

DOI: 10.13955/j.yzyj.2022.01.09.03

乡村振兴背景下打造邮储银行 特色“三农”金融服务模式探究

吴建武¹, 许艺², 黄本松³, 杨桂仁⁴, 卜玲⁵

- (1. 中国邮政储蓄银行福建省分行, 福建 福州 350001;
2. 中国邮政储蓄银行厦门分行, 福建 厦门 361000;
3. 中国邮政储蓄银行北海市分行, 广西 北海 536000;
4. 中邮证券浙江省分公司, 浙江 杭州 310088;
5. 中国邮政储蓄银行黑龙江省分行, 黑龙江 哈尔滨 150000)

摘 要:立足新时代国家推进乡村振兴战略的新形势,坚持问题导向,探讨了邮储银行特色“三农”金融服务模式,在金融助力乡村振兴的同时,做优做强邮储银行的“三农”金融业务,实现社会效益和经济效益双提升。

关键词:乡村振兴;“三农”金融;数字化;信息化

中图分类号:F61 **文献标识码:**A

“十四五”时期,国家农业农村建设步伐将加快,农业农村发展内生动力将进一步增强,国家支农投入不断增加,农村三大产业加快融合发展,“三农”新型经营主体培育不断完善等,伴随着乡村振兴战略的实施,这些领域都需要大量资金投入。邮储银行应当抓住机遇,开拓创新,为乡村振兴战略提供有效的金融服务,帮助农村最大限度释放生产力。

1 邮储银行“三农”金融服务的发展情况

邮储银行坚决贯彻党中央决策部署,始终立足自身资源禀赋,坚守服务“三农”定位,金融助力乡村振兴取得明显成效,涉农信贷投放力度持续加大,县域基础服务能力更强,科技赋能取得明显

进展,风险管控体系更加健全。其中,惠农合作项目是中国邮政服务乡村振兴战略的一项重要工作,通过源头获客,围绕农业产前、产中、产后三个阶段开展合作,为新型农业经营主体提供金融、寄递、电商等一揽子综合服务。邮储银行服务“三农”工作得到了党中央、国务院的肯定,社会影响力和品牌影响力持续提升。

2 邮储银行“三农”金融服务存在的不足

受国家政策导向、金融科技等因素的影响,农村金融市场的竞争格局已经发生显著变化。农村金融市场呈现出大行下沉、数字驱动的特点,同业竞争日益激烈。目前,乡村振兴战略的深入推进和先进科技在农村地区的应用,促使农村金融市场格

作者简介:吴建武(1966~),男,福建闽侯人,高级经济师,主要从事邮政金融服务“三农”研究;许艺(1983~),女,福建漳州人,硕士,主要从事党建与业务发展深度融合研究;黄本松(1973~),男,广西隆安人,主要从事普惠金融服务研究;杨桂仁(1967~),男,浙江新昌人,硕士,高级经济师,主要从事党建促发展研究;卜玲(1974~),女,辽宁宽甸人,经济师,主要从事银行内控合规研究。

收稿日期:2021-10-18

本刊网址:zyjy.sjzpc.edu.cn

局发生深刻变化,竞争方式更注重科技赋能,对科技支撑要求越来越高。这给邮储银行原有的市场地位和传统的发展方式带来了较大的挑战和压力,主要表现在以下三方面。

2.1 农村客户信息大数据体系尚未健全

目前,农业农村大数据和农村信用体系建设不完善是影响邮储银行获客的一个主要原因。初期在收集数据时,主要依靠人员深入农村分散地收集归纳录入,存在数据量少、信息不准确、时效性低等特点。随着与政府合作的深入,数据通过共享和互换有了较大改观,但仍存在数据更新不及时,数据只能查询、不能输出,数据有效性不高等问题。如完全依靠政府数据,仍无法满足业务发展需要,也无法建立自主核心优势。

