

### 吕梁农商银行 提高员工业务学习能力

为强化员工技能、提升专业素养，山西吕梁农商银行积极搭建学习平台、创新考评机制，并纳入日常考核、高频督导运用。工作中，该行采取每周制定具体学习模块、按月组织技能考试等方式，并将考试成绩直接挂钩当月绩效的10%；同时，在内网搭建了日常练习及考试平台，每周拉出成绩单进行通报，提高了员工学习的针对性。 **冯捷**

### 垣曲农商银行 全方位营销冲刺“开门红”

山西垣曲农商银行抢抓春节营销的有利时机，以厅堂宣传为阵地，以开拓营销为主线，以“线上+宣传”为途径，开展了全方位、多形式的宣传营销活动，全力以赴奋战“首季开门红”。目前，该行各项存款净增2.76亿元。 **杨蓬博**

### 平定农商银行 新增“晋享e付”客户847户

首季“开门红”业务竞赛活动开展以来，山西平定农商银行商户营销团队以初生牛犊不怕虎的“闯劲”，紧盯工作目标，加强过程管理，全面冲刺首季“开门红”。截至目前，该行商户营销团队新增“晋享e付”847户，发放贷款32户、金额368万元。 **张维 马亚娟**

### 阳城农商银行 提前完成首季存款任务

“开门红”，则全年红。山西阳城农商银行立足新起点，提前谋划、周密部署，坚持“一体”营销，丰富“双线”宣传，叫响“三个”服务，顺利实现了“开门红”。截至2月10日，该行各项存款较年初净增10.13亿元，完成任务目标106.6%，提前完成首季存款任务指标。 **张雁敏**

### 长治黎都农商银行 打造“当红不让”营销氛围

为全力实现2022年任务目标，山西长治黎都农商银行积极营造出“当红不让”的营销氛围，以支行为单位，开展“农情”系列主题活动；以员工个人为主体，营销计价到个人，做好重点客户的维护工作。截至2月末，该行各项存款余额142.38亿元，较年初增加6.57亿元；贷款余额77.66亿元，较年初增加2.1亿元。 **张晓琳**

### 浮山农商银行 服务不打烊 营销不停歇

春节期间，山西浮山农商银行坚持营销活动不停歇，采用“守阵地+强外拓+融媒体”金融营销策略，以“网格营销+普惠金融”营销模式，发挥“背包精神”走出去外拓营销，为广大客户提供优质高效的金融服务。截至目前，该行综合金融达标客户33255户，完成任务的101.26%。 **唐昊**

### 壶关农商银行 开展柜员等级评定

前不久，山西壶关农商银行开展了柜员等级评定。评定中，该行按照“统一评定、以级定酬、量化考核、动态管理”的等级管理原则，对全辖网点柜面人员进行了全方位系统检验；通过评级，进一步完善激励约束机制，加快运营队伍建设，提升柜面服务水平。 **秦龙龙**

### 灵丘农商银行 900万元贷款支持蔬菜生产

山西灵丘农商银行聚焦主责主业，以“信用工程”创建为抓手，加大辖内种植养殖户、个体工商户、农业合作社等走访对接力度，第一时间掌握客户融资动态，确保信贷合理需求全覆盖。截至目前，该行在辖内133个行政村推进“整村授信”工作，累计发放900万元贷款，支持县域蔬菜生产。 **刘林林**

### 霍州农商银行 多措并举营销对公存款

首季“开门红”活动以来，山西霍州农商银行营业部抓实抓牢低成本存款营销，通过全员联动拓储源、精耕细作强维护、优化服务提效率，稳扎稳打促进对公存款稳步提升。仅一周时间，该网点营销对公存款1.4亿元。 **郭妍**

### 永济农商银行郭李支行 存款较年初净增2千多万元

自山西永济农商银行执行“战区+支部”双重督导工作以来，该行郭李支行，抢抓春节“黄金营销期”，利用“班后一小时”，通过对客户进行精细化、差异化营销，有目的、分层次地宣传存款政策、信用卡、电子银行业务，取得了可喜成效。截至目前，该支行各项存款较年初净增2095万元。 **杨斯妍**

## 大同市农信社召开业务分析会

# 确保实现首季“开门红”

日前，山西省大同市农信社召开了2022年“首季开门红”业务竞赛活动月度分析会，盘点分析1月任务目标完成情况，对“首季开门红”各项工作进行再细化和再部署。会议由大同审计中心党组成员、副主任杨军柱主持。

会议通报了全市农信社2022年1月“首季开门红”业务竞赛活动主要指标完成及得分情况、为综合考评排名第一和倒数第一的行社分别颁发和发放了红旗和黄旗；综合考评最后一名和单项考核最后一名行社作了剖析及表态发言；各行社资金组织最后一名网点负责人现场检讨，并就如何由负转正、按时间节点完成任务作了表态发言。

