

银行中层干部年度总结(优秀5篇)

总结是在一段时间内对学习和工作生活等表现加以总结和概括的一种书面材料，它可以促使我们思考，我想我们需要写一份总结了吧。优秀的总结都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编带来的优秀总结范文，希望大家能够喜欢！

银行中层干部年度总结篇一

您好！

我带着复杂的`心情写这封辞职信。由于中国银行对我能力的信任，使我得以加入中国银行，并且在这段时间里我获得了许多机遇和挑战。在中国银行从事工作的日子里，我学到了很多知识、积累了一定的经验。对此我深怀感激！

记得我刚刚来中国银行的时候，一点经验都没有，都是中国银行领导的耐心教导下，我才会一点一点地在进步。也许、我会经历过很多的困难，但我都会努力克服它。

现在，由于工作压力太大，我想休息一段时间，特向您提出辞职，望能谅解，请批准。

在此，我祝中国银行事事顺利！

辞职人□xxx

xx年x月x日

银行中层干部年度总结篇二

转眼间从竞聘大堂经理到现在算起已经一年多了，时间说长不

长，说短也不短。

这段时间让我对于大堂经理的工作有了更加深入的了解，也让我通过自身的学习、领导和同事的教育帮助，提升了自己的业务技能和技巧，更加胜任自己正在从事的这个岗位工作。特别是最近这一季度，我作为工商银行一名普通员工，亲身感受了工商银行股改给我们的日常工作带来了巨大变化。二级考核分配带来的岗位分工和收入分配的显著变化。xx年末，行里设立大堂经理这个重要岗位，报名并经行内的选聘有幸被调动至大林桥支行担任大堂经理工作。从一名柜面员工转到原先从未接触过的岗位，在领导的教育关心、同事的帮助指导，通过学习探索我很快渡过了起初的不适应，迅速地融入到现在的岗位角色中。

“客户是我们的衣食父母”，服务的目的就是让客户满意，从而提高客户的忠诚度。重视和尊重来我行办理业务的每一位客户，能够细心地记住并且准确地称呼经常来我行的客户姓名，这等于给予了客户一个巧妙而有效的赞美。而客户对我的称呼也是有其一定的理由。有一次早晨，刚到单位，正在打扫卫生，突然，从自助区传来了一声大叫：“喂！服务员！快来！”我一个箭步冲了过去，一位客户指着取款机上卡着的两张钞票，着急地对我说：“服务员，怎么回事？我还没弄好呢，怎么就取不了了。”我迅速从取款机上拉下这两张钞票，帮他继续操作，这时，客户紧张的心情不见了。

称呼我服务员的客户，一定是想让我为他们提供最快，最好的服务。

称呼我领班的客户，一定是对我们的服务有一点点不满，让我作为领班来主持一下公道。

称呼我经理的客户，一定是对我们的服务很满意，鼓励继续保持。因为我们所的客户大多是街坊，熟面孔，对我们十分信任，我们也经常为他们做理财规划。

称呼我师傅的客户，一定想让我成为他最贴心的人。

称呼我阿姨的客户，一定把我当成了她的家长，对我有太多的依赖。这主要是离我们不远处一所学校的学生。

称呼我姑娘的客户，一般对我十分亲近，拿我当成了自己的孩子，希望我能把他们照顾得无微不至。他们大多是老年人。

大堂经理的工作内容主要是与客户交流，了解客户的需求，推介适当的产品，为客户提供全方位的服务。最重要的是语言，学会适当的时机用适当的语言，找适合的话与客户交流，这需要日积月累逐渐摸索。有一次，储户周阿姨早上9：00来办理基金业务，柜员说：“对不起，您这基金业务要等到9：30以后才能办理。”周阿姨情绪有些急，声音很大：“干嘛还等到9：30呀？”我急忙上前说：“周阿姨，您先别着急，我给您解释，由于基金业务系统与股市的时间相同，是周一到周五9：30—15：00，上次您办基金业务时，我把时间给您写到信封上了，您可能给忘了。”周阿姨把信封拿出来一看，还真是，她马上说：“对不起，都怪我记性不好，给你们添麻烦了。不仅如此还要眼观六路，耳听八方。老年客户举着单子左看右看，要适时递上老花镜；有的客户进门东张西望，要主动询问办理什么业务；有的客户在宣传折页栏前找寻，要上前问一句：“您需要什么业务的资料，我来帮您介绍。”时刻关注客户需求。

作为大堂经理眼要勤，客户一进大厅，要做的第一步就是识别客户身份□vip□普通客户还是潜力客户？在对客户说出问候语时就要作出判断，以便做好引导。识别高、低端客户，为优质客户提供贵宾服务，为一般客户提供基础服务。眼勤还要时常关注柜台办理业务情况，一旦柜台需要帮助，要第一时间观察到，密切留意，协助柜员做好客户的工作。

还有人家王经理说的：“

时代在变、环境在变，银行的工作也时时变化着，每天都有新的东西出现、新的情况发生，这都需要我跟着形势而改变。学习新的知识，掌握新的技巧，适应周围环境的变化，提高自己的履职能力，把自己培养成为一个业务全面的大堂经理。当然，在一些细节的处理和操作上我还存在一定的欠缺，我会在今后的工作、学习中磨练自己，在领导和同事的指导帮助中提升自己，发扬长处，弥补不足。

银行中层干部年度总结篇三

所谓电子银行业务，是指商业银行等银行业金融机构利用面向社会公众开放的通讯通道或开放型公众网络，以及银行为特定自助服务设施或客户建立的专用网络，向客户提供的银行服务。电子银行渠道和物理网点是相辅相成、渠道互补、共同发展的关系。物理网点更应侧重营销，提供一对一，个性化、差异化的服务；电子银行渠道则应侧重于银行交易，银行各渠道交易同样适用二八理论，即网点交易占20%，电子银行交易占80%，电子渠道交易是柜面的4倍。香港银行目前柜面交易占5%，电子渠道交易占95%。我行目前电子银行与柜面交易量之比为58%。1笔柜面交易成本为9.9元，1笔自助设备的交易成本为1.76元，而1笔电子银行的交易成本仅为0.42元；这些数据正是我们努力方向和动力。

我们市建行大同路分理处现有员工11名，其中主任1名，柜员主管1名，个人业务顾问2名，柜员7名，平均年龄36岁，均为大专以上学历。辖区5平方公里，市场两个，个体商业门店500多户，大型超市4家。针对辖区客户群众情况，为搞好“电子银行”创建活动，分理处自20xx年初根据省、市行关于超常规发展电子银行业务的战略部署，积极开展“3512”营销竞赛活动，全员迅速进入“角色”。网点经理衡亮同志，积极带领全员抢抓先机，每天坚持网点经理坐大堂、抓营销，在改变服务上下功夫，灵活抓优服，对每位来网点办业务的客户始终坚持面对面交流，一对一解答，对vip客户逐一建立档案，进行差异化服务的精细化管理。为

