# 银行营业部一季度工作总结(7篇)

来源：网络 作者：雨后彩虹 更新时间：2024-06-30

*总结是对过去一定时期的工作、学习或思想情况进行回顾、分析，并做出客观评价的书面材料，它可使零星的、肤浅的、表面的感性认知上升到全面的、系统的、本质的理性认识上来，让我们一起认真地写一份总结吧。优秀的总结都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下...*

总结是对过去一定时期的工作、学习或思想情况进行回顾、分析，并做出客观评价的书面材料，它可使零星的、肤浅的、表面的感性认知上升到全面的、系统的、本质的理性认识上来，让我们一起认真地写一份总结吧。优秀的总结都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是我给大家整理的总结范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

**银行营业部一季度工作总结篇一**

2024年零售团队认真贯彻落实总行、支行下达的各项方针政策，紧紧围绕全行发展战略目标，并以支行下达的各项任务指标为指引，有序的开展各项工作，现将工作汇报如下 ：

今年零售团队大部分人员下沉到网点，想要完成好各项指标任务，对我们来说，是新的挑战，新的压力，新的成长，要人少出佳绩，必须要有新的工作要求和管理制度来作支撑，使队员们能更团结、高效、严谨有序的开展各项工作。一是总结和思考上年零售团队工作中存在的显著问题和不足，制定新的零售团队工作管理办法，严明工作纪律，强调工作要求，特别是工作时效性要求，做事不推诿，不讲条件，工作不散漫，营销要到位，服务要做好等等；二是严格执行周会制度，工作日志制度，工作要有计划，每天工作安排要合理高效，将各项指标任务落实到每一天推进完成，增加业务工作紧迫感；三是制定零售全年学习计划，提升团队整体业务水平；四是建立详细的按揭客户台帐，将按揭客户作为综合营销客户群体，从中培养更多的信用卡、手机银行、pos机、理财、对公、个人有效户客户；五是建立理财客户台帐，查找出每一个客户的理财到期日，到期前与客户联系，及时推荐我行最新的理财信息，确保理财购买的连续性。 (二)抢抓揽存好时机，配合网点做好储蓄综合营销工作 一是以“春天行动”为契机，大力开展储蓄宣传营销活动。针对不同的网点客户群和地域特征，适时配合网点出谋划策，拿出一系列春天揽存主题营销活动方案供各网点参考，并配合开展活动的网点一起实施；二是全力配合社区银行开业，做好开业前相关的宣传准备，及开业期间的营销服务工作；三是配合支行做好3.15金融消费者日宣传及营销活动，抢抓揽存好时节，加强宣传营销，提高我行品牌影响力，力促支行稳存增存的总目标。

一是将前期因政策原因未放款导致客户资料过期的客户，迅速重新收集资料，重新上报审批；二是因额度计划制，将按揭客户分类，根据客户的轻重缓急程度，客户质量，客户贷款金额，把握放款节奏，额度口子一开就能马上组织对应金额的客户放款；三是在业务各部门的全力配合下，加班加点，抢抓了3月末的个贷批量集中投放，为完成个贷任务做紧要冲刺，截止3月底，零售团队累计发放个人贷款\*\*\*\*万，其中个人住房按揭\*\*\*笔，金额\*\*\*万元，商业用房按揭\*\*笔，金额\*\*\*万元\*\*完成年度个贷任务；四是加强新楼盘的营销储备，收集2024年上半年预计开盘的楼盘信息，前后走访了庭瑞u me、西湖林语、海联城市时代广场、金色港湾mini空间，目前正在跟进mini空间的营销方案，为后期个人按揭做储备。

一是根据总行信用卡营销导向，提高过件率，组织机关及网点人员，于交通银行、湖北银行、汉口银行、建设银行等金融机构互办卡\*\*\*张，另对按揭客户跟进营销信用卡营销\*\*\*张，油菜花节设点营销\*\*张、去财政学校、平安保险、开发区环卫、东本、社区居委会等单位上门营销优质客户，手工统计进件\*\*\*张；二是存量客户营销pos机一台，已激活使用；三是新营销理财客户2户，金额77万元。

一是每月头将本月将要到期或有分期还款计划的客户明细给客户经理，督促其提前做好催收工作，确保每笔贷款的按期收回；二是做好非应计的收回，本期通过走访客户所购房产和小区物业，辗转联系借款人亲属等方式，终于收回了一笔非应计贷款，金额7000多元；三是做好前期有忘记过还款的客户记录，每月扣划提前通过短信或电话提醒客户按期存款到还款帐户，必须新的逾期产生。

目前零售团队所投放的个人贷款主要为个人住房按揭贷款，捷贷通、优易贷、装修贷、个人工商户贷等品种虽然也有做，但做得较少，占总贷款金额的比重也较少，特别是新客户营销较少，客户储备不足，如不积极营销拓展新客户新楼盘，后期将存在座山吃空，存量客户较少，新客户跟不上的问题。

二是新存款客户营销较乏力，除新拓展了几个亲朋好友的存款户外，外出拓展的新客户较少；三是个人经营性贷款客户较少，资金流较大或能回款较多的客户不多；四是对现有贷款客户，包括按揭客户的存款挖掘培养不够。

从一季度来看，目前客户拓展、理财、企业网银等指标营销还停滞不前，特别是客户拓展指标，营销范围在思想上就较局限，认为客户拓展应主要依托于网点客户群体的提升和深度挖掘引户，未从按揭客户中努力的积极的去营销和发掘有潜力的有效客户，也没有想办法从外面拓展营销新的客户回来，包括理财和企业网银，从某种程度来讲，零售团队全员的营销激情还未被完全点燃，营销方向和思路还过于保守，需要更多的创新，全员的营销职能还需进一步被激发。

一是加大外出商业写字楼、附近商业街道、商贸市场的扫街营销，拓展个人经营类贷款客户群，从而带动客户存款、客户拓展指标、pos机、企业网银等任务指标的实现；二是加大与开发商及装修公司的合作营销，加快个人消费贷的客户群营销；三是及时掌握辖区内各楼盘开盘情况，积极做好我行的按揭准入营销。

一是加强按揭客户的回头看，将按揭客户的台帐建立完全，并分到人，一一电话或上门营销，并按日进行反馈每天的营销目标，按周推进成效和总结经验，主要营销信用卡业务、个人手机电子业务等；二是在按揭客户中发掘新对公客户或个人经营类客户，带动我行的对公有效户新增和企业网银指标；三是存量理财客户的深入营销，做好台帐，定期推送我行新的理财信息，加强联络，力争将客户放在他行的存款或理财转至我行。

坚持工作日志制度，每天上午9点前工作安排到人，下班前工作完成情况及时反馈，并坚持周工作会议中的业务学习和各项任务指标的推进，提高全员的工作效率和紧迫感。另将客户经理各项指标的完成情况及时统计，按月上墙，按周点评，发现做得好的事项和存在不足的问题，及时在会上提出，采取零售团队内部有奖有罚的营销管理模式，激发全员的营销激情，加快各项指标的顺利推进。

**银行营业部一季度工作总结篇二**

2024年零售业务一季度工作总结

2024年零售团队认真贯彻落实总行、支行下达的各项方针政策，紧紧围绕全行发展战略目标，并以支行下达的各项任务指标为指引，有序的开展各项工作，现将工作汇报如下 ：

今年零售团队大部分人员下沉到网点，想要完成好各项指标任务，对我们来说，是新的挑战，新的压力，新的成长，要人少出佳绩，必须要有新的工作要求和管理制度来作支撑，使队员们能更团结、高效、严谨有序的开展各项工作。一是总结和思考上年零售团队工作中存在的显着问题和不足，制定新的零售团队工作管理办法，严明工作纪律，强调工作要求，特别是工作时效性要求，做事不推诿，不讲条件，工作不散漫，营销要到位，服务要做好等等；二是严格执行周会制度，工作日志制度，工作要有计划，每天工作安排要合理高效，将各项指标任务落实到每一天推进完成，增加业务工作紧迫感；三是制定零售全年学习计划，提升团队整体业务水平；四是建立详细的按揭客户台帐，将按揭客户作为综合营销客户群体，从中培养更多的信用卡、手机银行、pos机、理财、对公、个人有效户客户；五是建立理财客户台帐，查找出每一个客户的理财到期日，到期前与客户联系，及时推荐我行最新的理财信息，确保理财购买的连续性。 (二)抢抓揽存好时机，配合网点做好储蓄综合营销工作

