

金融加减法 银行保障企业全力以“复”

引入资金活水,增强经济韧性;“回血”普惠,为企业卸下包袱……今年以来,一系列金融纾困政策渐次落地。在解决企业融资难方面,加大信贷投放、减费让利、延期还本付息、提高服务效率成为主旋律。当前,疫情防控形势渐好,复工复产正在稳步推进当中,面对企业融资难题,北京地区金融机构如何应对?应在什么地方做“加法”,什么地方做“减法”?银行的思路已经明晰。



做“加法” 金融服务不降级

4月下旬以来,北京地区疫情突发,对部分行业、企业的生产经营以及人民群众的日常生活造成了较为不利的影响。疫情发生以来,面签、尽调工作遭遇了不小的难题,为了做到金融服务不降级,我们也在积极进行尝试。”谭卓明(化名)是一家股份制银行零售信贷业务部门负责人,在工作之余他抽空接受了北京商报记者的采访。

“疫情期间有部分借款人被封控在家里或外地,针对这类情况,我行优化了作业流程,采用‘非接触’方式确认企业的延期还款申请意愿以及企业目前的经营情况。”谭卓明告诉北京商报记者,“我行制定的要求是可先行受理借款人延期还款方面的需求,待疫情有所缓解之后,再跟客户进行延期还款申请资料的交接程序。”

早在疫情发生初期,监管层就要求采取切实措施保障企业的稳健运行。在监管的要求下,多家银行也按照“特事特办、急事急办、实事求是”的原则,加码授信政策、贷款产品,竭尽全力畅通金融服务渠道。如,北京

银行开辟绿色通道,分别为疫苗生产企业科兴中维和疫情防控科研企业斯贝福快速审批发放贷款6000万元、1000万元支持疫苗和核酸检测设备的研发生产。国家开发银行北京分行向建工集团大兴区公共服务租赁型配套用房应急项目发放2亿元贷款保障急时隔离点建设。广发银行北京分行加大对与疫情防控相关的医疗器械制造、药品生产、抗疫物资供应等客户的融资支持,2022年以来已为北京当地疫情防控相关行业客户累计批复授信56亿元。

当前,疫情防控取得阶段性成果,向好态势持续巩固,面对企业融资难题,近日,银保监会发布《关于进一步做好受疫情影响困难行业企业等金融服务的通知》要求,银行机构要及时满足因疫情暂时遇困行业企业的合理、有效信贷需求,鼓励银行机构在受疫情影响的特定时间内适当提高相关行业不良贷款容忍度。

当前已有金融机构落地执行,谭卓明告诉北京商报记者,“在对外做好风险识别以及风险管控的同时,对内我也调高了对于小微企业贷款不良率的容忍度,并对小微企业贷款在内部资金转移定价方面给予优惠补贴,持续扩大普惠金融业务的客群覆盖面和触达范围”。

做“减法” 为企业及个人纾困解压

若说做“加法”是加大对企业的信贷投放、提高服务效率,那么做“减法”就是通过差异化定价、减免收费、延期还本付息等措施,降低小微企业融资成本,最大限度让利企业。

5月31日国务院发布的《关于印发扎实稳住经济一揽子政策措施的通知》指出,鼓励对中小微企业和个体工商户、货车司机贷款及受疫情影响的个人住房与消费贷款等实施延期还本付息。北京市人民政府6月2日发布的《北京市统筹疫情防控和稳定经济增长的实施方案》(以下简称《方案》)提到,鼓励金融机构对中小微企业和个体工商户、货车司机贷款及受疫情影响的个人住房与消费贷款等实施延期还本付息,简化申请手续、支持网上办理,不因疫情因素下调贷款风险分类,不影响征信记录,并免收罚息。

多家银行也做出了更为细化的方案,零售用户方面,广发银行北京分行发布《疫情期间零售信贷客户延期还款操作指引》,针对符合要求的群体制定了包括调整还款计划、贷款展期、无本续贷、借新还旧等一系列延期措施。盛京银行北京分行也同样对符合要求的群体合理延后还款期限,灵活调整还款安排,对符合条件的受疫情影响客户,按照相关规定对逾期信贷业务的逾期记录进行相应调整。

企业信贷方面,谭卓明所在的股份制银行北京分行也进行了差异化延期还款安排,比如,特别对于贷款即将到期的业务,可直接

采用免还本续贷方式进行操作,帮助企业对于到期债务的无缝衔接。

应延尽延、贷款贴息、加大利率优惠……一系列减负降成本的政策红利如同及时雨一般,让诸多企业发展更有后劲。在北京市银行业协会近日召开的保供稳民生专场新闻发布会上,多家银行北京分行相关人士介绍了做“减法”为企业纾困解压的相关政策。招商银行北京分行对接北京市贷款服务中心,与担保公司推动“创业担保贷”,将融资利率最低降至2.2%,助力企业渡过难关;平安银行北京分行1-4月,为客户延期还本付息涉及的贷款本金和利息16.97亿元。

