

成长

CHENG
ZHANG

2023年第三期 总第56期
珠海华润银行股份有限公司



华润银行·成长



实干笃行展担当
拼搏进取赢未来

内部资料 免费交流



创业者、创新者、创造者的银行



2023年第3期 总第56期
珠海华润银行股份有限公司

主办

珠海华润银行

主编

张宏山

副主编

文世良 杨万志

编辑

张丽丽 梁雨乔

发行通联

珠海市吉大九洲大道东1346号珠海华润银行大厦

邮编：519015

电话：0756-8121820

投稿邮箱

tgxx@crbank.com.cn

内部资料 免费交流



更多资讯，请扫描二维码

目录

CONTENTS



- 05 **迈向专业交易银行 提供专业金融服务**
网络与交易银行部
- 08 **运营经营一体化 以服务品质打造核心竞争力**
个人金融部 吴颖
- 12 **以“专业化服务进阶”探索厅堂服务新模式**
运营管理部
- 20 **打造风险管理长效机制 推动全面风险管理体系建设**
风险管理部
- 24 **坚定践行本地化战略 勇于开拓“镇村金融”新市场**
中山分行 薛锦辉
- 28 **创新竞进破风险 任重道远阔步行**
佛山分行



- 42 **华润力量**
办公室 文世良
- 44 **华润之路 阔步向前**
佛山分行财务与运营部 于洁鹏
- 46 **值此青春 不负韶华 致敬过去和未来的10年**
珠海分行个人金融部 唐艳
- 49 **奋斗为本 开拓进取**
行政安保部 范宇明
- 51 **踔厉奋发 勇毅前行**
人力资源部 于博佳
- 53 **凝心铸魂 展望未来**
珠海分行斗门支行 陈靖雯



- 31 **凝心聚力 共筑金融基础设施信创平台**
智能科技部



- 56 **诈骗无处遁形：
揭露电诈陷阱 教你如何应对**
运营管理部 刘燕冬



- 38 **1300万吨小麦在行动**



- 61 **掌控可塑人生 创造“英雄之旅”**
广州分行综合管理部 叶盼灵
- 64 **影片《孤注一掷》观后感**
个人金融部 李海萍

迈向专业交易银行 提供专业金融服务

■ 网络与交易银行部

产品迭代和服务进阶是催生商业银行转型的内生驱动，而产品迭代和服务进阶的能力关键在于专业化。根据我行2023年上半年经营工作会会议精神，总行网络与交易银行部围绕“特色数字化产业银行”的战略定位，致力于提升专业化水平，通过打造专业队伍、打磨专业产品、形成专业方案、提供专业服务，助力我行的转型发展。

一、保理融资多途径促合作

总行网络与交易银行部持续聚焦央企、国企、链长单位行业龙头等核心企业，通过产品创新、模式扩展、流程优化、多向联动等系列举措，多途径切入核心企业产业链，做大做强供应链融资业务。

电子债权凭证实现“钩子模式”获客。受票据新规等因素影响，国资央企纷纷自建平台，开展面向成员单位的电子债权凭证业务，发挥强链固链补链的重要作用，不断优化产业链生态建设。我行以电子债权凭证作为钩子产品切入国资央企，引入了一批优质核心企业及上下游客群。如招商蛇口电子债权凭证业务，自系统对接以来，已带动了6户优质企业落地，其中包括1户央企二级子公司、1户省属国企集团公司及1户国有控股建筑公司。

反向保理借力核心企业实现批量获客。针对资信水平较高的核心企业，基于其合格应付账款，我行直接对其供应商提供保理服务，不仅实现批量获客，也带动了可观收益。截至11月末，我行已出账核心企业9户，为458家供应商办理保理融资业务，以核心企业为抓手促进上游企业聚合式营销、批量化落地。其

众说
ZHONGSHUO

中，小微型普惠客群233户，占比51%。

再保理通过优质保理商实现有效获客。以优质保理商为突破口，受让保理商已有保理债权，为其提供保理融资、应收账款管理等金融服务。通过保理商，既能有效触达国资央企等头部核心企业，又能以资产包形式批量受理底层资产，快速提升资产规模。我行通过再保理已成功切入保利发展、中林集团、越秀集团等5户核心企业。与此同时，买方主要为大湾区所属市级国企的应付账款，为后续深挖这批目标客户提供了合作基础。

二、财资管理多模式强粘合

账户是交易银行服务客户的基石，我们不仅要去做资金的提供者，更要做资金的组织者。以供应链客群为抓手，以账户为核心，为细分行业、客群、商业模式等不同场景提供定制服务，灵活搭配产品，丰富财资管理模式，助力企业打造良好的智慧资产管理体系和能力，提升客户粘性。

“现金管理+银企直联”实现账户智慧管理。现金管理赋能集团型企业，实现有序管理分子公司、集中管控资金、优化资金统筹等功能，具备系统设置灵活、多账号自动管控、资金自动拨付归集等特点；银企直联为国资央企、战略客户、大型企业等已建立司库、财务资金管理系统的客户，输出支付结算、投资理财、融资贷款、票据业务、账户管理、数据查询等一站式金融服务能力。通过“银企直联+现金管理”组合，为国资央企、大中型企业提供便捷的资金收付、归集管理、投融资管理等功能，实现资金有效管理，有助于增强客户粘性，进一步挖掘客户价值。

“经营性物业贷+聚合支付”提供资金配套管理。针对我行已办理经营性物业贷客户，基于其商场商户/租户交易收款场景，切入聚合支付，提供“授信+结算”配套服务，助力经营性物业商户/租户实现财务统一管理、商户/租户销售收款、缴纳租金、收缴停车费、缴纳物业管理费/保证金/进场费等，解决客户不同场景的支付结算需求，沉淀结算存款。

“润房宝”助力商品房预售资金监管。锁定大湾区优质房地产开发企业，通过应用政府电子政务平台，创建智能政企银系统，全面服务房地产开发企业的商品房预售资金、租赁业主方租金/押金的资金管控，专户专款专用。执行楼盘项目管理销售回款与房地产开发企业其他关联债务风险隔离，确保监管专户资金从零增长，合法合规应用楼盘建设，落实政府监管要求，践行政府房管部门“保交楼、稳民生”政策。截止2023年9月，累计实现1427套商品房销售资金监管；其中，2023年

度新增771套商品房，新增汇入购房资金约11.6亿元，带动监管专户存款3.87亿元。

三、科技赋能多渠道优服务

数字时代，企业的经营逻辑与发展模式发生了根本性变化，催生出新的业务需求，促进银行业以需求为导向，加速优化系统建设。我行不断提升交易银行数字化、智能化、生态化服务能力，一方面，通过建设新一代供应链金融平台，整合面向B端的金融产品和服务能力，构建面向B端业务营运支撑能力，赋能供应链业务发展；另一方面，提供“WEB+APP+小程序+ERP”多触点多平台的互联网服务，构建“鼠标+手指”的多渠道专业服务格局。通过科技赋能，不断优化客户体验，提升客户满意度。

新一代供应链平台助力产业金融发展。立足我行战略定位，夯实系统建设底座，公司条线携手智能科技部共建新一代供应链平台，助力产业金融发展。一方面，推动新一代供应链金融平台在信创金融交易云平台顺利部署，提前投产运行，8000万资产顺利试单；另一方面，优化顶层设计，围绕核心企业及其上下游构建业务中台，梳理业务模型、打通产品边界，有序开展保理、商票转贴、保兑仓等高阶建模工作，推动“传统业务+创新业务”实现新突破。

做强品牌，丰富润E企产品，提升移动化服务能力。深耕小微企业生态，聚焦B端企业客户的个人用户（C端）体验，打通金融场景和生活场景，借助APP移动触点的优势，通过数据埋点、用户标签等形成用户画像，实现精准化营销。目前已上线廷融易、票e贷、润科贷、税抵贷等产品，持续发挥供应链便利结算账户（R账户）差异化优势。2023年至今，通过润E企投放有效资产51.04亿，投放笔数2617笔，笔均195万，进一步提升我行对小微企业的移动化、智能化服务能力，实现有效贷款营收超2300万元。

秒金融小程序打造开放型银行能力。打破物理网点约束，针对未在我行开立结算账户的企业，提供“大中台+小前端+富生态+共治理”的服务模式，实现多产品打通+多渠道触点，深耕生态及场景建设，已上线产品涵盖票据类（润秒贴、央票通、财票通）；贷款类（反向保理、快抵贷、润科贷、票e贷）；资产服务（润票通）；开放场景合作（保函E秒通）等，已上线渠道涵盖WEB、公众号、小程序、H5、直连等，配合多样化的产品和多层次的线上策略，通过平台化运营，推动高转化“引流”，实现数字用户资产的变现、提升。至2023年3季度，客户转化率8.50%，较2022年末提升2.34个百分点。

下一阶段，总行网络与交易银行部将持续以专业专注推进产品迭代和服务进阶，提供集融资、财资、科技于一体的专业金融服务，努力实现客户获取和深度经营。■

运营经营一体化 以服务品质打造核心竞争力

个人金融部 吴颖

在产品高度同质化的市场竞争中，服务品质是一家机构能够弱化价格因素获得溢价、在竞争中脱颖而出的核心竞争力。面对大行与互联网金融的双重夹击，面对品牌弱、网点少、系统弱、经营区域局限的先天劣势，我行唯有不断优化服务品质，做到“人无我有，人有我优，人有我特”，才能在激烈的同业竞争中逆境求存。

我行零售条线采用前中后台一体化管理模式，总行零售条线不但肩负产品开发、营销管理工作，更要不断集成与优化风险管理、运营服务职能，实现业务推广与风险管理、流程效率并重，打造“运营+经营”一体化的集中服务模式，最大限度打破产品流程微循环，提升客户服务体验。

一、线下零售贷款运营

我行线下零售贷款以信贷工厂运营模式为核心，引入招行及平安的先进管理经验，优化流程运营效率及风险管理能力，不断提升我行零售贷款市场竞争力。分行个贷中心实现标准化面签、标准化调查，总行信贷工厂实现录入集中化、审批集中化、放款集中化、电催集中化管理达到快捷的运营效率。

实现线上+人工相结合、贷前、贷中、贷后一体化的风险及运营管理模式。线上依托“数据驱动、模型决策”的智能规则引擎实现将人工经验转化为规则模型，对审批政策100%的还原。提升线上申请自动化审批能力和系统信贷数据管理能力，对业务风险实现实时预警和控制，系统审批与人工审批相结合，有效实现业务风险控制。

贷前环节，通过线上预审批申请，多方对接第三方信息，实现第三方职能化信息查询（包括企业工商信息查询、线上房屋评估等），配合客户工作、房产等信息，规则模型对客户准入、授信审批一体化完成。根据引擎结果对客户进行预筛，降低无效进件。

贷中环节，打造独立实施核心风控，构筑自主风控的全流程体系。一是根据总行业务规范、信贷政策，制订细化审批政策及调查模板，反馈政策修改意见实现风险闭环运作，执行信贷审批放款，实现贷中风险控制。二是实现总行集中化管理，强化贷中运营操作流程校准化，着重加强业务实质性风险和过程管理，严格把控业务运营质量，提升贷审风险防范水平。三是落实贷款各环节的工作责任和制度要求，专职的流程岗人员由总行统一进行考核和资格认定。四是建立华润特色个贷审批队伍培养机制。设立健全的培训及周例会机制、连续6年编制审批案例集、内部培养晋升规划。五是通过系统迭代式开发，逐步推进系统建设和功能智能化，例如合同制作自动赋值、机器审批辅助人工审批、线上签约等功能智能化。

贷后环节，对逾期业务坚持流程化、智能式的管理，采用贷后催收管理平台进行线上作业，解决传统线下催清收成本高、效能低的痛点。目前平台有AI外呼、催收流程平台、A+APP外访催收三大模块，运用大数据可配置的变量分案，以及智能化高效的系统手段，实现逾期贷款全生命周期的线上管理，落实个贷高效体系化作业的管理。系统每年外呼量已达百万级，为我行实现压缩人力成本上百万元，目前系统已推广至平台贷、金销贷、小微贷推广使用。

二、线上零售贷款运营

在与头部企业合作的平台贷方面，零售条线坚持审慎、合规经营原则，始终将监管政策落实贯穿业务全流程，健全管理架构、持续提升互联网模型的审批质效。

一是成立个人互联网贷款管理委员会，负责互联网贷款具体业务管理，包括但不限于项目产品准入、合作机构资质审核、合作贷款产品风控策略等。实行合作机构的集中管理、统一标准，通过制度明确合作机构及产品的准入要求。

二是通过在行内搭建集中管理的智能风控决策流平台，自主开发实施合规类模型、信用类模型及贷后模型超20个，实现不同类型机构及不同业务流程的标准化、流程化管理，实现不同项目的模型统一管理、不同客户的额度统一管理。

三是建立合作机构准入后评估及预警机制，动态监测项目风险数据及收益，定期发布项目运行报告，全面展示项目运营数据，动态监测项目风险。

三、零售业务线上运营及电子银行平台

为落实我行“央企特色数字化产业银行”战略，实现数字化产业银行在零售业务上的突破，零售条线以“场景金融”为抓手，持续推动场景业务发展。依托商超支付、小程序、手机银行等数字化手段，构建并不断提升“多层次、立体化”场景拓客的数字化运营能力，形成多场景多平台协同拓客的经营模式，提升零售获客与经营效能。

