

摘 要

数字金融正在重构金融行业的服务模式。小微企业信贷额度小、时间急、期限短、信贷成本高，且信贷渠道有限、信贷信用低，违约风险高。由于经营的不确定性，道德风险与逆向选择问题存在，造成违约风险高。我国小微企业规模和能力限制，在银行业没有得到足够的重视，信贷过程中普遍遇到的“难”“贵”问题，使小微企业成长受限。而数字金融的诞生则为小微企业信贷问题提供了新的机遇。因此，本研究分析并提出数字金融背景下 CS 银行小微信贷业务相关问题，给出优化建议，以提升银行业盈利能力。

本文在对 CS 银行小微信贷产品进行研究后，对于 CS 银行小微信贷业务现阶段的问题进行了探讨，对于问题的改进做出努力，以推动其进一步适应小微信贷业务领域的工作。首先，本文系统地梳理相关文献，内容主要是明确小微企业、数字金融的概念，阐述了理论基础，介绍信息不对称理论、市场定位理论、营销策略理论。经过这部分的文献研究，可以更好地分析文章学习中的问题。接下来，介绍 CS 银行小微信贷产品及具体业务状况，分析目前小微信贷服务存在的问题。因为该行目前的产品以小微企业的小微信贷产品为主，相对于其它竞争产品来说优势并不突出，品类以及营销模式也缺乏新颖性。因此，CS 银行的小微企业信贷产品缺乏绝对的市场。小微金融服务的大数据分析和人工智能技术的应用只开发实现了一部分，信息检索的透明度不高，数据应用没有完全实现智能化。线上金融产品相对较少。并分析了问题产生的原因；最后，针对问题提出优化建议。并且从服务创新、担保方式、信贷支持等方面提出优化的建议，以此促进 CS 银行小微信贷业务上的提高。

本文研究结果表明，CS 银行依托自身优势，积极探索新思路、新方法，利用大数据技术从小微企业中获取业务信息，有效缓解信息不对称问题。要通过多种渠道提供经验和参考，加快业务流程周期，提高小微企业信贷效率，促进信贷交易顺利进行。

关键字：小微企业；数字金融；CS 银行；金融创新

Abstract

Digital finance is reshaping the service model of the financial industry. Small and micro enterprises have small financing amount, urgent time, short term, high financing cost, limited financing channels, low financing credit and high default risk. Due to the uncertainty of operation, moral hazard and adverse selection problems exist, resulting in high risk of default. The limitation of the size and capacity of small and micro enterprises in China has not received enough attention in the banking industry, and the "difficult" and "expensive" problems commonly encountered in the financing process restrict the growth of small and micro enterprises. The birth of digital finance provides new opportunities for small and micro enterprises. Therefore, this study analyzes and improves the problems related to digital finance in the banking industry and small and micro enterprises to improve the profitability of the banking industry.

After studying the small and micro financial products, this paper discusses the problems of CS Bank's microcredit service at the present stage, and makes efforts to improve the problems so as to promote its further adaptation to the work of microcredit service. First of all, this paper systematically combs the relevant literature, which mainly clarifies the concept of small and micro enterprises and digital finance, expounds the theoretical basis, and introduces information asymmetry theory, market positioning theory and marketing strategy theory. After this part of literature research, we can better analyze the problems in article learning. Next, it introduces CS bank's microcredit products and specific business conditions, and analyzes the problems existing in the current microcredit services. Because the current products of this industry are mainly microfinance products of small and micro enterprises, their advantages are not prominent compared with other competitive products, and the category and marketing mode are also lack of novelty. Therefore, CS Bank's financing products for small and micro enterprises lack sufficient market. The application of big data analysis and artificial intelligence technology in small and micro financial services has not yet been realized, the transparency of information retrieval is not high, and the data application is not intelligent. There are relatively few online financial products. And analyzes the causes of the

problems; Finally, optimization suggestions are put forward. In addition, optimization suggestions are put forward from service innovation, guarantee mode, credit support and other aspects to promote the improvement of CS bank's small and micro financial services.

The research results of this paper show that, relying on its own advantages, CS Bank actively explores new ideas and new methods, uses big data technology to obtain business information from small and micro enterprises, and effectively alleviates information asymmetry. Experience and reference should be provided through various channels to speed up the business process cycle, improve the financing efficiency of small and micro enterprises, and promote the smooth progress of credit transactions.

Key words: Small and micro enterprises; Digital finance; CS bank; Financial innovation

目录

第 1 章 绪论	1
1.1 研究背景、目的及意义.....	1
1.1.1 研究背景.....	1
1.1.2 研究目的.....	2
1.1.3 研究意义.....	2
1.2 国内外研究现状.....	3
1.2.1 国外研究现状.....	3
1.2.2 国内研究现状.....	5
1.2.3 研究述评.....	7
1.3 研究方法和技术路线.....	7
1.3.1 研究方法.....	7
1.3.2 技术路线.....	8
1.4 研究内容及创新点.....	9
1.4.1 研究内容.....	9
1.4.2 本文的创新点.....	9
第 2 章 概念界定及理论基础	10
2.1 相关概念界定.....	10
2.1.1 小微企业概念界定.....	10
2.1.2 数字金融相关界定.....	12
2.2 理论基础.....	14
2.2.1 信息不对称理论.....	14
2.2.2 信贷配给理论.....	14
2.2.3 营销策略理论.....	14
第 3 章 CS 银行小微企业信贷业务现状介绍	16
3.1 CS 银行概况.....	16
3.1.1 CS 银行简介.....	16
3.1.2 CS 银行小微企业信贷规模.....	16
3.1.3 CS 银行数字金融发展进程简介.....	18

3.2 CS 银行小微信贷业务分析.....	19
3.2.1 信贷产品分析.....	19
3.2.2 业务流程分析.....	20
3.2.3 管理机制分析.....	21
3.3 CS 银行小微信贷成效.....	23
第 4 章 CS 银行小微信贷业务存在的问题及原因分析.....	25
4.1 CS 银行小微信贷业务调查分析.....	25
4.1.1 问卷发放与回收.....	25
4.1.2 问卷结果统计.....	25
4.2 CS 银行小微信贷业务存在的问题.....	28
4.2.1 CS 银行小微信贷产品不够丰富.....	28
4.2.2 CS 银行获取小微企业数据方式单一.....	30
4.2.3 CS 银行对线上客户的开发挖掘不足.....	30
4.3 CS 银行小微信贷业务存在问题的原因分析.....	31
4.3.1 CS 银行小微信贷产品创新有待提升.....	31
4.3.2 CS 银行与小微之间存在信息不对称.....	31
4.3.3 CS 银行对数字金融科技运用程度不高.....	32
第 5 章 基于数字金融背景 CS 银行小微信贷业务优化建议.....	34
5.1 运用数字金融创新 CS 银行小微信贷业务.....	34
5.1.1 持续优化 CS 银行业务流程.....	34
5.1.2 加大 CS 银行金融产品创新.....	34
5.1.3 建立 CS 银行科技信用评级机制.....	35
5.1.4 打造 CS 银行智能化服务体系.....	35
5.2 建立 CS 银行全方位的客户信息系统.....	35
5.3 积极开发 CS 银行数字金融科技.....	36
5.3.1 建立 CS 银行自有大数据库.....	36
5.3.2 注重 CS 银行自身专业团队建设.....	37
5.3.3 提高 CS 银行对小微客户重视程度.....	37
5.3.4 构建 CS 银行线上互联网金融服务体系.....	38
第 6 章 其他保障措施.....	39
6.1 组织保障.....	39
6.2 制度保障.....	39

