# 银行产品创新中风险损失估算问题大全

来源：网络 作者：心旷神怡 更新时间：2024-10-17

*第一篇：银行产品创新中风险损失估算问题大全银行产品创新中的信用风险损失估算摘要：银行产品创新是当今银行业竞争的主流趋势，特别是中国加入WTO，中国金融格局开放化以后。但由于银行产品具有可模仿性，对银行创新型金融产品定价中风险损失估算就显得...*

**第一篇：银行产品创新中风险损失估算问题大全**

银行产品创新中的信用风险损失估算

摘要：银行产品创新是当今银行业竞争的主流趋势，特别是中国加入WTO，中国金融格局开放化以后。但由于银行产品具有可模仿性，对银行创新型金融产品定价中风险损失估算就显得尤为重要。

关键词：金融产品 成本估算 风险损失

Credit risk loss estimation in the bank product innovation

Abstract: banking products and innovation are the mainstream of the contemporary trend of competition in the banking sector, in particular China\'s accession to WTO, opening up of China\'s financial structure after.However, because of banking products can be copyed.The Bank innovative financial products pricing in the risk of loss estimates is particularly important.Key words: Financial products Cost estimates Loss risk

一．银行产品和产品信用的内涵

银行产品是指银行向金融市场提供的，可以为客户带来收益或客户可用于消费的一切产品和服务。银行产品是指银行向金融市场提供的，可以为客户带来收益或客户可用于消费的一切产品和服务。只要是由银行提供，并能满足人们的某种欲望与需求的各种工具与服务，都可以归结为银行产品的范畴之内。

银行产品信用是一种建立在信任基础上的能力，不用立即付款就可获取资金、物资、服务的能力。这种能力受到一个条件的约束，即：受信方在其应允的时间期限内为所获得资金、物资、服务而付款，这个时间期限必须得到提供资金、物资、服务的授信方的认可。

二．银行产品创新中信用风险存在的原因

随着放松监管与技术进步，商业银行可以根据客户的需求来提供产品，于是体现差异化的产品创新就影响到了商业银行的生存与发展。从 产 品 的角度来看，商业银行产品往往是不可见的，且生产与销售是同时的，这给银行客户与销售人员都带来了额外的困难；而且，商业银行的产品也变得日趋复杂，要跨越多个市场，要把握风险收益，要联系不同期限，要提供多种渠道等，从而使得产品的技术要求与难度大幅度提高。

1从目前银行业创新产品来看，资产类方面逐步出现了消费信贷、资产证券化、不良资产打包进行证券化处理以及信贷风险的转让等新的金融产品；负债类方面可以看到储蓄替代产品的不断出现，例如基金产品、证券投资产品、保险产品等，但是仍然缺乏实现现代金融业功能的品种和工具。虽然我国金融市场体系初步建立了证券期货市场、货币市场和银行间外汇市场，金融市场参与主体也日益多元化，但在分业经营体制下，真正跨市场的银行金融创新产品整合度还不够，与发达国家相比，我国银行创新产品存在制度上的信用风险。

对于国际银行业而言，20多年前产品创新还不是大问题。在严格的监管下，标准化的产品被销售给所有的客户，商业银行之间的产品并无本质的差异，客户也少有选择。但随着中国加入WTO,中国向国外银行开放人民币业务，中国银行的经营格局发生变化，中国银行业面临着更大的市场竞争，产品创新是中国银行业面对竞争的必然选择，但就发展中国家，如墨西哥，阿根廷等南美国家就是由于其国内金融业整合不强的情况下，不重视银行产品信用风险估算的重要性，在银行产品创新中受到了损失。所以我国不仅要走产品创新之路来面对竞争，更应该注重产品信用风险估算，使银行产品创新顺利运行。

二．信用损失的估算

1．信用评分方法

信用评分方法是Fisher于1936年提出，其思路是：事先确定某些决定违约概率的关键因素，然后将他们联合加以考虑或加权计算得出一个数量化的分数，以此分数为关键点进行分组。目前采用的方法有统计方法、专家系统等。国内外在1 Robert G Cooper and Scott J Edgett.Critical success factors for new financial services[J ].Marketing Management,Vol.5 , 1996 ,(3):26-37.对信用评价中，广泛采用了基于判别方法的预测模型。常用的模型有多元判别法、Logit法、近邻法等。

