是一般农户所能承担的，多数农户也就知难而退将不会涉足这一领域了。这也正是规矩与方圆本末倒置的必然结果。

2、乳制品企业和奶农之间的利益矛盾。

原料奶价格的低位运行对乳制品企业这样的行业，利润的影响将会非常明显。通过政府整顿奶站，取消流动奶站，加强检验设备要求，提高了行业进入门坎，实际上减少了收购环节的恶性竞争，使得企业的议价能力显著提高。但由于前期广告投入及消费群体的保有量影响，乳制品企业依然面临着成本上升的压力，本来企业与奶农都应该从乳品产业链上受益，但由于企业出于自身的利益的考虑反向压低原料奶的采购价格，这就使奶农不仅在承受养殖成本上涨压力的同时，还要承担本应乳制品企业承担的部分义务。从长远看，这将促使腹背受敌的奶农可能弃养或缩减奶牛饲养数量，进而导致原料奶供应步入供需循环的矛盾中，其最终后果将是企业与奶农之间的双输。因此，乳制品企业这种解决奶源供需矛盾的方式无疑为下次奶源争夺埋下了伏笔。

乳制品企业和奶农之间本就是利益的共同体，都应该在乳品产业中分得自己本应的那份利益。因此，如何协调好两者之间的关系不仅是政府部门需要考虑的。同时，如何划分企业与奶农间的责任和规范行业行为也应是这次奶价波动后应着重考虑的。就现阶段看，乳制品龙头企业和品牌频繁被爆出负面消息，可能会延缓整个行业的恢复进程。无论最终的调查结论是什么，都难以避免给消费者留下乳制品不安全的整体印象。在相当长的时间内给乳制品的销售仍会带来一定的压力。但从另一个角度看，这也正是乳品产业重新整合，从而步入良性发展的一次契机。

四、各国奶业相关政策

美国：政府收购所有卖不出的牛奶，保证价格水平。

自\*\*年《农业调整法》出台，历经几十年，美国形成了完整的奶业政策。政府收购所有在支持价格内卖不出去的牛奶，农业部长期通过商品信贷公司收购奶制品以保证支持价格水平，并通过特殊的办法处理，包括以世界市场价格出口奶制品，根据480号法案以低于支持价格水平的价格将奶制品用于学校午餐和福利方案，用于军队、老人、医院、救灾等。美国农业对外政策的核心是加强奶产品出口，以缓解国内产品的过剩。

美国作为世界上食品供应最安全的国家，实行机构联合监管制度，在每一个层次(地方、州和全国)监督食品生产与流通：对生产、加工、贮运、销售过程进行全程控制;严密畜产品质量安全管理组织机构体系，除了联邦畜产品检测体系外，美国还有各州畜产品检测体系，各行业协会质量监测体系以及各畜牧业生产单位、家庭农场主质量自检中心;强化生产源头控制和进出口检疫，美国以家庭农场为基本生产单位生产的畜产品，要通过质量认证体系和标准等级制度的严格控制和管理，才能进入市场，畜产品的进出口，均要通过联邦海关和动植物检疫机构进行严格检疫监测，检疫检验不合格的畜产品坚决予以销毁，保证了畜产品的进出口安全。

欧盟：以配额、补贴、定价干预，维护奶农及消费者利益。

欧盟的市场共同组织于\*\*年对牛奶和奶制品生产实行生产配额、价格补贴和定价干预制度，试图通过这一机制使奶牛场主得到合理的收益，而消费者不必为奶制品多增加开支。对于超配额生产，欧盟通过增加额外税收予以抑制;对于市场需求不足，欧盟通过价格干预以保护价进行收购，通常情况下，保护价低于生产成本价。同时，欧盟对某些出口奶制品征收出口税，以保证欧盟内部不至于出现因奶制品短缺而造成的价格过高现象;对另外一些奶制品的出口实行鼓励政策，给予出口价格返还，以补贴出口商因国际市场价和欧盟内部价之间的差额而造成的损失;对进口奶制品征收进口税，以保护奶制品生产者的利益。

为保障食品的质量安全管理，欧盟在成立必要的协调机构基础上，实施了以统一的标准为中心的食品质量安全配套管理措施，强制实施食品质量安全控制的haccp标准。1996年开始实施的欧盟食品卫生法规定，食品生产、加工、处理、包装、运输或经销直至消费的各个环节都可能产生质量安全问题，都必须进行质量安全的控制。此外，规定食品、饲料、供食品制造用的家畜，以及与食品、饲料制造相关的物品，其在生产、加工、流通的各个阶段必须确立食品信息可追踪系统，从而达到监测预防效果。

日本：实行销售定额、亏损补贴制度，合作社强制牛奶供应管理。

日本的奶业政策由三个基本部分组成，即政府对鲜奶的价格补贴，按等级定价，通过县牛奶销售部门实现的税收共享以及进口限额。同时，奶业生产合作社实施了强制性的奶供应管理方案，以控制牛奶的供应量。因国内价格高于世界市场可比价格，日本没有出口补贴。为了管理牛奶供应和奶业成本，日本实行销售定额系统。政府对定额之内的保护价和标准购买价之间的缺口给予补贴。为保持市场稳定，日本出台了亏额补贴法律，使家畜促进委员会成为几种进口奶产品的专营权力机构。在农林水产省的同意下，当市场价高于稳定指导价时，法律允许进口指定的奶产品，但进口产品在国内市场上要以投标的价格售出。进口价与投标价差，由该委员会掌握。20世纪70年代后期，日本出现了牛奶长期过剩的问题，政府从1979年采取了用限额来减少亏损补贴的办法。生产合作社自己制定定额方案，超量受罚，农场主都将超出量自行转化成奶制品，来避免受罚，此外，必要时，日本实施奶牛收买政策、给补助等措施。

1995年，日本建立了全面的以haccp为基础的卫生控制系统。制造商或加工商根据haccp系统确定对象食物的制造或加工方法及卫生控制方法，然后健康、劳动和福利部确认这些确定的方法是否符合审批标准。这意味着该系统使人们能够对食品生产采用众多的方法而需遵循统一的标准。目前，有包括牛奶、乳制品、肉制品、罐头食品、高压灭菌包装物等6类食物成为该系统的对象。

