

《新监管背景下商业银行小微金融服务创新与风险控制》

时长：6 课时

讲师：仪青涛

【课程背景】去年以来，一场围绕“重服务、防风险、强协调、补短板、治乱象”和以“强监管、强问责”为主线的银行监管风暴席卷整个中国银行业界，“三违反”、“三套利”、“四不当”、“十乱象”专项工作整治持续进行。然而，创新与发展永远是商业银行的主题，在新环境下，创新工作应以不违法监管底线为基础。

本课程系在新监管背景下为商业银行服务创新与风控提供有价值的参考。一是阐释新监管背景下的监管理念，纠正常识性“误区”；二是根据新的监管形式，阐释银行服务创新的思路和策略。

【课程目标】

1. 详解监管部门关于信贷业务监管精神；
2. 阐释银行服务创新的思路和策略；
3. 通过对典型案例剖析，为商业银行创新工作提供指导。

【授课形式】结构型知识讲授+典型案例研习+互动型研讨

【授课对象】商业银行营销与风险部门管理人员，有培养价值员工。

【课程目录】

课程导论

第一部分 授信业务监管政策与信贷业务概论

一、信贷业务监管核心

二、经济周期与信贷政策波动

第二部分 无处不在的小微信贷风险

一、外部风险因素

1.宏观经济环境导致信贷风险

2.区域性因素导致信贷风险

3.行业因素导致信贷风险

4.渠道风险导致信贷风险

5.过度授信

二、内部风险因素

1.资本实力弱

2.市场地位弱

3.治理结构不规范

三、操作风险因素

1.信息不对称

2.抵押物崇拜

3.道德风险

四、中小企业信贷纪律

1.贷款用途

2.首付问题

3.客户风险控制问题

第三部分 商业服务创新的策略

一、什么是商业可持续

二、商业可持续发展的目标体系

三、面临的困难与突破

1.规模

2.收益

3.成本控制

4.效率

5.产品体系

四、大数据背景下创新策略选择

1.营销导向

2.创新视野

3.创新工作新思维

第四部分 创新源泉与思路

一、客群在哪里

(一) 大数据线索

1.存量资源

2.数据中介

3.媒介资源

4.典型客群：电动车 B 类、C 类端；商超的核心数据-烟草

(二) 客户爆炸

- 1.客户数据利用
- 2.客户资源利用
- 3.发掘典型客户价值：物流客户

二、怎样实现精准营销

（一）客群归纳

- 1.盈利模式
- 2.客户特性
- 3.数据整理

（二）营销实践

- 1.失败的可能情形
- 2.营销步骤

第五部分 金融产品创新过程

一、基于核心企业——池化设计

- 1.背景
- 2.业务流程
- 3.操作实践

二、基于存量业务——按揭客户

- 1.背景
- 2.数据范围——主要同业按揭客户
- 3.操作流程——推广二维码
- 4.实践效果

三、商超客户互联网金融新做法

1.核心数据

2.操作流程

3.启示

四、互联网时代新客群讨论：网购

第六部分 创新场景案例及其风险控制

一、标准数据场景案例

1.商超类

2.按揭房产类

3.电商类

二、非标准场景案例

1.网约车

2.养殖户

3.专业市场业户

4.设备按揭

5.加盟商

6.食盐专款