

银行业从业人员
资格认证考试一本通

Corporate Credit

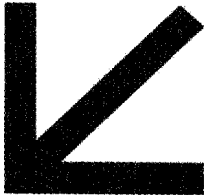
公司 信贷

题库精编及解析

2012
最新版

马志刚 张荐华 主编

▲ 名家主编，紧扣**最新大纲**；最新**考情分析**；精编**题库**，全真**模拟冲刺**，历年**真题**，题目涵盖**全部考点**，**解析**详尽，重要公式和概念**归类汇总**。



**2012
最新版**

银行业从业人员资格认证考试一本通

公司
Corporate Credit
信贷

题库精编及解析

马志刚 张荐华 主编



山东人民出版社

全国百佳图书出版单位 一级出版社

图书在版编目(CIP)数据

公司信贷题库精编及解析/马志刚,张荐华主编. — 济南: 山东人民出版社, 2011. 3(2012. 4 重印)
(银行业从业人员资格认证考试一本通)
ISBN 978-7-209-05656-4

I. ①公… II. ①马…②张… III. ①信贷—银行业务—中国—资格考核—解题 IV. ①F832. 4-44

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 019982 号

责任编辑:周云龙

公司信贷题库精编及解析

马志刚 张荐华 主编

山东出版集团

山东人民出版社出版发行

社 址:济南市经九路胜利大街 39 号 邮 编:250001

网 址:<http://www.sd-book.com.cn>

发行部:(0531)82098027 82098028

新华书店经销

青岛星球印刷有限公司印装

规 格 16 开(184mm×260mm)

印 张 14.5

字 数 290 千字 插 页 2

版 次 2012 年 4 月第 2 版

印 次 2012 年 4 月第 2 次

ISBN 978-7-209-05656-4

定 价 27.00 元

如有质量问题,请与印刷厂调换。电话:(0532)88194567

前言

中国银行业从业人员资格认证考试的推行,不仅有利于进一步提高从业人员的专业素质与职业操守,从根本上防控金融风险,维护银行业信誉,提高银行业服务水平,更能保证我国金融行业平稳发展与安全运行。

《中国银行业从业人员资格认证发展纲要(2008~2012)》中提到:争取早日实现银行从业资格认证考试与各会员单位人力资源政策挂钩,逐步把从业人员资格认证工作与银行业人员录用、管理、使用、遴选等工作有机结合起来,形成公开、公平、公正的人才使用及选拔机制。

银行业从业人员资格认证制度的推出,意味着中国银行业“持证上岗”时代的到来。到2012年,将基本完成现有银行业从业人员资格认证考试工作,逐步实施专业证书分级管理。

银行业从业人员资格认证考试具有时间短、题量大、实操性强的特点。一般每门课的考试时间只有两个小时,题量却非常多,要在这么短的时间里,全部按照计算机设定的程序完成所有考题的应答并顺利通过考试,这对所有的考生来说不是一件简单的事。

要想一次通过考试,就要真正地做到相当高的熟练程度,即熟练考点知识、题型、上机考试环境,才能在指定的时间内准确无误地、顺利地找到正确的答案。

要达到这个熟练程度,最有效和最直接的办法就是多加练习。为此我们特地组织了长期讲授相关专业课程的、有着丰富经验的教师编写了本套丛书。每册包含八套模拟试题,涵盖了最新教材所有知识点和考点,努力做到抓住考试重点、难点和命题方向。

本丛书对各个科目进行了考情分析,以便考生整体把握考试情况,做到有的放矢。在题型、题量上与真题试卷保持一致,完全依照往届考试真题编写,并精选一些专家预测的模拟题,在试卷中还穿插了一些预测题进行尝试性的押题,力争为广大考生提供一套逼真的、完整的模拟考境。不仅如此,试卷中还穿插了近来的历年真题,并有详解和解析。

同时,每册书均把教材中重要公式、概念术语、重要时间点等进行归类收集,有利于考生巩固所学知识。

另外,本丛书也弥补了目前市面上大多数辅导书只有答案不见解析之缺憾,以达到提纲挈领、触类旁通、切中要害、顺利过关的效果,帮助考生在短时间内掌握考试题型,熟悉考试环境,了解考试要点,提高应试水平。



为了更好地与广大读者进行交流,我们还专门建立一个网站交流论坛,如果您对我们的图书有什么建议或者发现图书有什么错误,请登录我们的网站:www.kaoshi369.com,我们将及时给您回馈。同时,我们也会将最新的考试信息或者更正通知发布到该网站。敬请关注!