其中，商超支付模式主要经营场景为华润万家、嘉荣超市等商超产业，目标客群主要为周边常住居民。商超支付模式与居民消费融合，为客户提供定制化的消费权益与适配的金融服务，持续捕获商超高频客流。在新增获客来源、降低获客成本、提升经营效果方面成效显著。

小程序模式主要用于社区场景拓客，一是为分行社区拓客提供低门槛蓄客能力，在转化借记卡前低成本蓄客；二是在转化借记卡后，小程序在微信体系内帮助分行开展社区互动，更易于成交；三是小程序嵌入到我行社区拓客各环节，并根据分支行特色进行活动定制化，有利于形成全流程数字化经营能力（协同、沉淀、共享）。小程序在蓄客、转卡、资产提升方面提升我行的数字化经营水平，可有效增强社区活动效果。

手机银行打造长尾客户数字化运营平台。一是针对线下难以触达的网点客群开展线上场景运营，获取低成本存款与提升客户资产规模；二是面向社保卡、代发工资等产业场景客户提供场景集成式服务与经营；三是承接小程序、商超支付等蓄客转介客户的后续经营。

四、零售业务线下运营管理

支付服务和交易管控的一体化管理。随着经济的发展，人民群众对支付结算便利化的要求越来越高；便利化的同时，涉诈风险比例也同步升高，随着断卡行动的不断深入开展，对“好客户”账户资金保护和“坏客户”的账户交易管控两手都要抓，两手都要硬。在这种要求下，我行将个人账户支付服务和交易管控实现一体化集中管理，不断挖掘各类模型实现对客户账户精准识别和精准管控，从而平衡个人支付

服务、交易管控的关系，推动零售业务平稳发展。

账户线下服务渠道的一体化管理。我行为个人客户提供线下服务的渠道有网点柜面、虚拟柜员机（VTM）、移动柜员终端（PAD）、自助现金存取设备（CRS）等。我行对这些渠道进行统一管理，统筹各渠道的交易界面展示风格、交易流程设计、风险管控措施等，落实各渠道统一的服务标准，给客户一致的服务体验。

线下、线上个人账户服务融合。我行进一步延伸线下账户服务到手机银行，通过云柜面实现借记卡换补卡申请、身份证件更新、资产证明等服务，从而为个人客户提供更加便捷的账户服务。

五、远程银行中心运营

对于网点少的小银行，客户更需要精而快的线上服务来完成客户的金融服务需求。而金融产品的复杂单兵作战的服务模式很难有效满足客户的金融服务需求。为实现线上线下团队“作战”，远程银行中心通过智能统一客户服务平台+移动坐席平台（现已迁移至A+）建立了线上线下团队服务模式。同时通过视频远程审核能力的建设，有效形成了线上线下营销模式，视频审核完成业务办理的线上服务+营销+运营办理的全流程金融服务线上落地模式。

在以上模式中，如客户通过我行96588服务热线、手机银行文本服务进行我行金融服务的各项咨询，线上服务人员会根据客户咨询内容给予快速服务，如存在潜在营销机会，线上人员会进行交叉营销。为保证营销落地，线上人员会通过A+派单至线下客户经理，让客户经理进一步跟进客户需求。同时远程银行中心为保证客户金融产品有效落地也进一步支持7×24小时视频审核服务，打破前台服务、营销与中后台运营之间的壁垒，成为集约化、一体化、综合型客户关系管理中心。

面对不断升级的客户服务需求，我行零售条线将不断整合线上线下一体化经营+运营管理职能，提升科技创新及赋能能力，优化服务效率，提升客户体验，在风险管理、合规管理及流程效率中不断取得平衡，不断向湾区先进零售银行的目标迈进。



以“专业化服务进阶” 探索厅堂服务新模式

■ 运营管理部

最初，大家对银行服务的理解就是类似商店店员式的服务，满足大众客户的基本金融服务需求，把业务办对、办好、办得更快，再加上服务态度和善，就是很好的服务。

然而，随着金融科技的发展、客户行为的改变，银行服务的定位、客户经营的理念、厅堂管理的模式都发生了深刻变化。现在说一个银行服务好，不仅仅是说业务办得对、办得好、办得快，而是讲“增值服务”，是被理解、被尊重、被宠爱的体验，以及根据客户动态变化的需求，为客户提供个性化、定制化、专业化的增值服务。

我行作为一家城商行，在厅堂服务方面，与国股大行的差异在哪里？我行进店客户的核心诉求究竟是什么？如何才能吸引和留住目标客群？带着这些问题，运营管理部以实现专业化服务进阶为主线，以打造最佳服务银行为目标，开展了同业调研及行内试点实践，探索厅堂服务管理新模式。

一、望：同业趋势

通过对同业调研发现，目前银行网点功能、进店客户经营方式、服务队伍及厅堂建设四个方面发生了明显转变。

网点功能转变：由交易型转为服务营销型

银行网点的作用逐渐从交易型向服务营销型转变，网点的核心优势在于满足客户更加复杂、更具个性化、更注重服务体验的金融需求。

进店客户经营方式转变：分层分群精细化管理

先进国股大行及头部城商行均坚持“客户经营为王”战略，坚持“服务至上”。对于厅堂进店客户，普遍采取客户分层分群经营策略，并由网点运营人员主要负责基础客群的经营提升。

服务队伍转变：由作业型转向服务营销型

银行网点厅堂服务队伍（含运营人员）的定位和职能，由传统的“作业型”，演进为“服务营销型”，网点厅堂作业人员与营销人员融合程度高，厅堂阵地营销联动流畅。

厅堂建设转变：轻型化、私密化、智能化、场景化

主要趋势体现为：一是网点布局“轻型化”，除少量必要的旗舰网点之外，广泛选择客群潜力大的区域，设置小而密的零售网点、小微业务专业网点；二是厅堂分区“私密化”，厅堂最大程度减少现金柜台，重点突出财富管理区、客户沙龙活动区域；三是网点运营“智能化”，各种智能自助设备不断迭代更新，提高厅堂设备使用率和柜面替代率；四是厅堂环境“场景化”，厅堂装修细微之处都体现对客户需求的关怀，且可自由切换厅堂活动与普通业务场景。

二、闻：他山之石

德勤在《中国银行业网点渠道变革的五大趋势》报告中提出：未来银行网点将逐渐回归其销售和服务终端的本质，‘向零售商学习’先进经验将成为趋势。于是，我们对零售服务行业龙头企业，以及国有大行、股份制银行、头部城商行的具体做法进行了调查研究。

零售服务行业最佳实践

7-Eleven便利店：品类齐全、差异化的产品策略

客户对便利店的核心需求是什么？7-Eleven认为是“便利”。在7-Eleven便利店，顾客几乎所有的日常需求都能够在这里得到满足。一方面，7-Eleven便利店产品品类丰富、备货齐全，单个门店大约有3000种商品。另一方面，7-Eleven便利店产品有针对性和差异化，根据门店的地理位置和客群定位，因地制宜调整产品种类、产品陈列逻辑。

启发：我行应根据第一性原理，找准进店客户核心诉求，打造进店客户爆款产品，加强“一行一策”属地客户开发。

星巴克门店：打造品牌特色，注重体验式营销

消费者为什么都喜欢星巴克？因为星巴克卖的不仅是咖啡，而是“咖啡体验”。星巴克把咖啡消费，与体验环境，和享受气氛极好地融合在一起，将咖啡作为一种文化载体，衍生品牌服务溢价。

启发：我行网点应重视厅堂氛围的营造，根据当地客群需求打造特色网点，定期开展厅堂活动提升品牌影响力。

丽思卡尔顿酒店：全球一致性服务，超预期体验

丽思卡尔顿酒店员工按照“24条服务准则”，让每一位进店的顾客都体验到像绅士淑女一样被尊重、像亲人好友一样被理解的服务感受。当顾客进店后，如果对前4个接待人员的服务都有好感，酒店投诉就会大幅降低。

启发：我行应以客户为中心，重构服务标准管理体系，以客户是否满意作为评价工作的重要标准。

头部银行最佳实践**招商银行：在服务队伍的管理上，强化产能导向**

招商银行在网点服务队伍的管理上，强化产能导向，从考核、激励、管理到服务文化建设，多管齐下，打造奋斗者队伍。

一是统一计价政策，制定根据交叉销售、产品转介、客群提级为基础的计价奖励政策，利用零售绩效考核系统，实现计价积分每日可见，多劳多得的分配机制，从根本上激发了队伍的营销热情。二是制定涵盖存款、理财、保险、信用卡四大方面指标的产能测算标准，每月通报，每季考核，将其与个人转正挂钩。三是落实优胜劣汰，试用期和考核期末达最低产能标准，坚决执行退出机制，始终保持队伍活力。四是树立榜样，发现和萃取最佳实践案例，在全行复制、推广、传播，激励队伍奋勇争先、比学赶超。

启发：对于网点服务队伍应根据业务发展战略制定均衡化的考核指标体系，在守住操作风险底线的基础上，践行多劳多得奋斗者理念。

建设银行：进店客户“分层、分群、分级”管理

个人基础客群：采取“本部直营+网点专营”模式，AUM 20万以下长尾客户由本部直营¹，AUM 20万以上价值客户由网点专营²。

对公中小微客群：采用数字技术取代“人海战术”，重点拓展纳税户、个体工商户、小微企业主、房贷户等，打造差异化产品服务体系。

¹本部直营：指由总行直接经营，主要是采取线上批量经营的方式。

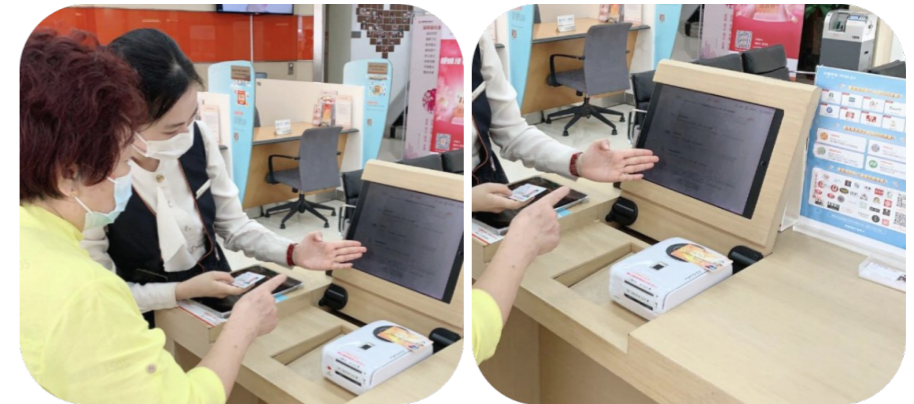
²网点专营：指由网点专门经营，主要是采取线下经营的方式。

启发：在进店客户经营策略上，由总行发挥“强大脑”作用细分客群和定制策略，分行作为“调节中枢”有效赋能基层，网点承接总分行客群内容和潜客名单，通过客户关系管理系统和线下网点开展专业化经营。

平安银行：“软硬兼施”，推动厅堂转型升级

平安银行从2016年开始实施“复制流花”网点零售转型，厅堂升级改造“软硬兼施”、“零运融合”。

一方面，通过物理技术的“硬实力转型”，打造智能化、场景化、轻量化网点。通过AI智能摄像头，精准识别进店客户，实现个性化推荐和辅助精准营销；借助FB（厅堂智能柜台FACE BANK）、大额存取款机等智慧机具，让柜员真正走出柜台甚至走出物理网点；网点厅堂人员人手一台移动PAD，多设备共同打造无死角的厅堂服务。



平安银行FB厅堂智能柜台（左）和厅堂PAD（右）

另一方面，推动厅堂营销服务的“软实力转型”。一是在组织架构上，从“零运融合”，到成立“厅堂管理中心”，再到“基础客群事业部”转型。二是厅堂服务队伍，从传统运营人员，扩充到厅堂主管、授权主管、理财服务经理、零售柜员、对公柜员、大堂经理。

启发：推动组织重塑，打破条线管理壁垒；升级智能化网点装修方案，结合流程智能化改造，真正释放柜员走出柜台。

宁波银行：目标客群定位清晰，厅堂全员营销

宁波银行定位为“服务中小企业的银行”，在业务上分为公司银行（以中小企业为主）、零售公司（以小微客户为主）、个人银行（以中高端白领为主）三大业务条线，目标客群定位清晰。网点厅堂实行全员营销，厅堂服务人员（含运营人员）需主动外出拓客。厅堂服务队伍有清晰的考核导向，以及优渥的薪酬体系。

启发：网点运营经理转为“店长”角色，重新梳理网点定位、找准目标客群、鼓励全员营销、开展差异化经营，为进店客户提供专业化定制服务。

三、问：客户诉求

所谓的商业，其实就是一种交换，以自身的优势和对方做一次交换。从提供方来说，我们只有深刻理解和把握客户的核心诉求，在商业行为上才会赢得主动。那么，我行进店客户的核心诉求是什么？我们要怎么做才能吸引、留住这些客户？

