

2024-2030年中国商业银行 企业客户满意度、忠诚度提升策略市场深度评估与投资战略

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国商业银行中小企业客户满意度、忠诚度提升策略市场深度评估与投资战略报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202402/441622.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

46.1%的企业认为“核心企业不愿意配合，如确权、共享信息、及时支付”是阻碍因素；68.1%的受调研企业希望政府敦促核心企业加强配合，55.9%的企业希望政府要求国企、政府机构等及时支付，限制企业的延迟支付等。疫情当下，供应链需要流动性，流动性除了从“生意”中来，还要从“及时回款”中来，以及从金融机构中来。按对核心企业的约束强度来分，核心企业对上下游中小企业的支持可以有三种强度，第一种强度是核心企业只是做信息共享、配合处置货物、扣押返利、取消合作资格等，引入外部金融资源；第二种强度是核心企业依然占有资源（资金/账期），但承担法律责任、影响征信和社会与经济信誉，例如确权和担保，进而引入外部金融资源；第三种强度是核心企业直接释放以往占用（不管是直接占用的还是变相占用的）的资源，将对上游的账期缩短、对下游给予账期。2022年9月《及时支付中小企业款项管理办法（征求意见稿）》发布，政府开始大力推动核心企业及时支付。2020年3月以来，工信部、银保监会等政府部门多次发声，推动核心企业以信贷等方式获得融资后以预付款形式支持上下游中小企业的发展。2020年3月26日，银保监会发布《关于加强产业链协同复工复产金融服务的通知》强调“支持核心企业通过信贷、债券等方式融资后，以适当方式减少对上下游企业的资金占用，帮助产业链上下游中小微企业解决流动资金紧张等问题……明确核心企业准入标准，认真审核核心企业融资需求和贷款用途，严格审核供应链交易背景。”“国家部门近期对核心企业的引导和推动力度之大是前所未有的，相关部门鼓励和支持核心企业融资，但是该融资的用途会被认真审核资金用途是否用于供应链交易，并以合适的方式来降低对中小企业的资金占压。换言之，相关部门是在引导和支持核心企业通过自己的融资为供应链注入资金。并且，认真审核核心企业需求和贷款用途，也体现了对核心企业风险管理的力度将加强：供应链金融相对传统金融更依赖核心企业，当前经济环境下，核心企业暴雷的事件不少，如图17所示24%的受调研企业表示阻碍其为中小企业融资的因素是核心企业出现了大问题，因此已不能像以往盲目信任核心企业；银保监〔2022〕155号文十分突出地强调了对核心企业的风险管理⁷；通过让核心企业承担法律责任，并且一定程度上约束核心企业的资金使用路径，是对核心企业风险的合理管控措施。

7.第十一条意见强调：“对于由核心企业承担最终偿付责任的供应链融资业务，应全额纳入核心企业授信进行统一管理，并遵守大额风险暴露的相关监管要求”；第十六条意见，则详细地描述了如何加强核心企业的风险管理。

32.4%的企业认为无法满足监管要求（例如线下审查尽调要求、降息要求、风险容忍度要求、现场开户要求、面签要求等等）是阻碍因素；如图18所示，允许线上审查尽调、风险容

忍度改变、增加流动性、允许在线开户等是受调研企业对监管部门的强烈诉求。银保监会〔2022〕155号文已涉及线上线下结合开展“三查”工作、落实好不良贷款容忍度、尽职免责等相关的意见，受调研企业的诉求可能体现在希望监管部门出台明确的细则或者给予更细的指引以便这些政策能更好地落实。而能否及如何合规地操作在线开户是银保监会一直未明确的问题。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国商业银行中小企业客户满意度、忠诚度提升策略市场深度评估与投资战略报告》共三章。首先介绍了中国商业银行中小企业客户满意度、忠诚度提升策略行业市场发展环境、商业银行中小企业客户满意度、忠诚度提升策略整体运行态势等，接着分析了中国商业银行中小企业客户满意度、忠诚度提升策略行业市场运行的现状，然后介绍了商业银行中小企业客户满意度、忠诚度提升策略市场竞争格局。随后，报告对商业银行中小企业客户满意度、忠诚度提升策略做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国商业银行中小企业客户满意度、忠诚度提升策略行业发展趋势与投资预测。您若想对商业银行中小企业客户满意度、忠诚度提升策略产业有个系统的了解或者想投资中国商业银行中小企业客户满意度、忠诚度提升策略行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 商业银行中小企业满意度、忠诚度提升的外部环境分析

