



您的位置：首页 - 文章选登

国有商业银行支持中小民营企业策略(李名元；12月21日)

文章作者：李名元

中小民营企业作为市场经济最活跃的新生力量，以其天然的自身优势跃上了历史舞台，打破了我国长期以来公有制一统天下的单一格局，对社会和经济发展都产生了深远的影响。因此，本文拟从中小民营企业发展现状和前景分析入手，浅谈一些国有商业银行支持中小民营企业发展的策略和建议。

一、市场定位与策略选择

金融是现代经济的核心，对国民经济发展具有不可替代的作用。“十六大”提出的全面建设小康社会的目标，对我国金融业改革和发展提出了新的要求。国有商业银行作为金融业的主力军，必须正确认识支持中小民营企业发展的重要意义，把握发展大局，调整市场定位，疏通融资渠道，积极为支持中小民营企业发展提供全方位的金融服务。

1、更新经营理念，不断提高市场竞争意识和服务意识。解放思想，更新观点。充分认识到支持中小民营企业发展既是国民经济健康协调发展的需要，也是国有商业银行优化经营结构，提高经营效益，开拓新的增长点和增强市场竞争能力的客观要求。要突破旧的机制束缚，摒弃“惟成分论”、“惟规模论”的观点，按照经济决定金融的客观规律，及时调整经营策略，明确市场定位。

2、理顺业务关系，构建适应中小民营企业创业的运行机制。目前国有商业银行在支持中小民营企业发展过程中存在的最大障碍是对这一群体信贷需求没有有效、合理的“通道”。因此，要抓紧业务创新和开发，以满足广大中小民营企业发展需求。在产品开发上，可针对企业创业初期无法达到银行法人客户新增授信要求的特点，开办中小民营企业“创业贷款”。从产业政策、资产负债、自有资金、纳税、贷款归行、信用等级、个人品行等方面设计准入条件。亦可采取最高额可循环授信管理方式，通过合法有效的抵(质)押、保证加信用，确立或测算最高可授信额度。在贷款管理上，适度下放贷款审批权限，减少审批层次，提高运作效率，从而使更多的中小民营企业能及时得到信贷支持。

3、强化市场营销，抢占优质客户资源和市场“制高点”。一要抓好市场分析，把握营销重点。做到多中选好，好中选优，真正把具有地方特色的龙头企业、高新产业和具有潜力的中小民营企业从市场中挖掘出来，实行有差别的信贷扶持和营销策略，有的放矢地培育具有开发价值的客户群体。二要主动走进市场，创新营销手段。建立企业综合性信息档案，及时掌握客户生产经营情况、对外融资担保情况、信用状况、市场变动、未来发展预期和客户融资需求。同时，根据市场变化不断开发和推出新的信贷品种，以满足各个层次中小民营企业的不同需要。三要组建专业营销队伍，加强业务培训，提高队伍营销技能。

二、改善环境与持续发展

在现代市场经济条件下，银行与中小民营企业都是平等的市场主体，银企发展离不开社会经济大环境的支撑。保持中小民营企业健康稳定和持续发展，既需要国有商业银行和中小民营企业自身不懈努力，也需要社会各个方面大力支持和配合，做到统筹兼顾，多管齐下。

1、通力协作，努力打造优良的社会信用环境。一个地区信用程度的高低，决定着金融业在制定市场营销战略的价值取向，决定着各商业银行在该地区分支机构的信贷投放规模和额度。因此，无论是地方政府、企业，还是个人，都要认识到信用既是一种资源，也是一种投资环境，更是一种宝贵的财富。政府及相关部门要强化社会信用观念，提高区域金融安全和风险意识，加快推进金融安全区建设，加大操守诚信的宣传力度，重塑讲信用光荣、不讲信用可耻的社会氛围。尽快完善企业信息网络，及时发布企业相关信息，实现资源共享。引导企业规范经营行为，协调好银企关系，加大对少数恶意逃废银行债务的企业打击和制裁力度，使逃债赖债者无利可图、无立锥之地。中小民营企业也要牢固树立诚信观念，做到言出行随，真实向银行提供经营情况和相关资料，积极配合银行机制的调查和审查。加强金融法律法规知识学习，充分尊重银行的债权，不逃废、悬空银行债务，树立守信用、重履约的良好形象。

2、筹集资金，建立分担风险的补偿机制。可以由地方财政筹集资金设立贷款风险准备金和金融风险救助基金，上级财政返还落后地区一定比例的资金也可以作为其资金来源之一。地方财政部门适当提高本地区所属的金融机构的呆坏账的核销力度，并按一定比例承担国有银行对支持本地中小民营企业发展形成的呆坏账损失，承担起发展地方经济的政策性损失，硬化地方金融风险拯救资金安排的约束，提高金融机构对支持当地经济发展的积极性。

文章出处：《金融时报》

[推荐朋友] [关闭窗口] [回到顶部]

转载请经授权并请刊出本网站名

中国博士论坛

中国社会科学院
保险与经济研究中心

IFB外商投资中心

IFB基金研究
与评价中心



地址：北京市东城区建国门内大街5号 邮编：100732 电话：010-65136039 传真：010-65138307
版权所有：中国社会科学院金融研究所