

SHANGYE YINHANG
DUIGONGSHOUXIN CHANPIN
JINGJIE

商业银行 对公授信产品精解

陈晓光◎著

优秀银行客户经理必备技能：透彻掌握银行主流信贷产品的核心要点，具备高超的多产品组合运用能力。本书核心特点：新产品、新观点、新案例。客户经理可以根据本书的案例，结合本行的信贷政策规定，进行同类复制营销。



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

银行客户经理需要：知道客户需要什么、知道银行需要什么、知道如何连接客户需要和银行需求。

- 不要在不可行的观念上打转，一发现某种方法行不通，应立即放弃，把时间浪费在那些不可行的客户、不可行的方法上是不可弥补的损失。
- 到目前为止，授信产品仍是营销客户最主要、最有效的手段。
- 尽量把时间花在事业上，一天十二小时，一星期六天是最低的要求。一天十四小时到十八小时平常。一星期工作十八天最好了，你必须牺牲家庭和社会上的娱乐，直到事业站稳为止。

责任编辑/苗 青

封面设计/白长江

ISBN7-5017-7680-6



9 787501 776801 >

上架建议：金融教材类

ISBN 7-5017-7680-6/F-6388

定价：29.80元

商业银行 对公授信产品精解

陈晓光 著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

商业银行对公授信产品精解/陈晓光著. —北京:中国经济出版社,2006.8
ISBN 7-5017-7680-6

I. 商… II. 陈… III. 商业银行—信贷管理—手册 IV. F830.33—62
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 082360 号

出版发行:中国经济出版社(100037·北京市西城区百万庄北街3号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑:苗 青(电话:010—68359423)

责任印制:常 毅

封面设计:白长江

经 销:各地新华书店

承 印:北京市地矿印刷厂

开 本:787mm×960mm 1/16

版 次:2006年9月第1版

书 号:ISBN 7-5017-7680-6/F·6388

印张:12.5 字数:208千字

印次:2006年9月第1次印刷

定价:29.80元

版权所有 盗版必究

举报电话:68359418 68319282

前 言

一个信贷项目决不仅是单一的授信产品的提供，而应当是一个方案，项目要成功必须满足“开心、放心”两个原则。“开心”就是银行提供的授信服务方案必须使客户感觉得到现实的利益，满足其需要，客户愿意使用银行的产品；“放心”就是对借款人使用银行资金的用途很清楚，能牢牢掌控企业现金流，银行风险控制部门确信企业能到期还款。

国内银行业经过多年的发展，已经取得了长足的进步，新产品创新层出不穷，尤其是2003年以后，国内市场上以渠道服务、现金管理、贸易融资、投行服务为核心的金融产品创新取得了飞速发展，银行对高端客户的竞争出现白热化，单纯比拼贷款利率、比拼贷款金额的方式已经过时。

目前大型客户的需求存在的倾向是：资金管理集中化、资金使用集约化、资金融通票据化。即整个集团的资金向集团总公司（集团结算中心或集团财务公司承担）集中，下属机构仅保留很少的日常开支资金；下属公司根据计划向总公司申请划拨资金办理结算；

集团客户通过票据替代现有的流动资金贷款,以最大限度降低财务费用。在融资市场上大型客户可以说是要风得风、要雨得雨,长期资金可以在企业债券市场、发行信托计划获得,更长期的资金干脆选择资本市场上市;短期资金可以发行短期融资券、票据方式解决。

顺应企业这种资金特点,先进银行的营销已经从提供单一产品转化为向客户提供综合性、个性化的金融服务方案。银行根据企业的采购、销售、管理、融资、理财等五大需要,组合银行的各类产品,为企业设计个性化的金融服务方案;通过服务方案协助客户强化系统内资金的集中管理,便利客户的资金结算,最大限度降低资金的可能闲置,为客户提供切实的价值增值,在便利客户的同时获取银行的利润目标。可以说,为满足企业的全方位需要,银行服务已经完整地嵌入到企业的生产经营管理血液中。