6.3 人才保障.....	40
第7章 结论与展望.....	41
7.1 研究结论.....	41
7.2 展望.....	42
参考文献.....	43
致谢.....	47
附录.....	48

第 1 章 绪论

1.1 研究背景、目的及意义

1.1.1 研究背景

支持小微企业发展是党中央的一贯方针，不会动摇。习近平总书记在 2018 年 11 月 1 日开办的小微企业座谈会上指出，至今为止改革开放已经实施了 40 多年，小微企业发展对小微经济进行了强有力的促进。我国小微经济贡献了 50% 以上的税收、60% 以上的 GDP、70% 以上的科技创新成果、80% 以上的城镇就业、90% 以上的企业。

中小企业的发展成长过程并不顺利。他们在经营和发展中面临的困难和问题集中在市场、信贷、转型三个方面。解决小企业发展问题，首先要铲除钱的问题，随着小微企业信贷渠道的拓宽，信贷成本逐渐降低，国家在对银行绩效评价方面支持小微经济发展。

数字金融正在重构金融行业的服务模式。资本市场一直重视数字技术、大数据、人工智能的应用和发展，使得其能够为投资者提供的金融服务更智能、更便捷。在整个资本市场的发展中，数字金融应该利用资本推动数字技术重点领域的技术创新。更要强化服务实体经济能力，均能推动数字金融发展。数字金融的发展呈现出了新的趋势，金融科技产业将成为金融科技新应用的一项爆发点，金融科技应用会带来银行业转型发展的结构性机遇，金融科技会更进一步强化金融服务和实体经济的深度融合。数字金融在小微信贷服务中具有开创性的作用和重要性。以银行为代表的金融机构无法从海量信息中获取准确的业务数据，或者是了解自身的活动。正因为如此，大多数银行都不愿意为小企业和微型企业提供金融援助，而这些援助通常被用来降低资本风险。小微产品的开发和营销往往面临诸多问题，严重影响企业的有序发展。另一方面，数字金融可以帮助银行更好地了解小企业的实际感受。数字金融的应用使银行机构能够对中小微企业进行广泛的研究。通过为中小微企业提供优质的金融服务，将有可能缓解他们的信贷困难。

而央行《金融科技发展规划》一文中谈到，加深人工智能、大数据、云计算等技术应用以使金融科技产品和服务创新。加快完善信用流程和信用评级模型。它为小型企业提供了一个重点领域，并指导企业征信机构使用数据。支持企业信用评级，

降低经营管理成本，提高放贷效率，解决企业信贷难、成本高问题，支持金融转型升级，新旧能源转型。基于大数据处理、智能审计等技术分析行业、财务、偿付能力等方面的情况，加强风险预警，减少信息不对称，及时调整金融机构信用等级，防止资金转移、经营不善和退款。困难和高风险的公司提供决策支持，以解决物理和虚拟退出以及资本流动等问题。在供应链中广泛推行大数据分析，确保贷款资金运用到保险性，使得供应链上下游企业能够寻找到的信贷途径相对高效便捷，建立金融供应链。供应链分布不均可以解决服务业问题和产业问题，可以合理控制金信贷源在经济社会发展重点领域和薄弱环节的分配。

1.1.2 研究目的

对那些小企业信贷面临的挑战，小企业在数字金融的发展中找到了出路。数字化信贷具有信贷渠道广泛、速度快、门槛低等优势，适合规模不大的企业。信贷金额小、周期短、门槛低、借贷频率高、缺乏有效担保等，这对小企业和银行使用传统金融模式为小企业服务的竞争战略产生了重大影响。数字金融正日益潜移默化地影响着银行业的金融服务模式，对银行业的发展产生决定性的影响，为银行业创造和实现价值开辟了新途径。

本文介绍了具有数字经济背景的小型企业的金信贷产。基于对我国中小企业数字金融服务现状的研究，CS 银行推出了一种整合数字金融的方法，为中国中小企业提供服务。为金融和中小企业创造新机遇，提升 CS 银行竞争力。

1.1.3 研究意义

理论意义：目前的社会中正在以数字金融作为新型领域进行推广，第一，本文总结了数字金融对中小企业和银行业金融活动的影响，从行业角度分析中小企业的金融政策，阐明大数据对银行业的影响。第二，基于此，本文以本省 CS 银行为例并作为研究的重点。第三，我们根据行业现状采取整改措施。

现实意义：以 CS 银行为研究对象，深入探究其对小微企业的信贷服务现状。探索这个问题具有重要价值，因为中小微企业通常在国民经济中发挥重要作用。同时，从数字金融的问世到央行数字金融发展规划的问世，对整体经济产生了巨大的影响，证明金融业的变化程度是非常大的。信贷困难一直困扰着公司。因此，随着时间的推移，数字金融的应用带来了巨大的变化，这与中国当前的发展趋势是一致的。最后，在竞争日益激烈的环境下，CS 银行必须依托现有的小微金融业务模式，在省级金融行业站稳脚跟，保持数字金融的领先地位。优化和扩展是重要且不可避免的选

择。因此，对于数字金融模式优化的 CS 银行小微企业金融服务，极大运用、发挥自身的竞争优势，推动未来高质量发展。

1.2 国内外研究现状

1.2.1 国外研究现状

1、影响小微企业发展的因素

V. Barkhatov、D. Pletnev、A. Campa^[1]比较分析了欧洲和俄罗斯小企业的现状、发展前景和存在的问题。本研究考虑了开办小企业的数量、立法制度、无雇员个体经营的数量、官僚制度对小企业生活的影响、失业和腐败。该研究结果表明，小企业的发展与良好的制度、健全的社区以及对经济和小企业部门的信任和乐观相关。William C. McDowell、Michael L. Harris、Patrick R. Geho^[2]研究了年轻和年老的组织不同的战略导向，对 141 家小微企业的研究结果表明，外部战略重点与较年轻的公司的更高绩效相关，而内部战略重点与较成熟的公司的更高绩效相关。Daisuke Tsuruta^[3]研究了在金融危机期间，小企业无贷款关系和流动性管理并分析了原因。Timothy C. Dunne、Joshua R. Aaron、William C. McDowell^[4]研究了领导能力对小企业创新能力的影响。领导风格、谈判风格和组织效能都能够影响到新产品创新。也就是说，具有启发性、谈判富有竞争力、领导高效组织的小企业领导人，所建立的环境更有可能产生新产品的创新。Kristine M. Kuhn、Tera L. Galloway、Maureen Collins-Williams^[5]研究探索了小企业主最看重的建议和顾问背后的因素。研究 528 名业主在过去一年中，所依赖的正式和非正式的建议的来源，并确定哪一种对他们最有益，他们从最好的顾问那里得到了什么类型的建议，他们如何沟通。结果显示，所有权的长度和创始人的地位影响着业主最看重哪种类型的顾问。总体网络广度、所有者人口统计数据 and 业务特征与首选顾问提供的建议和支持的性质呈现出显著相关，即使在控制了顾问类型之后一样。性别、年龄和地理位置预测了主人与他们喜欢的顾问在线交流的程度，这影响了他们获得的情感支持的水平。Jeffrey M. Campbell、Joohyung Park^[6]研究和探讨了与自身利益、企业社会责任和基于资源的策略相关因素，用来帮助预测包括零售和服务为基础的行业在内的多个领域的小企业绩效。研究结果认为，社会资本、创业导向和智力资本等资源，以及社区作为利益相关者的战略管理，有助于提高小企业的绩效。Shujun Ding、Chunxin Jia、Zhenyu Wu^[7]研究了广告与融资之间的关系，通过调查了小公司使用广告，来吸引来获得债务融资的机会。他们通过对 100 多万份样本的研究，发现广

