

农行普惠样本:助产稳链 挖掘信贷需求

本报记者 杨井鑫 辽宁报道

产业链、供应链是制造业的筋骨,金融是实体经济的血脉。在全面提高供应链现代化水平和重塑产业链、提升价值链的过程中,商业银行的金融支持在其中起到了关键作用。与此同时,大批小微企业附着于链上,银行如何通过信贷精准投放润泽小微企业成为助力产业发展、稳定产业链的重中之重。

近年来,农业银行以产业链、供应链为抓手,持续加强金融服务和信贷投放,精准服务链上小微企业,以“真金白银”降低

企业融资成本,为小微企业发展提供坚强的金融“后盾”。截至9月末,农业银行共计服务链上企业5.75万户,线上供应链融资余额2599.54亿元,比年初增加874.04亿元。

《中国经营报》记者了解到,在辽宁等地,农业银行近年来围绕产业链、供应链的“链上”经济,普惠领域信贷投放高速增长。此外,在商业模式创新方面,农行辽宁分行通过拓展客群不断挖掘信贷需求,率先实施了“阳光办贷”工程,持续提升小微企业服务水平,有力打造了商业银行普惠金融服务的新样本。



图为辽宁益仁生态全自动大米加工现场。

本报资料室/图

着力“链上”金融

作为盘锦益仁生态农业发展有限公司(以下简称“益仁生态”)的老板,孙宇迪父子踏足大米行业已经三十多年了。

“23岁就开始接触大米加工行业。经过十多年打拼,积攒了1000多万元回到老家投资建厂,一干又是七年多。”孙宇迪表示。

回望创业的经历,孙宇迪感叹起步很难。“2016年的时候,当时手握1000多万元资金,看起来很多,但是投进农业不经用,流转土地、建设厂房、购买设备等都需要资金。”

孙宇迪向记者表示,2016年是最困难的时候,也就是那时候与农行合作了第一笔贷款。“在没有抵押物的情况下,农行给了一笔480万元的惠农贷款,相较于其他银行,我在利率上省了很大一笔钱。”

“此后与农行的合作逐渐增多,企业的发展也越来越快。”孙宇迪认为,没有农行的支持,也就没有今天的益仁生态。

时至今日,益仁生态从一家主要做贸易粮的企业,发展成为集大

普惠信贷增速超50%

“当地政府提出了三年攻坚战目标,国有大行在支持本土企业时也拟定了高目标。农行辽宁分行通过产业链供应链等商业模式不断做大客户基础,实现了普惠金融业务的快速发展。”农行辽宁分行普惠金融事业部张超表示。

截至9月末,农行辽宁分行普惠领域贷款余额224.65亿元,较年初上升75.29亿元,贷款增速50.41%。同时,该行服务客户覆盖面持续增加,累计新增首

米收储、加工、销售为一体的综合性企业,并通过不断投入,建成了国内先进自动化加工生产线,实现了输送、包装、搬运及计数功能等全部自动化。

“盘锦益仁生态有两家厂,这些年陆陆续续的投入达到了1.5亿元,年销售额接近2亿元,年净利润在700万元到800万元,累计在农行贷款1亿余元。”孙宇迪表示。

孙宇迪称,大米行业是一个资金占用量比较大的行业,不仅仅在基础建设方面,企业收粮需要的资金更大,这更需要银行贷款支持。

“一个存储仓库建设投入大概是1500万元,但是仓库装满粮仓则需要1亿元的资金。”孙宇迪告诉记者,粮食行业虽然稳定,但资金的投入需要源源不断。在农行的支持下,企业才能更快地做大做强,实现共赢。

农行辽宁盘锦分行副行长周强表示,该行针对“盘锦大米”产业集群,实现了从种子化肥、水稻种植到农机服务、粮食收购等全产业链金融服务。今年以来,农

行辽宁盘锦分行累计发放大米加工中小微企业贷款1.64亿元,发放粮食经纪人贷款8647万元、惠及农户121户。

除了支持产业链的发展,农行的普惠金融还为供应链上的小微企业带来了实惠。

“农行供应链产品‘链捷贷’让我们企业的融资成本每年下降2%~3%,也就是7万~8万元‘真金白银’。”辽宁本溪天程万奕金属制品有限公司(以下简称“天程万奕”)总经理王丽利表示。