五、走出困境的对策

鉴于以上情况，考虑到原奶生产的特殊性，目前从最大限度地扶持我省奶业发展考虑，拟采取的措施建议为：

第一，加强对奶牛养殖户良种良法养殖技术的培训，大力促使奶牛养殖向标准化、规模和科学化发展，加速增加规模养殖比例，指导奶牛养殖户提高养殖水平，改变牛群结构，提高鲜奶质量，以提高经济效益。

第二，近期可以尽可能免费为奶农提供一系列科技和质量检验服务。这些服务包括建设培训教育设施、培训奶牛饲养业科技人员和饲养人员、进行技术推广和咨询服务及检验服务。通过建立一系列政府性、社会性服务体系，加大奶农产前、产中和产后服务的科技含量，增加奶农产品的附加值。

第三，给予奶农补贴性贷款，还可以就相关奶牛饲养设备的购置、饲养场所草场围设等建设材料方面的专项资金需求给予适当的补贴贷款。

第四，尽快组织有关部门，合理测算奶牛饲养成本，避免奶贱伤农。制定原奶价格支持政策，建立相应的原奶价格“标准”制度，以切实保护农民利益。

第五，由政府出资或资助建立统一挤奶厅，以便利奶农挤奶和提高原料奶的质量，也可以资助相关奶加工企业部分资金，由其出面筹建挤奶中心。

第六，立即加强奶源收购市场监管力度，对有欺行霸市、恶意垄断等行为的收奶户坚决淘汰。

第七，对生产高质量无抗奶的奶农给予减产专项补贴。

此外，还应当建立健全有关食品安全的法律法规和标准体系，完善食品安全检测体系、提高关键监测技术，普遍推行危险性评估控制技术，进行haccp认证。

**有关各行各业服务行业的口号通用三**

内容提要：随着中国加入wto和经济全球化速度的加快以及知识经济的到来，中国当前的就业形势特别是大学生的就业形势已显得尤其严峻。会计虽说是许多人认为的前景的行业，但仍然存在着不少的就业隐患。本文通过对会计人才市场的主体现状、机制特征的调研分析，结合会计行业就业短缺的原因，总结出会计5大就业方向并作具体解析，以帮助读者更好地了解会计的行业发展和就业情况，准确定位自己，进一步确定自己在大学期间的发展方向，并在毕业后能找到真正适合自己的工作。

关键词会计行业人才市场分析就业方向

一、引言

\*发布:目前我国会计行业从业人员有1200万人左右，不过高层次会计人才只占20%，随着我国经济、国际化程度的提高，对高水平会计人才的需求也会越来越大。据报道，我国注册会计师协会现有6.1万名执业会员，7万名非执业会员。这个数字距我国提出的拥有30万注册会计师的目标仍有很大差距。很多人表示“会计热门证难考”，“考过后是幸福的，但过程可真是艰苦呀。”“会计累就累在总是有考不完的试，什么时候是个头儿呀!但是不考又不行，那就真的永远出不了头儿了。”说到这儿，科目的调整、考试难度的提高，使许多本来就工作繁忙的从业人员只恨自己分身乏术。很多人都是考过初级就不再考，只要能按时拿到薪水就好，然后保持现状，对于再上一层，不是怕辛苦，就是学历不够，或是能力有限，因为还涉及到外语跟其他。在最近一项名为“中国未来十年紧缺人才资源”的调查中，会计师赫然位居短缺人才的榜首，而另一方面，普通财务人员工作越来越难找，平均工资甚至呈现出不升反降的现象。这说明低层次的会计人员供大于求，而高层次的会计人才是紧缺的。

二、正文

(一)我国会计人才市场主体现状分析

随着我国市场经济的不断发展，会计人才市场逐渐建立和完善，会计人才供应主体和需求主体的主体意识已经基本形成。但在会计人才市场上，会计教育单位尚未成为全权的会计市场主体，使会计人才市场缺乏应有的经营主体，会计教育单位不承担任何风险和责任，只要取得了招生指标，就能获取相应的收入;至于学生在学校学了什么，到社会上能干什么等等，都似乎与会计教育单位无关，而实质上会计人才使用价值的大小与会计教育单位教学质量的高低是密切相关的，所以，我们有理由认为:一个完整的会计人才市场必须有会计教育单位的入市，这样会计人才市场才能健全。会计教育单位的入市可以有两种方式:一是由会计教育单位与会计受教育者共同承担会计人才的就业责任，并由社会根据不同会计教育单位毕业生就业状况对其做出评价，即由市场来直接决定其收益水平;二是由会计人才中心对毕业生进行全国性的统一考试，把不合格的“产品”留给会计教育单位进行处理或者“再加工”，即由市场来直接影响其成本高低。只有会计教育单位进入市场，成为社会经济循环中的一个产业部门，才能构成全社会的会计教育竞争，也才可能通过竞争来提高会计教育质量，达到为社会输送合格人才的目的。

(二)会计人才市场机制特征分析

市场机制在会计市场中的运行形式，是通过会计市场内部有关会计商品价格，会计市场主体竞争及会计市场供求变动的相互制约关系来实现的。本文拟从市场机制的过程来考察、探讨、分析会计人才市场机制包括的内容。

1.会计人才的供求机制

会计人才的需求来自社会经济发展和社会经济管理水平提高以后，人们对会计信息需求和对会计管理需求的提高。由于会计信息是会计工作人员的直接劳动成果，会计服务经营主体使用会计人才的收益，主要表现在取得会计服务收入上。会计人才的供应规模取决于会计教育的规模和社会对会计职业的评价以及会计工作人员的收入状况，当会计人才的供应大于需求时，会使会计人才工资水平降低，但这还不是主要的结果，更为重要的结果则是会有一部分会计人才找不到会计工作岗位，从而使会计人才的实际收益降低，导致社会对会计人才投资的减少;当会计人才供应小于需求时，会计人才工资水平会上升并超过其他专业人才的工资水平，从而导致社会教育投资的增加、各种会计教育形式出现和更多的劳动者愿意接受会计教育并充当会计人才。

