

今年一季度,银行业主动作为,加大信贷投放力度。近日,多家银行信贷业务工作人员在接受采访时表示,“一季度,银行信贷投放总量创新高,超额完成了‘开门红’投放计划。”同时,近期多家银行公开表示将加大信贷投放力度,并普遍将今年信贷增速目标设在了11%左右。

# 一季度银行信贷 超额完成“开门红”计划

## 信贷投放将围绕“稳增长”主线保持增长

东方金诚首席宏观分析师王青表示,着眼于进一步夯实经济回升基础,二季度信贷有望继续保持同比多增。全年来看,在经济回升带动融资需求上升背景下,今年新增信贷有望达到23.4万亿元。

### 信贷投放保持较快节奏

央行公布的统计数据显示,一季度人民币贷款增加10.6万亿元,同比多增2.27万亿元。其中3月份新增人民币贷款3.89万亿元,同比多增7497亿元。而今年1月份、2月份新增人民币贷款分别达4.9万亿元和1.81万亿元。

对此,中信证券首席经济学家明明对记者表示,信贷增长的背后主要有几方面原因:首先,政府继续强调积极财政政策靠前发力和适度扩张,扩内需、稳增长等宏观战略稳步落实助力企业纾困解难;其次,央行3月份超预期降准缓解银行负债端成本压力,也为银行信贷投放“填充弹药”,推动新发企业贷款利率维持低位,为企业融资提供支持;再次,政府继续推进各类相关房地产复苏措施的落地实施,提振居民购房信心;最后,各类消费零售数据显著修复,推动居民短融需求明显回升。金融数据“开门红”背后,也少不了银行机构的积极主动作为。记者了解到,一季度以来,多家银行切实加大信贷投放力度。某股份制银行信贷相关负责人表示,“一、二季度是银行信贷投放的

关键时期,一季度信贷投放保持了较快节奏,超预期完成‘靠前发力’和‘开门红’目标。”

工商银行副行长张文武此前在2022年业绩发布会上透露,截至3月末,工商银行境内人民币公司贷款比年初增长1万多亿元,创历史新高。中信银行行长方合英也曾表示,信贷需求向好是今年的大趋势。中信银行今年一季度的信贷投放量,已经超过了近几年来每年上半年的信贷投放量。

从资产端来看,各家银行积极围绕“稳增长”主线进行信贷投放,在普惠、绿色、制造业、基建等重点领域项目储备充足。例如,4月6日农业银行召开的2023年普惠金融工作会议介绍,今年一季度,农业银行普惠贷款余额(央行口径)突破3万亿元,创历史新高;信贷支持普惠小微企业超过300万户,服务覆盖面不断扩大。建行上海市分行相关负责人对记者表示,“我们已超额完成一季度信贷投放计划,在基础设施、制造业等重点领域贷款有较大增长。”

部分中小银行的信贷投放亦强劲。比如,杭州银行今年一季度开展普惠小微融资提升专项行动,截至2月末,该行普惠小微贷款余额1173亿元,同比增长24.3%。

### 信贷增长势头有望延续

受访业内专家普遍认为,今年二季度乃至全年信贷投放仍将保持增长。

中国银行研究院博士后杜阳表示,二季度乃至全年信贷投放将继续保持稳健增长势头。从需求端来看,实体经济复苏势头强劲,诸多重点领域仍存在融资需求。居民消费意愿有所增强。从供给端来看,信贷投放满足量的合理增长基础上,更加强调质的有效提升。金融支持注重精准直达,银行业将引导社会资金流向小微企业、科技企业、绿色企业等。展望全年,明明表示,考虑到经济持续复苏以及政策支持力度较大,全年信贷投放仍将保持增长,但增速较一季度大概率放缓。

值得关注的是,银行在加大信贷投放的同时,也要防范风险。明明表示,当前需要重点关注是否存在资金空转、“跑冒滴漏”的问题。

明明建议,一方面需要加大监管审核力度,严格管控信贷资金流向;另一方面也要控制银行资产负债两端的利差。

杜阳表示,信贷投放规模的增加一定程度上会对资产质量产生压力,银行业需要高度关注重点行业的风险化解问题,要按照金融资产风险分类的最新要求,确保风险管控的有效性;健全银行内部风险预防、预警、处置、问责制度体系,避免金融风险个案在系统中传播;充分运用大数据平台,加快风控数据平台建设。