据了解,天程万奕是本钢板材股份有限公司(以下简称“本钢板材”)的上游原材料供应商,前者每年向后者的供货量约300万元,支付手段以企业商票为主,期限是6个月。

“商票的贴现难度很大,缺少渠道且成本高,是5%~6%。”王丽利表示,作为一家小微企业,资金大多数时候比较紧张,会选择将商票贴现,但这也意味着利润损失较大。

实际上,与天程万奕一样情况

的企业还有很多。本钢板材总会计师表示,本钢板材每年的原材料采购金额在500亿元左右,付款方式比较多样,包括现款、承兑汇票、企业商票。

“今年4月份,农行向本钢板材推荐了该行供应链产品‘链捷贷’,主要是以企业的授信为基础,依据应收账款对供应链的上游企业融资,也就是用电子应付账款凭证替代了企业商票。”本钢板材总会计师表示,贷款利率为年化2.8%,相当于降低了供应商融资成本2~3个百分点。“企业用电子应付账款凭证替换商票的规模每月达到7000万元左右,企业每月开出商票的规模大幅下降。”

农行辽宁本溪分行相关部门负责人表示,该行针对本钢板材的供应链融资需求,为企业设计了专属服务方案,成为本钢板材及其上游供应商的独家供应链金融合作伙伴。目前,农行辽宁本溪分行已为本钢板材上游120户供应商发放“链捷贷”融资贷款共计6197万元。

民生小微金融再升级 “蜂巢计划”聚焦区域市场

以区域特色计划延伸金融触角

“蜂巢计划”聚焦区域特色市场,提升区域特色产业服务能力。

中国民生银行小微金融事业部负责人告诉记者,小微企业需要并肩陪伴,民生银行服务小微客户十五年来,培养了一批专业化的小微服务团队,能够在标准化产品之外,针对客户差异化需求,量体裁衣提供更加贴心的定制化服务。

该负责人表示,为更广泛深入满足中小微企业个性化、行业性、阶段性的融资需求,民生银行构建了“线上+线下”的特色信贷数字审批模式,充分发挥专属小微信贷团队专业经验,实现小微金融服务范围拓展。基于上述业务模式,民生银行推出“蜂巢计划”,聚焦区域特色市场,提升区域特色产业服务能力。

与线上化产品“名单制”运营模式不同,“蜂巢计划”以定制化逻辑运行。记者采访了解到,“蜂巢计划”运作流程大致为:各分行以

团队分层线下支撑

发展复杂信贷,团队专业能力打造是基石。

目前,市场上不少银行针对小微企业,主要以标准化经营贷产品服务为主,重视抵押、模式单一。触及面更广泛,包容性更强,以信用模式为主的定制化信贷业务,风控模式及产品构造更加细化、贴近客户,但对线下团队的能力提出更高要求。

经记者了解,民生银行全国有专职小微客户经理超过4000人,小微金融服务网点2464家,形成了线下服务小微客户的网络和触角,为广大小微客户提供专业化、面对面服务,这是该行小微业务的核心竞争力。

民生银行网点分为三类——综合性支行、财富类支行、小微专营支行。各类支行资源配置具有

“蜂巢计划”通用逻辑为基础,标准化案例为引导,针对当地运营形态、背景相近的小微客户需求,制定专属服务方案,配套专属服务团队。未来,“蜂巢计划”操作将逐步转至线上,提升服务效能。

“蜂巢计划”如何实现风控?记者采访了解到,一是找到客群支撑点。一般以产业园区、行业商会、核心客户等组织单位为依托,加深多维信息了解作为增信手段,如经营年限、信用状况、企业主背景等。二是制定分层风控方案。按照客户不同情况进行归类划分,匹配差异化授信及风控措施。例如,根据客户金融资产额度、房屋及车辆所有情况、经营年限等,将客户群体分为若干类别,给予不同授信额度。

“蜂巢计划”以信用贷为主,原则上不需要核心企业等平台方担

保。以某地铁场景举例,经记者了解,该计划主要围绕某地铁公司上游中小微企业群开展。为实现金融服务落地,地铁公司作为核心企业提供部分上游企业部分信息增信,银行将款项发放给核心企业上游客户,并锁定款项转至核心企业账户。该计划运作不需要核心企业担保或回购,一来减少了上游小微客群的付款压力,增加了核心企业回款效益;二来核心企业没有风险成本,参与积极性强。