告支出与小公司融资关系呈正相关。Daisuke Tsuruta^[8]研究了接班人对于年长企业的影响。发现对于这些企业而言，接班人有着重要的影响。

2、小微企业的发展

Inta Kotane、Irina Kuzmina-Merlino^[9]在对拉脱维亚运输和仓储服务业中小企业，进行经营绩效评估实践分析，研究发现拉脱维亚中小企业的经营绩效评价，主要可以采用单纯的财务指标来进行。该研究揭示了传统的基于经济活动财务指标分析的绩效衡量方法的不足，并以近年来一些破产公司的财务状况分析为例来解释其破产。Shaked Gilboa、Tali Seger-Guttmann、Ofir Mimran^[10]研究了关系营销在小企业客户体验中所发挥的独特作用。与大企业的技术导向不同，小企业的客户体验在于与客户的人际关系互动。研究结果显示，沟通和个人关怀增强对小企业的信任，而社会关系则会促进承诺。这两种关系营销策略都能给企业带来积极的客户结果。Marileide Barbosa、Juan Arturo Castañeda -Ayarza、Denise Helena Lombardo Ferreira^[11]研究了小企业可持续发展的战略问题。

3、小企业融资与信贷

Sena Durguner^[12]研究了小企业贷款中借贷关系是否还重要。结果表明，尽管关系在小企业贷款中的重要性出现了下降，但是高强度的关系，仍然是相关的，可以使借款人受益。研究结论是，关系贷款仍然是小型银行保持与其他银行竞争能力的重要方式。Selim Raihan、S. R. Osmani、M. A. Baqui Khalily^[13]研究了小微信贷与贫困和家庭福利的宏观影响。小微信贷的扩张是金融行业发展的一个重要维度，它可以通过多种渠道影响到实体经济。这些渠道包括资本积累、生产率提高以及不同部门之间资本和劳动力的重新配置。Kristle R. Cortés、Yuliya Demyanyk、Lei Li^[14]研究了压力测试和小企业贷款之间的关系。在危机后的压力测试改变了银行对小企业的信贷供应。研究表明，受压力测试影响最大的银行，将其信贷业务从风险较高的市场转移到更为安全的市场。同时还提高了小额贷款利率。结果表明，银行调整了不同市场信贷业务的份额，但不会减少信贷总额。Edward Gamble、Gary Caton、Kelig Aujogue^[15]发现 2008 年金融危机后，美国国会通过了多德-弗兰克法案(Dodd-Frank Act, DF)，其本意是政府想约束大银行，但结果却惩罚小企业，DF 对小银行发放的小企业贷款数量和金额都有着负面影响。Yan Yuan、Zhao Rong、Nana Xu^[16]研究了小企业使用信用卡进行金融融资的情况，研究表明，使用信用卡提高了非正式小企业的后续存活率。研究也发现，小企业融资受限时，企业家们会进行个人信贷来弥补企业资金缺口。因此，他们认为中国发展小额金融业务来支持小企业是比较重要的。Moh'd Al-Azzam、Karim Mimouni、Houcem Smaoui^[17]研究了小

微信贷中的补贴，存款和低成本之间关系。研究显示，补贴加剧了成本低效率，而吸收存款则降低了成本低效率。假设小微信贷机构同时吸引补贴和存款，存款可能会加重成本效率低下。Michael Adusei^[18]研究了利率与小微信贷机构的社会绩效，结果表明，小微信贷的客户大都是穷人，没有其他的资金来源，所以只能是任何利率。Sandra Kendo、Josephine Tchakounte^[19]研究分析了小微信贷机构如何与商业银行进行金融互动，以及影响其金融一体化增加的驱动力。四个主要驱动力被确定：代理成本、财务发展、财务业绩和外联鼓励小微信贷机构金融一体化程度提高的因素是金融发展水平高、低利润小微信贷机构的借贷需求增加、贷款增加和活跃借款人数量增加。Bo Wang、Yunjun Yu、Ziying Yang^[20]研究中国 P2P 借贷中介机构的详细数据，用来调查地方小微信贷机构的扩张是否会影响 P2P 借贷，研究表明，随着小微信贷市场的深化，P2P 借贷的贷款可获得性上升，贷款成本下降。小微信贷市场的深化，能够进一步促进普惠金融的发展。

1.2.2 国内研究现状

1、数字金融发展的研究

黄益平、黄卓^[21]认为，我国 2004 年阿里巴巴支付宝账户的使用，可算作中国数字金融的起始点，但目前行业内一般将 2013 年余额宝业务的开展视为中国数字金融发展的元年。截止目前为止，数字金融带来的最大好处即是普惠金融。银监会等相关机构自 2006 年起，着力关注普惠金融的发展，例如成立小额信贷机构、在金融机构设立专门机构等举措，但效果不佳，普遍缺乏商业可持续性。黄浩^[22]提出，通过十年左右的发展与建设，我国的数字金融生态系统早已初具雏形。目前，数字金融已经涉及了中国的信、贷、汇几乎所有的金融业务，成为金融体系中至关重要的组成部分，它代表了中国金融行业未来发展路线。同时，何宏庆^[23]认为「随着现代农业的发展，乡村产业融合发展步伐不断加快，也显现出对数字金融发展的需求，具体表现在对金融产品种类和金融服务方式等方面也提出了更高的要求。从事物发展双刃剑来看，何宏庆^[24]更是提出，数字金融改变传统金融模式的进程中，也将会带来一些新的社会问题，如何化解其中的风险和矛盾，也是各行业在运用数字金融时，需要考虑的问题。

2、数字金融与信贷约束的研究

李佳、段舒榕^[25]研究表明作为传统融资模式的转化方案，数字金融提供了更为便捷、更低成本的融资渠道，提高了企业的融资可得性。第一，数字金融通过提升资金供求双方的信息对称度，丰富了资金供给者的信息渠道是目前数字金融最大的优势。第二，数字金融通过削弱银行的信用中介优势，降低企业的信贷融资意愿。

借助大数据、云计算与人工智能等技术,数字金融在传统金融体系的基础上延伸了金融服务边界。徐蕾,翟丽芳^[26]认为数字金融在改善普惠金融平等、帮助消除贫困、缩小收入差距等方面发挥着不可替代的作用,这一效果在中国欠发达地区表现甚是突出。换句话说,数字金融为社会底层群体获得低成本的融资服务奠定了基础,因此是实现低成本、覆盖面更广、更具可持续性的普惠金融的重要来源。谢家智,吴静茹^[27]研究表明,信贷的需求型约束和供给型约束同时存在使得我国的信贷市场内部发展不均衡,数字金融可以显著促进小微信贷需求,并降低信贷约束的概率。