2.会计人才的价格机制

从理论上讲，会计人才生产价格的主体是会计教育的投资，它包括四个组成部分，即会计受教育者所在家庭的投资、国家投资、会计人才经营主体投资和会计人才在走上工作岗位以后由使用单位做出的后续培训或教育投资。这些投资所形成的价值量对会计人才所有者个人来说，是一个模糊的概念，只有国家政府才可能掌握这些数据的统计资料。但是，由于不同国家或不同地区甚至不同院校，其文化传统、教育水平、教育条件都不同，对会计人才教育的投资也存在着较大差异，所以，国家政府所掌握的生产价格也只是一个大致的平均数据。由于会计人才的价值与会计人才的生产价格是两个完全不同的概念，并且对会计人才所有者来说生产价格又是一个模糊概念，所以，会计人才所有者的决策一般是在工资水平与机会成本之间进行比较后做出的。

3.会计人才的竞争机制

会计商品的不可替代性使会计市场竞争出现垄断和限制于会计行业内部。具体讲会计人才经营主体的目的是为了争取更多的国家对会计教育的投资和获得更多的会计教育收费收入，会计教育单位之间的竞争反映了会计教育单位之间的利益关系。其结果是:一方面提高了会计教学条件和会计教学质量;另一方面相对降低了会计教育的收费标准和国家教育投资的数额。会计人才个人竞争的目的是为了争夺有利的就业条件，获得优厚待遇，它反映的是会计人才个人之间的利益关系;在会计人才供过于求时，会计人才个人之间的竞争会更加激烈;会计人才个人竞争的结果表现为:一方面，降低了会计人才的工作条件和待遇;另一方面，提高了会计人才的素质，即会计人才的质量。

4.会计人才的管理机制

由于会计人员所从事的工作是贯穿于会计信息加工过程中的、对经济活动的管理活动，所以，会计主体单位使用会计人才的收益就不仅表现在对会计信息进行加工和分析等使用活动上，而且还主要表现在对经济活动的监督管理过程中，即如何降低成本费用，提高经济效益。会计市场供给主体是一种特殊职业，它的存在必须以高素质的会计执业队伍、高质量的会计商品为前提。根据我国会计市场的现状，政府对会计市场进行了较强的干预以提高会计商品质量。在供给方面，政府规定了会计商品生产者的执业资格条件以及会计商品价格标准，并定期或不定期地进行质量检查，以保证会计商品质量。在需求方面，政府则主要规定了应接受审计、评估及其他会计服务的范围，以增加会计商品的需求量。与其他商品市场相比较，会计市场宏观管理的直接性十分明显。

(三)目前会计行业就业短缺的原因

原因一：一部分会计专业的毕业生会从事其他行业。很多学会计专业的中专毕业生，在毕业前夕，最后半年实习时间，可能还有更长的。在这个时候，学校就会提供一些实习工作，但提供的实习工作里，大部分都跟会计工作无关，有些学生觉得，是个锻炼自己的机会，便去面试了，还有些，因为家里经济条件不好，想提前工作，补贴家里，所以也会去应聘，没去的同学，有的可能是觉得学校介绍的不好，没有自己找的好，但他们大部分会选择南下打工，广州，深圳等，而此时，他们又会因为没有毕业证书，用人单位会让他们从最基层做起，但也是跟自己专业无关的工作。剩下的学生，有的继续选择上课，考证(会计从业资格证书或其他会计证)。而有的是等到拿到毕业证，再出去找工作。等拿到毕业证书的毕业生，有的会找跟自己专业相符的工作，有的是，父母找关系，到某厂，某公司，去上班。像之前已经参加实习的毕业生，在拿到毕业证之后，这时，他们有的可能已经通过自己的努力，从最基层爬起来了，有了更高一层的职务，那这些人就会考虑放弃毕业证，放弃会计工作，从而保住目前的工作，或继续往上爬。还有些在学校里，交了学费，只是为了混日子，为了混毕业证，没有真学实才，这些人在毕业以后更不会把会计工作当作是就业的第一目标。

原因二：资质要求。资质包括工作经历、工作业绩和现在的职位三个方面。当今，大部分大学会计本科，专科毕业生，时学四年出来后会考虑去中，大型或国有企业应聘，而这些企业的招聘条件是除了基本的会计证以外，还有各方面都要好，最为重要的，会计工作的工作经验，经验越长越好，刚刚毕业的大学生，很少有一出校门，自身就有很多经验，有也多半是其他经验，与会计无关。在大学生毕业时，中等毕业的学生，可能已经工作一年多或两年，其间他们也考取其他证书，在这种情况下，很多公司都会考虑，有证书，有工作经验的中专生，此时，大学生面临生活的问题，很多不得不放弃所学专业—会计，另就高职。

原因三：法律和制度出于条而行于块。也就是说，出台的法不能说少，著书立学的学者也挺多，但批“作业”的老师却有限。内部的监督部门受制于企业领导，外部监督部门听命于地方政府，块强线弱。执法程度因人而异、因环境、关系等各种因素而不同。例如，检查中发现一企业有意偷漏税x万元，处理结果:鉴于被查单位态度良好，考虑到企业实际困难，免去罚款而补交较少的款数等。频频曝光的一系列财务丑闻使得会计师们面临一场诚信危机，做会计，确实需要在饭碗和良心之间选择，目前的从业环境使得这一选择常常是很艰难的。面对繁琐而辛劳的工作，面对压力和\*，会计师的锦绣前程只有他们自己小心才能好好把握如，很多私人企业，或部分企业，都存在偷税，漏税的行为，那这些大部分是，在帐上作手脚，涉及最多的是财务人员，所以这些企业在招聘时，也会提出会不会做假帐的问题，如果不会可能就直接被踢开，如果会，就有可能有“前途”，如果在利益面前屈服了所以，会计不但是看一个人的专业技能如何，也是考验一个人的职业道德，人品。原因四：执业保护不善。会计专业实行持证上岗已有多年，但仍有一些无证、无学历人员占着岗位，其中有些人往往财经政策和财会知识缺乏，影响会计工作的知识性、严肃性，影响了会计工作质量。会计工作业绩宣传上有偏差。会计工作的任务，不仅要守法和聚财，还要向内部和外部负责。可如今在舆论导向上却重效益轻执法。在介绍企业财务人员先进事迹时，有关企业管理、提高经济效益的报道比比皆是，而在维\*纪、顶住压力、如实反映事实的报道却少得可怜，财会人员若主动暴露了存在的问题，不但会在内部受到非议和排挤，更可悲的是外部也得不到应有的支持、保护。

