



丛书主编 所向东 魏革军

商业银行 信贷文化

主编 吕香茹

Credit Culture of Commercial Banks

Bank



丛书主编 所向东 魏革军

商业银行 信贷文化

主编 吕香茹

 中国金融出版社

责任编辑：张哲强

责任校对：潘洁

责任印制：程颖

图书在版编目 (CIP) 数据

商业银行信贷文化 (Shangye Yinhang Xindai Wenhua) / 吕香茹主编.
—北京：中国金融出版社，2010. 12
ISBN 978 - 7 - 5049 - 5712 - 2

I. 商… II. ①吕… III. ①商业银行—信贷管理—技术培训—教材
IV. ①F830.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 208484 号

出版
发行

中国金融出版社

社址 北京市丰台区益泽路 2 号

市场开发部 (010)63266347, 63805472, 63439533 (传真)

网上书店 <http://www.chinafph.com>

(010)63286832, 63365686 (传真)

读者服务部 (010)66070833, 62568380

邮编 100071

经销 新华书店

印刷 利兴印刷有限公司

装订 平阳装订厂

尺寸 169 毫米 × 239 毫米

印张 11.75

字数 224 千

版次 2010 年 12 月第 1 版

印次 2010 年 12 月第 1 次印刷

定价 29.00 元

ISBN 978 - 7 - 5049 - 5712 - 2/F. 5272

如出现印装错误本社负责调换 联系电话 (010)63263947

《21 世纪银行精英系列培训教材》丛书

编 委 会

主 任 所向东 魏革军
副 主 任 王龙华 陈华蓉 吕香茹
编 委 张 峻 曾巧雯 陈海燕
倪红卫 何玲云 张哲强

《商业银行信贷文化》编写组

主 编 吕香茹
编写组成员 吕香茹 曾巧雯 何玲云 郑锐敏
胡义华

总 序

21世纪银行精英系列培训教材

30年波澜壮阔的改革开放，中国社会各个领域都发生了翻天覆地的巨变，中华民族的伟大复兴令全世界喝彩。众所周知，随着经济的高速增长，金融业已经成为我国增长最快的产业之一，目前已基本形成与建设社会主义市场经济体系相适应的，以银行、证券、保险、信托为四大支柱，其他金融机构为补充的金融体系。近年来，国有商业银行加快了股份制改造和上市的步伐，稳步推进公司治理结构改革，特别是2008年，在国际政治动荡、经济衰退、部分金融机构折戟沉沙之际，中国银行业金融机构表现出稳健的抵御风险能力、可观的盈利能力和不凡的国际竞争力。

在业绩增长的同时，我们也逐步深化了对金融发展规律的认识，积累了从国情行情出发建设现代金融企业的宝贵经验，这就是：只有坚持科学发展观，牢牢把握“以人为本”的核心理念，正确处理金融与经济的关系，正确处理金融创新与金融监管的关系，把转变发展方式作为可持续发展的根本途径；坚持把完善治理和加强管理作为实现健康发展的基础工程；坚持把加强党的建设和员工队伍建设作为改革发展顺利进行的重要保障，才能全面提升中国银行业的竞争发展能力。

银行业的竞争，其根本是人才的竞争，作为“人才兴行”战略的逻辑起点应该是“行兴人才”。经过改革开放的锤炼，特别是中国加入世界贸易组织以来，随着金融全球化进程的加剧，一支金融业务熟练、管理经验丰富、职业道德良好的人才队伍得到了锻炼和培养。从目前我国银行业整体状况来看，各家商业银行不乏高学历的员工，但较为短缺的是与时俱进的金融新知识、新理念和新技能。我们采取引进人才和培养人才双管齐下的措施，尽快建立适合国情的各级经营管理人才和技术骨干，这样才有助于金融人才队伍的健康发展。

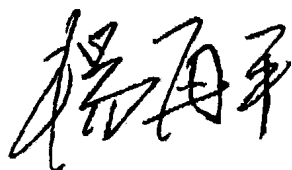
我们可喜地看到，国内有一批融学术和实践为一体的现代金融培训院校，它们聚集着大批金融专家与人才，在金融人才培养方面积累了丰富的经验，同时又与高校、科研机构、金融机构和国际先进培训机构有紧密联系，它们不仅在金融从业人员的培训上发挥着重要作用，而且其系列产品，如培训教材、培训课件及其他知识产品也逐步走出院校、惠及全行业。

