湖州银行股份有限公司
2021年度社会责任报告

2021年，湖州银行股份有限公司（以下简称“湖州银行”“公司”）高举习近平新时代中国特色社会主义思想伟大旗帜，深入贯彻落实中央、省市党委政府各项决策部署，扎实开展党史学习教育，谋深谋实“金融+绿色+科技+合作+风控”的发展战略，不断加强党的全面领导、不断优化公司治理、不断推进改革创新，开创了高质量赶超发展新局面。

一、关于湖州银行

（一）公司简介

公司系经人民银行于1997年7月4日下发的《关于筹建湖州城市合作银行的批复》（银复〔1997〕269号）以及人民银行于1997年12月23日下发的《关于湖州市商业银行开业的批复》（银复〔1997〕512号）的核准，由湖州市原11家城市信用社和农村信用社股东、湖州市财政局、浙江丝得莉服装集团有限责任公司等7家企事业法人单位于1998年共同发起设立的股份有限公司。公司于1998年6月17日在浙江省工商局注册登记，登记设立时注册资本为10,002.1455万元。2010年3月，经中国银监会《中国银监会关于湖州市商业银行更名的批复》（银监复〔2010〕133号）批准，公司由“湖州市商业银行股份有限公司”更名为“湖州银行股份有限公司”，简称“湖州银行”。

（二）公司所获荣誉

湖州银行自成立以来始终坚持“服务地方经济、服务小微企业、服务城乡居民”的市场定位，秉承“创造需求 满足需求”的服务理念，致力于服务创新和提供满意服务，赢得了社会的广泛赞誉。2021 年公司所获主要荣誉如下:

2020 年度在浙金融机构支持浙江经济社会发展先进单位和改革创新优秀单位;

2020 年度浙江省“民企最满意银行”;

2020 年度湖州市国家绿色金融改革创新试验区建设优秀单位;

2020 年度湖州市金融支持地方经济发展综合优秀单位;

2020 年度金融支持重大项目攻坚优秀单位;

2020 年度清廉湖州建设突出贡献集体;

湖州市慈善总会 2020 年度最佳会员;

湖州市见义勇为基金会爱心企业。

（三）公司社会责任管理

湖州银行战略目标: 立足湖州市，辐射长三角，从事中小企业服务和市民服务的，具有一定规模和影响力的绿色化、现代化的区域性股份制上市银行。

湖州银行使命: 以湖州银行的跨越发展为基本责任，坚持合规和创新经营，不断提高银行财富增长的新动力，努力提高我们的金融服务能力，提高湖州银行团队的竞争能力，提高湖州银行的发展能力。

湖州银行社会责任观:

对员工，视员工为财富经营的动力基础，承担着为员工努力创造发展平台、成就员工价值的责任，创造发展平台，成就员工价值。

对股东，视股东为财富经营的动力支撑，承担着努力提高经营管理效益、为股东赢得投资回报的责任，提高经营效益，赢得投资回报。

对客户，视客户为财富经营的动力目标，承担着努力创造银行金融市场需求、为客户实现银行金融服务价值的责任，创造市场需求，实现服务价值;

对社会，视社会为财富经营的动力源泉，承担着为地方经济发展全力提供银行金融服务支持、共同促进社会繁荣进步的责任，服务地方经济，促进社会繁荣。

（四）公司主要经营指标

截至2021年末，（1）全行总资产达1013.99亿元，同比增长18.62%,;（2）总负债945.06亿元，增长19.17%;（3）所有者权益68.93亿元，增长11.57%;（4）各项贷款余额534.34亿元，增长21.56%;（5）各项存款余额696.97亿元，增长14.98%;（6）实现利润总额10.41亿元，增长27.67%，净利润8.45亿元，增长30.18%;（7）不良率0.78%，拨备覆盖率424.94%。

二、金融聚力，服务实体经济

今年以来，湖州银行认真贯彻落实中央、省市党委政府的各项重大决策部署，聚焦主责主业，充分发挥地方法人银行的特色优势，扩大信贷投放、加大帮企力度、深化减费让

利，成为金融支持地方经济发展的“排头兵”