此，各项业务尤其是电子银行业务得到前所未有的突破。经过市场洗礼，磨炼出一支能征善战的建行铁军。

(一)、坚持观念更新，统一思想意识

提高思想认识，营造浓厚氛围。“认识是行动的先导”。首先，我们组织分理处全体同志认真学习了省、市行20xx年电子银行业务工作会议系列文件，深刻领会上级行领导的讲话精神，通过学习讨论，大家统一了思想，明确了全年业务发展的重点，加深了对大力发展电子银行重要性的认识。认识到，当前加强电子银行建设的意义是：一是缓解柜面排队压力、改善服务质量的迫切要求。近年来，客户对银行服务的需求趋势在逐年扩大，而银行的服务供给相对不足，其中一个典型表现就是柜面排队现象。将拥挤不堪、成本较高的柜面渠道，转移到成本低廉、方便快捷的电子渠道是必然趋势；二是提高现代商业银行集约化经营管理水平的必然选择。开放式网络，巨大的虚拟空间使得电子银行可以为客户提供标准化、批量化、综合化、程序化的产品服务，既提高了银行的服务质量与效率，也节约了运营成本，从而大大提高现代商业银行集约化经营管理水平；三是进一步增强客户忠诚度、降低客户流失率的有效手段。随着外资银行机构日益增多，小型股份制商业银行、城市商业银行跨区域经营步伐加大，客户争夺战愈演愈烈。增强客户稳定性，将有效提高后来加入竞争者的准入门槛，有利于保持持久的竞争优势。四是应对日趋激烈的市场竞争的战略需要。商业银行经营发展面临着来自经济全球化、客户需求多元化、同业竞争加剧和潜在竞争者进入等诸多严峻挑战，强大的电子平台是整合全球资源，满足客户多元化需求的有效途径。

其次，我们结合自身实际，明确了“多管齐下抓营销”的工作思路，在认真研究支行核定任务的基础上，自我加压，提出了人人争先、任务翻番的工作目标。第三，我们认真学习借鉴郑州南环支行、河北献县支行发展电子银行的先进经验，鼓励大家大胆开口营销，不要怕被客户拒绝，使大家树立

起“大胆开口，开口就有机会，开口就有收获”的营销理念，在平时的工作中，注意多鼓励，帮助大家增强自信，让每一位同志接待客户时都能做到“三多”，即：多问一句、多听一句、多介绍一句，真正把主动营销电子银行产品变成了一种良好习惯。通过充分动员，使大家对发展电子银行的重要性、发展电子银行的任务指标和发展电子银行的营销理念，做到心中有数。

(二)、坚持产品体验，畅通营销渠道

实行好产品体验，分享建行营销文化。我们认为，只有自己认为有价值、有意义，柜员才能有向客户营销我行电子银行产品的主动性和积极性。为此，我们多次组织分理处全体人员学习电子银行知识，并在此基础上亲身使用电子银行产品，切身的体验不，仅让大家全面了解了各种产品知识，成为使用电子银行的专家，更让大家的营销有了底气。当大家结合自己的亲身体会，把个人网银、手机银行、短信等产品安全、方便、快捷、优惠等特点介绍给客户时，客户也乐于接受。在这一过程中，我们不仅是向客户销售了产品，更是挖掘了客户的潜在需求，为客户提供了增值服务，分理处每一名同志蕴藏的潜能被充分激发出来，每天的晨会上，大家都纷纷提出自己的营销目标，“我今天要销售6个网银”，“我要签10个短信”，“我要完成5个手机银行”。有了目标，就有了动力，当日终统计营销业绩时，常常发现大家又把目标定低了。特别是刘建同志，他的电子银行营销业绩是我们分理处最棒的，平时工作中他开口最多，被拒绝也是最多，正是在一次次的成功与失败中，他收获了营销的喜悦。

同时，我们也让客户群众参加产品互动体验，帮助大家深入了解我行各项金融产品。一天的活动下来，很多人现场申请并开办了相关业务。除了体验各种业务，客户还可以通过产品经理、理财经理、客户经理的讲解、观看幻灯课件等形式，初步了解建行个人银行业务、公司业务、信用卡业务、电子银行业务、国际业务、中间业务的重点产品。如营销持存折

客户办理银行卡，再通过网上银行或手机银行把折和卡联在一起，特别是代发工资客户，可以通过预约转帐的方式联动，就是在发工资后的日子做一个预约，到时候款就直接到了卡上，用卡可以24小时在自助设备上取款，省去排队的烦恼；还有就是交纳燃气费，交纳燃气费的网点特别少，交费每次要等半小时左右的时间，营销这类客户可就广了，30岁至50岁的人群，他们是交纳燃气费得主力军，告诉他们用电子银行联上卡在家里就能办理，不要跑到燃气公司去排队了，大部分客户容易接受，这种喜闻乐见的营销方式得到了客户的认同。主要目的就是希望借此搭建一个银行与客户交流的平台，让建行的服务和产品走进千家万户，让客户了解建行、走进建行，与建行携手合作。

(三)、坚持业务培训，提高员工素质

组织全员充电，临阵岗位练兵。要想打硬仗打胜仗，必须有一支战斗力强的作战队伍，而培训就是培养这支队伍的重要手段。我们始终强调电子银行业务培训工作的极端重要性，把其提高到能否准确、有效地做好客户服务工作，从而真正落实“以客户为中心”的服务理念的高度。在业务培训方面主要做了三项工作，为电子银行产品营销奠定了坚实的基础。一是从每月举办一次电子银行最新业务培训，重点对网银和手机银行及新业务培训，全员参加培训学习，覆盖面达到100%。二是对个银骨干人员进行重点培训，业务骨干全部参加了集中培训，采取上机操作和考试相结合，使每个参加培训的员工都能成为能硬仗的战斗员。三是进行了岗位练兵，围绕电子银行业务内容，开展了“一帮一，一对红”活动和比学赶帮超活动，在全分理处掀起了发展电子银行新业务竞赛的热潮。

(四)坚持宣传造势，营造浓厚氛围

业务要发展，宣传要先行。针对客户不太熟悉、不太了解银行电子银行产品的状况，我们先后举办了“电子银行产品营

销”等系列活动，突出宣传该行电子银行产品安全性、便利性以及“短信通”人性化服务、超值服务的特点。整合了宣传资料，放置了浅显易懂、简洁明了的产品宣传简页、海报、折页和手册，让营业网点员工进行宣传和营销，提高客户信息量和认知度，在扩大了短信宣传网银理财产品的覆盖面，大大地促进了理财产品销售。

不断加大宣传推广力度，树立电子银行品牌。一是要加快对柜面业务的替代速度，提高研发效率，网银产品不仅要能解决大众化需求，更要精细化到针对特定客户群的不同个性化需求，不断推出新品吸引客户，形成独有优势，打造独有品牌。二是在自身网点投放led广告，在客户营销过程中，不断宣传和强化电子银行渠道的优势，赢得客户良好口碑。三是高度关注各项电银渠道评比活动，第三方评价机构的评选活动，认清自己所处的位置，在比较中找到差距，找到自信，努力扩大影响力，有效提升品牌价值，不断增强互联网经济时代商业银行的竞争力。

