

农商银行贷款业务发展策略

◎ 贾晓辉

面对经济新常态带来的发展环境与政策变化,如何适应新形势做好贷款业务,成为农商银行亟待解决的问题。在此,本文结合农商银行经营实际情况,提出几点贷款业务发展建议。

健全风险管理体系

高度重视风险管理工作。针对贷前调查、贷中审查和贷后检查各个阶段,做好风险识别、风险预警、风险缓释和风险处置工作。

建设全面风险管理体系。完善由风险管理委员会、风险管理部门、监事会、内部审计部门和各业务部门构成的风险管理“三道防线”职能,并建立预警模型,形成风险预警提示报告制度,提升信贷管理风险控制水平。

整合信贷业务操作流程。规范贷款业务操作行为,坚持合规操作,同时加大稽核监督工作力度,扎实做好稽核检查工作,加大稽核频率,增强稽核深度和广度,促进信贷管理工作依法合规开展。

加强科技信息对贷款风险管理的支撑作用。运用信息化、数字化手段建立风险管理系统,通过对客户和贷款风险数据的收集、整理、加工,建立数据控制程序。通过数据库和存储系统,使信贷管理人员能够及时准确地获取准确完整的风险信息,及时监控、防范风险发生,提高信贷风险管理水平。

加强客户经理队伍建设

建立信贷人员培训机制。通过“再培训、再学习、再教育”的形式,有计划、分层次、按类别地组织信贷人员人员进行业务培训,加强其对金融法律法规和信贷业务制度的系统化学习,使员工更加了解规章制度的内涵和精神,熟悉业务操作流程,并定期进行考核,逐步推行任职资格考试认证制度。

建立客户经理考核机制。将资产质量、贷款收益与客户经理绩效和职务晋升挂钩,实现正向激励与责任约束相结合,建立权责对等、标准明确的考核激励机制。

不断创新道德风险防范手段。通过近距离了解员工的思想动态,持续关注并消除员工的不良思想;建立员工家属沟通联络制度,在家庭与单位、家属与员工之间建立沟通渠道,共同做好员工思想工作,打造一支业务精、作风硬、纪律严的信贷管理队伍。

加强贷款管理

严格执行贷款“三查”制度,防范信贷风险。一是加大贷款营销力度,拓展业务市场,拓宽授信面。在发放新贷款时,要结合扫村、扫街、扫户“三扫”方式,做好贷前调查工作,做实、做细客户信息库建设工作,加强对借款人品质、交际圈、个人信誉、社会评价等调查,注重对第一还款来源的分析,不过度依赖

抵押担保和第二还款来源,确保贷款到期顺利收回。二是严密贷款手续,严格执行贷款“双录”,保证客户签字和贷款合同的法律效力,防范出现法律风险。三是深入推动“两权”抵押贷款工作,在贷款方式上参照农户小额信用贷款,适当延长贷款期限,降低贷款利率。四是注重贷后检查的真实性、及时性、有效性,发现贷款风险苗头,及时处置。五是做实贷款五级分类工作,保证贷款分类的真实性、准确性,及时、有效地揭示贷款风险。

加强不良贷款清收。一是加强责任清收。责任清收包括个人责任清收和岗位责任清收。对于因个人失误造成的不良贷款,要在全面落实不良贷款责任认定的基础上,按照经济处罚、限期清收、离岗清收、纪律处分、法律追究等方式开展清收处置,以责任追究推动不良贷款清收工作;对于岗位责任清收,要实行单位“一把手”负责制,采取诫勉谈话、末位淘汰的方式强化岗位责任清收,通过清收奖惩制度,调动员工积极性,共同做好不良贷款化解工作。二是做好法律清收。加大对赖债户依法清收力度,打击赖债抗贷行为。对于有赖债和逃废债行为的客户,要认真做好诉前准备工作,通过细致的调查取证,详细掌握借款人、担保人资产情况,并在第一时间进行依法诉讼,防止借款人和担保人转移或隐匿财产。三是拓宽清收渠道。借鉴国有商