（一）提升金融规模，加大“增量扩面”的力度

一方面，优化金融服务模式，通过表内贷款、债券投资、理财资管、国际业务等渠道，统筹表外内资金，加大对地方基础设施建设、民生保障工程等重点项目的支持力度，助力地方经济发展。截至2021年末，全行各项贷款余额534.34亿元，增长21.56%。此外，金融市场业务及理财规模521.66亿元，较年初新增96.98亿元；实现国际结算量11.62亿美元，同比增长101%。另一方面，常态化推进“走企、助企、帮企”活动，深入调研小微企业融资需求，缓解融资难融资贵问题，提升公司服务实体企业的水平和能力，进一步拓展金融服务覆盖面。截至2021年末，累计走访企业、个体工商户7963余户，新增贷款客户675户，发放融资金额51.92亿元。

（二）激发融资活力，加大“减费让利”的力度

一方面，认真落实人行两项直达货币政策工具，持续推进减费让利工作，降低实体经济负担。截至2021年末，全行贷款平均收益率为5.68%，较上年下降40个BP；全年累计为企业提供延期还本付息贷款62.47亿元；累计发放普惠小微信用贷款13.97亿元。继续执行支付结算、收单等业务手续费减免等优惠政策，全年为实体企业、商户节省支出2088万元。另一方面，积极争取低成本资金，持续加强与人民银行、政策性银行的沟通，全年争取再贷款44.02亿元，平均贷款利率4.66%，累计支持企业1681家；争取转贷款

34 亿元，平均贷款利率 5.48%，累计支持企业 957 家，有效缓解企业融资难题。

（三）推动融资创新，加大“开放合作”的力度

一方面，推进融资模式创新，围绕地方产业，依托本地龙头企业，综合运用应收账款质押、商票包贴、订单融资、保理等方式，盘活企业存量资产，加快资金流转，全力打造供应链“生态圈”，有效缓解链属企业，特别是小微企业的“融资难、融资贵”问题。截至 2021 年末，我行已与 24 家本地核心企业合作开展供应链金融业务，累计发放供应链贷款 27.76 亿元，累计服务企业 660 余户。另一方面，推进担保模式创新，积极参与排污权流转试点、老旧工业园区改造提升等项目，积极探索排污权质押、在建工程抵押等新型担保方式，有效解决企业“担保难”的问题。

（四）提升融资效率，加大“提质增效”的力度

不断提高信贷审批质效，推进信贷流程改造，简化业务审批材料 11 项，推行限时办结制，缩减贷款办理及审批时间。不断加快“线上化”进程，推出首款全线上化产品“湖银易贷”，完成授信 33.22 亿元，余额 5.69 亿元；新增线上供应链 14 条、累计投放 7.77 亿元。推进移动展业平台的建设，上线快抵贷、法人自助循环贷等 5 款对公信贷产品，其中快抵贷余额超 3.4 亿元。完善“快捷贷”模式，依托移动展业系统升级，引入大数据风控模型，实现小额贷款“尽职调查-审批放款-贷后管理”的全流程线上化操作。

三、促进民生，深耕本土市场

（一）主动作为，提升金融服务乡村振兴质效

湖州银行紧紧围绕乡村振兴战略重点工作，落地落实各项金融支持“农业强、农村美、农民富”措施。2021 年末，涉农贷款余额 179.09 亿元，比年初新增 28.71 亿元；农户贷款余额 27.55 亿元，比年初新增 5.76 亿元。

一是有力助推乡村产业高质量发展。为支持浙江高质量建设共同富裕示范区，助力乡村振兴，创新推出“共同富”特色产品，专门服务“三农”经济，为满足条件的各类农村经济主体发放贷款，致力缩小城乡差距，支持乡村振兴和共同富裕。12 月末，该类产品余额 3.71 亿元。

持续加强对新型农业主体信贷支持。我行重点结合安吉当地产业特色，将白茶、生态旅游、竹制品、绿色家具等行业作为重点发展领域，将绿色金融与普惠金融有机结合，创新推出了“两山”系列产品。12 月末，累计投放 260 余户，金额 9000 余万元。