学习的过程离不开读书，培训学习也不例外。“21 世纪银行精英系列培训教材”正是为了适应商业银行人才培养需要而组织编写的系列培训教材，其内容将随着商业银行业务发展和金融培训的需要不断扩充。先期呈现给读者的是《商业银行企业文化》、《商业银行全面风险管理》、《商业银行新兴业务》、《网络金融》和《商业银行实用英语》五本教材。其在理论上，既有对西方商业银行先进理论的阐述，又有对我国商业银行理论的总结；在实务上，紧密联系我国商业银行运营现状，突出应用型人才培养的特色。着重介绍现代商业银行的新兴业务和风险管理，并展示商业银行未来发展趋势。具有实践性、指导性和通俗性的特点。希望今后这套培训教材更加充实、更加完善。

金融危机的爆发和蔓延，无疑将给银行业带来更加严峻的挑战和更加激烈的竞争，需要进一步提高我们学习和运用科学金融知识的能力。

谨以年初金融业同行们面对象征中华民族坚强意志的万里长城发表的宣言与大家共勉：“在这个特殊的时刻，作为金融行业的代表，我们决心自强不息，苦练内功，提高金融服务的水平，铸就核心竞争力；我们决心团结一致，群策群力，诚信自律，促进行业健康发展；同时，我们要克服困难，化危为机，筑起信心和胜利的长城。”

是有序。



2009 年 2 月 2 日

前言

商业银行信贷文化

信贷文化是商业银行企业文化的重要组成部分，健康的信贷文化既能为商业银行信贷业务的发展提供制度支撑，更能夯实理念基础。商业银行要在强者如林的市场竞争中取得稳健快速的发展，培育良好的信贷文化无疑将起到事半功倍的成效。在经济金融全球化的背景下，外资银行与国内商业银行的竞争已经由单纯的产品竞争转向更深层次的文化竞争，由分块的业务领域的竞争转向全方位角逐，这种竞争实质上是以信贷文化为主要内容的核心竞争力的竞争，外资银行正以先进的信贷文化与中资银行加速抢夺优质信贷市场和优质客户。与国外同业相比，我国商业银行信贷文化建设在信贷经营目标、职能、经营思想、体制、制度、观念等方面还存在一定的差距，如何抓好信贷文化转型，稳住和争夺优质客户，切实提高信贷资产质量，更好地推进我国商业银行信贷业务的发展，成为当前值得我们认真研究的重要课题。

本书应时出版，从信贷文化的内涵和信贷文化的核心理念入手，全面介绍和深入剖析了商业银行信贷产品文化、信贷制度文化、信贷营销文化、风险管理文化和信贷行为文化的具体内容和建设方向。书中还配备了大量的图表及专栏，对商业银行信贷文化建设的方方面面进行了更为直观而详尽的描述，方便读者加深对各项内容的进一步理解。全书立足于中国银行业实际，结合国际银行业先进银行信贷文化建设的有关新理论、新理念和新实践，用简洁清晰的语言和丰富翔实的资料，为读者打开了一扇全面了解商业银行信贷文化建设的大门，全书具有前瞻性、系统性、全面性、知识性和可操作性特点，既能使读者更好地理解构建有中国特色的信贷文化体系将如何成为我国商业银行永续发展和提升核心竞争力的关键，又提供了丰富的案例帮助读者了解信贷文化建设的具体操作实务和方法。

本书是编写组全体成员辛勤劳动的集体智慧结晶，他们为本书的最终成稿倾注了大量心血。各章的具体执笔分工如下：第一章“商业银行信贷文化概述”由吕香菇编写，第二章“商业银行信贷文化核心理念”由何玲云编写，第三章“商业银行信贷产品文化”由郑锐敏编写，第四章“商业银行信

贷制度文化”由胡义华编写，第五章“商业银行信贷营销文化”由曾巧雯编写，第六章“商业银行信贷风险管理文化”由胡义华编写，第七章“商业银行信贷行为文化”由何玲云编写。本书在写作过程中，参阅了商业银行经营管理、信贷管理、营销服务、风险管理等方面大量的论著和相关资料，并吸收了其中的一些研究成果，在此谨向所有文献的作者表示由衷的感谢。本书的出版还得到了中国工商银行杭州金融研修学院有关领导、老师和中国金融出版社的帮助，在此一并表示诚挚的感谢！