“三农”信用体系缺失,主要表现为农民缺乏信用意识,农村市场缺乏有效抵押物,导致农村金融市场信息不对称,银行融资存在高风险、低收益等问题。推进信用村建设可解决这一问题,但在推进过程中存在较多困难。邮储银行大部分县支行只有1~3个自营网点,且大部分设立在乡镇以上,客户经理不到10个,每个县有上百个村,全面铺开难度较大,支行普遍存在畏难情绪。

2.2 涉农金融产品竞争力有待增强

邮储银行最早凭小额贷款产品进入农村信贷市场,然而传统小额贷款审批流程长、放款效率低、人员投入大、产品单一,已经无法满足农村金融市场日益增长的多样化需求,按原有模式服务“三农”,势必带来客户信息不足、人工下沉受限、信贷规模难以突破、成本费用过高等不利因素的约束。新型农业经营主体大量涌现,生产规模化、集约化水平快速提高,农村金融需求向规模化、长期化、多样化转变,给金融机构支持农业带来新挑战。

在场景金融中,涉农金融服务不再是单独产品,而是帮助农民在特定场景下,把过去独立的金融服务自然地嵌入生产经营、生活消费的各个场景中,达成综合金融解决方案的目标。邮储银行专属农户产品欠缺,线上产品更注重普适性,针对农户客群特点的设计不足;邮储银行在金融场景应用中主要表现为切入和下沉,缺乏创新和渗透,场景应用不够丰富;农业产业链服务创新力度不够,覆盖面不广,产品迭代升级速度慢。

2.3 涉农金融风险管控科技手段仍有不足

随着竞争的逐步加剧,科技管控手段在风险管理中的作用日益凸显。当前,信息技术在邮储银行风险管理中运用不足,手段落后,基本停留在现场初级检查层面,缺乏科技手段支撑。客户准入端的信息来源准确性不高,侧重于收集,筛选性不多,主体、需求和用途真实性不高;由于信息量不足,在贷款投放期限、资金用途、产业周期、资金流向等监控不够;贷后管理仍以人工贷后为主,智能化不足,人工投入大,回访次数多,客户体验差,对农产品成本变化与价格趋势、市场销量变化和自然灾害等因素的预警性不强。

国家全面推进乡村振兴,将创造出巨大的消费和投资需求,农村市场需要更多金融供给,邮储银行立足“三农”定位,要看到全面推进乡村振兴所蕴含的巨大市场空间和发展机遇,以及自身面临的挑战和问题。与先进同业相比,邮储银行县域地区尤其是乡镇网点功能较为单一,产品竞争性短板明显,数字化转型和场景建设步伐亟需加快。面对新形势和新要求,应立足自身特点,建立差异化优势,找到适合邮储银行发展的“三农”之路。

3 打造具有邮储银行特色“三农”金融服务的探索

“三农”金融市场形势严峻,竞争激烈,只有走数字化、协同化的轻模式才是必由之路。邮储银行深耕“三农”金融30多年,在服务“三农”上,有深厚的历史传承、广阔的服务网络、庞大的客户基础、丰富的金融产品、专业的人员队伍和良好的品牌形象。尤其是近年来,邮储银行大力推进“五化”转型,加快科技赋能、数字赋能、协同赋能,积极向传统资源禀赋注入更多新生力量,稳步推进全面数字化风险管理体系建设,“三农”金融传统服务模式正在加快变革。

面对新形势、新要求,一定要坚定信心,努力打造具有邮储银行特色的“三农”金融服务金字招牌。坚持“三农”金融数字化转型“这条主线”,打造“线上+线下”有机融合的“三农”金融核心竞争优势,发挥邮银协同独特优势,搭建农业农村大数据平台,建设县域农村生产经营、日常消费、涉农产业生态、集团协同、农村政务等场

景。确定涉农贷款年增规模保持在1 000亿元左右,总量稳居大行第五、占比稳居大行第二的目标。

3.1 建设农业农村大数据平台项目

通过“内部挖掘+自主采集+外部互联”等方式,力争用2~3年时间,建立2 000万条有信贷需求、高质量的客户信息。从18万优质行政村白名单、3 501个产业发达的优质行政村镇名单,以及系统自动创建的303万优质村居委会客户基本档案中进行分析筛选,丰富客户信息维度,实现对客户的精准营销、主动授信和综合服务。