平时，我们还特别注意在营业厅现场宣传推荐我们的产品。选的宣传对象主要是从新开户的客户做文章，从源头联动电子银行产品，首先在大厅的排队机处迎接客户，如有新开户的客户就帮助复印身份证，指导客户填写开户申请书，就询问客户办卡的用途，如果是等别人汇款的，就告知客户我们建行有免费试用短信通业务，账户变动及时给你发信息，你也可以发信息查询明显，还可以交话费，如果是附近个体工商户，我们就推荐电子银行套餐（网上银行，手机银行，短信通知）向他们营销我们行的电子银行，省时，省钱，省力特点；建行e路通，理财好轻松，这句话非常实在，这是一个我们一位有名的牙医给我讲的，这位杜医生是我们行的白金级客户，比如说买完基金，账户金就不来网点了，我们就给客户联系，问他知道买的产品什么情况吗？赚了还赔了，他竟然不知道，说太忙了，我到他的诊所一看才知道，他根本就没有时间去银行办理业务，去看病的都得预约，我就告诉他我们行有网上银行非常适合你的情况，他说我根本不会上网，

我说你楼上有电脑，保证让你一次还教会你怎么用钱生钱呢！我带着杜医生去网点签约了网上银行，回来就教他怎么在网上买卖金，而且手续费还打折优惠，怎么转换，怎么查询，账户金怎么买卖，怎么挂单交易，告诉他挂单交易睡着觉就可以赚钱的，有什么事随时给我打电话，过了有不到一个月，杜医生给我打电话说“行e路通，理财好轻松”告诉我他的理财产品大约12%，比存定期的收益高多了，等休班要请我酒呢。我听了心里美滋滋的。我们坚信付出就会有收获。

(五) 坚持差别化营销，完善网银服务流程

在平时的工作中我们体会到，只有注重差别化营销，不断完善服务流程，才能取得最佳效果。当客户进入网点，来到大厅取号或在填单台填单时，首先由大堂经理有效识别客户，简明扼要介绍一下我行电子银行产品的功能，对汇款客户突出使用网银或手机银行手续费打折的优惠政策，先入为主让客户对电子银行产品有所了解，引起客户的兴趣；当客户到柜台办理业务时，柜员根据大堂经理的提示，不失时机地进行营销推荐，耐心细致的讲解，加上运用得当的话术，客户已经很自然地接收，然后水到渠成办理签约手续；签约成功后，柜员呼号大堂经理带客户到电子银行演示区现场激活，仔细为客户讲解和演示产品使用方法和注意事项，并告知客户使用过程中遇到任何问题可以随时联系，从而解除了客户的后顾之忧。对个人高端客户和企业网银客户，我们十分重视售后服务，经常通过电话联系等方式进行回访，有的还要实行上门服务。如今年7月中旬的一天，天气特别炎热，中午下班后网点经理衡亮刚到家楼下，接到一位鲁南玻璃城的季经理的电话，说他的电脑重做系统了，企业网上银行用不了，最近玻璃涨价，急着往外地汇款，否则这笔生意可能就做不成了，银行对公柜台也下班了，问能不能让公司去车到银行去接你，来公司给处理一下。衡亮深深知道对客户来讲时间就是金钱，时间就是效率，第一反应就是请你在公司等着，不要来接我，路上耽误时间，我直接开车去你公司；挂了电话，调头就奔鲁南玻璃城去，近半个小时的路程到了季经理

的公司，季经理早在大门口焦急的等待了，说了好多客气话，我马上就给客户下载企业网银签名通，就是下载不成功，马上意识到可能是intrnet选项--安全—activex控件与插件被禁用的原因。处理完毕后下载安装成功，季经理马上安排财务人员汇款，款汇出去后季经理马上与客户取得联系，让客户查看汇款到了吗？客户说刚收到短信，款已到合作愉快，季经理的脸上露出了喜悦，说真的谢谢你了衡经理，你今天帮了我大忙了，我们公司以前在其他行的网上银行有问题他们都是让打客服电话的，你们能在休息的时间又开着自己的车来马上帮我们公司解决了问题，又是请吃饭，又是给加油，都被我婉言拒绝了。就对季经理讲“想客户之所想，急客户之所急”是我们建行人应具备的素质。

后来，作为鲁南玻璃城企业协会的秘书长，满怀感激之情的季经理把他所在玻璃城的企业给我们建行进行了推荐。后有六家企业经季经理的从中牵线，落户我们大同路分理处，同时开通了企业高级网银，企业短信通知，进一步提高了客户对我行的满意度和忠诚度。

同时，针对中高端客户及个体私企业资金往来频繁，我们对其重点推介网上银行/手机银行转账与短信提醒功能，突出宣传“足不出户办业务、享受优惠价格、实时监控账户状况”三大特点，取得良好效果。为充分挖掘客户资源，全面实行捆绑式营销，提高营销技巧，确保大堂制胜，采取大堂经理，客户经理和员工立体互动营销，确保成功率。主动推介网上银行、手机银行、银信通业务，从而提高营销成功率，确保“营销一户、教会一户、开通一户”。

(六) 坚持柔性激励，打造卓越奋进团队

是讲求柔性激励，打造卓越团队。激励与表扬是前进的动力。每天的晨会上，销售冠军不仅受到口头表扬，得到一张表扬卡，还能得到网点经理颁发的小礼品，这样的表扬不仅能立即鼓舞士气，还让大家一天都精神振奋。从第一个客户办理

业务开始，分理处营业大厅里随时都闪现着网点经理的身影，一个会意的手势，一个小小的鼓励，一次对后进员工的指导，都在激励着大家营销、营销、再营销。柔性激励措施的实施，极大调动了员工的营销热情，呈现出“比、学、帮、敢、超”的营销氛围。正是靠着团队的力量，我们完成了一个个营销任务，实现了一个又一个新的跨越。

根据电子银行业务时尚、便捷和高效的特点，我们以网上银行为重点，围绕网上银行有针对性地开展了一系列提质增收的数据库营销活动，搜集整理了辖内个人高中端客户进行精准营销、定向营销和捆绑营销，组成营销小组深入各企业及单位积极营销，做到“人人头上有任务，个个身上有担子”，全分理处无论是负责人还是员工，都认识到了电子银行产品销售的重要性，实现了由“要我营销”向“我要营销”的意识转变，领导带头，全员参与，全员营销、主动营销，柜员周末营销已成普遍现象，全员参与，联动营销，将电子银行业务营销推向新的高潮。

在同业竞争中不进则退，慢进也是退。在竞争激烈的环境下，如何创新产品、创新服务成为各家银行提升竞争力的有力资本。目前，全行上下都在大力发展电子银行业务，我们大同路分理处虽然做出了点滴成绩，但与上级行要求相比，与其他先进行相比，还有一定差距，这也正是我们继续前进的动力。在今后的业务发展中，取人之长，补己所短，积极进取，团结拼搏，争取在上级行开展的各项竞赛活动中取得更加优异的成绩，为我行电子银行业务的超常规做出更大的贡献。

