

创新河南城商行小企业贷款特色之路

郑州商行欲树本土城商行小企业贷款标杆

□本报记者 来从严 通讯员 吴华

“扶持小企业发展,发展小额贷款业务”是目前国家对金融机构提出的新要求,也是国内金融业界业务开展的重点。近年来,在国家政策扶持下,中小企业发展迅速,已占中国企业总数的90%以上。中小企业充分展示了充满活力、经营灵活、销售便捷、周转快速、资金链条简单的优点,在精专行业拥有很大的生存、发展空间,为此,国内各大国有、股份制银行纷纷瞄准小企业贷款业务,推出具有自己特色的产品套餐。对应小企业市场特点和资金诉求,小型银行相比大、中银行,目标是“小、精、专”式的经营,虽然小型银行资源有限,对于风险控制的要求很高,但小型银行决策灵活,服务贴身,所以,小型银行牵手中小企业更加“门当户对”。

2006年郑州生产总值达2001.5亿元,其中民营经济贡献度达55.2%,完成增加值1100亿元;同时,民营经济实现地方税收的比率也高达75%,完成税收185亿元。可以说,郑州的民营经济已占据全市经济的半壁江山,2006年全市民间投资就达495.3亿元。民营经济中一些“大个头”企业如宇通、思念等作出了卓越贡献,这是不争的事实,但更加可喜的是,一大批中小企业也实现了规模工业和行业的群体提速,在全市22.5万户经济组织中,有47万户小企业和178万户个体工商户共同支撑了民营经济的另一多半版图。

郑州是以批发市场群为主要经济发展载体的都市商贸城,目前批发市场群已成规模,全市共有批发市场300多个,涉及40多个行业,市场小企业的蓬勃发展,形成了推广小企业贷款业务的沃土。正是在这样的背景下,立足省会城市的郑州商行将小企业市场看作自己求发展、求份额、突破坚冰的出口,把小企业贷款发展看作业务转型的关键。在学习和总结温州、台州、包头小企业贷款的先进经验后,郑州商行也开始着手建立自己完备的小企业贷款体系——2006年,郑州商行成立了专门负责小企业贷款和个贷事务的小企业信贷部,设立小企业贷款专职机构服务小企业发展,和市民资金需求在全省是第一家。小企业信贷部成立后主要负责小企业贷款的战略规划、业务指导、贷款审批授权管理、产品开发和系统管理,并建立了小企业贷款绿色通道,完善了小企业信贷制度和操作流程,先后制定了《小企业贷款管理办法》、《小企业贷款贷前调查指导方法》、《小企业贷款授权管理办法》、



管理办法》、《小企业生产经营性贷款实施细则》等,把小企业贷款从公司贷款中分离出来,建立了一整套适应小企业风险特征的信用评级体系和风险管理体系,实现了小企业贷款全流程化管理。同时郑州商行通过建特色银行,推出一批靠近批发市场主做小企业贷款的特色支行,成功走出一条符合本土环境需要的特色贷款之路。

郑商行总部

善于做小甘于做小

2007年,是郑州商行提出的“小企业贷款营销年”。在今年年初,郑州商行行长王天宇接受媒体采访时称,郑州商行业务转型的重点就是要大力发展小企业贷款业务。他认为,郑州商行发展小企业贷款战略是依据其定位和实力作出的科学市场细分。小企业客户群体有一定的发展规模,市场培育、发展前景看好,同时他们对资金的需求迫切但规模不大,财务透明,风险易于控制和防范。郑州商行绝不是仅仅将发展小企业贷款写进规划、写成制度,而是要切实解决小企业和个人工商户融资难的问题,打破小企业无担保、缺抵押的瓶颈和尴尬,王天宇提出商行要勇于做小,甘于做小,通过实践,为本地真正培养出一批经济“小巨人”,从而达到在全省范围内树立标杆的目标。王天宇还提出了“特色银行”、“社区银行”战略:即郑州商行着手“特色银行”的建设,让支行结合自身实际,创新产品和服务手段,形成各自经营的特色,形成各自业务专长和专长市场,同时将网点逐步靠拢各主要社区和批发市场,建立地域优势。

总部思路明确,让支行小企业贷款的顺利发展有了“绿色通道”。各支行

纷纷为小企业和个体工商户建立起融资“绿色通道”。他们采取灵活的经营机制,不设置门槛,推出优惠措施,解决商户缺少抵押担保、财务体系不成熟的问题。支行在摸索中,为客户创新、设计融资业务,推出如“五个一贷款(即一个业务项目方案、一次调查审查审批、一次集中办理抵押担保、一批小客户集中授权、一次对支行进行专项授权)”、商户联保、市场业主担保、商铺抵押、订单质押、业主保证、上下游担保等产品。同时,郑州商行总部还改革审批程序和建立授权体系,对抵押类贷款两个工作日完成贷款审批;对合作类贷款三个工作日完成贷款审批;对保证类贷款四个工作日完成贷款审批;给予支行100万元以内审批权限;给予小企业信贷部100万~300万元审批权限;给予总部主管负责人300万~500万元审批权限,授权人在各自管辖权限内可以决定贷款命运,但同时又权责对应,风险挂钩。

从2006年11月份小企业信贷部挂牌,截至今年4月底,郑州商行已经累计发放小额贷款14亿元,不良率为0,收息率为99.9%。据悉,郑州商行今年还将从全行70多家网点中再筛选出15家靠近市场的支行专门拓展小企业贷款业务,进行小企业贷款业务特色建设,实现小企业贷款新增15亿元,余额达21亿元。郑州商行表示,到2010年小企业贷款余额将努力突破120亿元,累计发放小企业贷款将突破250亿元。