多元判别法的主要代表是Altman的Z计分模型，这是一种基于会计数据和市场价值多变量线性函数。运用多元判别分析法可以构建Z计分模型，通过分析一组变量，在组内差异最小化的同时实现组间差异最大化，在此过程中根据不同的统计标准，进行变量选择。对于银行贷款的最合适的评分模型有如下形式： Z＝1.2X1＋1.4X2＋3.3X3＋0.6X4＋0.999X

5其中：X1——营运成本/总资产比率，X2——留存收益/总资产比率，X3——息税前收益/总资产比率，X4——股权的市场价值/总债务的账面价值，X5——销售收入/总资产比率。Altman认为当通过上述模型估计的系数加权计算得到的Z值低于一个临界值(1.81)，那么该公司就会被归于可能破产或资信水平不好的一类，会被拒绝贷款。

Logit分析与判别分析的本质差异在于不要求满足正态分布或等方差，其模型采用logistic函数：

Y=[SX()1[]1+eη[SX]]，Y∈(0,1),η=c0+∑[DD(;)p[]i=1[DD]]cixi

其中xi(0ip)表示第i个指标，ci是第i个指标的系数，Y是因变量。由于Y∈(0,1)，Y又被理解为属于某一类的概率，如企业财务状况好坏的概率。由于判别分析法的局限，Logit分析在预测中得到了相当广泛的应用，1981年以后的研究绝大多数都用Logit分析。在一些国家建立了许多相应的模型，这些研究包括：Zavgren，Lau，Gloubos和Grammatikos，Gilbert，Kasey和McGuiness、Kasey、Luoma和Laitinen、Platt和Tennyson等。

近邻法是一种非参数方法，当已知总体表现为显著非正态分布时，特别是当属于同一类的样本在变量空间形成聚类时，近邻法十分有效。近邻法放松了正态性假设，同时也避免了传统技术对模型函数形式设定的困难。任何一个样本到底划归哪一类是由其k个近邻划归类所确定。任意两个样本之间的距离可定义为：d(x,y)=(x－y)Γcov(x－y)，是合并协方差的逆。这样，一个样本划归为它的k个近邻的多数。

2．信用评分模型的拓展——神经网路分析

Altman，Marco和Varetto在对意大利公司财务危机预测中应用了神经网络分析法；Coats及Fant等采用神经网络分析法分别对美国公司和银行财务危机进行预测，取得了一定的效果。神经网络技术近些年来在模拟识别与分类、识别滤波、自动控制、预测等方面已展示出了非凡的优越性，特别是能处理任意类型的数据，这是许多传统的方法所无法比拟的。通过不断学习，能够从未知模式的大量的复杂数据中发现其规律。神经网络克服了传统分析过程中的复杂性及选择适当模型函数形式的困难。它是一种自然的非线性建模过程，无须分清存在任何非线性关系，给建模带来了极大的方便。

三．信用风险估算模型

1．信用度量术模型(Credit Metrics)

Credit Metrics模型是1997年美国J.P.摩根等7家国际著名金融机构共同开发的信用风险度量模型，被称为信用度量术。该模型构建在资产组合理论、VaR等理论和方法基础之上，它不仅能够识别传统的诸如贷款、债券等投资工具的信用风险，还可以应用于掉期、互换等金融衍生工具的风险识别，是行业标准模型之一，得到金融监管当局的认可。这种模型采用蒙特卡罗模拟和VaR技术，求出银行负债所应需要的经济资本来满足新巴塞尔协议资本充足率的需要。信用风险附加模型(Credit Risk＋)。Credit Risk＋是瑞士银行金融产品开发部于1996年开发的信用风险管理系统，它是应用保险经济学中的保险精算方法来计算债务组合的损失分布。

2．信贷组合模型(Credit Portfolio View)

Credit Portfolio View是由McKinsey公司于1998年应用计量经济学理论和蒙特卡罗模拟法，从宏观经济环境的角度来分析债务人的信用等级变化，开发出的一个多因素信用风险度量模型。信贷组合模型是对信用度量术的延伸和深化，该模型利用信用度量术的有关处理方法和VaR方法，就可以求出债务及其组合的违约概率、预期损失、非预期损失和经济成本。

