

农村金融现状调查:贷款竞争下的“挤出”效应

证券时报记者 田牧

初春二月的一天,黄河边的夹河滩村道路泥泞。李伟(化名)是村里少有留下来的青壮年,靠买卖二手农具谋生,在县城有房也有车。做这门生意需要资金周转,为此他以不到6%的年化利率从当地农商行申请了贷款。

如果倒退10年,李伟想办贷款会难得多。而5年前,银行贷款利率高的超过10%,但他仍觉得现在不到6%的利率高。听记者说有银行的贷款利率低至3%,额度能有数十万元,李伟心动了,想把农商行的贷款置换掉。

与夹河滩相隔10公里的白云山村,马路宽阔整洁,气派的村委会映衬着整个村子的兴旺。每年仅靠种植西红柿全村收入就有上千万元,两家银行把网点都开到了村口。

这两个差别巨大的村子位于河南兰考,我国首个国家级普惠金融试验区。今年以来,证券时报记者实地走访东中西部十余地市近百个乡村,观察农村金融现状。上述发生在兰考的故事,正是当下农村金融的“切片”和“缩影”。

一路探究下来,记者发现,这种反差是当下农村金融的一体两面。十多年间,农村金融工作取得了巨大进步,如今也面临着新的挑战。

触达农民的方式

根据央行数据,截至2024年一季度末,我国涉农贷款余额为60.19万亿元。进一步细分,其中农户贷款余额为17.72万亿元,农业贷款余额6.33万亿元,两项合计占涉农贷款余额近八成。此次记者所要观察与探究的涉农贷款,主要是这两项。

根据央行数据,2014年末,我国涉农贷款余额为23.6万亿元,其中农户贷款余额5.4万亿元。10年来,两项数据分别增长了1.55倍、2.28倍,农户贷款增速更快。这是过去10年国家大力推进普惠金融取得的成绩。在体感上,如夹河滩村的村民李伟,如今贷款相比过去既方便又便宜。可以说,农村地区融资难、融资贵的问题已大为改善。

观察农村地区的贷款情况有许多维度。如政府政策目标如何监管和引导市场发展?金融机构在渠道、产品、利率等方面如何竞争?当下农民群体的贷款需求是否充足?由于农村诸多天然条件所限,无论从哪个角度来看,农村贷款工作都与城市有巨大差异。

首要讨论的是农村贷款的可得性与触达方式。城市人口密集、市场主体集中、银行网点密布,无论是客户找银行还是银行访客户,都很方便。但在农村,这些条件都不存在,农民贷款仅在物理空间上相比就不方便。

比如浙江丽水,很多农村处在深山,去趟乡镇都要翻过许多山头,银行想要去也费时费力。又如满是戈壁荒漠的内蒙古阿拉善地区,单户农民与牧区间的距离有的达数十公里,银行的客户经理一天只能拜访三五户牧民。

把时间拉回20年前,没有数字化,普惠金融工作也未铺开,除了民间借贷外,农民想要办贷款,基本就只能通过设在乡镇上的农村信用社来办。农民要去银行网点提交各种资料,银行的客户经理也以网点为大本营,在周边农村开展业务。

根据记者观察,如今农村地区银行网点最多的是当地的农商行或农信社,通常每个乡镇都会设一个。中国邮政储蓄银行(下称“邮储银行”)以单一银行论,在农村的网点数量最多,许多网点并不办理贷款业务。农业银行(下称“农行”)的网点基本覆盖了农村地区,但大多网点集中在县城,与农民的距离没那么近。

记者从十余个地市银行或政府部门了解到,当地农村贷款规模方面,地方农商行(农信社)总量基本都是第一,占比多的能到一半。其次是农行和邮储银行。这三家的贷款规模一般会占去当地农村金融总量的大部分。

这些情况,书写和奠定了农村贷款市场的基本格局。如今,银行网点依然是农民办贷款最主要的通道。过去10年,国家大力推进普惠金融发展,推动农村金融工作,在诸多政策指标的“指挥”下,农村贷款市场起了很大的变化,热闹了起来。许多此前很少开展农村业务的银行来到农村,更多触达农民的方式在政府推动、银行主导下出现了。