原因五：会计人员严格的要求。同从事任何技术工作一样，从事会计工作的人员要在专业素质方面具备一定的条件。《会计基础工作规范》对此提出了三方面的要求：一是要持有会计证，即会计从业资格证书。《会计法》第三十八条第一款规定：“从事会计工作的人员，必须取得会计从业资格证书。”持证者才能上岗，这既是对用人单位的要求，也是对用人单位利益的保护。因为用人单位一般难以对拟聘用的会计人员的专业素质进行考核;同时，对已经持证的人员来说，这项规定在一定程度上保护了他们的工作权利。而对希望从事会计工作但尚不具备条件的人员来说，这项规定为他们确立了努力的方向。二是应具备必要的专业知识、专业技能和良好的职业道德。《会计基础工作规范》第十四条规定：“会计人员应当具备必要的专业知识和专业技能，熟悉国家有关法律、法规、规章和国家统一会计制度，遵守职业道德。”这是对会计人员最基本的要求。至于如何考核和确认会计人员的专业知识和业务技能，从目前来说，主要是通过设置会计专业职务和会计专业技术资格考试来进行的。三是要按照规定参加会计业务培训。《会计基础工作规范》第十四条规定：“会计人员应当按照国家有关规定参加会计业务的培训。”这是因为，受我国会计学历教育规模的限制，目前会计人员中具备规定学历的比例还不高，要使会计人员具备必要的政治和业务素质，进行在职培训是重要途径之一。此外，即使是具备了规定学历的，也还有知识更新的问题，有适应法律的、经济的、政治的或者是技术上新的要求的问题，这些只有通过在职培训才能解决。一般说来，会计人员大多是认识到这一点的，在这个问题上，需要强调的是单位的支持。对此，《会计法》第三十九条规定：“对会计人员的教育和培训工作应当加强。”《会计基础工作规范》第十四条还作了进一步有针对性的规定：“各单位应当合理安排会计人员的培训，保证会计人员每年有一定时间用于学习和参加培训。”这是对会计人员的关心和爱护，也是与各单位的根本利益一致的。

原因六：考证难，考证贵。职业资格证书已成为职场中人获得职位晋升及扩展事业的重要砝码，是人们趋之若鹜的“硬通货”。有人断言：“21世纪将是职业证书的时代”。例如：申报高级会计师的基本高求，主要是英语-职称综合英语b级(也包括日语等小语种)。计算机(\*)，还包括政治思想水平，另外还有学历的要求，各地方的要求都会有些差异。但一般起码要本科以上学历。如是专科，或相当专科，甚至更低学历，申报评审会比较困难。除非在资历和工作实绩方面特别突出，不然落选的可能很大。

随着中国成为wto成员国，许多职业的就业标准开始国际化。一些外国教育培训瞄准了中国市场，纷纷在中国开设考点，国际认证变得炙手可热。大量的“洋”资格证书涌入中国，令中国的“考证族”应接不暇。一时间，职业资格认证考试掀起了一股“洋”流。国外的一些行业的资格考试，如国际注册会计师证书(acca)、ccna(cisco职业认证)、ccie(国内互联网专业证书)等国际认证，都受到就业者的普遍欢迎，而许多证书目前在国内获得人数甚至不足百人。调查结果显示，获得一项认证，个人的薪金就能得到一定幅度的提高。为一纸证书付出了大部分的业余时间和大量的金钱。因为大多数人相信，为证书付出的金钱和此后得到的回报是成正比的：英语四六级考试的报名费是几十元，四六级就是最普遍的“入门证”;而要通过国际注册会计师(acca)14门考试，则需要3万元。考证费用昂贵。

原因七：新世纪知识经济的发展、高科技的进步和现代化的管理，将促进会计学会计学的专业化、国际化、综合化、细化、边缘化方向发展。

会计的国际化，要求中国应当走向世界，与国际惯例接轨，融于统一的国际会计体系中去;会计的国家化要求中国会计立足于自身的社会经济环境，体现中国特色，继承和发扬中国会计的优秀成果。

从会计专业分类角度看，会计国际化主要包括以下几方面内容：(1)会计政策惯例国际化。即在制定会计法规、会计准则、会计制度的过程中，在内容、结构体系、制定方法和程序等方面趋同国际会计政策惯例，其中核心是会计准则的国际化。因为会计准则是会计规范的核心，一国的会计准则在结构、体系和规范的内容及方法上是否与国际会计准则惯例趋同，是影响会计国际需求的主要因素。(2)会计管理体制惯例国际化。主要是指会计组织管理体制和会计人员管理体制两方面趋同国际会计管理惯例，它包括本国会计管理机构设置、企业会计机构和人员的管理模式、民间会计组织设置与运行模式，特别是积极参加国际性会计组织等内容。(3)会计教育惯例国际化。包括会计教育目标的定位、专业层次的设置、课程体系的编排、教育管理模式等趋同国际惯例。(4)执业会计惯例国际化。包括注册执业人员的认定、考核方法、机构的审批、民间审计的运作和监管模式等趋同国际惯例。(5)会计确认、计量、记录与报告惯例国际化。即建立与国际惯例相同的会计确认标准、计量记录方法和报告体系等，促进所供会计信息满足国际经贸往来和国际资本市场等的需要。(6)积极引进和运用国际上通用的先进会计思想、管理方法和技术方法。(7)促使与各国会计事务处理的协调化、标准化和规范化。(8)积极参加国际会计活动，努力促使其他会计事务处理方法趋同国际惯例。

知识经济扩大了会计领域，会计向管理领域扩展，向与会计相关的领域扩展，大大丰富了会计的内容，使会计学呈现综合化发展的趋势。会计学的综合化主要是：(1)对全部会计学科的综合，把各种相互联系的会计分支学科作为一个总体进行研究，研究它在知识经济条件下的发展趋势和规律、理论体系、方法体系和学科体系等，如对《会计科学学》进行研究。(2)对类会计学科的综合，把各种分支会计学科中性质相近的学科作为一类进行研究，也就是把会计学科体系划分为不同的学科群(类)进行研究，如对会计基础学科、会计部门学科、会计专门学科，或对会计人本学科进行研究。(3)对会计学科比较的综合，将性质相近或相同的几门会计学科进行比较研究，如财务管理与管理会计的比较研究，成本会计与管理会计的比较研究，中外会计原理的比较研究等。