由于时间仓促,加上编者的水平有限,书中难免会有不妥之处,敬请广大考生和读者批评指正,并希望专业人士多提宝贵意见,在此表示感谢。

最后,祝愿您在考试中取得理想成绩!希望本丛书成为您的良师益友!

目 录

前 言	1
公司信贷科目考情分析	1
一、考试总体情况分析	1
二、公司信贷科目考情分析	1
知识归类	3
一、名词解释和重要术语	3
二、公式汇总	13
三、参考法律法规条目	16
试卷(一)	17
一、单选题	17
二、多选题	25
三、判断题	31
答案及解析	32
试卷(二)	42
一、单选题	42
二、多选题	50
三、判断题	57
答案及解析	58
试卷(三)	68
一、单选题	68
二、多选题	77
三、判断题	82
答案及解析	83
试卷(四)	94
一、单选题	94
二、多选题	103



三、判断题.....	109
答案及解析	110
试卷(五)	120
一、单选题.....	120
二、多选题.....	129
三、判断题.....	135
答案及解析	136
试卷(六)	147
一、单选题.....	147
二、多选题.....	156
三、判断题.....	162
答案及解析	163
试卷(七)	173
一、单选题.....	173
二、多选题.....	183
三、判断题.....	189
答案及解析	189
试卷(八)	201
一、单选题.....	201
二、多选题.....	210
三、判断题.....	216
答案及解析	217

公司信贷科目考情分析

一、考试总体情况分析

2009 年新增本科目考试以来,《公司信贷》考试一直采用在计算机上直接答题的方式进行。每个考生的试卷根据中国银行业从业人员资格认证考试大纲的要求和各个章节的内容和难度,随机从试题库中抽取题目生成,最终的考试题型包括:单项选择题(45 分)、多项选择题(40 分)、判断题(15 分)。三种题型的考试内容涉及整本教材,题目范围十分广泛,包括细枝末节。

由于试卷主要是根据题库自动生成的,每个考生的试卷内容不尽相同,所以我们很难给出题目在各章的分布情况,考生必须根据中国银行业从业人员资格认证考试大纲的具体要求进行必要的学习。总的来说,本门课的内容强调理解和记忆的有机结合,所以对于各章节知识点的详细把握对考试的通过具有较大的影响。

考试的时间基本上是比较充裕的,所以不必紧张,对于不确定的题目可以答题的时候进行标记,等全部答完之后再进行分析。

二、公司信贷科目考情分析

1. 单项选择题(共计 90 题,每题 0.5 分)

相对于其他几种题型,单项选择题是比较简单的题型,能否在单项选择题中拿到尽可能高的分数,是大家能否顺利通过考试的基础。因此,做单项选择题时要注意:

(1) 通读单项选择题的题干,明白题目的要求。

(2) 按照题目要求答好每道题。

(3) 可以考虑运用排除法。如果正确答案不能一眼看出,应首先排除干扰项,就是把明显拙劣、不正确的答案去掉。一般而言,单项选择题的题干只涉及一个考点,题目与正确答案几乎直接来自教材,其余干扰项是靠命题者进行设计的,所以在了解教材内容的基础之上,很容易确定正确答案。

(4) 猜测正确答案。如果想尽方法仍然无法确定哪个是正确答案,则可以运用考生所掌握的知识进行猜测。由于我们没有答错题罚分的规则,所以不选答案肯定不会得分,而选择之后,则有可能得分。

2. 多项选择题(共计 40 题,每题 1 分)

多项选择是最难得分的题型,对于没有充足的时间复习教材的考生来说,能够答对 30% 已经很不错了。多选题每道题的分值也比较大,是最费时间的一种题型,可以考虑先跳过这个题型,先做判断题,最后做多选题。多项选择题与单项选择题做题方法基本

一致,主要是以自己记忆中的第一印象为主。需要注意的是,多项选择题的选项所涉及的考核点内容较多,同时又有严格的评分标准,即多选、错选、不选均不得分,所以在答题时必须注意不确定的选项尽量不要选择,除非确定的选项只有一个。