针对不同的网点客户群和地域特征，适时配合网点出谋划策，拿出一系列春天揽存主题营销活动方案供各网点参考，并配合开展活动的网点一起实施；二是全力配合社区银行开业，做好开业前相关的宣传准备，及开业期间的营销服务工作；三是配合支行做好金融消费者日宣传及营销活动，抢抓揽存好时节，加强宣传营销，提高我行品牌影响力，力促支行稳存增存的总目标。 （三）加快按揭的办理和投放，加强按揭楼盘储备营销

二是因额度计划制，将按揭客户分类，根据客户的轻重缓急程度，客户质量，客户贷款金额，把握放款节奏，额度口子一开就能马上组织对应金额的客户放款；三是在业务各部门的全力配合下，加班加点，抢抓了3月末的个贷批量集中投放，为完成个贷任务做紧要冲刺，截止3月底，零售团队累计发放个人贷款\*\*\*\*万，其中个人住房按揭\*\*\*笔，金额\*\*\*万元，商业用房按揭\*\*笔，金额\*\*\*万元\*\*完成年度个贷任务；四是加强新楼盘的营销储备，收集2024年上半年预计开盘的楼盘信息，前后走访了庭瑞u me、西湖林语、海联城市时代广场、金色港湾mini空间，目前正在跟进mini空间的营销方案，为后期个人按揭做储备。 （四）积极营销，加快中间业务指标的推进。一是根据总行信用卡营销导向，提高过件率，组织机关及网点人员，于交通银行、湖北银行、汉口银行、建设银行等金融机构互办卡\*\*\*张，另对按揭客户跟进营销信用卡营销\*\*\*张，油菜花节设点营销\*\*张、去财政学校、平安保险、开发区环卫、东本、社区居委会等单位上门营销优质客户，手工统计进件\*\*\*张；二是存量客户营销pos机一台，已激活使用；三是新营销理财客户2户，金额77万元。

一是每月头将本月将要到期或有分期还款计划的客户明细给客户经理，督促其提前做好催收工作，确保每笔贷款的按期收回；二是做好非应计的收回，本期通过走访客户所购房产和小区物业，辗转联系借款人亲属等方式，终于收回了一笔非应计贷款，金额7000多元；三是做好前期有忘记过还款的客户记录，每月扣划提前通过短信或电话提醒客户按期存款到还款帐户，必须新的逾期产生。

目前零售团队所投放的个人贷款主要为个人住房按揭贷款，捷贷通、优易贷、装修贷、个人工商户贷等品种虽然也有做，但做得较少，占总贷款金额的比重也较少，特别是新客户营销较少，客户储备不足，如不积极营销拓展新客户新楼盘，后期将存在座山吃空，存量客户较少，新客户跟不上的问题。

一是今年零售客户经理下沉，原存款管户随之到原网点，导致系统存款数据倒挂严重；二是新存款客户营销较乏力，除新拓展了几个亲朋好友的存款户外，外出拓展的新客户较少；三是个人经营性贷款客户较少，资金流较大或能回款较多的客户不多；四是对现有贷款客户，包括按揭客户的存款挖掘培养不够。

从一季度来看，目前客户拓展、理财、企业网银等指标营销还停滞不前，特别是客户拓展指标，营销范围在思想上就较局限，认为客户拓展应主要依托于网点客户群体的提升和深度挖掘引户，未从按揭客户中努力的积极的去营销和发掘有潜力的有效客户，也没有想办法从外面拓展营销新的客户回来，包括理财和企业网银，从某种程度来讲，零售团队全员的营销激情还未被完全点燃，营销方向和思路还过于保守，需要更多的创新，全员的营销职能还需进一步被激发。

二是加大与开发商及装修公司的合作营销，加快个人消费贷的客户群营销；三是及时掌握辖区内各楼盘开盘情况，积极做好我行的按揭准入营销。

二是在按揭客户中发掘新对公客户或个人经营类客户，带动我行的对公有效户新增和企业网银指标；三是存量理财客户的深入营销，做好台帐，定期推送我行新的理财信息，加强联络，力争将客户放在他行的存款或理财转至我行。

坚持工作日志制度，每天上午9点前工作安排到人，下班前工作完成情况及时反馈，并坚持周工作会议中的业务学习和各项任务指标的推进，提高全员的工作效率和紧迫感。另将客户经理各项指标的完成情况及时统计，按月上墙，按周点评，发现做得好的事项和存在不足的问题，及时在会上提出，采取零售团队内部有奖有罚的营销管理模式，激发全员的营销激情，加快各项指标的顺利推进。

**银行营业部一季度工作总结篇三**

平高电气市场部

市场部第一季度工作总结

一季度，平高集团市场部人员机构调整完毕，各个管理科室工作逐渐步入正轨，并根据市场管理情况有针对性地进行策略思考和规划，同时，在市场营销活动中，与营销中心各部门互相配合较好地完成了一季度各项工作任务。主要工作内容如下： 一、市场部一季度工作内容回顾： 1、市场调研方面：

完成了互感器产品及复合绝缘子调研分析报告。分别对互感器产品及复合绝缘子的电力投资环境、市场需求、市场竞争、生产现状、市场进入情况及市场营销能力进行了分析。

互感器方面：根据近几年互感器市场的情况来看，每年约需独立式电流互感器产品35000只以上；gis用电流互感器线圈120000只以上。

12000035000互感器需求独立式互感器gis互感器线圈

据2024年相关数据统计，国内从事互感器设备生产的企业共有平高电气市场部

1200多家左右，其中生产126kv(66kv)及以上高电压互感器的公司只占到5%-10%左右，有90%以上的企业主要从事中低压互感器设备的生产。

平高互感器公司已经能够生产110kv-500kv sf6电流互感器和110kv-220kv 干式电流互感器，对于500kv干式电流互感器生产比较困难，公司并不具备油浸式电流互感器的生产制造能力。

对于gis配套用产品可生产35kv-1000 kv 电流互感器线圈、66 kv-220kv电压互感器。平高的互感器产业由于起步较晚，与国内发展多年的互感器制造公司相比处于劣势，市场进入程度不高。

为促进gis配套用电压互感器产品的发展，在产能充足的情况下，开展电压互感器的外销工作，针对其他gis生产厂家有选择的进行市场公关，参与其产品长期配套业务。

复合绝缘子方面：根据近年来绝缘子市场发展趋势及“十二五”发展规划，2024年市场需求总量预测如下：

110kv空心绝缘子需求量（万支）350300250200310需求量150100500186空心复合绝缘子支柱复合绝缘子线路复合绝缘子 平高电气市场部

目前市场上主要复合绝缘子产品按形式分主要有5种：复合套管、线路复合绝缘子、支柱复合绝缘子、空心复合绝缘子和线路针式复合绝缘子，但平高生产的复合绝缘子主要是40.5-1100 kv空心复合绝缘子和10-363kv支柱复合绝缘子种类还不够齐全，目前平高从事复合绝缘子生产的人员不足20人，现有生产设备4台，在人员设备正常运行的情况下，绝缘子年产量将近9000支，产值1500万，无法满足集团公司和外部市场的需求，销售工作非常被动。这种状况将会使销售工作处于非常不利的局面，严重和影响通用公司未来的发展。

（1）、完成了营销中心宣传管理规定。

（2）、完成了公司介绍光盘、公司介绍样本及公司介绍电子版。 （3）、着手编制了全套电子版宣传材料。 3、管理方面：

（1）、完成了一季度各月份市场快报、产品统计报表。

（2）、完成了1-3月份营销工作总结、一季度营销总结（装备公司）及装备公司调研内容。其中一季度，营销各部门共完成新签合同3.4亿元，资金回收5.12亿元，产品发运3亿元，为全面完成新的一年销售各项指标打下了良好的基础。 （3）、编制完成了营销中心规章制度。

（4）、编制完成了西开、泰开、沈高竞争对手介绍档案，整理装备平高电气市场部

公司上报材料。

（5）、编制完成了安徽、江苏、福建、上海、浙江、黑龙江、吉林、辽宁电力公司客户资料。

（6）、完成了人员的招聘筹备工作。 二、一季度工作中存在的问题：

三、二季度主要的构建工作如下：

重点完成平高集团企业宣传方案、宣传画册和宣传视频的制作工作。

由于市场部处于刚刚起步阶段，很多工作还处于探索、推敲及试平高电气市场部

行阶段。相信通过大家的不懈努力，市场部的工作会尽快步入正轨，日趋完善。

平高集团市场部 2024年4月20日

**银行营业部一季度工作总结篇四**

中国农业银行湖南省分行营业部

2024年一季度工作总结

2024年一季度，我部认真领会和贯彻省分行年初工作会议精神，紧紧围绕率先建设长沙地区最好银行的企业愿景和营业部三年发展规划总体目标，按照‚以业务提速为主线，以经营转型为重点，以机制创新为手段，以基础建设为关键‛的总体工作思路，业务提速与发展提质并重，经营转型与基础管理并举，充分理顺营销新体系，释放经营活力；有效传导考核新机制，推动价值创造；全面打造行为新规范，力促风气转变，上下齐心推动‚春天行动‛全面发力，实现2024年业务经营开门红，为全年工作措施的有效实施，为年度工作目标的顺利实现奠定坚实基础。