二是全力支持保障美丽乡村建设。为响应“30·60”碳达峰、碳中和行动，结合共同富裕示范区工作，创新绿色金融产品，吸收前期个人光能贷业务操作中的经验，积极对接寻求新突破，通过与村级济经合作社、光伏公司的合作，在县、区级政府部门的牵头引导下，在原有“绿色乡村光伏贷”的基础上，推动“低碳增收”光伏贷业务的发展与落地。今年以来，相关产品已覆盖吴兴区、南浔区、德清县、安吉县等区县 39 个村集体，贷款余额 6000 余万元。

三是助力城乡融合加快发展。助力完善农村产权抵押担保权能，金融资源向率先打造城乡产业协同发展先行区倾斜，重点优化提升特色小镇、各类产业园区、农业园区及功能区的融资产品配套措施，同时加大对符合条件企业的中长期贷款投放规模和力度，支持整体打包城乡联动建设项目融资。

（二）推动创新，突出小微金融服务重点

湖州银行始终以深化小微金融服务作为社会担当和战略重点，不断提升小微金融服务能力，积极探索差异化融资服务模式，受到社会各界的肯定。截至12月末，累计发放普惠小微信用贷款13.97亿元。

一是推行无还本续贷，解决小微企业还贷资金周转难、周转贵难题，助推小微企业稳定经营。结合小微企业行业特征、发展阶段、资产结构等，针对性开发“易续贷”、“更新贷”等“无还本续贷”产品。截至2021年末，全行已累计发放无还本续贷67.96亿元，累计发放1416笔，余额58.24亿元，户数669户。

二是创新小微新型融资增信方式，推行“绿贷险”和“绿贷保”贷款业务。在市金融办的大力支持下，加强银保、银担合作，与人保财险合作推出了“绿贷险”贷款，与正策担保合作推出“绿贷保”、“双保”应急融资贷款，这三个产品突破小微企业和三农担保难的瓶颈，为小微企业提供融资增信。2021年发放三类贷款5.38亿元。

三是积极探索互联网和供应链的融合发展，推行绿色供应链金融业务。一是供应链产品推陈出新。2018年以来，我

行充分运用互联网、区块链和信息通讯技术，与本市核心企业全面合作，零售条线下投产上线了四款自主研发的互联网供应链金融产品，截至12月末，已累计服务超202户小微企业、累计发放贷款金额近19.99亿元，贷款余额3.35亿元。二是创建互联网供应链平台。联合大型互联网金融公司，自主开发了互联网供应链平台，为链属企业提供应收账款管理、应收账款流转、应收账款融资、订单管理、订单融资、预付款融资等金融服务。截至12月末，围绕互联网供应链平台累计发展上下游小微企业465户，融资余额37592.85万元。

四是多措并举推广信用融资，缓解小微企业担保难问题。一是与经信部门合作，推行诚信通小微专项信用贷款，支持发展潜力好的小微民企融资。截至12月末，诚信通余额50463.92万元，自开办以来累计投放35.63亿元。二是推广知识产权质押贷款业务。我行修订了知识产权质押贷款管理办法，积极开展知识产权质押融资业务。截至12月末，辖内知识产权质押融资贷款余额达4465万元，较去年同期增长793%，全部用于支持小微制造业企业。三是积极探索排污权、碳排放权质押贷款等绿色金融业务，做好碳金融的研究，将排污权贷款创新为重点，提升绿色金融产品和服务创新能力。四是推行红色动力信用贷，强化对“党建强、发展强”企业的融资支持，12月末，我行红信贷业务贷款余额为1700万元。五是开发并推广“快抵贷”业务，结合我行移动展业系统实现流程全线上化，通过用信与授信合并，简化小微抵押类贷款流程。截至12月末，快抵贷业务余额3.4亿元，服务客户