3．KMV模型

由美国KMV公司(被穆迪投资服务公司收购)创立并商品化。该公司成立1989年，由Kealhofer，McQuown和Vasicek(KMV)创办。KMV模型起源可溯及1972年布莱克(Black)、斯科尔斯(Scholes)和默顿(Merton)有关期权定价模型的研究。1974年，默顿论述了有关将期权定价理论运用于风险债务估值的思想，该研究提供了一种实用高效的分析方法，用以衡量公司违约风险。其后，默顿的思想沿着许多方向发展，许多学者尝试将期权定价理论应用于信用风险的度量领域。20世纪80年代早期，KMV公司的先驱者Vasicek和McQuown发展了利用改进的期权定价公式计算DD，随后KMV公司收集了包括3 400家上市公司和4万家非上市公司自1973年以来的资料，建立了庞大的企业信用资料数据库，取得了良好的预测效果。鉴于在企业信用风险评估方面的高效和实用性，KMV模型现在己被越来越多的投资公司使用。

综上所述，银行产品创新中的信用风险损失估算问题是一个复杂而又系统的工程，需要对客观市场需要和产品本身进行深刻分析，综合运用各种信用风险工具，才能保证银行产品创新的顺利进行。

参考文献

1.菲利普科特勤等:《市场营销导论》，华夏出版社，2024年版。

2.亚瑟梅丹王松奇译:《金融服务营销学》，中国金融出版社.2024年版，3.刘永章叶伟春.《银行营销》，上海财经大学出版社.2024年版。

**第二篇：银行科技风险问题**

随着银行业信息化建设步伐的加快，信息科技不断为各项业务发展注入活力，其作用从业务保障正逐步走向与业务深度融合，并逐步成为农信社各项业务稳健运营和发展的重要支柱。在充分享受信息科技带来的便捷和高效的同时，我们也清楚的认识到，农信社的信息科技风险管理尚不完善，需将风险管理作为重点进行防控。

信息科技风险管理存在的问题

信息科技风险是指信息科技在商业银行运用过程中，由于自然因素、人为因素、技术漏洞和管理缺陷产生的操作、法律和声誉等风险。信息科技管理架构、信息安全体系、业务连续能力、合规与风险控制等多元化的风险范畴影响着农信社的日常经营管理。

首先是信息科技风险管理组织未能履行职责。虽然各农村信用社均成立了信息安全管理领导小组、信息科技风险管理委员会，但大多数并未真正实施起信息科技风险管理的领导决策职责；的信息科技风险评估往往是做为一项自查进行，风险管理岗位人员均为兼职，风险评估时只为走形式，评估发现的问题仅为表面不涉及本质。

其次是信息科技风险管理制度不完善。部分信用社没有制定专门的风险管理制度，只是作为某制度的一部分，操作性不强，缺乏具体的风险管控措施，不能对风险进行有效的识别、监测和控制。即便制定了制度，但落实不到位，也不能很好的实施制度的约束性。

第三是信息科技风险防范意识淡薄。农信社只注重业务发展，只对存款、利息等数字敏感，提及信息科技就嗤之以鼻，认为科技部门属于服务部门，上至高层领导的决策管理，下至每位临柜人员的业务操作，广大员工对信息科技风险防范的重要性置若罔闻，未产生人人有责的共鸣。

系统灾备及应急预案存在缺陷

农信社的应急预案缺乏实战操作。虽然制定了应急预案，但实战演练不到位，压力测试可能从未进行过，信息科技安全防范不具实效性，不能有效提高风险预警能力。信息科技突发事件处置包括技术、声誉、业务等，涵盖面大，在进行预案演练时，统一指挥、协调存在一定困难，只注重技术支持，忽视其它相关方面的配合。

系统灾备不够全面。数据集中后，部分农信社只对重要信息系统进行灾备，忽视各应用系统的备份机制，甚至不做要求。此外，不能定期对灾备数据进行有效性检测，即使检测，也不是在生产环境中，未能达到检测效果。

基础设施不过硬。部分信用社的信息科技风险系统运行存在隐患，供电、空调、接地防雷和消防等基础设施配备不足，即使配备不间断电源，但信用社网点设置多在农村，电池存量不能保证足够长时间；农村网点对电子设备缺乏清洁、保养，大大影响设备的使用效果和使用寿命；主、备通讯线路不能做到全部畅通，未能对备线进行定期测试，一旦主线出现问题，营业就会受到影响，存在潜在的风险。