银行中层干部年度总结篇四

过去的一年，对我而言，是非常特殊而又有意义的一年，在这一年我迈进人生一个新的里程碑，在这一年我率领计财部的各位同仁，在行领导的关心、爱护、支持下，以高度的责任感，恪守职责，务实开拓，将支行的发展推上了一个新的台阶。

1. 建立健全各项规章制度，奠定会计出纳工作的基矗今年我根据业务发展变化和管理的要求，对责任、制度修旧补新，明确责任、目标，并按照缺什么补什么的原则，补充建立了上些新的制度，对支行强化内控、防范风险起到了积极的作用。特别是针对七、八月差错率高居不下，及时组织、制订、出台了“”，有效地遏制了风险的蔓延。

2. 加强监督检查，做好会计出纳工作的保证。年内一方面加强考核，实行工效挂钩的机制，按月考核差错率，并督促整改问题，及时消除事故隐患，解决问题。另一方面，加大检查力度，改变会计检查方式，采取定期、不定期，常规与专项检查相结合的方式，及时发现工作中的难点、重点，再对症下药，解决问题，有效地防范了经营风险。

3. 以人为本，加强会计、出纳专业人员的素质培训，进一步实现了会计、出纳工作的规范化管理。年内主要做了以下七点工作：1. 主动、积极地抓好服务工作，坚持不懈地搞好优质文明服务，树立服务意识；2. 坚持业务学习制度，统一学习新文件，从实际操作出发，将遇到的问题及难点列举出来，通过研究讨论，寻求解决途径；3. 坚持考核与经济效益指标挂钩。4. 成立了以骨干为主的结算小组；5. 积极地组织柜员上岗考试。6. 培养一线员工自觉养成对传票审查的习惯。7. 开展不定期的技能比武、知识竞赛，加强对员工综合能力的培养，提高结算工作质量和效率。

1、更好的完成年度财务工作，我严格按照财务制度和□XXXX□等规定，认真编制财务收支计划，及时完整准确的进行各项财务资料的报送，并于每季、年末进行详细地财务分析；在资产购置上做到了先审批后购置，在固定费用上，全年准确的计算计提并上缴了职工福利费、工会经费、职工教育经费、养老保险金、医药保险金、失业保险金、住房公积金、固定资产折旧、长期待摊资产的摊销、应付利息等，并按照营业费用子目规范列支。

2、费用支出实行了专户、专项管理，在临时存款科目中设

置了营业费用专户，专门核算营业费用支出，建立了相应的手工台账，实行了一支笔审批制度，严格区分了业务经营支出资金和费用支出资金。在费用使用上压缩了不必要的开支，厉行节约，用最少的资金获得利润。20xx年开支费用总额为万元，较上年增加了万元，增幅为%；实现收入万元，较上年增加万元，增幅为%。从以上的数据可知，收入的增长速度是费用增长速度的2倍。在费用的管理上，根据下发的“xxxx”等文件精神，严格费用指标控制，认真执行审批制度，做好日常的账务处理，并将费用使用情况及财务制度中规定比例列支的费用项目进行说明，以便行领导掌握费用开支去向。全年按总部费用率的考核标准，支行实际费用率为%，节约费用5个百分点，费用总额没有突破下达的年度费用控制指标。

我在抓好管理的同时，切实注重加强自身建设，增强驾驭工作能力。一是加强学习，不断增强工作的原则性和预见性。二是坚持实事求是的作风，坚持抵制和反对腐败消极现象，在实际工作中，积极帮助解决问题，靠老老实实的做人态度，兢兢业业的工作态度，实事求是的科学态度，推动各项工作的开展。三是加强团结合作，不搞个人主义。

1、挖掘人力资源，调动一切积极因素。立足在现有人员的基础上，根据目前人员的知识结构、素质状况确定培训重点，丰富培训形式，加大培训力度，特别是对业务骨干的专项培训。

2、降低成本费用，促进效益的稳步增长。一是加强成本管理，减少成本性资金流失。二是加强结算管理，限度地增加可用资金。三是合理调配资金，提高资金利用率；认真匡算资金流量，尽可能地压缩无效资金和低效资金占用，力求收益化。四是降低费用开支，增强盈利水平。五是准确做好各项财务测算，为行领导的决策提供依据。

3、充分发挥职能部门的“职能”，加强管理，加快工作的效率。

回顾一年的工作，在平凡而繁细的工作中，付出了许多艰辛与努力，有了一些收获与喜悦，重要的是丰富与锻炼了自己，虽然我的工作取得了一定的成绩，但仍有许多不足，仍需在今后的工作中不断地加以完善，面对日益变幻的金融经济形势，金融工作任重而道远，成绩永远属于过去，在今后的工作中，我将不断完善提高工作水平，在新的一年里迈上一个新的台阶。

银行中层干部年度总结篇五

今年以来，我行认真贯彻总分行经营战略调整的决策，坚持效益、质量、规模协调发展的方针，与时俱进，开拓创新，在注重业务发展的同时，强调风险防范和内控管理，倡导合规文化建设，使支行的各项业务上了一个新台阶，为完成年度目标任务奠定了坚实的基矗在全行员工的共同努力下□20xx年上半年各项指标稳健运行，取得了突出的经营业绩，范文之工作报告：农业银行工作报告。截止6月末，各项业务完成情况较好，在分行均名列前茅。

一、各项指标完成情况。

1、负债业务增势明显。6月末自营存款余额为xx万元，较年初新增xx万元，已提前完成全年任务。其中储蓄存款余额xx万元，较年初新增xx万元，完成全年任务的66%。对公存款xx万元，较年初新增xx万元，完成全年任务的154%；日均储蓄存款余额xx万元，较核定基数增xx万元，完成任务的99%；对公日均存款余额xx万元，较核定基数增xx万元，完成任务的161%。

2、资产业务快速发展。6月末自营贷款xx万元，较年初新

增xx万元，其中个人资产业务xx万元，较年初新增xx万元，完成全年任务90%，对公资产余额xx万元，较年初新增xx万元。贴现累计发生额x亿元。

3、中间业务稳步推进。上半年已实现中间业务收入近xx万元，完成全年任务58%；完成国际结算量近xx万美元；信用卡发卡xx张；期缴保险xx万元，趸缴保险xx万元。

二、总结上半年各项业务发展和管理，我们主要采取以下工作措施：

(一)明确任务，早抓落实，为全年工作打基矗

支行在去年末就对20xx年工作目标进行了规划，明确负债新增x个亿，对私存款x亿，对公存款x亿；资产新增x亿，个人资产x亿，公营贷款x亿。年初支行再次召开工作会，就20xx度全年工作进行统一的部署和安排，对20xx年取得的成绩，行长(本站提供)室要求全行员工戒骄戒躁，防止“小富即安”的思想。同时，针对支行目标任务制订了全面的考核制度，将分解到每位客户经理头上，业绩完成情况以邮件方式对全行进行每周、每月、每季通报，有效地激励了客户经理的工作热情。在分行开门红竞赛活动中，支行的负债业务、个人资产业务在全分行均处于领先地位，取得较好成绩。