3、数字金融对银行信贷业务的作用

温博慧,刘雨菲,程朋媛^[28]通过数据分析得出结论,数字金融对我国传统银行小微信贷具有正向促进作用,且相邻地域的数字金融应用程度会推进本地区银行小微信贷的提升。第二,不同维度数字金融发展对小微信贷的溢出影响,在我国东部地区目前呈正向溢出效应。余静文,吴滨阳^[29]认为,数字金融在收敛银行信贷业务系统性风险上有正向作用,但对于商业银行风险承担的影响具有异质性:城商行和农商行对数字金融的反应更为敏感,大型股份制银行和国有行则更加审慎,数字金融对农商行类机构的风险收敛作用最为显著。而在数字金融推进过程中,根据传统的市场力量观点,汪洋,何红渠,常春华^[30]提出银行竞争能够增强信贷资源优化配置,提高银行挖掘企业信息的潜在动力,降低企业融资成本。反之,银行垄断则会导致信贷供给不足和资金成本上升,不利于小微企业发展。因此,在当下数字金融蓬勃发展背景下,对银行竞争格局产生较大冲击,尤其是在银行机构数字化转型升级提升服务能力和效率环境下意义重大。

4、影响小微企业融资的原因

罗荷花、李明贤^[31]认为企业主基本特征,技术密集型、劳动密集型与资本密集型的差异,以及地域差异,会影响到小企业融资。薛兵、王学良^[32]小微企业融资最大困难是缺乏银行愿意接受的抵押资产,此外,小微企业规模小、抗风险能力较弱、财务管理水平低,适用小微企业的金融产品较单一,信用担保体系不完善。缺乏风险补偿机制,服务小微企业的银行业金融机构偏少,也造成了小微企业融资难。高敏^[33]调查了我国吉林省农村小微企业融资出现的问题,指出了普遍存在的,现代企业制度的不足,融资风险大,小微企业竞争办差,难以获得正规渠道的信贷支持这四个问题。冯业栋、黄爽、章琦^[34]利用中国小微企业的调查数据,研究发现,来自正规金融机构的贷款,能够促进了企业产品或技术的创新,同时增加了企业的研发与创新投入,而来自非正规机构的则没有起到促进作用。胡俊波,熊若希,唐张雨青^[35]以四川省 438 户农村小微企业为研究对象,结果表明,从整体上看,信用评价价的确能够缓解农村小微企业融资难的问题。龙安芳、安淑新^[36]研究了货币政策变化与小微型企业贷款需求关系研究。基于 VAR 模型的实证研究,分析国家出台支持小微

型企业的货币政策，结果表明，政策起到了作用，特别是定向降准，使得相关金融机构贷款余额增加，解决了不少小微企业的融资需求问题，货币政策确实发挥了良好作用。邓超、周峰、唐莹^[37]研究表明，商业银行信任，对小微企业信贷产生了显著的影响。也就是银行信任与小微企业贷款可获得性呈显著正相关关系，与贷款利率呈负相关关系。

3、小微企业信贷与融资的发展

张晓玫、梁洪、蒋昊然^[38]研究表明，区块链能够在根本上改变融资双方的原先的信息结构，然后能从根本上缓解小微企业的信贷配给，同时指出未来一个时期的金融市场，直接融资模式将占主导地位。邓大松、赵玉龙^[39]研究发现，商业银行在支持小微企业发展过程中，“信息孤岛”是主要难点，且信贷过程中的各项成本较高、风控难以严格把控、融资结果与企业需求差异化较高、可预见风险不够透明化等难点问题。唐莹、邓超研究了银行信任视角下，我国小微企业的信贷约束，“研究结果显示，银行信任对小微企业的信贷可获得性影响显著，高程度的能力信任和诚实信任有助于小微企业获得银行贷款”^[40]。张立、王峰、李学^[41]研究了吉林省当地的政府、银行、媒体和小微企业自身四个影响因素，并针对这四个方面问题给出了合理建议。王雁飞、周茂清^[42]研究小微企业信贷配给问题的成因，并给出了缓解小微企业信贷配给的路径。

1.2.3 研究述评

综上所述，通过对文献的回顾和整理，国内外关于银行业运用数字金融下小微信贷模式创新研究还不多，然而，中国国内商业银行的信贷模型尚无系统数据。本文以小微企业为切入点，以CS银行为研究对象，分析总结了该银行小微信贷业务在数字金融基础上的综合应用，提出了CS银行对小微信贷业务的创新建议，提供参考意义。

1.3 研究方法和技术路线

1.3.1 研究方法

(1) 文献分析法。搜集、阅读、整理、总结相关领域的文献是科学研究的基础。通过中国知网、万方等专业学术网站，我们为小企业收集互联网资金、信用等相关文献资料，并根据实际研究对期刊信息进行分类。在本次论文的写作过程中，作者参考了多篇关于互联网信贷和小微信贷的文献，在对这些文献中所表达的观点和看法、意见和建议进行内化之后，对文献进行分类、总结、分析，得出自己的研究思路。

(2) 案例分析法。为了使理论研究更贴近现实，本文在分析 CS 银行小微信贷服务的现状、产品模式、产品内容，更全面地呈现实际案例研究中出现的问题，提出了相关的改进建议。