信息科技专业人才匮乏

科技人员力量薄弱。信息科技管理部门人员配备不足，人员数量与网点、设备数量不匹配，岗位设置不够精细化，一身兼数职现象严重，AB岗制度难以落实；关键岗位轮换、强制休假等制度形同虚设，仅做表面文章，岗多人少不能进行有效的监督约束。

科技人员知识水平弱势。农村信用社缺乏高素质、专业的系统设计、开发人才；科技人员武装的知识不能适应当前业务拓展和IT水平发展的需要，缺乏系统的专业知识和信息科技风险知识培训，各农村单位间缺乏交流；大部分科技人员还存在错误观念，认为科技风险就是保证系统、网络正常运转，忽视了各条线的风险排查，在风险防范上存在误区和盲区；网点信息安全员多为柜员兼职，分身乏术，时间上缺乏工作主动性。

农信社信息科技风险防控建议

农信社应借鉴其它商业银行的先进经验和国际标准，结合自身实际，以信息科技管理架构、信息安全体系、业务连续能力、合规与风险控制等方面为信息科技风险管理发展目标与实施路线，做到“事前有防范、事中有控制、事后有监督”，将技术防范为(博客,微博)主的信息科技风险管控落实到实处。

进一步明确信息科技风险管理责任目标，落实信息科技风险防范责任，提高思想认识，上下齐抓共管，处理好业务发展与信息科技风险防范之间的关系，构筑起信息科技风险防范防线。积极探索实践并形成适应本单位发展特点的信息科技风险管理模式，定位清晰，摆脱因人设岗的旧模式，科学安排信息科技岗位，使信息科技风险管理工作标准化、规范化、科学化，信息化建设有序推进，进入良性循环。

注重信息科技安全防范，提高风险预警能力。首先是通过技术管理手段，确保信息系统实体安全、运行安全、数据安全。根据业务系统的重要性、灾难恢复的时效性和自身的风险承受能力等及时分析和解决科技条线的业务隐患，建立完备的灾备体系，不断规范预案演练切实提高应急水平和能力，熟练掌握各种应急手段，积极落实信息安全等级保护措施，有效降低信息科技风险发生概率。其次是完善信息系统运行安全体系，对机房、网络设备、主机设备、消防、供电、门禁等设施的运行安全进行全面评估，严格执行相关管理制度，加大信息科技投入，确保基础设施后备充足。

加强信息科技风险防控，积极培育科技创新主体。大力实施科技素质教育工程，建立健全信息科技人员激励机制，不断充实农村科技人员的业务知识，在全社范围内形成比学比优的良好学习氛围，积极培养、引进优秀的信息科技专业人才，给予其施展才华、体现价值的平台，将“信息创新价值、科技引领发展”的信息专业理念融入信用社文化建设中，保证信息科技资源有效利用，全面提升信息科技风险管理水平。加强要害岗位的管理，按照责任范围实行严格的限制，相互制约、互相监督，加强信息系统的安全运行监测，切实提高信息系统的安全效能。

**第三篇：银行产品创新经验交流**

2024年，在上级行的正确领导下，我支行以科学发展观为指导，按照上级行的工作精神与工作部署，结合支行实际，积极进行产品创新推动工作。经过支行全体干部员工的共同努力和辛勤工作，产品创新推动工作取得了良好成效，截止2024年12月底，共销售银行产品万元，促进了支行经营业务的全面发展，取得良好的经济效益与社会效益。我们支行的具体做法和成功经验具体汇报如下：

一、认真学习，充分认识产品创新推动工作的重要意义

我支行认真学习、领会上级行有关“产品创新推动工作”的文件与讲话精神，充分认识到：我支行这些年来业务迅猛发展、不断取得成功的关键，是持续开展产品创新推动工作。通过产品创新推动工作，我支行适应了金融业务的市场化改革，树立了以客户为中心的创新意识，取得了经营业务的迅猛发展。但是，按照不断发展的市场金融形势要求，从日趋激烈的金融市场竞争来看，我支行产品创新推动工作仍存在明显不足，产品创新层次较低，主要局限于对传统银行业务的补充和更新，难以满足商业银行业务的发展，难以满足客户多样化的需求。所以，我支行提高对产品创新推动工作重要意义的认识，按照上级行产品创新推动工作的精神，积极进行产品创新推动工作。通过产品创新推动工作，深化支行金融理念，优化服务手段和方式，促进经营业务的深入全面发展，使支行各项工作再上新台阶，实现效益最大化，为支行的健康持续快速发展，打下坚实的基础。