稳步推进信用村建设,坚持突出重点、精准选村、稳步有序的原则,充分依托线下网络、村两委和乡贤能人,通过大数据分析精准选村,应用移动展业提高采集效率,对接外部系统获取丰富数据,利用线下资源补齐少量关键信息,加强邮银协同,优先选择产业特色突出、客户需求较多、信用环境良好的村加快推进。充分发挥邮储银行优势,掌握农户情况,获取关键信息,强化采集信息质量管理,为后续推出配套线上产品夯实基础。

3.2 打造服务乡村振兴数字金融银行

打造服务乡村振兴数字金融银行,构建“三农”金融生态圈。一是要加大科技支撑力度,推进线下智能化升级,优化线上服务和产品,构建线上线下双向赋能机制。围绕当地商品交易市场和特色优势产业,加快相关产品的迭代升级,积极稳妥创新线上产品,推动经营性车辆贷款等传统产品线上化,不断丰富线上产品在服务乡村振兴方面的应用场景。二是加大平台合作力度,加快系统互联、数据共享、场景嵌入,构建开放式“三农”金融服务生态。加快“邮e联”平台项目的推进,搭建银行与企业之间的敏捷对接平台,通过分析企业交易物流、资金流、信息流,为农业产业链上下游客户、涉农商圈和平台客户提供优质便捷的线上融资服务。

3.3 积极推进“三农”金融数字化风控项目建设

以数字科技为抓手,不断强化全流程风控能力,逐步构建贷前以移动展业设备为载体、贷中以自动审批模型为辅助、贷后以“专职贷后+智能外呼”为手段,进一步完善相关系统功能,落实风险预警数据排查责任,强化专职贷后管理队伍建设。

加快完善平台功能,推动重点行业风控模型

上线,不断丰富模型规则,借助科技力量开发完善个贷风险预警管理系统,提升跨市场、跨区域、跨行业、跨条线的金融风险识别、预警和处置能力,切实提升“三农”金融风险技防能力。

采用大数据开展贷后管理工作。通过大数据分析,加强贷款资产质量管控工作,及时发现潜在逾期风险客户,摸清风险底数,并对重点管控客户实施名单制管控,控制新增逾期,同时规范潜在风险客户管理流程,强化高风险客户退出管理工作。健全数字化风控制度体系,加快数字化风控能力建设。

3.4 推动以惠农合作为切入点的协同发展

惠农项目是邮储银行增强农村营销能力,打造面向农村优质客群场景的切入点。农民专业合作社、家庭农场等新型农业经营主体在产前、产中和产后面临三大痛点,即融资难、销售难、物流难。邮政借助“三流合一”的优势,可以提供信贷、寄递、电商、保险等覆盖农业全产业链的相关服务,这是中国邮政的核心竞争力和差异化优势所在。通过协同,整合数据、产品、渠道和场景,实现与农业生态的共生,以协同作为巩固发展农村市场最有力的武器。以惠农合作项目为切入点,积极为新型农业经营主体及产业链上下游客户提供集金融、寄递和电商于一体的综合服务方案,同时发挥中邮证券的证券IPO、新三板等投行牌照优势,开展相关企业的直接融资。要在大数据整合应用的基础上,发挥邮政点多面广的优势,要将服务与农业产业链各环节深度融合,使新型农业经营主体及产业链上下游等客户用得上、离不开、强关联,以协同经营模式全面提升邮政企业在农村地区的核心竞争力。

结语

做好服务乡村振兴工作,对邮储银行未来发展意义重大。通过转型发展,“三农”金融服务数字化转型取得明显成效,数字化发展架构进一步健全,农业农村数据更加丰富,场景化服务更加成熟,线上线下有机融合的竞争优势更加凸显,全面风险管理体系更加健全,数字化、智能化风控能力进一步提升。邮储银行一定可以在落实乡村振兴战略中,将“三农”金融服务推上一个更高的台阶,为加快农业农村现代化建设贡献力量。