80户。

四、共筑美好，发展绿色金融

在“双碳”新背景和新目标下，公司更加注重绿色金融及碳金融服务实体经济的能力提升，通过标准化绿色信贷管理工具的开发和碳减排产品服务体系的创新，服务中小企业绿色转型和地方经济快速发展。截至12月末，全行绿色贷款余额131.39亿元，占比24.59%，较年初提升4.12个百分点。在人民银行关于“浙江省法人银行业存款类金融机构绿色信贷业绩评价工作结果”的季度评估中，连续三季度位于全省13家同类型金融机构第1名。

（一）聚焦前沿研究，衡量、管理及减少气候风险及影响

公司立足自身发展实际，优化绿色信贷管理系统，推出ESG违约模型，成为国内首家将ESG因素融入信贷授信审批和风险管理全过程的城商行。通过将ESG指标体系引入违约率模型在全行信贷业务中推广使用，公司成功应用环境压力测试和ESG模型识别与客户活动相关的环境风险，并将评级结果深度运用到信贷全流程中，辅助贷款准入的判断以及贷后的预警提示。

（二）深化创新，打造多层次服务实体的绿色金融产品体系

公司秉承商业可持续原则，将绿色金融理念与自身资源禀赋、市场定位结合，推出共同富裕体系、低碳工业体系、低碳能源体系、绿色建筑体系、低碳交通体系的绿色金融产

品体系，截至12月末，全行绿色贷款折合减排二氧化碳超7万吨，通过产品创新抓住批量化市场机遇，带动了地方经济低碳发展。

（三）优化环境信息披露，提升披露深度和专业性

2021年，是公司加入中英金融机构环境信息披露的第四年，在30·60双碳目标下，公司在自身运营的碳排放、碳减排，投融资的碳排放、碳减排等方面都有了新的研究，丰富了环境信息披露内容，进一步提升了披露的深度和专业性。

（四）完善内部管理机制，加强绿色金融专业能力建设

加大绿色人才队伍培养力度，强化人员能力提升，截至12月末，全行绿色金融专员队伍近50人，全年累计组织的绿色信贷分类、环境社会风险分类、赤道原则流程管理等绿色金融相关专业培训20余场，参与培训人次超过300人次，人均绿色信贷培训约30小时。

（五）管理自身环境影响，提升绿色低碳运营水平

坚持推行精细化管理和低碳运营，在机构的自身运营及办公人员日常办公过程中倡导“绿色化”，截至12月末，公司投资运营的碳排放量5036.76吨，碳减排量1689.16吨。

（六）加强交流合作，在绿色低碳发展中贡献中小银行力量

主动参与赤道委员会、UNEP FI、中国绿金委、中英环境信息披露工作组等平台发起的可持续发展和气候风险研究工作，为推动绿色低碳发展和应对气候变化寻找合作机遇和贡献力量。

五、规范运营，加强风险防控

公司深谙商业银行核心在于经营和管理风险，坚决把风险防控摆在更加突出的位置，统筹好发展和安全，做精做实风险防控工作，确保提升风控质量。

（一）抓好全面风险管理

公司持续构建全面风险管理体系框架，推动完善各类风险制度，全年共制定修订国别风险管理、非信贷资产风险分类管理等风险管理相关制度办法 12 项，进一步健全管理体系，指导业务规范开展，提升风险管理的水平与能力。

（二）严格落实源头管控

围绕“风险零发生”防控目标，公司全面梳理大金融市场业务管理中存在的问题与不足，加强源头管控，制定更为审慎的风险限额要求，并在资产配置、管理流程、授权体系、专业队伍建设等方面提出大金融市场业务稳健均衡发展的风险管理意见，推进大金融市场风险管理。

（三）科技赋能增强管控

运用科技手段，逐步增强风险管控功能。**一是**进一步完善信用风险管理系统，上线风险预警、负面客户管理模块，实现风险预警审批、风险客户管理全线上化，风险预警与资产分类的联动等。**二是**建立资产保全全流程管理流程，实现对诉讼、风险化解方案等不良贷款处置的线上申报、审批、处置和管理。**三是**升级资产分类模型。增设更加严格审慎的资产风险分类模型 9 个，建立五级分类矩阵，严控“同户不同类”“非正常上调”问题。