客户为什么会走进网点？

对于客户而言，进入银行网点，无非是以下几种情况：

好奇：在小区或上下班必经之路，刚好看到网点在搞活动或宣传，出于好奇，进店看看。

被动：因为某些特殊原因，主要是银行产品关联性或者交叉销售，产生了进店需求。例如个贷客户、代发工资个人客户需要到网点开卡、特殊业务必须到网点办理等。

习惯：周边居民、老年客户，习惯到附近网点现场办理业务。

相较于先进同业，我行网点进店客户数量较少。客观原因是产品线上化，这个是行业趋势。但我行进店客户相对于同业更少，并非是由于我行线上化产品更有优势，而是我行网均客户数量未达规模，同比例需要到店服务的客户也就更少。同时，我行也未将网点作为拓客、活客的重要渠道来经营。

进店客户的核心诉求是什么？

对于上述第2种原因（被动）进店的客户，属于银行的特定产品吸引的某个细分领域的客户，从而派生出到店服务的业务需求。这一类客户的核心诉求是效率。能否专业、快速、便捷地完成业务办理，是取得这部分客户信任，进一步提升客户综合价值的关键。

对于上述第1、3种原因（好奇、习惯）进店的客户，物理位置上网点距离客户居住地点、办公地点距离较近，是必要条件。这部分客户的核心诉求除了基本的银行服务（结算、融资、理财等），还有社交联结等“银行+”的外溢诉求。

网点厅堂的目标（核心）客群是什么？

根据我行自身定位和产品状况，网点厅堂目标客群，以产融客户、网点周边基础客群、财富客群和小微企业为主。

如何吸引和留住目标（核心）客群？

结合市场及行业发展趋势，联系我行业务实际，将网点厅堂的目标（核心）客群对应的厅堂服务模式划分如下：

产融客户：主要指我行重点产业的上下游客群。拓客以网上渠道、产品为主要手段，物理网点是配合、协同角色，在账户服务、支付结算等必要环节发挥作用。可根据产融客户属性及业务特色，优化网点选址及建设方案，打造产融特色网点（如将网点设立在某央企办公地点附近，或设立在某地的高铁站、机场附近等）。与原有网点合并经营的，可因地制宜打造特色网点和定制化服务。网点产融客户的定制化服务，是挖掘及留存这部分客群的关键点。

网点周边居民及小微客户：以我行目前的品牌影响力，期待大量客户主动进店不太现实。必须人为地创造与周边居民、企业的接触点，以达到拓客及品牌宣传目的。可通过以下方式拉新促活：

1. 定期、常态化开展网点厅堂经营活动，这是创造网点与周边潜在客群连接点的重要方式，也是我行品牌建设的重要手段。

2. 小微客群的营销，重点是支付结算和融资便利性、灵活性。总分行可利用大数据对网点周边的潜在客户进行分析，提供潜客名单以及对应的营销策略、产品。网点的运营人员与客户经理应分工协作做好客户的拓展及维护。

3. 网点周边居民客户，需求主要为结算、理财、个贷等。不同客群有特定的“银行+”的诉求。作为服务提供方，我们在“银行”这个点上（提供结算、个贷等基础金融服务）也许难免同质化，难以“优秀”突围，但至少不能因“落后”而被淘汰出局，至少要做到行业平均水准。同时，在“+”上做足功夫，以外溢的附加价值成为吸引、留住客户的主要手段（星巴克的经营之道就是很好的案例典范）。例如老年人群体，时间富裕，有较多的社会联结诉求。此时网点服务未必一味强调效率，在不影响其他客户业务办理前提下可适当增加沟通交流，也可结合华润置地、万家、医疗等产融客户的养老、养生相关资源开展网点经营活动，为同一社区的中老年居民客户创造联接点和提供特色服务。

综上，我们认为网点吸引、留住目标客群的关键词是：专业、便捷、有温度、有华润特色。不同细分目标客群可以侧重点有所不同。

四、切：服务进阶

通过对标同业和零售服务行业先进经验，结合我行网点厅堂目标客户核心诉求，经过前期的探索性实践工作成果，提出如下意见和建议：

打破管理壁垒，统筹线上线下渠道管理

在组织架构上，可根据全行发展战略及网点功能转型的需要，适时调整全行渠道管理组织的架构。打破条线、部门之间壁垒，组建全行级的渠道管理中心，统筹管理线下线上渠道。从客户旅程和客户体验出发，对网点端的人、机、物、法、环和服务流程进行动态调整和优化，同时，做好线上线下渠道的协同。



分行运营牵头推动网点厅堂营销服务转型试点

服务队伍转型，实施柜员三维考核

实现服务进阶必须推动网点传统的作业型人员队伍向服务营销型转变。2023年初，结合我行实际情况，运营条线在珠海、深圳、惠州3家分行，试点网点运营人员“作业、服务、营销”三维积分考核方案，量化员工价值贡献，重构员工薪酬和激励机制。2023年4-8月，全行网点运营人员通过CRM营销转介系统登记业绩共1.41万笔（含功能型产品、存款产品、销售型产品），三维积分考核初见成效。

依托网点、结合品宣，开展厅堂经营活动

网点是一家银行最重要的客户服务界面，也是形成银行品牌的头号渠道。考虑我行在所在地市场的知名度、美誉度不足，建议将网点作为品牌建设的首选投放渠道，由网点通过厅堂经营活动面向基础客群开展多种多样的品牌宣传，让周边客群“有所感、有所得”，更好地吸引和留存客户。

2022年起，运营条线开展厅堂经营活动试点项目，重点围绕网点周边客户需求，以品宣和服务为主、以拉新促活为辅，探索提升网点厅堂营收表现。活动在拉新促活方面成效明显。2022年4-12月，

5家试点网点累计开展厅堂活动86场，平均每两周开展1场厅堂活动；邀约到场客户累计1530人，平均每场活动到场客户18人；新增存款及理财累计2860万元，平均每场活动新增金额33万元；平均每场活动新增中高端客户1户、潜力客户2户。

结合集团及股东资源，探索网点的特色服务

正如前文所分析的，我行客群中有相当大的人群对网点增值服务感兴趣。建议我行依托集团和股东“大消费、大健康”等民生领域资源，结合网点客群特征，引入适合在银行网点展示或使用的产品或服务（如“润智收”的旧衣回收服务），逐步形成有华润特色的银行网点服务，从而进一步提升获客能力。



网点厅堂经营活动现场照片

推动形成全行统一的服务文化

在服务意识上，全行上下要统一思想，以客户为中心、以服务为上，推动前台服务客户，中后台服务前台的文化形成。寓管理于服务之中，变控制思维为服务思维，大力支持厅堂服务管理新模式转型落地。

结语：莫听穿林打叶声，何妨吟啸且徐行。面对日新月异的市场形势和客户需求的动态变化，我行网点厅堂管理模式转型应始终坚持“以客户为中心、以服务为主线”，打破条线、部门壁垒，不断推动专业化服务进阶，打造特色服务银行，向客户有效传递华润温度。在此基础上，适度开展营销活动，提升网点“获客、活客、留客”的能力和客户价值。📢

打造风险管理长效机制 推动全面风险管理体系建设

■ 风险管理部

习近平总书记在二十大报告中提到：“我国发展进入战略机遇和风险挑战并存、不确定难预料因素增多的时期，各种‘黑天鹅’、‘灰犀牛’事件随时可能发生。我们必须增强忧患意识，坚持底线思维，做到居安思危、未雨绸缪，准备经受风高浪急甚至惊涛骇浪的重大考验。”当此之时，如何充分发挥全面风险管理的效用，强化全面风险管理体系建设是银行业金融机构亟待解决的重要课题。

深入贯彻落实全面风险管理战略部署，不断完善全面风险管理体系和风险管理机制，健全我行风险治理架构，明确风险管理职责，促进一二三道防线、前中后台形成风险管理合力，不断提升风险治理能力；构建匹配发展目标的风险偏好及风险管理策略，并与经营计划、资本规划等重要策略相衔接；持续优化各类风险管理制度和手段；推进智能化银行战略转型，进一步提升风险管理的信息、数字化与智能化水平；注重内部控制和审计，宣贯风险管理意识，加强风险文化渗透。

我行风险管理工作的视角逐步从单一向全面迈进，围绕构建六个“全”的总体指导思想，即全面的风险管理体系、全部的风险管理范围、全程的风险管理过程、全新的风险管理方法、全额的风险计量水平、全员的风险管理文化，通过全面掌握信用风险、市场风险、操作风险、流动性风险、信息科技风险、银行账簿利率风险、声誉风险、战略风险、洗钱风险、国别风险、合规风险、外包风险等各类风险状况，及时发现风险隐患和管理漏洞，制定相应防控措施，持续提高风险管理的针对性和有效性。

一、健全风险管理治理架构，建立长效机制

我行已建立组织架构健全、分工合理、职责明确、相互制衡、报告关系清晰的风险治理架构，多层次、相互衔接、有效制衡的运行机制，保证了全面风险管理的政策流程在基层分支机构得到理解与执行，建立了与我行实际风险状况相匹配的风险管理架构。

持续优化“三道防线”的风险管理机制，一是做实以业务经办部门和业务经办行为主体的“一道防线”。业务经办部门和经办行处于业务流程的最前端，直接面对市场和客户，同时承担业务发展职责和直接管理风险的第一责任。二是做实以业务管理部门、风险管理部门和合规部门为主体的“二道防线”。要将第二道防线的风险管理关口前移，实现前瞻设计、全流程参与、扁平化作业和尽职监督。三是做实以审计、监察等部门为主体的“三道防线”。提升第三道防线的再评估能力，提高再监督的权威性和严肃追责，督促第一、二道防线尽职履则。三道防线设计垂直管理，监督和内控职能得到加强。

二、构建匹配发展目标的风险偏好及风险管理策略

风险管理能力决定业务发展的边界半径，任何业务模式的创新都是建立在风险管理的提升与管理模式的创新之上。为此，要根据不同客户的风险特征，设计不同的风险管理模式、流程与授权，大力支持，而不是扼杀业务模式的创新。当然，在大胆创新的同时，必须坚守风险底线，继续保持稳健的风险文化。

我行实行稳健型的风险偏好，坚持“稳增长、防风险、促改革”的经营主基调，坚持“抓小不放大”的经营策略，持续保持风险在可控范围内，不追求规模盲目扩张和盈利超速增长，遵守监管要求，依法合规经营，兼顾安全性、盈利性和流动性的统一，坚持资本、风险、收益之间的平衡，通过承担适度风险换取适中回报；保持充足的风险拨备和资本充足水平，全面提升风险管理能力以适应业务发展和创新的需要，实现风险管理创造价值，并最终为全行战略目标的实现提供有效保障。

三、加大风险管理政策研究力度，提高政策前瞻性

全面风险管理体系要足够的强大、缜密、坚韧、领先，要为基层赋能赋值，彰显风险管理的管

控力和决策力，是一个集团信赖、总行支持、基层拥戴的关键环节。根据全行业务发展需要和风险管理工作的战略部署，我行建立了层次清晰、科学适用、全面覆盖的风险政策制度框架。我行持续完善各项业务经营管理办法，理清业务发展与风险管控关系，促进业务发展与风险管控目标一致，确保风险偏好和风险管理政策制度得到贯彻落实，力求风险管理工作的全面、及时、准确、规范。同时要加强对当地市场及经济情况的深入研究，有的放矢制定区域业务策略。要牵头同业经营研究，负责收集银行同业的最新政策策略信息，在业务拓展中做到知己知彼。

我行将密切关注金监局、人民银行等监管政策动态，针对监管重点关注的业务领域，加强关键环节的合规管理。及时跟踪分析监管政策变化对各项业务的影响，加强对业务部门的解读和宣贯，将监管要求嵌入各项业务的具体操作流程。及时解答受理各部门的业务政策及合法合规咨询，为更好更快与稳健发展提供决策支持。

四、重视风险管理系统实施，推进智能化银行建设

我行全力推进智能化银行建设，提升金融科技水平，构建高效率与高质量的风险管理体系，充分挖掘风险管理价值创造的效能，有效促进全行业务的“精细化”管理。我行积极推动信用风险、市场风险、操作风险、流动性风险等主要风险管理工具应用与系统建设，实现对公信用风险预警系统生产环境稳定运行，上线负面信息报告功能，实现负面信息全量一键查询；持续推动风控中台建设，形成全资产信用风险监测系统报表，并投产外部数据对接平台接口调用监测功能，实现对外部数据接口精细化管理。

建立健全数据质量控制机制，积累真实、准确、连续、完整的内部和外部数据，用于风险识别、计量、评估、监测、报告，以及资本和流动性充足情况的评估。建立和完善风险管理技术体系，在实践经验和科学理论有效结合的基础上设计开发各类技术工具，并将其应用于包括识别、计量、监测、缓释、控制及组合管理的全面风险管理过程，将风险管理技术运用到日常的风险监测、数据测算、风险报告等工作中。结合各类主要风险管理需要，建设风险管理系统，利用现代数据归集、分析技术，持续推动风险管理全过程的电子化、信息化程度，通过全面深入的系统强化政策、限额和程序的执行力，强化过程控制、全面降低风险。