商业银行信贷管理和文化建设是一项理论性和实践性都很强的工作，信贷文化建设作为一项快速发展的新兴企业文化建设领域，还需要在实际工作中继续不断探索、总结和提炼。虽然我们力图深入、详尽地阐述信贷文化建设的具体内容，但由于本书所涉及的内容较多、范围较广，加上编写时间较紧，编者水平有限，书中难免存在错误和疏漏之处，恳请读者批评指正。

《商业银行信贷文化》编写组

2010 年 8 月于杭州

目 录

商业银行信贷文化

1	第一章 商业银行信贷文化概述
1	第一节 商业银行信贷文化的内涵与作用
7	第二节 影响商业银行信贷文化的主要因素
13	第三节 商业银行信贷文化的发展
25	第二章 商业银行信贷文化核心理念
25	第一节 商业银行信贷文化核心理念的内涵
31	第二节 商业银行信贷经营核心理念
39	第三章 商业银行信贷产品文化
39	第一节 一般企业信贷业务和产品
62	第二节 特色中小企业信贷业务和产品
72	第三节 个人信贷业务和产品
80	第四章 商业银行信贷制度文化
80	第一节 商业银行信贷组织制度
86	第二节 商业银行信贷管理制度
93	第三节 商业银行信用评级制度
107	第五章 商业银行信贷营销文化
107	第一节 商业银行信贷营销文化的内涵
112	第二节 商业银行信贷营销文化内容
132	第六章 商业银行信贷风险管理文化
132	第一节 商业银行信贷风险管理文化内涵
135	第二节 信贷风险管理文化的主要内容

139	第三节	商业银行信贷风险管理方法和技术
-----	-----	-----------------

157 **第七章 商业银行信贷行为文化**

157	第一节	商业银行信贷行为文化的内涵
-----	-----	---------------

159	第二节	商业银行信贷行为文化的内容
-----	-----	---------------

174	第三节	商业信贷行为文化的构建
-----	-----	-------------

177 **参考文献**



第一章

商业银行信贷文化

商业银行信贷文化概述

21 世纪是文化管理的时代，是文化制胜的时代，在经济金融全球化的背景下，现代商业银行的竞争已由单纯的产品竞争转向更深层次的文化竞争，而重视在信贷精神文化、制度文化、行为文化和物质文化等建设上下工夫，着力构建有中国特色的信贷文化体系已成为我国商业银行永续发展和提升核心竞争力的关键。

第一节 商业银行信贷文化的内涵与作用

一、商业银行信贷文化的内涵

（一）商业银行企业文化的内涵

文化是一个古老的词汇，凡是有人类活动的地方，就会形成文化，人与文化是互动的，人创造文化，文化也塑造人。笼统地说，文化既是一种社会现象，也是一种历史现象，文化是社会的、历史的积淀物。从广义上说，文化是指人类在社会实践过程中获得的物质、精神的生产力以及所创造的物质财富和精神财富的总和；从狭义上说，文化是指社会的意识形态以及与之相适应的组织机构和制度。

商业银行作为经营货币信用业务的金融企业，在长期为客户提供金融服务过程中必然会不断创造和积累银行成长与进步的特色文化，它是文化在商业银行的具体反映。所谓商业银行企业文化，是指商业银行在长期经营管理实践活动中逐步形成的，并被全体员工普遍认同和遵循的经营思想、价值取向、思维方式、行为准则以及企业形象的总和。商业银行企业文化是商业银行的“DNA”，是银行成长和基业常青的一个永远不会被取代的竞争因素。对一家银行发展来说，企业文化或许不是一个最直接因素，但却是银行能否持久发展的关键因素。在商业银行发展过程中，如果说业务发展壮大了商业银行的“筋”和“骨”，那么企业文