管城支行

贴身服务随行就市

其实,郑州商行支持小企业发展由来已久。在合作银行时期,就有一些支行对开展小企业贷款业务独具慧眼,开始探索如何为支持

中小企业发展提供服务,管城支行就是较为突出的一个。当年,他们针对郑州商贸城的特色,围绕大型专业市场做文章,贷款发放速度快、方式灵活、期限短、金额小、周转频率高。从1996年到1998年,管城支行开办了针对周边集群式、规模化市场的“市场商户小额贷款”业务。累计发放该类贷款700余笔,累计金额7300余万元,没有出现过一笔呆坏账,市场商户在该支行网点开户结算率达85%以上,增加并稳定存款近2亿元。

管城支行以“速度制胜”。在总部核准的小额贷款授权范围内,一般半天即可完成贷款审批发放手续,最快半小时就能完成。贷款手续力求简化,以满足借款人的迫切需要;采用自然人或商户双人联保或多人联保,甚至对信誉良好的老客户直接办理信用贷款。贷款金额小,期限短,收放灵活。管城支行单笔贷款金额从5000元到30万元不等,一般不超过30万元,其中5万~10万元的贷款占80%以上;贷款期限从10天到两个月不等,最长不超过3个月,其中一个月以内的贷款占90%以上。贷款利率也“随行就市”,通过与客户协商确定。

小额贷款金额小、风险大,但管城支行没有出现一笔呆坏账,“贴身管理法”是其重要法宝。管城支行信贷人员日夜与客户黏在一起,与每个人交朋友,拉家常,对客户各个方面的情况都了如指掌,提高了对客户判断力,避免了信用风险和市场经营风险。当然,管城支行也并不是对所有商户都“一视同仁”,他们对市场客户进行对比和细分,选出发展前景好、合作前景好、有影响力的优质商户给予重点扶持,发挥以大带

小、以强带弱的作用,从而带动整个市场商户业务的集群趋势,为支行培育并扩大服务对象,巩固经营业绩奠定了良好基础。

商品大世界支行

利用市场开发商平台

商品大世界支行是郑州商行小企业贷款业务发展势头最好的支行之一。2006年,该支行被郑州商行评为专门“服务小企业和批发市场发展”的特色支行。针对周边市场商户小额贷款的需要,支行开设了绿色通道。2006年,该支行年度累计发放贷款72笔,金额114亿元。2006年以来净增贷款金额5837万元,其中新增小额贷款56笔,金额29036万元,占全部贷款的34%,收贷收息100%。该支行在周边市场商户群体内建立了较高的知名度、信任度和影响力,市场占有率不断增加。

该支行周边有四家大型零售批发市场,支行所在的商品大世界建材批发市场内就有745家商户,年交易额443038万元。根据几年的跟踪调查,该支行发现市场商户申请贷款大都是作为流动资金,由于行业不同、产品不同、用途不同和规模不同,所以资金需求量也不同,一般在3万~300万元。支行对客户进行区分,将客户分成忠诚客户、优质客户和一般客户,同时对潜在客户进行分析、预测。他们充分运用特别授权,与开发商联手为客户打造小额贷款直通车业务,通过市场开发商为其市场内的商户进行担保,推荐一批资信过关的商户办理贷款,这不仅降低了银行的贷款风险,还减少银行的时间、人力成本,加快了商户的周转速度,同时也优化了市场的服务环境,受到商户和投资者的青睐,银企共建体系得以支撑,市场也进一步繁

荣。同时他们还积极开办“五个一贷款”和商户联保贷款,降低商户缺少抵押和担保形成的融资难度。

科技城支行

发挥产业链优势

由一个项目市场推进,延伸到满足整个产业链客户资金需求,利用上下游之间供需关系和供需规模以及整个行业发展前景,进行科学合理的资金支持,这是郑州商行在摸索小企业贷款推广中所创新的“上下游担保”模式,科技城支行正是这种新模式的新创者。

科技城支行将这套新的模式用到郑州市网吧行业发展上,收到了很好的效果,目前,在郑州网吧行业内,郑州商行已经形成了小额贷款的业务品牌,网吧业主都知道“要支持找商行”。郑州现在登记在册的合法网吧有400家,并组织有网吧行业协会,经营者大都是个体经营户,办网吧需要100万~200万元的前期投入。科技城支行看好网吧行业的发展前景,积极与网吧行业协会和网吧设备主要供应商众诚科技联系,在反复推敲融资方案的基础上形成合作链。由众诚科技根据网吧发展规模为下游的网吧业主提供相应额度范围内的担保,由科技城支行评估项目后向网吧业主发放贷款。这样的模式在网吧行业内进行了大面积推广,收效不错,三方都依据实际供需申请和使用贷款,不仅解决了网吧业主贷款难的问题,也为网吧业持续扩大经营规模提供了保障,设备供应商在承担连带担保责任的同时也扩大了行业销售,形成多赢。在成功解决网吧业主融资问题的基础上,科技城支行追本溯源,找到设备供应商的上游厂商,继续运用上下游担保模式,支持众诚科技扩大销售,这样一来,一条完整的行业融资链就形成了,网吧、设备供应链都有了可靠的融资保障,也形成了稳定的供需空间和不断扩展的供需规模。

2006年,科技城支行进军调味品市场,根据市场特征,进行淡旺季营销。旺季时,他们加大对批发商的融资力度,快速放款,淡季时,科技城支行就组织人员深入市场,为培养忠诚客户群体做准备。

在确定客户诚信度方面,科技城支行也有自己一套独特方法。他们不仅仅看客户是否有完整的财务报表,更多是通过现金流的直接接触,来观察客户上下游供需是否稳定,出入款项是否规律,资金规模如何。科技城支行信奉一句话,“客户是教出来的”。支行专门在几个批发市场内开培训班,教客户理财、融资。