

# 《村镇银行贷款三查、营销与合规风险控制》

## 课程大纲（2天）

### 本讲议总体介绍

#### 第一部分 贷款三查

#### 第二部分 村镇银行精准营销主要目标客户群

#### 第三部分 创新小微信贷产品

#### 第四部分 小微客户贷款相关营销方法与技巧

#### 第五部分 信贷从业人员行为约束监管规定

### 第一部分 贷款三查

#### 第一节 贷前调查概述

##### 一、贷前调查主要内容

##### 二、贷前调查阶段总体操作流程（主要工作事项）

##### （一）收集信息（现场非现场方式收集）

- (二) 评分评级
- (三) 授信额度测算
- (四) 风险分析
- (五) 核实贷款是否符合产品条件,作出初步判断。
  
- (六) 形成调查报告
- (七) 录入系统 (痕迹管理)
- (八) 建立档案

### 三、贷前调查总体要求

- (二) 联合行动
- (三) 借助外力
- (四) 数据充分
- (五) 全面深入
- (六) 交叉验证
- (七) 重置报表
- (八) 技术支持

## 第二节 大数据信息收集渠道

1. 人行征信中心数据库，提供信息
2. 商业征信机构，提供信息

3. 国家公共信用信息中心提供信息
4. 商业银行与其他机构自发合作，系统对接，获取信息
5. 社区网格化管理系统，提供信息
6. 银行机构自身系统，提供数据信息
7. 客户经理采集数据信息
8. 委托调查收集信息

### **第三节 现场调查操作步骤**

- (1) 访前准备,电话预约**
- (2) 自我介绍，说明来意**
- (3) 充分沟通，面谈面签**
- (4) 正面观察,侧面打听**
- (5) 实地查看，摄影拍照**
- (6) 外围调查，市场走访**

### **第四节 客户报表编制与财务分析**

#### **一、客户财务报表编制方法**

##### **(一) 收付实现制**

## **(二) 权责发生制**

## **二、客户经理重置客户报表**

### **(一) 为什么要重置报表**

### **(二) 三张报表审贷管贷运用**

### **(二) 重置三张报表适用客户对象**

## **三、现金流量表编制**

### **1. 现金流入、流出统计范围**

### **2. 现金流量的计算方法**

## **四、损益表编制**

### **(一) 什么是损益**

### **(二) 损益表结构**

### **(三) 现金流量表与损益表编制举例**

## **五、资产负债表编制**

### **(一) 资产**

### **(二) 负债**

### **(三) 净资产 (所有者权益)**

### **(四) 资产与负债、所有者权益之间关系**

(五) 资产负债表总体结构

(六) 小微企业资产负债表举例

## 第五节 贷款额度确定

(一) 确定贷款额度应考虑的因素

(二) 测算贷款额度基本方法

(三) 公司类（个体工商户）客户流动资金贷款需求测算方法

## 第六节 农户贷款调查

一、农户信用等级测算

二、农户贷款（授信）额度确定

三、整村授信批量调查操作流程

## 第七节 贷款审查

一、贷款审查与调查、审批主要差异

二、贷款审查人员

三、贷款审查方式

## 四、贷款审查主要内容

- (一) 资料完备性（齐全）与合规性审查。
- (二) 条件符合性审查。
- (三) 调查人员尽职情况（内部运作资料）审查。

## 五、贷款审查报告

## 第八节 贷后管理

### 一、什么是贷后管理

### 二、为什么要进行贷后管理

### 三、贷后管理主要任务

- (一) 贷后检查
- (二) 质量分类
- (三) 贷后风险识别、预警与处置
- (四) 贷款到期收回
- (五) 逾期贷款处理
- (六) 档案管理
- (七) 责任移交

#### 四、贷后检查重点内容

- (一) 检查借款人自有资金（资本金）到位情况
- (二) 检查借款人贷款资金使用情况
- (三) 检查借款人经营有无问题及变化情况
- (四) 检查借款人资产负债、财务收支有无问题及变化情况
- (五) 检查担保有无问题及变化情况
- (六) 检查借款人股东、股权（募股、重组）有无问题及变化情况
- (七) 检查借款人基本情况有无问题及变化情况
- (八) 检查借款人个人品质有无问题及变化情况