(二)强化市场营销机制。

1、公司业务基础营销工作首先是抓新开户，支行公司部年初即明确：每位对公客户经理每月必须新开有效户达到x户。从上半年情况来看，支行共计实现新开户 xx户，实现新户存款新增xx万元。其次是通过政府平台，加强对周边园区客户的营销力度，通过上门拜访、制订理财方案等多种形式，积极宣传我行对公产品。经过长期的努力，取得了客户的高度认可，已和多个优质企业建立了合作意向。其中□xx区财政非税

收入专户已经成功开立，存款余额近x个亿。

2、在零售银行业务日常工作中，对x区“富人区”进行了区域定位，实施精准营销和分层次营销，注重基础营销、中端客户营销、大户营销并重。一是大户营销：将x万以上的客户界定为大户，针对这部分客户专门制定了“理财秘书”服务。分行发行各种币种的理财产品、各种基金、信托产品、国债、外汇市场行情等金融信息，根据客户的类型、投资需求有选择性的分别发送短消息或者提供理财方案，让客户及时地了解银行的动态发展，同时让贵宾客户感受到银行对他们不只是单纯的存款需求，而且有帮助他们投资理财，使其效益最大化，这样才能将客户与银行更紧密的联系在一起。这就对个人银行部战线上的客户经理要求更高，综合素质的提升更重要。针对这部分客户，客户经理团结起来，根据客户特色讨论，制定出几套适合客户需求的理财方案，针对客户可能会提出的问题反复推敲，做足前位准备，实现给客户百分百满意的专业服务，让这部分客户更信任我们，依赖我们，成为我们的忠实客户；二是小区营销：由于支行地理环境，小区营销成为我们的特色，频繁且高质量的户外宣传对支行提高知名度是最有效的方法。坚持不懈地开展多样的小区活动和宣传，通过在高档小区xx山庄的联益活动，对我行产品的大力推荐，使我行的形象深入人心，山庄业主中成为我行xxx客户的便有10户。支行通过“物管收费站”的有效宣传，进驻周遍优质小区，例如xx花园等通过现场开卡、开功能，既达到我行电子业务的宣传，也成功实现揽存xx多万元；三是大堂营销：大堂经理将大厅精心布置，营造舒适的营业环境和温馨的节日气氛，狠抓服务，对前来办理业务的客户主动引导，对普通客户主要介绍消费积分、自助缴费、消费有奖、网上银行等日常功能，使客户在使用这些功能的同时感受到一卡通的方便。对中、高端客户主要介绍xx卡、xx白金卡、信用卡、外汇宝、电子银行、人民币、外币的理财产品。通过平时存款有礼、节假日行庆的抽奖活动来带动自然增长，增添节日气氛，聚集大堂的人气。大堂是最有效的阵地营销，安

排客户经理轮流在大堂值班，对大厅的客户进行梳理，达到提升的效果。

3、公私联动组合营销：零售银行部与公司银行部通过一对一的接对子形式，互帮互助，互通信息，从对私大客户中发掘对公客户，从对公客户中寻找对私大客户，年初就通过对私大客户拓展了一户对公客户，吸收对公存款xx万元。同时还公私联动，落实了xx汽车销售有限公司等单位的工资代发。

(三) 针对弱点，狠抓资产、贴现和国际业务。

资产、贴现和国际业务一直都是xx区支行的弱势业务。2019年支行下大力开拓这三方面工作。资产方面：结合分行今年大力扩展信贷资产规模的工作思路，支行通过“立足园区辐射周边”，积极进行资产项目营销。目前已经成功和xx等一批优质企业达成合作意向，近期内即可对项目进行上报。贴现方面：一方面对支行已有的客户进行挖潜，另一方面积极对外营销新户。对贴现跟踪票据源头企业，积极拓展收款下家，成功拓展了xx等企业，上半年累计实现贴现x亿元，与2019年同期相比增加了2019万元。国际业务方面：对区域内的外贸企业逐一上门拜访，目前已和xx制药公司等达成和合作意向。此外，对于提前终止授信额度的xx公司，支行始终没有放弃，一直对其进行积极的跟踪，随时关注公司的生产进行情况，同时和银监局□xx区政府保持了密切的联系，以便最快时间内了解政策方面的动向，在银监局和xx区政府对公司的态度明确后，支行拟再度与其展开合作，将成为下半年国际业务的亮点。

(四) 大力拓展房地产企业，结合分行活动，狠抓个人资产，突出工作重点

针对xx区域内房地产企业和优质楼盘众多的优势，支行加大了对房地产开发商的拓展力度，和xx/xx等知名开发商建立了

往来关系，并拟在开发贷款和按揭方面展开深入的合作。同时，对原有的开发企业，如xx地产，进行了深度的挖潜拓展，目前拟增加其开发贷款至x亿元，将改变支行对公资产业务落后的状况。同时，支行将风险低、回报高的个人资产业务作为发展的重点，整合资源，将个人资产业务划归公司银行部管理，充分利用公司客户经理善于与企业打交道的优势，拓展按揭业务。针对分行下达的一季度阶段性个人资产任务，支行公司部全员动员，对按揭、个人经营性贷款进行积极营销，其中成功发放了xx分行金额最大的单笔个人按揭xx万元。此外，通过直客方式，支行营销了“xx/xx”等优质楼盘，为全年个人资产任务的完成奠定了基矗截止6月末，支行实现了比年初新增xx万元，完成分行下达的全年任务的90%。预计7月末可完成全年任务。

(五)健全案防体系，加强内控制度建设，推进合规文化建设

1、牢固树立“安全就是效益”的意识，以预防和惩治案件为着力点，深入开展规章制度教育和警示教育活动，落实案件防范工作责任制。密切关注社会形式，严防不法分子的侵害。从早接款晚送款，到出入通勤门，我行都制订了严格的规章制度，并督促每一个员工遵照执行。做到人人熟悉防抢预案，定期演习。把防抢劫、防盗窃、防诈骗尤其是防票据、银行卡诈骗作为安全工作重点，不断提高对高科技犯罪的防范能力。

2、认真开展合规守法教育活动。根据□xx分行开展合规守法教育活动实施方案》，成立了支行合规守法教育活动领导小组，召开了全体员工合规守法教育活动动员会，制定出支行的学习计划，把工作落到实处。以多种形式组织员工认真学习了□xx副行长在全行“合规守法”教育活动视频动员大会上的讲话□xx分行开展合规守法教育活动实施方案□xx银行诚信举报及奖励规定、两个讲话、合规与银行内部合规部门、商业银行风险管理指引□xx银行客户经理行为禁令□xx银行柜面

业务人员行为禁令□xx银行员工行为守则、典型案例等内容。并组织全行员工参加了“合规守法”在线测试，取得了良好的成绩。先后出版了五期合规守法活动简报，全行员工写出了学习心得体会，全行员工的合规守法意识的到极大加强，在分行合规守法知识竞赛中我行代表队取得了第二名的好成绩。