二、精密部署，落实产品创新推动工作的具体措施

（一）加强领导，积极开展产品创新推动工作

产品创新推动工作能否顺利实施、有效开展、取得成效，关键在于领导。我支行领导班子十分重视产品创新推动工作，把产品创新推动工作提上日常议事日程，作为一项十分重要工作，做到与其他业务经营工作同布置、同落实、同检查、同考核。为开展好产品创新推动工作，支行成立工作领导小组，由支行主要领导和相关负责人组成，切实加强对产品创新推动工作的领导，定期召开会议，研究工作情况，落实工作措施，确保产品创新推动工作顺利、有序进行，取得实际成效。落实产品创新推动工作责任制，确保产品创新推动工作人人有分工、事事有人抓，时时有人管、件件有落实，实现产品创新推动工作的目标。

（二）创新机制，夯实产品创新推动工作的根基

开展产品创新推动工作要建立一套完整的工作机制，用机制保证每个干部员工树立产品创新理念，结合自身岗位实际，自觉地进行产品创新推动工作。产品创新推动工作机制以建立良好的经营体制和高效的运行机制为前提，以经营创新、产品创新、服务创新为手段，以实现管理质量、资产质量、经营效益的不断提高为根本目的，科学有效配置各种资源，培育管理优势、服务优势、质量优势、产品优势、品牌优势，促进产品创新推动工作深入发展。我支行在建立产品创新推动工作机制中，着重抓好内部激励机制、产品考核机制。良好的内部激励机制能够让产品设计人员发挥积极主动性，通过对原有产品的研究、对市场热点的追逐，发掘产品创新的亮点，并将零散的亮点归纳成好的创意，增强对客户的吸引力，使客户能够持续购买和使用银行产品。内部激励机制要发挥薪酬激励作用，通过工资、奖金等方式，把员工的薪酬与绩效挂钩，以经济利益的形式来激励员工的积极性，让他们感到个人利益与支行整体利益息息相关，愿意为支行整体利益服务，做到顽强拼搏、刻苦勤奋工作。内部激励机制要发挥精神激励作用，尊重、理解与支持员工，对员工做到信任与宽容，关心与体贴，有效培育员工对支行的忠诚和信任度，以充分调动员工的积极性，促进产品创新推动工作发展。产品考核机制能够有效刺激业务经理的工作积极性，在工作第一线上准确把握市场动向和客户需求，挖掘新的需求，扩大业务经营量，为支行创造良好经济效益。

（三）创新模式，建立适合产品创新推动工作的营销方式

建立适合产品创新推动工作的营销模式，是增强自身实力，提高自身竞争力的重要举措，是为支行经营效益服务的。我支行把每一项产品创新与客户紧密联系起来，与追求经营效益最大化结合起来。创新产品既考虑我国的国情，又考虑市场需求与消费者的需要，把市场和客户放在首位，准确权衡创新产品的利与弊，做好、做实市场、客户与效益这篇大文章。要加大创新产品的营销力度，拓展履盖面，使每一项创新品种都能步入百姓之家。所以，我支行主动向客户介绍各项创新产品的优点，使创新产品及时走进百姓之家，成为老百姓理财的一个好帮手。

（四）优化服务流程，为客户架构产品创新推动工作的便利通道

产品创新推动工作的一个重要工作是要优化服务流程，为客户架构产品创新推动工作的便利通道。纵观当前各银行的许多产品都在服务流程、管理流程上存在或大或小的问题，这些问题都是由于银行处理系统的、银行产品服务流程的设计而产生的。比如说办一个存款业务，有的银行要填写一大堆单子，而有的只要提交一个身份证件就可以，这些差异是由于银行系统处理的逻辑不相同，有的银行界面中输入要素少，有的输入要素多；

有的只要去一次银行，第二次只要提交身份证就可以，有的则需要继续填写单子。服务流程不通畅，增加客户的业务办理时间和工作量，使得部分客户厌手续麻烦、等待时间长而放弃业务。我支行认识到这个问题，千方百计优化服务流程，在非现金区域，只要是查询等交易，都可以在自助区域操作，有效缓解柜面的压力，最大限度减少等待、填写等流程，让客户快速、正确办好业务。通过优化服务流程，我支行增加了不少客户，提高了业务经营量，取得良好效果。