知识经济在扩大会计领域的同时，也深化了会计内容。在这种趋势的影响下，从实际出发，探讨适应国民经济高速发展、科学技术进步和加强经济管理需要的会计分支学科。会计内容的深化，既是适应客观需要的过程，也是人们对会计内容提高认识的过程，两者的结合，才形成某些专门的会计分支学科。在这方面，会计学的发展具有专门性的细化特点，即对某些专门的或特殊的问题进行专门研究。这种专门性会计分支学科的发展，主要是会计学中基本学科——财务会计学和管理会计学的细化。

进入21世纪，科学融合发展趋势将更为明显。科技进步为科学融合创造了更好的物质条件，科学研究、经济发展和管理要求为科学融合提出更多的要求。科学发展的融合趋势，向会计学的发展提出了严峻的挑战，促进了会计科学的融合发展。

会计科学的融合即会计学的边缘化，是将其他现代科学的理论、方法与会计学的理论、方法相结合进行研究而发展会计学的过程。这有两种情况：一是会计学科与自然科学的结合，会计学科将某种自然科学的理论、方法移植或运用到本学科，使会计学科的理论、方法发生显著的或质的变化，会计科学与其他科学的融合发展，主要是：融合现代科学理论与方法发展新兴会计科学;融合现代科学理论与方法发展新的会计理论与方法;移入其他科学理论与方法，完善会计理论与方法体系，发展会计科学。

三、调研总结

经调研，总结出会计5大就业方向，如下：

方向1：公共会计

就业工种:国际会计、审计/保证服务、税务、环境会计、法务会计、信息技术服务、个人财务规划

理想雇主:大型/跨国、区域性会计师事务所等。

方向2：企业会计

就业工种:财务管理，财务报告，内部审计，成本会计，税务规划，预算分析

理想雇主：各行业中的各类企业。

方向3：政府财务

就业工种:审计、财务报告、财务管理、预算分析、研究类工作

理想雇主：美国联邦机构和部门，其中包括联邦调查局、国家税务局、财政部、审计总署、行政管理和预算局、证券交易委员会、美国各州及其当地机构。

方向4：教育财务

就业工种:教师、科研机构、咨询服务

理想雇主：美国各大学学院或相关教育咨询服务机构。

方向5：非营利机构或组织财务

就业工种:会计、内部审计、财务规划、预算、钞票打理和财务记录保管

理想雇主：社会服务机构和组织、医院、公立学校系统、各类大学学院、宗教组织、图书馆和博物馆、各个政党机构、工会组织。

希望大家都能根据自己的情况，找准自己的位置，找到适合自己的工作。

**有关各行各业服务行业的口号通用四**

(一)细分目标市场，大力开展多层次立体化的营销推广活动。

xx部门负责的客户大体上可以分为四类，即现金管理客户、公司无贷户和电子银行客户客户。结合全年的发展目标，坚持以市场为导向，以客户为中心，以账户为基础，抓大不放小，采取“确保稳住大客户，努力转变小客户，积极拓展新客户”的策略，制定详营销计划，在全公司开展系列的媒体宣传、网点销售、大型产品推介会、重点客户上门推介、组织投标和集中营销活动等，形成持续的市场推广攻势。

巩固现金管理市场领先地位。继续分层次、深入推广现金管理服务，努力提高产品的客户价值。要通过抓重点客户扩大市场影响，增强现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内重点客户、行业大户、集团客户进行调查，深入分析其经营特点、模式，设计切实的现金管理方案，主动进行营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决存在的问题，提高客户贡献度。今年争取新增现金管理客户185200户。

深入开发公司无贷户市场。中小企业无贷户，这也是我行的基础客户，并为资产业务、中间业务发展提供重要来源。20xx年在去年开展中小企业“弘业结算”主题营销活动基础上，总结经验，深化营销，增强营销效果。要保持全公司的公司无贷户市场营销在量上增长，并注重改善质量;要优化结构，提高优质客户比重，降低筹资成本率，增加高附加值产品的销售。要重点抓好公司无贷户的开户营销，努力扩大市场占比。要加强对公司无贷户维护管理，深入分析其结算特点，进行全产品营销，扩大我行的结算市场份额。20xx年要努力实现新开对公结算账户358001户，结算账户净增长272430户。

做好系统大户的营销维护工作。针对全市还有部分镇区财政所未在我行开户的现状，通过调用各种资源进行营销，争取全面开花。并借势向各镇区其他政府分支机构展开营销攻势，争取更大的存款份额。同时对大中型企业、名牌企业、世界10强、纳税前8000名、进出口前7334强”等10多户重点客户挂牌认购工作，锁定他行目标客户，进行重点攻关。

(二)加强服务渠道管理，深入开展“结算优质服务年”活动。

客户资源是全公司至关重要的资源，对公客户是全公司的优质客户和潜力客户，要利用对公统一视图系统，在全面提供优质服务的基础上，进一步体现个性化、多样化的服务。

要建设好三个渠道

一是要按照总行要求“二级分公司结算与现金管理部门至少配置3名客户经理;每个对公业务网点(含综合业务网点)应当根据业务发展情况至少配备1名客户经理，客户资源比较丰富的网点应适当增配，”构建起高素质的营销团队。

二是加强物理网点的建设。目前，由于对公结算业务方式品种多样，公司管理模式的差异，对公客户最常用的仍然是柜面服务渠道。我行要加强网点建设，在贵宾理财中心改造中要充分考虑对公客户的业务需要，满足客户的需求。各行部要制定详细的网点对公业务营销指南，对不同网点业态对公业务的服务内容、服务要求、服务行为规范、服务流程等进行指导。

三是要拓展电子银行业务渠道，扩大离柜业务占比。今年，电子银行业务在继续“跑马圈地”扩大市场占比的同时，还要“精耕细作”，拓展有层次的目标客户。各行部应充分重视与利用分公司下发的目标客户清单，有侧重、有针对地开展营销工作，要在优质客户市场上占据绝对优势。同时做好客户服务与深度营销工作。通过建立企业客户电子银行台账，并以此作为客户支持和服务的重要依据，及时为客户解决在使用我行电子银行产品过程中遇到的问题，并适时将电子银行新产品推荐给客户，提高“动户率”和客户使用率。

深入开展“结算优质服务年”活动。要树立以客户为中心的现代金融服务理念，梳理制度，整合流程，以目标客户需求为导向。加快产品创新，提高服务效率，及时处理问题，加强服务管理，提高客户满意度，构建以客户为中心的服务模式。全面提升xx部门服务质量，实现全公司又好又快地发展目标。