今年以来，我行认真贯彻总分行经营战略调整的决策，坚持效益、质量、规模协调发展的方针，与时俱进，开拓创新，在注重业务发展的同时，强调风险防范和内控管理，倡导合规文化建设，使支行的各项业务上了一个新台阶，为完成年度目标任务奠定了坚实的基矗在全行员工的共同努力下□20xx年上半年各项指标稳健运行，取得了突出的经营业绩。截止6月末，各项业务完成情况较好，在分行均名列前茅。

一、各项指标完成情况。

1、负债业务增势明显。6月末自营存款余额为xx万元，较年初新增xx万元，已提前完成全年任务。其中储蓄存款余额xx万元，较年初新增xx万元，完成全年任务的66%。对公存款xx万元，较年初新增xx万元，完成全年任务的154%；日均储蓄存款余额xx万元，较核定基数增xx万元，完成任务的99%；对公日均存款余额xx万元，较核定基数增xx万元，完成任务的161%。

2、资产业务快速发展。6月末自营贷款xx万元，较年初新增xx万元，其中个人资产业务xx万元，较年初新增xx万元，完成全年任务90%，对公资产余额xx万元，较年初新增xx万元。贴现累计发生额x亿元。

3、中间业务稳步推进。上半年已实现中间业务收入近xx万元，完成全年任务58%；完成国际结算量近xx万美元；信用卡发卡xx张；期缴保险xx万元，趸缴保险xx万元。

二、总结上半年各项业务发展和管理，我们主要采取以下工作措施：

(一)明确任务，早抓落实，为全年工作打基矗

支行在去年末就对20xx年工作目标进行了规划，明确负债新增x个亿，对私存款x亿，对公存款x亿；资产新增x亿，个人资产x亿，公营贷款x亿。年初支行再次召开工作会，就20xx度全年工作进行统一的部署和安排，对20xx年取得的成绩，行长(本站提供)室要求全行员工戒骄戒躁，防止“小富即安”的思想。同时，针对支行目标任务制订了全面的考核制度，将分解到每位客户经理头上，业绩完成情况以邮件方式对全行进行每周、每月、每季通报，有效地激励了客户经理的工作热情。在分行开门红竞赛活动中，支行的负债业务、个人资产业务在全分行均处于领先地位，取得较好成绩。

(二)强化市场营销机制。

1、公司业务基础营销工作首先是抓新开户，支行公司部年初即明确：每位对公客户经理每月必须新开有效户达到x户。从上半年情况来看，支行共计实现新开户 xx户，实现新户存款新增xx万元。其次是通过政府平台，加强对周边园区客户的营销力度，通过上门拜访、制订理财方案等多种形式，积极宣传我行对公产品。经过长期的努力，取得了客户的高度认可，已和多个优质企业建立了合作意向。其中□xx区财政非税收入专户已经成功开立，存款余额近x个亿。

2、在零售银行业务日常工作中，对x区“富人区”进行了区域定位，实施精准营销和分层次营销，注重基础营销、中端客户营销、大户营销并重。一是大户营销：将x万以上的客户界定为大户，针对这部分客户专门制定了“理财秘书”服务。分行发行各种币种的理财产品、各种基金、信托产品、国债、外汇市场行情等金融信息，根据客户的类型、投资需求有选

择性的分别发送短消息或者提供理财方案，让客户及时地了解银行的动态发展，同时让贵宾客户感受到银行对他们不只是单纯的存款需求，而且有帮助他们投资理财，使其效益最大化，这样才能将客户与银行更紧密的联系在一起。这就对个人银行部战线上的客户经理要求更高，综合素质的提升更重要。针对这部分客户，客户经理团结起来，根据客户特色讨论，制定出几套适合客户需求的理财方案，针对客户可能会提出的问题反复推敲，做足前位准备，实现给客户百分百满意的专业服务，让这部分客户更信任我们，依赖我们，成为我们的忠实客户；二是小区营销：由于支行地理环境，小区营销成为我们的特色，频繁且高质量的户外宣传对支行提高知名度是最有效的方法。坚持不懈地开展多样的小区活动和宣传，通过在高档小区xx山庄的联益活动，对我行产品的大力推荐，使我行的形象深入人心，山庄业主中成为我行xxx客户的便有10户。支行通过“物管收费站”的有效宣传，进驻周遍优质小区，例如xx花园等通过现场开卡、开功能，既达到我行电子业务的宣传，也成功实现揽存xx多万元；三是大堂营销：大堂经理将大厅精心布置，营造舒适的营业环境和温馨的节日气氛，狠抓服务，对前来办理业务的客户主动引导，对普通客户主要介绍消费积分、自助缴费、消费有奖、网上银行等日常功能，使客户在使用这些功能的同时感受到一卡通的方便。对中、高端客户主要介绍xx卡、xx白金卡、信用卡、外汇宝、电子银行、人民币、外币的理财产品。通过平时存款有礼、节假日行庆的抽奖活动来带动自然增长，增添节日气氛，聚集大堂的人气。大堂是最有效的阵地营销，安排客户经理轮流在大堂值班，对大厅的客户进行梳理，达到提升的效果。

3、公私联动组合营销：零售银行部与公司银行部通过一对一的接对子形式，互帮互助，互通信息，从对私大客户中发掘对公客户，从对公客户中寻找对私大客户，年初就通过对私大客户拓展了一户对公客户，吸收对公存款xx万元。同时还公私联动，落实了xx汽车销售有限公司等单位的工资代发。

(三) 针对弱点，狠抓资产、贴现和国际业务。

资产、贴现和国际业务一直都是xx区支行的弱势业务。2019年支行下大力开拓这三方面工作。资产方面：结合分行今年大力扩展信贷资产规模的工作思路，支行通过“立足园区辐射周边”，积极进行资产项目营销。目前已经成功和xx等一批优质企业达成合作意向，近期内即可对项目进行上报。贴现方面：一方面对支行已有的客户进行挖潜，另一方面积极对外营销新户。对贴现跟踪票据源头企业，积极拓展收款下家，成功拓展了xx等企业，上半年累计实现贴现x亿元，与2019年同期相比增加了2019万元。国际业务方面：对区域内的外贸企业逐一上门拜访，目前已和xx制药公司等达成和合作意向。此外，对于提前终止授信额度的xx公司，支行始终没有放弃，一直对其进行积极的跟踪，随时关注公司的生产进行情况，同时和银监局□xx区政府保持了密切的联系，以便最快时间内了解政策方面的动向，在银监局和xx区政府对公司的态度明确后，支行拟再度与其展开合作，将成为下半年国际业务的亮点。

(四) 大力拓展房地产企业，结合分行活动，狠抓个人资产，突出工作重点

针对xx区域内房地产企业和优质楼盘众多的优势，支行加大了对房地产开发商的拓展力度，和xx/xx等知名开发商建立了往来关系，并拟在开发贷款和按揭方面展开深入的合作。同时，对原有的开发企业，如xx地产，进行了深度的挖潜拓展，目前拟增加其开发贷款至x亿元，将改变支行对公资产业务落后的状况。同时，支行将风险低、回报高的个人资产业务作为发展的重点，整合资源，将个人资产业务划归公司银行部管理，充分利用公司客户经理善于与企业打交道的优势，拓展按揭业务。针对分行下达的一季度阶段性个人资产任务，支行公司部全员动员，对按揭、个人经营性贷款进行积极营销，其中成功发放了xx分行金额最大的单笔个人按揭xx万元。