化产生的凝聚力、内驱力，则提升了商业银行的“气”和“神”。商业银行企业文化是银行之魂、发展之根，是最具战略性的核心竞争力。

（二）商业银行信贷文化的内涵

信贷作为经济范畴，作为借贷行为，在商业银行经济活动中发挥着主体作用。信贷业务是我国商业银行最传统的业务产品，一直以来也是我国商业银行最主要的创利来源。遵循信贷资金循环周转规律，协调信贷资金流动性、安全性和效益性，实现价值最大化是商业银行信贷经营管理活动目标和永恒主题。长期以来，商业银行围绕信贷市场定位与产品营销、信贷规模与结构配置、信贷风险防范与控制、信贷组织与服务，开展一系列信贷活动，并形成商业银行信贷文化。所谓商业银行信贷文化，是指商业银行在长期信贷经营管理工作中逐步形成的，并随着时代变迁不断更新和积淀下来，为全体信贷人员共同遵守的信贷理念、信贷原则、信贷管理制度、信贷行为规范和信贷品牌形象的总和。从文化本源看，商业银行信贷文化实质上是人类一切有意识的信用活动及其结果，是银行在历史上所有信贷活动的文化沉淀和积累；从内容上看，商业银行信贷文化反映银行在全部信贷经营管理活动的价值取向，是一家银行在信贷制度安排和战略选择在人的价值理念上的反映，往往是本银行所特有的，具有很强的独特性；从形式上看，商业银行信贷文化属于意识形态范畴，是银行法人和全体员工所共同认可的；从作用上看，是指导员工从事信贷活动的哲学观念和行为准则，对所有信贷从业人员的行为都具有一定的规范性、约束性。

随着经济金融全球化，信贷的作用和地位将更加凸显，同业竞争将更加激烈。一家银行的信贷业务要在强者如林的市场竞争中取得稳健永续的发展，培育良好的信贷文化无疑将起到事半功倍的成效。

（三）商业银行信贷文化与商业银行企业文化关系

商业银行企业文化按照经营管理活动的范畴，可以分为管理文化、信贷文化、营销文化、服务文化、内控文化、创新文化等各种子文化，各种不同类型子文化既是商业银行企业文化建设不可或缺的构成部分，其形成必然受到商业银行企业文化的指导、规范和制约，同时各子文化又自成体系，具有独自内涵和特点，特别是商业银行信贷文化，由于信贷业务的重要性，信贷经营管理的特殊性，信贷文化成为商业银行企业文化重要组成部分。商业银行信贷文化的优劣直接关系到商业银行经营管理的成败，直接影响着商业银行企业文化建设的整体质量和效果。为此全面把握商业银行企业文化的总体特征和信贷文化的个体特征有助于加深对信贷文化内涵的全面理解。

1. 商业银行企业文化的总体特征

尽管不同商业银行有不同的企业文化，但从银行业行业特性和发展现状看，商业银行企业文化一般呈现出以下共同特征：

(1) 诚实守信文化特征。诚实守信是一种品行责任,是银行业经营最基本的道德准则。倡导诚信文化,就是银行员工要以诚信对待工作、对待客户和对待股东,以诚信对待上级、对待下属和对待同事,将诚信文化理念深深植根于心、外化于行,树立银行良好的口碑和形象,赢得公众对银行的信任。

(2) 健康的风险文化特征。银行作为经营风险的特殊行业,社会上各种风险都会向银行集中,客观上要求银行具有更大的风险承受能力以及预防、控制、转移、化解风险的风险管理能力,风险管理是银行经营管理的一项重要内容,稳健经营是成功银行的共性特征。银行通过培训、绩效考核,引导员工牢固树立“以资本为风险约束基础,业务增长与风险控制相适应、风险成本与风险收入相匹配”的风险理念,通过观念跟进和制度建设等手段,推进打造健康的风险文化。

(3) 卓越的服务文化特征。服务是金融业的行业属性,也是金融企业赢取客户、创造价值的關鍵路径,是真正难以复制的核心竞争力。作为面向大众的窗口行业,客户满意度是衡量银行好坏的重要标准,是银行赖以生存的重要基础。服务文化就是要打造以客户为中心,尊重与关爱客户,满足客户需求,为客户提供个性化产品和服务,通过卓越服务向客户传递银行价值。服务文化是一种客户至上的文化,具有外溢效应,可以熏陶客户与市场,客户一旦认同银行的服务,就会忠诚地与银行一起成长。