由于多项选择题至少有两个正确答案,因此大家在运用排除法时应注意:只要能够准确地排除掉三个下扰项,另外两个选项就是正确答案了。

3. 判断题(共计 15 题,每题 1 分)

注意判断题的评分标准,判断正确的得 1 分,判断错误不得分,每一道题的分值比重还是比较高的,但是难度相对于多选还是比较简单的,是通过本科目的重大前提,所以要保证正确率。答题时关键是要看清题干叙述的内容,不能将关键的语句和字眼漏掉,或者看反,尤其在“是”和“不是”,“有”和“没有”等字眼。所以,对于这类题型,只要能够正确地判断出“对”或“错”,总是有机会得分的。做题时,考生应根据所掌握的知识对每个小题作出准确判断。相比较而言,判断题大多用来测试考生对于基本概念的了解情况。因此,考生在复习时,应注重对基本概念的理解与掌握。

知识归类

一、名词解释和重要术语

(一) 基本概念和术语部分

1. 信贷。信贷是最常见的融资活动。广义的信贷指一切以实现承诺为条件的价值运动形式,包括存款、贷款、担保、承兑、赊欠等活动。狭义的公司信贷专指银行的信用业务活动,包括银行与客户往来发生的存款业务和贷款业务。

2. 银行信贷就是指银行作为借贷主体进行的信贷活动。广义的银行信贷是银行筹集债务资金、借出资金或提供信用支持的经济活动。狭义的银行信贷是银行借出资金或提供信用支持的经济活动,主要包括贷款、担保、承兑、信用证、减免交易保证金等活动。

3. 公司信贷,是指以法人和其他经济组织等非自然人为接受主体的资金借贷或信用支持活动。

4. 贷款,是指商业银行或其他信用机构以一定的利率和按期归还为条件,将货币资金使用权转让给其他资金需求者的信用活动。

5. 承兑,是银行在商业汇票上签章承诺按出票人指示到期付款的行为。

6. 担保,是银行根据客户的要求,向受益人保证按照约定以支付一定货币的方式履行债务或者承担责任的行为。

7. 信用证,是一种由银行根据信用证相关法律规范依照客户的要求和指示开立的有条件的承诺付款的书面文件。信用证包括国际信用证和国内信用证。

8. 信贷承诺,是指银行向客户作出的在未来一定时期内按商定条件为客户提供约定贷款或信用支持的承诺。

9. 直接融资和间接融资。融资是指资金的借贷与资金的有偿筹集活动。不通过金融机构,资金盈余单位与资金需求单位直接协议的融资活动为直接融资;通过金融机构进行的融资为间接融资。

10. 信贷产品,是指特定产品要素组合下的信贷服务方式,主要包括贷款、担保、承兑、信用支持、保函、信用证和承诺等。

11. 信贷金额,是指银行承诺向借款人提供的以货币计量的信贷产品数额。

12. 信贷期限。信贷期限有广义和狭义两种。广义的信贷期限是指银行承诺向借款人提供以货币计量的信贷产品的整个期间,即从签订合同到合同结束的整个期间。狭义的信贷期限是指从具体信贷产品发放到约定的最后还款或清偿的期限。

13. 贷款利率。贷款利率即借款人使用贷款时支付的价格。

14. 费率。费率是指利率以外的银行提供信贷服务的价格,一般以信贷产品金额为基数按一定比率计算。

15. 担保,是指在借款人无力或未按照约定按时还本付息或支付有关费用时贷款的第二还款来源,是审查贷款项目最主要的因素之一。

16. 市场细分,是指银行把公司信贷客户按一种或几种因素加以区分,使区分后的客户需求在一个或多个方面具有相同或相近的特征,以便确定客户政策。

17. 目标市场,是指银行为满足现实或潜在的客户需求,在市场细分基础上确定的将要进入并重点开展营销活动的特定的细分市场。

18. 市场定位,是指商业银行设计并确定自身形象,决定向客户提供何种信贷产品的行为过程,目的是让客户能够更加了解和喜欢银行所代表的内涵,在客户心目中留下别具一格的银行形象和值得建立信贷关系的印象。

19. 产品定位,是指根据客户的需要和客户对产品某种属性的重视程度,设计出区别于竞争对手的具有鲜明个性的产品,让产品在未来客户的心目中找到一个恰当的位置。

20. 银行形象定位,是指通过塑造和设计银行的经营观念、标志、商标、专用字体、标准色彩、外观建筑、图案、户外广告、陈列展示等手段在客户心目中留下别具一格的银行形象。

