

证券代码：002839

证券简称：张家港行

江苏张家港农村商业银行股份有限公司投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	华泰证券 沈娟、安娜 南方基金 金岚枫、朱伟豪 博时基金 姚城玉 长信基金 朱辰菲
时间	2021年10月26日上午
地点	张家港行总行17楼1701会议室
上市公司接待人员姓名	董事长 季颖先生 副行长、主管财务工作负责人 陈金龙先生 董事会秘书、董事会办公室主任 戚飞燕女士 计划财务部总经理 黄艳女士 董事会办公室副主任 证券事务代表 陶鹰女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>主要就张家港行近期经营情况进行了交流，以下为投资者问询及简要回复情况记录：</p> <p>Q: 贵行发展小微业务，相对其他银行的差异化竞争优势？</p> <p>A: 本行发展小微业务，相对其他银行的差异化经营主要体现在战略、机制、渠道、区位等几个维度。</p> <p>一是战略优势。本行把小微业务提高到战略层面，倾斜资源扶持小微业务，经过近几年的持续投入，小微业务板块</p>

已成为全行业务发展的重要增长极。

二是机制优势。本行为发展小微业务，成立了事业部，赋予相对独立、灵活的业务经营权，并加强风险、审计、科技以及数字化转型的配套支持，拥有较其他银行更为敏捷的市场反映速度与效率。

三是渠道优势。因政策导向加大普惠金融支持力度，银行同业均大力拓展小微业务，我行作为地方性农商行，聚焦在网点布局、品牌营造、系统升级及客户体验方面下功夫，特别在服务人数、市场精准营销、农村市场深耕方面加大力度，通过日常扫街陌拜、集群市场开发、存量转介绍等方式拓展业务，运用“线下+线上”的深度融合，为广大小微客群提供全方位、广覆盖的金融服务为客户赋能，提高客户黏性，与客户共成长。

四是区位优势。张家港作为苏南经济模式的代表之一，常年位居百强县前三，具备良好的营商环境，本市大型企业和上市公司的上下游产业链及配套加工企业都是本行小微目标客群，为本行大力开展小微业务提供了良好的土壤。另外，由于2007年起我行已率先跨区域布设异地分支机构，拓宽了我行业务发展的空间。我行网点布局集中在苏州、无锡、南通、徐州、宿迁、青岛等东部区域，小微企业和民营经济发达，后续我行将进一步强化数字化贷款技术的运用，提高线上非抵押类业务的市场竞争能力，实现差异化竞争。

Q: 贵行员工管理、培训体系如何？未来增长主要依靠人员扩张、还是提升人均产能？

A: 我行员工培训主要由人力资源部扎口管理，形成以“内训为主、外训为辅”覆盖前中后台，较为完善的全员职业培训体系。

我行高度重视员工管理与培训，近年来，成立了大家金

融学院，由董事长任院长，行长、监事长任副院长，教务中心设在人力资源部，重点进行专业类队伍的培养，按照专业队伍序列，分设有公司金融学院、零售金融学院、大家普惠学院、大家微学院、运营学院、管理学院，培训采用内训+外训，线上+线下相结合的方式。目前，还在筹建金融科技学院。每个分院由部门总经理任分院长，每个分院设立一名专兼职的培训管理人员，负责本院的课程开发，内训师管理和培训运营，由教务中心两名专职人员负责培训需求调研、培训计划的制定、培训项目实施、讲师课程的管理，在线平台的开发维护等。

强化培训考核体系。人资部通过对各分院的百分考核实施扎口管理，监控培训计划实施、流程管控，建立后评估机制等，把控员工培训效果。同时，加强内训师队伍选拔，在教与学的互通中培养人才，对内训师实施培养管理，评定等级，优胜劣汰，同时给予优秀内训师优先培养机制。

重视新员工培训上岗。对新员工实施“雏英计划”全封闭培训，从职场素养、企业文化、专业能力、合规风险全面知识导入，实操技能模拟演练，周期为10-15天，通过新员工培训实现入职即上岗，上岗即上手。

强化专业队伍提升。对于专业队伍的培养，每年通过课程体系建设项目，开发适合不同等级专业序列课程，用于上岗认证和等级评定，前台人员上岗及等级提升配套有培训学习相应课程，并且通过考试考核的基础上方可进行，将培训学习与岗位任职资格有机结合，强化激发员工学习的内生动力。

在未来业务发展的同时，我行会有计划的控制人员增长，遵照全行新三年战略规划及数字化转型规划，人员主要增长向科技、业务营销类人才倾斜，主要着力提升人均产能。

	<p>Q: 与大行的普惠小微贷款竞争情况如何? 本行如何应对?</p> <p>A: 大行的普惠业务加剧了普惠小微市场的竞争, 具体体现在: 对我行部分抵押类优质客户形成了掐尖效应。</p> <p>后续, 我行普惠小微业务将进一步下沉客户群体, 深耕区域经济。一方面, 深耕传统业务, 打造特色集群, 从队伍建设、流程优化、产品开发等方面为小微企业和农户提供金融服务; 另一方面, 强化依托科技赋能, 布局线上业务。通过全方位、广覆盖的金融服务为客户赋能, 提高客户黏性, 与客户共同成长, 缩短金融服务半径。与此同时, 依托线上及半线上产品, 适当提升信用贷款的投放。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2021 年 10 月 26 日