(3) 问卷调查法：通过设计和发放调查问卷，得到当地小微企业信贷需求情况、CS 银行信贷服务等金融服务情况，为信贷服务方案的优化定基础。

1.3.2 技术路线

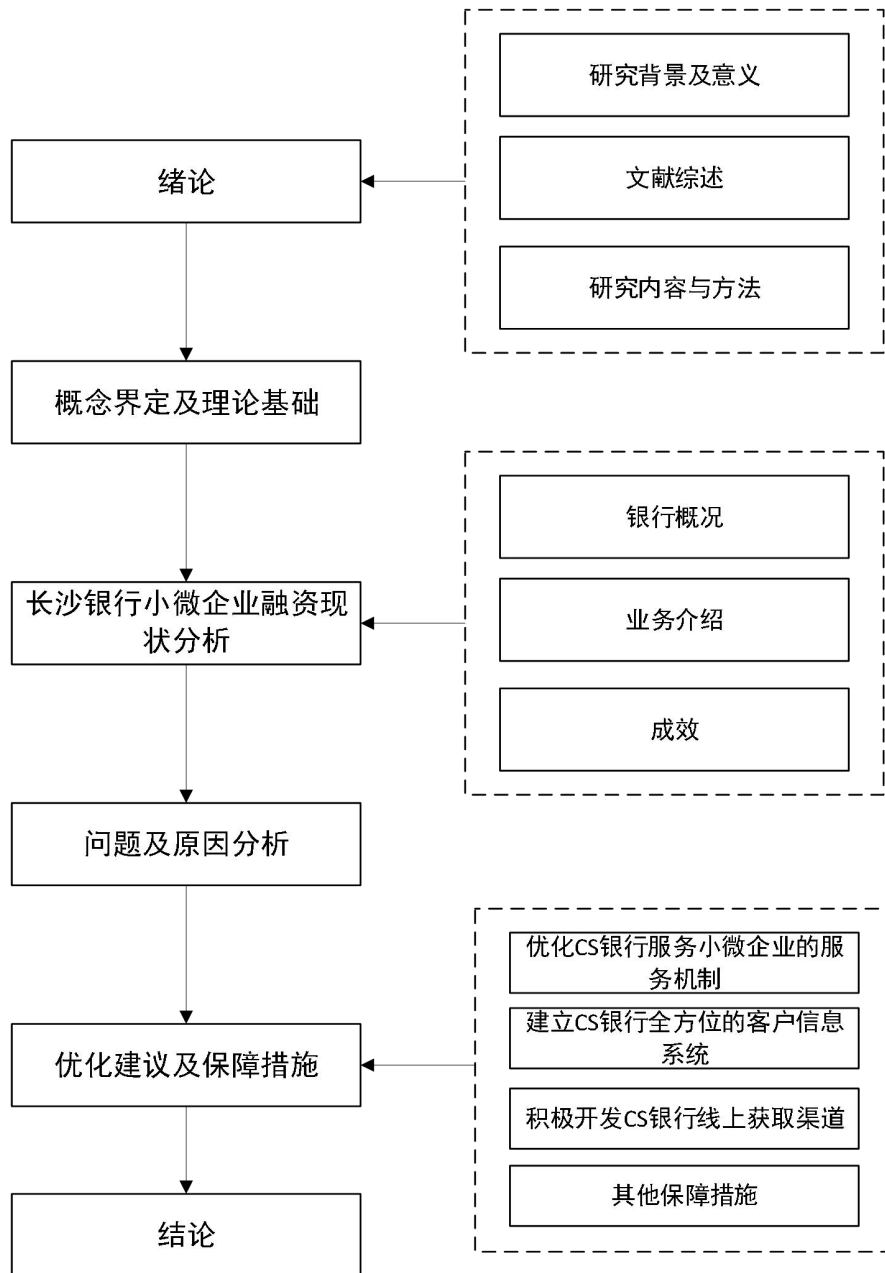


图 1-1 技术路线图

1.4 研究内容及创新点

1.4.1 研究内容

本文主要有以下六个部分的研究内容。

第一部分系统报道了国内外研究的背景、意义和现状。在本研究中，作者的框架和方法是根据国内外小微信贷产品的研究成果确定的。

第二部分系统地介绍了构成本文基础的相关理论。本节主要界定中小企业和数字金融的概念，介绍信息不对称理论、市场定位理论、营销策略理论。

第三部分本文说明并分析了 CS 银行小企业金融业务，数字金融应用业务流程机制和产品模型分类研究；并对结果进行验证和质询。

第四部分重点对于 CS 银行小企业信贷活动中存在的问题和原因进行探究。

第五部分针对 CS 银行现有小微信贷产品和服务存在的问题，提出优化建议，促进银行小微信贷服务水平的提升。

第六部分从组织、制度、人才三个方面提出保障措施。

1.4.2 本文的创新点

本文以 CS 银行为分析对象，系统考察了银行对中小企业金融支持的措施、经验、困难和对策。它系统、规范、完整，可以避免传统方式下研究的不足，对本课题的实际意义重大，而通过对 CS 银行的研究得出经验，能针对需求提出更为可行的对策措施。

第2章 概念界定及理论基础

2.1 相关概念界定

2.1.1 小微企业概念界定

2.1.1.1 小微企业

家庭作坊式企业、个体工商户等都被包含在小微企业的范畴里，这种类型的企业产品成本服务种类单一、产权和经营权高度统一、从业人员较少、规模和产值较小。

以《中华人民共和国中小企业促进法》、《国务院关于进一步促进中小企业发展的若干意见》为基础，2011年6月，工业和信息化部、国家统计局等四部委审议并正式制定了《中小企业分类管理办法》。根据员工、营业利润、总资产等指标以及国内的现状，小微企业标准按行业划分，如表2-1。

表 2-1 我国现行小微企业划分标准

行业标准	指标名称	计算单位	小型	微型
农、林、牧、渔业	从业人员	人	无	无
	营业收入	万元	50-500	50 以下
工业	从业人员	人	20-500	20 以下
	营业收入	万元	300-2000	300 以下
建筑业	从业人员	人	无	无
	营业收入	万元	300-6000	300 以下
	资产总额	万元	300-5000	300 以下
批发业	从业人员	人	5-20	5 以下
	营业收入	万元	1000-5000	1000 以下
零售业	从业人员	人	10-50	10 以下
	营业收入	万元	100-500	100 以下
交通运输业	从业人员	人	20-300	20 以下
	营业收入	万元	200-3000	200 以下

续表 2-1 我国现行小微企业划分标准

行业标准	指标名称	计算单位	小型	微型
仓储业	从业人员	人	20-100	20 以下
	营业收入	万元	100-1000	100 以下
邮政业	从业人员	人	20-300	20 以下
	营业收入	万元	100-2000	100 以下
住宿业	从业人员	人	10-100	10 以下
	营业收入	万元	100-2000	100 以下
餐饮业	从业人员	人	10-100	10 以下
	营业收入	万元	100-2000	100 以下
信息传输业	从业人员	人	10-100	10 以下
	营业收入	万元	100-1000	100 以下
软件和信息技术服务业	从业人员	人	10-100	10 以下
	营业收入	万元	50-1000	20 以下
房地产开发经营	从业人员	人	无	无
	营业收入	万元	100-1000	100 以下
	资产总额	万元	2000-5000	2000 以下
物业管理	从业人员	人	100-300	100 以下
	营业收入	万元	500-1000	500 以下
租赁和商务服务业	从业人员	人	10-100	10 以下
	营业收入	万元	无	无
	资产总额	万元	100-8000	100 以下
其他未列明行业	从业人员	人	10-100	10 以下
	营业收入	万元	无	无

2.1.1.2 小微企业信贷特点

小微企业的信贷分为两个大类，包含内部和外部。内部信贷，是指公司依托自身的经营能力和原始积累资金。基于包括成本、风险和控制等方面的考虑，内部信

贷往往是小微企业信贷的首选途径。全国工商联公布的数据表明全国 95%的中小企业解决资金短缺问题都依靠这种办法。外部信贷是指公司向外部的金融机构借款，有直接和间接两种模式。直接、间接两种模式最明显的区别在于是否要通过银行等中介机构。外部信贷的具体渠道主要有七种：债权信贷、股权信贷、上市信贷、项目信贷、贸易信贷、政策信贷、专业化协作信贷。我国小微企业的外部信贷主要以借款为主。债务信贷意味着牺牲利息来换取资金。在我国，现阶段小微企业的主要信贷途径包括两个类别：银行贷款、民间借贷。《小微金融发展报告 2019》指出，银行机构仍是小微企业信贷的主要来源。我国主要经济区域包括渤海地区、长江三角洲地区、珠江三角洲地区采取向银行贷款的比例为 47%、31%、34%，而通过周围的人借款的比例为 35%、29%、21%。

