

商业银行培训系列教材  
SHANGYE YINHANG PEIXUN XILIE JIAOCAI

总主编 朱耀明 宋良荣

# 客户信用分析技巧

陈玉菁 赵海林 董恩宏 编著



立信会计出版社

LIXIN KUIJI CHUBANSHE

商业银行培训系列教材  
SHANGYE YINHANG PEIXUN XILIE JIAOCAI

总主编 朱耀明 宋良荣

# 客户信用分析技巧

陈玉菁 赵海林 董恩宏 编著



立信会计出版社  
LIXIN KUIJI CHUBANSHE

### 图书在版编目(CIP)数据

客户信用分析技巧/陈玉菁主编. —上海:立信会计出版社,2006. 3

ISBN 7-5429-1626-2

I. 客… II. 陈… III. 商业银行-银行业务-资信评估  
IV. F830. 33

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 021395 号

---

出版发行	立信会计出版社
经 销	各地新华书店
电 话	(021)64388409 (021)64391885(传真) (021)64695050
网上书店	<a href="http://www.Lixinbook.com">www. Lixinbook. com</a> (021)64388132
地 址	上海市中山西路 2230 号
邮 编	200235
网 址	<a href="http://www.lixinaph.com">www. lixina ph. com</a>
E-mail	<a href="mailto:lxa ph@sh 163. net">lxa ph@sh 163. net</a>
E-mail	<a href="mailto:lxzbs@sh 163. net">lxzbs@sh 163. net</a> (总编室)

---

印 刷	立信会计常熟市印刷联营厂
开 本	787×1092 毫米 1/16
印 张	15
插 页	2
字 数	158 千字
版 次	2006 年 3 月第 1 版
印 次	2006 年 3 月第 1 次
印 数	3 000
书 号	ISBN 7-5429-1626-2/F·1462
定 价	25.00 元

---

如有印订差错 请与本社联系



# 总 序

进入 21 世纪以来,中国银行业的改革与发展,正在快速地向前推进,同时也面临着严峻的挑战和大好的机遇。其中一个突出的问题是需要人才的支持,特别需要懂经营、会管理,又熟悉银行业务及市场经济规则的高素质人才。造就一大批职业经理人和银行家,是当前中国银行业面临的一项紧迫任务。而人才的培养,需要教育与培训,因此,银行对人才的培训应有大的进展,使各家商业银行成为真正的“学习型组织”。

但是,银行人才的教育培训,要求甚高,专业性较强,要做好并不容易。结合这几年培训的实践,我们体会到,要做好银行人才培养,必须要解决好三个问题:一是课程设计;二是教师选聘;三是教材编写。

## —

银行人才培养,除通常的那种资格认证及考试的培训外,更多的是一种应用型和发展型的培训。委托做人才培养的银行及参加培训的员工,十分注重课程内容的实用性、知识的新颖性,以及能否达到提升银行竞争力和个人能力的目的。一句话,培训的目的全在于应用。为此,培训课程的设计应努力做到:

1. 培训项目要多元化,即要设计并推出能满足各种各样需求的培训项目和培训课程。银行人才培养,既有不同的层次,即高、中、低各级管理人员的培训,又有各业务条线的专业培训,如人力资源管理、风险管理、信贷业务、会计业务、稽核业务等培训;既有



服务于银行业务发展的专业培训,又有适应员工“充电”和职业发展需要的培训。一个培训机构,如果只有为数不多的几个培训项目,就无法满足这多种多样的需求。培训项目多元化,必然要求培训课程及培训内容紧跟市场需求,灵活多变,应有尽有,市场需要什么,就有什么,以较好地适应和满足各单位提出的培训需求。