## 第二部分 村镇银行信贷精准营销主要目标客户群

### 第一节 信贷投向选择

#### 一、中小银行信贷市场定位

## 二、中小银行贷款应该发放到那些领域更安全

- (1) 三农领域
- (2) 小微企业客户
- (3) 消费领域
- (4) 城乡基础设施项目
- (5) 重点国企
- (6) 民营学校、医院、养老机构

## 三、中小银行主要目标客户群

### (一) 个人零售贷款客户群体

- 1 . 城区个人零售贷款客户
- 2 . 农区个人零售贷款客户

### (二) 小微企业贷款目标客户群

- 1 . 城区小微企业信贷客户
- 2 . 农区小微企业信贷客户

## 第二节 支持农民专业合作社

- 一、农民专业合作社主要任务
- 二、银行对专业合作社分类支持策略

### 第三节 支持龙头企业、家庭农场与种养大户

- 一、农业产业化龙头企业
- 二、家庭农场
- 三、种养大户

## 第三部分 创新小微信贷产品

### 第一节 信易贷、政采贷等 5 个微贷产品营销

- 一、信易贷
- 二、政采贷
- 三、民营医院贷
- 四、养老贷
- 五、扫码贷
- 六、家庭亲情贷

### 第二节 风险基金补偿代偿与贴息贷款营销

一、贷款本息风险补偿代偿贴息方式

二、主要合作模式案例分析

(一) 财政（出资单位） + （或） 承担单位+担保  
公司（基金管理组织） + 合作银行

(二) 财政（出资单位） + 承担单位+合作银行

### 第三节 政府性融资担保公司担保贷款营销

一、担保公司分类

二、银行与担保公司合作基本要求

三、全国农业信贷担保体系介绍

## 第四部分 小微客户贷款相关营销方法与技巧

### 第一节 小微客户贷款营销主要渠道

(一) 网点营销

(二) 委托营销

(三) 电话营销

(四) 网络营销

(五) 客户转介绍

## (六) 外拓营销

### 第二节 围点打援与攻城打援

(支持核心企业上下游小微客户)

- (一) 什么是核心企业
- (二) 围点打援
- (三) 攻城打援

### 第三节 网格化精准营销

- 一、网格营销好处
- 二、网格化精准营销流程

案例：浙江路桥农商行——“网格化精准营销”开创者

### 第四节 批量贷款营销

- 一、分散营销利弊分析（游击战,麻雀战法）
- 二、批量营销好处
- 三、批量营销应注意的问题
- 四、批量贷款营销 **8** 种模式

(一) 整街营销（授信）：社区街道组织牵头，批量营销小微经营户、个人客户散户

(二) 整市营销（授信）：专业市场管理方牵头，批量营销市场内小微商户

(三) 整园营销（授信）：园区管理方牵头，批量营销园区内小微商户

(四) 整楼营销（授信）：由楼宇商场管理方牵头，批量营销楼宇内小微商户

(五) 整会营销（授信）：由商会、协会牵头，批量营销其成员客户

## 第五节 受牌营销

## 第六节 微信营销

(一) 微信（QQ）营销主要形式

(二) 银行员工常用微信群

(三) 银行员工入群或建群

(四) 银行员工微信营销程序

(五) 银行微信营销成功案例分析

## **第五部分 信贷从业人员行为约束监管规定**

### **一、信贷人员遵纪守法方面禁止性规定**

- 1. 不得向客户明示、暗示或者默许，以虚假资料骗取、套取信贷资金。**
- 2. 不得挪用客户资金、公款替他人提供担保**
- 3. 不得挪用客户还贷资金、客户存款、公款替借款户搭桥还贷**
- 4. 不得弄虚作假，清收银行贷款**
- 5. 不得采取欺诈手段，清收银行贷款**
- 6. 不得以故意伤害、非法拘禁、侮辱、恐吓、威胁、骚扰等非法手段催收贷款。**
- 7. 不得利用职务上的便利，挪用、侵占收贷资金**
- 8. 不得泄露、出售客户信息**
- 9. 不得参与客户打牌带彩及其他赌涉赌活动**
- 10. 不得参与经商办企业**
- 11. 不得参与民间融资活动**

### **二、信贷人员廉洁自律方面禁止性规定**

- 1. 对信贷人员廉洁自律、行为约束相关规定**

## 2. 信贷人员廉洁自律十不准

- (1) 不准收受客户贿赂
- (2) 不准利用职权，向贷款企业投资入股分红
- (3) 不准利用职务上的便利，向客户推销产品。
- (4) 不准购买客户价格优于他人的物品或不付款。
- (5) 不准利用职务上的便利，向客户借钱、借车、借房及其他工具。
- (6) 不准委托客户为个人办理相关事项,谋取私利。
- (7) 不准接受客户吃请。
- (8) 不准接受客户提供高档消费、特殊服务。
- (9) 不准利用职务上的便利，请客收礼。（员工家庭办婚丧喜庆事宜）
- (10) 不准利用客户名义贷款自用。