业银行处置不良贷款的成功经验,尝试通过收益权转让、不良资产证券化、互联网处置平台、资产管理公司收购等方式处置不良贷款,进一步拓宽不良贷款清收处置渠道。

准确把握市场定位,坚定支农、支小战略。一是明确信贷投放主要客户群体,严把客户准入关口,将信贷资金投放到优质涉农企业、农民专业合作社、个体工商户和小微企业倾斜。二是明确信贷投放重点行业,结合地区经济发展战略,加大对“三农”、小微企业及民生领域的支持力度,严禁新增贷款向国家严控、“两高一剩”行业投放。

加快社会信用体系建设

农信社应主动承担县域网信体系建设工作,利用自身客户数据库主动为地方政府、人民银行、司法部门提供数据,加快建立社会信用信息查询和共享平台,全力支持信用体系建设。

为了推进农村信用体系建设,提升民众信用意识,农信社应充分利用点多面广的优势,在乡村广泛开展多种形式的金融知识和信用知识普及宣传活动;要充分发挥广播、电视等传统媒体和互联网、微博、微信等新型媒体的渗透作用,大力宣传农村信用体系建设,增强农户征信意识和信用意识,营造“守信光荣、失信可耻”的浓厚社会氛围。

(作者系内蒙古自治区克什克腾农商银行行长)

如何增强农信社业务宣传水平

◎ 蔡茂和

在经济新常态格局下,国有商业银行、股份制银行和村镇银行逐步下沉到县乡两级行政区域,农村信用社“一农独大”“皇帝的女儿不愁嫁”的历史已一去不返。更不利于农村信用社的是,其它金融机构不但经营管理规范,而且业务宣传攻势强劲。因此,强化营销宣传,全面展示农村信用社的核心竞争力,提高客户的认可度和信赖度,对农村信用社的转型发展至关重要。

树立亲民惠民的农信品牌

加强品牌形象宣传。农村信用社应加强企业形象宣传,提高自身的社会知名度和美誉度,从而吸引客户,拓展市场;通过标准化网点建设,构建统一的品牌标识,给客户以稳健、规范、诚信的视觉感受。

加强金融产品宣传。农村信用社应不定期对开办的业务进行宣传,特别要加强新产品的宣传,充分发挥新产品的功能优势,增强对客户的吸引力,为

客户提供更有投资价值的金融产品和更加高效快捷的金融服务。

加强社会责任宣传。农村信用社应以长期服务县域经济为核心,宣传自身支持“三农”、中小微企业的典型事例,让客户了解农村信用社在免费代理发放各类补贴资金、发放农户贷款、坚持普惠金融服务等方面的贡献,增强客户对农村信用社的理解和支持。

加强市场份额宣传。一般来说,农村信用社在当地的存贷款规模都高于其他银行,一些农信机构甚至占据一半以上的市场份额。通过市场份额的宣传,让客户了解农村信用社是当地最大、实力最强的银行,给客户留下安全、稳健的良好印象。

不断丰富宣传形式

开展媒体宣传。充分利用电视、报纸、广播等大众传播媒介,定期开展农村信用社业务知识宣传和企业形象展示,及时向客户传达农村信用社的经营

理念、服务方针、产品信息等,提升农村信用社在客户心目中的地位。

开展阵地宣传。农村信用社遍布城乡的营业网点,既是提供各类金融服务的平台,同时也是开展宣传的阵地。因此,各基层网点要发挥直接面对客户、服务客户的优势,通过在营业大厅播放宣传视频、设立宣传站牌、摆放宣传资料、解答客户咨询等方式,开展长期宣传活动。

开展电子化宣传。随着网络和移动终端设备的崛起,通过电子平台开展业务宣传已成为农村信用社对外宣传的一条重要途径。农村信用社不但要推进股份制产权改革,通过产权结构优化,提升中小股东和优质县域中小企业的股东占比。扩大民间资本入股比例,确保农信社服务“三农”和县域经济发展的自主权和支持能力。二是加快法人治理完善。要严格按照现代银行制度,完善法人治理结构,规范“三会一层”权限和职责,转换经营理念,严格授权管理,优化业务流程,把农信社打造成“产权明晰、管理规范、业绩优良、内控严密”,有较强竞争力的现代化商业银行。三是加快经营机制转换。要从管理决策机制、绩效考核机制和发展约束机制入手,进一步加快制度完善,积极探索决策管理新模式,导入业务经营理念,运用绩效考核新手段,尽快适应发展约束新监督,达到股权、所有权、经营权的分离和统一,实现企业制度创新和经营机制全面转换。