2. 培训内容要体现个性化要求,即各培训项目的课程及内容,既要有层次高低、内容繁简的区分,更要突出专业和岗位的特殊要求。比如,银行行长(信用社主任)培训班,不同于一般的业务操作培训,过于具体的业务知识和操作技能,一般并不需要。对他们来说,课程内容要宏观一点,并更具哲理性,特别需要传授现代商业银行经营管理的理念和知识,需要国内外同行先进经验的介绍和交流。又如信贷业务培训,课程设计要强调其专业性,要尽可能多地讲授客户信用分析、会计信息(含财务报表)真假识别、授信业务尽职调查和问责制、贷款风险控制及防范、贷款决策与审批、问题贷款成因、识别、监测和不良资产清收等内容。显然,唯有专业性,才体现出差别化和个性化;唯有专业性,才有培训的针对性和实用性。

3. 培训课程要有较强的实用性,即课程设计要坚持面向银行改革和发展中一些重大而迫切的问题。如这几年,各银行实行流程再造,推行客户经理制,故我们推出的市场营销和客户经理的培训课程,就较受欢迎。对单独办班的单位,根据其提出的需求,课程设计“量身定做”,由于针对性较强,因而更受到委托银行的欢迎。

4. 培训内容要有一定的前瞻性,即培训课程内容要考虑银行发展前沿的需要,有一点“提前量”。如眼下各银行普遍实行扁平化管理,原来的办事处、分理处和储蓄所,纷纷升格为二级支行和路支行。于是,对二级支行和路支行行长或网点负责人的培训,



显得尤为必要。适时地推出“二级支行(网点)行长研修班”培训课程,正好适应了这种需求。

## 二

培训业,属于知识密集型的服务行业。而银行培训,更因其培训对象是高素质、高智商的银行员工,并具有较强的专业性,故一般属于高端培训。这就意味着对培训师资的选聘,要设置较高的“门槛”。这里包括:教师的层次、素质、知识结构等方面较高的要求。高端培训和高层次师资,两者相匹配,方可以满足银行高层次的需求,培训质量也更有保证。同样地,培训课程设计的一些要求,也要靠一支高素质的师资团队去实施,否则再好的设计,只能是“纸上谈兵”。

应付考试或认证的培训,可以靠“卖证书”赚钱。而应用型和发展型的银行培训,“卖”的是真才实学,“卖”的是有实用价值的培训产品。而所有这些全要靠教师的创造性活动来实现。可以这样说,一个培训机构存在的价值,就在于它有一支水准较高的师资队伍;一个培训项目的成功与否,就看它师资的选聘和配备;一家培训机构的培训质量,也主要看它的教师水平及教师结构,教师聪明才智的发挥。否则,课程设计得再好,广告做得天花乱坠,到头来,只会使人大失所望。

那么,高素质的师资队伍,是否就意味着对培训的师资必须有高学历(如硕士、博士等)和高职称(如副教授、正教授)的要求。我们的回答,既是,又不完全是。银行培训,需要高学历和高职称者加盟,这是必须要肯定的。因为,银行业是靠“精英”打拼的行业,社会的佼佼者云集于银行。面对“双高”(高学历、高职称)的员工队伍,培训师资团队的结构和层次是否应该更高一些呢?有人说,“什么博士、硕士,没干过实事,什么也不是”,还有人一概排



斥所谓“学院派”(高校教授、副教授)入主培训机构。这些说法和做法,都有点偏颇。应当承认,硕士、博士有较扎实的理论功底,对国外银行的新东西,尤其是一些新的理念、方法、工具较为熟悉,无论是现在还是将来,他们都是师资团队中最活跃的一支力量。高校教授的讲课,内容较为深入、丰富,且有教学经验,系统性、逻辑性较强,为大家所公认。在银行培训的师资团队中,受到欢迎的教授,为数不少,就是明证。