积极完善数智化场景落地，及时动态调整优化线上化模型，模型训练需要纳入前台的反馈，实

现数据共享和模型智慧共享。在此基础上，不断完善针对不同敞口、不同区域、不同风险类别或同一风险不同阶段的风险管理模型，以实现由滞后向实时甚至提前预警的手段转变为目标，推进风险管理工作进一步精细化和自动化。对于风控合规的结果在人工干预的同时，实现风控合规管理系统的同步管控，识别风险驱动因素。通过系统化手段，增加风险识别所必须的信息字段以及行外信息，将获客、审计和合规的职能相统一，实现数据的智慧共享来完善客户画像，管控标准共享。通过数字化的形式落地风险偏好，检视业务报批方面的授权机制、优化流程以及权限设置等，依照制度规定来设置流程节点，论证可行后简政放权，减少非必要节点，提高数智化水平。

五、不断夯实风险管理文化建设，让风险文化摄入灵魂融入血液

我行持续强化风险文化建设，在全行树立正确的风险文化意识，进行长期且持续的风险管理文化的宣贯，帮助全员意识到风险管理与业务不可分割。风险管理强调全行各级管理层和各级专业风险管理人员积极贯彻执行和操作，内部任何岗位的员工特别是业务条线人员要有强烈的风险防范意识，对风险管理保持高度警惕性。

综合运用风险预防、风险规避、风险分散、风险降低、风险转移、风险补偿和风险承受等风险应对策略，实现对风险的有效控制。风险管理流程包括风险识别、风险计量、风险控制、风险监测与报告等一系列风险管理活动的全过程，以贯彻执行我行既定的战略目标，与我行风险管理文化相匹配。

持续建立健全完善的全面风险管理内部控制体系，以强化内部控制和落实合规管理为基础，通过有效的内部控制，确保风险识别、评估、控制、监测、报告工作的落实。内部审计活动独立于业务经营、风险管理和合规管理，遵循独立性、客观性原则，将全面风险管理纳入内部审计范畴，结合审计计划安排，定期审查和评价全面风险管理的充分性和有效性。

我们要以风险管理治本为终极追求，重塑构建覆盖客户全生命周期的合规管理体系，构建风控全流程、线上化为标志的风险管理平台与管控能力，建立适应泛财富管理时代的全面风险管理体系，基本实现涵盖表内表外的全口径资产业务的扎口管理。必须要以跨表内外、跨业务品类，跨市场，跨境内外、跨生态、跨人机的全景式思维构建全面风险管理体系。■

坚定践行本地化战略 勇于开拓“镇村金融”新市场

■ 中山分行 薛锦辉

近年来，中山分行坚定执行集团、总行战略，聚焦湾区，扎根中山，服务本地。自2021年开辟“镇村金融”新市场后，不断探索、挖掘、巩固市场潜力，扩大政策支持，公私联动拓展，结合总行“六个金融”业务联动营销，以产业思维拓展“镇村金融”，让新市场贡献新业绩。经过近三年的发展，“镇村金融”新市场打开了一小片天地，同时也促进了“六个金融”稳步发展。我行在众多银行中脱颖而出，与本地农行、农商行形成服务镇村的三大重要服务机构，“镇村金融”成为了分行业务持续发展的重要保证。

一、党建引领，联动协同共筑统一发展思想合力

“镇村金融”是中山分行近年业务发展的重点业务。我行将“镇村金融”作为转型发展的新市场，全行上下统一思想，增强战略定力，举办“镇村金融”党建专题会议，举办党建专题“质量讲堂”，不断研究市场，不断攻坚克难。我行将“镇村金融”上升到党建引领的高度，将其融入到三年党建持续提升计划中，同时结合分行“镇村金融”新市场、公私联动新办法、批量获客新模式的发展理念，党支部深入镇村开展党建共建主题党日活动，通过“银镇村企”联建，为村民和企业“办实事”，赢得了许多业务机会。分行连续两年将“镇村金融”战略写入分行经营报告和重点工作，明确提出“三步走”的发展策略。第一步，“强镇强村，率先突破”；第二步，“适时下沉，批量开发”；第三步，“公私联动，综合拓展”。



中山分行召开镇村金融党建专题会

二、敢打敢拼，打造本地化“镇村金融”特色品牌

我行在“镇村金融”的发展道路上一步一个脚印，不断探索奋勇前行。“镇村金融”是一个整体，提供多元化服务和产品是发展的根本要求。在这样的思想指导下，制定了短、中、长期发展阶段，深入拓展“镇村金融”所涵盖的各业务领域，结合总行“六个金融”业务，践行总行战略定位及“1246”模式，朝着目标不懈努力奋斗。通过与新科技、新基建、绿色金融、普惠金融、厂房金融相融合，打造“镇村金融+”，实现业务产品和服务的多元化。同时，我行敢打敢拼，抢占市场资源，迅速复制成功案例的热点效应，将成功经验向镇村企业宣贯，帮助更多的镇村企业解决融资需求的堵点和痛点，着手将“镇村金融”打造为中山本地化金融的一个特色品牌。

三、倾斜资源，提升“镇村金融”核心竞争力

在经营及机制管理层面，分行持续发挥业绩考核“指挥棒”作用，融合银行各条线力量，融合各项资源倾向“镇村金融”，并且让资源得到有效利用。市场与风险，业务与运营，产品与宣传，分行和支行，都是我们不断研究、融合和平衡的层面。分行以“抓实质风险”为发展提供支持，研发投行、交易银行产品在镇村市场的运用，不断考虑在销售策略、模式、手法上开展锐意创新。“镇村金融”的顺利发展，在促进镇村企业高速发展和为市民提供高效便捷的金融服务的同时，也对我行经营指标的增长起到了积极的促进作用，对我们业务的发展结构、客群基础的搭建及盈利能力的提升均做出了很大的贡献。

四、精准滴灌，“镇村金融”经济效应开始呈现

中山市镇村的特点是强镇强村，一镇一特色，一村一产业，镇村市场深具发展潜力。“镇村金融”新市场确定后，分行积极紧扣涉农新需求，敢于尝试、敢于摸索、敢于创新，深入基层，精准下沉金融服务，强化金融对产业链、供应链企业的支持，将金融活水精准流入镇村亟需发展的地方。我行开发“村民



中山分行在古镇开展村民金融宣传活动



中山分行开展坦洲镇村金融业务对接座谈会

贷”产品，注重以点带面，从“镇村金融”授信扩展到镇村固定资产贷款、厂房金融、流贷、“村民贷”、移动支付结算等领域，挖掘“镇村金融”新市场，实现产业金融、绿色金融、普惠金融、科技金融及中小企业的联动发展，不断提升产业链服务能力，进一步开拓镇村经济发展业务蓝海。

2023年，中山分行“镇村金融”按下“加速键”，成为全行业务高质量发展的强劲引擎。截至目前，分行拓展镇村金融存量授信客户已达24户，2021年至2023年目前累计核批镇村授信规模39亿元，累计投放金额28亿元，金融活水惠及中山各镇、街、村，并储备了一批资质良好的授信项目。此外，“村民贷”产品累计投放近300户，累计发放金额超1.8亿元。

五、勇担责任，红色央企脱颖而出

自实施“镇村金融”战略以来，我行得到了本地政府及监管单位的高度认可。作为“镇村金融”典型代表受到人民银行及镇政府邀请，分别在三乡镇、小榄镇参加市金融惠企对接会，在坦洲镇开展“镇村金融”专场对接座谈会，为政府领导部门及企业家宣讲相关服务及产品。华润银行践行央企社会责任，以点带面打造“镇村金融”特色品牌，在中山市场上树立起了先行者的形象。我行深耕“镇村金融”市场，授信支持乡村振兴、举办篮球联谊全民健身、公私联动及产业金融协同进村等一系列乡村振兴举措，也得到了当地人行和金管局的双重认可，分行从25家中资银行中脱颖而出，荣获2022年度中山市金融机构服务乡村振兴考核评估“优秀”等级，全中山仅有7家中资银行获得优秀。中山分行2022年度银行业机构综合评估结果也首次由A-上调至A，达到辖内银行评估结果的最高水平。除此以外，我还荣获中山投资招商顾问单位、联合党建合作单位等荣誉，充分体现了“镇村金融”品牌效应在当地政府、监管、企业及市民的认可。“镇村金融”的特色化发展促进了我行“六个金融”稳步前行，实现了履行社会责任和赢得经营业绩的双重功效。

“镇村金融”是分行业务发展的新市场。今后，中山分行将立足本地，扎根镇村，坚定“中央企业特色数字化产业银行”的战略定位，不断丰富“镇村金融”服务内涵，通过“镇村金融”与总行“六个金融”相互促进、相互融合、相互发展，勤于实干，敢于担当，以产业化银行思维，积极履行华润央企的社会责任，为推进中央企业特色数字化产业银行做出新的贡献！

创新竞进破风险 任重道远阔步行

■ 佛山分行

2023年，国内经济下行压力持续增大，房地产行业局势动荡，市场经济复苏疲软，外部环境力量兴替，国际贸易摩擦加剧，地缘政治日趋紧张，能源冲突频现等多重因素持续扰动我国经济，金融业面临不良贷款高压、市场经济不确定性因素持续增多等多重阻力，佛山分行风险管理部在总分行领导班子指导下，在风险管理工作中创新竞进，主动探索，勇立潮头，奋力超越，主动探索，逆势而上，切实将风险管理落细、落小、落实，主动践行金融机构社会责任，融入地方发展大局。

一、提质效，促拓展

近年来，为进一步履行我分行金融服务使命，承担社会责任，加大对实体经济的支持力度，佛山分行在拓展客群，尤其是在“专精特新”客群工作上，持续优化信贷政策，增加信贷方案普适性，不断加强信贷资源倾斜，但伴随信贷资产规模增长，我分行频频面临审批资源紧张问题。为切实执行“想客户之所求，急客户之所需，排客户之所忧”的服务理念，我分行灵活创新金融工作，坚定不移与国家政策、总行指示同频共振，于本年推出“专精特新企业快速化审批方案”，过程中结合问题反馈，数次开展方案培训，聚焦其中繁复环节与业务瓶颈进行改善商讨，在不断探索中，提升认知，统一步调，多次进行政策迭代更新，多措并举，有效精简申报材料，大大提高审批效率，先谋于局，凝聚共识，形成合力，力求快速响应企业融资需求，实现快速审批、快速放款，为企业高质量发展提供更好支持，助力社会经济发展。

二、常探索，找新法

自2020年以来，受冠状病毒大流行冲击，房地产市场动荡不安等因素影响，实体经济运行遇阻，违约风险陆续暴露，银行业普遍面临不良贷款余额上升、不良贷款率持续攀升现象。根据国家金融监督管理总局公布银

行业运行数据，截至本年上半年末，银行业金融机构不良贷款余额4万亿元，较年初增加2021亿元。佛山分行同样承受不良贷款高压，分行风险管理部已于本年牵头成立相关项目清收专班小组，实地走访深入了解客户情况，加强出险客户清收力度。但从长远看，为进一步改善资产质量，妥善应对信贷风险，不良贷款处置渠道与手段亟需拓宽。分行坚持主动探索创新，变中求新，除继续推进银行业常用的不良贷款核销工作，坚持“应核尽核”外，于本年度拓展不良贷款处置手段，在资产处置平台挂牌，以不低于我行贷款本息额开展竞价，由竞拍者在平台竞价后确定成交额，竞拍过程中我行最大程度保障自身资产的同时，最大限度地提高转让过程的透明度，形成市场公允价格让利消费者。截至目前，本年我行开展两轮不良资产转让竞拍，均有业务成交，第三轮、第四轮不良资产转让竞拍工作已在紧锣密鼓开展中。在不良资产转让过程中，我行无前例参考，方案准备难度较高，虽转让工作涉及多个部门，协商耗时费力，流程冗长繁复，坚持以“创新制胜，打破常规”的真抓实干精神，结合工作实际，与多个部门开展研讨，碰撞思维火花，用新的思路、新的举措，脚踏实地把既定的科学目标变为现实，把握潮流、密切配合，变中求新、通力合作、释放效力，把雷厉风行与久久为功有机结合，用于攻坚克难，以钉钉子精神做实做细做好资产转让工作，力求做出实绩。

三、强管理，防风险

2023年，金融业授信展业环境荆棘遍布，面对市场变化，我分行坚持对风险管理工作做科学动态调整，除在客户甄选上坚持沉到一线、加强察看研判外，对存量业务持续加强潜在风险排查，提升日常贷后检查和飞行检查频率，引入负面清单管理、加强信贷管控等，提出差异化贷后管理要求，结合审计、银监等上级部门关注的要点，分模块建立贷后管理要点，做好压缩退出预案计划。此外，为提升整体工作效能，分行多次组织专题培训，内容覆盖中小企业业务、授信审查与出账放款常见问题、征信管理、面签核保等多个方面做详细讲解，数次更新授信审批模板，对放款业务出具资料指引样本册，以“谋实事、出实招、求实效”的工作精神，力求实质性改善信贷业务上报、审批、放款各个环节业务流程，提升工作运转效率，减少繁复环节，压降不必要沟通成本。

四、风浪起，扬风帆

现阶段，国内经济渐进重启，风浪渐起，佛山分行将在总分行领导班子的指导下，掌控船舵，调整风帆，迎着外部经济变化的风浪，坐稳风险的小船，朝向高质量发展的前行方向，以功成不必在我的精神境界、功成必定有我的历史担当，保持战略定力，驶向宽广天地。🚢