(4) 持续的创新文化特征。创新是银行业发展的灵魂和不竭动力。银行要顺应行业发展趋势、市场竞争态势以及银行面临的挑战,灵活应对各种变化,持续地改进工作,在银行体制、机制、产品、技术、服务和营销等方面进行不断的创新,使银行在经营管理和市场竞争方面始终处于优势地位,不断增强核心竞争力。

(5) 先进的用人文化特征。商业银行作为知识密集型行业,人才是事业发展的保障,也是事业发展的成果。人岗匹配、人尽其才、才尽其用,是个人职业发展的愿望和动力,也是企业抓住机遇、应对竞争的必然要求和制胜法宝。银行要坚持以人为本,更新用人理念,创新用人机制,把促进人的全面发展作为人才工作的根本出发点,要紧紧抓住培养、吸引、用好人才三个环节,大力开发拥有“本土经验和国际视野”、德才兼备的各类人才资源,积极营造尊重人才、尊重知识、尊重创造的氛围,给优秀人才机会、平台和舞台,激发员工职业的自豪感和工作成就感。

2. 商业银行信贷文化个体特征

商业银行信贷文化除了具有诚实守信、风险管理、优质服务、注重创新、以人为本等商业银行企业文化共同特征外,还具有以下独特性:

(1) 专业性强,人员素质高。信贷在商业银行内部属于专业性较强的专业,

开展信贷业务，不仅要求了解信贷业务产品特点、行业信贷政策，而且还要掌握一整套科学严谨的规章制度和规范化的操作程序，对信贷从业人员要求较高，必须具有良好的职业道德、广泛的专业知识和丰富的实践工作经验。

(2) 风险管理要求高。风险管理的目的并不是消除一切风险。从本质上来说，商业银行是通过有效风险管理而获取收益的行业，因而风险管理能力是商业银行的核心竞争力，无论从内部经营要求还是从外部社会影响来看，重视风险、合规经营、严谨审慎、双人操作等应成为商业银行经营行为的基本要求。在我国信贷管理长期实践中，提炼了全流程、立体化风险管理做法，除了在信贷前台、中台和后台三个横向层面进行风险防范和控制外，还在总行、一级分行、二级分行和支行等各个纵向层面提出风险控制要求以及现场、非现场等监控措施，从而在保证信贷业务收益的前提下力求风险最小化。

(3) 业务制度多，信贷责任重。信贷业务不仅产品不断推陈出新，而且每一项业务，从贷款调查、发放到贷款收回或核销全过程的每一个操作环节，均有严格的规章制度，规范、制约着信贷人员的行为。同时信贷资产质量是银行生存、发展的基础，是银行经营的生命线，因此所有商业银行均建立信贷全程责任制。信贷责任制是一种风险责任制，这种责任关系到银行的生存和发展，这种责任重大性特点是其他子文化无法比拟的。

二、商业银行信贷文化的构成

商业银行信贷文化按表现形式来分，分为有形文化和无形文化两个方面。有形文化是指公布于众的，能够看得见的信贷政策、信贷原则、信贷操作程序、信贷机构设置等一系列信贷制度和行为准则等；无形文化是指建立在有形文化基础之上的，由全体信贷人员共同遵守的具有鲜明特点的信贷价值观和思维方式。

商业银行信贷文化按照文化的层次性划分，从内而外可以分为精神层（理念层）、制度层、行为层和物质层（见图1-1）。信贷文化的精神层即信贷精神文化是信贷文化的核心层，是商业银行长期经营发展中形成的，用于指导员工开展信贷活动的信贷使命、信贷价值观以及信贷理念等方面的总和。信贷文化的制度层即信贷制度文化是信贷文化的中间层，是商业银行对信贷业务活动及信贷风险管理的一整套制度和安排的总和，主要包括组织架构、管理体制、信贷政策、信贷制度、业务流程等要素，是信贷文化的重要组成部分。信贷文化的行为层即信贷行为文化是信贷文化的浅层，体现于银行员工开展的各种信贷活动中，包括信贷制度、规程的学习，对信贷产品的开发与运用的技巧，存在于市场营销、贷款定价、贷后监控和不良资产处置等信贷业务过程中。信贷文化的物质层即信贷物质文化是银行信贷文化的表层或形象层，是让社会和公众感知信贷文化的表现