自从1997年进入银行系统以来,我先后在华夏银行北京灯市口支行、光大银行总行工作,积累了支行、总行工作的经验,参与营销了许多优质大客户。通过实践的积累,我的优势在于清晰地了解客户的需要,熟悉银行的各项金融产品,掌握如何将客户的需要与银行产品进行有效的衔接。

根据近十年的营销实践,我总结了以下认识:

1. 不能总是等待客户向银行提出需求,应当通过培训、沟通来培养、启发客户的潜在需求,使客户了解到通过接受银行产品和服务可以获得其自身不能意识到的收益,解决尚未解决的困难。

2. 善于为客户量体裁衣,提供切合实际的营销方案,为客户描绘美好的蓝图,引导客户产生想要的欲望,使得自己在同业中“鹤立鸡群”。

3. 把最新的技术和市场信息不断提供给客户,让客户了解目前市场的最新动态,认同银行服务的理念;同时,客户经理要真正做好企业的顾问,能够为企业出谋划策,实现双方价值增值。

客户经理实质上是银行的渠道:将银行的各类产品进行有效组合销售给客户,将客户的需要传递给银行。因此,银行必须重视加强自身渠道的建设,重视对客户经理的培养。在现代社会的商战中,渠道为王。

在商业银行的工作经历使我体会到:在一段时间内,国内将仍然是资金饥渴型经济。国内的企业普遍缺乏资金,需要银行的信贷支持,信贷将依然是银行拓展维护客户的主要手段,是各项业务增长的主要拉动力量。针对当前信贷产品创新快,新产品、新操作模式层出不穷的情况,银行客户经理需要准确把握市场主流信贷产品的特点、功能、使用技巧,熟练地进行产品组合,设计个性化的金融服务方案,切实提升营销技能,扩大营销效果。

基于以上认识,我整理总结了当前市场上使用较为广泛的银行信贷产品,并结合自己营销中的认识和体会,编纂了这本《商业银行对公授信产品精解》,旨在为商业银行客户经理提供一个可以随时翻阅的小册子,一个认识信贷产品的新视角,增强对银行授信产品的了解,提高营销技能。

本书的特点:

1. 最新的产品。手册中录入了当前市场上使用较为广泛的各项银行授信产品,其中很多为当前国内最前沿的银行产品,如法人账户透支业务、商票保贴业务、买方付息票据贴现等。

2. 最新的案例。通过案例详细解释每个产品的含义、功能、操作程序,并结合我营销的实践经验,提炼了各项产品的营销技巧(本书的案例为作者虚拟设计)。

3. 个人的理解。授信产品对于银行而言是一项风险业务,在博取收益的同时,蕴含一定的潜在风险。通过这本书,我在对银行产品的理解、产品的适用、存在的风险点及如何防范等方面进行了详尽的介绍,将经验分享,希望看到这本书的客户经理能尽快掌握银行产品,切实应用到营销工作之中。

作者

2006年8月

北京

目 录

COMMERCIAL BANKING CORPORATE BANKING PRODUCTS

前 言

第一章 贷款授信业务

第一节 短期贷款	/2
一、有价证券质押流动资金贷款	/5
二、备用信用证担保流动资金贷款	/16
三、出口退税账户托管贷款	/23
四、法人帐户透支业务	/28
五、委托贷款	/31
六、工程机械车按揭贷款	/34
七、出口信贷	/37
八、集团统一授信	/42
第二节 长期贷款	/50
一、固定资产贷款	/50
二、项目融资	/58