2.1.1.3 小微企业信贷难点

小微企业具有业务规模小，风险规避能力较弱，产品和服务类型不丰富，资金需求规律对资金周转时效性要求高等业务特点，在信贷方面面临以下困难。

第一、信贷金融小、时间紧、期限短、频度高。小微企业更小、更分散，具有更大的灵活性和更高的营运资金需求。小微企业所有权为多人所有，可提供的资金量少，导致资金链不稳定。企业信贷具有资金小、时间紧迫、频率高的特点。

第二、信贷成本高、渠道有限。小微企业信贷难多数是因为其成长潜力低、破产风险高、风险承受能力差。我国金融市场不成熟，金融产品和服务有限，监管能力不足，经济环境、政治制度也对小微企业准入和信贷造成了遏制。小企业在申请银行贷款时一般要审批多次。此外，银行对小微企业主的贷款利率高于目标利率，财务成本高。

第三、信贷信用低，违约风险高。小微企业的贷款很多情况下都是个人贷款，生命周期短，信用等级低，没有说服力。另一方面，小微企业财务监控体系不完善，信息不对称，风险承受能力差、运营不稳定、道德风险高、态度消极等导致的高破产风险。

2.1.2 数字金融相关界定

2.1.2.1 数字金融概念界定

数字金融是指一种互联网和信息技术与传统金融服务相结合的，包括互联网支付、移动支付等内容的金融服务。

中国数字经济的起点可以从 2004 年支付宝账户体系的引入算起。经过多年的过

程和发展，当前的数字经济代表了传统金融机构和互联网公司的商业模式，典型的是以数字技术实现的金融服务。简单来说，就是利用技术，创新金融产品、商业模式技术应用和业务流程。这与中国人民银行定义的“互联网金融”，和金融稳定理事会定义的“金融科技”基本相似且内核一致。现阶段数字金融具体业务分为五大类：基础设施类包括智能合约、大数据、云计算、数字身份识别；支付清算类包括移动支付、数字货币；信贷筹资类包括众筹、网络贷款；投资管理类余额宝、智能投顾；保险类包括数字化的保险产品。《中国数字金融发展报告》报告表示，数字金融融合了两个领域：网络技术和金融。数字经济反映了金融行业社会组织和网络平台的发展。重视财务部门的专业知识水平，并改进财务整合水平。

数字金融正在重构金融行业的服务模式。资本市场一直重视数字技术、大数据、人工智能的应用和发展，使得其能够为投资者提供的金融服务更智能、更便捷。在整个资本市场的发展中，数字金融应该利用资本推动数字技术重点领域的技术创新。更要强化服务实体经济能力，均能推动数字金融发展。数字金融的发展呈现出了新的趋势，金融科技产业将成为金融科技新应用的一项爆发点，金融科技应用会带来银行业转型发展的结构性机遇，金融科技会更进一步强化金融服务和实体经济的深度融合。

2.1.2.2 数字金融对信贷成本影响

在数字金融信息技术的支持下，传统银行业在一定程度上得到了发展。如实现了减少系统维护和成本、改善信息不对称等。例如，通过大数据管控与人工智能相结合，计算小企业破产可能性和贷款资金风险价格，有助于降低风险成本和信贷比例，改善信贷条件。商业银行在中小企业金融市场的竞争力为中小企业信贷提供了更多的途径和渠道，有效降低了中小企业的信贷成本，增加了企业的利润和收益。经济波动受多种因素影响。困难和大量的信贷是小微企业的最大问题。小企业贷款链的金融解决方案在数字技术和业务方面面临几个障碍。但是，在疫情期间，中国的许多银行机构使用了数据收益、客户收益和决策规划。提供紧急贷款和保险等福利保护人民群众基础，同时显着降低银行的信贷成本。

2.1.2.3 数字金融对信贷效率影响

数字金融是一种信贷服务模式，特别关注小微企业。它利用大数据和信息化处理算法，将在线运营、数据决策和模型管理结合起来。申请贷款时无需担保，只要用户能通过信用评级完成申请并在短时间内完成贷款审批即可。传统商业银行在执行信贷审批的或称中需要涉及多个部门、多个审计步骤。而数字金融通过简化流程，

节省了大量的时间和人力成本。2020年初爆发新冠疫情后，监管部门推动供应链金融线上化、平台化发展，让所有数据和资产在供应链的上游和下游流动到中小微企业的在线平台。银行和金融科技都尽力让融合了大数据技术的贷款模式更加高效、智能安全。银行可以与征信机构合作，为中小企业实施信用风险分担机制，并与政府机构合作，优先考虑信誉良好的中小企业和政府机构，以筹集资金，银行长期设立支持机构。

2.2 理论基础

2.2.1 信息不对称理论

信息不对称理论的概念是，即在经济活动中，消息灵通的人往往比消息不通的人更有优势，消息灵通的人可以在市场中受益。在我国，小微企业与银行之间的信息不对称现象十分严重。与大公司和中小企业相比，小微企业进入门槛高，信贷难，管理信息透明度往往较低，收益和利润无法评估，无法向银行提供标准化的财务报表，市场波动性很大，容易受到市场冲击和破产的影响。银行经常避免这种情况，因为他们不了解小企业和小企业的风险水平。

2.2.2 信贷配给理论

1772年，Adam Smith在《国富论》中，就已经对这一概念进行了阐述，并进一步确定了高利贷的信贷配给状况。在1930年，Keynes的《货币论》中提到银行通过价格分配贷款资金，而不会注意到借款人需求的变化。小微企业经济链是国民经济中占有重要地位，但获得的信贷资源却很稀缺。统计数据显示，90%的小企业贷款余额不足20%，80%的小微信贷需求未得到满足。银企之间的信息不对称导致信贷分配问题，考虑到风险规避，银行选择不向信息不透明、抵押品少的中小企业授信，导致小企业在信贷过程中受到了更大的阻力。一般而言，在规范化治理背景下，银企信息不对称可以得到有效缩减，并在调整贷款利率基础上，其财务问题就可以得到解决。

2.2.3 营销策略理论

来自美国密西根大学的教授杰罗姆·麦卡锡（E. Jerome McCarthy），在1960年的《基础营销》（Basic Marketing）书中，首次提出企业营销基本理论，即著名的“4Ps”理论：产品（Product）、价格（Price）、渠道（Place）、促销（Promotion），

由于这四个词的英文字头都是P，再加上策略（Strategy），所以简称为“4Ps”。“4Ps”理论的提出，给二十世纪营销理论带来了重要的变革，奠定了管理营销的理论框架。

1986年，菲利普·科特勒在《哈佛商业评论》发表了《论大市场营销》。他提出的“大市场营销”概念，在原来的4P理论的基础上，增加两个P：“政治力量”（Political Power）、“公共关系”（Public Relations）。随即，菲利普·科特勒又提出了11P，在大营销6P之外加上“探查”（Probing）、“细分”（partitioning）、“优先”（Prioritizing）、定位（Positioning）和人（People），并将产品、定价、渠道、促销称为“战术4P”，将探查、分割、优先、定位称为“战略4P”。企业在“战术4P”和“战略4P”的支撑下，运用“权力”和“公共关系”这2P，几乎可以排除定位目标市场的种种障碍。