此外，通过直客方式，支行营销了“xx/xx”等优质楼盘，为全年个人资产任务的完成奠定了基矗截止6月末，支行实现了比年初新增xx万元，完成分行下达的全年任务的90%。预计7月末可完成全年任务。

(五)健全案防体系，加强内控制度建设，推进合规文化建设

1、牢固树立“安全就是效益”的意识，以预防和惩治案件为着力点，深入开展规章制度教育和警示教育活动，落实案件防范工作责任制。密切关注社会形式，严防不法分子的侵害。从早接款晚送款，到出入通勤门，我行都制订了严格的规章制度，并督促每一个员工遵照执行。做到人人熟悉防抢预案，定期演习。把防抢劫、防盗窃、防诈骗尤其是防票据、银行卡诈骗作为安全工作重点，不断提高对高科技犯罪的防范能力。

2、认真开展合规守法教育活动。根据《xx分行开展合规守法教育活动实施方案》，成立了支行合规守法教育活动领导小组，召开了全体员工合规守法教育活动动员会，制定出支行的学习计划，把工作落到实处。以多种形式组织员工认真学习了xx副行长在全行“合规守法”教育活动视频动员大会上的讲话xx分行开展合规守法教育活动实施方案xx银行诚信举报及奖励规定、两个讲话、合规与银行内部合规部门、商业银行风险管理指引xx银行客户经理行为禁令xx银行柜面业务人员行为禁令xx银行员工行为守则、典型案例等内容。并组织全行员工参加了“合规守法”在线测试，取得了良好的成绩。先后出版了五期合规守法活动简报，全行员工写出了学习心得体会，全行员工的合规守法意识的到极大加强，在分行合规守法知识竞赛中我行代表队取得了第二名的好成绩。

今年以来，我行认真贯彻总分行经营战略调整的决策，坚持效益、质量、规模协调发展的方针，与时俱进，开拓创新，

在注重业务发展的同时，强调风险防范和内控管理，倡导合规文化建设，使支行的各项业务上了一个新台阶，为完成年度目标任务奠定了坚实的基矗在全行员工的共同努力下□20xx年上半年各项指标稳健运行，取得了突出的经营业绩。截止6月末，各项业务完成情况较好，在分行均名列前茅。

一、各项指标完成情况。

1、负债业务增势明显。6月末自营存款余额为xx万元，较年初新增xx万元，已提前完成全年任务。其中储蓄存款余额xx万元，较年初新增xx万元，完成全年任务的66%。对公存款xx万元，较年初新增xx万元，完成全年任务的154%；日均储蓄存款余额xx万元，较核定基数增xx万元，完成任务的99%；对公日均存款余额xx万元，较核定基数增xx万元，完成任务的161%。

2、资产业务快速发展。6月末自营贷款xx万元，较年初新增xx万元，其中个人资产业务xx万元，较年初新增xx万元，完成全年任务90%，对公资产余额xx万元，较年初新增xx万元。贴现累计发生额x亿元。

3、中间业务稳步推进。上半年已实现中间业务收入近xx万元，完成全年任务58%；完成国际结算量近xx万美元；信用卡发卡xx张；期缴保险xx万元，趸缴保险xx万元。

二、总结上半年各项业务发展和管理，我们主要采取以下工作措施：

(一)明确任务，早抓落实，为全年工作打基矗

支行在去年末就对20xx年工作目标进行了规划，明确负债新增x个亿，对私存款x亿，对公存款x亿；资产新增x亿，个人资产x亿，公营贷款x亿。年初支行再次召开工作会，就20xx度

全年工作进行统一的部署和安排，对20xx年取得的成绩，行长（本站提供）室要求全行员工戒骄戒躁，防止“小富即安”的思想。同时，针对支行目标任务制订了全面的考核制度，将分解到每位客户经理头上，业绩完成情况以邮件方式对全行进行每周、每月、每季通报，有效地激励了客户经理的工作热情。在分行开门红竞赛活动中，支行的负债业务、个人资产业务在全分行均处于领先地位，取得较好成绩。

（二）强化市场营销机制。

1、公司业务基础营销工作首先是抓新开户，支行公司部年初即明确：每位对公客户经理每月必须新开有效户达到x户。从上半年情况来看，支行共计实现新开户 xx户，实现新户存款新增xx万元。其次是通过政府平台，加强对周边园区客户的营销力度，通过上门拜访、制订理财方案等多种形式，积极宣传我行对公产品。经过长期的努力，取得了客户的高度认可，已和多个优质企业建立了合作意向。其中□xx区财政非税收入专户已经成功开立，存款余额近x个亿。

2、在零售银行业务日常工作中，对x区“富人区”进行了区域定位，实施精准营销和分层次营销，注重基础营销、中端客户营销、大户营销并重。一是大户营销：将x万以上的客户界定为大户，针对这部分客户专门制定了“理财秘书”服务。分行发行各种币种的理财产品、各种基金、信托产品、国债、外汇市场行情等金融信息，根据客户的类型、投资需求有选择性的分别发送短消息或者提供理财方案，让客户及时地了解银行的动态发展，同时让贵宾客户感受到银行对他们不只是单纯的存款需求，而且有帮助他们投资理财，使其效益最大化，这样才能将客户与银行更紧密的联系在一起。这就对个人银行部战线上的客户经理要求更高，综合素质的提升更重要。针对这部分客户，客户经理团结起来，根据客户特色讨论，制定出几套适合客户需求的理财方案，针对客户可能会提出的问题反复推敲，做足前位准备，实现给客户百分百

满意的专业服务，让这部分客户更信任我们，依赖我们，成为我们的忠实客户；二是小区营销：由于支行地理环境，小区营销成为我们的特色，频繁且高质量的户外宣传对支行提高知名度是最有效的方法。坚持不懈地开展多样的小区活动和宣传，通过在高档小区xx山庄的联益活动，对我行产品的大力推荐，使我行的形象深入人心，山庄业主中成为我行xxx客户的便有10户。支行通过“物管收费站”的有效宣传，进驻周边优质小区，例如xx花园等通过现场开卡、开功能，既达到我行电子业务的宣传，也成功实现揽存xx多万元；三是大堂营销：大堂经理将大厅精心布置，营造舒适的营业环境和温馨的节日气氛，狠抓服务，对前来办理业务的客户主动引导，对普通客户主要介绍消费积分、自助缴费、消费有奖、网上银行等日常功能，使客户在使用这些功能的同时感受到一卡通的方便。对中、高端客户主要介绍xx卡、xx白金卡、信用卡、外汇宝、电子银行、人民币、外币的理财产品。通过平时存款有礼、节假日行庆的抽奖活动来带动自然增长，增添节日气氛，聚集大堂的人气。大堂是最有效的阵地营销，安排客户经理轮流在大堂值班，对大厅的客户进行梳理，达到提升的效果。