（五）参与客户体验，提高改进产品创新推动工作

产品创新推动工作做得好不好，客户满意不满意，归根结底要由客户来评判。我支行要求每个干部员工参与客户体验，了解客户的真实想法，掌握第一手资料。一是开展客户体验活动。站在客户角度上真正体验产品，请客户来体验产品，跟客户交流谈心，分析产品的好坏，了解产品使用中的问题，以此改进产品创新推动工作。二是在客户等待时间内有针对性地分流客户，引导客户进行产品创新体验，征求客户对产品创新的意见和建议，掌握客户对产品创新的满意度情况。三是引导、鼓励客户对支行产品创新发表意见或建议，交流分享使用产品创新的体验感受，把这些意见和建议、体验和感受集中起来，进行认真细致梳理归纳，为下一步产品创新推动工作提供借鉴经验。

三、真抓实干，产品创新推动工作取得丰硕成果

我支行认真执行上级行产品创新推动工作精神，精心部署、多措并举，真抓实干，产品创新推动工作取得了丰硕成果。

2024年，我支行认真努力工作，积极进行产品创新推动工作，虽然完成了任务，取得了良好的工作成绩，但是与上级行的要求相比，还是需要继续努力和提高。今后，我支行要继续加强学习，深化认识，努力实践，按科学发展观的要求，以求真务实的工作作风，以创新发展的工作思路，奋发努力，攻坚破难，把产品创新推动工作提高到一个新的水平，为促进支行经营业务的深入全面发展，创造更好的经济效益，作出积极的努力和更大的贡献。

**第四篇：中小企业融资与银行产品创新**

中小企业融资与银行产品创新

邓渊剑天津财经大学2024级金融学专业硕士研究生

摘要：本文从中小企业融资需求的特点出发，列举目前商业银行针对中小企业的产品创新、创新种类以及未来创新点，从而为解决中小企业融资难题、引导商业银行扩大对中小企业的融资力度提供借鉴。

关键词：中小企业 融资 产品创新

一、中小企业的融资需求特点

首先从中小企业的财务特点看，中小企业对流动资金的需求较为迫切，由于存货占用了企业大量的流动资金，使得中小企业在流动资金的安排上捉襟见肘；中小企业资产负债率较高，融资依赖于银行，且主要是流动负债；中小企业一般盈利能力较弱，利润率较低，税收负担整体上要比大企业重，企业自身积累较低。正是由于这些特点使得中小企业融资需求表现为：

(1)中小企业融资额度比较小。一般控制在几百万元左右，其中一百万元以下居多。(2)中小企业对融资的时效性要求高。中小企业一般没有稳定的市场，一旦发现商机即向银行申请贷款，需要银行在尽可能短的时间内办妥。(3)中小企业贷款期限短，频率高。中小企业贷款一般为短期流动资金贷款，受市场变化影响大，贷款和办理票据业务的频率明显高于大企业。(4)融资利率弹性大。中小企业一般能接受银行上浮利率的要求。(5)金融产品需求日益多样化。包括存贷款、结算、票据承兑、贴现、保函、信用证、出口议付和银行卡等产品，部分中型企业还对保理业务和国际结算配套业务提出了需求。

二、针对中小企业融资的银行产品创新

金融产品的创新源泉既可以来源于中小企业发展中的方方面面，也可以来源于商业银行提供的产品的各个要素。通过对各创新要素的重新组合，我们可以得到很多适合中小企业融资的金融产品。具体讲，可以从贷款、组合授信、供应链融资、联保、理财、租赁、综合金融服务等多方面进行创新。

1.一般贷款业务创新

一般贷款业务创新有以下四种方式：

(l)无形资产质押贷款。对于拥有专利或知识产权的成长性中小企业，鉴于其不能提供符合银行要求的实物资产，银行在法律范围内，开展权利质押业务，即以依法可以转让的商标权、专利权、著作权、品牌等，经权威部门认证或评估后，以此为质押发放贷款。

(2)自然人担保贷款。基于信息不对称等原因，银行可以将中小企业的贷款与其法人代表挂钩，通过法定代表人以个人财产作抵(质)押或担保，由法人代表承担无限责任。这样可以促进中小企业增强主动还款的意识，从而降低风险。

(3)流动资产抵押贷款。即以企业所拥有的较为通用的流动资产为抵押物而发放贷款。这种方式不仅可以解决中小企业贷款担保难的问题，而且还可以促进商品流通。包括:仓单质押、土地使用权质押、出租车营运证抵押等。

