

《小微普惠贷款营销》 大纲（2天课程）

主讲：雷春柱

常住地址：武汉市

小微企业主要文件依据：

1．《商业银行小企业授信工作尽职指引》银监发【2006】69号

2．中国银监会关于印发《银行开展小企业授信工作指导意见》的通知（银监发[2007]53号）

3．中国银监会关于深化小微企业金融服务的意见（银监发[2013]7号）

4．《关于进一步加强商业银行小微企业授信尽职免责工作的通知》（银监发[2016]56号）

5．《关于进一步深化小微企业金融服务的意见》（银发〔2018〕162号 2018年6月23日）

6．中国银保监会关于印发商业银行小微企业金融服务监管评价办法（试行）的通知(2020年6月29日)

中国银保监会办公厅

7. 关于 2021 年进一步推动小微企业金融服务高质量发展的通知（银保监办发〔2021〕49 号）

8. 《关于 2022 年进一步强化金融支持小微企业发展工作的通知》（银保监办发〔2022〕37 号）

本讲义主要内容

第一部分 小微客户贷款营销概述

第二部分 当前小微企业相关政策与银行支小总体措施

第三部分 支持产业链（供应链）客户与战略性新兴产业

第四部分 小微企业信贷产品创新

第五部分 小微客户贷款营销方法与技巧

第六部分 小微普惠金融模式成功案例

第一部分 小微客户贷款营销概述

- 一、什么是小微贷款
- 二、小微企业贷款与普惠金融贷款关系
- 三、小微企业贷款与个人零售贷款关系
- 四、小微小微企业贷款分类
- 五、发放小微贷款好处

第二部分 当前小微企业相关政策与银行支小总体措施

第一节 当前有利于小微企业发展的经济金融政策

一、有利于小微企业发展的国家重大经济政策

（一）国家加大县城建设投入，县城小微企业迎来发展机遇

（二）国家重启供销社系统，乡镇基层供销社属于独立法人的小微企业

（三）国家加大对个体工商户扶持，个体工商户属于小微企业范畴

（四）国家出台《关于加快建设全国统一大市场的意见》，有利于小微企业采购、销售

二、有利于小微企业发展的人行主要货币政策

(一) 应对美联储加息，人民币贬值，国家实行低利率政策，加大对实体经济支持，有利于降低小微企业贷款融资成本

(二) 存款准备金率下调政策：银行组织存款，能够更多支持小微企业

(三) 银行支持绿色环保货币政策，有利于绿色环保领域小微企业发展

(四) 将商业汇票承兑期限由 1 年缩短至 6 个月，有利于小微企业及时收回货款

(五) 国家财政对融资担保基金再担保合作业务新增 1 万亿元以上，可带动银行增加小微企业及相关项目贷款融资 5 万亿。

(六) 支农、支小专项货币政策

(1) 支农、支小再贷款

(2) 继续实施普惠小微企业信用贷款支持政策（再贷款）

(3) 购买货车小微企业主经营户，汽车央企发放的 900 亿元货车贷款，延期半年还本付息。

(4) 贷款余额增量鼓励

(5) 鼓励开发银行、政策性银行，通过转贷款业务，为小微企业提供较低成本的信贷资金

(6) 支持银行发行小微、三农专项金融债

(7) 小微企业贷款延期还本付息

三、有利于小微企业发展的银行监管政策

1. 小微企业贷款适用优惠风险权重

2. 提高小微企业、三农等贷款不良容忍度

3. 对各家金融机构小微企业贷款实施差异化监管指标考核

四、有利于小微企业发展的财税政策

(一) 小微企业税费优惠

(二) 银行类金融机构支持小微企业贷款税收优惠

(三) 中央财政支持普惠金融发展示范区奖补政策

第二节 银行机构支持小微企业总体措施

一、调整信贷政策，对受疫情影响困难企业延期、续贷与利息减免

- (一) 贷款延期总体要求
- (二) 贷款宽限期
- (三) 贷款展期
- (四) 借新还旧（续贷）
- (五) 重定期限（保全展期）
- (六) 减息缓息
- (七) 还了再贷
- (八) 实行“三不”政策

二、扩大小微企业信贷投放

(一) 银监《2022年金融支持小微企业通知》强调支持重点

(二) 增加首贷、信用贷、中长期贷款

三、改进对小微企业金融服务

- (一) 降低门槛（条件）
- (二) 简化贷款审批流程，快速办贷

(三) 方便客户

(四) 改进办贷方式

四、降低小微企业融资成本

1. 2022 年银监小微企通知，对降小企融资成本要求

2. 银行降低小微企业融资成本主要路径

3. 规范信贷融资收费

4. 尊重客户自主选择权，严禁违规向客户搭售产品

五、完善内部机制

(一) 2022 年小微企通知，对完善内部机制要求

(二) 对小微三农贷款内部考核要求

(三) 落实尽职免责，失职问责政策

(四)完善“敢贷、愿贷、能贷、会贷”内部机制，激发对小微三农贷款的内生动力。

第三部分 支持产业链（供应链）客户与战略性新兴产业

第一节 支持产业链（供应链）小微客户

一、产业

二、产业链概念

三、全产业链概念

四、供应链概念

五、产业链与供应链关系

六、产业链金融与供应链金融特点

七、金融支持产业链（供应链）典型案例分析

八、供应链相关融资业务与产品

（一）对卖方融资（销货方，收款人）

1. 应收账款质押贷款（销货方，收款人缺资金）

2. 出口退税质押贷

3. 订单质押贷款（生产方，销货方，收款人缺资金）

4. “政采贷”（采购订单；生产方，销货方，收款人缺资金）

5. 保理合同（销货方，收款人缺资金）

（二）对买方融资（购货方，付款人）

1. 保函业务（为购货方进货提供担保）

2. 融资租赁业务（购货方，需要设备一方缺资）
3. 国内跟单信用证业务（购货方缺资）
4. 银行承兑汇票融资（购货方缺资）

第二节 支持战略性新兴产业与专精特新企业

一、战略性新兴产业

（一）什么是战略性新兴产业

（二）主要战略性新兴产业

1. 节能环保产业
2. 新能源产业
3. 新能源汽车产业
4. 新一代信息技术产业
5. 数字创意技术
6. 高端装备制造产业
7. 新材料产业
8. 生物产业

二、专精特新产业

（一）什么是专精特新

(二) 专精特新的认定标准

(三) 专精特新产业主要项目

(1) 新一代信息技术

(2) 高端装备制造

(3) 新能源

(4) 新材料

(5) 生物医药

三、专精特新“小巨人”企业

(一) 工信部（国家级）培育条件

(二) 工信部（国家级）专精特新“小巨人”企业培育奖励政策（部分）

第四部分 小微企业信贷产品创新

第一节 政府性融资担保公司担保贷款

(一) 担保公司担保贷款概述

1. 担保公司分类

2. 民营担与政府担比较分析
3. 银行与担保公司合作基本要求

(二) 农业信贷担保体系介绍

1. 农业信贷担保体系构成
2. 农业信贷担保政策
3. “新农直通贷”

(三) 国家融资担保基金体系介绍

1. 国家融资担保基金体系构成
2. 国家融资担保基金有限责任公司介绍
3. 国家融资担保基金，银担“总对总”批量担保业务合作方案解读

第二节 小额保证保险贷款

- (一) 银保合作形式
- (二) 保证保险贷款三种模式
- (三) 保证保险贷款追偿
- (四) 保证保险贷款的优势

第三节 风险基金补偿与贴息贷款

(一) 贷款本息风险补偿

1. 风险补偿操作模式
2. 风险分担
3. 相关案例

(二) 贷款贴息

1. 财政及相关单位对客户贴息好处
2. 贴息资金来源
3. 贴息比例
4. 贴息操作规程
5. 单纯贴息贷款案例
6. 既补偿本金，又贴息贷款案例

第四节 政府购买服务质押贷款

1. 什么是政府购买服务

2. 政府购买服务基本政策
4. 政府购买服务质押贷款操作原理
5. 三农公共服务领域购买服务贷款案例

第五节 政采贷与信易贷

第六节 动产与活体抵押贷款

- 一、动产活体抵押贷款案例
- 二、可用于抵押的主要动产
- 三、动产抵押分类
- 四、动产相对固定抵押（设备、大型牲畜）
- 五、动产(原材料、半成品、产品)浮动抵押
- 六、生猪产业政策与生猪活体抵押

第七节 民营医院、民营专业养老机构贷款

1. 医疗机构、学校、幼儿园、养老机构等法人组织借款与担保资格
2. 支持民营医院
3. 支持民营专业养老机构

第八节 小微经营类贷款产品

- (一) 线上线下融和小微企业数字贷
- (二) 扫码贷与流量贷
- (三) 口碑贷
- (四) 银税互动贷
- (五) 知识产权质押
- (六) 存货仓储质押贷款
- (七) 最高额循环贷款（循环贷）
- (八) “汽车浮动抵押+合格证占管”贷款

第九节 绿色信贷类产品

- (一) 碳排放权质押贷款
- (二) 排污权质押贷款
- (三) 用能权质押贷款
- (四) 水资源使用权质押贷款

第五部分 小微客户贷款营销方法与技巧

第一节 非客户现场相关营销

第二节 围绕核心大企业营销小微客户

第三节 网格化精准营销

第四节 批量、受牌、整家、沙龙营销

第五节 商圈营销与摆展营销

第六节 蝴蝶效应与外科手术式营销

第七节 围绕竞争与信用环境建设营销

第八节 客户转介绍

第九节 外拓营销与三进三扫

第一节 非客户现场相关营销

一、网点营销

二、网络营销

三、微信营销

四、短视频营销

五、电话营销

六、委托营销

第二节 围绕核心大企业营销小微客户

一、围点打援与攻城打援

二、拾遗补缺

三、项庄舞剑，意在沛公

四、明修栈道，暗度陈仓

第三节 网格化精准营销

一、网络营销好处

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、受牌、整家、沙龙营销

一、分散营销

二、批量营销

（一）批量营销好处

（二）批量营销应注意的问题

（三）批量贷款营销 7 种模式

（1）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

（2）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

（3）整园营销（授信）：园区管理方牵头，批量营销园区内小微商户

（4）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

（5）整会营销（授信）：由商会、协会牵头，批量营销其成员客户

（6）整企营销（授信）：由单位牵头，批量营销行政企事业单位员工贷款

(7) 整村营销（授信）：村委会牵头，批量营销农户贷款

三、小微客户沙龙营销

(一) 什么是沙龙营销

(二) 沙龙营销的重点形式

(三) 小微客户沙龙综合营销形式

四、受牌营销

五、个人及小微企业主整家营销

(一) 整家庭营销特点

(二) 创新整家营销贷款产品：家庭亲情贷

第五节 商圈营销与摆展营销

一、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

二、小微客户摆展营销

1. 在专业市场、园区、大型企业（商场）室内外，摆展营销
2. 在商业人口集中的活动广场，摆展营销
3. 在商业闹市街边，摆展营销
4. 在大型会议指定地点，面向企业参会人员，摆展营销

第六节 蝴蝶效应与外科手术式营销

一、蝴蝶效应

1. 重点营销几户，培养典型，口口相传，起示范作用，周围客户都来存款、贷款
2. 先办营销试点，成功后逐步推开

二、外科手术式营销

- (一) 外科手术式打击主要特点
- (二) 外科手术式营销基本操作
- (三) 小微经营类黄金客户营销

第七节 围绕竞争与信用环境建设营销

- 一、同业策反
- 二、挽留客户
- 三、颜色革命
- 四、以退为进

第八节 客户转介绍

- (一) 请哪些客户转介绍合适
- (二) 请求客户转介绍，时机选择
- (三) 请求介绍语言要求
- (四) 转介绍方法

第九节 外拓营销与三进三扫

一、什么是外拓营销

二、外拓营销意义

三、外拓营销分类

四、外拓营销主要任务

五、外拓营销基本要求

六、外拓营销重点区域

七、外拓营销主要方式

八、集中外拓营销操作流程

第六部分 小微普惠金融模式成功案例

一、国外小微普惠金融成功案例

（一）德国储蓄银行小微普惠金融样本

（二）美国富国银行小微普惠金融样本

二、全国性股份制商业银行小微普惠金融成功案例

- (一) 招商银行 17 年零售转型
- (二) 建设银行联手 38 万供销社基层网点办“村口银行”
- (三) 中国银行通过发起设立村镇银行，探索大型银行发展普惠金融之路

三、政策性银行小微普惠金融成功案例

国家开发银行推出转贷款业务，支持小微企业

四、城商行小微普惠金融成功案例

- (一) 台州银行深耕当地小微 33 年样本
- (二) 泰隆银行深耕小微 26 年做法
- (三) 广州银行信用卡“信贷工厂”零售贷模式

五、农商行小微普惠金融成功案例

- (一) 浙江瑞丰农商行 12 年零售银行转型“样本”
- (二) 浙江乐清农商行“小而美”的普惠金融样本
- (三) 浙江路桥农商行——“网格化精准营销”开创者
- (四) 湖南浏阳农商行普惠金融之路

- (五) 嘉鱼农商行微贷特色
- (六) 湖北省联社微贷革命
- (七) 安徽亳(bó)州药都农商行大数据线上线下模式
- (八) 山东昌乐农商行土洋结合大数据小微贷模式

六、村镇银行小微普惠金融成功案例

大冶泰隆商村镇银行做小做散做精