(三)加快产品创新步伐，加大新产品推广应用力度

结算与现金管理部作为产品部门，承担着产品创新、维护与管理的责任加强营销支持系统建设。做好总行全公司法人客户营销、单位企业级客户信息管理和单位银行结算账户管理三大核心系统的推广工作，为实施科学的营销管理提供技术手段。

完善结算产品创新机制。一是要实行产品经理制，各行配备产品经理。产品经理要成为收集、研发产品的主要承担者。二是建立信息反馈机制。各行部将客户需求汇总后报送分公司结算与现金管理部。分公司定期组织联系行、重点行召开产品创新业务研讨会，集中解决客户关心的问题。

提高财智账户品牌的市场认知度。今年要继续实施结算与现金管理品牌策略，以“财智账户”为核心，在统一品牌下扩大品牌内涵，提升品牌价值。要对新开发的结算与现金管理产品及时进行品牌设计，制定适当的品牌策略，纳入到统一品牌体系中。加强财智账户品牌的推广力度，做好品牌维护，保持品牌影响力。

发展第三方存管业务。抓住多银行第三方存管业务的机遇，扩大银证业务占比，发挥我行电子银行方便快捷的优势，加大新产品推广应用力度。各行部要加强对产品需求的采集和新产品推广应用的组织管理，明确职责，加强考核，形成触角广泛、反应灵敏的市场需求反馈网络和任务具体、激励有效的新产品推广机制，增强市场快速响应能力，真正使投放的新产品能够尽快占领市场、取得盈利。今年将推出本外币一体化资金池、单位客户短信通知、金融服务证书、全国自动清算系统等新产品。

(四)抓好客户经理和产品经理队伍建设，加紧培养xx部门人才

要加强人员管理，实施日常工作规范，制定行为准则，建立和完善工作日志制度、客户档案制度、走访客户制度以及信息反馈制度。

加强业务培训。今年分公司将继续组织各种结算和现金管理业务、电子银行业务培训和营销技能培训，尝试更加多样化的培训方式，通过深入基层培训，扩大受训人员范围，努力提高业务人员素质，以适应现代商业银行市场竞争需求。

(五)强化流程管理，提高风险控制水平

要以风险防控为主线，积极完善结算制度体系建设。在产品创新中，坚持制度先行。要定期通报结算案件的动向，制定切实的防范措施，坚决遏制结算案件发生。加强对结算中间业务收入的管理，加大对账户管理的力度。进一步加强监督力度，会计检查员、事后监督要要注重发挥日常业务检查监督的作用，及时发现、堵塞业务差错和漏洞，各网点对存在的问题要进行整改。

**有关各行各业服务行业的口号通用五**

在支行党组正确领导下和部室同仁的鼎力帮助下，我较好地完成了各项工作任务，现将今年来的工作向大家做以汇报。

部室工作头绪多、报表多、监测多、调研多，工作定位高、要求高、难度高、起点高。工作重点转移，调研、监测、分析、协调。工作手段不多，诸多工作基本上是服务性工作。工作以来，我胜任监测分析岗位以外，同时做好内勤、金融生态环境建设等日常工作。

主要工作：

1、加强学习，内强素质

积极参加支行组织的思政教育及业务学习，认真落实廉政工作责任制，遵守廉洁自律规定。针对岗位特点，学习文件领会其精神，编发《金融机构信贷政策与要求》宣传资料，向有关部门和企业宣传货币政策，适时掌握辖内各行的信贷政策，反馈国家货币信贷政策的贯彻实施情况。

2、围绕经济金融运行中的热点、难点问题做好监测分析和动态反映

加强对重大货币政策实施效果的监测分析。监测对象涵盖金融部门、企业、农民工、乡村，范围涉及利率、资金、农信社改革、货币信贷资金运行、信贷投向和结构、消费贷款、票据等指标。密切关注信贷资金在不同行业的投入变化及风险状况，对贷款过度集中的行业和企业及时向金融机构发出风险警示。监测分析民间资金的投向、利率及信用状况。转发利率文件，接待群众利率咨询。及时了解政府、企业、居民等市场主体对5次调息政策(\_\_年9月16日、\_\_年10月9日、\_\_年10月30日、\_\_年11月26日、\_\_年12月22日)的反映，并积极反馈，全年监测十余次，专报相关信息多篇，为上级行领导决策和地方经济发展起到了较好的参考作用。起草货币市场基准利率体系建设宣传试行方案报市中支。执笔完成《农村金融产品和服务方式创新试点申请》等材料，其中《央行核心价值观主题教育活动》心得、《央行上调人民币存款准备金率对社会各界的影响》《综合查询系统中存在的问题及建议》《积极推进农村信用体系建设》《农户信用信息采集试点工作已基本结束》信息被上级行采编。

工作体会：

领导的高度重视、大力支持是做好工作的基础。团结和谐是搞好工作的关键，吃苦耐劳是工作进步的积累，勤学善思是取得成绩的前提。

存在的不足与其他部室人员缺乏交流。

\_\_年打算：

1、加强与其他部室人员交流，共同履行基层央行职责，促进地方经济又好又快发展。

2、结合地方实际，充分发挥、利用人民银行信息资源优势和调研手段，为地方经济发展出谋划策。

**有关各行各业服务行业的口号通用六**

20\_\_年对我来说，是加强学习，克服困难，开拓业务，快速健康成长的一年，这一年对我的职业生涯的塑造意义重大。我从事综合柜员工资岗也已整整两年，从21团支行调至焉耆分理处，接触到了主出纳以及交换业务。在领导的带领与指导下，我学到了很多业务知识和做人的道理，从中体会到的酸甜苦辣也是最深刻的。领导在工作的各个方面都能够充分地信任我，大胆放手让我施展才能，从中我得到了很好地锻炼。柜台营销方面是我的弱点，可是领导仍然对我给予充分的鼓励，使我更加信心百倍地迎难而上，进而能够更有针对性的学习、改善，并不断提高。