对金融机构来说,支持企业渡过难关是首要工作,但如何在保障企业能够“活下去”和银行自身资产质量稳定之间取得平衡也为银行人带来新的思考。

谈及具体防风险的措施,盛京银行北京分行普惠金融部负责人介绍称,该行通过供应链金融模式服务核心客户及其上下游小微企业,由核心企业提供信用支持,供应链上相关企业分担资金风险,并通过核心企业生产经营过程中的信息流、资金流、物流等数据,从而有效控制风险。也有银行人士透露,已经融合了一些外部数据资源作为授信策略依据,如企业工商信息、纳税信息、涉诉信息、企业过往融资征信记录等,通过建立数据化风控模型的方式降低贷款违约率。

打通服务 助力实体经济“最后一公里”

银行与企业之间的关系是相辅相成的命运共同体,只有共渡难关,未来才能健康发

展。今年初,按照银保监会《关于2022年进一步强化金融支持小微企业发展工作的通知》要求,已有多家银行执行“普惠型小微企业贷款不良率不高于各项贷款不良率3个百分点以内”的容忍度,普惠金融类指标在内部绩效考核指标中权重占比达到10%以上多个标准。

北京地区普惠小微信贷规模方面,根据北京银保监局披露的数据显示,截至一季度末,北京银行业小微企业贷款余额1.77万亿元,同比增长6.24%,其中中资法人银行普惠型小微企业贷款余额同比增长38.29%,增速比各项贷款同期增速高32.42个百分点。

北京市人民政府近日印发的《方案》再次指出,2022年普惠小微贷款增速高于各项贷款增速10个百分点以上、线上线下相结合提高首贷补贴办理便利度和覆盖面、落实商业汇票承兑期限由1年缩短至6个月政策,加大再贴现力度助力企业纾困。

在光大银行金融市场部宏观研究员周茂华看来,接下来需要落实落细出台各项金融政策,充分释放政策红利;推动银行完善内部治理,提升金融经营与风控能力,提升政策传导效率,进一步打通金融机构到实体经济的“最后一公里”。

招联金融首席研究员、复旦大学金融研究院兼职研究员董希淼指出,政策方面,部分行业和企业受政策调整影响,信贷需求被抑制,难以释放,呈现出结构性的信贷需求不足。金融机构应进一步增强社会责任,在坚持商业可持续和风险总体可控的情况下,适当优化金融资源配置,适度调整信贷制度与流程,加大对市场主体尤其是小微企业、个体工商户的减费让利、纾困解难力度。

民生无小事,枝叶总关情,落实到具体措施,多位银行业人士指出,应进一步延长贷款期限,减轻企业融资压力;持续开展减费让利,降低小微企业融资成本,持续通过金融科技手段、数字化手段破解支持实体和服务民生的难题,通过多样化金融产品来匹配相关企业的融资需求。

北京商报记者 宋亦桐

“电话轰炸”遭人嫌 保险电销变味

“你们能不要每天轰炸吗?一天都快20个电话啦!”北京商报记者了解到,近日,相声演员孙越在在微博上吐槽,车险7月底才到期,但刚到6月,多家保险公司就对他进行了“电话轰炸”。而这并非个例,多位车主也均表示,车险距到期还有一两个月,便会接到多家保险公司的推销电话。

业内人士表示,高密度的保险电销电话轰炸实在让人防不胜防,不胜其扰。保险电销引起反感的原因更多在于消费者以为自己的信息被泄露了,所以,保险公司应当加强客户信息管理,防止客户信息泄露,保险销售人员也要有服务客户、尊重客户的意识。

用户“苦保险电销久矣”

“您好,我是××保险电话车险的客服专员,了解到您车险快到期了……”电话销售保险业务是消费者购买保险产品的渠道之一,电话销售人员对保险产品的情况介绍,对保险消费者决定是否购买保险产品起到至关重要的作用。

然而,却有不少消费者反馈称:“苦保险电销久矣”。近日,相声演员孙越的一则微博更是让狂轰乱炸式电销重回聚光灯下。

“我的车险7月底才到期,已经有一周时间了,你们能不要每天轰炸吗?”通过近日孙越发布的微博截图来看,从上午9点到下午5点,多家保险公司电销业务员几乎“不间断”地拨入。除了表达了不愿被打扰的诉求外,孙越甚至无奈地表示:“谁不给我打电话,我在谁家上保险。”

北京商报记者还注意到,在该微博评论区,很多网友纷纷“出招”,应对“烦人”的保险

电销,也有网友吐槽:“作为保险公司员工,自己都轰炸……”最奇葩的是同一家公司会有不同的人给你打电话。”

除了网友吐槽,还有用户选择在投诉平台“诉苦”。北京商报记者浏览第三方投诉平台黑猫投诉发现,直到目前,相关的投诉已经达到上千条。

有投诉称,车险即将到期前一个月几乎每天都收到保险公司打的电话进行车险推销,拒绝后仍旧继续进行电话推销、骚扰,甚至还从座机号码改用手机号码拨打。也有用户投诉称,在已经明确告知名下车辆已经卖出的情况下,保险公司电销业务员仍旧打电话骚扰,还要求其跟每个打过来的业务员解释这一情况。除此之外,还有用户投诉表示,和客服说了再打电话来也不会续保,电话中的业务员竟表示说别家也会打电话进来。