瞄准“创新”前沿,推动业务转型。摒弃依靠存贷差获利的传统思维,积极推进经营与效益的多元化发展战略,尽快实现收入渠道由单一向多元转变,由资产低效向高效化转变。一是创新金融产品。要充分利用自身规模大、人员多、网点广的优势,大胆引进一批业务精、能力强、素质高的年轻员工,建立专门的金融产品研

究的在于让客户容易理解和接受,特别是农村信用社在农村的广告一定要通俗易懂和接地气。如移动公司的广告“移动4G,人人用得起;存100,送100”,淘宝公司的广告“生活要想好赶紧上淘宝”等均能清楚地让人们明白其含义。

宣传内容要简繁得当。G.J. Whitrow在《时间的本质》中提到,视觉能感知的最短时间为0.02秒,电影每秒控制在25幅画面就能使人感觉到动态的图像,所以宣传内容的多少要根据广告的位置变化而确定。如墙体、网站、手机平台等广告可以适当详细介绍宣传内容,便于受众理解;高速公路、城市平面广告应使语句简短、顺,便于受众记忆。

突出产品的特征。农村信用社的业务宣传应突出与其它金融机构的不同和产品的优点,让客户明白农村信用社业务较其他金融机构的优势,增强产品对客户的吸引力。

(作者单位:四川省平昌县农信联社)

开启农信改革新时代 谱写转型发展新篇章

◎ 彭志明

面对金融改革新时代、市场竞争新趋势,农信社如何在转型压力下加快发展?笔者认为,农信社应紧紧抓住金融改革的重要契机,把“服务实体经济,加快金融创新、全面防范金融风险”作为工作的重中之重,不断增强核心竞争力。

打好实体经济“组合拳” 提升金融服务质效

实体经济是肌体,金融是血液,深入推进金融改革开放,助力实体经济升级是农信社未来的发展趋势。农信社要积极转变经营模式、调优信贷结构和创新发展方式,持续推进三个“深耕”,不断提升服务实体经济的质量和水平,助推地方经济转型升级。

深耕农区,大力拓展农村市场。按照中央确定的“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”二十字总要求,重点支持乡村振兴攻坚战、现代农业发展、三产融合、生态文明建设、乡村旅游发展、产权改革、能人兴业、科技引领、基础设施改善和诚信建设,迅速抢占农村市场,助力农民增收、农业增效和农村发展。同时,要将金融服务乡村振兴各项工作纳入绩效考核,强化正向激励,激发工作动能。

深耕社区,着力做大零售市场。在社区增设服务网点,统一制定工作职责、管理制度、运转流程、服务标准,提高工作效率;推行“网格化”营销,加大宣传力度,提升社区居民认知度,找准客户需求点,做社区居民身边的财富管

家,真正实现便民、利民、惠民;提升普惠金融服务水平,在社区安装ATM机、POS机和自助服务终端,建设当地社区居民的“资金结算中心”“信贷服务中心”“物业交费中心”,真正打造金融服务“三通”格局,即机构网点“村村通”、便民服务区“区区分通”、电子银行“户户通”,弥补社区金融服务空白,提高居民满意度。

深耕商区,全力拓展城内市场。大力开展“进企业、进市场、进商场、进物流、进园区”行动,把同一个市场、同一个商圈、同一个产业链上的商户联合起来形成信用联盟;推行“深度合作、战略联盟,集群开发,上下链接”战略,重点关注当地新产业、新业态、新模式,聚焦高端装备制造、信息产业、生态农业、文化教育、医疗健康等重点产业,发挥流动资金贷款、技术改造贷款和政府项目开发,打造中小企业的伙伴银行,助力地方经济产业结构升级。

聚焦金融改革“生命线” 创新驱动引领转型

当前,以互联网电子商务为代表的新兴经济业态和存款利率市场化后金融竞争加剧的形势,正引领金融业朝着渠道移动终端化、跨界融合常态化、产品服务精细化等方向发展,成为提升农信社综合竞争力的新力量。对农信社来说,只有围绕深化改革,创新转型和管理升级,才能不断提升市场竞争力和核心竞争力。

