

结构性货币政策 “定向支持”将更有力

据《经济参考报》报道,三次降低存款准备金率,增加1.8万亿元再贷款再贴现额度,出台小微企业信用贷款支持计划、实施小微企业贷款阶段性延期还本付息政策……上半年,货币政策加大逆周期调节力度,引导金融机构加大扶持实体经济的力度,金融数据持续回暖。

展望下半年,业内人士表示,稳健的货币政策将更加灵活适度,并更强调“适度”。货币政策不会过松,也不会收紧。同时,货币政策将更强调“直达性”,结构性政策将成为发力的重要抓手,实现“精准滴灌”。

政策引导金融支持实体经济量增价降

上半年,社会融资规模增量累计为20.83万亿元,比上年同期多6.22万亿元;6月末广义货币M2同比增长11.1%,增速比上年同期高26个百分点;上半年人民币贷款增加12.09万亿元,同比多增2.42万亿元。从上述三组主要金融数据指标可看出,当前流动性合理充裕,上半年金融对实体经济的支持力度不断加大。

数据回暖的背后是货币政策逆周期调节不断发力。今年上半年,稳健的货币政策更加灵活适度:总量供给方面,央行三次降低存款准备金率,增加1.8万亿元再贷款再贴现额度,出台小微企业信用贷款支持计划,实施小微企业贷款阶段性延期还本付息政策等。促利率下行方面,央行引导公开市场逆回购操作利率、中期借贷便利(MLF)利率、贷款市场报价利率(LPR)下行,并下调支农支小再贷款、再贴现利率,推动金融部门向企业合理让利。

6月,央行创设两个直达实体经济的货币政策工具,即普惠小微企业贷款延期支持工具和普惠小微企业信用贷款支持计划。与之前的再贷款再贴现等工具相比,新创设的工具具有更为显著的市场化、普惠性和直达性等特点。

货币政策更强调“适度”但不会转向

货币政策下半年将如何发力?郭凯日前表示,下半年稳健的货币政策要更加灵活适度,保持总量的适度,综合利用各种货币政策工具,保持流动性合理充裕。还要抓住合理



资料图片

让利这个关键,保市场主体,特别是更多地关注贷款利率的变化,继续深化LPR改革,推动贷款实际利率持续下行和企业综合融资成本明显下降,为经济发展和稳企业保就业提供有利条件。

业内人士认为,“适度”一方面是指总量要适度,即信贷的投放要与经济复苏的节奏相匹配,另一方面是指价格要适度,即引导融资成本进一步降低,向实体经济让利,但利率也并非越低越好。整体而言,货币政策不会过松,但也不会过紧。

近期央行货币政策操作未进一步使用降准降息等操作,主要是通过公开市场操作、MLF等进行流动性调节。另外,近期MLF中标利率未下调,LPR也连续三个月“按兵不动”,均释放了央行货币政策操作更为谨慎、防范资金空转的信号。

光大证券首席银行业分析师王一峰表示,上半年为应对疫情冲击,央行明显加大政策调节力度,这本身具有一定的阶段性和应急性特点,货币政策有效支持了企业复工复产和经济快速恢复,但也存在资金“空转套利”的苗头。下半年,在经济基本面和疫情防控形势逐步向好的情况下,货币政策将坚持稳健总基调不变,流动性投放由“总量管够”转向“总量适度”。预计下半年央行降准降息的频率和力度或较上半年明显下降,更多地依靠公开市场操作实现基础货币投放。

不过业内人士也表示,虽然央行

将把握市场流动性调控的节奏和力度,但货币政策不会转向。

“降成本仍然是下阶段货币政策的核心。因此,传统的降准降息政策仍然有必要,下半年降准和降息仍然存在一定概率,以此引导银行压降点差,带动社会融资成本下降。”中国民生银行首席研究员温彬表示,目前,食品价格逐步回落,通胀水平温和可控,人民币对美元汇率升值到“7”附近,这些也给货币政策打开了空间。

精准滴灌实体 定向政策将持续发力

业内人士表示,下半年央行将进一步发挥结构性货币政策的“定向支持”作用,引导资金流入需要重点支持的领域。

温彬表示,要进一步发挥结构性货币政策作用,提高政策的直达性和精准度,并配合加强资金流向监管,治理资金空转套利等行为,切实把宝贵的信贷资源用到所需领域,同时,提升金融风险防控能力,为经济恢复发展提供稳定的金融支持环境。

交通银行金融研究中心首席研究员唐建伟认为,下半年货币政策的重心是创新直达实体经济的货币政策工具,定向支持受疫情影响较大的中小微企业和困难人群。从政策目标看,受疫情影响最大的正是中小企业和低收入人群,政策应注重精准纾困;从政策取向上,应以定向政策为主,实现“精准滴灌”中小微企业。

(新华)

叶县农商银行: “整村授信”获称赞

本报讯“路再远,行则将至;事再难,做则必成。叶县农商银行不惧酷暑,进村入户开展‘整村授信’工作,给全县百姓带来福音,也让我们看到乡村振兴的希望。我代表县委政府,感谢辛苦在一线的‘小红帽’。”7月18日,叶县县委书记古松在全县工作群中,对叶县农商银行开展的“整村授信”工作点赞。这也是继4月22日该行对县域经济社会发展作出突出贡献被县政府通报表彰后的又一次被肯定。

据介绍,为进一步提升普惠金融服务水平,助力乡村振兴,该行积极探索“支农、便农、惠农、助农”新举措,大力推广“整村授信”工作。自“整村授信”工作开展以来,该行专门成立了由35名青年员工组成的小微事业部,不遗余力地在全县各乡镇全面推开“整村授信”工作。按照“三讲一走访一体验”工作要求,举办

