

《农村信贷市场拓展》课程介绍

主 讲：雷春柱

中国 80%人口是农民，对农村客户支持，得人心者得天下，有利于占领广大农村市场。然而，由于农村经济不发达，农民收入少，贷款缺乏抵押物，各家银行对农村投放贷款比较谨慎。农村金融市场究竟有多大，还需要不断去研究探索。

本文对深耕农区的必要性，农区市场存在的不足进行了分析，介绍了如何拓展农村新型经济体客户、创业农民工客户、农村小微企业客户及其他农村客户的一些方式方法；对农村信贷市场拓展策略及应注意的问题进行了分析。

此外，本课程在讲授时还穿插了大量生动有趣的案例，使课程变得轻松有趣。

主要包括：

第一章 农村信贷市场概述

本章通过分析深耕农区的必要性和农区市场存在的不足，从正反两个方面，阐述农村市场拓展的利弊。

第二章 农村新型经济体贷款

农业产业化龙头企业、农民专业合作社、家庭农场、种养大户是农村新型经济体。这类客户目前在全国各地农村发展势头迅猛，也是各家金融机构在农村争抢的黄金客户。本章分别介绍了上述四类经济体的特点、分类及其营销策略。

第三章 农民工创业贷款

农民工在我国农村是一个庞大的群体，他们背井离乡、异地创业十分辛苦，由于他们的付出，为城市增添了光彩为农村带回了大量的资金、技术。支持农民工异地创业和返乡创业是各家金融机构义不容辞的责任。本章重点对农民工异地创业金融服务进行了讲解，分析了农民工异地创业的特点、贷款投放的风险点及其风险防控措施，介绍了为农民工提供金融服务的 12 个操作步骤。

第四章 金融精准扶贫

精准扶贫是粗放扶贫的对称，是指针对不同贫困区域环境、不同贫困农户状况，运用科学有效程序，对扶贫对象实施精确识别、精确帮扶、精确管理的治贫方式。

本章重点介绍了精准扶贫的目标、路径，讲解了金融精准扶贫主要措施、操作步骤。重点介绍了 6 种信贷精准扶贫模式。一是小额扶贫基金担保，对贫困户放贷，“贫困户+龙头企业”模式。二是基金担保，贫困户贷款，向企业入股分红模式。三是扶贫基金担保，银行对企业放贷，

产业带动模式。四是银行同时对企业和农户发放扶贫基金担保贷款，并由财政贴息。五是银行自发贷款帮扶模式。农户小额信用贷款帮扶、抵押担保及其他贷款帮扶。六是银行单位对口结对帮扶。

第五章 农村一般农户贷款

农村一般农户是指除农民专业合作社社员、家庭农场主、种养大户、个体工商户、外出务工农户以外的农户。这部分农户，以小规模种养殖业为主，自给自足；以身体素质差、文化水平较低、思想过于保守、以及孤寡、留守老人为主。他们贷款需求少。少量的贷款需求主要是用于购买种子、农药、化肥，做小生意等。这部分农户虽然贷款需求量不大，但人数众多，对他们提供金融服务，有利于提高金融机构社会地位。本章通过推介一些新的产品，为各地对一般农户的信贷支持提供参考。

第六章 农村企事业单位贷款

本章重点介绍了农村小微企业、大中型企业、学校、医院、乡镇政府等重点客户资源。

农村小微企业众多，主要包括农村各类小型企业、个体工商户，乡村小超市、小商店，农村农副产品运销户，乡村农家乐、小餐馆等，这些小微企业，在农村群体大，贷款额度小，风险分散，有现金流，便于管理。应是银行

在农村的重点客户。本文对如何支持农村小微企业介绍了一些先进的经验方法，可供借鉴。

第七章 农村市场贷款产品

农村缺抵押担保，是银行拓展农村市场的最大障碍。本章重点介绍了 10 个贷款产品，供各地在拓展农村市场时参考。分别是：农村土地承包经营权抵押贷款（农地贷），农民住房财产权抵押贷款（农房贷），林权抵押贷款（林权贷），助保基金担保贷款（助保贷），互保基金担保贷款（互保贷），保证保险贷款（保险贷），担保公司保证贷款（担保贷），纳税信用贷款（纳税贷），个体工商户信用贷款（信用贷），账户流量贷款（流量贷）。