第 3 章 CS 银行小微企业信贷业务现状介绍

3.1 CS 银行概况

3.1.1 CS 银行简介

CS 银行前身是 CS 商业银行，成立于 1997 年 5 月，并在 2008 年更名为 CS 银行，在湖南省范围内是成立的第一家区域性商业银行。CS 银行于 2009 年在株洲开设了第一家分行，并于 2011 年在广州开设了第一家省级分行。CS 银行已拥有包括广州分行在内的 30 家分行和支行，业务网络覆盖湖南省各县市。同时，CS 银行全年 365 天、每天 24 小时为客户提供手机银行、网上银行等服务。

2021 年 6 月末，CS 银行总资产 7592 亿元，较年初增加 549.85 亿元，增幅 7.81%，表明目前该行有良好的资产质量，并且其各项监管指标均符合监管要求。近年来，CS 银行品牌影响力不断提升，综合实力上升到全国乃至世界前列。CS 银行经营效益持续向好，资产规模不断跃上新台阶。

3.1.2 CS 银行小微企业信贷规模

在支持小微和小微企业方面，CS 银行 2019 年小微企业贷款新增 91.04 亿元；“两增”口径小微企业贷款新增 59.40 亿元，普惠型小微企业贷款新增 56.75 亿元，新增中小微企业信贷客户 2522 户；推出“快乐续贷”，小微企业内部资金定价打八四折、贷款目标定价比一般企业贷款低 20-50 个基点，有效降低信贷成本。

值得一提的是，2020 年是资管新股过渡期的最后一年，存量产品的转型情况如何备受关注。CS 银行在年报中指出，截至 2019 年末，该行理财产品余额为 500.25 亿元，与上年同期相比，增加 510.2 亿元，增长比例为 11.36%。保本理财方面应该做到将余额清零，将新规整改提前做好，符合相关要求；另外要将净值型理财产品进行发布推广，余额在 100 亿元以上，在全部理财余额中占到了 21.28%的比例；预期收益型理财余额的压降应该和预期目标相一致。

此外，“金融科技”也是年报中频繁出现的词汇，CS 银行也在持续加大科技投入。该行 2019 年成立数据创新实验室和数据社区，上线开放银行平台；科技投入占

营业收入的比重达 2.76%，按照 2019 年 170.17 亿元的营业收入计算，也就是约 4.7 亿元；科技人员（含外包）较上年末增长 36.22%。

根据 CS 银行年报显示，CS 银行总资产 7592.2 亿元，较上年末增加 1022.37 亿元，增长 16.98%。资产规模的快速增长主要源于该行加大贷款投放，发放贷款和垫款净额占资产总额的占比从 2019 年末的 41.89% 提高到 43.28%。通过多项产品与服务并举、实施推动，全行上下形成了“敢贷、愿贷、能贷”的信贷文化氛围；通过数字化转型和产品服务创新，形成了线上快捷信贷产品、线下覆盖企业生命全周期的特色信贷产品体系。其中快乐 e 贷-税 e 贷已累计投放超过 4.89 万笔，贷款金额超 150 亿元，户均贷款 78 万元，成为小微企业信贷爆款产品。近三年来，CS 银行累计发放普惠金融贷款超过 1800 亿元，服务小微企业客户超过 14.8 万户，2020 年以来全行普惠小微企业贷款净增 80.41 亿元，占全行新增贷款 30% 以上。

作为湖南最大的法人银行，CS 银行从 2017 年总资产站上 4000 亿元台阶起，连续 3 年来实现一年增加一千亿的跨越式发展，在湖南市场的存贷款份额持续攀升。

表 3-1 CS 银行 2020 年 1-6 月、2021 年 1-6 月个财务数据一览表

项目	2021 年 1-6 月	2020 年 1-6 月	变动比例 (%)
营业收入	10,357,796	8,828,083	17.33
利息净收入	7,915,059	6,974,604	13.48
手续费及佣金净收入	533,606	397,442	34.26
投资收益	1,175,100	1,626,486	-27.75
公允价值变动收益	244,697	-208,975	不适用
汇兑收益	71,861	26,193	174.35
其他收益	8,941	14,024	-36.25
其他业务收入	1,291	751	71.90
资产处置损益	407,241	-2,442	不适用
营业支出	5,922,388	5,204,223	13.80
营业税金及附加	84,683	78,517	7.85
业务及管理费	2,656,176	2,386,417	11.30
信用减值损失	3,177,405	2,739,288	15.99
其他资产减值损失	4,124	1	412,300.00
其他业务成本	-	-	-

续表 3-1 CS 银行 2020 年 1-6 月、2021 年 1-6 月个财务数据一览表

项目	2021 年 1-6 月	2020 年 1-6 月	变动比例 (%)
营业利润	4,435,408	3,623,860	22.39
加:营业外收入	728	1,016	-28.35
减:营业外支出	19,103	22,040	-13.33
利润总额	4,417,033	3,602,836	22.60
减:所得税费用	827,918	641,925	28.97
净利润	3,589,115	2,960,911	21.22
少数股东损益	108,569	88,672	22.44
归属于母公司股东的净利润	3,480,546	2,872,239	21.18

3.1.3 CS 银行数字金融发展进程简介

2020 年是 CS 银行的“数据驱动提质年”，该行首席信息官李总提出，金融科技是赋能现代商业银行的利器。通过强化金融科技在银行的应用，推动业务与技术融合，赋能银行在客户服务、精准营销、成本控制、风险防控和产品方面进行模式创新与增效提质。持续深化敏捷转型，建设人力、财务、运营、数据、产品、风控等六大中台，以技术架构和组织架构的迭代升级为数字金融提供新动能。银行业数字化金融转型不是对特定的公司或产品进行数字化，而是快速吸收新技术、新业务模式，构建快速自主创新的机制和能力，形成卓越的自组织和自主创新能力。实现创新的生态系统和内部发展以推动变革和持久变革的能力。

数字化转型路径应当在央行《金融科技发展规划 2019-2021》的顶层设计下，结合实际情况因地制宜。该行提出要立足两大客群，聚焦两个核心，做好一个保障。两大客群就是深耕市民和产业客户，做好湖南人的主办银行；两个核心就是移动优先和数据驱动；一个保障，就是敏捷转型。通过“业务/科技/组织”三轮驱动协调发展，推动数字化转型。而为了更好地迎合数字金融大背景，CS 银行更是专门设立了小企业信贷中心及大数据中心，全面推动数字金融发展。

CS 银行定位为小额贷款银行，致力于服务小微企业。业务种类分为小微业务、个人业务、信用卡业务、公司业务、电子银行业务、投资理财业务、国际业务。作为银行主要业务的对象，该行每年将 70% 的新增贷款优先分配给中小企业。CS 银行对于小微企业，CS 银行推出了“供货通”、“长湘贷”、“快典贷”、“租金贷”、

“工程机械设备按揭贷款”。此外，为小微企业信贷设立三大模块的专营支行，即“市场园区专营”、“行业专营”、“区域小微专营”。CS 银行在河南地区创建了自己的商业资产，为小微型企业提供服务。CS 银行已连续 10 年保持 25% 的市值增速，国内市场份额稳定在 10% 以上。自该行成立以来，已累计服务小巨人企业、拟上市企业、园区企业超 2 万家，对中小微企业贷款余额已超过 500 亿元。