现将工作情景总结如下：

首先，在思想与工作上，我能够更加进取主动地学习农行的各项操作规程和各种制度文件并及时掌握，各位同事的敬业与真诚都时刻感染着我。在工作期间，我能够虚心向同事们请教，学到了很多书本以外的专业知识与技能，也更加深刻地体会到团队精神、沟通与协调的重要性，同时为自我在今后的成长道路上积累了一笔不小的财富。在工作方面，我有强烈的事业心和职责感，我能够任劳任怨，不挑三拣四，认真落实领导分配的每一项工作与任务。日常我时时刻刻注意市场动态，在把握客观环境的前提下，研究客户，经过对客户的研究从而到达了解客户的业务需求，力争使每一位客户满意，经过自身的努力来维护好每一位客户。

其次，在技能方面，我个人也能够进取投入，训练自我，这一年中，我始终坚持着良好的工作状态，以一名合格的农行员工的标准严格的要求自我，立足本职工作，潜心钻研训练业务技能，使自我能在平凡的岗位上为招行事业发出一份光，一份热。

对我个人而言，点钞技能已经基本达标，可是abis与熟练的同事相比还有必须的距离，所以，我利用一点一滴的时间加紧练习，因为我明白，作为储蓄岗位一线员工，我们更应当加强自我的业务技能水平，这样我们才能在工作中得心应手，更好的为广大客户供给方便、快捷、准确的服务。

第三，在日常的工作生活中，我能够及时地融入到农行这个大家庭中，进取应对工作，与大家团结协作，相互帮忙。在实际工作中，无论从事哪个行业，哪个岗位，都离不开同事之间的配合，因为一滴水仅有在大海中才能生存。仅有不一样部门之间、同事之间相互沟通、相互配合、团结一致，才能提高工作效率，创造出更多非凡的业绩。

第四，服务方面。银行做为服务行业，除了出售自我的有形产品外，更重要是出售其无形产品——服务，银行的各项经营目标需要经过供给优质的服务来实现，由此可见，服务是银行最基本的问题。做好银行服务工作、保护金融消费者利益，不仅仅是银行业金融机构的法定义务，也是培育客户忠诚度、提升银行声誉、增强综合竞争实力的需要。

每一天我都被同事们的微笑所感染，被同事们的满腔热情所打动，农行的服务处处体现着“客户第一”的理念。在农行工作过程中，逐渐地，我也明白了“以客户为中心”，是一切服务工作的本质要求，更是银行服务的宗旨，是经过激烈竞争洗礼后的理性选择，更是追求与客户共生共赢境界的现实要求。银行就像生活，偶然发生的小插曲，客户轻轻的一声“多谢”，燃起了心中的活力;客户不解的抱怨，需要的是耐心的讲解。活力让我对工作充满热情，耐心让我细心地对待工作，力求做好每一个小细节，精益求精，活力与耐心互补促进，才能碰撞出最美丽的火花，工作才能做到最好。

做好银行服务工作、取得客户的信任，很多人认为良好的职业操守和过硬的专业素质是基础;细心、耐心、热心是关键。我认为，真正做到“以客户为中心”，仅有上述条件还不够，银行服务贵在“深入人心”，既要将服务的理念牢固树立在自我的内心深处，又要深入到客户内心世界中，真正把握客户的需求，而不是仅做表面文章。我们经常提出要“用心服务”，讲的就是我们要贴近客户的思想，正确地理解客户的需求，客户没想到的我们要提前想到，用真心实意换取客户长期的理解和信任。此刻社会日益提高，人们对银行服务形式上的提高不再满足，多摆几把椅子、增加一些糖果、微笑加站立服务，这些形式上的举措已被社会视为理所当然的事情，而从根本上扭转服务意识，切实为不一样的客户供给最有效、最优质、最需要的服务才是让“上帝”动心的关键。

“深入人心”一方面要求我们内心牢固树立服务意识，而不能被动、机械地应付客户，要时刻把客户放在内心，要经常站在客户的角度来思考自身的表现。还要求我们及时、准确把握客户的内心真实需要，要能急客户之所急，想客户之所想。不一样的客户需求心理不一样，要深度挖掘、动态跟踪。我们要区分客户、细分市场：对于普通客户形式上的服务提升就可能获得他们极大的认可，比如大堂经理的进门招呼，柜台人员的微笑和礼貌用语;对于vip客人，则更多的要研究如何为其缩短等待时间、节俭交易成本和个性化服务及增值服务问题。为客户服务除了及时、准确、到位之外，还要能激发客户需求。

在时时处处把客户放在心中的同时，还不能忘记风险，在服务过程中，要严格把握适度原则，服务流程、手段必须要依法合规，防止过头服务。

最终，谈谈我的不足之处：由于岗位限制与个人因素，柜台营销是我的一个弱点。在领导的指导和同事们的帮忙下，我的个人营销技巧有所提高。俗话说得好：不要怕麻烦，就怕没人找麻烦。麻烦越多，朋友就越多;朋友越多，发展业务的机会才越多。所以，今后我会进取认真践行营销技巧，抓住每一个发展业务的机会，做好日常营销工作。

20\_\_年已经过去，在新的一年中，我会一向坚持“空杯心态”，虚心学习，继续努力，在今后的工作中，我还应努力做好以下几点：

一、树立爱岗敬业、无私奉献的精神。比尔·盖茨说过这样一句话：“每一天早晨醒来，一想到所从事的工作和所开发的技术将会给人类生活带来的巨大影响和变化，我就会无比兴奋和激动。”那么是什么成就了他的事业?又是什么创造了他的财富?是职责与活力!我认为职责是一种人生态度，是珍视未来、爱岗敬业的表现，而活力则是职责心的完美体现，它是成就事业的强大力量，这份力量给予了我们充足的动力和勇气，让我们走在岗位的前列，为我们创造出一流的业绩，更为我们构筑了和谐的企业。职责促进发展，活力成就事业，我将从身边的小事做起，从此刻做起，将职责扛上双肩，将活力填满我的工作，奋力拼搏，收获更多的精彩和奇迹!