但我们的经验也证明,单由高校教师组成的师资团队,而没有具有银行实际工作经验的行长、老总们加盟,这样的培训往往压不住阵脚,也缺乏说服力和吸引力。如果一个老师,从来没有干过银行,缺乏银行工作的实际知识和实际经验,就无法胜任应用型的培训课程。而这类课程,对来自于银行的老领导、老同志来说,则轻车熟路,他们的讲课自然、亲切,便于同行之间的交流,效果一般都比较较好。对此,有一个现象可以佐证:讲课间隙或结束后,学员团团围住主讲教师,问这问那,不肯散去,还争相交换名片,那位老师很可能就是某银行的行长或老总。当然,问题的另一面是,作为银行行长或老总,做得好又讲得好的不是很多。尤其是在职的行长、老总,因工作过于紧张,能抽出时间来讲课的则更少。好在上海银行机构集中,人才济济,只要用心去“挖掘”,总能找到做得好、讲得好,又愿意接受授课任务的行长和老总。这可能正是地处上海的银行培训机构所具有的条件和优势。

好的教师,要千方百计地去“挖”,真心诚意地去请。但这还不够,重要的是对讲课教师,要不断地进行筛选,即把优秀的教师留下来,次优的列入B角(预备队),不适合的果断地割爱或舍弃,如此等等。一位优秀的教师,有可能打造出精品的课程,但这要有个过程。作为培训机构来说,一则对教师要有信心,给予他们足够的时间;二则要加以扶持,对同一个讲题,有意识地安排教



师,反反复复地去讲,不断地打磨和不断地提高。

这里,还有个需要提高认识并着力解决的问题是:如何调动和提高教师的积极性,让他们下工夫研究所讲授的课题,准备好讲课的内容,上好每一堂课。目前社会上对精神产品包括培训讲课在内,估价普遍偏低。但委托单位,仍对培训费用压了又压;而培训机构,为了吸引、保留优秀老师,都支付较高的薪酬,希望进一步提高培训收费标准,这可能是一个两难的问题。培训收费标准要逐步提高,教师授课薪酬也要随之不断增加,这种趋势恐怕是难以逆转的。

### 三

好的培训项目,除了好的课程设计和配备优秀师资外,还要有适用的培训教材。培训教材,无论是作为教师讲课的“脚本”,还是作为供学员自学的材料,都是不可缺少的。没有培训教材,或培训教材不适用,培训效果会大打折扣。因此,根据培训的要求,编写专门的银行培训教材还是很有必要的。

对好的培训教材,有这样几项要求:(1)适用性好。现成的金融专著、译作和大专院校教材,不能代替培训教材。原因是:有的学术性较强,过于艰深;有的内容过于宽泛,同培训要求相去甚远。出路只有一条,根据培训的内容和要求,选择好的作者,去编写与此相配套的教材。(2)可读性强。培训教材不同于一般金融论著,也不同于高等院校金融专业用的教材,其最大的特点是,深入浅出,言简意赅,并有较多案例和实际材料。实际上,培训教材作为一种普及性读物,但又不失其专业性和学术性。这方面的要求可能是比较高的,并不是所有作者都能做到的。(3)篇幅要小。因为培训时间有限,学员工作又忙,根本没有时间和精力去“啃”那些鸿篇巨著。俗话说,少则得,多则惑。我们相信,少而精、普





及型的培训教材,只要内容充实、写得好,很可能成为“热门书”和“畅销书”。

教材编写,关键是要物色水平较高又热心于写作的作者。教材的作者队伍,除高校教师外,还要注意物色在银行从事实际工作的同志参加,调动他们的著书立说的积极性。另外,培训教材要尽可能多搞小册子,不要片面追求系统性、学术性,搞大部头著作。在选题时,“手册”、“指南”一类实用性强、读者面广的工具类书,似可多选一点。

编写和出版《商业银行培训系列教材》,是我们在银行培训教材建设方面的一种尝试。计划每年出版十种左右,并坚持3~5年。届时,可能有四五十种教材面世,自成一体,蔚为大观。

诚然,我们深知自己的水平不高,力量也有限,仅是想为银行培训教材建设做一点基础性工作而已。期待得到银行界领导的鞭策与支持,期待得到读者的批评与指正。

(<http://www.msbank.org.cn> msbank@msbank.org.cn)