21. 银行公司信贷产品,是指银行向公司客户提供的,能满足客户对资金、银行信用方面的需求的产品或服务。

22. 产品组合,是指商业银行向客户提供的全部公司信贷产品的有机组合方式,即所有银行公司信贷产品的有机构成。

23. 产品线,即具有高度相关性的一组银行产品。这些产品具有类似的基本功能,可以满足客户的某一类需求。

24. 产品类型,即产品线中各种可能的产品种类。

25. 产品项目,即某个特定的个别银行产品,它是金融产品划分的最小单位。

26. 产品组合宽度。这是指产品组合中不同产品线的数量,即产品大类的数量或服务的种类。

27. 产品组合的深度。这是指银行经营的每条产品线内所包含的产品项目的数量。

28. 产品组合的关联性。这是指银行所有的产品线之间的相关程度或密切程度。

29. 产品扩张策略。产品扩张策略主要是从拓宽产品组合的宽度和增加产品组合的深度这两个方面入手。

30. 产品集中策略,是指银行通过减少产品线或产品项目来缩小银行的经营范围和种类,实现产品的专业化,其目的是将有限的资源集中在一些更有竞争优势的产品组合上,以产生更大的收益。

31. 介绍期,是指银行产品投入市场的初期,即试销阶段。

32. 成长期,是指银行产品通过试销打开销路,转入成批生产和扩大销售的阶段。

33. 成熟期,是指银行产品在市场上的销售已达到饱和的时期。
34. 衰退期,是指银行产品已滞销并趋于淘汰的时期。
35. 贷款利率,是指一定时期客户向贷款人支付的贷款利息与贷款本金之比率。
36. 贷款承诺费,是指银行对已承诺贷给客户而客户又没有使用的那部分资金收取的费用。
37. 补偿余额,是指应银行要求,借款人在银行保持一定数量的活期存款和低利率定期存款。
38. 隐含价格,是指贷款定价中的一些非货币性内容。
39. 贷款需求,是指借款人某一时期希望从银行取得贷款的数量。
40. 贷款供给,是指所有银行在该时期内能够提供的贷款数量。
41. 高额定价策略,是指在产品投放市场时将初始价格定得较高,从市场需求中吸引精华客户的策略。
42. 渗透定价策略采用很低的初始价格打开销路,以便尽早占领较大的市场份额,树立品牌形象后,再相应的提高产品价格,从而保持一定的盈利性。这也被称为“薄利多销定价策略”。
43. 关系定价策略就是把一揽子服务打包定价,对很多服务项目给予价格优惠,从而吸引客户,从客户其他的业务中获得补贴。
44. 营销渠道,即分销渠道,指的是产品或服务从制造商手中传至消费者手中所经过的各中间商连接起来的通道。
45. 公司信贷营销渠道,是指公司信贷产品从商业银行转移到产品需求者手中所经历的通道。
46. 银团贷款是典型的合作营销,是指由一家或几家银行牵头,组织多家银行参加,在同一贷款协议中按商定的条件向同一借款人发放的贷款,又称辛迪加贷款。
47. 直接营销渠道策略,是指银行将产品直接销售给最终需求者,不通过任何中间商或中间设备的策略,主要以分支机构为主。
48. 间接营销渠道策略,是指银行通过中间商来销售银行产品,或借助一些中间设备与途径向客户提供产品与金融服务的策略。
49. 单渠道策略,是指银行只是简单通过一个渠道来实现金融产品的销售。
50. 多渠道策略,是指银行通过不同的销售渠道将相同的金融产品销售给不同市场或不同客户的策略。
51. 组合营销渠道策略,是指将银行渠道策略与营销的其他策略相结合,以更好地开展产品的销售活动。
52. 广告是通过宣传媒介直接向目标市场上的客户对象(包括现有的和潜在的)介绍和销售产品、提供服务的宣传活动。
53. 人员促销是以一种促成销售为目的的口头交谈,即与一个或几个购买者进行交