凝心聚力 共筑金融基础设施信创平台

■ 智能科技部

摘要：

构建金融基础设施信创平台是国资委基于国家安全形势、央企自主可控及金融数字化转型的要求，提出的极具前瞻性的重要战略构想。国资委选择了华润集团下属华润银行（简称“我行”）与中国电子集团旗下中电金信共同承担起这一大国重器的建设工作。我行选择信创金融交易云平台、新一代核心系统、新一代供应链金融平台、新一代手机银行等4个子项目来稳步推进实施建设。在项目领导小组及工作专班的指导下，我行于6月份完成金融交易云平台上线，构建了基于全栈信创的金融级数字基础底座，完成了第一个重要里程碑，并于7月份完成两个试点应用，同时，新一代供应链金融平台迁移上云，为后续应用系统上云奠定坚实基础，对项目总体进展具有重要意义。

自2022年我行与中电金信就联合打造金融基础设施信创平台举行战略合作签约以来，双方集团领导高度关注和支持项目的建设，先后成立了由华润集团副总经理陈小军与中国电子集团副总经理周进军担任组长的项目领导小组，以及由我行董事长宗少俊和中电金信常务副总经理冯明刚担任组长的工作专班。在项目领导小组和工作专班的指导下，有序推动四个子项目的实施工作。

业谈
YETAN

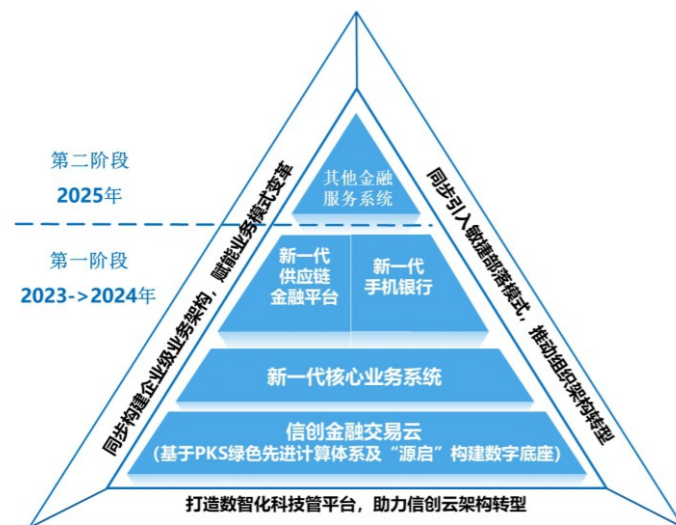
一、集团支持推动项目建设

华润集团智数部组织专家评审整体方案

华润集团智能与数字化部邀请中国信息通信研究院、中国信息安全产品测评中心、中国工商银行、招商银行4位外部专家，并安排3位内部专家，组织华润集团技术委员会专题评审，对项目建设方案进行专家评审。与会专家从商业价值、方案可行性、技术创新性、网络安全等方面进行审议，并从技术及管理复杂度、信创产品供货能力、信创平台安全性等方面揭示了风险并给出了优化意见。项目整体建设方案最终获得一致通过。

项目领导小组会议给予工作要求及指导意见

两集团先后组织召开了2次领导小组会议，项目领导小组组长陈小军、周进军就提高战略重视度、强化组织保障、加大资源投入、加强信息安全同步建设、完善风险处置机制等方面提出了相关工作要求。针对当前面临的技术与管理复杂度风险、信创产品供应链风险进行深度分析，提出了具体的工作举措，力争按期高质量达成后续重要里程碑。并就借鉴重大项目“总师+总工”+管理模式、沉淀与贡献国家标准、防范金融风险与业务赋能，以及进一步夯实党建引领作用等方面提出了相关指导意见。



项目工作专班会议推进问题解决

项目工作专班先后组织召开了2次专班会议，项目组就金融信创平台阶段性进展、领导小组会议重点事项落实情况、下一步工作安排、主要风险及应对策略、需重点关注事项向工作专班进行汇报。工作专班组长宗少俊、冯明刚肯定了当前项目进展及成效，并从加强技术及风险把控、加快技术验证等方面提出相关要求，共同推进问题解决。

项目阶段总结暨攻坚动员鼓舞士气

我行组织召开了项目阶段总结暨攻坚动员会。总行首席信息官张昕、中电金信常务副总经理冯明刚、华润集团与中国电子集团代表，以及我行与中电金信相关部门负责人、项目骨干成员等140多人出席了会议。各子项目组分别对项目进展、风险问题及后续计划进行了专项汇报。同时为鼓舞士气、鼓励先进、构建务实积极的工作氛围，对5月、6月获得“月度之星”的员工进行了颁奖。最后，由首席信息官张昕对项目组成员发表动员讲话，从提高认知、凝心聚力、直面问题、努力前行四个方面表达了对项目成员的激励。



信创平台召开项目群联合党建会

中电金信华润信创项目临时党支部与华润银行总行直属第十五党支部、第二十党支部共同召开了联合党建会。双方支部书记、党员攻坚队、青年突击队成员等30多人出席了会议。会上，听取中国电子专家讲

授了专题党课，体系化地介绍了我国信创产业的背景及发展，进一步加深了对建设金融信创基础设施重要战略意义的深刻理解。双方党员、青年代表开展座谈交流，分别对项目中的机遇与挑战、个人感悟与实践经验，以及后续计划进行了热烈地探讨，明确务必坚持党的引领，充分发挥全体党员的模范带头作用，在工作中讲求奉献精神，讲党性、勇担当，圆满完成信创平台建设这一光荣使命。

二、项目建设阶段成果展示

金融基础设施信创平台项目建设周期长、任务重、难度大。为保证项目最终能按计划高质量交付，项目组完善项目群管理工作机制，及时推动解决项目问题及风险。各子项目强化责任意识、问题意识，攻坚克难，项目整体进展顺利、成果显著。



信创金融交易云平台项目如期投产上线

在关键软硬件设备晚到货1个月的不利条件下，项目组紧抓快干，在超短时间内完成9类基础软硬件安装部署、测试验证等153项具体工作，共涉及264台硬件设备、32套基础软件集群、700T分布式存储、

60套源启产品，以及460个虚机、2000+容器、20+数据库服务等。同时完成10个应用平台组件的定制开发、测试、部署及验证等40+项工作。最终于6月30日完成两地三中心的生产环境全栈信创金融交易云部署；于7月8日完成互联网服务管理平台、银联业务管理系统两个试点应用上云，提前验证了金融交易云的稳定性、可靠性与安全性，达到了我行信创金融交易云生产运行的首个关键里程碑。为我行业务敏捷转型及中台化建设提供支撑能力，实现快速响应场景化、生态化金融业务需求。

新一代核心系统项目全面进入设计开发阶段

基于业务建模新工艺，采用中台化建设思路，以客户为中心、以产品为主线，建成具备“统一用户管理、统一产品管理、灵活定价、支持交易和核算分离，以及高效运营”等全行级服务能力的新一代分布式微服务架构的核心业务系统。截止当前，已按照客户中心、产品中心、定价中心、核算中心、公共运营中心及存款应用建立了目标业务模型，分析构建了产品模型（基础产品12个、产品部件20项、产品属性123个）、流程模型（活动800+、任务3500+）、数据模型（主题域7个、业务对象33个）。在设计开发与测试方面，分析了关联改造系统与关联测试系统，主体版本开发完成约70%，数据迁移完成迁移映射分析表1269张，同时开展系统测试需求分析，测试分析完成95%，接口自动化测试案例编写70%。

新一代供应链金融平台建模与产品迁移有序推进

新一代供应链金融平台依托中台化的运作模式，围绕客户旅程，全面梳理客户服务与作业流程，整合面向B端的金融产品和服务能力，构建面向B端业务营运支撑能力，打造差异化客户解决方案和行业解决方案，赋能产融业务发展。截至当前，取得了如下令人振奋的成果。在产业银行高阶蓝图规划方面，首先，完成了对公高阶建模、蓝图规划和电子信息行业方案。其次，对华润置地、华润微电子、九州控股等企业的调研，并深入研究了城市建设与运营的行业和产业链，较好地把握了行业的发展趋势。另外，针对于大消费领域的调研，对华润怡宝、美的网络等客户进行了深入了解，并对行业分布、区域分布和宏观展望进行了详尽研究。在产融业务中心建设方面，完成技术方案规划、技术原型框架设计、开发，同时进行反向保理、再保理、出口信保等金融产品和服务能力的整合；在对公业务建模方面，完成供应链业务领域保理类、预付类和商票类产品的五级建模，以及其他财资融资产品的三级现状建模工作，同步开展保理类产品迁移；在新业务拓展方面，完成与前海一方、招商蛇口、中电惠融等核心企业对接，拓展电子债权、再保理线上业务；在迁移金融交

易云方面，在7月18日通过迁移金融交易云上线决策会，并于7月28日正式投产上线。

新一代手机银行项目正式启动业务验收测试

新一代手机银行的规划目标是“新理念、新体验、新技术、新底座”，构建新一代互联网渠道服务平台，全面提升用户服务能力。当前项目组五项工作同步开展，取得了显著的成果。首先，顺利完成了包括SSL加密、数据贯标、防重复提交和脱敏等架构治理的开发工作，并成功通过了移动交互平台的架构评审。其次，制定并实施了案例执行和缺陷修复的监控与预测指标，并成功地完成了两轮系统测试，保证了系统功能的完整性和稳定性。第三，顺利进行了用户验收测试，并于9月22日圆满完成了冒烟测试，进一步验证了系统的可用性和用户体验。第四，逐步展开了渗透测试、安全测试、兼容性测试、性能测试和混沌测试等非功能测试工作。第五，完成上线实施方案的编写与内部审核，为系统的正式上线提供了全面的准备和支持。

三、联合创新及行业标准建设

在项目实施过程中，我行与中电金信也在积极推动联合创新项目申报及行业标准建设工作。

联合创新项目申报

我行和中电金信以“基于产业金融场景建设全栈信创云平台”课题向国资委科技创新局积极申报了联合创新项目，共同推进联合创新工作。

推动行业标准建设

在国资委资本运营与收益管理局的指导下，工作专班形成了补充完善信创标准的工作思路和具体标准编制建议，期望国资委支持和推动行业标准建设。

下一阶段，金融基础设施信创平台项目组将继续做好经验总结，推动行业标准建设；完善管理机制，优化资源配置；完善技术方案，加强评审把控及验证；加强风险管控，有序推进项目实施，保证新一代手机银行、新一代核心系统顺利投产上线。📌



1300万吨小麦在行动

1960年12月16日，离中国人万家团圆的春节还有整整六十天，这一天，已经渐渐习惯向世界输送中国商品的华润公司接到了外贸部往回买粮的紧急命令。对于买粮，华润并不陌生，但也谈不上熟悉。以1958年为例，中国进口量加起来不过几万吨，但情况就是从这一年开始，悄悄地发生了变化。中国大陆除西藏外连续发生大面积的旱灾、霜冻、洪涝、台风、冰雹，以及蝗灾、棉虫灾和鼠灾。这一幕是很多人最为沉重的灰色记忆，年轻的共和国在它的第十个年头，开始遭遇了空前的困难。到1960年，连续两年农业大幅度欠收，严重的饥荒覆盖了整个中国。《中国共产党历史》第二卷，“三年困难时期”条目下，用悲痛的笔触写到：据正式统计，1960年全国总人口比上年减少1000万。突出的如河南信阳地区，1960年有9个县死亡率超过十分之一，为正常年份的好几倍。当奋斗了一年的人们，艰难地走到年终岁尾



时，却发现连过年的余粮都告急了。北京的粮食只够销售7天，天津只能销售10天，上海几乎已没有大米库存。全国其他地方的情况更加严重，为了粮食问题，党中央紧急成立周恩来、李富春、李新念三人领导小组，主抓粮食进口，第一波目标250万吨。在这份1960年12月16日外贸部报送给中央的报告中，外贸部向中央这样表示了决心：我们一定把进口粮食问题，作为明年上半年的头等重要政治任务，千方百计，全力以赴，毫不犹豫，保证完成。关于具体业务，由香港华润公司指挥，购粮意图和做法，我们已当面向华润公司的领导同志交代清楚。他们今天回去即将开始行动。为了做好这份工作，华润公司组织了两个采购小组，一个是澳大利亚的采购小组，一个是加拿大的采购小组，分头采购。有着近7亿人口的社会主义大国，因为大饥荒要向西方世界购买大量粮食。这件事情一旦为世界所知，不仅是动摇整个社会主义阵营的轰动新闻，整个世界的粮食市场，也会因发生巨大的波动。因此，中国向西方世界买粮，注定是一件只许成功不许失败的绝密任务。于是，一份每期只印刷25份的《粮食进口工作专报》诞生了。作为外贸部呈递党中央的绝密文件，方便中央领导每天都能及时了解粮食谈判、签署协议以及粮食的运输的动态。于是，华润深圳办事处的红色电话，升级到了最高级别。华润人每天都要辗转从香港前往深圳，向外贸部直接汇报。对于远赴海外的两个华润购粮小组而言，我们必须调动多年外贸工作积累的一切经验，跟澳大利亚和加拿大谈妥这笔生意，既要按时按量完成任务，而且不能暴露真实意图。很快，华润旗下的商船开始载着出口海外的粮食，驶离极度缺粮的祖国。