会上，大同审计中心党组书记、主任高赞冰对“首季开门红”指标完成情况、经营管理工作进行了具体点评，并

对下一步工作提出具体要求：春节期间，要求各行社工作人员坚守岗位一线，金融服务“不打烊”，为全市干部员工树立榜样；假期结束，全员要打破“节后综合症”，迅速收心归位，用榜样收心、用责任心、用压力收心，把责任担当做压力和动力，以饱满的精神状态迅速投入到工作之中。站在新春的开端，要有新开始、新气象、新动作，各行社班子成员、网点负责人要对辖内包片情况、任务指标进行“回头看”，与兄弟行社比、与全年同期比，找准位置、差距和短板，研究措施，迎头赶上。“首季开门红”时间即将过半，要持续攻坚，不断掀起营销热潮，各行社要分层营销、分层推动，班子成员带头抓大户、攻难户，维护黄金客户；一线员工要全力营销个人客户，以“全员营

销”带动业务快速发展；要全面落实省联社《关于明确全员绩效考核若干事项的通知》文件精神，合理确定绩效考核的项目、指标，充分调动全员工作积极性；要统一思想，把心思和精力用在工作上，充分发挥“朋友圈”“亲友团”“关系网”，以必胜的信念、争先进位的勇气，奋力夺取2022年“首季开门红”胜利，以实实在在的成绩向省联社党委交上一份合格的成绩单。

会上，大同审计中心领导对分管及包片相关工作进行了安排部署；相关部门负责人就加快各项工作进度、按照节点要求完成目标任务提出了意见和建议。大同审计中心班子成员及部门负责人和各行社董（理）事长、经营班子成员、组织存款最后一名网点负责人参加了会议。 **薛文娟**



山西省临县农信联社以“党建+整村授信”为载体，创建党员志愿服务服务队，积极与各村委建立党建共建关系，持续开展“整村授信”，通过上门送政策、送信息、送资金等特色服务，全力拓展农村客户，助力首季“开门红”业绩取得新突破。图为该行员工向群众介绍创新金融产品。 **房志勇**

## 太原农商银行实施“三个强化” 铆足“虎劲”夺取“开门红”

首季之战，氛围正酣，山西太原农商银行深入贯彻落实省联社2022年度工作会议精神，紧盯“改革化险、提质增效”总目标，统筹兼顾，全员发力，苦干实干，融会贯通，用“三个强化”奋力夺取“开门红”。截至目前，该行各项存款较年初净增9.19亿元，各项贷款较年初净增1.53亿元。

实施中，太原农商银行积极强化措施，提前谋划，早在2021年11月就着手研究制定“开门红”各项营销方案和考核措施，并于2021年12月末，组织召开“首季开门红”启动大会，作了动员

部署。同时，该行还启动了“五个回归”项目，邀请专业团队融入各大战区，以座谈了解、业务分析、一线指导、现场跟踪等方式，传授先进营销理念、业务营销技巧等，拓宽“开门红”营销活动思路，带动支行营销氛围。

工作推进中，太原农商银行党委班子成员作为战区司令，不定期深入战区营业网点就存款营销宣传、厅堂优质服务、业务进展等情况进行督导，每周以“早餐会”“推进会”“周例会”等形式加强工作指导；帮扶部室每周两次到分包支行进行帮扶，了解“开门

红”情况，及时协调解决基层遇到的各类问题，确保“开门红”工作扎实推进。同时，该行将“开门红”营销活动纳入日常考核，与每位员工的绩效工资挂钩，调动全员积极性，对任务目标完成情况实行日统计、周通报，表扬先进，激励后进，强化动态管理，有效激发了全员营销热情。

此外，太原农商银行还采取“厅堂环境+”的模式，多层次、多角度、广覆盖的全面宣传“开门红”情况，实现有效吸引客户，增强农商银行品牌竞争力的目标。 **薛爱红**

## 大同农商银行因地制宜 加大旺季营销力度

虎年新春，山西大同农商银行持续提供全面优质金融服务不松懈，结合服务辖区实际情况，从“三个维度”发力，有针对性地制定活动方案，主动对接起2022年新春营销热潮，持续推动“首季开门红”活动不断取得新成效。

进入2022年以来，大同农商银行加强总体格局部署，统一制定方案，各基层网点根据所辖服务区域实际情况积极策划形式多样、内容丰富的营销活动，并因地制宜、有的放矢地针对不同客户群体采取不同营销方式，在留住老客户的同时，不断吸引新客户，从而做

