

# 《中小银行对公贷款营销方法与技巧》课程大纲

## 第一章 产业链营销

## 第二章 供应链营销

## 第三章 商圈营销

## 第四章 合作营销

## 第五章 交叉营销、公私联动

## 第六章 分散营销与批量营销

## 第一章 产业链营销

### 一、什么是产业

产业指国民经济的各行各业。从生产到流通、服务以至于文化、教育，大到部门，小到行业都可以称之为产业。

### 二、什么是产业链

产业链是各个产业部门之间，基于一定的技术经济关联，并依据特定的逻辑关系和时空布局关系，客观形成的链条式关联关系形态。

### 三、产业链类型

## 四、中央关于农业产业链相关文件论述五、产业链贷款案例

### 五、产业链贷款案例

## 第二章 供应链营销

### 一、什么是供应链

### 二、供应链和产业链关系

### 三、供应链上主要融资对象

### 四、供应链贷款案例

#### (一) 汽车供应链融资案例

#### (二) 工程机械制造、销售供应链案例

#### (二) 农村电商供应链融资案例

#### (三) 农村商品物流供应链融资案例

## 第三章 商圈营销

### 一、什么是商圈

### 二、商圈形式

### 三、银行商圈营销对象

### 四、银行商圈营销路径

## 第四章 合作营销

### 一、合作营销意义

### 二、合作营销分类

同业合作，异业（跨界）合作

### 三、远交近攻（合纵连横）策略

### 四、银政合作

（一）政银合作对政府与银行的好处

（二）主要信贷投向

（三）银政合作，加大对中小企业、农户贷款支持

### 五、银保合作

（一）银行与保险合作主要内容

（二）保证保险贷款（保险贷）

### 六、银担合作

（一）银行与担保公司合作原则

（二）与政府性担保公司合作

（三）与民营类担保公司合作

## 第五章 交叉营销、公私联动

## 第六章 分散营销与批量营销

### 一、分散营销利弊

### 二、批量营销好处

### 三、批量营销重点

### 四、批量营销应注意的问题