让华润员工都觉得想不通的举动背后，深藏着华润充满想象力的一步险棋，过往在浮夸风的鼓舞下，中国曾制定了一个数额巨大的“1960年大米出口计划”引起过西方世界的关注，这一刻，执行这个“天方夜谭”式的计划，或许能起到意想不到的迷惑作用。按照华润的设计，以“1960年大米出口计划”为宣传口号，将原来的“调剂品种”扩大化，具体执行上，出口大米5万吨，换10万吨小麦，加上芝麻3万吨，菜籽2万吨，这样能省下一大笔现汇，又能迷惑外界。

从“粮食进口”到“粮食调剂”，两个字的改变起到了意想不到的掩护效果，抵达澳大利亚的徐鹏飞，很快谈妥了第一笔粮食进口合同。小麦24万吨，价值500万澳币，这一天距离接受进口粮食的任务刚刚过去7天。与此同时，华润旗下的华夏公司提前筹备开始大规模租船。一个月后，便租好运粮船49艘，可以运载粮食55万吨。一切都是为了和时间赛跑、和正在散播的猜疑赛跑。1961年2月2日零时35分，第一船从澳大利亚出发的运粮船抵达天津新港。这一天距离春节还有12天，2月8日，第二船小麦抵运上海，10日，第三船小麦抵运秦皇岛，12日，第四船运抵大连。在不到两个月的时间里，华润完成了进口262万吨小麦的任务，两天后，华润运回的粮食让艰难中的共和国度过了一个温暖的春节。

粮食短缺造成的饥荒并不是短暂的，就在第一批粮食进口协议签订之时，中央再次提高了需要进口粮食的数量。从250万吨跃升到400万吨，一场关系国计民生的规模浩大的战役，在中央直接领导下，在隐秘状态中继续悄然进行。谈判桌上，考验心理和智慧的唇枪舌剑，在不动声色的状态下剑影刀光。难点在



于，粮食需要的数量多，而更大的难点在于，采购如此数量的粮食，华润手里却没有足够的钱。为了节省宝贵的外汇，华润把账算到了极致，甚至提出买粮的过程中自带包装袋。但即便如此，购粮款金额仍然差距巨大。当时唯一对华润有利的情报是刚刚过去的1960年，澳大利亚经历了又一次大规模的粮食丰收，把多余的粮食卖出去，是澳大利亚农民最迫切的希望。为了巩固加拿大长期供应中国粮食的决心，经中央决定，华润总经理丁克坚出访加拿大，神秘中国的外贸总代理公司的总经理亲自到访，会给加拿大带来什么？和一个拥有960万平方公里土地和7亿人民的国家交朋友会给加拿大带来什么？这些问题在加拿大国内引起热议，谈判桌上的讨论迅速升温。1961年5月，加拿大小麦局终于同中国签订了小麦贸易的长期协议。不久之后，澳大利亚也与中国签署了长期供应小麦和面粉的协议，7亿人口的中国终于有了稳定的进口粮食来源。

漫长而艰苦的运粮济困工作得以画上了圆满的句号，在中国粮食饥荒最困难的时期，经华润之手源源不断运回的小麦共1300万吨。这个数字，可以让3000多万受到饥饿威胁的同胞摆脱生存威胁，帮助共和国捱过了最为艰难的岁月。🍴

本文由编辑部根据《百年召唤》《1300万吨小麦在行动》整理。

重塑未来[^]

85/40

专栏

编者按：

2023年是华润创立85周年暨华润集团成立40周年，这是一个值得华润人共同庆祝的美好时刻。本期《成长》85/40专栏以集团“重塑·未来”为主题，创作生动形象的诗歌和文章表达我行员工与华润守望相助、共经风雨的深厚情谊。此栏目有人赞美华润力量如日月之永恒，光芒万丈，引领我们勇往直前的真情实感；有人讲述追逐梦想、不曾放弃、风雨兼程的故事，激励我们奋发向前的坚定决心；有人诉说值此青春，不负韶华的十年历程，借此机会，致敬过去，憧憬未来，抒发心中对华润炽热的情感。

华润力量

办公室 文世良



十年前的那一天，
我怀着对红色基因的景仰，
毅然加入华润银行，
见证“十三五”业绩翻番，
稳健经营，超越发展，
华润力量，展翅翱翔！

八十五年前的那一天，
两块金条踏上征途，
怀揣至上的国家利益，
历经风雨，披荆斩棘，
为中华崛起不懈努力，
华润力量，砥砺前行！

四十年前的那一天，
现代企业改革铸就一流企业，
世界500强独领风骚，
多元化产业，协同发展，
为中华大地增添光彩，
华润力量，引领未来！

两年前的疫情，
华润大家庭团结相扶，
全力推动银行引战引资，
80亿资金壮大实力，蓬勃茂盛，
让中华儿女自豪而自信，
华润力量，勇往直前！

“十四五”中期的今日，
华润“1246”模式展开画卷，
红色基因代代相传，
华润精神永不磨灭，源远流长，
激励中华儿女奋斗不息，
华润力量，再创辉煌！

身在华润的大家庭里，
我们共同追梦，追求卓越，
为数字化产业银行努力！
为世界一流资本公司奋斗！
同奏民族复兴主旋律，
华润之歌，永远唱响！

华润力量，神奇而伟大，
如江河之浩渺，连绵不绝。
华润力量，创新而进取，
如日月之永恒，光芒万丈。
它挺起了中华民族的伟大脊梁，
华润力量，万世长青！

华润之路 阔步向前

■ 佛山分行财务与运营部 于洁鹏



一九三八年，
灯红酒绿的皇后大道上，
你只是一家不起眼的小商行。

八十五春秋，
世界百强的辉煌榜单上，
你以万亿资产篆刻赫然名章！

你的名字，叫华润。
你是一滴水，也是江河湖海，
在柴米油盐，又在万家灯火中。

春，潮起。
一年之计，万物复苏，
你率先吹起建设的号角，
一座座高楼拔地而起，
一处处商业铺展绵延，
如破茧之蝶、如雨后春笋，
你与大湾区同频共振，
润物耕心，这是起点。

夏，涌动。
长夏丰盈，蒸蒸日上，
你不断开拓能源新赛道，
彭城模式，苍南一号，
你与烈日和酷暑赛跑，
保供提质，这是守护。

秋，丰收。
太平气象，尽在丰年，
你欣然采撷成熟的果实，
五丰大米，雪花啤酒，
你与万千百姓一起，
举杯共祝，这是陪伴。

冬，沉潜。
万物收藏，厚积薄发，
你暂时藏起外溢的锋芒，
潜心研究，金融转型，
你与时间做一个约定，
久久为功，这是展望。

瞧，
写字楼深夜亮起的灯，
工地里推车转动的轮，
农田里滴在麦子的汗，
他们的身影无处不在。
啊，那是华润人！

看，
一个个希望小镇的落地，
一张张乡村义教的面庞，
一条条无畏献血的胳膊，
公益的脚步永不停歇。
啊，那是华润担当！

从转运军需物资，
到综合性贸易公司，
再到多元实业控股企业，
和如今的，
华润特色国有资本投资公司。
啊，那是华润故事！

八十五载，
你一路走来，
脸上洋溢着收获的喜悦，
也不免留下岁月的皱纹。
你停下来捋了捋头发，
继续大步向前。
看着你渐远的背影，
我知道，
你将继续谱写精彩的故事。🏡

值此青春 不负韶华 致敬过去和未来的10年

■ 珠海分行个人金融部 唐艳



2023年恰逢华润创立85周年，华润集团成立40周年，亦是我加入珠海华润银行珠海分行的10周年。犹记得十年前的我，初出茅庐，踏入职场不足2年，虽风华正茂、踌躇满志，但不知未来行将所致，凭借着对银行业的热爱，饱含着一腔热血和踏实肯干的品质，坚持一步一个脚印，对未来充满了远大而美好的憧憬。

在过往10年的3650个日日夜夜中，我与华润共成长。十年里，我与团队同事们，共同经历了无数个因业绩高峰不断被征服而激动人心的时刻；经历了因制定一份既具有激励性还具有挑战性的竞赛目标与考核方案，一群人一同挑灯至凌晨一点研讨的喧嚣时刻；还经历了在生日、孕期、疫情、家人病故等人生的关键时期，组织、同事们给予我无数个温情和鼓舞的时刻。

十年业精于勤

银行业面临着日新月异的市场变化，不进则退，作为个金人，我们深刻认识到：变化是永恒不变的真理，唯有变化思维方式、变化行事方法，因势利导、抓住机遇，方可发挥最大程度激发团队

的创造力和潜力。这十年里，我和我所在的团队，业精于勤，行成于思，我们在各自岗位中精雕细琢，不断打磨，不让每日简单重复，而是努力日复一日让一切变得更好。

2014年初，分行对机构和个人的业绩核定，从账户制考核转型为管户制考核，为激励辖区支行营销人员积极为全行的客户提供优质服务，即便是非管户的客户也要努力争取客户行外新资金，同时也需要分行为前线营造一个公平、公正的竞争环境，为此我们制定了一套跨支行间的调户规则并配套制定了恶性竞争管理办法。过往十年，分行制定的与调户有关的制度和办法已发生不下五次的更新升级，在规则之下累计发生不下四万余条的手工调户操作。

2013年我们的营销人员奖励方案为季度竞赛方案，2018年末我们迫切意识到市场的瞬息万变、产品的更新迭代，进而传导至销售人员产能的月度变动，我们需要以更加直观的激励方案、更加贴切当下动能的竞赛目标为抓手，需要向管理、向人员要效率，需要及时兑现对优秀机构和个人的激励，同时还需要快马加鞭奔赴下个月的“战场”。我们创全行之先河，将季度竞赛方案升级为月度竞赛方案，季度一大变、月度一小变，每一处变化的背后，都是基于核心业务推动的必要和对管理工作的持续总结与反思。

十年创新与突破

过往十年基于业务发展需要，在总分行的大力支持下，我们开展了很多新颖的、有意义的创新与探索。2018年，为了让新晋升的支行行长和理财经理，快速适应工作岗位要求，满足标准化的岗位工作要求，我和我的团队一起，通过对优秀支行长、优秀营销人员日常工作的观察、总结提炼后形成了《理财经理的一天》《行长的一天》《行长的一周》，至今成为各岗位人管每日的工作手册。

为提高华润银行珠海分行零售业务管理人员的综合业务素质，建立支行零售业务管理人员以创利为核心的定级机制，明确级别调整机制，并实现定级定薪，推动薪酬体系更加公平合理，珠海分行于2019年独创制定了《珠海华润银行珠海分行零售行长评级实施细则》。

随着分行的资产管理规模的不断扩大、个金财富管理营销队伍的壮大，我们迫切需要有一支日

趋完善的专业专长财富管理团队，以更高的专业水平和综合素质，强化对个人资产在50万及以上客户的家庭资产增值配置能力和风险管理能力，提升客户服务体验，提高财富管理品质。2021年我们组建了润盈财富管理团队队长队伍，她们是华润的“黄埔队员”，年度总中收和单项中收在分行位居前列，她们协助所在一级支行组织各类财富管理培训，协助支行行长开展监督管理，指导所在网点人员开展产品销售。

十年硕果累累与展望

“天道酬勤，叶落斑斓”。十年间珠海分行个金条线攻坚克难，坚持为客户实现风险管理和资产配置，5万以上有效客户数从5.12万户增长至12.74万户，年均增长率14.9%；储蓄存款规模由98亿增长至416亿元，年均增长率32%；资产规模从142亿增长至598亿，年均增长率32%。2017年10月珠海分行正式成立，这六年的时间里珠海分行更是彰显大行风范与担当，个金存款规模由111.7亿增长至416亿元，年均增长率44%，实现跨越式发展。

在组织的悉心栽培和信任下，十年间，我从刚加入行里的网点及客户经理管理岗，成长为部门的业务骨干，最终成长为部门的副总经理，三次获得总分行的“两优一先”之优秀共产党员，两次获得珠海分行管理之星。作为项目组组长申报的2020年“润心攻坚”党建攻坚项目（珠海个金储蓄攻坚战）荣获总行2020年度业务类攻坚项目全行第一名；我所在的部门团队多次荣获总分行的优秀业绩团队、分行行长特别贡献奖等殊荣。

组织每一次颁发的荣誉表彰和岗位的晋升，既是组织对我过往工作的肯定，但更是告诫我肩上需承担沉甸甸的责任和担当。恰逢集团十四五战略进入最后的攻坚克难的关键时期，在总行创新转型推动高质量发展之际，在我人生下一个十年的起始，我深信，我们在总行高瞻远瞩的战略指导下，立足今日，脚踏实地，干劲十足，勇往直前，方可力争不负时代重托，不负青春韶华，争取谱写下一个更加辉煌的十年华章。🌟

奋斗为本 开拓进取

——在工作中成就更好的自己

行政安保部 范宇明



在孩童时期我便与华润结下缘分，在家乡每次出行，都能看到华润水泥、华润万家的招牌，在成长过程中，对华润了解越多，对华润的好感度就越高，在完成学业奔赴职场的时候，我如愿以偿地进入华润工作。