季末，人民币各项存款余额399.3亿元，较年初净增50.4亿元，同比多增36.1亿元，完成省分行一季度目标计划的154.2％。其中，储蓄存款余额218.8亿元，较年初净增20亿元，同比多增2.3亿元，完成省分行一季度目标计划的87％；对公存款余额180.49亿元，较年初净增30.4亿元，同比多增33.8亿元，完成省分行一季度目标计划的313.6％；外币存款（含同业）余额 万美元，比年初净增 万美元，完成省分行目标计划的 ％。

季末，人民币各项贷款余额348.84亿元，较年初净增28.38亿元，其中法人贷款累放 亿元，其中aa级以上法人贷款累放xx亿元，占 1 季度累放额的xx％，个人贷款净增5.38亿元，占贷款季度贷款净增额的18.96%。

实收利息 亿元，同比增加 亿元，贷款到期收回率达 %，比上年末提高 个百分点。

季末，全行中间业务收入9312万元，完成省分行季度目标的84.96％，同比增加4403万元。其中，信用卡及收单业务收入 万元，电子银行业务收入 万元，国际业务收入 万元，代理各类保险收入 万元，结算手续费收入 万元。

特别是三一重工‚内保外贷‛实现 万元，中联重科中期票据 万元。

一季度实现各项收入 亿元，各项支出 亿元，实现拨备后利润 亿元，完成省分行目标计划的 ％。

截至一季度末，营业部实现拨备后利润21,683万元，较同期增加4,391万元,增幅25.4%；

为全力贯彻上级行关于深入开展‚基础管理提升年‛活动指示精神，紧密联系营业部基础管理中的重要薄弱环节，新一届党委郑重提出在全行大力实施以客户建设、网点转型、会计/信贷基础管理和人才队伍建设为内容的‚四大基础工程‛，并将其列为本届党委的头等大事，制定多项实施办法强力推进，力争用2-3年的时间，全力推动营业部客户结构不断优化和群体有效壮大、网点营销主战场地位的极大提升、会计/信贷操作风险有效管控和适应跨越发展需要的人力资源充分供给等目标，切实推动营业部实现内涵式加速度发展。

一季度，正值元旦、春节及‚两会‛召开，面对信访维稳与舆情控制压力骤然抬升，各项工作任务压头，综合改革深入推进的严峻形势，营业部毫不松懈地抓好稳定工作，一方面强化对特殊群体员工的人文关怀，竭尽所能改善待遇条件，另一方面强化信访维稳属地管理责任，构建主要领导亲自抓、分管领导具体抓、班子成员分工负责的信访维稳工作格局，确保全辖未发生重大上访、群访事件，无重大负面新闻及‚两会‛期间平稳过渡。全行积极向上、和谐稳定的发展环境得到有效维护。

后台集中工作有序推进，监控中心、现金中心、远程授权中心各项筹备工作已全部按计划启动。至一季度末，部分员工已进驻通宝大厦办公，并按计划顺利实现监控中心试点；中心机房搬迁方案经全体技术员多次研究讨论、反复修改、调整优化，已形成了较为全面、较为成熟、较为系统的最终版本，并已进入紧锣密鼓的前期演练，为中心机房的顺利搬迁奠定坚实基础。

大力开展‚文化深植年‛各项活动，在加强核心文化理念和企业愿景宣导同时，结合我部工作实际，一方面通过各种内部新闻载体，广泛宣讲改革核心思想、新型机制办法等内容，大力促成改革理念广为接受，企业愿景深入人心的良好局面；另一方面，通过高规格承办省行客户答谢会，举办本部新春团拜会和有益文娱活动等方式，展示全新企业形象，丰富员工业余生活，极大增强员工自豪感和自信心，并极大提升团队凝聚力，切实营造出勤奋工作，快乐生活的工作氛围。

3 新一届党委班子高度重视工作作风建设，通过一系列行之有效的机制办法，以身作则大力推动从严治行，亲身示范强力推动精细管理、身先士卒倾力推动务实经营，‚营销在一线，调研在基层、办公在大堂‛，极大鼓舞全行士气，有效提振员工精神。

经过工作磨合和全新干部管理机制的推行，新一届党委班子对领导干部‚高标准、严要求、求实效‛的工作要求已得到包括中层骨干在内的全行上下基本认同，各级领导干部对党委战略意图的领会、思路理念的共识和政策措施的拥护已成为一种自觉行动，工作布臵重传导到位，工作过程有情况反馈，中层干部带头依法合规、落实经营转型、注重工作督办、践行服务基层的理念得到初步贯彻，干部执行力水平跃上一个全新台阶。

（1）加快理顺对公营销体系。在有效澄清各支行、大客户部各项业务指标底数基础上，严格确定各营销单位营销的客户范围，严肃营销纪律，有效落实存量客户管户经理、管户责任和激励政策，切实理顺分层经营营销体系，有效推动名单管理和团队运作等机制。（2）大力推动对公客户拓户工作。根据我部计划要求，4月底前各营销单位必须全部建立目标客户名单，为此我部在继续扩大对世界500强企业地区总部、中央级和省级企业本部、省市国资委下属企业本部、省级以上优质房地产开发企业等大行业、大系统、大机构客户等源头性、系统性客户及重点项目、重点单位进行营销的同时，通过地方政府、工商、税务等多种渠道，收集整理了长沙市小巨人、

4 三百之星企业名单、长沙市工业百户重点企业、2024年度长沙市工业经济工作先进单位、长沙市2024年‚两帮两促‛活动136家企业和100个重点项目以及福建商会、浙江商会名录等企业信息，并要求各支行因地制宜，选取辖内纳税或销售额前50强等重点企业，作为各支行发展的目标客户范围，有针对性地开展客户拓展工作。（3）完善各项营销机制，有效开展对公产品推广竞赛。制定了客户基础建设、客户经理管理和绩效考核、对公营销突出贡献奖励等一系列对公业务管理办法、并组织实施对公客户基础建设项目；制定并实施实施代理保险、第三方存管、国际业务等多项对公产品推广竞赛活动方案。

（1）落实全辖规模存量纯负债客户营销方案，有效拓展大型目标对公存款客户。一季度，系统性、源头性新老对公存款客户，如省财政厅、中南传媒等，对我部对公存款实现历史性突破贡献巨大，至3月末，仅上述两客户就分别贡献时点存款余额 亿和5亿元。（2）大力开展对公产品综合营销，带动催款持续增长。我部通过强化现金管理平台、本利丰、双利丰、企业网上银行、代发工资、公务卡代理国库集中支付、水电费代收等产品的综合营销，为客户提供全方位、多元化服务，有效锁定集团性、系统性客户并带动上下游公司的存款增长；（3）全面推动同业存款营销。在继续重点营销湘财、方正、财富等3家本地券商和金信、德盛、方正、大有等4家期货公司的基础上，大力营销其他非银行类同业存款资金，并积极组织中国银行、农发行、信用社等本地银行类同业存款资金。

（1）以提高综合回报率为目标，妥善安排信贷计划。在银根紧缩的大背景下，准确把握上级行政策导向，及时传达和贯彻执行省

5 分行‚保重点、调结构、严监控‛的信贷计划政策，将有限的信贷规模资源投向定价水平高、风险低、经济资本回报高的优质客户和项目上。每日监控全辖的贷款收回和投放情况，一季度，我部落实实体贷款规模xx亿元，确保了‚三一重工‛、‚中建五局‛等优质客户的贷款需求，月度、季度规模严格做到规模不超额、不节余，同时有效改善信贷结构和综合回报收益。（2）明确战略性客户名单，实施倾斜性营销方案。根据现有资产客户情况，筛选出对我部对公业务贡献较大、发展空间较大的战略性客户，从客户经理管理、信贷资源配臵等方面，加强营销管理，优先计划安排。目前已明确的战略性客户包括xx在内，共计xx户。（3）努力改善行业和客户结构，做好新客户（增量）调查授信工作。重点对长沙银行综合授信20亿元、对恒盛集团综合授信6000万元、浏阳河酒业特别授信1.2亿元、芙蓉国集团增量授信1亿元、新奥燃气综合授信1亿元、未名生物综合授信1亿元、湘锰电表综合授信2024万元、辣妹子固定资产项目贷款3000万元以及先导区土地储备项目3.8亿元等。（4）创新中小企业服务方式和服务产品。针对湖南钢材大市场、三湘机电市场及南湖大市场客户的融资需求，推出‚厂商银‛、‚多户联保‛‚工程机械设备按揭贷款‛等同业同质类中小企业融资产品，抢占市场客户，提高市场份额。同时提高中小企业贷款审批效率，完善财产抵押制度和贷款抵押物认定办法，采取动产、应收账款、仓单、股权和知识产权质押等多种抵押担保方式，缓解中小企业贷款抵质押不足的矛盾，建立和完善中小企业金融服务体系，提高同业竞争力。