三、银团贷款	/63
第三节 房地产信贷业务	/69
一、房地产开发贷款	/69
二、法人商用房按揭贷款	/77

第二章 商业汇票

一、对票据的认识	/82
二、票据客户营销技巧	/82
第一节 商业汇票	/83
一、银行承兑汇票	/83
二、商业承兑汇票	/87
三、卖方付息票据贴现	/89
四、买方付息票据贴现	/94
五、商业承兑汇票保贴业务	/97
六、放弃部分追索权商业汇票贴现业务	/100
七、商业汇票综合管理服务	/104
第二节 票据组合融资业务	/106
一、信用证(保函)担保银行承兑汇票业务	/106
二、保兑仓	/109
三、仓单质押担保信贷业务	/112

第三章 保 函

第一节 保函概念	/118
一、投标保函(BidBond/Guarantee)	/122
二、履约保函(Performance Bond / Guarantee)	/126
三、预收(付)款退款保函	/130
四、工程维修保函	/134
五、质量保函	/134
六、关税保付保函	/136
七、保释金保函	/142
八、付款保函	/143
九、租赁保函	/145

第四章 信用证业务

第一节 进口信用证	/148
一、进口信用证	/148
二、进口押汇	/151
三、提货担保	/155
第二节 出口信用证	/157
一、信用证打包贷款	/157
二、信用证出口押汇	/160
第三节 国内信用证	/163

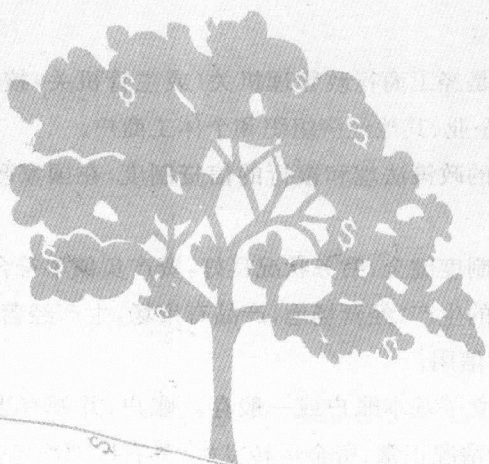
第五章 金融新产品

第一节 信贷资产转让(回购)业务	/168
第二节 融资租赁	/170
第三节 保理业务	/178
第四节 信托计划	/183
一、房地产投资信托	/184
二、土地信托	/186
 我的银行客户经理生涯(后记)	 /189

第一章

贷一第

贷款授信业务



第一节 短期贷款

流动资金贷款是指经监管部门批准的经营贷款的机构为满足客户在生产经营过程中临时性、季节性的资金需求,保证生产经营活动的正常进行而发放的本外币贷款。

一 产品定义

企业流动资金贷款是指银行向借款人发放的用于满足经营周转或临时性、季节性的资金需要,保证生产经营活动的正常进行而发放的本外币贷款。

常见的担保方式包括:定期存单、国债凭证、企业债券凭证等有价值证券作为质押;第三方企业提供不可撤销的连带责任担保,提供房产抵押等担保方式。

二 贷款条件

1. 借款人应是经工商行政管理机关(或主管机关)核准登记注册、具有独立法人资格的企业、其他经济组织和个体工商户。
2. 遵守国家的政策法规和银行的信贷制度,在国家政策允许的范围内生产、经营。
3. 经营管理制度健全,财务状况良好,资产负债率符合银行的要求。
4. 拥有固定的生产、经营场地,产品有市场,生产经营有效益,不挤占挪用信贷资金,恪守信用。
5. 在银行开立了基本账户或一般存款账户,并领有当地人民银行核发的“贷款卡”,经营情况正常,资金运转良好,具有按期偿还贷款本息的能力。

6. 经过工商部门办理年检手续。
7. 符合贷款银行的其他规定。

利率

银行发放流动资金贷款,利率在中国人民银行规定的基准利率基础上可以下浮 10%,上浮 70%。

(1)短期流动资金贷款按借款合同约定的贷款利率计息,借款合同期内遇利率调整不分段计息。

(2)中期流动资金贷款利率一般实行一年一定。根据借款合同确定的期限,按借款合同约定的贷款利率计息,每满一年后,再按当时相应档次的法定基准贷款利率确定下一年度利率。目前国内商业银行也推出了固定利率贷款业务,在整个贷款期间贷款利率保持不变。