谈,对公司信贷产品的复杂性和专业性进行针对性地宣传,以达到提高客户忠诚度和促成购买更多信贷产品的有效手段。

54. 公共宣传,是指以不付费的方式从宣传媒体获得编辑报道版面,供银行的客户或潜在客户阅读、收听,以达到帮助实施销售的特定目的的活动。

55. 公共关系是指银行为了与有关的各界公众建立和保持良好的关系,使银行在公众心目中树立良好的形象,以及处理可能发生的对银行的谣言和事件而进行的有效活动。

56. 销售促进是银行以各种刺激性的促销手段吸引新的尝试者和报答忠诚客户的行为。

57. 计划是指在一定时间内,对组织预期目标和行动方案所作出的选择和具体安排。

58. 银行营销组织是银行从事营销管理活动的载体,包括对营销组织结构和营销组织行为的分析和研究。

59. 直线职能制,是指在各级行领导之下,设置相应的营销职能部门,即将营销部门当作行政领导的参谋机构,不直接对公司信贷业务部门发号施令,而只对其起指导作用。

60. 矩阵制,是指在直线职能制垂直形态组织系统的基础上,再增加一种横向的领导系统。

61. 事业部制,是指在银行内部,对具有独立信贷产品市场、承担独立责任和利益的部门实行分权管理的一种组织形式,分别设立各自的信贷营销组织,该营销部门从属于具体信贷业务部门的领导。

62. 客户经理制,是指商业银行的营销人员与客户,特别是重点客户,建立一种明确、稳定和长期的服务对应关系。

63. 贷前调查是银行受理借款人申请后,对借款人的信用等级以及借款的合法性、安全性、盈利性等情况进行调查,核实抵(质)押物、保证人情况,测定贷款风险度的过程。

64. 贷款的合法合规性,是指银行业务人员对借款人和担保人的资格合乎法律、合乎规章制度和信贷政策的行为进行调查、认定。

65. 贷款的安全性,是指银行应当尽量避免各种不确定因素对其资产和贷款等方面的影响,避免风险,保证银行稳健经营和发展。

66. 贷款的效益性,是指贷款经营的盈利情况,是商业银行经营管理活动的主要动力。

67. 借款需求,是指公司由于各种原因造成了资金的短缺,即公司对现金的需求超过了公司的现金储备,从而需要借款。

68. 核心流动资产指的是在资产负债表上始终存在的那一部分流动资产。

69. 可持续增长率是公司在没有增加财务杠杆情况下可以实现的长期销售增长率,也就是说主要依靠内部融资即可实现的增长率。

70. 区域风险,是指受特定区域的自然、社会、经济、文化和银行管理水平等因素影

响,而使信贷资产遭受损失的可能性。

71. 行业风险,是指由于一些不确定因素的存在,导致对某行业生产、经营、投资或授信后偏离预期结果而造成损失的可能性。

72. 行业内的竞争力,是指一个行业中竞争的激烈程度。

73. 替代品指的是来自于其他行业或者海外市场的产品。

74. 成本结构指的是某一行业内企业的固定成本和可变成本之间的比例。

75. 经济周期,也称商业周期,是指市场经济体制下经济增长速度或者其他经济活动自然的上升和下降。

76. 进入壁垒,是指行业内既存企业对于潜在企业和刚刚进入这个行业的新企业所具有的某种优势,即指想进入或者刚刚进入这个行业的企业与既存企业竞争时可能遇到的种种不利因素。

77. 财务分析是以客户财务报表为主要依据,运用一定的分析方法,对客户的财务过程和结果进行研究和评价,以分析客户财务状况、盈利能力、资金使用效率和偿债能力,并由此预测客户的发展变化趋势,从而为贷款决策提供依据。