（1）持续稳定传统财务顾问费收入来源。通过对已实现投放和新增贷投放信贷客户的着重营销，有效实现新财务顾问费收入来源的不断扩

6 大，并通过调整原贷款结构，提高综合回报率。（2）切实加强重点客户维护，增加综合收入来源。通过重点营销，跟踪维护，一季度，我部实现长沙县财政代理手续费收入600万元，三一重工、长浏高速、中联重科等重点单位财务顾问服务收入2024万元；同时通过对中联重科和三一重工两个超大客户的重点维护，深度营销，分别实现国际业务收入xx万元和xx万元，占全辖对公国际业务收入的xx%。另外，还开展了年结算量1000万美元以上客户联合营销工作，有效拓展了浏阳花炮、创元铝业、盛荣化工、瑞祥新材料等重要客户，实现国际结算量达1000万美元以上客户xx家，其创造的国际结算总量达xx万美元，约占全辖累计完成量的xx％。（3）着力强化重点产品营销，提升整体收益水平。一季度，我部着重加强产品综合营销在中间业务收入实现上的作用。以第三方存管业务为切入点，突出本地券商营销，做大规模，全面提升合作效益；重点拓展银期转帐、银商通新业务，积极营销本地期货公司保证金到我行开户，并充分利用期货公司力量，扩大银期转帐签约客户数。同时，继续深化与宁乡御邦生猪交易中心，湖南九丰交易中心银商通系统合作；并正积极与总行沟通，争取长沙南方农产品交易中心银商通早日上线；对全行重点客户、‚三农‛客户，逐支行逐客户上门营销，落实目标任务；继续加强保险代理营销，努力提高财产险代理业绩，增强保险代理网点经营创利能力；加大重点外汇业务产品推介宣传工作，促动支行有效营销。

（1）第一时间进行‚春天行动‛全行动员，抢抓工作先机。经过精心筹备，在2024年12月26日省分行‚春天行动‛动员大会结束当晚，立即

7 组织营业部动员会议，以最快的速度进行深入发动，落实方案、制定措施、全面部署。（2）多层次组织高端客户活动，为全面营销进行预热。继营业部高质量承办省分行2024年高端客户答谢会后，营业部各支行也利用春节前后黄金时机，纷纷举办辖内高端客户答谢会，并由营业部统一精心准备答谢礼品，充分融洽银客关系，为一季度综合营销奠定客户基础。（3）开展多项专题营销活动，不断掀起营销热潮。一季度，营业部在全辖统一组织了‚农行送福到万家‛宣传营销活动并分阶段筹备了丰厚礼品。春节前，集中开展送‚福字‛、送‚春联‛的营销造势；春节后，大力实施‚存款有礼‛营销活动；各支行、各网点还根据自身特点，大力开展营销‚进市场、进社区、进学校、进机关‛等四进活动，掀起一波又一波营销高潮。

（1）如期完成网点布局规划，有力指明网点建设发展重点。截至3月6日，已经完成了城区网点的分析与筛选、选址与勘察、评估与建议及最终的成果报告。计划三年内通过新增、迁址、升级，使长沙城区网点总额达到89个，并根据需要新增离行式自助银行，有效实现科学规划和前瞻布局。（2）加强网点建设流程管理，大力推动在建项目施工进度。针对网点建设流程繁琐的特点，我部专题研究网点建设项目从选址勘察到建设完工、项目后评价等工作的流程分工，将网点建设的30个流程落实到具体时间，落实到个人，切实提高网点建设工作效率。截止3月末，全行新建完工网点xx个，新报审批网点xx个，网点建设进度不断加快。（3）创新分类分级管理模式，强力推动网点单产提升。我部制订了《营业网点分类分级管理实施办法（试行）》，根据功能定位、赢利水平和贡献度，将网点统一划分为4类，根据存款增量、客户结构、销售能力、收入水平等，每个类别又分为3级，实施‚分类指导、分级推进‛，

8 并通过切块资源竞争性配臵，激励和调动网点员工的工作的积极性和主动性，推动网点你追我赶，创先争优，藉此全面提高网点创效水平。（4）强力推动网点转型，夯实零售业务发展基础。根据当前网点转型的现状，营业部已将网点转型纳入今年乃至今后三年发展的重中之重，并将网点转型作为‚四大基础工程‛之一，制定相应办法，提出明确目标，着力提速硬件改造升级，狠抓网点服务能力和服务水平大力提升。为确保网点转型各项工作落到实处，发布网点转型建设基础工程一号指令，从落实网点人员编制、客户经理配备、持证理财人员到位、标杆网点建设、贵宾客户分层维护责任落实等方面推动全辖网点转型加速进行。

（1）在运作方式上要严格落实分层经营，实行专业团队运作。着重完善以财富中心、支行理财中心、精品网点贵宾理财室‚三位一体‛的贵宾客户分层维护体系，加强中高端客户的维护管理：营业部以财富中心为平台，营销维护白金卡以上客户；支行建立本行金卡（含）以上客户名单制管理，并按‚一对一‛、‚1+n‛模式配备专职个人客户经理、理财顾问和专家团队；对所有储蓄存款余额10万元以上的客户指派客户经理，落实管户目标责任，并明确客户经理包客户关系维护、包零售产品营销、包客户等级提升的‚三包‛责任，全面提升个人中高端客户的管户水平。（2）在客户维护上有效分解营销责任。从支行行长、前台部门总经理，到支行副行长、前台部门副总经理，直到客户经理，均明确了相应层级的客户维护目标和职责。（3）在营销策略上灵活高效。对个人高端客户以加强关系维护、定期走访、产品渗透、资讯服务、关怀答谢等多种方式开展营销。（4）在机制建设上，要专项配臵资源、严格考核兑现。3月末，我部10万元以上优质客户净增3372户，完成省分行春天行动任务的98%，在全省

9 排名第三。特别是500万元以上客户净增7户，列全省第一，中高端客户维护和拓展工作初见成效，客户认可度逐步提升。

（1）顺应宏观环境，促进个贷业务转型。一季度，适应国家宏观紧缩趋势，我部及时调整思路，大力营销收益较高的个人生产经营和个人消费类贷款，增强对利率、理财顾问费的议价能力，促进个贷业务从数量的扩张向质量的提升转变。（2）不断理顺业务流程，切实提高工作效率。充分发挥个贷集中经营对基层行营销的服务、保障作用，每个环节均严守操作流程和时限，每笔业务均完成所有环节；同时积极响应支行工作要求，联动营销、上门服务，以高效标准的服务促进个贷业务又好又快发展，一季度实现新增个贷xx亿元。（3）逐户建账、定期催收，切实做好贷后管理，严密防范风险。

有效利用网点展示台柜、宣传折页、led显示屏、高档楼宇广告、网上银行、短信等方式，大力宣传我行各项零售中间业务，如理财、保险、黄金等，同时加强大堂经理、低柜柜员和个人客户经理的现场营销推广，构建全方位的营销攻势。二是对每项业务、每个产品，我部都在深入研究产品特性，准确把握产品的特点、卖点及风险点的基础上，通过深入网点现场宣讲、透过网络在线培训、召集会议集中学习等方式，将产品营销知识有效传导至网点一线，确保营销工作落到实处，切中要点。一季度我部个人中间业务收入实际入账923万元，其中实现个人结算业务收入805万元，个人理财顾问收入50万元，个人理财产品收入25万元，贵金属业务收入28万元，个人国际结算收入和住房公积金委贷收入共15万元。由于省分行未下划收入，因此代理基金收入暂未反映，这部分约25万元。三是创

10 新直销模式，开展主题营销，大力推动信用卡、电子银行产品营销。准确把握信用卡、电子银行业务适用人海战术的特点，向社会公开招聘了一批从事信用卡、电子银行的直销人员，组建了信用卡/电子银行直销中心，专业从事信用卡、电子银行产品营销工作。这一模式在一季度取得显著成效。至季末，各项信用卡、电子银行指标 ；同时重点抓好大型市场专题营销活动，向专业市场优质客户重点推介以转账电话为主体的电子银行产品组合，并开展扫门店等营销宣传活动，取得了明显的实效。仅3月2日雨花区支行在长沙高桥大市场家电百货城举办“‘e市场 赢轻松’电子银行产品走进专业市场” 大型营销活动中，就办理转账电话40台，为300多名客户办理了网上银行、短信通、手机银行等电子银行业务，发放宣传资料3000余份，赠送小礼品1000余份。