（四）上下联动督促指导

整合风险、合规、审计、运管等多条线、多部门力量，在开展全覆盖式的年度信用风险排查，掌握全行风险底数的基础上，开展季度性传统业务信用风险排查 4 次，并加强对大金融市场业务、互金业务等新兴业务领域的风险监测，及时掌握全行资产业务风险动态。

（五）风险处置位置前移

在风险监测、风险排查的基础上，由公司资产保全中心牵头，对分支行进行走访督导，全面摸清不良处置现状、进程及难点，制定化解方案、落实责任人、明确处置时间，推进风险贷款的处置化解。2021 年，累计处置不良贷款 2.15 亿元，其中现金收回 1.03 亿元，现金清收率达 47.91%，现金清收率逐年提升。

六、党建引领，强化公司治理

公司对标上市银行建设，不断提升公司治理质量，把党的领导融入公司治理各个环节，深化“党建+公司治理”模式，推动各项工作制度化、规范化、精细化。

（一）持续完善公司治理

公司聚焦现代化公司治理体系，致力于持续优化和完善公司治理架构，健全公司治理机制，提升公司治理的规范性和有效性。

一是全面加强党的领导。坚持和加强党的全面领导贯穿公司治理的全方位和各领域，严格落实党委研究前置程序，进一步发挥好党委“把方向、管大局、保落实”的核心作用。

顺利完成董事会、监事会换届，并聘任新一届高级管理层。党委定期听取“两会一层”工作报告，在党委领导下，在股东大会授权下，董事会、监事会、经营层“三马拉一车”的公司治理机制顺畅运行。

二是逐级优化制度体系。结合上市工作相关要求，以上市银行为标准，完成修订、制定涵盖公司治理、业务经营、内部控制、风险防范等各领域、各条线的规章制度161项，有效规范公司治理各级制度，推动实现公司治理体系和治理能力现代化。

三是强化关联交易管理。公司持续贯彻落实监管要求，做好关联交易的日常管理监测、审查备案、重大关联交易审批等工作。同时，实现授信类关联交易的系统监测和刚性控制，增强关联交易风险前瞻性管控，进一步推动全行关联交易管理能力稳步提升。

（二）勤勉履行工作职责

公司不断强化履职能力建设，进一步优化董事会、监事会、经营层的成员结构，完善履职评价体系，推动“两会一层”履职尽责。

一是推动董事会决策制定。充分发挥董事会的战略引领作用，凭借全体董事的专业特长和经验优势，认真研究制定关系到全行高质量赶超发展大局的重大发展战略，提出建设性的意见建议，有效提升董事会决策质效。

二是发挥监事会监督职能。不断强化监事会的全程监督作用，深入开展专题调研，多方面地扩大监督渠道和监督载

体，进一步发挥监事会对我行重大事项、重点工作以及风险防范等方面的监督职能。

三是强化经营层执行能力。继续夯实经营层落地执行作用，贯彻执行股东大会、董事会制定的战略目标、经营理念、市场定位、资本及风险管理等，确保各项发展战略落地生根、开花结果。

（三）严格规范日常管理

坚持“向管理要质效、以管理促发展、靠管理增实力”，进一步严格规范日常管理。

一是加强股东股权管理。按照“资质优良、公开透明”的原则，加强对股权的动态管理，严格规范股东行为管理，适当约束或者限制股权质押和转让等行为。

二是完善激励约束机制。坚持“多劳多得、优绩优酬”的原则，建立市场化的激励约束机制，完善薪酬延期支付，让干得出色、干出成绩的人有舞台、有前途、有奔头。

三是加强信息披露管控。规范信息披露管理，全面、及时、真实地披露我行重大经营情况，确保相关数据在法定范围内公开透明，建立健全利益相关者申诉回应机制，接受投资者等利益相关者的监督约束。

