

疫情下银行信贷投放全景



新冠肺炎疫情的突然暴发让一切都变得措手不及，也打乱了商业银行信贷投放的脚步。北京商报记者近日在调查中发现，从2020年全年信贷投放情况看，目前因疫情的出现信贷业务营销工作受到影响，贷款调查受到干扰，银行“开门红”现象恐难再现，且由于现场尽调的停滞，信贷风控难度提升。不过，随着疫情好转，希望已在不远处，多数业内人士预计，疫情得到控制后，前期被遏制的信贷需求有望得到明显恢复。



一季度“开门红”承压

岁末年初之际，正是各家银行“开门红”进行得如火如荼之时，然而2020年受企业延迟复工影响，银行“开门红”进程缓慢，多位银行业从业人士在接受北京商报记者采访时都表达了他们的担忧：“一般情况下‘开门红’都是一季度产生，这段时间企业大量动工，需求量也比较大。”一位国有大行信贷经理告诉北京商报记者：“但今年主要受疫情影响，开工扩产的资金需求没了，行内也担心‘开门红’指标无法完成。”

“由于疫情导致企业开工延期，在一定程度上减少了一季度的投放规模，目前行内业务投放量与去年基本持平，但预计3月新增投放可能会下降，与去年同期相比信贷投放规模减少一部分。直接反映在餐饮、批发零售及制造业需求的减少或后移，民生及医疗保障行业的增加，对批发零售及制造业来说春节正处于生产销售旺季，受疫情影响市场需求的减少直接影响了企业生产及销售。”一位城商行信贷部门负责人向北商报记者直言。

“疫情对2、3个月个人客户特别是线下客户的信贷投放影响较大。”上述城商行信贷部门负责人预计，一季度个人消费类信贷将有所下降。

个人消费类贷款业务承压的担忧在信贷数据上已有所体现。3月11日，央行公布的数据显示，前两个月人民币贷款增加4.24万亿元，同比多增1308亿元。其中，1月人民币贷款增加3.34万亿元，2月人民币贷

款增加9057亿元。

在住户贷款方面，2月当月，住户部门贷款减少4133亿元，其中，短期贷款减少4504亿元，中长期贷款增加371亿元。北京商报记者查阅去年同期信贷数据发现，在2019年2月住户部门贷款也呈现减少状况，但规模仅有706亿元。

某股份制银行信贷部门主要负责人王辉（化名）透露，今年一季度经济基本面将短暂受到压制，目前多数企业都没有复工，新增信贷需求较少，一季度信贷投放规模预计会比去年有所下降。

相较于中小银行的“担忧”，在金融机构支持受疫情影响中小微企业行动中，充当主力军的国有银行信贷状况相对保持良好。一位国有大行相关信贷部门负责人告诉北京商报记者，截至目前银行内部信贷投放势头良好，他有信心不会出现一季度信贷投放规模下降的情况。

信贷审批风控难度加大

作为银行风险管控必不可少的环节，现场尽调在疫情之下近乎停滞。

“为保护银行一线营销员工及客户健康安全，银行内已暂停原有的各类厅堂内部人流密集、空间密闭的营销活动，通过下发营销指引，指导客户经理进行线上营销。这次疫情影响最大的就是没办法很好把控企业内部存在的风险，因为现场尽调都停止了。”让资深信贷业务员曹磊（化名）感触最深的是，由于是一户一策，把握的政策标准也不一样，同时不能现场尽

调，企业的经营状况也比较难以把握，存在一定的困难。

北京商报记者从多位银行业信贷部门从业人士处了解到，目前银行信贷投向的安排划定得比较明确，主要是企业申请，银行受理，再进行协商解决。从实际情况来看，银行也主要是通过电话或者网络等方式接受企业的申请，对于经营状况认定为流动性造成困难的企业，适当给予延期。