上海理工大学中小银行研究中心

主任 朱耀明教授

副主任 宋良荣博士、教授

2006年3月



## 前 言

信用,是一个古老而又现代的话题。

说起古老,可以追溯到古罗马时代,当时一些商人在当地的集会广场上放一条长凳,经营货币借贷,正是那个时期出现了“信用(credit)”这个词。当借款人前来借款时,放款人使用这个词,意思是他相信借款人,这种做法可以说是“信用”的雏形。同时,也出现了“破产(bankruptcy)”一词。有时,放款人因错误相信借款人的偿债能力,而发现自己已无法继续经营时,就会将长凳一摔为二,说明其已经“破产”。

说起现代,在市场经济条件下,市场机制的核心仍然是以商品交换为基本原则,是建立在信用基础上的等价交换。信用关系作为一种独立的经济关系得到维系和发展便形成市场秩序,成为经济社会正常运行的基本条件和价值标准。在我国目前市场环境下,商业银行对客户作信用分析,进行风险的防范和控制是十分必要的。通过客户信用分析,可以使银行(债权人)最大限度地避免或减少贷款风险,保障贷款资产的安全性、流动性和盈利性。

本书从财务报表分析、非财务因素分析和担保分析三个方面阐述商业银行如何对客户进行信用分析。编写时力求实用性和可操作性,文字简洁,通俗易懂,并在文中加入了大量图表、专栏和应用实例,便于读者理解和掌握客户信用分析的精要。

本书由陈玉菁负责编写大纲,并对全书总纂。上篇由陈玉菁、董恩宏编写,下篇由赵海林编写。实务演练和解答以及综合





案例分析部分由涂莹莹、王新、陈玉菁编写。滕晨宇参与了本书部分资料的搜集工作。

由于受编写时间和作者水平的限制,虽竭尽全力仍难免有不当甚至错误之处,恳请读者批评指正,以利再版时更正。

陈玉菁

2006年3月





## 目 录

## 上篇 财务报表分析的技巧

<b>第 1 章 认识财务报表</b> .....	3
引言：洞察报表蕴藏的玄机 .....	3
1.1 财务报表的种类和作用 .....	4
1.2 企业经营活动对财务报表的影响 .....	6
<b>第 2 章 财务报表分析的方法</b> .....	11
引言：“指点迷津”的工具 .....	11
2.1 财务报表分析的对象 .....	12
2.2 财务报表分析使用的资料 .....	14
2.3 财务报表分析常用的方法 .....	16
<b>第 3 章 资产负债表的分析</b> .....	25
引言：家底的影像 .....	25
3.1 资产负债表分析的内容 .....	26
3.2 资产负债表初步分析示例 .....	28
3.3 短期偿债能力分析 .....	33
3.4 长期偿债能力分析 .....	39
<b>第 4 章 利润表的分析</b> .....	43
引言：“三千宠爱在一身” .....	43





4.1	利润表分析的内容 .....	44
4.2	利润表初步分析示例 .....	45
4.3	销售利润率分析 .....	52
4.4	资产报酬率分析 .....	56
<b>第5章</b>	<b>现金流量表的分析 .....</b>	<b>59</b>
	引言：“现金为王” .....	59
5.1	现金流量表的计算 .....	60
5.2	现金流量表分析的方法 .....	69
5.3	现金流量与贷款风险分类 .....	76
5.4	现金流量的预测 .....	82
<b>第6章</b>	<b>财务报表综合分析 .....</b>	<b>87</b>
	引言：让数据变得富有逻辑 .....	87
6.1	杜邦分析法 .....	88
6.2	沃尔比重评分法 .....	91
<b>下篇 非财务因素和担保分析的技巧</b>		
<b>第7章</b>	<b>非财务因素分析概述 .....</b>	<b>97</b>
	引言：左膀右臂 .....	97
7.1	非财务因素分析的含义 .....	98
7.2	非财务因素分析的内容 .....	98
7.3	非财务因素分析的作用 .....	100
7.4	非财务因素信息的获取 .....	101
<b>第8章</b>	<b>非财务因素中的风险分析 .....</b>	<b>103</b>
	引言：警笛长鸣，防患未然 .....	103