到强根固本，持续夯实该行客户基础。

为“拓展宽度，破解新春业务营销“难题”，该行利用春节营销旺季，加大市场拓展综合营销力度，主动对接市场，“进机关、进校园、进商场、进乡村、进景区、进企业、进社区、进园区”，直接面向客户，把金融产品和优质服务送到客户、百姓身边。同时，该行以大额存单、信用卡、七天理财等优势产品作为开拓市场利器，在线上推出观影、美食优惠券，线下组织工作人员驻点商家开展联动营销，各网点持续为客户提供兑换“新钱”服务，让触手可及的便捷

服务带动客户需求，拓展存款、贷款营销和电子银行业务普及应用，并不断跟进客户需求，让客户在享受实实在在的活动福利的同时，形成强大的营销合力；通过对个人、对公等客群开展交叉营销、综合营销，进一步抢占客户资源，巩固提升存量客户，持续吸收新增客户，不断提升市场份额。

同时，该行组织营销人员深入辖内重点社区，开展金融知识讲解，将金融产品和服务送到客户手中，有效缩短服务距离，真正做到量身为社区居民提供便捷、贴心的金融服务。 **范磊**

### 山阴农商银行 “三结合”助推“整村授信”

自全员营销“首季开门红”业务竞赛活动开展以来，山西山阴农商银行坚持“做小、做散”的市场定位，紧盯基础客群，坚持理论与实际相结合、坚持党建与业务相结合、坚持产品与服务相结合，全面推进“整村授信”。截至目前，该行农户授信较年初净增142户，授信金额达到1568万元。 **王晋玺**

### 柳林农商银行 落实“员工为中心”管理理念

今年以来，山西柳林农商银行深入贯彻以“员工为中心”的管理理念，开展了多种方式的关爱员工活动，为员工营造了一个健康向上、温馨和谐的工作和生活环境，大大提升了员工幸福感和归属感，业务高质量发展持续向好。截至目前，该行各项存款较年初增加6.21亿元，实体经济余额较年初增加8000万元，手机号支付业务绑卡量为7198户。 **李小明**

### 沁县农商银行 抢抓机遇“开门红”首战告捷

围绕2022年各项业务发展，春节期间，山西沁县农商银行提早谋划，抢抓节日机遇，理顺职责，优化人员岗位配置，多渠道、多形式推广宣传“晋享E付”“晋享生活”、手机银行、第三方支付绑定、存贷业务等金融产品。截至目前，该行发放各类贷款9903万元，完成一季度任务的90.3%；储蓄余额24000万元，完成一季度的80.3%。 **张堃**

### 芮城农商银行 表彰先进鼓足干劲

2月9日，山西芮城农商银行召开2022年度工作会议，总结回顾了2021年整体工作，表彰了年度先进集体和先进个人，深刻分析了一年来工作中的差距和短板，安排部署了2022年各项工作。表彰会上，该行党委书记、董事长刘宏军希望受到表彰的先进集体和先进个人再接再厉，在各项工作中继续发挥先锋模范和带头作用，并就如何做好2022年工作提出要求。 **张铮**

### 临猗农商银行 “三抓三强”奋战“开门红”

年初以来，山西临猗农商银行以抓考核强部署、抓服务强营销、抓氛围强宣传“三抓三强”为引领，科学谋划，细化措施，持续开展“八进”营销活动，加大对重点客户和潜力客户的日常维护，不断拓展客户群，巩固市场阵地，全力奋战“开门红”。目前，该行营销存款43418万元，营销贷款13704万元，新增第三方支付工具绑卡6800户。 **黄晓**

### 侯马农商银行襄汾支行 探索供应链金融服务模式

山西侯马农商银行襄汾支行积极探索供应链金融服务模式，为农户、养殖户精准匹配信贷产品，提供精细化授信服务，带动养殖户创业致富。碧云天饲料厂是襄汾县著名的饲料企业，全县60%的大养殖户饲料都从该饲料厂购入。襄汾支行积极与该饲料厂对接，获取辖内家庭农场、专业合作社、种植养殖大户等经营主体名单，逐户上门走访，及时了解养殖户金融需求，并为其提供精准服务。 **董欣**



## 晋中市农信社 春节“不打烊”服务“不断档”

虎年春节假期期间，山西省晋中市农信社聚焦“支付、投放、惠民、安全”四个方面，坚持“线上与线下同步”，重点与日常同步，确保春节金融服务“不打烊”，助力群众度过一个欢乐祥和的春节。

此外，晋中市农信系统全辖所有营业网点本着“服务优先效益”的原则，分时段、分区域开门营业；全辖399台ATM提供全天候现金服务，1525个助农取款服务点全部运行，积极做好惠农惠民资金、农民工工资等代理发放工作，确保百姓的现金需求。 **武海兵**