每接到一份尽调业务，曹磊最先做的就是核查客户的身份，通过对申请表分析概括客户特征，然后在线上查询客户的征信，尽可能通过各种途径对客户做侧面了解，最后综合已获得的信息，对客户做初步的分析和判断。在线上交流时主要以开放式的问题询问，了解企业借款的实际财务状况、经营情况“征信出问题、企业经营状态出现异常的企业一般情况下是不会考虑做贷款的。”曹磊说道。

关于审批业务，李昭（化名）所在的国有大行也有一套线上解决方案，他向记者透露，目前行内基本实现全员错峰复工，但由于实地尽职调查受限，主要还是以线上审核为主，对公信贷前中后各阶段业务申请及审批流程，在一定权限内扩大分支行授权；简化授信手续，建立抗疫审查审批工作联系机制，提高信贷审查审批效率。

即便采取了多种解决措施进行线上尽调，但对于银行来说，此次疫情对企业偿债能力造成影响、导致风险把控难度提升已成定局。

王辉指出，不同行业因受疫情影响程

度不同导致对信贷资金的需求程度也会有所差异。目前除了医疗、在线教育等少数行业外，大多数行业受到疫情影响，尤其像批发零售、住宿餐饮等行业影响较大，这些行业的中小企业偿债能力或下降，甚至部分企业不能达到授信标准，因此信贷投放工作中对于如何做好实质风险判断、如何剔除疫情因素影响判断企业及相关行业发展前景提出了新的挑战。

全年信贷投放计划无虞

因疫情的出现信贷业务营销工作受到影响，贷款调查受到干扰，进而对贷款投放量产生影响，也引发了市场对银行全年信贷投放策略变化的讨论。

在谈及银行是否会因为疫情而调整全年信贷投放计划时，一位国有大行相关负责人向记者坦言，肯定会调整计划，但影响还要看疫情的持续时间，如果4月结束，影响可控。

另据一家股份制银行相关人士透露，目前行内已经对2020年全年信贷计划有了初步预估，视视情况进行调整。

而随着疫情控制形势好转，企业信贷需求有望逐步释放，信贷投放压力或将有所好转。王辉认为，疫情结束、企业陆续复工后融资需求会逐步增加，只是时间上有所推迟。信贷需求暂时被压制，会影响信贷投放节奏，但随着后期信贷需求的逐步释放对总体信贷规模增长的影响比较有限。

工商银行总行高级风险经理郝志运在接受北京商报记者采访时表示，疫情除了对银行信贷投放和业务经营产生影响，更重要的是一些企业由于流动性出现困难，未能按时偿还银行贷款，银行不良贷款率在短期会有所增加，但是对全年信贷投放的影响和总体风险可控。

在分析人士看来，疫情只是影响信贷的投放节奏，不会影响信贷的总量。交通银行金融研究中心首席研究员唐建伟表示，预计疫情得到有效控制之后，国家就会启动疫后重建相关工作，为把全年失去的时间抢回来，财政和货币政策都会发力逆周期调节，以确保完成全年经济和社会发展目标。如果疫情在一季度未能得到较

好的控制，从二季度开始，前期被遏制的信贷需求有望在疫情好转后得到明显恢复。且为了支持疫后重建，不排除全年新增信贷投放规模超出原来全年预期的可能性。

科技产业等成新增长点

突如其来的疫情也催生出大量线上服务需求，线上营销、线上产品创新等迎来了爆发式增长，这也让银行发现了新的信贷投向机会。

李昭直言，疫情期间业务可进行线上审批、远程办公等措施，有效解决相关企业授信、续作等需求，目前正通过加大线上产品营销及加快产品线上化等措施改善信贷投放节奏，这也促成了银行营销模式及产品模式的变革。