一季度营业部积极配合上级行组织的支持春耕备耕及抗旱工作、重点县域支行县域基本情况等调研工作，并针对调查结果制定营销计划，有效锁定营销目标。二是紧紧围绕客户建设基础工程和六项核心发展计划要求，拓展县域资产业务。加强对政府支持的农业产业化等企业营销，支持符合条件的房地产、医院、学校、电视、供水等县域基础设施和小城镇建设，扶持产权明晰、管理规范、信誉度高、市场前景好的县域小企业发展，紧握新型农村合作医疗和医药卫生体制改革、特别是国家加强县医院建设的历史机遇，择优发展县域机构业务。三是突出县域财政资金、代理业务的营销，大力提升对公负债市场份额。紧紧抓住省管县财政体制改革的机遇，利用新农合、新农保等项目，巩固代理各级财政国库集中收付业务，加大对养老、医疗等社保基金类财政专户资金的营销竞标力度，推进部队、海关 11 等系统客户的业务合作和存款吸收，做大国税、地税税费资金代理和省、市、县三级财政非税收入收缴归集业务，加大国土资源部门、住房公积金、水利部门等事业单位大流量资金的营销代理力度。四是积极应对，创新和推广‚三农‛和县域特色产品，增强产品体系对六项计划的支撑能力。加强上下联动，深入研究特色金融需求和同业产品创新情况，大力研发区域性金融产品。当前正在重点研发县域贸易融资贷款、县域油茶林贷款，积极试点我行县域特色小企业联保贷款，加大对‚金益农‛品牌及项下‚三农‛和县域金融产品的宣传与推广力度，确立在县域金融市场的高端和领先形象，提高品牌的知名度和美誉度。五是强化全方位综合营销，提高价值创造能力。积极改变单一营销模式，通过对公与对私产品、传统业务与新兴业务、本币与外币相结合，资产、负债和中间业务相捆绑，大力推动实行交叉营销，同时针对不同的客户群，制定个性化的金融服务套餐，提供一揽子服务。

一是主推重点项目攻坚。年初，明确了水利水电、华夏市场、泰阳商城等6大委托资产清收处臵项目作为重点，并将重点清收任务落实到科室、到人，一季度已实现委托资产清收 xx万元，完成省分行一季度任务xx%；同时大力推动经阁铝业、亚华酒店、长元人造板厂和浏阳一中自营不良大户清收工作取得积极进展，力争通过加强外部协调、诉讼、外聘等方式取得清收实效，一季度已实现xx万元，力争年内实现突破。二是力促清收责任落实。通过明确管户责任人、清收计划、清收目标，有效分解年度清收计划，及时将资产处臵清收计划任务分配下达到支行和委托资产处臵经营部，并制定严格的考核办法和奖惩机制，压力与动力并举，强力推动清收工作务实推进。三是狠抓基础管理提质。在全面做好不良资产处臵基础工作同时，特别强调委托资产基础管理工 12 作的扎实开展。一季度根据总行制度要求，全面完成有清收价值资产的核查工作，同时全力做好尽职调查、估值核查、诉讼时效保全、物权资产清理、档案管理、财务管理等基础管理，并着重加强对清收人员的合规操作和廉洁从业教育，竭力防患操作风险和道德风险。

营业部新一届党委成立后，高度重视本部机关对全行作风提振与行为示范的作用。继新班子上任后出台加强本部员工作风建设‚十条规定‛后，2024年一季度，营业部全面认真梳理既有制度办法，借鉴系统、同业宝贵经验，出台了包括继续改善工作作风和强化劳动纪律、规范办公秩序、加强财产费用管理以及员工的关怀和素质提升等四大类十六项制度办法，既高度规范管理，又加强人性关怀，着力营造紧张活泼、和谐干事的工作氛围，着力塑造‚重心向下‛的机关作风。同时，为强化本部‚战斗指挥部‛的中心功能，引领全行工作方向，全力贯彻省分行年初工作会议精神和营业部全年工作思路和目标，按条线分部门下发了年度工作意见并制作年度任务分解表，指明工作内容，明确工作重点，全面增强全年工作计划性，营造指挥得力、调度得当的全行一盘棋工作氛围。

以经营计划为目标、以机构绩效考核为主体、以产品计价为补充、以竞赛活动为推手、以价值创造为核心、以经济资本为约束、以赛马机制为主要平台、以行长责任制考核为抓手、以准事业部制和平衡计分卡为工具，充分发掘各种考核手段的优势，构建条块结合的‚矩阵式‛绩效管理体系。主要变化有以下几点：一是在考核对象上作细分。根据各级行机构所承担的工作职责和工作内容，绩效考核体系按机构和人员两个大类，其中：将机构考核对象细分为一级支行、营业部准事业部制部门和平衡计分卡部门、二级支行四类特定主体；将 13 员工考核对象细分为助理以上干部、客户经理、其他员工三类。每一个主体均在全行统一的平台上考核，使得同一层面的考核主体在相同的标准、相同的规则下公平竞争、公开考核、公正评价。二是在考核模式上作选择。在细分考核主体的基础上，根据各主体的工作职责，针对每个主体设计出符合各主体自身实际的考核模式，制定相应的考核办法，以实现对主体的有效考核，确保考核引导意图的贯彻和落实。其中，在机构考核上，对一级支行实施‚三位一体‛，辅之以季度竞赛+计价的考核模式；对营业部直接营销类，对公板块以大客户部下设的多个直营团队以及零售板块下设的个贷中心、信用卡直销中心、财富中心等实行准事业部制考核模式；对营业部营销管理、业务管理类和支持保障类部门实行平衡计分卡考核模式；对二级支行实行综合绩效辅以产品计价的考核模式。在员工考核上，对助理以上干部实行业绩考核+履职评价的考核模式；对客户经理实行全方位的岗位绩效计划书考核模式；对其他员工的绩效以所在单位人均绩效来确定。三是在计价上作调整。在全面梳理上年度产品计价项目并结合上年末机制调研成果基础上，对33种产品实施计价，较往年发生较大调整，首次推行‚二次分配、一次申报‛的计价方式。即：营业部仍按各行营销数据全额配臵计价资源，但要求支行对不同工作岗位确定相应产品的营销基数，超基数部分才进行计价，超过部分由支行进行二次分配，全部计价工资分解到员工后集中向营业部申报，一次兑现到员工，既适当增加支行的调控余地，又进一步体现公平、公开，同时由原来管到支行延伸为管到员工个人，更便于更全面掌握产品计价资源的分布状况，有利于后续分析和资源配制办法的进一步优化。

坚持‚战略引导、价值激励、公开透明、适度调控‛的原则，继续实行全面预算下的业务费用‚报审制‛，采取‚基础+激励+战略+专项‛的模式配臵。 14 激励费用分别绩效考核、eva增量、中间业务收入、日均存款增量、日均贷款增量，实行万元含量挂钩配臵，预算8000多万元，占比36%。其中激励费用实行与万元含量挂钩配臵的模式，分别按存款、贷款、中间业务收入设臵创造经济增加值标准单位的万元含量，细化资源配臵，与经济资本管理全面对接，力求突出“五个特点”：与考评结果直接挂钩、预算积极、配臵时间前移、配臵系数和总量调控更加完善，费用均衡开支要求更严格，对业务经营的引导作用更明显。

一是切实强化信贷管理综合治理，夯实风险管控基础。大力实施信贷基础工程建设，围绕信贷工作的关键环节设臵控制性指标，从信贷基础、资产质量和信贷队伍建设等方面强化信贷操作风险防患，健全派驻风险经理管理，明确派驻风险经理职能定位，强化派驻风险经理在放款审查、问题整改和风险揭示、驻地行信用业务监督、指导和风险评价上的功能，落实定期会议沟通，有效提高业务效率、降低操作风险，切实提升驻地行全面风险管理层次；加强信贷调查规范管理，对常办业务信贷调查报告及业务申报资料要求进行统一规范，编写了《信贷调查报告及资料规范要求》，拟在四月份下发支行；完善客户评级管理，通过‚明确责任、举办培训、锁定范围、限时定质、辅导业务、督导进度、通报情况‛，多策并举，高效率、高质量完成非零售客户新体系2024年度评级工作；加强中介机构准入管理，高效完成了审计机构的推荐入围以及辖内各支行及大客户部对口审计机构的选定工作，为全面开展评级授信工作做好了充分的准备并根据上级行统一部署，同时完成资产评估机构资格入围的初审工作；加强信贷风险监控工作，强化在线监控、及时提示风险，确保数据报送及时、客户评级到位、风险管控有力；扎实开展各项检查和试点，组织开展全辖信贷业务自律监管、信贷合同自查和‚三