## 安泽农商银行 依托“整村授信”助力乡村振兴

在践行乡村振兴战略的道路上，山西安泽农商银行坚守“支农支小支微”的战略定位，实行了一系列更直接、更有力的举措，以“整村授信”为依托，延续“信用工程”思路，助力乡村振兴全面发展。日前，在短短一个月的时间，该行就新增授信116户，金额4641万元。

该行在全辖进行“挂图作战”全面调查对接，按网点服务范围进行划分，

实地摸排，责任到人，依托办贷大厅、固定工作站、流动工作室，完善三级授信体系，简化审批环节，提高放贷效率。同时，该行将农业发展势头强、村民整体信譽度高的行政村创立为“信用村”，在信用村创建“整村授信”工作室，由包村客户经理担任“金融顾问”，每周两天时间提供全天服务，使农户足不出村即可享受到基础金融服务。 **葛娟娟**

## 清徐农商银行 “红线管理”夯实廉洁从业根基

近年来，山西清徐农商银行通过组合管理、深度绑定等方式，加大对员工遵章守纪进行更严格的“红线管理”，以实现“不踩底线、不碰红线”，夯实廉洁从业思想根基的目的。

该行紧紧盯住信贷审批、工程招标、选人用人、费用开支、大宗采购、资金营运、不良贷款处置等关键领域、关键环节、关键对象，实施精准监督、有效监督；同时，建立了一套完善的标准化服务考核标准，并将服务考核结果与基

层网点及个人绩效进行挂钩。

在充分发挥纪委和职能部门监督作用的基础上，该行实施“横向发力”的管理模式，将财务、信贷等条线部门整合到制度管理体系中，形成监督合力，提高监督效率；同时，重点关注信贷、财务、运营等领域风险，对发现的问题加大惩处力度，从问题根源入手早发现、早行动、早化解，并严肃执纪问责，对违规违纪行为“零容忍”，有效避免了“羊群效应”和“破窗效应”。 **宋斌**

## 吉县农商银行 创新金融产品营销方式

“首季开门红”期间，山西吉县农商银行党委围绕各项目标任务，创新营销形式，改进工作方法，确保圆满完成各项目标任务。截至目前，该行各项存款余额29.99亿元，较年初净增1.64亿元；各项贷款余额19.68亿元，较年初净增0.53亿元。

工作中，该行以“灵活化”为导向，推出上门营销、现场服务等“一揽子”金

融服务，并以“差异化”为卖点，开展特色产品营销，整合原有储蓄和信贷产品，针对不同的目标客户，创新推出“虎产品”“成才金”“幸福金”等四款存款产品和“吉享免息贷”“吉享新客贷”“吉享拼团贷”三款贷款产品，以“手续简便、放款快速”为卖点，实施相应的贷款利率优惠和免息政策为优势，体现差异化信贷服务。 **艾菲**



山西左云农商银行以网格化管理为手段，充分利用“线上+线下”多种平台进行联动营销，着力加强与广大客户的业务和感情交流，不断提升存款市场份额。截至目前，该行个人定期存款余额36.83亿元，较年初净增0.93亿元。图为该行员工正与客户进行交流。 **魏晓峰**

### 平顺农商银行 推进“特惠商圈”建设

今年以来，山西平顺农商银行把推进“特惠商圈”建设作为重要基础性工作，实施重点时段推行重点业务，重点策略瞄准重点客户，在推动零售业务的同时，形成商户互利、共享资源的良性互动关系。目前，该行“特惠商圈”开展各类营销活动10余次，辐射商户65户；涉及餐饮类10户、服饰类50户、娱乐类5户。 **关盼盼**

### 古县农商银行 组织员工观看《长津湖之水门桥》

近日，山西古县农商银行党委、工会委员会组织开展了“传承革命精神，践行初心使命”观影活动，邀请党员干部及家属共同观看抗美援朝红色电影《长津湖之水门桥》。观影后，大家纷纷表示在今后的工作中要时刻以革命先烈精神激励自己，以更加饱满的热情、更加昂扬的斗志，笃行实干、砥砺前行，为农商银行发展做出贡献。 **李洁**

### 武乡农商银行 为户外劳动者搭建“暖心窝”

按照“临街靠路、就近便利、依托基层、按需布设”原则，山西武乡农商银行在其阳光分理处、太东分理处、新世纪支行3家县城营业网点建立了“爱心驿站”，充分发挥厅堂服务优势，最大程度为执勤交警、环卫工人、出租车司机、快递小哥等户外工作者免费提供便利服务，解决了他们短暂休息、饮水、如厕等困难，让这里成为户外劳动者的“歇脚地、加油站、暖心窝”。 **张霞**