(4)买方信贷。买方信贷是银行向销售商的下游客户发放的、专门用于购买销售商所售商品的贷款。通过买方信贷，可以为下游信用记录良好的中小企业客户提供融资便利，并可以促进销售进度。

2.组合授信

组合授信是指中小企业在提供符合银行一定标准的抵押物的前提下，银行根据抵押物的价值以及企业的信用等级情况，给予企业抵押物评估价值一定倍数的授信，并将此授信严格加以区分及控制的授信方法。组合授信可以分为:强担保类、商业信用支持和信用类、可控担保类以及其他担保类授信四项。强担保类授信指担保物的变现价值较高、变现能力较强，授信能被担保品价值所覆盖的业务。例如标准化房地产抵押类授信业务；商业信用支持和信用类授信是指主要依靠商业信用或客户自身信用承担还款责任，或者提供的担保为银行目前无法评估或变现能力较差的业务。例如应收账款保理、商业承兑汇票贴现、出口托收押汇等；可控担保类授信是指除强担保类授信以外，银行可以控制业务的整个操作流程、或者担保品所对应的变现能力或还款来源较为可靠，通过正常的业务操作不会造成损失的业务，例如银票质押授信；信用证项下的出口押汇；银行控制货权的跟单即期信用证；符合银行规定的动产质押授信；银行信用等级AAA以上的大公司的国内应收账款保理和商业承兑汇票贴现等；其他担保类授信是指除强担保类和可控担保类授信以外，以其他方式进行担保或控制还款来源的，且该类担保品或还款来源的风险覆盖能力有一定不确定性的业务，包括非标准抵押授信、出口退税账户质押授信、远期信用证、即期信用证项下进口押汇、期限一定年限以内工程项下非融资性保函、出口信用证项下打包贷款、出口信用保险项下的授信业务等。

银行组合授信目标客户群最高授信额度的计算公式是：

授信基数=各类抵押物价值总合最高组合授信额度=授信基数x授信乘数

最高组合授信额度=强担保类授信额度+商业信用支持和信用类授信额度+可控制类担保授信额度+其他担保类授信额度

授信乘数是银行根据客户的信用等级对授信基数最大可放大的倍数，一般可通过内部评级获得。

3.供应链集群下的“1+N”授信模式

供应链融资是指银行通过审查整条供应链，对核心企业和上下游多个企业提供灵活的金融产品和服务的一种融资模式。由于供应链中除核心企业之外，基本上都是中小企业，因此供应链融资就是面向中小企业的金融服务。供应链集群是指以某大型企业为核心“1”，以其上游中小供应商或下游中小经销商为“N”所形成的授信集群。其授信基本步骤是:(1)根据现有客户资源和拟开发客户资源进行初步筛选，确定出相互依托的供应链及可作为“1”的核心企业；(2)对核心大企业“1”评定信用等级，确定向“N”提供的风险授信额度；(3)依托于“1”的风险消化能力，对其集群的中小企业设定相对精缩的审批流程和授信模版；(4)针对具体业务特点，设定合适的授信子模式方案，包括集群内中小企业选择标准、客户质量结构设置、业务申报与维护辖权设定、业务文书设计等。

与传统的融资模式相比，供应链融资的特点在于：首先，银行不再单独评估单个企业的信用状况，而是关注其所处的产业链是否稳固以及目标企业所在的市场地位和供应链管理水平。其次，银行可以针对企业运作流程的各个环节进行融资，以解决企业的不同需求。第三，供应链融资下银行与企业之间的关系不再像

传统融资那样单一，而是银行全面了解企业、提供全方位服务。

4.联保基金及联保业务模式

所谓联保基金及联保业务，是指由三个或三个以上从事相同产业的中小企业自愿组成一个担保联合体，出资设立联保基金，在基金总额范围内仅限于为其成员提供连带责任担保。当联保体中的某一成员向银行申请贷款时，联保体其余成员为该申请人的贷款提供连带责任担保的一种信用担保模式。这种业务模式的特点在于贷款人通过联合担保，成为利益共同体，无形间形成了相互监督，相互扶植的关系，从而促使企业的经营更加规范。目前银行的联保贷款还是主要停留在同行业中的企业，未来，此类业务可以进一步拓展，例如来自同一地区的小企业自愿组成联保体并互相担保的“老乡联保贷款”等跨行业贷款。