服务内容上,“蜂巢计划”为客户提供六项专属服务:专属信贷支持、专属开户通道、专属结算服务、专属账户管理、专属权益体系、专属线上平台。业务范围以小微法人业务为主,兼顾个人授信;担保方式以信用为主,兼顾多种增信方式。

“蜂巢计划”重在解决客户群个性化需求。记者采访了解到,广

州国际医药港是广东省“建设中医药强省”重点项目和广州市“十四五”规划重点项目,医药港入驻众多经营中药材、滋补品的中小微企业。民生银行广州分行通过前期市场调研与客群分析,给予广州国际医药港“蜂巢计划”2亿元信用额度,支持旗下商户资金需求,并根据客户企业及家庭特征设计了“一户一策”综合化服务方案,确保及时满足客户差异化金融需求。医药港商户办理贷款单笔最高可达500万元。

一位当地滋补品商户告诉记者,广东人喜欢食材养生,中秋节、春节等节日,广东人习惯用海味干货等招待、赠送亲友。节日销量大,所以经营海味干货等滋补品的商户需要提前备货,资金压力大,金融需求的特点是高频次、季节性、短期性。在这种情况下,民生

银行广州分行制定的对应金融产品期限灵活性强,使用方便,满足了商户资金周转需求。

为推动“蜂巢计划”业务模式化、可复制,民生银行选择部分优质案例为各分行参考学习,具体来说,选定“济南电信运营商”案例为额度策略样板间、“重庆药交所客群”案例为分层开发样板间、“成都学前教育”为综合服务样板间、“大连社区医院”为特色准入样板间和“西安汉德车桥”为定价策略样板间进行推广。业务启动半年时间,在全国范围内服务了近百个特色小微企业集群,提供授信额度支持超过150亿元,支持了模具、卫浴、电工电气等传统产业升级,跨境电商、互联网广告、产业互联网等新业态转型,社区医疗、学前教育、职业教育等基础民生保障,以及农林牧渔等乡村振兴产业。

本报记者 慈玉鹏
北京报道

近年来,小微金融竞争愈发激烈,金融产品呈现线上化、标准化趋势。本质上,小微金融线上产品是通过企业纳税额度等信息来综合评定授信额度,大量小微群体因不符合条件而无法获得服务。继续深化小微金融,具有区域特色、经营场景聚集的细分小微客群成为切口。

实际上,由于个性化强、综合信息少、风控难度大,金融机构过往不擅长、不乐于开展细分行业小微客群的特色化服务。但是,这些被“遗忘”的角落蕴藏着大量金融需求,或是小微金融业务增长的第二曲线。

《中国经营报》记者调研了解到,为强化区域特色场景小微客群服务,弥补线上融资数据过滤颗粒度过细的问题,民生银行以定制化运营为逻辑,线下小微团队为支撑,构建了“线上+线下”的特色信贷审批模式。该模式在平衡客群规划与风险协同的情况下,形成批量目标客户的精准画像,给予标准化、信用化、便捷化的授信,实现了小微金融再升级,民生银行将其命名为“蜂巢计划”。

客户。通过赋予高层级小微客户经理更加便捷的流程与权益,服务效能得到进一步提升。

“另外,今年我们逐步打造中小客群经理服务团队。”“蜂巢计划”业务负责人告诉记者,“该团队聚焦全行企业无贷户的共性,基础账户服务,专门负责企业账户营销、结算产品推广、小微线上贷款拓展以及转介。试点分行已达到31家,落定600余人,明年计划达到1500人,集中服务客户超80万户。”

一位民生银行支行基层人士告诉记者,民生银行对小微客户经理的综合能力要求较高,强调一岗作业、共享客户。目前,部分银行客户经理偏向于专营某一项业务,例如专营财富业务、科创金融

业务,而民生银行对一线小微客户经理开放了多项业务,这背后是数字化支持、团队协作的业务逻辑。另外,民生银行小微专营支行的设立,促使团队更加贴近、了解客群,长期的业务能力提升及客源信息积累,为发展区域特色专属信贷业务打下基础。

民生银行小微金融事业部负责人告诉记者:“小微金融是一个长久事业,除了业务增长,还需不断强化队伍管理。今年我们推出铁律行动,严格执行法律法规,监管政策及行内合规与风险管理要求,触犯铁律,就面临被开除风险。”记者了解到,该行铁律行动20条包括严禁飞单销售、严禁亲属关联、严禁违规收单等。