二、加强业务知识学习、提升合规操作意识。身为网点一线员工，切实提高业务素质和风险防范本事，全面加强柜面营销和柜台服务，是我们临柜人员最为实际的工作任务，起着沟通顾客与银行的桥梁作用。所以，在临柜工作中，坚持要做一个“有心人”。

“没有规矩何成方圆”，加强合规操作意识，并不是一句挂在嘴边的空话。有时，总是觉得有的规章制度在束缚着我们业务的办理，在制约着我们的业务发展，细细想来，其实不然，各项规章制度的建立，不是凭空想象出来产物，而是在经历过许许多多实际工作经验教训总结出来的，仅有按照各项规章制度办事，我们才有保护自已的权益和维护广大客户的权益本事。

三、增强规章制度的执行与监督防范案件意识。规章制度的执行与否，取决于员工对各项规章制度的清醒认识与熟练掌握程度，有规不遵，有章不遁是各行业之大忌，车行千里始有道，对于规章制度的执行，就一线柜员而言，从内部讲要做到从我做起，正确办理每一笔业务，认真审核每张票据，监督授权业务的合法合规，严格执行业务操作系统安全防范，抵制各种违规作业等等，做好相互制约，相互监督，不能碍于同事情面或片面追求经济效益而背离规章制度而不顾。坚持至始至终地按规章办事。如此以来，我们的制度才得于实施，我们的资金安全防范才有保障。再好的制度，如果不能得到好的执行，那也将走向它的反面。

我相信，机遇总是垂青有准备的人，终身学习才能不断创新。知识造就人才，岗位成就梦想。有一种事业，需要青春和梦想去追求，有一种追求需要付出艰辛的劳动和辛勤的汗水，我愿我所从事的农业银行永远年轻和壮丽，兴旺和发达!

**有关各行各业服务行业的口号通用七**

\_\_省\_\_市宽城满族自治县大字沟乡朝阳山村党支部充分发挥基层党组织的战斗堡垒作用和先锋模范作用，广大党员干部时刻战斗在防疫的第一线，“亮身份、做表率、当先锋”，主动担当作为，抗击疫情。80后的...员\_\_就是其中一员，该同志坚持“不忘初心、牢记使命”的梦想信念，义无反顾地投入到疫情防控这场硬战之中，充分彰显了...员的先锋模范作用和全心全意为人民服务的宗旨本色。

防疫中最“美”宣传。\_\_，平时话不多，普通平实中透着一股坚韧果敢。疫情蔓延开来之时，他一向关注党和国家的号召，关注动态新闻，他常说：“做为一名党员，脑子要明白国家大事，手脚要紧跟党委政府”。该同志进取利用村微信交流群宣传科学防疫知识，及时向公众解疑释惑，消除群众恐惧心理，引导养成良好的健康习惯。对于孤寡老人等没有微信渠道的群众，他不辞辛苦频繁入户宣传，做到网格内不漏户、户不漏人。

防疫中最“暖”的声音。为了打通疫情防控信息宣传最终一公里，该同志自我跑到县城自费购买了扩音器材，扩大了农村宣传覆盖面。充满浓浓方言味道、包含直白贴心话的“不走亲，不访友，不在外边到处走;勤洗手，多通风，一日三餐在家中;少外出，多睡觉，增强体质很重要;不信谣，不传谣，政府防控措施好;出门必须要戴口罩，人多别去凑热闹”响彻每个角落，他用老百姓都能听懂的大白话和接地气的宣传方式将春节期间的防疫防控常识通俗易懂地传达给了群众，把疫情防控的一系列常识和一个党员的职责诠释淋漓尽致。

防疫中最“坚”的力量。“乡村干部人手有限，怎样能守得住这么多路口呢”正当乡包村干部和村“两委”为如何才能守护住路口想办法时，\_\_主动加入防疫志愿服务队，奋战一线。在进村路口设立交通劝导队，对外来车辆24小时进出管控，对外来人员来访进行测体温。每一天坚持劝返外来群众，进一步阻断疫情传染，切实维护群众生命安全。对本村确需外出的群众或生活物资的配送，该同志主动担当起运输员的职责，亲自驾车接送，既不耽误本村群众外出办事，又有效的避免了外来人员进入，维护了本村安全的防疫环境。

抗疫中最“刚”的身影。风雪中，党旗下，他坚守在劝返岗上，成了一道暖心的风景。他用坚定的党性、刚强的意志，在急难险重的防疫工作中，践行着一名...员的初心和使命。在基层防疫一线，用传统式的说教和劝导，在路卡上提醒和劝说每一个走过的行人，为阻止疫情传播贡献自我的力量。

坚守使命，是无悔的选择。\"疫情一日不除，...员一日不退。\"坚定有力的声音，无不彰显着...员的本色。\_\_用自我的实际行动影响着全村党员群众，始终把防控疫情工作作为践行初心使命的主战场，冲锋在前、战斗在前，为我乡群众筑起了一道\"安全屏障\"!用他自我的话说，“做为一名党员，上不了硝烟战场，在这个没有硝烟的战场上，怎能不体现党员的本色”。

：

“我是一名党员，也是一名军人，保护人民群众的生命财产安全，是我的职责，哪里需要我，我就在哪里。”大年初二一大早，岐山县青化镇人民政府46岁党员、退役老兵\_\_就跟随包村领导深入包抓村，开始了逐户摸排、防控宣传工作。

排查完外地返乡重点人员后，他又“闲”不住了，骑着他那辆老式二八自行车穿行在村里的大街小巷，车把上一边挂着一桶浆糊、另一边挂着一个大喇叭，喇叭里循环播放着疫情防控各类通知，走到村民聚集处，他还不忘喊上一嗓子：“老叔老姨!来看看这上级的通知!疫情严重，把口罩都带起来!快回家待着，别再出来串门扎堆了!”在显眼处的墙上刷上几刷子浆糊，贴上疫情防控的紧急通知和疫情防疫科普知识。

“同志，你好!请出示身份证，配合我们进行登记检查。”“为了您和家人的健康，请尽量减少出行。”

从1月31日开始，他的“战场”又转移到青化镇孙家村收费站卡点，得知镇上同志要去收费站值守，他第一个报了名，“一测二问三登记”，趁着没有车辆的间隙，转身熟练操作起消毒器具对卡点周围进行喷洒消毒。

初春的寒风凛冽，每一天从早上8点到晚上7点，连续11个小时，他一向坚守在岗位上，协助警察做好登记、劝返工作，连续多天下来，脸上布满了口罩和眼镜的勒痕。每一天回到单位宿舍都已经是晚上了，他还不忘绕到单位库房，背起消毒器具对机关院子、宿舍楼道等公共区域消一遍毒。忙完了这些，他才松了口气结束一天的工作。

当问起\_\_是否需要换人轮岗，劝他歇一歇的时候，这位46岁的退伍老兵嘴上就是那一句话：“嗨!没什么!此刻疫情这么严重，为群众站好岗，这不就是党员和老兵应当做的事吗”

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找