开启“全新”模式,加快改革转

型。商业化经营对农信社来说是一种全新的经营模式,既需要经营理念的全面革新,也需要经营方式的重大突破,更需要经营机制的彻底转换。一是加快高风险社化解。要加快农商银行组建步伐,高度重视高风险社化解工作,推进股份制产权改革,通过产权结构优化,提升中小股东和优质县域中小企业的股东占比。扩大民间资本入股比例,确保农信社服务“三农”和县域经济发展的自主权和支持能力。二是加快法人治理完善。要严格按照现代银行制度,完善法人治理结构,规范“三会一层”权限和职责,转换经营理念,严格授权管理,优化业务流程,把农信社打造成“产权明晰、管理规范、业绩优良、内控严密”,有较强竞争力的现代化商业银行。三是加快经营机制转换。要从管理决策机制、绩效考核机制和发展约束机制入手,进一步加快制度完善,积极探索决策管理新模式,导入业务经营理念,运用绩效考核新手段,尽快适应发展约束新监督,达到股权、所有权、经营权的分离和统一,实现企业制度创新和经营机制全面转换。

瞄准“创新”前沿,推动业务转型。摒弃依靠存贷差获利的传统思维,积极推进经营与效益的多元化发展战略,尽快实现收入渠道由单一向多元转变,由资产低效向高效化转变。一是创新金融产品。要充分利用自身规模大、人员多、网点广的优势,大胆引进一批业务精、能力强、素质高的年轻员工,建立专门的金融产品研

发部门和研发团队,推出符合辖区内经济结构、主导产业和客户需求的金融产品,着力为广大客户提供精细化、多元化、高效化的金融服务。二是创新中间业务。要有重点、多层次、分阶段地及时开发适合农村经济特征、符合客户需求的中间业务品种,尝试开展担保类、承诺类、咨询类等新型业务;创新开展财务顾问、项目融资代理、购买应收账款等服务,培育中间业务新的利润增长点。三是创新投资业务。在合规合法和条件成熟的情况下,创新开展融资租赁、债券承销、资产证券化等混业经营业务,积极开展债券、股权、信托收益权、定向资产管理计划、私募基金等投资类业务,带动客户结构、资产结构、收入结构全面转型。

打造“智慧”网点,推进服务转型。随着现代科技的不断发展,金融服务“智慧化”正席卷全球,这种金融生态环境的巨变,促使农信社要加快“智慧网点”转型来应对全新的市场环境和挑战。一是在网点功能上,要按照“网点分类、功能分区、客户分层、业务分流”的原则,加快建设一批“功能齐全、手段先进、优质服务”的骨干网点,形成高端的客户服务平台,提升客户满意度。二是在服务渠道上,要推进整合物理网点、网上银行、手机银行、电话银行、自助银行等渠道资源,提高客户的交叉销售率和活跃度,全面提升线上和线下渠道的协同能力,确保客户能够在所有渠道享受到一致的金融服务。三是在网点建设上,要因地利制宜,建设一批展示

互联网时代下 应加强个人信息安全保护

◎ 杨亚男

互联网金融给人们带来方便快捷的同时,也使金融消费者的个人信息保护面临巨大冲击。本文将梳理互联网时代下银行业机构金融消费者面临的个人信息保护现状、遭遇的问题,继而给出相应对策。

从金融整个行业来看,银行的信息化建设一直处于业内领先水平,其具有国际领先的金融信息技术平台,建成了由自助银行、电话银行、手机银行和网上银行构成的电子银行立体服务体系。

但是,互联网时代下银行服务带给人们方便快捷的同时,个人信息安全也被提上了日程。

金融消费者个人信息包括设备信息、账户信息、隐私信息等。调查显示,人们在社保、银行等领域的信息泄露后的感知度仅为47%,也就是说人们的信息在不知不觉中就被泄露了。而对于个人信息泄露的感受,接触互联网较多的年轻人感知更为深刻,而女性认为信息泄露的严重程度要略高于男性。

随着互联网应用的普及和人们对互联网的依赖,互联网的安全问题也日益凸显。恶意程序、各类钓鱼软件继续保持高速增长,同时黑客攻击和大规模的个人信息安全事件频发,与其相伴的是大量网民的财产损失数量也不断增加。