金融知识大讲堂,讲金融知识、讲防诈骗防非法集资、讲信贷产品;逐户走访农户,摸清家庭情况,建立经济档案;让农户亲身体验手机银行“金燕e贷”的方便快捷。通过扎实走访、评定、授信和有资金需求的农户授信,该项工作收到了良好的口碑。不仅极大方便了广大农户,更加大力支持了农民产业发展,共同促进家乡建设发展。

截至7月18日,该行“整村授信”累计开展了25个村,走访1375户,授信194户,金额1126.5万元,授信73户,金额395.3万元。有效满足了广大农户的资金需求。

下一步,叶县农商银行将紧紧围绕县委政府的工作部署,不遗余力地做好对县域经济、“三农”发展的金融服务,创新方法,加大力度支持村级经济发展,助力乡村振兴,为县域经济腾飞贡献力量。

(王宏阳)

扩大规模犯了愁 市郊联社来解忧 市民左先生的炸鸡店有了盼头

“真的太感谢咱们市郊联社的贷款了,为我这个小小的炸鸡店带来了希望,也为我们这个家庭带来了希望。”今年30岁出头的市民左先生看起来略有腼腆,但说出的感谢话语却诚意满满。

左先生早前在市郊经营一家饭店,生意还可以,但今年受疫情影响,饭店陷入亏损。经过慎重考虑和多方考察,他决定开一家小炸鸡店,并最终在西苑小区附近选定了位置。营业初期,他便尝到了甜头,每天营业收入1000多元,当即他与家人商定扩大规模,在建东小区再开一家分店,并引进汉堡、比萨和奶茶等配套产品,更好地吸引顾客。不过,此时他开饭店亏损的钱还没还清,要扩大规模去哪儿弄钱呢?

正当左先生一家犯难的时候,市郊联社个人部客户经理联系到了他,与他主动对接,详细了解有关情况,最终为他推荐了最适合他们的个人房产抵押贷款,并顺利授信30万元。

“家里两个男孩,还有老人。只有妻子一个人有工作,工资还不高,我们真的感觉生活压力太大了。现在好了,这家炸鸡店就是我们新的希望,我们一定好好经营,以后再想开分店还找你们。”面对未来,左先生信心满满。

帮助客户解决实际困难是市郊联社一直践行的初心和使命,自“百日营销竞赛”活动开展以来,市郊联社主动出击,强势营销,目前已授信个人客户186户。

(周莉斯)

新华区农信联社:

创新“整村授信”激发普惠金融新动能

本报讯为有效推动“百日营销竞赛”活动,助力普惠金融走进千家万户,新华区农信联社全面启动“整村授信”工作,实现由村到企概念延伸,以“整村授信”为突破口,打开发展小微贷新思路,为普惠金融工作赋新动能。截至7月15日,该联社小微贷中心当年累计投放贷款902笔,金额2.09亿元;自成立以来累计投放贷款3117笔,金额7.27亿元。

强化培训夯基础,学用结合拓思路。组织客户经理参加“整村授信”线上训练营3次,学习“整村授信十步骤”、相关营销话术等业务知识,累计观看员工210余人次。借助联社员工素质提升公开课平台,将“整村授信”由传统意义上的村扩至企业、政府部门、行政事业单位等客户群体这一

新思路、新方法传递给每一位员工,使其在即将开展的“整村授信”工作中开拓思路、学用结合,累计受训180余人次。

强化考核添动力,明确导向重实效。将“整村授信”业务纳入2020年度业务经营目标考核,授信5户以上即完成一个“整村授信”考核任务。每季度常态化开展营销竞赛,根据新增信用金额占比60%、新增信用笔数占比40%的统计规则,从高到低评选出前三名优秀个人,并给予相应奖励。选调一批业务素质过硬、能力强的人才下沉到基层信用社,形成一名组长、一名客户经理、六名客户经理助理的运营模式,与辖内三家小微贷特色网点形成合力,充分发挥“触角”作用推进小微贷“增户扩面”。自6月

中旬至今,该联社“整村授信”累计走访45户,授信成功36户,共计234笔,授信金额2447万元。

强化宣传造声势,全员参与鼓干劲。培养一支思想过硬、业务过硬、写作过硬的编辑人才队伍,带动全辖广泛搜集有亮点、有经验、有典型意义的案例素材。借助美篇平台开设“普惠金融·鹰城故事”专栏,每日推出一期关于存款、贷款、批量代发、电子银行等内容的精品案例,正面宣扬在支持地方实体经济、服务乡村振兴、大力推进普惠金融等方面取得的成绩。截至7月13日,已累计推出39期专栏故事,发动全体员工积极参与转发与分享,累计阅读量达29507次,累计转发分享2519次。

(韩亚慧 陈婕)

市郊联社“百日营销”进校园

本报讯为响应国家复工复产和“六稳”“六保”的号召,市郊联社根据“百日营销竞赛”方案,组织部及信贷工作人员走进市内某高校,为学校老师提供上门金融服务。

该校的老师对市郊联社工作人员的到来表示热烈欢迎,对工作人员热情周到的服务表示赞许。通过工作人员的产品讲解,一方面提高了老师对金融产品的认识,另一方面为

有贷款需求的老师提供了合适的信贷产品。短短一小时就有数十位老师填写了资料,成为该联社意向客户。

据介绍,自“百日营销竞赛”活动开展以来,市郊联社继续坚持支农、支小、支微定位,以调整信贷结构为重点,积极营销小额贷款,截至目前,市郊联社已授信251户,为支持复工复产贡献农信力量。

(毛慧勇 于浩)