当前,营销类骚扰电话成为较为困扰用户的一块“心病”。艾媒咨询此前发布的《2019中国骚扰电话市场状况与用户感知调查报告》显示,在网民接到的骚扰电话的类型调查

中,贷款理财排名第一,占比71.4%;保险推销紧随其后,占比50.3%。电话邦联合司信号码数据中心发布的《2020年度骚扰电话形势分析报告》显示,如果把“推销”和“骚扰电话”两项加起来的话,合计占比达到了54.58%,这说明营销电话问题是所有用户最关注、最需要解决的问题。

电销服务变“骚扰”

保险电销为何频频投诉,出现“不受人待见”这一现象?

某保险中介机构负责人对北京商报记者分析表示,保险公司电话呼入是一种营销手段,本身没有错。所有保险公司在培训营销时段时,对被培训者都有要求,比如下午3点—晚上7点进行呼入。因为白天客户开会,联系客户不太好。此外,如果客户拒绝了,可以有不同的话术,比如下次再约等表述。不过,该业内人士也表示,虽然有培训,但业务员不管三七二十一,拿到名单就会从早打到晚。

有保险从业人员对北京商报记者表示,电销业务员的佣金率一直以来并不见涨,对比外卖员、快递员可以拿到上万元的月收入,电销业务员的薪酬略显不足,所以业务员质量越来越差,这可能是导致其不择手段的营销原因之一。

在首都经贸大学保险系副主任李文中看来,首先,之所以车险电销骚扰更严重应该与缺少相关的制度规范有一定关系。现在寿险的电话销售骚扰相对较少,是因为原保监会曾专门发布过《人身保险电话销售业务管理办法》对电话销售行为进行规范,消费者也可

以通过平台要求对保险公司的销售电话进行屏蔽。其次,近年来保险业进入调整期,各家保险公司和工作人员的业务发展压力更大,公司之间、销售人员之间的竞争更加激烈。

保险电销给用户带来烦恼的同时,也正在加剧保险业的“坏名声”。在李文中看来,保险公司这种通过电话轰炸来争夺客户的行为必然会带来消费者的反感,给消费者以不好的消费体验,使大众对保险行业的评价降低。

在连接用户、服务等角度方面,保险电销本来起着正向积极的作用。李文中表示,首先,保险电销可以低成本向客户宣传保险产品,提升客户保险知识,提升客户的保险意识,增加客户的保险产品选择;其次,保险电销可以让保险公司以较低的成本实现保险产品的推广销售;再次,保险电销的低成本特性使得保险公司与客户之间的联系更紧密,能够为客户提供更周到的售后服务。

保险电销需把握尺度

骚扰电话是指推销产品或者是一些冒充警方、银行工作人员进行诈骗以及其他电话骚扰的行为。为了更深入地整治骚扰电话,工信部于2020年8月31日公布了《通信短信息和语音呼叫服务管理规定(征求意见稿)》,拟定任何组织或个人未经用户同意或者请求,或者用户明确表示拒绝的,不得向其发送商业性短信息或拨打商业性电话。

彼时,有声音指出,防不胜防的垃圾短信、骚扰电话将迎来“末日”。

对于保险电销而言,为避免打扰用户,给用户带来不好的体验,应有一定的“尺度”。

李文中表示,避免保险电销对客户造成骚扰,一旦客户明确拒绝之后,相关保险公司就不应该再拨打该客户的电话。即便客户并没有明确拒绝,除非与客户有约定,同一家保险公司也不应该在短时间内多次拨打该客户的电话。

某保险公司从业人员建议,业务员呼入时要征得客户同意再往下说,如果客户说现在很忙,没时间,那就需要先挂断电话。

随着手机通讯的迅猛发展,投保线上化进行,为减少保险电销相关投诉和吐槽,险企及其电销中心显然需要树立意识,从用户角度出发,让本该有着积极意义的电销还用户“清静”。李文中表示,首先,各家保险公司应当加强客户信息管理,防止内部人将客户信息泄露给竞争对手,并形成对客户骚扰。其次,保险销售人员不能只有销售业绩意识,更要有服务客户、尊重客户意识,避免频繁拨打电话给客户带来压力;再次,销售人员与客户电话交谈之后应当马上预约下次通话时间或者事后通过短信等其他方式预约,提升电话销售质量,使电销更人性、更有效。

此外,电销的“温度”也有待提高。“保险本身是第三产业的服务行业,但却没有体现服务的价值,保险公司的服务需要改善。”某保险中介机构负责人表示,客户感觉到了被骚扰,多数对服务不满意,保险公司可以加速产品升级迭代,增加个性化服务。以出行服务类行业为例,客户买了张机票,可能希望的是提醒一些天气状况、航班延误或改签的信息。所以,保险公司应更多地在这方面下功夫。

北京商报记者 陈婷婷 胡永新