来源:证券日报



“在系统上申请的消费贷利率是5.76%,在使用了3.6%闪电贷利率优惠券后,贷款3年的利息一下子省了7000多元。”北京的贷款人小陈告诉中国证券报记者。日前,记者调研发现,临近“五一”小长假,多家银行加大消费贷、大额信用卡的推广力度,利率补贴、折扣等优惠措施频现。

今年以来,商业银行把恢复和扩大消费摆在优先位置,创新金融服务供给,降低个人信贷融资成本,助力消费提质扩容。业内人士表示,消费是经济增长的持久内生动力,银行机构合理增加消费信贷,有助于激发重点消费领域活力,刺激消费回暖。

## 扩信贷优服务 银行助力消费提质扩容

### 紧抓假期消费旺季

“我们近期针对部分符合要求的客户发放了低息优惠券,在系统审批的利率和额度基础上,为客户提供不同程度的利率优惠。”招商银行贷款经理赵智向记者介绍。

临近“五一”小长假,部分银行紧抓假期消费旺季,推出消费贷、大额信用卡等产品限时优惠活动。

“对于申请闪电贷的新客户,系统会发放不同的利率折扣券,最低可至7.5折,该活动仅限4月份可办理。”赵智说。

农业银行贷款经理向记者介绍:“在4月底前办理大额信用卡产品‘乐分易’,最高可享600元话费卡福利。目前,该业务只限部分邀约客户办理,最高可申请30万元额度,期限可达60期,月利率只有0.25%。”

### 创新金融服务供给

工商银行董事长陈四清表示,工行聚焦强化消费对内需扩大的基础作用,积极发挥自身在消费信贷、支付结算、金融科技等领域优势,制定实施优惠利率、消费补贴等一揽子金融支持政策,着力以让利惠民的实际行动,促进商业加快复苏、消费潜力充分释放,努

力在稳增长中发挥大行引领和支柱作用。工行年报显示,截至2022年末,个人消费贷款比上年末增加470.62亿元,增长25.1%。

建设银行提出,积极贯彻落实国家扩大内需发展战略,以满足居民合理消费融资需求、增强客户获得感和幸福感为出发点和落脚点,充分发挥银行消费金融在扩内需、促消费、保民生等方面的担当作用,持续完善非接触式消费贷款服务,提升信贷服务的便捷性和安全性。“消费信贷有望成为消费的重要资金来源。”中泰证券银行业首席分析师戴志锋认为,从长期角度看,居民整体偿债负担出现边际改善,仍有加杠杆空间。短期来看,消费贷伴随消费回暖有望迎来复苏拐点。

### 打好“组合拳”

“我们将利用数字化赋能,发力消费全场景建设,丰富消费产品供给,打造全渠道服务能力,围绕居民衣食住行,聚焦住房改善、新能源汽车等大宗消费以及教育、医疗、养老等民生场景,为企业、消费者提供‘全链条、全场景、全周期’服务,切实服务好民生改善和消费升级,进一步提升金融支持扩内需的质效,满足人民美好生活的需要。”在第三届中国国际消费品

博览会期间,交通银行相关负责人表示。

展望2023年,中国银行零售业务相关负责人告诉记者,将持续推进数字化转型及场景融合,推动“中银E贷”等线上产品加速发展。“下一步,我们将持续发力传统场景服务,提供优质金融产品选择与服务保障。巩固和扩大汽车分期特色优势,依托公私联动,持续推动渠道潜能挖掘;蓄势家装场景,加强区域优质家装企业拓展力度,稳妥发展家装分期;强化目标客群精准营销,全面升级打造以数字化服务为特色口碑的‘家庭消费备用金’服务,满足客户多元理性消费需求。”该负责人说。

此外,在资产质量方面,招商银行指出,2023年面对内外部不确定因素,预计消费信贷类业务资产质量仍将面临压力。一方面,将把握消费复苏机会,加强绑卡及交易促活力度,拓展消费分期场景;另一方面,将密切跟踪外部环境变化,秉持审慎稳健的风险偏好,持续优化消费信贷类业务风险管控策略,继续聚焦价值客户经营,深化客群与资产结构调整,提升贷后数字化智能化运营水平,积极处置不良资产,努力保持消费信贷类业务资产质量的相对稳定。

来源:中国证券报