今年正值华润创立85周年，华润集团成立40周年，也是我进入华润银行工作的一周年。自2022年入行以来，我就职于总行行政安保部采购中心，在部门领导和同事的帮助下，对采购业务从陌生到熟悉，逐步了解到采购对企业的重要性，采购是保障企业实现正常生产经营目标的重要举措，在一个企业中，运转良好的采购业务部门对内可以统筹需求部门的各项需求，形成采购规模效应等，对外可以强化供应链核心能力，提高供应链的安全性和稳定性，这对于我们银行来说也是一样的。

经过一年的工作，我对采购工作也有了深入的了解与体会。

采购中心是全行采购工作的主责部门及所辖采购范围的采购执行部门，作为采购中心的一员，我从零开始，逐渐承接部门内部的各项事务，积极参与采购工作，从一开始的采购项目执行、供应商管理、内外部材料报送等日常事务，到现在的完善采购管理体系，协助制度吸顶，优化流程等采

购体系化、信息化建设，在各个方面努力发挥自己的作用，同时也在在这个过程中锻炼自我，逐渐成长。经过一年的工作，体会比较深的有以下几点：

严格执行各项工作制度。采购工作因为自身的特殊性，一直是内外部检查部门的重要关注点，所以依据制度开展工作就是重中之重。采购中心根据国家相关法律法规制定了采购相关制度，从而对各项工作进行规范，以采购管理办法为例，对采购整体流程、采购方式划分及适用条款等方面都进行了规定。部门领导和同事时刻提醒着我，我在采购中心的第一项任务就是熟悉规章制度，对相关制度有具体了解之后才开始接手部门工作。在后续工作中，我也会一直坚持从制度出发，根据制度开展采购项目执行、供应商管理等工作，积极配合华润CRCL体系在采购领域的应用，不断提高合规意识，有效防范化解采购风险。

积极应用采购相关系统。部门已经实现采购管理系统上线运行，并在此基础上完成采购管理系统和华润集团守正电子招标平台的对接，实现采购全流程线上化。我日常的工作大部分都是在系统上进行的，一开始并不熟悉，不擅于利用系统开展工作，在统计数据或者配合审计检查的时候主要依靠人工，信息处理效率低下。在了解系统的功能模块及操作方法后，我就体会到了系统带来的便利，在数据统计等方面立竿见影地提高了工作效率，人工操作的时间成本也大幅降低。为遵循提高效率的初衷，我对系统的优化改进十分上心，在使用采购管理系统时，时刻关注采购管理系统及华润集团守正电子招标平台在使用过程中的改进空间，提出系统改进建议，推动了采购管理系统中采购计划模块的优化，为采购工作信息化建设添砖加瓦。

主动参加学习培训。采购业务是我行的重要工作，一直都受到各方关注和重视，入职采购中心后，我主动学习了集团及我行下发的各项通知规定、讲话精神，在工作中贯彻落实清廉、作风建设等要求。学习集团“1246”模式、我行“十四五”战略中期检讨的“四个重塑”等相关规定，从思想上正本清源、固本培元，在行动上靠近集团和我行战略决策；在此同时，以教育培训为契机，重视教育培训和工作能力的结合，积极参加全行采购管理培训、华润守正招标有限公司或其他外部机构举办的专业培训，如国资委“管理提升”系列培训等，扩大自身采购知识面，了解采购领域前沿动态，推动采购业务高质量发展。今后我将继续为华润银行的建设添砖加瓦，贡献微薄之力。🌟

踔厉奋发 勇毅前行

■ 人力资源部 于博佳



光阴如白驹过隙，在举手投足间溜走，不经意间我已经与华润银行一起走过了两年的路程。留下满满的记忆，有过成功的喜悦、留下过失败的创伤，经历过内心的挣扎、也忍受过生活的窘迫。在这两年的积淀里，感谢挫折相伴的岁月，也感谢梦想携行的初心。

与挫折牵手，就像春天的种子要冲破坚硬的泥土，才能抽出新芽，展现生命的力量。初到网点学习，由于对网银不熟悉无法解决客户的疑问，经过仔细用心钻研、多日的积累过后，最终得到了客户的夸奖。

和梦想同行，拥有充足的雨露滋养，在黑暗中顽强向上，执着的追求明媚的阳光。也许，一夜之间大地便成为一抹浅绿，因为有梦想的支持阐述生命的伟大。在网点社区活动期间，我与叔叔阿姨们谈心，畅谈着初到深圳的不易，换来了宝贵的经验和长辈们与这片土地共同成长的故事，指引着我前行。

与挫折牵手，就像酷暑的彩虹在暴风雨后才会出现，展现绚丽的光彩。组织表彰大会期间，需要各部门配合、沟通协调。从最初对总行的不熟悉，焦虑于沟通与流程，到和各位同事的交流学

习，表彰大会的顺利举办获得的成就感到现在都记忆犹新。

和梦想同行，迎着暴风骤雨洗礼，忍受着电闪雷鸣的打磨之后，阳光普照大地。远方，一碧如洗的天幕中才会有风雨后的结晶，因为有梦想相伴，所以脱颖而出。金融市场的历练让我真正了解和理解了“金融”，那并不是一段简单的数字与描述，而是由一位位同事在业务流程中挥洒汗水、奋笔疾书、尽职尽责后促成的合作与成功，授信的金额与最终发债的利率是努力后才能得到的结果。

与挫折牵手，就像秋天的麦香经历了岁月的磨练后金黄诱人。再一次回到训练营，从“营员”变为了“辅导员”，从去年台下的学生变为了今年“严厉的”老师，我又重新经历了一遍华润文化的洗礼，又经历了一次特殊的“封控”，与70位学弟学妹相处的一个月又让我看到了那个初入职场的自己，我将自己这一年的挫折化作经验分享给大家，希望每个人都尽早的适应自己的新角色。

和同梦想同行，要经历10个月的艰苦成长，抗争雨雪风霜，破土、长叶、吐穗、结实，因为有梦想的呼唤才会获得丰硕的果实。银行的事务工作大多需要时效性和准确性，如何去克服一些困难然后完成预设的目标，这个过程一次次的磨练着我，锻炼着自己的结构性、复盘的思维，助力梦想的实现。

与挫折牵手，就像严冬的腊梅饱受霜雪，天寒地冻的考验，才酝酿出令人神怡的暗香。重回人力资源部，参与对于绩效体系的改革，理解了评价的方式和资源的禀赋都有着它应有的运行轨迹，没有最好的体系，但永远都要向更好目标而进发。

和梦想同行，感受彻骨的三九之寒和肆虐的西北风呼啸，才有冬日一枝独秀的精彩，因为有梦想引导而绽放笑颜。一转眼已入行两年，从一届“新兵”到同事们开玩笑叫做的“干了很久的应届生”，得到的是不一样的经历和满满的成就感。二零二三年，华润也即将85岁，却依然这样朝气蓬勃，作为“新兵”的我，则更应努力争上、奋勇向前。

愿我们携手，迎接一轮又一轮的挑战，在新起点上呼啸起航。🚀

凝心铸魂 展望未来

■ 珠海分行斗门支行 陈靖雯



在华润创立85周年，华润集团成立40周年之际，也迎来了我在珠海华润银行的第13年。我从2010年与华润结缘，懵懵懂懂离开了象牙塔在社会中迷茫着、焦急着寻找属于自己的方向。偶然机会，入职珠海华润银行，开启人生新篇章，在同伴相扶持、在单位领导谆谆教导下茁壮成长。

第一次作为柜员上柜时的印象十分深刻，办理业务时有不适，面对客户偏激，会有忐忑心理，有慌张，但仍坚持。一晃已过十三载，在华润大家庭中破茧成蝶，潜移默化中重视专业、服务、团队和集体。在一次次新的岗位中，承受新的压力、新的责任，深切明白需要更强的动力和毅力。也从女儿、妻子、母亲的角色中转变，思考家庭与工作关系，坚信女子半边天，默默较真把家庭与工作均尽力撑起。渐渐懂得何为忧患意识，慢慢地对每一次学习、锻炼机会都格外珍惜。正是不断坚持与努力，学会调整工作方式，渐渐适应挑战，把握机遇，得到单位认可赞许，分别荣获总行、分行的“优秀共产党员”“十佳服务明星”“巾帼标兵”等奖项。

作为珠海华润银行的一分子，我在华润企业文化熏陶下，不断实现自己成长和进步，近年来学会了：

勇于担当，主动作为。2022年年度至2023年第二季度斗门支行获评卓越运营五星网点，带动全体成员积极主动作为，共同落实微小改善，提高服务要求，规范服务礼仪，提升客户满意度。传承做好“社银合作”的特色服务，极大的发挥了社保窗口的作用，积极为群众服务，近两年业务量累计843笔，同时拓展获客资源，转介社保卡新增330张。以服务促营销，截止2023年第二季度累计安排上门开卡9次，累计开卡量达312户。为了配合对公业务部开展相关项目业务，开辟绿色通道，高效快速专业处理，工作日安排加班8次，非工作日安排加班3次，2022年度对公存款提升完成T3值,2023年第二季度聚合支付完成T3值。斗门支行保持零投诉的记录，近两年运营条线劳动竞赛多次获得“厅堂服务优秀网点奖”、“网点服务标杆网点”、“银企对账奖”等多个团体奖。

积极肯干，乐于奉献。2023年我主动承担珠海分行风控结算内训师，通过日常网点内部培训，了解运营人员工作的需求和痛点，2023年累计组织支行运营培训27场次、培训时长13.5小时。2023年开展专题培训累计组织培训5场次、时长4.5小时。截至2023年第一季度风险质量考核完成T3值。积极参与支部宣传活动，分别参与2023年“3.15国际消费者权益日”宣传，以及以主讲人身份参加“全民反诈 百日宣传”活动。在近两年运营劳动竞赛活动中，斗门支行多次获得“差错控制奖”，个人获得“学习标兵奖”、“优秀运营经理奖”。

勤于钻研，学无止境。严格遵守我行制度文件，详细学习各种文件知识，孜孜不倦，不断积累沉淀我行合规经验，坚守底线思维，在强监管的压力下，以风险为本，做到风控、服务两手抓。截至2023年第二季度，主动识别并防范对公开户及业务办理风险，根据客户身份识别的工作要求，经过上门核实、法人核实等手段，成功拦截2起异常对公开户。为了预防电信诈骗案件，维护金融环境的安全性，堵截异常个人开卡37次。

也正是不断感受着华润精神，包括风华年少、不知畏惧、敢为人先的创新精神；默默付出、埋头苦干、笃定前行的坚守精神；以身作则、党员为先的奉献精神；孜孜不倦、不知疲惫、自强不息的奋斗精神，才能有日复一日、年复一年的努力拼搏，才能有我们华润人凝心铸魂和展望的新未来。🌟



诈骗无处遁形： 揭露电诈陷阱 教你如何应对

■ 运营管理部 刘燕冬

引言：

根据公安部数据显示，2022年，全国累计侦破电信诈骗案件46.6万起，紧急拦截涉案资金3180多亿元。



一、何为电信网络诈骗？

电信网络诈骗，是指以非法占有为目的，利用电信网络技术手段，通过远程、非接触等方式，诈骗公私财物的行为。党中央、国务院高度重视打击治理电信网络诈骗工作，为了预防、遏制和惩治电信网络诈骗活动，保护公民和组织的合法权益，维护社会稳定和国家安全，2022年9月2日，十三届全国人大常委会第三十六次会议表决通过了《中华人民共和国反电信网络诈骗法》，自2022年12月1日起施行。

二、典型诈骗手段有哪些？

据牡丹江网警发布的2023年电信网络诈骗大数据显示，电信网络诈骗形势严峻，已成为发案最

多、上升最快、涉及面最广、人民群众反映最激烈的犯罪类型。其中刷单返利、虚假投资理财、虚假网络贷款、冒充客服、冒充公检法5种诈骗类型发案占比近80%，成为最为突出的五大高发类案。而仅刷单返利类诈骗一项就占到发案总数的三分之一左右，是发案率最高的类型；虚假投资理财类诈骗涉案金额最大，占全部涉案资金的三分之一左右。

（一）刷单诈骗

刷单诈骗是指诈骗分子发布虚假兼职广告，以高薪为诱饵，招募点赞员、推广员。前期小额快速返还佣金，诱导被害人下载刷单 APP进行垫资充值，后以“任务未完成”“卡单”“操作错误”“账号被冻结”等为借口以充值越多、抢单越多、返利越多为由，骗取被害人进行垫资充值，实际是诱骗被害人向其提供的银行账户转账汇款。

（二）投资理财诈骗

投资理财诈骗是指骗子构建虚假投资平台、渠道，告诉被害人自己有高人指点或者内幕信息，稳赚不赔，用高额回报为饵，诱使被害人转账。

（三）冒充公检法诈骗

冒充公检法诈骗是指骗子冒充公安、检察院、法院的工作人员，以被害人名下的银行卡、社保卡、医保卡等具有消费功能的工具被冒用，或被害人身份信息泄露，涉嫌洗钱、贩毒等犯罪，要求被害人配合调查，并发送虚假“通缉令”“逮捕令”等法律文书，使被害人陷入恐惧，再让被害人进行资金清查或者将钱转入公检法指定“安全账户”，以自证清白，从而实施诈骗。