78. 趋势分析法是将客户连续数期的财务报告中的相同项目的绝对数或相对数进行比较,以揭示它们增减变化趋势的一种方法。

79. 结构分析法是以财务报表中的某一总体指标为基础,计算其中各构成项目占总体指标的百分比,然后比较不同时期各项目所占百分比的增减变动趋势。

80. 资产负债表是反映借款人在某一特定日期财务状况的财务报表。

81. 资产结构,是指各项资产占总资产的比重。

82. 资产结构分析,是指通过计算各项资产占总资产的比重,来分析判断借款人资产分配的合理性。

83. 资金结构,是指借款人的全部资金中负债和所有者权益所占的比重及相互关系。

84. 损益表又称利润表,它是通过列示借款人在一定时期内取得的收入、所发生的费用支出和所获得的利润来反映借款人一定时期内经营成果的报表。

85. 盈利能力就是获取利润的能力。

86. 偿债能力,是指客户偿还到期债务的能力,包括长期偿债能力分析和短期偿债能力分析。

87. 利息保障倍数,是指借款人息税前利润与利息费用的比率,用于衡量客户偿付负债利息能力。

88. 短期偿债能力,是指客户以流动资产偿还流动负债的能力。

89. 速动资产,是指易于立即变现、具有即时支付能力的流动资产。

90. 营运能力,是指通过借款人资产周转速度的有关指标反映出来的资产利用效率,它表明客户管理人员经营、管理和运用资产的能力。

91. 现金指会计主体的库存现金。

92. 现金等价物指三个月内的证券投资。

93. 客户信用评级是商业银行对客户偿债能力和偿债意愿的计量和评价,反映客户违约风险的大小。

94. 外部评级是专业评级机构对特定债务人的偿债能力和偿债意愿的整体评估,主要依靠专家定性分析,评级对象主要是企业,尤其是大中型企业。

95. 内部评级是商业银行根据内部数据和标准(侧重于定量分析),对客户的风险进行评价,并据此估计违约概率及违约损失率,作为信用评级和分类管理的标准。

96. 授信额度指的是银行批准并且可以借贷或者已经贷出的最高贷款本金限额。

97. 单笔贷款授信额度主要指用于每个单独批准在一定贷款条件(收入的使用、最终到期日、还款时间安排、定价、担保等)下的贷款授信额度。

98. 借款企业的信用额度,是指银行授予某个借款企业的所有授信额度的总和,借款企业信用额度也包括来自贷款的汇率等问题所造成的风险敞口。

99. 集团授信额度,是指授予各个集团成员(包括提供给不同的子公司和分支机构)的授信额度的总和。

100. 贷款担保,是指为提高贷款偿还的可能性,降低银行资金损失的风险,银行在发放贷款时要求借款人提供担保,以保障贷款债权实现的法律行为。

101. 抵押是债权人在担保财产中合法利益的保障,通过担保取得抵押权的债权人在债务人未按时偿还债务时可出售或转让抵押品,但债务人一旦按期偿还债务,债权人即失去此权利。

102. 质押是将为债务提供的动产担保品存放在债权人处的行为。

103. 保证,是指保证人和债权人约定,当债务人不履行债务时,保证人按照约定履行债务或者承担责任的行为。

104. 留置,是指债权人按照合同约定占有债务人的动产,债务人不按照合同约定的期限履行债务的,债权人有权按照规定留置该财产,以该财产折价或者以拍卖、变卖该财产的价款优先受偿。

105. 贷款抵押,是指借款人或第三人在不转移财产占有权的情况下,将财产作为债权的担保,银行持有抵押财产的担保权益,当借款人不履行借款合同时,银行有权以该财产折价或者以拍卖、变卖该财产的价款优先受偿。

106. 保证人保证限额,是指根据客户信用评级办法测算出的保证人信用风险限额减去保证人对商业银行的负债(包括或有负债)得出的数值。

107. 核实保证简称为“核保”,是指核实保证人提供的保证是在自愿原则的基础上达成的,是保证人真实意思的表示。

108. 贷款项目评估是以项目可行性研究报告为基础,根据国家现行方针政策、财税制度以及银行信贷政策的有关规定,结合调研得来的有关项目生产经营的信息材料,从技术、经济等方面对项目进行科学审查与评价的一种理论与方法。