15 项工作‛试点工作，有效发现和化解信贷风险，推动信贷新制度的执行，并为‚三项工作‛在全国的全面铺开提供了宝贵经验。截止2024年3月31日，我部不良贷款余额 万元，比上年减少 万元，不良占比 ，比上年末下降 个百分点。现金收回（含收回再贷） 亿元。全辖到期贷款综合收回率达 %，现金收回率达 %，高于省行计划 个百分点；2024年新放贷款不良率控制在 %以内，潜在风险压降 万元，完成省行年度计划 %。二是创造性完善内控合规机制，狠抓重点治理。以岗位职责规范、目标管理清晰、责任连带追究为标准制定了《营业部管理人员内控合规履职责任连带追究管理办法》，意在彻底改变各层级管理人员对内控案防工作重视程度不高，积极性不够的问题，营造内控案防‚时时有人管、事事有人抓‛的过程管理、全员管理新局面；同时重点做好总行集中审计问题整改及督办、内控检查重点线索核实检查、全辖全面风险排查、团结路支行整体移位检查等工作，专项做好2024年反洗钱工作部署，健全了组织机构体系、明确了岗位职责，全面完成723万户客户风险等级分类；全面动员，有效组织，积极推动省分行《员工合规操作手册》培训学习活动的开展；完善基础工作，推动积分管理全面实施，有效传导积分管理工作要求，明确责任、强化措施，同时对因机构调整造成的员工与单位不对应的问题进行了集中清理，有效理顺积分管理全面推动的基础条件。

一季度，通过集中管理、强化考核，着手准备全行监管员统一上收工作，加速实现监管独立运作，强力提升监管履职水平；通过实施运营主管准入和委派制度，加强资格认证，积极探索运营主管有效管理途径，努力打造一支专业素质过硬的运营主管队伍；通过强化关键岗位考核，推动内外协调合作，全力提高普通账户对账率和网银对账占比，切实加强银企对账工作；通过上收单位开销户统一管理，从源头上防

16 范案件风险；通过强化会计预警核销管理，推动违规核销现象稳步减少，质量稳步提高；通过加强金库及出纳机具管理，严格按章操作，实施岗位制约，加强预案演练，大力提高员工突发事件处臵应变能力；通过加强与人民银行的资金调拨，做到勤匡算、频调度，有效降低资金备付、坚决杜绝清算差错，实现创效100多万元；通过完善凭证发放和调度，做好新旧版票据发放和回收，进一步加强凭证管理，确保了网点凭证需求，有效防范操作风险；通过周密部署，统一调度，高效完成机构改革后，城区支行及辖属网点行政隶属和资金清算关系在各业务系统中的同步调整，有效理顺经营管理关系；通过稳步推进后台中心建设，加速落实网点减负工程进度。营业部专门成立了运营后台中心建设领导小组，并按部门细分为工作进度，制成详细表格，并有效实施任务分解，明确相关部门及人员职责。监控中心、现金中心、远程授权中心筹备工作已全部按计划启动，至一季度末，工作人员已进驻通宝大厦办公，并按计划顺利实现监控中心试点，下一步监控中心推广工作、现金中心改造、运程授权中心建设等仍将持续推进，坚决确保进度如期推动。

一是严格落实安保责任，大力营造‚安全保卫，人人有责‛的工作氛围。从上至下层层签订安保、综治及消防安全责任书。二是狠抓安保教育工作，大力提升员工应急处臵能力。针对一季度重大节日、会议集中的特点，大力开展重点防护期安全教育，督促各单位坚持每月不少于1次安全教育和法规学习；集中组织一次营业间防尾随抢劫和一次应对异地集中守库防非法入侵应急处臵预案演练，有效地提高了员工处臵突发事件的应变能力。三是坚持日常检查与专项检查相结合，有效消除安全隐患。除督促支行、网点坚持例行检查外，同时还对3个金库、38个网点、15个离行式atm网点均进行了一次不定期全面检查，同时开展了金库、消防、自助设备、头寸押运跟车，110 17 报警及监控设备运行、非现场监控调阅等专项检查，并组织一次全辖消防大检查。四是组织刑事案件防范分析和保安服务评价，强化安保工作内外协作。及时组织全辖案防形势分析和保安服务评价会议，总结一季度案防形势和消防安全工作，重点评估保安公司一季度保安服务情况，认真剖析，查找隐患，提示风险、强化协调、化解矛盾、保障安全。

在部门绩效管理上，采用‚平衡计分卡‛与核心业务发展有机结合的模式；在员工考核上，以岗位职责为基础，采取绩效计划书管理模式；在干部管理上，以分管工作为主要内容，采取‚综合绩效＋履职评价‛模式，并配套制订领导干部问责机制，将干部业绩与薪酬待遇和岗位退出同时挂钩；在网点绩效管理上，组织专人指导，有效实现省分行网点员工绩效管理办法落地实施，力争做到科学衡量岗位产出、合理分配岗位薪酬、大力提高员工责任、服务意识，有效增强干部进取履职内在动力。二是根据上级行安排，结合营业部实际，认真做好薪酬体系改革各项准备工作。通过向书本、向同业、向上级学习，正确把握改革精神；通过广泛收集数据，借助科学模型，反复测算薪酬改革有关数据；通过组织对员工学历、职称、工龄等直接影响员工薪酬的基本信息严格核准及员工本人确认，准确核算员工工资收入；通过制订落地预案，充分考虑营业部实际和诸多历史因素，确保在合理拉开员工收入差距的同时，为薪酬落地的稳妥实施提供保障。

年初以来，营业部在广泛学习、科学调研的基础上，制定了一系列关于经营转型、绩效考核、本部管理、干部约束、员工塑造、教育培训等适应改革发展需要的 18 新型机制，为了使营业部相关政策迅速、全面传达到全行员工，我部通过多方途径加强营业部一系列办法的传导。一是加强会议传导。一季度以来，营业部通过包括行务会、行长会及年度工作会议等会议，重点传导2024年考核及资源配臵新机制、费用管理、领导干部履责、员工管理及网点绩效等内容，确保全员了解掌握各项机制办法的核心理念和主要内容。二是组织现场传导。专门组织财会运营部、人力资源部等多个部门，成立若干宣讲小组，自3月份以来，深入支行和网点一线，根据不同宣讲对象，有选择、有重点、有针对性地进行宣讲，并认真听取和收集基层意见和建议，提供个性化的机制指导力求机制有效传导既不走样又适应基层不同特点。三是编印政策解读。我部针对性的编写下发了《2024年度绩效考核办法解读》、《2024年费用资源配臵办法解读》、《2024年产品营销计价办法解读》、《二级支行（网点）2024年度绩效考核办法审查要点》等操作性文本，有利于基层行全面、准确地把握上级行政策，尽早推动业务发展。

因受制于改革延误、机制创新不足等原因，营业部长期以来未能形成适应市场需求、引导人心凝聚的先进文化理念。新一届党委高度重视新闻舆论在促进理念转变、推动文化深植方面的重要作用，以内部网站为阵地，以信息高速传导为手段，以文化深植和理念转型为目标，着力强化党委意志传达、行务信息发布、经验典型交流、热点专题解读，第一时间报道中心工作，以舆论引导开风气之先，以正面报道行激励之效。2024年末改革以来，从方方面面反馈的情况来看，我部上下欢迎改革、拥护改革、推动改革的氛围已愈见浓厚，投身市场、勇于开拓、奋勇争先的营销干劲已深入人心，营业部正在引来凝心聚力、阔步前行的最有利时期。

一是庄重承诺年内 19 为全行员工办好‚六件实事‛。年初工作会议，党委郑重宣布‚提高员工收入、加快员工培训中心和员工俱乐部建设、统一购买重大疾病或意外伤害保险和组织全员体检、建立员工重病医疗扶助基金、给予县以下乡镇网点经济补贴；改善员工办公环境和条件‛等六件实事，充分彰显‚改革服务群众，发展为了员工‛的人本经营理念，切实让员工分享营业部改革发展的果实。二是大力开展‚人才队伍建设‛基础工程。在认真分析现有人员结构和业务发展需求的基础上，以能力建设为中心，以开展多层次、多渠道、全覆盖的分级分类培训为抓手，以领导班子、后备干部、专职营销团队、专业人才队伍、岗位技术能手等‚五支队伍‛和‚十类人才‛的配备、培养、培训为主要内容，明确各层级单位人才队伍建设的具体工作目标、培养计划、培养方法、培养途径，明确阶段培训重点，逐步完善全行培训体系，并实施考核挂钩，从现在做起，全力培养适应加速发展需要的各类人才，提升员工整体从业技能和职业素质。