（四）冒充电商、物流客服类诈骗

嫌疑人冒充电商物流平台客服或者电商平台上的具体商家，称被害人购买的物品出现质量问题或者包裹丢失、损毁。也可以给予被害人退款、理赔、退税为由，诱导被害人在网贷平台借钱后转到指定账户。

（五）“杀猪盘”诈骗

“杀猪盘”诈骗是指骗子通过婚恋平台、社交软件等方式寻找潜在受害人，将自己包装成具有

魅力的成功人士，先对你嘘寒问暖，通过聊天发展感情取得信任。当你陷入爱河，骗子就会不经意间介绍自己的“成功经历”，引起你的好奇心，进而将你引入诈骗团伙所搭建的虚假投资平台或赌博平台进行投资充值。

（六）网络游戏虚假交易类诈骗

网络游戏虚假交易类诈骗是指骗子在社交平台发布高价收购游戏账号、买卖游戏装备等消息，诱导受害人在虚假游戏交易平台、微信群或QQ群内进行交易，或以领取高额游戏福利为由，通过钓鱼网站窃取游戏账号及密码，让受害人以“注册费、押金、解冻费”等名义支付各种费用，待收到钱后，骗子就将受害人拉黑。

三、有哪些新型诈骗手段要警惕？

（一）“蟹卡”诱导刷单诈骗

10月7日，演员孙艺洲微博发文称收到一张蟹卡的快递，最后发现疑似诈骗。随后，上海市公安局发布微博称，这是一种新型骗局：不法分子大范围投递大闸蟹兑换卡、湿巾、手机支架等，以领奖为由引导受害人扫码进群后实施刷单诈骗。上海市公安局指出，此类骗局中，诈骗者会要求市民下载App开始刷单任务，前期以小额返利获取受害人信任，后期要求受害人大额充值后，不予返还本金和返利，最终完成诈骗。

（二）退订“百万保障”新骗局

近期一种新型诈骗方式让不少人上当。骗子利用部分用户对支付宝、微信等软件上“百万保障”功能不了解，谎称“‘百万保障’功能到期，不取消会自动扣款”，以此套取用户支付信息或诱骗其转账。

诈骗电话中，对方自称是保险客服，称其百万医疗保险即将到期，如果不及时取消，每月将被强制扣除2000元。在骗子引导下，受害者发现其微信页面里确实存在百万保险保单页面。随后，该

“客服”以协助取消该保险为由，让受害者下载一款常用的网络会议软件，在共享手机屏幕的情况下诱导其登录银行账户，套取账户密码、验证码等信息，进而转出资金。

（三）眼见不为真，“AI换脸”迷人眼

不法分子利用非法获取的个人信息，通过计算机算法仿真合成受骗者亲人、领导同事或公职人员的肖像面容与声音，冒充上述人员身份行骗。在获得受害者信任后使用事先准备好的套路话术向受害人发送银行卡转账、虚拟投资理财等诈骗信息，并利用视频通话、语音轰炸等手段进一步降低受害者的防备心，受害者往往在短时间内难以察觉异样，一旦听信诈骗分子的骗术并完成转账，对方便杳无音信。

四、如何防范电信诈骗？

对于防范电信诈骗要做到“三不一要”：

（一）不轻信。不要轻信来历不明的电话和手机短信，不管不法分子使用什么甜言蜜语、花言巧语，都不要轻易相信，要及时挂掉电话，不回复手机短信，不给不法分子进一步布设圈套的机会。

（二）不透露。巩固自己的心理防线，不要因贪小利而受不法分子或违法短信的诱惑。无论什么情况，都不要向对方透露自己及家人的身份信息、存款、银行卡等情况。如有疑问，可拨打110求助咨询，或向亲戚、朋友、同事核实。

（三）不转账。学习了解银行卡常识，保证自己银行卡内资金安全，绝不向陌生人汇款、转账；单位财务人员和经常有资金往来的人群等，在汇款、转账前，要再三核实对方的账户，不要让不法分子得逞。

（四）要及时报案。万一上当受骗或听到亲戚朋友被骗，请立即向公安机关报案，可直接拨打110，并提供骗子的账号和联系电话等详细情况，以使公安机关开展侦查破案。👮

掌控可塑人生 创造“英雄之旅”

■ 广州分行综合管理部 叶盼灵

看过《当幸福来敲门》的观众，不少人都会为男主人公面对逆境时的乐观、坚强、自信和永不言弃，而最终又牢牢抓住自己的幸福而感动到热泪盈眶。回归现实，在每个人的人生旅途中，我们都会遇到大大小小的挫折，无论是工作还是生活，总会有那么多困难和挑战向我们袭来。面对逆境，我们应该如何应对，掌控人生，不断成为更好的自己？

近期读了美国麻省心理咨询师陈婕君的《可塑的我：自我发展心理学的35堂必修课》，了解到：人在遇到困难时，有能力表现出与往日不同的性格特征，这就是人的可塑性，如果掌握了这种可塑性，人就能实现自我的发展与平衡。



认识自我，绘制心理地图

本书认为，一个人的自我成长和其人生经历息息相关。只有清楚地知道走过了哪些路，就自然知道自己拥有哪些资源、怎么使用，未来人生又可以有哪些走向，以及可以利用什么资源达成人生目标，缺少哪些心理营养，可以怎样获得这些营养等等。《可塑的我》中提出了重要观点：绘制你的心理地图，以此为思考框架综合分析并回答问题，才能从根本上解决危机。

悦动
YUEDONG

首先，回答与自我发展密切相关的四个基本问题，对应这四个问题检视内心的第一反应：你觉得自己所处的环境是否安全？你无条件地喜欢你自已？你有哪些赖以生存的能力？当你充分发挥自己的能力做事时，你能做到什么程度？这些问题，本质上就是让你看清自己的内心世界，继而从心底升腾起应对危机的底气。

其次，从成长环境的角度分析这些问题的产生和影响。事实上，这些问题在我们很小的时候就能找到答案，但大部分人从未想过去解决它们，所以才导致类似中年危机的问题。

就像人从小吃的食物会影响其身体发育一样，一个人从小吃的“精神食粮”也会影响他的心理成长。这里的“精神食粮”就是父母处理情绪的方式、思维方式以及所有行为。这些都会成为一个人成长的心理环境的一部分。这些心理环境和精神食粮会使后代继承父母的心理特点。如果父母性格有矛盾，子女的内心就会同时存在两种矛盾的心理。同时，周围的环境也对人的心理成长有着潜移默化的影响。如果这些影响因素互相矛盾或不相容，就会让人内心产生很多困惑。如果当时这些困惑无法得到充分的解决，就会像一块石头横亘在生命之河中，致使后续的很多人生发展都绕不开这块石头。

最后，通过对以上问题的梳理，评估自己对事业和生活的掌控面，明确未来的人生目标。这样，一个属于你自己的心理地图就初具雏形了。

重塑自我，改写心理基因

所谓心理基因，指的就是一人从很小的时候就逐步建立起来的，理解世界、理解他人、理解自己的底层逻辑。

这些底层逻辑包括观念、想法、以及处理情绪和事情的方式，它会潜移默化地影响人们如何应对人生中发生的每一件事情。

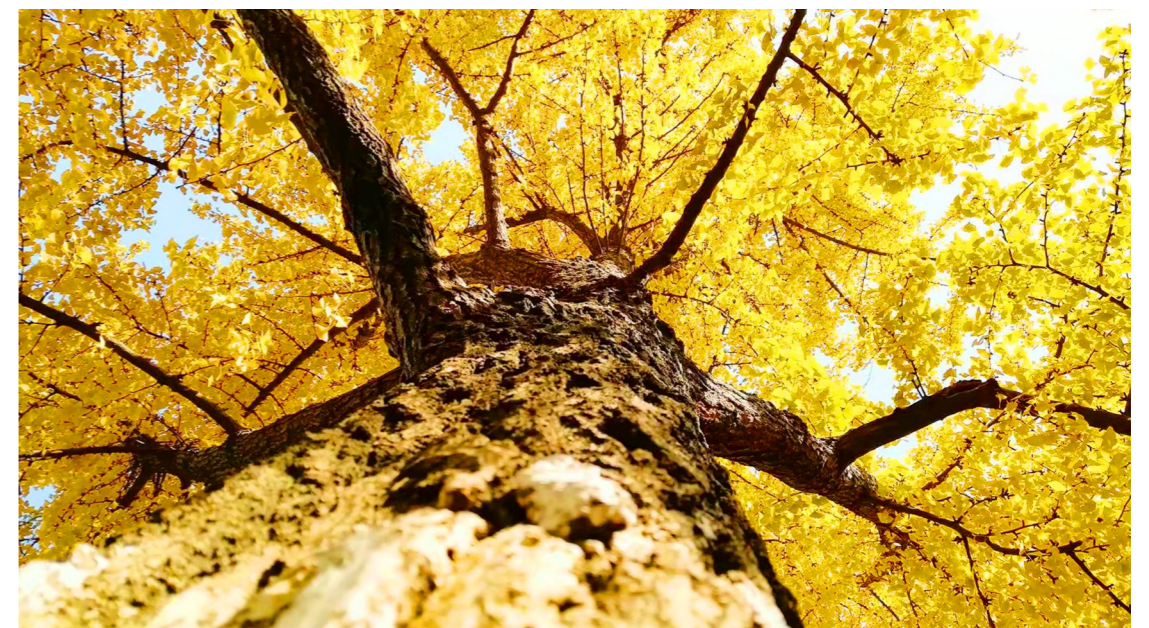
在现实生活中，我们该如何改变和完善这种底层的心理特征呢？首先可以通过坚持完成一些力所能及的事情，建立对自己的信任和满足感；其次可以尝试描述自己，而不是评判自己，学习自我觉察、体会和调节自己的情绪，关注自身的诉求，培养良好的自尊；再次运用思维导图的方法，不断提高分析能力，在追求进步的过程中时常停下来向内看，同时不断调整自己的发展路径。可见，对心理

基因的梳理和改变的过程，本质上就是对自我人格的完善过程，它实际上贯穿了人生的各个阶段。

发展自我，不断提升内驱力

作者认为，改变自己的前提是认识自己，对自我的探索越深入，对人生的掌控就会越完善。现在，很多人都喜欢把自己人生中遭遇的失败归咎于原生家庭的问题，这本质上是一种自我逃避。而正是这种逃避思想限制了自我反思能力的发展，进而导致现状无法改善、甚至逐步恶化的结果。只有通过学习不断探索自我，通过历练不断完善人格，坦然面对苦难，才能最终改变自己的命运。大多数情况下，逆风前行、重塑自我是每个人一生都要学习的技能。

而要想成为参天大树，活出最好的自己，我们需要在绘制心理地图、重组心理基因的基础上不断启动自我发展的内驱力。人生是一场自渡，愿每一个人都能创造属于自己的“英雄之旅”。🌲



影片《孤注一掷》观后感

■ 个人金融部 李海萍



近年来，随着网络的发展，电信诈骗呈高发趋势，逐渐成为较大的社会问题，它给人们的生活和财产安全带来了巨大的威胁。据统计，全国平均每天电信诈骗案高达2700余起，每天损失高达1.5亿元。每年都有许多人因为电信诈骗而遭受损失，生活陷入困境，为了进一步提升员工防骗、识骗、拒骗能力，切实提高员工重视财产安全意识，今天我为大家推荐一部关于反诈骗题材的电影——《孤注一掷》。

《孤注一掷》以全民反诈为选题，由宁浩监制，申奥导演，张艺兴、金晨、咏梅、王传君领衔主演，影片主题以真实诈骗案例为背景，通过揭开境外诈骗

全产业链骇人内幕，带我们深入诈骗的每一个环节，看清诈骗的全貌。电影从误入诈骗工厂的程序员、主动逐利成为诈骗工具的“美女荷官”、因网络赌博诈骗家破人亡的受害者、利欲熏心的诈骗集团管理者以及在境外虽无执法权但也绝不放弃维护公民安全和利益的人民警察等角色切入，将网络诈骗工厂的套路手段，以及骗局中所掺杂的复杂人性通过镜头一一揭露。

电信诈骗是一种利用网络、电话等信息渠道，以非接触方式进行的诈骗行为，具有隐蔽性、多样性和复杂性的特点。一方面，电信诈骗侵犯了人民群众的财产权益，给客户带来经济损失；另一方面，它也破坏了金融市场的公平、公正和稳定，给银行业带来了不良影响。银行业作为现代经济的重要支柱，既担负着服务社会、促进经济发展的重任，又面临着复杂的业务风险和挑战。当前，电信诈骗问题已成为银行业亟待解决的重要问题。电信诈骗不仅侵犯了人民群众的财产权益，也破坏了金融市场的公平、公正和稳定。

通过观影使我更深刻的认识到电信诈骗性质的危害性，进一步认识到作为银行从业人员必须坚持人民性的服务宗旨的重要意义。在未来的工作中我们要不断提高服务质量，满足人民群众的金融需求，同时，还要努力加强内部管理，持续关注并应对新的诈骗方式，不断完善风险防范机制，探索大数据、人工智能在反诈领域的应用，努力为构建华润银行反诈体系做出贡献。