此前,证券时报专门报道的农村普惠金融服务站(见本报此前报道《农村金融现状调查:看不见的村村通》)便是银行触达农民的重要一环。

这些服务站一般设在农村的商店门市或村委会中,由银行提供存取款设备,并对人员进行技术指导。服务站主要作用是帮助不善使用手机的老年人取现、存款、转账、缴费等基础金融服务。同时,服务站还会承担收集村民贷款需求的任务,扮演农民和银行间贷款信息中转站的角色。

这对那些在农村地区没有网点的银行,是一种快速、低成本触达农户的方式。比如在农



全国涉农贷款产品可分为三大类

- 以土地和农业资源为抵质押**
如吉安“宅基地使用权抵押贷款”,浙江丽水的“取水贷”;
- 以地方特色产业为核心**
如茂名的“荔枝贷”、兰考的“大棚贷”;
- 以人群作为划分依据**
如方大村镇银行在内蒙古阿拉善地区推出的“务工贷”,许多地方银行针对农村妇女设立的“巾帼贷”。

村很少有网点的建设银行,通过设立的37万个“裕农通”服务点,短短几年就将服务覆盖范围扩展到了全国近80%的行政村(数据截至2023年8月)。

以服务站为抓手

如何让农村金融服务站有效地帮助银行开展贷款业务,是门学问。

一些银行把服务站的负责人发展成风险控制的一环。这些常年生活在本村的店主、村委会工作人员,对村里各家各户的经济条件、信用情况很熟悉,可以为银行发放贷款提供重要参考。

一些服务站的负责人还会帮银行起到贷中风险监测的作用。比如,一农户贷款养牛,遇到疾病大量死亡,会直接导致农户还款困难;有的农民嗜赌,拿到贷款后去赌博,最后很容易成为一笔坏账。这些动态发展的情况银行很难日常监测,有了服务站的及时通知,银行也可较早干预处置。

所以,包括本地农商行(农信社)在内,各个想要或需要在农村开拓业务的银行,都或多或少会设立农村金融服务站。当然,这背后与政府的支持和要求也密切相关。

兰考作为第一个国家级普惠金融试验区,政府在这方面做得更早、更多,也更细。记者采访了兰考县政府相关部门负责人和多个乡镇、村委会工作人员后了解到,兰考在行政体系内设立了县、乡、村三级金融服务体系,包括县级金融服务中心、各乡镇金融服务中心及各村级的金融服务站。

农民的贷款需求由村级服务站一收集后,上报至乡,再汇总至县级金融服务中心。彼时兰考县政府为激励农民贷款、银行放款,会对部分符合条件的农民贴息,对银行进行风险补偿。由这一体系收集而来的贷款需求,经筛选后由县金融服务中心对接至合作银行,进行放款。

运行多年后,不少银行客户经理已与许多村子建立了稳定联系,很多业务也便无需再经由上述系统转手,双方直接对接。如白云山村的金融协管员,会定期收集好村民的贷款需求后,提交给长期开展业务的客户经理。客户经理也会把最新的各种贷款产品、贷款政策及时发给金融协管员,再广而告之。

记者在各地调研中注意到,不同地区在设立农村金融服务站的同时,也都会提及向农村派驻了大量“金融村干”“金融特派员”等。但大多数地区这类人员是由本地农商行网点的客户

经理兼任,既非专职,也不会真正常驻农村,更多是在形式上结对子,以加强村委和银行间的日常联系。

农村金融服务站整体上为村民、银行提供了一个重要的服务平台和连接渠道,是农村金融在地化的一个重要抓手。但发展到今天,这一农村金融重密的基础设施也遇到了许多问题和瓶颈。

一方面,如证券时报此前报道,一些银行或地方为了数据好看,在形式主义上做文章,设立的一些农村金融服务站有名无实。有些地方服务站数量不增反减。

贷款方面,上述提及的以服务站为抓手,在银行放贷过程中提供的诸多作用,很大程度上受限于每一个服务站的负责人。而现实中人员的素质、积极性参差不齐,使得很多服务站远未实现理想的效果。记者在调研过程中就屡屡碰到一问三不知的人员,既包括商店店主,也包括村委会工作人员。