七、用心服务，加强消保建设

公司以全面提升消费者满意度为目标，不断完善工作机制、创新工作方式、丰富工作内容，实现了金融消费者权益保护工作与业务经营的紧密结合、相互促进和同频发展。

（一）进一步健全组织领导体系

目前，公司已将消费者权益保护纳入公司治理、企业文化建设和经营发展中，在组织体制上，建立了“由董事会及消保委员会抓总、高级管理层执行、消保办推进、总行其他部室和各分支行落实和配合”的消保管理格局。一是管理职责明确。出台《湖州银行股份有限公司消费者权益保护工作实施办法》，明确各级机构的职责。二是资源保障充足。在一级管理型支行设置消保管理岗，在二级经营型网点设置消保专员，具体负责本机构的消费者权益保护工作事宜，截至12月末，共设置消保管理岗22名、兼职消保专员82名。三是考核激励有效。专门建立消费者权益保护工作考核评价制度，明确考核对象、指标、方式、周期等要素，并将其纳入分支行绩效考核，约占5%。

（二）进一步推进制度机制建设

根据监管新形势和管理新要求，公司聚焦制度的一体化和全流程，不断完善金融消费者权益保护相关工作规则。一是着力构建产品业务审查的闭环体系。将消费者权益保护要求贯穿于产品业务的事前设计、事中运营和事后评估中。二是着力构建个人信息保护的闭环体系。出台《湖州银行股份有限公司客户个人金融信息保护制度》，明确消费者金融信息的收集、使用、存储等各环节流程。三是着力构建客户投诉管理的闭环体系。出台《湖州银行股份有限公司客户投诉及信访处置实施细则》，按照事项性质、严重程度、可控性、影响范围和紧急程度，将客户投诉及信访事项划分为三级，

明确不同层级投诉信访件的处置程序。年内，公司共计办结投诉件46件，其中由12345政务服务便民热线转办25件、湖州银监分局转办20件、市人行转办1件，办结率为100%。按业务领域分，客户投诉集中在银行卡及个人贷款业务，其中涉及银行卡业务的投诉共计21件，占比44.69%；涉及个人贷款业务的投诉共计15件，占比31.91%。按投诉原因分，因国家政策、金融机构管理制度、业务规则与流程引起的投诉占比较高，共16件，占比34.04%。

（三）进一步强化员工行为规范

公司通过“培训、检查、审查”三管齐下，将一系列消保工作的顶层设计落地落实，推动消保工作由“神似”向“形似”转变。一是加强消保理念的不断强化。开展面向多层级多条线的消费者权益保护系列培训，总行层面年内开展3次消费者权益保护专题培训，各级分支机构开展相关转培训、再培训合计354次，累计参训人员9000余人次。二是加强业务操作的合规高效。围绕与消费者权益紧密相关的操作风险重点部位与环节、关键风险点、风险变化趋势、检查覆盖面和检查周期等方面因素，全行各条线开展专项检查、飞行检查160余次。三是加强宣传资料的事前审核。建立金融营销宣传管理机制，特别是针对分支行自行印制宣传材料的，要求必须经总行办公室、法律合规部和营销宣传事项归口管理的业务部室联合审查后方可使用，确保营销口径合规、真实、准确。

（四）进一步做好金融知识普及

在3月、6月、9月等时间节点，按照人民银行、银保监局等监管部门要求，积极开展“3.15”金融消费者保护宣传服务月、“金融知识普及月”“金融知识进万家” 等系列活动，同时以点带面持续开展金融知识宣传教育活动。一是宣教内容多样化。结合产品业务宣传，各基层网点立足厅堂、深入社区、走进校园、服务企业、辐射农村，将金融知识带进千家万户，普及内容涵盖存款保险、个人征信、非法集资、电信诈骗等各类金融知识。二是宣教形式特色化。在“湖州银行”微信公众号上开辟“消保小课堂”专栏，运用长图、视频等公众喜闻乐见的形式传播金融知识。全年线上小课堂投放长图、视频等金融教育产品40余项。三是宣教对象精准化。聚焦“一老一少”等特殊群体，在为其完善各项金融服务措施的同时，向其广泛普及理性投资理财观念和金融知识。