某互联网漏洞响应平台收录的数据显示,目前该平台已知的漏洞可导致23.6亿条个人隐私信息泄露,包括账号密码、银行卡信息、商业机密信息等。导致大量数据泄露的最主要来源是:互联网网站、游戏以及录入了大量身份信息的政府系统。根据公开信息,2011年至今,已有11.27亿条用户隐私信息被泄露。

这个数据意味着,几乎每一个上网的人的信息都可能在不知不觉中被窃取甚至利用。经过调研和数据分

析,笔者概括出银行业金融消费者个人信息的暴露方式为:

通过不良中介机构或委托他人办理信用卡,个人信息被他人获取。

将身份证、护照、社保卡、行驶证等证件借给他人使用或交给他人保管。

接到不法分子冒充银行工作人员的电话,将个人重要信息告知对方。

在生活与工作中心往往需要提供身份证复印件等包含个人信息的文件,未注明用途。

银行信用卡对账单随意放置或丢弃,导致卡片关键信息泄露。

个人注册成为网站用户、网上消费、预订各类服务等可能导致个人信息泄露。

人们的个人信息就这样赤裸裸地公之于众。那么,互联网时代下,银行业机构金融消费者如何保护自己的信息安全成为亟待解决的问题。首先,要通过正规途径办理银行信用卡,应首先向其工号、姓名、为何事致电等。若对其身份产生怀疑,应主动致电银行公开的客服电话进行查询,防止被不法分子套取个人信息。请记住,任何机构和其相关人员(包括银行工作人员)都不会主动向客户卡片、密码等个人信息。第四,不回陌生来历不明的短信。虚假短信中绝对不会包含发生交易的银行卡卡号等信息。万一拨打了虚假短信中所留电话,可以反问对方是否知道自己的手机号或卡号,由于虚假短信的发送是随机的,所以一般不法分子是无法知道的。同时,切不可在电话中透露自己的个人信息给对方。第五,保管好各类证件复印件。在日常生活与工作中心遇到需要提供个人身份证复印件等信息时,建议在复印件上注明使用用途,以防止各类个人证件复印件被移作他用。第六,不随意丢弃银行账单。信用卡对账单上包含大量个人消费信息与部分卡片关键信息,切勿随意丢弃对账单。第七,上网时注意保护个人信息。在任何时候都不要不要在陌生的电子邮件和网页中透露个人信息,不要随便在网络上传入个人信息,如身份证号码、银行卡卡号、密码及居住地址等;退出登录界面时,确认是否已清除输入的个人数据资料。

令人欣慰的是,2017年5月9日,最高人民法院、最高人民检察院首次就打击侵犯个人信息犯罪出台司法解释,对于侵犯公民个人信息罪的定罪量刑标准、严打泄露个人信息“内鬼”等社会关注的焦点,有了明确规定。(作者单位:河北省张家口市城郊农信联社)

综合办公室要密切关注舆情变化,严密防范声誉风险。构建长效机制“大体系”。按照现代公司治理架构,针对内控运行的关节点、薄弱点、风险点,建立不敢违规、不能违规、不想违规的长效机制,确保形成“部门有责任、岗位有制度、操作有程序、风险有控制、合规有监督、责任有追究”的内控制度,将“有规可依,有规必依,违规必究,究必严肃”贯穿于业务管理的每个环节,环环相扣,层层制约,确保不碰合规经营的“高压线”,实行合规管理“硬约束”,做到违规无情“零容忍”。

构建风险管理“大后台”。在具

体级社机制体制创新、充分发挥机制灵活优势的同时,强化省联社服务职能,实行“小银行+大平台”的战略,将省联社打造成市县农信社风险管理的大后台。实行业务运营前、中、后分离,构建“网点全面受理、后台集中处理”的“前店后厂”作业模式,打造业务集中作业服务平台;按照银监会推进省联社行业审计体系建设的要求,根据“区域集中、垂直管理、相对独立、精简高效”的原则,打造审计服务平台,提升审计科技手段,加强审计队伍建设,建立审计问题“病例库”,提升审计部门的权威性与独立性,积极探索建立发现问题的审计长效机制,上线审计系统,按照“上追两级”“双线问责”等原则,加大问责力度,推动各项工作稳健发展。

(作者单位:山西省农信联社晋城办事处)