5.理财类业务创新

(1)应收帐款质押或收购业务。银行可以抓住大企业拖欠中小企业货款这一机会，开办应收帐款质押或收购业务，对中小企业质量较高的应收帐款进行质押贷款或收购，或对有真实贸易背景的商业汇票进行贴现，从而加速资金周转，缓解中小企业资金紧张的状况。

(2)保理业务。即将国际贸易融资中保理业务的思路和模式运用到中小企业融资上，由银行中小企业赊销而产生的短期应收账款债权，贷款由银行先行支付，然后，银行作为债权人代理卖方向买方企业催收。

(3)出口退税账户托管贷款。主要针对外贸型中小企业，银行与企业鉴定协议，对其出口退税专户进行控制，贷款到期后直接从此专户中扣划。这就利用了出口退税款款的良好保证使贷款归还有稳定的资金保障。

6.租赁类业务创新

融资租赁可以降低中小企业的融资门槛，还能起到降低融资成本，减轻税赋的作用。其具体操作方式是:商业银行向缺乏资金的租赁公司发放贷款用来购买设备，然后转租给中小企业，由中小企业按期支付租金。这样，既可以满足中小企业扩大再生产的需求，同时，由于租赁设备不纳入企业破产程序，可以较好地保全银行的贷款资产。

7.综合金融服务业务创新

随着中小企业金融服务需求的逐步增强，商业银行的服务正向综合金融服务的方向拓展，为中小企业提供投资理财、信息咨询、资产重组、衍生金融工具等综合性金融服务产品，不断拓展为中小企业服务的领域，增强中小企业对商业银行的依赖度。具体可以考虑以下几方面。

资产负债业务整合创新：以信贷业务为切入点，拓展收益性中间业务，开展投资、财务顾问、项目融资、重组并购等投资银行业务；现金管理业务：即银行协助中小企业科学地分析现金流量，使其合理地管理现金，增加收益；外汇资金保值业务：对于外向型中小企业，商业银行可为其开发和提供规避外汇风险的各类金融工具和业务品种，如远期结售汇、远期利率协议、利率、货币互换等；企业理财顾问服务：商业银行可利用其专业优势，帮助中小企业融资理财，为其经营出谋划策、提供建议。

参考资料:

[1] 章爱斌.商业银行产品创新与中小企业融资[J].世界经济情况2024,1:51-53

[2] 张丽拉.论我国商业银行金融产品的创新[J].管理现代化,2024,2:46-48

[3] 徐加胜.陈震宇.中小企业融资与商业银行业务拓展[J].金融理论与实践,2024,12:55-56

[4] 陈颖骞.银行如何发展中小企业融资业务[J].科技创新导报,2024,14:154

**第五篇：银行产品创新工作活动情况汇报**

银行产品创新工作活动情况汇报

银行产品创新工作活动情况汇报

总行将2024年确定为\'创新发展年\'明确提出要将交通银行打造成为创新活跃型银行，\*\*分行按总分行要求积极开展产品创新活动，现将活动情况汇报如下：

一、ＸＸ分行积极开展创新活动

我行高度重视产品创新工作，采取以邮件的形式通知到每个员工，并采取部门领导负责制，扎实推进产品创新工作。我行员工以部门为单位采取座谈会的方式集思广益，每个员工都能畅谈自己对工作流程或系统的意见和建议，又能对业务的发展提出创新的想法。

二、ＸＸ分行开展创品创新动员会

2024年5月22日我行组织全体员工参加产品创新动员会，进一步学习并强化了产品创新的内容、创新的方式方法以及产品创新的方向。此次会议给员工分析了被总行采纳的创意结构图，以及各各条线的创意情况，增强了大家对产品创新的理解，明确了产品创新的战略意义和工作目标。

三、相关部门的创新产品情况

截止到5月23日，我行上报产品创新7例，营业部：优化个人客户太平洋卡业务开立流程。营销部：优化SEMS系统有关自然人客户建立的操作。风险部：优化个贷管理系统操作，优化资产风险管理系统操作。办公室：ATM运营管理系统整合短信功能。营运部：开办私人客户协定存款业务，实习柜员使用实习柜员操作卡。

四、行内宣传

我行一方面在每周三例会上会通报产品创新完成情况，另一方面通过邮件发送产品创新优秀单位和落后单位，制定奖励和惩罚措施，激励员工积极参与创新。《银行产品创新工作活动情况汇报》

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找