3、公私联动组合营销：零售银行部与公司银行部通过一对一的接对子形式，互帮互助，互通信息，从对私大客户中发掘对公客户，从对公客户中寻找对私大客户，年初就通过对私大客户拓展了一户对公客户，吸收对公存款xx万元。同时还公私联动，落实了xx汽车销售有限公司等单位的工资代发。

(三)针对弱点，狠抓资产、贴现和国际业务。

资产、贴现和国际业务一直都是xx区支行的弱势业务。2019年支行下大力开拓这三方面工作。资产方面：结合分行今年大力扩展信贷资产规模的工作思路，支行通过“立足园区辐射周边”，积极进行资产项目营销。目前已经成功和xx等一批优质企业达成合作意向，近期内即可对项目进行上报。贴

现方面：一方面对支行已有的客户进行挖潜，另一方面积极对外营销新户。对贴现跟踪票据源头企业，积极拓展收款下家，成功拓展了xx等企业，上半年累计实现贴现x亿元，与2019年同期相比增加了2019万元。国际业务方面：对区域内的外贸企业逐一上门拜访，目前已和xx制药公司等达成和合作意向。此外，对于提前终止授信额度的xx公司，支行始终没有放弃，一直对其进行积极的跟踪，随时关注公司的生产进行情况，同时和银监局□xx区政府保持了密切的联系，以便最快时间内了解政策方面的动向，在银监局和xx区政府对公司的态度明确后，支行拟再度与其展开合作，将成为下半年国际业务的亮点。

(四) 大力拓展房地产企业，结合分行活动，狠抓个人资产，突出工作重点

针对xx区域内房地产企业和优质楼盘众多的优势，支行加大了对房地产开发商的拓展力度，和xx/xx等知名开发商建立了往来关系，并拟在开发贷款和按揭方面展开深入的合作。同时，对原有的开发企业，如xx地产，进行了深度的挖潜拓展，目前拟增加其开发贷款至x亿元，将改变支行对公资产业务落后的状况。同时，支行将风险低、回报高的个人资产业务作为发展的重点，整合资源，将个人资产业务划归公司银行部管理，充分利用公司客户经理善于与企业打交道的优势，拓展按揭业务。针对分行下达的一季度阶段性个人资产任务，支行公司部全员动员，对按揭、个人经营性贷款进行积极营销，其中成功发放了xx分行金额最大的单笔个人按揭xx万元。此外，通过直客方式，支行营销了“xx/xx”等优质楼盘，为全年个人资产任务的完成奠定了基矗截止6月末，支行实现了比年初新增xx万元，完成分行下达的全年任务的90%。预计7月末可完成全年任务。

(五) 健全案防体系，加强内控制度建设，推进合规文化建设

1、牢固树立“安全就是效益”的意识，以预防和惩治案件为着力点，深入开展规章制度教育和警示教育活动，落实案件防范工作责任制。密切关注社会形式，严防不法分子的侵害。从早接款晚送款，到出入通勤门，我行都制订了严格的规章制度，并督促每一个员工遵照执行。做到人人熟悉防抢预案，定期演习。把防抢劫、防盗窃、防诈骗尤其是防票据、银行卡诈骗作为安全工作重点，不断提高对高科技犯罪的防范能力。

2、认真开展合规守法教育活动。根据《XX分行开展合规守法教育活动实施方案》，成立了支行合规守法教育活动领导小组，召开了全体员工合规守法教育活动动员会，制定出支行的学习计划，把工作落到实处。以多种形式组织员工认真学习了XX副行长在全行“合规守法”教育活动视频动员大会上的讲话XX分行开展合规守法教育活动实施方案XX银行诚信举报及奖励规定、两个讲话、合规与银行内部合规部门、商业银行风险管理指引XX银行客户经理行为禁令XX银行柜面业务人员行为禁令XX银行员工行为守则、典型案例等内容。并组织全行员工参加了“合规守法”在线测试，取得了良好的成绩。先后出版了五期合规守法活动简报，全行员工写出了学习心得体会，全行员工的合规守法意识的到极大加强，在分行合规守法知识竞赛中我行代表队取得了第二名的好成绩。

3、以“合规守法教育活动”为切入点，结合分行会计部组织的“票据结算风险知识培训”“账户管理系统(二期)”等业务培训等有机结合，通过内控管理制度和案件专项治理工作，加大了对风险隐患的标本兼治和综合治理力度，建立起了前台操作，后台复核和岗位间监督三道防线，落实要害部位和关键环节的风险防范和安全保卫措施，有效防止了风险。增强的员工的合规、守法与诚信意识。在日常管理工作中要求员工必须坚持执行规章制度和操作规程，各施其职，分工合作，扎实工作，把各个环节的工作都落到实处。做到上半年

会计无票据交换差错，结算一般性差错仅一笔；并保持了储蓄柜面服务零差错的记录。(六)加强警队建设，开展治理三项执法监察、案件专项治理等工作，注重企业文化建设，为业务发展创造和谐人文环境支行认真贯彻落实总分行有关会议精神，【提供内容】制定了纪检监察安全保卫工作计划。年初以来，加强了对警员在保卫技能、管理制度、银行业务及服务等多方面的培训，加强了警员体能训练，制定了详细的训练计划和奖惩措施，警队在上半年分行监保部的体能考核中名列前茅，起到了保驾护航的作用。

按照总分行部署，支行按进度计划开展了三项执法监察、案件专项治理等工作。成立了领导小组，开展了员工异常行为排查，形成了自查报告，对查出的事项进行了整改，受到了好评。

在业务发展的同时，注重企业文化建设，在员工生日时，及时给每一位过生日的员工当日送上一份鲜美的蛋糕，让员工充分体会到组织的关心；积极参与分行组织的各类文体活动，如服务征文活动、迎春文艺表演、登山拔河比赛、羽毛球比赛等。在迎春文艺汇演中，全体演员和后勤人员体现了高度的集体荣誉感，牺牲了大量的休息时间，精心排练，使演出获得巨大成功，荣获分行迎春文艺汇演第二名，为支行的可持续发展创造了和谐的人文环境。

三、目前工作中存在的问题

(一)柜面服务技能、服务质量有待提高；

(二)柜面员工处理与客户关系的技巧有待改善；

(三)个人资产的二次营销力度弱，对市场情况未能准确把握，信息不灵；

(四)票据业务未能寻找到大的龙头客户；

(六) 国际业务仅限于一两个客户，不利于支行国际业务收入长期稳定发展。

(七) 信用卡业务进展缓慢。

(八) 零售业务柜台、大堂、客户经理三点没有形成有效的一线。

四、下半年工作打算：

支行下半年要在巩固已取得的成绩基础上，有针对性地做好以下工作：

(四) 高度重视和持续进行合规守法教育活动，不能流于形式，增强员工什么该干，什么不该干的认识。

(五) 照总分行的统一部署，开展好“优质服务”活动。加强员工教育，加强大堂力量，提升服务质量，重塑服务品牌。

(六) 继续加强企业文化建设，努力打造“魅力支行”，“活力支行”，形成自己的特色。