第一节 商业银行中小企业金融服务的政策环境分析

一、“金融托媒”趋势倒逼银行经营模式转型

（一）“金融脱媒”冲击银行“以贷吸储”模式

（二）商业银行投资结构与收入来源谋求多元化

（三）城商行率先承受市场化定价的高昂资金成本

（四）大中型企业“脱媒”加速，中小企业成为重点

二、利率市场化促使商业银行竞争格局分化

（一）中小银行被迫退出大企业融资领域竞争

（二）商业银行金融服务差异化格局将会显现

（三）商业银行“服务中介”角色转型加速

（四）商业银行业务发展将向中小企业倾斜

1、利率市场化促使银行拓展自身基础客户群

- 2、利率市场化促使银行注重市场细分、合理调整客户结构
- 3、利率市场化促使银行金融创新满足中小企业多元化需求

三、中国版巴塞尔协议 强化国内银行资本约束

(一) 中国版巴塞尔协议 提出监管新要求

(二) 资本约束强化对商业银行经营造成影响

- 1、资本约束强化迫使银行通过资本市场进行融资
- 2、资本约束或迫使商业银行信贷增长速度放缓
- 3、资本约束强化迫使商业银行加快业务转型
- 4、资本约束强化促使商业银行更加注重风险管理

第二节 商业银行中小企业金融服务的同业竞争环境分析

一、中小企业日益成为商业银行业务竞争重点领域

在我国中小企业整体金融服务体系尚不完善的情况下,国有商业银行如何在加强金融风险防范的前提下,为中小企业的发展提供与之相适应的金融服务,使中小企业能够及时抓住机遇不断发展壮大,已是国有商业银行拓展服务领域,寻找新的效益增长点的当务之急。 本次调研总共有约300家企业参与,并且这些企业是中国人民大学中国供应链战略管理研究中心、中国物流与采购联合会物流与供应链金融分会、万联供应链金融研究院、中关村金融科技产业发展联盟精心挑选的具有代表性的企业。如图所示,受调研企业中,52.5%为持牌金融机构,其中17.6%为商业银行、14.2%为保理公司;47.5%为助贷机构,其中16.7%为供应链管理服务公司、13.2%为金融科技服务商,7.8%为产业互联网平台。这些机构在解决中小企业融资难、融资贵方面都是重要的角色。

从受调研企业的业务重要度评分来看,受调研企业主要开展保理类业务、固定资产抵押类业务、货物/仓单质押类业务、第三方担保融资类业务、数据信用贷类业务;并且在总体分布上,传统业务2与非传统业务3的总得分比约为1:2,符合当前国内的中小企业融资实情传统融资产品难以解决中小企业的融资问题。

2.包括固定资产抵押类业务、第三方担保融资类业务。3.包括保理类、货物/仓单质押类、数据信用贷类、贸易代理类、基于信用证的融资类、保险+融资类、税金贷类业务。

(一) 中小企业信贷规模及增速保持稳步增长

- 1、中小企业信贷规模及增速的央行数据分析
- 2、中小企业信贷规模及增速的银行数据分析

(二) 专营机构成为中小企业信贷业务主要服务渠道

(三) 中小企业特色金融产品体系日渐丰富

二、商业银行中小企业金融服务的同业竞争格局

(一) 商业银行中小微户均贷款规模小于300万

(二) 商业银行中小企业金融处于三大发展阶段

1、第一阶段：建设阶段的业务特色和信贷产品

2、第二阶段：战略发展阶段的业务特色和信贷产品

3、第三阶段：优势业务阶段的业务特色和信贷产品

第三节 商业银行中小企业金融服务的客户运行环境分析

一、需求锐减，中小企业外贸出口低迷

二、生产成本猛增，中小企业利润空间压缩

三、不良贷款上升，行业信贷风险集中显现

(一) 不良贷款持续增长，中小企业成为主因

(二) 行业风

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202402/441622.html>