一是将从严治行、改进作风作为年度党风建设的基调和主题。今年年初，以党委一号文件下达“进一步从严治行的决定”，从推进高效执行、加强授权管理、理顺工作流程、规范财经纪律、落实信贷纪律、执行廉政纪律、加大责任追究等七个方面提出了从严要求；2月份，从率先垂范、自上而下引导全行干部员工端正态度，改进作风，务实工作，促进发展角度出发，再次下达营业部“党委班子成员改进工作作风十五条措施”，根据班子各成员的职责和分工，严格规定了班子成员在日常工作和具体事务上每周、每月、每季的例行工作，并提出严格落实、轻车简从、倾听意见、求真务实、解决问题、交流反馈等六个方面的工作要求。通过上述措施，倾力打造坚强领导班子，全力推动务实作风形成。二是强力改进本部机关工作方法与工作作风，推行联点督导工作机制。部领导牵头包片，各 20 业务部门主要负责人对口联点，成立11个联点督导工作小组，并用了整整七天时间深入支行网点一线，顺利开展了一季度联点督导工作，专题督导年初工作会议落实和春天行动各项任务进展，并协助支行实施机制落地、四大基础工程1号指令执行和对客户的直接营销，同时以专题督导回复，指导基层改进工作。通过联点督导，真正落实‚调查研究在一线，问题解决在一线，难点突破在一线‛的务实工作作风，推动问题的及时发现和解决，增进决策的科学与有效。三是改进党群工作，推动和谐干事工作氛围成形。建立完善‚党建带工建‛和‚党建带团建‛的工作机制，大力推进‚员工俱乐部‛建设，积极开展有益职工身心的各项活动，‚三八‛妇女节组织全体女工，包括离退休女工在内全体至张家界旅游踏青；利用元旦、春节假期，党委班子成员带头开展‚送温暖、促和谐‛活动，主动关心离退休、内退及困难干部职工，做好信访接待和维稳工作，建立定期联系制度，了解其思想动态，并细致、耐心的做好各项解释工作，努力争取老同志的理解和支持。大力营造全员和谐工作氛围，引领全行员工积极为营业部的改革发展建功立业。

一季度，在省分行党委的正确领导下，在营业部全体干部员工的奋力拼搏下，营业部各项工作取得了一定的成绩，经营效益、内部管理均打开一些新局面，其中最为宝贵的收获无疑是有效验证了新的组织机构和营销体系的对市场具有充分的适应性，同时，还通过改进作风深入一线，真正发现了工作中存在的不足，并理清了解决问题的思路，主要问题和不足在于：一是客户基础薄弱成为制约营业部当前发展速度与质量进一步提升的最关键因素；二是网点转型建设尽管取得一定成绩，但离真正作为营销主战场地位的要求还有较大距离；三是全员合规文化理念意识正在不断进步，但操作风险隐患仍时有发生，风险治理工作必须进一步加强；四是全新机制 21 和理念虽已全面普及，但要进一步加深全员的理解、接受、支持和自觉遵循还需要持续开展有效工作。

在巩固一季度经营成果的基础上，下阶段我部将紧紧围绕省行年初工作会议精神和我部主体工作思路和业务经营目标积极开展工作。

要继续强化对公业务分层经营、团队运作体系的有效整合，加快零售业务‚三位一体‛贵宾服务体系和网点转型各项工作的务实推进，坚决落实客户名单制管理和客户基础建设工程的贯彻执行，强力推进区域和县域两个市场的同时发力，全力加强系统性、源头性、高价值客户的综合营销，切实改善客户、业务、产品和收益结构，深化产品创新体系建设，推动可持续性跨越发展。

一季度我部综合改革和机制建设的成效已得到市场的初步检验，事实证明新的营销体系和机制办法具有较强的市场活力。根据一季度工作任务完成情况，我部将立刻组织各层面的阶段考核，落实各项机制办法的执行，及时兑现奖惩，开展履职沟通，有效激励先进，鞭策后进，推动全行争先创优、你追我赶良好氛围的持续升温。

要全面深化‚四大基础工程‛建设各项工作，加速网点转型和客户基础建设，特别是大力实施会计/信贷操作风险的齐抓共管与内控案防长效机制完善，加快出台《管理人员内控合规履职责任连带追究管理办法》，稳步推动‚三大集中‛建设，顺利实施中心机房搬迁和全行骨干网络mstp的升级改造，切实加强‚四支队伍‛建设、‚十类人才‛培养和打造‚五支专职营销团队‛，实施人才强行。

22

23

**银行营业部一季度工作总结篇五**

2024年技术部1季度工作总结

技术部2024年1季度主要做了以下几方面工作：

除计件工资数据同步出现问题并及时解决外，其它正常。

技术部2024.3.27

**银行营业部一季度工作总结篇六**

2024年一季度法务部工作总结

2024年一季度法务部紧紧围绕公司制订的年度目标和任务，认真贯彻“11578”总体工作思路，积极有效的开展法务工作，在“用心谋事，用心想事，用心干事”上下功夫，力求做好事前防范、事中控制、事后应对及总结规范等一系列工作，切实维护公司的合法权益。现将本部门一季度工作情况汇报如下：

法务部严格按照阳泉公司《合同管理办法（试行）》的规定，2024年一季度，提交法务起草或审查的合同共42份，其中服务合同25份，保证合同3份，借款合同3份，维修合同1份，运输合同1份，买卖合同2份，租赁合同4份，安装合同1份，其他合同2份。法务部在日常的合同审查过程中，针对送审的每一份合同，结合每一份合同的特点及送审部门的要求，会同公司法律顾问对合同进行法律审查，出具律师函，并要求各单位、各部门按各自职责对合同进行业务审查，确保合同经过层层把关，做到以合同管理为主线，合同文本标准化，合同评审程序化，积极构筑合同风险防范机制。

在合同审查过程中发现以下问题：

合同当事人主体合格，是合同得以有效成立的前提条件之一。而合格的主体，首要条件应当是具有相应的民事权利能力和民事行为能力的当事人。因此公司及下属各单位在签订合同中，不应与不具有独立法人资格且不能独立承担责任的分公司、个人

1 组织等单位和不具有相应资质的单位签订经济合同。各业务部门是合同谈判的主体，在签订合同前应首先审查合同对方当事人是否具备相应的资质条件，以免在合同履行过程中产生法律问题。

依法订立的有效合同，应当体现双方的真实意思。而这种体现只能靠明晰的合同文字。就目前合同审核过程来看，一些合同内容表述不清楚，容易产生歧义现象仍有发生。

一些合同签订后会出现补充协议等情形，从而对原合同做了实质的变更，也使合同签订失去原有意义，大大降低了原合同对双方的约束力。

在合同审查中发现一些合同版本为对方当事人提供，从而造成合同约定的相关条款大都仅从自身利益出发，未充分考虑我方利益，至某些条款对我方要求苛刻，而对合同拟订方却没有明确的义务及违约责任的相关约定。因此合同不存在违法，仅存在商务风险，法务也仅能做相关的法律风险提示。建议业务部门在开展业务的同时，根据在签订合同过程中自身实际所处的谈判地位加强对合同商务风险的评估工作，切实维护公司的权益。

在合同履行过程中，发生争议是时常发生的，为了更有效的解决争议，避免在发生争议之后给公司产生诉累，加大因合同履行产生的纠纷案件胜诉的可能性。各业务部门应该

2 在合同签订时，尽量争取将争议解决管辖权约定在公司或公司下属各单位所在地。

法务部根据阳泉有限公司《法律纠纷案件管理办法（试行）》，始终坚持以事前预防、事中控制为主，事后补救为辅的原则。

当遭遇诉讼纠纷时，法务部一方面将相关纠纷事实化繁为简，系统整理后提供给外部律师；另一方面为外部律师提供“诉讼子弹”，按照外部律师的需求，整合企业相关部门提供的信息。使外聘律师充分快速的了解案情，争取胜诉的可能性。