(3)外币流动资金贷款。一般有两种利率可供选择:一种是固定年利率,另一种是浮动利率(可按一个月、三个月、六个月或九个月浮动)。浮动利率一般是为 $LIROR + MAGIN$ 。

贷款程序

1. 借款人提出贷款申请,填写《借款申请书》,并按银行提出的贷款条件和要求提供有关资料。一般情况下,银行要求提供的重要资料有:

①借款人及保证人的基本情况。

②上年度财务报告及申请借款前一期的财务报告(最好为经过会计师事务所年审过的报告)。

③企业资金运用情况。

④抵押、质押物清单,担保人的相关资料,有处分权人同意抵押、质押的证明。

⑤拟同意保证的有关证明文件。

⑥流动资金的使用用途报告。

⑦银行认为需要提供的其他资料。

2. 银行收到贷款申请和有关资料后,对借款人的合法性、财务状况的真

实性、借款用途等进行调查,了解借款人在本行业相关业务数据,核实借款人提供的担保是否可靠,预测借款人按期还本付息的能力,完成贷款的评估、审查工作。

3. 银行同意贷款后,与借款人签订借款合同。借款合同中约定借款种类、借款用途、金额、利率、借款期限、还款方式、借贷双方权利、义务、违约责任和双方认为需要约定的其他事项;对于保证贷款还应由保证人与贷款人签订保证合同,或保证人在借款合同上写明与贷款人协商一致的保证条款,加盖保证人的法人公章,并由保证人的法定代表人或其授权代理人签署姓名;抵(质)押贷款应当以书面的形式由抵(质)押人与贷款人(抵〔质〕押权人)签订抵(质)押合同。

风险控制

1. 信贷资金不得用于投机性、高风险的用途,如:投入股市、期市、炒作楼花等。

2. 避免信贷资金短借长用、防范资金风险。

3. 信贷资金避免投放国家限制性的行业,如:小型火电、小型玻璃厂、小型电解铝等。

【点评】

固定利率贷款与浮动利率贷款比较 固定利率贷款的优势在于可以回避利率上升的风险,但当利率走稳或者下调的时候,贷款人又将被锁定在一个较高的利率水平上,白白多付利息,所以,浮动利率和固定利率没有绝对的优劣之分。

在市场普遍存在加息预期,利率风险骤然增加的背景下,固定利率贷款成了规避风险的良好工具,但对于借款人而言,需要对宏观经济特别是利率走势作出正确的判断。因为,一旦签署固定利率贷款合同,想修改合同或者提前还贷,就要向银行付出一定数量的违约金。

常见的流动资金贷款品种:

1. 有价证券质押流动资金贷款。
2. 备用信用证担保流动资金贷款。

3. 出口退税账户托管流动资金贷款。
4. 法人账户透支业务。
5. 委托贷款。
6. 工程机械车按揭贷款。
7. 出口信贷。
8. 集团统一授信。

以上这八个信贷产品是市场上主流的短期流动资金贷款方式。

一、有价证券质押流动资金贷款

「 产品定义 」

以有价证券作为质押,银行向借款人发放的用以满足经营周转或临时性、季节性的资金需要,保证生产经营活动正常进行而发放的短期贷款。

「 担保范围 」

质押担保的范围包括债务本金、利息、手续费、违约金、损害赔偿金、保管费用、实现质权的费用。

「 期 限 」

短期流动资金贷款期限不超过1年,中期流动资金贷款期限不超过3年。

「 产品优势 」

1. 操作手续简便易行。
2. 通常完全覆盖本息,对银行保证程度高。

「 业务流程 」

1. 借款人向银行提出流动资金借款申请,并提供以下资料: