

# 商业银行小微金融可持续发展对策探讨

高 娟

(辽宁大学亚澳商学院,辽宁 沈阳 110136)

**【摘要】**小微企业的发展是助推中国经济腾飞的重要因素,但是融资难、缺少相关金融服务一直是制约小微企业发展的瓶颈。时下,各商业银行纷纷开展小微金融服务,一方面作为商业银行拓展业务途径,另一方面也用来解决小微企业解决贷款难题,因而研究如何实现商业银行小微金融的可持续发展,对于小微企业和银行自身发展都有着深远意义。本文主要分析商业银行开展小微金融的必要性及其现存问题和状态,提出了有助于实现商业银行小微金融可持续发展的几点建议。

**【关键词】**商业银行 小微金融 可持续发展

在中国,民生银行最早提出了小微企业这个概念,根据2011年国家发改委、财政部、工业和信息化部和国家统计局共同发布的《中国小企业划型标准》,小微企业是指小型企业和微型企业。根据这一标准现阶段小微企业的数量已经占到全国企业总数的90%以上,每年有80%以上的新产品来自小微企业,由此可见小微企业是中国经济发展不可或缺的群体。但是,小微企业的发展却受到了诸多因素的困扰,其中银行信贷支持匮乏的问题就是其面临的主要问题之一。小微企业信贷是银行支持小微企业发展的重要手段,同时也是银行拓展自身的一个新兴市场。新兴的市场往往存在着许多不确定因素,小微金融业务的开展同样面临着许多新的难题,实现银行小微金融的可持续发展对于银行自身和中小企业的发展来说,可谓一举两得,有重要的意义。

## 一、小微企业金融服务是商业银行理性市场选择

随着中国经济转型和产业结构的调整,商业银行传统的客户市场也发生了较大的变化:一是传统客户群体所依存的资源、采矿、装备制造等产业优势已经开始淡去,新兴产业越来越受到重视,而新兴产业中多以中小型企业为主,这意味着商业银行潜在优质客户群体将出现分化;二是随着房地产市场调控政策的不断延续,以房地产开发、住宅购买为主要客户市场的信贷风险越来越大,这促使商业银行必须开发新市场,分散信贷风险;三是网络经济的快速发展,出现了大量的依托网络生存和发展的小微企业,商业银行应重视这部分市场的开发和拓展;四是随着民营银行的获批设立,商业银行间的竞争会越来越激烈,商业银行只有未雨绸缪,开发细分市场,才能在未来激烈的竞争中立于不败之地。由此可见,商业银行开展小微企业金融服务是自身发展的需要,也是理性的市场选择。

### (一)发展小微金融有助于培育商业银行可持续竞争优势

从国内商业银行以往的竞争模式来看,大产业、大客户是各银行必争资源。遵循“二八定律”,各商业银行往往把工作重心放在“二”之上。但国内经济发展的现实状况表明,钢铁、水泥、采矿以及煤化工、造船、平板玻璃等装备制造业出现了明显的产能过剩,那些大客户聚集的传统产业已经优势不在,而依托于这些大客户的信贷业务必然出现萎缩之势。因此,如何寻找成长型企业,把对成长型企业的信贷业务作为新形势下商业银行竞争的制高点,是未来商业银行竞争优势构建的有力保障。中小型企业是成长型企业诞生的摇篮,因此,开展小微企业金融服务是商业银行适应环境变化,构建可持续竞争优势的客户基础,而通过开展小微企业金融服务来创新业务模式,改造业务流程,有助于培育商业银行的业务竞争能力。

### (二)发展小微金融有利于提升资本效率

从国内商业银行的经营利润构成来看,通过粗放型的信贷规模,贷款对象主要集中在大中型客户,依靠利差、以量取胜这条“高风险、高耗能”的外延式扩张路径仍然是获利的主要模式。而在银监会对资本充足率的监管提出了更高的要求条件下,各商业银行在扩

大信贷规模的同时,又不能不考虑来自监管部门的资本充足率保障的限制。但在严格的资本监管背景下,监管部门对小微企业贷款推出了“定向宽松”的资本监管政策,对小微企业贷款在权重法下适用于75%的优惠风险权重。并且,2013年全面放开贷款利率管制后,金融机构与客户协商定价的空间进一步扩大,金融机构可采取差异化定价策略,降低企业融资成本,提升信贷效率。相较于大型企业,针对小微企业,商业银行的议价能力更强,由此可见,开展小微企业金融服务,对商业银行调整和优化信贷结构,降低贷款集中度,提升资本运作效率都大有益处。

### (三)开展小微企业金融服务有利于开拓细分市场

在2013年监管部门放宽民营银行审批以后,商业银行的竞争会更趋激烈。随着民营银行参与信贷竞争,商业信贷的细分市场会越来越受到重视。同时,为鼓励商业银行加大对小微企业金融服务的力度,银监会针对小微企业金融服务机构制定了专门的激励政策。鼓励和支持商业银行在金融服务薄弱的区域,设立小微企业金融服务机构,包括经济欠发达的边缘地区、经济较发达的城镇,目的是从宏观角度降低同质化竞争,提升金融服务供给的区域均衡性。这种形势下,传统商业银行应增加竞争策略的前瞻性,适时推进小微企业金融服务,这不仅有助于其打破机构建设的僵局,实现跨越式、批量化建设支行网点,更有助于在未来同民营银行争夺细分市场中抢占先机。

## 二、商业银行开展小微金融面临的主要困难

### (一)存款资金来源不足

在中国,商业银行仍以分业经营的大环境下,存款业务是商业银行快速平稳发展的基础,是商业银行的“立行之本”。银行只有从市场获得充足的资金,才能充分发挥金融信贷作用,为企业提供资金支持。在现阶段,商业银行存款一部分来源于居民个人储蓄,一部分来源于财政、事业单位等机构,即纯负债客户,而大部分存款则来源于信贷客户在银行日常支付结算所沉淀的存款,即派生存款。在商业银行将业务战略重点转向小微企业金融领域时,由于小微企业受自身企业规模、资金总量、盈利能力以及融资成本等因素影响,在获得商业银行信贷资金后,很难有富裕资金留存银行,因此,综合派生率较低。这就造成了开展小微企业金融的存款资金来源不足。

### (二)覆盖机会成本困难与定价能力不足

目前,大部分商业银行难以完全覆盖开展对公业务的机会成本。在较长的一段时间内,对公业务仍是银行盈利和存款的主要来源,批发金融的盈利模式还未得到深度发掘。定价方式上,大多数商业银行针对小微企业的贷款定价都基于基准利率简单上浮几个点或者乘以某个系数来操作,甚至是依靠小微业务部门的主观判断来进行定价,并不能准确地反映小微企业的实际情况。另外,定价模型参考因素过少。在目前的定价模型中,商业银行往往重点关注的是企业所面临的风险,很多时候为了提高贷款利率,人为夸大了小微

企业可能会面临的风险,却没有考虑小微企业与银行之间的客户关系以及客户的贡献度等方面的因素。

### (三)客户开发力度不够

现阶段,商业银行为积极抢占小微金融业务这一片蓝海,纷纷加大市场拓展力度,更有甚者采取了“跑马圈地”的开发模式,以求在最短的时间内争取更多的客户。但此种模式也因客户开发力度的不足而带来一些问题。(1)有效客户不足,表现为许多小微企业客户仅仅是存在于账面上的非有效客户。(2)客户粘度不足。所谓客户粘度是指当客户接受某家银行贷款之后,下次如果仍有贷款需求,他们仍然会申请该家银行的贷款。目前商业银行特别是中小股份制商业银行在开展小微金融业务时,由于受人力、物理网点、IT 信息等限制,使得客户在粘度上严重不足,表现为客户的“回头率”较低,客户流失比较严重。(3)客户的开发和维持方式过于粗放。为积极抢占小微业务市场,商业银行往往在前期的客户开发中,急于求成,片面地追求客户的开发,但是对于客户开发后的维护和综合营销工作不够重视。

### (四)同质化竞争激烈

由于国内商业银行在业务发展过程中具过分追求大客户、大项目,过分依赖利差生成利润,使各商业银行的业务同质化严重。但在一些基金产品纷纷进入信贷头寸争夺的背景下,资金头寸越来越趋于紧张,传统业务的利润空间越来越小。在小微金融业务推出后,各商业银行又一哄而上,小微业务也出现了同业竞争的现象。近年来,各商业银行、邮政储蓄银行、小额贷款公司,甚至担保公司都纷纷推出了自己的面向小型企业的金融服务品牌,但由于缺乏特色化、个性化的服务模式和手段,具体的内容和实质无本质性差异,仅仅是产品的名字不同,使得业务的可复制性较强。最终,同业间为抢占市场份额,往往以优惠的贷款利率为切入点,市场竞争异常激烈,难以实现商业银行小微金融业务的良性发展。

## 三、促进商业银行小微金融可持续发展的几点建议

### (一)有序引导和支持小微金融业务的开展

金融监管部门应积极引导和加快商业银行在小微企业市场的开拓力度和创新力度。这些政策措施主要集中在三个方面:一是税收政策方面的支持。从小微企业方面来看,应加大对小微企业的税收扶持,降低税负,从而降低小微企业的经营成本,使其有更多的富余资金存放银行,产生派生存款;从商业银行方面来看,对商业银行小微企业金融信贷应给予营业税与所得税方面的方面优惠,以及对小微企业贷款拨备方面的税前列支政策,降低商业银行的信贷成本。二是给予商业银行在对小微企业信贷融资方面必要的优惠,例如增加对小企业债发行额度,减少对小微企业信贷融资的审批手续等,以保障小微企业信贷投放的资金基础。三是进一步完善存贷比考核制度,包括允许商业银行对小微企业不良贷款快速核销,商业银行对小微企业贷款不纳入存贷比考核等政策,以加大小微企业金融服务的支持力度。

### (二)从信贷视角实现商业银行小微金融可持续发展

1.重视成长型潜在客户。主要是通过完善小微企业信用评价体系,为发现成长型小微企业创造信贷条件。小微企业一般都存在管理较乱,账目不全,财务信息不透明,金融信用评级较低等特点,致使银行信贷难以进入。对此,银行与小微企业应充分合作,银行可将现金流正常的小微企业列为潜在客户进行重点调查,对于暂时不符合信贷条件的客户,可通过小微企业准贷记卡的方式,先行介入,并协助其改善内部管理,健全账目;小微企业自身也要加强信用体系建设,完善信用评级。通过跟踪管理,对那些信用评价体系完善且现金流稳定的客户,建立潜在客户档案,并通过信贷营销锁定优质客户,提升信贷成功率。

2.推进小微企业信贷服务创新。针对商业银行同质化金融服务较多的缺陷,商业银行应对那些优质小微企业个性分析,量身定制提供个性化信贷创新服务。目前商业银行对小微企业信贷服务创新主要集中在如何解决小微企业贷款抵质押物不足问题。针对小微企业贷款抵质押物不足,有的商业银行创新性推出的小微企业动产质押和多户联保信贷产品、无形财产抵押担保,以及全产业链上下游互保、大企业为小微企业担保的信贷模式,值得其他商业银行借鉴和学习。

3.优化小微企业信贷流程设计。商业银行传统信贷业务的长流程很大程度上制约了小微企业的资金使用信心。因此,针对小微企业行业分布广,个性化突出的特点,可以通过小微企业信贷工厂、小微企业金融超市、小微企业专营机构模式,简化相关信贷流程,实现调查、审查、审批一次完成,切实提高银行放贷效率;同时,可充分利用网络的便利条件,通过完善小微企业网上银行建设,通过网络来简化信贷的申请、审查和审批手续,为小微企业获得信贷提供全方位的支持。

## 参考文献

- [1]曾爱婷.我国利率市场化的路径探析[J].金融理论与实践,2009(01).
- [2]张文彬.论政府在解决小微企业信贷难题中的作用[J].中国市场,2011(46).
- [3]杨晏忠.论商业银行供应链金融的风险防范[J].金融论坛,2007(10).
- [4]冉晖.商业银行发展中小企业信贷业务的思考[J].重庆工学院学报(社会科学版),2009(06).
- [5]吴卫,刘同森.商业银行建设小企业信贷专营机构存在的问题及建议[J].金融会计,2009(10).
- [6]宋琳.从商业银行角度浅析我国中小企业融资难问题[J].价值工程,2011(08).

作者简介:高娟(1990-),女,汉族,辽宁朝阳人,就读于辽宁大学亚澳商学院,研究方向:融资与财务协调。