截至一季度市公司及各下属单位正在办理的经济纠纷案件共32起，涉案金额共112551.7万元，其中，市公司有正在办理的经济纠纷案件13起, 涉案金额77055.45万元；盂县公司有正在办理的经济纠纷案件3起，涉案金额1710.02万元 ；郊区公司有正在办理的经济纠纷案件3起，涉案金额177.71万元；平定公司有正在办理的经济纠纷案件1起，涉案金额579.9万元；燕龛公司有正在办理的经济纠纷案件4起，涉案金4136.10万元；上社公司有正在办理的经济纠纷案件3起，涉案15384.87万元；上社二景公司有正在办理的经济纠纷案件3起，涉案金732.77万元；通源贸易有正在办理的经济纠纷案件2起，涉案金额12774.87万元。处于执行阶段法律纠纷案件共52起，涉案金额共21299.77万元。正在办理的劳动争议案件共11起，涉案金额共226.16万元。以上案件通过调解、法院审理、仲

3 裁、协商等方式，法务部积极配合处理，最大限度的维护公司的合法权益。

法务部将法律风险管控作为部门工作的重心，积极通过有效方法，加强法律风险的防控，力求将法律风险降到最低。

对于涉及公司重大决策、标的额较大的重大合同，要求必须经各单位“三重一大”决策程序通过，由外聘专业律师进行法律审查，出具法律意见书，揭示重大合同涉及的法律风险并提出相应的防范措施，重大合同的审查必须严格按照重大合同审查流程图进行审批。

在日常工作总狠抓落实，指导、检查、监督法务相关工作的开展，尤其是重大合同及诉讼类案件上报备案工作，同时，总结诉讼纠纷经验教训，防范法律风险。

4

法务部根据市公司的会议精神，积极引进多家律师事务所，在法律纠纷案件处理过程中形成有效的竞争机制，有效降低外聘律师案件代理费用，增强外聘律师服务积极性，为公司在法律纠纷案件中选聘到合适的律师提供了保障。

在诉讼案件发生后，根据案情择优选择擅长该类法律关系的律师事务所进行相应咨询，选聘律师。要求律师积极准备各类诉讼及非诉讼案件需要的材料，做好开庭前准备工作。案件审理过程中，要求律师定期汇报有关案件的情况。

为提高我们运用法治思维及依法办事的能力，真正有效的防范公司法律风险，法务部专门邀请山西经济管理干部学院经理学院院长、法学教授朱忠良教授，针对公司及公司下属单位副科及副科以上领导干部进行“提升企业管理人员运用法治思维能力防范企业法律风险”的法律知识内部培训，同时印发了《法律风险早预防宣传手册》，这次培训使大家充分认识到在企业里加强法制宣传教育的重要性，以及大力提高企业经营管理人员的法律素质、牢固树立企业法制建设理念的必要性。

5 法务工作不仅承担业务合同的审查工作，而且承担合同管理制度检查、修订等法务工作。法务部除了加强自身法律专业基本功的学习之外，还应努力学习了解公司各项业务运营知识，以及财务管理等领域知识。克服“差不多，一般化，过得去”的思想，始终保持严谨细实的工作作风，秉承细节决定成败的理念，增强工作的主动性，时效性，积极调整好心态、完善自身的工作习惯及工作方式，在严格标准上提升水平，在细节管理上开拓创新。

法律事务部 2024年3月31日

6

**银行营业部一季度工作总结篇七**

文章标题：2024年银行业务经营季度工作计划

各县支行：

一年之计在于春。近年来实践证明，谁抓住了一季度工作，谁就抓住了全年工作的主动权。为此，全行必须以一季度“两节”带来的各种机遇，以开展“迎新春”劳动竞赛活动为契机，认真组织，再接再厉抓好“三收一拓展”工作，力争使各项业务取得良好开端。

新理念，确保实现“开门红”

各行要牢固树立“总量就是实力，份额就是地位，增存就是增效，增量就是竞争力”的存款新理念，全面分析和研究当地资金组织及市场竞争的新动向及新特点，牢牢把握元旦、春节期间市场活跃和社会各类资金集中回笼等有利时机，大力拓展新的存款领域，努力提高市场份额。一要树立“服务增值、服务创效”理念，真正把规范化服务工作落[本文来源于好范文-www,,]实到基层、落实到柜台、落实到每个员工的行动上，不断加强和改进服务手段和服务措施，进一步提高服务质量和服务效率，针对元旦，春节前后城乡居民收入相对集中、劳务人员返乡、商品市场交易活跃等季节性特点，认真研究和探索揽存的新对策，突出抓好储蓄存款工作。二要着力提高对公存款综合营销能力。以资产业务为切入点，积极拼抢集团性、系统性优良客户，努力提高我行在能源、交通、电讯、电力、烟草、基础设施等行业的存款份额。要高度重视机构存款业务，以代理业务为突破口，有效扩大与行政事业客户的合作领域，提高资金留存率。三要继续密切同保险公司、农信社和其它商业银行的合作关系，扩大合作领域，力促同业存款稳步攀升。四要加大宣传力度，进一步加强形象建设和“两节”期间的宣传攻势，尽可能全方位、多视角宣传我行的经营优势、产品特点及服务宗旨，全面塑造农业银行新的良好形象。

要以信贷新规则为前提，严把投放质量关，加大贷款营销力度，全力以赴拓展业务市场领域，达到早投放、早见效。一要强力公关，继续抓好大行业、大系统、大客户的营销工作，各行必须在龙头项目上做大文章，为全行一季度资金营运寻找新的出路。二是各行要继续加大对交通、通讯、电力、公路、烟草和科教文卫等行业性、系统性、垄断性客户的营销力度，确保取得突破性进展；同时，要高度注重个人质押贷款、消费贷款、贴现、住房等低风险贷款的营销，以营业网点为单位，结合实际情况，确定营销重点。三要继续建立和完善市场营销的组织保障体系，形成行级领导主攻系统大户，部门负责人主攻重点户，客户经理和员工主攻个人精品户的全员营销机制。四要依托“双节”，采取召开银企座谈会、联谊会、上门走访等形式，对现有大客户和重点意向客户进行回访维护，加强沟通，联络感情，为扩大合作关系奠定良好的基础。

一要清醒地看到，清收工作仍是明年的重头戏，是绩效考核的重点，我行清收旺季是在

二要对法人客户不良贷款继续实行领导和部门包挂责任制，各行领导和信贷人员要深入重点大户、重点企业进行连续跟踪清收，以点带面，大力推动全行清收管理工作扎实深入开展，在一季度取得新的突破。三要切实发挥资产经营部的专业清收作用，发扬连续作战精神，继续打好清收“攻坚战”。四要高度重视国有企业改革的新动向，加强与当地政府和司法部门的联系与沟通，主动参与企业破产改制的全过程，充分运用行政、法律等各种手段，坚决制止逃废银行债务的行为；要充分把握年末岁首的市场机遇，加大对各类抵债资产的处置力度。五要加大买断、打包清收力度，同时把“散、小、差”贷款作为外勤人员的主要清收对象，继续组织人力抓好清收工作，全面掀起不良贷款清收新高潮，大力开创“散小差”退出工作新局面。

发展中间业务必须彻底改变中间业务是“副业”的看法和做法，确立“资产、负债、中间业务”共同开拓，协调发展的思想，真正把中间业务当做主营业务来抓。一是以营销活动为契机，加快保险代理业务的发展步伐。各行要在总结2024年开展的保险代理集中营销活动经验的基础上，克服困难，进一步挖掘潜力，促使保险代理业务成为全行中间业务的骨干产品。二要加大对银行卡业务的营销拓展力度，积极拓展银行卡的受理渠道，全面提高银行卡收入水平。三要大力拓展代收代付领域。在坚持不懈发展代收水电费、通讯费、代发工资等业务的

同时，积极发展金融同业机构和企事业单位代理业务，加强对代理发行业务的维护，千方百计做好财政资金代理工作；重视对新业务品种的营销，做好基金、国债的代销工作，全方位拓宽中间业务收入渠道。

议精神的贯彻落实，把会议精神不折不扣地传达到基层营业网点和每一个员工，结合地分行提出的业务经营目标，拿出贯彻意见，早部署，早动手，早落实，早见效。二要实施“一把手”工程。各行“一把手”要切实加强组织领导，充分发挥组织、协调、公关、营销作用，切实加强组织领导，周密安排开展劳动竞赛活动，为全年开局工作起好步。三要统一思想，提高认识，使全行员工深刻领会首季就是旺季，关系到全行整个年度的业务经营，积极主动投入“四收”活动，并迅速掀起高潮。四要继续完善激励机制，强化对各项业务经营的考核，做到任务到人，责任到人，奖罚到位，增强旺季“四收”工作的发展动力。五是一如既往地抓好安全保卫工作。“两节”是各类案件的高发期，要做到业务经营和安全工作两不误，在节前进行一次全方位的安全大检查，把“安全”二字真正落到实处，为全行业务经营创造一个良好的环境。

《2024年银行业务经营季度工作计划》，欢迎阅读2024年银行业务经营季度工作计划。

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