形式，主要涉及贷款种类、贷款规模、贷款结构、贷款方式、营业网点、员工的形象等要素。

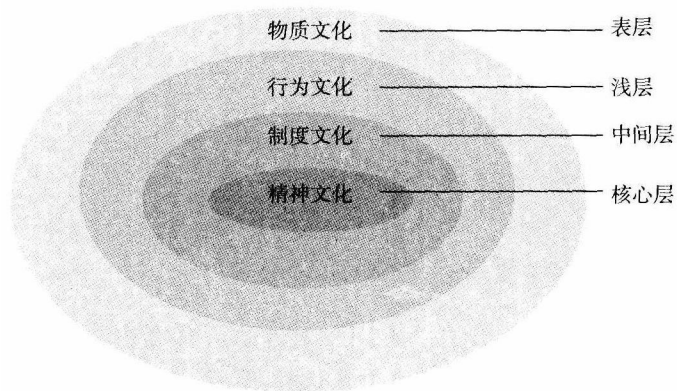


图 1-1 信贷文化层次

信贷精神文化是信贷文化的灵魂，是形成信贷制度文化、信贷行为文化和信贷物质文化的核心因素，是评判一项信贷制度、一种信贷经营行为、一种职业形象好坏的最终标准，对信贷制度、信贷行为和物质形象起着导向作用。另外，信贷制度文化、信贷行为文化、信贷物质文化也反作用于信贷价值观或信贷经营理念。信贷制度既可以保障并加速新型信贷文化的塑造，也可以阻碍新型信贷文化的推行。同时信贷价值观或信贷经营理念的形成也不可能脱离现实的信贷经营活动，它必须植根于对日常信贷活动的深刻理解和提炼，并且最终要贯彻到信贷行为之中，如果信贷制度不能体现或不能完全体现信贷价值观或信贷经营理念的精髓，或者体现这种理念的一系列制度不能很好地约束信贷人员的行为，不能有效地塑造银行良好的职业形象，那么信贷价值观或信贷经营理念的提炼、植根、落地也只能是一句空话。

要发挥银行信贷制度文化应有的作用，银行信贷规章制度的建立必须紧紧围绕信贷价值观或信贷经营理念，并且要根据业务的发展情况，及时调整和完善制度体系，以保证每一项信贷业务的运作和管理都能有章可循。制度体系具体包括：发展战略、运行机制、操作流程等层次。其中发展战略是围绕信贷价值观或信贷经营理念，对信贷资产配置的长期规划，具体包括市场定位、客户定位和业务定位，它相对于制度体系的其他内容是较为稳定的，决定了信贷业务的发展方向。发展战略是制度体系中的关键的部分，它指导信贷运行机制和各项制度的制定。

信贷行为文化、信贷物质文化是信贷文化的外延，它受到信贷经营理念和信贷制度文化的指导和影响，体现在信贷人员的工作作风、素质、职业形象等许多

方面。一种新型信贷文化的形成，最终要体现为信贷人员行为方式的改变，并且成为一种自觉行为。要使信贷人员不断地加深对新制度的认识和理解，不断地使自身的思维方法和行为模式向新型信贷文化的方向发展。当某种新型的思维方法和行为模式已经占据人们意识和行为的主流地位时，新型的信贷文化氛围就形成了。

信贷文化的四个层面从整体上看是一个发散性结构，它们以各层面为中心，同时又在该层面充分伸展，从而形成信贷的理念文化、信贷产品文化、信贷营销文化、信贷制度文化、信贷风险管理文化、信贷行为文化、形象文化等。

三、商业银行信贷文化的作用

企业文化作为一种独特的生产力，在银行经营管理中具有导向、凝聚、激励、塑形等作用，国内外经验表明，当文化与其他产业形成共栖、融合和衍生的良性互动关系时，将形成强大的经济竞争力。尤其是 21 世纪是文化管理的时代，是文化制胜的时代，因此，重视文化建设，着力构建优秀的信贷文化已成为现代商业银行在未来发展和竞争中的现实抉择，其主要作用有：