可以看到，银行已经开始纷纷加强线上营销力度，加大对线上产品的创新力度，虽然系统的建设和更新可能还需要时间完成，但未来线上信贷业务增长趋势不会改变。

在唐建伟看来，疫情重点冲击用户聚集型的线下服务业，带来与之替代性较强的线上经济发展；疫情可能改变消费观念，更加注重食品安全，并对绿色环保、垃圾处理、水和空气净化等领域带来发展机会；疫情将促进远程协作与移动办公平台发展，带动相关咨询服务产业和科技产业发展，特别是基于5G技术基础发展壮大的新业态。商业银行可密切关注在新旧动能转换、产业结构调整过程中出现的新行业、新业态、新客户，将信贷资源向这些新客户、新业态倾斜，在支持新旧动能转换的同时，力争拓展出一大批高质量客户。

“疫情中催生的防疫医疗、在线教育、网络平台、网络游戏等领域或许是新的信贷投向机会，特别是对防疫行业的信贷投向，既是银行计划外新的业务增长点，也是银行践行社会责任的体现。商业银行应根据本身的战略定位、客户结构和传统优势积极对接提供金融服务，帮助企业尽快恢复生产经营，同时要防范疫情带来的信用、流动性和市场等风险，有效及时处置不良资产。”郝志运进一步指出。

北京商报记者 孟凡霞 宋亦桐

账上资金撑不过2个月 餐饮老板自述：我如何借“0账期”自救

660万元的现金及时“续命”，张天一稍微松了一口气。“如果能穿越回2019年底，我绝对不会再做出来未尝开十几家新店的决策。”2019年底，张天一给其创办的霸蛮湖南米粉按下发展的快进键，本来抱着子弹打空的心态快速狂奔，却迎头撞上疫情。一个月要支出近2000万元的成本费用，而线下60家门店收入基本为0。“这样下去，公司的资金撑不过2个月。”3月4日，在接受北京商报记者采访时，张天一感叹道。

过去20多天，张天一集中资源发力线上电商“自救”，但自然回款账期长难解“近渴”，要熬过这个充满寒意的冬天，张天一们怎么办？

“账上资金撑不了2个月”

“这次疫情，对我这样的创业者而言，显然是众多挑战中最大的一次。”张天一感叹。犹记得多年前“90后”北大硕士毕业卖米粉，让张天一吸引了不少眼球，一晃他的米粉生意已经做了五年。

2014年，张天一创立霸蛮湖南米粉餐饮品牌，五年过去，霸蛮在全国有了60家线下直营门店，北京就开了40家，遍布各个主要购物中心，员工也扩张到了500多人。“春风得意马蹄疾”，但最近几个月张天一和他的米粉生意却经历了最难熬的冬天。

2019年末，霸蛮湖南米粉快速扩张，张天一决定突击线下，新开十几家餐饮店。没料到遇上了疫情发生，不仅线下业务颗粒无收，还要负担近2000万元成本；数百号员工工资要保、房租得付、供应商货款也得东拼西凑地兑付……”压得张天

一透不过气，用他自己的话说，感觉在快速狂奔的时候，撞到了一堵墙。张天一一对北京商报记者表示，以当时现金流情况来看，公司撑不到2个月。

“绞尽脑汁，多死点脑细胞，可能公司就会多一条生路。”这段时间，张天一每天早上6点就起床，脑袋里转着各种思路，8点半开始和团队陆续开各类视频会议。

转机发生在2月上旬，生死存亡间，张天一团队突然发现，此前没有重视的天猫等电商渠道销售的半成品速食米粉后台数据有了明显的增长，张天一果断决定，既然线下餐饮短时间干不成了，那就集中人力发力线上试试。

东方不亮西方亮，2月10日左右到2月底，霸蛮在天猫一共发出近10万个包裹，而半成品速食米粉销售额达到1000多万元，与疫情发生之前相比增长了3倍。

660万元“0账期”救急

货发出去了，但照例，销售自然回款需要一定账期，还是不能及时“回血”。很多消费者可能不曾了解，在淘宝等电商网购过程中，买家购买了产品，点击“确认收货”钱才会打给卖方，从而确保买卖双方的利益。一般零售行业商家回款周期在15天-2个月不等。