如今,在农村金融服务站数量已基本见顶的情况下,各地应将重点放在“提质”上,通过有效的激励机制来促使服务站发挥更多作用。

丰富的贷款产品

记者从多地政府和银行获取的文件中看到,上述关于农村金融服务站的情况是各地在总结农村金融工作成绩时都会提及的方面。另一被重点提及的,是如何创新金融产品来适应地方农村特色。

以前,除了地方农村金融机构外,大部分银行很少涉及农村业务,自然也缺乏相应的贷款产品。在从中央到地方的政策推动下,各个银行都开始向农村下沉。在打通触达客户的渠道后,银行首要思考的就是提供什么样的贷款产品给农民(或者农业经营主体)。

近年来,各式各样针对农村、农民的贷款产品大量出现。

比如江西吉安——建设中的国家级普惠金融改革试验区——在2024年初的实践总结中提到,已创新性地推出了包括乡村振兴等领域在内的180余款各类金融产品,其中如“宅基地使用权抵押贷款”为全国首创,“井冈蜜柚贷”“三宝普惠贷”等为吉安专属农村金融产品。

广东高州农商银行在2023年的农村金融工作报告中表示,一方面丰富涉农信贷产品,紧扣“一县一园,一镇一业,一村一品”,针对专业镇村的集群行业和特色产业,积极开发“荔枝龙眼贷”“罗非鱼贷”等专属金融产品;同时针对不同客群和需求推出分别面向个体工商户、农户和市民等的专属贷款产品。

总结下来,全国各地的涉农贷款产品可分为三大类:一、以土地和农业资源为抵质押,如

上述吉安的“宅基地使用权抵押贷款”,浙江丽水的“取水贷”等;二、以地方特色产业为核心,如茂名的“荔枝贷”、兰考的“大棚贷”等;三、以人群作为划分依据,如方大村镇银行在内蒙古阿拉善地区推出的“务工贷”,许多地方银行针对农村妇女设立的“巾帼贷”等。

记者在粤西一农商行乡镇网点调研时,看到墙上的一块展示牌上,密密麻麻列了30余款贷款产品,上述三类皆包含其中。普遍来看,地方性银行的涉农贷款产品丰富性更高,国有大行和股份行相比之下贷款产品就较为单一。

涉农贷款产品愈加丰富整体上是好事。从营销角度看,许多农民还受传统观念影响不愿贷款,有的则看不懂银行产品,以人群、产业、抵质押物作为核心特征推出的贷款产品,便于让农民理解和接受,有利于开展业务。

但值得注意的是,现实中也有一些所谓的特色贷款产品是为了创新而创新,将原先的产品换个壳子,或者底层逻辑不变形成“套娃产品”。这类产品既浪费资源,也无多少贷款需求,更像是贷款产品中的“形式主义”。

贷款需求承压

与丰富的贷款产品相对应的,是贷款需求的不足。

足村授信是银行普遍在农村贷款工作中采取的方法。简单说,银行以村为单位,对各家各户进行前期尽调,符合条件后,农户变成“信用户”,村子就成了“信用村”,村民会从银行获得一定额度的授信额。

以兰考为例,从2017年开始,兰考在全县推广整村授信模式,共采集农户信息168项指标,依照信用评定情况将农户信用评级分为三级,分别对应3万元、5万元、8万元的普惠授信额度,进而评定信用村、信用乡镇。截至2023年底,兰考共评定信用用户近14万户,信用村318个。

但授信不等于用信,只有农民实际使用了授信额,才算一笔贷款。证券时报记者通过采访了解到一些地区的整村授信核心指标,据此可一定程度上观察当下农村的贷款需求情况。

华南某农业大市农商行董事长告诉记者,目前当地农信系统对各农商行整村授信信用率的考核指标为18%,亦即1000万户的授信额度,实际产生贷款180万元。这个指标要求并不高,但有的农商行用信率仍只有10%。