3.2 CS 银行小微信贷业务分析

3.2.1 信贷产品分析

表 3-2 CS 银行小微业务主要产品一览表

产品名称	服务对象	产品特点	贷款额度	贷款期限	放款时间
税 E 贷	以纳税数据为依据	线上申请自动审批 自助放款随借随还	1 万元至 100 万元人 民币	3 个月至 24 个月	2-5 个工作日
长湘贷	以经营主体业绩为依据	产品种类多、信贷额 度大、贷款期限长	1 万元至 300 万元人 民币	不超过 3 年	5-7 个工作日
快典贷	能用房产担保的小微企业与个人	房产抵押、 还款方式灵活	300 万元	最长为 3 年	3 个工作日以内
工程机械设备按揭贷款	工程机工设备购买人	额度高、还 款方式灵活	工程设备款 的 80%	最长为 4 年	3-7 个工作日

第一，税收数据根据私人商业借贷策略模型进行过滤、处理和规范化。面对小企业和小企业巨大的税收负担，如何组织、分析和处理相关工作；对于传统商业银行来说是现下面临的一项艰巨任务。为解决这一问题，CS 银行在与包括国家税务局、中国人民银行在内的地方政府和监管部门多次沟通，并结合多方资源后，采用了当时最先进的数据处理技术。

首先，对银行小企业主可以参考的小企业和税务信息进行分类筛选，目的是匹配记分卡策略模型中的字段，使税务信息全面准确地与信用记分卡模型挂钩，可实现内外部数据的整合。

其次，征信管理系统建立了税收数据的定性分析、定量计量等处理和标准化，以及及时支付、纳税信用评级、连续纳税等多维度的畅享信用评分模型，并通过数学模型进行量化。

最后，报告是 CS 银行贷款审批模型的一部分。

第二，整合企业多维数据整合，自主研发“产融平台”大数据平台。仅使用公司税收数据批准贷款，对于严格和全自动的批准决策模型是不够的。它必须充分整合内外部信息、综合分析和业务关系评估。2015 年初，CS 银行与南京大学联合成立大数据研究院，自主研发“产业金融平台”大数据平台。该平台以银行内外的各种系统数据为基础，形成一个大型的数据中心，在放贷后的审批和管理阶段可以随时调用。银行内部各类系统数据包括征信管理系统、核心系统、个人贷款系统、网上银行系统等多维度的客户基础数据、交易数据、账户信息等。该银行的外部数据包括中国人民银行的数据库。银保监会从数据库中数千个数据字段导入和导出数据。用于验证此信息的自动化决策模型为每家公司创建了一个“画像”，使其风险状况立即清晰。

3.2.2 业务流程分析

CS 银行的业务包括设计面向小微企业的信贷标准化产品。各类产品的贷款业务从与客户的初步接触到调查、审批、贷款发放、贷后维护、管理、还款等等环节开展，活动要规范管理。CS 银行在业务流程方面也改进了现有模式。图 3-1 展示了现有模型的标准化流程，图 3-1 展示了添加数字金融技术后的创新流程。简化贷款流程，小额贷款的产品生产流程分为四个操作流程：营销、审批、运营、贷后管理。本行员工职业道德和职业资格都具备很高标准；明确界定的权利和义务。

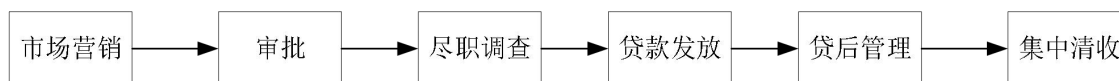


图 3-1 标准“信贷工厂”模式贷款审批流程图

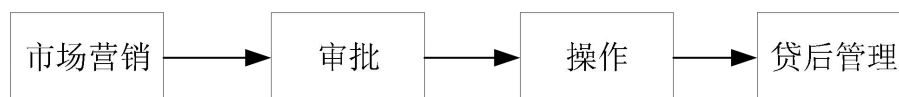


图 3-1 A 支行简化业务流程图

第一项是市场营销。在这一环节将“1+N”团队主动营销模式作为最重要的关键点。CS 银行整个营销客户群包括上下游中生产规模、商业模式相近的企业。工作内容涵盖对客户基本信息的收集、对客户贷款申请的审核、对客户相关材料的收取。

第二项是审批。最重要的是，将普遍适用的信用风险评估体系应用到小企业和微型企业客户评价中。

第三项是操作。关键是，数据审查和数据录入要保证是严格和快速的。

第四项是贷后管理。关键是建立档案管理个人账户贷款，并利用贷款后的高频检查和贷款还款条款来降低操作风险和信用风险。CS 银行规定，批准发放的贷款必须报送并编号，并指定专人办理档案。以日志卡的形式，根据贷款金额，在借款后进行 20 天、每两周或每周检查，更新业务信息，及时识别贷款风险，采取必要措施。

3.2.3 管理机制分析

(1) 组织架构

银监会发布的《指导意见》指出，特色专营机构在实际运营中，它必须是一个独立的业务单元模型，并且必须有一个单独的金融许可证。但是，大部分已设立专门机构为小企业主提供信贷服务的银行，都在现实基础上对自身的组织架构进行了调解。只有少数银行符合这一要求。CS 银行专门面向小微企业展开金融服务的专营支行目前正处于向标准化的转型期，即由“挂靠式”模式转向“离行式”模式。

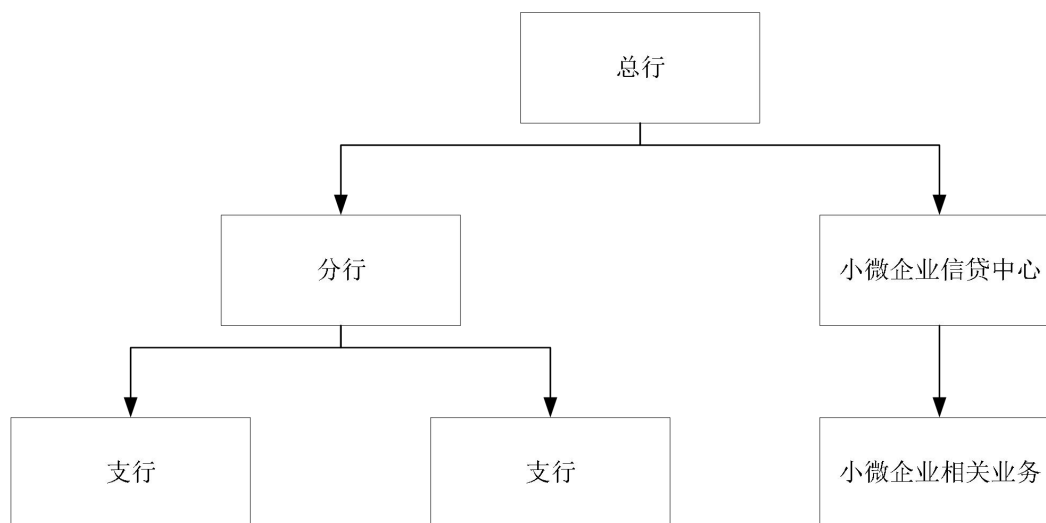


图 3-2 特色专营支行模式“离行式”组织架构图

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/498017053010006026>