最重要的是找到“及时钱”；最困难的时候，我密切关注各个平台的商家扶持政策，真正解决燃眉之急的还是天猫的“0账期”，原来卖出后10几天才能提出货款，现在账期取消了，每发出一份包裹，支付宝上就能提出一份货款”。张天一表示。

张天一说的“0账期”，是网商银行和淘宝在疫情期间面向商家推出的扶持举措，商家申请提前收款、发货后秒速回款无需等确认；作为买方的消费者继续享受支付宝担保交易，权益保障不受影响；而网商银行则将贷款先垫付给商家。

“疫情期间，天猫和网商银行成为了我们现在唯一有宝贵现金流进来的渠道。”通过天猫的“0账期”回款举措，霸蛮累计提取了660万元的现金。对本颗粒无收的餐饮企业而言，算是救了命。靠着这笔现金，公司可以支付门店房租、员工工资、货款。

事实上，2020年，新冠肺炎疫情的突然暴发打乱了很多企业的节奏，与张天一的一样，越来越多的企业面临“存亡危急之秋”。此前，一份由清华、北大联合995家中小企业进行的调研问卷显示，如果疫情持续，85%的企业现金流最多维持3个月，如何保障现金流，成为企业生存的关键。

3月2日，网商银行和淘宝联合发起倡议，呼吁全社会缩短中小企业账期，不截流不拖欠，保护他们的资金链；网商银行将垫资500亿-1000亿元，和淘宝一起，首先践行“0账期”。

疫情当前，大企业有大的担当，小企业有小的坚忍。接受北京商报记者采访时，张天一正在例行巡店，他告诉记者，目前霸蛮有1/3的门店已经恢复营业，外送有一定的增长，但是线下堂食没有太多恢复，公司目前还主要靠电商业务在支撑，但现金流只要流起来，一切就都有了希望。

北京商报记者 孟凡霞 马婧

为爱担当，中信银行北京分行“党费通”线上捐款助力疫情防控

为助力打赢疫情防控阻击战，全国各地党员纷纷自愿捐款支持疫情防控工作。基于疫情期间不宜采取聚集、现金捐款方式的考虑，为更好地协助各级党组织、各单位党委做好党员捐款的服务工作，中信银行推出“党费通”线上捐款功能，以“全时空、无接触、献爱心”为着力点，为各单位党员捐款有序开展提供保障。

疫情发生至今，北京体育大学的一众师生时时刻刻心系疫情发展、关注重点疫区动态。近期，学校的广大师生党员自发开展捐款活动，支持疫情防控工作，为在疫情防控一线的各行业工作者及病患献爱心。为保障党员捐款活动的有序进行，北京体育大学寻求“不出门、不聚集”的捐款方式，中信银行获悉情况后第一时间研究服务方案，在行内现有产品的基础上迅速进行产品改造，次日即推出了“党费通”线上抗疫捐款功能，解决了学校广大师生党员“不见面”捐款的难题，并通过该功能协助学校有效管理募捐款项。3月4日12时，北京体育大学募集款项全额上划至上级党组织。

“党费通”是中信银行为各级党组织、所有党员建立的集党费交纳、使用、管理和服务为一体的自动化综合管理平台，为党员自主、及时交纳党费提供便捷服务，也为各级党组织规范管理党费提供了技术支持。本次推出的线上捐款功能，进一步提升了“党费通”对各级党组织的服务能力，不仅节约人工成本，且捐款金额透明，便于精准统计。截至目前，中信银行北京分行的“党费通”线上捐款服务已经助力国家部委、北京市政府部门、企事业单位和高校的28个党委、224个党支部的11745名党员将爱安全、快速地传递到“抗疫”一线。

时值抗击疫情的关键时刻，中信银行北京分行将继续为爱担当，延续这场“不见面”的爱心接力，积极主动作为，始终把助力疫情防控作为服务重点，全心全意为广大客户提供贴心、便捷的金融服务，用实际行动传递中信温度。