广东茂名一大特色产业是荔枝,地方银行专门推出了“荔枝贷”产品。但多位自己种植荔枝的村民向记者表示,他们并不需要靠贷款来左右种植。这些农民的种植面积通常在10亩左右。高州一位公司化经营,有千亩荔枝园的种植大户告诉记者,当地荔枝种植以小、散户为主,他们普遍不需要贷款。更需要贷款的是种

植大户,从种植面积来看,有贷款需求的种植大户占比不过三成。

不同地区的贷款需求程度有所不同。记者在浙江了解到,当地整村授信的用信率约在30%左右。在江西吉安,一位村镇银行的负责人感叹,经过多年深耕,该行在存款上取得了令不少同行艳羡的表现,如今犯愁的大问题却是资金“贷不出去”。村镇银行的存款利率要高于其他银行,放不出去贷款,令人艳羡的高额存款,反倒成了负担。

内蒙古阿拉善地区的情况与东中部地区差异巨大。

阿拉善农商行普惠信贷部的负责人在接受证券时报记者采访时表示,目前该行整村授信的用信率超过70%。主要原因与阿拉善地区人稀的自然地理环境相关。阿拉善农区一户农民可有数十亩甚至上百亩地,牧民拥有的畜牧区面积更大。农民到了种植季,牧民需要大量购买饲料时,资金需求可达数十万元。在这种情况下,阿拉善的农牧民用信率自然较广东、江浙等地要高。但70%并非阿拉善农商行整村授信用信率的高点,往年最高时能达到90%,近年来也在不断下降。

记者多方采访后发现,农村老龄化与人口流失是贷款需求下滑的一个重要原因。而对于农村金融的主力军——农商行来说,它们面临的贷款需求下滑,还因为大行下沉后抢走了许多客户。

同业“内卷”何解?

证券时报记者自调研以来,半年间先后与三十余位不同地区的银行高层、一线业务人员和监管部门进行了交流,聊到最后总是避开的一个话题,就是大行向农村下沉后,银行间“内卷”严重,“价格战”“掐尖”“垒大户”等情况挤压了中小银行尤其是农商行的生存空间。

证券时报在此前普惠金融系列报道中,多次着重分析过当下银行业在普惠金融领域的“内卷”情况。报道开头提到的李伟的案例,便是当下农村贷款市场里银行间大打价格战的体现。

东中西部三家不同地方农商行的负责人在接受记者采访时都表示,目前他们行普惠贷款的平均年化贷款利率都在5%左右,这已是农商行这类金融机构几乎降无可降的生死线。在他们看来,这正是大行下沉后造成的结果。在以前,这些银行的平均贷款利率在8%,甚至10%左右,有足够的利润空间。当大行下沉后用3%甚至更低的利率来快速抢市场时,农商行的客户流失严重,不得不跟着降低利率。

不少为大行辩护的业内人士将此视为正常的市场竞争行为。但通常会忽视的是,大行如今的下沉是在政策的强力干预下出现,而非将农村金融业务视为长期可持续发展的方向。不少农商行人士向记者抱怨,大行之所以会出这么低利率的产品,是因为它们的首要目标是完成考核任务,是否盈利反倒不是优先考虑的。即使亏了钱,家大业大的大行也能依靠其他利润丰厚的业务弥补。

一些农商行人士还指出,大行下沉到农村抢客户,所出现的“掐尖”“垒大户”等情况,会让许多人可支配资金突然大大增加,最后却反受其累。比如盲目扩大生产,又因经营不力产生难以承受的损失,进而给银行带来风险。

另一方面,他们还反问,如果今后政策层面不再强力干预,如今下沉的大行会不会又撤出农村市场?倘若撤出,留下来的会是什么?

这些问题目前可能没有答案。需要思考的是,在重点防范中小金融机构风险的背景下,农商行、村镇银行的风险状况和生存空间本就狭小,大行下沉后所引起的一系列连锁反应,在一定程度上加剧了中小金融机构的风险,不利于风险化解大局。十余年过去,曾少有人问津的农村金融市场,如今却成了各个银行不断“内卷”的战场。何解?

普惠金融 一线调研