8.1 客户行业风险分析 .....	104
8.2 客户经营风险分析 .....	115
8.3 客户管理风险分析 .....	118
8.4 客户还款意愿分析 .....	123
<b>第9章 贷款担保概述 .....</b>	<b>125</b>
引言: 银行为自己买保险 .....	125
9.1 贷款担保的概念 .....	126
9.2 贷款担保的作用 .....	126
9.3 贷款担保的局限性 .....	128
9.4 贷款担保的分类 .....	132
<b>第10章 贷款担保的分析 .....</b>	<b>135</b>
引言: 担保越充分, 损失越轻微 .....	135
10.1 担保保证分析 .....	136
10.2 担保抵押分析 .....	141
10.3 担保质押分析 .....	149
<b>实务演练与解答(上篇) .....</b>	<b>156</b>
<b>实务演练与解答(下篇) .....</b>	<b>172</b>
<b>【综合案例分析】 .....</b>	<b>197</b>
[大地贸易公司财务报表评析] .....	197
[宁海纺织厂真假财务数据识别] .....	211
[银行信贷管理疏漏, 担保失效] .....	220
<b>参考文献 .....</b>	<b>226</b>

## 财务报表分析的技巧

财务报表分析作为一个公共工具，具有广泛的用途，它可以满足不同使用者的需要。比如，投资者通过财务报表分析，可以了解企业投资收益的情况；经营者通过财务报表分析可以了解企业的经营业绩。商业银行在对客户信用分析的活动中，通过对客户的财务报表进行分析，可以获取借款人偿债能力的信息。

商业银行向借款人借出资金的主要目的，就是希望借款人能够按照规定的期限归还贷款，并支付利息。如果借款人到期不能还本付息，商业银行不仅不能从这种资金借贷业务中获取收益，反而会遭受一定的损失。所以，商业银行对借款人最关心的就是其现在和未来的偿债能力，对借款人偿债能力的分析是客户信用分析的核心。

但是，借款人的偿债能力并不是孤立的，它和借款人的盈利能力、营运能力、资本结构和现金净流量等因素密切相关。为了准确地计算和评价借款人的偿债能力，在财务报表分析中也应分析这些内容。盈利是借款人偿还债务的重要资金来源，借款人盈利能力越强，还本付息的资金来源越有保障，债权的风险就越小。营运能力不仅能够反映借款人资产管理水平和资产配置组合能力，而且也反映借款人的偿债能力和盈利能力。资产运用效率越高，资产周转速度就越快，借款人所取得的收入和盈利就越多，其偿债能力自然就越强。通过分析借款人的资金结构，可以准确地计算负债在资金来源中所占的比重，进而判断出借款人偿债能力的强弱。利润是偿还贷款的来源，但不能直接偿还贷款，偿还贷款最可靠的是现金，商业银行直接关心的应该是借款人的现金流量，因此在财务报表分析中必须分析借款人的现金流量。

财务报表分析可以帮助我们准确地作出决策，减少盲目性。





# 第 1 章

---

## 认识财务报表

### 引言：洞察报表蕴藏的玄机

某客户(企业)在某一会计期间发生一笔 10 万元的销售业务,试问这笔业务会影响该客户(企业)哪些财务报表上的数据?很多人第一个反应可能是利润表。事实上资产负债表、利润表、现金流量表等都会受到影响。这个答案似乎有点“玄”,是不是?读完本章,您就会知道客户(企业)发生的经济业务与报表繁杂的数字间蕴藏的玄机。