1. 有利于体现银行战略，实现信贷目标

银行战略是商业银行根据内外环境和可取得的资源状况，为求得生存和长期稳定持续发展，对发展目标、达到目标的途径和手段的总体规划。银行战略回答了为谁做、做什么、怎么做等问题，是银行经营管理思想的集中体现，将对商业银行未来的市场、产品、盈利能力和风险防范产生重大影响。而信贷文化通过统一的核心价值观、完备的管理体系、公平的激励约束机制，使员工在潜移默化中将自己的思想和行为自觉符合银行发展的战略目标，通过信贷人员意识和行为的主动渗透以及信贷业务产品的传导，向所有员工和客户传递商业银行的信贷价值观，而且使商业银行信贷业务经营管理理念为广大客户所接受，从而最大限度地保障商业银行经营效能，实现信贷目标。

2. 有利于防范信贷风险，提升管理水平

信贷业务是目前国内银行经营发展的核心资产业务和最主要的营业收入来源，在市场经济条件下，收益与风险往往是一对孪生兄弟，呈高度正相关，为此如何在保持信贷资金流动性和安全性的前提下，实现收益最大化已成为信贷管理的重要任务。我国银行业在信贷管理方面存在着许多认识上和操作上的误区，在很大程度上影响了信贷管理水平的提升和信贷风险的防范，如在信贷管理上存在“有担保的贷款就是好贷款”、“向投资收益高的项目发放贷款风险小”、“能还息就是好贷款”、“钱已经借出去了，转贷是没办法的事”、“贷款发放后资金调度是企业内部的事，银行不必干预”、“企业为避税做点假报表可以理解”等错误的理念，对借款人偿还能力不够关注，对贷款发放后企业的资金使用和调度不予

关心,对企业是否兑现贷款承诺不予关心,对企业出具的虚假财务报表予以默认等。而健康的信贷文化要求强化规范意识、风险意识、客户和市场意识、成本和效益意识,它规定了商业银行的风险偏好程度,约束着商业银行信贷业务运作。风险偏好和良好习惯,使银行能够主动平衡业务开拓与风险控制关系,有利于每个内部员工从根本上消除信贷活动中存在的这些误区,使得每一个客户经理都懂得怎样分析现金流量,怎样判断企业的盈利能力,怎样了解企业的偿债能力,它对现有信贷管理模式的改造是彻底的和科学的,从而促进信贷管理水平的提升。

3. 有利于规范员工行为,塑造良好形象

依法规范、稳健经营是银行可持续发展的基础。信贷文化不可能完全自发形成,必须不断加强对信贷文化的学习,使信贷文化的内涵、目标和内容在全体信贷人员中得到认同,逐步建立起全行统一的、各部门共享的、一体化的信贷文化管理体系,特别是制度建设的科学性与完整性是促进形成健康信贷文化的关键。通过规范的制度,不断加强对信贷人员的正面引导和激励,切实加强规章制度建设,并做到有章可依,违法必究,惩处必严,从制度上规范员工行为,保证健康信贷文化的形成。同时通过信贷文化的社会渗透和宣传,让广大客户感知到银行通过信贷产品、中间业务产品提供以及优质服务,使人们的工作和生活更加简便、高效、丰富,感受到银行心系客户、服务客户的品质追求;感受到银行为经济的繁荣发展、社会的文明进步承担的责任和义务;让银行的股东感觉到银行对股东长远利益的回报。

第二节 影响商业银行信贷文化的主要因素

商业银行改革发展的历程,也是商业银行信贷文化不断积淀、丰富、深化和升华的过程。影响商业银行信贷文化的主要因素有:

一、文化因素

作为世界四大古代文明中唯一一个在历史发展中没有出现断裂的文明体系——中华文明在世界文明史上闪耀着灿烂的光辉。而中国传统文化,无论在什么样的社会背景下,都深刻地影响着一代代中国人的行为习惯。文化影响着每个人的行为,形成社会标准,维系社会关系,延续社会发展。中国的商业银行植根于中华大地,因此中国的商业银行信贷文化必然受到中国传统文化的影响和制约。主流的看法认为,中国传统文化是指在特定的生态环境下经过数千年形成的以儒家文化为主,以儒释道三教文化为精髓,融合各学说而成的文化价值体系和思想体系。特别是儒家和道家,是中国土生土长的文化体系,长期以来不仅影响了一代又一代中国人,而且全球社会大众也广受熏陶。儒家文化主张“仁义礼