109. 投资环境,是指在一定时间、一定地点或范围内,影响和制约项目投资活动的各种外部境况和条件要素的有机集合体。

110. 市场需求预测分析,是指在市场调查和供求预测的基础上,根据项目产品的竞争能力、市场环境和竞争者等要素,分析和判断项目投产后所生产产品的未来销路问题。

111. 潜在的市场需求量,是指在一定时期内,在一定行业营销水平和一定的市场环境下,一个行业中所有企业可能达到的最大营销量之和。

112. 项目的生产规模分析,是指对拟建项目生产规模的大小所做的审查、评价和分析。

113. 原辅料供给分析,是指项目在建成投产后生产经营过程中所需各种原材料、辅助材料及半成品等的供应数量、质量、价格、供应来源、运输距离及仓储设施等情况的分析。

114. 组织和管理评估就是围绕项目的组织机构设置,对组织机构所作出的企业组织是否合理和有效进行综合分析评价。

115. 人力资源分析,是指对企业的人力资源选择、来源、招聘与培训等总体规划进行详细论证与考察。

116. 产品销售收入,是指企业销售产品或提供劳务等取得的收入。

117. 投资回收期也称返本年限,是指用项目净收益抵偿项目全部投资所需时间,它是项目在财务投资回收能力方面的主要评价指标。

118. 投资利润率,是指项目达到设计能力后的一个正常年份的年利润总额与项目总投资的比率,它是考察项目单位投资盈利能力的静态指标。

119. 投资利税率是项目达到设计生产能力后的一个正常生产年份的利税总额或项目生产期内平均利税总额与项目总投资的比率。

120. 周转性贷款是银行对企业在正常生产经营过程中经常性占用的合理流动资金需要所发放的贷款。

121. 出口打包贷款是出口商当地的银行凭进口商所在地银行开立的信用证及该信用证项下的出口商品为抵押向出口商提供的短期贷款。

122. 福费廷是在延期付款的大型设备贸易中,出口方银行应出口商的请求,向出口商无追索权地买下经进口商承兑的汇票(或由其签发的本票),使出口商得以提前取得现款的一种资金融通方式。

123. 项目融资是银行对大型、特大型工程项目建设发放的贷款。

124. 分级审批制度,是指银行根据业务量大小、管理水平和贷款风险度确定各级分支机构的审批权限,超过审批权限的贷款,应当报上级审批的制度。

125. 风险处置,是指在风险警报的基础上,为控制和最大限度地消除商业银行风险而采取的一系列措施。

126. 风险预警的后评价,是指经过风险预警及风险处置过程后,对风险预警的结果

进行科学的评价,以发现风险预警中存在的问题(如虚警或漏警),深入分析原因,并对预警系统和风险管理行为进行修正或调整,因此对于预警系统的完善十分重要。

127. 贷款展期,是指借款人不能按照贷款协议规定的还款计划按时偿付每期应偿付的贷款,由借款人提出申请,经贷款行审查同意,有限期地延长还款期限的行为。

128. 广义的依法收贷是指银行按规定或约定,通过催收、扣收、处理变卖抵押物,提前收回违约使用的贷款,加罚利息等措施,以及通过仲裁、诉讼等途径依法收贷。

129. 狭义的依法收贷是指按照法律、法规的规定,采用仲裁、诉讼等手段清理收回贷款的活动。

130. 信贷文件是指正在执行中的、尚未结清信贷(贷款)的文件材料。

131. 一级文件(押品)主要是指信贷抵(质)押契证和有价值证券及押品契证资料收据和信贷结清通知书。

132. 二级信贷文件主要是指法律文件和贷前审批及贷后管理的有关文件。

133. 贷款分类是银行信贷管理的重要组成部分,是指银行根据审慎的原则和风险管理的需要,定期对信贷资产质量进行审查,并将审查的结果分析归类。

134. 正常贷款,是指借款人能够履行合同,没有足够理由怀疑贷款本息不能按时足额偿还。

135. 关注贷款,是指尽管借款人目前有能力偿还贷款本息,但存在一些可能对偿还贷款本息产生不利影响的因素。

136. 次级贷款,是指借款人的还款能力出现明显问题,依靠其正常营业收入已无法保证足额偿还本息,即使执行担保,也可能会造成一定损失。

137. 可疑贷款,是指借款人无法足额偿还本息,即使执行抵押或担保,也肯定会造成较大损失。

138. 损失贷款,是指在采取所有可能的措施和一切必要的法律程序之后,本息仍然无法收回,或只能收回极少部分。

139. 普通准备金又称一般准备金,是按照贷款余额的一定比例提取的贷款损失准备金。

140. 专项准备金是根据贷款风险分类结果,对不同类别的贷款根据其内在损失程度或历史损失概率计提的贷款损失准备金。

141. 特别准备金是针对贷款组合中的特定风险,按照一定比例提取的贷款损失准备金。

142. 审慎会计原则又称为保守会计原则,是指对具有估计性的会计事项,应当谨慎从事,应当合理预计可能发生的损失和费用,不预计或少预计可能带来的利润。

143. 及时性原则,是指商业银行计提贷款损失准备金应当在估计到贷款可能存在内在损失、贷款的实际价值可能减少时进行,而不应当在贷款内在损失实际实现或需要冲销贷款时才计提贷款损失准备金。