八、互惠共存，支持慈善事业

在保持高质量发展的道路上，公司始终将慈善文化融入企业精神，在支持与参与慈善公益事业中彰显企业的责任担当。2021年，湖州银行累计捐出善款385万元，湖州市“慈善排行榜”年年榜上有名。

（一）精准统筹，惠民有为

作为湖州市慈善总会副会长单位，公司的慈善工作一直走在人先，并秉承“慈善工作项目化，项目工作规范化”的原则，积极对接各类慈善项目，让慈善更加精准、更加高

效。一是与湖州市公安局深度开展“慈善爱警基金”合作，对全市因公负伤、大病住院、意外事故及家庭生活困难的公安干警给予救助慰问。二是与湖州市见义勇为基金会合作，不断发扬人道主义精神，完善协助帮扶模式，维护社会稳定，促进和谐发展。三是聚焦对口扶贫，响应中央与省、市委号召，积极参与民生帮扶项目，向我市安吉、织里等村级单位提供持续援助，推进现代农业与乡村旅游融合发展，并进一步实现精准扶贫。

（二）大力营造慈善文化氛围

一是在行内积极开展“慈善一日捐”活动，发动全行1500余名干部员工参与活动，共募集善款13.2万元，以“慈善一日捐”为抓手，在行内打造“领导重视、员工认可、机制顺畅、成效显著”的良好格局激发广大员工的慈善荣誉感和社会责任感，进一步塑造湖州银行良好的企业形象。**二是**深化慈善宣传工作。与慈善总会联合出版《湖州慈善》季刊4期，累计8000余本。一方面大力支持我市慈善宣传工作，另一方面通过慈善窗口展现湖州银行社会责任担当，《湖州慈善》为湖州银行开辟专栏，用于湖州银行行业新闻、金融产品宣传，取得良好反响。**三是**依托媒体渠道，扩大企业品牌影响力，与市慈善总会合作做好“共富路上善先行”的慈善宣传工作，依托新闻媒体、报刊杂志等载体将慈善支持与宣传阵地有效结合起来，打造湖州银行慈善文化示范基地，做好新形势下慈善工作的宣传工作，承担起举旗帜、聚人心、育新人、兴文化、展形象的使命任务。

九、人才兴行，加强队伍建设

2021年，公司全面落实人才强行的首位战略，全方位关心人才、爱护人才、培育人才、成就人才，激励人才，为全行高质量赶超发展提供人才保障。

（一）开展“人才招引集聚”行动

加大招才频次，全年开展自主公开招聘21场次，共招引195人。推进人才资源向一线倾斜，出台一线业务专业人才招引政策，下放引才权限，优化招聘流程，开放营销岗位编制限制，全年共招引客户经理62名、柜员122人。不断优化人才结构，截至12月末，全行干部员工平均年龄33周岁，大学学历以上占比86.8%，研究生以上学历占比6.33%，人才学历素质和年轻化程度不断提高。

（二）开展“员工共赢共享”行动

稳步提高干部员工的工资收入，目前我行人均工资收入达25.17万元;年内完成2次补充医疗保险理赔工作,为300余名员工办理补充医疗保险理赔200余万元；加大公积金缴存力度，人均公积金缴存额较上年上浮19%；2021年企业年金收益为4.6%，比2020年提高28个BP；发挥工会组织作用，累计支出员工集体福利450余万元。不断完善职级晋升体系，全年共有58名员工获专业序列职级晋升、234名员工获职档晋升。

（三）开展“绩效考核优化”行动

修订完善分支行绩效考核办法、总行前台部门KPI考核办法、二级支行规模等级行管理办法等，更加突出以效益为

中心理念，以考核的指挥棒充分调动各级干部人才干事创业的积极性和主动性。加快绩效考核系统建设，总结推广杭州分行、织里支行绩效考核改革试点经验，顺利上线 FTP 系统和绩效考核系统，运用科技手段推动每项任务、每项工作的绩效，都能说得清、算得明。

湖州银行股份有限公司

2022 年 4 月 28 日